

安徽口子酒业股份有限公司

(安徽省淮北市三堤口)



首次公开发行股票招股说明书

保荐人（主承销商）



北京市丰台区西四环南路 55 号 7 号楼 401

安徽口子酒业股份有限公司

首次公开发行股票招股说明书

发行股票类型:	人民币普通股
发行股数:	公司拟公开发行新股数量不超过 6,000 万股, 全部为新股。
每股面值:	人民币 1.00 元
每股发行价格:	人民币 16.00 元
预计发行日期:	2015 年 6 月 18 日
拟上市的证券交易所:	上海证券交易所
发行后总股本:	不超过 60,000 万股
本次发行前股东所持股份的流通限制及股东所持股份自愿锁定的承诺:	<p>公司实际控制人徐进、刘安省, 签署《一致行动协议》的张国强、孙朋东、徐钦祥、朱成寅、范博、周图亮、段炼、黄绍刚、赵杰、仲继华及董事束庆瑞承诺: “自公司股票上市之日起三十六个月内, 不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的公司股份, 也不由公司回购该部分股份。承诺期限届满后, 在符合相关法律法规和公司章程规定的条件下, 上述股份可以上市流通和转让”。</p> <p>公司其他自然人股东承诺: “自公司股票上市之日起十二个月内, 不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的公司股份, 也不由公司回购该部分股份。承诺期限届满后, 在符合相关法律法规和公司章程规定的条件下, 上述股份可以上市流通和转让”。</p> <p>2015 年 4 月受让天地龙实业股份的股东徐进、刘安省、安徽黄海商贸、黄绍刚、淮北顺达商贸、朱成寅、范博、孙朋东、徐钦祥、周图亮、段炼、冯本濂、陶品廉、莫长兴、赖怀伟、刘月英、赵杰、左配利、仲继华、黄海风、孙光、张孝峰、聂基辉、徐君、刘新春、张国强、张维军、朱永贵、梁长军、范胜利、束庆瑞承诺: “自公司股票上市之日起三十六个月内, 不转让或者委托他人管理本次发行前本人/本公司直接或间接持有的 2015 年 4 月自江苏天地龙实业有限公司受让的公司股份, 也不由公司回购该部分股份。承诺期限届满后, 在符合相关法律法规和公司章程规定的条件下, 上述股份可以上市流通和转让”。</p> <p>公司法人股东 GSCP Bouquet Holdings SRL、陕西天驹实业、安徽黄海商贸、淮北顺达商贸承诺: “自公司股票上市之日起十二个月内, 不转让或者委托他人管理本次发行前本公司直接或间接持有的口子酒业股份, 也不由口子酒业回购该部分股份。承诺期限届满后, 在符合相关法律法规和公司章程规定的条件下, 上述股份可以上市流通和转让”。</p> <p>同时, 作为本公司董事、监事和高级管理人员的股东徐进、</p>

	<p>刘安省、张国强、徐钦祥、范博、束庆瑞、孙朋东、吕家芳、朱成寅、周图亮、黄绍刚、段炼承诺：“前述锁定期满后，若仍然担任公司的董事、监事、高级管理人员，在任职期间每年转让的股份不超过所持有公司股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让本人所持有的公司股份”。</p> <p>公司实际控制人徐进、刘安省，签署《一致行动协议》的张国强、孙朋东、徐钦祥、朱成寅、范博、周图亮、段炼、黄绍刚、赵杰、仲继华及董事束庆瑞承诺：“本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券交易所的有关规定进行调整）。在公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券交易所的有关规定作复权处理，下同）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有口子酒业股票的上述锁定期自动延长 6 个月。上述股份锁定承诺不因本人职务变更、离职而终止。”</p>
保荐人（主承销商）：	华林证券有限责任公司
签署日期：	2015 年 6 月 17 日

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股说明书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

本公司提请投资者关注以下重大事项,并提请投资者仔细阅读本招股说明书“风险因素”等相关章节。

重大事项提示

一、发行前股东自愿锁定股份的承诺

公司本次发行前总股本为 54,000 万股,本次拟公开发行新股不超过 6,000 万股人民币普通股。本次发行完成后,公司总股本不超过 60,000 万股。

公司实际控制人徐进、刘安省,签署《一致行动协议》的张国强、孙朋东、徐钦祥、朱成寅、范博、周图亮、段炼、黄绍刚、赵杰、仲继华及董事束庆瑞承诺:“自公司股票上市之日起三十六个月内,不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的公司股份,也不由公司回购该部分股份。承诺期限届满后,在符合相关法律法规和公司章程规定的条件下,上述股份可以上市流通和转让”。

2015 年 4 月受让天地龙实业股份的股东徐进、刘安省、安徽黄海商贸、黄绍刚、淮北顺达商贸、朱成寅、范博、孙朋东、徐钦祥、周图亮、段炼、冯本濂、陶品廉、莫长兴、赖怀伟、刘月英、赵杰、左配利、仲继华、黄海风、孙光、张孝峰、聂基辉、徐君、刘新春、张国强、张维军、朱永贵、梁长军、范胜利、束庆瑞承诺:“自公司股票上市之日起三十六个月内,不转让或者委托他人管理本次发行前本人/本公司直接或间接持有的 2015 年 4 月自江苏天地龙实业有限公司受让的公司股份,也不由公司回购该部分股份。承诺期限届满后,在符合相关法律法规和公司章程规定的条件下,上述股份可以上市流通和转让”。

公司其他自然人股东承诺:“自公司股票上市之日起十二个月内,不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的公司股份,也不由公司回购该部分股份。承诺期限届满后,在符合相关法律法规和公司章程规定的条件下,上述股份可以上市流通和转让”。

公司法人股东 GSCP Bouquet Holdings SRL、陕西天驹实业、安徽黄海商贸、淮北顺达商贸承诺:“自公司股票上市之日起十二个月内,不转让或者委托他人管理本次发行前本公司直接或间接持有的口子酒业股份,也不由口子酒业回购该部分股份。承诺期限届满后,在符合相关法律法规和公司章程规定的条件下,上

述股份可以上市流通和转让”。

同时，作为本公司董事、监事和高级管理人员的股东徐进、刘安省、张国强、徐钦祥、范博、束庆瑞、吕家芳、孙朋东、朱成寅、周图亮、黄绍刚、段炼承诺：“前述锁定期满后，若仍然担任公司的董事、监事、高级管理人员，在任职期间每年转让的股份不超过所持有公司股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让本人所持有的公司股份”。

公司实际控制人徐进、刘安省，签署《一致行动协议》的张国强、孙朋东、徐钦祥、朱成寅、范博、周图亮、段炼、黄绍刚、赵杰、仲继华及董事束庆瑞承诺：“本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价（如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券交易所的有关规定进行调整）。在公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券交易所的有关规定作复权处理，下同）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有口子酒业股票的上述锁定期自动延长 6 个月。上述股份锁定承诺不因本人职务变更、离职而终止。”。

二、关于稳定股价的承诺

（一）控股股东、实际控制人的承诺

公司控股股东、实际控制人徐进、刘安省先生承诺，在公司上市后三年内，如出现公司股价低于每股净资产的情况，将以增持公司股份方式来稳定股价。具体内容如下：

“（一）启动股价稳定措施的前提条件

“如果公司在其 A 股股票正式挂牌上市之日后三年内，公司股价连续 20 个交易日的收盘价（如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券交易所的有关规定作复权处理，下同）均低于公司最近一期经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷期末公司股份总数，需扣除转增股本和分红的影响，下同）（以下简称“启动股价稳定措施的前提条件”），本人将依据法律法规、公司章程规定通过增持股份的方式实施股价稳定措施。

“(二) 稳定公司股价的具体措施

“在启动股价稳定措施的前提条件满足时，本人应在 5 个交易日内，提出增持公司股份的方案（包括拟增持公司股份的数量、价格区间、增持时间等），并通知公司，公司应按照规定披露本人增持公司股份的计划。在公司披露本人增持公司股份计划的 3 个交易日后，本人开始实施增持公司股份的计划。

“本人增持公司股份的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产的 110%。

“本人用于增持股份的资金金额不低于本人自公司上市后累计从公司所获得现金分红（税后）金额的 30% 及本人自公司上市后在担任董事、监事和高级管理人员期间累计从公司领取的税后薪酬累计额的 50% 之和。

“本人将在启动股价稳定措施的前提条件满足第二日起，30 个交易日内完成股份增持。但如果公司股价已经不满足启动股价稳定措施的条件，本人可不再实施增持公司股份。

“本人增持公司股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。本人增持公司股份应符合相关法律、法规及规范性文件的规定。

“在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未采取上述稳定股价的具体措施，本人承诺接受以下约束措施：

“（1）本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

“（2）本人将暂停领取应获得的公司现金分红，直至本人按本承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

“（3）本人将停止在公司领取薪酬，直至本人按本承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

“（4）本人将停止行使所持公司股份的投票权，直至本人按本承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

“（5）如果未履行上述承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

“（6）上述承诺为本人真实意思表示，自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺将依法承担相应责任。”

（二）公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员的承诺

公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员承诺，在公司上市后三年内，如出现公司股价低于每股净资产的情况，将以增持公司股份方式来稳定股价。具体内容如下：

“（一）启动股价稳定措施的前提条件

“如果公司在其 A 股股票正式挂牌上市之日后三年内，公司股价连续 20 个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券交易所的有关规定作复权处理，下同）均低于公司最近一期经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷期末公司股份总数，需扣除转增股本和分红的影响，下同）且控股股东已履行稳定股价措施（以下简称为“启动股价稳定措施的前提条件”），本人将依据法律法规、公司章程规定通过增持股份的方式实施股价稳定措施。

“（二）稳定公司股价的具体措施

“在启动股价稳定措施的前提条件满足时，本人应通过二级市场以竞价交易方式买入公司股票以稳定公司股价。

“本人购买公司股份的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产的 110%，本人用于购买股份的资金金额不低于本人自公司上市后累计从公司所获得现金分红（税后）金额的 20% 及本人自公司上市后在担任董事、监事和高级管理人员期间累计从公司领取的税后薪酬累计额的 50% 之和。

“本人将在启动股价稳定措施的前提条件满足第二日起，15 个交易日内完成股份增持。但如果公司股价已经不满足启动股价稳定措施的条件，本人可不再实施增持公司股份。

“本人买入公司股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。本人增持公司股份应符合相关法律、法规及规范性文件的规定。

“在公司上市后三年内不因本人职务变更、离职等原因而放弃履行该承诺。

“在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未采取上述稳定股价的具体措施，本人承诺接受以下约束措施：

“（1）本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

“(2) 本人将暂停取得应获得的公司现金分红，直至本人按本承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

“(3) 本人将停止在公司领取薪酬，直至本人按本承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

“(4) 本人将停止行使所持公司股份的投票权，直至本人按本承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

“(5) 如果未履行上述承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

“(6) 上述承诺为本人真实意思表示，自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺将依法承担相应责任。”

(三) 本公司的承诺

本公司承诺，在公司上市后三年内，如出现公司股价低于每股净资产的情况，将以回购公司股份方式来稳定股价。具体内容如下：

“(一) 启动股价稳定措施的前提条件

“如果公司在其 A 股股票正式挂牌上市之日后三年内，公司股价连续 20 个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券交易所的有关规定作复权处理，下同）均低于公司最近一期经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷期末公司股份总数，需扣除转增股本和分红的影响，下同）且公司实际控制人、董事、高级管理人员已履行稳定股价措施（以下简称为“启动股价稳定措施的前提条件”），公司将依据法律法规、公司章程规定制定并实施股价稳定措施。

“(二) 稳定公司股价的具体措施

“在启动股价稳定措施的前提条件满足时，公司应以集中竞价交易方式或证券监督管理部门认可的其他方式向社会公众股东回购公司股份（以下简称“回购股份”）。公司应在 10 日内召开董事会，讨论公司向社会公众股东回购公司股份的方案，并提交股东大会审议。在股东大会审议通过股份回购方案后，公司将根据相关的法律法规履行法定程序后实施回购股份。

“公司回购股份的资金为自有资金，回购股份的价格不超过最近一期经审计的每股净资产的 110%。

“公司用于回购股份的资金金额不高于回购股份事项发生时上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%。

“公司回购股份应在公司股东大会批准并履行相关法定手续后的 30 日内实施完毕。如果公司股价已经不能满足启动稳定公司股价措施的条件，公司可不再实施回购股份。

“回购股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。公司回购股份应符合相关法律、法规及规范性文件的规定。

“在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本公司未采取上述稳定股价的具体措施，本公司承诺接受以下约束措施：

“（1）公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

“（2）如果未履行上述承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失。

“（3）上述承诺为公司真实意思表示，自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺将依法承担相应责任。”

三、股东关于持股意向及减持意向的承诺

（一）控股股东、实际控制人的承诺

公司控股股东、实际控制人徐进、刘安省先生承诺：

“1、除本次发行涉及的公开发售股份之外，本人已经承诺所持口子酒业股份锁定 36 个月。本人计划，如果在锁定期满后两年内，本人拟减持股票的，减持价格（如果因上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作复权处理）不低于发行价。锁定期满后两年内，本人每年减持所持有的口子酒业公司股份数量合计不超过上一年度最后一个交易日登记在本人名下的股份总数的 10%。因口子酒业进行权益分派、减资缩股等导致本人所持公司股份变化的，相应年度可转让股份额度做相应变更；

“2、本人减持口子酒业股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

“3、本人减持口子酒业股份前，应提前三个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务；

“4、如果本人违反上述减持意向，则本人承诺接受以下约束措施：

“（1）本人将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明违反减持意向的具体原因并向口子酒业股东和社会公众投资者道歉；

“（2）本人持有的口子酒业股份自本人违反上述减持意向之日起 6 个月内不得减持；

“（3）本人因违反上述减持意向所获得的收益归口子酒业所有。”

（二）其他持股 5% 以上的主要股东的承诺

GSCP Bouquet Holdings SRL 承诺：

“1、除本次发行涉及的公开发售股份之外，本公司已经承诺所持口子酒业股份锁定 12 个月。本公司计划，在锁定期满后 12 个月内，本公司减持股份数量不超过口子酒业上市前本公司所持股份总数（股份总数不含公开发售的数量，以送股、转增或增发股份后的股本数量计算，下同）的 70%；在锁定期满后的 24 个月内，本公司减持股份数量不超过口子酒业上市前本公司所持股份总数的

100%;

“锁定期满后两年内拟减持股票的,减持价格(如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的,减持价格将进行相应调整)不低于减持时口子酒业最近一期经审计的每股净资产。

“2、本公司减持口子酒业股份应符合相关法律、法规、规章的规定,具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等;

“3、本公司减持口子酒业股份,应按照证券交易所的规则及时准确履行信息披露义务;本公司持有口子酒业股份低于5%以下时除外;

“4、如果本公司违反上述减持意向,则本公司承诺接受以下约束措施:

“(1)本公司持有的口子酒业股份自本公司违反上述减持意向之日起6个月内不得减持;

“(2)本公司因违反上述减持意向所获得的收益归口子酒业所有。”

(三) 签署《一致行动协议》股东(除控股股东、实际控制人外)的承诺

签署《一致行动协议》股东(除控股股东、实际控制人外)范博、张国强、徐钦祥、孙朋东、朱成寅、周图亮、黄绍刚、段炼、赵杰、仲继华先生(以下简称“其他一致行动人”)承诺:

“1、除本次发行涉及的公开发售股份之外,本人已经承诺所持口子酒业股份锁定36个月。本人计划,如果在锁定期满后两年内,本人拟减持股票的,减持价格(如果因上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的,则按照证券交易所的有关规定作复权处理)不低于发行价。锁定期满后两年内,本人每年减持所持有的口子酒业股份数量合计不超过上一年度最后一个交易日登记在本人名下的股份总数的20%。因口子酒业进行权益分派、减资缩股等导致本人所持公司股份变化的,相应年度可转让股份额度做相应变更;

“2、本人减持口子酒业股份应符合相关法律、法规、规章的规定,具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等;

“3、本人减持口子酒业股份前,应提前三个交易日予以公告,并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务;

“4、如果本人违反上述减持意向，则本人承诺接受以下约束措施：

“（1）本人将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明违反减持意向的具体原因并向口子酒业股东和社会公众投资者道歉；

“（2）本人持有的口子酒业股份自本人违反上述减持意向之日起6个月内不得减持；

“（3）本人因违反上述减持意向所获得的收益归口子酒业所有。”

四、关于承诺履行的约束措施

（一）公司控股股东、实际控制人及其他一致行动人、董事（不包括独立董事）、高级管理人员的承诺

公司控股股东、实际控制人及其他一致行动人、董事（不包括独立董事）、高级管理人员就所作公开承诺的履行提出了如下约束措施：

“除个别承诺中提到的约束措施外，还需遵守如下约束措施，

“（一）如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

“1、在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

“2、不得转让口子酒业股份。因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

“3、暂不领取口子酒业分配利润中归属于本人的部分；

“4、可以职务变更但不得主动要求离职；

“5、主动申请调减或停发薪酬或津贴；

“6、如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归口子酒业所有，并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给口子酒业指定账户；

“7、本人未履行相关承诺，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失。

“（二）如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

“1、在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原

因并向股东和社会公众投资者道歉；

“2、尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护口子酒业本公司投资者利益。”

（二）本公司的承诺

本公司就所作公开承诺的履行提出了如下约束措施：

“除个别承诺中提到的约束措施外，还需遵守如下约束措施，

“（一）如本公司非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

“1、在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

“2、不得进行公开再融资；

“3、对本公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴；

“4、不得批准未履行承诺的董事、监事、高级管理人员的主动离职申请，但可以进行职务变更；

“5、给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任。

“（二）如本公司因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

“1、在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

“2、尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护本公司投资者利益。”

五、关于招股说明书真实性的承诺

（一）本公司的承诺

“（一）公司首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

“（二）如公司招股说明书被证券监督管理部门认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将在证券监督管理部门作出上述认定时，按照届时公司股票二级市场的价格依法回购首次公开发行的全部新股。

“（三）如公司招股说明书被证券监督管理部门认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失：

“1、在证券监督管理部门认定公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后五个工作日内，公司应启动赔偿投资者损失的相关工作；

“2、投资者损失依据证券监督管理部门或司法机关认定的金额或者公司与投资者协商确定的金额确定。”

（二）控股股东、实际控制人的承诺

公司控股股东、实际控制人徐进、刘安省先生承诺：

“（一）公司首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

“（二）如公司招股说明书被证券监督管理部门认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将在证券监督管理部门作出上述认定时，按照届时公司股票二级市场的价格依法回购首次公开发行时本人公开发售的全部股份。

“（三）如公司招股说明书被证券监督管理部门认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。”

（三）公司董事、监事、高级管理人员的承诺

公司董事、监事、高级管理人员承诺：

“本人承诺安徽口子酒业股份有限公司首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如公司招股说明书被证券监督管理部门认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。”

（四）相关中介机构的承诺

华林证券有限责任公司（以下简称“华林证券”）承诺：“华林证券为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，对其真实性、准确性和完整性承担法律责任。因华林证券为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，华林证券将依法赔偿投资者损失，但是本公司能够证明自己没有过错的除外。赔偿范围包括投资者的投资差额损失和由此产生的佣金、印花税等交易费用。”

华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“华普天健”）承诺：“如华普天健在本次发行工作期间未勤勉尽责，导致华普天健所制作、出具的文件对重大事件作出违背事实真相的虚假记载、误导性陈述，或在披露信息时发生重大遗漏，并造成投资者直接经济损失的，在该等违法事实被认定后，华普天健将本着积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，自行并督促发行人及其他过错方一并对投资者直接遭受的、可测算的经济损失，选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式进行赔偿。华普天健保证遵守以上承诺，勤勉尽责地开展业务，维护投资者合法权益，并对此承担责任。”

北京市金杜律师事务所承诺：“如因本所为安徽口子酒业股份有限公司首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、损失计算标准、赔偿主体之间的责任划分和免责事由，按照《证券法》、《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2号）等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法

规执行。本所将严格履行生效司法文书确定的赔偿责任，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。”

六、本次发行后公司股利分配政策

根据公司章程（草案）的规定，公司发行上市后的股利分配政策主要如下：

（一）股利分配的原则

公司实施连续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。

（二）股利分配基本条款

公司可以采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。现金方式优先于股票方式。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，在满足现金分红条件时，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 15%，且不低于本次利润分配的 40%；如有重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%，且不低于本次利润分配的 20%。

公司实施现金分红时须同时满足下列条件：

- （1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；
- （2）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；
- （3）公司累计可供分配利润为正值。

本次发行后，公司股利分配其他基本条款和发行前一致，参见本招股说明书“第十三节 股利分配政策”之“一、公司最近三年的股利分配政策”。

（三）股利分配的程序

公司每年利润分配预案由公司管理层、董事会结合公司章程的规定、盈利情

况、资金需求和股东回报规划提出、拟定，经董事会审议通过后提交股东大会批准。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。董事会、独立董事和符合一定条件的股东可以向公司股东征集其在股东大会上的投票权。独立董事应对利润分配预案独立发表意见并公开披露。董事会在决策和形成利润分配预案时，要详细记录管理层建议、参会董事的发言要点、独立董事意见、董事会投票表决情况等内容，并形成书面记录作为公司档案妥善保存。

董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流（包括但不限于提供网络投票表决等），充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。分红预案应由出席股东大会的股东或股东代理人以过半数的表决权通过。

公司年度盈利，管理层、董事会未提出拟定现金分红预案的，管理层需就此向董事会提交详细的情况说明，包括未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途和预计收益情况，并由独立董事发表独立意见并在审议通过年度报告的董事会公告中详细公开披露；董事会审议通过后提交股东大会审议批准，并由董事会向股东大会做出情况说明。股东可以选择现场、网络或其他表决方式行使表决权。

在每年现金分红比例保持稳定的基础上，如公司发展较快，董事会认为公司的发展阶段达到成熟期的，则根据公司有无重大资金支出安排计划，由董事会按照公司章程规定的利润分配政策调整的程序提出提高现金分红在本次利润分配中的最低比例，经董事会审议后，提交公司股东大会批准。

监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督，并应对年度内盈利但未提出利润分配的预案，就相关政策、规划执行情况发表专项说明和意见。

公司应严格按照有关规定在年报、半年报中披露利润分配预案和现金分红政策执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求，分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用，中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东

的合法权益是否得到充分维护等。对现金分红政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。若公司年度盈利但未提出现金分红预案，应在年报中详细说明未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划。

（四）股利分配政策的调整

公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，确需调整利润分配政策和股东回报规划的，调整后的利润分配政策不得违反相关法律法规、规范性文件、公司章程的有关规定；有关调整利润分配政策的议案，由独立董事、监事会发表意见，经公司董事会审议后提交公司股东大会批准，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司同时应当提供网络投票方式以方便中小股东参与股东大会表决。董事会、独立董事和符合一定条件的股东可以向公司股东征集其在股东大会上的投票权。

（五）未来三年分红回报具体计划

未来三年，公司每年根据实际盈利水平、现金流量状况、未来发展资金需求情况等因素，制定相应的现金股利分配方案，在足额预留法定公积金、任意公积金以后，在无重大投资计划或重大现金支出事项发生的情况下，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 15%，且不低于本次利润分配的 40%；如有重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%，且不低于本次利润分配的 20%。在确保足额现金股利分配的前提下，考虑股东意愿和要求，公司可以另行增加股票股利分配和资本公积金转增。公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红预案，并交付股东大会表决。公司接受所有股东、独立董事、监事和公众投资者对公司分红的建议和监督。

七、发行前公司滚存未分配利润的安排

经公司 2012 年第二次临时股东大会审议通过，本次发行完成后，公司本次发行前的滚存利润由发行后的全体股东共同享有。

八、本公司特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险

（一）宏观环境风险

2012 年 12 月起，中央陆续实施了一系列控制“三公”消费的政策，对白酒市场需求和白酒生产企业产生了较大影响。主要依赖公务消费和高端商务消费的高端、超高端白酒销售下挫，带动整个白酒行业进入调整期，行业增长放缓，部分白酒企业经营出现不同程度下滑，2014 年，部分白酒行业上市公司出现业绩大幅下滑，甚至出现严重亏损。虽然公司的主导产品与行业内高端白酒还有一定差距，但是未来国家对“三公”消费的监管力度将进一步加大，禁酒令全面升级，不排除进一步限制高端白酒消费，整个行业将持续低迷，行业内企业越来越集中抢占中端产品市场，与公司主要产品的市场竞争更加激烈，未来行业经营形势更加严峻。如果公司不能有效应对新的宏观环境和竞争形势，将不能保持现有的销售规模或销售价格，导致公司出现业绩大幅下滑甚至亏损的情形。

（二）产业政策风险

公司属于白酒行业，根据国家发改委《产业结构调整指导目录（2011 年本）》，白酒生产线为“限制类”，对于此类项目，国家有关部门要根据产业结构优化升级的要求，遵循优胜劣汰的原则，实行分类指导。允许企业在一定期限内采取措施改造升级，金融机构按信贷原则继续给予支持。未来国家如果对白酒产业政策或外商投资政策进行重大调整，限制白酒行业生产和销售，进一步加强行业调控，将对公司生产经营情况产生不利影响。

（三）食品安全风险

公司作为食品生产企业，所生产的各类白酒主要供消费者直接饮用，因此产品的卫生状况和产品质量直接关系到广大消费者的身体健康。近年来，不断有媒体曝出关于食品安全的不良案例，提升了我国政府和社会公众对食品安全的关注意识。公司作为食品生产企业，上游原材料粮食和配料的采购环节，自身白酒的发酵、酿造、陈化老熟、勾调储存、产品包装等直接接触食品的生产环节，产品存放、成品运输等食品销售环节，均涉及到食品安全和食品卫生，使得公司将面临更严峻的食品安全管理形势。公司虽然制定了严格的食品安全制度，涵盖了原材料采购过程中的食品安全检测、生产过程中的食品卫生监督、储存过程中的食品卫生检查等环节，但是如果上述食品安全制度及措施不能满足国家法律法规的要求，或者出现执行环节的问题，将会带来食品安全的风险，会对公司的生产经营造成不利影响。若公司发生严重的食品安全事故，或者因其它白酒企业食品安全事件对全行业产生破坏性影响，无法挽回消费者对公司产品信心，则公司可能发生销售大幅下滑，导致公司业绩大幅下滑甚至直接转变为严重亏损状态。

（四）市场竞争风险

白酒市场为充分竞争市场，公司所处淮河流域周边及主要市场安徽省内的白酒生产企业众多，其中不乏知名企业，并且近年来贵州、四川、山西等其他地域的白酒厂家不断发展，公司所面临的市场竞争日趋激烈。2012年以来，随着国家严格管控“三公”消费，由政务需求、高端商务需求驱动的超高端、高端白酒销售下滑，知名酒企产品线下延。同时，随着居民收入持续增长，白酒消费结构变化，中端白酒市场日益广阔，中小酒企产品线上延，积极参与中端白酒市场。公司的主导产品面临更为激烈的竞争，若公司品牌影响力下降、营销不力、产品不能满足市场需求，或者公司为应对竞争加强品牌推广和市场宣传，加大促销力度，导致营销费用大幅上升，将对公司盈利能力产生影响。

（五）安全生产风险

公司主要从事白酒的生产销售。由于行业特点，白酒行业的主要原辅材料粮食、包装物、稻壳等，处于陈化老熟阶段的基酒、半成品酒、成品白酒等，均属于易燃品，若安全生产管理不善，易发生安全事故。虽然公司已经建立完善、有

效的安全生产、储存和消防管理制度，但若生产中发生操作不慎、存储防火管理不严等情况，将有可能造成火灾等安全事故，将给公司正常生产经营带来不利影响。如果发生重大安全事故，将会严重损害公司的存货、固定资产，威胁员工生命安全，从而严重影响公司经营，使得公司业绩大幅下滑，甚至使得经营业绩从盈利转变为亏损。

九、财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况

公司已在本招股说明书中披露财务报告审计截止日（2014年12月31日）后的主要财务信息及经营状况。公司2015年3月31日的资产负债表、2015年1-3月的利润表、现金流量表及财务报表附注未经审计，但已经华普天健审阅，并出具了《审阅报告》（会审字[2015]2356号）。关于公司2015年1-3月主要财务信息及经营状况详见本招股说明书“第十节 管理层讨论与分析”之“九、财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况”。

公司董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员已认真审阅了公司2015年1-3月财务报表，保证该等财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人已认真审阅了公司2015年1-3月财务报表，保证该等财务报表的真实、准确、完整。

财务报告审计截止日至本招股说明书签署日期间，公司采购模式、生产模式和销售模式、主要客户构成及销售价格、主要供应商构成及采购价格、主要税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面未发生重大变化。

目 录

重大事项提示.....	5
一、发行前股东自愿锁定股份的承诺.....	5
二、关于稳定股价的承诺.....	6
三、股东关于持股意向及减持意向的承诺.....	11
四、关于承诺履行的约束措施.....	13
五、关于招股说明书真实性的承诺.....	15
六、本次发行后公司股利分配政策.....	17
七、发行前公司滚存未分配利润的安排.....	20
八、本公司特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险.....	20
九、财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况.....	22
目 录.....	23
释 义.....	27
第一节 概览.....	30
一、发行人简介.....	30
二、控股股东及实际控制人简介.....	31
三、发行人的主要财务数据.....	32
四、本次发行情况.....	33
五、募集资金用途.....	34
第二节 本次发行概况.....	35
一、本次发行的基本情况.....	35
二、与发行有关的机构和人员.....	36
三、发行人与有关中介机构的股权关系和其他权益关系.....	39
四、发行上市重要日期.....	39
第三节 风险因素.....	40
一、宏观环境风险.....	40
二、产业政策风险.....	40
三、食品安全风险.....	41
四、市场竞争风险.....	41
五、安全生产风险.....	42
六、原材料价格波动风险.....	42
七、存货余额较高的风险.....	43
八、单一市场风险.....	43
九、假冒伪劣风险.....	43
十、税收政策变化风险.....	44
十一、募投项目风险.....	44
十二、环保风险.....	44
十三、管理风险.....	45
十四、品牌维护风险.....	45

十五、净资产收益率下降的风险.....	45
十六、实际控制人控制风险.....	45
十七、不可抗力风险.....	46
第四节 发行人基本情况.....	47
一、发行人基本资料.....	47
二、发行人改制重组情况.....	47
三、股本形成及变化情况.....	52
四、重大资产重组.....	90
五、历次股本变化的验资情况.....	94
六、发行人组织结构.....	95
七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况.....	99
八、股本.....	115
九、员工及其社会保障情况.....	119
十、公司主要股东以及董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况.....	121
第五节 业务与技术.....	129
一、公司主营业务、主要产品及设立以来的变化情况.....	129
二、公司所处行业的基本情况.....	130
三、公司在行业中的竞争地位.....	152
四、公司主营业务的具体情况.....	156
五、与业务相关的主要固定资产及无形资产.....	183
六、公司拥有的特许经营权及资质情况.....	218
七、公司的技术与研发情况.....	219
八、公司产品质量控制情况.....	223
第六节 同业竞争与关联交易.....	227
一、同业竞争.....	227
二、关联交易.....	228
第七节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员.....	239
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简历.....	239
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其亲属持有发行人股份的情况.....	246
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况.....	247
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况.....	247
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况.....	248
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的亲属关系.....	249
七、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的协议.....	249
八、董事、监事、高级管理人员任职资格说明.....	249
九、董事、监事、高级管理人员的变动情况.....	250
第八节 公司治理结构.....	251
一、股东大会、董事会、监事会依法规范运作的情况.....	251
二、公司近三年不存在违法违规行.....	269
三、内部控制制度完整性、合理性和有效性的自我评估意见.....	269

四、注册会计师关于发行人内部控制制度完整性、合理性及有效性的鉴证意见	270
五、公司对中小股东权益的保护	270
第九节 财务会计信息	272
一、注册会计师审计意见	272
二、财务报表	272
三、财务报表的编制基础和合并会计报表编制方法	285
四、主要会计政策和会计估计	287
五、税项	312
六、非经常性损益	313
七、主要资产	314
八、主要债项	315
九、所有者权益变动情况	318
十、现金流量情况	319
十一、会计报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项	320
十二、财务指标	321
十三、发行人设立时及报告期内资产评估情况	323
十四、验资情况	324
第十节 管理层讨论与分析	325
一、财务状况分析	325
二、盈利能力分析	356
三、现金流量分析	390
四、资本性支出分析	392
五、管理层对财务状况和经营成果的总结	393
六、重大担保、诉讼、其他或有事项或重大期后事项	393
七、财务状况和盈利能力的未来趋势分析	393
八、公司未来分红回报规划分析	394
九、财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况	395
第十一节 业务发展目标	399
一、总体发展战略	399
二、具体业务计划	399
三、实现目标所依据的假设条件	401
四、拟定上述计划所面临的主要困难	402
五、本次募集资金的运用对实现上述目标的作用	402
六、上述发展计划与现有业务的关系	403
第十二节 募集资金运用	405
一、本次募集资金投资项目概况	405
二、本次募集资金专户存储安排及管理制度	406
三、实际募集资金与项目投资所需资金不一致的安排	406
四、募集资金投资项目的具体情况	407
五、新增固定资产与产能变动的匹配关系	425
六、募集资金投资项目与主营业务的关系	426

七、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响	426
八、募集资金投资项目的实施进展情况	426
第十三节 股利分配政策	427
一、公司最近三年的股利分配政策	427
二、公司报告期内实际股利分配情况	427
三、本次发行前滚存利润的分配安排	428
四、本次发行后的股利分配政策	428
五、公司股东分红回报规划	431
第十四节 其他重要事项	433
一、信息披露及投资者关系管理的负责机构及人员	433
二、重大合同	433
三、对外担保的有关情况	436
四、重大诉讼或仲裁事项	436
五、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况	437
第十五节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	438
第十六节 备查文件	448
一、备查文件	448
二、查阅时间和地点	448

释 义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列简称具有如下特定意义：

一、常用词语

公司、本公司、发行人、 口子酒业	指	安徽口子酒业股份有限公司
原口子股份	指	2002年发起设立的安徽口子酒业股份有限公司
口子有限	指	安徽口子酒业有限责任公司
口子集团	指	安徽口子集团公司
天地龙实业	指	江苏天地龙实业有限公司
天地龙集团	指	江苏天地龙集团有限公司
天地龙彩印	指	宜兴市天地龙彩印有限公司
天地龙控股	指	天地龙控股集团有限公司
乾龙包装	指	淮北市乾龙包装制品有限公司
陕西天驹实业	指	陕西天驹实业股份有限公司
陕西天驹商贸	指	陕西天驹商贸有限公司
安徽黄海商贸	指	安徽省黄海商贸有限公司
合肥黄海商贸	指	合肥市肥东黄海商贸有限责任公司
淮北顺达商贸	指	淮北市顺达商贸有限公司
淮北顺达糖酒	指	淮北市顺达糖酒有限公司
高盛	指	美国高盛集团（The Goldman Sachs Group, Inc, NYSE:GS），一家国际知名的投资银行和证券公司
淮北中院	指	淮北市中级人民法院
淮北国资委	指	淮北市人民政府国有资产监督管理委员会
淮北经贸委	指	淮北市经济贸易委员会
关闭清算组	指	安徽口子集团公司关闭清算组
破产管理人	指	安徽口子集团公司破产管理人
淮信	指	安徽淮信会计师事务所
国信评估	指	安徽中联合国信资产评估有限责任公司或其前身安徽国信资产评估有限责任公司
毕马威华振	指	毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙），由原毕马威华振会计师事务所经相关部门批准转制而成
口子酒营销	指	安徽口子酒营销有限公司
金缘坊	指	淮北市金缘坊包装有限公司
上海口子	指	上海口子实业有限公司
北京口子	指	北京口子商贸有限责任公司
淮北口子	指	淮北市口子酒直销有限公司
口子投资	指	淮北口子投资有限责任公司

口子国际	指	淮北口子国际大酒店有限公司
绿野园林	指	淮北绿野园林工程有限公司
泉山物业	指	淮北泉山物业服务服务有限公司
世纪浪潮	指	安徽世纪浪潮药业科技有限公司
国家商务部	指	中华人民共和国商务部
国家发改委	指	中华人民共和国发展与改革委员会
安徽发改委	指	安徽省发展与改革委员会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
保荐机构、主承销商	指	华林证券有限责任公司
华普天健、安徽华普、会计师、会计师事务所	指	华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）或其前身华普天健会计师事务所（北京）有限公司、安徽华普会计师事务所
发行人律师	指	北京市金杜律师事务所
本次发行	指	公司本次发行不超过 6,000 万股普通股股票的行为
证券法	指	中华人民共和国证券法
公司法	指	中华人民共和国公司法
报告期、近三年	指	2012 年至 2014 年
元	指	人民币元

二、专业词语

酒醅	指	正在发酵或发酵成熟的酿酒原料
酒糟	指	酒醅经蒸馏蒸煮后的渣状残留物
窖池	指	固态发酵容器之一，以黄泥、石条、砖、水泥、木材等建成
窖泥	指	富含发酵微生物的泥巴
甑	指	用于蒸馏蒸煮的器皿，呈圆筒形，上口略大于下口，又称甑桶
大曲	指	白酒酿造中的糖化、发酵、生香剂，是形成白酒香型特征重要原料
中温曲	指	在制曲过程中，最高升温在 50—60° C 范围而制成的大曲
高温曲	指	在制曲过程中，最高升温在 60—65° C 范围而制成的大曲
菊花心曲	指	公司独特制曲工艺形成的曲块产品，因曲块的剖面上独有的“两圈一红点”的特征，如一朵盛开的菊花而得名
润料	指	在蒸料前对原料进行润水
高温堆积润料法	指	公司独特的润料工艺，即在醅池中的酒醅之外，另将一部分高粱用 80 度的热水浸泡膨胀，拌好并堆积起来，经堆积可以去除其中的杂味，并带出高粱独有的粮香味，同时通过堆积使其再产生更为特殊的香味，使酒中的香气成分更加丰富，形成了口子窖系列酒“兼香”的香型基础
发酵	指	通过曲的作用，将以葡萄糖为主的可发酵性糖类转化为以乙醇为主的风味物质的过程
蒸馏	指	发酵成熟的酒醅拌入原料后，通过蒸汽将其中的酒份馏出
掐头去尾、掐酒	指	在蒸馏、接酒时，截留酒头和酒尾，其余作为基酒
陈化老熟	指	新蒸出的基酒口感辛辣，在储酒容器中储存后，发生物理反应、化学反应，使酒体协调柔和
勾调	指	把不同香气和口味的酒（包括基酒、调味酒或食用酒精），按不同

		比例掺兑调配，使之符合同一标准，以保持成品酒的某种风格
基酒	指	用作勾调主要成份的半成品酒，又称原酒、基础酒
散酒	指	处于勾调过程中的半成品酒或已完成勾调、尚未包装的半成品酒
成品酒	指	感官、理化和卫生指标全部达到产品标准、经鉴定合格可以出厂销售的酒，又称商品酒
兼香型白酒	指	受自然环境、生产原料、酿造工艺等因素的影响，生产的至少兼有两种及以上香型的白酒

注：本招股说明书除特别说明外所有数值保留 2 位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第一节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者做出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人简介

1、**发行人名称：**安徽口子酒业股份有限公司

英文名称：Anhui Kouzi Distillery Co., Ltd.

2、**公司住所：**安徽省淮北市三堤口

3、**法定代表人：**徐进

4、**成立日期：**2002年12月26日

整体变更日期：2011年3月29日

5、**注册资本：**54,000万元

6、**经营范围：**生产、制造和销售白酒及玻璃制品。（以上涉及行政许可经营的凭许可证经营）

7、**设立情况：**根据2011年3月22日审议通过的安徽口子酒业股份有限公司创立大会决议，以发行人前身口子有限截至2010年10月31日经审计的净资产685,511,023.11元按1:0.7877的比例折成股本540,000,000股，整体变更设立股份有限公司，差额145,511,023.11元计入资本公积。

8、**经营情况：**公司自设立以来主要从事白酒的生产和销售。公司生产的口子系列白酒是目前国内兼香型白酒的代表品牌。公司生产和销售口子窖、老口子、口子坊、口子酒等系列品牌产品，以充分满足各类型客户的需要。

公司于2009年被中国标准化管理委员会批准为全国白酒标准化技术委员会兼香型白酒分技术委员会秘书处承担单位，公司董事长、总经理徐进先生任全国白酒标准化技术委员会兼香型白酒分技术委员会主任委员。

2002年，国家质量监督检验检疫总局批准对口子窖酒实施原产地域产品保护。2005年，国家工商行政管理总局商标局认定口子商标为驰名商标。2006年，口子商标被国家商务部认定为“中华老字号”。2011年，公司副总经理张国强当选为安徽省非物质文化遗产项目代表性传承人。

二、控股股东及实际控制人简介

公司控股股东、实际控制人为徐进和刘安省。本次发行前，徐进持有公司 109,568,568 股，占发行前总股本 20.29%；刘安省持有公司 79,873,450 股，占发行前总股本 14.79%。近三年来公司控股股东、实际控制人一直为徐进和刘安省，未发生过变更。

徐进 董事长、总经理

徐进先生 1997 年 9 月至 2002 年 12 月，历任口子集团副总经理、总经理；2003 年 1 月至 2011 年 3 月，历任原口子股份及口子有限董事长、总经理；2011 年 3 月至今，任口子酒业董事长、总经理。同时，徐进先生兼任口子酒营销董事，金缘坊监事，口子投资董事长，口子国际监事。

徐进先生是全国白酒标准化技术委员会兼香型白酒分技术委员会主任委员，安徽省企业联合会/安徽省企业家联合会第五届理事会副会长，第十二届全国人大代表。

刘安省 监事会主席

刘安省先生 1996 年 11 月至 2002 年 12 月，历任口子集团总经理、董事长；2003 年 1 月至 2011 年 3 月，历任原口子股份及口子有限监事会主席、党委书记；2011 年 3 月至今，任口子酒业监事会主席。同时，刘安省先生兼任口子投资监事会主席。

三、发行人的主要财务数据

(一) 合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
流动资产	220,973.68	231,164.55	202,333.99
非流动资产	145,188.80	128,592.03	106,073.75
资产总额	366,162.48	359,756.58	308,407.74
流动负债	126,278.60	157,286.66	137,654.52
非流动负债	12,000.00	6,000.00	6,000.00
负债总额	138,278.60	163,286.66	143,654.52
归属于母公司所有者权益	227,883.88	196,469.92	164,753.22
所有者权益	227,883.88	196,469.92	164,753.22

(二) 合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
营业收入	225,855.38	244,715.12	250,654.71
营业利润	55,952.29	55,109.10	61,057.92
利润总额	56,005.00	54,994.07	61,574.16
净利润	42,213.96	39,816.70	45,597.33
归属于母公司所有者的净利润	42,213.96	39,816.70	45,597.33
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	41,774.23	39,906.57	45,212.52

(三) 合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
经营活动产生的现金流量净额	10,491.38	27,766.73	42,290.09
投资活动产生的现金流量净额	-3,169.67	-15,299.43	-14,830.80
筹资活动产生的现金流量净额	-12,872.85	-14,292.19	3,568.50
现金及现金等价物净增加额	-5,551.14	-1,824.89	31,027.79

(四) 主要财务指标

项目	2014. 12. 31 或 2014 年	2013. 12. 31 或 2013 年	2012. 12. 31 或 2012 年
流动比率	1.75	1.47	1.47
速动比率	0.74	0.75	0.81
资产负债率（母公司）	49.66%	57.34%	62.31%
应收账款周转率（次）	121.85	81.15	78.92
存货周转率（次）	0.60	0.88	1.18
息税折旧摊销前利润（万元）	64,955.22	63,237.21	68,880.55
利息保障倍数（倍）	23.65	26.09	31.31
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.19	0.51	0.78
每股净现金流量（元/股）	-0.10	-0.03	0.57
无形资产（扣除土地使用权后） 占净资产的比例	-	-	-
归属于母公司普通股股东净资产收益率 （加权平均）（%）	20.07	22.21	31.62
基本每股收益（元/股）	0.78	0.74	0.84

四、本次发行情况

本次发行每股面值 1.00 元的人民币普通股（A 股）不超过 6,000 万股，全部为公开发行新股。定价方式为向网下投资者询价的方式确定股票发行价格，或通过公司与主承销商自主协商直接定价等其他合法可行的方式确定发行价格。

五、募集资金用途

本次募集资金按照轻重缓急拟投入以下项目：

序号	项目名称	核准号	投资额（万元）
1	优质白酒酿造技改项目	皖发改外资[2012]481号	27,624.96
2	优质白酒陈化老熟和存储项目	皖发改外资[2012]480号	28,157.67
3	包装生产线技改项目	皖发改外资[2012]483号	28,954.80
4	营销网络建设项目	皖发改外资[2012]482号	12,832.06
	募投项目投资总额合计		97,569.49
	其中：拟使用募集资金净额		89,140.00
	自筹资金		8,429.49
	合计		97,569.49

公司本次募集资金总额为 96,000 万元，扣除发行费用合计 6,860 万元后，用于募投项目的募集资金净额为 89,140 万元，不足部分由公司自筹解决。如本次发行上市募集资金到位时间与项目资金需求的时间要求不一致，公司可视实际情况用自筹资金对部分项目作先行投入，待募集资金到位后，以募集资金对前期投入部分进行置换。

第二节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

- 1、**股票种类**：人民币普通股（A股）
- 2、**每股面值**：1.00元
- 3、**发行股份数**：公司拟公开发行新股数量不超过6,000万股，全部为新股。
- 4、**每股发行价格**：16.00元
- 5、**发行市盈率**：22.98倍（每股收益按照公司2014年经会计师事务所审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
- 6、**发行前每股净资产**：4.22元（按照公司截至2014年12月31日经审计的归属于公司普通股股东的权益和发行前总股本计算）
发行后每股净资产：5.28元（按照公司实际募集资金额和发行后总股本全面摊薄计算）
- 7、**发行市净率**：3.03倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）
- 8、**发行方式**：采用网下向投资者配售与网上资金申购定价发行相结合。
- 9、**发行对象**：符合资格的询价对象和在上海证券交易所开户的境内自然人和法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）或中国证监会规定的其他对象。
- 10、**承销方式**：余额包销

11、发行费用概算：约 6,860 万元，主要包括：

项目	金额（万元）
承销费用	4,800
保荐费用	200
审计费用	960
律师费用	420
用于本次发行的信息披露费	360
发行手续费用	120
合计	6,860

二、与发行有关的机构和人员

（一）发行人

名称：安徽口子酒业股份有限公司

法定代表人：徐进

住所：安徽省淮北市三堤口

电话：0561-6898000

传真：0561-6897951

联系人：瞿惠华

（二）保荐人（主承销商）

名称：华林证券有限责任公司

法定代表人：陈永健

住所：北京市丰台区西四环南路 55 号 7 号楼 401

电话：010-88091786

传真：010-88091790

保荐代表人：魏勇、乔绪升

项目协办人：

其他项目人员：铁维铭、何保钦

（三）分销商

名称：东吴证券股份有限公司
法定代表人：范力
住所：苏州工业园区星阳街5号
电话：0512-62938578
传真：0512-62938556
联系人：孙闻渐

（四）律师事务所

名称：北京市金杜律师事务所
负责人：王玲
住所：北京市朝阳区东三环中路7号北京财富中心写字楼A座40层
电话：010-58785588
传真：010-58785566
经办律师：张明远、马天宁

（五）会计师事务所

名称：华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）
法定代表人：肖厚发
住所：北京市西城区阜成门外大街22号1幢外经贸大厦9层922-926室
电话：010-66001391
传真：010-66001392
经办注册会计师：占铁华、熊明峰、栾艳鹏

（六）资产评估机构

名称：安徽中联合国信资产评估有限责任公司

法定代表人：叶煜林

住所：合肥市高新区天达路 71 号华亿科学园 A2 座八层

电话：0551-2623369

传真：0551-5427638

经办注册资产评估师：杨明开、徐应琼

（七）股票登记机构

名称：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

地址：上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 36 楼

电话：021-58708888

传真：021-58899400

（八）收款银行

户名：华林证券有限责任公司

账号：41005200040004682

开户行：中国农业银行股份有限公司深圳城市绿洲支行

三、发行人与有关中介机构的股权关系和其他权益关系

公司与本次发行的中介机构之间不存在直接或间接的股权关系和其他权益关系，各中介机构负责人、高级管理人员及经办人员均未持有本公司股份，与本公司也不存在其他权益关系。

四、发行上市重要日期

询价推介时间	2015年6月12日至6月15日
定价公告刊登日期	2015年6月17日
网下申购、缴款日期	2015年6月17日至6月18日
网上申购、缴款日期	2015年6月18日
股票上市日期	发行结束后将尽快申请在上海证券交易所挂牌

第三节 风险因素

投资者在评价发行人此次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真地考虑本节所列的各项风险因素，下列风险因素根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，并不表示必然会依次发生。公司主要风险因素如下：

一、宏观环境风险

2012年12月起，中央陆续实施了一系列控制“三公”消费的政策，对白酒市场需求和白酒生产企业产生了较大影响。主要依赖公务消费和高端商务消费的高端、超高端白酒销售下挫，带动整个白酒行业进入调整期，行业增长放缓，部分白酒企业经营出现不同程度下滑，2014年，部分白酒行业上市公司出现业绩大幅下滑，甚至出现严重亏损。虽然公司的主导产品与行业内高端白酒还有一定差距，但是未来国家对“三公”消费的监管力度将进一步加大，禁酒令全面升级，不排除进一步限制高端白酒消费，整个行业将持续低迷，行业内企业越来越集中抢占中端产品市场，与公司主要产品的市场竞争更加激烈，未来行业经营形势更加严峻。如果公司不能有效应对新的宏观环境和竞争形势，将不能保持现有的销售规模或销售价格，导致公司出现业绩大幅下滑甚至亏损的情形。

二、产业政策风险

公司属于白酒行业，根据国家发改委《产业结构调整指导目录（2011年本）》，白酒生产线为“限制类”，对于此类项目，国家有关部门要根据产业结构优化升级的要求，遵循优胜劣汰的原则，实行分类指导。允许企业在一定期限内采取措施改造升级，金融机构按信贷原则继续给予支持。未来国家如果对白酒产业政策或外商投资政策进行重大调整，限制白酒行业生产和销售，进一步加强行业调控，将对公司生产经营情况产生不利影响。

三、食品安全风险

公司作为食品生产企业，所生产的各类白酒主要供消费者直接饮用，因此产品的卫生状况和产品质量直接关系到广大消费者的身体健康。近年来，不断有媒体曝出关于食品安全的不良案例，提升了我国政府和社会公众对食品安全的关注意识。公司作为食品生产企业，上游原材料粮食和配料的采购环节，自身白酒的发酵、酿造、陈化老熟、勾调储存、产品包装等直接接触食品的生产环节，产品存放、成品运输等食品销售环节，均涉及到食品安全和食品卫生，使得公司将面临更严峻的食品安全管理形势。公司虽然制定了严格的食品安全制度，涵盖了原材料采购过程中的食品安全检测、生产过程中的食品卫生监督、储存过程中的食品卫生检查等环节，但是如果上述食品安全制度及措施不能满足国家法律法规的要求，或者出现执行环节的问题，将会带来食品安全的风险，会对公司的生产经营造成不利影响。若公司发生严重的食品安全事故，或者因其它白酒企业食品安全事件对全行业产生破坏性影响，无法挽回消费者对公司产品的信心，则公司可能发生销售大幅下滑，导致公司业绩大幅下滑甚至直接转变为严重亏损状态。

四、市场竞争风险

白酒市场为充分竞争市场，公司所处淮河流域周边及主要市场安徽省内的白酒生产企业众多，其中不乏知名企业，并且近年来贵州、四川、山西等其他地域的白酒厂家不断发展，公司所面临的市场竞争日趋激烈。2012年以来，随着国家严格管控“三公”消费，由政务需求、高端商务需求驱动的超高端、高端白酒销售下滑，知名酒企产品线下延。同时，随着居民收入持续增长，白酒消费结构变化，中端白酒市场日益广阔，中小酒企产品线上延，积极参与中端白酒市场。公司的主导产品面临更为激烈的竞争，若公司品牌影响力下降、营销不力、产品不能满足市场需求，或者公司为应对竞争加强品牌推广和市场宣传，加大促销力度，导致营销费用大幅上升，将对公司盈利能力产生影响。

五、安全生产风险

公司主要从事白酒的生产销售。由于行业特点，白酒行业的主要原辅材料粮食、包装物、稻壳等，处于陈化老熟阶段的基酒、半成品酒、成品白酒等，均属于易燃品，若安全生产管理不善，易发生安全事故。虽然公司已经建立完善、有效的安全生产、储存和消防管理制度，但若生产中发生操作不慎、存储防火管理不严等情况，将有可能造成火灾等安全事故，将给公司正常生产经营带来不利影响。如果发生重大安全事故，将会严重损害公司的存货、固定资产，威胁员工生命安全，从而严重影响公司经营，使得公司业绩大幅下滑，甚至使得经营业绩从盈利转变为亏损。

六、原材料价格波动风险

公司生产所需的粮食原材料包括高粱、小麦、豌豆等。近年来，国家持续加大对农业产品的投入，不断提高主要农产品的政府收购价格，使得公司粮食原材料采购价格压力逐渐增大。此外，粮食生产受气候、降水等自然条件影响较大，如果收成欠佳，可能出现供应紧张的情况，导致原材料价格上涨。由于白酒生产从粮食发酵到成品销售，需要较长的时间，持续上涨的粮食价格，将会增加未来产品的成本。如果公司未来不能提升产品销售价格或改进生产工艺降低成本，以消化上述成本上涨的压力，则会对公司未来的盈利能力造成不利影响。

公司生产所需的包装原材料包括酒瓶、瓶盖、纸盒、纸箱等。白酒作为一种快速消费品，包装是产品档次、价值的重要表现形式，也有利于提升消费者的消费欲望和产品品牌形象。此外，随着公司销量的增长，上游包装物生产企业如果生产能力不足，可能无法满足公司个性化的产品需求。如果公司不能通过提升产品销售价格来消化包装原材料成本上涨的压力，或者不能及时找到替代的包装物供应商，则会直接影响到当期产品的成本，从而对公司当期的盈利能力造成不利影响。

七、存货余额较高的风险

截至报告期末，公司存货为 127,934.34 万元，占资产总额比例为 34.94%，存货占资产比例较大。公司存货较大系白酒行业属性所决定的。白酒在生产过程中，需要经过一段时间的贮藏和陈化老熟，才能提升产品品质，生产出优质白酒。公司作为历史悠久的白酒生产企业，存货中有较大数量的处于贮藏和陈化老熟阶段的原酒，是公司十分重要的资产，是实现公司可持续发展的关键组成部分，为公司未来推出新产品、挖掘新的业绩增长点，打下了坚实的基础。随着公司募投项目的全面投产，公司未来基酒储存规模将进一步扩大，存货可能进一步增加。但是，如果公司未能保持目前的销售增长势头，将会增加存货对资金的占用，降低资产周转效率，从而加大公司的资金压力，降低公司资产的流动性，进而影响到公司的盈利能力。如果公司产品价格发生大幅波动，也可能出现存货跌价的风险，从而对公司财务状况和经营成果产生不利影响。

八、单一市场风险

公司目前最大的销售市场为安徽市场，2012 年至 2014 年，公司在安徽市场销售收入分别占当期主营业务收入的 61.04%、63.36%和 71.94%。如果公司未来在安徽市场地位下降，同时不能有效拓展其他市场，将对公司盈利能力产生不利影响。

九、假冒伪劣风险

公司产品的市场知名度和美誉度较高，历史上少数不法之徒为了追求暴利，假冒公司产品生产销售。如未来此类活动加剧，或者因造假者的假冒伪劣行为对公司信誉形成重大不利影响，将会影响公司的正常生产经营。

十、税收政策变化风险

白酒生产和销售属于缴纳消费税的行业，2012年至2014年，公司消费税分别为33,835.67万元、32,122.86万元和29,220.86万元，消费税占公司营业收入的比例较高，分别为13.50%、13.13%和12.94%。公司报告期内严格按照国家现行规定足额计提和缴纳了消费税，但是，近年来国家对白酒行业实施了越来越严格的消费税征收政策，如果未来国家对消费税政策继续从严进行调整，将可能对公司经营成果产生不利影响。

十一、募投项目风险

本次募投项目投资总额9.76亿元，主要是通过技术改造，调整公司产品结构，增加优质原酒和中高档白酒的生产，同时完善公司营销网络建设，增强公司竞争能力。虽然公司已经对项目的技术可行性、市场需求等各方面进行了充分论证，但是，由于募投项目实施周期较长，可能因为项目实施进度、工程质量、实际投资与原投资计划不一致等原因对募投项目实施产生不利影响，或者因为市场需求、竞争格局、产业政策变化等原因对募投项目的预期收益产生不利影响。

十二、环保风险

公司属于白酒生产企业，采用粮食发酵的酿造工艺。公司本着发展生产与环境保护并重的原则，按照绿色环保要求对生产进行全过程控制，改进生产工艺和生产设备，最大限度的减少对环境的影响。尽管如此，如果公司对生产过程中产生的污染物处理不当，可能会对环境造成一定的影响。公司以及本次募集资金投资项目均已通过环保部门核查及环评，但是随着国家对环境保护的要求越来越严格，如果政府出台新的规定和政策，对企业的环保实行更为严格的标准和规范，公司有可能需要满足更高的环保要求，或者需要追加环保投入，从而导致生产经营成本提高，在一定程度上影响公司的收益水平。

十三、管理风险

报告期内，公司业务规模及资产规模保持了快速增长，在人力资源、生产经营、财务核算、资本运作、市场开拓等方面对公司提出了更高的要求。本次募集资金到位后，公司资产规模还将大幅增加。业务及资产规模的快速增长对公司的管理水平、决策能力和风险控制水平提出了更高的要求。如果公司不能根据上述变化进一步建立健全完善的管理制度，不能对业务及资产实施有效的管理，将给公司持续发展带来风险。

十四、品牌维护风险

公司主导产品为口子窖系列白酒，经过多年的培育和推广，口子窖品牌在消费者中具有较高的知名度和美誉度。若因为食品安全事故、品牌维护不力、消费者口味改变等原因，导致公司品牌在消费者中的认可度和信任度下降，将对公司销售产生不利影响。

十五、净资产收益率下降的风险

如果募集资金到位后，公司的净资产将会大幅增加。而募投项目建成并产生预期收益需要一定的时间，使得公司净资产收益率在短期内存在下降的风险。

十六、实际控制人控制风险

公司实际控制人为徐进和刘安省。本次发行前两人合计持有公司 18,944.20 万股，持股比例为 35.08%。本次发行完成后，两人所持有的公司股份比例将下降，公司存在实际控制人持股比例降低所引致的风险。

十七、不可抗力风险

公司是具有悠久历史的白酒生产企业，有着大量优质的基酒在存储和陈化老熟过程中，是公司持续稳定发展不可或缺的重要资产。此外，公司多年生产白酒所积累的窖池，富含白酒发酵所特有的丰富的微生物群，是生产优质白酒所必须的重要设施。如果发生地震、洪水等不可抗力事件，则会对公司的存货资产造成较大的损坏，同时还会破坏公司多年积累的发酵窖池资源，从而对公司未来的运营及资产状况造成不利影响。

第四节 发行人基本情况

一、发行人基本资料

- 1、中文名称：安徽口子酒业股份有限公司
英文名称：Anhui Kouzi Distillery Co., Ltd.
- 2、注册资本：54,000 万元
- 3、法定代表人：徐进
- 4、成立日期：2002 年 12 月 26 日
- 5、住所：安徽省淮北市三堤口
邮政编码：235034
- 6、电话：0561-6898000
传真：0561-6897951
- 7、互联网网址：www.kouzi.com
- 8、电子信箱：kz_zqb@126.com
- 9、经营范围：生产、制造和销售白酒及玻璃制品。（以上涉及行政许可经营的凭许可证经营）

二、发行人改制重组情况

（一）发行人设立方式

公司系由安徽口子酒业有限责任公司（以下简称“口子有限”）整体变更设立的股份有限公司。

经国家商务部于 2011 年 3 月 4 日下发的《商务部关于同意安徽口子酒业有限责任公司整体转制为外商投资股份有限公司的批复》（商资批[2011]209 号）和国家商务部于 2011 年 3 月 10 日换发的《外商投资企业批准证书》（商外资皖府资字[2008]0176 号）批准，口子有限整体变更设立为外商投资股份有限公司。

根据 2011 年 3 月 22 日审议通过的安徽口子酒业股份有限公司（以下简称“口子酒业”）创立大会决议，以发行人前身口子有限截至 2010 年 10 月 31 日经审计的净资产 685,511,023.11 元按 1:0.7877 的比例折成股本 540,000,000 股，整体

变更设立股份有限公司, 差额 145, 511, 023. 11 元计入资本公积。

公司于 2011 年 3 月 29 日在安徽省工商行政管理局办理完毕工商变更登记。

(二) 发起人

公司整体变更设立时, 发起人及公司股本结构情况如下:

序号	股东名称或姓名	持股数(股)	比例	出资形式
1	GSCP Bouquet Holdings SRL	136, 458, 000	25. 27%	净资产折股
2	徐 进	100, 885, 500	18. 68%	净资产折股
3	刘安省	72, 637, 560	13. 45%	净资产折股
4	江苏天地龙实业有限公司	40, 367, 114	7. 48%	净资产折股
5	陕西天驹实业股份有限公司	12, 107, 875	2. 24%	净资产折股
6	安徽省黄海商贸有限公司	12, 107, 875	2. 24%	净资产折股
7	淮北市顺达商贸有限公司	12, 107, 875	2. 24%	净资产折股
8	范 博	9, 807, 734	1. 82%	净资产折股
9	孙朋东	9, 252, 742	1. 71%	净资产折股
10	徐钦祥	9, 252, 742	1. 71%	净资产折股
11	朱成寅	9, 252, 742	1. 71%	净资产折股
12	周图亮	9, 252, 742	1. 71%	净资产折股
13	张国强	9, 252, 741	1. 71%	净资产折股
14	吕家芳	8, 817, 427	1. 63%	净资产折股
15	段 炼	8, 817, 425	1. 63%	净资产折股
16	黄绍刚	8, 817, 423	1. 63%	净资产折股
17	赵 杰	7, 032, 970	1. 30%	净资产折股
18	束庆瑞	5, 923, 085	1. 10%	净资产折股
19	仲继华	5, 923, 085	1. 10%	净资产折股
20	冯本濂	4, 377, 881	0. 81%	净资产折股
21	赖怀伟	4, 377, 881	0. 81%	净资产折股
22	刘月英	3, 949, 959	0. 73%	净资产折股
23	陶品廉	3, 949, 958	0. 73%	净资产折股
24	莫长兴	3, 699, 615	0. 69%	净资产折股
25	张维军	3, 699, 615	0. 69%	净资产折股
26	朱永贵	3, 699, 615	0. 69%	净资产折股
27	黄海风	3, 267, 996	0. 61%	净资产折股
28	孙 光	2, 466, 408	0. 46%	净资产折股
29	梁长军	2, 466, 408	0. 46%	净资产折股
30	张孝峰	2, 466, 408	0. 46%	净资产折股
31	左配利	2, 466, 408	0. 46%	净资产折股

序号	股东名称或姓名	持股数（股）	比例	出资形式
32	凌振武	2,466,408	0.46%	净资产折股
33	范胜利	2,158,111	0.40%	净资产折股
34	徐君	2,158,111	0.40%	净资产折股
35	聂基辉	2,158,111	0.40%	净资产折股
36	刘新春	2,096,450	0.39%	净资产折股
	合计	540,000,000	100.00%	

（三）在改制设立前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司由有限责任公司整体变更设立，持股比例在 5% 以上的主要发起人有：GSCP Bouquet Holdings SRL、徐进、刘安省、江苏天地龙实业有限公司（以下简称“天地龙实业”）。

公司改制设立前，GSCP Bouquet Holdings SRL 拥有的主要资产是其所持有口子有限的 25.27% 的股权；徐进拥有的主要资产是其所持有的口子有限 18.68% 的股权及口子投资 25% 的股权；刘安省拥有的主要资产是其所持有的口子有限 13.45% 的股权及口子投资 18% 的股权；天地龙实业拥有的主要资产是持有口子有限 7.48% 的股权及销售纺织品、纸制品、化工产品及原料、电子产品等各类商品所需经营性资产。

公司改制设立前，徐进担任口子有限董事长、总经理，全面主持公司的生产经营；刘安省担任口子有限监事会主席、党委书记；GSCP Bouquet Holdings SRL 实际从事的主要业务是进行企业股权投资；天地龙实业主要销售各类预包装食品、纺织品、纸制品、化工产品及原料、电子产品等各类商品。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司由口子有限整体变更设立，承继了口子有限整体资产和全部业务，拥有的主要资产是生产和销售白酒的经营性资产，实际从事的主要业务是生产和销售白酒。改制后本公司的主要资产和实际从事的主要业务未发生变化。

（五）在发行人成立之后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

徐进、刘安省、GSCP Bouquet Holdings SRL 和天地龙实业拥有的主要资产和实际从事的主要业务，在发行人成立前后没有发生变化。

（六）公司成立前后的业务流程

公司由口子有限整体变更设立，公司成立前后业务流程没有发生变化，有关公司业务流程的具体情况，详见本招股说明书“第五节 业务与技术”。

（七）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系

公司成立后，GSCP Bouquet Holdings SRL 除持有发行人股份及提名董事外，与发行人无其他关联关系；徐进担任公司董事长、总经理；刘安省担任公司监事会主席；公司向天地龙实业及其关联方销售白酒、采购包装材料，详见本招股说明书“第六节 同业竞争与关联交易”之“二、关联交易”。

（八）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

公司设立后，口子有限全部资产由公司承继，并已办理产权属的变更手续。

（九）发行人的独立运营情况

公司在资产、人员、财务、机构、业务等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业保持独立，具备完整的业务体系和独立面向市场自主经营的能力。

1、资产独立

公司由口子有限整体变更设立，口子有限的全部资产由公司承继，并办理了产权属的变更登记手续。公司拥有与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品生产、销售系统。公司资产独立完整，不存在实际控制人、控股股东及其控制的其他企业占用公司资产

的情况。

2、人员独立

公司的人事及工资管理完全独立，总经理、副总经理、总经理助理、董事会秘书、财务总监等高级管理人员均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任除董事、监事以外的职位，亦未在上述单位领取薪酬。公司财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。公司在员工管理、社会保障、工薪报酬等方面独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

3、财务独立

公司设有独立的财务会计部门，配备了专门的财务人员，建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度。公司拥有独立的银行账号，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。公司依法独立纳税，独立做出财务决策，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情形。

4、机构独立

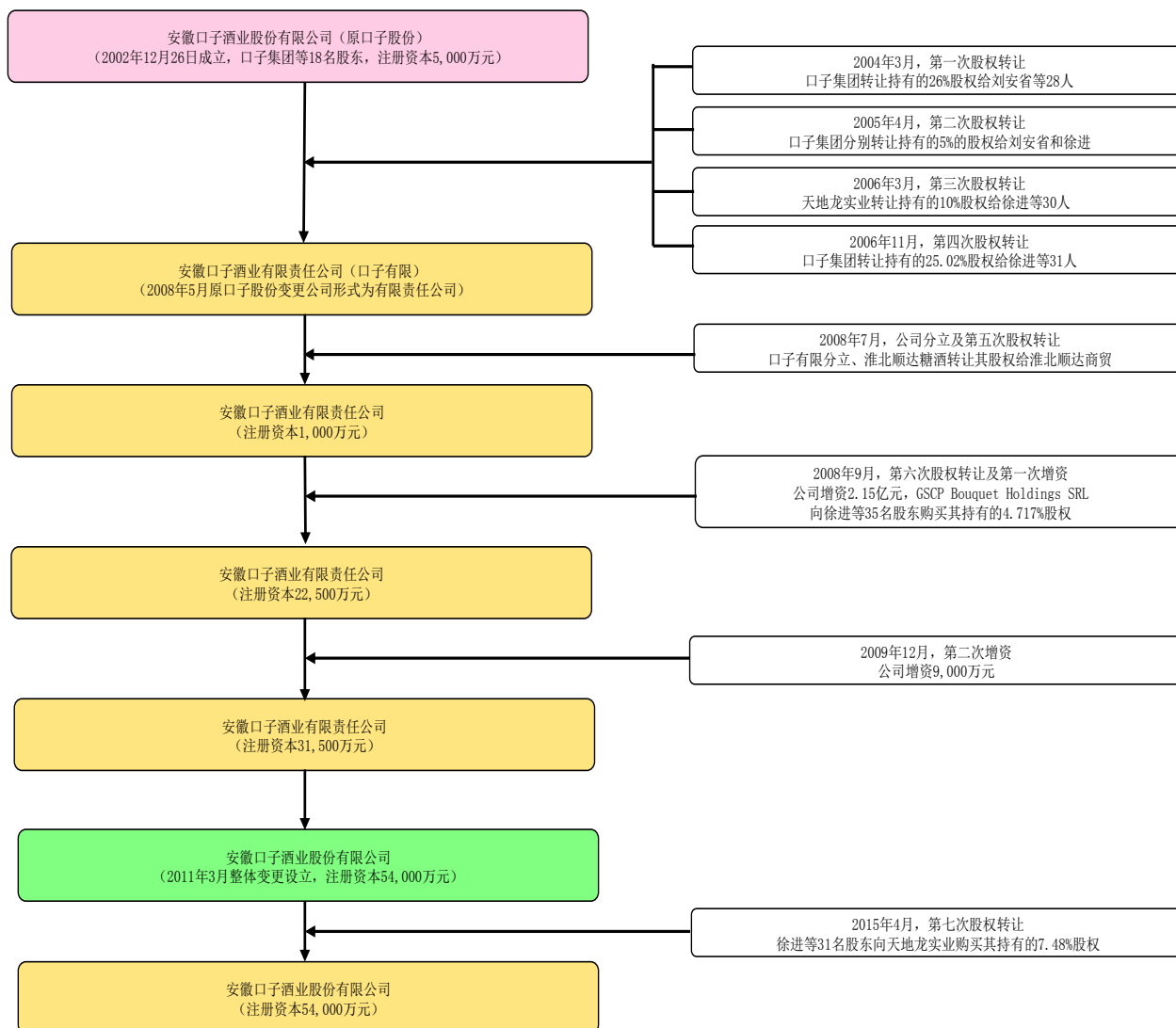
公司建立健全了法人治理结构，设有股东大会、董事会及专门委员会、监事会等组织机构，建立了适应自身发展需要的组织机构，形成了一个有机的整体，各职能部门在人员、办公场所和管理制度等各方面均独立运作，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业合署办公的情形。

5、业务独立

公司建立了符合现代企业制度要求的法人治理结构和内部组织结构，在生产经营及管理上独立运作。公司独立对外签订合同，开展业务，形成了独立的供应、生产、销售系统，具备面向市场独立自主经营的能力，不存在对控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的依赖。

三、股本形成及变化情况

公司成立以来历次股权变动情况如下：



（一）发行人股本形成与变化情况

2002年12月，安徽口子集团公司（以下简称“口子集团”）以其经营性净资产联合其他17位发起人发起设立原安徽口子酒业股份有限公司（以下简称“原口子股份”）；2008年5月，原口子股份变更为口子有限；2011年3月，口子有限整体变更设立口子酒业。公司历史沿革具体如下：

1、2002年12月，原安徽口子酒业股份有限公司设立

2002年8月2日，口子集团经理办公会议通过决议，决定将口子集团的部分生产经营性资产（包括部分负债）经评估后，联合其他发起人，以发起设立的方式组建原口子股份，制定了改制的基本框架方案，并取得了淮北市国有企业改革和发展领导小组的同意。

2002年11月10日，安徽国信资产评估有限责任公司（以下简称“国信评估”）对口子集团拟出资资产进行了评估，并出具了《资产评估报告书》（皖国信评报字[2002]第162号），本次评估基准日为2002年6月30日，口子集团拟出资资产调整后的净资产账面价值为3,184.89万元，评估价值为4,057.25万元，评估增值872.36万元，增值率为27.39%，评估增值的主要部分是房屋建筑物固定资产评估增值。本次评估的具体情况如下：

单位：万元

项目	账面价值	调整后账面值	评估价值	增值额	增值率
流动资产	17,717.45	17,717.45	17,717.45	-	-
固定资产	11,010.13	11,097.96	11,970.32	872.36	7.86%
资产总计	28,727.58	28,815.41	29,687.77	872.36	3.03%
负债总计	25,630.53	25,630.53	25,630.53	-	-
净资产	3,097.05	3,184.89	4,057.25	872.36	27.39%

2002年11月18日，口子集团等18名发起人股东共同签署了关于设立安徽口子酒业股份有限公司之发起人协议。

2002年11月28日，口子集团召开职工代表大会，通过了设立股份公司的决议。

2002年12月5日，安徽省财政厅出具了《关于核准安徽口子集团公司资产评估项目的批复》（财企[2002]1073号），对该评估项目予以确认。

2002年12月9日，安徽省财政厅出具了《关于安徽口子酒业股份有限公司国有股权管理有关问题的批复》（财企[2002]1096号），同意口子集团以其所属的一至四分厂经营性净资产作为主发起人出资，以拟出资资产评估净值4,057.25万元为基础，按75.2%折为3,050.90万股，股权设置为国有法人股，由口子集团持有，未折股的1,006.35万元计入原口子股份的资本公积，其他17位发起人以现金出资，按同比例折股，发起设立原口子股份。

2002年12月13日，安徽华普会计师事务所（以下简称“安徽华普”）出具了《验资报告》（华普验字[2002]0678号），对发起人出资情况进行了验证。

2002年12月14日，安徽省经济贸易委员会出具了《关于设立安徽口子酒业股份有限公司的批复》（皖经贸企改函[2002]915号），同意口子集团等发起设立原口子股份。同日，安徽省人民政府颁发了《安徽省股份有限公司批准证书》（皖政股[2002]第40号）。

2002年12月19日，口子集团等18名发起人股东召开创立大会，决定成立原口子股份。

原口子股份设立时，各发起人股东的出资情况如下：

序号	股东名称或姓名	出资额 (万元)	持股数 (股)	持股 比例	出资 形式	股权 性质
1	口子集团	4,057.24	30,509,000	61.02%	净资产	国有法人股
2	天地龙实业	1,330.00	10,001,600	20.00%	货币	社会法人股
3	刘安省	266.00	2,000,300	4.00%	货币	自然人股
4	徐进	199.50	1,500,200	3.00%	货币	自然人股
5	陕西天驹商贸有限公司	199.50	1,500,200	3.00%	货币	社会法人股
6	合肥市肥东黄海商贸有限责任公司	199.50	1,500,200	3.00%	货币	社会法人股
7	淮北市顺达糖酒有限公司	199.50	1,500,200	3.00%	货币	社会法人股
8	束庆瑞	18.00	135,300	0.27%	货币	自然人股
9	陶品廉	18.00	135,300	0.27%	货币	自然人股
10	张国强	18.00	135,300	0.27%	货币	自然人股
11	孙朋东	18.00	135,300	0.27%	货币	自然人股
12	刘月英	18.00	135,300	0.27%	货币	自然人股
13	徐钦祥	18.00	135,300	0.27%	货币	自然人股
14	范博	18.00	135,300	0.27%	货币	自然人股
15	仲继华	18.00	135,300	0.27%	货币	自然人股
16	赵杰	18.00	135,300	0.27%	货币	自然人股
17	朱成寅	18.00	135,300	0.27%	货币	自然人股
18	周图亮	18.00	135,300	0.27%	货币	自然人股
	合计	6,649.24	50,000,000	100.00%		

综上，原口子股份的设立得到了主管部门的批准，履行了有关法律程序，设立过程合法合规。

原口子股份设立时，各股东的出资资金来源如下：

序号	股东	出资金额	资金来源
1	口子集团	4,057.24 万元	评估后的生产经营性净资产
3	刘安省	266 万元	249 万元来源于淮北市人民政府的奖励款（《关于对刘安省、徐进进行奖励的决定》淮政（2002）79 号），17 万元来源于其工资年薪收入
2	徐进	199.5 万元	166 万元来源于淮北市人民政府的奖励款（《关于对刘安省、徐进进行奖励的决定》淮政（2002）79 号），33.5 万元来源于其工资年薪收入
4	天地龙实业等 4 名法人股东	天地龙实业 1,330 万元；其他股东各 199.5 万元	自有资金
5	除徐进、刘安省外的 13 名自然人股东	各 18 万元	工资年薪收入和/或个人借款

2、2004 年 3 月，第一次股权变更

中国工商银行淮北分行（以下简称“淮北工行”）于 1980 年以来多次向淮北市口子酒厂（口子集团前身）发放贷款，用于淮北市口子酒厂的生产经营活动。至原口子股份设立前，贷款余额为 7,270 万元。

2002 年 12 月，口子集团以经营性资产改制设立原口子股份时，经中国工商银行安徽省分行同意，上述 7,270 万元贷款中的 65%（即 4,725.5 万元）划入拟设立的原口子股份，剩余的 35%（即 2,544.5 万元）仍由口子集团承担。

上述贷款到期后，淮北工行与口子集团于 2003 年 5 月 29 日签订了《流动资金借款合同》（2003 年自营字第 0127 号），口子集团向淮北工行借款 2,544.5 万元。

综上，口子集团对淮北工行借款系历史上多年累积而成，该等债务真实存在。

口子集团设立原口子股份进行债务分割时，中国工商银行安徽省分行于 2002 年 11 月 13 日下发文件，要求淮北工行对口子集团相关债务落实担保责任，做好保全措施。2003 年 5 月，因口子集团仍未充分提供有效担保，且口子集团其他债权人也向口子集团提出还款要求，为确保贷款安全，淮北工行要求口子集团提前偿还债务。2003 年 11 月 19 日，淮北工行和口子集团签署了《协议书》，口子集团承诺于 2003 年 12 月 30 日前将欠淮北工行的贷款本息全部还清。该份

《协议书》于 2003 年 12 月 20 日在淮北市相山区公证处进行了具有强制执行效力的债权文书公证（[2003]皖淮相证字第 2047 号）。其后，因口子集团未能按期偿还上述贷款，淮北工行向淮北中院申请执行上述债权文书。

2003 年 11 月 14 日，根据淮北市人民政府第 12 次常务会议纪要，会议原则同意口子集团减持其持有原口子股份的股份，为了保持原口子股份发展，维护原口子股份稳定，口子集团减持的股份由原口子股份高管人员和市场一线有功人员购买。

2003 年 12 月 17 日，淮北市经贸委出具了《关于处置口子集团公司股权有关问题请示的批复》（淮经贸政[2003]199 号），同意口子集团减持原口子股份的股份，减持的股份由原口子股份主要负责同志购买 50%。

根据上述文件，口子集团减持其持有的原口子股份 26%的股份，徐进受让 7%，刘安省受让 6%，其余高管人员和骨干员工合计受让 13%，结合职务、持股意愿等不同情况，经过协商确定各自的受让比例。

2004 年 2 月 4 日，淮北中院下发《执行通知书》（(2004)淮执字第 010 号），责令口子集团给付淮北工行本息及其他费用；逾期不履行，法院则将依法强制执行。

2004 年 2 月 6 日，由于口子集团未按上述通知履行法律文书所确定的义务，淮北中院签发了《民事裁定书》（(2004)淮执申字第 010-1 号），扣押口子集团持有的原口子股份的股份凭证，或冻结口子集团持有的原口子股份的 26%的股份。同日，淮北中院向刘安省等人发出《通知》，载明在执行淮北工行申请执行口子集团借款合同纠纷一案过程中，已冻结（扣押）口子集团所持有的原口子股份 26%的股权，由于双方当事人同意通过变卖方式进行财产变现，且口子集团减持所持口子酒业股份事宜已经由淮北市经贸委批准，淮北中院决定对冻结（扣押）的口子集团持有的口子酒业股份依法进行评估和变卖。2004 年 2 月 6 日，淮北中院向刘安省等人发出购买上述冻结（扣押）股份的通知。

2004 年 2 月 10 日，淮北市价格认证中心受淮北中院执行局委托出具的《关于安徽口子集团公司持有的安徽口子酒业股份公司 26%股权的价格鉴定结论》（淮价证估字[2004]27 号），以 2004 年 2 月 10 日为价格鉴定基准日，确定口子集团所持有的原口子股份的 26%股权（即 1,300.00 万股）的鉴定值为 1,821.82

万元，即每股 1.4014 元。

2004 年 2 月 18 日，淮北中院发出《通知》（(2004)淮执申字第 010-20 号），请认购方按照认购的股权数额，以评估价将购买款汇入淮北中院指定的账户。刘安省等 28 名自然人按各自认购股权数额向法院支付相应购买价款，受让了上述司法处置的 26% 的股份。

2004 年 3 月 1 日，淮北中院签发《民事裁定书》（(2004)淮执申字第 010-3 号），由于口子集团所持有的原口子股份 26% 的股权已依法处置，得款用于清偿口子集团所欠的债务，解除对口子集团持有原口子股份的股份凭证的扣押或口子集团持有原口子股份 26% 股权的冻结。同日，淮北中院向安徽省工商局签发《协助执行通知》（(2004)淮执申字第 010-1 号），因冻结的口子集团持有的原口子股份 26% 的股权已依法处置完毕，要求安徽省工商局协助办理上述股份转让变更登记等手续。

淮北工行希望尽快变现冻结的股权以收回借款，若进行拍卖则相关程序复杂且耗时较长；同时，为维护原口子股份的股权稳定，淮北市经贸委已经批准口子集团向原口子股份的管理层主要成员减持其所持原口子股份的股份。在此背景下，双方当事人一致同意通过法院变卖的方式进行财产变现，因此当时未履行拍卖程序。根据《最高人民法院关于人民法院执行工作若干问题的规定（试行）》（法释[1998]15 号）的规定，当事人双方同意不需要拍卖的，人民法院可以交由有关单位变卖或自行组织变卖。因此，上述司法执行未履行拍卖程序。

2004 年 3 月 17 日，安徽省财政厅下发《关于对买受人所持的安徽口子酒业股份有限公司股权性质进行界定的批复》（财企[2004]143 号），将买受人刘安省等 28 个自然人在上述司法处置中所购买的 1,300 万股股份性质界定为个人股。本次股权变更后，口子集团持有原口子股份 1,750.9 万股国有法人股，占 35.02%。

原口子股份就本次股份转让于 2004 年 3 月办理了工商变更登记手续。

淮北市人民政府于 2014 年 12 月 30 日出具了《关于确认口子酒业股份有限公司设立及股权合法合规性的请示》（淮政（2014）68 号），确认本次股权变动合法合规，不存在国有资产流失的情形。安徽省人民政府于 2015 年 1 月 20 日出具了《关于安徽口子酒业股份有限公司设立及股权合法合规性等相关事项的批复》（皖政秘（2015）13 号），同意淮北市人民政府的上述意见。

综上，本次股权变动履行了必要的法律程序，合法合规，不存在国有资产流失的情形。

徐进购买 350 万股，共支付资金 490.5 万元，主要包括 42 万元的分红款、56.9 万元的年薪工资收入、260 万元的银行借款、130 万元的个人亲友借款等。刘安省购买 300 万股，共支付资金 420.42 万元，主要包括 56 万元的分红款、260 万元的银行借款、100 万元的亲属借款等。其余股东资金来源主要是工资、薪金等个人家庭收入和亲友借款。

本次股份转让的价款已支付完毕。

本次股权转让中，出让方为口子集团，出让价格 1.4014 元/股，各股东具体受让情况如下：

序号	受让方姓名	受让股数（股）	作价金额（万元）
1	徐进	3,500,000	490.49
2	刘安省	3,000,000	420.42
3	段炼	540,000	75.68
4	吕家芳	540,000	75.68
5	黄绍刚	540,000	75.68
6	范博	485,000	67.97
7	孙朋东	440,000	61.66
8	周图亮	440,000	61.66
9	朱成寅	440,000	61.66
10	张国强	440,000	61.66
11	徐钦祥	440,000	61.66
12	赵杰	260,000	36.44
13	冯本濂	180,000	25.23
14	莫长兴	180,000	25.23
15	张维军	180,000	25.23
16	赖怀伟	180,000	25.23
17	朱永贵	180,000	25.23
18	仲继华	170,000	23.82
19	束庆瑞	170,000	23.82
20	黄海风	145,000	20.32
21	孙光	75,000	10.51
22	梁长军	75,000	10.51
23	张孝峰	75,000	10.51
24	左配利	75,000	10.51
25	凌振武	75,000	10.51
26	陶品廉	65,000	9.11
27	刘月英	65,000	9.11
28	刘新春	45,000	6.31
	合计	13,000,000	1,821.85

本次转让后，原口子股份股东共计 33 名，股权结构如下：

序号	股东名称或姓名	持股数（股）	比例	股份性质
1	口子集团	17,509,000	35.02%	国有法人股
2	天地龙实业	10,001,600	20.00%	社会法人股
3	刘安省	5,000,300	10.00%	自然人股
4	徐进	5,000,200	10.00%	自然人股
5	陕西天驹商贸	1,500,200	3.00%	社会法人股
6	合肥黄海商贸	1,500,200	3.00%	社会法人股
7	淮北顺达糖酒	1,500,200	3.00%	社会法人股
8	范博	620,300	1.24%	自然人股
9	张国强	575,300	1.15%	自然人股
10	孙朋东	575,300	1.15%	自然人股
11	徐钦祥	575,300	1.15%	自然人股
12	周图亮	575,300	1.15%	自然人股
13	朱成寅	575,300	1.15%	自然人股
14	段炼	540,000	1.08%	自然人股
15	吕家芳	540,000	1.08%	自然人股
16	黄绍刚	540,000	1.08%	自然人股
17	赵杰	395,300	0.79%	自然人股
18	束庆瑞	305,300	0.61%	自然人股
19	仲继华	305,300	0.61%	自然人股
20	刘月英	200,300	0.40%	自然人股
21	陶品廉	200,300	0.40%	自然人股
22	冯本濂	180,000	0.36%	自然人股
23	莫长兴	180,000	0.36%	自然人股
24	张维军	180,000	0.36%	自然人股
25	赖怀伟	180,000	0.36%	自然人股
26	朱永贵	180,000	0.36%	自然人股
27	黄海风	145,000	0.29%	自然人股
28	孙光	75,000	0.15%	自然人股
29	梁长军	75,000	0.15%	自然人股
30	张孝峰	75,000	0.15%	自然人股
31	左配利	75,000	0.15%	自然人股
32	凌振武	75,000	0.15%	自然人股
33	刘新春	45,000	0.09%	自然人股
	合计	50,000,000	100.00%	

3、2005年4月，第二次股权转让

根据《中共安徽省委、安徽省人民政府关于认真贯彻党的十五届四中全会〈决定〉加快国有企业改革和发展的若干实施意见》（皖发[2000]5号），“经股东会批准，对规范改制企业的经营管理者可实行期股期权奖励”。

原口子股份设立时，根据淮北市国有企业改革和发展领导小组于2002年8月20日下发的《关于安徽口子集团公司改制框架方案的批复》（淮企改[2002]2号）以及于2003年2月17日下发的《关于对淮企改[2002]2号文的补充意见》，淮北市国有企业改革和发展领导小组决定给予刘安省、徐进各原口子股份5%的期股奖励，期股考核期限为三年，自2002年1月1日至2004年12月31日，在三年内原口子股份保证上缴税金、实现净利润、销售收入每年环比增长10%的前提下，才能实现期股的分红购买。

2005年4月22日，淮北市经济贸易委员会下发《关于刘安省、徐进同志期股考核兑现的批复》（淮经贸国资[2005]62号），同意刘安省、徐进购买原口子股份各5%的期股，其购买资金的来源主要是期股三年的分红，不足部分自筹资金；购买价格按照原口子股份设立时的净资产折算股价。

2005年4月23日，原口子股份召开股东大会，经审议后同意按淮经贸国资[2005]62号文件的精神，由刘安省、徐进各购买原口子股份5%的期股，并同意《关于修改安徽口子酒业股份有限公司章程的意见》。同日，刘安省和徐进分别与口子集团签署了股份转让协议，上述期股的转让价格为每股1.33元（即原口子股份设立时的每股净资产），转让价款分别为332.5万元。

原口子股份于2005年4月就本次期股转让办理了工商变更登记手续。

原口子股份在办理本次期股转让工商变更登记时，未就股份公司国有股权管理事宜上报安徽省国资委，经公司申请，淮北市人民政府于2014年12月30日出具了《关于确认口子酒业股份有限公司设立及股权合法合规性的请示》（淮政（2014）68号），安徽省人民政府于2015年1月20日出具了《关于安徽口子酒业股份有限公司设立及股权合法合规性等相关事项的批复》（皖政秘（2015）13号），对本次股份转让相关事项进行了确认。

本次股份转让的价款已支付完毕。

本次股权转让后，原口子股份的股权结构如下：

序号	股东名称或姓名	持股数（股）	比例	股份性质
1	口子集团	12,509,000	25.02%	国有法人股
2	天地龙实业	10,001,600	20.00%	社会法人股
3	刘安省	7,500,300	15.00%	自然人股
4	徐进	7,500,200	15.00%	自然人股
5	陕西天驹商贸	1,500,200	3.00%	社会法人股
6	合肥黄海商贸	1,500,200	3.00%	社会法人股
7	淮北顺达糖酒	1,500,200	3.00%	社会法人股
8	范博	620,300	1.24%	自然人股
9	张国强	575,300	1.15%	自然人股
10	孙朋东	575,300	1.15%	自然人股
11	徐钦祥	575,300	1.15%	自然人股
12	周图亮	575,300	1.15%	自然人股
13	朱成寅	575,300	1.15%	自然人股
14	段炼	540,000	1.08%	自然人股
15	吕家芳	540,000	1.08%	自然人股
16	黄绍刚	540,000	1.08%	自然人股
17	赵杰	395,300	0.79%	自然人股
18	束庆瑞	305,300	0.61%	自然人股
19	仲继华	305,300	0.61%	自然人股
20	刘月英	200,300	0.40%	自然人股
21	陶品廉	200,300	0.40%	自然人股
22	冯本濂	180,000	0.36%	自然人股
23	莫长兴	180,000	0.36%	自然人股
24	张维军	180,000	0.36%	自然人股
25	赖怀伟	180,000	0.36%	自然人股
26	朱永贵	180,000	0.36%	自然人股
27	黄海风	145,000	0.29%	自然人股
28	孙光	75,000	0.15%	自然人股
29	梁长军	75,000	0.15%	自然人股
30	张孝峰	75,000	0.15%	自然人股
31	左配利	75,000	0.15%	自然人股
32	凌振武	75,000	0.15%	自然人股
33	刘新春	45,000	0.09%	自然人股
	合计	50,000,000	100.00%	

4、2006年3月，第三次股权转让

2006年2月6日，原口子股份召开股东大会，审议同意天地龙实业减持10%的股权。同日，天地龙实业分别与徐进、束庆瑞、陶品廉、张国强、孙朋东、刘月英、徐钦祥、范博、仲继华、赵杰、朱成寅、周国亮、冯本濂、段炼、黄海风、吕家芳、莫长兴、张维军、黄绍刚、刘新春、孙光、梁长军、张孝峰、左配利、凌振武、赖怀伟、朱永贵、范胜利、徐君、聂基辉签订《股份转让协议》，将其持有的原口子股份10%的股权分别转让给上述30名自然人，转让股份数合计为500万股。2006年3月，原口子股份就本次股份转让办理了工商变更登记手续。

本次股份转让的原因为发行人骨干员工拟进一步增加持股比例，同时天地龙集团拟调整业务方向，回笼部分资金，经双方协商达成股权转让意向。

本次股份转让的价格为每股2.44元，以2005年底公司每股净资产为定价依据。本次转让价格与前次股权转让价格差异的原因系公司盈利，净资产增加所致。

本次股份转让的价款已支付完毕。

本次股权转让的具体情况如下：

序号	受让方姓名	受让股数（股）	作价金额（万元）
1	徐进	555,000	135.42
2	束庆瑞	175,000	42.70
3	张国强	175,000	42.70
4	孙朋东	175,000	42.70
5	徐钦祥	175,000	42.70
6	范博	175,000	42.70
7	仲继华	175,000	42.70
8	赵杰	175,000	42.70
9	朱成寅	175,000	42.70
10	周图亮	175,000	42.70
11	冯本濂	175,000	42.70
12	段炼	175,000	42.70
13	吕家芳	175,000	42.70
14	黄绍刚	175,000	42.70
15	赖怀伟	175,000	42.70
16	范胜利	175,000	42.70
17	徐君	175,000	42.70
18	聂基辉	175,000	42.70
19	刘新春	125,000	30.50

序号	受让方姓名	受让股数（股）	作价金额（万元）
20	孙光	125,000	30.50
21	梁长军	125,000	30.50
22	张孝峰	125,000	30.50
23	左配利	125,000	30.50
24	凌振武	125,000	30.50
25	陶品廉	120,000	29.28
26	刘月英	120,000	29.28
27	黄海风	120,000	29.28
28	莫长兴	120,000	29.28
29	张维军	120,000	29.28
30	朱永贵	120,000	29.28
	合计	5,000,000	1,220.00

注：股东莫长青更名为莫长兴；股东冯本连更名为冯本濂。

本次股权转让后，原口子股份的股权结构如下：

序号	股东名称或姓名	持股数（股）	比例	股份性质
1	口子集团	12,509,000	25.02%	国有法人股
2	徐进	8,055,200	16.11%	自然人股
3	刘安省	7,500,300	15.00%	自然人股
4	天地龙实业	5,001,600	10.00%	社会法人股
5	陕西天驹商贸	1,500,200	3.00%	社会法人股
6	合肥黄海商贸	1,500,200	3.00%	社会法人股
7	淮北顺达糖酒	1,500,200	3.00%	社会法人股
8	范博	795,300	1.59%	自然人股
9	张国强	750,300	1.50%	自然人股
10	孙朋东	750,300	1.50%	自然人股
11	徐钦祥	750,300	1.50%	自然人股
12	朱成寅	750,300	1.50%	自然人股
13	周图亮	750,300	1.50%	自然人股
14	段炼	715,000	1.43%	自然人股
15	吕家芳	715,000	1.43%	自然人股
16	黄绍刚	715,000	1.43%	自然人股
17	赵杰	570,300	1.14%	自然人股
18	束庆瑞	480,300	0.96%	自然人股
19	仲继华	480,300	0.96%	自然人股
20	冯本濂	355,000	0.71%	自然人股
21	赖怀伟	355,000	0.71%	自然人股
22	陶品廉	320,300	0.64%	自然人股

