

证券代码：002646

证券简称：青青稞酒

公告编号：2017-029

青海互助青稞酒股份有限公司 2016 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 450000000 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.70 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	青青稞酒	股票代码	002646
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	赵洁	王永昌	
办公地址	互助县威远镇西大街 6 号	互助县威远镇西大街 6 号	
电话	0972-8322971；010-84306345	0972-8322971；010-84306345	
电子信箱	zhaojie@qkj.com.cn	wangyongchang@qkj.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

公司主要从事以青稞为原料的酒类、葡萄酒的研发、生产和销售，属于中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）的“酒、饮料和精制茶制造业”（C15）。其中，白酒方面，公司主营天佑德、互助、八大作坊、世义德系列青稞酒，精选高原海拔 3000 米有机青稞为原料，采用 600 多年历史传承的“清蒸清烧四次清”酿造工艺，获得原料及成品酒双有机认证；同时，与国内保健酒龙头企业合作运营健康白酒（纳曲青稞酒）；其次，公司在美国加州纳帕谷拥有自有的葡萄酒酒庄，在国内与美国市场运作美国葡萄酒业务，进入快速增长的葡萄酒市场；另外，通过收购电子商务平台（中酒网）与现有的线下营销渠道形成互补，通过移动互联技术，增加与渠道和消费者互动。

白酒行业发展从过去高速增长回归理性，伴随消费升级及行业内一线品牌复苏，以天佑德有机青稞酒为代表的青稞酒作为白酒行业内独特品类，力争在行业变局中抓住发展机会，寻求持续增长和突破。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：人民币元

	2016 年	2015 年	本年比上年增减	2014 年
营业收入	1,437,204,844.84	1,363,735,022.17	5.39%	1,355,142,078.23
归属于上市公司股东的净利润	216,123,918.26	231,010,972.56	-6.44%	317,259,987.99
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	204,706,791.77	195,209,439.61	4.87%	281,313,971.14
经营活动产生的现金流量净额	325,689,867.09	181,324,152.83	79.62%	231,419,791.81
基本每股收益（元/股）	0.4803	0.5134	-6.45%	0.7050
稀释每股收益（元/股）	0.4803	0.5134	-6.45%	0.7050
加权平均净资产收益率	8.98%	10.16%	-1.18%	14.95%
	2016 年末	2015 年末	本年末比上年末增减	2014 年末
资产总额	3,162,682,731.10	2,722,960,198.84	16.15%	2,502,558,068.94
归属于上市公司股东的净资产	2,477,077,140.72	2,345,111,759.58	5.63%	2,224,342,743.43

(2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	512,565,751.39	212,899,241.23	304,288,426.58	407,451,425.64
归属于上市公司股东的净利润	144,971,846.20	4,435,431.97	44,813,540.47	21,903,099.62
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	142,136,454.35	3,883,570.72	40,529,604.06	18,157,162.64
经营活动产生的现金流量净额	187,099,404.81	-12,444,793.12	38,036,790.82	112,998,464.58

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	21,823	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	20,187	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	

