

证券代码：002646

证券简称：青青稞酒

公告编号：2018-021

青海互助青稞酒股份有限公司 2017 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 450,000,000 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.70 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，在美国本土及国内运作葡萄酒业务，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，增加与终端和消费者互动。

白酒行业经过两年多的深度调整，目前消费者已经逐步回归理性，更加注重产品本身的品质内涵，主要的消费场景也由政务向商务、家庭、休闲消费等转变。天佑德青稞酒坐拥青藏高原“世界第三极”的优越生态环境，选用海拔 3000 米以上有机青稞酿造，品质优异，独具特色，符合消费者追求更高品质的需求。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，力争在行业变革中抓住发展机会，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

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：人民币元

	2017 年	2016 年	本年比上年增减	2015 年
营业收入	1,318,361,958.47	1,437,204,844.84	-8.27%	1,363,735,022.17
归属于上市公司股东的净利润	-94,164,274.64	216,123,918.26	-143.57%	231,010,972.56
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-130,851,352.36	204,706,791.77	-163.92%	195,209,439.61
经营活动产生的现金流量净额	28,222,241.72	325,689,867.09	-91.33%	181,324,152.83
基本每股收益（元/股）	-0.2093	0.4803	-143.58%	0.5134
稀释每股收益（元/股）	-0.2093	0.4803	-143.58%	0.5134
加权平均净资产收益率	-3.95%	8.98%	-12.93%	10.16%
	2017 年末	2016 年末	本年末比上年末增减	2015 年末
资产总额	2,663,503,267.56	3,162,682,731.10	-15.78%	2,722,960,198.84
归属于上市公司股东的净资产	2,308,802,088.86	2,477,077,140.72	-6.79%	2,345,111,759.58

(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	452,548,826.80	216,775,014.49	266,030,347.01	383,007,770.17
归属于上市公司股东的净利润	102,039,129.11	3,742,142.04	4,387,391.09	-204,332,936.88
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	91,683,286.35	-3,595,351.06	3,628,932.87	-222,568,220.52
经营活动产生的现金流量净额	18,615,514.76	-56,517,943.26	33,740,400.13	32,384,270.09

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	23,314	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	21,756	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	质押或冻结情况		

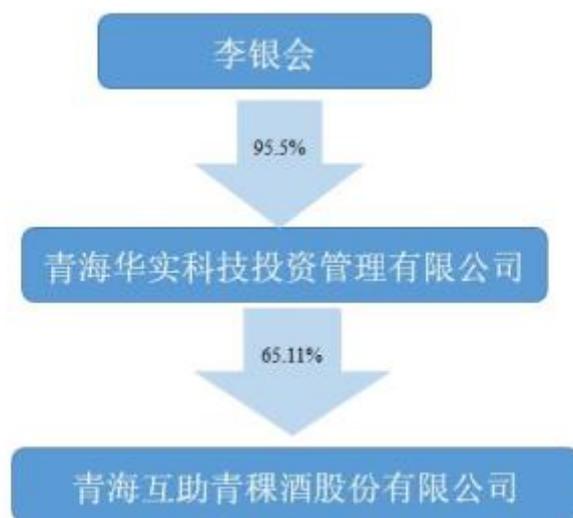
				量	股份状态	数量
青海华实科技投资管理有限 公司	境内非国有 法人	65.03%	292,650,000		质押	180,472,000
中央汇金资产 管理有限责任 公司	国有法人	1.87%	8,432,500			
北京永阳泰和 投资有限公司	其他	1.09%	4,924,200			
洪文电	境内自然人	0.69%	3,100,000			
湖北雅兴包装 有限公司	其他	0.68%	3,049,246			
南方基金—农 业银行—南方 中证金融资产 管理计划	其他	0.63%	2,841,700			
博时基金—农 业银行—博时 中证金融资产 管理计划	其他	0.63%	2,841,700			
广发基金—农 业银行—广发 中证金融资产 管理计划	其他	0.63%	2,841,700			
易方达基金— 农业银行—易 方达中证金融 资产管理计划	其他	0.63%	2,841,700			
黄新瑶	境内自然人	0.63%	2,820,398			
华夏基金—农 业银行—华夏 中证金融资产 管理计划	其他	0.63%	2,816,528			
嘉实基金—农 业银行—嘉实 中证金融资产 管理计划	其他	0.61%	2,734,200			
中国农业银行 股份有限公司 —易方达瑞惠 灵活配置混合 型发起式证券 投资基金	其他	0.59%	2,633,882			
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）	公司前 10 名普通股股东无参与融资融券业务情况。					

(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

2017年，受部分产品销售政策调整、产品迭代因素的影响，自有品牌青稞酒收入较上年同期下降；同时，受全额计提收购中酒时代形成的1.79亿商誉减值准备、为提升品牌知名度引起的广告宣传及市场调研维护费增加等因素的影响，本年度净利润为负。

2017年，公司实现营业收入131,836.20万元，较去年下降8.27%；利润总额-5,514.52万元，归属上市公司股东的净利润-9,416.43万元，实现税金40,179.46万元。