序号	股东名称或姓名	持股数(股)	比例	股份性质
23	刘月英	320,300	0.64%	自然人股
24	莫长兴	300,000	0.60%	自然人股
25	张维军	300,000	0.60%	自然人股
26	朱永贵	300,000	0.60%	自然人股
27	黄海凤	265,000	0.53%	自然人股
28	孙光	200,000	0.40%	自然人股
29	梁长军	200,000	0.40%	自然人股
30	张孝峰	200,000	0.40%	自然人股
31	左配利	200,000	0.40%	自然人股
32	凌振武	200,000	0.40%	自然人股
33	范胜利	175,000	0.35%	自然人股
34	徐君	175,000	0.35%	自然人股
35	聂基辉	175,000	0.35%	自然人股
36	刘新春	170,000	0.34%	自然人股
	合计	50,000,000	100.00%	

5、2006年11月，第四次股权转让

根据2006年5月23日子集团出具的《安徽口子集团公司改制方案》(皖口子政[2006]3号)，口子集团拟处置其持有的原口子股份25.02%的股份，经评估后按照评估价格，通过产权交易中心出售，股权出售所得收入用于口子集团职工身份置换。

2006年6月30日，淮北市国有企业改革和发展领导小组出具了《关于安徽口子集团公司改制方案的批复》(淮企改[2006]2号)，原则同意了口子集团的改制方案。

2006年7月3日，淮北国资委出具了《关于对安徽口子酒业股份有限公司进行整体资产评估的批复》(淮国资产权[2006]14号)，同意口子集团委托国信评估对原口子股份的全部资产进行评估，确定评估基准日为2006年6月30日。

2006年8月28日，国信评估出具了《安徽口子集团公司拟进行股权转让项目资产评估报告书》(皖国信评报字[2006]第153号)，截至2006年6月30日，口子集团25.02%的股份所对应的评估价值为4,295.51万元。

2006年9月26日，淮北市国资委对此次评估进行了备案登记(备案编号：06-14)。

2006年9月26日，淮北市人民政府召开专题会议，出具了《淮北市人民政

府专题会议纪要》(第 81 期), 同意口子集团将其持有的原口子股份 25.02% 的国有股权, 通过市产权交易中心协议转让给原口子股份原股东。

2006 年 10 月 10 日, 原口子股份召开股东大会, 审议通过口子集团将其持有原口子股份的全部股权转让给徐进、刘安省等 31 人, 按评估后每股净资产确定转让价格为 3.43 元/股。

2006 年 10 月 18 日, 按照改制方案确定的转让价格和各股东受让的股数, 口子集团分别与徐进、刘安省等 31 人签署了《产权转让合同》。在淮北市产权交易中心完成了口子集团所持有的原口子股份的股份转让。

2008 年 5 月 21 日, 安徽省国资委出具了《关于安徽口子酒业股份有限公司国有股权转让情况的说明》, 原则同意本次股份转让。

口子集团本次通过协议转让的方式将所持有的原口子股份 25.02% 的股份转让给刘安省、徐进等原口子股份股东, 并未事先取得省级以上国有资产监督管理机构的批准。经公司申请, 淮北市人民政府于 2014 年 12 月 30 日出具了《关于确认口子酒业股份有限公司设立及股权合法合规性的请示》(淮政(2014)68 号), 安徽省人民政府于 2015 年 1 月 20 日出具了《关于安徽口子酒业股份有限公司设立及股权合法合规性等相关事项的批复》(皖政秘(2015)13 号), 对本次股份转让相关事项进行了确认。

本次股份转让的价格为每股 3.43 元, 系按照《安徽口子集团公司拟进行股权转让项目资产评估报告书》(皖国信评报字[2006]第 153 号)所载的评估值确定。本次转让价格与前次股权转让价格差异的原因系公司盈利, 净资产增加所致。

本次股份转让的价款已支付完毕。

本次转让具体情况如下:

序号	受让方姓名	受让股数(股)	作价金额(万元)
1	徐进	4,444,800	1,526.31
2	刘安省	1,499,700	514.99
3	范博	419,906	144.19
4	张国强	396,141	136.03
5	孙朋东	396,141	136.03
6	徐钦祥	396,141	136.03
7	朱成寅	396,141	136.03
8	周图亮	396,141	136.03
9	段炼	377,504	129.63

序号	受让方姓名	受让股数（股）	作价金额（万元）
10	吕家芳	377,504	129.63
11	黄绍刚	377,504	129.63
12	赵杰	301,105	103.40
13	束庆瑞	253,587	87.08
14	仲继华	253,587	87.08
15	冯本濂	187,432	64.36
16	赖怀伟	187,432	64.36
17	陶品廉	169,111	58.07
18	刘月英	169,111	58.07
19	莫长兴	158,393	54.39
20	张维军	158,393	54.39
21	朱永贵	158,393	54.39
22	黄海风	139,914	48.05
23	孙光	105,595	36.26
24	梁长军	105,595	36.26
25	张孝峰	105,595	36.26
26	左配利	105,595	36.26
27	凌振武	105,595	36.26
28	刘新春	89,756	30.82
29	范胜利	92,396	31.73
30	徐君	92,396	31.73
31	聂基辉	92,396	31.73
	合计	12,509,000	4,295.51

本次股权转让完成后，原口子股份股权情况如下：

序号	股东姓名或名称	持股数（股）	比例	股份性质
1	徐进	12,500,000	25.00%	自然人股
2	刘安省	9,000,000	18.00%	自然人股
3	天地龙实业	5,001,600	10.00%	社会法人股
4	陕西天驹商贸	1,500,200	3.00%	社会法人股
5	合肥黄海商贸	1,500,200	3.00%	社会法人股
6	淮北顺达糖酒	1,500,200	3.00%	社会法人股
7	范博	1,215,206	2.43%	自然人股
8	张国强	1,146,441	2.29%	自然人股
9	孙朋东	1,146,441	2.29%	自然人股
10	徐钦祥	1,146,441	2.29%	自然人股
11	朱成寅	1,146,441	2.29%	自然人股
12	周图亮	1,146,441	2.29%	自然人股

序号	股东姓名或名称	持股数(股)	比例	股份性质
13	段 炼	1,092,504	2.19%	自然人股
14	吕家芳	1,092,504	2.19%	自然人股
15	黄绍刚	1,092,504	2.19%	自然人股
16	赵 杰	871,405	1.74%	自然人股
17	束庆瑞	733,887	1.47%	自然人股
18	仲继华	733,887	1.47%	自然人股
19	冯本濂	542,432	1.08%	自然人股
20	赖怀伟	542,432	1.08%	自然人股
21	陶品廉	489,411	0.98%	自然人股
22	刘月英	489,411	0.98%	自然人股
23	莫长兴	458,393	0.92%	自然人股
24	张维军	458,393	0.92%	自然人股
25	朱永贵	458,393	0.92%	自然人股
26	黄海风	404,914	0.81%	自然人股
27	孙 光	305,595	0.61%	自然人股
28	梁长军	305,595	0.61%	自然人股
29	张孝峰	305,595	0.61%	自然人股
30	左配利	305,595	0.61%	自然人股
31	凌振武	305,595	0.61%	自然人股
32	范胜利	267,396	0.53%	自然人股
33	徐 君	267,396	0.53%	自然人股
34	聂基辉	267,396	0.53%	自然人股
35	刘新春	259,756	0.52%	自然人股
	合计	50,000,000	100.00%	

6、2008年5月，原口子股份的公司形式变更为有限责任公司

2008年上半年，原口子股份与 GSCP Bouquet Holdings SRL 就合资事宜达成意向。为加快推动合资事宜，原口子股份决定将公司类型由股份有限公司变更为有限责任公司。

2008年4月1日，原口子股份召开股东大会，决议将公司组织形式变更为有限责任公司，公司名称变更为安徽口子酒业有限责任公司。公司股东及出资金额、出资比例不发生变化；原口子股份的全部资产债务由变更后的口子有限承继；本次公司类型变更时未进行任何调账行为。

2008年5月16日，口子有限完成工商变更。

7、2008年7月，口子有限分立及第五次股权转让

2008年2月28日,淮北顺达糖酒与淮北市顺达商贸有限公司(以下简称“淮北顺达商贸”)签订了《股权转让协议》,协议由淮北顺达糖酒将其持有原口子股份的3%的股权共计150.02万股转让给淮北顺达商贸,转让价格以原口子股份2007年末每股净资产为基础。

本次股权转让履行了完备的法律程序。

淮北顺达糖酒和淮北顺达商贸系同一实际控制人姚勇控制的企业。本次股份转让的原因是淮北顺达糖酒主要经营糖酒业务,淮北顺达商贸为综合性商贸公司,两公司都从事贸易流通,姚勇对其控制的各公司进行业务整合,将淮北顺达糖酒的主要业务整合至淮北顺达商贸,淮北顺达糖酒于2010年清算注销。

本次股份转让未实际支付价款。

2008年4月20日,原口子股份召开股东大会,决议引进高盛作为投资者,审议通过了引进高盛的方案;审议通过了公司分立的议案,将与白酒生产和销售有关的资产保留在口子有限责任公司,将与白酒生产和销售无关的资产剥离,注入新设的口子投资及口子国际;审议通过了存续的口子有限注册资本变更为1,000.00万元,新设的口子投资注册资本为4,000.00万元的议案。

2008年7月8日,口子有限召开股东会,决议注册资本减少为1,000.00万元;关于口子有限分立的具体情况,详见本节“四、重大资产重组”。

由于股东合肥黄海商贸名称变更为安徽省黄海商贸有限公司(以下简称“安徽黄海商贸”)、股东陕西天驹商贸名称变为陕西天驹实业股份有限公司(以下简称“陕西天驹实业”),该次股东会同意股东合肥黄海商贸变更为安徽黄海商贸,同意股东陕西天驹商贸变更为陕西天驹实业;同意股东淮北顺达糖酒与淮北顺达商贸之间的股权转让。

2008年7月8日,安徽淮信会计师事务所(以下简称“淮信”)对口子有限截至2008年3月31日减少注册资本及实收资本进行验证,并出具了《验资报告》(皖淮信会验字(2008)第251号)。

本次股权转让及减资后,口子有限的股权结构如下:

序号	股东名称或姓名	注册资本(元)	比例	股份性质
1	徐进	2,500,000.00	25.00%	自然人股
2	刘安省	1,800,000.00	18.00%	自然人股
3	天地龙实业	1,000,320.00	10.00%	社会法人股

序号	股东名称或姓名	注册资本（元）	比例	股份性质
4	陕西天驹实业	300,040.00	3.00%	社会法人股
5	安徽黄海商贸	300,040.00	3.00%	社会法人股
6	淮北顺达商贸	300,040.00	3.00%	社会法人股
7	范博	243,041.20	2.43%	自然人股
8	张国强	229,288.20	2.29%	自然人股
9	孙朋东	229,288.20	2.29%	自然人股
10	徐钦祥	229,288.20	2.29%	自然人股
11	朱成寅	229,288.20	2.29%	自然人股
12	周图亮	229,288.20	2.29%	自然人股
13	段炼	218,500.80	2.19%	自然人股
14	吕家芳	218,500.80	2.19%	自然人股
15	黄绍刚	218,500.80	2.19%	自然人股
16	赵杰	174,281.00	1.74%	自然人股
17	束庆瑞	146,777.40	1.47%	自然人股
18	仲继华	146,777.40	1.47%	自然人股
19	冯本濂	108,486.40	1.08%	自然人股
20	赖怀伟	108,486.40	1.08%	自然人股
21	陶品廉	97,882.20	0.98%	自然人股
22	刘月英	97,882.20	0.98%	自然人股
23	莫长兴	91,678.60	0.92%	自然人股
24	张维军	91,678.60	0.92%	自然人股
25	朱永贵	91,678.60	0.92%	自然人股
26	黄海风	80,982.80	0.81%	自然人股
27	孙光	61,119.00	0.61%	自然人股
28	梁长军	61,119.00	0.61%	自然人股
29	张孝峰	61,119.00	0.61%	自然人股
30	左配利	61,119.00	0.61%	自然人股
31	凌振武	61,119.00	0.61%	自然人股
32	范胜利	53,479.20	0.53%	自然人股
33	徐君	53,479.20	0.53%	自然人股
34	聂基辉	53,479.20	0.53%	自然人股
35	刘新春	51,951.20	0.52%	自然人股
	合计	10,000,000.00	100.00%	

8、2008年9月，第六次股权转让及注册资本增加到2.25亿元

2008年5月18日，徐进等35名股东与GSCP Bouquet Holdings SRL签署了《合资经营合同》、《股权购买及增资协议》、《股东贷款协议》，主要内容包括：

(1) GSCP Bouquet Holdings SRL 对口子有限增资 21,500.00 万元，使口子有

限注册资本增加至 22,500.00 万元；(2) GSCP Bouquet Holdings SRL 以 5,000.00 万元购买徐进等 35 名股东所持口子有限 4.717% 的股权；(3) 在上述增资及股权转让完成后，GSCP Bouquet Holdings SRL 将持有口子有限 25% 的股权，徐进等 35 名股东将持有口子有限 75% 的股权；(4) 在上述增资及股权转让完成后，GSCP Bouquet Holdings SRL 将向口子有限提供 9,000.00 万元的股东贷款，如果口子有限 2008 年经审计的税前利润符合约定的条件，则该项股东贷款将全额转增为口子有限资本。

2008 年 5 月 18 日，口子有限与 GSCP Bouquet Holdings SRL 签署了《股东贷款协议》。根据《股权购买及增资协议》及《股东贷款协议》，GSCP Bouquet Holdings SRL 预付 9,000.00 万元的投资款以额外获取公司 0.27% 的权益，如满足对于 2008 年利润总额要求，该投资款应于 2009 年转为对口子有限的进一步增资。

2008 年 7 月 28 日，安徽省发改委出具了《关于美国高盛 GSCP Bouquet Holdings SRL 购买安徽口子酒业有限责任公司股权并建设优质大曲酒项目的核准批复》（发改外资[2008]690 号），批准 GSCP Bouquet Holdings SRL 出资 26,500.00 万元购买口子有限 25% 的股权（包括中方现有股东转让部分）。

2008 年 7 月 31 日，安徽省商务厅出具了《关于同意外资并购安徽口子酒业有限责任公司及增资的批复》（皖商资执字[2008]503 号），同意 GSCP Bouquet Holdings SRL 以等值 5,000.00 万元人民币的现汇收购口子有限原股东 4.717% 的股权；同意 GSCP Bouquet Holdings SRL 以等值 21,500.00 万元人民币的现汇认购口子有限增资；上述股权转让及增资后，GSCP Bouquet Holdings SRL 持有口子有限 25% 股权，口子有限投资总额为 31,500.00 万元，注册资本 22,500.00 万元。

2008 年 7 月 31 日，口子有限取得了安徽省人民政府颁发的《外商投资企业批准证书》（商外资皖府资字[2008]176 号）。

2008 年 9 月 2 日，淮信对 GSCP Bouquet Holdings SRL 的出资情况进行了验证，并出具了《验资报告》（皖淮信会验字[2008]303 号），截至 2008 年 9 月 2 日，GSCP Bouquet Holdings SRL 认缴出资 21,500.00 万元，其中 254.44 万元为认缴的新增注册资本，其余 21,245.56 万元形成资本公积；以包括 GSCP

Bouquet Holdings SRL 在内的全体股东在新增注册资本后的持股比例为基础，将该资本公积 21,245.56 万元同比例转增注册资本。

本次增资及股权转让履行了必备的法律程序。

本次新增股东增资的具体情况如下：

序号	股东名称或姓名	新增注册资本（元）	出资形式
1	GSCP Bouquet Holdings SRL	2,544,375.73	货币
	合计	2,544,375.73	

本次资本公积转增股本的具体转增情况如下：

序号	股东名称或姓名	转增注册资本（元）	出资形式
1	GSCP Bouquet Holdings SRL	53,113,906.07	资本公积转增资本
2	徐进	39,835,429.55	资本公积转增资本
3	刘安省	28,681,509.28	资本公积转增资本
4	天地龙实业	15,934,171.82	资本公积转增资本
5	陕西天驹实业	4,780,251.55	资本公积转增资本
6	安徽黄海商贸	4,780,251.55	资本公积转增资本
7	淮北顺达商贸	4,780,251.55	资本公积转增资本
8	范博	3,887,937.92	资本公积转增资本
9	张国强	3,648,925.35	资本公积转增资本
10	孙朋东	3,648,925.35	资本公积转增资本
11	徐钦祥	3,648,925.35	资本公积转增资本
12	朱成寅	3,648,925.35	资本公积转增资本
13	周图亮	3,648,925.35	资本公积转增资本
14	段炼	3,489,583.63	资本公积转增资本
15	吕家芳	3,489,583.63	资本公积转增资本
16	黄绍刚	3,489,583.63	资本公积转增资本
17	赵杰	2,788,480.07	资本公积转增资本
18	束庆瑞	2,342,323.25	资本公积转增资本
19	仲继华	2,342,323.25	资本公积转增资本
20	冯本濂	1,720,890.55	资本公积转增资本
21	赖怀伟	1,720,890.55	资本公积转增资本
22	陶品廉	1,561,548.84	资本公积转增资本
23	刘月英	1,561,548.84	资本公积转增资本
24	莫长兴	1,465,943.81	资本公积转增资本
25	张维军	1,465,943.81	资本公积转增资本
26	朱永贵	1,465,943.81	资本公积转增资本
27	黄海风	1,290,667.93	资本公积转增资本
28	孙光	971,984.48	资本公积转增资本

序号	股东名称或姓名	转增注册资本（元）	出资形式
29	梁长军	971,984.48	资本公积转增资本
30	张孝峰	971,984.48	资本公积转增资本
31	左配利	971,984.48	资本公积转增资本
32	凌振武	971,984.48	资本公积转增资本
33	范胜利	844,511.10	资本公积转增资本
34	徐 君	844,511.10	资本公积转增资本
35	聂基辉	844,511.10	资本公积转增资本
36	刘新春	828,576.93	资本公积转增资本
	合计	212,455,624.27	

根据《股权购买及增资协议》，本次股权转让的受让方为 GSCP Bouquet Holdings SRL，其受让的注册资本额为 59.17 万元，占口子有限新增股东增资后注册资本 1,254.44 万元的 4.717%。本次股权转让中，出让方具体情况如下：

序号	出让方名称或姓名	出让注册资本额（元）	作价金额（万元）
1	徐 进	147,929.55	1,250.00
2	刘安省	106,509.28	900.00
3	天地龙实业	59,491.82	502.70
4	陕西天驹实业	17,791.55	150.34
5	安徽黄海商贸	17,791.55	150.34
6	淮北顺达商贸	17,791.55	150.34
7	范 博	13,479.12	113.90
8	张国强	13,838.55	116.93
9	孙朋东	13,838.55	116.93
10	徐钦祥	13,838.55	116.93
11	朱成寅	13,838.55	116.93
12	周图亮	13,838.55	116.93
13	段 炼	12,459.43	105.28
14	吕家芳	12,459.43	105.28
15	黄绍刚	12,459.43	105.28
16	赵 杰	9,636.07	81.42
17	束庆瑞	8,476.65	71.63
18	仲继华	8,476.65	71.63
19	冯本濂	6,876.95	58.11
20	赖怀伟	6,876.95	58.11
21	陶品廉	5,681.04	48.00
22	刘月英	5,681.04	48.00
23	莫长兴	5,122.41	43.28
24	张维军	5,122.41	43.28

序号	出让方名称或姓名	出让注册资本额（元）	作价金额（万元）
25	朱永贵	5,122.41	43.28
26	黄海风	4,775.72	40.35
27	孙光	3,728.48	31.51
28	梁长军	3,728.48	31.51
29	张孝峰	3,728.48	31.51
30	左配利	3,728.48	31.51
31	凌振武	3,728.48	31.51
32	范胜利	3,615.30	30.55
33	徐君	3,615.30	30.55
34	聂基辉	3,615.30	30.55
35	刘新春	3,028.13	25.59
	合计	591,720.19	5,000.00

本次增资及股权转让后，口子有限的股权结构如下：

序号	股东名称或姓名	注册资本（元）	比例	股份性质
1	GSCP Bouquet Holdings SRL	56,250,000.00	25.00%	外资股
2	徐进	42,187,500.00	18.75%	自然人股
3	刘安省	30,375,000.00	13.50%	自然人股
4	天地龙实业	16,875,000.00	7.50%	社会法人股
5	陕西天驹实业	5,062,500.00	2.25%	社会法人股
6	安徽黄海商贸	5,062,500.00	2.25%	社会法人股
7	淮北顺达商贸	5,062,500.00	2.25%	社会法人股
8	范博	4,117,500.00	1.83%	自然人股
9	张国强	3,864,375.00	1.72%	自然人股
10	孙朋东	3,864,375.00	1.72%	自然人股
11	徐钦祥	3,864,375.00	1.72%	自然人股
12	朱成寅	3,864,375.00	1.72%	自然人股
13	周图亮	3,864,375.00	1.72%	自然人股
14	段炼	3,695,625.00	1.64%	自然人股
15	吕家芳	3,695,625.00	1.64%	自然人股
16	黄绍刚	3,695,625.00	1.64%	自然人股
17	赵杰	2,953,125.00	1.31%	自然人股
18	束庆瑞	2,480,625.00	1.10%	自然人股
19	仲继华	2,480,625.00	1.10%	自然人股
20	冯本濂	1,822,500.00	0.81%	自然人股
21	赖怀伟	1,822,500.00	0.81%	自然人股
22	陶品廉	1,653,750.00	0.74%	自然人股
23	刘月英	1,653,750.00	0.74%	自然人股

序号	股东名称或姓名	注册资本（元）	比例	股份性质
24	莫长兴	1,552,500.00	0.69%	自然人股
25	张维军	1,552,500.00	0.69%	自然人股
26	朱永贵	1,552,500.00	0.69%	自然人股
27	黄海风	1,366,875.00	0.61%	自然人股
28	孙光	1,029,375.00	0.46%	自然人股
29	梁长军	1,029,375.00	0.46%	自然人股
30	张孝峰	1,029,375.00	0.46%	自然人股
31	左配利	1,029,375.00	0.46%	自然人股
32	凌振武	1,029,375.00	0.46%	自然人股
33	范胜利	894,375.00	0.40%	自然人股
34	徐君	894,375.00	0.40%	自然人股
35	聂基辉	894,375.00	0.40%	自然人股
36	刘新春	877,500.00	0.39%	自然人股
	合计	225,000,000.00	100.00%	

根据《国家税务总局关于股份制企业转增股本和派发红股征免个人所得税的通知》（国税发[1997]198号）和《国家税务总局关于原城市信用社在转制为城市合作银行过程中个人股增值所得应纳个人所得税的批复》（国税函发[1998]289号）规定，对股份制企业用股票溢价发行收入形成的资本公积转增资本不征收个人所得税，除此之外，其他资本公积转增资本应征收个人所得税。因此，本次增资过程中徐进等自然人股东不存在个人所得税纳税义务。

根据2008年1月1日开始实施的《中华人民共和国企业所得税法》关于应纳税所得额的规定，本次增资过程中天地龙实业等法人股东并未实际取得收入；此外，《国家税务总局关于贯彻落实企业所得税法若干税收问题的通知》（国税函[2010]79号）也进一步明确了对该类事项不征收企业所得税，即被投资企业将股权（票）溢价所形成的资本公积转为股本的，不作为投资方企业的股息、红利收入，投资方企业也不得增加该项长期投资的计税基础。

综上所述，2008年GSCP Bouquet Holdings SRL增资过程中，口子有限原股东不存在个人所得税和企业所得税义务。

根据《中华人民共和国个人所得税法》的规定，本次股权转让过程中，徐进等自然人股东取得了财产转让所得，产生了个人所得税纳税义务。因此，发行人于2008年10月，按照上述自然人股东实际转让所得，扣除取得相应股权的成本后，向当地税务机关申报了个人所得税，并由各自然人股东实际缴纳了税款，取

得了当地税务机关出具的完税凭证。2015年1月，濉溪县地方税务局出具了证明：“徐进等31名自然人股东已按照国家有关规定及时、足额缴纳了上述股权转让涉及的个人所得税，不存在任何拖欠、漏缴、偷逃税款或其他违反国家相关法律、法规、规章或规范性文件的情况。”

根据《中华人民共和国企业所得税法》的规定，本次股权转让过程中，天地龙实业等法人股东取得了财产转让所得，产生了企业所得税纳税义务。经访谈上述法人股东相关人员，除陕西天驹实业已在其2008年所得税汇算清缴中申报并缴纳了企业所得税以外，天地龙实业、安徽黄海商贸、淮北顺达商贸在股份转让当年暂未将股权转让所得申报并缴纳企业所得税。在不考虑其他纳税调整的情况下，经测算，天地龙实业、安徽黄海商贸、淮北顺达商贸当时应缴纳所得税合计为约190万元。各法人股东对暂未缴纳上述股权转让企业所得税出具了承诺，“根据规定，向主管税务机关申报并缴纳本次所得相关的企业所得税是本公司的责任，由于工作疏忽，本公司当时未能及时向主管税务机关申报和缴纳相关企业所得税。鉴于上述情况，本公司承诺于2014年年度所得税汇算清缴时向主管税务机关申报并缴纳上述企业所得税税款，并承担因此而产生的税收责任。”

经核查，保荐机构认为，企业所得税申报及纳税义务人为法人股东本人，保荐机构测算了本次股权转让中天地龙实业、安徽黄海商贸、淮北顺达商贸未缴企业所得税，取得了天地龙实业、安徽黄海商贸、淮北顺达商贸出具的承诺函。因天地龙实业、安徽黄海商贸、淮北顺达商贸应缴税款金额较小，系工作疏忽而未申报并缴纳，各法人股东承诺于2014年年度所得税汇算清缴时申报补缴并承担因此而产生的税收责任。考虑各法人股东的经济实力，上述承诺具有较强的可实现性，待补缴完成后，能够消除相关的税收影响，本次企业所得税未及时申报和缴纳对公司不构成重大影响。

9、2009年12月，注册资本增加到31,500万元

2009年10月20日，口子有限召开董事会，审议同意将GSCP Bouquet Holdings SRL提供给口子有限的股东贷款9,000.00万元转为增资款，将口子有限注册资本增加至31,500.00万元。

2009年10月20日，口子有限36名股东签署了《安徽口子酒业有限责任公司增资及股权结构调整协议》，约定GSCP Bouquet Holdings SRL增资的9,000.00

万元中，2,335.05 万元作为 GSCP Bouquet Holdings SRL 的出资，差额 6,664.95 万元形成公司的资本公积，该资本公积 6,664.95 万元由徐进等 35 名股东享有，并将其作为徐进等 35 名中方股东的出资，转增为实收资本。

本次增资中，各股东具体出资额情况如下：

序号	股东名称或姓名	新增注册资本（元）	出资形式
1	GSCP Bouquet Holdings SRL	23,350,500.00	股东贷款转增资本
2	徐进	16,662,375.00	资本公积转增资本
3	刘安省	11,996,910.00	资本公积转增资本
4	天地龙实业	6,672,482.78	资本公积转增资本
5	陕西天驹实业	2,000,426.60	资本公积转增资本
6	安徽黄海商贸	2,000,426.60	资本公积转增资本
7	淮北顺达商贸	2,000,426.60	资本公积转增资本
8	范博	1,603,677.70	资本公积转增资本
9	张国强	1,533,057.76	资本公积转增资本
10	孙朋东	1,533,057.76	资本公积转增资本
11	徐钦祥	1,533,057.76	资本公积转增资本
12	朱成寅	1,533,057.76	资本公积转增资本
13	周图亮	1,533,057.76	资本公积转增资本
14	段炼	1,447,872.91	资本公积转增资本
15	吕家芳	1,447,872.91	资本公积转增资本
16	黄绍刚	1,447,872.91	资本公积转增资本
17	赵杰	1,149,441.03	资本公积转增资本
18	束庆瑞	974,507.70	资本公积转增资本
19	仲继华	974,507.70	资本公积转增资本
20	冯本濂	731,264.43	资本公积转增资本
21	赖怀伟	731,264.43	资本公积转增资本
22	陶品廉	650,392.09	资本公积转增资本
23	刘月英	650,392.09	资本公积转增资本
24	莫长兴	605,609.66	资本公积转增资本
25	张维军	605,609.66	资本公积转增资本
26	朱永贵	605,609.66	资本公积转增资本
27	黄海风	539,456.06	资本公积转增资本
28	孙光	409,363.20	资本公积转增资本
29	梁长军	409,363.20	资本公积转增资本
30	张孝峰	409,363.20	资本公积转增资本
31	左配利	409,363.20	资本公积转增资本
32	凌振武	409,363.20	资本公积转增资本

序号	股东名称或姓名	新增注册资本（元）	出资形式
33	范胜利	364,522.69	资本公积转增资本
34	徐君	364,522.69	资本公积转增资本
35	聂基辉	364,522.69	资本公积转增资本
36	刘新春	345,428.65	资本公积转增资本
	合计	90,000,000.00	

2009年11月11日，安徽发改委出具了《关于安徽口子酒业有限责任公司增加注册资本及调整股本结构的核准批复》（皖发改外资[2009]1197号），同意口子酒业增加注册资本9,000.00万元，公司注册资本由22,500.00万元增至31,500.00万元，GSCP Bouquet Holdings SRL持股比例由25%调整为25.27%，中方股东合计持股比例由75%调整为74.73%。

2009年12月2日，安徽省商务厅出具了《关于同意安徽口子酒业有限公司增资的批复》（皖商资执字[2009]741号），同意本次增资。

2009年12月3日，口子有限取得了安徽省人民政府换发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资皖府资字[2008]0176号）。

2009年12月24日，淮信出具了《验资报告》（皖淮信会验字[2009]第328号），验证新增注册资本9,000.00万元出资到位。

本次增资后，口子有限的股权结构如下：

序号	股东名称或姓名	注册资本（元）	比例	股份性质
1	GSCP Bouquet Holdings SRL	79,600,500.00	25.27%	外资股
2	徐进	58,849,875.00	18.68%	自然人股
3	刘安省	42,371,910.00	13.45%	自然人股
4	天地龙实业	23,547,482.78	7.48%	社会法人股
5	陕西天驹实业	7,062,926.60	2.24%	社会法人股
6	安徽黄海商贸	7,062,926.60	2.24%	社会法人股
7	淮北顺达商贸	7,062,926.60	2.24%	社会法人股
8	范博	5,721,177.70	1.82%	自然人股
9	张国强	5,397,432.76	1.71%	自然人股
10	孙朋东	5,397,432.76	1.71%	自然人股
11	徐钦祥	5,397,432.76	1.71%	自然人股
12	朱成寅	5,397,432.76	1.71%	自然人股
13	周图亮	5,397,432.76	1.71%	自然人股
14	段炼	5,143,497.91	1.63%	自然人股
15	吕家芳	5,143,497.91	1.63%	自然人股

序号	股东名称或姓名	注册资本（元）	比例	股份性质
16	黄绍刚	5,143,497.91	1.63%	自然人股
17	赵杰	4,102,566.03	1.30%	自然人股
18	束庆瑞	3,455,132.70	1.10%	自然人股
19	仲继华	3,455,132.70	1.10%	自然人股
20	冯本濂	2,553,764.43	0.81%	自然人股
21	赖怀伟	2,553,764.43	0.81%	自然人股
22	陶品廉	2,304,142.09	0.73%	自然人股
23	刘月英	2,304,142.09	0.73%	自然人股
24	莫长兴	2,158,109.66	0.69%	自然人股
25	张维军	2,158,109.66	0.69%	自然人股
26	朱永贵	2,158,109.66	0.69%	自然人股
27	黄海风	1,906,331.06	0.61%	自然人股
28	孙光	1,438,738.20	0.46%	自然人股
29	梁长军	1,438,738.20	0.46%	自然人股
30	张孝峰	1,438,738.20	0.46%	自然人股
31	左配利	1,438,738.20	0.46%	自然人股
32	凌振武	1,438,738.20	0.46%	自然人股
33	范胜利	1,258,897.69	0.40%	自然人股
34	徐君	1,258,897.69	0.40%	自然人股
35	聂基辉	1,258,897.69	0.40%	自然人股
36	刘新春	1,222,928.65	0.39%	自然人股
	合计	315,000,000.00	100.00%	

本次增资涉及到的个人所得税和企业所得税的分析过程同 2008 年 GSCP Bouquet Holdings SRL 增资的所得税分析。

综上所述，2009 年 GSCP Bouquet Holdings SRL 增资过程中，口子有限原股东不存在个人所得税和企业所得税义务。

GSCP Bouquet Holdings SRL 的增资资金来源于其股东所合法投入的资金，符合相关法律法规的规定。

公司上述增资及股权转让的原因系公司拟建设优质大曲酒项目并计划上市，引入财务投资者。经双方平等协商，GSCP Bouquet Holdings SRL 通过一系列交易合计支付了 3.55 亿元，取得了口子有限 25.27% 的股权。按照 2008 年口子有限预计的利润 1.6 亿元为基础，计算的 PE 倍数约为 9 倍，与当时市场状况不存在重大差异。

GSCP Bouquet Holdings SRL 增资和股权转让的价款已支付完毕。

10、2011年3月，口子有限整体变更设立口子酒业

2010年11月30日，毕马威华振会计师事务所（以下简称“毕马威华振”）对口子有限截至2010年10月31日的财务状况进行了审计，并出具了《审计报告》（KPMG-A(2010)AR No. 0959），口子有限截至2010年10月31日经审计的净资产为68,551.10万元。

2010年12月6日，国信评估对口子有限净资产进行了评估，并出具了《资产评估报告书》（皖国信评报字(2010)第195号），本次评估的基准日为2010年10月31日，口子有限拟整体变更为股份有限公司而涉及的口子有限的净资产的账面价值为68,551.11万元，评估价值为107,345.91万元，增值率为56.59%。公司未根据本次评估结果进行调账。

2010年12月27日，GSCP Bouquet Holdings SRL、徐进、刘安省等36名发起人签署了《发起人协议》，决定将口子有限整体变更设立口子酒业。

2010年12月30日，口子有限董事会决定将口子有限整体变更设立口子酒业。

2011年3月4日，国家商务部出具了《商务部关于同意安徽口子酒业有限责任公司整体改制为外商投资股份有限公司的批复》（商资批[2011]209号），同意口子有限变更为外商投资股份公司。

2011年3月10日，国家商务部换发了《外商投资企业批准证书》（商外资皖府资字[2008]0176号）。

2011年3月17日，毕马威华振出具了《验资报告》（KPMG-A(2011)CR No. 0002号），验证各股东出资真实、足额到位。

2011年3月22日，上述发起人召开创立大会，决定以口子有限截至2010年10月31日经审计的净资产68,551.10万元为基础，按1:0.7877的比例折成股本540,000,000股，整体变更设立股份有限公司，差额14,551.10万元计入资本公积。

口子酒业整体变更设立时，股权结构如下：

序号	发起人名称或姓名	持股数（股）	比例	股份性质
1	GSCP Bouquet Holdings SRL	136,458,000	25.27%	外资股
2	徐进	100,885,500	18.68%	自然人股
3	刘安省	72,637,560	13.45%	自然人股

序号	发起人名称或姓名	持股数（股）	比例	股份性质
4	天地龙实业	40,367,114	7.48%	社会法人股
5	陕西天驹实业	12,107,875	2.24%	社会法人股
6	安徽黄海商贸	12,107,875	2.24%	社会法人股
7	淮北顺达商贸	12,107,875	2.24%	社会法人股
8	范博	9,807,734	1.82%	自然人股
9	孙朋东	9,252,742	1.71%	自然人股
10	徐钦祥	9,252,742	1.71%	自然人股
11	朱成寅	9,252,742	1.71%	自然人股
12	周图亮	9,252,742	1.71%	自然人股
13	张国强	9,252,741	1.71%	自然人股
14	吕家芳	8,817,427	1.63%	自然人股
15	段炼	8,817,425	1.63%	自然人股
16	黄绍刚	8,817,423	1.63%	自然人股
17	赵杰	7,032,970	1.30%	自然人股
18	束庆瑞	5,923,085	1.10%	自然人股
19	仲继华	5,923,085	1.10%	自然人股
20	冯本濂	4,377,881	0.81%	自然人股
21	赖怀伟	4,377,881	0.81%	自然人股
22	刘月英	3,949,959	0.73%	自然人股
23	陶品廉	3,949,958	0.73%	自然人股
24	莫长兴	3,699,615	0.69%	自然人股
25	张维军	3,699,615	0.69%	自然人股
26	朱永贵	3,699,615	0.69%	自然人股
27	黄海风	3,267,996	0.61%	自然人股
28	孙光	2,466,408	0.46%	自然人股
29	梁长军	2,466,408	0.46%	自然人股
30	张孝峰	2,466,408	0.46%	自然人股
31	左配利	2,466,408	0.46%	自然人股
32	凌振武	2,466,408	0.46%	自然人股
33	范胜利	2,158,111	0.40%	自然人股
34	徐君	2,158,111	0.40%	自然人股
35	聂基辉	2,158,111	0.40%	自然人股
36	刘新春	2,096,450	0.39%	自然人股
	合计	540,000,000	100.00%	

公司于2011年3月29日办理完成工商变更登记。

11、2015年4月，第七次股权转让

天地龙实业系蒋加平家庭（蒋加平夫妻及其子）控制的企业，除天地龙实业

之外，蒋加平家庭还控制了江苏天地龙线材有限公司、江苏辰龙科技有限公司等公司，蒋加平家庭所控制的企业从事的主要业务板块包括有色线材、电线电缆、工商地产、投资贸易等行业。对口子酒业的投资并非其主营业务，因受宏观经济形势影响，蒋加平家庭所从事的有色金属行业和地产行业形势严峻，资金压力较大。根据天地龙实业的企业信用报告，至本次股权转让前，天地龙实业为江苏天地龙线材有限公司、江苏辰龙科技有限公司提供担保共 10.5 亿元。

2015 年以来，江苏天地龙线材有限公司、江苏辰龙科技有限公司等因银行借款等债务到期后，未能按期归还，陆续被珠海华润银行股份有限公司东莞分行等相关债权人提起诉讼，要求其偿还欠款，并要求天地龙实业等担保方就上述债务承担连带责任。因蒋加平家庭控制的企业资金压力较大，不能完全偿付上述债务，为了筹集资金偿还债务，拟转让天地龙实业所持有的发行人的全部股份。

2015 年 3 月 11 日，天地龙实业与徐进、刘安省等 31 名口子酒业股东签订了《股份转让协议》，拟将其持有的口子酒业全部股权共 40,367,114 股转让给上述股东，转让总价款合计 27,903.56 万元。

本次股权转让价格为 6.91 元/股，系经双方协商并参考国信评估出具的《江苏天地龙实业有限公司拟转让其持有的安徽口子酒业股份有限公司 7.48% 股权而涉及的安徽口子酒业股份有限公司股东全部权益评估项目资产评估报告书》（皖中联合国信评报字(2015)第 107 号)对天地龙实业所持股份的评估值而确定。本次转让价格与前次股权转让价格差异的原因系公司盈利能力增强，公司整体价值增加所致。

2015 年 4 月 16 日，安徽省商务厅出具了《安徽省商务厅关于同意安徽口子酒业股份有限公司股权变更的批复》（皖商办审函[2015]234 号），同意本次股权转让相关事宜。同日，安徽省商务厅换发了《外商投资企业批准证书》（商外资皖府资字[2008]0176 号）。

2015 年 4 月 16 日，口子酒业完成了本次股权转让的工商变更登记。

2015 年 4 月 17 日，本次股权转让价款已经支付完毕。

本次股权转让未增加新的股东，未影响公司控股股东和实际控制人控制权的稳定，经保荐机构、发行人律师核查，本次股权转让不存在代持或委托持股的情况，法人股东的资金来源主要是自有资金，自然人股东的资金来源主要是对外借款、个人工资薪金收入、家庭收入、历次分红款等。

2015年5月21日，发行人收到江苏省高级人民法院于2015年5月15日作出的（2015）苏商初字第00018-3号《协助执行通知书》和（2015）苏商初字第00018-1号《民事裁定书》，主要内容为中国民生银行股份有限公司南京分行因借款合同纠纷起诉天地龙实业等，要求自裁定书送达后，本次股权转让受让方不得基于《股权转让协议》支付股权转让款5,000万元。因《股份转让协议》约定本次股权转让在取得商务部门批准之日起3个工作日内支付本次股权转让款项，2015年4月16日本次股权转让取得安徽省商务厅的批准，股权受让人已经于2015年4月17日支付完毕全部股权转让款，履行完毕了合同义务。

发行人实际控制人徐进、刘安省承诺：本次股份转让行为真实有效，并经有权部门批准，不存在任何代持情形，受让人与天地龙实业之间就本次股权转让事项未签署其他协议，本人愿意承担相关法律责任。

本次股权转让的具体情况如下：

序号	受让方名称	受让股数（股）	作价金额（万元）
1	徐进	8,683,068	6,000.00
2	刘安省	7,235,890	5,000.00
3	安徽黄海商贸	5,788,712	4,000.00
4	黄绍刚	3,594,320	2,493.56
5	淮北顺达商贸	2,894,356	2,000.00
6	朱成寅	1,302,460	900.00
7	范博	1,157,742	800.00
8	孙朋东	1,013,025	700.00
9	徐钦祥	723,589	500.00
10	周图亮	723,589	500.00
11	段炼	723,589	500.00
12	冯本濂	506,512	350.00
13	陶品廉	506,512	350.00
14	莫长兴	506,512	350.00
15	赖怀伟	477,569	330.00
16	刘月英	477,569	330.00
17	赵杰	434,153	300.00
18	左配利	434,153	300.00
19	仲继华	376,266	260.00
20	黄海风	289,436	200.00
21	孙光	289,436	200.00
22	张孝峰	289,436	200.00

序号	受让方名称	受让股数（股）	作价金额（万元）
23	聂基辉	289,436	200.00
24	徐君	274,964	190.00
25	刘新春	231,548	160.00
26	张国强	217,077	150.00
27	张维军	217,077	150.00
28	朱永贵	217,077	150.00
29	梁长军	217,077	150.00
30	范胜利	144,718	100.00
31	束庆瑞	130,246	90.00
	合计	40,367,114	27,903.56

本次股权转让后，口子酒业的股权结构如下：

序号	股东名称或姓名	持股数（股）	比例	股份性质
1	GSCP Bouquet Holdings SRL	136,458,000	25.27%	外资股
2	徐进	109,568,568	20.29%	自然人股
3	刘安省	79,873,450	14.79%	自然人股
4	安徽黄海商贸	17,896,587	3.31%	社会法人股
5	淮北顺达商贸	15,002,231	2.78%	社会法人股
6	黄绍刚	12,411,743	2.30%	自然人股
7	陕西天驹实业	12,107,875	2.24%	社会法人股
8	范博	10,965,476	2.03%	自然人股
9	朱成寅	10,555,202	1.95%	自然人股
10	孙朋东	10,265,767	1.90%	自然人股
11	徐钦祥	9,976,331	1.85%	自然人股
12	周图亮	9,976,331	1.85%	自然人股
13	段炼	9,541,014	1.77%	自然人股
14	张国强	9,469,818	1.75%	自然人股
15	吕家芳	8,817,427	1.63%	自然人股
16	赵杰	7,467,123	1.38%	自然人股
17	仲继华	6,299,351	1.17%	自然人股
18	束庆瑞	6,053,331	1.12%	自然人股
19	冯本濂	4,884,393	0.90%	自然人股
20	赖怀伟	4,855,450	0.90%	自然人股
21	陶品廉	4,456,470	0.83%	自然人股
22	刘月英	4,427,528	0.82%	自然人股
23	莫长兴	4,206,127	0.78%	自然人股
24	张维军	3,916,692	0.73%	自然人股

序号	股东名称或姓名	持股数（股）	比例	股份性质
25	朱永贵	3,916,692	0.73%	自然人股
26	黄海风	3,557,432	0.66%	自然人股
27	左配利	2,900,561	0.54%	自然人股
28	孙光	2,755,844	0.51%	自然人股
29	张孝峰	2,755,844	0.51%	自然人股
30	梁长军	2,683,485	0.50%	自然人股
31	凌振武	2,466,408	0.46%	自然人股
32	聂基辉	2,447,547	0.45%	自然人股
33	徐君	2,433,075	0.45%	自然人股
34	刘新春	2,327,998	0.43%	自然人股
35	范胜利	2,302,829	0.43%	自然人股
	合计	540,000,000	100.00%	

自此，口子酒业股本结构未发生变化。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

发行人历次出资、增资及股权变更履行了《公司法》等法律法规及《公司章程》规定的法律程序，并取得了有权部门事前批准或事后确认，历次股权变动、增资合法合规、真实有效，出资资金合法合规。

新增股东与公司实际控制人、主要股东、董监高、本次发行的中介机构及其签字人员之间没有亲属关系、关联关系，没有委托持股或者其他协议安排的情况。

新增自然人股东入股时均在公司任职多年，为公司的管理层或骨干员工，分别从事生产、销售、管理等工作，对公司发展起到重要作用。GSCP Bouquet Holdings SRL 为公司引入的财务投资者，满足了公司生产营运及业务拓展的资金需求、完善了公司治理结构。

公司自然人股东非国家公务员、学校党政领导班子成员、与其履行职责有利益冲突的证券从业人员等，符合相关法律、法规、规范性文件规定的关于兼职或者从业的禁止性规定；公司法人股东依法设立合法存续，不存在破产、清算或根据其章程需要终止的情形。综上，公司现有股东不存在不适合担任上市公司股东的情况。

公司股东不存在代持或委托持股的情况，除淮北顺达糖酒与淮北顺达商贸系同一实际控制人控制的企业之外，发行人股权转让双方之间或与第三方之间不存在其它的股权或利益安排。

（二）口子集团情况

1、1994年12月，安徽口子酒集团公司设立

1994年6月18日，淮北市口子酒厂和濉溪县口子酒厂（以下简称“两厂”）联合向淮北市人民政府提交了《关于要求组建“安徽口子酒集团”的报告》，为了促进两厂的共同发展，有利于开拓国内国际消费市场，有利于形成对外的优势，经两厂协商，一致同意在两厂的基础上，组建“安徽口子酒集团”。

1994年11月2日，淮北市人民政府出具了《关于成立“安徽口子酒集团公司”的通知》（淮政秘[1994]103号），决定成立安徽口子酒集团有限公司（以下简称“口子酒集团”）。口子酒集团的企业性质为全民所有制，由两厂共同发起设立。

2、1997年9月，两厂合并

口子酒集团成立后，两厂仍保持了独立法人地位，并未完全融合为一体，因两厂经营过程中相互竞争产生冲突，不利于两厂发展，为了进一步规范集团的运作，促进口子酒名牌产品尽快发展壮大，1997年9月8日，中共淮北市委、淮北市人民政府出具了《中共淮北市委、淮北市人民政府关于规范安徽口子集团公司运作的意见》（淮发[1997]24号）。

从淮发[1997]24号文件下发之日起，取消两厂的原法人资格，两厂内部经营管理机构同时取消，两厂成建制合并，合并后企业名称为“安徽口子集团公司”，口子集团作为法人实体，全面对人财物、产供销集中管理。

3、2002年12月，口子集团改制

（1）改制背景

①企业发展经营的需要

由于历史上两厂的经营竞争形成沉重的包袱与矛盾，口子集团的设立，并没有实现做大做强口子酒的目标，也没有完全建立起现代企业管理制度，在资产、业务、人员、财务等公司运作方面仍存在较大障碍，在管理制度、经营机制、法人治理结构等多方面仍存在不完善之处。

②响应国企改革政策的号召

序号	文件名称	主要内容
1	《中共中央关于国有企业改革和发	“要从实际出发,继续采取改组、联合、兼

序号	文件名称	主要内容
	展若干重大问题的决定》（中发[1999]16号）	并、租赁、承包经营和股份合作制、出售等多种形式，放开搞活国有小企业，不搞一个模式……”
2	《国务院批转国家经贸委〈关于 1997 年国有企业改革与发展工作意见〉的通知》（国发[1997]19 号）	“各地要从实际出发，因地制宜，采取改组、联合、兼并、股份合作制、租赁、承包经营、出售和破产等多种形式，进一步放活国有小企业，加快国有小企业改革与发展的步伐……”
3	《中共安徽省委、安徽省人民政府关于认真贯彻党的十五届四中全会〈决定〉加快国有企业改革和发展的若干实施意见》（皖发[2000]5 号）	“通过改组、联合、兼并、租赁、承包经营和股份合作制、出售等形式，放开搞活中小企业……”
4	《关于进一步加快我省中小企业改革发展若干政策意见》（皖政[2001]73 号）	“加快国有中小企业的战略性改组，推进多种形式的改革……”
5	《中共淮北市委、淮北市人民政府关于认真贯彻党的十五届四中全会〈决定〉加快国有企业改革和发展的实施意见》（淮发[2000]2 号）	“对于市场前景好、管理基础好、效益水平好的企业，进行股份制改造。在股份制改造过程中，鼓励企业经营着和管理人员持大股……”
6	《淮北市放开搞活国有中小企业的试行办法》（淮发[2000]26 号）	“改制为股份制的企业，国有股所占比例一般不超过 50%；国有股所占比重超过企业总股本 50%的，可采用股权转让、增资扩股等方式，进一步降低国有股比例……”
7	《淮北市放开搞活国有中小企业若干问题的补充规定》（淮办发[2000]43 号）	“……对在此期间连续任职的企业法定代表人可拿出出让产权的 5%给予期权奖励，获奖人在 5 年内用分红购回该部分股权，不足部分，由本人另外出资补齐购股款……”
8	《中共淮北市委、淮北市人民政府关于进一步推进国有企业改革的指导意见》（淮发[2002]36 号）	“对改制和进行产权转让的企业，产权单位可视情况将不利于改制的部分资产进行剥离……”

（2）改制的具体情况

2002 年 7 月 12 日，口子集团出具了《关于上报〈安徽口子集团公司改制框架方案〉的报告》（皖口子政[2002]45 号），向淮北市国有企业改革和发展领导小组申请改制，提出将口子集团有效的生产经营性资产进入拟新设的股份公司（即原口子股份），将其他非经营性资产及低效资产保留在口子集团，并制定了改制的基本框架方案（以下简称“改制方案”），改制方案的主要内容如下：

口子集团将与白酒生产和销售相关的经营性资产投入原口子股份，其余与白酒生产和销售无关的资产保留在口子集团；原口子股份与口子集团在结构、人员、

财务、业务、资产方面彻底分开，产供销系统独立完整；口子集团与白酒生产经营所必需的人员，全部进入新设的原口子股份，其他人员按情况分流或者保留在口子集团。

口子集团拟投入原口子股份的资产、负债情况如下：

单位：万元

项目	2002. 6. 30	项目	2002. 6. 30
货币资金	57. 15	短期借款	12, 983. 55
应收票据	114. 03	应付账款	4, 509. 93
应收账款	3, 610. 25	长期借款	8, 137. 05
存货	13, 936. 01	负债合计	25, 630. 53
固定资产	11, 097. 96	所有者权益合计	3, 184. 89
资产合计	28, 815. 42	负债及所有者权益合计	28, 815. 42

口子集团将以上与白酒生产和销售相关的经营性资产 3, 184. 89 万元投入原口子股份，持有原口子股份 61. 02%股权。

关于口子集团的出资、改制、原口子股份设立及口子集团所持原口子股份股权转让具体情况，详见本节“三、股本形成与变化情况”之“（一）发行人股本形成与变化情况”。

4、2007 年 4 月-2011 年 12 月，口子集团清算及破产

由于口子集团历史包袱较重且主要经营业务基本停止，2007 年 4 月 10 日，淮北国资委出具了《关于同意安徽口子集团公司清算关闭的批复》（淮国资企改[2007]9 号），同意按程序对口子集团进行清算。

2007 年 4 月 12 日，淮北市国有企业改革和发展工作领导小组出具了《关于安徽口子集团公司关闭清算组人员组成的通知》（淮企改[2007]1 号），成立了口子集团关闭清算组（以下简称“关闭清算组”），负责对口子集团的资产、债权、债务进行清算。

2007 年 4 月 17 日，淮北国资委出具了《关于同意安徽口子集团公司关闭清算工作方案的批复》（淮国资企改[2007]10 号），批准了上述方案。

关闭清算组对口子集团进行了清产核资，并聘请淮信进行了审计。2010 年 6 月 28 日，关闭清算组出具了《安徽口子集团公司关闭清算组工作总结》，认为口子集团关闭清算工作已经基本完成，鉴于口子集团已经严重资不抵债，建议对口子集团申请破产。

2010年7月2日，淮北市人民政府召开专题会议，并出具了《安徽口子集团公司关闭清算工作专题会议纪要》（第24号），鉴于口子集团已经严重资不抵债，同意结束对口子集团的关闭清算，并向淮北中院申请依法破产。

2010年10月12日，淮信出具了《审计报告》（淮信会审字[2010]第194号），截至2010年9月30日，口子集团的财务状况如下：

单位：万元

项目	2010.9.30	项目	2010.9.30
货币资金	377.15	短期借款	34.00
应收账款	1,272.40	应付账款	721.52
其他应收款	151.32	预收账款	836.62
预付账款	71.48	应付工资	89.74
待处理流动资产净损益	3,754.22	应交税金	16,574.71
固定资产及在建工程	7,044.10	其他应交款	1,138.74
		其他应付款	4,274.51
		负债合计	23,669.84
		实收资本	19,395.26
		资本公积	10,220.18
		盈余公积	14,992.06
		未分配利润	-55,606.66
		所有者权益合计	-10,999.17
资产合计	12,670.67	负债及所有者权益合计	12,670.67

2011年5月9日，关闭清算组向淮北中院提交了对口子集团进行破产清算的申请。

2011年5月13日，淮北中院出具了《民事裁定书》（（2011）淮民破字第00001-1号），根据关闭清算组提交的审计报告显示，口子集团已经资不抵债、不能清偿到期债务，符合破产条件，裁定受理关闭清算组对口子集团的破产清算申请，并指定关闭清算组为口子集团破产管理人（以下简称“破产管理人”）。

2011年5月25日，淮北中院发布了《公告》（（2011）淮民破字第00001-1号），通知口子集团债权人在2011年6月30日之前向破产管理人申报债权。

2011年5月27日，淮北中院在《人民法院报》发布了受理口子集团破产清算的公告。

2011年7月7日，淮北中院主持召开了第一次债权人会议，并通过了破产管理人出具的《安徽口子集团公司破产清算报告》，拟定了破产财产清偿分配方

案。

2011年7月8日，破产管理人出具了《关于安徽口子集团公司进入破产清算程序的申请》(皖口子破字第[2011]04号)，鉴于口子集团已经严重资不抵债、并且资产不足以清偿全部债务，已经符合《破产法》规定的破产条件，向淮北中院申请口子集团破产还债。

2011年7月26日，淮北中院出具了《民事裁定书》((2011)淮民破字第00001-2号)，确认了关闭清算组提交的口子集团截至2010年9月30日的资产状况，裁定宣告口子集团破产。

2011年7月27日，淮北中院出具了《民事裁定书》((2011)淮民破字第00001-3号)，裁定债权人申报的债权成立；同日，淮北中院出具了《民事裁定书》((2011)淮民破字第00001-4号)，裁定第一次债权人会议通过的破产财产分配方案予以认可。

2011年12月14日，因口子集团的财产不足以清偿所有破产费用，无财产可供分配，破产管理人向淮北中院提出申请，请求淮北中院终结口子集团的破产程序。

2011年12月15日，淮北中院出具了《民事裁定书》((2011)淮民破字第00001-5号)，裁定终结口子集团破产程序，未得到清偿的债权不再清偿。

2011年12月19日，淮北中院对外公告裁定终结口子集团破产程序，未得到清偿的债权不再清偿。

2012年3月31日，口子集团办理完成工商注销手续。

至此，口子集团破产清算完成。

四、重大资产重组

(一) 口子有限分立的背景

2008年，高盛管理的GSCP Bouquet Holdings SRL作为财务投资者拟对公司进行投资。根据公司未来发展战略及双方协商结果，口子有限决定以分立形式重组，剥离非白酒生产类资产后与GSCP Bouquet Holdings SRL合资，分立具体方案为：与白酒生产和销售相关的资产全部保留在口子有限，房地产开发、大酒店等与白酒生产和销售无关的资产全部投入新设立的淮北口子投资有限责任公

司（以下简称“口子投资”）；分立后，口子有限注册资本变更为 1,000.00 万元，口子投资注册资本为 4,000.00 万元，两公司各自股东的股权比例依其在分立前公司中的股权比例确定，存续的口子有限股东出资比例不变。

（二）口子有限分立所履行的程序

2008 年 4 月 20 日，原口子股份召开股东大会，通过了分立议案。

2008 年 5 月 17 日，口子有限在《淮北日报》发布分立公告；至 2008 年 6 月 29 日公示期结束，口子有限没有收到任何债权人对此次分立行为持有异议。

2008 年 6 月 18 日，口子有限编制了资产负债表及财产清单，淮信对此进行了审计并出具了《审计报告》（皖淮信会审字[2008]第 249 号），截至 2008 年 3 月 31 日，口子有限总资产为 139,017.98 万元，总负债为 107,888.83 万元，所有者权益合计为 31,129.15 万元。

2008 年 7 月 1 日，口子有限股东签署了《安徽口子酒业有限责任公司分立协议》（以下简称“分立协议”），同意采取存续分立方式对口子有限进行分立。

2008 年 7 月 8 日，淮信出具了《验资报告》（皖淮信会验字[2008]第 251 号），验证截至 2008 年 3 月 31 日止，口子有限变更后的注册资本为 1,000 万元，实收资本为 1,000 万元。

2008 年 7 月 14 日，口子有限办理完成工商登记。

2008 年 7 月 23 日，口子投资办理完成工商登记。

2008 年 9 月 25 日，口子投资出资设立了口子国际。

发行人分立为口子有限和口子投资，经过了公司董事会、股东大会的审批，在公司作出分立决议后十日内通知了债权人并于三十日内在报纸上公告，公司编制了财产清单，相关资产经过会计师事务所的审计，分立协议对分立前口子有限的债务进行了约定，由分立后的公司承担连带责任，存续的口子有限、新设的口子投资均取得了会计师事务所出具的验资报告并办理了工商登记。综上分析，发行人分立为口子有限和口子投资履行了适当的分立程序，符合当时法律法规的规定。

截至 2014 年末，口子投资员工为 11 人，口子国际员工为 345 人，其中从发行人转移至口子投资、口子国际员工共计 45 人，相关人员均已与两家公司签署

劳动合同，其工资、社保及住房公积金费用均由口子投资、口子国际承担。

（三）分立的账务处理

根据淮信出具的《审计报告》（皖淮信会审字[2008]第 249 号），截至 2008 年 3 月 31 日，口子有限主要资产负债具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2008. 3. 31	项目	2008. 3. 31
货币资金	14,700.54	短期借款	30,759.50
应收票据	12,063.25	应付账款	11,969.23
应收账款	13.87	预收账款	41,833.95
预付账款	767.68	应付工资	307.91
其他应收款	873.38	应付福利费	1,019.38
存货	22,176.15	应付股利	0.18
长期投资	40,646.90	应交税金	1,396.36
固定资产	15,171.30	其他应交款	125.88
在建工程	20,510.67	其他应付款	1,635.94
无形资产	12,094.24	长期借款	18,840.50
		负债合计	107,888.83
		实收资本	5,000.00
		资本公积	1,667.58
		法定盈余公积	1,884.98
		未分配利润	22,576.60
		所有者权益合计	31,129.15
资产合计	139,017.98	负债和所有者权益合计	139,017.98

1、分立后存续的口子有限的资产和负债情况

单位：万元

资产项目	2008. 3. 31	负债项目	2008. 3. 31
货币资金	14,700.54	短期借款	30,759.50
应收票据	12,063.25	应付账款	11,969.23
应收账款	13.87	预收账款	41,833.95
预付账款	767.68	应付工资	307.91
其他应收款	3,605.79	应付福利费	1,019.38
存货	22,176.15	应付股利	0.18
长期投资	40,646.90	应交税金	1,396.36
固定资产	15,171.30	其他应交款	125.88
在建工程	5,623.87	其他应付款	1,350.55
无形资产	8,963.24	长期借款	18,840.50
		负债合计	107,603.44
		实收资本	1,000.00
		未分配利润	15,129.15
		所有者权益合计	16,129.15
资产合计	123,732.59	负债及所有者权益合计	123,732.59

本次分立及减资完成后，口子有限的股本结构验资情况参见本节“三、股本形成及变化情况”之“(一) 发行人股本形成与变化情况”。

2、分立后新设的口子投资的资产和负债情况如下：

单位：万元

项目	2008. 3. 31	项目	2008. 3. 31
其他应收款	65.40	其他应付款	3,083.20
在建工程	14,886.80	负债合计	3,083.20
无形资产	3,131.00	实收资本	4,000.00
		资本公积	1,667.58
		法定盈余公积	1,884.98
		未分配利润	7,447.45
		所有者权益合计	15,000.00
资产合计	18,083.20	负债和所有者权益合计	18,083.20

（四）其他事项

1、期间损益处理

口子有限在 2008 年 3 月 31 日至分立日期间所产生的全部损益归分立后存续的口子有限享有和承担。

2、职工安置

与白酒生产和销售有关的在册职工全部继续保留在口子有限，与房地产开发、大酒店业务有关的在册职工进入口子投资。

分立后，口子有限和口子投资实行人员分开，除担任董事、监事以外，经营管理人员不相互兼职。

五、历次股本变化的验资情况

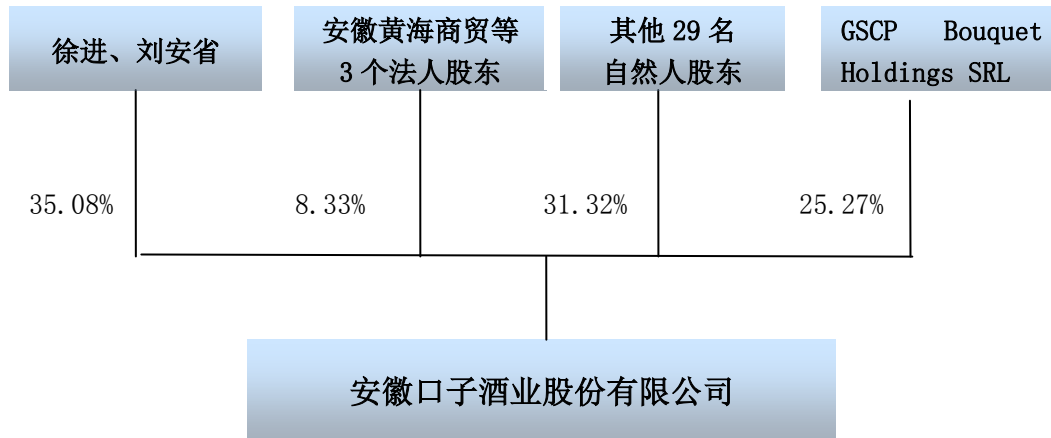
公司自设立以来的验资情况如下：

报告日期	验资机构	验资报告号	截至当日注册资本和资金到位情况
2002 年 12 月 13 日	安徽华普	华普验字[2002]0678号	注册资本 5,000 万元，出资到位
2008 年 7 月 8 日	淮信	皖淮信会验字（2008）第 251 号	注册资本 1,000 万元，出资到位
2008 年 9 月 2 日	淮信	皖淮信会验字（2008）第 303 号	注册资本 22,500 万元，出资到位
2009 年 12 月 24 日	淮信	皖淮信会验字[2009]第 328 号	注册资本 31,500 万元，出资到位
2011 年 3 月 17 日	毕马威华振	KPMG-A(2011)CR No. 0002	注册资本 54,000 万元，出资到位
2012 年 3 月 22 日	华普天健	会审字[2012]1036 号	复核注册资本 1,000 万元、22,500 万元和 31,500 万元出资到位
2012 年 6 月 25 日	华普天健	会审字[2012]1841 号	复核毕马威华振 KPMG-A(2011)CR No. 0002 号报告，注册资本 54,000 万元出资到位

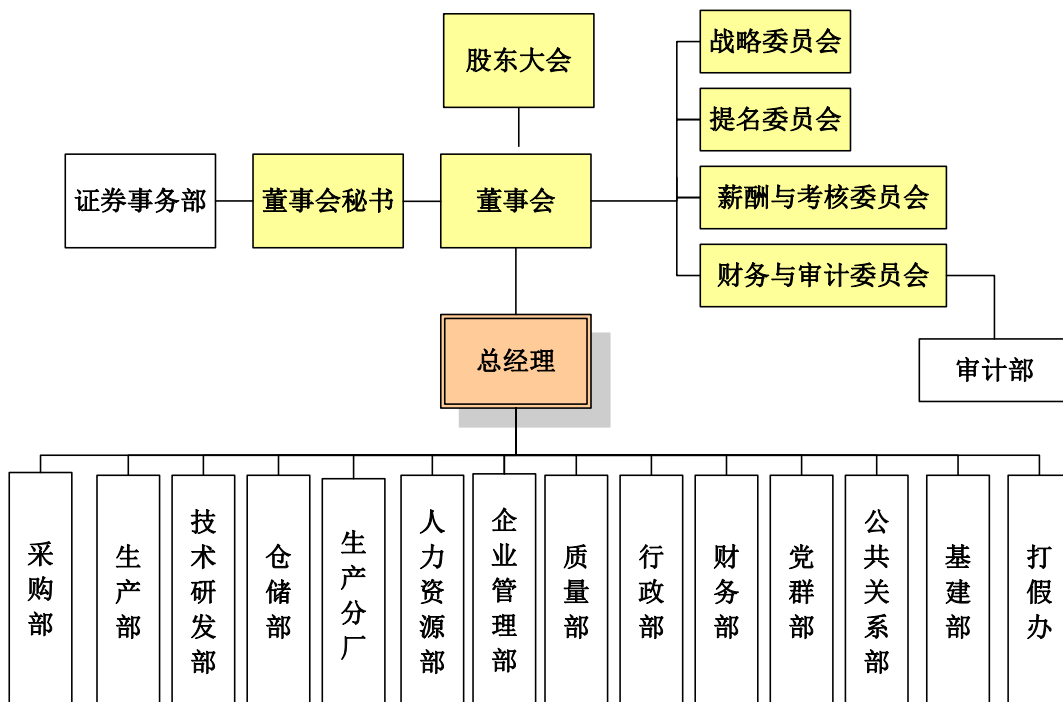
六、发行人组织结构

(一) 发行人组织结构图

1、发行人股权结构图



2、发行人内部组织结构

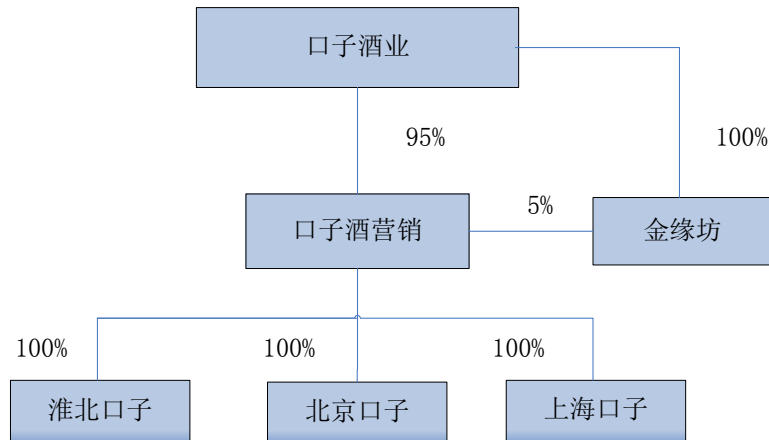


（二）发行人主要职能部门情况

部门名称	部门主要职责
企业管理部	负责公司的战略规划、目标计划和投资管理，通过对各分厂/部门的考核确保公司战略目标的实现；负责公司的制度/流程管理、项目申报和物资价格管理，促进公司规范化运行；负责公司企业文化和违纪处理，增强员工凝聚力；负责生产相关统计与计件单价核实，增进生产运营效率。
生产部	有效地组织生产、管理工艺，保障生产设备的正常运行，使生产能力得到高效地发挥，确保保质、保量、按时地为客户提供产品。
技术研发部	负责公司的工艺改进及技术研发工作，强化技术研发职能，根据行业发展趋势，促进公司技术进步。
仓储部	通过对采购物资（原辅材料、包装材料、五金设备/低值易耗品）、原酒、半成品酒和成品酒出入库及仓库的管理工作，保证库存产品账卡物相符、存放安全，并规范货物配送流程，保证物资配送及时有效。
生产分厂	开展各项生产管理活动，确保产品质量，提高生产效率，降低各种消耗，推动公司酿酒、制曲、包装、动力维修等各项生产活动顺利有序开展。
人力资源部	通过制定与完善公司各项人力资源政策，管理各项人力资源活动，为公司发展提供有效的人力资源支持，从而达到传承企业文化、创造良好业绩、打造优秀团队的目标。
质量部	建立和完善公司质量管理体系和质量标准，并贯彻执行全面质量管理体系，确保产品质量持续改进，客户满意度不断提升；同时负责原酒至半成品酒的酒体设计工作。
行政部	负责公司行政管理方面的工作，做好后勤保障工作，提供良好的办公环境、确保公司各项办公顺畅运行。
审计部	对相关经营活动实体进行审计，发现问题，提出可行性建议，跟踪改进情况，从而不断提高公司整体经营管理水平。
财务部	通过会计核算、财务管理、财务数据分析、预算管理和会计稽核等财务工作，及时准确地反映公司的财务状况，控制与评价公司的财务风险，并对公司经营战略及投融资决策提供服务与支持。
采购部	对采购过程和供应商进行管理，保质保量完成生产所需物资、贵重后勤物资的供应，努力降低采购和库存成本。
公共关系部	负责公共关系管理与内部宣传，树立公司良好形象，增强员工凝聚力；负责售后服务工作，增强客户满意度。
基建部	对公司工程项目的方案设计与评估、计划与实施管理，确保重大工程项目的落实，保障工程及生产的正常运行。
打假办	制定完善的打击制造、仿冒、销售、侵权口子系列酒的违法犯罪行为方案，配合执法部门维护企业、经营者、消费者的合法权益，从而达到净化市场，减少假酒对企业经营的冲击。
党群部	以公司的持续健康发展为使命，促进公司内的党、纪、团工作的顺利开展，积极开展政治思想工作，加强员工的归属感和凝聚力，激励员工与公司共同发展。
证券事务部	全面负责公司股权管理工作，协调中介机构、证券监管机构开展各项证券日常管理事务，按规定及要求履行上市公司的相关责任与义务，建立与维护公司对外的良好形象。

（三）发行人控股子公司情况

截至报告期末，公司及子公司的股权结构如下图所示：



1、安徽口子酒营销有限公司

安徽口子酒营销有限公司（以下简称“口子酒营销”）成立于2007年11月20日，注册资本为500万元，住所为安徽省淮北市三堤口，法定代表人为黄绍刚，经营范围为经销酒及酿酒原料。口子酒业出资475万元，持股比例为95%；淮北市金缘坊包装有限公司出资25万元，持股比例5%。

该公司近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31 或 2014 年	2013. 12. 31 或 2013 年
总资产	93,890.60	101,448.47
净资产	52,620.06	50,396.70
净利润	32,631.89	35,544.54

以上数据经华普天健审计。

2、淮北市金缘坊包装有限公司

淮北市金缘坊包装有限公司（以下简称“金缘坊”）成立于2003年7月6日，注册资本为260万元，住所为濉溪县开发区，法定代表人为段炼，经营范围为一般经营项目：金属制品、纸及纸制品、纸箱、包装材料（不含纸浆生产），加工、销售。口子酒业出资260万元，持股比例为100%。

该公司近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31 或 2014 年	2013. 12. 31 或 2013 年
总资产	2,962.16	3,197.46
净资产	2,750.57	2,525.08
净利润	225.50	611.69

以上数据经华普天健审计。

3、上海口子实业有限公司

上海口子实业有限公司（以下简称“上海口子”）成立于 2009 年 5 月 14 日，注册资本为 200 万元，住所为上海市虹口区四平路 710 号 926 室，法定代表人为郑剑桥，经营范围为食品销售管理（非实物方式），销售五金交电，服装鞋帽，机电产品，办公用品，家具，酒类商品批发；食品销售管理（非实物方式）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。口子酒营销出资 200 万元，持股比例为 100%。

该公司近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31 或 2014 年	2013. 12. 31 或 2013 年
总资产	497.17	690.21
净资产	125.22	110.90
净利润	14.32	30.16

以上数据经华普天健审计。

4、北京口子商贸有限责任公司

北京口子商贸有限责任公司（以下简称“北京口子”），成立于 2009 年 7 月 1 日，注册资本为 50 万元，住所为北京市东城区安定门东大街 28 号雍和大厦 1 号楼 A 单元 1001 室，法定代表人为孙光，经营范围为销售定型包装食品。口子酒营销出资 50 万元，持股比例为 100%。

该公司近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31 或 2014 年	2013. 12. 31 或 2013 年
总资产	1,584.73	1,988.20
净资产	-1,484.65	-1,332.78
净利润	-151.87	-675.47

以上数据经华普天健审计。

5、淮北市口子酒直销有限公司

淮北市口子酒直销有限公司（以下简称“淮北口子”），成立于2009年7月27日，注册资本为10万元，住所为安徽省淮北市建安路东侧21号107-109号房，法定代表人为张百举，经营范围为批发兼零售预包装食品，本经营场所内零售卷烟(雪茄烟)(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)。口子酒营销出资10万元，持股比例为100%。

该公司近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31 或 2014 年	2013. 12. 31 或 2013 年
总资产	724.74	680.07
净资产	661.99	525.25
净利润	136.73	78.96

以上数据经华普天健审计。

七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人

1、自然人发起人基本情况

公司自然人股东均为原资产相关的员工，在公司设立以及历次增资和股权转让时，均在公司任职。

序号	姓名	具体情况
1	徐进	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319650124****，住所为安徽省淮北市相山区新华巷***，1965年1月生，EMBA。1997年9月至2002年12月，历任口子集团副总经理、总经理；2003年1月至2011年3月，历任原口子股份、口子有限董事长、总经理；2011年3月至今，任口子酒业董事长、总经理。同时，徐进先生兼任口子酒营销董事，金缘坊监事，口子投资董事长，口子国际监事。
2	刘安省	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34062119530310****，住所为安徽省濉溪县濉溪镇淮海南路***，1953年3月生，大专学历，高级经济师。1996年11月至2002年12月，历任口子集团总经理、董事长；2003年1月至2011年3月，任原口子股份及口子有限监事会主席、党委书记；2011年3月至今，任口子酒业监事会主席。同时，刘安省先生兼任口子投资监事会主席。
3	范博	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319660810****，住所为

序号	姓名	具体情况
		安徽省淮北市相山区洪山路***, 1966年8月生, 香港中文大学会计学硕士学位, 中国注册会计师。1997年9月至2002年12月, 历任口子集团总经理助理、总会计师; 2003年1月至2011年3月, 历任原口子股份及口子有限董事、总会计师、财务总监; 2011年3月至2014年3月, 任口子酒业董事、财务总监。2014年4月至今, 任口子酒业董事、副总经理、财务总监。同时, 范博先生兼任口子投资董事、泉山物业监事。
4	孙朋东	中国国籍, 无境外居留权, 身份证号码为 34062119540309****, 住所为安徽省濉溪县濉溪镇浍河路***, 1954年3月生, 大专学历。1997年10月至2002年12月, 任口子集团副总经理; 2003年1月至2011年3月, 历任原口子股份及口子有限副总经理; 2011年3月至2013年10月, 任口子酒业副总经理; 2014年4月至今, 任口子酒业董事。
5	徐钦祥	中国国籍, 无境外居留权, 身份证号码为 34060319700331****, 住所为安徽省淮北市相山区濉溪路***, 1970年3月生, EMBA。国家一级酿酒师、国家级白酒评酒委员。1997年1月至2002年12月, 历任口子集团生产部长、总经理助理、副总经理; 2003年1月至2011年3月, 历任原口子股份及口子有限董事、副总经理、董事会秘书; 2011年3月至今, 任口子酒业董事、副总经理。同时, 徐钦祥先生兼任口子投资董事, 口子国际执行董事、绿野园林执行董事、泉山物业执行董事。
6	朱成寅	中国国籍, 无境外居留权, 身份证号码为 34062119660902****, 住所为安徽省濉溪县濉溪镇沱河路***, 1966年9月生, 本科学历, 经济师。1997年9月至2002年12月, 历任口子集团投资决策部副部长、部长、市场部部长、总经理助理; 2003年1月至2011年3月, 历任原口子股份及口子有限副总经理、董事; 2011年3月至今, 任口子酒业副总经理。同时, 朱成寅先生兼任口子酒营销董事, 北京口子执行董事、总经理, 口子投资董事。
7	周图亮	中国国籍, 无境外居留权, 身份证号码为 34062119640806****, 住所为安徽省濉溪县濉溪镇安全巷***, 1964年8月生, 大专学历, 工程师。1997年10月至2002年12月, 历任口子集团企业管理部部长、总经理助理; 2003年1月至2011年3月, 历任原口子股份及口子有限总经理助理; 2011年3月至今, 任口子酒业总经理助理。
8	张国强	中国国籍, 无境外居留权, 身份证号码为 34060319570401****, 住所为安徽省淮北市相山区酒厂居委会濉溪路***, 1957年4月生, 研究生学历, 高级工程师、国家一级酿酒师、国家一级品酒师、首届中国酿酒大师。1997年9月至2002年12月, 任口子集团副总经理; 2003年1月至2011年3月, 历任原口子股份及口子有限董事、副总经理; 2011年3月至今, 任口子酒业董事、副总经理。同时, 张国强先生兼任口子投资董事。
9	吕家芳	中国国籍, 无境外居留权, 身份证号码为 34060319550830****, 住所为安徽省淮北市相山区濉溪路***, 1955年8月生, 高中学历, 助理经济师。2001年2月至2002年12月, 任口子集团分厂厂长; 2003年1月至2006年2月, 任原口子股份分厂厂长; 2006年2月至2010年12月, 任原口子股份、口子有限总经理助理; 2010年12月至2011年3月, 任口子有限工会主席; 2011年3月至今任口子酒业监事、工会主席。

序号	姓名	具体情况
10	段炼	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319620630****，住所为安徽省淮北市相山区濉溪路***，1962 年 6 月生，本科学历，工程师。1997 年 9 月至 2002 年 12 月，任口子集团生产科长；2003 年 1 月至 2006 年 12 月，任原口子股份分厂厂长；2006 年 2 月至 2011 年 3 月，任口子有限总经理助理；2011 年 3 月至今，任口子酒业总经理助理。
11	黄绍刚	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319680810****，住所为安徽省淮北市相山区濉溪路***，1968 年 8 月生，本科学历，经济师。1997 年 11 月至 2002 年 12 月，任口子集团区域经理；2003 年 1 月至 2011 年 3 月，历任原口子股份及口子有限区域经理、总经理助理；2011 年 3 月至今，任口子酒业总经理助理。同时，黄绍刚先生兼任口子酒营销董事长、总经理，口子投资董事。
12	赵杰	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319490701****，住所为安徽省淮北市相山区濉溪路***，1949 年 7 月生，大专学历。1997 年 9 月至 2002 年 12 月，任口子集团工会主席；2003 年 1 月至 2009 年 10 月，任原口子股份及口子有限工会主席；2009 年 11 月退休；2012 年 1 月至 2014 年 4 月，任口子酒业董事；现无职务。
13	束庆瑞	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319531113****，住所为安徽省淮北市相山区濉溪路***，1953 年 11 月生，中专学历。1997 年 9 月至 2002 年 12 月，任口子集团副总经理；2003 年 1 月至 2011 年 3 月，历任原口子股份及口子有限党委副书记；2011 年 3 月至 2013 年 8 月，任口子酒业党委副书记；2014 年 4 月至今，任口子酒业董事。
14	仲继华	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319500801****，住所为安徽省淮北市相山区濉溪路***，1950 年 8 月生，中专学历。1997 年 9 月至 2002 年 12 月，任口子集团纪委书记；2003 年 1 月至 2010 年 8 月，任原口子股份及口子有限纪委书记、监事；2010 年 9 月退休；2012 年 1 月至 2014 年 4 月，任口子酒业董事；现无职务。
15	冯本濂	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319521226****，住所为安徽省淮北市相山区濉溪路***，1952 年 12 月生，大专学历，会计师。1997 年 9 月至 2002 年 12 月，任口子集团审计部部长；2003 年 1 月至 2010 年 8 月，历任原口子股份及口子有限审计部部长、职工监事；2010 年 8 月至 2011 年 3 月，历任原口子股份及口子有限审计部部长；2011 年 3 月至 2013 年 12 月，任口子酒业审计部部长；2013 年 12 月退休；现无职务。
16	赖怀伟	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34062119621213****，住所为安徽省濉溪县淮海南路***，1962 年 12 月生，大专学历，会计师。1997 年 10 月至 1999 年 3 月，任口子集团财务科科长；1999 年 3 月至 2002 年 12 月，任口子集团营销公司副总经理；2002 年 12 月至 2013 年 12 月，任口子酒营销副总经理；2014 年 1 月至今，任口子酒营销副总经理、督察部经理。
17	刘月英	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319480308****，住所为安徽省淮北市相山区洪山路***，1948 年 3 月生，高级工程师。1997 年 9 月至 2002 年 12 月，任口子集团副总经理；2003 年 1 月至 2005 年 1 月，历任原口子股份副总经理；2005 年 2 月退休；现无职务。

序号	姓名	具体情况
18	陶品廉	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319451030****，住所为安徽省淮北市相山区利民巷***，1945 年 10 月生，大专学历，高级政工师。1997 年 1 月至 2002 年 12 月，任口子集团党委副书记、工会主席；2003 年 1 月至 2005 年 11 月，历任原口子股份及口子有限党委副书记、工会主席；2005 年 12 月退休。
19	莫长兴	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319540811****，住所为安徽省淮北市相山区酒厂居委会濉溪路***，1954 年 8 月生，本科学历，酿酒工程师。1997 年 10 月至 2002 年 12 月，任口子集团分厂厂长；2003 年 1 月至 2011 年 3 月，历任原口子股份及口子有限分厂厂长；2011 年 3 月至 2014 年 10 月，任口子酒业分厂厂长；2014 年 11 月退休；现无职务。
20	张维军	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319541217****，住所为安徽省淮北市相山区濉溪路***，1954 年 12 月生，大专学历，经济师。1997 年 10 月至 2002 年 12 月，任口子集团分厂副厂长；2003 年 1 月至 2003 年 5 月，任原口子股份分厂副厂长；2003 年 6 月至今，任金缘坊公司经理。
21	朱永贵	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319550202****，住所为安徽省淮北市相山区濉溪路***，1955 年 2 月生，大专学历，工程师。1997 年 10 月至 2002 年 12 月，任口子集团分厂厂长；2003 年 1 月至 2011 年 3 月，任原口子股份及口子有限分厂厂长；2011 年 3 月至今，任口子酒业分厂厂长。
22	黄海风	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319540505****，住所为安徽省淮北市相山区濉溪路***，1954 年 5 月生，大专学历，工程师。1997 年 1 月至 1997 年 10 月，任口子集团分厂厂长、党总支书记；1997 年 10 月至 2002 年 12 月，任口子集团分厂党总支书记；2003 年 1 月至 2011 年 3 月，任原口子股份及口子有限分厂党总支书记；2011 年 3 月至今，任口子酒业分厂党总支书记。
23	孙光	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319751216****，住所为安徽省淮北市相山区古城路***，1975 年 12 月生，中专学历。1999 年 9 月至 2002 年 12 月，任口子集团区域经理；2002 年 12 月至 2010 年 12 月，任区域经理；2011 年 1 月至 2013 年 12 月，任北京口子副经理；2014 年 1 月至今，任北京口子经理。
24	梁长军	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34062119581217****，住所为安徽省濉溪县濉溪镇淮海南路***，1958 年 12 月生，大专学历，政工师。1997 年 10 月至 2002 年 12 月，任口子集团办公室副主任、公共关系部副部长；2003 年 1 月至 2011 年 3 月，历任原口子股份及口子有限公共关系部副部长、部长、仓储部部长；2011 年 3 月至今，任口子酒业仓储部部长。
25	张孝峰	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319621013****，住所为安徽省淮北市相山区濉溪路***，1962 年 10 月生，大专学历，政工师。1997 年 2 月至 1998 年 12 月，任营销公司副经理、广告科科长；1998 年 3 月至 2003 年 2 月，任口子集团、原口子股份市场部副部长；2003 年 2 月至 2009 年 2 月，任区域经理；2009 年 3 月至今，任口子酒营销市场考核部副部长。

序号	姓名	具体情况
26	左配利	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319700909****，住所为安徽省淮北市相山区友谊巷***，1970 年 9 月生，大专学历。2000 年 2 月至 2002 年 12 月，任口子集团区域经理；2002 年 12 月至今，任区域经理。
27	凌振武	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319691019****，住所为安徽省淮北市相山区濉溪路***，1969 年 10 月生，大专学历。1991 年 9 月至 2002 年 12 月，历任口子集团办公室主任、文秘科科长；2002 年 12 月至 2003 年 3 月，任原口子股份办公室主任、文秘科科长，2003 年 3 月至 2008 年 1 月，任区域经理；2008 年 1 月至今，任口子国际大酒店总经理助理。
28	范胜利	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34060319660310****，住所为安徽省淮北市相山区鹰山路***，1966 年 3 月生，本科学历，电气自动化工程师。1997 年 5 月至 2002 年 12 月，任口子集团包装车间主任；2003 年 1 月至 2011 年 3 月，历任原口子股份及口子有限包装车间主任、分厂厂长；2011 年 3 月至今，任口子酒业分厂厂长。
29	徐君	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34062119631012****，住所为安徽省濉溪县濉溪镇安全巷***，1963 年 10 月出生，大专学历，工程师。1997 年 9 月至 2002 年 12 月，任口子集团质量二科科长；2003 年 1 月至 2003 年 12 月，任原口子股份质量二科科长；2004 年 1 月至 2011 年 3 月，历任原口子股份及口子有限质量中心副部长；2011 年 3 月起任口子酒业质量中心部长；2014 年 2 月至今，任口子酒业助理质量总监。同时，徐君先生兼任口子投资监事、绿野园林监事。
30	聂基辉	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34250119771215****，住所为安徽省淮北市相山区濉溪路***，1977 年 12 月生，大专学历。2001 年 9 月至 2004 年 2 月，任金鹃国际广告有限公司客户经理；2004 年 2 月至 2005 年 3 月，任口子营销市场部副部长；2005 年 3 月至今，任口子酒营销副总经理、市场部部长。
31	刘新春	中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 34062119670211****，住所为安徽省淮北市相山区酒厂居委会濉溪路***，1967 年 2 月生，本科学历。2000 年 5 月至 2002 年 12 月，任口子集团区域经理；2002 年 12 月至今，任区域经理。

2、法人发起人基本情况

(1) GSCP Bouquet Holdings SRL

GSCP Bouquet Holdings SRL 是一家根据巴巴多斯共和国法律依法成立并有效存续的有限责任公司，成立日期为 2008 年 4 月 22 日，注册地址为 Worthing Corporate Centre, Worthing Main Road, Christ Church, BB15008, Barbados, 登记注册号为 914。

2008 年，GSCP Bouquet Holdings SRL 出资人民币 35,500 万元（其中向公司出资 30,500 万元，向公司股东购买股权支付 5,000 万元），合计取得了公司

25.27%的股权。GSCP Bouquet Holdings SRL 除持有公司股权外，未有任何其他经营或投资行为，与公司不存在其他业务和资金往来等关系。

2007年4月，高盛商人银行部完成募集了GS Capital Partners VI，基金规模为203亿美元，基金为合伙企业，其中高盛的全资子公司为普通合伙人和投资管理人。GSCP Bouquet Holdings SRL 为GS Capital Partners VI 所出资设立的投资实体。

高盛除了投资发行人之外，还通过GS Capital Partners VI 设立了GSCP Renaissance Holdings SRL 和GSCP Renaissance Parallel Holdings SRL 两家根据巴巴多斯法律组建的公司，均系GS Capital Partners VI 为投资河南省宋河酒业股份有限公司（以下简称“宋河酒业”）而设立的投资实体。2010年1月高盛作为财务投资者通过上述两公司向宋河酒业出资3,000万美金，合计持有其30.2%的股份，低于宋河酒业第一大股东辅仁药业集团有限公司持有的49.96%的股权；截至2014年12月31日，GSCP Renaissance Holdings SRL 和GSCP Renaissance Parallel Holdings SRL 合计持有宋河酒业17.72%的股权，第一大股东辅仁药业集团有限公司持有宋河酒业48.25%的股权。根据其章程，宋河酒业的董事会由5名成员组成，辅仁药业集团有限公司及其实际控制人朱文臣有权提名3名董事，GSCP Renaissance Holdings SRL 和GSCP Renaissance Parallel Holdings SRL 有权提名2名董事。此外，GSCP Renaissance Holdings SRL 和GSCP Renaissance Parallel Holdings SRL 没有委派人员担任宋河酒业的管理层，并不参与宋河酒业的日常管理。

除了公司和宋河酒业之外，高盛商人银行部在中国境内未投资其他酒类企业，也未投资酒类行业的上下游企业。

GSCP Bouquet Holdings SRL 投资人基本情况如下：

序号	投资人名称	出资额（万元）	投资人基本情况
1	GS Capital Partners VI Fund, L.P.	16,572.17	高盛设立的一家私募投资基金，注册于美国特拉华州的有限合伙企业
2	GS Capital Partners VI Offshore Fund, L.P.	13,782.28	高盛设立的一家私募投资基金，注册于开曼的有限合伙企业
3	GS Capital Partners VI GmbH&Co. KG	588.25	高盛设立的一家私募投资基金，注册于德国的有限合伙企业
4	GS Capital Partners VI Parallel, L.P.	4,557.30	高盛设立的一家私募投资基金，注册于美国特拉华州的有限合伙企业

序号	投资人名称	出资额（万元）	投资人基本情况
	合计	35,500.00	

截至本招股说明书签署之日，GSCP Bouquet Holdings SRL 持有公司 136,458,000 股，占公司本次发行前股本的 25.27%。GSCP Bouquet Holdings SRL 及其投资人对公司的出资系以合法方式募集，GSCP Bouquet Holdings SRL 及其投资人未有为其他第三方代持本公司股权，且 GSCP Bouquet Holdings SRL 及其投资人的董事、监事、高级管理人员与口子酒业的董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其本次公开发行相关中介人员不存在关联关系或代持关系，所持公司股份亦不存在被质押或其他有争议的情况。

GSCP Bouquet Holdings SRL 近一年及一期的财务数据如下：

单位：万美元

项目	2014.12.31 或 2014 年	2013.12.31 或 2013 年
总资产	16,174.40	19,200.20
净资产	15,072.22	19,196.19
净利润	-2,335.13	294.45

以上数据未经审计。

（2）天地龙实业

天地龙实业成立于 2002 年 11 月 25 日，注册资本为 2,700 万元，法定代表人为潘迎九，住所为宜兴市徐舍云溪路 3 号（宜兴市西郊工业区内），经营范围为各类预包装食品批发、零售；纺织品、针织品、服装及其它缝纫品、鞋、帽、皮革、毛皮及其制品、家具、纸、纸制品、文教用品、玩具、化工产品及其原料（除危险化学品）、橡胶制品、塑料制品、建筑材料、金属制品、电子产品、通讯产品（不含卫星电视广播地面接收设施和发射装置）、仪器仪表、工艺美术品、马口铁、有色金属的销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

天地龙实业的股权结构情况如下：

股东名称或姓名	出资额（万元）	比例
江苏美龙生物科技有限公司	2,565.00	95.00%
潘迎九	135.00	5.00%
合计	2,700.00	100.00%

江苏美龙生物科技有限公司成立于 2011 年 6 月 15 日，注册资本为 10,000

万元，法定代表人为蒋心舟，住所为江苏省宜兴市新街街道绿园路9号，经营范围为许可经营项目：无；一般经营项目：生物技术、生物试剂的研究、开发。蒋心舟持有该公司100%的股权。

天地龙实业系蒋加平家庭控制的企业，蒋加平与潘迎九系夫妻关系，蒋心舟为蒋加平与潘迎九之子。

潘迎九：女，1969年出生，2002年4月至今，任江苏天地龙集团有限公司执行董事、总经理；2002年11月至今，任天地龙实业执行董事，总经理。

蒋心舟：男，1993年出生，2014年2月至今，任江苏美龙生物科技执行董事、总经理；2014年7月至今，江苏任潜龙矿业有限公司执行董事、总经理；2014年10月至今，任无锡西施梦网络技术有限公司执行董事、总经理。

蒋加平：男，1966年出生，硕士学历。1989年3月至今，任江苏天地龙线材有限公司执行董事、总经理；2007年11月至今，任徐州汉龙金属材料有限公司执行董事、总经理；2011年5月至今，历任江苏天地龙控股集团有限公司董事长、总裁。

上述自然人不存在为他人代持股权的情形。

天地龙实业在发行人整体变更时，持有发行人40,367,114股股份，2015年4月，天地龙实业将其持有的口子酒业的全部股权转让给徐进、刘安省等口子酒业原有股东，不再持有口子酒业的股权。

天地龙实业近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2014.12.31 或 2014年	2013.12.31 或 2013年
总资产	5,835.34	5,006.09
净资产	5,742.48	4,930.58
净利润	811.90	7.12

以上数据未经审计。

(3) 陕西天驹实业

陕西天驹实业成立于2001年6月5日，住所为西安市雁翔路99号交大科技园开元孵化器壹号，注册资本为4,300万元，法定代表人为杨强，经营范围为预包装食品的批发兼零售（食品流通许可证有效期至2016年6月2日）；五金交电产品、矿产品（专控除外）、机电产品（小轿车除外）、建筑材料、水暖器材、电线电缆、通讯器材（专控除外）、金属材料（专控除外）、非金属材料、化工原料

（危险、易制毒化学品除外）、办公自动化设备、油漆、服装、日用百货的销售；自营和代理各类商品和技术的进出口业务（国家限定或禁止公司经营的商品、技术除外）（上述经营范围中涉及许可经营项目的，凭许可证明文件、证件在有效期内经营，未经许可不得经营）。