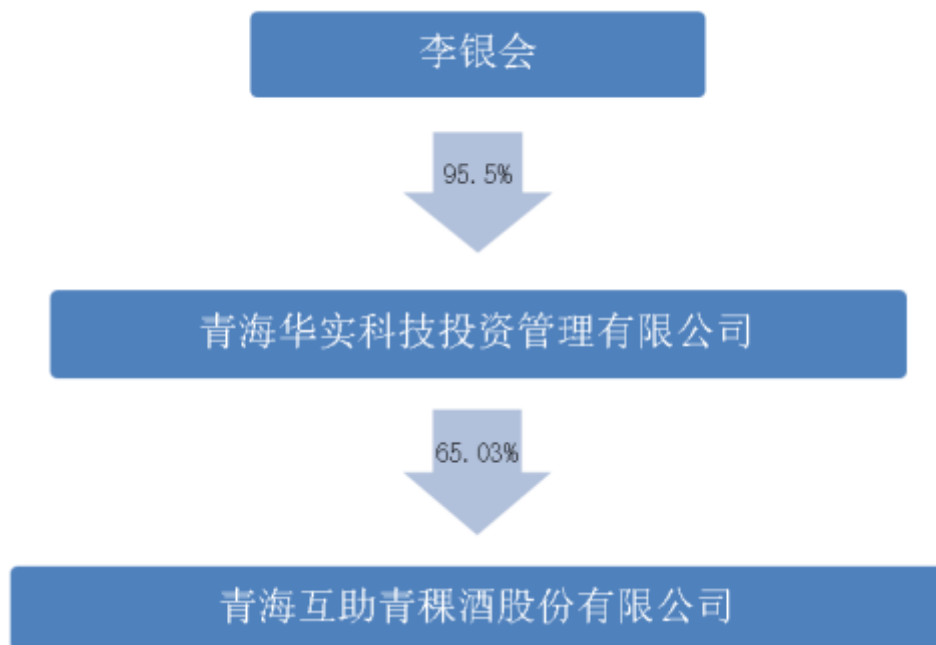
青海华实科技投资管理有限 公司	境内非国有 法人	292,650,000.00%			质押	179,000,000
中央汇金资产 管理有限责任 公司	国有法人	8,432,500.00%				
黄新瑶	境内自然人	5,920,398.00%				
南方基金－农 业银行－南方 中证金融资产 管理计划	其他	2,841,700.00%				
博时基金－农 业银行－博时 中证金融资产 管理计划	其他	2,841,700.00%				
广发基金－农 业银行－广发 中证金融资产 管理计划	其他	2,841,700.00%				
易方达基金－ 农业银行－易 方达中证金融 资产管理计划	其他	2,841,700.00%				
华夏基金－农 业银行－华夏 中证金融资产 管理计划	其他	2,816,528.00%				
嘉实基金－农 业银行－嘉实 中证金融资产 管理计划	其他	2,734,200.00%				
中国农业银行 股份有限公司－ 易方达瑞惠 灵活配置混合 发起式证券 投资基金	其他	2,633,882.00%				
李雪虹	境内自然人	2,552,973.00%				
北京正弘良川 投资管理有限 公司－正弘 2 号稳健私募证 券投资基金	其他	1,858,614.00%				
中国银行股份 有限公司－招 商中证白酒指 数分级证券投 资基金	其他	1,547,775.00%				
上述股东关联关系或一致行 动的说明	公司未知上述股东之间是否存在关联关系，也未知上述股东之间是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况 说明（如有）	上述股东中，李雪虹通过普通账户持有公司 0 股，通过融资融券投资者信用账户持有公司 2,552,973 股，合计持有公司股份 2,552,973 股。					

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

否

一、概述

2016 年，伴随消费升级趋势及行业内一线品牌复苏，公司通过强化运营，细分青海市场，提升餐饮、旅游特通渠道，重点打造兰州第二根据地市场，稳步推进甘肃、宁夏、西藏市场，积极推进中酒时代基于大数据的技术服务商的调整，销售收入实现稳中有升，受中酒时代并表及当期理财收益下降因素影响，净利润还是出现了一定程度的下滑。

2016 年，公司实现营业收入 143,720.48 万元，较去年上涨 5.39%；利润总额 29,882.78 万元，归属上市公司股东的净利润 21,612.39 万元，分别较上年下降 2.08%、6.44%，实现税金 44,850.76 万元。

1、青稞酒品类方面

(1) 品牌推广

2016 年，公司对品牌及产品进行了重新梳理，聚焦“天佑德”品牌，以天佑德为主品牌，对天佑德青稞酒品牌及产品进行全国化推广。公司采用“喝青稞酒、就选天佑德”的广告语，将品类与品牌直接挂钩，建立品类与品牌强烈的对应关系。天佑德青稞酒的青稞原料产自天然、无污染的青藏高原，因此“天生纯净”；公司仅在青海省贵南牧场，就拥有 10 万亩有机青稞种植示范基地，为企业提供有机品质的酿酒原料，该生产基地也成为了青藏高原青稞种植的代表性区域。青藏高原高寒、日照时间长的生态环境，极大降低了病虫害的发生，形成了天然的有机种植环境，可谓“天生有机”。得益于青藏高原独特的生态条件，使得天佑德青稞酒拥有“纯净、健康、有机”的环境基因，也形成了天佑德青稞酒“天生好酒”的产品内涵。公司推

