

证券代码: 002646

证券简称: 青青稞酒

公告编号: 2019-014

青海互助青稞酒股份有限公司

2018 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 1.20 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

1、主要业务

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,青稞酒方面,公司主营天佑德、互助、八大作坊、世义德、永庆和系列青稞酒,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。此外,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;通过中酒云营销系列工具的落地,为传统酒企提供了全产业链“+互联网”的解决方案,布局中酒连锁新零售门店,通过线上线下一体化的运营,探索酒水新零售模式。

2、主要产品

青稞酒产品,主营天佑德、互助、八大作坊、世义德、永庆和等品牌的青稞酒。

葡萄酒产品,主营马克斯威(Maxville)品牌,原产地美国加州。

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

	2018年	2017年	本年比上年增减	2016年
营业收入	1,348,607,494.85	1,318,361,958.47	2.29%	1,437,204,844.84
归属于上市公司股东的净利润	107,574,623.38	-94,164,274.64	214.24%	216,123,918.26
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	95,264,180.00	-130,851,352.36	172.80%	204,706,791.77
经营活动产生的现金流量净额	106,010,725.26	28,222,241.72	275.63%	325,689,867.09
基本每股收益(元/股)	0.2391	-0.2093	214.24%	0.4803
稀释每股收益(元/股)	0.2391	-0.2093	214.24%	0.4803
加权平均净资产收益率	4.58%	-3.95%	8.53%	8.98%
	2018年末	2017年末	本年末比上年末增减	2016年末
资产总额	2,939,556,538.56	2,663,503,267.56	10.36%	3,162,682,731.10
归属于上市公司股东的净资产	2,390,185,947.49	2,308,802,088.86	3.52%	2,477,077,140.72

(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	475,362,515.80	223,189,906.66	253,138,673.98	396,916,398.41
归属于上市公司股东的净利润	86,809,633.95	1,252,160.60	-1,251,879.75	20,764,708.58
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	86,290,386.74	-1,867,488.01	-3,122,076.32	13,963,357.59
经营活动产生的现金流量净额	92,416,147.40	-88,290,472.77	-2,331,406.41	104,216,457.04

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	22,408	年度报告披露日前	21,813	报告期末表决权	0	年度报告披露日前一	0
----------	--------	----------	--------	---------	---	-----------	---

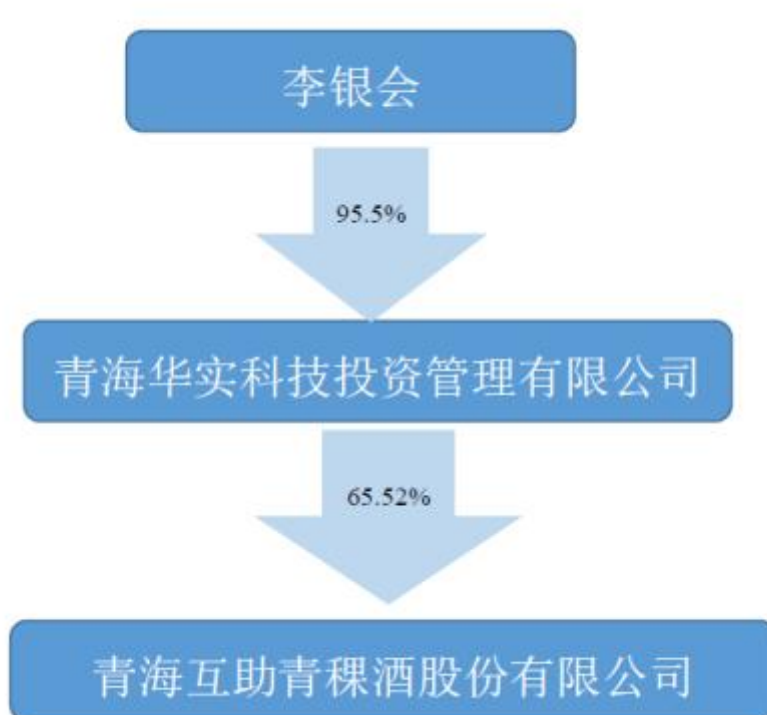
东总数		一个月末普通股 东总数		恢复的优先股股 东总数		一个月末表决权恢复的 优先股东总数	
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数 量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
青海华实科技 投资管理有限 公司	境内非国有 法人	65.52%	294,825,540	0	质押	226,439,999	
中央汇金资产 管理有限责任 公司	国有法人	1.87%	8,432,500	0			
北京永阳泰和 投资有限公司	境内非国有 法人	1.44%	6,481,504	0			
湖北雅兴包装 有限公司	境内非国有 法人	1.10%	4,948,000	0			
中国证券金融 股份有限公司	境内非国有 法人	0.83%	3,741,560	0			
洪文电	境内自然人	0.69%	3,100,000	0			
南方基金－农 业银行－南方 中证金融资产 管理计划	境内非国有 法人	0.63%	2,841,700	0			
博时基金－农 业银行－博时 中证金融资产 管理计划	境内非国有 法人	0.63%	2,841,700	0			
广发基金－农 业银行－广发 中证金融资产 管理计划	境内非国有 法人	0.63%	2,841,700	0			
易方达基金－ 农业银行－易 方达中证金融 资产管理计划	境内非国有 法人	0.63%	2,841,700	0			
黄新瑶	境内自然人	0.63%	2,820,398	0			
华夏基金－农 业银行－华夏 中证金融资产 管理计划	境内非国有 法人	0.63%	2,816,528	0			
嘉实基金－农 业银行－嘉实 中证金融资产 管理计划	境内非国有 法人	0.61%	2,734,200	0			
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