陕西天驹实业股权结构如下：

股东名称或姓名	出资额（万元）	比例
刘鹏	1,100.00	25.58%
徐燕	800.00	18.60%
杨强	600.00	13.95%
董建国	600.00	13.95%
王珂	500.00	11.63%
王丽芳	500.00	11.63%
杨燕	200.00	4.65%
合计	4,300.00	100.00%

陕西天驹实业现有 7 名自然人股东，杨强和徐燕系夫妻关系，杨燕为杨强姐姐，杨强为该公司的实际控制人，股东的简历情况如下：

杨强：男，1966 年出生，1988—1995 年在西安市棉布化纤供应站工作，1996 年开始自主创业，2001 年创立陕西天驹商贸，现任陕西天驹实业董事长、总经理。

徐燕：女，1969 年出生，1988—1990 年在西安市外文书店工作，1991—1993 年在西安钟楼商场工作，1995—1996 年在西安五洋大酒店工作，1996 年至今一直赋闲在家。

杨燕：女，1963 年出生，2001 年加入陕西天驹商贸历任促销部主管、品牌形象部经理、综管部经理，2007 年任陕西天驹投资集团有限公司执行董事。

刘鹏：男，1974 年出生，1993 年—1997 年在西安冶金新技术公司工作，1998 年开始自主创业，一直从事服装贸易业务。

董建国：男，1965 年出生，2001—2006 年加入陕西天驹商贸，历任广告策划部主管、经理，现自主创业，从事室内装修、装潢业务。

王珂：男，1971 年出生，1991—2002 年任职于陕西省微生物研究所，2003 年加入陕西天驹实业，现任陕西天驹实业终端店店长。

王丽芳：女，1970 年出生，1999—2000 年在西安丰禾工贸公司工作，2001—2003 年在西安天厚电子科技有限公司任总经理助理，2004 年加入陕西天驹实

业，现任陕西天驹实业广告策划部经理。

上述自然人股东不存在为他人代持股权的情形。

陕西天驹实业近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31 或 2014 年	2013. 12. 31 或 2013 年
总资产	9,800.94	9,720.38
净资产	4,377.16	4,020.11
净利润	357.06	-54.03

以上数据未经审计。

(4) 安徽黄海商贸

安徽黄海商贸成立于 1995 年 2 月 10 日，注册资本为 428 万元，住所为安徽省合肥市长江批发市场 D 八区，法定代表人为黄海，经营范围为预包装食品批发（凭许可证在有效期内经营）、展览展示服务、市场营销策划、国内广告设计制作发布。（以上范围涉及行政许可和资质的凭许可证和资质证在核定范围内经营）。

黄海持有该公司 100% 股权。

黄海：男，1968 年出生，1989 年至 1995 年从事个体经营，1995 年至今任黄海商贸执行董事、总经理，1997 年兼任合肥百维总经理。

黄海不存在为他人代持股权的情形。

安徽黄海商贸近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31 或 2014 年	2013. 12. 31 或 2013 年
总资产	2,786.68	2,740.83
净资产	378.49	519.81
净利润	-139.89	18.53

以上数据未经审计。

(5) 淮北顺达商贸

淮北顺达商贸成立于 2003 年 1 月 16 日，注册资本为 6,600 万元，住所为安徽省淮北市濉溪县淮海路 100 号，法定代表人姚勇，经营范围为粮食、棉花购销；销售：各类酒类、烟（零售）、饮料、糖食、小食品、百货、家电、粮油副食、日用品、服装、通讯器材、化妆品、纺织品原料及成品、纺织配件及设备；房屋租赁、办公用品租赁、机械设备租赁（不含特种设备）；普通货物运输；商业业务咨询服务、商品陈列服务（涉及许可的凭许可证有效期经营）。

淮北顺达商贸股东为自然人姚勇和张克玲夫妻二人，其简历如下：

姚勇：男，1959 年出生，2000 年至 2003 年任淮北顺达糖酒总经理，2003 年至 2007 年任顺达商贸董事长，2007 年至今任安徽顺达商贸集团执行董事、总经理。

张克玲：女，1962 年出生，1998 年 2 月至 2003 年顺达糖酒副总经理，2003 年 1 月至 2007 年 8 月任顺达商贸副总经理，2007 年 8 月至 2013 年 12 月任顺达商贸集团副董事长，2013 年 12 月至今任安徽顺达商贸集团监事。

上述自然人不存在为他人代持股权的情形。

淮北顺达商贸近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31 或 2014 年	2013. 12. 31 或 2013 年
总资产	43,917.61	47,767.08
净资产	12,539.30	9,646.70
净利润	2,892.60	709.97

以上数据未经审计。

（二）持有发行人 5%以上股份主要股东

持有发行人 5%以上股份的股东为徐进、刘安省、GSCP Bouquet Holdings SRL。

1、徐进 先生

徐进先生持有发行人 109,568,568 股，占发行前总股本 20.29%。徐进先生所持公司股份不存在被质押或其他有争议的情况。徐进先生简历见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人”之“1、自然人发起人基本情况”。

2、刘安省 先生

刘安省先生持有发行人 79,873,450 股，占发行前总股本 14.79%。刘安省先生所持公司股份不存在被质押或其他有争议的情况。刘安省先生简历见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人”之“1、自然人发起人基本情况”。

3、GSCP Bouquet Holdings SRL

GSCP Bouquet Holdings SRL 的详细情况，见本节“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“(一) 发起人”之“2、法人发起人基本情况”。

(三) 实际控制人

公司实际控制人为徐进、刘安省，两人共计持有本公司 35.08%的股权，公司近三年以来实际控制人未发生过变更。

1、徐进、刘安省两人合并持有公司股权的比例在公司股东中一直位列第一，对公司形成实际控制

第一，自 2008 年 9 月至今，徐进、刘安省的持股比例情况如下：

时期	徐进	刘安省	合计
2008 年 9 月起至 2009 年 12 月	18.75%	13.50%	32.25%
2009 年 12 月 2015 年 4 月	18.68%	13.45%	32.13%
2015 年 4 月至今	20.29%	14.79%	35.08%

公司第一大股东 GSCP Bouquet Holdings SRL 虽然持有公司 25.27%的股份，但是低于徐进、刘安省合计持股比例。

第二，徐进、刘安省持股比例接近，分别为公司第二大股东和第三大股东，两人凭借其合计持有的公司股份表决权能够对公司股东大会决议、选举董事、董事会决议和决定公司重大经营决策等事项实施重大影响。

第三，历史上，徐进、刘安省两人一直密切合作，对公司发展战略、重大经营决策、日常经营活动均有相同的意见，并在公司历次股东大会、董事会上均有相同的表决意见，对公司共同实施重大影响。

综上，两人在股权关系上构成了对公司的共同控制。

2、两人都一直担任公司治理层的核心职务，对公司股东大会、董事会的重大决策和公司经营活动能够产生重大影响

第一，自 2008 年 9 月至今，徐进、刘安省合计可支配发行人股份表决权超过 30%，对公司股东大会具有重大影响。

第二，报告期末，公司董事会共 9 名董事，全部由徐进、刘安省提名。报告期内，公司董事会成员未发生重大变化，徐进、刘安省二人能够决定董事会半数以上成员的选任。

第三，自 2002 年公司成立至今，徐进一直担任公司董事长、总经理职务，刘安省一直担任监事会主席职务。徐进、刘安省基于共同的利益基础和共同认可的公司发展目标，两人彼此信任，历史上合作关系良好，在公司所有重大决策上均在事前充分沟通的基础上达成了一致意见，对公司经营决策具有重大影响，事实上构成了对公司经营上的共同控制。

3、GSCP Bouquet Holdings SRL 作为财务投资者，不参与公司具体生产经营，亦无意对公司进行控制

GSCP Bouquet Holdings SRL 目前持有公司 25.27% 的股份，为公司第一大股东。GSCP Bouquet Holdings SRL 自 2008 年 9 月对公司投资入股至今，未参与公司生产经营活动，未对公司董事会、股东大会形成控制。

2012 年 5 月 19 日，GSCP Bouquet Holdings SRL 出具《关于安徽口子酒业股份有限公司实际控制人情况的声明》：

“自 GSCP Bouquet Holdings SRL (以下简称“本公司”) 投资入股安徽口子酒业股份有限公司及其前身安徽口子酒业有限责任公司 (以下统称“口子酒业”) 以来，口子酒业的实际控制人一直为徐进、刘安省，为保障口子酒业的稳定经营和持续健康发展、维护口子酒业实际控制人的稳定地位，本公司现声明如下：

1、本公司虽然为口子酒业单一持股数量最多的股东，但始终作为口子酒业的财务投资者，自投资之日起至本声明出具之日对口子酒业不拥有任何控制权，且承诺今后不以任何形式谋求成为口子酒业控股股东，不谋求对口子酒业的控制或共同控制地位；

2、不以控制口子酒业为目的而增持口子酒业的股份；

3、除非经徐进、刘安省书面同意，不与口子酒业其他股东签订与口子酒业控制权有关的任何协议 (包括但不限于一致行动协议、限制实际控制人行使权利的协议)；”

GSCP Bouquet Holdings SRL 作为公司财务投资者，不参与发行人具体生产经营，亦无意对发行人进行控制，不影响徐进、刘安省的实际控制人地位。

4、徐进、刘安省控制权持续稳定

徐进、刘安省与张国强、孙朋东、徐钦祥、朱成寅、范博、周图亮、段炼、黄绍刚、赵杰、仲继华签订了《一致行动协议》及《补充协议》，其主要内容包

括：

(1) 各方确认，口子酒业各项重要事务在报告期内均由徐进、刘安省进行决策，为口子酒业的实际控制人。为加强徐进和刘安省对口子酒业的控制，张国强、孙朋东、徐钦祥、朱成寅、范博、周图亮、段炼、黄绍刚、赵杰、仲继华同意与徐进、刘安省保持一致意见；徐进、刘安省作为口子酒业的实际控制人，同意接受张国强、孙朋东、徐钦祥、朱成寅、范博、周图亮、段炼、黄绍刚、赵杰、仲继华与其保持一致意见。

(2) 各方同意，协议约定的一致行动安排按照以下方式运作：各方作为口子酒业股东需行使其股东、董事的权利时，由徐进、刘安省负责就拟审议事项提出意见或解决方案，张国强、孙朋东、徐钦祥、朱成寅、范博、周图亮、段炼、黄绍刚、赵杰、仲继华应按照徐进、刘安省提出的意见行使其股东、董事的表决权。

徐进、刘安省两人为公司实际控制人，报告期内未发生变化。

5、公司报告期内治理结构健全、运行良好

公司建立健全了法人治理结构。在原有董事会、监事会基础上，建立了独立董事制度和董事会专业委员会等，公司治理运行良好。徐进、刘安省两人对公司的共同控制未对公司的规范运作产生不利影响。

(四) 控股股东、实际控制人控制的其他企业

除公司外，公司控股股东、实际控制人徐进、刘安省还控制了口子投资、口子国际、绿野园林、泉山物业。

1、口子投资

口子投资成立于2008年7月23日，注册资本为5,770.00万元，注册地为安徽省淮北市人民路中段南侧，法定代表人为徐进，经营范围为投资国家法律、行政法规允许的行业、产业（涉及行政许可的凭许可证经营），房地产开发。

口子投资现股权结构情况如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（元）	比例
1	徐进	20,051,119.24	34.75%
2	天地龙实业	8,002,560.00	13.87%
3	刘安省	8,000,000.00	13.86%

序号	股东姓名/名称	出资额（元）	比例
4	淮北顺达商贸	2,400,320.00	4.16%
5	陕西天驹实业	2,400,320.00	4.16%
6	安徽黄海商贸	2,400,320.00	4.16%
7	黄绍刚	2,144,525.56	3.72%
8	范博	1,944,329.60	3.37%
9	张国强	1,834,305.60	3.18%
10	徐钦祥	1,834,305.60	3.18%
11	朱成寅	1,834,305.60	3.18%
12	周图亮	1,834,305.60	3.18%
13	赖怀伟	867,891.20	1.50%
14	冯本濂	867,891.20	1.50%
15	范胜利	427,833.60	0.74%
16	徐君	427,833.60	0.74%
17	聂基辉	427,833.60	0.74%
	合计	57,700,000.00	100.00%

口子投资近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2014.12.31 或 2014 年	2013.12.31 或 2013 年
总资产	25,580.64	41,357.07
净资产	9,417.65	8,730.45
净利润	946.64	-1,400.20

以上数据未经审计。

2、口子国际

口子国际成立于 2008 年 9 月 25 日，注册资本为 3,000 万元，注册地为安徽省淮北市人民路中段南侧，法定代表人为徐钦祥，经营范围为：许可经营项目：住宿，经销主食、热菜、凉菜、预包装食品、散装食品；本经营场所内零售卷烟（雪茄烟）。一般经营项目：经销日用百货、苗木；会议接待；高尔夫训练服务（法律法规禁止的不得经营，应经审批的未获审批前不得经营）。口子投资持有口子国际 100% 股权。

口子国际近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2014.12.31 或 2014 年	2013.12.31 或 2013 年
总资产	18,230.81	13,922.75
净资产	1,837.41	3,685.76

净利润	-1,248.36	-295.07
-----	-----------	---------

以上数据未经审计。

3、绿野园林

绿野园林成立于 2013 年 4 月 26 日，注册资本为 1,000 万元，注册地为淮北市人民路南张寨路东，法定代表人为徐钦祥，经营范围为：许可经营项目：无。一般经营项目：园林绿化工程施工，花卉、苗木、草坪种植与销售，节水灌溉工程设计、施工，盆景、假山、喷泉、雕塑的设计与建造，园林景观设计、建造，城市广场绿化。（上述经营范围中法律、法规禁止的不得经营，应经审批而未获审批的不得经营）。口子投资持有绿野园林 100% 股权。

绿野园林近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31 或 2014 年	2013. 12. 31 或 2013 年
总资产	7,155.30	3,391.47
净资产	964.79	990.07
净利润	-35.21	-9.93

以上数据未经审计。

4、泉山物业

泉山物业成立于 2014 年 12 月 4 日，注册资本为 50 万元，注册地为淮北市人民路中段 151 号 1#-1, 1，法定代表人为徐钦祥，经营范围为：物业服务，卫生保洁服务，家政服务，园林绿化（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。口子投资持有泉山物业 100% 股权。

截至报告期末，泉山物业尚未建账。

八、股本

（一）本次拟发行的股份及发行前后股本结构

公司本次发行前总股本为 54,000 万股，本次拟发行不超过 6,000 万股人民币普通股，本次发行前后公司的股本结构如下：

序号	股东名称或姓名	发行前		发行后	
		持股数（股）	比例	持股数（股）	比例
1	GSCP Bouquet Holdings SRL	136,458,000	25.27%	136,458,000	22.74%
2	徐进	109,568,568	20.29%	109,568,568	18.26%
3	刘安省	79,873,450	14.79%	79,873,450	13.31%
4	安徽黄海商贸	17,896,587	3.31%	17,896,587	2.98%
5	淮北顺达商贸	15,002,231	2.78%	15,002,231	2.50%
6	黄绍刚	12,411,743	2.30%	12,411,743	2.07%
7	陕西天驹实业	12,107,875	2.24%	12,107,875	2.02%
8	范博	10,965,476	2.03%	10,965,476	1.83%
9	朱成寅	10,555,202	1.95%	10,555,202	1.76%
10	孙朋东	10,265,767	1.90%	10,265,767	1.71%
11	徐钦祥	9,976,331	1.85%	9,976,331	1.66%
12	周图亮	9,976,331	1.85%	9,976,331	1.66%
13	段炼	9,541,014	1.77%	9,541,014	1.59%
14	张国强	9,469,818	1.75%	9,469,818	1.58%
15	吕家芳	8,817,427	1.63%	8,817,427	1.47%
16	赵杰	7,467,123	1.38%	7,467,123	1.24%
17	仲继华	6,299,351	1.17%	6,299,351	1.05%
18	束庆瑞	6,053,331	1.12%	6,053,331	1.01%
19	冯本濂	4,884,393	0.90%	4,884,393	0.81%
20	赖怀伟	4,855,450	0.90%	4,855,450	0.81%
21	陶品廉	4,456,470	0.83%	4,456,470	0.74%
22	刘月英	4,427,528	0.82%	4,427,528	0.74%
23	莫长兴	4,206,127	0.78%	4,206,127	0.70%
24	张维军	3,916,692	0.73%	3,916,692	0.65%
25	朱永贵	3,916,692	0.73%	3,916,692	0.65%
26	黄海风	3,557,432	0.66%	3,557,432	0.59%
27	左配利	2,900,561	0.54%	2,900,561	0.48%
28	孙光	2,755,844	0.51%	2,755,844	0.46%

序号	股东名称或姓名	发行前		发行后	
		持股数（股）	比例	持股数（股）	比例
29	张孝峰	2,755,844	0.51%	2,755,844	0.46%
30	梁长军	2,683,485	0.50%	2,683,485	0.45%
31	凌振武	2,466,408	0.46%	2,466,408	0.41%
32	聂基辉	2,447,547	0.45%	2,447,547	0.41%
33	徐君	2,433,075	0.45%	2,433,075	0.41%
34	刘新春	2,327,998	0.43%	2,327,998	0.39%
35	范胜利	2,302,829	0.43%	2,302,829	0.38%
36	社会公众股	-	-	60,000,000	10.00%
	合计	540,000,000	100.00%	600,000,000	100.00%

（二）公司前十名股东

序号	股东名称或姓名	持股数（股）	比例
1	GSCP Bouquet Holdings SRL	136,458,000	25.27%
2	徐进	109,568,568	20.29%
3	刘安省	79,873,450	14.79%
4	安徽黄海商贸	17,896,587	3.31%
5	淮北顺达商贸	15,002,231	2.78%
6	黄绍刚	12,411,743	2.30%
7	陕西天驹实业	12,107,875	2.24%
8	范博	10,965,476	2.03%
9	朱成寅	10,555,202	1.95%
10	孙朋东	10,265,767	1.90%
	合计	415,104,899	76.86%

（三）公司前十名自然人股东及其在公司的任职情况

序号	股东姓名	持股数（股）	比例	在公司任职情况
1	徐进	109,568,568	20.29%	董事长、总经理
2	刘安省	79,873,450	14.79%	监事会主席
3	黄绍刚	12,411,743	2.30%	总经理助理
4	范博	10,965,476	2.03%	董事、副总经理、财务总监
5	朱成寅	10,555,202	1.95%	副总经理
6	孙朋东	10,265,767	1.90%	董事
7	徐钦祥	9,976,331	1.85%	董事、副总经理
8	周图亮	9,976,331	1.85%	总经理助理
9	段炼	9,541,014	1.77%	总经理助理
10	张国强	9,469,818	1.75%	董事、副总经理
	合计	272,603,700	50.48%	

（四）外资股东相关情况

经国家商务部出具的《商务部关于同意安徽口子酒业有限责任公司整体改制为外商投资股份有限公司的批复》（商资批[2011]209号）批准，公司外资股东为 GSCP Bouquet Holdings SRL，持有公司 136,458,000 股，持股比例为 25.27%。

（五）股东中战略投资者持股及其简况

本公司股东中无战略投资者。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前各股东之间不存在关联关系。

（七）本次发行前股东自愿锁定股份的承诺

公司实际控制人徐进、刘安省，签署《一致行动协议》的张国强、孙朋东、徐钦祥、朱成寅、范博、周图亮、段炼、黄绍刚、赵杰、仲继华及董事束庆瑞承诺：“自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。承诺期限届满

后，在符合相关法律法规和公司章程规定的条件下，上述股份可以上市流通和转让”。

2015年4月受让天地龙实业股份的股东徐进、刘安省、安徽黄海商贸、黄绍刚、淮北顺达商贸、朱成寅、范博、孙朋东、徐钦祥、周图亮、段炼、冯本濂、陶品廉、莫长兴、赖怀伟、刘月英、赵杰、左配利、仲继华、黄海风、孙光、张孝峰、聂基辉、徐君、刘新春、张国强、张维军、朱永贵、梁长军、范胜利、束庆瑞承诺：“自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人/本公司直接或间接持有的2015年4月自江苏天地龙实业有限公司受让的公司股份，也不由公司回购该部分股份。承诺期限届满后，在符合相关法律法规和公司章程规定的条件下，上述股份可以上市流通和转让”。

公司其他自然人股东承诺：“自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。承诺期限届满后，在符合相关法律法规和公司章程规定的条件下，上述股份可以上市流通和转让”。

公司法人股东 GSCP Bouquet Holdings SRL、陕西天驹实业、安徽黄海商贸、淮北顺达商贸承诺：“自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本公司直接或间接持有的口子酒业股份，也不由口子酒业回购该部分股份。承诺期限届满后，在符合相关法律法规和公司章程规定的条件下，上述股份可以上市流通和转让”。

同时，作为本公司董事、监事和高级管理人员的股东徐进、刘安省、张国强、徐钦祥、范博、赵杰、仲继华、吕家芳、孙朋东、朱成寅、周图亮、黄绍刚、段炼承诺：“前述锁定期满后，若仍然担任公司的董事、监事、高级管理人员，在任职期间每年转让的股份不超过所持有公司股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让本人所持有的公司股份”。

公司实际控制人徐进、刘安省，签署《一致行动协议》的张国强、孙朋东、徐钦祥、朱成寅、范博、周图亮、段炼、黄绍刚、赵杰、仲继华及董事束庆瑞承诺：“本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券交易所的有关规定进行调整）。在公司上市后6个月内如公司股票连续20

个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券交易所的有关规定作复权处理，下同）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有口子酒业股票的上述锁定期自动延长 6 个月。上述股份锁定承诺不因本人职务变更、离职而终止。”

（八）发行人内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况

发行人未发行过内部职工股，亦不曾存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东人数超过二百人的情况。

九、员工及其社会保障情况

（一）员工情况

截至报告期末，公司员工总数为 4,087 人，具体构成情况如下：

1、按员工专业构成分类

项目	人数	比例
管理人员	575	14%
技术人员	127	3%
营销人员	401	10%
财务人员	45	1%
生产人员	2,939	72%
合计	4,087	100%

2、按员工受教育程度分类

项目	人数	比例
本科及以上	344	8%
大专	561	14%
大专以下	3,182	78%
合计	4,087	100%

3、按员工年龄分类

项目	人数	比例
30 岁以下（含 30 岁）	1,430	35%
30-40 岁（含 40 岁）	964	24%
40-50 岁（含 50 岁）	1,313	32%

项目	人数	比例
50 岁以上	380	9%
合计	4,087	100%

（二）员工社会保障情况

公司实行劳动合同制，员工按照《劳动法》的有关规定与公司签订劳动合同，享受权利并承担义务。公司按照国家法律法规及淮北市的有关规定，为员工办理了基本养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险以及住房公积金。

公司主要在安徽省淮北市开展经营活动，具体执行的社会保险及住房公积金的缴纳比例如下：

年度	缴费主体	养老保险	医疗保险	失业保险	工伤保险	生育保险	住房公积金
2012 年	企业	20%	8%、6%	2%、1%	1%、0.8%	0.8%、0.4%	5%
	个人	8%	2%	1%	0	0	5%
2013 年	企业	20%	8%	2%、1%	1%	0.8%、0.4%	5%
	个人	8%	2%	1%	0	0	5%
2014 年	企业	20%	8%	2%	1%	0.8%	5%
	个人	8%	2%	1%	0	0	5%

报告期内，公司为员工缴纳社会保险及住房公积金的缴纳人数情况：

单位：人

类别	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
养老保险	3,860	3,979	3,959
医疗保险	3,860	3,982	3,969
失业保险	3,860	3,979	3,959
工伤保险	3,766	3,873	3,849
生育保险	3,766	3,873	3,845
住房公积金	3,848	3,941	3,928

公司工伤保险、生育保险缴纳人数低于养老保险，主要是由于发行人存在部分“内退”员工，该等员工虽已离开工作岗位，但仍保留与公司的劳动关系，因此该部分“内退”员工未缴纳工伤、生育保险。

截至报告期末，除劳务派遣人员和正在办理退休手续人员外，公司已为其他全体员工缴纳了社会保险；尚有个别员工未缴纳住房公积金，主要是北京地区对外埠农村户口不强制要求缴纳等原因。

报告期内，公司按规定及时足额为员工缴纳了社会保险和住房公积金，不存

在欠缴情形。社保和住房公积金管理部门已出具证明文件，证明公司已全额缴纳社会保险及住房公积金，不存在违法违规行为。

报告期内，公司按规定及时足额为员工缴纳了社会保险和住房公积金，不存在欠缴情形。社保和住房公积金管理部门已出具证明文件，证明公司已全额缴纳社会保险及住房公积金，不存在违法违规行为。

公司报告期内劳务派遣用工情况如下：

单位：人

岗位	2014年	2013年	2012年
酿酒	210	219	222
制罐	10	12	14
包装	1	-	-
合计	221	231	236

公司就其劳务派遣用工与淮北市劳动保障事务代理服务中心签署了《劳务派遣合同》，协议中明确约定了合作双方的权力义务。淮北市劳动保障事务代理服务中心具有从事劳务派遣业务的资格。报告期内，公司均按照《劳务派遣合同》的约定支付各项费用，未发生过争议或纠纷，亦不存在潜在纠纷，符合《劳务派遣暂行规定》、《劳务派遣行政许可实施办法》等劳务派遣管理规定的要求。

作为公司正式用工的补充形式，劳务派遣用工所在岗位为公司主营业务岗位提供服务的辅助性岗位，主要从事铲酒糟、制罐等体力要求较高但技术要求较低的工作，劳务派遣用工的人数占公司用工总量的比例未超过10%，符合《劳动合同法》及《劳务派遣暂行规定》的相关要求。

公司设立以来，没有发生过任何重大劳动争议和纠纷。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，报告期内，发行人已按规定及时为员工缴纳了社会保险和住房公积金，不存在欠缴情形，不存在违法违规行为；报告期内发行人劳务派遣用工情况不存在违法违规情形。

十、公司主要股东以及董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况

（一）关于股份锁定的承诺

公司股东对所持股份流通限制及自愿锁定情况作出了相关承诺，详见本节

“八、股本”之“(七) 本次发行前股东自愿锁定股份的承诺”。

(二) 关于避免同业竞争的承诺

公司控股股东、实际控制人徐进、刘安省先生分别出具了《避免同业竞争承诺函》，详见本招股说明书“第六节 同业竞争与关联交易”之“一、同业竞争”。

(三) 关于稳定股价的承诺

1、控股股东、实际控制人的承诺

公司控股股东、实际控制人徐进、刘安省先生承诺，在公司上市后三年内，如出现公司股价低于每股净资产的情况，将以增持公司股份方式来稳定股价。具体内容如下：

“(一) 启动股价稳定措施的前提条件

“如果公司在其 A 股股票正式挂牌上市之日后三年内，公司股价连续 20 个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券交易所的有关规定作复权处理，下同）均低于公司最近一期经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷期末公司股份总数，需扣除转增股本和分红的影响，下同）（以下简称“启动股价稳定措施的前提条件”），本人将依据法律法规、公司章程规定通过增持股份的方式实施股价稳定措施。

“(二) 稳定公司股价的具体措施

“在启动股价稳定措施的前提条件满足时，本人应在 5 个交易日内，提出增持公司股份的方案（包括拟增持公司股份的数量、价格区间、增持时间等），并通知公司，公司应按照相关规定披露本人增持公司股份的计划。在公司披露本人增持公司股份计划的 3 个交易日后，本人开始实施增持公司股份的计划。

“本人增持公司股份的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产的 110%。”

“本人用于增持股份的资金金额不低于本人自公司上市后累计从公司所获得现金分红（税后）金额的 30%及本人自公司上市后在担任董事、监事和高级管理人员期间累计从公司领取的税后薪酬累计额的 50%之和。”

“本人将在启动股价稳定措施的前提条件满足第二日起，30个交易日内完成股份增持。但如果公司股价已经不满足启动股价稳定措施的条件，本人可不再实施增持公司股份。

“本人增持公司股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。本人增持公司股份应符合相关法律、法规及规范性文件的规定。

“在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未采取上述稳定股价的具体措施，本人承诺接受以下约束措施：

“（1）本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

“（2）本人将暂停领取应获得的公司现金分红，直至本人按本承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

“（3）本人将停止在公司领取薪酬，直至本人按本承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

“（4）本人将停止行使所持公司股份的投票权，直至本人按本承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

“（5）如果未履行上述承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

“（6）上述承诺为本人真实意思表示，自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺将依法承担相应责任。”

2、公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员的承诺

公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员承诺，在公司上市后三年内，如出现公司股价低于每股净资产的情况，将以增持公司股份方式来稳定股价。具体内容如下：

“（一）启动股价稳定措施的前提条件

“如果公司在其A股股票正式挂牌上市之日后三年内，公司股价连续20个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券交易所的有关规定作复权处理，下同）均低于公司最近一期经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷期末公司股份总数，需扣除转增股本和分红的影响，下同）且

控股股东已履行稳定股价措施（以下简称为“启动股价稳定措施的前提条件”），本人将依据法律法规、公司章程规定通过增持股份的方式实施股价稳定措施。

“（二）稳定公司股价的具体措施

“在启动股价稳定措施的前提条件满足时，本人应通过二级市场以竞价交易方式买入公司股票以稳定公司股价。

“本人购买公司股份的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产的110%，本人用于购买股份的资金金额不低于本人自公司上市后累计从公司所获得现金分红（税后）金额的20%及本人自公司上市后在担任董事、监事和高级管理人员期间累计从公司领取的税后薪酬累计额的50%之和。

“本人将在启动股价稳定措施的前提条件满足第二日起，15个交易日内完成股份增持。但如果公司股价已经不满足启动股价稳定措施的条件，本人可不再实施增持公司股份。

“本人买入公司股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。本人增持公司股份应符合相关法律、法规及规范性文件的规定。

“在公司上市后三年内不因本人职务变更、离职等原因而放弃履行该承诺。

“在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未采取上述稳定股价的具体措施，本人承诺接受以下约束措施：

“（1）本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

“（2）本人将暂停取得应获得的公司现金分红，直至本人按本承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

“（3）本人将停止在公司领取薪酬，直至本人按本承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

“（4）本人将停止行使所持公司股份的投票权，直至本人按本承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

“（5）如果未履行上述承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

“（6）上述承诺为本人真实意思表示，自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺将依法承担相应责任。”

（四）关于持股意向及减持意向的承诺

1、控股股东、实际控制人的承诺

公司控股股东、实际控制人徐进、刘安省先生承诺：

“1、除本次发行涉及的公开发售股份之外，本人已经承诺所持口子酒业股份锁定 36 个月。本人计划，如果在锁定期满后两年内，本人拟减持股票的，减持价格（如果因上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作复权处理）不低于发行价。锁定期满后两年内，本人每年减持所持有的口子酒业公司股份数量合计不超过上一年度最后一个交易日登记在本人名下的股份总数的 10%。因口子酒业进行权益分派、减资缩股等导致本人所持公司股份变化的，相应年度可转让股份额度做相应变更；

“2、本人减持口子酒业股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

“3、本人减持口子酒业股份前，应提前三个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务；

“4、如果本人违反上述减持意向，则本人承诺接受以下约束措施：

“（1）本人将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明违反减持意向的具体原因并向口子酒业股东和社会公众投资者道歉；

“（2）本人持有的口子酒业股份自本人违反上述减持意向之日起 6 个月内不得减持；

“（3）本人因违反上述减持意向所获得的收益归口子酒业所有。”

2、其他持股 5% 以上的主要股东的承诺

GSCP Bouquet Holdings SRL 承诺：

“1、除本次发行涉及的公开发售股份之外，本公司已经承诺所持口子酒业股份锁定 12 个月。本公司计划，在锁定期满后 12 个月内，本公司减持股份数量不超过口子酒业上市前本公司所持股份总数（股份总数不含公开发售的数量，以送股、转增或增发股份后的股本数量计算，下同）的 70%；在锁定期满后的 24 个月内，本公司减持股份数量不超过口子酒业上市前本公司所持股份总数的 100%；

“锁定期满后两年内拟减持股票的，减持价格（如果因派发现金红利、送股、

转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，减持价格将进行相应调整）不低于减持时口子酒业最近一期经审计的每股净资产。

“2、本公司减持口子酒业股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

“3、本公司减持口子酒业股份，应按照证券交易所的规则及时准确履行信息披露义务；本公司持有口子酒业股份低于 5%以下时除外；

“4、如果本公司违反上述减持意向，则本公司承诺接受以下约束措施：

“（1）本公司持有的口子酒业股份自本公司违反上述减持意向之日起 6 个月内不得减持；

“（2）本公司因违反上述减持意向所获得的收益归口子酒业所有。”

3、签署《一致行动协议》股东（除控股股东、实际控制人外）的承诺

签署《一致行动协议》股东（除控股股东、实际控制人外）范博、张国强、徐钦祥、孙朋东、朱成寅、周图亮、黄绍刚、段炼、赵杰、仲继华先生（以下简称“其他一致行动人”）承诺：

“1、除本次发行涉及的公开发售股份之外，本人已经承诺所持口子酒业股份锁定 36 个月。本人计划，如果在锁定期满后两年内，本人拟减持股票的，减持价格（如果因上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作复权处理）不低于发行价。锁定期满后两年内，本人每年减持所持有的口子酒业股份数量合计不超过上一年度最后一个交易日登记在本人名下的股份总数的 20%。因口子酒业进行权益分派、减资缩股等导致本人所持公司股份变化的，相应年度可转让股份额度做相应变更；

“2、本人减持口子酒业股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

“3、本人减持口子酒业股份前，应提前三个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务；

“4、如果本人违反上述减持意向，则本人承诺接受以下约束措施：

“（1）本人将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明违反减持意向的具体原因并向口子酒业股东和社会公众投资者道歉；

“（2）本人持有的口子酒业股份自本人违反上述减持意向之日起 6 个月内

不得减持；

“（3）本人因违反上述减持意向所获得的收益归口子酒业所有。”

（五）关于承诺履行的约束措施

公司控股股东、实际控制人及其他一致行动人、董事（不包括独立董事）、高级管理人员就所作公开承诺的履行提出了如下约束措施：

“除个别承诺中提到的约束措施外，还需遵守如下约束措施，

“（一）如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

“1、在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

“2、不得转让口子酒业股份。因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

“3、暂不领取口子酒业分配利润中归属于本人的部分；

“4、可以职务变更但不得主动要求离职；

“5、主动申请调减或停发薪酬或津贴；

“6、如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归口子酒业所有，并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给口子酒业指定账户；

“7、本人未履行相关承诺，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失。

“（二）如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

“1、在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

“2、尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护口子酒业本公司投资者利益。”

（六）关于招股说明书真实性的承诺

公司控股股东、实际控制人徐进、刘安省先生承诺：

“（一）公司首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或

者重大遗漏。

“（二）如公司招股说明书被证券监督管理部门认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将在证券监督管理部门作出上述认定时，按照届时公司股票二级市场的价格依法回购首次公开发行时本人公开发售的全部股份。

“（三）如公司招股说明书被证券监督管理部门认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。”

公司董事、监事、高级管理人员承诺：

“本人承诺安徽口子酒业股份有限公司首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如公司招股说明书被证券监督管理部门认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。”

第五节 业务与技术

一、公司主营业务、主要产品及设立以来的变化情况

公司自设立以来一直从事白酒的生产和销售，主营业务未发生过变化。

白酒是以谷物为主要原料，用大曲、小曲或麸曲及酒母等为糖化发酵剂，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏而制成的饮品。白酒是我国特有的酒种，在我国有着数千年的发展历史，兼具饮品和文化双重特征。白酒是我国社会交往活动和居民日常生活中的重要饮品，由酿酒、品酒形成特有的酒文化，在数千年的发展中，也成为了中国传统文化的重要载体。

传统的白酒香型包括清香型、浓香型、酱香型三大类，发展至目前，白酒香型更加丰富，已经包括除了传统的三大香型之外，还出现了兼香型、凤香型、米香型、芝麻香型、豉香型、老白干香型、特香型等多种香型。目前主要香型及代表品牌如下：

香型	特点	代表品牌
酱香型	酱香突出、优雅细腻、酒体醇厚、回味悠长、空杯留香持久	贵州茅台
浓香型	窖香浓郁、绵甜醇厚、香味协调、后味爽净	五粮液、泸州老窖、洋河
清香型	清香醇正、醇甜柔和、自然协调、余味净爽	汾酒
兼香型	酱浓协调、幽雅舒适、细腻丰满、余味悠长	口子窖、白云边
凤香型	醇香秀雅、醇厚丰满、甘润挺爽、尾净悠长	西凤酒

兼香型白酒是指受自然环境、生产原料、酿造工艺等因素的影响，生产的至少兼有两种及以上香型的白酒，兼香型白酒最早在上个世纪七十年代提出，至2009年12月1日国家颁布兼香型白酒的国家标准，同日全国白酒标准化技术委员会兼香型白酒分技术委员会成立，确立秘书处承担单位为安徽口子酒业股份有限公司，正式确立了兼香型白酒行业地位。

兼香型白酒是指受自然环境、生产原料、酿造工艺等因素的影响，生产的至少兼有两种及以上香型的白酒，公司生产的口子窖酒是目前国内兼香型白酒的代表品牌，具有“清澈透明、芳香幽雅、醇厚绵净、香味协调、酒体细腻丰满、空杯留香、风格显著”的特点。除口子窖系列白酒外，公司还拥有口子坊、老口子、口子酒、口子美酒等不同系列品牌产品，以充分满足不同消费者的需求。

二、公司所处行业的基本情况

白酒行业是我国轻工业中食品工业的重要分支。根据中国证监会制定的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），发行人归属“C15酒、饮料和精制茶制造业”。

（一）行业主管部门、行业监管体制、产业政策、主要法律法规

1、行业主管部门及管理体制

白酒行业的主管部门包括国家发改委、国家食品药品监督管理总局、国家质量监督检验检疫总局及地方各级人民政府相应的职能部门等。中国酒业协会白酒分会和中国食品工业协会白酒专业委员会是白酒行业的自律组织。

国家发改委对本行业行使宏观管理职能，主要负责制定相关产业政策，指导产业投资及技术改造等；国家食品药品监督管理总局主要负责制定本行业食品监督管理制度、检查食品安全、公布食品安全信息、食品行政许可等；国家质量监督检验检疫总局对本行业产品质量进行监督管理。中国酒业协会白酒分会和中国食品工业协会白酒专业委员会承担行业引导和服务职能。

2、行业相关法律法规

因白酒行业的综合性，白酒行业所涉及的行业监管部门较多，行业的法律法规体系也比较繁杂。《中华人民共和国食品安全法》（2009年6月1日）和《中华人民共和国产品质量法》（1993年9月1日）是白酒行业遵循的基本法律。《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》（2007年7月25日）、《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》（2005年9月1日）、商务部颁发的《酒类流通管理办法》（2006年1月）、国家认证认可监督管理委员会颁发的《食品质量认证实施规则—酒类》（2005年10月1日）、国家质检总局颁布的《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则》（2005年9月1日）、《食品召回管理规定》（2007年7月24日）和《食品生产许可证管理办法》（2010年7月24日）、国家环保部发布的《发酵酒精和白酒工业污染物排放标准》（2011年）、国家商务部《酒类行业流通服务规范》（2013年）等一系列法律法规构成了白酒行

业的法规体系。

3、行业相关产业、税收政策

“十一五”以来，国家对白酒行业政策的调整方向为：一是规范行业秩序，二是鼓励大中型名优酒企业的发展。政策导向的转变成为白酒行业未来的健康发展奠定了良好的基础。

近年来发布的与白酒行业相关的重要产业政策、税收政策等见下表：

产业政策

发布时间	发布单位	政策名称	相关内容
2011年	国家发改委、工业和信息化部	食品工业“十二五”发展规划	<p>发展方向与重点：优化酿酒产品结构，重视产品的差异化创新。针对不同区域、不同市场、不同消费群体的需求，精心研发品质高档、行销对路的品种，宣传科学知识，倡导健康饮酒。注重挖掘节粮生产潜力，推广资源综合利用，大力发展循环经济，推动酿酒产业优化升级。按照“控制总量、提高质量、治理污染、增加效益”的原则，在确保粮食安全的基础上，鼓励白酒行业通过改造升级，加快淘汰落后产能，优化产品结构，完善质量保障体系，提高产品质量安全水平；</p> <p>产业布局：依托原料禀赋、能源优势建设酿酒工业生产基地；培育优质酿酒原辅料产区，推动西部原料产区建设；继续推动酿酒企业进入资本市场，优化多种所有制并存的产业经济格局；支持企业通过收购、控股、并购、重组、强强联合，形成集团化、规模化的大型酿酒企业集团，提高产业集中度和企业竞争力。大力推动酿酒产业集群建设，积极建立酿酒生产园区，鼓励和规范酿酒产业特色区域的发展。</p> <p>发展目标：到2015年，销售收入达到8300亿元，年均增速达到10%以上；酒类产品产量年均增速控制在5%以内。</p>
2011年	中国酿酒工业协会	中国酿酒产业“十二五”发展规划	为白酒行业“十二五”的发展指明了方向。系统的总结了我国酿酒产业的发展成就和面临形势，勾画了未来五年酿酒产业发展战略目标和措施。
2011年	国家发改委	产业结构调整指导目录（2011年本）	<p>引导社会投资，促进产业结构优化升级。给出产业结构调整的原则，并指出产业结构调整的方向和重点。</p> <p>“白酒生产线”被列入“限制类”。</p>

税收政策

发布时间	发布单位	政策名称	相关内容
2009年7月	国家税务总局	《关于加强白酒消费税征收管理的通知》(国税函[2009]380号)及附件《白酒消费税最低计税价格核定管理办法(试行)》	自2009年8月1日起,对设立销售单位的白酒生产企业销售给销售单位的白酒中,生产企业消费税计税价格低于销售单位对外销售价格70%以下、年销售额1,000万元以上的品种,由税务机关根据生产规模、白酒品牌、利润水平等情况在销售单位对外销售价格50%至70%范围内自行核定消费税最低计税价格。其中生产规模较大,利润水平较高的企业生产的需要核定消费税最低计税价格的白酒,税务机关核价幅度原则上应选择在销售单位对外销售价格60%至70%范围内。已核定最低计税价格的白酒,销售单位对外销售价格持续上涨或下降时间达到3个月以上、累计上涨或下降幅度在20%(含)以上的白酒,税务机关重新核定最低计税价格。 白酒企业消费税提高,影响企业利润。
2006年3月	财政部、国家税务总局	《关于调整和完善消费税政策的通知》(财税[2006]33号)	从2006年4月1日起,粮食白酒、薯类白酒的比例税率统一调整为20%。粮食白酒降5%,薯类白酒提高5%。从量定额税的计量单位按实际销售商品重量确定,如果实际销售商品是按体积标注计量单位的,应按500毫升为1斤换算,不得按酒度折算。 促使企业产品结构调整,鼓励中高档酒产品的生产,不鼓励生产薯类白酒。

(二) 行业发展概况

1、白酒行业发展阶段

白酒作为世界主要蒸馏酒品种之一,也是我国特有的传统酒种。在我国五千年的历史中,白酒扮演着重要的角色,酿酒一直以来都是我国重要的行业之一。从建国之初至今,我国的白酒发展经历了如下几个阶段:

(1) 起步阶段(1949年至1978年)

从1949年到1978年文革结束,是白酒产业发展初期。这段时间,因白酒的税收占国家税收的比例相当大,白酒产业是国民经济的重要支柱,国家领导人对传统白酒的发展十分重视。行业发展在这个期间取得了巨大的成果,白酒的技术改造取得许多突破性的工作,茅台试点、汾酒试点、周口试点等项目的开展,为白酒的快速发展奠定了坚实的基础。建国之初,我国白酒的产量仅为10.8万千

升。建国之后，国家开始重视传统食品以及白酒酿造的发展。随着国民经济日益走上正轨，我国的白酒行业也得到了恢复性的发展。到“文革”后的1978年，我国白酒产量已达143.74万千升，比建国之初增长近15倍。

（2）发展阶段（1980年至1996年）

随着我国实行改革开放，经济体制逐步向市场经济过渡。这期间，家庭联产承包责任制的推广，使得农业包产到户，农业生产得到快速的发展，粮食产量大大提高，为酿酒奠定了原料基础。同时，酿酒行业的门槛较低，生产被逐步放开，白酒产业得到快速的发展。行业的发展带来了白酒产量的持续增长，“七五”期间白酒产量增长了52%，“八五”期间增长了50.6%。至1996年，我国白酒产量达到了801.3万千升，约为建国初期的80倍，创历史最高水平。

（3）调整发展阶段（1997年至2004年）

在白酒行业取得快速发展的同时，行业也出现了过度竞争和无序发展等不良问题。进入“九五”以后，为了适应国民经济建设的总体要求，并提高白酒行业的投入产出比和综合经济效益，国家对白酒行业制定了以调控总量为基础的产业政策和新的税收政策，对白酒的行业进行了一定程度的宏观调控。同时受到亚洲金融危机和通货紧缩等因素的影响，导致白酒行业产量逐步下降。至2004年，白酒行业产量下降到了303万千升，比1996年历史最高点下降了62%。

（4）快速增长阶段（2005年至2012年）

伴随着我国经济的快速发展，我国居民收入和居民消费能力得到不断的提高。在社会消费结构升级的背景下，我国白酒行业积极响应国家号召，通过改善落后的生产水平和管理机制，深化调整结构，行业逐步走出低谷。自2005年以来，白酒行业迎来了一轮持续高速的增长期，行业整体经济运行质量好。尤其在消费理念不断升级的背景下，中、高端白酒更是取得了快速发展，出现了量价齐升的局面。至2012年全国白酒行业产量达到1,153.16万千升，比2004年增长380.58%。

（5）调整阶段（2013年至今）

2013年随着宏观经济形势和政策环境变化，国家政策严格控制“三公”经费、厉行节约，限制了高端白酒消费需求，超高端、高端白酒销售下挫，行业增长放缓，2013年全国白酒行业产量达到了1,226.2万千升，同比增长6.33%，增速回落达到6.11个百分点。2014年全国白酒行业产量达到了1,257.13万千升，

达到了历史最高点，但同比增长仅为 2.52%，部分白酒企业经营出现不同程度下滑，整个行业进入调整期。

2、白酒行业现阶段发展特点

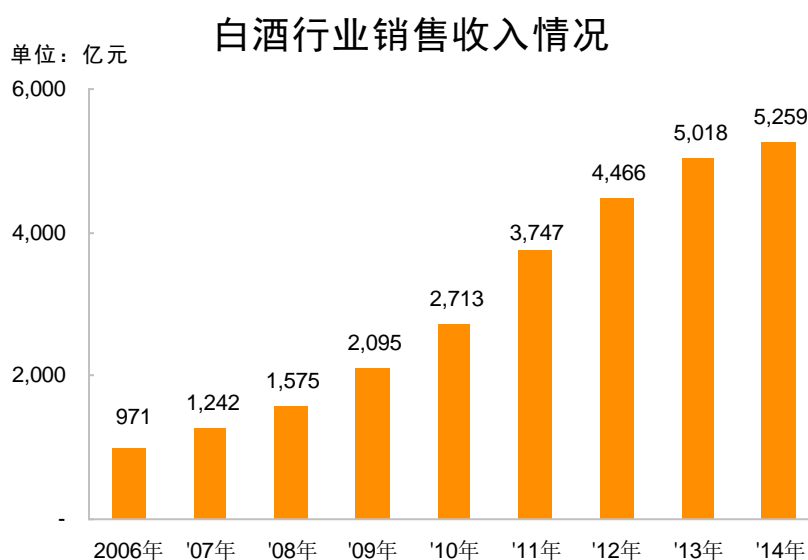
近年来，我国白酒行业的发展取得了较大的进步。白酒行业加强了产品结构、组织结构、运行机制等多方面的调整，优势白酒企业不断强化品牌效应、文化效应、质量效应等，实行市场精耕细作，不断调整产品结构，盈利模式由数量增长型向质量效益型转变，从而带动行业整体经济运行质量和效益的提升，使白酒行业成长性和稳定性领先整个酒类行业，白酒行业实现了连续八年的高速增长，2012 年以来，随着宏观政策环境的变化，白酒行业进入调整期。

目前，白酒行业的特征主要表现在以下几个方面：

(1) 白酒行业销售收入和利润总额增速放缓，但仍维持在较高的水平

随着我国经济的快速发展，人们消费水平和购买能力的不断增强，白酒作为我国人民广泛喜爱的传统饮品，行业的产销量不断增长，加上白酒产品的价格不断提高，近年来白酒行业的销售收入和利润总额也随之不断的提高。虽然 2012 年起全行业进入调整期，行业整体销售收入仍保持了一定增长，利润总额增长停滞，至 2014 年出现全行业利润下滑，具体情况如下：

近年来，白酒行业的销售收入情况如下图：



资料来源：中国酿酒工业协会

由上图可见，过去几年白酒行业的营业收入呈现不断增加的趋势。2014 年白酒行业累计产量 1,257.13 万千升，同比增长 2.52%；2014 年累计销售收入

5,258.89 亿元，同比增长 4.80%；实现利润 698.75 亿元，同比下降 13.18%，累计利润近年来首次呈现大幅下滑。

（2）白酒行业消费结构日趋调整

随着消费升级趋势的加快，健康饮酒、理性饮酒的消费理念进一步深入人心，消费者的品牌意识增强，优质白酒消费量大幅度提升，低端白酒品牌化步伐逐渐加快；个性化、功能性产品需求加大，低度、优质的白酒产品逐渐成为消费的方向。随着宏观政策环境和消费结构变化，白酒市场需求从金字塔型向橄榄型转变，高端市场疲软，中端、中高端市场需求受宏观政策影响相对较小，成为各大酒企竞争的主要战场，高端酒企的产品线下延，地域性酒企的产品线升级，积极参与该部分市场竞争。

（3）白酒行业的地域集中度较高

年度	前十名省份
2006	山东、四川、河南、江苏、安徽、辽宁、湖北、内蒙古、吉林、贵州
2007	四川、山东、河南、辽宁、内蒙古、江苏、安徽、湖北、河北、吉林
2008	四川、山东、河南、辽宁、湖北、江苏、安徽、内蒙古、河北、贵州
2009	四川、山东、河南、辽宁、湖北、吉林、内蒙古、江苏、安徽、河北
2010	四川、山东、河南、辽宁、江苏、安徽、吉林、湖北、内蒙古、河北
2011	四川、河南、山东、辽宁、江苏、内蒙古、吉林、安徽、河北、湖北
2012	四川、山东、河南、江苏、辽宁、湖北、内蒙古、吉林、安徽、黑龙江
2013	四川、山东、河南、江苏、湖北、内蒙古、吉林、辽宁、黑龙江、安徽
2014	四川、山东、河南、江苏、湖北、内蒙古、吉林、黑龙江、辽宁、安徽

2006 年至 2014 年，排名前十位的省份，其白酒产量占全国产量的比例分别为 77.07%、77.41%、77.79%、79.47%、82.14%、82.51%、82.38%、82.11%、81.37%，整体呈现上升的趋势，白酒生产的区域集中度越来越高。其中，产量最高的省份在过去九年中占全国总产量比例分别为 20.20%、17.45%、19.63%、22.06%、25.80%、30.17%、25.60%、27.43%、27.84%，具有较为明显的地域集中特征。

（4）白酒行业企业集中度进一步提高，规模企业占据主导地位

随着消费者消费水平的日益提高，白酒品牌日益受到重视，白酒行业龙头企业品牌号召力和市场控制力进一步提升，名优白酒生产企业竞争优势更加明显。过去几年，白酒行业不断向名优白酒生产企业集中，规模企业的产销及盈利占据行业的主导地位，行业集中度呈现不断上升的势头。

2013 年，我国白酒行业规模以上 48 家大型企业实现销售收入 2,540.70 亿

元、占全行业销售收入总额的 56.89%；实现利润 656.45 亿元，占全行业利润总额的 80.20%（中国酒业协会白酒分会 2013 年工作报告）。白酒规模企业在行业内占据了绝对主导地位。

因名优酒具有较高的消费者忠诚度，预计未来规模企业在行业内的主导地位不会轻易改变。

（5）科技创新力度不断加大，行业的技术水平有所提高

白酒为我国特有的酒种，生产工艺比较独特。由于多方面原因，多年以来，白酒生产的工艺机械化程度不高，技术水平偏低。

2007 年 4 月，中国酿酒工业协会白酒分会技术委员会组织相关院校、研究单位和企业共同参与成立了“中国白酒 169 计划”项目。项目采用微生物生态学、分子酶学、分子生物学等现代生物技术手段，围绕白酒产业共性的、关键的科学与技术问题进行创新性研究。同时，行业内有实力的白酒生产企业也依靠自身的科研力量，强化科研力度，加大对技能型人才的培养，对酿造、勾调、香型风格、微生物技术以及质量控制等领域开展了深入的科学研究。通过行业协会、科研机构以及行业内企业的共同努力，白酒行业的生产工艺技术得到提高，生产设备得以改良，包括原料加工处理、基酒储存、勾调、产品包装等生产过程的机械化和自动化程度也相应提高。“中国白酒 169 计划”是建国以来中国白酒行业规模最大的科研项目，也是参加企业最多，研究范围广，技术构成复杂的项目。它的研究必将对中国白酒行业产生重大的影响。

目前，白酒行业已拥有十余家国家级企业技术中心，这些国家级企业技术中心一方面提高了企业自身的科研能力，同时通过科研成果的转化和交流，为促进行业技术创新体系建设，带动行业的技术进步和创新，提高全行业产品质量，发挥了重要作用。

2013 年，中国酒业协会启动了“品质诚实、服务诚心、产业诚信”的“3C”计划，该计划是涉及白酒技术提升、规范经营、科学发展和产业安全等全方位系统工程，通过规范行业的生产经营，净化市场流通，提高许可准入门槛，树立行业良好形象，构建和谐的公众关系、科学的产品标准体系，推动产业诚信体系建设，确保白酒产业健康发展。

（三）行业的市场竞争格局及主要企业情况

1、行业市场化程度和竞争格局

白酒行业属于完全竞争性行业，行业的市场化程度高，市场竞争激烈。从全国市场来看，企业竞争优势来源于自身品牌的影响力、产品风格以及营销运作模式。在单一区域市场，企业的竞争优势则取决于企业在该区域的品牌影响力、区域消费者的认同度和综合营销力。

目前国内白酒市场的竞争格局为：浓香型白酒继续保持主导的市场地位，酱香、清香和兼香白酒市场稳步增长，其它香型有所发展。由于浓香型白酒历史悠久，风格特点在广大白酒消费群体中有较高的接受度，加之浓香型白酒的名优酒较多，产品供应充足，市场普及度较高，因此，浓香型白酒依然占据白酒市场的主导地位。在行业和骨干企业的不断宣传推广下，人们对白酒消费认识逐渐加深。同时随着人们生活水平的不断提高，对白酒口味多样化的需求日趋强烈，酱香、清香和兼香白酒的市场开始稳步增长。兼香型白酒由于具有广泛的口感适应性，近年来发展迅速。以口子窖为代表的兼香型白酒，通过自身的研发创新和市场运作，目前在白酒行业崭露头角。在浓香为主导，酱香、清香和兼香稳步增长的同时，其它香型的白酒也呈现稳步发展的态势。很多白酒企业在主体香型不变的前提下，通过现代生物技术，将最新的科技融入到传统酿造工艺，开发出各种不同的香型，如“绵柔型”、“淡雅型”、“馥郁型”等具有个性风格的白酒，这些白酒也越来越得到消费者的认同和喜爱。不同香型白酒的开发和酿造，丰富了白酒的产品种类，满足了消费者个性化需求，并给行业带来了新的增长点。

而从消费价位的角度来看，目前各个细分市场竞争格局如下：

(1) 1,000 元/瓶以上的超高端细分市场

中国整体消费水平的提高，促进了高端白酒的消费，随着近年来行业的消费升级趋势，白酒行业培育了一批品牌形象好的超高端产品，近年来白酒产品价格的逐年提高，它们的零售价位目前已经普遍达到 1,000 元/瓶以上，目前这个市场上产品包括茅台、五粮液、国窖 1573 等。

超高端白酒细分市场的竞争特点是，竞争品牌较少，品牌因素在竞争中最为重要，价格因素在竞争中不敏感，客户忠诚度较高，只有品牌形象好、规模大、产品有充分历史文化底蕴和美誉度的公司和产品，才能够参与其中。

不同档次的白酒企业竞争格局存在不同的特点，在超高端白酒领域，竞争体

现为口味和历史文化底蕴决定的差异化竞争,由于各个品牌的历史、窖池、水源、气候、工艺不同,且无法被对方复制,竞争主要体现为差异化竞争。

(2) 500-1000 元/瓶的高端细分市场

该细分市场产品为目前高档商务宴请用酒,目前市场上该类产品包括二十年型口子窖、洋河梦之蓝、红花郎酒 15 年、典藏剑南春等。

由于该细分市场产品价位较高,须具有较好的产品品质、较高的品牌知名度以及长期持续的营销运作。该价位多是传统名酒企业全国化名牌角逐的主战场。

(3) 300-500 元/瓶的中高端细分市场

随着传统高端名酒的价格上涨,加上消费水平的持续提高,300-500 元/瓶白酒已逐步成为商务接待用酒的重要细分市场,传统的名优白酒企业在该细分市场中占据相对优势。

目前市场上该类产品包括十年型口子窖、四特东方韵、天之蓝、剑南春、汾酒、古井贡酒年份原浆等。

在这一细分市场的竞争中,主要为传统名优酒厂大区域白酒品牌。形成此格局的主要原因是:一方面,传统名优白酒企业相对地方白酒企业具有一定的品牌势能,产品品质具有稳定保障,企业生产管理相对健全;另一方面,随着经济的快速发展和整体生活水平的提高,传统名优白酒价格的持续提升,传统的名优品牌凭借其既有的区域品牌势能和灵活的市场运作模式获得了良好的发展空间,因此,此细分市场是传统名优酒厂大区域白酒品牌的主战场。

(4) 100-300 元/瓶的中端细分市场

100-300 元/瓶中端细分市场,是目前规模最大、竞争最为激烈的细分市场之一。随着消费水平的提高与消费观念的变化,100-300 元/瓶已成为日常消费的重要品种。从全国范围来看,由于区域经济发展的不平衡性,导致此档白酒价位在日常消费中存在较大的跨度。集中于此细分市场的品牌主要是省域白酒企业与大区域白酒企业的角逐。

(5) 30 元-100 元/瓶的中低端细分市场

该细分市场白酒容量相对较大,消费者品牌意识相对较弱,购买的推动主要因素是广告与终端促销推广活动。

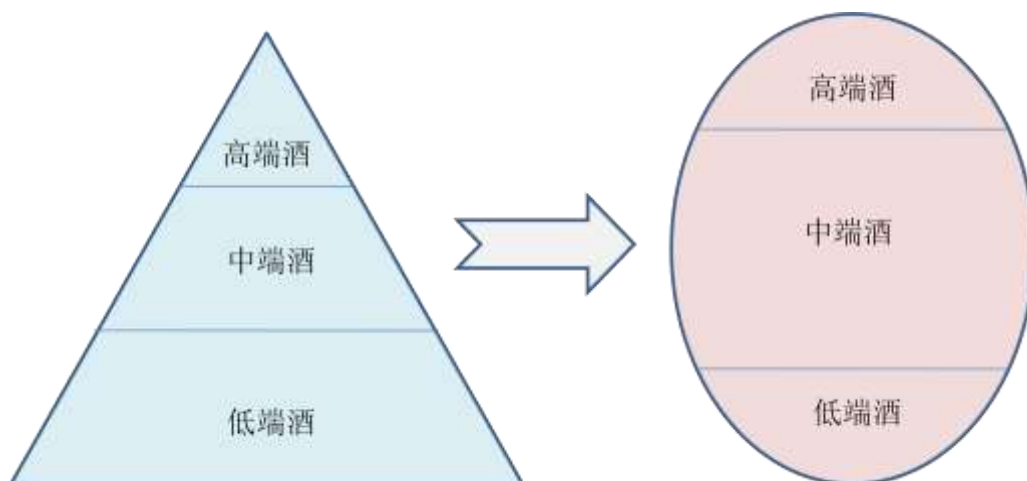
此档细分市场往往是省域、市域白酒企业的主战场,包括老口子酒、金种子

酒、洋河大曲、老白干、二锅头等。

(6) 30 元以下/瓶的低端细分市场

此类细分市场主要以地方性白酒生产企业为主。

上述细分市场在白酒行业本轮调整中受到了不同的影响，超高端细分市场对政策性的影响较为敏感，是受影响最大的市场，普遍销量下降，零售价格下滑，部分品种零售价已经跌至 1,000 元以下。高端细分市场同样受到了政策性影响，但影响程度弱于超高端细分市场。白酒的商务消费已经开始从超高端、高端市场，向中高端、中端转移。而中端市场为未来几年白酒消费的主要增长领域，中低端、低端市场随着消费水平提高，市场需求向更高水平转移，未来白酒消费市场的趋势是从金字塔型向橄榄形转化。构成市场腰部的中端产品将成为白酒市场的中坚。



2、行业内主要企业情况

行业内主要上市公司营业收入和净利润主要数据如下：

2013年

单位：万元

公司名称	营业收入	净利润
泸州老窖	1,043,112.47	353,751.77
古井贡酒	458,057.57	62,200.49
酒鬼酒	68,463.16	-3,879.72
五粮液	2,471,858.86	832,221.54
洋河股份	1,502,362.49	500,215.33
金种子酒	208,061.90	13,361.86
贵州茅台	3,092,180.13	1,596,489.99
老白干酒	180,270.40	6,555.97
沱牌舍得	141,859.17	1,177.42
水井坊	48,574.63	-15,180.32
山西汾酒	608,719.99	98,541.80
今世缘	251,542.17	68,011.03

2012年

单位：万元

公司名称	营业收入	净利润
泸州老窖	1,155,635.39	454,252.13
古井贡酒	419,705.73	72,558.93
酒鬼酒	165,213.10	49,466.42
五粮液	2,720,104.60	1,033,573.37
洋河股份	1,727,048.13	615,190.57
金种子酒	229,443.67	56,152.84
贵州茅台	2,645,533.52	1,400,845.07
老白干酒	166,627.04	11,224.13
沱牌舍得	195,946.15	36,985.76
水井坊	163,618.61	33,914.05
山西汾酒	647,876.39	138,711.41
今世缘	259,375.68	67,637.55

（四）市场需求和供给分析

1、白酒行业的供给分析

影响行业供给的主要因素包括行业的生产技术成熟程度、资本投入情况、原

材料供应情况、行业政策、行业内部的结构因素等，从白酒行业情况来看，白酒是我国传统消费品，生产历史悠久，工艺成熟，资本投入较为充裕，生产原材料主要为大米、高粱等，供应较为充足。白酒行业供给方面主要呈现如下特点：

（1）总体供给将小幅增长，供应量取决于政策因素

我国白酒行业的总量供给目前主要受制于产业政策因素，由于我国产业政策对白酒新增产能有较为严格的限制，白酒行业产量的增长主要依赖于各企业内部技术的革新，对现有产能的充分发挥，白酒供给增长较为稳定，产量大幅波动的概率较低。

（2）中端、中高端白酒供给增长有瓶颈

随着市场结构变化，构成腰部市场主体的中端、中高端白酒需求增长，许多白酒生产企业开始进行产品结构调整，增加中端、中高端产品的生产能力，但总体来看，中端、中高端白酒产品供给增长较为缓慢。

作为工艺历史悠久的传统消费品，白酒工艺技术的延续尚未完全抛弃师徒传授方式，生产环节短期内很难实现机械化和标准化，无法完全依赖定量指标，需要技术操作人员的全程参与和控制；白酒生产需要经历长期发酵、陈化老熟等特定工艺，生产周期较长。因此，白酒很难作为工业化标准产品，实现从原料到成品的快速批量生产，优质白酒尤其如此。同时，由于气候、土壤、水质等自然环境条件影响白酒的品质，适宜酿造优质白酒的自然资源地域性较强，也限制了中端、中高端白酒供给快速增长。

2、白酒行业的需求分析

（1）影响白酒行业需求的因素分析

影响白酒行业需求的主要因素包括宏观环境、消费者消费能力、白酒在酒类消费中的地位、消费理念的变化等。

①宏观环境

国家宏观经济形势虽有压力，但总体良好，2013年国民生产总值增长率达到7.7%，居民收入、企业效益和财政收入平稳增长，白酒产品作为大众消费品，与国家宏观经济环境和居民收入水平密切相关，随着国民经济增长和居民可支配收入的增加，白酒消费需求也将保持持续的驱动力。

国家政策对白酒消费的宏观环境会产生重要影响，在目前严格控制“三公”

消费的国家政策影响下，整个白酒行业迎来发展的拐点，从过去政务、高端商务消费拉动的高端“名酒”市场向面向大众消费推动的“民酒”市场转变，构成市场腰部的中端、中高端白酒将成为下一步白酒发展的关键部分。

②消费者消费能力

目前在全球范围内，随着经济不断发展和生活水平的普遍提高，消费升级趋势明显，作为重要饮品的酒类饮料的消费需求出现快速增长。

改革开放以来，我国城乡居民收入逐年上升。2014年，全国农村居民人均纯收入9,892元，比上年增加996元，增长11.20%；城镇居民人均可支配收入28,844元，比上年增加1,889元，增长7.01%。居民收入的快速增长，为白酒消费增长提供了坚实的基础。

国民收入水平的提高带来了从温饱型消费到享受型消费的消费升级，这种消费升级趋势不仅体现为消费者对白酒整体需求的增加，更体现为对优质白酒产品的需求日益增强。

③白酒在酒类消费中的地位

白酒作为我国独有的酒种，是中华传统文化的重要载体，蕴涵精神、文化特称，在交际活动、礼仪消费和日常消费中具有难以替代的作用。我国自古就有“无酒不成席”之说。近年来，尽管葡萄酒等酒类发展也较为迅速，但白酒在相当长一段时间内仍将是酒类饮品中的主要品种，白酒大众消费基础没有动摇，只是消费群体和消费结构发生变化。

④消费理念的变化

随着人们消费层次的提高，健康消费的理念日益深入人心，白酒由于其酒精类饮料的属性，过量饮用会对消费者身体带来一定伤害。在消费者对自身健康的关注下，健康饮酒、理性饮酒的消费理念将会日益深入人心。这种消费观念的变化将使人们越来越多地用更高层次、更健康的产品来表达个人的情感和作为社会交往的工具，对产品的品质、口感等更加看重。

(2) 白酒行业需求趋势

消费能力提升和白酒在酒类消费中的重要地位，决定了白酒行业未来消费总量将稳定增长；消费能力提升导致的消费升级趋势和消费理念的变化，决定了未来白酒需求结构的变化：低端白酒需求量相应下降。低度、优质的白酒产品将是

未来消费的方向。

（五）进入本行业的主要壁垒

1、政策壁垒

白酒行业对粮食消耗较多，由于我国整体经济发展水平仍不高，粮食是我国的重要战略物资。我国对白酒产业的发展一直实施较为谨慎的宏观政策。国家发改委发布的《产业结构调整指导目录（2011年本）》将“白酒生产线”列入“限制类”。白酒生产企业新建白酒生产线被禁止，只能在现有生产能力范围内采取措施升级改造，以满足产业结构优化、优胜劣汰、分类指导的要求。根据国土资源部发布的土地政策，白酒生产线被列为“禁止类”。国家的宏观调控构成了白酒行业的进入的政策壁垒。

2、生产资质壁垒

我国白酒行业从1999年开始实施生产许可制度，经过十多年的努力，在很大程度上规范了行业生产许可体系。目前，规模以上（即年销售额500万元以上）的白酒生产企业由国家质检总局依据《白酒生产许可证审查细则》审查发放白酒生产许可证，该许可证有效期为3年。另外，国家质检总局于2004年12月发布的《食品质量安全市场准入审查通则》，规定了食品生产加工企业的必备条件。同时，为了遏制白酒行业的不正当竞争以及无序重复建设，国家对于白酒许可证的发放采取严格的控制措施。上述政策，加大了其它企业进入本行业的难度。

3、资源壁垒

白酒作为我国特有的传统产品，产品品质受到特定自然资源的制约，行业中有“酿好酒必有好水”的说法。白酒在生产过程中的制曲、糖化发酵、陈化老熟等环节需要适宜的气候、土壤和水资源条件。这些特定的要求需要白酒生产企业处于良好的地理位置，否则难以酿造出高品质的白酒。因此，能否拥有酿造高品质白酒的自然资源，是进入本行业的资源壁垒。

4、技术和人才壁垒

白酒的生产工艺主要包括制曲、糖化发酵、勾调等环节。我国的中高档白酒生产主要运用传统的手工艺，机械化作业相对较少。白酒生产过程中的制曲、储存、勾调主要依靠个人经验判断和感官认知。从行业的经验来看，培养高素质

的技术人员以及合格的操作人员需要经过理论的学习和长期的实践。因此，技术和人才是构成进入行业的重要壁垒。

5、品牌认知壁垒

白酒是中华优秀传统文化的重要载体之一、是一种兼具物质享受和精神享受的复合消费品。白酒消费不仅是一种酒精性饮料的物质消费，而且是一种凝合了仪庆元素、社交元素、养生元素的精神消费。白酒这种复合消费品的属性，决定了白酒品牌认知在消费过程中的重要性，只有那些有着悠久历史、能够集中反映一个地区的地域文化和酒文化、知名优质的特性被广泛认同的品牌，才能有效承载白酒复合消费属性中的精神层面部分，从而得到消费者的认可，而不具备上述特点的品牌则难以在白酒行业中发展壮大。

（六）行业利润水平及趋势

自 2005 年以来，我国白酒行业逐步走出低谷。伴随着我国经济的高速发展，我国居民的消费水平在不断的提高，消费升级和消费理念的变化，国内名优白酒生产企业的中高档产品价格持续上涨，同时带动了普通白酒价格，导致白酒价格整体出现持续增长。2012 年起，受宏观经济环境和政策影响，超高端、高端的白酒产品市场需求增长放缓，产品价格下降，行业利润多年来出现首次下滑，但白酒行业销售收入仍保持了一定增长。

在我国居民收入不断增长的背景下，消费升级和消费理念将会推动我国优质白酒销量继续增加，预计在未来的 5 至 10 年，我国白酒行业将能够继续保持持续增长，行业利润也将恢复增长。

（七）影响行业发展的有利因素和不利因素

1、有利因素

（1）宏观环境仍有利于优质白酒企业的发展

为了白酒行业的规范发展，政府出台了一系列的政策、法律和法规，从生产环节和市场流通体系环节，确保了生产准入和流通规范运行体系的建立和执行。这使得政府能够实现依法整顿和净化酒类市场，依法促进酒类产品以更优异的质量满足消费者需求，同时依法打击粗制滥造、存在质量隐患的劣质白酒产品，抑

制不规范的小型白酒企业的生存空间。这是优质白酒生产企业发展较为有利的因素，未来行业名优白酒企业将会通过不断的调整战略，把握政策、法律和法规规范行业发展带来的机会，努力发展创新型发展模式，实现进一步发展壮大。

（2）白酒具有悠久的历史 and 广泛的群众基础

白酒作为我国独有的酒种，是我国传统的饮品之一，在中国具有悠久的历史地位和独特的文化底蕴，拥有广泛的消费群体和深厚的社会基础，是我国人民喜爱的含酒精饮料。白酒以其独特的口感和香味，自古以来，就是我国人民酒类消费的主流。经过历史的沉淀，我国已经形成了独特的白酒饮用文化，这种文化不仅满足了人们喜怒哀乐的情感需要和人际关系调节的社会需要，还体现了人们对心理和精神价值的一种高层次的追求。

（3）经济快速发展，居民收入的提高有助于提升白酒的消费

进入本世纪以来，在我国 GDP 保持快速增长的背景下，我国居民收入也不断提高。2006 年至 2014 年，我国城镇居民人均可支配收入和农村居民人均纯收入的复合增长率分别为 11.87% 和 13.52%。我国居民收入取得较快的增长，使得人们的生活水平得到较大改善。而白酒作为快速消费品，与人们的社会生活密切相关，在商务、交友、聚会和居家饮食等日常活动中扮演着举足轻重的角色，在庆典、婚礼、社交等社会活动中显得愈来愈重要。它在满足人们群众生活需求，提高大众生活质量方面发挥了积极的作用。经济的快速发展带来人们收入的提高，使得人们的购买能力得到进一步的增强，这有助提升白酒的总体消费，为白酒行业的发展奠定了较为坚实的基础。

（4）消费升级有利于优质白酒的发展

伴随着人们生活水平的不断提高，人们的消费观念逐步改变，消费不断升级。理性饮酒、健康饮酒的消费理念逐渐深入人心，在白酒消费的选择上，消费者的品牌意识逐步增强。企业影响力广、品牌知名度高、产品质量可靠和信誉优良的白酒产品得到了消费者的认可。可以预见，未来一批具有独特口感和鲜明区域特性的产品将会彰显个性价值，并逐步成长为知名品牌。这些符合民众消费升级的中高档白酒将会成为消费者信任和选择的对象，销量将会大幅度的提升。因此，随着消费理念的升级，健康理性的饮酒方式将是中高档白酒发展的动力。

2、不利因素

（1）替代品的发展一定程度上制约行业增长

随着人们生活水平的不断提高，人们健康意识的增强使得消费者对含酒精饮料的应用有所节制。而葡萄酒、啤酒、黄酒以及其他不含酒精的饮品的快速发展，一定程度的制约了白酒的消费增长。另外，随着我国加入 WTO 后，伴随着关税税率的不断降低，白兰地、威士忌等洋酒纷纷进入国内，通过多种手段，加大在国内的营销力度，挖掘中国市场的消费潜力。洋酒作为一种外来产品，消费者对其具有新鲜感，目前在夜场消费场所已成为主流酒品之一。洋酒不断得到消费者认同，在国内市场占有率的不断提高，这对白酒市场构成一定的冲击。总体而言，尽管白酒行业今年保持快速的增长，但是随着酒类消费多元化的趋势日渐明显，白酒替代品的发展在一定程度上制约了白酒行业的增长。

（2）无序竞争是行业良性发展的潜在障碍

白酒行业作为传统产业，对科技水平要求不高，具有投资小、见效快的特点。本世纪以来，伴随着白酒行业的快速发展，受利益驱动，导致一些不规范和很多小作坊式的企业存在。这些小企业多数资金短缺，生产条件落后，一般以低档和散装酒为主。由于这些企业的卫生条件难以达标，加上检测手段不齐全，没有严格执行相关的行业标准，使得其产品存在质量安全的隐患。粗制滥造甚至铤而走险制造的假冒伪劣产品，不仅严重威胁到人民群众的身体健康甚至生命安全，同时也危害到酒类行业的整体形象和健康发展。另外，在白酒流通领域，白酒企业为了抢占市场，盲目投入，恶性竞争等不正当手段被大量使用。更有甚者，有些地方为了地区的利益，协助企业采取市场分割和地区封锁等不良竞争手段构筑市场壁垒，妨碍了全国统一市场的形成。行业的无序竞争给所有企业戴上了沉重的枷锁，加重了行业不正当竞争，延缓了行业升级的步伐，导致企业发展后劲不足，是行业良性发展的潜在障碍。

（八）行业的技术水平特点及发展趋势

1、行业技术水平特点

白酒是我国独有的传统产品，历史悠久，源远流长。在现代企业制度建立以前，我国传统的白酒酿造一般多是手工作坊，生产设备简陋，技术水平较低，没有统一的标准体系。

新中国成立以后，我国各级政府开始重视白酒酿造的科学研究，国家有关部委协同白酒企业开始研究探索白酒的酿造技术。1956 年国家科委制订的 12 年长远科学技术发展规划中，即列有总结提高民族传统特产食品等内容，其中包括贵州茅台酒和四川泸州老窖大曲等研究项目，随后理论界和实务界又相继提出一些有关白酒行业的重大科研课题，包括制曲和酿酒工艺、大曲和酿酒微生物、酒窖池、白酒酒质、白酒香味成分、香型确定及标准制定、勾调技艺和白酒生产机械化等方面。白酒行业通过举办全国评酒会、重点生产技术专题试点、全国性技术培训班和名优白酒生产企业技术协作等活动，继承传统，科学研究，取得了一系列的科研成果，并在行业逐步推广运用，推动了白酒行业的技术进步，使传统的酿酒逐步建立在科学的基础上。

目前，白酒行业的生产在沿用传统酿造工艺的基础上，逐步融合了现代科学技术研究成果，尤其是在检测和包装等工艺环节上较多的运用了现代化的机械仪器设备。根据国家质检总局发布的《白酒生产许可证审查细则（2006 版）》，规定白酒生产企业必备的出厂检验申报包括：分析天平（0.1mg）、分光光度计（或光电比色计）、气相色谱仪（不需检测单体物质除外）、恒温干燥箱、恒温水浴锅、比重瓶（或酒精计）和比色管。而在白酒包装环节，现代化的包装生产线已经逐步被行业内的白酒生产企业所运用，这大大提高了白酒包装的效率。

2、行业技术研究发展趋势

建国以来，虽然我国白酒行业在技术上取得了不小的进步，但是从发掘我国白酒技术潜力的角度来看，白酒行业还有很多课题需要研究，预计未来行业的技术研究呈现如下发展趋势：

（1）在研究的组织上，合作创新将会被进一步完善和采用。为探索适合白酒行业自身发展要求的产学研结合模式，2007 年 4 月，由中国酿酒工业协会牵头组织，相关院校、研究单位和企业共同开展了基础研究课题“中国白酒 169 计划”。该计划采用微生态学、分子酶学、分子生物学等现代生物技术手段，围绕白酒产业共性的、关键的科学与技术问题进行创新性研究，建立了风味化学物定向的微生物和酶技术的平台，对白酒年份酒、白酒中微量成分、白酒中风味化合物、白酒中异味化合物及白酒风味定向功能微生物方面的研究都取得了巨大突破。该项目是开创中国白酒行业产、学、研合作新模式的一项重大举措，未来行业内

的科学技术研究，在组织上将会借鉴其成功经验，推动中国白酒技术的进步。

(2) 在研究的课题选择上，白酒酿造的基础理论、微生物的利用、继承和发展传统工艺、勾调技术、蒸馏技术以及白酒的循环经济等将是未来白酒技术领域重点研究的课题。另外，对于白酒原材料、半成品和成品的检测，白酒生产如何更好的运用机械化等方面也将是白酒行业技术未来重点需要研发的内容。

(九) 行业的周期性、区域性或季节性特征

1、生产和消费的周期性

白酒的生产从投料到成品对外销售，主要经历制曲、酿造（发酵、蒸馏）、陈化老熟、勾调和包装等工艺，生产周期较长。其中，制曲作为培养有益微生物来进行食品发酵的工艺。行业生产白酒有中温曲和高温曲之分，中温曲一般入房培养 28 天左右，入库 3 个月后投入使用。高温曲一般入房培养 45 天左右，入库 3 个月后投入使用。

酿造时间一般为 2 个月左右。陈化老熟为将酿造的基酒灌坛封装并贮藏让其老熟一定时间以达到一定品质。经过蒸馏出的基酒必须经过贮藏才能勾调成品酒，而且贮藏时间越长其品质也越高。按照目前的工艺，贮藏老熟则需要相对较长时间，一般生产企业至少需要 1 年以上，中高端白酒则需要更长的时间。

从消费的角度而言，白酒属于快速消费品，宏观经济的波动对其影响较小，对经济波动具有较强的抵御能力，没有明显的周期性。

2、区域性

白酒的酿造对自然资源要求很高，尤其是优质白酒对水质和酒窖池的要求非常高。其中，白酒酒窖池的酿酒时间越长，窖池附着的微生物越多，越利于白酒品质的提高，由于历史原因，白酒的酒窖池具有一定的地域性。另外，白酒酿造的主要原料小麦、大麦和高粱来说，只有在日照充沛、雨水适中的地区，才能发育的最为茁壮，从而满足酿酒的需要。因此，相对于其他酒种，白酒的生产具有一定的区域性特征。从消费者的偏好角度来看，由于我国白酒品牌众多，白酒消费的区域特征也比较明显，特定地区的消费者会对特定品牌的白酒具有较强的忠诚度。在白酒的市场推广中，名优白酒企业还将原产地概念作为品牌推广的重点，并且得到了消费者的逐步认同。

3、生产的季节性

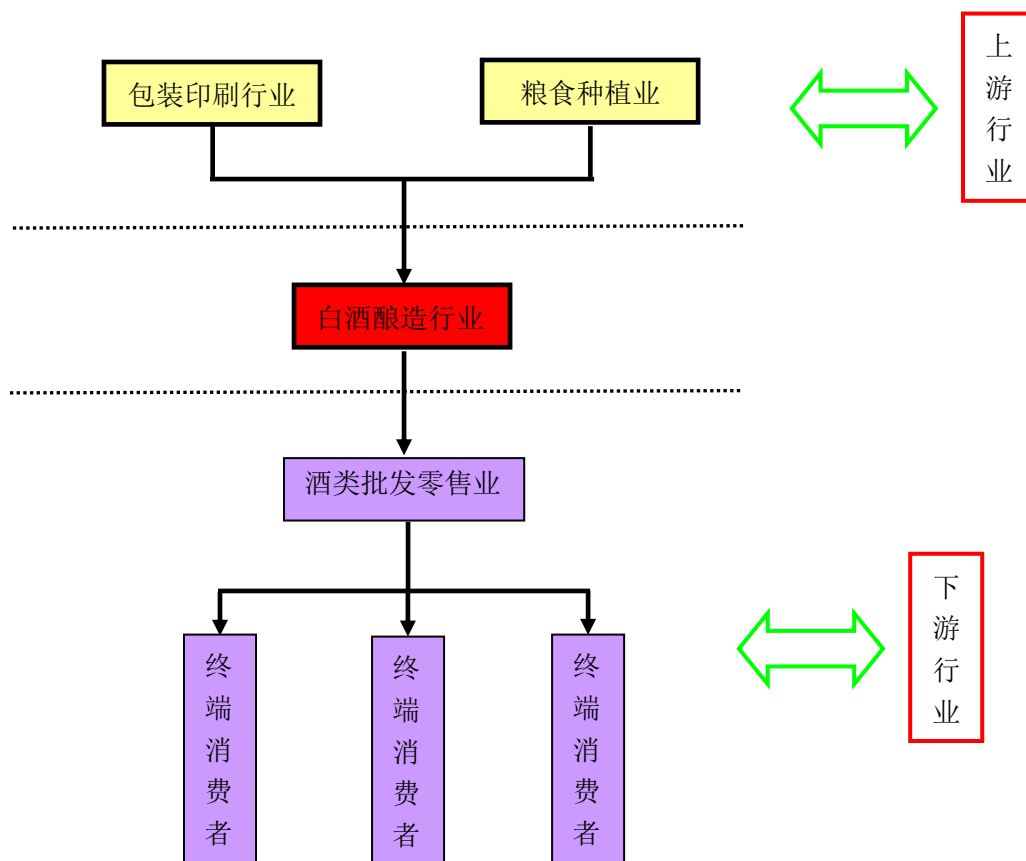
白酒的生产具有一定的季节性。在夏季，由于气温较高，酒醅入池后，窖池温度较高，容易遭到有害菌的感染和破坏。而在每年的9月份至下一年的6月份，由于自然气温较低，有利于酵母等微生物的培养繁殖，保证酿造质量，故该段时间为白酒基酒生产的旺季。因此，一般每年6月份起，在所有酒醅均入池后，白酒生产企业不再连续生产基酒，即所谓“压窖”，到当年9月份气温降低时，白酒生产企业重新开始加料生产。但通常情况下，勾调、包装等成品酒生产环节在夏季并不停止连续生产。

4、销售的节日效应

白酒消费具有较为明显的“节日效应”。节日期间，由于各种社会活动频繁，亲朋好友相聚等因素，使得居民消费白酒量大大增加，白酒消费集中释放并出现高峰。从销售的角度看，白酒生产企业在节日前一般会加大出货量，以保证节日期间的白酒销售，而在节后出货量则有所减少。总体而言，白酒的销售具有节日前升温，节日后回落的“节日效应”。

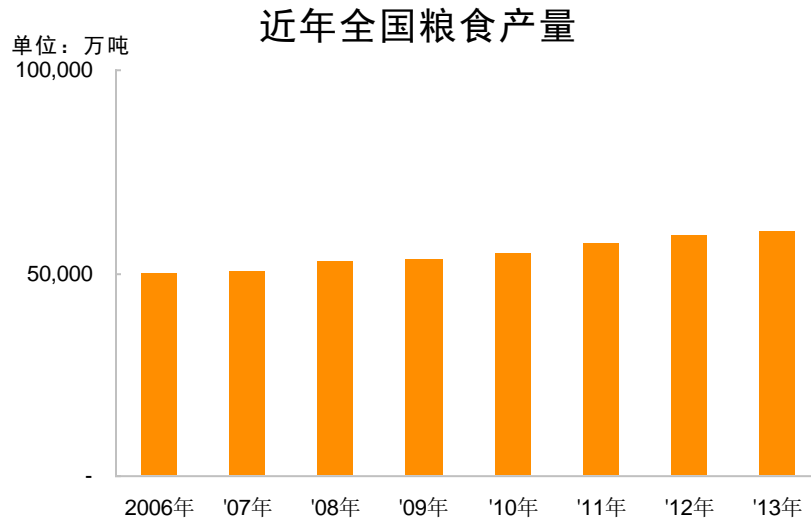
（十）行业与上下游行业的关联性及其影响

白酒行业的上游行业是粮食种植业和包装印刷行业，下游客户主要为酒类批发零售业，终端消费者为各类人群。此外，白酒生产需要良好的水质作为保证。行业上下游的关系可以用下图表示：



1、上游行业

高粱、小麦、大米、糯米、玉米、大麦等谷物等是白酒酿造的主要原料。粮食安全是关系国民经济发展、社会稳定和国家自立的全局性重大战略问题，我国一直将农业放在发展国民经济的首位。过去几年以来，中央出台了一系列的惠农政策，采取了一系列的政策措施，包括最严格的耕地保护制度、按最低收购价托市收购粮食、取消农业税，实行对种粮农民直接补贴并逐年加大补贴力度，加大“三农”投入等等，有效地调动了农民种粮积极性，实现了粮食生产连年丰收。根据国家统计局的资料，近年来我国的粮食总产量如下图：



资料来源：国家统计局

从上图可以知道，近年来我国粮食生产实现恢复性增长，并实现连续增产。同时，我国粮食单产水平显著提高，2013年粮食的单位面积产量达到5,377公斤/公顷，比上年提高了75公斤/公顷(国家统计局关于2013年粮食产量的公告)。

预计“十二五”期间我国粮食供求的总体格局依然保持供给和需求继续稳步增长的态势。“十二五”期间，通过稳定粮食种植面积、加大投入、提高农业生产的科技含量来保证我国粮食基本供应，粮食的稳定供应为白酒行业的发展提供充足的保障。价格方面，虽然最近几年粮食价格保持稳中有升的态势，但因粮食价格为关系国计民生的基础性商品，政府对粮食价格进行严格的控制。尤其国家近几年对农业投入的加大，并对农产品进行补贴，故其未来粮食价格的涨幅不会太大，对本行业的成本不会造成大的不利影响。

白酒产品配套的包装材料主要包括酒瓶、酒坛、瓶盖/瓶塞、外包装箱等，因供货商众多，白酒生产企业的选择余地较大。

2、下游行业

白酒为快速消费品，下游主要为酒类经销商、酒店、商场和超市等批发零售商，经由上述渠道销售至终端消费者。各地消费者的收入水平以及对白酒品牌的认知程度最终影响白酒未来的发展。

（十一）行业出口的情况

白酒作为我国特有的酒种，目前外国消费者尚未普遍接受，境外白酒市场仍处于培育开发阶段。随着中国经济全球化步伐的加快和华人在海外数量的不断增加，境外白酒市场具备很大潜力。公司将密切跟踪境外白酒市场发展动态，选择合适时机，采取合适方式，逐步加大对境外市场的开发力度。

三、公司在行业中的竞争地位

（一）公司在行业的竞争地位和市场占有率

报告期内，公司市场占有率情况及变化情况如下：

单位：万千升、亿元

项目	2013年		2012年	
	产量	销售额	产量	销售额
白酒行业	1,226.20	5,018.01	1,153.16	4,466.26
安徽省白酒行业	40.20	注	40.77	187.67
发行人	3.21	24.13	3.54	24.78
发行人行业市场占有率	0.26%	0.48%	0.31%	0.55%
发行人省内市场占有率	7.99%	注	8.68%	13.20%

注：安徽省统计局未公布2013年后相关数据。

数据来源：wind、国家统计局

发行人2012年至2013年市场占有率为0.55%和0.48%。2013年受白酒行业整体形势影响，公司销售收入略有下降，市场占有率小幅下滑。白酒行业除了贵州茅台市场占有率增加0.24%，其他公司均有不同程序下降，发行人的市场占有率情况与主要竞争对手的变动趋势基本一致。

以销售收入计算，发行人及其主要竞争对手的市场占有率情况如下：

单位：亿元

公司名称	2013年		2012年	
	销售收入	市场占有率	销售收入	市场占有率
贵州茅台	309.22	6.16%	264.55	5.92%
五粮液	247.19	4.93%	272.01	6.09%
洋河股份	150.24	2.99%	172.70	3.87%
古井贡酒	45.81	0.91%	41.97	0.94%

公司名称	2013 年		2012 年	
	销售收入	市场占有率	销售收入	市场占有率
金种子	20.81	0.41%	22.94	0.51%
迎驾贡酒	33.95	0.68%	33.54	0.75%
发行人	24.13	0.48%	24.78	0.55%
合计	831.33	16.57%	832.50	18.64%

数据来源:上市公司定期报告、招股说明书

白酒属于充分竞争行业，业内生产企业众多，截至 2013 年末，规模以上白酒生产企业达到 2535 家（国家统计局数据），单一企业平均销售收入为 1.98 亿元，除了茅台、五粮液等少数具有重大影响力的名酒企业之外，白酒企业主要呈现地域性分散经营的特点，行业内龙头企业贵州茅台和五粮液市场占有率仅为 5%-6%，单一企业的市场占有率均未形压倒性的竞争优势。

（二）主要竞争对手的简要情况

1、贵州茅台酒股份有限公司

该公司是国内白酒行业的标志性企业，主要产品茅台酒是我国酱香型白酒的典型代表，享有“国酒”的美称，2013 年实现营业收入 309.22 亿元，净利润 159.65 亿元。

2、宜宾五粮液股份有限公司

该公司以五粮液为主导产品，是我国浓香型白酒的典型代表，现已形成五粮液、五粮春等几十种不同档次、不同口味的系列产品，2013 年实现营业收入 247.19 亿元，净利润 83.22 亿元。

3、江苏洋河酒厂股份有限公司

该公司地处江苏省宿迁市，主要从事洋河蓝色经典、洋河大曲等系列品牌浓香型白酒的生产、加工和销售，产品具有“甜、绵、软、净、香”的绵柔型风格，2013 实现营业收入 150.24 亿元，净利润 50.02 亿元。

4、安徽古井贡酒股份有限公司

该公司地处安徽省亳州市，是安徽白酒行业骨干企业之一，主要从事白酒的生产与销售，主营产品包括“古井贡”、“古井”及其系列浓香型白酒，2013 年实现营业收入 45.81 亿元，净利润总额 6.22 亿元。

5、安徽金种子酒业股份有限公司

该公司位于安徽省阜阳市，核心产品为柔和种子酒、祥和种子酒、地蕴醉三秋酒等，2013 年实现营业收入 20.81 亿元，实现净利润 1.34 亿元。

6、安徽迎驾贡酒股份有限公司

该公司位于安徽省霍山县，核心产品为迎驾之星、百年迎驾和迎驾贡酒生态年份酒等，迎驾贡酒是国家地理标志保护产品，迎驾贡酒被商务部认定为“中华老字号”产品。

（三）发行人的竞争优势

1、细分行业领先优势

公司生产的口子窖系列产品香气独特，是我国兼香型白酒的代表，具有“清澈透明，芳香幽雅，醇厚绵净，香味协调，酒体细腻丰满，空杯留香，风格显著”的特点。2003 年，公司主持制定了口子窖酒国家标准《原产地域产品 口子窖酒》（GB 19328-2003）。同时，为促进技术进步，加快口子窖酒品牌发展，持续提高口子窖酒产品质量，维护企业和消费者的利益，使口子窖酒标准趋于完善，2007 年 2 月，《地理标志产品 口子窖酒》（GB/T 19328-2007）国家标准通过审定，并于 2007 年 9 月 19 日批准发布。2009 年 12 月，中国标准化委员会批准公司作为全国白酒标准化技术委员会兼香型白酒分技术委员会秘书处承担单位。目前，公司制定的标准已成为公司核心竞争力和软实力的基本要素。

在消费者对白酒行业口味需求日益多元化的趋势下，白酒市场竞争日趋激烈，传统的强势香型——浓香型、酱香型和清香型等白酒香型面临着其它公司创新的挑战。口子窖作为融合了浓香、酱香等多种香型口感特色的兼香型白酒的代表，在细分行业具有领先优势，市场空间潜力巨大。

2、品牌优势

口子酒源远流长，具有两千多年的悠久历史，拥有丰富的历史典故，在我国传统的酒文化中占有重要的地位。公司产品具有广泛的知名度和影响力，尤其是近几年，公司通过加大宣传力度，打造公司产品的品牌特色，口子窖酒已经从地方名酒成长为全国性品牌。口子系列白酒悠久的历史、良好的知名度和美誉度得到了充分和广泛的认可，并已得到了国家有关部门的权威认定：2002 年，国家质检总局发布 2002 年第 113 号公告，批准对口子窖酒实施原产地域产品保护；

2005年，国家工商行政管理总局商标局认定“口子及图”商标为驰名商标；2006年，口子牌口子窖酒被中国食品工业协会白酒专业委员会授予纯粮固态发酵白酒标志，口子商标被国家商务部认定为“中华老字号”；2008年，由口子老井、老窖池和酒厂建筑群构成的口子窖遗址，被认定为“第三次全国文物普查重要新发现”，口子窖酒遗址由老井、老窖池和酒厂建筑群构成，老井，老窖池位于安徽淮北濉溪老城后大街中段、典当巷左侧“小同聚坊”院内，老井掘于隋唐之际，老窖池始建于元末明初，目前均在沿用；2011年，公司副总经理张国强当选为安徽省非物质文化遗产项目代表性传承人。

3、产品多元优势

公司在继承传统老口子和口子酒品牌的基础上，顺应消费升级的需求，通过加大科技投入和新产品开发的力度，推出口子坊、口子窖系列中高档白酒产品。目前公司形成了高、中、低档全系列的产品序列。在口感上，在口子窖系列兼香型为特色的基础上，继承和保留了传统品牌浓香型的工艺特点。公司运用改良后的传统酿酒技术生产基酒，从原辅材料入厂到成品酒出厂的全套生产环节，均严格执行质量标准和管理体系的要求。

4、地域优势

公司是安徽省内白酒行业的龙头企业之一。安徽省地处中东部地区，受到销售渠道、消费习惯等影响，地方白酒占据主要消费市场，销售势头旺盛。安徽作为粮食产区、产酒大省和重要的消费市场，公司的口子窖品牌白酒在省内具有很高的知名度。公司位于皖北地区，毗邻江苏、山东、河南等白酒消费大省，除安徽市场之外，公司产品在周边省份也具有较强的市场影响力。

5、管理层优势

公司管理团队中主要成员多年以来一直就职于公司，在白酒行业经营多年，经历过白酒行业发展的起伏，对行业的特点和发展规律有较深刻的理解。公司领导班子精诚团结，人际关系和谐，有较强的凝聚力。同时，公司管理层具有丰富的生产、销售管理经验，对白酒企业的经营特点认识深刻，拥有良好的管理能力。在公司领导层中，同时拥有多位国家级酿酒师，对白酒酿造和品评有着独特的见解和深厚的底蕴。

（四）发行人的竞争劣势

1、公司现有中高端酒产能不足

随着市场环境变化，超高端白酒需求萎缩，中端、中高端白酒市场越来越重要，并且近年来公司参与中端、中高端竞争的中高档酒销量的不断增加，公司对优质基酒的需求量加大。因优质基酒酿造和老化陈熟的时间较长，公司部分设备陈旧，只能用于生产普通基酒，优质基酒的产能不足。公司受限于现有的生产规模，无法满足日益增长的市场需要。同时，公司中高档成品酒包装能力不足，不能满足公司发展的需求。公司拟通过此次技改，有效弥补中高档酒生产能力的不足。

2、资金实力不足，融资渠道单一

尽管公司盈利水平逐年走高，但公司仍处于成长阶段，产量的扩大、新产品的研发、市场营销网络的建设等皆需要大量的资金投入，公司资金实力难以跟上公司的快速发展。目前公司资金的来源渠道主要是依赖于银行贷款和自有资金，融资渠道比较单一，制约了公司的发展。

四、公司主营业务的具体情况

（一）主要产品及其用途

公司产品以出厂价格划分，将售价在 20 万元/千升及以上的为高档产品，10 万元/千升至 20 万元/千升的为中高档产品，3 万元/千升至 10 万元/千升的为中档产品，其他为低档产品。公司的主导产品为市场零售价在 100-300 元/瓶的中端消费市场的品种。公司按照出厂价格标准划分的高中低档产品分类与按照市场零售价格划分的高中低端消费市场对应关系如下：

产品名称	公司产品分类	对应消费市场
三十年型口子窖	高档产品	超高端市场
二十年型口子窖	高档产品	高端市场
十年型口子窖	高档产品	中高端市场
五年型口子窖、六年型口子窖、御尊口子窖、小池窖口子窖等	中高档产品	中端市场
老口子、口子坊、口子美酒系列	中档产品	中低端市场
口子酒系列	低档产品	低端市场

目前公司的白酒产品主要包括如下系列酒：

1、高档产品

产品名称	产品图片
三十年型口子窖	
二十年型口子窖	
十年型口子窖	

2、中高档产品

产品名称	产品图片
六年型口子窖	
五年型口子窖	

产品名称	产品图片
御尊口子窖	
小池窖口子窖	

公司中高档产品中，五年型口子窖、六年型口子窖为公司的主导产品。

3、中档产品

产品名称	产品图片
老口子系列	
口子坊系列	

产品名称	产品图片
口子美酒系列	 The image shows two bottles of Kousi Wine. The bottle on the left is red with a yellow cap and a label that reads '口子美酒'. The bottle on the right is clear with a red cap and a label that also reads '口子美酒'. Both bottles are positioned centrally within the 'Product Image' column of the table.