1、青稞酒品类方面

2017年，公司获得“最具创新价值品牌奖”、“值得百姓信赖的百款白酒”（天佑德红四星青稞酒）、“2016年度‘青酌奖’酒类新品TOP10”（天佑德金宝有机青稞酒）、“2017中国酒类包装设计创意大赛铜奖”（天佑德金宝有机青稞酒）四项大奖。在青稞酒品类方面，公司着力进行了以下工作：

(1) 品牌产品定位梳理

2017年，公司对品牌及产品定位进行了梳理和布局，确定了“以天佑德打造全国性品牌、省内市场以多品牌、多产品构建护城河”的总体战略，天佑德品牌以“喝青稞酒，就选天佑德”作为品牌口号，“精选海拔3000米有机青稞酿造”作为产品概念，诠释天佑德产品纯净、生态、有机的产品特性。

根据总体战略，以天佑德品牌产品逐步发力全国市场，最终推广青稞酒品类，打造天佑德品牌。在青海省内，以“天佑德”、“互助”、“八大作坊”、“永庆和”四大品牌产品构建青海大本营市场护城河。

(2) 产品升级与打造

2017年，“小黑”青稞酒作为小瓶酒代表，成为天佑德青稞酒在全国市场的急先锋，以酒质好、醒酒快的特点在年轻消费者中展开了营销攻势，辅以“小黑火锅节”等推广动作，小黑市场认知度不断提升，目前终端动销较好。公司在省内推出天佑德“岩窖”新品，以采用花岗岩筑成的条石窖为产品概念，以经过80天低温发酵，酿出清雅纯正好酒为主要核心卖点，新品上市之后取得了较好的市场效果。同时公司持续精进“金宝”产品，为中网赛事推出金宝150ML产品，提升金宝产品活跃度。

另外，公司在2017年推出的一款低度青稞酒新品：“热巴青稞酒”，做为青稞酒产品的延伸，主要面向西藏本土旅游、零

售市场，引领西藏本土的低度酒精饮料市场。

(3) 品牌与活动推广

2017年，为快速打造天佑德的品牌形象及社会影响力，天佑德制定了以央视为主，其他宣传渠道为辅的媒体投放策略。一方面借助央视让广大受众形成天佑德全国品牌的心智记忆；另一方面也是强化天佑德青稞酒领导品牌的角色。陆续与央视《一年又一年》栏目、《挑战不可能》栏目合作，线下同步进行“一年又一年，共饮天佑德”、“挑战不可能金宝叠瓶大赛”等一系列活动，在维持CCTV-1广告投放的基础上，又增加了在CCTV-9、CCTV-10等热点栏目的广告投放，“西藏第一块青稞田开耕仪式”、“青稞酒文化节”、“天佑德洲际队环湖赛夺冠”等新闻也多次在中央1套、4套、13套节目中播出，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，有助于塑造天佑德青稞酒高端品牌形象。

2017年天佑德对青海、甘肃等省份的机场、火车站、以及对始发于青海的列车、飞机进行重点广告投放，在广告投放选择上根据人流量的变化分时分季投放，实现广告投放效果的最优化。

2017年6月，首届中国·青海青稞酒文化节在有着“彩虹故乡”之称的青海省互助县盛大开幕，首届青稞酒文化节为期十天，以“文、旅、秀、商”为核心，力争将青稞酒文化节打造成为青海省文化、商贸交流的平台和国际高原烈酒博览展示的平台。2017年12月，天佑德举办青海媒体交流日与青海省体育记者运动会，通过参观互助青稞酒厂，了解青稞酒制造工艺，体验青稞酒文化，增强媒体对天佑德青稞酒的品牌认知和对企业实力的现场了解程度。

(4) 运动与赛事营销

天佑德青稞酒作为中国网球公开赛白金赞助商，第三年亮相世界大赛，进行品类、品牌、产品的全方位推广。天佑德青稞酒第三年作为中国网球公开赛白金赞助商，其中天佑德的球员座椅广告，在每场转播中都有明显露出，完美诠释了和“明星同框”的传播手段。通过各网球项目的共同发力，天佑德青稞酒提升了品牌属性，赋予了产品健康、阳光、高品质的形象。同时，天佑德青稞酒赞助的网球中国一姐张帅，继续在2017年取得令人认可的成绩，个人世界排名始终稳定在30位左右。张帅也有幸入镜大型国家纪录片《辉煌中国》，并获得2017年度体育人物殊荣。

在西北地区，天佑德青稞酒持续发力西北第一运动——环青海湖国际公路自行车赛（环湖赛），围绕该赛事展开一系列操作，包括职业车队的赞助、业余赛事、业余俱乐部深度推广等，使天佑德品牌在西北地区和自行车运动紧密捆绑。2017年，天佑德青稞酒以相伴环湖赛16载为推广主题，配以中国天佑德洲际车队取得的历史最好成绩（环湖赛个人总冠军，7个赛段个人总成绩冠军，1个赛段亚洲最佳），进行品牌推广活动，夯实了青海及西北市场的品牌形象。