2018年，公司紧扣“扎根青海、拓展西北、布点全国”的营销战略，坚持“可持续稳增长的市场营销、以消费者为导向符合全球定位的产品研发、抓质量提增量的供应链条、强化公平公正弘扬新风正气的后台支持”四条工作主线，大力实施“企业文化工程、质量工程、产品工程、品牌工程、基础营销工程、‘上山下乡’工程、‘天酿’工程、原粮工程、互联网工程、打破部门墙工程”十大核心工程，一方面狠抓内部管理、规范企业生产运营，另一方面创新管理思路、提升企业核心竞争力。

2018年，公司实现营业收入134,860.75万元，较上年同期增长2.29%，利润总额16,260.24万元，实现归属于上市公司股东的净利润10,757.46万元，实现税金43,902.37万元。

(1) 青稞酒品类方面

1) 品牌传播

坚持以服务客户为中心，全方位“走出去”，细分客户类别、上门贴心服务，“一对一”实施好产品营销、市场拓展、售后服务等工作，推行客服标准化和精细化；坚持以质量诚信为根本，大范围“请进来”，通过全产业链体系透明化展示，弘扬青稞酒文化、创新工业游运营，接受消费者和投资者监督，强化品牌认知度和美誉度；坚持在青海省内构建多品牌“护城河”、在全国打造天佑德“独角兽”的品牌总战略。媒体传播以新媒体传播为重点，同时在电视、户外大牌等渠道合理规划投放；持续推进体育营销，借助环湖赛、中网公开赛等重量级体育赛事，打造天佑德品牌高端形象；加强“天佑德青稞酒”、“遇见青稞酒”等微信公众号引流，打通用户和销售之间的环节，不断提升用户活跃度；重点推进品鉴会升级，结合青稞、

青稞酒和青藏高原的特点，讲好青稞酒的故事，讲好天佑德的品牌故事；尝试用短视频、网络文学、OTT等新兴媒介进行多维度的宣传，强化高原生态、绿色健康、有机纯净的品牌内涵；深入挖掘高原农耕文化，加强“青稞酒文化节”、“中国农民丰收节”的活动传播，不断扩大青稞酒文化的影响力，不断提升天佑德产品的美誉度。

2) 产品开发

本年度，共推动了10余款新产品的开发与上市。其中，“零号酒样”的诞生，为公司高端产品品牌影响力提升、核心意见领袖培育等发挥着引领作用；同时，“53度世义德青稞散酒（封坛2007）”、“42度互助大曲（餐饮装）”等新产品在市场上广受消费者青睐；此外，定制产品也实现了零的突破，呈现了良好的发展势头，高原生态酒K系列产品，以及“婚宴、商务、生日、升学”等个性主题定制酒不断盘活公司产品形式，满足消费者多元化需求。

3) 市场拓展

紧扣“扎根青海、拓展西北、布点全国”的营销战略，以构建“新型厂商合作关系”的方针为指引，在省内实行多品牌、全价位段、全渠道、全区域产品覆盖，深耕青海大本营市场；在西北地区实行区隔化产品矩阵，聚焦资源深耕核心零售、餐饮终端及团购渠道，并将核心意见领袖的培育和运营作为主要工作方向，推动产品销售；放眼全国，聚焦天佑德核心品牌，选择能代表青藏文化、青稞文化的产品系列，积极调配资源，在团购为主的销售模式基础上，选取了部分核心市场进行全渠道运作推广；此外，为了降低青稞酒品类的初次尝试门槛，加速推进了小黑青稞酒全国化市场的招商布局，小瓶酒市场开拓初具规模、初显成效。

(2) 葡萄酒品类方面

2018年，公司对葡萄酒业务版块内部组织架构进行梳理优化，进一步聚焦内部资源深耕西北、深圳核心市场，在外围市场招商布局的同时重点打造样板市场。并持续开发和维护葡萄酒消费意见领袖，精准地开展消费者推广和品牌建设等工作。针对新商务消费及大众化消费趋势，实现了天熊、加州首映新产品的开发与上市，此外，Napa系列葡萄酒，多次在美国Wine Enthusiast、TEXSOM INTERNATIONAL WINE AWARDS等国际权威葡萄酒大赛中获得奖项。受中美贸易战的影响，公司及时对马克斯威品牌价格体系、产品结构进行了梳理，积极应对外部环境变化。

(3) 中酒网业务

2018年，加大与品牌厂家的直接合作力度，聚焦核心品牌，逐步淘汰低毛利产品，提高产品销售毛利，不断提升电商业务的运营水平。

陆续在青海、甘肃、山西、四川等地区实现中酒连锁门店签约；在青海市场通过拼团秒杀、订阅套餐、优惠券、礼品卡等方式加强新零售模式探索和运营。推动新零售模式不断创新，实现“线上+线下”更好融合。