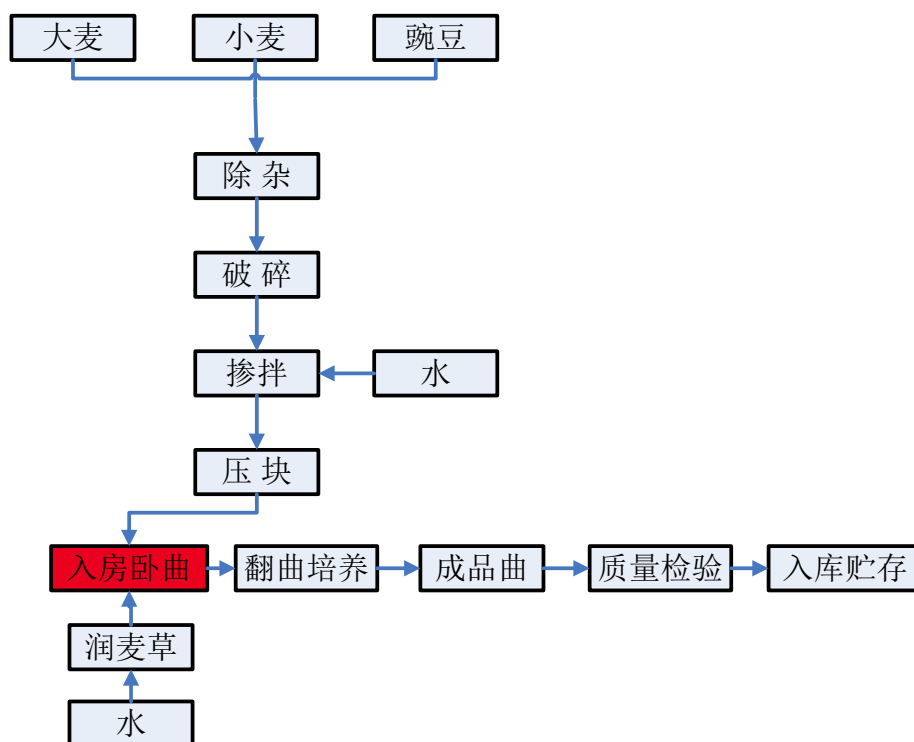
4、低档产品

产品名称	产品图片
口子酒系列	

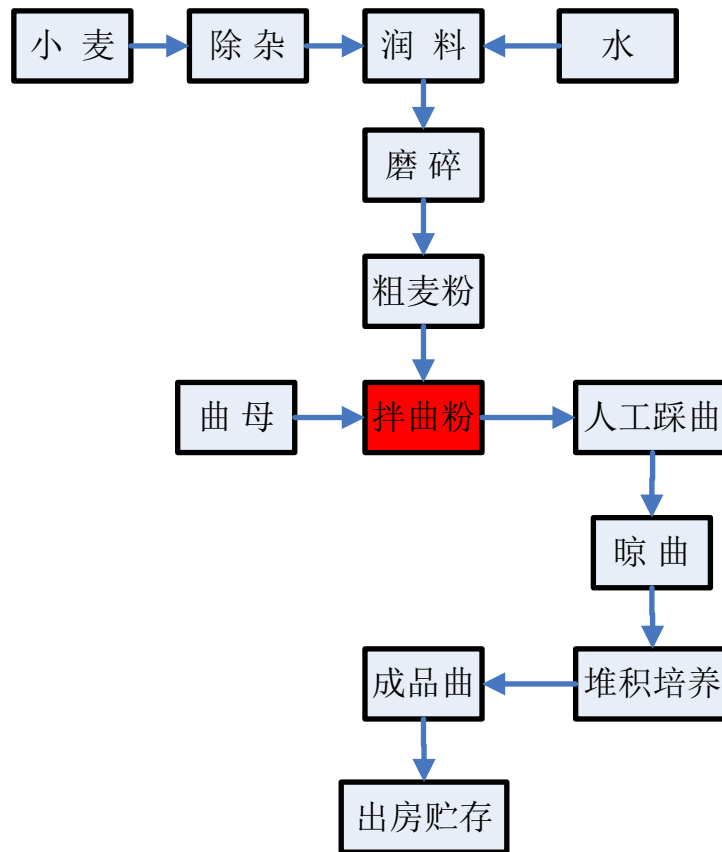
(二) 主要产品的生产工艺流程图

1、制曲的工艺流程图

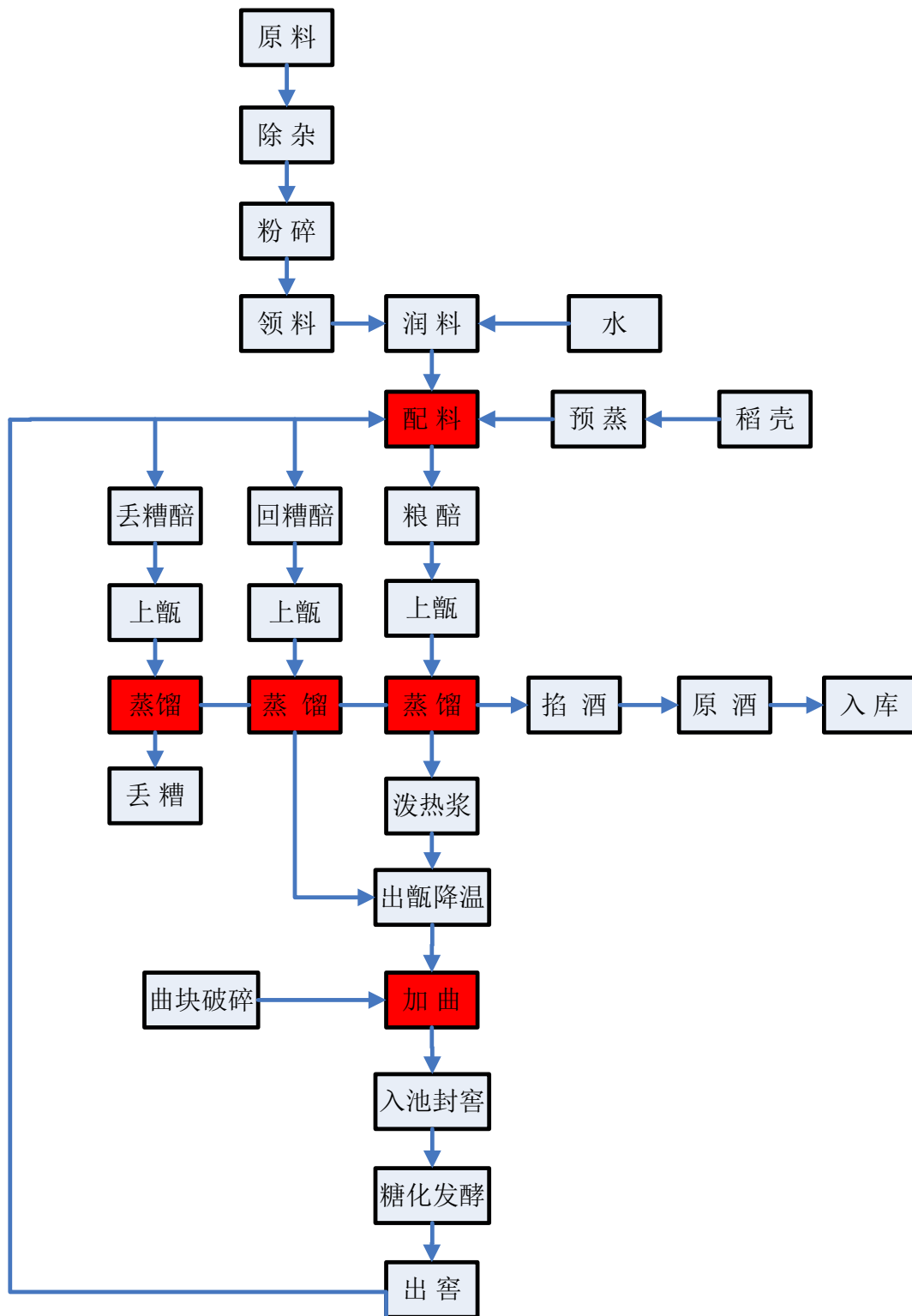
(1) 中温曲的制作工艺流程：



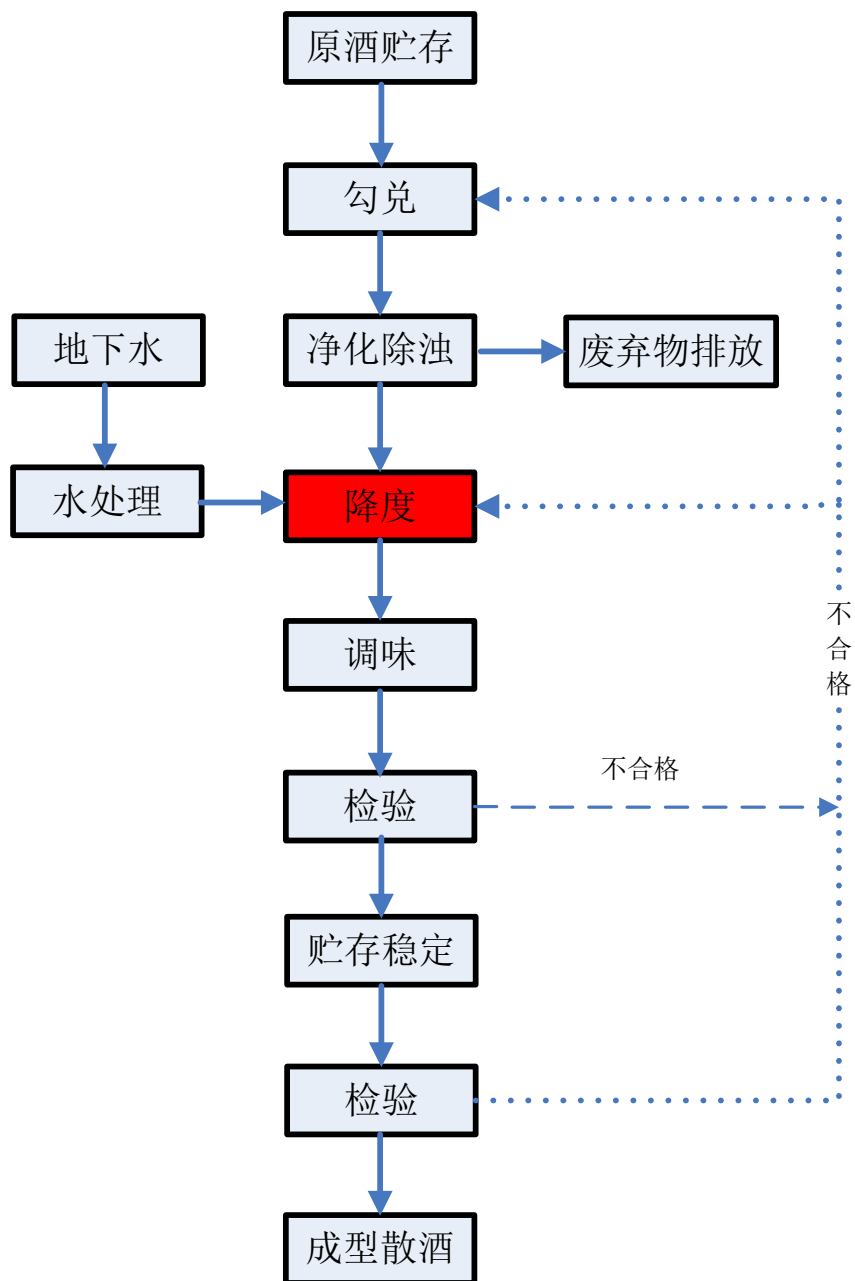
(2) 高温曲的制作工艺流程:



2、酿酒的工艺流程图



3、勾调工艺流程图



（三）主要经营模式

1、采购模式

公司采购部门制定了严格的采购管理制度，根据生产部门制定的生产计划，结合原材料库存情况，制订具体的采购计划，然后根据采购计划提出的原料需求，在供应商名录中选择合适的供应商进行原料采购。公司采购的主要原材料包括粮食和包装物。公司粮食主要通过向淮北市粮食局直属库、淮北市粮食收储公司等企业采购，以确保供应的稳定性和安全性。针对市场竞争充分的纸箱、纸盒、酒瓶、瓶盖、标签等包装物，公司采购遵循市场化原则，主要通过招标、比价、议价相结合的办法确定供应商以及供应价格，报公司领导审核后实施采购。供应商根据定单或合同交货，物资经质量部检验合格后，进入公司仓库保管。公司采购部门建立和定期更新合格供应商名录，通过多种方式考察、筛选、更新合格供应商。

2、生产模式

由于基酒和成品酒的生产工艺方法不同，在具体的生产中，公司按照基酒和成品酒来分别组织生产。

（1）基酒

因基酒的生产具有季节性特征，高温的夏季一般会停产，且其生产周期较长。公司与行业内其它白酒企业一样，并非采取现销定现产，而是根据公司未来的市场计划来安排生产。

公司基酒生产采用滚动计划管理，以便于生产部门、质量中心和仓储衔接。质量中心于每年年底根据销售公司提供的下一年销售计划及销售产品的结构，制定下一年基酒总量及结构需求计划。生产部依据此需求计划，参考当年基酒产量和结构情况，编制全年生产计划，分发到各生产分厂。各生产分厂根据生产部的生产计划组织全年生产，并将所产基酒按不同等级送质量中心评后分等储存。

由于白酒企业的生产工艺、发酵时间、所处地区等不同，因此各企业的吨粮投入产出比率有所不同。经查阅同行业上市公司招股说明书、年度报告等公开材料，今世缘披露了其吨粮投入产出比率约为 0.34 左右，洋河股份的吨粮投入产出比率约为 0.37 左右。今世缘所在区域为江苏省涟水县，洋河股份所在区域为

江苏省宿迁市，与公司所处的淮北市地理位置较为接近，生产工艺具有一定的可比性。报告期内，公司的吨粮投入产出比率约为 0.37 左右，与今世缘、洋河股份相比差别不大。

报告期内，公司不存在委托加工成品酒、基酒的情况，不涉及委托加工消费税相关事项。

（2）成品酒

公司成品酒生产模式采取的是以销定产，即主要根据客户的订单来安排生产计划。具体如下：

每月末，公司生产部依据营销公司编制的产品销售计划，并根据库存情况，编制成品酒生产计划。根据该计划及储备定额，编制月度包装材料采购计划报送到供应部，作为包装材料备料依据。

在具体生产中，生产部根据营销公司提供的销售计划，向各包装车间下达生产订单，报送到包装车间、财务部、仓储部和供应部。包装车间根据生产订单和生产需求制定具体派工单和散酒领用单，到仓储部领用包装材料和散酒。仓储部核对无误后，发放包装材料和散酒。物料准备完毕后，包装车间根据不同产品及其不同生产需求组织相应的班次组织生产。产品生产完工后由质量部检验，检验合格的产品，生产部成品库开具成品酒入库单办理产品验收入库，每月月末生产部将生产调度单和实际生产数量核对一致。

3、销售模式

公司销售统一由口子酒营销组织和实施，口子酒营销整体负责营销方案策划，经销商开发、管理与维护，销售方案的制定，回款管理等销售事务。

在销售模式上，公司采取目前白酒业界普遍采用的经销模式，根据公司整体市场战略，实行分区域、分产品管理，将全国划分为若干区域，若干区域下面按行政区划及市场发展程度，通常以地、县级城市和产品系列为单位，选择达到一定实力的代理商，代理该地区的公司产品销售业务，并具体组织该地区的营销工作。针对北京、上海等市场规模和影响力较大的重要战略市场，公司通过设立全资子公司的形式，由全资子公司统一协调运作该地区的营销和销售工作。未来公司建设营销网络项目，主要内容是设立旗舰店和专卖店，仍由经销商经营，未增加新的营销模式，未来公司营销模式未发生重大变化。

在货款结算模式上，公司主要采取款到发货方式。具体操作的办法为各地经销商根据库存与市场销售状况，提出购货申请，经办事处审核，通过办公系统申报购货。

公司报告期内经销商分布如下：

单位：个

地区	2014 年末	2013 年末	2012 年末
安徽	261	253	235
华东	143	154	162
华北	93	96	102
中南	48	55	52
西北	19	18	14
东北	21	19	27
合计	585	595	592

公司近年持续致力于市场的开拓，主要区域市场经销商家数在报告期内保持基本稳定的态势。公司制定统一的出厂价并和经销商签订合同，公司会制定一系列产品销售指导价格，并通过销售业务人员进行管理。公司产品质量比较稳定，报告期内，除了个别零星退货更换新品外，公司基本没有退货情况。

报告期内，公司合作的部分小型经销商存在到期终止合作或者新引入经销商的情况，主要是公司根据市场开拓和销售业绩变化，动态调整合作经销商的数量和分布，以此实现区域收入最大化，退出经销商的库存由其自行销售处理。公司与主要大型经销商建立了长期合作关系，报告期内销售渠道比较稳定，没有主要经销商退出的情况。

报告期新增、减少代理商及其向发行人采购金额：

期间	数量（个）	销售额（万元）	平均销售额（万元）	占营业收入比例
2012 年末	592			
新增	112	18,471.03	164.92	7.55%
减少	109	14,293.39	131.13	5.84%
2013 年末	595			
新增	77	6,878.86	89.34	3.05%
减少	87	8,481.42	97.49	3.76%
2014 年末	585			

从上表可以看到，公司报告期内新增或退出的经销商平均销售金额较小，涉及到的经销商全部销售额占公司营业收入的比例也较低，报告期内经销商的变化

对公司经营情况影响较小。

报告期内，除下述个别小额纠纷外，公司与其他经销商之间没有发生其他纠纷情况。

原告	被告	诉讼请求	进展
王平	口子酒营销	1. 判令被告支付原告经济损失共计 808,212 元（其中经营利润损失暂计 10 万元，以鉴定结论为依据）； 2. 本案诉讼费用及因本案产生的其他费用由被告承担。	终审判决口子酒营销退还原告保证金 20 万元，驳回其他诉讼请求，目前已执行完毕。
北京翰文昌文化艺术中心	北京口子	1. 判令被告退还原告合同保证金 30,000 元，给付原告市场费用 673,447.2 元、完成任务奖 22,448.24 元、无违纪奖 22,448.24 元及单品销售奖 32,259 元，共计 780,602.68 元； 2. 判令被告承担诉讼费用	本案为经销合同纠纷，目前正在一审审理阶段。

上述案件是因发行人日常生产经营活动所引起，均为小额纠纷，不会对发行人的经营产生重大不利影响。

办事处作为公司在各地的代表，起到服务经销商的作用，并未直接对外销售，主要负责协助对应区域的经销商市场开发，同经销商一起开展本地的市场调查、分析及研究，制定本地市场的营销策略，推动本地市场产品销售，协助处理经销商在销售中的遇到的问题，同时负责信息收集和监督产品跨区域流动的情况，办事处无直接销售职能。

由于公司产品销售区域较广，各地业务员均负责一定的销售区域，公司在安徽省内各县市、外省部分主要地市或销售金额较大的区县，普遍设置了对应的办事处，由当地业务员或区域销售经理负责，覆盖公司产品销售的主要市场，因此公司设立的办事处数量较多。总体上，公司设置办事处区域的经销商变化情况与公司整体上报告期内新增、减少的经销商情况一致。

（四）主要产品的销售情况

1、报告期内产能、产量及销量情况

（1）基酒产能、产量情况

报告期内，公司基酒的产能及产能利用率如下：

单位：吨

项目	2014年	2013年	2012年
基酒产能	33,000.00	33,000.00	33,000.00
基酒产量	17,666.75	18,876.40	18,710.78
基酒产能利用率	53.54%	57.20%	56.70%

（2）成品酒产能、产量情况

报告期内，公司成品酒的产能及产能利用率如下：

单位：千升

项目	2014年	2013年	2012年
成品酒产能	50,000.00	50,000.00	50,000.00
成品酒产量	27,634.06	32,120.35	35,400.78
成品酒产能利用率	55.27%	64.24%	70.80%

（3）基酒的进销存勾稽关系及分析

单位：吨

项目	2014年	2013年	2012年
期初结存	42,972.32	31,956.39	21,890.99
本期产量	17,666.75	18,876.40	18,710.78
本期领用	7,547.33	7,860.48	8,645.38
期末结存	53,091.74	42,972.32	31,956.39

报告期内，公司基酒的产量和领用情况变化不大。

（4）成品酒进销存勾稽关系及分析

单位：千升

项目	2014年	2013年	2012年
期初结存	1,566.34	1,469.42	1,838.92
本期产量	27,634.06	32,120.35	35,400.78
本期销售	27,636.17	32,023.44	35,770.28
期末结存	1,564.23	1,566.34	1,469.42

公司根据市场销售情况，相应调整成品酒产量，报告期内，公司成品酒产量

总体上比较稳定。公司作为地方较为知名的白酒，有一定的品牌优势，在区域内拥有较为稳定的消费群体，因此成品酒产销两旺，期末结存的成品酒数量较小，主要是为销售备货的成品酒。报告期内，公司成品酒产能利用率保持在三分之二左右，公司目前生产能力能够满足市场对公司产品的需求，并有一定的提升空间，即使未来销售有所增加，也能满足市场需求。

(5) 外购酒精和调味酒的使用情况

报告期内，公司生产使用的基酒、酒精和调味酒的投入产出情况如下：

2014年

项目	领用基酒 (吨)	领用外购酒精 (吨)	领用调味酒 (吨)	成品酒产量 (千升)	投入产出比
高档白酒	646.69	-	-	988.27	1.53
中高档白酒	5,443.70	3,069.10	23.63	14,096.49	1.65
中档白酒	701.70	2,793.46	21.15	5,752.56	1.64
低档白酒	755.24	3,498.07	28.73	6,796.75	1.59
合计	7,547.33	9,360.63	73.51	27,634.06	1.63

2013年

项目	领用基酒 (吨)	领用外购酒精 (吨)	领用调味酒 (吨)	成品酒产量 (千升)	投入产出比
高档白酒	915.61	-	-	1,432.20	1.56
中高档白酒	5,267.70	3,160.58	58.03	13,757.91	1.62
中档白酒	637.61	2,975.55	54.62	6,346.89	1.73
低档白酒	1,039.56	5,418.98	99.52	10,583.35	1.61
合计	7,860.48	11,555.11	212.17	32,120.35	1.64

2012年

项目	领用基酒 (吨)	领用外购酒精 (吨)	领用调味酒 (吨)	成品酒产量 (千升)	投入产出比
高档白酒	889.87	-	-	1,372.02	1.54
中高档白酒	5,137.64	3,564.23	43.45	13,593.83	1.55
中档白酒	891.54	3,121.66	32.15	6,605.31	1.63
低档白酒	1,726.34	7,004.91	70.06	13,829.63	1.57
合计	8,645.38	13,690.80	145.66	35,400.78	1.57

公司自产基酒和外购酒精按酒精度 65 度核算入账，公司成品酒的酒精度主要在 40 度左右。在考虑外购酒精领用的情况后，公司成品酒与基酒+酒精的比例为 1.6 左右，由于各年生产和销售的产品结构略有不同，上述比例各年有所波动。

公司生产所用的基酒均为自产，同时使用部分外购食用酒精和极少量调味酒。

公司外购酒精均为谷物发酵的食用酒精，主要用于补充成品酒酒精度。传统白酒成分构成中包括醇类、酯类、酸类、其他芳香物质等。公司基酒所含酒精与外购酒精一起构成酒体中的总醇类，但自产基酒所含的总酸类、总酯类、芳香物质等决定了公司产品风格和特点。自产基酒对形成产品市场口碑和美誉度起到关键作用，外购酒精起辅助作用。

报告期内，公司采购极少量调味酒，报告期内调味酒用量占当期成品酒产量的比例为 0.27%至 0.66%，外购调味酒只是用于个别批次、个别产品的勾调，主要是对个别品种的风格起到补充作用，对公司整体生产没有重大影响。

公司外购的食用酒精、调味酒经检验合格后方可用于生产，对于生产过程中需要使用酒精的产品，以公司自产基酒为基础，选取适当外购酒精，以合理的比例勾调，以满足产品标准要求，形成符合质量标准的半成品酒，然后再经过滤净化除浊，使用处理过的酿酒用水进行降度，再进行适当微调勾调，储存稳定一段时间后，经检验合格后用包装后形成公司库存商品。

公司使用调味酒和食用酒精符合白酒行业的国家相关标准，公司建立了完备的质量管理体系，保证了公司成品酒的质量严格符合相关食品卫生等国家标准，公司生产使用酒精及少量调味酒不会对公司产品质量形成不利影响。2015 年 2 月，淮北市食品药品监督管理局出具了证明，证明发行人在技术质量方面符合相关法律法规规章和规范性文件的规定，没有受到行政处罚。

2、报告期内销售收入情况

单位：万元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
高档白酒	29,991.31	38,664.13	47,387.19
中高档白酒	159,279.65	159,246.45	154,867.72
中档白酒	20,024.81	24,382.86	24,691.05
低档白酒	13,269.07	18,979.07	20,866.82
合计	222,564.84	241,272.50	247,812.79

3、报告期内销售的区域分布

单位：万元

项目	2014 年		2013 年		2012 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
安徽省内	160,106.37	71.94%	152,867.27	63.36%	151,273.57	61.04%
安徽省外	62,458.47	28.06%	88,405.24	36.64%	96,539.21	38.96%

合计	222,564.84	100.00%	241,272.50	100.00%	247,812.79	100.00%
----	------------	---------	------------	---------	------------	---------

4、报告期内公司对主要客户的销售情况

2014年

单位：万元

序号	客户名称	销售额	占营业收入比例
1	合肥百维食品饮料有限责任公司	12,098.78	5.36%
2	六安市九鼎商贸有限公司	10,749.32	4.76%
3	淮北市顺达商贸有限公司	9,226.76	4.09%
4	芜湖市福禄食品饮料有限公司	4,698.29	2.08%
5	新乡市华业副食有限公司	3,308.86	1.47%
	合计	40,082.01	17.75%

2013年

单位：万元

序号	客户名称	销售额	占营业收入比例
1	合肥百维食品饮料有限责任公司	11,966.43	4.89%
2	淮北市顺达商贸有限公司	11,943.40	4.88%
3	六安市九鼎商贸有限公司	10,078.12	4.12%
4	新乡市华业副食有限公司	5,237.83	2.14%
5	芜湖市福禄食品饮料有限公司	4,775.49	1.95%
	合计	44,001.27	17.98%

2012年

单位：万元

序号	客户名称	销售额	占营业收入比例
1	淮北市顺达商贸有限公司	13,504.86	5.39%
2	合肥百维食品饮料有限责任公司	12,769.20	5.09%
3	六安市九鼎商贸有限公司	7,583.45	3.03%
4	新乡市华业副食有限公司	4,657.51	1.86%
5	大连金飞达商贸有限公司	3,568.85	1.42%
	合计	42,083.87	16.79%

注1：公司对受同一实际控制人控制的客户的收入已经合并披露。

注2：合肥百维食品饮料有限责任公司与公司股东安徽黄海商贸同受一个实际控制人控制。

报告期内，公司向前五名客户的销售额合计占当期营业收入的比例分别为16.79%、17.98%和17.75%，占营业收入比例较低且比较稳定。公司不存在向单

个客户的销售比例超过销售总额 50%的情况。公司日常销售中采取的结算方式大部分为应收票据或者预收货款，仅对少部分信用良好的客户给予一定信用期和信用额度，形成期末的应收账款。

2013 年，因公司向原有客户芜湖市福禄食品饮料有限公司的销售额增加，使得其新进入前五大主要客户，公司对其销售额为 4,775.49 万元，占公司 2013 年营业收入的比例为 1.95%。

报告期内，上述新进入前五大客户均为公司长期合作伙伴，公司对其销售金额占当期营业收入的比例较低，对公司财务状况和经营成果不构成重大影响。

报告期内，公司前五名客户与公司均不存在关联关系，公司董事、监事、高级管理人员，主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东在上述客户中均不占有任何权益。

（五）主要原材料和能源及其供应情况

1、主要原材料、能源的供应和价格变化情况

（1）原材料供应情况

公司生产中耗用的主要原材料包括：粮食、包装物，二者合计占公司采购总额的 90%以上。报告期内，公司主要原材料采购数量、金额、价格及占公司采购总额的比例情况如下：

2014 年

单位：粮食（吨、万元/吨）、包装物（万个、万元/万个）、万元

项目	数量	金额	比例	单价
高粱	47,632.65	13,038.24	18.68%	0.27
小麦	16,054.79	4,153.56	5.95%	0.26
其他	19,596.93	2,505.37	3.59%	0.13
粮食小计	83,284.37	19,697.17	28.22%	
瓶	6,106.52	17,242.03	24.70%	2.82
盒	5,465.07	17,673.83	25.32%	3.23
箱	1,104.38	2,602.13	3.73%	2.36
其他		10,452.99	14.97%	
包装物小计		47,970.98	68.72%	
其他		2,142.71	3.07%	
合计		69,810.86	100.00%	

2013 年

单位：粮食（吨、万元/吨）、包装物（万个、万元/万个）、万元

项目	数量	金额	比例	单价
高粱	51,263.33	14,797.69	15.86%	0.29
小麦	18,332.88	4,897.87	5.25%	0.27
其他	20,505.65	2,920.18	3.13%	0.14
粮食小计	90,101.86	22,615.74	24.24%	
瓶	7,068.91	28,731.72	30.79%	4.06
盒	6,363.98	23,847.44	25.56%	3.75
箱	1,305.66	4,062.99	4.35%	3.11
其他		9,799.74	10.50%	
包装物小计		66,441.88	71.21%	
其他		4,248.48	4.55%	
合计		93,306.10	100.00%	

2012 年

单位：粮食（吨、万元/吨）、包装物（万个、万元/万个）、万元

项目	数量	金额	比例	单价
高粱	45,193.92	11,465.63	11.48%	0.25
小麦	18,152.57	4,138.29	4.14%	0.23
其他	21,246.60	2,695.02	2.70%	0.13
粮食小计	84,593.09	18,298.94	18.32%	
瓶	8,602.59	31,890.64	31.93%	3.71
盒	6,521.78	28,843.15	28.88%	4.42
箱	1,370.51	4,870.77	4.88%	3.55
其他		10,935.54	10.95%	
包装物小计		76,540.10	76.63%	
其他		5,045.84	5.05%	
合计		99,884.87	100.00%	

粮食品质是决定基酒口感和质量稳定性的决定性因素之一，公司生产中耗用的粮食主要包括高粱、小麦等。粮食是关系国计民生的大宗商品，采取各种措施保障粮食市场供应是国家多年以来的持续坚持的政策导向，多年来粮食市场供应和价格均趋于稳定。由于公司采购规模较大且粮食品质对酿酒质量具有重要影响，为充分保证公司生产的白酒品质、食品安全和供应的稳定性，公司粮食主要通过向淮北市粮食局直属库、淮北市粮食收储公司等企业采购。

白酒包装物主要包括纸箱、纸盒、酒瓶等。公司采购遵循市场化原则，主要

通过招标、比价等程序确定合格供应商，并定期更新合格供应商名录。公司生产所需的包装物市场竞争充分、供应充足。

报告期内，公司外购酒精的数量、金额进销存情况如下：

	数量（吨）	金额（万元）
2012年初	16,027.74	5,689.27
采购	11,247.96	4,274.22
领用	13,690.80	4,923.10
2012年末	13,584.90	5,040.40
采购	12,018.53	4,019.06
领用	11,555.11	4,057.91
2013年末	14,048.32	5,001.55
采购	6,269.94	2,142.71
领用	9,360.63	3,263.18
2014年末	10,957.63	3,881.08

报告期内，公司外购调味酒的数量、金额进销存情况如下：

	数量（吨）	金额（万元）
2012年初	193.78	717.59
采购	207.42	771.61
领用	145.66	452.60
2012年末	255.54	1,036.61
采购	81.89	229.42
领用	212.17	757.90
2013年末	125.26	508.13
采购	-	-
领用	73.51	298.22
2014年末	51.75	209.91

报告期内，公司基酒均为自产，未对外采购。

（2）能源供应情况

公司生产中耗用的主要能源为煤炭、电力等，公司地处煤炭资源丰富的安徽省淮北市，煤炭、火电产业配套发达，能源供应稳定、价格平稳。

公司采购的煤炭、电力价格变动情况如下：

2014年

项目	数量	金额（万元）	单价
煤炭（吨、元/吨）	4,319.81	232.54	538.32
煤气（万立方、元/立方）	1,613.62	1,367.39	0.85

项目	数量	金额(万元)	单价
电力(万度、元/度)	1,047.84	952.64	0.91
蒸汽(吨、元/吨)	38,381.80	676.50	176.25

2013年

项目	数量	金额(万元)	单价
煤炭(吨、元/吨)	16,949.37	961.43	567.24
煤气(万立方、元/立方)	823.55	693.36	0.84
电力(万度、元/度)	1,228.88	837.32	0.68
蒸汽(吨、元/吨)	38,501.00	747.32	194.11

2012年

项目	数量	金额(万元)	单价
煤炭(吨、元/吨)	26,168.23	1,792.35	684.93
电力(万度、元/度)	1,059.93	770.74	0.73
蒸汽(吨、元/吨)	37,139.80	782.13	210.59

2013年起,公司实施煤改气,部分车间停止使用煤炭,采用煤气为主要燃料,因此2013年以来外购煤炭减少,外购煤气增加。

2、报告期前五大供应商情况

报告期内,公司向前五名供应商采购额及占当期采购总额比例情况如下:

2014年

序号	供应商	采购额(万元)	占材料采购总额比例
1	淮北市粮油食品局直属库	11,601.48	16.62%
2	淮北市佳瑞印刷包装有限公司	8,724.32	12.50%
3	淮北市粮食收储公司	7,519.66	10.77%
4	宜兴市金鱼陶瓷有限公司	5,588.77	8.01%
5	宜兴市天地龙彩印有限公司	5,300.84	7.59%
	合计	38,735.07	55.49%

2013年

序号	供应商	采购额(万元)	占材料采购总额比例
1	宜兴市金鱼陶瓷有限公司	14,267.28	15.29%
2	淮北市粮油食品局直属库	12,453.79	13.35%
3	淮北市佳瑞印刷包装有限公司	9,756.67	10.46%
4	山东省安华瓷业股份有限公司	9,656.52	10.35%
5	淮北市粮食收储公司	9,476.37	10.16%
	合计	55,610.63	59.60%

2012年

序号	供应商	采购额(万元)	占材料采购总额比例
1	宜兴市金鱼陶瓷有限公司	16,816.36	16.84%
2	东莞市天宝五金塑胶制品有限公司	11,946.29	11.96%
3	山东省安华瓷业股份有限公司	10,774.54	10.79%
4	淮北市粮油食品局直属库	9,428.86	9.44%
5	淮北市粮食收储公司	6,725.04	6.73%
	合计	55,691.09	55.76%

注：公司对受同一实际控制人控制的供应商的采购额已经合并披露。

报告期内，公司向前五名供应商的采购额合计占当期采购总额的比例分别为 55.76%、59.60%和 55.49%，占采购总额比例保持稳定，不存在向单个供应商采购比例超过采购总额 50%的情况。

2013 年，因公司对原有供应商淮北市佳瑞印刷包装有限公司采购额增加，使得其新进入前五大主要供应商，公司对其采购额为 9,756.67 万元，占公司 2013 年材料采购总额比例为 10.46%。

2014 年，因公司对原有供应商宜兴市天地龙彩印有限公司及其关联方采购额增加，使得其新进入前五大主要供应商，公司对其采购额为 5,300.84 万元，占公司 2014 年材料采购总额比例为 7.59%。

除宜兴市天地龙彩印有限公司系公司关联方外，公司董事、监事、高级管理人员和公司上述主要供应商之间不存在关联关系。

报告期内，公司向天地龙彩印及其关联方采购金额及变化情况如下：

单位：万个、万元

公司名称	项目	2014 年		2013 年		2012 年	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
天地龙集团	盒	37.06	124.74	316.12	1,327.73	597.60	2,755.38
	其他		27.57		3.01		0.27
	合计		152.31		1,330.74		2,755.66
天地龙彩印	盒	255.94	616.83	659.21	1,595.83	352.86	869.02
	箱	110.82	343.79	441.99	1,469.14	605.56	2,188.22
	其他		777.96		575.20		455.65
	合计		1,738.58		3,640.17		3,512.89
乾龙包装	盒	1,051.93	2,776.37	511.34	1,439.77	-	-
	箱	197.74	631.72	98.97	309.62	-	-
	其他		1.87		1.63		-
	合计		3,409.96		1,751.03		-

注：乾龙包装于 2013 年新成立。

公司向天地龙集团主要采购铁盒类包装材料，向天地龙彩印、乾龙包装主要采购纸盒类包装材料，2013 年以来，公司将部分铁盒更换为纸盒后，向天地龙集团的采购金额大幅下降，增加了对天地龙彩印和乾龙包装的采购金额。天地龙彩印和乾龙包装作为专业的纸类制造企业，与公司建立了长期的合作关系，能够为公司提供所需包装材料，与公司之间的交易往来具备持续性。

由于公司中高档白酒原来主要采用陶瓷包装，包括向宜兴市金鱼陶瓷有限公司、山东省安华瓷业股份有限公司等供应商采购，2013 年以来，为了降低产品成本，公司逐步将陶瓷瓶更换为玻璃瓶，因此公司逐步减少了陶瓷瓶的采购，使得公司对上述陶瓷类供应商的采购金额均有大幅下降。

发行人的供应商中，除了天地龙彩印外，公司与天地龙集团、乾龙包装存在关联关系，公司与上述关联方的交易情况已在招股说明书“第六节 同业竞争与关联交易”中披露。

（六）安全生产及环境保护

1、安全生产情况

（1）管理机制

公司高度重视企业安全生产工作，坚持“安全第一，预防为主”的方针。公司生产部下设安能计量科，负责公司各个生产部门安全管理制度的制定、劳动保护物资的采购及管理，安全保护措施的实施和督察等。

公司将安全生产的教育和培训融入生产部门的日常生产过程中，定期组织生产人员进行安全培训，定期或不定期组织对生产现场可能存在的安全隐患进行监督、检查和考核。

公司以安全管理制度的制定和落实为核心，在生产过程中，公司严格执行轻工业食品行业的安全标准，认真贯彻国家的劳动安全卫生方针、政策、法规和标准，根据安全生产法和行业标准制定了《安全生产管理制度》、《安全生产责任制度》、《安全生产操作规程》、《安全生产目标考核标准》、《安全生产制度应急救援预案》等各项安全生产管理制度。其中，《安全生产管理制度》作为公司安全生产的基本制度，包括安全例会制度、三级教育制度、培训考核制度、现场管理制度、生产过程安全制度、安全检查制度、隐患整改制度、事故调查上报制度、资

料管理制度、奖罚制度等。在安全生产制度的落实方面，公司实施层层监管，每年度和各生产单位签订《安全生产目标责任书》，责任到人，并对重要岗位、重要环节、重要场地实行重点监督。

（2）报告期内公司安全生产投入情况及未来支出计划

2012年至2014年，公司用于安全生产方面的投入分别为478.88万元、433.04万元和1,346.69万元，主要用于职工安全生产教育宣传、设备设施的维护及更新改造、日常安全管理、应急救援、劳保用品配备、职工体检、职业病预防、防暑降温、特种设备检验、事故隐患整改等。

公司未来将持续推进安全生产管理，加大安全生产的投入，确保公司的生产安全运行。

（3）合规情况

公司自设立以来，能够严格遵守安全生产方面的法律法规，未因违反安全生产法律、法规和其他规范性文件规定受到过重大处罚。

淮北市安全生产监督管理局出具了证明，证明公司能够按照国家有关安全生产法律、法规、规章和规范性文件的要求进行生产、经营及服务，其生产、经营及服务符合相关规定对安全生产与管理的要求，报告期内公司在安全生产工作中，没有发生重大安全生产事故，未因违反有关安全生产、管理方面的法律、法规、规章和规范性文件而受到处罚。

2、环境保护情况

公司生产部下设环保办公室，负责公司各个生产部门环保制度的制定、环保设施的采购及维护，环保措施的落实和督察等。公司在生产过程中，严格遵守有关环保法律法规，依法缴纳排污费。公司已经通过ISO14001:2004环境管理体系认证（注册号：CQM-32-2000-0674-0002）。

公司在生产过程中涉及到的环境保护方面主要法律、法规和规章包括：《中华人民共和国环境保护法》、《中华人民共和国水污染防治法》、《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》、《中华人民共和国大气污染防治法》、《中华人民共和国环境噪声污染防治法》、《中华人民共和国清洁生产促进法》、《中华人民共和国环境影响评价法》、《建设项目环境保护管理条例》、《建设项目竣工环境保护验收管理办法》等。

(1) 公司生产经营中的主要污染物和排放量

公司着力在传统酿酒工艺上进行环境友好型的工艺创新,减少生产过程中的环境污染,对排放的主要污染物均采取了必要的处理措施,确保对环境不会造成重大污染,公司目前生产过程中排放的主要污染物及具体处理措施如下:

类别	排放源	主要污染物	主要处理措施
废水	酿酒发酵、蒸馏过程	COD、BOD、SS、氨氮	对于生产过程中的废水,UASB工艺对生产过程中产生的废水进行处理,处理后的废水达到排放标准。
废气	锅炉燃烧	二氧化硫、烟尘	按照国家《锅炉大气污染物排放标准》进行除尘和脱硫处理,确保排入大气中的烟尘、二氧化硫等指标达到或者低于国家排放限值,有效防止对空气环境的污染。
固体废物	煤炭燃烧后残渣、酿酒蒸馏后残渣	炉渣、酒糟、废旧包装材料	对固体废弃物采取综合利用的措施进行处理,在控制污染的同时,产生较好的经济效益和社会效益。锅炉煤渣主要用来出售给制砖厂,酒糟主要出售给附近养殖户用作动物饲料,废旧包装材料进行回收再利用。
噪声	机器设备的运转	噪声	通过选用噪声低的设备,并加强设备维护,并采取各种防护和降噪装置予以缓解,使噪声控制达到《工业企业厂界环境噪声排放标准》(GB 12348-2008) II类标准。

根据淮北市环境保护局下发的《排放重点水污染物许可证》(淮环证字[2009]037号和[2011]037号),公司水污染物总量控制指标为COD 155t/a、NH₃-N 15t/a。根据淮北市环境保护局下发的《建设项目主要污染物新增排放容量核定表》,公司废气污染物总量控制指标为SO₂ 73.79t/a。各分厂没有进行单独考核指标。根据各分厂污染物实际排放量,公司各污染物均达到总量控制要求。

公司主要污染物排放总量指标执行情况

单位:吨

排放物名称	指标	2014年	2013年	2012年
COD	实际排放量	61.60	72.00	61.60
	核定排放总量指标	155.00	155.00	155.00
氨氮	实际排放量	4.50	4.90	4.50
	核定排放总量指标	15.00	15.00	15.00
SO ₂	实际排放量	34.30	54.80	60.90
	核定排放总量指标	73.79	73.79	73.79

(2) 主要环保设施和处理能力和运行情况如下:

名称	主要环保设施	处理能力	处理效率	与主体设施的同步运转率
一分厂	污水处理站	1500m ³ /d	/	>95%
	破碎工段除尘器	6000m ³ /h	99%	>95%
东关分厂	锅炉配套水膜除尘器	11500m ³ /h	除尘效率 95%， 脱硫效率 15%	>95%
	破碎工段除尘器	6000m ³ /h	99%	>95%
	污水处理厂	400m ³ /d	/	>95%
四分厂	锅炉配套水膜除尘器	11500m ³ /h	除尘效率 95%， 脱硫效率 15%	>95%
	破碎工段除尘器	6000m ³ /h	99%	>95%
溪河分厂	脉冲除尘器（8台）	6000m ³ /h	95%	>95%
	脉冲式布袋除尘器（4台）	6000m ³ /h	95%	>95%
	水膜脱硫除尘器	水膜除尘器处理量为28000m ³ /h至35000m ³ /h及45000m ³ /h至55000m ³ /h。10T锅炉脱硫装置处理量为30000m ³ /h，20T锅炉脱硫装置处理量为60000m ³ /h	除尘效率 95%， 脱硫效率 15%	>95%
	污水处理站	600m ³ /d	/	>95%

公司各污水处理站分别安装了废水在线监测装置，并与环保部门进行联网，在线监测设施的安装和运转满足国家和地方在线监测的要求，在线监测数据有效，目前处于正常运行状态。

经核查，公司废气、废水、噪声等环保设施均为同行业中的成熟处理工艺和技术，废气、废水、噪声等环保设施齐备。公司建立了环保设施运行记录，根据现场调查和查阅核查时段内各生产企业环保设施的运行记录和维修记录，各生产企业环保设施能够正常稳定运行。

（3）报告期内各年环保投入

公司高度重视环境保护工作，污染治理的设备投资和资金投入较大，2012年至2014年，公司环保投入分别为451.08万元、581.74万元和638.71万元。公司募投项目实施后，未来环保投入将进一步增加。

（4）募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额

公司对本次募投项目环保工作非常重视，制定了充分的环保计划，落实了环保设施，编制了环保设施的投资预算，环保设施总投资1,337.30万元，所需资金来源由首次公开发行的募集资金和公司自筹资金解决。

本次募投项目与公司现有的业务相同，环保工作的工艺选择与公司现有业务相同，环保设施类型与公司现有设施相近，环保措施与投资计划如下：

①优质白酒酿造技改项目

单位：万元

类别	环保措施名称	主要措施说明	投资金额	投资及预计效果
废水	生活污水收集	生活污水收集管道	100.00	接入污水处理设施
	生产污水处理	厂区污水处理站，在线监测设备	420.00	达标排放
工艺废气	锅炉燃煤废气	布袋除尘、水膜除尘+石灰法炉外脱硫，在线监测设备	150.00	达标排放
噪声	降噪	局部隔声，加装减震器	45.00	厂界噪声达标
风险防范	非正常排放及事故水池	临时储存事故排水 600 立方米	15.00	避免事故水外排
	地面防渗	地面和道路硬化，管道防渗	400.00	防止地下水污染
施工监理			50.00	
合计投资			1,180.00	

②包装生产线技改项目

单位：万元

类别	环保措施名称	主要措施说明	投资金额	投资及预计效果
废气	无组织废气	强化通风	5.00	达标排放
废水	洗瓶水处理	沉淀池沉淀后绿化利用	2.00	达标排放
	生活污水收集	生活污水收集管道	2.00	接入污水处理设施
固废	包装物边角料堆场	固废堆场	0.80	外售
噪声	降噪	局部隔声，加装减震器	0.50	厂界噪声达标
绿化		300 平方米	30.00	
合计			40.30	

③优质白酒陈化老熟和存储项目

单位：万元

类别	环保措施名称	主要措施说明	投资金额	投资及预计效果
废气	无组织废气	强化通风	5.00	达标排放
废水	坛罐清洗水处理	接入污水处理站		达标排放
	生活污水收集	生活污水收集管道		接入污水处理设施
	地面防渗	地面和道路硬化，管道防渗	20.00	防止地下水污染
固废	废弃硅藻土	锅炉焚烧处理	1.00	达标排放

噪声	降噪	局部隔声，加装减震器	1.00	厂界噪声达标
风险防范	非正常排放及事故水池	事故水池、消防应急设备	80.00	避免事故水外排
绿化		536 平米	10.00	
合计			117.00	

(5) 在建和拟建项目已通过环境影响评价情况如下：

项目名称	环境影响评价		竣工环境保护验收	
	审批单位	批准文号	审批单位	批准文号
退城进郊搬迁改造项目	淮北市环保局	淮环行 (2008) 48 号	淮北市环保局	环验 (2011) 25 号
优质白酒酿造技改项目	安徽省环保厅	环评函 (2012) 522 号		
优质白酒陈化老熟和存储项目	安徽省环保厅	环评函 (2012) 521 号		
包装生产线技改项目	安徽省环保厅	环评函 (2012) 523 号		
口子文化园建设项目	濉溪县环保局	环评报告表 2012. 4. 10		

(6) 环保合法合规情况

公司自设立以来，能够严格遵守环境保护方面的法律法规，未因违反环境保护法律、法规和其他规范性文件规定受到过重大处罚。

2012 年至 2014 年 1-6 月，淮北市环保局出具了证明，证明公司能够严格遵守环境保护方面的法律法规，未因违反环境保护法律、法规和其他规范性文件规定受到过重大处罚。2012 年 6 月 14 日，安徽省环境保护厅出具了《关于对安徽口子酒业股份有限公司项目申请上市环保核查情况的函》（环控函[2012]610 号），原则同意口子酒业通过环保核查。2014 年度保荐机构和发行人律师对发行人环境保护情况进行了核查，对淮北市环保局和公司主管生产和环保工作的有关人员进行了访谈，实地查看了环保设施的运行情况，检查了相关文件记录等。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，公司的生产经营和拟投资项目符合国家环境保护的有关规定，在建和拟建项目已通过环境影响评价，公司环保情况符合上市要求。

五、与业务相关的主要固定资产及无形资产

(一) 固定资产

1、总体情况

公司的主要固定资产包括房屋及建筑物、机器设备、运输设备和电子设备等。公司定期进行固定资产的维修、保养和改造，上述固定资产的使用状况良好。

截至报告期末，公司固定资产状况如下：

单位：万元

项目	折旧年限	账面原值	累计折旧	账面净值	成新率
房屋建筑物	20年	78,451.98	16,129.28	62,322.70	79.44%
机器设备	5-10年	25,027.42	8,536.84	16,490.58	65.89%
运输设备	5-10年	3,582.07	1,797.95	1,784.12	49.81%
电子设备及其他	5年	1,750.60	1,380.69	369.91	21.13%
合计		108,812.07	27,844.76	80,967.31	74.41%

2、房屋建筑物

截至报告期末，公司拥有的房产具体如下：

序号	房屋所有权人	房屋所有权证号	房屋坐落位置	规划用途	建筑面积(m ²)	取得方式	权属限制
1	发行人	X京房权证东字第063924号	东城区安定门东大街28号1号楼9层A单元1001	住宅	87.28	购买	
2	发行人	X京房权证东字第063928号	东城区安定门东大街28号1号楼9层A单元1005	住宅	200.62	购买	
3	发行人	X京房权证东字第063929号	东城区安定门东大街28号1号楼9层A单元1003	住宅	137.65	购买	
4	发行人	X京房权证东字第063930号	东城区安定门东大街28号1号楼9层A单元1002	住宅	90.91	购买	
5	发行人	房地权证合产字第110175299号	琥珀山庄南村31栋502、504室	成套住宅	178.86	购买	
6	发行人	房地权证濰房字第2011061734号	濰溪县老城后大街236号2#楼407室	住宅	65.03	购买	
7	发行人	房地权证濰房字第2011061740号	濰溪县南环城路北侧3#楼402室	住宅	95.96	购买	
8	发行人	房地权证濰房字第	濰溪县南环城路北	住宅	135.48	购买	

序号	房屋所有权人	房屋所有权证号	房屋坐落位置	规划用途	建筑面积(m ²)	取得方式	权属限制
		2011061741号	侧1#楼201室				
9	发行人	房地权证濉房字第2011061744号	濉溪县南环城路北侧1#楼401室	住宅	135.48	购买	
10	发行人	房地权证濉房字第2011061745号	濉溪县老城后大街北侧1#楼205室	住宅	82.72	购买	
11	发行人	房地权证濉房字第2011061748号	濉溪县老城后大街北侧1#楼406室	住宅	134.60	购买	
12	发行人	房地权证濉房字第2011061749号	濉溪县老城后大街北侧1#楼303室	住宅	82.72	购买	
13	发行人	房地权证濉房字第2011061750号	濉溪县南环城路北侧2#楼402室	住宅	95.96	购买	
14	发行人	房地权证濉房字第2011061753号	濉溪县虎山北路西侧10#楼602室	住宅	78.62	购买	
15	发行人	房地权证濉房字第2011061756号	濉溪县碱河路9#楼603室	住宅	84.56	购买	
16	发行人	房地权证濉房字第2011061757号	濉溪县三堤口立交桥南1#楼111室	住宅	52.73	购买	
17	发行人	房地权证濉房字第2011061759号	濉溪县碱河路(三堤口)8#楼501室	住宅	88.28	购买	
18	发行人	房地权证濉房字第2011061761号	濉溪县碱河路(三堤口)8#楼503室	住宅	88.28	购买	
19	发行人	房地权证濉房字第2011061762号	濉溪县碱河路(三堤口)8#楼201室	住宅	88.28	购买	
20	发行人	房地权证濉房字第2011061765号	濉溪县碱河路(三堤口)8#楼502室	住宅	88.28	购买	
21	发行人	房地权证濉房字第2011061768号	濉溪县碱河路(三堤口)8#楼301室	住宅	88.28	购买	
22	发行人	房地权证濉房字第2011061769号	濉溪县碱河路(三堤口)8#楼102室	住宅	88.28	购买	
23	发行人	房地权证濉房字第2011061772号	濉溪县碱河路(三堤口)8#楼101室	住宅	88.28	购买	
24	发行人	房地权证濉房字第2011061775号	濉溪县碱河路(三堤口)8#楼302室	住宅	88.28	购买	
25	发行人	房地权证濉房字第2012004277号	濉溪县淮海北路西侧,口子集团公司院内1#	仓储用房	2,510.20	购买	
26	发行人	房地权证濉房字第2013005316号	濉溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园21#曲房楼(4#曲房楼)	生产	8,375.22	自建	
27	发行人	房地权证濉房字第	濉溪经济开发区玉	生产	8,375.22	自建	

序号	房屋 所有权人	房屋所有权 证号	房屋坐落位置	规划 用途	建筑 面积(m ²)	取得 方式	权属 限制
		2013005317 号	兰路北侧口子工业园 22#曲房楼 (3#曲房楼)				
28	发行人	房地权证濰房字第 2013005318 号	濰溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园 23#曲房楼 (2#曲房楼)	生产	8,375.22	自建	
29	发行人	房地权证濰房字第 2013005319 号	濰溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园 24#曲粮楼及制曲车间 (曲粮库及制曲车间)	生产	2,890.02	自建	
30	发行人	房地权证濰房字第 2013005320 号	濰溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园 25#曲房楼 (1#曲房楼)	生产	8,375.22	自建	
31	发行人	房地权证濰房字第 2013005321 号	濰溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园食堂洗浴综合楼	生产	7,494.19	自建	
32	发行人	房地权证濰房字第 2013005322 号	濰溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园红粮库及红粮破碎 (红粮破碎楼)	生产	4,034.00	自建	
33	发行人	房地权证濰房字第 2013005323 号	濰溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园泡塑车间	生产	2,159.18	自建	
34	发行人	房地权证濰房字第 2013005324 号	濰溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园车间办公室	生产	2,660.79	自建	
35	发行人	房地权证濰房字第 2013005325 号	濰溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园材料库	生产	2,744.91	自建	
36	发行人	房地权证濰房字第 2013005326 号	濰溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园自行车库	生产	1,473.18	自建	
37	发行人	房地权证濰房字第 2013005327 号	濰溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园锅炉房	生产	1,979.27	自建	
38	发行人	房地权证濰房字第 2013005328 号	濰溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园稻壳库	生产	1,425.55	自建	

序号	房屋 所有权人	房屋所有权 证号	房屋坐落位置	规划 用途	建筑 面积(m ²)	取得 方式	权属 限制
39	发行人	房地权证濰房字第 2013005329 号	濰溪经济开发区玉 兰路北侧口子工业 园 1#行政库	生产	1,036.51	自建	
40	发行人	房地权证濰房字第 2013005330 号	濰溪经济开发区玉 兰路北侧口子工业 园 2#行政库	生产	1,036.51	自建	
41	发行人	房地权证濰房字第 2013005331 号	濰溪经济开发区玉 兰路北侧口子工业 园 3#行政库	生产	1,036.51	自建	
42	发行人	房地权证濰房字第 2013005332 号	濰溪经济开发区玉 兰路北侧口子工业 园 4#行政库	生产	1,036.51	自建	
43	发行人	房地权证濰房字第 2013005333 号	濰溪经济开发区玉 兰路北侧口子工业 园 1#包装楼(5#包装 楼)	生产	7,808.55	自建	
44	发行人	房地权证濰房字第 2013005334 号	濰溪经济开发区玉 兰路北侧口子工业 园 2#成品库(1#金缘 坊车间)	生产	8,203.13	自建	
45	发行人	房地权证濰房字第 2013005335 号	濰溪经济开发区玉 兰路北侧口子工业 园 3#包装楼(2#金缘 坊车间)	生产	7,808.55	自建	
46	发行人	房地权证濰房字第 2013005336 号	濰溪经济开发区玉 兰路北侧口子工业 园 4#包材库(材料 库)	生产	15,379.48	自建	
47	发行人	房地权证濰房字第 2013005337 号	濰溪经济开发区玉 兰路北侧口子工业 园 5#包装楼(3#包装 楼)	生产	7,808.55	自建	
48	发行人	房地权证濰房字第 2013005338 号	濰溪经济开发区玉 兰路北侧口子工业 园 6#成品库(2#成品 库)	生产	8,203.13	自建	
49	发行人	房地权证濰房字第 2013005339 号	濰溪经济开发区玉 兰路北侧口子工业 园 7#包装楼(4#包装 楼)	生产	7,808.55	自建	
50	发行人	房地权证濰房字第	濰溪经济开发区玉	生产	7,808.55	自建	

序号	房屋 所有权人	房屋所有权 证号	房屋坐落位置	规划 用途	建筑 面积(m ²)	取得 方式	权属 限制
		2013005340号	兰路北侧口子工业园8#包装楼(1#包装楼)				
51	发行人	房地权证濉房字第2013005341号	濉溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园9#成品库(1#成品库)	生产	8,203.13	自建	
52	发行人	房地权证濉房字第2013005342号	濉溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园10#包装楼(2#包装楼)	生产	7,808.55	自建	
53	发行人	房地权证濉房字第2013005343号	濉溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园12#酿酒车间(3#酿酒车间)	生产	21,734.84	自建	
54	发行人	房地权证濉房字第2013005344号	濉溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园13#酿酒车间(1#酿酒车间)	生产	21,734.84	自建	抵押
55	发行人	房地权证濉房字第2013005345号	濉溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园14#酿酒车间(4#酿酒车间)	生产	21,734.84	自建	
56	发行人	房地权证濉房字第2013005346号	濉溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园15#散酒库(2#原酒库)	生产	9,441.12	自建	
57	发行人	房地权证濉房字第2013005347号	濉溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园18#散酒库(1#原酒库)	生产	9,441.12	自建	
58	发行人	房地权证濉房字第2013005348号	濉溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园19#曲块库及曲块破碎(成品曲库)	生产	5,960.70	自建	
59	发行人	房地权证濉房字第2013005349号	濉溪经济开发区玉兰路北侧口子工业园20#酿酒车间(2#酿酒车间)	生产	21,734.84	自建	抵押
60	发行人	房地权证濉公房字第01564号	濉溪县虎山北路西侧、碱河路北侧	生产	15,578.64	自建	

序号	房屋所有权人	房屋所有权证号	房屋坐落位置	规划用途	建筑面积(m ²)	取得方式	权属限制
61	发行人	房地权证濉公房字第 01565 号	濉溪县虎山路西碱河路北侧	生产	10,029.01	自建	
62	发行人	房地权证濉公房字第 01566 号	濉溪县虎山北路西侧、碱河路北侧	生产	3,164.70	自建	
63	发行人	房地权证濉公房字第 01567 号	濉溪县虎山北路西侧、碱河路北侧	生产	8,310.48	自建	
64	发行人	房地权证濉公房字第 01568 号	濉溪县虎山北路西、碱河路南侧	医疗宿舍	896.70	自建	
65	发行人	房地权证濉公房字第 01569 号	濉溪县南环城东路北侧(二公司)	生产	4,077.45	自建	
66	发行人	房地权证濉公房字第 01570 号	濉溪县南环路北侧(二公司)	办公	649.89	自建	
67	发行人	房地权证濉公房字第 01571 号	濉溪县南环城东路北侧(二公司)	生产	818.72	自建	
68	发行人	房地权证濉公房字第 01572 号	濉溪县淮海北路西侧(一公司)	生产	5,234.52	自建	
69	发行人	房地权证濉公房字第 01573 号	濉溪县淮海北路西侧(门市部)	营业	536.61	自建	
70	发行人	房地权证濉公房字第 01574 号	濉溪县淮海北路西侧(销售公司)	办公	1,233.36	自建	
71	发行人	房地权证濉公房字第 01576 号	濉溪县淮海北路西侧(一公司)	生产	2,459.79	自建	
72	发行人	房地权证濉公房字第 01577 号	濉溪县虎山北路西侧、碱河路北侧	生产、办公	5,485.56	自建	
73	发行人	房地权证濉公房字第 01578 号	濉溪县虎山北路西侧碱河路北侧	生产	6,798.06	自建	
74	发行人	房地权证濉公房字第 01579 号	濉溪县虎山北路西侧、碱河路北侧	生产	3,167.82	自建	
75	发行人	房地权证濉公房字第 01616 号	濉溪县城东关	生产	340.00	自建	
76	发行人	房地权证濉公房字第 01617 号	濉溪县城东关	生产	719.75	自建	
77	发行人	房地权证濉公房字第 01618 号	濉溪县城东关	生产	281.93	自建	
78	发行人	房地权证濉公房字第 01619 号	濉溪县城东关	生产	395.97	自建	
79	发行人	房地权证濉公房字第 01620 号	濉溪县城东关	生产	563.58	自建	
80	发行人	房地权证濉公房字第 01621 号	濉溪县城东关	生产	205.83	自建	
81	发行人	房地权证濉公房字第 01621 号	濉溪县城东关	生产	80.40	自建	

序号	房屋 所有权人	房屋所有权 证号	房屋坐落位置	规划 用途	建筑 面积(m ²)	取得 方式	权属 限制
		第 01622 号					
82	发行人	房地权证濉公房字第 01623 号	濉溪县城东关	生产	146.16	自建	
83	发行人	房地权证濉公房字第 01626 号	濉溪县城东关	生产	1,749.00	自建	
84	发行人	房地权证濉公房字第 01634 号	濉溪县城东关	生产	1,698.48	自建	
85	发行人	房地权证濉公房字第 01636 号	濉溪县城东关	生产	205.83	自建	
86	发行人	房地权证濉公房字第 01638 号	濉溪县城东关	生产	1,716.66	自建	
87	发行人	房地权证濉公房字第 01639 号	濉溪县城东关	生产	523.50	自建	
88	发行人	房地权证濉公房字第 01640 号	濉溪县城东关	生产	102.85	自建	
89	发行人	房地权证濉公房字第 01641 号	濉溪县城东关	生产	1,429.02	自建	
90	发行人	房地权证濉公房字第 01642 号	濉溪县城东关	生产	147.18	自建	
91	发行人	房地权证濉公房字第 01644 号	濉溪县城东关	生产	126.00	自建	
92	发行人	房地权证濉公房字第 01647 号	濉溪县城东关	生产	1,862.52	自建	
93	发行人	房地权证濉公房字第 01648 号	濉溪县城东关	生产	202.96	自建	
94	发行人	房地权证濉公房字第 01649 号	濉溪县城东关	生产	1,913.94	自建	
95	发行人	房地权证濉公房字第 01651 号	濉溪县城东关	生产	882.00	自建	
96	发行人	房地权证濉公房字第 01652 号	濉溪县城东关	生产	65.91	自建	
97	发行人	房地权证濉公房字第 01653 号	濉溪县城东关	生产	202.50	自建	
98	发行人	房地权证濉公房字第 01654 号	濉溪县城东关	生产	149.50	自建	
99	发行人	房地权证濉公房字第 01655 号	濉溪县城东关	生产	108.16	自建	
100	发行人	房地权证濉公房字第 01656 号	濉溪县城东关	生产	3,763.00	自建	
101	发行人	房地权证濉公房字第 01657 号	濉溪县城东关	生产	62.70	自建	

序号	房屋所有权人	房屋所有权证号	房屋坐落位置	规划用途	建筑面积(m ²)	取得方式	权属限制
102	发行人	房地权证濉公房字第 01659 号	濉溪县城东关	生产	52.50	自建	
103	发行人	房地权证濉公房字第 01660 号	濉溪县城东关	生产	38.64	自建	
104	发行人	房地权证濉公房字第 01662 号	濉溪县城东关	生产	75.00	自建	
105	发行人	房地权证濉公房字第 01663 号	濉溪县城东关	生产	1,378.37	自建	
106	发行人	房地权证濉公房字第 01664 号	濉溪县城东关	生产	1,378.37	自建	
107	发行人	房地权证濉公房字第 01665 号	濉溪县城东关	生产	1,107.70	自建	
108	发行人	房地权证濉公房字第 01667 号	濉溪县城东关	生产	360.71	自建	
109	发行人	房地权证濉公房字第 01670 号	濉溪县城东关	生产	3,763.00	自建	
110	发行人	房地权证濉公房字第 01671 号	濉溪县城东关	生产	486.00	自建	
111	发行人	房地权证濉公房字第 01672 号	濉溪县城东关	生产	205.85	自建	
112	发行人	房地权证濉公房字第 01673 号	濉溪县城东关	生产	205.83	自建	
113	发行人	房地权证濉公房字第 01674 号	濉溪县城东关	生产	446.40	自建	
114	发行人	房地权证濉公房字第 01675 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	1,397.25	自建	
115	发行人	房地权证濉公房字第 01677 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	551.20	自建	
116	发行人	房地权证濉公房字第 01678 号	濉溪县城东关	生产	2,013.03	自建	
117	发行人	房地权证濉公房字第 01679 号	濉溪县城东关	生产	190.40	自建	
118	发行人	房地权证濉公房字第 01680 号	濉溪县城东关	生产	277.53	自建	
119	发行人	房地权证濉公房字第 01683 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	516.75	自建	抵押
120	发行人	房地权证濉公房字第 01684 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	516.75	自建	抵押
121	发行人	房地权证濉公房字第 01685 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	2,682.69	自建	抵押
122	发行人	房地权证濉公房字第 01685 号	濉溪县三堤口立交	生产	1,911.56	自建	抵押

序号	房屋所有权人	房屋所有权证号	房屋坐落位置	规划用途	建筑面积(m ²)	取得方式	权属限制
		第 01686 号	桥南				
123	发行人	房地权证濰公房字第 01687 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	1,015.31	自建	抵押
124	发行人	房地权证濰公房字第 01688 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	516.75	自建	抵押
125	发行人	房地权证濰公房字第 01689 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	774.55	自建	抵押
126	发行人	房地权证濰公房字第 01690 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	635.28	自建	抵押
127	发行人	房地权证濰公房字第 01691 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	2,366.56	自建	
128	发行人	房地权证濰公房字第 01692 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	4,393.47	自建	抵押
129	发行人	房地权证濰公房字第 01693 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	1,819.05	自建	抵押
130	发行人	房地权证濰公房字第 01694 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	4,823.81	自建	抵押
131	发行人	房地权证濰公房字第 01695 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	4,164.87	自建	抵押
132	发行人	房地权证濰公房字第 01696 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	41.55	自建	抵押
133	发行人	房地权证濰公房字第 01697 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	123.00	自建	抵押
134	发行人	房地权证濰公房字第 01698 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	2,745.70	自建	抵押
135	发行人	房地权证濰公房字第 01699 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	516.75	自建	抵押
136	发行人	房地权证濰公房字第 01700 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	516.75	自建	抵押
137	发行人	房地权证濰公房字第 01701 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	562.63	自建	抵押
138	发行人	房地权证濰公房字第 01702 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	516.75	自建	抵押
139	发行人	房地权证濰公房字第 01703 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	516.75	自建	抵押
140	发行人	房地权证濰公房字第 01704 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	1,564.38	自建	抵押
141	发行人	房地权证濰公房字第 01705 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	431.93	自建	抵押
142	发行人	房地权证濰公房字第 01706 号	濰溪县三堤口立交桥南	生产	4,823.81	自建	抵押

序号	房屋所有权人	房屋所有权证号	房屋坐落位置	规划用途	建筑面积(m ²)	取得方式	权属限制
143	发行人	房地权证濉公房字第 01707 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	674.29	自建	抵押
144	发行人	房地权证濉公房字第 01708 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	331.11	自建	抵押
145	发行人	房地权证濉公房字第 01709 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	739.50	自建	抵押
146	发行人	房地权证濉公房字第 01710 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	218.33	自建	抵押
147	发行人	房地权证濉公房字第 01711 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	2,017.59	自建	抵押
148	发行人	房地权证濉公房字第 01712 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	516.75	自建	抵押
149	发行人	房地权证濉公房字第 01713 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	411.86	自建	抵押
150	发行人	房地权证濉公房字第 01714 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	727.50	自建	抵押
151	发行人	房地权证濉公房字第 01715 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	4,164.87	自建	抵押
152	发行人	房地权证濉公房字第 01716 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	650.94	自建	抵押
153	发行人	房地权证濉公房字第 01717 号	濉溪县三堤口立交桥南	办公	2,424.70	自建	抵押
154	发行人	房地权证濉公房字第 01718 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	2,565.76	自建	抵押
155	发行人	房地权证濉公房字第 01719 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	116.42	自建	抵押
156	发行人	房地权证濉公房字第 01720 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	618.79	自建	抵押
157	发行人	房地权证濉公房字第 01721 号	濉溪县城东关	生产	1,919.14	自建	
158	发行人	房地权证濉公房字第 01722 号	濉溪县城东关	生产	103.64	自建	
159	发行人	房地权证濉公房字第 01723 号	濉溪县城东关	生产	323.67	自建	
160	发行人	房地权证濉公房字第 01724 号	濉溪县城东关	生产	253.71	自建	
161	发行人	房地权证濉公房字第 01726 号	濉溪县城东关	生产	378.00	自建	
162	发行人	房地权证濉公房字第 01727 号	濉溪县三堤口立交桥南	生产	1,529.11	自建	抵押
163	发行人	房地权证濉公房字	濉溪县城西村武南	生产	662.20	自建	

序号	房屋 所有权人	房屋所有权 证号	房屋坐落位置	规划 用途	建筑 面积(m ²)	取得 方式	权属 限制
		第 01729 号	队				
164	发行人	房地权证濉公房字第 01730 号	濉溪县城东关	生产	4,231.73	自建	
165	发行人	房地权证濉公房字第 01732 号	濉溪县老城后大街 236#	生产	1,025.64	自建	
166	发行人	房地权证濉公房字第 01735 号	濉溪县老城后大街 101 号	生产	71.50	自建	
167	发行人	房地权证濉公房字第 01736 号	濉溪县老城后大街 236#	生产	185.60	自建	
168	发行人	房地权证濉公房字第 01742 号	濉溪县老城后大街 236 号	住宅、 生产	住宅 1,192.00 生产 914.80	自建	
169	发行人	房地权证濉公房字第 01747 号	濉溪县城东关	生产	1,284.36	自建	
170	发行人	房地权证濉公房字第 01845 号	濉溪县开发区玉兰大道北国槐路西	综合 门卫	14,412.68	自建	
171	发行人	淮房地权证相山区字第 12003308 号	相山区建安路东侧办公楼 207-212、307-312	商业、 金融、 信息	367.30	购买	
172	发行人	淮房地权证相山区字第 12003309 号	相山区建安路东侧办公楼 105、106	商业、 金融、 信息	77.78	购买	
173	发行人	宁房权证鼓变字第 445831 号	云南路 20 号 204 室	商业	498.13	购买	
174	发行人	宁房权证鼓变字第 445832 号	云南路 20 号地下车库 4 号车位	车位	16.63	购买	
175	金缘坊	房地权证濉公房字第 01844 号	濉溪县开发区玉兰大道北国槐路西	生产	6,408.46	自建	

3、主要生产设备

截至报告期末，公司主要生产设备具体情况如下：

序号	设备名称	数量(台/套)	成新率
1	包装生产线	44	54.62%
2	不锈钢储酒罐/收酒罐/缓冲罐/发酵罐	1,332	71.83%
3	不锈钢风冷器	72	71.27%
4	酿酒设备	50	80.23%
5	曲块破碎系统	4	38.80%
6	制曲系统	5	70.67%
7	红梁进料储存磨粉系统	5	61.28%
8	吊钩双梁桥式起重机	36	78.50%

（二）无形资产

1、总体情况

截至报告期末，公司无形资产均为土地使用权，具体情况如下：

单位：万元

原值	累计摊销	摊余价值
28,318.44	2,977.65	25,340.80

2、土地使用权

截至报告期末，公司具体土地使用权情况如下：

序号	权属人	土地使用证号	土地位置	面积(m ²)	用途	终止日期	取得方式	权属限制
1	发行人	淮出国用(2012)第101号	濉溪县武店孜村	3,443.14	工业用地	2052.11.28	出让	
2	发行人	淮出国用(2012)第103号	濉溪县东关村	128,310.17	工业用地	2052.11.28	出让	
3	发行人	淮土国用(2012)第93号	虎山路西侧	16,090.23	工业用地	2058.10.21	出让	
4	发行人	淮土国用(2012)第94号	濉溪县东关	1,299.15	工业用地	2058.10.21	出让	
5	发行人	淮土国用(2012)第95号	濉溪路西碱河路北	12,273.37	工业用地	2058.10.21	出让	
6	发行人	淮土国用(2012)第98号	濉溪县濉溪镇后大街南侧	13,196.83	工业用地	2052.11.28	出让	
7	发行人	淮土国用(2012)第99号	濉溪县武店孜村	128,420.95	工业用地	2052.11.28	出让	
8	发行人	淮土国用(2012)第102号	濉溪县濉溪路西侧	121,527.11	工业用地	2052.11.28	出让	抵押
9	发行人	淮土国用(2013)第022号	龙湖工业项目区龙旺路南、梧桐中路东	69,083.78	工业用地	2056.9.28	出让	
10	发行人	宁鼓国用(2012)第04947号	鼓楼区云南路20号204室	41.9	商务金融用地	2042.4.15	出让	
11	发行人	宁鼓国用(2012)第04948号	鼓楼区云南路20号地下车库4号车位	16.6	商务金融用地(地下)	2034.10.27	出让	
12	发行人	濉转国用(2012)第011号	濉溪县濉溪镇南环路东段北侧	6,573.63	工业用地	2052.8.26	转让	
13	发行人	濉出国用(2012)第030号	濉溪经济开发区银杏路南侧	180,453.43	工业用地	2060.9.30	出让	抵押
14	发行人	濉出国用(2012)	濉溪经济开发区银	78,757.40	工业用	2058.10.30	出让	











序号	权属人	土地使用证号	土地位置	面积(m ²)	用途	终止日期	取得方式	权属限制
		第 031 号	杏路南侧		地			
15	发行人	濉出国用(2012)第 032 号	濉溪经济开发区玉兰路北侧	42,316.90	工业用地	2053.12.28	出让	
16	发行人	濉出国用(2012)第 033 号	濉溪县老城后大街北侧	3,307.05	工业用地	2058.3.21	出让	
17	发行人	濉出国用(2012)第 034 号	濉溪县老城北环路北铁路东侧	103,542.21	工业用地	2058.3.25	出让	
18	发行人	濉出国用(2012)第 035 号	濉溪县南环路北侧、老濉河东侧	7,525.06	工业用地	2056.3.21	出让	
19	发行人	濉出国用(2012)第 036 号	濉溪镇老城后大街北侧	11,300.94	工业用地	2058.3.25	出让	
20	发行人	濉出国用(2012)第 038 号	濉溪县虎山路西侧、濉河路北侧	1,964.70	住宅用地	2082.5.17	出让	
21	发行人	濉出国用(2012)第 039 号	濉溪县虎山路西侧、濉河路北侧	15.20	住宅用地	2082.5.31	出让	
22	发行人	濉出国用(2012)第 040 号	濉溪县虎山北路西侧、濉河路北侧	12.75	住宅用地	2082.5.31	出让	
23	发行人	濉出国用(2012)第 041 号	濉溪县虎山路西侧、濉河路北侧	128.55	住宅用地	2082.5.31	出让	
24	发行人	濉出国用(2012)第 042 号	濉溪县老城南环路北侧	24.80	住宅用地	2082.5.31	出让	
25	发行人	濉出国用(2012)第 043 号	濉溪县老城南环路北侧	24.80	住宅用地	2082.5.31	出让	
26	发行人	濉出国用(2012)第 044 号	濉溪县老城南环路北侧、铁道东侧	70.96	住宅用地	2082.5.31	出让	
27	发行人	濉出国用(2012)第 045 号	濉溪县老城后大街北侧、铁路东侧	17.78	住宅用地	2082.5.31	出让	
28	发行人	濉出国用(2012)第 046 号	濉溪县老城后大街北侧	71.52	住宅用地	2082.5.31	出让	
29	发行人	濉出国用(2012)第 047 号	濉溪县淮海路西侧、碱河路北侧	26.96	住宅用地	2082.5.31	出让	
30	发行人	濉出国用(2012)第 048 号	濉溪经济开发区玉兰路北侧、银杏路南侧	109,333.60	工业用地	2062.6.05	出让	
31	发行人	濉出国用(2012)第 068 号	濉溪县南环路北侧、相山路西侧	60,722.94	工业用地	2062.6.19	出让	
32	发行人	濉出国用(2012)第 069 号	濉溪县南环路北侧、孟山路东侧	11,808.41	工业用地	2062.6.19	出让	
33	发行人	濉出国用(2012)第 070 号	濉溪县南环路北侧、孟山路东侧	11,368.59	住宿餐饮用地	2052.6.19	出让	
34	发行人	濉出国用(2012)	濉溪县南环路北侧、	13,190.79	住宿餐	2052.6.19	出让	











序号	权属人	土地使用证号	土地位置	面积(m ²)	用途	终止日期	取得方式	权属限制
		第 071 号	孟山路西侧		饮用地			
35	发行人	濰出国用(2013)第 029 号	濰溪县南环城路北侧、孟山路东侧	3,727.75	工业用地	2063.1.28	出让	
36	发行人	濰出国用(2013)第 031 号	濰溪县南环城路北侧、孟山路东侧	27,028.53	工业用地	2063.1.28	出让	
37	发行人	濰出国用(2013)第 032 号	濰溪县南环城路北侧、孟山路东侧	5,000.68	批发零售用地	2053.2.22	出让	
38	金缘坊	濰转国用(2006)第 024 号	濰溪县经济开发区国槐路西侧	50,990.49	工业用地	2053.12.28	转让	




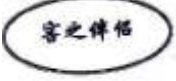









3、商标

截至报告期末，公司注册商标情况如下：

序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
1		796275	1	2005.12.7-2015.12.6
2		804151	2	2006.1.7-2016.1.6
3		806273	3	2006.1.14-2016.1.13
4		804104	4	2006.1.7-2016.1.6
5		800153	5	2005.12.21-2015.12.20
6		4592511	6	2008.1.28-2018.1.27
7		4569613	7	2008.1.21-2018.1.20


序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
8		826894	8	2006. 3. 28-2016. 3. 27
9		828862	9	2006. 4. 7-2016. 4. 6
10		820437	10	2006. 3. 7-2016. 3. 6
11		812451	11	2006. 2. 7-2016. 2. 6
12		808574	12	2006. 1. 21-2016. 1. 20
13		814491	13	2006. 2. 14-2016. 2. 13
14		805504	14	2006. 1. 7-2016. 1. 6
15		803385	15	2005. 12. 28-2015. 12. 27
16		805536	16	2006. 1. 7-2016. 1. 6
17		4569609	17	2008. 7. 28-2018. 7. 27






序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
18		835320	18	2006. 4. 28-2016. 4. 27
19		837314	19	2006. 5. 7-2016. 5. 6
20		803452	20	2005. 12. 28-2015. 12. 27
21		803484	21	2005. 12. 28-2015. 12. 27
22		805705	22	2006. 1. 7-2016. 1. 6
23		820794	23	2006. 3. 7-2016. 3. 6
24		815735	24	2006. 2. 14-2016. 2. 13
25		813673	25	2006. 2. 7-2016. 2. 6
26		809504	26	2006. 1. 21-2016. 1. 20
27		809405	27	2006. 1. 21-2016. 1. 20

序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
28		820934	28	2006. 3. 7-2016. 3. 6
29		799039	29	2005. 12. 14-2015. 12. 13
30		803170	31	2005. 12. 28-2015. 12. 27
31		3817589	32	2005. 9. 14-2015. 9. 13
32		3817590	32	2005. 9. 14-2015. 9. 13
33		3817592	32	2005. 9. 7-2015. 9. 6
34		10758465	32	2013. 6. 21-2023. 6. 20
35		126347	33	2013. 3. 1-2023. 2. 28
36		126348	33	2013. 3. 1-2023. 2. 28
37		280233	33	2007. 3. 10-2017. 3. 9
38		281682	33	2007. 3. 20-2017. 3. 19
39		1118914	33	2007. 10. 14-2017. 10. 13
40		1286617	33	2009. 6. 21-2019. 6. 20

序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
41		1470484	33	2010.11.7-2020.11.6
42		1470485	33	2010.11.7-2020.11.6
43		1506511	33	2011.1.14-2021.1.13
44		1518834	33	2011.2.7-2021.2.6
45		1639477	33	2011.9.21-2021.9.20
46		1639478	33	2011.9.21-2021.9.20
47		1639479	33	2011.9.21-2021.9.20
48		1639480	33	2011.9.21-2021.9.20
49		1683381	33	2011.12.14-2021.12.13
50		1966392	33	2012.8.14-2022.8.13
51		1966394	33	2012.8.14-2022.8.13
52		1990461	33	2012.10.28-2022.10.27
53		3007163	33	2012.11.28-2022.11.27
54		3007166	33	2012.11.28-2022.11.27
55		3042936	33	2013.1.7-2023.1.6

序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
56	紅 頂 宴	3137840	33	2013. 4. 21-2023. 4. 20
57	紅 頂 家	3137842	33	2013. 4. 21-2023. 4. 20
58	天缘地方	3161321	33	2013. 4. 21-2023. 4. 20
59	地方天缘	3161322	33	2013. 4. 21-2023. 4. 20
60	现代感觉	3161332	33	2013. 4. 21-2023. 4. 20
61	传统感觉	3161333	33	2013. 4. 21-2023. 4. 20
62	地方天圆	3161334	33	2013. 4. 21-2023. 4. 20
63	天圆地方	3161335	33	2013. 4. 21-2023. 4. 20
64	花 心 曲	3186070	33	2013. 6. 7-2023. 6. 6
65	歪 把	3198563	33	2013. 6. 21-2023. 6. 20
66	歪 把 子	3198564	33	2013. 6. 21-2023. 6. 20
67	歪 把 壶	3198565	33	2013. 6. 21-2023. 6. 20

序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
68		3223143	33	2013. 6. 28-2023. 6. 27
69		3358007	33	2013. 12. 28-2023. 12. 27
70		3358028	33	2014. 7. 21-2024. 7. 20
71		3358030	33	2015. 1. 7-2025. 1. 6
72		3358031	33	2013. 12. 14-2023. 12. 13
73		3358032	33	2013. 12. 28-2023. 12. 27
74		3358033	33	2013. 12. 28-2023. 12. 27
75		3358299	33	2015. 1. 7-2025. 1. 6
76		3358301	33	2013. 12. 28-2023. 12. 27
77		3358302	33	2013. 12. 28-2023. 12. 27
78		3358303	33	2015. 1. 7-2025. 1. 6
79		3358304	33	2015. 1. 7-2025. 1. 6
80		3358305	33	2015. 1. 7-2025. 1. 6
81		3454830	33	2014. 6. 21-2024. 6. 20
82		3817606	33	2005. 9. 7-2015. 9. 6
83		3817607	33	2005. 9. 7-2015. 9. 6

序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
84		3817608	33	2005. 9. 7-2015. 9. 6
85		3823401	33	2005. 9. 14-2015. 9. 13
86		3854648	33	2005. 10. 14-2015. 10. 13
87		4337227	33	2007. 3. 21-2017. 3. 20
88		4337229	33	2007. 3. 21-2017. 3. 20
89		4337240	33	2007. 3. 21-2017. 3. 20
90		4337241	33	2007. 5. 28-2017. 5. 27
91		4337242	33	2007. 5. 14-2017. 5. 13
92		4337243	33	2008. 8. 14-2018. 8. 13
93		4407497	33	2007. 7. 21-2017. 7. 20

序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
94		4455252	33	2007. 8. 14-2017. 8. 13
95		4455253	33	2007. 8. 14-2017. 8. 13
96	七十二酒坊	4487804	33	2007. 10. 21-2017. 10. 20
97	随喜	4638921	33	2008. 2. 21-2018. 2. 20
98	五年口子窖	5354371	33	2009. 4. 28-2019. 4. 27
99	和谐口子	5362558	33	2009. 4. 28-2019. 4. 27
100		5362559	33	2011. 5. 14-2021. 5. 13
101	口子禧	5912087	33	2009. 11. 21-2019. 11. 20
102	口子福	5912088	33	2009. 11. 21-2019. 11. 20
103	口子贡	5929416	33	2009. 11. 28-2019. 11. 27
104	口子醇	5929417	33	2009. 11. 28-2019. 11. 27
105	口子家	5929418	33	2009. 11. 28-2019. 11. 27
106	口子酒庄	5929419	33	2009. 11. 28-2019. 11. 27
107		6201724	33	2010. 1. 14-2020. 1. 13

序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
108	口子窖小样	7199341	33	2010.7.21-2020.7.20
109	口子窖大样	7199342	33	2010.7.21-2020.7.20
110	传阅	7221682	33	2010.7.28-2020.7.27
111	口子窖样板	7221683	33	2010.7.28-2020.7.27
112	二十吨口子窖	7390818	33	2010.9.28-2020.9.27
113	祥瑞口子	7437466	33	2010.10.7-2020.10.6
114	伍拾年口子窖	7486080	33	2010.12.28-2020.12.27
115	叁拾年口子窖	7486081	33	2010.12.28-2020.12.27
116	贰拾年口子窖	7486082	33	2011.1.21-2021.1.20
117	拾年口子窖	7486083	33	2011.1.21-2021.1.20
118	口子小池窖	7990004	33	2011.2.7-2021.2.6
119	小池口子窖	7990005	33	2011.2.7-2021.2.6
120	口子窖小池窖	7990006	33	2011.2.7-2021.2.6










序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
121		8748500	33	2011. 10. 28-2021. 10. 27
122		8748501	33	2011. 10. 28-2021. 10. 27
123		8748502	33	2011. 10. 28-2021. 10. 27
124		8748503	33	2011. 10. 28-2021. 10. 27
125		8748504	33	2011. 10. 28-2021. 10. 27
126		8748505	33	2011. 10. 28-2021. 10. 27
127	口子兼香坊	8748506	33	2011. 10. 28-2021. 10. 27
128	口子香聚	9148017	33	2012. 3. 7-2022. 3. 6
129	口子窖大师	9200180	33	2012. 3. 21-2022. 3. 20
130	口子窖旗舰	9200192	33	2012. 3. 21-2022. 3. 20






序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
131		10034904	33	2012. 12. 7-2022. 12. 6
132		10034905	33	2012. 12. 7-2022. 12. 6
133		10436061	33	2013. 4. 28-2023. 4. 27
134		10498489	33	2013. 4. 7-2023. 4. 6
135		10498490	33	2013. 4. 7-2023. 4. 6
136		10498491	33	2013. 4. 7-2023. 4. 6
137		10498492	33	2013. 4. 7-2023. 4. 6
138		10498493	33	2013. 4. 7-2023. 4. 6
139		10498494	33	2013. 9. 28-2023. 9. 27
140		10498495	33	2013. 9. 7-2023. 9. 6
141		10498496	33	2013. 9. 7-2023. 9. 6
142		10498497	33	2013. 9. 7-2023. 9. 6
143		10498498	33	2013. 4. 7-2023. 4. 6
144		10882964	33	2013. 8. 14-2023. 8. 13

序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
145	口子蓝花	11165482	33	2013. 11. 21-2023. 11. 20
146	诗韵金口子	11165490	33	2013. 11. 21-2023. 11. 20
147	书香金口子	11165511	33	2013. 11. 28-2023. 11. 27
148	歌赋金口子	11165518	33	2013. 11. 28-2023. 11. 27
149	富贵金口子	11260399	33	2013. 12. 21-2023. 12. 20
150	贵族口子	11260421	33	2013. 12. 21-2023. 12. 20
151	金星口子	11260446	33	2013. 12. 21-2023. 12. 20
152	银星口子	11260543	33	2013. 12. 21-2023. 12. 20
153	珍藏口子	11260581	33	2013. 12. 21-2023. 12. 20
154	真藏口子	11292997	33	2013. 12. 28-2023. 12. 27
155	经典口子	11292999	33	2013. 12. 28-2023. 12. 27
156	口子经典	11293000	33	2013. 12. 28-2023. 12. 27
157	金穗口子	11293002	33	2013. 12. 28-2023. 12. 27
158	和顺口子	11293008	33	2013. 12. 28-2023. 12. 27

序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
159	绵柔口子	11293009	33	2013. 12. 28-2023. 12. 27
160	盛典口子	11870451	33	2014. 5. 21-2024. 5. 20
161	洞藏口子	11870452	33	2014. 5. 21-2024. 5. 20
162	蕴藏口子	11870454	33	2014. 5. 21-2024. 5. 20
163	口子盛典洞藏酒	11870455	33	2014. 6. 21-2024. 6. 20
164		12031876	33	2014. 6. 28-2024. 6. 27
165	口子窖	12031936	33	2014. 6. 28-2024. 6. 27
166	老口子	12031960	33	2014. 6. 28-2024. 6. 27
167	老窖	12032034	33	2014. 6. 28-2024. 6. 27
168	口子坊	12031966	33	2014. 6. 28-2024. 6. 27
169	口子坊	12032047	33	2014. 6. 28-2024. 6. 27
170	全口子	12032001	33	2014. 6. 28-2024. 6. 27
171	口子酒	12031994	33	2014. 6. 28-2024. 6. 27
172	口子酒	12032152	33	2014. 6. 28-2024. 6. 27
173	2子	12055426	33	2014. 7. 7-2024. 7. 6