(5) 渠道建设

2017年度，公司本着青海省内精细化运营目标，根据白酒销售渠道新趋势，对渠道多维度再细分，并针对性调整与渠道更契合的产品、推广及销售策略，进一步强化酒店餐饮渠道的推广及消费者培育功能，进一步强化核心门店的SKU数提升及销量占比，进一步优化产品结构，迎合消费者升级趋势。

省外市场重点聚焦甘肃兰州深耕，并取得了阶段性成果，消费者由青稞酒品类认知向天佑德青稞酒品牌认知转变，建立天佑德青稞酒品牌认知基础，兰州市场同期成长20%左右，为2018年持续发展甘肃市场奠定了坚实基础。其他省外区域市场坚持区域聚焦、产品聚焦、渠道聚焦做样板，2017年在深圳、河南市场取得了良好效果。

2、葡萄酒品类方面

国内方面，2017年，公司设立深圳马克斯威，布局沿海城市，重点打造样板市场，在加快建立以地级市为单位渠道布局的同时，继续拓展分销商、团购商等多元化渠道结构。并持续开发和维护葡萄酒领袖消费人群，在消费者推广、品牌建设等方面持续发力，取得较大进展。2017年国内市场销售量尤其是下半年，较上年有所提升，并保持持续增长态势。

国外方面，2017年持续与美国葡萄酒行业巨头TERLATO集团保持良好的合作，并与美国最大经销商南方格雷泽公司建立合作，进一步拓展包括Costco在内的全渠道、多层次市场结构，精准营销、提升品牌形象。海外市场拓展逐渐向好，销量保持持续增长。

3、白酒企业+互联网模式探索

报告期内，中酒时代战略转型，成为为传统酒企提供全产业链“+互联网”解决方案的服务提供商。中酒云营销（中酒云营销是一系列互联网服务工具，包括酒水营销管理工具——中酒云图，消费者运营工具——中酒云码，新零售系统——中酒开放平台），并已成为多家酒企和经销商提供服务，得到了客户认可和好评。同时，设立中酒云图公司，并引入了新的资本，进行单独融资。中酒B2C业务也实现了进一步的减亏。中酒连锁的区域合伙人模式从山东扩大到四川、甘肃等地，探索酒水终端的新零售模式。

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	1,208,582,085.77	838,786,702.96	69.40%	-7.39%	-7.25%	0.10%

其中：中高档青稞酒	927,787,066.74	681,911,342.85	73.50%	-6.04%	-6.11%	-0.05%
其中：普通青稞酒	279,328,172.36	156,550,447.26	56.05%	-12.05%	-12.11%	-0.04%
其中：热巴青稞酒	1,466,846.68	324,912.86	22.15%	100.00%	100.00%	100.00%

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

本报告期归属于上市公司普通股股东的净利润为-94,164,274.64元，较上年同期减幅为143.57%，主要原因系对收购控股子公司中酒时代确认的商誉，全额计提了商誉减值准备179,355,375.26元。

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

财政部于2017年度发布了《企业会计准则第42号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自2017年5月28日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，要求采用未来适用法处理。

财政部于2017年度修订了《企业会计准则第16号——政府补助》，修订后的准则自2017年6月12日起施行，对于2017年1月1日存在的政府补助，要求采用未来适用法处理；对于2017年1月1日至施行日新增的政府补助，也要求按照修订后的准则进行调整。

财政部于2017年度发布了《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2017〕30号），执行企业会计准则的企业应按照企业会计准则和该通知要求编制2017年度及以后期间的财务报表。

本公司执行上述三项准则和财会〔2017〕30号的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称	影响金额
2017年12月25日，财政部颁布了《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会[2017]30号），要求执行企业会计准则的企业应当按照企业会计准则和通知的要求编制2017年度及以后期间的财务报表。	持续经营损益	2017年为-98,418,038.73元，2016年为210,244,819.96元。
	营业外收入	调减2016年度营业外收入219,007.38元；调减2017年营业外收入601,097.07元。
	营业外支出	调减2016年度营业外支出111,402.28；调减2017年营业外支出467,188.40元。
	资产处置收益	调增2016年度资产处置收益107,605.10元；调增2017年资产处置收益133,908.67元。

<p>财政部于2017年度修订了《企业会计准则第16号——政府补助》，修订后的准则自2017年6月12日起施行，对于2017年1月1日存在的政府补助，要求采用未来适用法处理；对于2017年1月1日至施行日新增的政府补助，也要求按照修订后的准则进行调整。</p>	<p>其他收益、营业外收入</p>	<p>2017 年度与企业日常经营活动相关的政府补助 2,648,582.12 元，列入其他收益，不再列入营业外收入。</p>
--	-------------------	---

(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，公司新设西藏热巴青稞饮品有限责任公司、马克斯威酒庄（深圳）有限公司、山西中酒商业管理有限公司、中酒云图（北京）网络技术有限公司、四川中酒时代商业管理有限公司、安徽中酒联互联网技术有限公司；报告期内，公司注销中酒时代酒业（北京）有限公司上海分公司。

(4) 对 2018 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用