出天佑德有机青稞酒·金宝产品，主打有机、健康概念，产品获得原料及成品酒国家双有机产品认证。该产品先后获得“国优认证”、“2016 年度青酌奖酒类新品 TOP10”等荣誉奖项。公司以“天佑德·金宝”为核心战略产品，代表天佑德青稞酒推向全国市场。

互助品牌配合天佑德品牌，在本地市场进行市场防御及市场精细化运作。

公司持续加大品牌传播力度，围绕“青稞-青稞酒-天佑德青稞酒”的品类和品牌的认知逻辑推广青稞酒品类，锁定青稞酒第一品牌，建立消费者认知。报告期内，公司在推广方面的动作表现如下：

天佑德青稞酒赞助第 15 届环青海湖国际公路自行车赛（以下简称“环湖赛”），并以“天佑德相伴环湖赛 15 年”为主题，再次夯实在本地市场的品牌基础并辐射影响西北市场。由天佑德青稞酒赞助成立的中国青海天佑德洲际自行车队（天佑德洲际自行车队也是我国在 UCI 注册的洲际自行车队之一，是国内最早成立一支职业自行车队）也在 2016 年环湖赛上取得佳绩。

天佑德青稞酒签约网球选手张帅持续发力，2016 年也成为中国女网“张帅之年”，2016 年底，张帅个人世界排名 23 位，位列亚洲第一；天佑德青稞酒准确把握时机，借势进行品牌的传播推广。此外，作为中国网球公开赛白金赞助商，天佑德青稞酒也携手张帅，以“天佑德带你看中网”为主题，共同将中网期间的品牌传播推向高潮。通过张帅及中国网球公开赛，天佑德青稞酒透过体育受众，在传播品牌形象的同时，赋予产品现代、运动、健康的品牌形象，符合当下时尚健康生活的潮流趋势。

2016 年 9 月 17 日，天佑德青稞酒冠名的“天佑德之夜”群星演唱会在西宁举办，在中秋期间制造传播爆点，通过媒体及观众的自发病毒式传播，形成了轰动性的传播效果。

2017 年初，天佑德青稞酒与中央电视台《一年又一年》栏目组合作，赞助该栏目，并以“一年又一年，共饮天佑德”为主题落地线下活动推广；在维持 CCTV-1 投放基础上，增加天佑德青稞酒品牌广告在 CCTV-9、CCTV-10 等热点栏目的投放，后经阶段性测算，天佑德青稞酒央视的品牌曝光在 2017 年 1 月单月达到 6 亿人次。

（2）渠道建设

2016 年度，公司本着夯实青海根据地，拓展省外西北区域的指导方针，进一步细分青海市场渠道，持续推进千店工程建设、新设酒店餐饮、旅游特通渠道。通过千店工程持续提高核心终端市场占有率；通过餐饮渠道持续加强与消费者的沟通；通过对旅游人群消费相关的宾馆、特产店、旅行社、导游等终端和人群进行整合开发，承接旅游消费增量的同时为天佑德青稞酒向外传播助力。

在省外的西北区域渠道建设方面改变了以往依靠经销商的代理模式，调整为全控价直销模式，加速对甘肃、宁夏、西藏、内蒙、新疆的基础渠道网络建设。

西北以外，我们积极探索与酒类流通行业大商的合作，聚焦深耕局部市场，聚焦资源扶优扶强，持续推动部分优势区域做深、做透。

在海外市场，报告期内设立全资孙公司 Tchang Spirits, Inc，独立运营出口青稞酒。根据前期市场调研，出口青稞酒开发了“Tibetu”。

（3）纳曲青稞酒

报告期内，纳曲青稞酒业已完成 3 款纳曲青稞酒产品的开发，每款产品拥有清香和复合香两种类型（根据南北方市场差异开发）。产品以三方（天佑德青稞酒、劲牌、奇正集团西藏天麦力）各自领先优势，融合传统青稞原酒工艺、现代生物提取技术及健康白酒酿制工艺，集创新智力，打造不一样的青稞酒，为中国白酒带来全新价值。酒体经过 9 位国家级白酒评委品评、15 轮精微口感测试、千名消费者测试品鉴，打造了“好喝顺口不上头，健康饮用低醉酒”的卓越酒体。纳曲青稞酒业已初步建立了产品组合、品牌推广体系及销售管理体系，营销模式采用“深度营销+社群营销”模式，未来三年以区域招商、市场推广和品牌建立为主要目标和工作方向。