序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
174	口了	12055416	33	2014. 7. 7-2024. 7. 6
175	口于	12055362	33	2014. 7. 7-2024. 7. 6
176	两口子	12055278	33	2014. 7. 7-2024. 7. 6
177		12076754	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
178		12076646	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
179		12076624	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
180		12082978	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
181		12082961	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
182		12082917	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
183		12082886	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
184		12082832	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
185		12082823	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13

序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
186		12077087	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
187		12077070	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
188		12076825	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
189		12076969	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
190		12076799	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
191		12083230	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
192		12083213	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
193		12083170	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
194		12083159	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
195		12083141	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13

序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
196		12083087	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
197		12083068	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
198		12082995	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
199		12083012	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
200		12083049	33	2014. 7. 14-2024. 7. 13
201	口子复合兼香	12117747	33	2014. 7. 21-2024. 7. 20
202	口子天香	12117736	33	2014. 7. 21-2024. 7. 20
203	口子醇香	12117708	33	2014. 7. 21-2024. 7. 20
204	口子窖香	12117697	33	2014. 7. 21-2024. 7. 20

序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
205		12083131	33	2014. 7. 21-2024. 7. 20
206		12082906	33	2014. 7. 21-2024. 7. 20
207		12077182	33	2014. 7. 28-2024. 7. 27
208		12077136	33	2014. 7. 28-2024. 7. 27
209		12077113	33	2014. 7. 28-2024. 7. 27
210		12077150	33	2014. 7. 28-2024. 7. 27
211		12083266	33	2014. 8. 7-2024. 8. 6
212	原味 口子	12853736	33	2014. 11. 14-2024. 11. 13
213	口子 老酒	12875151	33	2014. 11. 28-2024. 11. 27
214	口子盛宴	12875153	33	2014. 11. 28-2024. 11. 27

序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
215		12076677	33	2014. 11. 28-2024. 11. 27
216		12031977	33	2014. 6. 28-2024. 6. 28
217		796265	34	2005. 12. 7-2015. 12. 6
218		879784	35	2006. 10. 7-2016. 10. 6
219		891731	36	2006. 10. 28-2016. 10. 27
220		867908	37	2006. 8. 28-2016. 8. 27
221		875900	38	2006. 9. 28-2016. 9. 27
222		867909	39	2006. 8. 28-2016. 8. 27
223		891745	40	2006. 10. 28-2016. 10. 27
224		879879	41	2006. 10. 7-2016. 10. 6

序号	商标样式	注册号/申请号	类号	专用权期限
225		879916	42	2006. 10. 7-2016. 10. 6
226		3801144	43	2006. 5. 7-2016. 5. 6
227		4569611	44	2008. 10. 14-2018. 10. 13
228		4569612	44	2008. 10. 14-2018. 10. 13
229		5354370	45	2010. 4. 21-2020. 4. 20

4、专利

截至报告期末，公司拥有的专利具体情况如下：

序号	专利类别	权利人	专利名称	专利号	申请日	授权公告日
1	实用新型	发行人	防伪酒瓶盖	ZL 2005 2 0140388.1	2005. 12. 26	2007. 3. 21
2	实用新型	发行人	一种多功能酒瓶包装盒	ZL 2008 2 0161473.X	2008. 9. 29	2009. 8. 19
3	实用新型	发行人	酒瓶颈防伪卡	ZL 2008 2 0039660.0	2008. 9. 2	2009. 7. 15
4	实用新型	发行人	一种防伪酒包装盒	ZL 2009 2 0186925.4	2009. 8. 13	2010. 6. 2
5	实用新型	发行人	一种酒包装盒筒形内衬	ZL 2009 2 0186926.9	2009. 8. 13	2010. 6. 2
6	实用新型	发行人	白酒包装盒	ZL 2011 2 0286245.7	2011. 8. 9	2012. 6. 20
7	实用新型	发行人	一种底盖可拆卸式酒盒	ZL 2013 2 0047051.0	2013. 1. 28	2013. 8. 21
8	实用新型	发行人	一种带有卡扣的酒水包装盒	ZL 2013 2 0047054.4	2013. 1. 28	2013. 8. 21
9	实用新型	发行人	一种带有安装基座的酒水包装盒	ZL 2013 2 0047603.8	2013. 1. 28	2013. 8. 21
10	外观设计	发行人	酒瓶	ZL 2006 3 0080359.0	2006. 1. 19	2007. 3. 21
11	外观设计	发行	酒瓶(三十年口子	ZL 2006 3	2006. 3. 24	2007. 6. 6

序号	专利类别	权利人	专利名称	专利号	申请日	授权公告日
	计	人	窖)	0082352.2		
12	外观设计	发行人	酒瓶(老口子2)	ZL 2007 3 0025098.7	2007.1.24	2008.1.30
13	外观设计	发行人	酒瓶(仙酒坊)	ZL 2007 3 0177039.1	2007.8.10	2008.8.13
14	外观设计	发行人	酒瓶(如意庆典)	ZL 2007 3 0177040.4	2007.8.10	2008.8.13
15	外观设计	发行人	酒瓶(咖啡色庆典)	ZL 2007 3 0177041.9	2007.8.10	2008.8.27
16	外观设计	发行人	酒瓶(珍品口子坊)	ZL 2008 3 0182016.4	2008.8.6	2009.9.9
17	外观设计	发行人	酒瓶(小池窖)	ZL 2008 3 0350927.3	2008.12.30	2010.6.9
18	外观设计	发行人	酒瓶	ZL 2008 3 0350928.8	2008.12.30	2010.2.17
19	外观设计	发行人	酒瓶(江淮第一窖)	ZL 2008 3 0182017.9	2008.8.6	2009.9.9
20	外观设计	发行人	酒瓶(口子坊)	ZL 2008 3 0237225.4	2008.9.8	2009.11.11
21	外观设计	发行人	酒瓶(二十年玻瓶)	ZL 2009 3 0179583.9	2009.3.16	2010.6.23
22	外观设计	发行人	酒盒(新款口子窖)	ZL 2009 3 0179584.3	2009.3.16	2010.2.17
23	外观设计	发行人	酒盒(新款老口子)	ZL 2009 3 0179585.8	2009.3.16	2010.2.17
24	外观设计	发行人	酒盒(新款御尊)	ZL 2009 3 0179586.2	2009.3.16	2010.2.17
25	外观设计	发行人	酒盒(小池窖)	ZL 2009 3 0179839.6	2009.4.17	2010.2.17
26	外观设计	发行人	酒盒(新20年)	ZL 2009 3 0180189.7	2009.5.20	2010.6.23
27	外观设计	发行人	酒盒(新精品口子坊)	ZL 2009 3 0180190.X	2009.5.20	2010.6.23
28	外观设计	发行人	酒瓶(口子窖-红色)	ZL 2009 3 0244840.2	2009.7.17	2010.11.3
29	外观设计	发行人	酒盒(口子窖-传阅)	ZL 2009 3 0245178.2	2009.7.24	2010.6.23
30	外观设计	发行人	酒包装盒(同源坊老口子)	ZL 2010 3 0665562.0	2010.12.8	2011.7.20
31	外观设计	发行人	酒包装盒(中华老字号老口子)	ZL 2010 3 0665595.5	2010.12.8	2011.7.20

序号	专利类别	权利人	专利名称	专利号	申请日	授权公告日
32	外观设计	发行人	酒包装盒(六年口子窖)	ZL 2010 3 0665601.7	2010.12.8	2011.7.20
33	外观设计	发行人	酒包装盒(精品口子坊)	ZL 2010 3 0665620.X	2010.12.8	2011.7.20
34	外观设计	发行人	酒包装盒(珍品口子坊)	ZL 2010 3 0665623.3	2010.12.8	2011.7.20
35	外观设计	发行人	酒瓶(口子窖大师)	ZL 2011 3 0120104.3	2011.5.16	2012.1.18
36	外观设计	发行人	酒瓶(口子窖)	ZL 2011 3 0262647.9	2011.8.8	2012.3.7
37	外观设计	发行人	酒盒(口子窖)	ZL 2011 3 0262652.X	2011.8.8	2012.2.29
38	外观设计	发行人	酒瓶(口子窖白酒)	ZL 2012 3 0154109.2	2012.5.7	2012.12.5
39	外观设计	发行人	酒盒(口子窖白酒)	ZL 2012 3 0154111.X	2012.5.7	2012.12.5
40	外观设计	发行人	酒瓶(口子窖白酒-1)	ZL 2012 3 0250620.2	2012.6.15	2012.12.5
41	外观设计	发行人	酒瓶(口子窖白酒-2)	ZL 2012 3 0250633.X	2012.6.15	2012.12.5
42	外观设计	发行人	酒瓶(口子窖-真藏实窖20年)	ZL 2013 3 0026291.8	2013.1.29	2013.7.10
43	外观设计	发行人	酒瓶(口子窖-真藏实窖6年红色)	ZL 2013 3 0026292.2	2013.1.29	2013.7.10
44	外观设计	发行人	酒盒(口子窖-真藏实窖20年)	ZL 2013 3 0026293.7	2013.1.29	2013.7.10
45	外观设计	发行人	酒瓶(口子坊)	ZL 2013 3 0026294.1	2013.1.29	2013.7.10
46	外观设计	发行人	酒瓶(口子窖-真藏实窖)	ZL 2013 3 0026296.0	2013.1.29	2013.7.10
47	外观设计	发行人	酒盒(口子窖-真藏实窖10年)	ZL 2013 3 0026313.0	2013.1.29	2013.7.10
48	外观设计	发行人	酒盒(口子窖-真藏实窖六年)	ZL 2013 3 0026317.9	2013.1.29	2013.8.21
49	外观设计	发行人	酒盒(口子窖-真藏实窖6年400ml)	ZL 2013 3 0026383.6	2013.1.29	2013.9.25
50	外观设计	发行人	酒瓶(口子窖-真藏实窖6年绿色)	ZL 2013 3 0026662.2	2013.1.29	2013.7.10
51	外观设计	发行人	酒盒(老口子)	ZL 2013 3 0026665.6	2013.1.29	2013.7.10

序号	专利类别	权利人	专利名称	专利号	申请日	授权公告日
52	外观设计	发行人	酒盒（口子窖-真藏实窖五年）	ZL 2013 3 0026667.5	2013.1.29	2013.7.10
53	外观设计	发行人	酒瓶（口子窖-真藏实窖30年）	ZL 2013 3 0026675.X	2013.1.29	2013.7.10
54	外观设计	发行人	酒瓶（口子窖-真藏实窖10年）	ZL 2013 3 0026815.3	2013.1.29	2013.7.10
55	外观设计	发行人	酒瓶（口子窖-真藏实窖5年）	ZL 2013 3 0026818.7	2013.1.29	2013.7.10
56	外观设计	发行人	酒瓶（老口子）	ZL 2013 3 0026819.1	2013.1.29	2013.8.21
57	外观设计	发行人	酒盒（口子窖-真藏实窖8年）	ZL 2013 3 0026928.3	2013.1.29	2013.7.10
58	外观设计	发行人	酒盒（口子窖-真藏实窖15年）	ZL 2013 3 0026990.2	2013.1.29	2013.7.10
59	外观设计	发行人	酒瓶（濉溪大曲-精装头曲）	ZL 2013 3 0142714.2	2013.4.26	2013.9.25
60	外观设计	发行人	酒瓶（1）	ZL 2013 3 0142737.3	2013.4.26	2013.9.25
61	外观设计	发行人	酒瓶（2）	ZL 2013 3 0142743.9	2013.4.26	2013.9.25
62	外观设计	发行人	酒瓶（濉溪大曲-简白）	ZL 2013 3 0142785.2	2013.4.26	2013.9.25
63	外观设计	发行人	酒盒（五年口子窖）	ZL 2014 3 0142608.9	2014.05.21	2014.11.05
64	外观设计	发行人	酒盒（六年口子窖）	ZL 2014 3 0142609.3	2014.05.21	2014.11.05
65	外观设计	发行人	酒瓶（五年口子窖-绿色）	ZL 2014 3 0167297.1	2014.06.05	2014.12.03
66	外观设计	发行人	酒瓶（六年口子窖）	ZL 2014 3 0167423.3	2014.06.05	2014.12.03
67	外观设计	发行人	酒瓶（六年口子窖-红色）	ZL 2014 3 0167500.5	2014.06.05	2014.12.03
68	外观设计	发行人	酒瓶（五年口子窖）	ZL 2014 3 0167659.7	2014.06.05	2014.12.03

六、公司拥有的特许经营权及资质情况

口子酒业及其控股子公司目前无拥有的特许经营权。目前拥有的资质情况如下：

1、全国工业产品生产许可证

口子酒业持有安徽省食品药品监督管理局 2014 年 6 月 20 日下发的编号为 QS3400 1501 0549 的《全国工业产品生产许可证》，核定产品名称为：白酒，生产地址为：安徽省淮北市濉溪县碱河路与濉溪路交叉口西北方向、濉溪县南环路与孟山南路交叉口西北方向、濉溪镇后大街南侧、濉溪经济开发区玉兰大道与国槐路交叉口西北方向，有效期至 2017 年 7 月 1 日。

2、酒类流通备案登记表

(1) 口子酒业持有淮北市商务局 2011 年 7 月 18 日下发的编号为 340200100004 号的《酒类流通备案登记表》，登记主要经销品种为：白酒，经营类型为：批发。

(2) 口子酒营销持有淮北市商务局 2010 年 5 月 6 日下发的编号为 340200100003 号的《酒类流通备案登记表》，登记主要经销品种为：白酒，经营类型为：批零兼营。

七、公司的技术与研发情况

(一) 主要产品技术水平及生产工艺

1、主要产品技术水平

公司多年来一直致力于白酒生产技术及工艺流程的开发研究，公司拥有独立的核心技术。目前，公司熟练掌握白酒酿造的重要生产技术，能满足客户的个性化需求。公司主要产品的技术均处于批量生产阶段，具体如下：

产品名称	生产技术所处阶段
三十年型口子窖	批量生产
二十年型口子窖	批量生产
十年型口子窖	批量生产
六年型口子窖	批量生产
五年型口子窖	批量生产
御尊口子窖	批量生产
小池窖口子窖	批量生产
老口子系列	批量生产
口子坊系列	批量生产
口子美酒系列	批量生产
口子酒系列	批量生产

2、主要生产工艺

白酒作为我国特有的产品，一般以多种粮食作为酿造原料，经过制曲、发酵、蒸馏、陈化老熟、勾调等传统工艺，其酿造工艺独特。

公司的主要产品口子窖系列，以“前浓、后酱、中间清、空杯留香”的“大兼香”为主要特色，在生产工艺上，主要体现在“三多一高一长”。

三多：指多粮制曲、多种曲混合糖化发酵、多粮酿造。

多粮制曲和多种曲混合糖化发酵：在制曲用料方面，公司以小麦为主，同时添加大麦、豌豆等多种辅料。在制曲环节，公司拥有独特的“菊花心”中温大曲制作工艺、高温大曲制作工艺以及全国独树一帜的超高温大曲制作工艺。同时采用中温大曲、高温大曲、超高温大曲混合发酵，形成独有的多种大曲混合糖化发酵的工艺。

多粮酿造：公司在酿酒中使用多种粮食发酵。不同的原料通过微生物发酵和生化作用，产生不同的微量芳香物质，赋予白酒不同的风味特征。

一高：指高温润料堆积。高粱在配料前使用 60~80 度的热水拌好并堆积起来，经 18~24 小时的堆积可以去除其中的杂味，并带出高粱独有的粮香味，同时通过堆积使其再产生更为特殊的香味，使酒中的香气成分更加丰富，是形成口子窖酒的重要基础香气之一。高温润料堆积后的原料，将在蒸酒环节中与发酵池中的酒醅混合蒸馏。

一长：指储存期长。公司优质原酒的储存期一般在三年及以上，确保陈化老熟过程的充分。

在集中体现口子特色的“三多一高一长”工艺之外，公司还继承和创新了一些重要生产工艺：

（1）“续渣混蒸混烧老五甑”工艺

所谓混烧老五甑工艺，是原料与出窖的香醅在同一甑桶同时蒸馏和蒸煮糊化，在窖内有 4 甑发酵材料，即大渣、二渣、小渣和回渣。出窖加入新原料分成 5 甑进行蒸馏，其中 4 甑入窖发酵，另一甑为丢糟。

（2）掐酒工艺

在蒸酒过程中，酒蒸出后随不锈钢管冷却器冷凝后流出，这时候要进行“掐酒”。刚出来的酒酒精度较高，随后依次递减。刚出来的酒和尾酒因杂质较多，要去掉，称为“掐头去尾”，并按质量取酒。掐去开头一斤左右酒后的一段酒，

酯含量较高，富含低沸点物质，因此用作调味酒。公司掐酒均由掐酒师凭多年经验进行判断，按质掐酒，再由检测部门复检无误后分级入库。

（3）泥池老窖发酵工艺

公司生产中采用泥池老窖作为发酵容器，通过酒醅与窖泥接触，使酒的香气更加突出，味感更加丰富。夏季压醅，以增加发酵时间；其他季节按正常发酵期生产，发酵期一般为 60~120 天的时间。

（4）陈化老熟工艺

公司以专用陶坛在酒窖中陈化老熟。公司选用江苏宜兴等地出产的陶坛作为储酒容器，并在温度、湿度、光照等指标适宜的环境（如地下酒窖）中陈化老熟，能有效保持酒质，使酒体绵软柔和。

（5）勾调工艺

勾调是酒体设计中的关键一环，良好的勾调工艺，可使酒中各种微量成分以不同的比例进行补充、协调、平衡，形成主体香气和独特的风格特征。

（二）研发机构设置及主要研发人员

公司设置了专门的技术中心，已被认定为安徽省级企业技术中心。技术中心主要负责从事白酒酿造的基础理论研究、新产品的研发和工艺流程研究等。目前技术中心下设检测、计量、新产品开发等各个部室，涵盖新产品开发、工艺设计、检测等多个方面。

截至报告期末，公司研发人员皆有大学专科以上学历，多数具有高等院校的发酵、食品等相关专业的学习经历，具有多年的酿酒行业从业经验。公司核心技术人员情况详见本招股说明书“第七节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简历”之“（四）核心技术人员”。

（三）主要技术研发成果

发行人通过研究、创新和技改等方式，不断提升白酒酿造技术水平，取得的研究成果如下：

序号	研发成果名称	所获奖项	授予日期
1	口子酒新工艺研究与开发	淮北市科学技术三等奖	2003 年

序号	研发成果名称	所获奖项	授予日期
2	二十年型口子窖酒的研制	安徽省科技成果证书	2006年

（四）正在研发的项目

公司目前正在进展中的研发项目包括三步循环法白酒储存研究、超高温口子大曲的微生物分离试验、酒尾黄水提取调酒液等项目，具体情况如下：

1、三步循环法白酒储存研究

本项目主要是对在酒坛、酒池、酒罐三种不同储酒容器中的同种原酒在不同时期的感官和理化学变化进行研究，寻找最佳储酒方法。

2、超高温口子大曲的微生物分离试验

本项目是通过超高温口子大曲中的微生物进行分离纯化，找出大曲中影响口子酒的有益微生物，并进行扩大培养，进一步应用于生产。

3、酒尾黄水提取调酒液

本项目是利用白酒发酵过程中的废弃物黄水和酒尾酒通过生物技术提取白酒勾调过程中可以利用的调味物质，这样既减少环境的污染，起到环保的效果，又可以为公司节约一定的资金。

（五）技术创新机制及持续研发投入

公司高度重视技术研发，灵活采用多种合作形式进行科学研究。

2006年公司与中国食品发酵工业研究院合作的《口子窖酒特征性剖析研究》项目顺利实施，主要是使用各种先进生物化学分析方法，从各种酿酒原料，原酒，成品酒样入手，并与其他名酒相比较，确定口子窖酒各个方面的唯一特性。

公司积极参与“中国白酒169计划”，是该项目2007年九家首批协作单位之一。该计划由中国酿酒工业协会白酒分会技术委员会组织，相关院校、研究单位和企业共同参与，是建国以来中国白酒行业规模最大的科研项目，也是参加企业最多，研究范围广，技术构成复杂的项目。

公司目前参与的“中国白酒169计划”项目主要研究内容包括：一、中国白酒健康成分研究，分析检测白酒中对人体有益的物质；二、中国白酒特征香味物质的研究，对各种特征香气成份定性与定量，初步明晰各种分析酒样的个性特征；三、重要香和味成份生成机理的研究，通过检测确定重要香味成份，研究其微生

物代谢过程及微生物适宜条件；四、中国白酒中呈香呈味物质阈值的测定。五、白酒年份酒研究。检测不同时间储存的白酒，找出影响白酒质量的重要成份及感官特征变化规律。提出制定年份酒标准基本数据。

2012年至2014年，公司研发投入分别为626.68万元、645.32万元和740.36万元，占营业收入的比例分别为0.25%、0.26%和0.33%。

八、公司产品质量控制情况

（一）质量控制措施

公司设有质量中心，专职负责质量控制。公司以质量控制为中心，以全员参与为基础，建立了覆盖产品研发、工艺设计、供应商管理、原材料检验、成品出厂检验等过程的全面质量控制体系。公司具体质量控制措施如下：

（1）建立公司质量管理组织机构，以ISO9001:2008质量体系标准为基础，推行全面、全员、全过程的质量管理。

（2）成立了专门的食品质量安全领导小组，全面负责公司进出的各类原辅料、半成品、在产品 and 产成品的质量控制，负责调度生产全过程中的各工段进行定时和不定时的检查等，负责公司所有质量方面的技术检验并对检验数据负责，以最终保证公司产品质量的安全性、可靠性。

（3）建立质量管理体系，制定质量控制制度。

公司制定了《质量控制制度》，对公司所有产品质量、半成品质量、原辅材料质量及生产过程中的各环节工作质量进行了规范；《产品质量检测控制方法》，对产品实现必须的过程和对产品特性进行质量控制，以验证产品要求是否得到满足，完整的体现了公司全面质量控制的各方面；《质量信息管理制度》，对质量控制过程中信息的收集和反馈等方面进行了规范。另外，公司还制定了《公司产品召回管理规定》、《因故停产产品处理制度》、《用户投诉处理管理规程》、《质量事故处理制度》、《不合格品控制管理程序》、《产品入库出厂检验制度》、《原辅材料采购检验规定》、《各级人员的岗位责任制及相关工作标准》等有关质量方面的规章制度。

（4）贯彻严密的质量控制措施。

公司严格执行质量管理体系、HACCP食品安全管理体系等制度的要求，建立

了质量分析定期会议制度，包括年度会议和月度会议，以便及时分析质量工作，对存在问题制定纠正措施，确定责任部门予以改进。

公司每年召开供应厂家质量分析会，不定期地派出专业技术骨干到供应厂家进行现场指导，以便供应厂家及时掌握其供货质量和公司质量控制要求，从而将公司产品质量控制向供应厂家前移。

（二）质量控制标准

公司严格执行国家质量监督检验检疫总局的相关技术标准，目前公司产品质量具体执行的国家、行业及企业标准的情况如下：

科室	质量控制范围	质量控制标准
质量检验科	原料、辅料、煤炭、五金材料质量检验	Q/AKJ10—2004《高粱、小麦、大麦、豌豆、稻壳》 AKWJ06.05: GB1354-2009《大米》 AKWJ—06—01—01《粮食、油料检验标准汇编》 GB5491—1985《粮食、油料检验扦样、分样法》 GB/T5492—2008《粮油检验粮食油料的色泽、气味、口味鉴定》 GB/T5494—2008《粮油检验粮食油料的杂质、不完善粒的检验》 GB5497—1985《粮食油料检验水分测定法》 GB/T5498—1985《粮食油料检验容重测定法》 GB/T5499—2008《粮油检验带壳油料纯仁率检验法》 GB/T5514—2008《粮油检验粮食油料中淀粉含量测定》 AKWJ06.01—5.3 GB/T211—2007《煤中全水分的测定方法》 AKWJ06.01—5.1 GB/T483—2007《煤炭分析试验方法一般规定》 AKWJ06.01—5.6 GB/T214—2007《煤中全硫的测定方法》 AKWJ06.01-5.2: GB213《煤的发热量测定方法》 AKWJ49.01-2005: GB2715—2005《食品卫生标准》
	成品酒包装质量	AKWJ28.03《食品标识管理规定》 Q/AKJ-24-2005《生产过程质量检验》 AKWJ08.01-2006: GB10344—2005《预包装食品酒标签通则》 AKWJ08.02-2004: GB7718—2011《预包装食品标准通则》 AKWJ10.10《质量检验规程》 AKWJ10.11《质量检验制度》
	包装材料质量检验	AKWJ04.04-2006《包装材料（陶瓷酒瓶）》 AKWJ06.01-3.1 QB/T3562-1999《500毫升冠形瓶口白酒瓶》 AKWJ06.06 GB/T5738-1995《瓶装酒、饮料塑料周转箱》 AKWJ06.07 GB/T23778-2009《酒类及其他食品包装用软木塞》 AKWJ06.01-4.3 GB/T6543-2008《运输包装用单瓦楞纸箱和双瓦楞纸箱》 AKWJ06.01-4.1 GB4857.4-2008《运输包装件基本试验第4部分采用压力试验机进行抗压和堆码试验方法》

科室	质量控制范围	质量控制标准
		AKWJ06.04: GB/T24694-2009《玻璃容器 白酒瓶》 AKWJ06.03: GB23350-2009《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》 AKWJ44-05《包装玻璃容器铅、镉、砷、锑溶出允许限量》 AKWJ44-03-2005《包装材料卫生标准汇编》 Q/AKJ11《包装材料 酒盒、标贴、吊牌》 Q/AKJ12《包装材料 酒瓶》 Q/AKJ13《包装材料 纸箱》 Q/AKJ14《烟煤 锅炉用》 Q/AKJ25《瓶盖》
理化中心	酒醅、曲、窖泥质量	AKWJ10.15-2003《糟醅化验操作规程》 AKWJ10.19-2005《酿酒、制曲工序过程检验规定》
	成品酒内在质量理化检测	AKWJ10.18-2008: GB/T19328——2007《地理标志产品 口子窖酒》 AKWJ09.03-2008《产品标准汇编》: GB/T10781.1—2006《浓香型白酒》 AKWJ09.03.01-2010《〈浓香型白酒〉第1号修改单》 Q/KZJY0001S—2014《兼香型白酒》 Q/KZJY0002S—2012《复合兼香型白酒》 Q/KZJY0003S—2013《兼香型配制白酒》
	基酒质量检测	AKWJ10.18-2008: GB/T19328——2007《地理标志产品 口子窖酒》(含第1号修改单) AKWJ09.03-2008《产品标准汇编》: GB/T10781.1—2006《浓香型白酒》 AKWJ09.03.01-2010《〈浓香型白酒〉第1号修改单》 Q/KZJY0001S—2014《兼香型白酒》
	曲、窖泥微生物检测	AKWJ10.15-2003《糟醅化验操作规程》 AKWJ10.19-2005《酿酒、制曲工序过程检验规定》 AKWJ49-02-2005《微生物试验操作规程》

此外，公司在执行的相关质量标准还包括：

标准编号	标准名称
AKWJ10.04-2007: GB10346-2006	白酒检验规则和标志、包装、运输、储存
AKWJ10.03-2007: GB10345-2007	白酒试验方法
AKWJ49-05-2007: GB5749-2006	生活饮用水卫生标准
AKWJ10.01: GB2757	蒸馏酒及配制酒卫生标准
AKWJ10.03.01-2010	《白酒分析方法》第1号修改单
AKWJ06.01-6.1 GB/T394.2-2008	酒精通用试验方法
AKWJ10.33: GB2760	食品添加剂使用卫生规范
AKWJ10.01.1	蒸馏酒及配制酒卫生标准第2号修改单

(三) 质量纠纷处理情况

报告期内，公司严格遵守国家相关法律、法规，产品符合国家技术、质量标准，未出现因违反国家有关产品质量和技术监督方面的法律、法规而被有关部门处罚的情况，公司未发生因产品质量问题而与客户发生重大纠纷、法律诉讼或仲裁的情形。

公司建立了完善的售后服务体系和产品全流程跟踪体系，确保产品质量可控、可追溯。

淮北市质量技术监督局出具了证明，报告期内，公司及子公司在质量技术方面符合相关法律、法规、规章和规范性文件的规定，没有受到行政处罚，也不存在产品质量投诉方面的记录。

第六节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争

（一）同业竞争情况

公司控股股东和实际控制人为徐进、刘安省。

除公司外，徐进、刘安省还控制了口子投资、口子国际、绿野园林及泉山物业，其基本情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（四）控股股东、实际控制人控制的其他企业”。口子投资、口子国际、绿野园林及泉山物业未从事与公司相同或相似业务，也未从事其他与公司业务相同或相似的生产经营活动。因此，公司与控股股东和实际控制人及其控制的企业之间不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的措施

为有效防止及避免同业竞争，公司控股股东和实际控制人徐进、刘安省签署了《避免同业竞争的承诺》，向公司及其他股东承诺如下：

“本人作为持有安徽口子酒业股份有限公司（以下简称“口子酒业”）的控股股东和实际控制人，在此对避免与口子酒业产生同业竞争作出如下承诺：

“1、本人及近亲属目前在中国境内外未直接或间接从事或参与任何在商业上对口子酒业构成竞争的业务或活动；

“2、本人及近亲属将来也不在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对口子酒业构成竞争的业务及活动，或拥有与口子酒业存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权，或在该经济实体、机构、经济组织中担任董事、监事、高级管理人员或核心技术人员；

“3、本人愿意承担违反上述承诺而给口子酒业造成的全部损失。”

二、关联交易

（一）关联方与关联关系

1、关联自然人

公司关联自然人主要包括控股股东、实际控制人，持有公司 5%以上股份的自然人，公司董事、监事、高级管理人员，以及与前述人士关系密切的家庭成员。

2、控股子公司

公司控股子公司包括口子酒营销、金缘坊、北京口子、上海口子、淮北口子，其具体情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“六、发行人组织结构”之“（三）发行人控股子公司情况”。

3、持有公司 5%以上股份的法人

持有公司 5%以上股份的法人为 GSCP Bouquet Holdings SRL，其具体情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份的主要股东”。

过去 12 个月曾经持有公司 5%以上股份的法人为天地龙实业，天地龙实业的详细情况，见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人”之“2、法人发起人基本情况”。

4、其他关联法人

序号	公司名称	基本情况	关联关系
1	江苏天地龙集团有限公司(简称“天地龙集团”)	1、成立于 2002 年 4 月 22 日；2、注册资本为 6,000.00 万元；3、注册地为宜兴市徐舍镇云溪路 3 号；4、法定代表人为潘迎九；5、经营范围为：许可经营项目：无；一般经营项目：马口铁包装罐的制造；有色金属的销售；铜杆、铝杆、电线电缆、架空导线的销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。	潘迎九持有该公司 92.5%的股权
2	宜兴市天地龙彩印有限公司(简称“天地龙彩印”)	1、成立于 1988 年 7 月 5 日；2、注册资本为 150.00 万元；3、注册地为宜兴市官林镇钮家南街；4、法定代表人为黄建敏；5、经营范围为：许可经营项目：包装装潢印刷品印刷、装订，其他印刷品印刷；一般经营项目：废牛皮纸的回收，纸和纸板容器、马口铁盒的制造、销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除	蒋加平关系密切的家庭成员控制的企业

序号	公司名称	基本情况	关联关系
		外) (前述范围涉及专项审批的经批准后方可经营)。	
3	天地龙控股集团 有限公司 (简称 “天地龙控股”)	1、成立于2011年5月23日; 2、注册资本为32,000.00万元; 3、注册地为江苏省宜兴市徐舍镇西郊工业园; 4、法定代表人为蒋加平; 5、经营范围为: 许可经营项目: 无; 一般经营项目: 利用自有资金对外投资 (国家法律法规禁止限制的领域除外); 有色金属、铜杆、铝杆、电线电缆、架空导线、铜矿石、铝矿石、铁矿石的销售; 自营和代理各类商品及技术的进出口业务 (国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外)。	潘迎九持有该公司50%的股权、潘迎九配偶蒋加平持有该公司50%的股权
4	淮北市乾龙包装 制品有限公司 (简称“乾龙包 装”)	1、成立于2013年7月16日; 2、注册资本为850.00万元; 3、注册地为濉溪县乾隆湖工业园乾隆大道33号; 4、法定代表人为黄建敏; 5、经营范围为许可经营项目: 无; 一般经营项目: 包装装潢材料加工、销售; 马口铁纸罐制造、销售; 自营和代理各类商品及技术的进出口业务 (国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外)。(以上经营项目涉及许可的凭有效许可证经营)。	天地龙彩印持有该公司64.70%的股份
5	口子投资	1、成立于2008年7月23日; 2、注册资本为5,770.00万元; 3、注册地为安徽省淮北市人民路中段南侧; 4、法定代表人为徐进; 5、经营范围为投资国家法律、行政法规允许的行业、产业 (涉及行政许可的凭许可证经营), 房地产开发。	徐进、刘安省共同控制该公司
6	口子国际	1、成立于2008年9月25日; 2、注册资本3,000.00万元; 3、注册地为安徽省淮北市人民路中段南侧; 4、法定代表人为徐钦祥; 5、经营范围为许可经营项目: 住宿, 经销主食、热菜、凉菜、预包装食品、散装食品; 本经营场所内零售卷烟 (雪茄烟)。一般经营项目: 经销日用百货、苗木; 会议接待; 高尔夫训练服务 (法律法规禁止的不得经营, 应经审批的未获审批前不得经营)。	口子投资持有该公司100%的股权
7	绿野园林	1、成立于2013年4月26日; 2、注册资本为1,000.00万元; 3、注册地为淮北市人民路南张寨路东; 4、法定代表人为徐钦祥; 5、经营范围为: 许可经营项目: 无。一般经营项目: 园林绿化工程施工, 花卉、苗木、草坪种植与销售, 节水灌溉工程设计、施工, 盆景、假山、喷泉、雕塑的设计与建造, 园林景观设计、建造, 城市广场绿化。(上述经营范围中法律、法规禁止的不得经营, 应经审批而未获审批的不得经营)。	口子投资持有该公司100%股权
8	泉山物业	1、成立于2014年12月4日; 2、注册资本为50万元; 3、注册地为淮北市人民路中段151号1#-1, 1; 4、法定代表人为徐钦祥; 5、经营范围为: 物业服务, 卫生保洁服务, 家政服务, 园林绿化 (依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动)。	口子投资持有该公司100%股权
9	安徽世纪浪潮药 业科技有限公司 (简称“世纪浪 潮”)	1、成立于2005年3月16日; 2、注册资本为2,000.00万元; 3、注册地为濉溪县乾隆湖工业园区玉龙路北滨湖路东侧; 4、法定代表人为刘安敏; 5、经营范围为: 中药材、中药饮片、中药材技术咨询、服务、研究利用; 农副产品收购 (以上涉及	刘安省关系密切的家庭成员控制的企业

序号	公司名称	基本情况	关联关系
		许可的凭有效许可证经营); 自营和代理各类商品和技术的进出口业务 (国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外)。	

(二) 报告期内的关联交易

1、经常性关联交易

(1) 销售白酒

单位：万元

关联方	期间	交易金额	占同类交易比例
天地龙实业	2014 年	245.68	0.11%
	2013 年	522.56	0.22%
	2012 年	453.57	0.18%
口子国际	2014 年	404.75	0.18%
	2013 年	379.09	0.15%
	2012 年	665.09	0.32%
世纪浪潮	2014 年	45.06	0.02%
	2013 年	166.90	0.07%
	2012 年	-	-
安徽黄海商贸	2014 年	12,098.78	5.36%
	2013 年	11,966.43	4.89%
	2012 年	12,769.20	5.09%
淮北顺达商贸	2014 年	9,226.76	4.09%
	2013 年	11,943.40	4.88%
	2012 年	13,504.86	5.39%

注：安徽黄海商贸与淮北顺达商贸为发行人股东，二者虽不是发行人的关联方，但为了更有利于投资者全面了解公司经营情况，将其比照关联方进行披露。

(2) 购买包装材料

2014 年

单位：万个、万元、万元/万个

公司名称	项目	采购数量	采购金额	占同类交易比例	单价	公司同类产品平均采购单价	差异率
天地龙集团	盒	37.06	124.74				
	其他		27.57				
	合计		152.31	0.32%			
天地龙彩	盒	255.94	616.83		2.41	2.68	-10.07%

印	箱	110.82	343.79		3.10	2.98	4.10%
	其他		777.96				
	合计		1,738.58	3.62%			
乾龙包装	盒	1,051.93	2,776.37		2.64	2.68	-1.52%
	箱	197.74	631.72		3.19	2.98	7.20%
	其他		1.87				
	合计		3,409.96	7.11%			

2013年

单位：万个、万元、万元/万个

公司名称	项目	采购数量	采购金额	占同类交易比例	单价	公司同类产品平均采购单价	差异率
天地龙集团	盒	316.12	1,327.73		4.20	4.73	-11.13%
	其他		3.01				
	合计		1,330.74	2.00%			
天地龙彩印	盒	659.21	1,595.83		2.42	2.68	-9.75%
	箱	441.99	1,469.14		3.32	3.11	6.88%
	其他		575.20				
	合计		3,640.17	5.48%			
乾龙包装	盒	511.34	1,439.77		2.82	2.68	4.97%
	箱	98.97	309.62		3.13	3.11	0.60%
	其他		1.63				
	合计		1,751.03	2.64%			

2012年

单位：万个、万元、万元/万个

公司名称	项目	采购数量	采购金额	占同类交易比例	单价	公司同类产品平均采购单价	差异率
天地龙集团	盒	597.60	2,755.38		4.61	4.85	-5.02%
	其他		0.27				
	合计		2,755.66	3.60%			
天地龙彩印	盒	352.86	869.02		2.46	2.69	-8.50%
	箱	605.56	2,188.22		3.61	3.55	1.79%
	其他		455.65				
	合计		3,512.89	4.59%			

经核查，保荐机构认为，发行人和天地龙实业及其关联方之间的采购价格公允。

(3) 接受餐饮住宿服务

单位：万元

关联方	期间	交易金额	占同类交易比例
口子国际	2014 年	652.18	45.64%
	2013 年	592.30	38.12%
	2012 年	522.75	32.73%

(4) 报告期内发生的经常性关联交易，均按照市价结算，不存在损害公司及其他股东利益的情况。

公司向天地龙实业、口子国际、世纪浪潮、安徽黄海商贸、淮北顺达商贸销售的商品主要是白酒产品，向天地龙集团、天地龙彩印和乾龙包装采购的主要是包装材料，向口子国际采购的主要是日常餐饮和宾馆住宿服务。公司和关联方发生的销售商品、采购商品和服务的交易定价方式与无关联第三方的定价方式相同。公司与关联方之间的销售、采购价格公允，与销售给无关联第三方或向无关联第三方采购的价格基本一致。报告期内，公司发生的关联销售总金额较小，占公司销售金额的比例较小；公司发生的关联采购系公司日常经营所需的包装材料，占公司采购金额比例较小。报告期内发生的关联交易，对公司的总体盈利能力影响较小。

2、偶发性关联交易

为引进优秀人才，进一步提升公司竞争力，2014 年 5 月，公司与口子投资签订了商品房购买协议，按市价购买总价值 690.91 万元的住宅，用以满足引进人才的住宿需求。截至报告期末，上述款项已全部支付完毕。

2014 年，公司根据本次募投项目计划，开始实施营销网络建设项目，并由口子酒营销与口子投资签订了商铺购买意向书，按市价拟购买总价值约 701.36 万元的商铺，合计面积约 539.51 平方米，用于建设口子窖产品旗舰店。截至报告期末，口子酒营销向口子投资支付了 300.00 万元的预付款。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，发行人和口子投资、口子国际之间的关联交易价格公允，履行了完备的法律程序，相关交易金额较小，对公司的总体盈利能力影响较小，不影响发行人的独立性。

3、发行人与经销商、供应商之间资金往来情况

公司经销商合肥百维取得的银行贷款限于支付采购货款用途，而合肥百维为了根据自身企业流动资金周转情况，灵活安排上述贷款资金的使用，由贷款银行将资金受托支付至公司账户，合肥百维再请求公司将上述贷款以退款的形式返

还至合肥百维的账户。

报告期内，合肥百维和公司之间无交易背景的资金往来如下：

汇入时间	汇出时间	金额（万元）
2012. 4. 5		1, 000. 00
	2012. 4. 9	1, 000. 00
2012. 4. 19	2012. 4. 19	1, 000. 00
2012. 5. 2	2012. 5. 3	1, 000. 00
2012. 5. 9	2012. 5. 10	1, 000. 00
2012. 7. 4	2012. 7. 6	1, 000. 00
2013. 4. 18	2013. 4. 19	2, 000. 00
2013. 5. 22	2013. 5. 23	1, 000. 00
2013. 7. 30	2013. 7. 31	2, 500. 00
2013. 8. 19	2013. 8. 20	1, 500. 00
2013. 12. 9	2013. 12. 9	1, 500. 00
2014. 4. 29	2014. 4. 29	2, 000. 00
2014. 5. 19	2014. 5. 20	1, 500. 00
2014. 9. 2	2014. 9. 3	2, 000. 00
2014. 12. 10	2014. 12. 10	1, 500. 00

公司与合肥百维之间的资金往来，系合肥百维根据自身贷款需求做出的安排，不是公司与合肥百维之间日常交易产生，属于无交易背景的资金往来。

除了与合肥百维外，报告期内公司与大连金飞达商贸有限公司曾经存在下列无交易背景的资金往来：

汇入时间	汇出时间	金额（万元）
2012. 9. 18	2012. 9. 18	1, 000. 00

除此之外，报告期内公司与其他经销商或供应商之间不存在类似做法。

根据中国人民银行发布的《贷款通则》的要求，借款人应当按借款合同约定用途使用贷款，应当接受贷款人对其使用信贷资金情况和有关生产经营、财务活动的监督。公司经销商取得了上述贷款并受托支付后，请求公司返还至其自身账户，不符合《贷款通则》关于贷款用途的规定。

保荐机构对合肥百维进行了访谈，取得了其出具的贷款使用及归还情况的说明。经核查，发行人并非合肥百维贷款合同的当事方，合肥百维取得的银行贷款系流动资金贷款，虽然合肥百维未按照银行限定用途及时将款项用于支付采购货款，但合肥百维取得上述资金后，用于其自身日常生产经营。上述贷款的相关银行未对合肥百维资金使用提出书面异议，亦未要求合肥百维提前归还贷款并承担

违约责任等。

上述贷款中，合肥百维按期归还了银行相关款项并支付了利息，未发生贷款逾期的情形。截至本招股说明书签署日，合肥百维尚未到期贷款余额为 3,500 万元，到期日分别为 2015 年 9 月 1 日和 2015 年 12 月 9 日。目前合肥百维的经营情况正常，公司与合肥百维之间没有交易背景的资金往来未对贷款银行造成损失，因此，上述行为对公司未造成重大影响。

上述资金往来行为虽未造成损失，也未对公司造成重大风险，但不符合《贷款通则》等要求，公司将进一步规范相关流程，以后杜绝该类无交易背景的资金往来。

4、关联方交易余额

报告期各期末，关联方交易余额如下：

单位：万元

项目	关联方名称	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
应付票据	天地龙彩印	1,300.00	2,400.00	1,700.00
	天地龙集团	100.00	450.00	900.00
	乾龙包装	2,100.00	-	-
应付账款	天地龙彩印	436.66	1,438.69	1,311.69
	天地龙集团	120.24	523.43	778.42
	口子国际	270.33	-	23.91
	乾龙包装	-	943.68	-
应收账款	世纪浪潮	-	29.75	-
预收款项	天地龙实业	10.09	24.83	-
其他应付款	天地龙实业	20.18	20.00	-
预付款项	口子投资	300.00	-	-

5、法人股东交易余额

2012 年末至 2014 年末，公司对安徽黄海商贸及其控制的合肥百维、合肥市金色华联超市有限责任公司、合肥银锐商贸有限公司、安徽乐城投资股份有限公司和淮北顺达商贸及其控制的徐州市福润德酒业有限公司之间的余额如下：

单位：万元

项目	关联方名称	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
应收账款	合肥百维	312.88	1,865.98	1,776.58
预收款项	淮北顺达商贸	31.50	2,223.07	2,235.62
	徐州市福润德酒业有限公司	14.91	203.50	21.26

项目	关联方名称	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
	安徽黄海商贸	-	36.21	0.80
	合肥市金色华联超市有限责任公司	0.58	22.78	-
	合肥银锐商贸有限公司	-	-	25.14
	安徽乐城投资股份有限公司	11.53	11.53	-
其他应付款	合肥百维	8.80	30.40	8.80
	安徽黄海商贸	50.00	50.00	-
	淮北顺达商贸	173.60	173.60	-
	徐州市福润德酒业有限公司	46.36	9.60	-
其他应收款	淮北顺达商贸	11.80	29.99	-

（三）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

公司与关联方发生的关联销售、采购包装物、采购服务等，均采用公允价值进行结算，没有损害公司及股东的合法权益，且该部分关联交易金额较小，对公司财务状况和经营成果未造成较大影响。

（四）报告期内关联交易履行公司章程规定程序的情况

公司报告期内发生的关联交易，已经公司股东大会确认，不存在违反公司章程有关规定的情形。

（五）规范关联交易的制度安排

为保证关联交易的公允性，保护中小股东利益，公司制定了《公司章程（草案）》、《关联交易实施细则》等文件，对关联交易的决策权力和程序作了明确规定。

1、《公司章程（草案）》关于规范关联交易的安排

“第七十九条 股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

“关联股东应当主动申请回避。关联股东不主动申请回避时，其他知情股东有权要求其回避。

“股东大会在审议有关关联交易事项时，会议主持人应宣布有关联关系股东的名单，说明是否参与投票表决，并宣布出席大会的非关联方有表决权的股份总

数和占公司总股份的比例后进行投票表决。”

“第一百一十条 董事会应当确定对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审，并报股东大会批准。应由董事会批准的交易事项如下：”

“（六）公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易事项；公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产 0.5%以上的关联交易事项；但公司与关联方发生的交易金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产 5%以上的关联交易，还应提交股东大会审议（公司获赠现金、单纯减免公司义务的除外）。”

2、《关联交易实施细则》关于规范关联交易的安排

公司制定了《关联交易实施细则》，对关联人、关联交易内容、关联交易决策和决策程序等相关内容进行了明确的规定。其主要内容如下：

“第十六条 公司与关联自然人拟发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易（公司提供担保除外），应当及时披露。

“公司与关联法人拟发生的交易金额在 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易（公司提供担保除外），应当及时披露。

“第十七条 公司为关联人提供担保，应当及时披露。

“第十八条 关联交易决策程序

“（一）公司与关联自然人发生的交易（公司提供担保、获赠现金资产、单纯减免公司义务的债务除外）金额在 30 万元以上的关联交易，由公司董事会审议批准后方可实施，公司不得直接或者通过子公司间接向董事、监事、高级管理人员提供借款；

“（二）公司与关联法人发生的交易（公司提供担保、获赠现金资产、单纯减免公司义务的债务除外）金额在 300 万元且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上，由公司董事会审议批准后方可实施；

“（三）公司与关联人发生的交易（公司提供担保、获赠现金资产、单纯减免公司义务的债务除外）金额在 3000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的重大关联交易，应当在董事会审议通过后及时披露，并提交

股东大会审议。

“公司拟发生上述第（三）项重大关联交易的，应当提供具有执行证券、期货相关业务资格的证券服务机构对交易标的出具的审计或者评估报告。对于本细则第七章所述与日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的，可以不进行审计或者评估；

“（四）公司为关联人提供担保，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

“（五）根据上述规定，不需提交董事会、股东大会审议的关联交易，应由公司总经理办公会审议批准后实施。”

“第二十三条 公司拟与关联人发生重大关联交易的，应当在独立董事发表事前认可意见后，提交董事会审议。独立董事作出判断前，可以聘请独立财务顾问出具报告，作为其判断的依据。

“公司财务与审计委员会应当同时对该关联交易事项进行审核，形成书面意见，提交董事会审议，并报告监事会。财务与审计委员会可以聘请独立财务顾问出具报告，作为其判断的依据。

“第二十四条 公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。

“该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会会议的非关联董事人数不足三人的，公司应当将交易提交股东大会审议。

“第二十五条 公司股东大会审议关联交易事项时，关联股东应当回避表决，也不得代理其他股东行使表决权。

“第二十六条 公司监事会应当对关联交易的审议、表决、披露、履行等情况进行监督并在年度报告中发表意见。”

（六）减少及规范关联交易的措施

公司将以股东利益最大化为原则，避免今后发生不必要的关联交易。对确属必要的关联交易，公司将严格按照《公司章程（草案）》及《关联交易实施细则》的规定进行决策，以确保关联交易的公开、公平、公正，从而保护公司和股东的利益。

第七节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简历

(一) 董事会成员

公司本届董事会由9名董事组成，任期3年，其中独立董事3名。全体董事均由公司股东大会选举产生，除独立董事外其他董事任期届满可连选连任，独立董事连任不得超过两届。

公司董事基本情况如下：

姓名	任职	任职期间	提名人
徐进	董事长、总经理	2014年4月-2017年4月	徐进、刘安省
张国强	董事、副总经理	2014年4月-2017年4月	徐进、刘安省
徐钦祥	董事、副总经理	2014年4月-2017年4月	徐进、刘安省
范博	董事、副总经理、财务总监	2014年4月-2017年4月	徐进、刘安省
束庆瑞	董事	2014年4月-2017年4月	徐进、刘安省
孙朋东	董事	2014年4月-2017年4月	徐进、刘安省
马勇	独立董事	2014年4月-2017年4月	徐进、刘安省
鲍金桥	独立董事	2014年4月-2017年4月	徐进、刘安省
张萱	独立董事	2014年4月-2017年4月	徐进、刘安省

徐进先生 董事长、总经理

中国国籍，无境外居留权，1965年1月生，EMBA。

徐进先生1997年9月至2002年12月，历任口子集团副总经理、总经理；2003年1月至2011年3月，历任原口子股份、口子有限董事长、总经理；2011年3月至今，任口子酒业董事长、总经理。同时，徐进先生兼任口子酒营销董事，金缘坊监事，口子投资董事长，口子国际监事。

徐进先生是全国白酒标准化技术委员会兼香型白酒分技术委员会主任委员，安徽省企业联合会/安徽省企业家联合会第五届理事会副会长，第十二届全国人大代表。

张国强先生 董事、副总经理

中国国籍，无境外居留权，1957年4月生，研究生学历，高级工程师、国家一级酿酒师、国家一级品酒师、首届中国酿酒大师。

张国强先生 1997 年 9 月至 2002 年 12 月，任口子集团副总经理；2003 年 1 月至 2011 年 3 月，历任原口子股份及口子有限董事、副总经理；2011 年 3 月至今，任口子酒业董事、副总经理。同时，张国强先生兼任口子投资董事。

张国强先生是安徽省非物质文化遗产口子窖酒酿酒技艺传承人，安徽省酒业协会副秘书长、专家委员会主任，中国酿酒工业协会白酒分技术委员会委员，中国食品工业协会白酒专业委员会专家委员，全国白酒标准化技术委员会委员，全国标准样品技术委员会第三届酒类标准样分技术委员会委员兼副秘书长，全国白酒标准化技术委员会兼香型白酒技术委员会副秘书长，国家第四、五、六届白酒评酒委员，安徽省淮北市科协常委。

张国强先生 1979 年参与研究勾调的口子酒荣获国家优质酒；1984 年主持研究勾调的口子酒荣获轻工业部金杯奖；1989 年主持研究勾调的濉溪酒荣获国家银质奖；1990 年主持研究勾调的口子酒荣获全国轻工名优酒大奖赛全国第一名；2003 年主持研究的口子窖酒在中国食品工业协会举办的中国典型风格白酒评比中获金奖；2004 年被评为首届中国白酒科学技术大会突出贡献科技专家；2006 年被授予“中国酿酒大师”称号；“中国白酒 169 计划”项目技术指导组成员；2010 年获淮北市优秀专业技术人才奖；多篇论文被中国酿酒协会、安徽省酿酒协会等评为优秀学术论文并获奖。

徐钦祥先生 董事、副总经理

中国国籍，无境外居留权，1970 年 3 月生，EMBA，国家一级酿酒师、国家级白酒评酒委员。

徐钦祥先生 1997 年 1 月至 2002 年 12 月，历任口子集团生产部长、总经理助理、副总经理；2003 年 1 月至 2011 年 3 月，历任原口子股份及口子有限董事、副总经理、董事会秘书；2011 年 3 月至今，任口子酒业董事、副总经理。同时，徐钦祥先生兼任口子投资董事，口子国际执行董事、绿野园林执行董事、泉山物业执行董事。

徐钦祥先生是淮北市政协第八届、第九届委员会委员，是全国白酒标准化技术委员会兼香型白酒分技术委员会委员，淮北市青年企业家协会会长；2010 年被淮北市人民政府评为淮北市优秀企业经营管理人才。

范博先生 董事、副总经理、财务总监

中国国籍，无境外居留权，1966年8月生，香港中文大学会计学硕士学位，中国注册会计师。

范博先生1997年9月至2002年12月，历任口子集团总经理助理、总会计师；2003年1月至2011年3月，历任原口子股份及口子有限董事、总会计师、财务总监；2011年3月至2014年3月，任口子酒业董事、财务总监。2014年4月至今，任口子酒业董事、副总经理、财务总监。同时，范博先生兼任口子投资董事、泉山物业监事。

束庆瑞先生 董事

男，中国国籍，无境外居留权，1953年11月生，中专学历。

束庆瑞先生1997年9月至2002年12月，任口子集团副总经理；2003年1月至2011年3月，历任原口子股份及口子有限党委副书记；2011年3月至2013年8月，任口子酒业党委副书记；2014年4月至今，任口子酒业董事。

孙朋东先生 董事

中国国籍，无境外居留权，1954年3月生，大专学历。

孙朋东先生1997年10月至2002年12月，任口子集团副总经理；2003年1月至2011年3月，历任原口子股份及口子有限副总经理；2011年3月至2013年10月，任口子酒业副总经理；2014年4月至今，任口子酒业董事。

马勇先生 独立董事

中国国籍，无境外居留权，1963年11月生，EMBA。

马勇先生1996年起任中国食品工业信息咨询中心副主任、主任，2001年起任中国食品工业协会副秘书长，2002年起兼任中国食品工业协会白酒专业委员会常务副会长兼秘书长。2011年3月至今，兼任公司独立董事。同时，马勇先生兼任重庆昊晟玻璃股份有限公司、深圳市柏星龙创意包装股份有限公司和贵州董酒股份有限公司独立董事。

鲍金桥先生 独立董事

中国国籍，无境外居留权，1965年6月生，硕士学历，律师。

鲍金桥先生1993年3月至2000年12月在安徽安泰律师事务所执业；2001年至今，担任安徽承义律师事务所合伙人；2011年3月至今，兼任公司独立董事。

鲍金桥先生是安徽省第十一届政协常委，被全国律师协会评选为首届全国优

秀律师。同时，鲍金桥先生兼任安徽国元信托有限责任公司独立董事。

张萱女士 独立董事

中国国籍，无境外居留权，1971年5月出生，EMBA，注册会计师、高级会计师。

张萱女士1994年至2006年，任五洲联合会计师事务所副主任会计师；2007年至2008年，任五联方圆会计师事务所副主任会计师；2009年至今，任信永中和会计师事务所审计合伙人；2011年3月至今，兼任公司独立董事。同时，张萱女士兼任上海企源科技股份有限公司、天津港股份有限公司、勇猛机械股份有限公司独立董事。

（二）监事会成员

姓名	任职	任职期间	提名人
刘安省	监事会主席	2014年4月-2017年4月	刘安省
吕家芳	监事	2014年4月-2017年4月	刘安省
王 标	职工代表监事	2014年4月-2017年4月	职工代表大会

刘安省先生 监事会主席

中国国籍，无境外居留权，1953年3月生，大专学历，高级经济师。

刘安省先生1996年11月至2002年12月，历任口子集团总经理、董事长；2003年1月至2011年3月，任原口子股份及口子有限监事会主席、党委书记；2011年3月至今，任口子酒业监事会主席。同时，刘安省先生兼任口子投资监事会主席。

吕家芳先生 监事

中国国籍，无境外居留权，1955年8月生，高中学历，助理经济师。

吕家芳先生2001年2月至2002年12月，任口子集团四分厂厂长；2003年1月至2006年2月，任原口子股份四分厂厂长；2006年2月至2010年12月，任原口子股份、口子有限总经理助理；2010年12月至2011年3月，任口子有限工会主席；2011年3月至今，任口子酒业监事、工会主席。

王标先生 职工代表监事

中国国籍，无境外居留权，1966年6月生，大专学历，高级会计师。

王标先生1997年9月至2006年1月，历任口子集团、原口子股份财务部副

部长、部长；2007年2月至2011年3月，任口子酒营销副总经理；2011年3月至今，任口子酒业职工代表监事。

（三）高级管理人员

姓名	任职	任职期间
徐进	总经理	2014年4月-2017年4月
张国强	副总经理	2014年4月-2017年4月
徐钦祥	副总经理	2014年4月-2017年4月
朱成寅	副总经理	2014年4月-2017年4月
范博	副总经理、财务总监	2014年4月-2017年4月
周图亮	总经理助理	2014年4月-2017年4月
黄绍刚	总经理助理	2014年4月-2017年4月
段炼	总经理助理	2014年4月-2017年4月
瞿惠华	董事会秘书、总会计师	2014年4月-2017年4月

徐进先生 总经理

详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简历”之“（一）董事会成员”。

张国强先生 副总经理

详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简历”之“（一）董事会成员”。

徐钦祥先生 副总经理

详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简历”之“（一）董事会成员”。

朱成寅先生 副总经理

中国国籍，无境外居留权，1966年9月生，本科学历，经济师。

朱成寅先生1997年9月至2002年12月，历任口子集团投资决策部副部长、部长、市场部部长、总经理助理；2003年1月至2011年3月，历任原口子股份及口子有限副总经理、董事；2011年3月至今，任口子酒业副总经理。同时，朱成寅先生兼任口子酒营销董事，口子投资董事。

范博先生 副总经理、财务总监

详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简历”之“（一）董事会成员”。

周图亮先生 总经理助理

中国国籍，无境外居留权，1964年8月生，大专学历，工程师。

周图亮先生1997年10月至2002年12月，历任口子集团企业管理部部长、总经理助理；2003年1月至2011年3月，历任原口子股份及口子有限总经理助理；2011年3月至今，任口子酒业总经理助理。

黄绍刚先生 总经理助理

中国国籍，无境外居留权，1968年8月生，本科学历，经济师。

黄绍刚先生1997年11月至2002年12月，任口子集团区域经理；2003年1月至2011年3月，历任原口子股份及口子有限区域经理、总经理助理；2011年3月至今，任口子酒业总经理助理。同时，黄绍刚先生兼任口子酒营销董事长、总经理，口子投资董事。

段炼先生 总经理助理

中国国籍，无境外居留权，1962年6月生，本科学历，工程师。

段炼先生1997年9月至2002年12月，任口子集团生产科长；2003年1月至2006年12月，任原口子股份一分厂厂长；2006年2月至2010年12月，历任原口子股份及口子有限总经理助理；2011年1月至2011年3月，任口子有限总经理助理；2011年3月至今，任口子酒业总经理助理。同时，段炼先生兼任金缘坊执行董事、经理。

瞿惠华先生 董事会秘书、总会计师

中国国籍，无境外居留权，1978年3月生，本科学历，国际注册内部审计师。

瞿惠华先生2001年至2002年，任德勤华永会计师事务所上海分所审计员；2002年至2003年，任马扎尔（上海）咨询有限公司咨询员；2003年至2006年，任毕马威华振会计师事务所上海分所助理经理；2007年至2009年，任连连集团CFO助理；2009年至2011年任口子有限总会计师；2011年3月至今，任口子酒业董事会秘书、总会计师。

（四）核心技术人员

张国强先生 董事、副总经理

详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简历”之“（一）董事会成员”。

徐钦祥先生 董事、副总经理

详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简历”之“（一）董事会成员”。

李志强先生 生产技术部部长、助理生产总监

中国国籍，无境外居留权，1970年2月生，大专学历，工程师，国家白酒高级酿造师、国家白酒高级品酒师。

李志强先生1997年9月至2003年8月，历任口子集团及原口子股份理化检测中心副主任；2003年9月至2011年3月，历任原口子股份及口子有限生产技术部副部长、部长；2011年3月起任口子酒业生产技术部部长；2014年2月至今任口子酒业助理生产总监。

李志强先生是2005届安徽省白酒评委和2010届国家白酒评委，2005年被授予国家白酒高级酿造师称号，2010年被授予国家白酒高级品酒师称号和安徽省轻工业酿酒行业技术能手称号，其撰写的多篇论文被中国酿酒工业协会等机构评为优秀学术论文并获奖。

徐君先生 质量中心部长、助理质量总监

中国国籍，无境外居留权，1963年10月出生，大专学历，工程师。

徐君先生1997年9月至2002年12月，任口子集团质量二科科长；2003年1月至2003年12月，任原口子股份质量二科科长；2004年1月至2011年3月，历任原口子股份及口子有限质量中心副部长；2011年3月起任口子酒业质量中心部长；2014年2月至今，任口子酒业助理质量总监。同时，徐君先生兼任口子投资监事、绿野园林监事。

徐君先生2005年荣获“枝江杯”首届全国品酒技能比赛优秀奖，2010年被授予全国劳动模范称号和淮北市优秀人才称号，由其参加研制的口子窖酒项目获省级科技成果证书和省级科技进步二等奖。

二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其亲属持有发行人股份的情况

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其亲属持有发行人股份变化情况如下：

股东姓名	2012年1月至2015年4月		2015年4月至今	
	持股数(股)	比例	持股数(股)	比例
徐进	100,885,500	18.68%	109,568,568	20.29%
刘安省	72,637,560	13.45%	79,873,450	14.79%
范博	9,807,734	1.81%	10,965,476	2.03%
张国强	9,252,741	1.71%	9,469,818	1.75%
徐钦祥	9,252,742	1.71%	9,976,331	1.85%
束庆瑞	5,923,085	1.10%	6,053,331	1.12%
孙朋东	9,252,742	1.71%	10,265,767	1.90%
朱成寅	9,252,742	1.71%	10,555,202	1.95%
周图亮	9,252,742	1.71%	9,976,331	1.85%
吕家芳	8,817,427	1.63%	8,817,427	1.63%
黄绍刚	8,817,423	1.63%	12,411,743	2.30%
段炼	8,817,425	1.63%	9,541,014	1.77%
徐君	2,158,111	0.40%	2,433,075	0.45%

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员持有的股份无质押或冻结的情况。不存在董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的近亲属以任何方式直接或间接持有公司股份的情形。

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在口子投资出资情况如下：

序号	股东姓名	出资额（元）	出资比例
1	徐进	20,051,119.24	34.75%
2	刘安省	8,000,000.00	13.86%
3	黄绍刚	2,144,525.56	3.72%
4	范博	1,944,329.60	3.37%
5	张国强	1,834,305.60	3.18%
6	徐钦祥	1,834,305.60	3.18%
7	朱成寅	1,834,305.60	3.18%
8	周图亮	1,834,305.60	3.18%
9	徐君	427,833.60	0.74%

除上述外，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在其他对外投资情况。

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况

董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在公司所领薪酬包括工资、津贴及奖金等。2014年，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员从公司领取收入的情况如下：

姓名	职务	2014年年薪/津贴（万元）	备注
徐进	董事长、总经理	207.5	
张国强	董事、副总经理	84.1	
徐钦祥	董事、副总经理	84.1	
范博	董事、副总经理、财务总监	84.1	
赵杰	董事	1.5	2014年卸任
仲继华	董事	1.5	2014年卸任
束庆瑞	董事	4.5	2014年新任
孙朋东	董事	4.5	
马勇	独立董事	8.0	
鲍金桥	独立董事	8.0	
张萱	独立董事	8.0	
刘安省	监事会主席	32.5	
吕家芳	监事	81.4	

姓名	职务	2014 年年薪/津贴（万元）	备注
王 标	职工代表监事	12.0	
朱成寅	副总经理	84.1	
周图亮	总经理助理	59.0	
黄绍刚	总经理助理	84.1	
段 炼	总经理助理	57.2	
瞿惠华	董事会秘书、总会计师	84.1	
李志强	助理生产总监	14.6	
徐 君	助理质量总监	14.6	

公司依法为在公司领取薪酬的董事（不含独立董事和已办理退休的董事）、监事、高级管理人员及核心技术人员办理了基本养老保险、失业保险、工伤保险、医疗保险和住房公积金。除此之外，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员目前无其他特殊待遇和退休金安排。

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况

姓名	兼职情况	与本公司关系
徐进	口子酒营销董事	子公司
	金缘坊监事	子公司
	口子投资董事长	关联公司
	口子国际监事	关联公司
张国强	口子投资董事	关联公司
徐钦祥	口子投资董事	关联公司
	口子国际执行董事	关联公司
	绿野园林执行董事	关联公司
	泉山物业执行董事	关联公司
范博	口子投资董事	关联公司
	泉山物业监事	关联公司
马勇	中国食品工业协会 副秘书长	无
	中国食品工业协会白酒专业委员会常务副会长兼秘书长	无
	中国食品工业信息咨询中心主任	无
	重庆昊晟玻璃股份有限公司独立董事	无
	深圳市柏星龙创意包装股份有限公司独立董事	无
	贵州董酒股份有限公司独立董事	无
鲍金桥	安徽承义律师事务所合伙人	无
	安徽国元信托有限责任公司独立董事	无
张萱	信永中和会计师事务所合伙人	无
	上海企源科技股份有限公司独立董事	无

姓名	兼职情况	与本公司关系
	天津港股份有限公司独立董事	无
	勇猛机械股份有限公司独立董事	无
刘安省	口子投资监事会主席	关联公司
王标	口子酒营销副总经理	子公司
朱成寅	口子酒营销董事	子公司
	口子投资董事	关联公司
黄绍刚	口子酒营销董事长、总经理	子公司
	口子投资董事	关联公司
段炼	金缘坊执行董事、经理	子公司
徐君	口子投资监事	关联公司
	绿野园林监事	关联公司

除上述兼职情况外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在其他兼职的情况。

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员之间不存在亲属关系。

七、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员协议

公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均签订了《劳动合同》，其中，任职责任与义务、辞职规定及离职后持续义务等均符合公司章程的有关规定。上述协议和承诺在报告期内均得以良好履行。

八、董事、监事、高级管理人员任职资格说明

公司董事、监事、高级管理人员符合《公司法》等法律法规规定的任职条件。

九、董事、监事、高级管理人员的变动情况

(一) 董事变动情况

职务	2012年1月至2014年3月	2014年4月至今
董事长	徐进	徐进
董事	赵杰	束庆瑞
董事	仲继华	孙朋东
董事	张国强	张国强
董事	徐钦祥	徐钦祥
董事	范博	范博
独立董事	马勇	马勇
独立董事	鲍金桥	鲍金桥
独立董事	张萱	张萱

报告期内董事变化的主要原因是：2014年4月董事会换届，赵杰、仲继华不再担任董事职务，公司股东大会补选束庆瑞、孙朋东担任董事。

(二) 监事变动情况

报告期内，公司监事未发生变化。

(三) 高级管理人员的变动情况

职务	2012年1月至2014年3月	2014年4月至今
总经理	徐进	徐进
副总经理	张国强	张国强
副总经理	孙朋东	-
副总经理	徐钦祥	徐钦祥
副总经理	朱成寅	朱成寅
总经理助理	周图亮	周图亮
总经理助理	黄绍刚	黄绍刚
总经理助理	段炼	段炼
财务总监	范博	范博
董事会秘书	瞿惠华	瞿惠华

公司报告期内高级管理人员的变化的主要原因是：2014年4月，孙朋东当选公司董事，不再担任副总经理职务。

第八节 公司治理结构

一、股东大会、董事会、监事会依法规范运作的情况

2011年3月22日，公司召开创立大会，审议通过了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》，建立了公司股东大会、董事会、监事会制度。

2011年12月19日，公司召开第一届董事会第二次会议，审议通过了《战略委员会工作规则》、《财务与审计委员会工作规则》、《提名委员会工作规则》、《薪酬与考核委员会工作规则》、《独立董事工作制度》、《董事会秘书工作规则》，建立了董事会专门委员会、独立董事及董事会秘书制度。

2014年8月8日，公司召开第二届董事第三次会议，根据中国证监会的相关要求修改并更新了《董事会秘书工作规则》。

2014年8月25日，公司召开2014年第二次临时股东大会，根据中国证监会的相关要求修改并更新了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》。

《股东大会议事规则》对股东大会的职权、提案与通知、召集、出席与登记、会议签到、股东大会记录、表决和决议、会议记录等内容作出了具体规定；《董事会议事规则》对董事会的构成及职权、召集与通知、召开与出席、审议和表决、会议记录、董事会决议的信息披露、董事长的职权等方面内容作了详细规定；《监事会议事规则》对监事会的构成及职权、召集与通知、召开与出席、审议和表决、会议记录、监事会决议的信息披露等事项作了详细的规定；《独立董事工作制度》对独立董事的任职条件、独立董事的独立性、独立董事的提名、选举和更换、职权及职责、独立董事的工作条件等内容作了详细规定；《董事会秘书工作规则》对董事会秘书的任职资格和聘任、职责和义务等内容作了详细规定。

公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度符合中国证监会发布的有关上市公司治理的规范性文件要求，与相关规范性文件的要求不存在差异。

（一）股东大会规范运作情况

1、股东大会职权

股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

- (1) 决定公司的经营方针和投资计划；
- (2) 选举、更换或罢免非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；
- (3) 审议批准董事会的工作报告；
- (4) 审议批准监事会的工作报告；
- (5) 审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- (6) 审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损的方案；
- (7) 对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- (8) 对发行公司债券及上市作出决议；
- (9) 对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- (10) 对修改公司章程作出决议；
- (11) 对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- (12) 审议批准公司章程规定需由股东大会审批的对外担保事项；
- (13) 审议批准公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 20%的事项；
- (14) 审议批准变更募集资金用途事项；
- (15) 审议批准股权激励计划；
- (16) 审议批准法律、法规及规范性文件规定的应由股东大会批准的重大关联交易；
- (17) 审议批准董事会、监事会以及单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东提出的提案；
- (18) 审议批准法律、法规、规范性文件和公司章程规定的应由股东大会决定的其他事项。

公司下列对外担保事项，须经股东大会审议通过：

- (1) 公司及公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；
- (2) 公司的对外担保总额，达到或超过公司最近一期经审计总资产的 10%

以后提供的任何担保；

- (3) 为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；
- (4) 单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；
- (5) 对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

2、股东大会议事规则

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开 1 次，应当于上一会计年度结束后的 6 个月内举行。有下列情形之一的，公司在事实发生之日起 2 个月以内召开临时股东大会：

- (1) 董事人数不足《公司法》规定人数或者公司章程所定人数的 2/3 时；
- (2) 公司未弥补的亏损达实收股本总额 1/3 时；
- (3) 单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东请求时；
- (4) 董事会认为必要时；
- (5) 监事会提议召开时；
- (6) 法律、法规、规范性文件和公司章程规定的其他情形。

公司召开年度股东大会应于 20 日前，按照适用的法律、行政法规及规范性文件的规定以公告方式通知各股东，临时股东大会应于会议召开 15 日前，按照适用的法律、行政法规及规范性文件规定的方式通知各股东。

股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。

股东可以亲自出席股东大会并行使表决权，也可以委托他人代为出席和在授权范围内行使表决权。

公司持有的本公司股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。

全体董事、监事和董事会秘书应当出席会议，总经理和其他高级管理人员应当列席会议，但确有特殊原因不能到会的除外。

股东大会决议分为普通决议和特别决议。股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数通过；股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。议案表决时，与该议案存在关联关系的股东，应当回避。

3、公司股东大会的运作情况

公司自整体变更设立至今，历次股东大会的具体情况如下：

序号	股东大会会议	召开时间
1	创立大会	2011年3月22日
2	2012年第一次临时股东大会	2012年1月7日
3	2011年度股东大会	2012年5月3日
4	2012年第二次临时股东大会	2012年6月10日
5	2012年度股东大会	2013年4月10日
6	2013年第一次临时股东大会	2013年10月8日
7	2013年度股东大会	2014年4月2日
8	2014年第一次临时股东大会	2014年4月22日
9	2014年第二次临时股东大会	2014年8月25日

公司股东大会运作规范，历次股东大会均由全体股东亲自或委托代表出席，股东大会的召开程序、决议内容等符合《公司法》和公司章程的有关规定，签署的决议与会议记录真实、有效。

（二）董事会规范运作情况

1、董事会构成

公司设董事会，对股东大会负责。董事会由9名董事组成，其中独立董事3名。公司董事由股东大会选举或更换，任期3年，任期届满，连选可以连任，但独立董事连任时间不得超过6年。

公司董事会设董事长1名，不设副董事长。董事长由公司全体董事过半数选举产生和罢免。董事长不能履行职务或不履行职务的，由半数以上董事共同推举一名董事履行职务。

公司董事为自然人，具有相关法律法规及公司章程规定不得担任公司董事情形的，不得担任本公司董事。

公司董事应当遵守法律、法规、规范性文件和公司章程的规定，对公司负有下列忠实义务：

- （1）不得利用职权收受贿赂或者其他非法收入，不得侵占公司的财产；
- （2）不得挪用公司资金；
- （3）不得将公司资产或者资金以其个人名义或者其他个人名义开立账户存储；

(4) 不得违反公司章程的规定，未经股东大会或董事会同意，将公司资金借贷给他人或者以公司财产为他人提供担保；

(5) 不得违反公司章程的规定或未经股东大会同意，与公司订立合同或者进行交易；

(6) 未经股东大会同意，不得利用职务便利，为自己或他人谋取本应属于公司的商业机会，自营或者为他人经营与公司同类的业务；

(7) 不得接受与公司交易的佣金归为己有；

(8) 不得擅自披露公司秘密；

(9) 不得利用其关联关系损害公司利益；

(10) 不得利用其在公司的职权谋取不正当利益；

(11) 法律、法规、规范性文件和公司章程规定的其他忠实义务。

董事违反上述规定所得的收入，应当归公司所有；给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

董事应当遵守法律、法规、规范性文件和公司章程，对公司负有下列勤勉义务：

(1) 应谨慎、认真、勤勉地行使公司赋予的权利，以保证公司的商业行为符合国家法律、法规以及国家各项经济政策的要求，商业活动不超过营业执照规定的业务范围；

(2) 应公平对待所有股东；

(3) 认真审阅公司的各项经营、财务报告，及时了解公司业务经营管理状况；

(4) 按时参加董事会会议，保证有足够的时间和精力谨慎、勤勉地履行职责；

(5) 应对董事会决议事项进行充分审查，在审慎判断的基础上独立做出表决；

(6) 应对公司定期报告签署书面确认意见，保证公司披露的信息真实、准确、完整；

(7) 接受监事会对其履行职责情况的合法监督和合理建议，应当如实向监事会提供有关情况和资料，不得妨碍监事会或者监事行使职权；

(8) 法律、法规、规范性文件和公司章程规定的其他勤勉义务。

2、董事会的具体职权

公司董事会行使下列职权：

- (1) 召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- (2) 执行股东大会的决议；
- (3) 决定公司的经营计划和投资方案；
- (4) 制订公司的年度财务预算方案、决算方案；
- (5) 制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- (6) 制订公司增加或者减少注册资本、发行债券及上市方案；
- (7) 制订公司重大收购、收购本公司股票、合并、分立、解散或者变更公司形式的方案；
- (8) 在股东大会授权范围内，审议批准公司对外投资、资产购置或处置、资产抵押、对外担保、委托理财、关联交易等事项；
- (9) 决定公司内部管理机构的设置；
- (10) 聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书，并决定其报酬和奖惩事项；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务总监等高级管理人员，并决定其报酬和奖惩事项；
- (11) 制定公司的基本管理制度；
- (12) 制订公司章程修改方案；
- (13) 管理公司信息披露事项；
- (14) 向股东大会提请聘任或者解聘会计师事务所；
- (15) 听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；
- (16) 法律、法规、规范性文件和公司章程规定的，以及股东大会授予的其他职权。

董事会应当确定对外投资、资产购置或处置、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审，并报股东大会批准。

3、董事会议事规则

公司董事会召开会议是其行使职权的一种主要形式，凡属公司章程规定的董

事会职权范围内的事项，均应通过董事会会议审议决定的形式来实施，其他机构和董事个人均不能越过董事会而单独行使职权。

根据公司章程和《董事会议事规则》的相关规定，董事会会议分为定期会议和临时会议。董事会定期会议每年至少召开两次。有下列情形之一的，董事长应当在接到提议后 10 日内召集临时董事会会议：

- (1) 代表公司 1/10 以上表决权的股东提议；
- (2) 1/3 以上董事提议；
- (3) 监事会提议；
- (4) 董事长认为必要；
- (5) 1/2 以上独立董事提议；
- (6) 法律、法规、规范性文件和公司章程规定的其他情形。

召开定期董事会会议，应当于会议召开 10 日前通知全体董事和监事；召开临时董事会会议，应当于会议召开 5 日前通知全体董事和监事。有紧急事项的情况下，召开临时董事会会议可不受前述会议通知时间的限制，但召集人应当在会议上作出说明。

董事会会议应有过半数的董事出席方可举行。董事应当亲自出席董事会会议，凡参加会议的董事必须亲自签到，不可由他人代签。会议签到簿和会议其他文字材料一起存档保管。董事如因故不能参加会议，可以委托其他董事代为出席，参加表决。董事连续二次未亲自出席会议，也不委托其他董事出席会议，独立董事连续三次未亲自出席会议，应视作不能正常履行职责，董事会应提议股东大会撤换。

除《公司法》规定应列席董事会会议的监事、总经理及其他高级管理人员外的其他列席人员只在讨论相关议题时列席会议，在其他时间应当回避。所有列席人员都有发言权，但无表决权。董事会在做出决定之前，应当充分听取列席人员的意见。

董事会决议的表决，实行一人一票，以举手或投票表决方式进行。董事会做出决定（包括书面传签的决定）必须经全体董事的过半数通过。董事会临时会议在保证董事充分表达意见的前提下，可以用传真或其他方式进行并做出决议，并由参会董事签字。议案表决时，与该议案存在关联关系的董事，应当回避。

董事会的决定在通过正常的渠道披露之前,参加会议的所有人员不得以任何方式泄密,更不得以此谋取私利。如果发生上述行为,当事人应当承担一切后果,并视情节追究其法律责任。

4、董事会工作情况

公司自整体变更设立至今,历次董事会会议具体情况如下:

序号	董事会会议	召开时间
1	第一届董事会第一次会议	2011年3月22日
2	第一届董事会第二次会议	2011年12月19日
3	第一届董事会第三次会议	2012年3月22日
4	第一届董事会第四次会议	2012年5月26日
5	第一届董事会第五次会议	2012年9月17日
6	第一届董事会第六次会议	2012年11月16日
7	第一届董事会第七次会议	2013年3月20日
8	第一届董事会第八次会议	2013年5月6日
9	第一届董事会第九次会议	2013年9月16日
10	第一届董事会第十次会议	2014年3月11日
11	第二届董事会第一次会议	2014年4月2日
12	第二届董事会第二次会议	2014年4月7日
13	第二届董事会第三次会议	2014年8月8日
14	第二届董事会第四次会议	2015年2月6日

公司董事会运作规范,历次董事会均由全体董事亲自或委托代表出席,董事会的召开程序、决议内容等符合《公司法》和公司章程的有关规定,签署的决议与会议记录真实、有效。

(三) 监事会规范运作情况

1、监事会的构成

公司监事会由3名监事组成。其中,股东推选的监事2名,职工代表大会选举的职工监事1名。监事会设监事会主席1名,由全体监事过半数选举产生。公司监事任期3年,连选可以连任。

2、监事会的职权

公司监事会行使下列职权:

- (1) 向股东大会报告工作;
- (2) 应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见;

- (3) 检查公司财务；
- (4) 对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、公司章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；
- (5) 当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；
- (6) 提议召开临时股东大会，在董事会不能履行或不履行公司章程规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；
- (7) 向股东大会提出提案；
- (8) 依照《公司法》的相关规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；
- (9) 发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担；
- (10) 法律、法规、规范性文件和公司章程规定的以及股东大会授予的其他职权。

3、监事会议事规则

根据公司章程和《监事会议事规则》的相关规定，监事会会议分为定期监事会会议和临时监事会会议。定期监事会会议每 6 个月至少召开一次。有下列情形之一的，监事会主席应在 10 日内召集临时监事会会议：

- (1) 监事会主席认为必要；
- (2) 三分之一以上监事联名提议；
- (3) 法律、法规、规范性文件和公司章程规定的其他情形。

召开定期监事会会议，应当于会议召开 10 日前通知全体监事；召开临时监事会会议，应当于会议召开 5 日前通知全体监事。有紧急事项的情况下，召开临时监事会会议可不受前述会议通知时间的限制，但应发出合理通知。

公司监事会应当由监事本人出席，因故不能参加会议的，可以书面委托其他监事代为出席，参加表决，凡参加会议的人员都必须亲自签到，不可由他人代签。

监事会会议的列席人员只在讨论相关议题时列席会议，其他时间应当回避。列席人员有发言权，但无表决权。

监事会会议应当由二分之一以上的监事出席方可举行。监事会表决时，实行一人一票，以采取举手、口头或记名投票的方式进行表决。监事会做出决定（包

括书面传签的决定) 必须经全体监事的半数以上通过。议案表决时, 与该议案存在关联关系的监事, 应当回避。

4、监事会运作情况

公司自整体变更设立至今, 历次监事会会议具体情况如下:

序号	监事会会议	召开时间
1	第一届监事会第一次会议	2011年3月22日
2	第一届监事会第二次会议	2011年9月22日
3	第一届监事会第三次会议	2011年12月19日
4	第一届监事会第四次会议	2012年3月22日
5	第一届监事会第五次会议	2012年9月17日
6	第一届监事会第六次会议	2013年3月17日
7	第一届监事会第七次会议	2013年9月16日
8	第一届监事会第八次会议	2014年3月11日
9	第二届监事会第一次会议	2014年4月2日
10	第二届监事会第二次会议	2014年8月8日
11	第二届监事会第三次会议	2015年2月6日

公司监事会未设有外部监事。

公司监事会运作规范, 历次监事会均由全体监事亲自或委托代表出席, 监事会的召开程序、决议内容等符合《公司法》和公司章程的有关规定, 签署的决议与会议记录真实、有效。

公司股东大会、董事会、监事会的召开、决议的内容及签署符合公司《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等相关制度的要求, 不存在管理层、董事会、监事会违反《公司法》、公司章程及相关制度等要求行使职权的行为。

(四) 独立董事制度的运行情况

1、独立董事的选举情况

为进一步完善公司治理结构, 促进公司的规范运作, 公司根据《公司法》及中国证监会《关于上市公司建立独立董事制度的指导意见》等有关法律法规的相关规定, 建立了独立董事制度。

2011年3月22日, 公司创立大会选举马勇先生、鲍金桥先生、张萱女士为公司第一届董事会独立董事。2014年4月2日, 公司2013年年度股东大会选举

马勇先生、鲍金桥先生、张萱女士为公司第二届董事会独立董事。公司独立董事均为具备上市公司运作的基本知识，熟悉相关法律、行政法规、规章及规则，且拥有法律、经济或者其他履行独立董事职责所必须的工作经验的人士，符合法律、法规、公司章程规定的任职条件。

2、独立董事制度

独立董事对公司及全体股东负有诚信与勤勉义务。独立董事须按照相关法律、法规、规章、规范性文件及公司章程的要求，认真履行职责，维护公司整体利益，尤其要关注中小股东的合法权益不受损害。独立董事须独立履行职责，不受公司主要股东、实际控制人或者其他与公司存在利害关系的单位或个人的影响。

除具有《公司法》等法律、法规、规章、规范性文件及公司章程赋予董事的职权外，独立董事还具有以下职权：

(1) 公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元人民币或高于公司最近经审计净资产的 5%的关联交易应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事做出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；

(2) 向董事会提议聘请或解聘会计师事务所；

(3) 向董事会提请召开临时股东大会；

(4) 提议召开董事会；

(5) 独立聘请外部审计机构和咨询机构，相关费用由公司承担；

(6) 可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

独立董事须就以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

(1) 提名、任免董事；

(2) 聘任或解聘高级管理人员；

(3) 公司董事、高级管理人员的薪酬；

(4) 公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；

(5) 独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；

(6) 法律、法规、规章、规范性文件及公司章程规定的其他事项。

独立董事须就上述事项发表以下几类意见之一：同意、保留意见及其理由、反对意见及其理由、无法发表意见及其障碍。

3、独立董事工作情况

公司独立董事制度自建立以来规范运行，独立董事均尽职尽责，按照法律法规和公司制度的要求履行职责，主要履职情况如下：

(1) 自公司设立以来，独立董事出席了历次董事会会议，并列席了历次股东大会会议。在董事会决策程序中，独立董事对各项议案独立、客观、谨慎地发表审慎意见，行使董事表决权，发挥了独立董事的参与和监督作用。

(2) 独立董事通过参加会议、工作沟通等方式，了解公司生产经营、财务管理、业务发展和投资项目进度等情况，检查公司内部控制等制度的完善情况以及股东大会、董事会决议的执行情况；调阅、获取有关决策作出所需的情况和资料，关注公司的经营治理情况，对公司关联交易等事项发表了独立意见，积极有效地履行了独立董事责任。

公司独立董事任职以来均能够勤勉尽职，严格按照《公司法》、公司章程及《独立董事工作制度》等相关文件的要求，认真履行职权，在促进公司关联交易决策公平、公正、公允性，保障董事会决策科学性，促进公司规范运作等方面起到了积极的作用。

报告期内，公司未有独立董事对相关决策事项曾提出异议的情形。

(五) 董事会秘书制度

根据《公司法》等相关法律法规，以及公司章程、《董事会议事规则》和《董事会秘书工作规则》的规定，公司董事会设董事会秘书一名，任期3年，由董事会聘任或解聘，任期届满可以续聘。董事会秘书是公司高级管理人员，对董事会负责并报告工作。

(1) 董事会秘书的职责

董事会秘书负责公司信息披露管理事务，包括：

- ①负责公司信息对外发布；
- ②制定并完善公司信息披露事务管理制度；
- ③督促公司相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定，协助相关各方及有

关人员履行信息披露义务；

④负责公司未公开重大信息的保密工作；

⑤负责公司内幕知情人登记报备工作；

⑥关注媒体报道，主动向公司及相关信息披露义务人求证，督促董事会及时披露或澄清。

董事会秘书应协助公司董事会加强公司治理机制建设，包括：

①组织筹备并列席公司董事会会议及其专门委员会会议、监事会会议和股东大会会议；

②建立健全公司内部控制制度；

③积极推动公司避免同业竞争，减少并规范关联交易事项；

④积极推动公司建立健全激励约束机制；

⑤负责公司规范运作培训事务，组织公司董事、监事、高级管理人员及其他相关人员接受相关法律法规和其他规范性文件所规定的培训；

⑥积极推动公司承担社会责任。

董事会秘书负责公司股权管理事务，包括：

①保管公司股东持股资料；

②办理公司限售股相关事项；

③督促公司董事、监事、高级管理人员及其他相关人员遵守公司股份买卖相关规定；

④负责公司投资者关系管理事务，完善公司投资者的沟通、接待和服务工作机制；

⑤其他公司股权管理事项。

董事会秘书应协助公司董事会制定公司资本市场发展战略，协助筹划或者实施公司资本市场再融资或者并购重组事务。

（2）董事会秘书的权力

董事会秘书为履行职责有权了解公司的财务和经营情况，查阅其职责范围内的所有文件，并要求公司有关部门和人员及时提供相关资料和信息。

公司召开总经理办公会以及其他涉及公司重大事项的会议，应及时告知董事会秘书列席，并提供会议资料。

(3) 其他

公司董事会应当聘请证券事务代表，协助公司董事会秘书履行职责。董事会秘书不能履行职责或董事会秘书授权时，证券事务代表应当代为履行职责。在此期间，并不当然免除董事会秘书对其职责所负有的责任。

公司董事会秘书按照公司章程、《董事会议事规则》和《董事会秘书工作规则》的有关规定开展工作，履行相应的权利和义务，出席了公司历次董事会；历次股东大会和董事会均按照有关规定为股东和董事提供会议通知和会议材料等文件，履行了《董事会秘书工作规则》中规定的有关职责。

(六) 董事会专门委员会的设置情况

为进一步建立健全公司董事（非独立董事）及高级管理人员的考核和薪酬管理制度，完善公司治理结构，根据《公司法》、《上市公司治理准则》、公司章程及其他有关规定，2011年12月19日，经公司第一届董事会第二次会议审议通过，公司董事会设立四个专门委员会，包括战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、财务与审计委员会，并制定和实施并根据中国证监会的最新要求修改更新了《战略委员会工作规则》、《提名委员会工作规则》、《薪酬与考核委员会工作规则》和《财务与审计委员会工作规则》。

1、战略委员会

战略委员会主要职责是：

- ①审议公司总体发展战略规划和各专项发展战略规划，并向董事会提出建议；
- ②评估公司各类业务的总体发展状况，并向董事会及时提出发展战略规划调整建议；
- ③审议公司的经营计划、投资和融资方案，并向董事会提出建议；
- ④审议年度财务预算、决算方案，并向董事会提出建议；
- ⑤监督、检查公司经营计划和投资方案的执行情况；
- ⑥评估公司的治理状况，并向董事会提出建议；
- ⑦法律、法规、规章、规范性文件和公司章程规定的以及董事会授权的其他事宜。

2011年12月19日，公司第一届董事会第二次会议审议并通过了设立战略

委员会的议案，选举徐进、马勇、张国强为公司第一届战略委员会委员，徐进任主席。其中，马勇为独立董事。

2014年4月2日，公司第二届董事会第一次会议选举徐进、马勇、张国强为公司第二届战略委员会委员，徐进任主席。其中，马勇为独立董事。

公司设立战略委员会至今，历次会议具体情况如下：

序号	专门委员会会议	召开时间
1	第一届战略委员会第一次会议	2012年5月21日
2	第一届战略委员会第二次会议	2013年3月7日
3	第一届战略委员会第三次会议	2013年4月29日
4	第一届战略委员会第四次会议	2014年3月1日
5	第二届战略委员会第一次会议	2014年4月2日
6	第二届战略委员会第二次会议	2015年1月26日

公司战略委员会运作规范，历次战略委员会均由委员亲自或委托代表出席，战略委员会的召开程序、决议内容等符合相关法规及公司《战略委员会工作规则》的有关规定，在促进公司规范运作等方面起到了积极作用。

2、提名委员会

提名委员会主要职责是：

- ①制定董事和高级管理人员的选任标准和程序；
- ②审核董事、总经理和董事会秘书候选人；
- ③就总经理提名的其他高级管理人员的人选进行审核；
- ④提名董事会下设各专门委员会主席和委员人选；
- ⑤拟订高级管理人员及关键后备人才的培养计划；
- ⑥法律、法规、规章、规范性文件和公司章程规定的以及董事会授权的其他事宜。

2011年12月19日，公司第一届董事会第二次会议审议并通过了设立提名委员会的议案，选举马勇、徐进、鲍金桥为公司第一届提名委员会委员，马勇任主席。其中，马勇、鲍金桥为独立董事。

2014年4月2日，公司第二届董事会第一次会议选举马勇、徐进、鲍金桥为公司第二届提名委员会委员，马勇任主席。其中，马勇、鲍金桥为独立董事。

公司设立提名委员会至今，历次会议具体情况如下：

序号	专门委员会会议	召开时间
----	---------	------

序号	专门委员会会议	召开时间
1	第一届提名委员会第一次会议	2012年2月20日
2	第一届提名委员会第二次会议	2013年3月7日
3	第一届提名委员会第三次会议	2014年3月1日
4	第二届提名委员会第一次会议	2015年1月26日

公司提名委员会运作规范，历次提名委员会均由委员亲自或委托代表出席，提名委员会的召开程序、决议内容等符合相关法规及公司《提名委员会工作规则》的有关规定，在促进公司规范运作等方面起到了积极作用。

3、薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会职责是：

①拟订董事的履职评价办法，董事、监事的薪酬方案（其中监事的薪酬方案征询监事会意见），报经董事会同意后提交股东大会决定；

②组织董事的履职评价，提出对董事薪酬分配的建议，报经董事会同意后提交股东大会决定；

③根据监事会对监事的履职评价，提出对监事薪酬分配的建议，报经董事会同意后提交股东大会决定；

④拟订和审查高级管理人员的考核办法、薪酬方案，并对高级管理人员的业绩和行为进行评估，报董事会批准，涉及股东大会职权的应报股东大会批准；

⑤法律、法规、规章、规范性文件和公司章程规定的以及董事会授权的其他事宜。

2011年12月19日，公司第一届董事会第二次会议审议并通过了设立薪酬与考核委员会的议案，选举张萱、徐钦祥、马勇为公司第一届薪酬与考核委员会委员，张萱任主席。其中，张萱、马勇为独立董事。

2014年4月2日，公司第二届董事会第一次会议选举张萱、徐钦祥、马勇为公司第二届薪酬与考核委员会委员，张萱任主席。其中，张萱、马勇为独立董事。

公司设立薪酬与考核委员会至今，历次会议具体情况如下：

序号	专门委员会会议	召开时间
1	第一届薪酬与考核委员会第一次会议	2012年3月12日
2	第一届薪酬与考核委员会第二次会议	2013年3月7日
3	第一届薪酬与考核委员会第三次会议	2014年3月1日
4	第二届薪酬与考核委员会第一次会议	2015年1月26日

公司薪酬与考核委员会运作规范, 历次薪酬与考核委员会均由委员亲自或委托代表出席, 薪酬与考核委员会的召开程序、决议内容等符合相关法规及公司《薪酬与考核委员会工作规则》的有关规定, 在促进公司规范运作等方面起到了积极的作用。

4、财务与审计委员会

财务与审计委员会的主要职责是:

- ①监督及评估外部审计机构工作;
- ②指导内部审计工作;
- ③审阅公司的财务报告并对其发表意见;
- ④评估内部控制的有效性;
- ⑤协调管理层、内部审计部门及相关部门与外部审计机构的沟通;
- ⑥关联交易控制和日常管理;
- ⑦法律、法规、规章、规范性文件和公司章程规定的以及董事会授权的其他事宜。