中酒云图实现对营销业务从渠道到终端的数字化管控，中酒云码实现了防伪、溯源、营销三码合一，为酒企提供了消费者运营的数字化解决方案。

(4) 企业文化建设

2018年，是天佑德新文化元年，通过天佑德大学、早会平台、周清制度等多种形式，全面推进天佑德新文化建设，形成了以“健康持续、全球品牌”为企业愿景、目标、使命，以“敬天崇德、创造未来”为企业哲学，以“思想改制、心态归零”为企业原则，以“正确、到位、简单、快乐”为企业精神，“以人为本、以知为本、以能为本、以果为本”为企业核心价值观，“青稞信仰、青稞酒信仰，天佑德青稞酒信仰”为三大信仰的企业文化体系。

(5) 人力资源管理

秉承“从管理到服务，从分散到聚焦”的人力资源管理思路，以“健康持续”为人才管理和服务理念，以“聚焦优势资源、推动人力资源财富增值”为业绩目标，重点围绕人力资源的六大模块开展了相关工作。在组织与规划方面，公司完成了公司组织架构的系统梳理，围绕战略目标，进一步细化及明确了公司组织架构及部门职责。在招聘与人员配置方面，确定了定向招聘+内部竞聘+校园招聘三位一体的招聘体系，完成了公司34个职能部门，5个销售公司，4个销售大区的人员盘点工作，为后续人员配置及培训提升奠定了基础。在培训开发方面，建立健全了公司培训体系，修订完成公司各类培训管理办法和制度，规范了各项规培工作的流程及监督管理。在绩效管理方面，全面推进组织绩效及员工绩效工作，并尝试推行OKR+KPI的绩效考核方式，并全面开展了领导干部年度述职考评工作。在薪酬福利方面，完成公司薪酬体系改革工作，通过岗位价值评估、整理、岗位薪等薪级表制定，确定了员工管理、技术双通道薪酬晋升通道。在员工关怀方面，继续深入开展职工亲属工业游体验项目，建立了领导与员工的谈心谈话机制等。

(6) 信息系统建设

2018年是公司信息化建设的提升年，除了提升管理效率，更重要的可以将销量通过信息化建设转化为数据，不断积累数据之后再数据赋能销售，形成销量和数据的闭环与相互促进。

为了提高办公效率，加强物流管理，强化财务管理水平，提升质量管理，实施并上线了公司的OA协同办公系统和MIS信息管理系统，提高公司办公审批效率和日常管理的信息化水平；启动WMS物流仓储管理系统实施，完成库房周转、发货效率提升的目标梳理和系统蓝图规划；启动预算费控系统项目实施，完成预算费控系统的流程梳理、需求分析和整体业务蓝图解决方案制定，与中酒云图相结合，实现经销商费用的精细化管理；推进产品溯源体系建设，为产品质量追溯提供依据，完成产品溯源信息平台开发、中酒云码移动端产品溯源信息查询系统开发、生产线二维码产线关联改造优化，实现通过二维码扫码对ERP系统的生产数据、质量检测系统的质量检测指标数据的进行追溯查询，现在已完成系统测试。

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	1,250,623,852.84	872,841,722.90	69.79%	3.48%	4.06%	0.39%
其中：中高档青稞酒	1,023,805,371.65	747,109,507.67	72.97%	10.35%	9.56%	-0.53%
其中：普通青稞酒	226,491,463.99	125,645,352.44	55.47%	-18.92%	-19.74%	-0.58%
其中：热巴青稞酒	327,017.20	86,862.79	26.56%	-77.71%	-73.27%	4.41%

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

财政部于 2018 年 6 月 15 日发布了《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15 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 2018 年度及以后期间的财务报表。

本公司执行财会〔2018〕15 号的主要影响如下：

会计政策变更内容和原因	受影响的报表项目名称	本期受影响的报表项目金额	上期重述金额	上期列报的报表项目及金额
1. 应收票据和应收账款合并列示	应收票据及应收账款	44,942,175.20 元	—	应收票据：0.00 元 应收账款：15,980,489.54 元
2. 应收利息、应收股利并其他应收款项目列示	其他应收款	3,657,999.43 元	—	应收利息：0.00 元 应收股利：0.00 元 其他应收款：2,839,134.40 元
3. 应付票据和应付账款合并列示	应付票据及应付账款	214,242,461.63 元	—	应付票据：0.00 元 应付账款：203,049,230.88 元
4. 应付利息、应付股利计入其他应付款项目列示	其他应付款	31,231,033.20 元	—	应付利息：0.00 元 应付股利：0.00 元 其他应付款：29,622,345.39 元
5. 管理费用列报调整	管理费用	143,398,620.68 元	153,889,324.93 元	169,380,426.57 元

6.研发费用单独列示	研发费用	16,701,305.35元	15,491,101.64元	0.00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，公司注销中酒时代贸易（天津）有限公司。

(4) 对 2019 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用