（4）热巴羌酒

报告期内，为传承与发扬藏传以青稞为原料的低度发酵酒，满足藏族人民生活需求，开拓西藏旅游市场，拓展公司产品品类，公司设立“西藏热巴青稞饮品有限责任公司”，独立运作以青稞为原料的低度发酵酒牌——“热巴羌酒”。

2、葡萄酒品类方面

报告期内，Maxville 四款纳帕谷葡萄酒获得美国《葡萄酒爱好者》(Wine Enthusiast) 90+ 的评分，进一步提升 Maxville 的品牌影响力。同时，Maxville 葡萄酒已于 2016 年第四季度通过 TERLATO（特拉托酒业集团是美国高端酒业的领导者，它单瓶售价超过 20 美元的葡萄酒市场份额在美国葡萄酒市场中居于首位。）登陆美国市场。

3、威士忌品类方面

报告期内，公司完成了青稞威士忌项目的可行性论证，设立全资孙公司——西藏威士忌酒业有限责任公司独立运营青稞威士忌。

4、白酒企业+互联网模式探索

中酒时代在为传统酒企提供全产业链“+互联网”服务的定位下，“中酒云图”作为一款专业的酒类产品互联网化的营销管理工具，已完成多个版本产品的迭代研发工作，目前已经在多家酒企和经销商客户中试运营，得到客户的好评。中酒连锁的区域合伙人模式在山东区域推行良好，持续新开门店以及优化相关模式中。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

□ 是 √ 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

√ 适用 □ 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
自有品牌青稞酒	1,305,026,433.14	904,392,608.23	69.30%	3.53%	-3.61%	2.27%
其中：中高档青稞酒	987,434,211.65	726,262,983.77	73.55%	7.55%	4.19%	0.85%
其中：普通青稞酒	317,592,221.49	178,129,624.46	56.09%	-7.25%	-12.69%	2.74%
自有品牌葡萄酒	17,705,838.91	9,778,425.72	55.23%	24.47%	51.87%	-8.08%
其他品牌酒类产品	107,826,880.54	5,593,565.58	5.19%	30.98%	28.57%	1.78%
其他业务	6,645,692.25	2,336,217.40	35.15%	0.34%	-5.71%	4.16%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

□ 适用 √ 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

□ 适用 √ 不适用

7、涉及财务报告的相关事项**(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明**

√ 适用 □ 不适用

根据中华人民共和国财政部 2016 年 12 月 3 日发布的《增值税会计处理规定》（财会[2016]22 号）文件规定，“营业税金及附加”科目调整为“税金及附加”科目，自 2016 年 5 月 1 日起企业经营活动发生的房产税、土地使用税、车船使用税、印花税从“管理费用”科目重分类至“税金及附加”科目，2016 年 5 月 1 日前发生的税费不予调整，且比较数据不予调整。本次会计政策变更是根据《增值税会计处理规定》有关规定而变更，不涉及对以前年度的追溯调整，仅涉及会计科目列示的变化，不影响公司当期及前期列报损益。本次会计政策变更及其影响情况如下：（1）将利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目。（2）将自 2016 年 5 月 1 日起企业经营活动发生的房产税、土地使用税、车船使用税、印花税从“管理费用”项目重分类至“税金及附加”项目，2016 年 5 月 1 日之前发生的税费不予调整。比较数据不予调整。调增税金及附加本年金额 5,634,243.06 元，调减管理费用本年金额 5,634,243.06 元。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

报告期内，公司新设西宁天佑德青稞酒销售有限公司、西藏威士忌酒业有限责任公司、Tchang Spirits,Inc.、山东中酒商业管理有限公司纳入合并范围；报告期内，公司注销青海互助青稞酒销售有限公司虎台分公司、中酒时代酒业（北京）有限公司石家庄分公司、一时达（北京）物流有限公司，不再纳入合并范围。

(4) 对 2017 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用