2011年12月19日, 公司第一届董事会第二次会议审议并通过了设立财务与审计委员会的议案, 选举张萱、范博、鲍金桥为公司第一届财务与审计委员会委员, 张萱任主席。其中, 张萱、鲍金桥为独立董事, 张萱为会计专业人员。

2014年4月2日, 公司第二届董事会第一次会议选举张萱、范博、鲍金桥为公司第二届财务与审计委员会委员, 张萱任主席。其中, 张萱、鲍金桥为独立董事, 张萱为会计专业人员。

公司设立财务与审计委员会至今, 历次会议具体情况如下:

序号	专门委员会会议	召开时间
1	第一届财务与审计委员会第一次会议	2012年3月12日
2	第一届财务与审计委员会第二次会议	2012年11月9日
3	第一届财务与审计委员会第三次会议	2013年3月7日
4	第一届财务与审计委员会第四次会议	2013年9月6日
5	第一届财务与审计委员会第五次会议	2014年3月1日
6	第二届财务与审计委员会第一次会议	2014年4月2日
7	第二届财务与审计委员会第二次会议	2014年7月29日
8	第二届财务与审计委员会第三次会议	2014年10月10日
9	第二届财务与审计委员会第四次会议	2015年1月26日

公司财务与审计委员会运作规范, 历次财务与审计委员会均由委员亲自或委

托代表出席，财务与审计委员会的召开程序、决议内容等符合相关法规及公司《财务与审计委员会工作规则》的有关规定，在促进公司规范运作等方面起到了积极作用。

（七）公司为保证其内控制度完整合理有效、公司治理完善的具体措施

1、建立健全三会治理制度

公司根据《公司法》、《上市公司治理准则》法律法规、规范性文件的要求，建立健全了股东大会、董事会、监事会等法人治理结构，并建立了相应的专门委员会、审计部等。股东大会是公司的权力机构，决定公司经营的重大事项，选举董事会、监事会并审批其工作报告；董事会负责执行股东大会决议，制定公司经营计划，聘任管理层执行日常经营管理，并向股东大会汇报；监事会负责监督董事会、管理层的工作，检查公司财务，并向股东大会汇报；各专门委员会、审计部按照各自职能向董事会汇报。报告期内，公司股东大会、董事会、监事会以及管理层各司其职，按照三会治理制度的相关规定运作，有效保障了公司经营的合法合规性，保障了股东权益。

2、保持控制权稳定性

为保持公司控制权的稳定性，徐进、刘安省作为实际控制人，与公司管理团队主要成员签署了《一致行动协议》及补充协议，取得了财务投资者 GSCP Bouquet Holdings SRL 无意对公司进行控制的声明；公司股东大会选举徐进担任董事，刘安省担任监事，并由董事会选举徐进为董事长，监事会选举刘安省为监事会主席，董事会聘任徐进为总经理，负责公司日常经营管理，有效加强了实际控制人的稳定性，有利于公司的稳定发展。

3、关联交易管理制度

为保证关联交易的公允性，保护中小股东利益，公司制定了《关联交易实施细则》等文件，对关联交易的决策权力和程序作了明确规定。公司报告期内发生的关联交易，已经公司股东大会确认，不存在违反公司章程有关规定的情形。公司独立董事对报告期内公司发生的关联交易进行了审议，并发表了独立意见。

4、健全与财务相关内控制度

公司结合白酒行业存货占资产比例较大特点，建立了有效的与存货相关的内

部控制制度。对原材料采购与领用、基酒出入库、产成品验收、仓储与保管、销售出库退库等存货管理的各个环节，按照权责统一、岗位制约等原则，制定了较为全面的控制措施。公司定期对各类存货项目进行盘点，根据盘点结果将账实调整一致。报告期内，上述控制措施得到良好执行，合理保证了资产安全和财务核算真实准确性。

5、安全生产相关内控制度

白酒行业的主要原辅材料粮食、包装物、稻壳等，处于陈化老熟阶段的基酒、半成品酒、成品白酒等，均属于易燃品，公司始终高度重视企业安全生产工作，坚持“安全第一，预防为主”的方针，把安全生产作为头等大事。公司严格执行轻工业食品行业的安全标准，认真贯彻国家的劳动安全卫生方针、政策、法规和标准，根据《安全生产法》和行业标准制定了《安全管理制度》、《安全生产责任制度》、《安全生产操作规程》、《安全生产目标管理考核标准》、《安全生产制度应急救援预案》等各项安全生产管理制度。报告期内，公司严格执行了各项安全生产管理制度，实现了多年来未发生安全生产重大事故。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，公司已建立健全且运行良好的组织机构，建立了现代企业制度，对中小投资者的合法利益提供了充分的制度保护。

二、公司近三年不存在违法违规行为

公司已根据《公司法》等相关法律法规的规定建立了完善的法人治理结构，近三年，公司及董事、监事和高级管理人员严格按照公司章程及相关法律法规的规定开展经营活动，不存在违法违规行为。

三、内部控制制度完整性、合理性和有效性的自我评估意见

公司已按照既定内部控制检查监督的计划完成工作，内部控制检查监督的工作计划涵盖了内部控制的主要方面和全部过程，为内部控制制度执行、反馈、完善提供了合理的保证。

公司按照逐步完善和满足公司持续发展需要的要求判断公司的内部控制制度的设计是否完整和合理，内部控制的执行是否有效。判断分别按照内部环境、风险评估、控制活动、信息与沟通、内部监督等要素进行。

公司在内部控制建立过程中，充分考虑了行业特点和公司多年的管理经验，保证了内部控制符合公司生产经营需要，对经营风险起到了有效控制作用；公司制订内部控制制度以来，各项制度均得到有效执行，对公司加强管理、规范运作、提高经济效益以及公司长远发展起到了积极有效的作用。

公司董事会认为公司已按《企业内部控制基本规范》的要求在所有重大方面有效保持了与财务报告相关的内部控制。

四、注册会计师关于发行人内部控制制度完整性、合理性及有效性的鉴证意见

华普天健根据《中国注册会计师其他鉴证业务准则第 3101 号——历史财务信息审计或审阅以外的鉴证业务》，对公司相关内部控制制度进行了审核，并出具了《内部控制鉴证报告》（会审字[2015]0377 号），认为公司“根据财政部颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规范建立的与财务报告相关的内部控制于 2014 年 12 月 31 日在所有重大方面是有效的。”

五、公司对中小股东权益的保护

根据《公司章程（草案）》的规定，公司对中小股东权益保护的具体措施如下：

1、股东因对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议，可以要求公司收购其股份；

2、单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。董事会应当根据法律、行政法规和公司章程的规定，在收到请求后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见；

3、董事、高级管理人员执行公司职务时违反法律、行政法规或者公司章程的规定，给公司造成损失的，连续 180 日以上单独或合并持有公司 1%以上股份的股东有权书面请求监事会向人民法院提起诉讼；监事执行公司职务时违反法律、行政法规或者公司章程的规定，给公司造成损失的，股东可以书面请求董事会向人民法院提起诉讼；

4、监事会、董事会收到前款规定的股东书面请求后拒绝提起诉讼，或者自收到请求之日起 30 日内未提起诉讼，或者情况紧急、不立即提起诉讼将会使公司利益受到难以弥补的损害的，前款规定的股东有权为了公司的利益以自己的名义直接向人民法院提起诉讼。

5、股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

6、董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

公司自成立以来，严格按照国家的法律法规和公司章程及《股东大会议事规则》的有关规定保护中小股东权益，未发生侵犯中小股东权益之情形。

第九节 财务会计信息

以下引用的财务数据，非经特别说明，均引自公司经审计的财务报告。投资者欲对公司的财务状况、经营成果及会计政策进行更详细的了解，请仔细阅读华普天健出具的《审计报告》（会审字[2015]0378号）。

一、注册会计师审计意见

华普天健接受公司的委托，对公司合并及母公司财务报表，包括2012年12月31日、2013年12月31日和2014年12月31日的资产负债表，2012年、2013年和2014年的利润表、现金流量表、股东权益变动表以及财务报表附注进行了审计，并出具了标准无保留意见的《审计报告》（会审字[2015]0378号）。

二、财务报表

（一）合并报表

1、资产负债表

单位：元

项目	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
流动资产：			
货币资金	601,561,261.29	664,200,312.48	679,527,662.91
应收票据	292,127,933.20	451,527,961.00	367,050,631.18
应收账款	6,221,105.90	25,511,778.07	28,852,340.26
预付款项	19,638,646.50	31,931,252.86	26,648,497.73
其他应收款	9,977,340.09	11,224,563.98	11,350,971.32
存货	1,279,343,377.31	1,127,209,619.17	908,061,175.55
其他流动资产	867,133.20	40,015.38	1,848,641.69
流动资产合计	2,209,736,797.49	2,311,645,502.94	2,023,339,920.64
非流动资产：			
固定资产	809,673,125.02	762,478,023.99	717,004,330.64
在建工程	263,328,261.92	163,294,540.68	41,595,737.28
工程物资	29,964,000.00	30,275,215.70	2,424,783.46
固定资产清理	27,674,917.12	-	-
无形资产	253,407,957.78	275,622,463.70	214,004,224.11
递延所得税资产	20,739,516.06	17,149,817.51	11,589,157.05
其他非流动资产	47,100,200.00	37,100,200.00	74,119,224.72
非流动资产合计	1,451,887,977.90	1,285,920,261.58	1,060,737,457.26
资产总计	3,661,624,775.39	3,597,565,764.52	3,084,077,377.90

1、资产负债表（续）

单位：元

项目	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
流动负债：			
短期借款	180,000,000.00	296,000,000.00	336,000,000.00
应付票据	252,080,000.00	393,040,000.00	286,670,000.00
应付账款	188,397,637.49	200,923,907.84	199,360,192.32
预收款项	170,099,995.60	276,701,854.74	265,878,159.99
应付职工薪酬	7,569,975.28	7,583,136.72	9,197,381.17
应交税费	176,297,658.64	208,753,276.61	180,309,038.93
其他应付款	228,340,709.69	189,864,403.21	99,130,447.46
一年内到期的非流动负债	60,000,000.00	-	-
流动负债合计	1,262,785,976.70	1,572,866,579.12	1,376,545,219.87
长期借款	120,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00
非流动负债合计	120,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00
负债合计	1,382,785,976.70	1,632,866,579.12	1,436,545,219.87
股东权益：			
股本	540,000,000.00	540,000,000.00	540,000,000.00
资本公积	145,511,023.11	145,511,023.11	145,511,023.11
盈余公积	148,977,774.87	107,885,010.36	66,489,707.56
未分配利润	1,444,350,000.71	1,171,303,151.93	895,531,427.36
归属于母公司所有者权益合计	2,278,838,798.69	1,964,699,185.40	1,647,532,158.03
所有者权益合计	2,278,838,798.69	1,964,699,185.40	1,647,532,158.03
负债和所有者权益总计	3,661,624,775.39	3,597,565,764.52	3,084,077,377.90

2、利润表

单位：元

项目	2014年	2013年	2012年
一、营业收入	2,258,553,837.12	2,447,151,233.39	2,506,547,079.95
减：营业成本	732,017,398.19	907,239,642.51	959,499,158.80
营业税金及附加	355,211,250.49	389,385,854.13	416,909,534.98
销售费用	405,168,810.95	415,732,070.19	360,910,938.72
管理费用	178,623,001.36	155,312,235.44	138,872,068.42
财务费用	17,367,632.21	13,109,713.71	12,904,861.06
资产减值损失	15,989,258.80	15,280,716.00	6,871,286.59
加：投资收益	5,346,440.33	-	-
二、营业利润	559,522,925.45	551,091,001.41	610,579,231.38
加：营业外收入	3,991,931.24	5,805,427.67	8,268,143.60
减：营业外支出	3,464,900.53	6,955,730.78	3,105,747.96
三、利润总额	560,049,956.16	549,940,698.30	615,741,627.02
减：所得税费用	137,910,342.87	151,773,670.93	159,768,357.57
四、净利润	422,139,613.29	398,167,027.37	455,973,269.45
归属于母公司股东的净利润	422,139,613.29	398,167,027.37	455,973,269.45
五、综合收益总额	422,139,613.29	398,167,027.37	455,973,269.45
归属于母公司所有者的综合收益	422,139,613.29	398,167,027.37	455,973,269.45

3、现金流量表

单位：元

项目	2014年	2013年	2012年
一、经营活动产生的现金流量			
销售商品、提供劳务收到的现金	2,375,203,443.17	2,507,354,720.61	2,676,116,537.52
收到其他与经营活动有关的现金	12,211,388.90	25,155,625.88	9,899,076.17
经营活动现金流入小计	2,387,414,832.07	2,532,510,346.49	2,686,015,613.69
购买商品、接受劳务支付的现金	903,437,383.28	881,557,371.41	873,127,360.06
支付给职工以及为职工支付的现金	219,014,108.79	220,763,318.22	192,369,107.85
支付的各项税费	779,664,361.27	781,392,339.47	895,895,998.72
支付其他与经营活动有关的现金	380,385,133.42	371,130,017.97	301,722,254.99
经营活动现金流出小计	2,282,500,986.76	2,254,843,047.07	2,263,114,721.62
经营活动产生的现金流量净额	104,913,845.31	277,667,299.42	422,900,892.07
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金	644,000,000.00	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1,638,520.00	779,187.70	545,332.83
收到其他与投资活动有关的现金	13,122,570.64	9,313,859.92	7,883,014.25
投资活动现金流入小计	658,761,090.64	10,093,047.62	8,428,347.08
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	46,457,839.16	163,087,353.94	156,736,372.88
投资支付的现金	644,000,000.00	-	-
投资活动现金流出小计	690,457,839.16	163,087,353.94	156,736,372.88
投资活动产生的现金流量净额	-31,696,748.52	-152,994,306.32	-148,308,025.80
三、筹资活动产生的现金流量			
取得借款收到的现金	450,000,000.00	369,500,000.00	521,000,000.00
筹资活动现金流入小计	450,000,000.00	369,500,000.00	521,000,000.00
偿还债务支付的现金	446,000,000.00	409,500,000.00	411,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	132,728,482.22	102,921,873.69	74,314,993.98
筹资活动现金流出小计	578,728,482.22	512,421,873.69	485,314,993.98
筹资活动产生的现金流量净额	-128,728,482.22	-142,921,873.69	35,685,006.02
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-55,511,385.43	-18,248,880.59	310,277,872.29
加：期初现金及现金等价物余额	571,148,646.72	589,397,527.31	279,119,655.02
六、期末现金及现金等价物余额	515,637,261.29	571,148,646.72	589,397,527.31

4、权益变动表

(1) 2014 年

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上期期末余额	540,000,000.00	145,511,023.11	107,885,010.36	1,171,303,151.93	1,964,699,185.40
二、本期期初余额	540,000,000.00	145,511,023.11	107,885,010.36	1,171,303,151.93	1,964,699,185.40
三、本期增减变动金额			41,092,764.51	273,046,848.78	314,139,613.29
（一）综合收益总额				422,139,613.29	422,139,613.29
（二）所有者投入和减少资本					
（三）利润分配			41,092,764.51	-149,092,764.51	-108,000,000.00
1. 提取盈余公积			41,092,764.51	-41,092,764.51	
2. 提取一般风险准备					
3. 对股东的分配				-108,000,000.00	-108,000,000.00
4. 其他					
四、本期期末余额	540,000,000.00	145,511,023.11	148,977,774.87	1,444,350,000.71	2,278,838,798.69

(2) 2013 年

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上期期末余额	540,000,000.00	145,511,023.11	66,489,707.56	895,531,427.36	1,647,532,158.03
二、本期期初余额	540,000,000.00	145,511,023.11	66,489,707.56	895,531,427.36	1,647,532,158.03
三、本期增减变动金额			41,395,302.80	275,771,724.57	317,167,027.37
（一）综合收益总额				398,167,027.37	398,167,027.37
（二）所有者投入和减少资本					
（三）利润分配			41,395,302.80	-122,395,302.80	-81,000,000.00
1. 提取盈余公积			41,395,302.80	-41,395,302.80	
2. 提取一般风险准备					
3. 对股东的分配				-81,000,000.00	-81,000,000.00
4. 其他					
四、本期期末余额	540,000,000.00	145,511,023.11	107,885,010.36	1,171,303,151.93	1,964,699,185.40

4、权益变动表（续）

（3）2012 年

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上期期末余额	540,000,000.00	145,511,023.11	32,482,043.50	527,565,821.97	1,245,558,888.58
二、本期期初余额	540,000,000.00	145,511,023.11	32,482,043.50	527,565,821.97	1,245,558,888.58
三、本期增减变动金额			34,007,664.06	367,965,605.39	401,973,269.45
（一）综合收益总额				455,973,269.45	455,973,269.45
（二）所有者投入和减少资本					
（三）利润分配			34,007,664.06	-88,007,664.06	-54,000,000.00
1. 提取盈余公积			34,007,664.06	-34,007,664.06	
2. 提取一般风险准备					
3. 对股东的分配				-54,000,000.00	-54,000,000.00
4. 其他					
四、本期期末余额	540,000,000.00	145,511,023.11	66,489,707.56	895,531,427.36	1,647,532,158.03

(二) 母公司报表

1、资产负债表

单位：元

项目	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
流动资产：			
货币资金	481,882,521.94	555,285,598.93	588,656,966.92
应收票据	290,578,319.00	445,957,961.00	365,950,631.18
预付款项	4,501,373.94	11,786,564.30	59,790,474.05
其他应收款	8,639,350.95	8,870,964.50	8,071,662.05
存货	1,270,497,220.92	1,115,628,134.37	900,368,949.57
其他流动资产	862,200.56	-	1,231,072.20
流动资产合计	2,056,960,987.31	2,137,529,223.10	1,924,069,755.97
非流动资产：			
长期股权投资	9,288,853.44	9,288,853.44	9,288,853.44
固定资产	786,810,505.65	738,931,572.22	693,432,927.05
在建工程	263,328,261.92	163,294,540.68	41,595,737.28
工程物资	29,964,000.00	30,275,215.70	2,424,783.46
固定资产清理	27,674,917.12	-	-
无形资产	253,407,957.78	275,622,463.70	213,946,232.46
递延所得税资产	6,615,258.94	5,274,883.53	2,860,158.47
其他非流动资产	47,100,200.00	37,100,200.00	74,119,224.72
非流动资产合计	1,424,189,954.85	1,259,787,729.27	1,037,667,916.88
资产总计	3,481,150,942.16	3,397,316,952.37	2,961,737,672.85

1、资产负债表（续）

单位：元

项目	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
流动负债：			
短期借款	180,000,000.00	296,000,000.00	336,000,000.00
应付票据	252,080,000.00	393,040,000.00	286,670,000.00
应付账款	180,522,349.79	193,065,965.42	184,695,779.19
预收款项	745,199,268.26	816,833,445.49	811,482,469.58
应付职工薪酬	5,037,589.11	6,000,000.00	7,500,000.00
应交税费	77,050,771.53	90,567,057.70	117,597,440.54
其他应付款	108,972,191.75	92,449,357.16	41,383,884.90
一年内到期的非流动负债	60,000,000.00	-	-
流动负债合计	1,608,862,170.44	1,887,955,825.77	1,785,329,574.21
长期借款	120,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00
非流动负债合计	120,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00
负债合计	1,728,862,170.44	1,947,955,825.77	1,845,329,574.21
股东权益：			
股本	540,000,000.00	540,000,000.00	540,000,000.00
资本公积	145,511,023.11	145,511,023.11	145,511,023.11
盈余公积	148,977,774.87	107,885,010.36	66,489,707.56
未分配利润	917,799,973.74	655,965,093.13	364,407,367.97
所有者权益合计	1,752,288,771.72	1,449,361,126.60	1,116,408,098.64
负债和所有者权益总计	3,481,150,942.16	3,397,316,952.37	2,961,737,672.85

2、利润表

单位：元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
一、营业收入	1,345,181,182.50	1,468,904,306.62	1,526,972,892.61
减：营业成本	726,355,314.23	911,025,763.69	963,922,150.76
营业税金及附加	338,791,856.24	370,366,346.33	397,193,315.19
销售费用	4,757,783.70	4,212,095.04	5,084,780.14
管理费用	123,357,407.88	104,663,053.70	88,126,511.35
财务费用	18,785,035.84	15,253,290.75	15,678,863.29
资产减值损失	16,694,701.15	15,057,416.40	5,271,927.90
加：投资收益	325,346,440.33	380,000,000.00	300,000,000.00
二、营业利润	441,785,523.79	428,326,340.71	351,695,343.98
加：营业外收入	299,970.59	2,738,385.78	1,454,262.87
减：营业外支出	1,291,196.86	3,723,404.68	345,344.59
三、利润总额	440,794,297.52	427,341,321.81	352,804,262.26
减：所得税费用	29,866,652.40	13,388,293.85	12,727,621.62
四、净利润	410,927,645.12	413,953,027.96	340,076,640.64

3、现金流量表

单位：元

项目	2014年	2013年	2012年
一、经营活动产生的现金流量			
销售商品、提供劳务收到的现金	1,386,646,917.94	1,427,492,721.15	1,772,629,356.72
收到其他与经营活动有关的现金	4,452,676.93	53,881,860.49	2,834,637.13
经营活动现金流入小计	1,391,099,594.87	1,481,374,581.64	1,775,463,993.85
购买商品、接受劳务支付的现金	915,596,694.65	889,690,874.46	969,057,725.22
支付给职工以及为职工支付的现金	165,155,458.78	167,401,664.22	144,732,685.86
支付的各项税费	495,010,834.34	515,694,424.15	517,838,465.52
支付其他与经营活动有关的现金	47,292,260.42	30,870,939.71	26,776,831.88
经营活动现金流出小计	1,623,055,248.19	1,603,657,902.54	1,658,405,708.48
经营活动产生的现金流量净额	-231,955,653.32	-122,283,320.90	117,058,285.37
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金	644,000,000.00	-	-
取得投资收益收到的现金	320,000,000.00	380,000,000.00	300,000,000.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1,450,000.00	774,996.70	63,332.83
收到其他与投资活动有关的现金	11,639,509.70	7,061,957.09	4,742,708.95
投资活动现金流入小计	977,089,509.70	387,836,953.79	304,806,041.78
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	38,682,652.06	158,924,657.35	143,368,975.87
投资支付的现金	644,000,000.00	-	-
投资活动现金流出小计	682,682,652.06	158,924,657.35	143,368,975.87
投资活动产生的现金流量净额	294,406,857.64	228,912,296.44	161,437,065.91
三、筹资活动产生的现金流量			
取得借款收到的现金	440,000,000.00	369,500,000.00	521,000,000.00
筹资活动现金流入小计	440,000,000.00	369,500,000.00	521,000,000.00
偿还债务支付的现金	436,000,000.00	409,500,000.00	393,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	132,726,615.55	102,921,873.69	74,051,383.98
筹资活动现金流出小计	568,726,615.55	512,421,873.69	467,051,383.98
筹资活动产生的现金流量净额	-128,726,615.55	-142,921,873.69	53,948,616.02
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-66,275,411.23	-36,292,898.15	332,443,967.30
加：期初现金及现金等价物余额	462,233,933.17	498,526,831.32	166,082,864.02
六、期末现金及现金等价物余额	395,958,521.94	462,233,933.17	498,526,831.32

4、权益变动表

(1) 2014 年

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上期期末余额	540,000,000.00	145,511,023.11	107,885,010.36	655,965,093.13	1,449,361,126.60
二、本期期初余额	540,000,000.00	145,511,023.11	107,885,010.36	655,965,093.13	1,449,361,126.60
三、本期增减变动金额			41,092,764.51	261,834,880.61	302,927,645.12
（一）综合收益总额				410,927,645.12	410,927,645.12
（二）所有者投入和减少资本					
（三）利润分配			41,092,764.51	-149,092,764.51	-108,000,000.00
1. 提取盈余公积			41,092,764.51	-41,092,764.51	
2. 提取一般风险准备					
3. 对股东的分配				-108,000,000.00	-108,000,000.00
4. 其他					
四、本期期末余额	540,000,000.00	145,511,023.11	148,977,774.87	917,799,973.74	1,752,288,771.72

(2) 2013 年

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上期期末余额	540,000,000.00	145,511,023.11	66,489,707.56	364,407,367.97	1,116,408,098.64
二、本期期初余额	540,000,000.00	145,511,023.11	66,489,707.56	364,407,367.97	1,116,408,098.64
三、本期增减变动金额			41,395,302.80	291,557,725.16	332,953,027.96
（一）综合收益总额				413,953,027.96	413,953,027.96
（二）所有者投入和减少资本					
（三）利润分配			41,395,302.80	-122,395,302.80	-81,000,000.00
1. 提取盈余公积			41,395,302.80	-41,395,302.80	
2. 提取一般风险准备					
3. 对股东的分配				-81,000,000.00	-81,000,000.00
4. 其他					
四、本期期末余额	540,000,000.00	145,511,023.11	107,885,010.36	655,965,093.13	1,449,361,126.60

4、权益变动表（续）

（3）2012 年

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上期期末余额	540,000,000.00	145,511,023.11	32,482,043.50	112,338,391.39	830,331,458.00
二、本期期初余额	540,000,000.00	145,511,023.11	32,482,043.50	112,338,391.39	830,331,458.00
三、本期增减变动金额			34,007,664.06	252,068,976.58	286,076,640.64
（一）综合收益总额				340,076,640.64	340,076,640.64
（二）所有者投入和减少资本					
（三）利润分配			34,007,664.06	-88,007,664.06	-54,000,000.00
1. 提取盈余公积			34,007,664.06	-34,007,664.06	
2. 提取一般风险准备					
3. 对股东的分配				-54,000,000.00	-54,000,000.00
4. 其他					
四、本期期末余额	540,000,000.00	145,511,023.11	66,489,707.56	364,407,367.97	1,116,408,098.64

三、财务报表的编制基础和合并会计报表编制方法

（一）会计报表编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则》、应用指南及准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

（二）合并报表编制的范围及变化情况

1、合并范围的确定

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定，不仅包括根据表决权（或类似表决权）本身或者结合其他安排确定的子公司，也包括基于一项或多项合同安排决定的结构化主体。

控制是指本公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。子公司是指被本公司控制的主体（含企业、被投资单位中可分割的部分，以及企业所控制的结构化主体等），结构化主体是指在确定其控制方时没有将表决权或类似权利作为决定性因素而设计的主体（注：有时也称为特殊目的主体）。

2、合并财务报表的编制方法

本公司以自身和子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。

本公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

①合并母公司与子公司的资产、负债、所有者权益、收入、费用和现金流等项目。

②抵销母公司对子公司的长期股权投资与母公司在子公司所有者权益中所享有的份额。

③抵销母公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易的影响。内部交易表明相关资产发生减值损失的，应当全额确认该部分损失。

④站在企业集团角度对特殊交易事项予以调整。

3、报告期内增减子公司的处理

①增加子公司或业务

A. 同一控制下企业合并增加的子公司或业务

(a) 编制合并资产负债表时，调整合并资产负债表的期初数，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

(b) 编制合并利润表时，将该子公司以及业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

(c) 编制合并现金流量表时，将该子公司以及业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

B. 非同一控制下企业合并增加的子公司或业务

(a) 编制合并资产负债表时，不调整合并资产负债表的期初数。

(b) 编制合并利润表时，将该子公司以及业务购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表。

(c) 编制合并现金流量表时，将该子公司购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

②处置子公司或业务

A. 编制合并资产负债表时，不调整合并资产负债表的期初数。

B. 编制合并利润表时，将该子公司以及业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表。

C. 编制合并现金流量表时将该子公司以及业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

4、合并抵销中的特殊考虑

①子公司持有本公司的长期股权投资，应当视为本公司的库存股，作为所有者权益的减项，在合并资产负债表中所有者权益项目下以“减：库存股”项目列示。

子公司相互之间持有的长期股权投资，比照本公司对子公司的股权投资的抵

销方法，将长期股权投资与其对应的子公司所有者权益中所享有的份额相互抵销。

②“专项储备”和“一般风险准备”项目由于既不属于实收资本（或股本）、资本公积，也与留存收益、未分配利润不同，在长期股权投资与子公司所有者权益相互抵销后，按归属于母公司所有者的份额予以恢复。

③因抵销未实现内部销售损益导致合并资产负债表中资产、负债的账面价值与其在所属纳税主体的计税基础之间产生暂时性差异的，在合并资产负债表中确认递延所得税资产或递延所得税负债，同时调整合并利润表中的所得税费用，但与直接计入所有者权益的交易或事项及企业合并相关的递延所得税除外。

④本公司向子公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，应当全额抵销“归属于母公司所有者的净利润”。子公司向本公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，应当按照本公司对该子公司的分配比例在“归属于母公司所有者的净利润”和“少数股东损益”之间分配抵销。子公司之间出售资产所发生的未实现内部交易损益，应当按照本公司对出售方子公司的分配比例在“归属于母公司所有者的净利润”和“少数股东损益”之间分配抵销。

⑤子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有的份额的，其余额仍应当冲减少数股东权益。

5、合并报表范围的变化情况

截至报告期末，公司子公司如下（包括通过设立或投资等方式取得的子公司）：

单位：万元

公司名称	注册地	业务性质	注册 资本	期末 实际出资额	表决权 比例
金缘坊	安徽淮北	加工销售金属制品、纸及纸制品、包装材料	260.00	260.00	100%
口子酒营销	安徽淮北	经销酒及酿酒原料	500.00	500.00	100%
北京口子	北京	销售定型包装食品	50.00	50.00	100%
上海口子	上海	食品销售管理；酒类商品批发	200.00	200.00	100%
淮北口子	安徽淮北	经营预包装食品	10.00	10.00	100%

四、主要会计政策和会计估计

（一）收入确认原则和计量方法

1、销售商品收入

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

本公司商品销售收入确认的具体方法如下：公司自设立以来一直从事白酒的生产和销售，收入主要来源于白酒销售。其收入确认的具体标准为货物发出对方签收后确认收入。客户接受商品且签收后，商品所有权上的主要风险和报酬已经转移，与所有权相联系的继续管理权同时转移，公司没有对售出商品实施控制，相关收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入企业，且相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，符合《企业会计准则》关于收入确认的相关要求。

2、提供劳务收入

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：A、收入的金额能够可靠地计量；B、相关的经济利益很可能流入企业；C、交易的完工程度能够可靠地确定；D、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

本公司按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

①已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认

提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

②已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

3、让渡资产使用权收入

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时，分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。

使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（二）金融工具的确认与计量

1、金融资产的分类

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

包括交易性金融资产和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，前者主要是指本公司为了近期内出售而持有的股票、债券、基金以及不作为有效套期工具的衍生工具投资。这类资产在初始计量时按照取得时的公允价值作为初始确认金额，相关的交易费用在发生时计入当期损益。支付的价款中包含已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息但尚未领取的债券利息，单独确认为应收项目。在持有期间取得利息或现金股利，确认为投资收益。资产负债表日，本公司将这类金融资产以公允价值计量且其变动计入当期损益。这类金融资产在处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

②持有至到期投资

主要是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司具有明确意图和能力持有至到期的国债、公司债券等。这类金融资产按照取得时的公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。支付价款中包含的已到付息期但尚未发放的债券利息，单独确认为应收项目。持有至到期投资在持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。处置持有至到期投资时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

③应收款项

应收款项主要包括应收账款和其他应收款等。应收账款是指本公司销售商品或提供劳务形成的应收款项。应收账款按从购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额。

④可供出售金融资产

主要是指本公司没有划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、贷款和应收款项的金融资产。可供出售金融资产按照取得该金融资产的公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。支付的价款中包含的已到付息期但尚未领取的债券利息或已宣告但尚未发放的现金股利，单独确认为应收项目。可供出售金融资产持有期间取得的利息或现金股利计入投资收益。

可供出售金融资产是外币货币性金融资产的，其形成的汇兑损益应当计入当期损益。采用实际利率法计算的可供出售债务工具投资的利息，计入当期损益；可供出售权益工具投资的现金股利，在被投资单位宣告发放股利时计入当期损益。资产负债表日，可供出售金融资产以公允价值计量，且其变动计入其他综合收益。处置可供出售金融资产时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间差额计入投资收益；同时，将原计入所有者权益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资收益。

2、金融负债的分类

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；这类金融负债初始确认时以公允价值计量，相关交易费用直接计入当期损益，资产负债表日将公允价值变动计入当期损益。

②其他金融负债，是指以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的金融负债。

3、金融资产的重分类

因持有意图或能力发生改变，使某项投资不再适合划分为持有至到期投资的，本公司将其重分类为可供出售金融资产，并以公允价值进行后续计量。持有至到期投资部分出售或重分类的金额较大，且不属于《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》第十六条所指的例外情况，使该投资的剩余部分不再适合划分为持有至到期投资的，本公司应当将该投资的剩余部分重分类为可供出售金融资产，并以公允价值进行后续计量，但在本会计年度及以后两个完整的会计年度内不再将该金融资产划分为持有至到期投资。

重分类日，该投资的账面价值与公允价值之间的差额计入其他综合收益，在

该可供出售金融资产发生减值或终止确认时转出，计入当期损益。

4、金融负债与权益工具的区分

除特殊情况外，金融负债与权益工具按照下列原则进行区分：

①如果本公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。有些金融工具虽然没有明确地包含交付现金或其他金融资产义务的条款和条件，但有可能通过其他条款和条件间接地形成合同义务。

②如果一项金融工具须用或可用本公司自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的本公司自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是发行方的金融负债；如果是后者，该工具是发行方的权益工具。在某些情况下，一项金融工具合同规定本公司须用或可用自身权益工具结算该金融工具，其中合同权利或合同义务的金额等于可获取或需交付的自身权益工具的数量乘以其结算时的公允价值，则无论该合同权利或合同义务的金额是固定的，还是完全或部分地基于除本公司自身权益工具的市场价格以外变量（例如利率、某种商品的价格或某项金融工具的价格）的变动而变动，该合同分类为金融负债。

5、金融资产转移

金融资产转移是指下列两种情形：

- A. 将收取金融资产现金流量的合同权利转移给另一方；
- B. 将金融资产整体或部分转移给另一方，但保留收取金融资产现金流量的合同权利，并承担将收取的现金流量支付给一个或多个收款方的合同义务。

①终止确认所转移的金融资产

已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，或既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，但放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产。

在判断是否已放弃对所转移金融资产的控制时，注重转入方出售该金融资产的实际能力。转入方能够单独将转入的金融资产整体出售给与其不存在关联方关系的第三方，且没有额外条件对此项出售加以限制的，表明企业已放弃对该金融资产的控制。

本公司在判断金融资产转移是否满足金融资产终止确认条件时，注重金融资产转移的实质。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

A. 所转移金融资产的账面价值；

B. 因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分（在此种情况下，所保留的服务资产视同未终止确认金融资产的一部分）之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

A. 终止确认部分的账面价值；

B. 终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

②继续涉入所转移的金融资产

既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，且未放弃对该金融资产控制的，应当按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

继续涉入所转移金融资产的程度，是指该金融资产价值变动使企业面临的风险水平。

③继续确认所转移的金融资产

仍保留与所转移金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，应当继续确认所转移金融资产整体，并将收到的对价确认为一项金融负债。

该金融资产与确认的相关金融负债不得相互抵销。在随后的会计期间，企业应当继续确认该金融资产产生的收入和该金融负债产生的费用。所转移的金融资产以摊余成本计量的，确认的相关负债不得指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

6、金融负债终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。

将用于偿付金融负债的资产转入某个机构或设立信托，偿付债务的现时义务仍存在的，不终止确认该金融负债，也不终止确认转出的资产。

与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分的合同条款作出实质性修改的，终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认的，将终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

7、金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债应当在资产负债表内分别列示，不得相互抵销。但同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；
本公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，转出方不得将已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

8、金融资产减值测试方法及减值准备计提方法

①金融资产发生减值的客观证据：

- A. 发行方或债务人发生严重财务困难；
- B. 债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；
- C. 债权人出于经济或法律等方面的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；
- D. 债务人可能倒闭或进行其他财务重组；
- E. 因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；
- F. 无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量；
- G. 债务人经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使

权益工具投资人可能无法收回投资成本；

H. 权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌；

I. 其他表明金融资产发生减值的客观证据。

②金融资产的减值测试（不包括应收款项）

A. 持有至到期投资减值测试

持有至到期投资发生减值时，将该持有至到期投资的账面价值减记至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。

预计未来现金流量现值，按照该持有至到期投资的原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值（取得和出售该担保物发生的费用予以扣除）。原实际利率是初始确认该持有至到期投资时计算确定的实际利率。对于浮动利率的持有至到期投资，在计算未来现金流量现值时可采用合同规定的现行实际利率作为折现率。

即使合同条款因债务方或金融资产发行方发生财务困难而重新商定或修改，在确认减值损失时，仍用条款修改前所计算的该金融资产的原实际利率计算。

对持有至到期投资确认减值损失后，如有客观证据表明该持有至到期投资价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关（如债务人的信用评级已提高等），原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

持有至到期投资发生减值后，利息收入按照确定减值损失时对未来现金流量进行折现采用的折现率作为利率计算确认。

B. 可供出售金融资产减值测试

在资产负债表日本公司对可供出售金融资产的减值情况进行分析，判断该项金融资产公允价值是否持续下降。通常情况下，如果可供出售金融资产的期末公允价值相对于成本的下跌幅度已达到或超过 50%，或者持续下跌时间已达到或超过 12 个月，在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，可以认定该可供出售金融资产已发生减值，确认减值损失。可供出售金融资产发生减值的，在确认减值损失时，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，计入资产减值损失。

可供出售债务工具金融资产是否发生减值，可参照上述可供出售权益工具投

资进行分析判断。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不得通过损益转回。

可供出售债务工具金融资产发生减值后，利息收入按照确定减值损失时对未来现金流量进行折现采用的折现率作为利率计算确认。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

9、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

本公司以主要市场的价格计量相关资产或负债的公允价值，不存在主要市场的，本公司以最有利市场的价格计量相关资产或负债的公允价值。

主要市场，是指相关资产或负债交易量最大和交易活跃程度最高的市场；最有利市场，是指在考虑交易费用和运输费用后，能够以最高金额出售相关资产或者以最低金额转移相关负债的市场。本公司采用市场参与者在对该资产或负债定价时为实现其经济利益最大化所使用的假设。

①估值技术

本公司采用在当期情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，使用的估值技术主要包括市场法、收益法和成本法。本公司使用与其中一种或多种估值技术相一致的方法计量公允价值，使用多种估值技术计量公允价值的，考虑各估值结果的合理性，选取在当期情况下最能代表公允价值的金额作为公允价值。

本公司在估值技术的应用中，优先使用相关可观察输入值，只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。可观察输入值，是指能够从市场数据中取得的输入值。该输入值反映了市场参与者在对相关资产或负债定价时所使用的假设。不可观察输入值，是指不能从市场数据中取得的输入值。该输入值根据可获得的市场参与者在对相关资产或负债在对相关资产或负债定价时所使用假设的最佳信息取得。

②公允价值层次

本公司将公允价值计量所使用的输入值划分为三个层次，并首先使用第一层次输入值，其次使用第二层次输入值，最后使用第三层次输入值。第一层次输入

值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价。第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值。第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值。

（三）应收款项的减值测试方法及减值准备计提方法

在资产负债表日对应收款项的账面价值进行检查，有客观证据表明其发生减值的，计提减值准备。

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：本公司将 500 万元以上的应收账款或其他应收款作为单项金额重大。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：对于单项金额重大的应收款项，单独进行减值测试。有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，并据此计提相应的坏账准备。

短期应收款项的预计未来现金流量与其现值相差很小的，在确定相关减值损失时，可不对其预计未来现金流量进行折现。

2、按组合计提坏账准备的应收款项

对于单项金额不重大的应收款项，与经单独测试后未减值的应收账款一起按信用风险特征划分为若干组合，根据以前年度与之相同或相类似的、具有类似信用风险特征的应收账款组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定应计提的坏账准备。

确定信用风险组合的依据如下：

组合 1 合并报表范围内各公司之间的往来

组合 2 第三方应收款项

按信用风险组合计提坏账准备的计提方法如下：

组合 1 除存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回款项外，不对应收合并报表范围内各公司之间的往来计提坏账准备。

组合 2 账龄分析法

组合中，采用账龄分析法的计提比例如下：

账龄	应收账款	其他应收款
1 年以内	5%	5%

1-2 年	10%	10%
2-3 年	30%	30%
3-4 年	50%	50%
4-5 年	80%	80%
5 年以上	100%	100%

3、单项金额不重大并单项计提坏账准备的应收款项

对单项金额不重大但已有客观证据表明其发生了减值的应收款项，按账龄分析法计提的坏账准备不能反映实际情况，本公司单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，并据此计提相应的坏账准备。

（四）存货

1、存货的分类

存货是指本公司在日常活动中持有以备出售的产成品、生产的半成品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

2、发出存货的计价方法

本公司存货发出时采用加权平均法计价。

3、存货的盘存制度

本公司存货采用永续盘存制，每年至少盘点一次，盘盈及盘亏金额计入当年度损益。

4、存货跌价准备的计提方法

资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。

在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

①产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。

②需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。

③存货跌价准备一般按单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。

④资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。

5、周转材料的摊销方法

①低值易耗品摊销方法：在领用时采用一次转销法。

②包装物的摊销方法：在领用时采用一次转销法。

（五）长期股权投资核算方法

本公司长期股权投资包括对被投资单位实施控制、重大影响的权益性投资，以及对合营企业的权益性投资。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，为本公司的联营企业。

1、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。在判断是否存在共同控制时，首先判断所有参与方或参与方组合是否集体控制该安排，如果所有参与方或一组参与方必须一致行动才能决定某项安排的相关活动，则认为所有参与方或一组参与方集体控制该安排。其次再判断该安排相关活动的决策是否必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。如果存在两个或两个以上的参与方组合能够集体控制某项安排的，不构成共同控制。判断是否存在共同控制时，不考虑享有的保护性权利。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。在确定能否对被投

资单位施加重大影响时，考虑投资方直接或间接持有被投资单位的表决权股份以及投资方及其他方持有的当期可执行潜在表决权在假定转换为对被投资方单位的股权后产生的影响，包括被投资单位发行的当期可转换的认股权证、股份期权及可转换公司债券等的影响。

当本公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含 20%）以上但低于 50%的表决权股份时，一般认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下不能参与被投资单位的生产经营决策，不形成重大影响。

2、初始投资成本确定

①企业合并形成的长期股权投资，按照下列规定确定其投资成本：

A. 同一控制下的企业合并，合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益；

B. 同一控制下的企业合并，合并方以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资初始投资成本与所发行股份面值总额之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益；

C. 非同一控制下的企业合并，以购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值确定为合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。合并方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

②除企业合并形成的长期股权投资以外，其他方式取得的长期股权投资，按照下列规定确定其投资成本：

A. 以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出；

B. 以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价

值作为初始投资成本；

C. 通过非货币性资产交换取得的长期股权投资，如果该项交换具有商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能可靠计量，则以换出资产的公允价值和相关税费作为初始投资成本，换出资产的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益；若非货币资产交换不同时具备上述两个条件，则按换出资产的账面价值和相关税费作为初始投资成本。

D. 通过债务重组取得的长期股权投资，按取得的股权的公允价值作为初始投资成本，初始投资成本与债权账面价值之间的差额计入当期损益。

3、后续计量及损益确认方法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算。

①成本法

采用成本法核算的长期股权投资，追加或收回投资时调整长期股权投资的成本；被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为当期投资收益。

②权益法

按照权益法核算的长期股权投资，一般会计处理为：

本公司长期股权投资的投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；长期股权投资的初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

本公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；本公司按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。被投资单位采用的会计政策及会计期间与本公司不一致的，应按照本公司的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资收益和其他综合收益等。本公司

与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照享有的比例计算归属于本公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。本公司与被投资单位发生的未实行内部交易损失属于资产减值损失的，应全额确认。

因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，按照原持有的股权投资的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。原持有的股权投资分类为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动应当转入改按权益法核算的当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

（六）固定资产及折旧核算方法

1、确认条件

固定资产在同时满足下列条件时，按取得时的实际成本予以确认：

- ①与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业。
- ②该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产发生的后续支出，符合固定资产确认条件的计入固定资产成本；不符合固定资产确认条件的在发生时计入当期损益。

2、各类固定资产的折旧方法

本公司从固定资产达到预定可使用状态的次月起按年限平均法计提折旧，按固定资产的类别、估计的经济使用年限和预计的净残值分别确定折旧年限和年折旧率如下：

项目	使用寿命	预计净残值率	年折旧率
房屋建筑物	20 年	5%	4.75%
机器设备	5-10 年	5%	9.5-19%
运输设备	5-10 年	5%	9.5-19%
电子设备及其他	5 年	5%	19%

对于已经计提减值准备的固定资产，在计提折旧时扣除已计提的固定资产减

值准备。

每年年度终了，公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命。

3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法和折旧方法

本公司在租入的固定资产实质上转移了与资产有关的全部风险和报酬时确认该项固定资产的租赁为融资租赁。融资租赁取得的固定资产的成本，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者确定。融资租入的固定资产采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

（七）在建工程的核算方法

1、在建工程以立项项目分类核算。

2、在建工程结转为固定资产的标准和时点

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出，作为固定资产的入账价值。包括建筑费用、机器设备原价、其他为使在建工程达到预定可使用状态所发生的必要支出以及在资产达到预定可使用状态之前为该项目专门借款所发生的借款费用及占用的一般借款发生的借款费用。本公司在工程安装或建设完成达到预定可使用状态时将在建工程转入固定资产。所建造的已达到预定可使用状态、但尚未办理竣工决算的固定资产，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

（八）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则和资本化期间

本公司发生的可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或生产的借款费用在同时满足下列条件时予以资本化计入相关资产成本：

- ①资产支出已经发生；
- ②借款费用已经发生；
- ③为使资产达到预定可使用状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

其他的借款利息、折价或溢价和汇兑差额，计入发生当期的损益。

符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，且中断时间连续超过 3 个月的，暂停借款费用的资本化。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，停止其借款费用的资本化；以后发生的借款费用于发生当期确认为费用。

2、借款费用资本化率以及资本化金额的计算方法

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或者进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定为专门借款利息费用的资本化金额。

购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，一般借款应予资本化的利息金额按累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

（九）无形资产

1、无形资产的计价方法

按取得时的实际成本入账。

2、无形资产使用寿命及摊销

- ①使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

无形资产的使用寿命如下：

项目	使用寿命
土地使用权	40-70 年

每年年度终了，公司对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。经复核，本期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

- ②无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产。对于使用寿命不确定的无形资产，公司在每年年度终了对使用寿命不确

定的无形资产的使用寿命进行复核，如果重新复核后仍为不确定的，于在资产负债表日进行减值测试。

③无形资产的摊销

对于使用寿命有限的无形资产，本公司在取得时判定其使用寿命，在使用寿命内系统合理（直线法）摊销，摊销金额按受益项目计入当期损益。具体应摊销金额为其成本扣除预计残值后的金额。已计提减值准备的无形资产，还应扣除已计提的无形资产减值准备累计金额，残值为零。但下列情况除外：有第三方承诺在无形资产使用寿命结束时购买该无形资产或可以根据活跃市场得到预计残值信息，并且该市场在无形资产使用寿命结束时很可能存在。

对使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，估计其使用寿命并在预计使用年限内系统合理摊销。

3、划分内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

①本公司将为进一步开发活动进行的资料及相关方面的准备活动作为研究阶段，无形资产研究阶段的支出在发生时计入当期损益。

②在本公司已完成研究阶段的工作后再进行的开发活动作为开发阶段。

4、开发阶段支出资本化的具体条件

开发阶段的支出同时满足下列条件时，才能确认为无形资产：

- A. 完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- B. 具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- C. 无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；
- D. 有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；
- E. 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（十）长期资产减值

1、长期股权投资减值测试方法及会计处理方法

本公司在资产负债表日对长期股权投资进行逐项检查,根据被投资单位经营政策、法律环境、市场需求、行业及盈利能力等的各种变化判断长期股权投资是否存在减值迹象。当长期股权投资可收回金额低于账面价值时,将可收回金额低于长期股权投资账面价值的差额作为长期股权投资减值准备予以计提。资产减值损失一经确认,在以后会计期间不再转回。

2、固定资产的减值测试方法及会计处理方法

本公司在资产负债表日对各项固定资产进行判断,当存在减值迹象,估计可收回金额低于其账面价值时,账面价值减记至可收回金额,减记的金额确认为资产减值损失,计入当期损益,同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认,在以后会计期间不再转回。当存在下列迹象的,按固定资产单项项目全额计提减值准备:

- ①长期闲置不用,在可预见的未来不会再使用,且已无转让价值的固定资产;
- ②由于技术进步等原因,已不可使用的固定资产;
- ③虽然固定资产尚可使用,但使用后产生大量不合格品的固定资产;
- ④已遭毁损,以至于不再具有使用价值和转让价值的固定资产;
- ⑤其他实质上已经不能再给公司带来经济利益的固定资产。

3、在建工程减值测试方法及会计处理方法

本公司于资产负债表日对在建工程进行全面检查,如果有证据表明在建工程已经发生了减值,估计可收回金额低于其账面价值时,账面价值减记至可收回金额,减记的金额确认为资产减值损失,计入当期损益,同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认,在以后会计期间不再转回。存在下列一项或若干项情况的,对在建工程进行减值测试:

- ①长期停建并且预计在未来3年内不会重新开工的在建工程;
- ②所建项目无论在性能上,还是在技术上已经落后,并且给企业带来的经济利益具有很大的不确定性;
- ③其他足以证明在建工程已经发生减值的情形。

4、无形资产减值测试方法及会计处理方法

当无形资产的可收回金额低于其账面价值时,将资产的账面价值减记至可收回金额,减记的金额确认为资产减值损失,计入当期损益,同时计提相应的无形

资产减值准备。无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。存在下列一项或多项以下情况的，对无形资产进行减值测试：

- A. 该无形资产已被其他新技术等所替代，使其为企业创造经济利益的能力受到重大不利影响；
- B. 该无形资产的市价在当期大幅下跌，并在剩余年限内可能不会回升；
- C. 其他足以表明该无形资产的账面价值已超过可收回金额的情况。

（十一）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本年和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。长期待摊费用在预计受益期间分期平均摊销。

（十二）职工薪酬

职工薪酬，是指本公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。本公司提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

1、短期薪酬的会计处理方法

①职工基本薪酬（工资、奖金、津贴、补贴）

本公司在职工为其提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益，其他会计准则要求或允许计入资产成本的除外。

②职工福利费

本公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本。职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量。

③医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及工会经费和职工教育经费

本公司为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为其提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额，并确认相应负债，计入当期损益或相关资产成本。

④短期带薪缺勤

本公司在职工提供服务从而增加了其未来享有的带薪缺勤权利时，确认与累积带薪缺勤相关的职工薪酬，并以累积未行使权利而增加的预期支付金额计量。本公司在职工实际发生缺勤的会计期间确认与非累积带薪缺勤相关的职工薪酬。

⑤短期利润分享计划

利润分享计划同时满足下列条件的，本公司确认相关的应付职工薪酬：

- A. 企业因过去事项导致现在具有支付职工薪酬的法定义务或推定义务；
- B. 因利润分享计划所产生的应付职工薪酬义务金额能够可靠估计。

2、离职后福利的会计处理方法

①设定提存计划

本公司在职工为其提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

根据设定提存计划，预期不会在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内支付全部应缴存金额的，本公司参照相应的折现率（根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率确定），将全部应缴存金额以折现后的金额计量应付职工薪酬。

②设定受益计划

A. 确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本

根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等做出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的归属期间。本公司按照相应的折现率（根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率确定）将设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本。

B. 确认设定受益计划净负债或净资产

设定受益计划存在资产的，本公司将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。

设定受益计划存在盈余的，本公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。

C. 确定应计入资产成本或当期损益的金融

服务成本，包括当期服务成本、过去服务成本和结算利得或损失。其中，除了其他会计准则要求或允许计入资产成本的当期服务成本之外，其他服务成本均计入当期损益。

设定受益计划净负债或净资产的利息净额，包括计划资产的利息收益、设定受益计划义务的利息费用以及资产上限影响的利息，均计入当期损益。

D. 确定应计入其他综合收益的金额

重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动，包括：

(a) 精算利得或损失，即由于精算假设和经验调整导致之前所计量的设定受益计划义务现值的增加或减少；

(b) 计划资产回报，扣除包括在设定受益计划净负债或净资产的利息净额中的金额；

(c) 资产上限影响的变动，扣除包括在设定受益计划净负债或净资产的利息净额中的金额。

上述重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动直接计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但本公司可以在权益范围内转移这些在其他综合收益中确认的金额。

3、辞退福利的会计处理方法

本公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：

①企业不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；

②企业确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

辞退福利预期在年度报告期结束后十二个月内不能完全支付的，参照相应的折现率（根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率确定）将辞退福利金额予以折现，以折现后的金额计量应付职工薪酬。

4、其他长期职工福利的会计处理方法

①符合设定提存计划条件的

本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，将全部应缴存金额以折现后的金额计量应付职工薪酬。

②符合设定受益计划条件的

在报告期末，本公司将其他长期职工福利产生的职工薪酬成本确认为下列组成部分：

- A. 服务成本；
- B. 其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额；
- C. 重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动。

为简化相关会计处理，上述项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

（十三）政府补助

公司将从政府无偿取得货币性资产或非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本作为政府补助核算。

政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

1、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

本公司从政府取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的补助，确认为与资产相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，以名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

2、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

本公司将从政府取得的各种奖励、定额补贴、财政贴息、拨付的研发经费（不包括购建固定资产）等与资产相关的政府补助之外的政府补助，确认为与收益相关的政府补助。

与收益相关的政府补助，分别下列情况处理：

①用于补偿公司以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；

②用于补偿公司已发生的相关费用或损失的，计入当期损益。

（十四）递延所得税资产和递延所得税负债

本公司通常根据资产与负债在资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异,采用资产负债表债务法将应纳税暂时性差异或可抵扣暂时性差异对所得税的影响额确认和计量递延所得税负债或递延所得税资产。本公司不对递延所得税资产和递延所得税负债进行折现。

1、递延所得税资产的确认

对于可抵扣暂时性差异,其对所得税的影响额按预计转回期间的所得税税率计算,并将该影响额确认为递延所得税资产,但是以本公司很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限。

同时具有下列特征的交易或事项中因资产或负债的初始确认所产生的可抵扣暂时性差异对所得税的影响额不确认为递延所得税资产:

- A. 该项交易不是企业合并;
- B. 交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额(或可抵扣亏损)。

本公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异,同时满足下列两项条件的,其对所得税的影响额(才能)确认为递延所得税资产:

- A. 暂时性差异在可预见的未来很可能转回;
- B. 未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额;

资产负债表日,有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的,确认以前期间未确认的递延所得税资产。

在资产负债表日,本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益,减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时,减记的金额予以转回。

2、递延所得税负债的确认

本公司所有应纳税暂时性差异均按预计转回期间的所得税税率计量对所得税的影响,并将该影响额确认为递延所得税负债,但下列情况的除外:

①因下列交易或事项中产生的应纳税暂时性差异对所得税的影响不确认为递延所得税负债:

- A. 商誉的初始确认;
- B. 具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认:该交易不是企业合

并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

②本公司对与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，其对所得税的影响额一般确认为递延所得税负债，但同时满足以下两项条件的除外：

- A. 本公司能够控制暂时性差异转回的时间；
- B. 该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

3、特定交易或事项所涉及的递延所得税负债或资产的确认

①与企业合并相关的递延所得税负债或资产

非同一控制下企业合并产生的应纳税暂时性差异或可抵扣暂时性差异，在确认递延所得税负债或递延所得税资产的同时，相关的递延所得税费用（或收益），通常调整企业合并中所确认的商誉。

②直接计入所有者权益的项目

与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的当期所得税和递延所得税，计入所有者权益。暂时性差异对所得税的影响计入所有者权益的交易或事项包括：可供出售金融资产公允价值变动等形成的其他综合收益、会计政策变更采用追溯调整法或对前期（重要）会计差错更正差异追溯重述法调整期初留存收益、同时包含负债成份及权益成份的混合金融工具在初始确认时计入所有者权益等。

③可弥补亏损和税款抵减

A. 本公司自身经营产生的可弥补亏损以及税款抵减

可抵扣亏损是指按照税法规定计算确定的准予用以后年度的应纳税所得额弥补的亏损。对于按照税法规定可以结转以后年度的未弥补亏损（可抵扣亏损）和税款抵减，视同可抵扣暂时性差异处理。在预计可利用可弥补亏损或税款抵减的未来期间内很可能取得足够的应纳税所得额时，以很可能取得的应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产，同时减少当期利润表中的所得税费用。

B. 因企业合并而形成的可弥补的被合并企业的未弥补亏损

在企业合并中，本公司取得被购买方的可抵扣暂时性差异，在购买日不符合递延所得税资产确认条件的，不予以确认。购买日后 12 个月内，如取得新的或进一步的信息表明购买日的相关情况已经存在，预期被购买方在购买日可抵扣暂时性差异带来的经济利益能够实现的，确认相关的递延所得税资产，同时减少商

誉，商誉不足冲减的，差额部分确认为当期损益；除上述情况以外，确认与企业合并相关的递延所得税资产，计入当期损益。

④合并抵销形成的暂时性差异

本公司在编制合并财务报表时，因抵销未实现内部销售损益导致合并资产负债表中资产、负债的账面价值与其在所属纳税主体的计税基础之间产生暂时性差异的，在合并资产负债表中确认递延所得税资产或递延所得税负债，同时调整合并利润表中的所得税费用，但与直接计入所有者权益的交易或事项及企业合并相关的递延所得税除外。

⑤以权益结算的股份支付

如果税法规定与股份支付相关的支出允许税前扣除，在按照会计准则规定确认成本费用的期间内，本公司根据会计期末取得信息估计可税前扣除的金额计算确定其计税基础及由此产生的暂时性差异，符合确认条件的情况下确认相关的递延所得税。其中预计未来期间可税前扣除的金额超过按照会计准则规定确认的与股份支付相关的成本费用，超过部分的所得税影响应直接计入所得税权益。

（十五）主要会计政策、会计估计的变更

1、重要会计政策变更

2014年1月至7月，财政部发布了《企业会计准则第2号——长期股权投资》（修订）、《企业会计准则第9号——职工薪酬》（修订）、《企业会计准则第30号——财务报表列报》（修订）、《企业会计准则第33号——合并财务报表》（修订）、《企业会计准则第37号——金融工具列报》（修订）、《企业会计准则第39号——公允价值计量》、《企业会计准则第40号——合营安排》、《企业会计准则第41号——在其他主体中权益的披露》等8项会计准则。除《企业会计准则第37号——金融工具列报》（修订）在2014年度及以后期间的财务报告中使用时，上述其他会计准则于2014年7月1日起施行。

本报告期内，上述会计政策的变更对财务报表无影响。

2、重要会计估计变更

本报告期内，本公司无重大会计估计变更。

五、税项

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	应税销售额	17%、13%
消费税	从价计征：白酒销售额	20%
	从量计征：白酒销售数量	0.5 元/500 毫升
营业税	应税营业额	5%
企业所得税	应纳税所得额	25%

根据《国家税务总局关于部分白酒消费税计税价格核定及相关管理事项的通知》（国税函〔2009〕416号）、《关于部分白酒消费税计税价格核定及相关管理事项的通知》（皖国税函〔2009〕196号）的规定，安徽省国家税务局对生产企业消费税计税价格低于销售单位对外销售价格60%以下的白酒，统一按销售单位对外销售价格的60%核定消费税最低计税价格；生产企业消费税计税价格在销售单位对外销售价格60%以上70%以下的白酒，按照生产企业申报的价格核定消费税最低计税价格。

（二）税收优惠

报告期内，公司无税收优惠事项。

六、非经常性损益

单位：万元

项目	2014年	2013年	2012年
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	16.45	-274.98	-92.45
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	5.80	125.42	115.00
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	534.64	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	30.45	34.53	493.69
减：所得税影响额	147.61	-25.16	131.44
减：少数股东权益影响额	-	-	-

归属于母公司股东的非经常性损益净额	439.74	-89.87	384.80
归属于母公司股东的净利润	42,213.96	39,816.70	45,597.33
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	41,774.23	39,906.57	45,212.52

七、主要资产

(一) 固定资产

截至报告期末，公司固定资产情况如下：

单位：万元

类别	折旧年限	原值	累计折旧	净值
房屋建筑物	20年	78,451.98	16,129.28	62,322.70
机器设备	5-10年	25,027.42	8,536.84	16,490.58
运输设备	5-10年	3,582.07	1,797.95	1,784.12
电子设备及其他	5年	1,750.60	1,380.69	369.91
合计		108,812.07	27,844.76	80,967.31

公司房屋建筑物具体情况请参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“五、与业务相关的主要固定资产及无形资产”之“(一) 固定资产”。

截至报告期末，公司固定资产抵押净值为 7,473.54 万元，占固定资产的比例为 9.23%。

(二) 在建工程

截至报告期末，公司在建工程情况如下：

单位：万元

项目	净值
口子文化园工程	17,397.61
职工宿舍工程	3,957.58
包装生产线技改项目	2,493.96
梧桐路综合楼工程	1,223.56
优质白酒陈化老熟和存储项目	252.00
其他	1,008.11
合计	26,332.83

公司报告期末在建工程可收回金额高于其净值，不需计提减值准备。

(三) 无形资产

截至报告期末，公司无形资产情况如下：

单位：万元

项目	摊销年限	初始金额	累计摊销	净值
土地使用权	40年-70年	28,318.44	2,977.65	25,340.80
合计		28,318.44	2,977.65	25,340.80

公司拥有的土地使用权均以出让的方式取得，具体情况请参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“五、与业务相关的主要固定资产及无形资产”之“（二）无形资产”。

截至报告期末，公司土地使用权用以抵押的净值为 4,894.79 万元，占无形资产的比例为 19.32%。

八、主要债项

截至报告期末，公司负债合计为 138,278.60 万元，主要包括短期借款、应付票据、应付账款、预收款项、应交税费、其他应付款、长期借款等。

（一）银行借款

截至报告期末，公司短期银行借款为 36,000.00 万元，长期银行借款为 12,000.00 万元，一年内到期的长期借款为 6,000 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	报告期末金额
信用借款	3,000.00
抵押借款	15,000.00
质押借款	18,000.00
短期借款合计	36,000.00
一年内到期的长期借款	6,000.00
一年内到期的非流动负债合计	6,000.00
信用借款	12,000.00
长期借款合计	12,000.00

公司借款的具体情况，详见本招股说明书“第十四节 其他重要事项”之“二、重大合同”之“（三）借款合同”。

（二）应付票据

截至报告期末，公司应付票据为 25,208.00 万元，均为银行承兑汇票。公司借款的具体情况，详见本招股说明书“第十四节 其他重要事项”之“二、重大合同”之“（四）承兑协议”。

（三）应付账款

截至报告期末，公司应付账款为 18,839.76 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	金额
应付货款	17,153.02
应付广告款	1,416.42
应付餐饮及住宿款	270.33
合计	18,839.76

（四）预收款项

截至报告期末，公司预收款项为 17,010.00 万元，主要为预收的货款。

（五）应交税费

截至报告期末，公司应交税费为 17,629.77 万元，主要为期末应交的企业所得税、增值税、消费税等，具体情况如下：

单位：万元

项目	金额
企业所得税	8,447.09
增值税	3,743.25
消费税	4,014.54
城建税	622.37
教育费附加	444.98
其他	357.54
合计	17,629.77

（六）其他应付款

截至报告期末，公司其他应付款为 22,834.07 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	金额
工程设备款	10,757.67
信誉保证金	6,903.45
应付业务及促销费	4,430.03
往来款及其他	742.91
合计	22,834.07

（七）主要合同承诺的债务、或有债项，或有负债及重大逾期未偿还款项

截至报告期末，公司无主要合同承诺的债务、或有债项，也无需要披露的票据贴现、抵押等形成的或有负债以及重大逾期未偿还债项。

（八）对关联方和内部人员的负债

截至报告期末，除应付职工薪酬 757.00 万元之外，公司对其他内部人员和关联方的负债，详见本招股说明书“第六节 同业竞争与关联交易”之“二、关联交易”之“（二）报告期内的关联交易”。

九、所有者权益变动情况

报告期内，公司合并所有者权益变动情况如下：

单位：万元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	合计
2012年初	54,000.00	14,551.10	3,248.20	52,756.58	124,555.89
综合收益总额				45,597.33	45,597.33
提取盈余公积			3,400.77	-3,400.77	
利润分配				-5,400.00	-5,400.00
2012年末	54,000.00	14,551.10	6,648.97	89,553.14	164,753.22
2013年					
综合收益总额				39,816.70	39,816.70
提取盈余公积			4,139.53	-4,139.53	-
利润分配				-8,100.00	-8,100.00
2013年末	54,000.00	14,551.10	10,788.50	117,130.32	196,469.92
2014年					
综合收益总额				42,213.96	42,213.96
提取盈余公积			4,109.28	-4,109.28	
利润分配				-10,800.00	-10,800.00
2014年末	54,000.00	14,551.10	14,897.78	144,435.00	227,883.88

十、现金流量情况

(一) 现金流量情况

单位：万元

项目	2014年	2013年	2012年
一、经营活动产生的现金流量			
现金流入小计	238,741.48	253,251.03	268,601.56
现金流出小计	228,250.10	225,484.30	226,311.47
现金流量净额	10,491.38	27,766.73	42,290.09
二、投资活动产生的现金流量			
现金流入小计	65,876.11	1,009.30	842.83
现金流出小计	69,045.78	16,308.74	15,673.64
现金流量净额	-3,169.67	-15,299.43	-14,830.80
三、筹资活动产生的现金流量			
现金流入小计	45,000.00	36,950.00	52,100.00
现金流出小计	57,872.85	51,242.19	48,531.50
现金流量净额	-12,872.85	-14,292.19	3,568.50
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-5,551.14	-1,824.89	31,027.79

报告期内，公司不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

(二) 将净利润调节为经营活动现金流量

单位：万元

项目	2014年	2013年	2012年
净利润	42,213.96	39,816.70	45,597.33
加：资产减值准备	1,598.93	1,528.07	687.13
固定资产折旧	5,862.95	5,399.91	4,873.09
无形资产摊销	614.43	651.04	401.80
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失	-16.45	274.98	92.45
财务费用	1,695.24	1,260.80	1,243.20
投资损失	-534.64	-	-
递延所得税资产减少	-358.97	-556.07	-208.21
存货的减少	-16,718.02	-23,365.13	-21,956.00
经营性应收项目的减少	2,819.71	-15,477.02	-4,985.24
经营性应付项目的增加	-27,398.51	18,525.59	10,599.12
其他	712.77	-292.15	5,945.42
经营活动产生的现金流量净额	10,491.38	27,766.73	42,290.09

十一、会计报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

截至报告期末，公司无需要披露的期后事项、或有事项及其他重要事项。

十二、财务指标

(一) 报告期公司主要财务指标

项目	2014. 12. 31 或 2014 年	2013. 12. 31 或 2013 年	2012. 12. 31 或 2012 年
流动比率	1.75	1.47	1.47
速动比率	0.74	0.75	0.81
资产负债率（母公司）	49.66%	57.34%	62.31%
应收账款周转率（次）	121.85	81.15	78.92
存货周转率（次）	0.60	0.88	1.18
息税折旧摊销前利润（万元）	64,955.22	63,237.21	68,880.55
利息保障倍数（倍）	23.65	26.09	31.31
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.19	0.51	0.78
每股净现金流量（元/股）	-0.10	-0.03	0.57
无形资产（扣除土地使用权后） 占净资产的比例	-	-	-

上述财务指标计算说明：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=(流动资产-存货)/流动负债

资产负债率=(负债总额/资产总额)×100%（以母公司数据为基础）

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

存货周转率=营业成本/存货平均余额

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+计提折旧+摊销

利息保障倍数=(利润总额+利息支出)/利息支出

每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额

无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例

=无形资产（扣除土地使用权后）/净资产

(二) 报告期净资产收益率及每股收益

项目	2014 年	2013 年	2012 年
加权平均净资产收益率 (%)			
归属于公司普通股股东的净利润	20.07	22.21	31.62
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	19.86	22.28	31.35
基本每股收益 (元/股)			
归属于公司普通股股东的净利润	0.78	0.74	0.84
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.77	0.74	0.84

上述财务指标计算说明：

$$\text{基本每股收益} = P_0 \div S, \quad S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

稀释每股收益 = $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中： P_0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润； P_1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整； S 为发行在外的普通股加权平均数； S_0 为期初股份总数； S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数； S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； S_j 为报告期因回购等减少股份数； S_k 为报告期缩股数； M_0 为报告期月份数； M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

加权平均净资产收益率

$$= P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中： P_0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润； NP 为归属于公司普通股股东的净利润； E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产； E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产； E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产； M_0 为报告期月份数； M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数； E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

十三、发行人设立时及报告期内资产评估情况

2010年12月6日，国信评估对口子有限净资产进行了评估（未调账），并出具了《资产评估报告书》（皖国信评报字(2010)第195号），本次评估的基准日为2010年10月31日，口子有限拟整体变更为股份有限公司而涉及的口子有限的净资产的账面价值为68,551.11万元，评估价值为107,345.91万元，增值率为56.59%，本次评估的具体情况如下：

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率(%)
流动资产	104,959.14	106,980.17	2,021.03	1.93
长期投资	928.89	28,796.59	27,867.70	3,000.11
固定资产	27,166.27	31,011.57	3,845.30	14.15
在建工程	25,743.51	25,888.42	144.91	0.56
无形资产	11,377.70	16,750.71	5,373.01	47.22
递延所得税资产	212.61	90.41	-122.20	-57.48
其他非流动资产	5,326.85	5,326.85	0.00	0.00
资产总计	175,714.97	214,844.72	39,129.75	22.27
流动负债	107,163.86	107,498.81	334.95	0.31
负债总计	107,163.86	107,498.81	334.95	0.31
净资产	68,551.11	107,345.91	38,794.80	56.59

资产评估增值较大项目的具体情况如下：

1、流动资产评估增值2,021.03万元，主要为存货评估增值。主要原因：由于公司高档、中档酒账面成本较低，产品市场价格较高，评估增值较大。

2、长期投资评估增值27,867.70万元，其中对口子酒营销长期股权投资评估增值25,919.02万元，对金缘坊评估增值1,948.68万元。主要原因：根据企业会计准则的规定，口子有限账面对子公司的长期股权投资按照成本法核算，评估时按子公司经评估后的净资产作为对应的长期股权投资的评估价值，评估增值原因主要是子公司经营产生的净利润积累导致子公司净资产增加。

3、固定资产评估增值3,845.30万元，主要为房屋建筑物评估增值。主要原因：房屋建筑物账面成本较低，建材价格、人工费上涨。

4、无形资产评估增值5,373.01万元，主要为土地使用权评估增值。主要原因：土地单位面积价格上涨。

十四、验资情况

公司自设立以来的验资情况,详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“五、历次股本变化的验资情况”。

第十节 管理层讨论与分析

一、财务状况分析

(一) 资产构成及资产情况分析

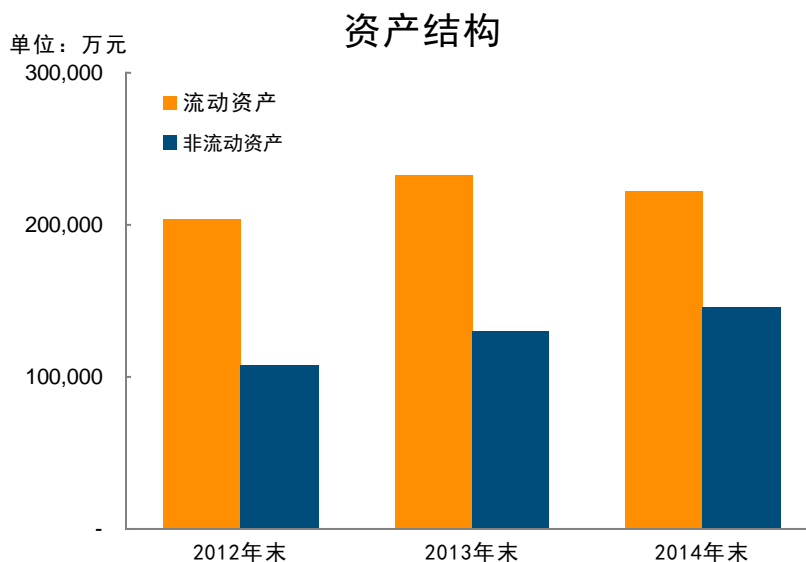
1、资产构成及其变化的总体情况分析

报告期各期末，公司资产结构具体情况如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31		2013. 12. 31		2012. 12. 31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	220,973.68	60.35%	231,164.55	64.26%	202,333.99	65.61%
非流动资产	145,188.80	39.65%	128,592.03	35.74%	106,073.75	34.39%
资产总计	366,162.48	100.00%	359,756.58	100.00%	308,407.74	100.00%

报告期内，公司总资产规模增长较快。2012年末至2014年末，公司资产总额分别为308,407.74万元、359,756.58万元和366,162.48万元，2013年末资产总额较2012年末增长了16.65%，2014年末资产总额较2013年末增长了1.78%。报告期各期末，公司资产具体情况如下图所示：



2012年末至2014年末，公司流动资产分别为202,333.99万元、231,164.55万元和220,973.68万元，2013年末流动资产较2012年末增长了14.25%，2014年末流动资产较2013年末降低了4.41%。

2012 年末至 2014 年末，公司非流动资产分别为 106,073.75 万元、128,592.03 万元和 145,188.80 万元，2013 年末非流动资产较 2012 年末增长了 21.23%，2014 年末非流动资产较 2013 年末增长了 12.91%。

公司总资产规模平稳增长，未有大额资产收购和处置情况，资产规模的稳定增长反映了公司持续发展的态势。

报告期内，公司资产结构较为稳定，资产规模和公司的生产能力相适应。公司流动资产占总资产的比例保持在 60%左右，流动资产比重较高，反映了公司良好的资产流动性和较强的变现能力。公司非流动资产比重保持在 40%左右。

2、流动资产构成及变化

公司流动资产总额稳定增长，结构基本稳定。公司流动资产中，货币资金、应收票据和存货所占比重较大，其余随着公司经营规模的逐年扩大而增长。报告期各期末，公司流动资产的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31		2013. 12. 31		2012. 12. 31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	60,156.13	27.22%	66,420.03	28.73%	67,952.77	33.58%
应收票据	29,212.79	13.22%	45,152.80	19.53%	36,705.06	18.14%
应收账款	622.11	0.28%	2,551.18	1.10%	2,885.23	1.43%
预付款项	1,963.86	0.89%	3,193.13	1.38%	2,664.85	1.32%
其他应收款	997.73	0.45%	1,122.46	0.49%	1,135.10	0.56%
存货	127,934.34	57.90%	112,720.96	48.76%	90,806.12	44.88%
其他流动资产	86.71	0.04%	4.00	0.00%	184.86	0.09%
流动资产合计	220,973.68	100.00%	231,164.55	100.00%	202,333.99	100.00%

(1) 货币资金

公司货币资金主要为银行存款，其规模与公司日常所需资金量相适应，能够满足公司日常经营周转的需要。2012 年末至 2014 年末，公司货币资金分别为 67,952.77 万元、66,420.03 万元和 60,156.13 万元，占流动资产比例分别为 33.58%、28.73%和 27.22%，具体构成如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
库存现金	28.17	90.97	35.14
银行存款	51,485.88	56,699.10	58,904.61
其他货币资金	8,642.08	9,629.96	9,013.01

合计	60,156.13	66,420.03	67,952.77
----	-----------	-----------	-----------

公司货币资金较大,主要是用于维持日常经营所需的银行存款以及保证金等。截至报告期末,其他货币资金为 8,642.08 万元,主要包括银行承兑汇票保证金存款 7,564.40 万元以及信用贷款风险保证金 1,030.00 万元等。公司银行承兑汇票保证金存款占应付票据的比例为 30.00%,占货币资金的比例为 12.57%。

2013 年末公司货币资金较 2012 年末减少了 1,532.74 万元,减幅为 2.26%,主要原因一是公司经营活动现金流入稳定增加,2013 年公司经营活动现金流净额为 27,766.73 万元,二是公司在建工程改造、采购固定资产等投入达 16,308.74 万元,三是公司取得各类借款共计 36,950.00 万元,偿还借款 40,950.00 万元,支付了股利及利息 10,292.19 万元。

2014 年末公司货币资金较 2013 年末减少了 6,263.91 万元,减幅为 9.43%,主要原因一是公司经营活动现金流入稳定增加,2014 年公司经营活动现金流净额为 10,491.38 万元,二是公司在建工程改造、采购固定资产等投入达 4,645.78 万元,三是公司取得各类借款共计 45,000.00 万元,偿还借款 44,600.00 万元,支付了股利及利息 13,272.85 万元。

(2) 应收票据

公司在日常经营活动中,为了加强对货款的管理,提升应收货款的质量,对大部分销售采用预收货款或者银行承兑汇票方式结算。2012 年末至 2014 年末,公司应收票据均为银行承兑汇票,余额分别为 36,705.06 万元、45,152.80 万元和 29,212.79 万元,占流动资产的比例分别为 18.14%、19.53%和 13.22%。

2013 年末公司应收票据较 2012 年增加了 8,447.73 万元,主要系公司 2013 年接受的期限较长票据较 2012 年增加,致使 2013 年末未到期票据余额相应增长。

2014 年末公司应收票据较 2013 年末减少了 15,940.00 万元,主要原因一是 2014 年末距离春节时间较长,经销商尚未进入备货高峰期,导致公司 2014 年末销售较 2013 年同期有所减少;二是公司加大了票据背书作为支付手段的比例,因此 2014 年末应收票据有所减降低。

公司应收票据均为银行承兑汇票,无应收持有公司 5%(含 5%)以上表决权股份的股东的应收票据,无应收其他关联方的票据。

(3) 应收账款

公司应收账款较小,占流动资产的比例也较低,主要是因为公司日常销售中

采取的结算方式大部分为应收票据或者预收货款，仅对少部分信用良好的客户给予一定信用期和信用额度，形成期末的应收账款。2012年末至2014年末，公司应收账款分别为2,885.23万元、2,551.18万元和622.11万元，占流动资产比例分别为1.43%、1.10%和0.28%。报告期各期末，公司应收账款账龄具体情况如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31		2013. 12. 31		2012. 12. 31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	599.40	70.77%	2,620.80	91.63%	2,909.00	91.74%
1-2年	28.01	3.31%	34.10	1.19%	65.90	2.08%
2-3年	17.25	2.04%	22.63	0.79%	36.63	1.16%
3-4年	22.63	2.67%	23.28	0.81%	16.22	0.51%
4-5年	20.38	2.41%	16.22	0.57%	143.11	4.51%
5年以上	159.29	18.81%	143.11	5.00%	-	-
应收账款余额	846.97	100.00%	2,860.14	100.00%	3,170.86	100.00%
减：坏账准备	224.86		308.96		285.63	
应收账款净额	622.11		2,551.18		2,885.23	

从应收账款账龄结构来看，报告期各期末公司应收账款账龄较短，大部分应收账款账龄均在一年以内，表明公司销售回款情况良好。报告期各期末，公司应收账款的余额总体上呈下降趋势，主要是因为公司加大了对应收账款的控制，加强了对客户信用额度的审核。2014年以来，公司根据市场情况减少了经销商的信用额度，主要采用预收款来结算，因此应收账款下降较大。

公司在经营规模不断扩大、销售收入持续增长的同时，加强应收账款的管理，并根据内部控制及管理的需要建立了稳健的坏账准备制度，公司坏账准备计提充分合理。

截至报告期末，应收账款前5名单位基本情况如下：

单位：万元

名称	金额	占应收账款余额的比例	账龄
合肥百维食品饮料有限责任公司	312.88	36.94%	1年以内
上海家得利超市有限公司	30.52	3.60%	1年以内
西藏汉拿山餐饮管理有限公司	29.63	3.50%	1年以内
北京海福鑫商贸有限公司	23.56	2.78%	1年以内
农工商超市（集团）有限公司	17.71	2.09%	1年以内

名称	金额	占应收账款余额的比例	账龄
合计	414.29	48.91%	

(4) 预付款项

公司预付款项余额较小，主要是对部分广告服务提供商和设备供应商等预付的广告、设备等采购款，2012年末至2014年末，公司预付款项分别为2,664.85万元、3,193.13万元和1,963.86万元，占流动资产比例分别为1.32%、1.38%和0.89%。报告期各期末，公司预付款项的主要构成情况如下：

单位：万元

项目	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
预付广告费	1,155.13	1,999.17	1,703.53
预付工程和设备款	750.19	1,178.66	943.98
预付材料款	58.55	15.30	17.34
合计	1,963.86	3,193.13	2,664.85

公司预付款项2013年末较2012年末变化不大；2014年末，公司预付款项较2013年末减少了1,229.26万元，减幅为38.50%，主要是公司预付的广告费、工程和设备款等有所减少所致。

公司预付款项的账龄具体情况如下：

单位：万元

项目	2014.12.31		2013.12.31		2012.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	1,948.60	99.22%	3,177.86	99.52%	2,647.76	99.36%
1-2年	-	-	0.03	0.00%	15.24	0.57%
2-3年	0.03	0.00%	15.24	0.48%	1.86	0.07%
3年以上	15.24	0.78%	-	-	-	-
合计	1,963.86	100.00%	3,193.13	100.00%	2,664.85	100.00%

截至报告期末，公司预付款项账龄基本为1年以内，其中无预付持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位的款项；除下表披露的预付口子投资300.00万元外，公司无预付其他关联方的款项。

截至报告期末，预付款项前5名基本情况如下：

单位：万元

名称	金额	占预付款项余额的比例	账龄
上海剧星文化传播有限公司	682.28	34.74%	1年以内
淮北口子投资有限责任公司	300.00	15.28%	1年以内

名称	金额	占预付款项余额的比例	账龄
山东泰山恒信机械有限公司	179.21	9.13%	1年以内
安徽昱昊机电设备销售有限公司	166.65	8.49%	1年以内
安徽省兴邦文化传媒有限公司	140.00	7.12%	1年以内
合计	1,468.13	74.76%	

2014年，公司根据本次募投项目计划，开始实施营销网络建设项目，并由口子酒营销与口子投资签订了商铺购买意向书，按市价拟购买总价值约701.36万元的商铺，合计面积约539.51平方米，用于建设口子窖产品旗舰店。截至报告期末，口子酒营销向口子投资支付了300.00万元的预付款。该笔预付款作为购买上述商铺的预付款，待签订正式的商品房购买合同时转为房款。

(5) 其他应收款

公司其他应收款主要包括支付的上市相关中介机构费用等。2012年末至2014年末，公司其他应收款分别为1,135.10万元、1,122.46万元和997.73万元，占流动资产的比例分别为0.56%、0.49%和0.45%。报告期各期末，其他应收款账龄情况如下：

单位：万元

项目	2014.12.31		2013.12.31		2012.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	271.56	19.53%	409.35	30.19%	1,037.83	78.97%
1-2年	234.58	16.87%	715.71	52.78%	120.75	9.19%
2-3年	684.36	49.23%	104.25	7.69%	26.43	2.01%
3-4年	91.87	6.61%	19.85	1.46%	39.04	2.97%
4-5年	18.23	1.31%	32.66	2.41%	12.29	0.94%
5年以上	89.62	6.45%	74.16	5.47%	77.83	5.92%
其他应收款余额	1,390.22	100.00%	1,355.98	100.00%	1,314.18	100.00%
减：坏账准备	392.49		233.53		179.08	
其他应收款净额	997.73		1,122.46		1,135.10	

(6) 存货

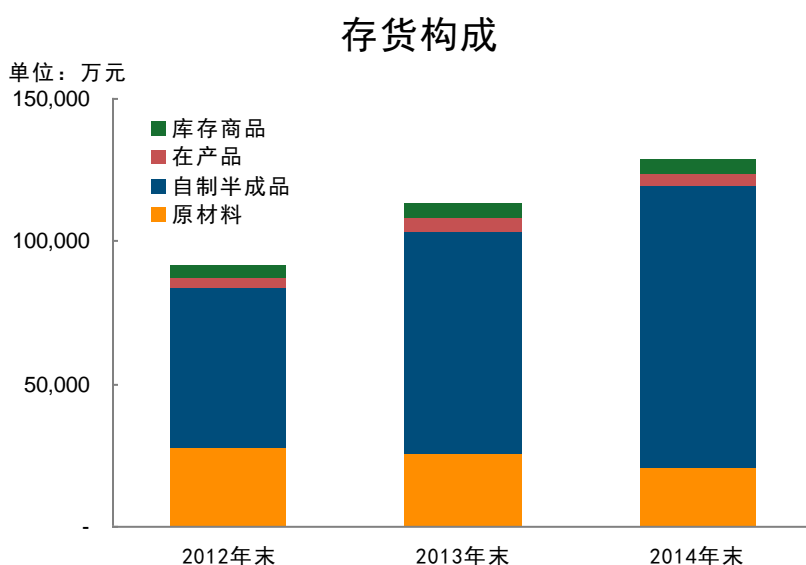
① 存货基本情况

公司存货主要包括生产所需的粮食和包装材料等原材料、自制的散酒和酒曲等自制半成品、在产品和库存商品等。2012年末至2014年末，公司存货分别为90,806.12万元、112,720.96万元和127,934.34万元，占流动资产的比例分别为44.88%、48.76%和34.94%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
原材料	22,754.73	27,582.40	28,157.11
自制半成品	98,593.81	77,699.35	56,160.01
在产品	4,647.61	4,819.31	3,935.09
库存商品	4,359.25	4,679.26	3,710.22
存货余额	130,355.39	114,780.32	91,962.43
存货跌价准备	2,421.05	2,059.36	1,156.31
存货净值	127,934.34	112,720.96	90,806.12

公司存货构成如下图所示：



报告期各期末，公司原材料具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
粮食	2,292.27	2,641.34	1,683.23
包装物	16,329.15	19,382.86	20,273.71
调味酒	209.91	508.13	1,036.61
酒精	3,881.08	5,001.55	5,040.40
煤炭	42.31	48.53	123.16
原材料合计	22,754.73	27,582.40	28,157.11

从原材料构成情况看，公司原材料中主要为包装物，2012年末至2014年末，包装物占原材料的比例分别为72.00%、70.27%和71.76%，包装物占原材料的总体比例较为稳定。公司从事白酒生产和销售，包装材料作为白酒的外观展示，对白酒销售具有重要作用，因此公司在生产中储备了较多的包装材料，包括各个系

列白酒所用的酒瓶、酒盒等，因此包装物占原材料的比例较高。

②存货构成情况分析

A、存货构成分析

公司生产的产品分高中低档，各档次内部有多种规格和品种，而公司产品的产销量较大，因此公司需要准备较大规模的包装材料，包括酒瓶、瓶盖、盒子、箱子等，以备日常生产所需，因此公司报告期各期末原材料金额较大。

公司主要产品采用粮食酿造，需将生产出的原酒装罐储存，进行陈化老熟，进一步提升白酒品质，该过程需要较长的时间。待原酒陈化老熟达标后，再将原酒进行勾调等程序，生产出合格的散酒，并将散酒继续储存，使白酒内部的成分充分调和，达到动态平衡，方能生产出可销售的成品散酒，这个过程需要较长的时间。

报告期内，公司自制半成品余额逐年增加，主要是由于生产优质白酒所需的基酒要较长的储存及陈化老熟时间，公司为了优化产品结构，增强发展后劲，通过延长基酒储存时间等方式，持续加大基酒的储存量。

公司在产品主要包括：一是酿酒车间领用的高粱等原材料；二是制曲车间领用的大麦、豌豆、小麦等原材料。公司在产品的规模较小，主要是公司生产工艺所决定的，粮食等原材料的价值占存货比重较低，因此其形成的在产品余额较低。

公司的库存商品主要是已经包装入库待发货的成品酒，由于成品酒的销售受到季节变化、节假日期末发货量等因素的影响，因此公司库存商品的金额也有所波动。

B、存货库龄分析

报告期各期末，公司原材料库龄情况如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
1年以内	18,385.40	25,523.04	27,000.80
1-2年	3,452.92	1,450.29	528.69
2年以上	916.41	609.07	627.62
合计	22,754.73	27,582.40	28,157.11

报告期各期末，公司在产品库龄情况如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
----	--------------	--------------	--------------

1 年以内	4,647.61	4,819.31	3,935.09
1-2 年	-	-	-
2 年以上	-	-	-
合计	4,647.61	4,819.31	3,935.09

报告期各期末，公司库存商品库龄情况如下：

单位：万元

项目	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
1 年以内	4,359.25	4,679.26	3,710.22
1-2 年	-	-	-
2 年以上	-	-	-
合计	4,359.25	4,679.26	3,710.22

报告期各期末，公司自制半成品库龄情况如下：

单位：万元

项目	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
2 年以内	52,020.05	48,462.00	34,903.32
2-5 年	41,206.85	24,375.22	16,544.41
5 年以上	5,366.90	4,862.13	4,712.28
合计	98,593.81	77,699.35	56,160.01

从公司存货库龄变化看，原材料绝大部分库龄在一年以内，公司原材料中的粮食等均当年采购后就及时投入白酒生产，因此其库龄较短，公司包装材料因种类较多，数量较大，因公司产品升级换代，存在部分包装材料过时、陈旧，暂时不能用于成品酒生产，库龄超过一年，公司对该部分包装材料全额计提了减值准备。公司库存商品、在产品的库龄均在一年以内，不存在产品积压的情形。

报告期内，公司基酒存储数量和金额持续增加，主要是公司为了增强发展后劲，保障未来优质原材料的供应，公司在战略上实施了增加基酒存储量策略，随着储存时间的增加，优质基酒将成为公司未来发展的重要因素。

报告期内公司基酒生产和领用数量情况如下：

单位：吨

项目	2014 年	2013 年	2012 年
本期产量	17,666.75	18,876.40	18,710.78
本期领用	7,547.33	7,860.48	8,645.38
本期净增加	10,119.40	11,015.90	10,065.40

由上表可见公司每年增加基酒存储量约 1 万吨左右，尤其是 2011 年公司溪

河分厂投入生产，公司基酒一般储存 2 年左右用于生产，该分厂所产基酒至 2013 年起陆续达到 2-5 年的储存期间，影响 2-5 年的基酒的存储数量和金额增幅较大。

C、自制半成品增长分析

基酒陈化老熟的一般年限

“酒是陈的香”，陈化老熟对酒的风格的典型性非常重要，是保证白酒质量不可或缺的关键工序之一，刚出产的白酒多呈燥辣、辛辣味，不醇厚柔和，通常称为“新酒味”，但经过一段时间的贮存后，酒的燥辣味明显减少，酒味柔和，香味增加，酒体变得协调，这个过程一般称为陈化老熟。不同的酒型，以及不同的容器、容量、室温，基酒的陈化老熟时间也不同，季节不同，陈化老熟的速度差别也极大。白酒应在保证质量的前提下，确定其合理的贮存期。

浓香型和清香型白酒陈化老熟期一般在 1 年左右，酱香型白酒陈化老熟期一般 3 年以上，公司产品属于复合兼香型白酒，综合了浓香型、清香型和酱香型的生产工艺，因此，公司基酒陈化老熟一般在 2 年以上，优质基酒的储存时间更长，具体情况如下：

基酒等级	陈化时间	主要用途
特级基酒	5 年以上	调味酒
优质基酒	2-5 年	高档酒、中高档酒
一级基酒	2 年	其他白酒

自制半成品余额逐年大幅增长的合理性

由于公司白酒陈化老熟的生产工艺和特点，优质基酒至少要经过两年的陈化老熟才能用于勾调包装成品酒，进而上市销售。优质基酒在陈化老熟过程中，酒中的各种成份之间相互作用，相互缔合，发生一系列物理变化、生物化学变化，最终达到一种动态平衡。因此，经过陈化老熟后，酒体口感更加和谐，香气纯正、风格突出、酒质更佳。

报告期内，公司基酒具体存储情况见下表：

单位：吨

项目	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
2 年以内	26,990.26	25,907.60	18,935.27
2-5 年	23,093.69	14,226.88	10,134.54
5 年以上	3,007.79	2,837.84	2,886.58
合计	53,091.74	42,972.32	31,956.39

普通白酒与中高档白酒对于基酒陈化老熟有明显不同的要求。中高档白酒勾调时所用基酒为优质基酒，陈化老熟时间需要延长。报告期内公司增加了基酒的存储量，延长了基酒储存时间，使得基酒的存储量逐年增加，虽然自制半成品余额逐年增大，增加了存货的资金占用，但是有利于提高公司基酒的品质，有利于提高公司高档产品、中高档产品的产量，增强公司未来发展后劲。

陈化老熟设备设施产能匹配情况

报告期内公司基酒储存能力约为 6.6 万吨，勾调状态中的半成品酒存储能力约 3.4 万吨，合计约 10 万吨。报告期内，公司自制半成品储存量逐年增加至目前的约 5 万吨，与公司基酒存储能力相比还有一定余地，未来在资金、生产、市场等条件具备的情况下，公司还有能力继续增加基酒的储备。

D、存货主要构成与同行业比较

白酒在生产过程中，陈化老熟是提升产品品质非常重要的阶段，为了增加优质白酒的产量，储备企业发展后续动力，白酒企业普遍拥有较大规模的自制半成品，即处于陈化老熟储存阶段的白酒。报告期各期末，发行人与同行业上市公司的自制半成品占存货比例情况如下：

同行业上市公司自制半成品占存货的比例

公司名称	2013. 12. 31	2012. 12. 31
泸州老窖	46.24%	33.00%
古井贡酒（注）		
酒鬼酒	72.77%	66.75%
五粮液	73.05%	61.90%
洋河股份	86.02%	71.68%
金种子酒	70.83%	64.79%
贵州茅台	72.46%	66.14%
老白干酒	26.97%	28.94%
沱牌舍得	81.78%	83.99%
水井坊	81.18%	46.22%
山西汾酒	52.02%	51.57%
今世缘	65.03%	68.59%
同行业中位数	72.46%	64.79%
公司	68.93%	61.85%

注：因古井贡酒未单独披露自制半成品金额，故未比较其构成。

从上表可以看出，同行业上市公司中，自制半成品占存货的比例普遍较高。

拥有足够的优质白酒储存，成为同行业企业重要的竞争力之一，为白酒企业未来推出优质白酒、提升盈利能力提供了坚实的基础。公司作为安徽地方知名白酒，生产历史较为悠久，为了持续巩固并不断提升公司市场地位，增加优质白酒的供应，公司也采取了和同行业企业一致的模式，储备了较大规模的自制半成品，使公司在未来优质白酒的市场竞争中赢得更多优势。

2012 年以来，同行业上市公司自制半成品占存货净值的比例普遍呈增长趋势，公司自制半成品占存货的比例和同行业保持了一致的增长趋势，从 2012 年末的 61.85% 增长至 2014 年末的 77.07%。

报告期内，公司自制半成品大幅增长，自制半成品占存货的比例也逐年增长，主要是由于生产优质白酒所需的基酒要较长的储存及陈化老熟时间，公司为了优化产品结构，增强发展后劲，通过延长基酒储存时间等方式，持续加大基酒的储存量，公司自制半成品变化趋势和同行业企业一致，符合行业发展特征。

E、废弃包装物情况

为了满足市场对各类白酒的需求，公司生产了较多系列的成品酒，覆盖了高端市场、中高端市场、中端市场和低端市场，因此包装材料中储备了各类成品酒生产所需的酒瓶、酒盒、酒盖、纸箱等，以便及时安排生产满足市场需求。近年来，白酒市场竞争越来越激烈，公司为了应对新的竞争形势，通过推出新款产品替代旧款产品市场，使得公司包装材料中的老款、旧规格型号的酒瓶、酒盒等暂时不能使用，并随着市场进一步变化而库龄超过一年。为了适应市场需求，公司部分产品包装更新换代，旧包装物暂时闲置。

报告期内，虽然公司有部分包装物受销售结构调整的影响而暂时闲置，但是公司采用新包装生产的成品酒替代了旧包装的市场，不存在成品酒长期滞销的情况，因此报告期内公司成品酒产销量保持稳定，各期末成品酒库存量较小。

对已经计提减值准备的废弃包装材料，公司未来会根据市场情况启用、废物利用或对外销售等逐步消化。

③ 存货周转情况分析

报告期内，公司存货各组成部分的周转天数如下：

单位：天

项目	2014 年	2013 年	2012 年
原材料	112	109	106

自制半成品	485	308	211
在产品	23	19	15
库存商品	21	19	14
合计	641	455	345

根据存货的周转情况看，公司存货的周转天数逐年上升，存货周转率呈现下降趋势，主要原因是自制半成品周转天数增加所致。近年来，公司为了满足消费者对于优质高档白酒快速增长的需求，扩大了自制半成品的规模，延长了原酒的储存时间。公司原材料周转天数变化不大，在产品和库存商品的周转时间较短，对存货周转天数影响较小。

④存货跌价准备计提情况分析

公司产品销售顺畅，未发生库存商品积压或滞销情形。报告期各期末，部分包装材料因公司产品升级换代而预计不再使用，公司对该部分包装材料全额计提了存货跌价准备，2012年末至2014年末，上述包装材料对应的存货跌价准备分别为1,156.31万元、2,059.36万元和2,421.05万元，占原材料余额的比例分别为4.11%、7.47%和10.64%。除此之外，公司其他原材料、自制半成品、在产品和库存商品存货质量良好，不存在成本高于可变现净值的情况。

⑤存货相关内部控制

A、原材料实物流转的内部控制节点和控制措施

物资验收与入库：

(a) 采购部综合科根据供应商提供的到货数量开具到货通知单，根据物料品种提交至相关采购科室，采购科室负责人审核到货数量是否超过订单数量。库管员对实际到货数量进行清点，清点无误后在到货通知单上签字确认并标明实际验收数量，关键或重要物资的验收由仓储主管审核验证。若出现数量差异，仓储部负责调查处理。

(b) 原辅材料验收需要过磅的，过磅时须另设一人监磅，验收人员不得手动修改系统磅单，验收人员及监磅人员签字确认。

(c) 质量部对相关材料建立健全质量标准与检验规范，并根据要求等对材料进行验收。

(d) 采购物资到货后，质量部检验员随机抽取一定量样本进行检验，结果判定合格时，出具质检单，并注明合格数量。检验结果判定不合格时，质量部质检

人员组织采购部、生产部等人员共同评审并提出处理意见，按照不合格品数量金额，提交分管领导、总经理依据权限审批。

(e)处理意见为退换货的，采购部根据合同约定条款、质量保证协议等与供应商商讨折价方案，根据谈判结果形成书面报告，提交总经理审批。仓储部、质量部配合采购部办理退货手续。

(f)生产领用过程中被验证不合格的材料，生产部根据各分厂的反馈意见向质量部提出质检要求，质量部检验员复核确认后，填写不合格品评审单，仓储部参与评审，质量部负责人、生产部负责人、仓储部负责人审核，提交相关分管领导复核，最终报总经理审批。对于延误生产、造成经济损失或其他负面影响的，严格按照合同规定追究供应商责任。

物资仓储与保管：

(a)公司设有包装材料库、原辅材料库、成品库、散酒库等仓库，仓储部明确各仓库的保管员及其职责；各仓库保管员将存货按照类别、型号、规格等定库存放。

(b)仓库管理员保持库容整洁，并做好防火、防盗、防潮、防虫、安保等工作。

(c)存货摆放整齐有序，不同品种、规格的存货之间留有间距；仓库管理员对存货实行垛头卡标识管理，在垛头卡上记录存货品名、规格型号、数量、库别、入库时间等要素。仓储物资在非指定情况下按照“先进先出”原则堆放和提取。

(d)每日，仓库管理员检查存货的仓储状态，发现问题，及时采取措施并妥善解决；部门负责人不定期检查存货的存储状态，将检查结果作为对仓库管理员业绩考核的依据之一。

物资领用与发出：

(a)包装材料

仓库管理员根据车间领料人员提供限额领料单办理包装材料发料，并在限额领料单上确认实发数量，车间领料人员与保管员在领料单上签字确认。

仓库管理员根据签字确认后的限额领料单，将相关信息录入库存管理系统并生成材料出库单，打印、签字确认后，附限额领料单交财务部。

仓库管理员根据包装材料实际发出数量，登记手工台账。

(b)原辅材料

领料部门人员根据用料需求填写手工领料单，签字盖章后交仓库管理员。

仓库管理员将领料单的相关信息录入库存管理系统并生成材料出库单，领料人员及仓库管理员签字确认后，办理物资出库。仓库管理员将领料单、材料出库单交财务部。

B、基酒、成品酒、在产品实物流转的内部控制节点和控制措施

产品转移：

(a)基酒入库:酿酒车间将酿造完成的散酒运至仓储部散酒库，仓储部保管员对需入库散酒进行过磅称重、质量部评酒员评定等级并测量酒精度；保管员填写散酒库原始记录，参与验收人员签字确认，仓储部保管员根据原始记录填写大曲酒入库单，签字确认后提交财务微机室操作员在库存管理系统中录入散酒入库单，散酒进入周转酒罐，进行存放。

(b)基酒出库:包装车间对散酒进行包装的，质量部填写散酒领料单，仓库保管员将领料单提交财务微机室，微机室操作员在库存管理系统中生成散酒出库单，提交仓库进行领料，仓库保管员办理散酒出库，领料双方签字确认。

产品验收与入库：

(a)产成品包装完成，质量部填写抽检记录，明确抽检数量、人员、地点、方法等，产成品经检验合格，质检员填写成品包装质量鉴定单，检验员及车间负责人签字确认。质量部质检人员根据鉴定单填写瓶酒入库通知单，提交仓库保管员，保管员将入库单作为办理成品酒入库的依据之一。

(b)仓库人员依据库存管理系统中报工单进行实物验收，并在报工单上填写实收数量，验收人员签字确认。验收入库完毕，仓库保管员在库存管理系统中录入产成品入库单，打印签字后连同报工单一同交由财务材料审核员，进行财务审核。仓储保管人员根据入库单及时更新系统中存货的台账。

(c)财务部会计根据报工单、入库单等相关原始凭证进行相应的账务处理。

产品仓储与保管：

(a)仓储部明确各仓库的保管员及其职责；各仓库保管员将存货按照类别、型号、规格、生产日期等定库存放。

(b)仓库保管员保持库容整洁，并做好防火、防盗、防潮、防虫、安保等工

作。

(c) 存货摆放整齐有序，不同品种、规格、货龄的存货之间留有间距、堆放高度、离墙/柱距离及重量符合规定；保管员对存货实行垛头卡标识管理，在垛头卡上记录存货品名、规格型号、数量、库别、生产班组、入库时间等要素。

(d) 每日，仓库保管员检查存货的仓储状态，发现问题，及时向上级主管汇报并妥善解决；仓库主管、仓库管理员定期或不定期检查存货的存储状态，将检查结果纳入对保管员的业绩考核。

产品销售出库：

财务微机室操作员根据营销公司开具的销售通知单在系统中生成销售出库单。仓库保管员核对销售出库单上的需求跟踪号与销售通知单上的销售订单号是否一致，如一致则办理相应批次的实物出库，仓库人员与经办人员在出库单上签字确认。财务人员审核相关原始单据后，进行相应的账务处理。

产品销售退库：

销售成品酒需要办理退库的，由营销公司销售人员填写商品退库单，部门负责人审核、分管领导审批后，提交质量部进行质检。质量部出具质检单，检验人员、部门负责人签字确认后，将退库单及质检单一并提交仓储部门办理退库手续；仓储部保管员对退库商品外包装进行审查，符合退库标准的办理商品的退库。

C、重要存货期末盘点的具体方法

成品酒：成品酒按照品种成箱堆放，根据盘点表抽取的品种，查看实物的箱数，再根据每箱酒中瓶数相乘得出实际结存的瓶数。

包材：包材按照不同型号进行堆放，存在一种包材堆放在不同地方，实际盘点时要将堆放于不同地点的包材进行加总，与账面数进行对比，并重点关注统计长期不用的包材。

原粮：原粮存放于仓库中，每个粮仓满仓时的库存量是固定的，实际盘点时根据每个粮仓的库存高度，占满仓的比例进行计算，计算的金额与账面进行比较，并关注是否存在差异及原因。

基酒：基酒库存量大，占期末存货余额的比例较高，盘点难度较大。盘点的方法：首先，企业仓管人员实际测量基本数据，财务人员、保管负责人同时记录测量的基本数据，各方进行交叉核对，核对无误后予以确认，然后用测量的基础

数据进行折算，各方核对无误后予以确认，最后根据具体的测算方法计算盘点数据与财务账面数据进行核对。

基酒主要储存在钢罐中，钢罐都是圆柱型结构，具有标准的高度、半径，在盘点过程中需要用标尺测量钢罐的高度，用酒精仪测量基酒酒精度，用温度计测量基酒温度。

罐装酒折算成 65 度标准重量计算过程如下：根据实际酒精度、实际温度折算成温度为 20 度下的标准酒精度、密度；根据温度 20 度下的标准酒精度折算成 65 度标准的折率；根据高度、半径、密度、 π （3.14）和 65 度标准的折率折算成 65 度标准重量。

（7）其他流动资产

公司其他流动资产金额较小，全部系待抵扣进项税额。公司在当年采购过程中取得的增值税专用发票所涉及到的进项税，需要经主管税务机关认证后方可抵扣，由于报告期末上述进项税尚未认证，因此纳入其他流动资产核算。2012 年末至 2014 年末，公司其他流动资产分别为 184.86 万元、4.00 万元和 86.71 万元，占流动资产的比例分别为 0.09%、0.002%和 0.04%。

3、非流动资产分析

非流动资产中，固定资产所占比例最大，其次为在建工程、无形资产和其他非流动资产等。报告期各期末，公司非流动资产构成如下：

单位：万元

项目	2014.12.31		2013.12.31		2012.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
固定资产	80,967.31	55.77%	76,247.80	59.29%	71,700.43	67.59%
在建工程	26,332.83	18.14%	16,329.45	12.70%	4,159.57	3.92%
工程物资	2,996.40	2.06%	3,027.52	2.35%	242.48	0.23%
固定资产清理	2,767.49	1.91%	-	-	-	-
无形资产	25,340.80	17.45%	27,562.25	21.43%	21,400.42	20.18%
递延所得税资产	2,073.95	1.43%	1,714.98	1.33%	1,158.92	1.09%
其他非流动资产	4,710.02	3.24%	3,710.02	2.89%	7,411.92	6.99%
非流动资产合计	145,188.80	100.00%	128,592.03	100.00%	106,073.75	100.00%

（1）固定资产

公司固定资产主要为生产经营所需的房屋建筑物、机器设备、运输设备、电子设备等。2012 年末至 2014 年末，公司固定资产分别为 71,700.43 万元、

76,247.80 万元和 80,967.31 万元，占非流动资产的比例分别为 67.59%、59.29% 和 55.77%，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
房屋建筑物	62,322.70	59,267.99	56,768.24
机器设备	16,490.58	14,804.85	12,683.29
运输设备	1,784.12	1,757.95	1,859.47
电子设备及其他	369.91	417.01	389.43
合计	80,967.31	76,247.80	71,700.43

2013 年末，公司固定资产较 2012 年末增长了 4,547.37 万元，增幅为 6.34%，主要是公司退城进郊搬迁改造工程、梧桐路仓库工程于 2013 年进一步完工并转入固定资产原值的金额分别达 1,881.17 万元、3,569.36 万元，公司 2013 年新增优质白酒陈化老熟和存储项目，完工并转入固定资产原值的金额为 2,550.63 万元，因此使得 2013 年末固定资产增加。

2014 年末，公司固定资产较 2013 年末增长了 4,719.51 万元，增幅为 6.19%，主要是公司优质白酒酿造技改项目和口子文化园等部分完工，转入固定资产所致。

截至报告期末，固定资产财务成新率为 74.41%。报告期内，公司固定资产均处于良好的使用状态，不存在闲置、终止使用或计划提前处置等情形。因公司各类固定资产不存在减值迹象，故未计提减值准备。

截至报告期末，公司因用于银行借款抵押所有权受到限制的固定资产净值为 7,473.54 万元，占固定资产比例为 9.23%，公司固定资产抵押比例较小。公司销售商品回收现金情况和银行信用良好，资产抵押主要用于满足公司日常经营活动所需的开具银行承兑汇票和取得短期贷款的担保，固定资产抵押的风险较小，不会影响公司正常的生产经营。

固定资产的折旧政策详见本招股说明书“第九节 财务会计信息”之“四、主要会计政策和会计估计”之“（六）固定资产及折旧核算方法”。与同行业上市公司相比，公司固定资产的折旧政策整体上比较谨慎、稳健。

（2）在建工程

2012 年末至 2014 年末，公司在建工程分别为 4,159.57 万元、16,329.45 万元和 26,332.83 万元，占非流动资产的比例分别为 3.92%、12.70%和 18.14%。报告期各期末，公司在建工程的具体项目构成如下所示：

单位：万元

项目	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
口子文化园工程	17,397.61	9,867.13	-
职工宿舍工程	3,957.58	2,388.62	-
包装生产线技改项目	2,493.96	-	-
梧桐路综合楼工程	1,223.56	622.37	-
优质白酒酿造技改项目	252.00	2,606.83	-
退城进郊搬迁改造工程	-	147.76	1,631.05
梧桐路仓库工程	-	-	1,620.30
其他零星工程	1,008.11	697.74	908.23
合计	26,332.83	16,329.45	4,159.57

近年来，淮北市政府根据城市总体规划，按照城市布局调整、城市建设、旧城改造、产业结构调整的要求，鼓励城区内的工业企业实施退城进郊，分期分批搬迁至城市周边的工业园区。2008年，为了响应市政府的号召，结合公司现状，公司拟实施退城进郊。公司拟将现有位于城区土地与濉溪经济开发区工业园内土地进行置换。置换的土地与金缘坊毗邻，在此基础上组建溪河分厂，将位于城区的车间搬迁至濉溪经济开发区工业园。自2008年公司开始建设濉溪经济开发区工业园内的溪河分厂，至2011年基本建设完毕。2014年开始，公司陆续进行了市区内置出土地的腾退的工作。截至报告期末，公司四分厂土地已经清理完毕，共21万平方米，其中11万平方米已经交政府收储，10万平方米完成了拆迁工作，尚未交政府。上述土地尚未对外出让，按四分厂所在土地基准地价720元/平方米测算，根据政府相关文件，公司在土地出让后可以获得全部转让收益的75%，预计约1.1亿元。截至报告期末，公司四分厂土地及地上附属物账面净值（含已转入固定资产清理的相关资产）约为0.4亿元，预计未来公司因四分厂搬迁可获得税前净收益为约0.7亿元。上述测算仅为估计金额，公司最终能否取得上述测算收益，需待相关土地完成拍卖程序后方可确定。除四分厂土地外，其余退城进郊土地也在陆续实施腾退，退城进郊实施完毕后，公司土地面积没有增加，基酒产能没有变化。

保荐机构取得了淮北市政府关于退城进郊的相关文件，对相关人员进行访谈，检查了发行人退城进郊项目的立项批准文件，审阅了与退城进郊项目相关的财务会计记录，实地查看了退城进郊工程实施情况，核查了发行人土地使用证书及合同等。经核查发行人实施退城进郊符合相关法律法规的规定，未来土地处置

将减少公司无形资产和固定资产，但总体处置收益将大于处置资产的成本。

2013年末公司在建工程较2012年末增长12,169.88万元，增幅为292.58%，主要原因是公司新建了口子文化园工程、优质白酒酿造技改项目、职工宿舍工程，投入资金分别为9,867.13万元、2,606.83万元、2,388.62万元。

2014年末，公司在建工程较2013年末增长了10,003.37万元，增幅为61.26%，主要原因是公司进一步投入建设了口子文化园工程8,290.29万元、包装生产线技改项目2,493.96万元以及其他工程投入等形成期末在建工程。

口子文化园预计投资规模为2.9亿元，全部为公司自筹资金，其中土地使用权含拆迁补偿费用约1.2亿元，工程投入约1.7亿元，主要包括办公楼、博物馆（含实物展示区）、客服中心、口子文化街以及其他道路、绿化等配套基础设施。2013年，公司与施工单位签订了工程施工合同，工程建设预计2015年完工。2013年，公司开始口子文化园工程建设，当年投入金额为9,867.13万元。2014年投入金额为8,290.29万元，转入固定资产759.81万元，截至2014年末该工程余额为17,397.61万元。

退城进郊搬迁改造工程项目投资规模为约5.1亿元，其中土地投入约0.6亿元，工程投入约4.5亿元，主要包括白酒生产、仓储、办公相关建筑和生产线、其他设备以及道路绿化等辅助设施。2008年至2009年，公司与施工单位签订了工程施工合同，主体工程建设计划2011年完工。

公司于2008年开始投入建设溪河分厂，截至2012年初，溪河分厂累计投入为40,917.35万元，其中已有39,357.70万元转入固定资产及其他，在建工程账面余额为1,559.66万元；2012年至2014年，溪河分厂项目建设投入分别为6,348.70万元、396.88万元和0。2011年溪河分厂主体工程完工进入试生产阶段，随着2012年其他配套项目及变更也陆续完工，公司退城进郊项目于2012年末基本完成，仅剩余零星投入。

四分厂是公司规模较小的一个分厂，2011年基酒产量约1800吨，2012年陆续停产，当年产量约170吨。公司新建溪河分厂的目的之一即为转移四分厂的生产至远郊，公司在溪河分厂新建了完整的发酵、基酒陈化老熟、成品包装生产线等设施，该项目投产后，完全弥补了四分厂拆迁对产量减少的影响。

总体上看，四分厂规模较小，新建溪河分厂已经完全弥补了其原有的生产能力，四分厂搬迁对公司经营没有重大影响。

（3）工程物资

公司工程物资主要是为在建工程准备的专用材料。2012年末至2014年末，公司工程物资分别为242.48万元、3,027.52万元和2,996.40万元，占非流动资产的比例分别为0.23%、2.35%和2.06%。工程物资2013年末较2012年末有所增加，主要原因是用于建造不锈钢储酒罐的板材增加；2014年末工程物资较2013年末变化不大。

（4）固定资产清理

2012年末至2014年末，公司固定资产清理分别为0、0和2,767.49万元，占非流动资产的比例分别为0、0和1.91%。

按照淮北市关于公司退城进郊的总体规划，濉溪县国土资源局决定征收公司四分厂所在区域的部分土地，因此公司将该厂区土地、房屋建筑物、设备等转入固定资产清理。截至报告期末，当地政府尚未支付给公司土地征收相关款项。

（5）无形资产

公司无形资产全部为自有土地使用权。2012年末至2014年末，公司无形资产为21,400.42万元、27,562.25万元和25,340.80万元，占非流动资产的比例分别为20.18%、21.43%和17.45%。公司土地使用权的具体构成情况，详见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“五、与业务相关的主要固定资产及无形资产”之“（二）主要无形资产”。

2013年末，公司无形资产较2012年末增长了6,161.82万元，增幅为28.79%，主要是口子文化园项目新增土地所致。2014年末，公司无形资产较2013年末减少了2,221.45万元，减幅为8.06%，主要是公司根据退城进郊的规划，将四分厂相关土地转入固定资产清理所致。除此之外，公司无形资产的变化主要是土地各年摊销所致。

截至报告期末，公司土地使用权用于抵押的净值为4,894.79万元，占无形资产净值的比例为19.32%。公司土地使用权抵押主要用于满足公司日常经营活动所需的开具银行承兑汇票和取得短期贷款的担保，公司银行信用记录良好，土地使用权抵押风险较小，不会影响公司日常生产经营活动。

(6) 递延所得税资产

公司递延所得税资产主要是由于计提各项减值准备、合并报表中抵消未实现内部销售损益及应计促销及业务费用形成的。2012年末至2014年末，公司递延所得税资产分别为1,158.92万元、1,714.98万元和2,073.95万元，占非流动资产的比例分别为1.09%、1.33%和1.43%。报告期各期末，公司递延所得税资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
计提坏账准备形成	93.08	79.17	116.18
计提存货跌价准备形成	605.26	514.84	289.08
未实现内部收益形成	268.10	356.31	469.53
应计促销及业务费用形成	1,107.51	764.66	284.14
合计	2,073.95	1,714.98	1,158.92

报告期各期末，已确认递延所得税资产的暂时性差异明细具体情况如下：

单位：万元

项目	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
计提坏账准备	372.32	316.68	464.71
存货跌价准备	2,421.05	2,059.36	1,156.31
未实现内部收益	1,072.41	1,425.24	1,878.10
应计促销及业务费用	4,430.03	3,058.65	1,136.55
合计	8,295.81	6,859.93	4,635.66

(7) 其他非流动资产

公司其他非流动资产主要是预付给当地政府的拆迁补偿费，2012年末至2014年末，其他非流动资产分别为7,411.92万元、3,710.02万元和4,710.02万元，占非流动资产的比例分别为6.99%、2.89%和3.24%。公司非流动资产的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
预付濉溪县濉溪镇人民政府拆迁补偿费	2,210.02	2,210.02	7,411.92
预付杜集区人民政府拆迁补偿费	2,500.00	1,500.00	-
合计	4,710.02	3,710.02	7,411.92

2011年，公司决定投资口子文化园项目，截至2012年末，公司累计投入7,411.92万元拆迁补偿费给濉溪县濉溪镇人民政府，用于支付口子文化园项目

土地的拆迁补偿费。截至 2014 年末，公司累计支付给濉溪县濉溪镇人民政府拆迁补偿费（扣除符合无形资产确认条件部分）剩余金额为 2,210.02 万元。

公司计划未来将市区内各分厂逐步迁往更有利于生产的远郊地区，拟在淮北市杜集区石台镇选址，建设新厂区。2013 年，公司预付杜集区人民政府拆迁补偿费 1,500.00 万元，并于 2014 年进一步预付了 1,000.00 万元的拆迁补偿费。

（二）资产减值准备计提情况

公司已按《企业会计准则》的规定制定了计提资产减值准备的会计政策，并已按上述会计政策足额计提了相应的减值准备。报告期内，公司资产减值准备计提情况如下：

1、坏账准备计提情况

单位：万元

项目	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
应收账款	224.86	308.96	285.63
其他应收款	392.49	233.53	179.08
坏账准备合计	617.34	542.49	464.71

由于公司在日常结算中主要采用预收货款和应收票据的方式，仅给予部分客户单位一定额度的信用期限，因此公司日常销售形成的期末应收账款的余额较小，并随具体客户情况有所波动。公司应收账款管理严格，账龄大部分在一年以内，坏账准备计提充分。

公司根据应收款项的质量及历年应收款项实际回收情况，制定了符合自身特点的坏账准备计提政策。公司应收款项坏账准备计提比例与同行业上市公司对照如下：

公司名称	账龄					
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
泸州老窖	5%	10%	20%	40%	80%	100%
古井贡酒	5%	10%	50%	100%	100%	100%
酒鬼酒	5%	10%	15%	25%	30%	50%
五粮液	5%	10%	15%	20%	20%	20%
洋河股份	5%	10%	30%	50%	80%	100%
金种子酒	5%	10%	15%	100%	100%	100%
贵州茅台	5%	10%	30%	30%-50%	50%-80%	100%
老白干酒	5%	5%	5%	5%	5%	5%

公司名称	账龄					
	1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
沱牌舍得	5%	10%	30%	60%	60%	60%
水井坊	5%	10%	20%	30%	100%	100%
山西汾酒	10%	30%	50%	70%	70%	100%
今世缘	5%	10%	30%	50%	80%	100%
公司	5%	10%	30%	50%	80%	100%

从上表对比可以看出，公司应收款项的坏账准备计提比例，账龄在两年以内的与同行业上市公司相似，账龄在两年以上的比同行业上市公司更为谨慎稳健。

2、存货跌价准备计提情况

单位：万元

项目	2014. 12. 31	2013. 12. 31	2012. 12. 31
存货跌价准备	2,421.05	2,059.36	1,156.31

在资产负债表日，公司存货按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。

报告期各期末，部分包装材料因公司产品升级换代而预计不再使用，公司对该部分包装材料全额计提了存货跌价准备。除此之外，公司存货中的其他原材料、自制半成品、在产品和库存商品，不存在成本高于可变现净值的情况，因此未计提存货跌价准备。

3、其他资产减值准备

报告期各期末，公司固定资产、在建工程、无形资产不存在可能发生减值的迹象，无需计提减值准备。

（三）负债构成及负债情况分析

截至报告期末，占负债比重较大的主要为短期借款、应付票据、应付账款和应交税费等，各类负债金额及结构具体情况如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31		2013. 12. 31		2012. 12. 31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	18,000.00	13.02%	29,600.00	18.13%	33,600.00	23.39%
应付票据	25,208.00	18.23%	39,304.00	24.07%	28,667.00	19.96%
应付账款	18,839.76	13.62%	20,092.39	12.30%	19,936.02	13.88%
预收款项	17,010.00	12.30%	27,670.19	16.95%	26,587.82	18.51%

应付职工薪酬	757.00	0.55%	758.31	0.46%	919.74	0.64%
应交税费	17,629.77	12.75%	20,875.33	12.78%	18,030.90	12.55%
其他应付款	22,834.07	16.51%	18,986.44	11.63%	9,913.04	6.90%
一年内到期的非流动负债	6,000.00	4.34%	-	-	-	-
流动负债合计	126,278.60	91.32%	157,286.66	96.33%	137,654.52	95.82%
长期借款	12,000.00	8.68%	6,000.00	3.67%	6,000.00	4.18%
非流动负债合计	12,000.00	8.68%	6,000.00	3.67%	6,000.00	4.18%
负债合计	138,278.60	100.00%	163,286.66	100.00%	143,654.52	100.00%

1、短期借款

2012年末至2014年末，公司短期借款分别为33,600.00万元、29,600.00万元和18,000.00万元，占负债的比例分别为23.39%、18.13%和13.02%，具体构成如下所示：

单位：万元

项目	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
信用借款	3,000.00	9,350.00	11,000.00
抵押借款	15,000.00	20,250.00	22,600.00
合计	18,000.00	29,600.00	33,600.00

截至报告期末，公司短期借款的具体情况，详见本招股说明书“第十四节 其他重要事项”之“二、重大合同”之“（三）借款合同”。

报告期内，公司严格按照银行借款合同的约定提取借款、支付货款并按期归还借款，符合《流动资金贷款管理暂行办法》（银监会令[2010]1号）关于借款用途、风险控制、发放和支付、贷后管理等方面的规定，公司不存在将流动资金贷款用于固定资产投资的情形。

公司银行信用良好，不存在银行贷款本金或利息逾期支付的情形。

2、应付票据

作为公司资金管理措施之一，公司在日常采购中，较大幅度的采用银行承兑汇票作为支付方式，因此公司应付票据余额较高，公司报告期各期末应付票据均为银行承兑汇票。2012年末至2014年末，公司应付票据分别为28,667.00万元、39,304.00万元和25,208.00万元，占负债的比例分别为19.96%、24.07%和18.23%。

截至报告期末，公司应付票据中无应付持有本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位的票据。公司应付其他关联方的票据，详见本招股说明书“第六

节 同业竞争与关联交易”之“二、关联交易”之“(二)报告期内的关联交易”。

3、应付账款

公司应付账款主要是各期末尚未支付的采购款项，2012 年末至 2014 年末，公司应付账款分别为 19,936.02 万元、20,092.39 万元和 18,839.76 万元，占负债的比例分别为 13.88%、12.30%和 13.62%。

公司应付账款基本稳定，主要是公司未支付的粮食、包装材料等原材料采购款。截至报告期末，公司应付账款中无应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。公司应付其他关联方的余额，详见本招股说明书“第六节 同业竞争与关联交易”之“二、关联交易”之“(二)报告期内的关联交易”。

4、预收款项

公司预收款项主要是销售过程中预收客户货款。2012 年末至 2014 年末，公司预收款项分别为 26,587.82 万元、27,670.19 万元和 17,010.00 万元，占负债的比例分别为 18.51%、16.95%和 12.30%。

2013 年末，公司预收款项较 2012 年末增长了 1,082.37 万元，增幅为 4.07%，变化不大；2014 年末，公司预收款项较 2013 年末减少了 10,660.19 万元，降幅为 49.15%，主要原因是 2014 年末距离春节时间较长，经销商尚未进入备货高峰期，因此公司收到的预收货款有所减少，使得 2014 年末预收款项降幅较大。

5、应付职工薪酬

公司应付职工薪酬余额较小，主要是年末应付职工的奖金、两项经费等。2012 年末至 2014 年末，公司应付职工薪酬分别为 919.74 万元、758.31 万元和 757.00 万元，占负债的比例分别为 0.64%、0.46%和 0.55%。

公司结合自身生产和销售特点、参照同行业企业，制定了适合自身的有竞争力的薪酬制度：针对董事监事高级管理人员，公司主要以同行业企业同等人员薪酬水平为参考，结合公司各年经营情况，逐一确定其年度薪酬水平；针对中层管理人员，公司根据各中层管理人员的职务制定了其基础薪酬，并结合年度/季度考核来确定其绩效薪酬，主要参考指标包括该岗位的重要性、工作量、工作难度、岗位业绩等；针对销售相关人员，公司制定了底薪加考核激励的薪酬制度，根据销售收入及回款情况、市场考核指标等，综合确定销售相关人员的薪酬水平；针对其他基层员工，公司制定了符合当地工资水平的薪酬制度，根据员工所属岗位

的重要性、专业程度、工龄等因素，分类确认基层员工的薪酬水平。

报告期内，公司按类别划分各类员工的平均收入水平如下：

单位：万元

类别	2014年	2013年	2012年
董事监事高级管理人员	33.7	60.8	72.8
中层管理人员	5.9	5.0	4.6
销售相关人员	10.5	15.0	14.7
其他基层员工	3.6	3.4	3.0

根据淮北市人力资源和社会保障局公布的人力资源市场指导工资中位数，中层管理人员指导工资区间约在 3-5 万元/年，除 IT、法律、其他特殊岗位外的普通基层员工指导工资区间约在 2-4 万元之间/年。与上述指导工资中位数相比，公司员工的平均工资水平在当地处于中上水平。

报告期内，公司中层、基层员工平均工资水平持续增长，未来公司将继续提高员工的整体薪酬水平，通过制定更为有竞争力的薪酬政策、激励制度，吸引更多优秀人才加入公司，充分调动各部门、各层级员工的积极性，提高生产效率，扩大销售成果，提升公司整体管理水平，使员工与公司共同发展，为投资者创造更多价值。

6、应交税费

公司应交税费主要是应交企业所得税、增值税、消费税等，2012 年末至 2014 年末，应交税费分别为 18,030.90 万元、20,875.33 万元和 17,629.77 万元，占负债的比例分别为 12.55%、12.78%和 12.75%。报告期各期末，公司应交税费余额基本稳定。

公司应交税费的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
企业所得税	8,447.09	7,965.42	4,568.30
增值税	3,743.25	4,788.96	5,097.44
消费税	4,014.54	6,088.30	6,586.66
城建税	622.37	952.44	880.72
教育费附加	444.98	597.95	629.62
其他	357.54	482.25	268.16
合计	17,629.77	20,875.33	18,030.90

7、其他应付款

公司其他应付款主要为应付的信誉保证金、业务及促销费、工程设备款等。2012年末至2014年末，其他应付款余额分别为9,913.04万元、18,986.44万元和22,834.07万元，占负债的比例分别为6.90%、11.63%和16.51%。2013年末，其他应付款较2012年末增加了9,073.40万元，增幅为91.53%，主要是因为2013年公司工程建设规模较大，使应付工程款大幅增加所致。2014年末，其他应付款较2013年末变化不大。

其他应付款的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
工程设备款	10,757.67	9,175.38	4,138.39
信誉保证金	6,903.45	6,220.88	4,159.77
应付业务及促销费	4,430.03	3,058.65	1,136.55
往来款及其他	742.91	531.53	478.33
合计	22,834.07	18,986.44	9,913.04

为了加强对各地市场和经销商的统一管理，公司对大部分经销商收取一定金额的信誉保证金，以约束经销商合规经营。2013年下半年，公司推出新产品口子美酒系列，为了加强对该产品的管理，要求经销商预订口子美酒需单独预交该产品的信誉保证金，经销商为了取得新产品的销售，相应的缴纳了上述保证金，因此2013年信誉保证金余额有所增长。

8、一年内到期的非流动负债

2012年末至2014年末，公司一年内到期的非流动负债分别为0、0和6,000.00万元，占负债的比例分别为0、0和4.34%。公司一年内到期的非流动负债主要是一年内到期的长期借款，详见本招股说明书“第十四节 其他重要事项”之“二、重大合同”之“（三）借款合同”。

9、长期借款

2012年末至2014年末，公司长期借款余额分别为6,000.00万元、6,000.00万元和12,000.00万元，占负债的比例分别为4.18%、3.67%和8.68%。截至报告期末，公司长期借款的具体情况，详见本招股说明书“第十四节 其他重要事项”之“二、重大合同”之“（三）借款合同”。

公司银行信用良好，不存在银行贷款本金或利息逾期支付的情形。

（四）偿债能力分析

报告期内，公司主要偿债指标如下：

项目	2014. 12. 31 或 2014 年	2013. 12. 31 或 2013 年	2012. 12. 31 或 2012 年
流动比率	1.75	1.47	1.47
速动比率	0.74	0.75	0.81
资产负债率（母公司）	49.66%	57.34%	62.31%
息税折旧摊销前利润（万元）	64,955.22	63,237.21	68,880.55
利息保障倍数	23.65	26.09	31.31

1、短期偿债能力

公司资产流动情况良好，短期偿债能力较强。报告期内，公司流动比率和速动比率与同行业上市公司的对比情况如下：

同行业上市公司流动比率比较表

公司名称	2013. 12. 31	2012. 12. 31
泸州老窖	3.54	2.21
古井贡酒	1.82	1.91
酒鬼酒	3.69	2.97
五粮液	5.25	2.77
洋河股份	1.63	1.79
金种子酒	2.71	3.23
贵州茅台	3.71	3.80
老白干酒	1.00	1.19
沱牌舍得	1.94	2.05
水井坊	3.63	2.67
山西汾酒	2.11	1.99
今世缘	2.27	1.89
同行业中位数	2.49	2.13
公司	1.47	1.47

同行业上市公司速动比率比较表

公司名称	2013. 12. 31	2012. 12. 31
泸州老窖	2.75	1.70
古井贡酒	1.29	1.50
酒鬼酒	1.76	1.99
五粮液	4.27	2.29
洋河股份	0.80	1.11
金种子酒	2.22	2.81

贵州茅台	2.66	2.79
老白干酒	0.07	0.18
沱牌舍得	0.20	0.55
水井坊	1.36	0.81
山西汾酒	1.15	1.41
今世缘	1.19	1.02
同行业中位数	1.33	1.29
公司	0.75	0.81

公司短期借款、应付票据等流动负债与同行业上市公司相比较高，致使流动比率和速动比率相对较低。

2、长期偿债能力

(1) 资产负债率

截至报告期末，公司资产负债率（母公司）为 49.66%。随着本次公开发行股票募集资金的到位，公司资产负债率将明显降低，财务风险将进一步得到有效控制，长期偿债能力及融资能力将进一步增强。

(2) 息税折旧摊销前利润和利息保障倍数

公司主营业务盈利能力和产生现金的能力较强，公司利息保障倍数也保持在 20 倍以上，说明公司经营情况良好，可以足额偿还借款利息，具有较高的长期偿债能力。

报告期内，公司不存在逾期贷款，保持了优良的银行信誉。公司具有较强的偿债能力，财务风险较小。

3、影响偿债能力的表外因素

公司信誉较好，未发生过到期未履行的负债义务。截至报告期末，银行给予公司尚未使用授信额度为约 10 亿元，对于未使用的信用额度，公司可以根据需要随时办理借款。

报告期末，公司无重大未决诉讼、长期租赁、分期付款合同等影响偿债能力的重大事项。

(五) 资产周转能力分析

公司资产周转能力较好，资金占用时间短。近三年公司应收账款周转率、存货周转率如下：

项目	2014年	2013年	2012年
应收账款周转率（次）	121.85	81.15	78.92
存货周转率（次）	0.60	0.88	1.18

1、应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率与同行业上市公司对比如下：

公司名称	2013年	2012年
泸州老窖	230.35	165.05
古井贡酒	642.37	184.19
酒鬼酒	195.58	380.49
五粮液	315.95	347.36
洋河股份	389.94	376.60
金种子酒	30.95	33.42
贵州茅台	3,299.14	2,639.79
老白干酒	786.45	776.16
沱牌舍得	33.09	53.68
水井坊	7.14	109.79
山西汾酒	612.05	612.05
今世缘	72.20	74.33
同行业中位数	273.15	246.26
公司	81.15	78.92

白酒行业上市公司中，除个别可比公司因自身经营情况变化使应收账款周转率较低外，白酒行业应收账款周转率普遍较高，这主要是因为行业销售模式所决定的，行业内普遍采取款到发货的方式，因此各可比公司期末应收账款余额均较小。公司对少部分信用良好的客户给予一定信用期和信用额度，形成一定数额的期末应收账款，但公司应收账款金额较小，占营业收入的比例也很低。

2、存货周转率

报告期内，公司存货周转率与同行业上市公司对比如下：

公司名称	2013年	2012年
泸州老窖	1.69	1.57
古井贡酒	1.49	1.80
酒鬼酒	0.29	0.63
五粮液	0.98	1.31
洋河股份	0.81	1.30
金种子酒	1.87	2.76
贵州茅台	0.20	0.24
老白干酒	0.86	0.89

沱牌舍得	0.30	0.48
水井坊	0.15	0.28
山西汾酒	0.92	0.92
今世缘	0.70	0.84
同行业中位数	0.84	1.06
公司	0.88	1.18

白酒企业在基酒产出后需进行陈化老熟储存,以提高白酒品质,上述生产特点使得白酒企业库存较大,主要就是处于陈化老熟阶段的自制半成品规模较大,因此同行业上市公司存货周转率普遍较低。公司存货周转率与同行业上市公司相比差别不大。

二、盈利能力分析

(一) 营业收入分析

报告期内,公司营业收入构成如下:

单位:万元

项目	2014.12.31		2013.12.31		2012.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	222,564.84	98.54%	241,272.50	98.59%	247,812.79	98.87%
其他业务收入	3,290.54	1.46%	3,442.62	1.41%	2,841.92	1.13%
合计	225,855.38	100.00%	244,715.12	100.00%	250,654.71	100.00%

公司主营业务收入占营业收入的98%以上。公司在白酒行业经营多年,具有丰富的白酒生产、销售经验,白酒生产工艺成熟,能够生产高中低档各系列产品,客户群体稳定。报告期内,公司其他业务收入主要是销售包装材料、酒糟等,占营业收入的比例较低。

1、收入确认的具体标准及合理性

(1) 收入确认的具体标准

公司自设立以来一直从事白酒的生产和销售,收入主要来源于白酒销售。其收入确认的具体标准为货物发出对方签收后确认收入。

(2) 收入确认标准的合理性

客户接受商品且签收后,商品所有权上的主要风险和报酬已经转移,与所有权相联系的继续管理权同时转移,公司没有对售出商品实施控制,相关收入的金

额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入企业，且相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，符合《企业会计准则》关于收入确认的相关要求。

2、主营业务收入构成

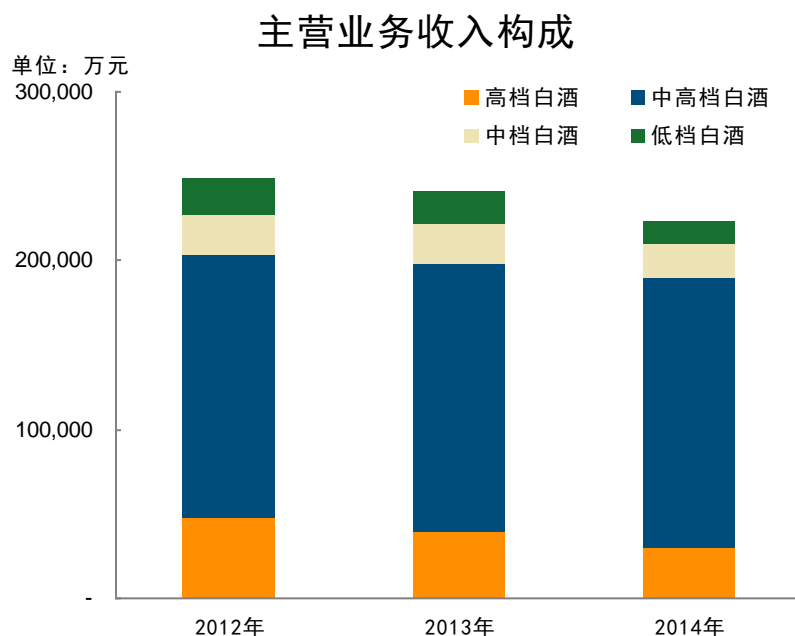
(1) 按产品类别划分的主营业务收入构成

公司产品以出厂价格划分，将售价在 20 万元/千升及以上的为高档产品，10 万元/千升至 20 万元/千升的为中高档产品，3 万元/千升至 10 万元/千升的为中档产品，其他为低档产品。

单位：万元

项目	2014 年		2013 年		2012 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
高档白酒	29,991.31	13.48%	38,664.13	16.03%	47,387.19	19.12%
中高档白酒	159,279.65	71.57%	159,246.45	66.00%	154,867.72	62.49%
中档白酒	20,024.81	9.00%	24,382.86	10.11%	24,691.05	9.96%
低档白酒	13,269.07	5.96%	18,979.07	7.87%	20,866.82	8.42%
合计	222,564.84	100.00%	241,272.50	100.00%	247,812.79	100.00%

报告期内公司主要产品的主营业务收入构成如下图所示：



报告期内，高档白酒和中高档白酒销售收入是公司主要的收入来源，2012年至2014年，二者收入占主营业务收入比例分别为81.62%、82.03%和85.04%，呈现逐年上升的趋势。随着我国国民经济的发展，人民群众的可支配收入水平逐年提高，对高品质的生活需求越来越大，作为公司高档白酒和中高档白酒的口子

窖系列，产品品质高，口感好，正好满足了消费趋势的这一变化，受到广大消费者的喜爱，因此，报告期内上述高档白酒和中高档白酒占销售收入的比例持续稳定在 80%以上并逐年上升。

(2) 按销售区域划分的主营业务收入构成

报告期内，公司按销售区域分类的营业收入构成如下：

单位：万元

项目	2014 年		2013 年		2012 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
安徽省内	160,106.37	71.94%	152,867.27	63.36%	151,273.57	61.04%
安徽省外	62,458.47	28.06%	88,405.24	36.64%	96,539.21	38.96%
合计	222,564.84	100.00%	241,272.50	100.00%	247,812.79	100.00%

公司在安徽省内具有较强的影响力，市场占有率相对较高，因此公司在安徽的销售收入占比较高。

(3) 销售数量及变化情况

单位：千升

项目	2014 年	2013 年	2012 年
高档白酒	1,054.83	1,365.73	1,331.55
中高档白酒	13,830.65	13,775.75	13,543.94
中档白酒	5,720.54	6,284.48	6,630.50
低档白酒	7,030.15	10,597.48	14,264.29
合计	27,636.17	32,023.44	35,770.28

(4) 销售单价及变化情况

单位：万元/千升

项目	2014 年	2013 年	2012 年
高档白酒	28.43	28.31	35.59
中高档白酒	11.52	11.56	11.43
中档白酒	3.50	3.88	3.72
低档白酒	1.89	1.79	1.46

3、主营业务收入变动

2012 年至 2014 年，公司主营业务收入增长变化如下：

单位：万元

项目	2014 年收入	2013 年收入	收入增长	增幅
高档白酒	29,991.31	38,664.13	-8,672.82	-22.43%
中高档白酒	159,279.65	159,246.45	33.20	0.02%

项目	2014 年收入	2013 年收入	收入增长	增幅
中档白酒	20,024.81	24,382.86	-4,358.05	-17.87%
低档白酒	13,269.07	18,979.07	-5,710.00	-30.09%
合计	222,564.84	241,272.50	-18,707.66	-7.75%

单位：万元

项目	2013 年收入	2012 年收入	收入增长	增幅
高档白酒	38,664.13	47,387.19	-8,723.07	-18.41%
中高档白酒	159,246.45	154,867.72	4,378.73	2.83%
中档白酒	24,382.86	24,691.05	-308.19	-1.25%
低档白酒	18,979.07	20,866.82	-1,887.75	-9.05%
合计	241,272.50	247,812.79	-6,540.28	-2.64%

2013 年，在经济增速放缓及国家限制“三公”消费等因素影响下，白酒行业面临较大困难，公司主营业务收入较 2012 年下降了 6,540.28 万元，主要是由于高档白酒的销售收入下降了 8,723.07 万元所致。2014 年，公司主营业务收入较 2013 年下降了 18,7707.66 万元，主要是除了中高档白酒外的其他各系列白酒收入均有不同程度的下降所致。

4、销量和销售价格对主营业务收入增长的影响

2012 年至 2014 年，公司各系列产品的销量和销售价格对收入增长的贡献情况如下：

产品名称	价格差异 (万元/千升)	销量差异 (千升)	价差的影响 (万元)	量差的影响 (万元)	收入增长 合计(万元)
2014 年 - 2013 年					
高档白酒	0.12	-310.90	166.74	-8,839.56	-8,672.82
中高档白酒	-0.04	54.90	-599.02	632.22	33.20
中档白酒	-0.38	-563.94	-2,383.98	-1,974.07	-4,358.05
低档白酒	0.10	-3,567.33	1,023.17	-6,733.16	-5,710.00
合计			-1,793.09	-16,914.57	-18,707.66
2013 年 - 2012 年					
高档白酒	-7.28	34.18	-9,690.82	967.76	-8,723.07
中高档白酒	0.13	231.81	1,698.99	2,679.74	4,378.73
中档白酒	0.16	-346.02	1,034.31	-1,342.50	-308.19
低档白酒	0.33	-3,666.81	4,679.16	-6,566.91	-1,887.75
合计			-2,107.65	-4,432.63	-6,540.28

2013 年，公司主营业务收入下降主要是由于高档白酒销售收入下降所致，其中高档白酒平均销售价格下降对收入下降的影响为 9,690.82 万元。2014 年，

公司主营业务收入下降主要是由于除了中高档白酒外的其他各系列白酒收入均有不同程度的下降所致，其中高档白酒和低档白酒销量减少对收入下降的影响分别为 8,839.56 万元和 6,733.16 万元。

5、酒糟、包装物销售情况

报告期内，公司酒糟销售情况如下：

项目	2014 年	2013 年	2012 年
销售收入（万元）	1,511.11	1,675.96	1,099.66
销售数量（吨）	71,737.49	85,500.78	78,893.94
销售成本（万元）	-	-	-
销售毛利（万元）	1,511.11	1,675.96	1,099.66
销售毛利率	100.00%	100.00%	100.00%

公司生产过程中，因酒糟属于生产白酒后的废弃料，金额较小，公司销售酒糟不属于公司主营业务，为便于核算，公司在日常生产中不再核算上述酒糟的成本，直接纳入白酒生产成本核算，故酒糟销售成本为 0。

报告期内，公司包装材料销售情况如下：

项目	2014 年	2013 年	2012 年
销售收入（万元）	1,148.45	1,233.18	1,176.31
销售数量（万个）	671.84	721.41	688.14
销售成本（万元）	798.26	864.31	805.47
销售毛利（万元）	350.18	368.88	370.84
销售毛利率	30.49%	29.91%	31.53%

报告期内，公司废旧包装材料、边角料销售情况如下：

项目	2014 年	2013 年	2012 年
销售收入（万元）	171.78	225.19	284.44
销售数量（万个）	-	-	-
销售成本（万元）	168.15	32.14	172.78
销售毛利（万元）	3.62	193.05	111.66
销售毛利率	2.11%	85.73%	39.26%

由于废旧包装材料、边角料较为杂乱，金额不大，公司未单独核算其数量。

6、促销情况

（1）促销模式

公司根据区域特性及市场发展的需要，由各地业务人员与经销商协商拟定促销方案，由分管领导审核后，上报公司总经理审批后实施，由业务人员和公司市场督查人员跟踪核查实施情况。具体促销模式包括公司承担促销费用和公司给予

经销商销售折扣等形式。

为了促进公司产品的销售，公司存在给经销商销售折扣的情形，但不存在给经销商现金、实物返利的情形。

按照《增值税暂行条例》及其《实施细则》的规定，“纳税人采取折扣方式销售货物，如果销售额和折扣额在同一张发票上分别注明的，可以按折扣后的销售额征收增值税；如果将折扣额另开发票，不论其在财务上如何处理，均不得从销售额中减除折扣额。”

公司对经销商的销售折扣都是企业为促进商品销售而给予的价格折扣，销售额和折扣额在同一张发票上分别注明，公司按实际销售额缴纳增值税，因此不存在少缴增值税相关的税务风险。

报告期内，公司不存在使用产品或者其他存货直接抵顶广告费用的情况。

（2）公司承担促销费用模式及财务处理

公司根据每年的经营情况、上一年度促销效果以及对未来的销售形势判断，制定下一年度的促销员费用的计划控制额度，由各经销商根据自身销售区域的市场情况，向公司提交预算总额。公司在具体实施过程中，结合各经销商实际促销效果与费用发生情况，进行综合考核后，相应动态调整促销费用的规模，以达到促销费用对销售增长促进作用最大化的目的。

公司要求经销商在具体执行促销活动之前，需向公司提交促销活动计划报告，由公司审批促销人员的数量、费用总额控制等，同时确定公司需要承担的费用比例，并要求经销商同时配比使用促销人员金额，使公司和经销商共同利益目标一致。

经销商发生上述费用后，需将具体实施情况交由公司相关部门审批，对其实施的合规性、效果和费用情况进行审批，并由经销商提供相关促销人员的劳务发票后到公司报销。如果经销商违反了公司关于促销费用管理的规定，公司将不予报销相关费用，并扣除经销商缴纳的保证金作为处罚。

（3）销售折扣模式及财务处理

①投放奖卡情况

公司对奖卡投放金额进行总量控制，经销商在产品销售并取得消费者兑换的奖卡后，向公司申报奖卡金额，经公司审批后给予销售折扣。

消费者一般会在较短的时间内向经销商兑付，从历史情况分析，公司所投放的奖卡回收率超过 90%，回收率较高且相对较为稳定。各年度经公司审批确认的奖卡兑奖比例与奖卡实际回收率的差异不大，因此，公司以实际审批确认的兑奖金额作为当期应兑现销售折扣金额，将当期应兑现销售折扣与当期实际兑现的差额，在期末进行暂估，冲减当期收入，同时确认相关负债。报告期内的期后发生金额和预提金额差异不大。具体情况如下：

1) 报告期内，公司奖卡投放及审批情况如下：

单位：万元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
奖卡投放金额	9,421.88	12,508.07	16,681.56
审批确认兑奖金额	8,759.35	11,634.46	15,255.15
比例	93%	93%	91%

2) 报告期各期末，公司将审批确认的销售折扣金额，扣除实际已向经销商兑现的部分，计入期末暂估：

单位：万元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
实际兑现奖卡折扣金额	7,310.85	8,971.33	13,234.10
预提销售折扣金额	1,448.50	2,663.13	2,021.06
合计	8,759.35	11,634.46	15,255.15

3) 报告期内，公司期后向经销商兑现的销售折扣金额与暂估金额差异情况如下：

单位：万元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
预提销售折扣金额	1,448.50	2,663.13	2,021.06
期后兑现情况	1,119.79	2,604.42	2,070.79
预提与期后发生金额差额	328.71	58.71	-49.74

从上表可以看到，公司预提的销售折扣金额与期后实际发生的金额差异不大。

②销售折扣情况

报告期内，公司销售折扣情况如下：

单位：万元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
审批金额	56,660.69	60,728.27	48,811.64
实际发生金额	52,821.22	57,125.82	48,437.58

项目	2014年	2013年	2012年
预提金额	3,839.47	3,602.45	374.06
期后发生金额	3,422.95	3,508.55	462.91
预提与期后发生金额差额	416.52	93.89	-88.85

公司对年度销售折扣总额进行控制，一般为百分之二十到三十之间，并根据各年的销售情况做相应的调整。因促销活动的审批过程存在滞后性，公司根据当年实际审批的促销活动折扣金额和预计期后审批的促销活动折扣金额之和，与当年营业收入对比分析，如果折扣比例在公司预定的范围，则通常将预计期后审批的金额计入当期销售折扣。公司在确定折扣总金额后，将折扣总金额与实际发生的折扣金额之差，按权责发生制原则，在期末计提对应的折扣额，冲减当期收入，同时确认相关负债。报告期内期后实际发生的折扣金额和预提金额没有重大差异。

报告期内奖卡投放总额逐年减少，主要是公司对促销形式进行调整，减少了奖卡投放，增加了销售折扣活动的力度，促销方式更为简明直接。

总体上，包括奖卡和销售折扣合计占销售收入的比例基本保持稳定，具体情况如下：

单位：万元

项目	2014年	2013年	2012年
奖卡	8,759.35	11,634.46	15,255.16
销售折扣	56,660.69	60,728.27	48,811.64
销售折扣合计	65,420.04	72,362.73	64,066.80
主营业务收入	222,564.84	241,272.50	247,812.79
销售折扣和主营业务收入合计	287,984.89	313,635.23	311,879.58
销售折扣合计占比	22.72%	23.07%	20.54%

(4) 相关内部控制情况

公司与经销商之间签署的销售合同所附的《厂商公约》中对促销费用和促销活动有原则性约定。

公司产品的日常销售主要由口子酒营销来组织实施。为了加强对公司促销相关事项的管理，公司制定了《促销活动管理原则》、《促销费用管理规定》、《促销费用管理规定的实施细则说明》、《促销资源有效使用监控办法》、《关于产品奖卡规范管理的通知》、《关于规范市场促销报告的相关规定》、《关于规范促销活动费用的通知》等一系列规章制度，对公司承担促销费用和折扣事项进行了全面的规范，包括促销方案申请、审批、实施、监控、效果评估、财务核算和罚则等，

并根据市场销售情况的变化,及时调整更新上述规章制度,使得公司制度能更为有效的管理日常销售活动。

为了对经销商形成有效约束,公司在与经销商签订销售合同的同时,要求经销商对公司制定的厂商公约盖章确认,以确保经销商在申请和执行促销活动过程中,能严格按照公司规章制度进行,提升促销活动的有效性。

经核查,报告期内,公司严格贯彻落实了上述规章制度,对促销费用和销售折扣按规定进行审批和财务处理,公司相关内控制度得到有效执行。

华普天健根据《中国注册会计师其他鉴证业务准则第 3101 号——历史财务信息审计或审阅以外的鉴证业务》,对公司相关内部控制制度进行了审核,并出具了《内部控制鉴证报告》(会审字[2015]0377 号),认为公司“根据财政部颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规范建立的与财务报告相关的内部控制于 2014 年 12 月 31 日在所有重大方面是有效的。”

(二) 营业成本分析

1、营业成本构成

报告期内,公司营业成本构成如下:

单位:万元

项目	2014. 12. 31		2013. 12. 31		2012. 12. 31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	72,064.15	98.45%	89,760.04	98.94%	94,900.18	98.91%
其他业务成本	1,137.59	1.55%	963.93	1.06%	1,049.74	1.09%
合计	73,201.74	100.00%	90,723.96	100.00%	95,949.92	100.00%

按产品类别划分的主营业务成本构成如下:

单位:万元

项目	2014. 12. 31		2013. 12. 31		2012. 12. 31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
高档白酒	6,264.26	8.69%	8,929.30	9.95%	9,849.00	10.38%
中高档白酒	44,276.50	61.44%	54,153.20	60.33%	52,891.37	55.73%
中档白酒	10,849.66	15.06%	12,967.59	14.45%	13,800.50	14.54%
低档白酒	10,673.74	14.81%	13,709.96	15.27%	18,359.30	19.35%
合计	72,064.15	100.00%	89,760.04	100.00%	94,900.18	100.00%

2、主要产品类别生产成本构成

报告期内，按公司主要产品类别高档白酒、中高档白酒、中档白酒、低档白酒分类的生产成本、单位成本及变化情况如下：

2014年

项目	直接材料 (万元)	人工费用 (万元)	制造费用 (万元)	生产成本合计 (万元)	产量 (千升)	单位成本 (万元/千升)
高档白酒	5,803.98	243.03	80.32	6,127.33	988.27	6.20
中高档白酒	40,686.78	3,129.06	963.54	44,779.39	14,096.49	3.18
中档白酒	9,663.38	1,226.39	306.24	11,196.00	5,752.56	1.95
低档白酒	9,139.70	1,356.56	278.47	10,774.73	6,796.75	1.59

2013年

项目	直接材料 (万元)	人工费用 (万元)	制造费用 (万元)	生产成本合计 (万元)	产量 (千升)	单位成本 (万元/千升)
高档白酒	9,289.57	278.80	97.59	9,665.95	1,432.20	6.75
中高档白酒	50,580.83	2,676.21	956.66	54,213.70	13,757.91	3.94
中档白酒	11,667.28	1,081.12	323.13	13,071.53	6,346.89	2.06
低档白酒	12,246.80	1,657.47	413.48	14,317.74	10,583.35	1.35

2012年

项目	直接材料 (万元)	人工费用 (万元)	制造费用 (万元)	生产成本合计 (万元)	产量 (千升)	单位成本 (万元/千升)
高档白酒	9,529.03	241.20	79.50	9,849.73	1,372.02	7.18
中高档白酒	49,722.99	2,346.14	759.70	52,828.82	13,593.83	3.89
中档白酒	12,600.11	894.95	249.47	13,744.54	6,605.31	2.08
低档白酒	16,447.18	1,595.55	331.60	18,374.33	13,829.63	1.33

从公司主要产品生产成本构成看，2013年以来为了应对白酒销售的市场形势，公司主动更换了部分中高档白酒的包装，采用更低成本的酒盒、酒瓶，降低了单位成本。中档白酒等报告期内单位成本变化不大。

3、公司生产成本和原材料价格变动分析

(1) 公司基酒生产成本与主要原材料价格变动分析

公司基酒生产所需要的主要原材料为高粱、小麦等粮食，是基酒生产成本的主要部分，2012年至2014年，公司主要原材料的采购单价变化如下：

单位：万元/吨

项目	2014年	2013年	2012年
高粱	0.27	0.29	0.25
小麦	0.26	0.27	0.23
其他	0.13	0.14	0.13

2012 年至 2014 年，公司基酒的生产成本变化如下：

项目	2014 年	2013 年	2012 年
基酒产量（吨）	17,666.75	18,876.40	18,710.78
基酒生产成本（万元）	31,910.25	35,386.60	32,343.54
单位成本（万元/吨）	1.81	1.87	1.73

由于报告期内公司所采购的原材料价格逐年上涨等因素，导致 2013 年以来公司基酒单位生产成本有所提高。

（2）公司成品酒生产成本与主要原材料价格变动分析

公司成品酒生产所需要的主要原材料为基酒及酒瓶、酒盒等各类外包装材料，是成品酒生产成本的主要部分。

2012 年至 2014 年，公司主要包装材料的采购单价变化如下：

项目	2014 年	2013 年	2012 年
瓶（万元/万个）	2.82	4.06	3.71
盒（万元/万个）	3.23	3.75	4.42
基酒单位成本（万元/吨）	1.81	1.87	1.73

2012 年至 2014 年，公司成品酒的生产成本变化如下：

项目	2014 年	2013 年	2012 年
成品酒产量（千升）	27,634.06	32,120.35	35,400.78
成品酒生产成本（万元）	72,877.45	91,268.93	94,797.42
单位成本（万元/千升）	2.64	2.84	2.68

2013 年以来，公司通过更换了部分中高档白酒的包装，采用更低成本的酒盒、酒瓶，降低了单位成本，减少了白酒行业整体不利局面对公司业绩的影响，公司通过采取上述成本控制措施，巩固了 2014 年的业绩。

公司报告期内，采购的包装材料占主营业务成本的比例如下：

单位：万元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
采购的包装材料	47,970.98	66,441.88	76,540.10
主营业务成本	72,064.15	89,760.04	94,900.18
占比	0.67	0.74	0.81

从上表可以看到，公司为了应对白酒行业的不利局面，2013 年以来，在不影响公司产品形象和包装质量的前提下，公司中高档白酒采用了更低成本的纸盒、玻璃瓶，使得报告期内包装材料占营业成本的比例呈下降趋势。

2013 年以来，公司向纸盒、玻璃瓶类供应商的采购情况如下：

单位：万个、万元

项目	产品类别	2013年		2014年	
		数量	金额	数量	金额
吴桥景博玻璃制品有限公司	玻璃瓶	462.28	913.39	1,411.99	2,814.17
安徽鑫民玻璃制品有限公司	玻璃瓶	1,319.74	2,033.10	1,612.18	3,255.68
淮北市佳瑞印刷包装有限公司	纸盒	1,868.37	5,169.53	2,183.92	6,901.60
淮北市乾龙包装制品有限公司	纸盒	511.34	1,439.77	1,051.93	2,776.37
合计			9,555.79		15,747.82

公司自2013年第四季度开始，加大了对玻璃瓶、纸盒类材料的采购金额，用以替换陶瓷、铁盒类材料，主要替换了中高档白酒的包装，

具体从中高档白酒的生产成本中包装材料使用和产量对比构成变化情况看：

项目	2014年	2013年	2012年
包装物材料(万元)	31,729.61	39,928.87	40,094.64
中高档成品酒产量(千升)	14,096.49	13,757.91	13,593.83
单位成本(万元/千升)	2.25	2.90	2.95

从上表可以看到，中高档白酒包装物总成本和单位成本逐年下降，2013年四季度公司开始替换包装物，当年效果尚不明显，至2014年中高档白酒全面替换，当年节省包装物成本约8200万元，其中纸盒替换铁盒，平均每个节约成本约2-2.4元，2014年共替换约2,300万个包装盒，节约成本约5,000万元；玻璃瓶替换陶瓶，平均每个节约成本约3-5元，2014年共替换约900万个酒瓶，节约成本约3,000万元。节约的成本为公司带来了较为显著的经济效益。

经查阅同行业上市公司年报，2014年山西汾酒、五粮液、水井坊等不同程度的披露了原材料、营业成本下降的情况。公司主要对中高档白酒的酒瓶、酒盒材质进行了更换，主要包括铁盒更换为纸盒、陶瓶更换为玻璃瓶等，虽然上述包装材料的材质进行了更换，但是产品的外包装装饰、造型、颜色等均未发生重大变化，对公司产品形象影响较小。此外，使用过的纸盒、玻璃瓶等包装可供环保相关产业回收利用，通过更换包装也提升了公司产品的环境友好度。

(三) 主营业务毛利分析

1、主营业务毛利及变化情况

2012年至2014年，公司主营业务毛利及其变化情况如下：

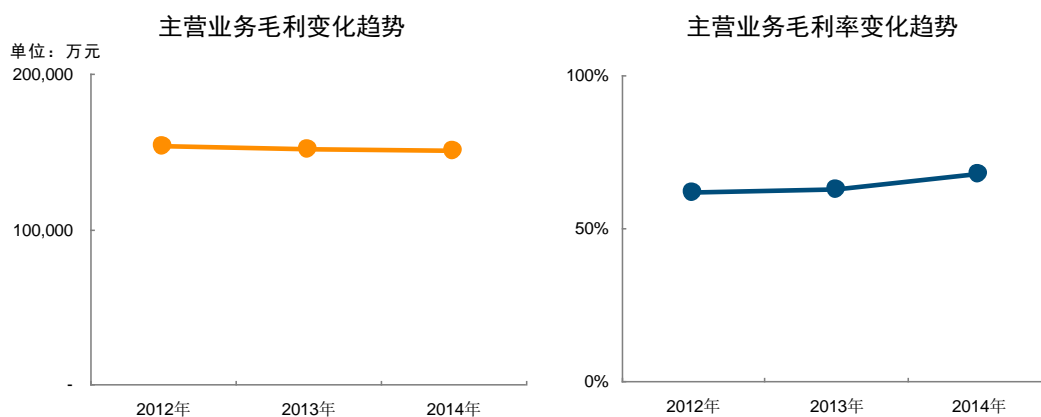
单位：万元

项目	2014年毛利	占比	2013年毛利	占比	毛利增长	增幅
高档白酒	23,727.05	15.77%	29,734.83	19.63%	-6,007.78	-20.20%
中高档白酒	115,003.16	76.41%	105,093.25	69.36%	9,909.90	9.43%
中档白酒	9,175.15	6.10%	11,415.27	7.53%	-2,240.12	-19.62%
低档白酒	2,595.34	1.72%	5,269.11	3.48%	-2,673.78	-50.74%
合计	150,500.70	100.00%	151,512.47	100.00%	-1,011.77	-0.67%

单位：万元

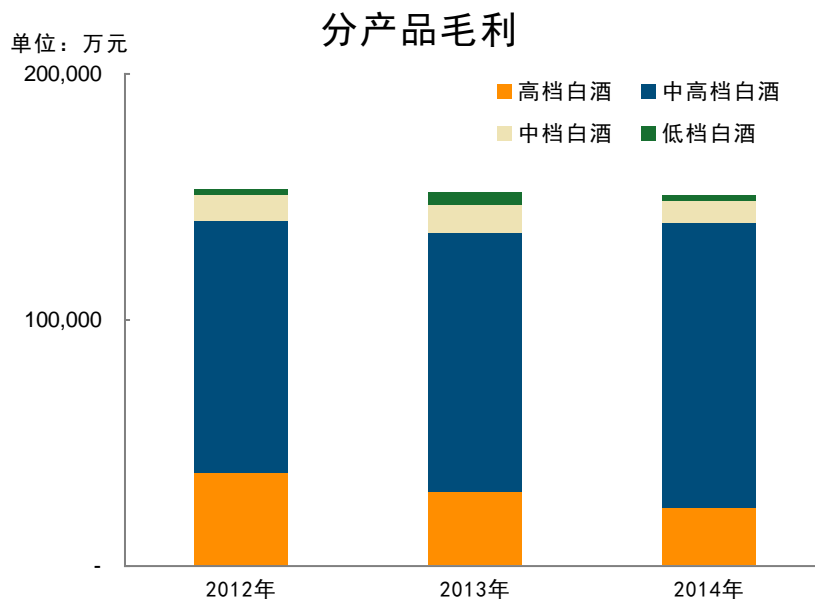
项目	2013年毛利	占比	2012年毛利	占比	毛利增长	增幅
高档白酒	29,734.83	19.63%	37,538.19	24.55%	-7,803.36	-20.79%
中高档白酒	105,093.25	69.36%	101,976.35	66.69%	3,116.91	3.06%
中档白酒	11,415.27	7.53%	10,890.55	7.12%	524.72	4.82%
低档白酒	5,269.11	3.48%	2,507.53	1.64%	2,761.59	110.13%
合计	151,512.47	100.00%	152,912.61	100.00%	-1,400.14	-0.92%

报告期内，公司主营业务毛利及毛利率总体变化趋势如下图所示：



从上图分析看，由于受到行业不利因素影响，公司报告期内主营业务毛利有所下降。报告期内，主营业务毛利率则稳中有增。2013年至2014年，公司主营业务收入虽有所下降，但公司加强了成本控制，在保证产品质量的前提下，对部分产品的包装材料进行了调整，以纸盒代替铁盒，降低了产品包装成本，取得了较好的经济效益，毛利率有所上升。

报告期内，公司各系列产品对主营业务毛利的贡献如下图所示：



从上图可以看到，报告期内，高档白酒和中高档白酒对主营业务毛利的贡献最大，超过主营业务毛利的80%。高档白酒和中高档白酒具有较高的附加值，受到市场的普遍欢迎。通过增加白酒的贮藏期、改进陈化工艺、改善口感等方式，公司主打产品不断推陈出新，为主营业务收入贡献了较大比例的毛利。

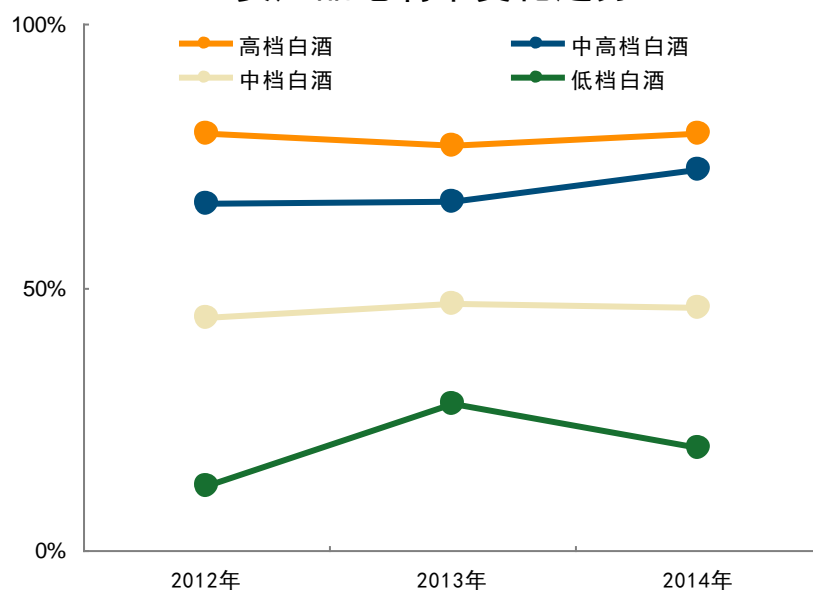
2、毛利率变化情况

报告期内，公司主营业务毛利率情况如下表：

项目	2014年	2013年	2012年
高档白酒	79.11%	76.91%	79.22%
中高档白酒	72.20%	65.99%	65.85%
中档白酒	45.82%	46.82%	44.11%
低档白酒	19.56%	27.76%	12.02%
主营业务毛利率	67.62%	62.80%	61.70%
综合毛利率	67.59%	62.93%	61.72%

公司分产品的毛利率变化情况如下图：

主要产品毛利率变化趋势



报告期内，公司高档白酒和中档白酒的毛利率基本保持稳定，而低档白酒毛利率 2013 年有所提高，主要是因为 2013 年公司提高了适销对路的低档白酒的销售价格，致使 2013 年低档白酒的毛利率有所提高。2013 年以来，公司为了应对白酒销售的市场形势，公司主动更换了部分中高档白酒的包装，采用更低成本的酒盒、酒瓶，降低了单位成本，取得了较好的经济效益，中高档白酒、高档白酒毛利率有所提升。

由于公司高档白酒占收入的比例较高，低档白酒占收入的比例较低，主营业务毛利主要是由高档白酒的毛利贡献的，而高档白酒能够保持比较稳定的毛利率水平，因此总体上，公司主营业务毛利率和综合毛利率较为稳定，变化不大。

2012 年至 2013 年高档白酒收入、成本、销量和毛利率变化情况

项目	2013 年	2012 年
销售收入 (万元)	38,664.13	47,387.19
销售成本 (万元)	8,929.30	9,849.00
销量 (千升)	1,365.73	1,331.55
单位价格 (万元/千升)	28.31	35.59
单位成本 (万元/千升)	6.54	7.40
毛利率	76.91%	79.22%

公司高档白酒主要包括三十年型口子窖、二十年型口子窖、十年型口子窖等，单位售价较高，分别定位于白酒消费的超高端市场、高端市场和中高端市场。2012 年 12 月起，中央陆续实施了一系列控制“三公”消费的政策，对白酒市场需求

和白酒生产企业产生了较大影响，主要依赖公务消费和高端商务消费的高端、超高端白酒销售下挫。为了应对白酒市场的销售不利局面，公司主动调整了产品销售结构，减少了二十年型口子窖、三十年型口子窖等超高端白酒的销售，主动加大十年型口子窖的生产和销售，通过上述产品结构调整，公司高档白酒平均单价、平均成本均有所下降，销售价格从 2012 年的 35.59 万元/千升下降到 2013 年的 28.31 万元/千升，下降了 7.28 万元/千升，降幅为 20.45%，单位成本从 2012 年的 7.40 万元/千升下降到 6.54 万元/千升，降幅为 0.86 万元/千升，降幅为 11.61%。上述因素综合导致公司高档白酒毛利率从 2012 年的 79.22% 下降到 2013 年的 76.91%，下降了 2.31%。

2012 年至 2013 年中高档白酒收入、成本、销量和毛利率变化情况

项目	2013 年	2012 年
销售收入（万元）	159,246.45	154,867.72
销售成本（万元）	54,153.20	52,891.37
销量（千升）	13,775.75	13,543.94
单位价格（万元/千升）	11.56	11.43
单位成本（万元/千升）	3.93	3.91
毛利率	65.99%	65.85%

公司中高档白酒主要包括五年型口子窖、六年型口子窖等面向中端市场的产品，是公司销售的主导产品，占公司白酒销售收入的 60% 以上。2012 年至 2013 年，公司中高档白酒单位价格、单位成本等变化不大，主要是公司该类产品定位于普通消费者市场，市场售价合理，在安徽省内有较强的知名度，属于老百姓日常消费用酒，与二十年型口子窖等高档白酒的定位不同，不属于商务、政务接待用酒，五年型口子窖、六年型口子窖等中高档白酒受高端白酒市场价格下滑的影响相对较小，毛利率较为稳定。

3、同行业对比分析

报告期内，公司综合毛利率与同行业上市公司对比分析如下：

公司名称	2013 年	2012 年
泸州老窖	56.98%	65.65%
古井贡酒	69.78%	70.91%
酒鬼酒	71.11%	78.36%
五粮液	73.26%	70.53%
洋河股份	60.42%	63.56%
金种子酒	66.04%	64.88%

贵州茅台	92.90%	92.27%
老白干酒	50.72%	53.92%
沱牌舍得	60.41%	60.33%
水井坊	69.93%	80.82%
山西汾酒	75.07%	74.77%
今世缘	70.58%	71.73%
同行业中位数	69.86%	70.72%
公司	62.93%	61.72%

从上表对比数据看，同行业上市公司中除了贵州茅台具有极高的毛利率以外，公司的综合毛利率与在其他同行业上市公司差别不大，并且保持了较为稳定的变化趋势，体现出公司在多年经营的基础上，已经形成了比较成熟的产销体系，业绩增长较为稳定。

（四）主要原材料价格波动对公司经营的影响及敏感性分析

1、主要原材料价格变动敏感性分析

假设主要原材料价格上涨未引起产品销售价格、销量及其他因素变动，对主营业务销售毛利及主营业务毛利率影响的敏感性分析如下：

项目	财务指标	2014年	2013年	2012年
报告期已实现的主营业务数据	毛利(万元)	150,500.70	151,512.47	152,912.61
	毛利率	67.62%	62.80%	61.70%
主要原材料价格上涨 1%后的 主营业务数据	毛利(万元)	149,943.43	150,787.45	152,124.75
	毛利率	67.37%	62.50%	61.39%
主要原材料价格上涨 1%后 引起主营业务毛利减少	毛利(万元)	-557.27	-725.01	-787.86
	毛利率	-0.25%	-0.30%	-0.32%

上表数据显示，若公司产品价格及销量不随原材料价格变化，报告期内主要原材料采购价格均上涨 1%，则引起主营业务毛利率反向变动 0.25%-0.32%。公司产品毛利率较高，原材料价格变动对主营业务毛利率变动的影响较小。

2、销售价格敏感性分析

假设销售价格上涨 1%，其他因素均不发生变化，在该假设的基础上，对主营业务销售毛利及主营业务毛利率影响的敏感性分析如下：

项目	财务指标	2014年	2013年	2012年
报告期已实现的主营业务数据	毛利(万元)	150,500.70	151,512.47	152,912.61
	毛利率	67.62%	62.80%	61.70%
产品销售价格上涨 1%后的	毛利(万元)	152,726.35	153,925.19	155,390.74

	毛利率	67.94%	63.17%	62.08%
产品销售价格上涨 1%后引起主营业务毛利增加	毛利(万元)	2,225.65	2,412.73	2,478.13
	毛利率	0.32%	0.37%	0.38%

上表数据显示,若公司产品成本不随产品价格调整,报告期内主要产品价格均上涨 1%,则引起主营业务毛利率同向变动 0.32%-0.38%。公司产品毛利率较高,产品价格变动对主营业务毛利率变动的影响较小。

(五) 营业税金及附加分析

目前,国家对公司所生产和销售的白酒执行 20%的从价计征消费税和 0.5 元/500 毫升从量计征消费税,因此公司作为白酒产量和销量较大的企业,报告期内的消费税及城建税、教育费附加金额也较大。2012 年至 2014 年,公司主营业务税金的具体构成如下:

单位:万元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
消费税	29,220.86	32,122.86	33,835.67
营业税	21.86	12.04	9.95
城建税	3,660.42	3,966.08	4,727.41
教育费附加	2,617.31	2,836.86	3,117.35
其他	0.67	0.75	0.59
合计	35,521.13	38,938.59	41,690.95
占营业收入的比例	15.73%	15.91%	16.63%

从营业税金及附加的构成情况看,绝大部分为消费税,占营业税金及附加的比例超过 80%。

2012 年至 2014 年,,营业税金及附加占营业收入的比例分别为 16.63%、15.91% 和 15.73%,基本保持稳定。

公司流转税税负水平(营业税金及附加与营业收入的比值)与同行业上市公司具体对比情况如下:

公司名称	2013 年	2012 年
泸州老窖	4.05%	6.20%
古井贡酒	13.78%	15.22%
酒鬼酒	14.69%	14.23%
五粮液	7.48%	7.37%
洋河股份	1.25%	1.40%

金种子酒	15.26%	15.21%
贵州茅台	9.03%	9.72%
老白干酒	13.46%	12.66%
沱牌舍得	11.35%	9.52%
水井坊	16.02%	9.32%
山西汾酒	16.27%	16.71%
今世缘	9.85%	9.89%
中位数	12.40%	9.81%
公司	15.91%	16.63%

根据《国家税务总局关于部分白酒消费税计税价格核定及相关管理事项的通知》（国税函〔2009〕416号）、《关于部分白酒消费税计税价格核定及相关管理事项的通知》（皖国税函〔2009〕196号）的规定，安徽省国家税务局对生产企业消费税计税价格低于销售单位对外销售价格60%以下的白酒，统一按销售单位对外销售价格的60%核定消费税最低计税价格；生产企业消费税计税价格在销售单位对外销售价格60%以上70%以下的白酒，按照生产企业申报的价格核定消费税最低计税价格。

公司与同处安徽省内的古井贡酒、金种子酒相比，流转税负水平差别不大。

（六）期间费用分析

1、期间费用的构成及变动情况

报告期内，公司期间费用具体构成和变动情况如下：

单位：万元

项目	2014. 12. 31		2013. 12. 31		2012. 12. 31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
销售费用	40,516.88	67.40%	41,573.21	71.17%	36,091.09	70.40%
管理费用	17,862.30	29.71%	15,531.22	26.59%	13,887.21	27.09%
财务费用	1,736.76	2.89%	1,310.97	2.24%	1,290.49	2.52%
期间费用合计	60,115.94	100.00%	58,415.40	100.00%	51,268.79	100.00%
期间费用率	26.62%		23.87%		20.45%	

报告期内，公司期间费用率与同行业上市公司对比情况如下：

公司名称	2013年	2012年
泸州老窖	8.98%	10.04%
古井贡酒	38.05%	32.89%
酒鬼酒	55.75%	27.32%

五粮液	19.50%	12.79%
洋河股份	14.83%	15.49%
金种子酒	41.22%	16.83%
贵州茅台	13.79%	11.37%
老白干酒	31.75%	31.95%
沱牌舍得	46.23%	25.84%
水井坊	112.30%	39.40%
山西汾酒	34.95%	27.23%
今世缘	24.62%	26.90%
同行业中位数	33.35%	26.37%
公司	23.87%	20.45%

公司结合自身经营情况，制定了较为严格的费用管理政策，除了酒类行业激烈竞争环境下必须开支的广告宣传、促销等以外，对其他费用进行了有效的管理控制，因此与同行业上市公司相比，公司期间费用率略低。

2、销售费用

2012年至2014年，公司销售费用分别为36,091.09万元、41,573.21万元和40,516.88万元，占营业收入的比例分别为14.40%、16.99%和17.94%。公司销售费用的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2014年	2013年	2012年
广告宣传费	26,663.73	25,211.59	21,204.50
促销费	5,556.43	6,655.78	6,437.36
业务费	2,517.44	3,866.23	3,516.40
装卸运输费	1,825.77	1,923.93	1,943.92
职工薪酬	1,804.75	1,804.94	1,478.35
车辆使用费	608.23	708.42	632.65
会议办公差旅及招待费	899.01	854.53	595.17
其他	641.53	547.78	282.73
合计	40,516.88	41,573.21	36,091.09
销售费用率	17.94%	16.99%	14.40%

2013年，公司为了应对行业不利影响，加大了广告宣传等营销费用的投入，致使销售费用较2012年增加5,482.11万元，销售费用率亦增长到16.99%；2014年，公司销售费用较2013年变化不大。

报告期内，公司运输费用和销量的对比情况如下：

项目	2014年	2013年	2012年
----	-------	-------	-------

项目	2014年	2013年	2012年
运输费(万元)	1,349.99	1,583.74	1,498.42
成品酒销量(千升)	27,636.17	32,023.44	35,770.28
单位运费(万元/千升)	0.05	0.05	0.04

报告期内,公司单位运费逐年上涨,主要是因为运输行业成本逐年上涨导致单位运价提高。

报告期内,公司销售费用率与同行业上市公司具体对比情况如下:

公司名称	2013年	2012年
泸州老窖	6.52%	5.75%
古井贡酒	27.93%	25.64%
酒鬼酒	39.45%	19.58%
五粮液	13.68%	8.30%
洋河股份	9.24%	10.28%
金种子酒	37.22%	13.45%
贵州茅台	6.01%	4.63%
老白干酒	23.85%	24.51%
沱牌舍得	31.28%	14.45%
水井坊	75.44%	28.64%
山西汾酒	27.38%	21.27%
今世缘	19.18%	21.54%
同行业中位数	25.62%	17.02%
公司	16.99%	14.40%

同行业上市公司中,除了贵州茅台、泸州老窖等全国知名白酒销售费用率较低外,公司销售费用率略低于同行业中位数水平,主要原因即公司有效控制了除了白酒竞争必须的广告宣传、促销等支出以外的其他费用的规模,提升公司整体盈利水平。

公司广告费用率与同行业上市公司具体对比情况如下:

公司名称	2013年	2012年
泸州老窖	1.58%	1.58%
古井贡酒	10.27%	8.87%
酒鬼酒	25.87%	8.71%
五粮液(注)	-	-
洋河股份	2.62%	4.90%
金种子酒	13.71%	8.17%
贵州茅台	5.37%	3.98%
老白干酒	17.63%	12.79%

沱牌舍得	23.40%	11.30%
水井坊	66.94%	26.08%
山西汾酒	15.74%	11.78%
今世缘	13.53%	8.87%
同行业中位数	13.71%	8.87%
公司	10.30%	8.46%

注：该公司未单独披露广告费用，故未纳入比较范围。

白酒行业竞争激烈，广告投入占各同行业公司销售费用的比例较大，公司根据市场竞争和自身经营情况，制定了和同行业中间水平相似的广告费用政策，并根据各年变化适当调整。总体上，公司广告费用投入占销售收入的比例与同行业中位数相比差别不大。

公司促销及宣传费用率与同行业上市公司具体对比情况如下：

公司名称	2013年	2012年
泸州老窖	0.38%	0.31%
古井贡酒	5.35%	4.81%
酒鬼酒	2.29%	5.64%
五粮液（注）	-	-
洋河股份（注）	-	-
金种子酒	20.80%	3.02%
贵州茅台（注）	-	-
老白干酒	0.90%	5.07%
沱牌舍得	0.30%	0.22%
水井坊（注）	-	-
山西汾酒	1.80%	1.87%
今世缘	8.62%	12.51%
中位数	2.05%	3.92%
公司	2.72%	2.57%

注：该公司未单独披露促销及宣传费用，故未纳入比较范围。

从同行业上市公司已披露的促销及宣传费用情况看，公司促销及宣传费用率较行业中间水平差别不大。

3、管理费用

2012年至2014年，公司管理费用分别为13,887.21万元、15,531.22万元和17,862.30万元，占营业收入的比例分别为5.54%、6.35%和7.91%。公司管理费用的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2014年	2013年	2012年
职工薪酬	5,533.05	5,638.33	5,390.30
折旧摊销费	3,185.20	2,955.26	2,431.88
办公差旅及招待费	1,700.02	1,488.73	1,385.33
税金	1,955.77	1,725.16	1,489.51
维修费	1,970.78	854.95	728.64
技术开发费	477.84	380.00	371.14
咨询审计费	286.86	228.26	204.61
存货损耗	1,072.72	915.26	787.78
低值易耗品	318.47	350.18	331.21
其他	1,361.60	995.10	766.80
合计	17,862.30	15,531.22	13,887.21
管理费用率	7.91%	6.35%	5.54%

公司建立了一套标准、规范、完善的企业管理制度，提高了管理效率，有效控制了费用支出。2013年，公司管理费用较2012年增加1,644.02万元，主要是职工薪酬、固定资产折旧、无形资产摊销、房产税、土地使用税增加所致。2014年，公司管理费用较2013年增加2,331.08万元，主要是办公差旅及招待费、房产税、维修费及其他增加所致。

4、财务费用

公司财务费用率处于较低水平，具体情况如下：

单位：万元

项目	2014年	2013年	2012年
利息支出	2,472.85	2,192.19	2,031.50
减：利息收入	777.61	931.39	788.30
银行手续费	41.53	50.17	47.29
合计	1,736.76	1,310.97	1,290.49
财务费用率	0.77%	0.54%	0.51%

（七）投资收益分析

1、公司报告期取得与正常经营业务无关投资收益所使用的货币资金金额情况

2012年至2014年，发行人的投资收益分别为0、0和534.64万元，主要是2014年利用暂时闲置资金在银行购买的银行理财产品，具体情况如下：

单位：万元

项目	成立日期	到期日期	金额	投资收益
建行	2014/1/24	2014/3/27	5,000.00	46.03
徽商银行	2014/1/27	2014/4/28	5,000.00	66.58
工行	2014/2/18	2014/3/31	2,000.00	9.21
建行	2014/4/7	2014/6/26	5,000.00	51.68
招行	2014/4/10	2014/6/4	4,000.00	27.73
招行	2014/4/28	2014/6/11	5,000.00	26.52
工行	2014/4/15	2014/5/26	3,000.00	13.12
建行	2014/5/14	2014/6/16	2,400.00	8.90
徽商银行	2014/5/13	2014/6/19	3,000.00	12.43
招行	2014/7/2	2014/9/23	9,000.00	116.65
招行	2014/7/9	2014/9/23	5,000.00	57.26
招行	2014/9/29	2014/10/11	7,000.00	6.67
招行	2014/10/11	2014/12/19	9,000.00	91.87
合计			64,400.00	534.64

2、投资品种的主要风险点

根据公司与银行签订的相关理财产品购买协议和理财产品说明书，相关理财产品的风险主要包括：

建行理财产品风险：

(1) 政策风险：本期产品是依照当前的法律法规、相关监管规定和政策设计的。如国家宏观政策以及市场法律法规、相关监管规定发生变化，可能影响产品的受理、投资运作、清算等业务的正常进行，由此导致本产品预期收益降低；也可能导致本期产品违反国家法律、法规或者其他合同的有关规定，进而导致本产品被宣告无效、撤销、解除或提前终止等。

(2) 信用风险：本产品的基础资产项下义务人可能出现违约情形，则客户可能面临收益波动、甚至收益为零的风险。

(3) 流动性风险：本期产品存续期内，客户无提前终止权，可能导致客户需要资金时不能随时变现，并可能使客户丧失其他投资机会的风险。

(4) 市场风险：本期产品的基础资产价值受未来市场的不确定影响可能出现波动，从而导致客户收益波动、收益为零的情况。

(5) 管理风险：本期产品募集资金拟投资于国内银行间债券市场上流通的国债、央票、政策性金融债等公开评级在投资级以上的金融资产以及债券回购、

同业存款等符合监管机构要求的其他投资工具。基础资产管理方受经验、技能、判断力、执行力等方面的限制，可能对产品的运作及管理造成一定影响，并因此影响客户本金和收益。

(6) 信息传递风险：理财产品管理人将按照本说明书有关“信息披露”的约定，进行产品信息披露。客户应根据“信息披露”的约定及时查询。如果客户未及时查询，或由于通讯故障、系统故障以及其他不可抗力等因素的影响使得客户无法及时了解产品信息，并由此影响客户的投资决策，因此而产生的责任和风险由客户自行承担。另外，客户预留在中国建设银行的有效联系方式发生变更，应及时通知我行，如客户未及时告知联系方式变更，理财产品管理人将可能在其认为需要时无法及时联系到客户，并可能会由此影响客户的投资决策，由此而产生的责任和风险由客户自行承担。

(7) 利率及通货膨胀风险：在本产品存续期限内，即使中国人民银行调整存款利率及/或贷款基准利率，本产品的预期收益率可能并不会随之予以调整。同时，本产品存在客户预期收益率及/或实际收益率可能低于通货膨胀率，从而导致客户实际收益率为负的风险。

(8) 产品不成立风险：如本产品募集期届满，募集总金额未达到规模下限（如有约定）或市场发生剧烈波动或发生本产品难以成立的其他情况，经中国建设银行判断难以按照本产品说明书规定向客户提供本产品的，中国建设银行有权利但无义务宣布产品不成立。

(9) 提前终止风险：产品存续期内若市场发生重大变动或突发性事件或中国建设银行认为需要提前终止本产品的其他情形时，中国建设银行有权提前终止产品，在提前终止情形下，客户面临不能按预定期限取得本金及预期收益的风险。

(10) 延期风险：如出现包括但不限于本产品项下对应的基础资产不能及时变现等情况，中国建设银行有权延长本产品期限，则投资面临产品期限延期、延期兑付或分次兑付、不能及时收到本金及预期收益的风险。

(11) 不可抗力及意外事件风险：包括但不限于自然灾害、金融市场危机、战争或国家政策变化等不能预见、不能避免、不能克服的不可抗力事件或银行系统故障、通讯故障、投资市场停止交易等意外事件的发生，可能对产品的成立、投资运作、资金返还、信息披露、公告通知造成影响，甚至可能导致产品收益

降低乃至本金损失。对于由于不可抗力及意外事件风险导致的任何损失，客户须自行承担，中国建设银行对此不承担任何责任。

徽商银行理财产品风险：

(1) 理财本金与收益风险：本理财产品有条件承诺保证本金和理财收益，即本理财产品正常到期或徽商银行提前终止该理财产品时，徽商银行承诺 100% 支付理财本金，理财收益按照产品说明书中约定的产品收益率和产品实际持有天数计算。本产品有投资风险，投资者只能保证获得合同明确承诺的收益，徽商银行不保证超出理财产品说明书约定范围之外的产品收益，您应当充分认识投资风险，谨慎投资。

(2) 理财产品不成立风险：徽商银行有权在本理财产品遇以下情况宣告产品不成立：(1) 理财产品发售结束后募集资金未达到规模下限；(2) 国家宏观政策以及市场相关法规政策发生变化使得本理财产品无法成立；(3) 市场发生剧烈波动，经我行合理判断难以按照产品说明书规定向投资者提供承诺收益理财产品。

(3) 政策风险：本理财产品是针对当前的相关法规和政策设计的。如国家有关法律、法规、规章、政策发生变化，可能影响理财产品的受理、投资、偿还等的正常进行，导致本理财产品收益降低甚至本金损失。由于政策风险导致的任何损失，由投资者自行承担，徽商银行对此不承担任何责任。

(4) 再投资风险：本期理财产品是保证收益型，理财产品的到期收益率不随市场利率调整而调整。在产品存续期内，若市场利率大幅上行，导致客户可能失去再投资机会的风险。

(5) 流动性风险：在本理财产品存续期内投资者无提前终止权，可能导致投资者需要资金时不能随时变现，并可能使投资者丧失其他投资机会。

(6) 提前终止风险：本理财产品存续期内，徽商银行有权提前终止本理财产品。本理财产品若提前终止，则本理财产品的实际理财期限将小于预定期限，投资者无法实现期初预期的全部收益。

(7) 信息传递风险：徽商银行按照本理财产品协议书、产品说明书、客户权益须知等有关文件的约定，发布本理财产品的相关信息。投资者应根据本理财产品说明书所载明的公告方式及时查询本理财产品的相关信息。如果投资者未及时查询，或由于通讯故障、系统故障以及其他不可抗力等因素的影响使得投资者

无法及时了解产品信息，因此而产生的风险和责任由投资者自行承担。另外，投资者预留在徽商银行的有效联系方式变更的，应及时通知徽商银行。如投资者未及时通知徽商银行联系变更或因投资者其他原因导致徽商银行在需要联系投资者时无法及时联系上，并可能会由此影响投资者的投资决策，由此而产生的责任和风险由投资者自行承担。

(8) 不可抗力风险：由于自然灾害、社会动乱、战争、罢工等不可抗力因素的出现，可能对本理财产品的产品成立、投资运作、资金返还、信息披露、公告通知造成影响，甚至导致本理财产品的收益降低甚至本金损失。对于由不可抗力风险所导致的任何损失，由投资者自行承担，徽商银行对此不承担任何责任。

(9) 信用风险：在理财产品存续期内，受国家政策、法规、行业和市场等不可控因素的影响、理财产品配置资产所涉及的相关债务主体到期未履行还款的义务，从而导致理财本金和收益遭受损失。

招行理财产品风险：

(1) 本金及理财收益风险：本理财计划有投资风险，只保障理财资金本金（有条件保本），不保证理财收益，您应充分认识投资风险，谨慎投资。本理财计划有条件保证本金，即投资者持有本理财计划到期或招商银行提前终止本理财计划时，招商银行承诺理财本金保证，超出招商银行保障范围的本金损失风险由投资者自行承担。如果在理财期内，市场利率调整，本理财计划的收益率不随市场利率的调整而调整。

(2) 违约赎回风险：招商银行保证在到期日或提前终止日向投资者支付 100% 本金，但如果因为投资者违反本理财计划产品说明书的约定，提前赎回其购买的理财计划，则本金保证条款对该投资者不再适用。此种情况下，投资者除了可能丧失本产品说明书约定的理财收益外，投资本金也可能会因市场变动而蒙受损失。投资者应在对相关风险有充分认识的基础上谨慎投资。

(3) 政策风险：本理财计划是针对当前的相关法规和政策设计的。如国家宏观政策以及市场相关法规政策发生变化，可能影响理财计划的受理、投资、偿还等的正常进行，甚至导致本理财计划收益降低甚至本金损失。

(4) 流动性风险：本理财计划存续期间，投资者只能在本产品说明书规定的时间内办理认购，理财计划成立后投资者不享有提前赎回权利。

(5) 信息传递风险：本理财计划存续期内不提供估值，不提供账单，投资者应根据本理财计划说明书所载明的公告方式及时查询本理财计划的相关信息。招商银行按照本产品说明书有关“信息公告”的约定，发布理财计划的信息公告。投资者应根据“信息公告”的约定及时登录招商银行网站或致电招商银行全国统一客户服务热线（95555）或到招商银行营业网点查询。如果投资者未及时查询，或由于通讯故障、系统故障以及其他不可抗力等因素的影响使得投资者无法及时了解理财计划信息，并由此影响投资者的投资决策，因此而产生的责任和风险由投资者自行承担。另外，投资者预留在招商银行的有效联系方式变更的，应及时通知招商银行。如投资者未及时告知招商银行联系方式变更或因投资者其他原因导致招商银行在需要联系投资者时无法及时联系上，则可能会影响投资者的投资决策，由此而产生的责任和风险由投资者自行承担。

(6) 理财计划不成立风险：如自本理财计划开始认购至理财计划原定成立日之前，理财计划认购总金额未达到规模下限（如有约定），或国家宏观政策以及市场相关法规政策发生变化，或市场发生剧烈波动，经招商银行合理判断难以按照本产品说明书规定向客户提供本理财计划，招商银行有权宣布本理财计划不成立。

(7) 再投资风险：招商银行有权但无义务提前终止本理财计划。如招商银行提前终止本理财计划，则该理财计划的实际理财期可能小于预定期限。如果理财计划提前终止，则投资者将无法实现期初预期的全部收益。

(8) 不可抗力风险：自然灾害、战争等不可抗力因素的出现，将严重影响金融市场的正常运行，可能影响理财计划的受理、投资、偿还等的正常进行，甚至导致本理财计划收益降低甚至本金损失。对于由不可抗力风险所导致的任何损失，由投资者自行承担，招商银行对此不承担任何责任。

工行理财产品风险：

(1) 政策风险：本产品在实际运作过程中，如遇到国家宏观政策和相关法律法规发生变化，影响本产品的发行、投资和兑付等，可能影响本产品的投资运作和到期收益。

(2) 信用风险：客户面临所投资的资产或资产组合涉及的融资人和债券发行人的信用违约。若出现上述情况，客户将面临收益遭受损失的风险。

(3) 市场风险：本产品在实际运作过程中，由于市场的变化会造成本产品投资的资产价格发生波动，从而影响本产品的收益，客户面临收益遭受损失的风险。

(4) 流动性风险：除本说明书第七条约定的客户可提前赎回的情形外，客户不得在产品封闭期内提前赎回本产品，面临需要资金而不能变现的风险或丧失其它投资机会。

(5) 产品不成立风险：如果因募集规模低于说明书约定的最低规模或其他因素导致本产品不能成立的情形，客户将面临再投资风险。

(6) 提前终止风险：为保护客户利益，在本产品存续期间工商银行可根据市场变化情况提前终止本产品。客户可能面临不能按预期期限取得预期收益的风险以及再投资风险。

(7) 交易对手管理风险：由于交易对手受经验、技能、执行力等综合因素的限制，可能会影响本产品的投资管理，从而影响本产品的到期收益，甚至本金损失。

(8) 兑付延期风险：如因本产品投资的资产无法及时变现等原因造成不能按时支付本金和收益，则客户面临资金到账时间延期、调整等风险。

(9) 不可抗力及意外事件风险：自然灾害、金融市场危机、战争或国家政策变化等不能预见、不能避免、不能克服的不可抗力事件或银行系统故障、通讯故障、投资市场停止交易等意外事件的出现，可能对理财产品的成立、投资运作、资金返还、信息披露、公告通知造成影响，甚至可能导致理财产品收益降低乃至本金损失。对于由不可抗力及意外事件风险导致的任何损失，客户须自行承担，银行对此不承担任何责任。

(10) 信息传递风险：工商银行将按照本说明书的约定进行产品信息披露，客户应充分关注并及时主动查询工商银行披露的本产品相关信息。客户预留的有效联系方式发生变更的，亦应及时通知工商银行。如客户未及时查询相关信息，或预留联系方式变更未及时通知工商银行导致工商银行在其认为需要时无法及时联系到客户的，可能会影响客户的投资决策，因此而产生的责任和风险由客户自行承担。

3、履行的内部决策程序

公司购买上述理财产品已经公司第一届董事会第九次会议审议批准，授权期限自 2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日。截至 2014 年末，公司按照董事会的授权进行了暂时闲置资金管理，提高了公司资金使用效率。公司报告期内购买的银行理财产品风险较低，均已到期收回本金及投资收益，履行了相关审批程序，不存在违反内部制度的情况。

（八）营业外收支分析

报告期内，公司营业外收支明细情况见下表：

单位：万元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
非流动资产处置利得	64.84	126.45	1.05
政府补助	5.80	125.42	115.00
违约金收入	310.77	306.70	634.05
其他	17.78	21.97	76.72
营业外收入合计	399.19	580.54	826.81
固定资产处置损失	48.39	401.43	93.50
捐赠支出	205.00	280.00	208.00
其他	93.10	14.15	9.08
营业外支出合计	346.49	695.57	310.57

公司营业外收入主要是政府补助和收取的经销商违约金。报告期内，公司收到的政府补助明细如下：

单位：万元

期间	项目	金额
2014 年	《关于开展企业职工技能培训补贴工作的通知》（淮人社[2011]123 号）	5.80
	合计	5.80
2013 年	淮北市工业经济发展领导小组《关于下达 2012 年度市工业企业“万千百十”工程专项资金的通知》（淮工经发[2013]1 号）	70.00
	濉溪县人民政府《关于印发濉溪县工业经济发展专项资金使用暂行办法的通知》（濉政办[2012]15 号）及濉溪县经济和信息化委员会《濉溪县工业发展专项资金项目责任书》	25.00
	中共濉溪县委和濉溪县人民政府《关于表彰 2012 年度濉溪县工业企业十强和工业企业十优的决定》（濉[2013]2 号）	20.00
	濉溪县人民政府《关于印发濉溪县工业经济发展专项资金使用暂行办法的通知》（濉政办[2012]15 号）及濉溪县经济和信息化委员会《关于请求拨付 2012 年度工业发展专项资金	5.00

期间	项目	金额
	(项目奖励补助资金)的请示》(濉经信[2013]26号)	
	安徽省人力资源和社会保障厅《关于批准安徽六安恒源机械有限公司等25个单位设立安徽省博士后科研工作站的通知》(皖人社秘[2013]18号)	5.00
	濉溪县人民政府《濉溪县实施知识产权战略推进自主创新的若干政策》(濉政[2012]15号)及濉溪县科学技术局《关于兑现2012年度自主创新政策资金的请示》	0.42
	合计	125.42
2012年	安徽省财政厅《关于下达2011年度中小企业和服务业企业上市及债务融资省级奖补资金(指标)的通知》(财金[2012]562号)	100.00
	濉溪县经济和信息化委员会《关于拨付2011年工业发展专项资金的通知》(濉经信[2012]30号)	15.00
	合计	115.00

营业外支出主要包括固定资产处置损失、捐赠支出等。

(九) 利润的主要来源

报告期内,公司的利润情况如下表所示:

单位:万元

项目	2014年	2013年	2012年
营业利润	55,952.29	55,109.10	61,057.92
利润总额	56,005.00	54,994.07	61,574.16
营业利润占利润总额的比例	99.91%	100.21%	99.16%
净利润	42,213.96	39,816.70	45,597.33

公司主要从事白酒的生产和销售。报告期内,公司主营业务收入占营业收入的比例分别为98.87%、98.59%和98.54%,由此可见,公司营业利润主要来自于白酒生产、销售经营所得。从利润构成来看,报告期内营业利润占利润总额的比例分别99.16%、100.21%和99.91%。报告期内营业利润是公司利润的主要来源。

(十) 所得税费用及税收优惠

1、税收优惠政策及其影响

报告期内,公司无税收优惠事项。

2、所得税税负水平

公司企业所得税税率执行25%,公司执行的所得税率与同行业一致。

公司所得税税负水平（所得税费用与营业收入的比值）与同行业上市公司具体对比情况如下：

公司名称	2013 年	2012 年
泸州老窖	10.95%	13.93%
古井贡酒	5.02%	5.88%
酒鬼酒	-0.84%	9.59%
五粮液	11.83%	12.51%
洋河股份	6.34%	11.95%
金种子酒	3.59%	8.22%
贵州茅台	17.68%	17.74%
老白干酒	2.64%	2.43%
沱牌舍得	2.66%	6.48%
水井坊	-1.47%	12.22%
山西汾酒	7.48%	8.93%
今世缘	9.32%	8.83%
中位数	5.68%	9.26%
公司	6.20%	6.37%

由于同行业企业经营业绩、利润总额有差异，因此行业内企业所得税税负水平差异较大，贵州茅台、五粮液等白酒一线企业所得税负较高，公司所得税负水平与行业中位数比差别不大。

（十一）主要盈利能力指标分析

报告期内，公司盈利能力主要指标如下：

主要指标	2014 年	2013 年	2012 年
销售利润率	18.69%	16.27%	18.19%
加权平均净资产收益率	20.07%	22.21%	31.62%
基本每股收益（元/股）	0.78	0.74	0.84

报告期内，公司主要盈利指标与同行业上市公司对比情况如下：

2013 年

公司名称	销售利润率	净资产收益率	基本每股收益（元/股）
泸州老窖	33.91%	33.15%	2.46
古井贡酒	13.58%	17.47%	1.24
酒鬼酒	-5.67%	-2.03%	-0.11
五粮液	33.67%	23.71%	2.10
洋河股份	33.30%	31.44%	4.63

公司名称	销售利润率	净资产收益率	基本每股收益（元/股）
金种子酒	6.42%	6.10%	0.24
贵州茅台	51.63%	39.43%	14.58
老白干酒	3.64%	10.46%	0.47
沱牌舍得	0.83%	0.51%	0.03
水井坊	-31.25%	-8.79%	-0.31
山西汾酒	16.19%	25.62%	1.11
今世缘	27.04%	34.08%	1.51
同行业中位数	14.88%	20.59%	1.17
公司	16.27%	22.21%	0.74

2012年

公司名称	销售利润率	净资产收益率	基本每股收益（元/股）
泸州老窖	39.31%	46.88%	3.14
古井贡酒	17.29%	23.80%	1.44
酒鬼酒	29.94%	30.59%	1.52
五粮液	38.00%	36.82%	2.62
洋河股份	35.62%	50.53%	5.70
金种子酒	24.47%	27.81%	1.01
贵州茅台	52.95%	45.00%	12.82
老白干酒	6.74%	19.93%	0.80
沱牌舍得	18.88%	16.94%	1.10
水井坊	20.73%	19.00%	0.69
山西汾酒	21.41%	44.11%	1.53
今世缘	26.08%	44.74%	1.50
同行业中位数	25.28%	33.71%	1.51
公司	18.19%	31.62%	0.84

除了贵州茅台、五粮液、泸州老窖、洋河股份等具有远高于行业中位数水平的盈利指标外，公司销售利润率、净资产收益率与其他同行业上市公司相比差别不大，处于行业中等水平。

（十二）非经常性损益对公司盈利能力的影响

报告期内，公司非经常性损益对净利润的影响如下：

单位：万元

项目	2014年	2013年	2012年
归属于母公司股东的非经常性损益净额	439.74	-89.87	384.80
归属于母公司股东的净利润	42,213.96	39,816.70	45,597.33

扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	41,774.23	39,906.57	45,212.52
非经常性损益占归属于母公司股东的净利润的比例	1.04%	-0.23%	0.84%

报告期内，公司非经常性损益金额较小，主要是政府补助及固定资产处置损失等，占归属于母公司股东的净利润比例亦较小。公司不存在对非经常性损益的依赖，非经常性损益对公司盈利能力以及持续经营能力不构成实质性影响。

（十三）盈利能力连续性、稳定性分析

根据对近年来的经营情况和财务状况的分析，影响公司盈利能力连续性及稳定性的因素主要包括以下几个方面：

1、中高档白酒的产销量

中高档白酒作为公司收入和毛利贡献最高的产品，其产量和销量的增加决定了公司未来收入和盈利的增长。公司通过持续的产品开发、努力提升并稳定优质基酒的出酒率、增加优质酒的库存及陈化老熟时间等方式，能够有效提高中高档白酒的产量，满足市场对中高档白酒的需求，为公司盈利持续增长提供保障。

2、产品品质和食品安全

高档白酒、中高档白酒的消费群体普遍对品质有较高的要求，公司在多年经营中，积累了丰富的优质酒生产和销售经验，掌握了口子窖系列白酒的生产工艺和技术，能够生产出高品质的白酒，是公司近年来取得良好业绩的基础。此外，随着公众对食品安全的重视，公司建立健全了完整规范的安全管理制度，从原材料采购到生产过程再到产品销售给消费者，均严格执行国家食品安全制度，保证产品的高品质和高安全系数，为公司长远可持续发展提供了保障。

3、成本费用控制

白酒行业竞争激烈，行业内企业销售费用普遍较高；同时，白酒产品的消费税及附加也较高。由于税费受国家税收法律、法规限制，合理的费用控制成为提高公司盈利能力的重要措施之一。近年来，销售、管理团队效率的提升和公司内在竞争力的增强，使公司期间费用率稳中有降，确保公司能够维持较为稳定的销售利润率。

总的来看，公司在高档白酒、中高档白酒的产销量、产品品质和食品安全、成本费用控制等方面拥有较大优势，随着公司本次募集资金投资项目的建设投产，公司优质酒的生产能力将进一步提升，产品结构将进一步优化，公司综合竞争能

力将明显增强，将进一步扩大公司在全国白酒市场的影响力和占有率。因此，在可预见的未来，公司具有较强的持续盈利能力。

三、现金流量分析

（一）报告期内现金流量情况

报告期内，公司现金流量具体情况如下所示：

单位：万元

项目	2014年	2013年	2012年
一、经营活动产生的现金流量			
现金流入小计	238,741.48	253,251.03	268,601.56
现金流出小计	228,250.10	225,484.30	226,311.47
现金流量净额	10,491.38	27,766.73	42,290.09
二、投资活动产生的现金流量			
现金流入小计	65,876.11	1,009.30	842.83
现金流出小计	69,045.78	16,308.74	15,673.64
现金流量净额	-3,169.67	-15,299.43	-14,830.80
三、筹资活动产生的现金流量			
现金流入小计	45,000.00	36,950.00	52,100.00
现金流出小计	57,872.85	51,242.19	48,531.50
现金流量净额	-12,872.85	-14,292.19	3,568.50
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-5,551.14	-1,824.89	31,027.79

（二）经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量良好，与同期利润表相关项目对比情况如下：

项目	2014年	2013年	2012年
经营活动产生的现金流量净额（万元）	10,491.38	27,766.73	42,290.09
净利润（万元）	42,213.96	39,816.70	45,597.33
经营活动产生的现金流量净额与净利润之比	0.25	0.70	0.93
销售商品、提供劳务收到的现金（万元）	237,520.34	250,735.47	267,611.65
营业收入（万元）	225,855.38	244,715.12	250,654.71
销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入比值	1.05	1.02	1.07

公司经营活动现金流量良好，与净利润的比例较高，说明公司净利润具有较强的现金保障，净利润质量高，公司财务稳健。

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入的比值较高，说明公司货款回笼及时，收现能力强。

良好的经营活动现金流量，既巩固了公司正常生产经营的基础，又保障了债权人的利益，为公司定期分派现金股利提供了有力保障。

报告期内，公司净利润和经营活动产生的现金流量净额的关系如下表所示：

单位：万元

项目	2014年	2013年	2012年
净利润	42,213.96	39,816.70	45,597.33
加：资产减值准备	1,598.93	1,528.07	687.13
固定资产折旧	5,862.95	5,399.91	4,873.09
无形资产摊销	614.43	651.04	401.80
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失	-16.45	274.98	92.45
财务费用	1,695.24	1,260.80	1,243.20
投资损失	-534.64	-	-
递延所得税资产减少	-358.97	-556.07	-208.21
存货的减少	-16,718.02	-23,365.13	-21,956.00
经营性应收项目的减少	2,819.71	-15,477.02	-4,985.24
经营性应付项目的增加	-27,398.51	18,525.59	10,599.12
其他	712.77	-292.15	5,945.42
经营活动产生的现金流量净额	10,491.38	27,766.73	42,290.09

报告期内，公司收到的其他与经营活动有关现金主要是信誉保证金、政府补助、租赁收入等，具体构成如下：

单位：万元

项目	2014年	2013年	2012年
信誉保证金	682.57	2,061.11	655.06
政府补助	5.80	125.42	115.00
租赁收入	437.23	240.80	161.50
其他	95.53	88.24	58.35
合计	1,221.14	2,515.56	989.91

报告期内，公司支付的其他与经营活动有关现金主要是付现的销售费用和管理费用等，具体构成如下：

单位：万元

项目	2014年	2013年	2012年
销售费用类	32,254.61	32,273.64	25,941.90
管理费用类	5,532.27	4,284.44	3,730.43
其他	251.64	554.93	499.90
合计	38,038.51	37,113.00	30,172.23

（三）投资活动现金流量分析

报告期内，公司相继建设了退城进郊、口子文化园、职工宿舍等工程，并利用暂时闲置资金在银行购买保本型理财产品，提高了资金使用效率。公司报告期内投资活动产生的现金净流出主要为购建固定资产、无形资产支出，投资活动产生的现金流量净额均为负值。

（四）筹资活动现金流量分析

报告期内公司筹资活动现金流量变动主要是银行借款筹资、股利分配、支付利息等，具体分析如下：

2012年，公司向银行借款52,100.00万元，归还贷款41,100.00万元，分配股利、支付利息合计7,431.50万元。2013年，公司向银行借款36,950.00万元，归还贷款40,950.00万元，分配股利、支付利息合计10,292.19万元。2014年，公司向银行借款45,000.00万元，归还贷款44,600.00万元，分配股利、支付利息合计13,272.85万元。

四、资本性支出分析

（一）报告期重大资本性支出

公司报告期内重大资本性支出情况如下：

退城进郊搬迁改造工程：2012年，公司投入6,348.70万元。截至报告期末，该工程已经大部分完工并及时转入了固定资产。

口子文化园工程于2013年开始建设，该项目土地购置成本11,995.56万元，建设资金投入2013年9,867.13万元，2014年8,290.29万元，截至报告期末，该工程仍在建设中。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

除本次发行募集资金投资计划外，为了长远发展需要，公司计划未来将市区内各分厂逐步迁往更有利于生产的远郊地区，经公司第一届董事会第八次会议和2013年第一次临时股东大会决议通过，拟在淮北市杜集区石台镇选址，建设新厂区，项目总投资约11.89亿元，目前项目尚未开工建设。

五、管理层对财务状况和经营成果的总结

综上所述，公司的财务状况比较稳健，公司管理层对资产的经营管理具有丰富的经验，拥有一大批行业内的优秀技术人才和管理人才，有效提高了公司主要资产的周转能力，提升了公司的综合盈利能力。公司综合毛利率较高，主要高档白酒产品受到安徽以及周边省份消费者的欢迎，在区域内具有较强的影响力和品牌知名度。

2013年以来，在宏观经济增速放缓及国家限制“三公”消费等诸多不利因素影响下，白酒行业面临较大困难。在管理层领导下，公司实施加大营销力度、控制生产成本等重要举措，取得了较为稳定的经营业绩，为公司克服暂时性的行业不利环境奠定了坚实基础。

六、重大担保、诉讼、其他或有事项或重大期后事项

截至本招股说明书签署之日，公司及控股子公司不存在其他重大担保、诉讼、或有事项或重大期后事项。

七、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

公司未来财务状况和盈利能力，主要取决于以下重要因素：

（一）行业发展状况的影响

1、国家产业政策

公司属于白酒行业，公司主营业务收入和利润绝大部分来源于白酒产品的生产和销售，未来几年上述产品仍将是公司主要的收入和利润来源。白酒行业是国家产业政策中“限制类”的行业，该行业的发展受国家对白酒产业结构调整政策

的影响较大。公司坚持在国家产业政策规定范围内合规运营，以此作为公司的发展基础。未来，公司有能力和持续稳固的开发新产品，开拓市场，扩大产品在全国范围内的影响力，增强公司的盈利能力。

2、消费者对优质白酒快速增长的需求，为公司提供了广阔的发展空间

白酒是我国广大消费者在节假日、日常待客中不可或缺的重要元素，以酒待客，在我国历史上也有悠久的传统。近年来，随着我国经济水平的总体提升，广大消费者可支配收入也相应增加，从而提高了对生活品质的追求。公司生产的口子窖系列酒，满足了市场需求。可以预见，随着中国经济的持续稳定快速增长，未来消费者的生活水平还将进一步提升，对品质生活追求的人群将会迅速增长，公司产品将拥有更为广阔的消费群体，公司拥有广阔的发展空间。

（二）产品结构变化的影响

近年来，公司以市场为导向，通过改进生产工艺、延长优质酒储存时间、扩大储存空间等方式，持续加大优质白酒的生产和销售，优化了公司产品结构。在未来几年内，公司仍将继续调整产品结构，加快低档产品产能升级，提高中高档产品比重，增强公司的发展潜力。

（三）募集资金投资项目的影 响

本次公开发行募集资金到位后，随着相关项目的陆续投入达产，公司在中端、中高端白酒市场上，将具有更强的竞争力。募集资金到位后，公司的资本结构将更趋合理，财务指标更为稳健，综合实力和抗风险能力将明显提升。本次募集资金投资项目投产后，公司将快速抢占白酒市场的机遇，进一步扩大中端、中高端白酒市场份额，增强盈利能力。

八、公司未来分红回报规划分析

（一）公司制定分红回报规划所考虑的因素

公司在充分考虑股东要求和意愿的基础上，同时综合考虑了行业发展情况、公司所处发展阶段、业务发展目标、现金流量状况、资本性开支规划及其它重要因素，在着眼于长远和可持续发展的情况下，制定了公司分红回报规划。

（二）公司分红回报规划的具体内容

关于公司分红回报规划的具体情况，请参见本招股说明书“第十三节 股利分配政策”之“五、公司股东分红回报规划”。

（三）公司分红回报规划合理性分析

公司在分红规划中明确了：如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 15%，且不低于本次利润分配的 40%。这充分重视了对投资者的合理投资回报，同时，公司盈利能力强，经营性现金流充裕，可以保证对股东的现金分配。

此外，公司分红规划指出：如有重大投资计划或重大现金支出等事项发生，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%，且不低于本次利润分配的 20%。公司近年陆续进行了退城进郊搬迁改造工程、口子文化园工程等重大工程建设，分红规划符合公司发展阶段的特点，兼顾股东利益和公司长远发展。

九、财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况

公司 2015 年 3 月 31 日的资产负债表、2015 年 1-3 月的利润表、现金流量表及财务报表附注未经审计，但已经华普天健审阅，并出具了《审阅报告》（会审字[2015]2356 号），华普天健发表的审阅意见为：“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映口子酒业公司 2015 年 3 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2015 年 1-3 月的合并及母公司经营成果和现金流量。”

公司董事会、监事会及其董事、监事、高级管理人员已认真审阅了公司 2015 年 1-3 月财务报表，保证该等财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人已认真审阅了公司 2015 年 1-3 月财务报表，保证该等财务报表的真实、准确、完整。

（一）2015 年 1-3 月主要财务数据

1、合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2015. 3. 31	2014. 12. 31
流动资产	225,927.83	220,973.68
非流动资产	146,235.45	145,188.80
资产总额	372,163.28	366,162.48
流动负债	125,551.54	126,278.60
非流动负债	12,000.00	12,000.00
负债合计	137,551.54	138,278.60
归属于母公司所有者权益	234,611.74	227,883.88
所有者权益	234,611.74	227,883.88

2、合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2015年1-3月	2014年1-3月
营业收入	73,806.89	66,566.55
营业利润	24,065.44	17,856.23
利润总额	24,154.19	17,978.38
净利润	17,527.86	13,006.66
归属于母公司股东的净利润	17,527.86	13,006.66
非经常性损益净额	65.87	166.64
扣除非经常性损益后的 归属于母公司股东的净利润	17,461.99	12,840.02

3、合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2015年1-3月	2014年1-3月
经营活动产生的现金流量净额	-15,191.95	-11,034.74
投资活动产生的现金流量净额	-1,818.24	-2,250.33
筹资活动产生的现金流量净额	-514.50	877.27
现金及现金等价物净增加额	-17,524.69	-12,407.81

4、非经常性损益表

单位：万元

项目	2015年1-3月	2014年1-3月
非流动资产处置损益	5.05	-
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	46.00	5.80
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出	-	100.04

售金融资产取得的投资收益		
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	37.70	116.34
小计	88.74	222.19
减：所得税影响额	22.88	55.55
非经常损益净额	65.87	166.64

（二）财务报告审计截止日后的主要经营情况

公司财务报告审计截止日后的经营情况良好，2015年1-3月，公司实现的营业收入和营业利润分别为73,806.89万元和24,065.44万元，较上年同期增长分别为10.88%和34.77%。2015年1-3月，公司主要产品收入构成及较上年变化情况如下：

单位：万元

项目	2015年1-3月	2014年1-3月	收入增长	增幅
高档白酒	8,011.96	10,010.87	-1,998.91	-19.97%
中高档白酒	55,584.53	45,499.92	10,084.61	22.16%
中档白酒	5,544.57	5,885.93	-341.36	-5.80%
低档白酒	3,885.95	4,415.34	-529.39	-11.99%
合计	73,027.00	65,812.06	7,214.95	

公司主要产品毛利率构成情况如下：

项目	2015年1-3月	2014年1-3月
高档白酒	79.00%	79.50%
中高档白酒	73.48%	72.51%
中档白酒	46.18%	45.29%
低档白酒	17.77%	16.89%

公司营业利润的增幅高于营业收入增幅，主要是在大众消费逐步升级的情况下，2015年1-3月公司中高档白酒销售收入进一步增长所致。公司中高档白酒毛利率较同期变化情况不大，收入的大幅增长使得公司营业利润有较大幅度的增长。此外，随着白酒行业的深度调整，公司采取了较为稳健的营销策略，进一步加强了销售费用的预算管理，减少了广告宣传费的投入，也使得营业利润增幅高于营业收入增幅。

总体上，财务报告审计截止日至本招股说明书签署日期间，公司经营模式，主要原材料的采购规模及采购价格，主要产品的生产、销售规模及销售价格，主要客户及供应商的构成，税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项未发

生重大变化。

第十一节 业务发展目标

一、总体发展战略

（一）公司发展战略

公司专注于白酒生产经营领域，采取差异化竞争策略，以兼香型口子窖系列白酒为核心，建设高端白酒品牌，提高公司核心竞争力，引领兼香型白酒行业，成为兼香型白酒领域领军企业，经过 10 年的发展，争取成为国内白酒行业第一集团成员。

（二）发行当年及未来两年发展目标

公司发行当年及未来两年发展目标是贯彻公司整体发展战略。以募投项目实施为契机，通过调整产品结构，强化营销网络，巩固安徽地区优势市场，积极开拓省外市场，提高品牌影响力，使口子系列白酒走向全国，使公司提高到一个新的台阶。

二、具体业务计划

（一）产品开发计划

公司未来仍将加强产品开发，重点开发口子窖系列白酒，巩固五年型、六年型口子窖的市场地位，适时推出符合市场需求的新产品，丰富公司的产品线，满足不同层次消费者的需求。

（二）市场开发计划

未来三年，公司以产业结构调整为契机，凭借品牌影响力、规模经济优势、渠道控制力等综合优势，扩大公司在全国市场的影响力和占有率。

1、在安徽省内市场精耕细作，巩固公司的竞争优势，夯实市场基础，继续深入挖潜提升，加强新渠道建设，在重点产品领域实现新的突破。

2、在中东部市场全面推进。在公司品牌辐射能力强的河北、河南、山东、

江苏等省份加强开发力度，提高市场占有率。

3、在京津沪等地区和东北地区等白酒传统消费区域，公司将加大投入力度，实现重点突破、以点带面的营销策略，重点强化品牌影响力，力争在当地市场占据重要地位。

4、在华南市场，加强前期市场培育，引导消费趋势，增强品牌认知度和美誉度，争取在非传统白酒消费市场争得新天地。

5、在西北地区等三线市场，加大营销网络的覆盖面，提高产品覆盖率，延伸触角，为进一步市场导入做好准备。

（三）营销网络建设计划

公司未来三年将从深度和广度两个方面加强营销网络建设，具体计划如下：

一是结合募投项目实施，进一步加强营销网络建设，在核心市场区域和重点市场的中心城市建设旗舰店和专卖店，扩大中心城市的市场示范作用，增强市场辐射力、品牌影响力与产品渗透力，进而挖掘市场潜力，增强竞争力，抢占更广阔的市场空间。

二是扩大营销网络的覆盖面，有效巩固成熟市场，快步推进战略性潜在市场，形成重点突出、中心明确、层次分明的高效市场营销网络平台。

三是积极探索在经济发达地区实行镇级代理、加盟店、特许店、专卖店、直营店、电子商务等模式，发展新型销售业务，开辟新的销售渠道，为公司带来新的业务增长点。

（四）人才开发计划

公司建立有效的人才引进与流动机制，确立以培养为主、兼顾引进的人力资源开发计划，通过“内培外引”的方式，有效解决公司快速发展和人才需求之间的矛盾。

通过培养、申报国家级、省级白酒评委，建立一支大师领衔、梯次配置、阵容强大的技术队伍。通过建立优胜劣汰的竞争机制，建立一支精干高效，锐意进取的销售队伍。通过加强内功，建立一支高素质的生产管理队伍。

（五）研发计划

未来公司将继续加大研发投入，进行白酒生产工艺、技术、科研等方面的研发，为公司长远发展夯实基础。未来重点研发领域包括：一是开发适应市场需求的新产品，丰富公司产品线；二是推进兼香型口子窖酒的国家标准细化实施和推广；三是积极参与中国酿酒工业协会白酒分会技术委员会组织的相关院校、研究单位和企业共同参与的“中国白酒 169 计划”；四是完成“超高温口子大曲的微生物分离试验”、“酒尾黄水提取调酒液”等在研项目；五是根据生产经营需要立项一批高起点高水平研发项目。

（六）再融资计划

在完成本次股票发行上市后，公司首先将集中精力做好募集资金投资项目的建设，努力创造良好的经营业绩，给股东以丰厚回报。同时，公司将根据业务发展实际和资金需求，科学利用资本市场再融资功能，适时采用增发、配股、发行可转换公司债券、企业债券或向国内商业银行贷款等多种形式融入资金，优化资本结构，使公司整体资产负债率保持在合理的水平，满足公司产品开发、技术改造及补充流动资金的需要，促进公司长期战略目标的实现。

三、实现目标所依据的假设条件

- 1、公司所处的宏观经济、政治和社会环境处于正常发展状态，没有出现对本公司发展有重大影响的不可抗力因素的发生；
- 2、国家在白酒行业生产、经营方面的政策没有重大变化；
- 3、公司募集资金投资项目顺利实施，未来发展所需资金能够及时足额的到位；
- 4、公司不因重大风险因素对生产经营产生重大不利影响；
- 5、公司的股权结构保持基本稳定，控制权不发生重大变化；
- 6、公司的实际控制人、经营管理层和核心技术人员不发生重大不利变化。

四、拟定上述计划所面临的主要困难

1、本公司未来发展计划的实施，需要大量的资金投入作为保障。虽然公司目前盈利能力较强，现金流量较为稳定，但依靠自身经营积累难以完全满足企业发展的资金需要。因此，进一步拓宽公司的融资渠道，获得充足的发展资金，是公司发展计划顺利实施的关键；

2、随着本公司的不断发展，尤其是募集资金投资项目的逐步实施，对公司经营管理、资本运营方面的要求将不断提高，公司需要快速提高综合管理水平，以适应快速发展的需要；

3、公司对高水平技术、营销、管理人才的需求将随着企业发展而愈发迫切，公司现有的人才数量和结构难以完全满足要求，虽然公司已在积极培养和引进人才，但数量和质量还无法满足今后公司快速发展的需要，如果不能及时补充相应的专业人才，将会给公司的发展带来一定影响。

五、本次募集资金的运用对实现上述目标的作用

本次募集资金投资项目将围绕公司主营业务进行，主要用于优质白酒的投资建设，扩大公司优质白酒的生产能力，以满足不断增长的消费需求，促进了公司现有主营业务的延伸，有助于提高公司核心竞争力。

（一）促进公司持续发展

本次募集资金投向的优质白酒酿造技改项目在保持基酒产能不变的基础上，通过降低普通基酒产能，提高优质基酒产能，优化调整产品结构；陈化老熟技改项目进一步提升公司基酒品质和强化产品的独特口感，全面提升公司产品品质；包装生产线技改项目提高公司产品包装档次，提升产品形象。上述技改项目主要是通过技术改造实现产品升级和结构调整，改善公司产品结构。营销网络建设项目进一步扩大公司营销网络，加大市场开发深度和广度，对公司未来业务拓展和快速发展具有重要作用。

因此，上述募集资金投资项目互相之间形成协同效应，将分别从生产的各个环节和销售环节改善公司的产品结构，进一步提升公司的品牌形象，在激烈的市

市场竞争中占据有利地位。对公司的成长有强大的促进作用，是公司未来持续发展的基础。

（二）实现产品升级

公司目前口子窖系列白酒产销量占全部产销量的比重偏低，募投项目实施后，将大大缓解口子窖系列白酒生产在基酒供应、陈化、包装等环节的瓶颈，从而加速实现产品升级。

（三）有利于管理和技术团队的建设

随着募集资金投资项目的建设和开发，公司生产基地得以升级，生产效率得以提高，迅速扩大市场份额，为管理和技术团队实现自我价值提供了现实的平台，有利于管理和技术团队的建设。

（四）改善公司财务结构

募集资金到位后，公司的资产负债率将大幅降低，并降低公司的财务费用，使公司的财务结构得到优化。募集资金投资项目达产和实施后将为企业带来巨大的经济效益。

六、上述发展计划与现有业务的关系

上述业务发展计划的制定充分考虑了行业的现状和发展趋势，未来业务发展目标与现有业务基本一致，目标是在现有业务的基础上巩固、创新与提高，业务发展目标符合公司的总体发展战略。业务发展目标如能顺利实现，将对公司提升核心竞争力、增强综合实力起到决定性的作用。

（一）公司现有业务是业务发展计划的基础

公司是历史悠久的名优白酒生产企业，口子窖酒在我国传统的酒文化中占有重要的地位。口子系列白酒悠久的历史、良好的知名度和美誉度得到了广大消费者的认可。目前，口子窖系列白酒是我国兼香型白酒领域的代表性品牌。公司产品具有广泛的知名度和影响力。公司拥有的产品优势、品牌优势及管理优势，为

实现公司发展计划和在行业内继续做大做强创造了有利条件。

（二）公司业务发展计划是现有业务的拓展与提升

公司现有业务仍然存在着产品结构有待调整、市场开发有待加强等问题。业务发展计划的实施可有效地解决这些问题。首先，可以使公司的生产经营得到有计划、有目的的加强和扩展；其次，可增强公司产品优势与研发实力，保持公司在兼香型白酒领域的领先地位；第三，可大大提升公司技术水平和业务规模，进而提高公司产品市场占有率；第四，公司未来三年业务发展规划紧紧围绕核心业务、致力于兼香型白酒专业领域内不断做大做强，在股东价值最大化前提下，实现规模与效益的协调发展。

第十二节 募集资金运用

一、本次募集资金投资项目概况

(一) 本次募集资金规模及投向概况

经公司股东大会批准，公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股不超过 6,000 万股，发行价格及具体募集资金数额将根据询价结果和市场情况确定。根据公司发展战略，本次募集资金投资运用将围绕主营业务进行，主要用于公司的优质白酒的投资建设，扩大公司优质白酒的生产能力，以满足不断增长的消费需求。募集资金到位后，公司将按照轻重缓急顺序投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目资金预算		
		建设资金	流动资金	合计
1	优质白酒酿造技改项目	26,628.40	996.56	27,624.96
2	优质白酒陈化老熟和存储项目	19,025.60	9,132.07	28,157.67
3	包装生产线技改项目	27,452.42	1,502.38	28,954.80
4	营销网络建设项目	12,637.06	195.00	12,832.06
	合计	85,743.48	11,826.01	97,569.49

公司本次募集资金总额为 96,000 万元，扣除发行费用合计 6,860 万元后，用于募投项目的募集资金净额为 89,140 万元，不足部分由公司自筹解决。本次募集资金拟投向的四个项目，互相之间形成协同效应，改善公司的产品结构，进一步提升公司的品牌形象，在激烈的市场竞争中占据有利地位。

(二) 本次募集资金投资项目的审批、核准备案情况

上述投资项目已经通过了公司董事会的可行性分析及论证，并经公司股东大会批准。募集资金投资项目的备案情况和环评批复情况见下表：

序号	项目名称	核准情况	环评批复情况
1	优质白酒酿造技改项目	皖发改外资[2012]481号	环评函[2012]522号
2	优质白酒陈化老熟和存储项目	皖发改外资[2012]480号	环评函[2012]521号
3	包装生产线技改项目	皖发改外资[2012]483号	环评函[2012]523号
4	营销网络建设项目	皖发改外资[2012]482号	-

二、本次募集资金专户存储安排及管理制度

本次募集资金到位后，募集资金存放于董事会决定的专户集中管理，做到专款专用。

公司股东大会审议通过的《募集资金管理制度》中关于募集资金存储的规定如下：

1、公司募集资金应当存放于董事会设立的专项账户集中管理。募集资金专户不得存放非募集资金或用作其它用途。

2、公司应当在募集资金到账后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行（以下简称“商业银行”）签订募集资金专户存储三方监管协议。该协议至少应当包括以下内容：

（一）公司应当将募集资金集中存放于募集资金专户中；

（二）商业银行应当每月向公司提供募集资金专户银行对账单，并抄送保荐机构；

（三）公司 1 次或 12 个月以内累计从募集资金专户支取的金额超过 5,000 万元且达到发行募集资金总额扣除发行费用后的净额（以下简称“募集资金净额”）的 20%的，公司应当及时通知保荐机构；

（四）保荐机构可以随时到商业银行查询募集资金专户资料；

（五）公司、商业银行、保荐机构的违约责任。

公司应当在上述协议签订后 2 个交易日内报告上海证券交易所备案并公告。

上述协议在有效期届满前因保荐机构或商业银行变更等原因提前终止的，公司应当自协议终止之日起两周内与相关当事人签订新的协议，并在新的协议签订后 2 个交易日内报告上海证券交易所备案并公告。

三、实际募集资金与项目投资所需资金不一致的安排

上述项目全部使用募集资金投入。若实际募集资金不能满足上述拟投资项目的全部资金需求，不足部分由公司自筹解决。如本次发行上市募集资金到位时间与项目资金需求的时间要求不一致，本公司可视实际情况用自筹资金对部分项目作先行投入，待募集资金到位后，以募集资金对前期投入部分进行置换。

四、募集资金投资项目的具体情况

（一）优质白酒酿造技改项目

1、项目概况

本项目拟通过技术改造，在保持基酒产能不变的基础上，通过降低普通基酒产能，提高优质基酒产能，优化调整产品结构。本次技改完成后，公司将东关分厂和溪河分厂原年产 3,000 吨普通基酒改建为年产约 3,000 吨优质和特级基酒（其中，优质基酒增加 900 吨，特级基酒增加 2,100 吨），以满足公司优质白酒产量提高对优质基酒的需求，增强市场竞争实力。

2、项目必要性分析

（1）应对消费升级趋势的需要

随着我国国民经济的快速发展，居民消费结构进一步优化。白酒作为重要消费品，在经济发展、消费升级的大趋势下，消费结构也发生了重要的变化。

我国白酒消费结构的升级主要体现在从低、中、高端产品结构由金字塔型向橄榄型转变。2001 年我国白酒金字塔形消费结构特征明显，低端白酒销量占比为 54%，中端白酒销量占比约为 42%，高端白酒销量仅为 4.3%。至 2009 年低端酒销量占比降至 43%，高端酒销量比重升至 6%，中端白酒销量占比达 50%，橄榄型结构现雏形。预期我国白酒消费结构橄榄形结构将进一步固化成型。中端产品和中高端产品是未来几年市场的主要增长领域。也是未来竞争最激烈的市场。

基酒的品质是成品酒品质的重要基础，只有公司优质基酒生产能力增加，才能为公司的中高档白酒的品种和酒体设计提供充分的创新空间。由于生产周期的具体要求，基酒的生产相对于成品酒的生产必须具备一定的前瞻性。随着市场竞争的需要和优质白酒需求的日益增加，公司优质基酒生产规模扩大的要求已经非常迫切。

（2）顺应产业政策，在行业竞争中占据有利地位的需要

近年来国家对白酒类产业政策提高行业集中度，限制产品总量，优化行业产品结构。随着宏观经济环境变化，行业内主流企业顺应政策趋向，调整产品结构，加大中端、中高端产品生产比例，不断推出新品，并提高中端、中高端产品的品质，产品结构从金字塔形向橄榄形转变，已经成为行业发展趋势。公司调整基酒

产品结构，改造普通基酒的产能以提升优质基酒比例，为公司中高档产品提供基础，是公司顺应产业趋势，在行业竞争中占据有利地位的需要。

(3) 是公司差异化经营，充分发挥企业竞争优势的需要

公司地处我国中东部地区，由于历史、地理、文化方面的原因，我国名酒大多分布在四川、贵州等地，东部地区尽管人口众多，饮酒文化历史悠久，但是名优酒的数量和品质较川贵等地仍有一定的差距，与东部地区的消费能力和消费需求并不匹配。

白酒的品牌提升需要诸多先决条件，比如悠久的历史、先进的工艺、独具特色的口感、优质酒的规模生产能力等。历史方面，口子酒产于安徽淮北市濉溪县，追溯此地酿酒的历史，距今已有两千六百多年，2008年由口子老井、老窖池和酒厂建筑群构成的口子窖遗址，被认定为“第三次全国文物普查重要新发现”。工艺方面，公司拥有超高温制曲法、高温堆积润料法、三步循环储酒法等独特工艺；口感特色方面，公司是我国兼香型白酒领域的领军企业，与茅台（酱香型）、五粮液（浓香型）等高端白酒企业形成了明确的差异化竞争。

公司通过扩大优质基酒生产能力，是公司进一步提升品牌形象，在东部地区占领高端市场的重要战略选择。

(4) 公司的优质白酒需求不断增加

2011年和2012年，公司口子窖系列等优质白酒销售收入增幅分别为33%和27%，销售收入不断增加，2013年面临严峻的市场形势下，仍保持了原有规模，未来仍具有广阔的成长空间。面对公司优质白酒产品销售的持续增长，公司优质基酒生产能力明显不足。由于生产优质白酒的优质基酒需要经过较长的陈化老熟期限，因此，随着未来中档、高档白酒市场开拓和销售的进一步增长，公司有必要通过产品结构的调整，安排生产更多的优质基酒。

3、项目投资概算

本项目预计总投资为27,624.96万元，其中建设投资为26,628.40万元、流动资金为996.56万元，具体构成情况如下：

项目	金额（万元）	比例
建筑工程费	11,639.77	42.13%
设备购置费	8,688.35	31.45%
安装工程费	2,552.28	9.24%

其它费用	4,744.56	17.18%
合计	27,624.96	100.00%

4、项目技术工艺和技术方案

本次技术改造的目的在于通过新技术的导入，促使产品结构升级，淘汰部分落后产能，提高优质基酒比例，提高产品附加值。同时节约能源、降低消耗、减少污染物排放量，减轻工人劳动强度，提高劳动生产率，提升企业的现代化生产水平。

本次技改将采用如下工艺与技术：

(1) 制曲

曲是大曲酒酿造过程十分重要的糖化剂、发酵剂和酯化剂。口子制曲工艺十分精细，分为高温曲和中温曲两种，是口子酒古老工艺中的精髓。

口子中温曲以严密科学的方法进行温度、湿度的调节，定时更换曲室空气，从而控制曲坯逐渐升温，给有益菌提供良好的生态环境，采用“拉皮”、“上垛挤潮”的方法制得，出房后的成曲表面遍布白色斑点，断面呈褐色圈纹 1-2 道，中间棕红色点心，俗称“菊花心曲”，色泽明亮，具有浓厚的曲香味。

高温曲生产采用金黄色小麦，粉碎要求表皮压成薄片，麦心磨成细粉，通过二十目筛的细粉占 40-50%，人工踩制而成。踩制好的曲坯表面略干，即可入房培养。出房曲以褐色为最好，有浓厚复合香味，俗称“香曲”，在国内独树一帜。

目前东关分厂没有制曲生产车间，所需成品曲需从溪河分厂运来。为提高制曲生产水平、曲块质量和产量，满足酿酒车间优质基酒对曲质量的需求，拟通过技术改造，在溪河分厂新增优质基酒用曲生产能力 3000 吨/年，满足东关分厂用曲需求。

本次技改涉及的曲粮清理、输送和曲块粉碎均采用机械设备，从而提高机械化程度，提高劳动生产率。压曲则采用液压压曲机，取代传统的人工踩曲，降低了劳动强度，大大提高了生产能力。发酵房采用回廊式结构。压曲、发酵房、曲库建成一体化综合厂房，方便曲胚、曲块运输，提高生产效率。

(2) 酿酒

在酿酒环节，本次募投项目主要采用如下技术工艺：

“口子酒窖泥高效功能菌”的培养和应用：

“口子酒窖泥高效功能菌”是由公司与江南大学生物工程学院合作，从生产

口子大曲酒的大曲和酒醅中分离得到的一株独特菌种。该菌种具有产酸高、性能稳定等一系列特点。本次募投项目中，拟重点推广该菌种在窖泥中的培养和使用，从而综合全面提高制曲的工艺和水平，提高基酒质量等级。

“新窖老熟技术”：

“新窖老熟技术”是利用现代生物工程技术，运用酶学、微生物学等学科的理论，在研究了自然老窖、人工老窖的各种性质特点和它们之间的差异后，对窖泥功能菌种培养基进行优化，选择适合其生长繁殖的培养基，同时在对影响己酸菌生长繁殖的各种条件充分研究的基础上，对发酵泥生产配方进行调整，模拟天然老窖的微生态环境来生产发酵泥，同时对其它原料的添加量进行了调整，促使生产的新窖泥迅速老熟，达到天然老窖泥的效果，以提高基酒质量。

高温堆积固态发酵工艺：

高温堆积固态发酵工艺：在继承传统工艺的基础上，利用口子百年老窖，高温堆积润料、低温入池长期发酵。在凝炼千百年酿造经验的基础上，得出“摸温添水须看时，盛夏烤酒当夜涤”、“轻撒匀铺，探气上甑，掐头去尾，中温流酒，缓火蒸馏，大火蒸粮”的秘诀。

5、项目主要工艺流程

项目主要工艺流程参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“四、公司主营业务的具体情况”之“（二）主要产品的生产工艺流程图”。

6、原辅材料需求及供应

项目主要原辅材料采用高粱、小麦、大麦、稻壳、水、电、蒸汽和煤等。上述原辅材料市场供应充足，供应有保障。

7、项目环境保护

（1）项目运行主要污染物及治理措施

废气：

废气主要来源于锅炉燃烧产生的烟气及污水处理站沼气。本项目中东关分厂锅炉房设置有两台 15t/h 锅炉，溪河分厂锅炉房设置有一台 20t/h 锅炉及一台 10t/h 锅炉。

废水：

本项目废水主要来源包括高浓度有机生产废水（黄水底锅水）、锅炉排污水、

车间地面及设备冲洗水和生活污水。

项目将根据“清污分流、分质处理”的原则，按照废水的种类和特点分别采取不同的处理工艺。针对高浓度有机生产废水，对其采用两级预处理加两级厌氧处理，再加 A/O 工艺（厌氧水解——好氧）处理方法，经过处理后，能够满足《污水综合排放标准》中第二时段一级标准。针对制曲车间排水、地面及设备冲洗水和生活污水，并入高浓度有机废水的后续处理阶段，进行一并处理达标后外排。针对锅炉排污水，收集并经净化处理后作为中水回用。

固体废物：

本项目生产过程中产生的固体废物主要是酒糟、锅炉房灰渣及污水处理设备产生的污泥等。酒糟出售给养猪场作为饲料，锅炉飞灰送水泥厂处理，灰渣用作筑路。污泥用煤掺混后送入锅炉中燃烧，能够全部综合利用。

噪声：

拟建工程主要噪声源为锅炉风机、原料破碎设备、风机、各种泵、灌装生产线等，其声级在 70-95dB(A) 之间。针对噪声，通过设备采购时设置设备噪声限值，在建筑上采取隔音吸声设计和设置隔音间，选用低噪声设备，在设备上设置缓冲器，在设备基座与基础之间设橡胶隔振垫，在设备进出口设消声器，在管道上设置橡胶减振补偿器等措施进行治理，治理后能保证厂界噪声达到 GB12346-90《工业企业厂界噪声标准》。

(2) 环保部门的意见

安徽省环境保护厅对本项目的环保情况出具批复意见，同意本项目建设。

8、项目实施的土地安排

本项目属技术改造项目，在公司现有土地上进行。

9、经济效益分析

单位：万元

序号	项目	金额
投资数据		
1	总投资	27,625
1.1	建设投资	26,628
1.2	建设期利息	-
1.3	流动资金	997
效益数据（年均）		
2.1	营业收入	11,097
2.2	营业税金及附加	226
2.3	增值税	1,886
2.4	总成本费用	2,917
2.5	利润总额	7,954
2.6	所得税	1,988
2.7	净利润	5,965
财务指标		
3.1	总投资收益率	28.79%
3.2	项目财务内部收益率（税前）	31.49%
3.3	项目财务内部收益率（税后）	25.24%
3.4	项目投资净现值（税前 $I_c=10\%$ ）	44,540
3.5	项目投资净现值（税后 $I_c=10\%$ ）	29,903
3.6	项目投资回收期（税前）	4.76 年
3.7	项目投资回收期（税后）	5.49 年
3.8	盈亏平衡点	43.68%

（二）优质白酒陈化老熟和存储项目

1、项目概况

陈化老熟技改项目，系根据公司发展的战略需要，进一步提升公司基酒品质和强化产品的独特口感，配合酿造技改项目，全流程、全方位提升公司产品品质而设计的项目。

“酒是陈的香”，陈化老熟对酒的风格的典型性非常重要，是保证白酒质量不可或缺的关键工序之一，优质基酒至少要经过两年的陈化老熟才能用于勾调包装成品酒，进而上市销售。优质基酒在陈化老熟过程中，酒的各种成份之间相互作用，相互缔合，发生一系列物理变化、生物化学变化，最终达到一种动态平衡。

因此，经过陈化老熟后，酒体口感更加和谐，香气纯正、风格突出、酒质更佳。

本次陈化老熟技改项目，主要针对公司东关分厂、溪河分厂的陈化老熟设备、勾调设备、储酒厂房进行改造升级。

2、项目必要性分析

（1）与白酒酿造技改项目配套、全方位提升产品品质的需要

普通基酒与优质基酒对于基酒的陈化老熟过程要求也有较为显著的区别。优质基酒的陈化老熟在时间和环境上要求都非常严格。普通白酒勾调时所用基酒为普通基酒，优质白酒勾调时所用基酒为优质基酒。

在时间要求上，普通白酒要求基酒的陈化老熟平均时间较短，一年左右即可；而优质白酒不但要求勾调时所用基酒为优质基酒，而且对陈化老熟时间要求需要延长至平均三年。公司目前的基酒陈化老熟能力无法适应优质基酒酿造车间技改项目达产后的需要。

此外，白酒生产企业的基酒库存量，尤其是优质基酒库存量，企业产品未来发展空间至关重要，从企业发展战略角度考虑，公司也迫切需要通过实施优质基酒陈化老熟技改项目，为公司可持续发展奠定坚实的基础。

（2）改善白酒外观的需要

白酒生产企业经常会遇到这样的问题，即市场上销售的白酒在冬天（北方尤甚）会出现浑浊，影响到消费者的信心，进而影响到产品市场。这是由于白酒中高级脂肪酸乙酯和高级醇类在低温下析出之故。通过引进低温冷冻过滤处理工艺，可去除影响产品质量的高级脂肪酸乙酯和高级醇类，提升产品质量。

3、项目技术方案

本项目拟通过增加储存设备，延长基酒的陈化老熟时间，以提高成品酒的品质。另外，通过引进低温冷冻过滤处理工艺，去除影响产品质量的高级脂肪酸乙酯和高级醇类，改善产品外观和内在品质，提高中高档成品酒的比例。

本技改项目主要对以下设备进行改造：东关分厂不锈钢酒罐群、陶坛库、勾调设备；溪河分厂勾调设备、散酒库、罐群。

针对基酒的陈化老熟和储存，将批量购置不锈钢罐和陶坛。陶坛是储存优质基酒的传统容器，透气性、吸附性好，陶土富含多种微量元素，微量元素可促进酒的老熟，从而可以保证白酒的风格及典型性。针对勾调用水的制备，采用反渗透

透装置；针对基酒的处理，采用低温冷冻过滤处理技术。

4、项目设备具体方案

本项目分陈化老熟和勾调两个环节实施，实施地点分别位于东关分厂和溪河分厂。

(1) 陈化老熟环节

东关分厂：东关分厂年产基酒 3000 吨，现平均储存周期为 2 年，总储能为 6700k1。技改后，根据基酒品质，拟将基酒储存周期延长至 3 年、5 年及以上。按平均储存周期 5 年计，需新增基酒储能 10000k1。本次技改拟增加 1k1 陶坛 1000 只，500k1 不锈钢酒罐 18 只，共新增储能 10000k1，以满足基酒储存要求。

溪河分厂：溪河分厂年产基酒 12000 吨，现平均储存周期为 2 年，总储能为 26800 k1。技改后，根据基酒品质，拟将基酒储存周期延长至 3 年、5 年及以上。按平均储存周期 4 年计，需新增基酒储能 26800k1。本次技改拟增加 1k1 陶坛 5000 只，2000 k1 不锈钢酒罐 16 只，共新增储能 37000k1，以满足基酒储存要求。

两家分厂车间各生产班组生产的基酒经专业品酒师尝评后需分级存放，然后再送至储酒罐进行陈化老熟，勾调后的成品酒包装前亦需先在缓冲罐内存放。因此，本技改项目拟增加部分收酒罐和缓冲罐，以配套满足生产需要。

(2) 勾调环节

勾调用水品质关系到白酒产品的质量。东关、溪河分厂目前采用的是一级反渗透水处理工艺。此水处理工艺主要去除水中的杂质和硬度，制备的软化水中尚存一部分其它离子，对酒的品质稍有影响。为了进一步提高产品品质，本项目拟引进三级反渗透水处理设备，制备的去离子水用于勾调，更利于提高产品质量。本项目拟引进三级反渗透水处理设备三套，单套处理能力均为 50t/h。

东关、溪河分厂现阶段没有低温冷冻过滤处理设备，本项目拟引进低温冷冻过滤处理设备 4 套，其中东关分厂两套，单套处理能力 10t/h，溪河分厂 2 套，单套处理能力 20t/h。该设备可去除低温下引起白酒浑浊的高级脂肪酸乙酯和高级醇类，从而提升产品质量。该设备利用处理后的低温酒预冷却来自储酒罐的常温基酒，在将未处理的基酒预冷却的同时将处理后的低温基酒温度提升到常温状态，实现了能量的循环利用，降低了能耗。

5、原辅材料需求及供应

本技改项目目的在于增加中、高档酒比例和提高产品质量，接收的是基酒，按要求经一定时间的存储（陈化老熟）后勾调成为一定规格的成品酒，再经低温冷冻过滤后成为本项目的成品，送至包装车间。本项目属节能性项目，除有少量水、电消耗外，无其它原辅材料消耗，也无燃料消耗。

6、项目建设对环境的影响评价

本项目废水主要来源为生活污水，属生化有机废水，拟并入酿造技改项目高浓度有机废水的后续处理阶段，进行一并处理达标后外排。

7、项目实施的土地安排

本项目属技术改造项目，在公司现有土地上进行。

8、经济效益分析

项目可新增营业收入 20,345 万元，新增净利润 5,114 万元。

单位：万元

序号	项目	金额
投资数据		
1	总投资	28,158
1.1	建设投资	19,026
1.2	建设期利息	-
1.3	流动资金	9,132
效益数据（年均）		
2.1	营业收入	20,345
2.2	营业税金及附加	189
2.3	增值税	1,572
2.4	总成本费用	13,337
2.5	利润总额	6,818
2.6	所得税	1,705
2.7	净利润	5,114
财务指标		
3.1	总投资收益率	24.21%
3.2	项目财务内部收益率（税前）	30.41%
3.3	项目财务内部收益率（税后）	24.02%
3.4	项目投资净现值（税前 Ic=10%）	36,402
3.5	项目投资净现值（税后 Ic=10%）	24,062
3.6	项目投资回收期（税前）	5.30 年
3.7	项目投资回收期（税后）	6.13 年

序号	项目	金额
3.8	盈亏平衡点	16.42%

（三）包装生产线技改项目

1、项目必要性

包装是成品酒生产中的重要环节，对白酒产品的形象和食品安全卫生都有重要影响。公司原有成品酒包装车间和包装材料库越来越不能满足企业的发展要求。作为展示企业形象的重要一环，公司包装物流的现状与现代化白酒生产企业还存在一定的差距。无论从白酒行业发展的要求、公司自身发展的需要、还是公司目前的现状来看，都急需采用技术手段，对东关分厂、溪河分厂包装物流设施进行技术改造，淘汰落后包装线，引进机械化程度高的包装生产线，建设现代化的食品加工企业。

公司目前东关分厂现有包装生产线 9 条，其中 4 条 2000 瓶/h，5 条 3000 瓶/h。溪河分厂现有包装生产线 20 条，其中 8 条包装线为原有包装设备搬迁，目前设备老旧。

由于购置时间较早，公司目前已有包装生产线设计落后，机械化、自动化程度不高，包装材料损耗和酒损偏大。劳动定员多，工人劳动强度大。生产故障率偏高，维修费用大，劳动生产效率低下。生产旺季时，包装生产能力达不到要求。此外，包装生产线品种单一，适应性差，不能满足市场对产品个性化的需求。

2、项目概况

本次技改拟全面更新包装生产线，采用全自动与半自动包装生产线，取代原有的以手工为主的包装生产线，提高生产效率。主要技改内容如下：

东关分厂改建9条包装线：三条包装线用于包装高档酒，单条包装能力3000瓶/时；四条包装线用于包装中档酒，单条包装能力5000瓶/时；两条包装线用于包装普通酒，单条包装能力6000瓶/时。

溪河分厂替换 8 条包装线：更新后的包装生产线中四条用于包装高档酒，单条包装能力 3000 瓶/h；四条用于包装中档酒，单条包装能力 5000 瓶/h，与其他包装线一起，满足溪河分厂的包装生产任务。

此外，本项目拟对包装车间厂房、包装材料库和成品酒库等配套设施进行同步技改，由于溪河分厂相关配套设施为近期建成，可基本满足配套需要，上述技

改仅对东关分厂实施：

包装车间厂房：

东关分厂包装厂房，使用年限较长，设计标准偏低，车间布局不尽合理，车间内包装线相对拥挤，人流、物流路线不够清晰，与现代化白酒生产企业对包装车间的要求有一定的差距。

本次技改拟拆除原包装厂房，在原址新建两栋三层包装厂房。一栋建筑面积 11200m²，布置四条包装线；另一栋建筑面积 24100m²，布置五条包装线。包装厂房三层作包装材料周转区域，二层布置包装线，底层作空瓶暂存和成品周转。功能明晰，物流顺畅，布局合理且节约用地。

包装材料库：

东关分厂现有包装材料库单层，数量多，占地面积大，储存能力小，厂房陈旧，管理不便，已不能满足公司目前需要。

本次技改拟拆除原有包装材料库，在原址新建两栋三层包装材料库。一栋建筑面积 12400m²，另一栋建筑面积 5400m²，可满足项目对包装材料储存的要求。新建包装材料库采用立体货架储存方式，便于实现物流的机械化。

成品酒库：

东关分厂现有成品酒库单层，占地面积大，储存能力小，厂房陈旧，不能满足生产旺季时对成品储存的要求。

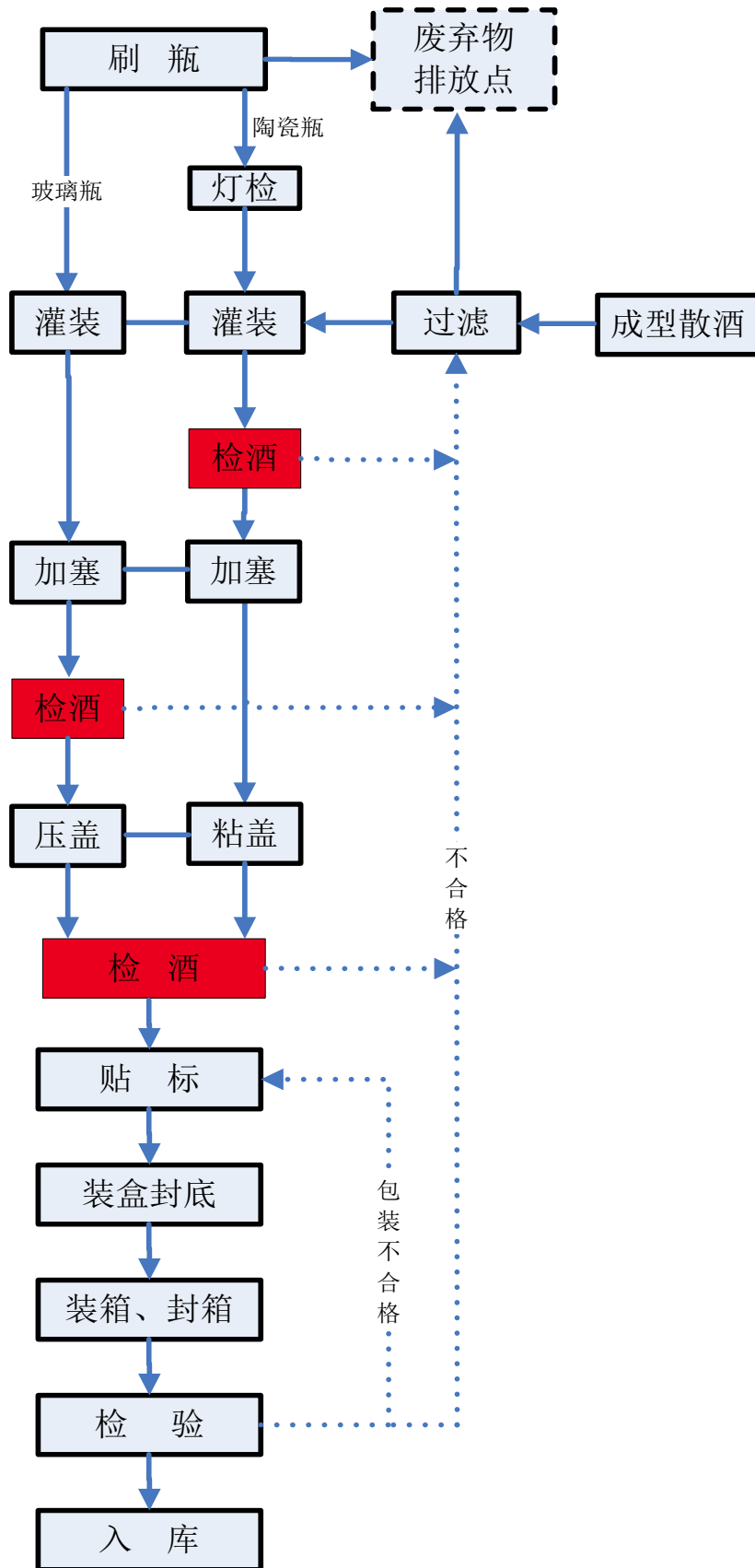
根据目前白酒包装物流的发展趋势，本次技改拟拆除原有单层成品酒库，在原址新建一栋全自动立体货架仓库，采用全自动码垛、输送、入库、出库系统，满足成品酒储存需求，提高公司生产自动化水平。

厂区布局：

东关分厂建成时间较早，现有厂区布局拥挤，人流、物流不畅。本项目将对技改相关部门进行重新布局，在满足最新消防规范的前提下，尽量做到布置合理，人流、物流便捷通畅，进一步提高生产效率。

3、项目工艺流程

包装生产线主要工艺流程如下：



4、投资估算

项目投资具体构成如下：

单位：万元

序号	投资名称	投资额	比例
1	建筑工程费	8,564.40	29.58%
2	设备购置费	13,687.40	47.27%
3	安装工程费	2,008.62	6.94%
4	其他	4,694.38	16.21%
5	合计	28,954.80	100.00%

5、项目拟购置的主要设备

东关分厂技改后主要设备如下表：

序号	设备名称	数量
1	50头洗瓶机	9
2	50头控瓶机	9
3	20头灌装机	9
4	风刀烘干机	18
5	抓盖压盖机	9
6	自动封罐机	9
7	输瓶线	945
8	输瓶电机	81
9	动力滚筒	270
10	滚筒电机	54
11	自动封箱机	9
12	大箱滑道	9
13	内盒滑道	18
14	走线盒	900
15	接水盒	450
16	电气控制系统	9
17	工作台	450
18	贴标机	9
19	码垛机	9
20	开箱、装箱机	9
21	喷码机	18
22	打酒泵	15
23	空压机	3
24	电梯	12
25	全自动立体货架仓库设施	1

溪河分厂技改后主要设备如下表：

序号	设备名称	数量
1	50头洗瓶机	8
2	50头控瓶机	8
3	20头灌装机	8
4	风力烘干机	16
5	抓盖压盖机	8
6	自动封罐机	8
7	输瓶线	840
8	输瓶电机	72
9	动力滚筒	240
10	滚筒电机	48
11	自动封箱机	8
12	大箱滑道	8
13	内盒滑道	16
14	走线盒	800
15	接水盒	400
16	电气控制系统	8
17	工作台	400
18	贴标机	8
19	码垛机	8
20	开箱、装箱机	8
21	喷码机	16
22	打酒泵	15
23	空压机	3

6、原辅材料需求及供应

项目采用的原辅材料主要包括纸箱、盒子、酒瓶、标签、水和电等。上述原辅材料市场供应充足，供应有保障。

7、项目建设对环境的影响评价

本项目主要污染源为废水，主要为包装车间清洗水，经收集并经净化处理后作为中水回用。

8、项目实施的土地安排

本项目属技术改造项目，在公司现有土地上进行。

9、经济效益分析

单位：万元

序号	项目	金额
投资数据		
1	总投资	28,955
1.1	建设投资	27,452
1.2	建设期利息	-
1.3	流动资金	1,502
效益数据（年均）		
2.1	营业收入	64,593
2.2	营业税金及附加	10,996
2.3	增值税	7,232
2.4	总成本费用	47,911
2.5	利润总额	5,686
2.6	所得税	1,421
2.7	净利润	4,264
财务指标		
3.1	总投资收益率	19.64%
3.2	项目财务内部收益率（税前）	23.14%
3.3	项目财务内部收益率（税后）	18.53%
3.4	项目投资净现值（税前 Ic=10%）	26,403
3.5	项目投资净现值（税后 Ic=10%）	16,185
3.6	项目投资回收期（税前）	5.87年
3.7	项目投资回收期（税后）	6.77年
3.8	盈亏平衡点	73.45%

（四）营销网络建设项目

1、项目概况

本项目实施内容为通过建设旗舰店和专卖店，进一步扩大公司的营销网络，以有效巩固成熟市场，快步推进潜在市场，与现有网络形成重点突出、中心明确、层次分明的高效市场营销网络平台，以扩大市场辐射力、品牌影响力与产品渗透力。

本项目拟在安徽省内外建设 13 家旗舰店和 101 家专卖店，旗舰店的建筑面积为 80 或者 100 平方米左右，专卖店的建筑面积为 50 平方米左右。本项目旗舰

店房屋采取公司购置的方式,专卖店采取经销商租赁房屋公司承担租赁费用方式,旗舰店和专卖店由公司统一装修,旗舰店和专卖店设立后,由经销商经营,公司不直接参与旗舰店和专卖店的经营,不负责对外销售活动,公司对旗舰店和专卖店的营销活动进行指导,增强消费者的体验,提升公司品牌形象。公司设立旗舰店和专卖店,仍由经销商经营,未来公司营销模式不会发生重大变化。

2、项目实施计划

根据项目的实际情况,从第一批旗舰店/专卖店具体地点确定开始,本项目的建设期确定为36个月。根据旗舰店和专卖店布点计划,采用成熟一个、建设一个、运营一个的方式。

3、投资估算

项目投资具体构成如下:

单位:万元

序号	投资名称	投资额	比例
1	建筑工程费	10,769.00	83.92%
2	设备购置费	506.52	3.95%
3	安装工程费	2.41	0.02%
4	其他	1,554.13	12.11%
5	合计	12,832.06	100.00%

4、项目建设的必要性

(1) 加大省外市场开拓的需要

目前,大型白酒企业凭借品牌影响力、规模经济优势、渠道控制力等综合优势,取得快速发展,行业集中度逐步提高。随着公司战略定位的调整和生产经营规模的扩大,现有营销网络已经无法满足公司未来进一步发展的要求,迫切需要加强营销网络建设。公司将以产业结构调整为契机,加快营销网络布局,扩大公司在省外市场的影响力和占有率。

(2) 市场竞争加剧要求公司营销网络建设更加系统化、精细化

近几年,白酒消费在快速增长的同时,市场竞争也在加剧。同质化竞争手段日益严重,传统的营销方式已不能适应市场竞争的需要。建设系统化和精细化的营销网络,能够帮助企业在竞争中抢占制高点。

通过旗舰店/专卖店建设,扩大企业文化传播,提高竞争力、增强吸引力、形成凝聚力,建立消费数据库,及时掌握消费者的需求和动向,便于企业更好的

进行产品开发、生产储运和营销推广，提高企业决策的准确性和有效性。

（3）加强品牌建设的需要

通过旗舰店/专卖店建设，可以利用中心城市的辐射功能和市场中心作用的效应，增强品牌在周围地区的影响力，扩大市场辐射力、品牌影响力与产品渗透力。开拓成长型市场的中心城市，起到桥头堡作用，扩大消费者对品牌的认知。同时，旗舰店/专卖店的建设作为现有品牌传播和销售渠道的补充、体现“体验式”销售的一种营销手段，满足市场白酒消费向中高档趋势。通过体验式营销，了解目标消费群体的口味等方面的需求。

5、项目具体建设内容

项目拟在全国设立 13 家旗舰店和 101 家专卖店，具体分布如下：

（1）旗舰店

序号	城市	数量
1	合肥	2 家
2	北京	2 家
3	上海	1 家
4	天津	1 家
5	南京	1 家
6	济南	1 家
7	郑州	1 家
8	沈阳	1 家
9	天津	1 家
10	石家庄	1 家
11	淮北	1 家
	合计	13 家

(2) 专卖店

序号	省名	数量
1	安徽	17 家
2	江苏	11 家
3	河南	9 家
4	山东	11 家
5	河北	6 家
6	辽宁	6 家
7	山西	2 家
8	内蒙古	3 家
9	福建	4 家
10	广东	7 家
11	湖北	2 家
12	湖南	4 家
13	广西	2 家
14	海南	2 家
15	陕西	6 家
16	宁夏	1 家
17	甘肃	3 家
18	浙江	5 家
	合计	101 家

旗舰店/专卖店布局选择:

(1) 选择极具影响力的特大型城市, 如上海、北京和天津等。在这些城市设立旗舰店, 对周边的城市与地区具有明显的示范和广告效应。

(2) 具有辐射功能的省级或副省级城市, 如南京、济南、郑州、沈阳、合肥和石家庄等。在这些城市设立旗舰店, 市场中心作用的效应明显, 一旦中心市场启动成功, 便可迅速启动周边市场甚至全省市场发展。这些中心城市市场容量大, 具备中、高档消费能力的人群广泛。

(3) 在公司总部所在地淮北市, 建立旗舰店。以有效提升当地市场服务能力, 同时也是向社会展示口子产品与文化的主要窗口。

(4) 为了更好的巩固安徽省作为公司主体市场的作用, 深化各地市对周边县城的带动作用, 形成全省呼应的市场格局, 在每个地市级城市设立专卖店。

(5) 在具备一定市场基础和市场发展前景的省外重点和地市级城市, 如无锡、青岛和新乡等城市, 设立专卖店。

6、经济效益分析

本项目的实施主要是扩大市场辐射力、品牌影响力与产品渗透力，其本身不产生直接效益。营销网络建设项目的实施，将会对公司经济效益的提高和品牌形象的提升产生全方面的积极促进作用，具体体现在：

（1）扩大营销网络，提高运营效率

本募投项目的实施，将进一步扩张公司营销网络，巩固公司在优势区域的市场地位，有效提升公司营销体系的综合运营效率，为未来市场的深度开发奠定坚实基础。

（2）与优质白酒酿造技改等项目形成良好的协同效应

优质白酒酿造技改、陈化老熟和存储、包装生产线技改项目将优化公司产品结构，增加公司的优质白酒产量。营销网络项目的实施能促进优质白酒的销售，更好的满足消费者对公司产品的需求，从而与上述技改项目形成良好的协同效应，实现预期经济效益。

（3）增强市场响应能力

本项目实施后，一方面全面提升市场服务和营销的反应速度，通过快速响应终端市场需求，扩大市场销售规模；另一方面，公司能够获取市场的产品需求信息，提高公司的市场研究能力，开发出满足客户需求的新产品，快速响应市场需求变化，提高公司销售收入。

（4）提升品牌形象

通过营销网络的扩大，能够进一步提升公司品牌在全国范围内的知名度和美誉度，增加品牌价值。同时，公司能够通过品牌影响力的提升实现产品销售溢价，带动销售收入快速增长，最终形成销售规模的提高和品牌价值提升之间的良性互动关系。

五、新增固定资产与产能变动的匹配关系

公司本次募集资金投资项目均为技改项目，项目实施后，尽管固定资产大幅增长，但是绝对产能并不会增加。

六、募集资金投资项目与主营业务的关系

本次募集资金投资项目为公司现有主营业务的延伸,有助于提高公司核心竞争力。

近年来随着消费升级,中端、中高端白酒市场不断扩大,消费群体与日俱增。行业内主流企业顺应消费趋势,调整产品结构,加大中端、中高端产品生产比例。消费结构和产品结构从金字塔形向橄榄形转变,已经成为行业发展趋势。而公司现有产能结构已不能满足消费者的需求和市场竞争的需要,实施本项目将有效缓解这一矛盾。项目建成后,公司的产品结构将进一步优化,公司的中、高档白酒产量进一步增加,能够有效满足市场需求。

七、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响

本次募集资金到位后,可大幅提升公司资产规模,有效解决本公司发展资金瓶颈。项目建成后,产品结构将得到优化,公司中高档白酒的生产能力得以提高,进一步巩固公司作为兼香型白酒代表在行业中的地位。同时,提升公司的盈利能力,增强公司的市场竞争力。

八、募集资金投资项目的实施进展情况

截至报告期末,募投项目实施进展及投资金额情况如下:

单位:万元

序号	项目名称	计划投资额	实际投资额	实施进度
1	优质白酒酿造技改项目	27,624.96	7,807.20	28.26%
2	优质白酒陈化老熟和存储项目	28,157.67	5,693.63	20.22%
3	包装生产线技改项目	28,954.80	4,808.71	16.61%
4	营销网络建设项目	12,832.06	300.00	2.34%
	合计	97,569.49	18,609.55	

第十三节 股利分配政策

一、公司最近三年的股利分配政策

公司股利分配实行公平公正、同股同利的原则。股东依照其所持有的股份份数获得股利和其他形式的利益分配。根据公司章程规定的利润分配政策，公司税后利润按下列顺序和比例分配：

- 1、弥补以前年度的亏损；
- 2、提取税后利润的 10%列入法定公积金；
- 3、提取任意公积金；
- 4、向股东分配红利。

公司法定公积金累计额达到公司注册资本的 50%以上，可以不再提取。公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。股东大会违反规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为公司资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司可以现金和股票的形式进行年度或半年度股利分配。公司的利润分配应重视投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性。

二、公司报告期内实际股利分配情况

2012 年 5 月 3 日，公司 2011 年度股东大会作出决议，公司 2011 年股利分配方案为：以 2011 年 12 月 31 日公司股本 54,000 万股为基数，每股派发现金红利 0.1 元（含税），合计分配现金股利 5,400 万元。上述股利已于 2012 年 6 月支付完毕。

2013年4月10日，公司2012年度股东大会作出决议，公司2012年利润分配方案为：以2012年12月31日公司股本54,000万股为基数，每股派发现金红利0.15元（含税），合计分配现金股利8,100万元。上述股利已于2013年6月支付完毕。

2014年4月2日，公司2013年度股东大会作出决议，公司2013年利润分配方案为：以2013年12月31日公司股本54,000万股为基数，每股派发现金红利0.2元（含税），合计分配现金股利10,800万元，上述股利已于2014年6月支付完毕。

三、本次发行前滚存利润的分配安排

经公司2012年第二次临时股东大会审议通过，本次发行完成后，公司本次发行前的滚存利润由发行后的全体股东共同享有。

四、本次发行后的股利分配政策

（一）股利分配的原则

公司实施连续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。

（二）股利分配基本条款

公司可以采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。现金方式优先于股票方式。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，在满足现金分红条件时，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的15%，且不低于本次利润分配的40%；如有重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的10%，且不低于本次利润分配的20%。在每年现金分红比例保持稳定的基础上，如公司发展较快，董事会认为公司的发展阶段达到成熟期的，则根据公司有无重大资金支出安排计划，由董事会按照公

公司章程规定的利润分配政策调整的程序提出提高现金分红在本次利润分配中的最低比例，经董事会审议后，提交公司股东大会批准。

公司实施现金分红时须同时满足下列条件：

- （1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；
- （2）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；
- （3）公司累计可供分配利润为正值。

本次发行后，公司股利分配其他基本条款和发行前一致，参见本节“一、公司最近三年的股利分配政策”。

（三）股利分配的程序

公司每年利润分配预案由公司管理层、董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金需求和股东回报规划提出、拟定，经董事会审议通过后提交股东大会批准。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。董事会、独立董事和符合一定条件的股东可以向公司股东征集其在股东大会上的投票权。独立董事应对利润分配预案独立发表意见并公开披露。董事会在决策和形成利润分配预案时，要详细记录管理层建议、参会董事的发言要点、独立董事意见、董事会投票表决情况等内容，并形成书面记录作为公司档案妥善保存。

董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流（包括但不限于提供网络投票表决等），充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。分红预案应由出席股东大会的股东或股东代理人以过半数的表决权通过。

公司年度盈利，管理层、董事会未提出拟定现金分红预案的，管理层需就此向董事会提交详细的情况说明，包括未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途和预计收益情况，并由独立董事发表独立意见并在审议通过年度报告的董事会公告中详细公开披露；董事会审议通过后提交股东大会审议批准，并由董事会向股东大会做出情况说明。股东可以选择现场、网络或其他表决方式行使表决

权。

在每年现金分红比例保持稳定的基础上，如公司发展较快，董事会认为公司的发展阶段达到成熟期的，则根据公司有无重大资金支出安排计划，由董事会按照公司章程规定的利润分配政策调整的程序提出提高现金分红在本次利润分配中的最低比例，经董事会审议后，提交公司股东大会批准，且该利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督，并应对年度内盈利但未提出利润分配的预案，就相关政策、规划执行情况发表专项说明和意见。

公司应严格按照有关规定在年报、半年报中披露利润分配预案和现金分红政策执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求，分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用，中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。对现金分红政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。若公司年度盈利但未提出现金分红预案，应在年报中详细说明未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划。

（四）股利分配的具体形式和标准

在符合现金分红条件情况下，公司原则上每年进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分配。

公司可以根据年度的盈利情况及现金流状况，在保证最低现金分红比例和公司股本规模及股权结构合理的前提下，注重股本扩张与业绩增长保持同步，在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行采取股票股利分配的方式进行利润分配。

公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（五）股利分配政策的调整

公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，确需调整利润分配政策和股东回报规划的，调整后的利润分配政策不得违反相关法律法规、规范性文件、公司章程的有关规定；有关调整利润分配政策的议案，由独立董事、监事会发表意见，经公司董事会审议后提交公司股东大会批准，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司同时应当提供网络投票方式以方便中小股东参与股东大会表决。董事会、独立董事和符合一定条件的股东可以向公司股东征集其在股东大会上的投票权。

五、公司股东分红回报规划

为充分保护公司股东利益，尤其是中小投资者的合法权益，公司股东大会审议通过了《安徽口子酒业股份有限公司股东未来分红回报规划（2014-2016 年）》，主要内容如下：

（一）未来三年分红回报具体计划

公司应坚持现金分红为主的基本原则。公司每年根据实际盈利水平、现金流量状况、未来发展资金需求情况等因素，制定相应的现金股利分配方案，在足额预留法定公积金、任意公积金以后，在无重大投资计划或重大现金支出事项发生的情况下，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 15%，且不低于本次利润分配的 40%；如有重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%，且不低于本次利润分配的 20%。在确保足额现金股利分配的前提下，考虑股东意愿和要求，公司可以另行增加股票股利分配和资本公积金转增。公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红预案，并交付股东大会表决。公司接受所有股东、独立董事、监事和公众投资者对公司分红的建议和监督。

重大投资计划或重大现金支出是指以下情形之一，但募集资金投资项目除外：

- （1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%且超过 10,000 万元；
- （2）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到

或超过公司最近一期经审计总资产的 10%且超过 10,000 万元。

（二）公司未分配利润的使用计划

公司实施分红计划后，留存的未分配利润主要用于及对外投资、收购资产、购买设备等重大投资及现金支出，以逐步扩大公司生产经营规模，促进公司业务快速发展和经营业绩持续增长，有计划有步骤地实现公司未来的发展目标，为公司股东提供更多回报。

（三）子公司分红规划

公司全资子公司口子酒营销所获利润系公司利润的主要来源之一，根据其公司章程，口子酒营销每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 30%。公司将通过股东大会、董事会行使股东权力，促使其建立持续、稳定分红回报机制，以保证公司股利分配的连续性和稳定性。

第十四节 其他重要事项

一、信息披露及投资者关系管理的负责机构及人员

公司将遵照《公司法》、《证券法》等相关法律法规的规定，建立严格的信息披露制度。公司负责信息披露和投资者关系管理的部门为证券事务部，负责人为董事会秘书瞿惠华，电话：0561-6898000。

二、重大合同

截至报告期末，公司正在履行的重大合同情况如下：

（一）销售合同

单位：万元

序号	客户名称	标的	金额	合同有效期
1	合肥百维食品饮料有限责任公司	白酒	15,000.00	2015.1.1-2015.12.31
2	淮北市顺达商贸有限公司	白酒	13,300.00	2015.1.1-2015.12.31
3	六安市九鼎商贸有限公司	白酒	10,000.00	2015.1.1-2015.12.31
4	新乡市华业副食有限公司	白酒	4,850.00	2015.1.1-2015.12.31
5	滁州市祥宏商贸有限责任公司	白酒	3,378.00	2015.1.1-2015.12.31
6	芜湖市福禄食品饮料有限公司	白酒	2,592.00	2015.1.1-2015.12.31
7	濮阳市华诚商贸有限公司	白酒	2,000.00	2015.1.1-2015.12.31
8	安庆时代酒业有限责任公司	白酒	2,000.00	2015.1.1-2015.12.31
9	巢湖市亚锋商贸有限公司	白酒	1,902.20	2015.1.1-2015.12.31
10	池州市东和兴商贸有限公司	白酒	1,871.40	2015.1.1-2015.12.31
11	淮南市祥瑞商贸有限责任公司	白酒	1,500.00	2015.1.1-2015.12.31
12	淮南市成宇商贸中心	白酒	1,500.00	2015.1.1-2015.12.31
13	黄山市福星贸易有限公司	白酒	1,439.60	2015.1.1-2015.12.31
14	铜陵福禄商贸有限公司	白酒	1,400.00	2015.1.1-2015.12.31
15	安庆市创名商贸发展有限责任公司	白酒	1,400.00	2015.1.1-2015.12.31
16	大连金飞达商贸有限公司	白酒	1,200.00	2015.1.1-2015.12.31

(二) 采购合同

单位：万元

序号	供货方	需求方	标的	金额	合同签订日期
1	淮北市粮油食品局直属库	口子酒业	高粱	4,170.00	2014.11.1
2	淮北市粮食收储公司	口子酒业	高粱	3,058.00	2014.11.1
3	东莞市天宝五金塑胶制品有限公司	口子酒业	铁盒、窖箱	2,610.60	2015.1.1
4	上海赢嘉包装制品有限公司	口子酒业	防伪盖	2,464.00	2015.1.1
5	淮北市粮油食品局直属库	口子酒业	高粱	2,028.00	2014.9.1
6	梅河口市阜康酒精有限责任公司	口子酒业	玉米酒精	1,662.50	2014.7.25
7	淮北市粮食收储公司	口子酒业	高粱	1,521.00	2014.9.1
8	深圳市甲古文酒类供应链管理有限公司	口子酒业	塑胶盒、铝牌	1,090.80	2015.1.1
9	淮北市乾龙包装制品有限公司	口子酒业	纸罐箱、纸罐	1,055.30	2014.7.1

(三) 借款合同

单位：万元

序号	借款人	合同编号	贷款银行	金额	期限	年利率	担保情况
1	口子酒业	13050169-2012年(相南)字0013号	中国工商银行股份有限公司淮北市分行	6,000	2012.12.31-2015.12.30	浮动	信用
2	口子酒业	34060101-2014年(淮营)字0001	中国农业发展银行淮北市分行	13,950(注)	2014.1.14-2015.1.13	6%	34060101-2014年淮营(抵)字0005号
3	口子酒业	34060101-2014年(淮营)字0002号	中国农业发展银行淮北市分行	6,000	2014.2.20-2015.2.16	6%	34060101-2014年淮营(抵)字0006号
4	口子酒业	2014年淮北营信字第11140224号	招商银行股份有限公司淮北分行	6,000	2014.2.26-2017.2.26	浮动	信用
5	口子酒业	2014年淮北营信字第11140302号	招商银行股份有限公司淮北分行	3,000	2014.3.26-2015.3.26	浮动	信用
6	口子酒业	13050169-2014年(相南)字0005号	中国工商银行股份有限公司淮北市相南支行	6,000	2014.3.31-2017.3.31	浮动	信用

注：实际借款金额为9,000万元。

(四) 承兑协议

单位：万元

序号	协议编号	出票日期-到期时间	金额	保证金	承兑人	担保情况
1	2014030	2014. 8. 29 -2015. 2. 28	3, 980. 00	30%	中国建设银行股份 有限公司淮北市分行	最高额抵押合 同 2013-027
2	2014040	2014. 12. 3 -2015. 6. 3	4, 808. 00	30%	中国建设银行股份 有限公司淮北市分行	最高额抵押合 同 2013-027
3	2014039	2014. 11. 4 -2015. 5. 3	3, 940. 00	30%	中国建设银行股份 有限公司淮北市分行	最高额抵押合 同 2013-027
4	1330920141230050	2014. 12. 30 -2015. 6. 30	3, 970. 00	30%	徽商银行 淮北银辉支行	2012年辉抵字 第 006 号
5	1330920140701037	2014. 7. 1 -2015. 1. 1	240. 00	30%	徽商银行 淮北银辉支行	信用
6	1330920140729038	2014. 7. 30 -2015. 1. 30	4, 350. 00	30%	徽商银行 淮北银辉支行	信用
7	1330920140928046	2014. 9. 28 -2015. 3. 28	3, 920. 00	30%	徽商银行 淮北银辉支行	信用

（五）抵押、质押与保证合同

1、抵押合同

单位：万元

序号	合同编号	抵押人	抵押权人	合同期限	最高担保金额	抵押物
1	2012 年辉抵字 第 006 号	口子酒业	徽商银行 淮北银辉支行	2012. 3. 9 -2015. 3. 9	14, 980	醇池
2	2013-027	口子酒业	中国建设银行股份 有限公司淮北市分行	2013. 11. 28 -2018. 11. 25	34, 571	房产、醇池及 土地使用权
3	34060101-2014 年淮营（抵）字 0005 号	口子酒业	中国农业发展银行 淮北市分行	2014. 1. 14 -2019. 1. 11	13, 950	醇池
4	34060101-2014 年淮营（抵）字 0006 号	口子酒业	中国农业发展银行 淮北市分行	2014. 1. 14 -2019. 1. 11	6, 050	房产、土地使 用权

2、票据质押/票据池合同

单位：万元

序号	合同编号	质押人	质押权人	合同期限	担保金额	质押物价值
1	2014001	口子酒业	徽商银行 淮北银辉支行	长期	-	-

（六）广告合同

单位：万元

序号	广告投放方	相对方	媒体位置	金额	有效期
1	口子酒营销	上海剧星文化传播有限公司	中央电视台	4,545.80	2015.1.1 -2015.12.31
2	口子酒营销	北京顺达盛世广告有限公司	北京南站	1,007.00	2015.3.15 -2017.3.14
3	口子酒营销	央广传媒发展总公司广告分公司	中央人民广播电台	1,000.00	2015.1.1 -2015.12.31

三、对外担保的有关情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在其他对外担保情况。

四、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。公司控股股东、实际控制人、控股子公司，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员无任何尚未了结的重大诉讼或仲裁事项。

公司具有悠久的酿酒历史，企业和产品名称中含有“口子”二字，持有的“口子及图”、“口子酒”、“口子窖”、“口子贡”等注册商标，在国内享有较高的知名度，具有商标享有在先的权利。

徐口子酒业有限公司(以下简称徐口子)，原名安徽安信空调设备有限公司，成立于2004年，2007年变更为现名称，该公司主要有以下侵权行为：

第一、企业名称中含有口子字样，地理位置与公司接近，该公司攀附公司意图较为明显，构成侵权和不正当竞争。

第二、该公司在白酒产品上使用与口子商标相同或相似的商标，构成商标侵权。该公司持有“徐口”商标，但是在其生产销售的白酒上广泛、突出、显著使用“口子”、“口子酒”、“口子窖”、“口子贡”、“徐口子酒”、“徐口子贡”、“徐口子窖”等商标，以误导消费者。

第三、虚假宣传。在其官方网站宣传手册上自称“徐口子”，在商标包装上与公司产品包装装潢十分近似，注册了“xukouzi”域名作为其官方网站域名。

基于徐口子的侵权行为，公司于 2013 年 9 月 13 日在淮北市中级人民法院提起诉讼，要求判令被告立即变更企业名称、停止使用“徐口子”字号、立即停止以任何方式使用“口子”、“口子酒”、“口子窖”、“口子贡”、“徐口子酒”、“徐口子贡”、“徐口子窖”等商标、立即停止使用“www.xukouzi.com”的域名并注销、赔偿经济损失 200 万元、支付原告为制止侵权支付的合理费用 18 万元、在报纸上刊登声明，消除不良影响、承担诉讼费用。

2014 年 5 月 30 日在淮北市中级人民法院主持下双方进行了调解，双方达成调解协议：

- 1、徐口子变更企业名称，变更后的名称中不得含有“口子”字样。
- 2、徐口子于 2014 年 12 月 30 日前处理完毕带有“安徽淮北市濉溪徐口子有限公司”字样的产品，逾期将予以销毁。
- 3、公司在徐口子变更企业名称后支付其 90 万元。

截至目前，徐口子和公司都已经履行了判决义务，该诉讼已经执行完毕。

该公司网站和宣传材料宣称其年产量 1000 吨，年产值 2000 万元，据此测算其年产量相当于公司的 3%左右，年销售收入不超过公司销售收入的 1%，并且该公司产品每升单价仅为 20 元，属于最低档次的白酒。对发行人的生产经营没有重大影响。

五、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

第十五节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签名：


徐 进



张国强


徐钦祥


范 博


束庆瑞


孙朋东


马 勇


鲍金桥



张 萱

(本页无正文, 为《发行人全体董事、监事、高级管理人员声明》的签字盖章页)

全体监事签名:


刘安省


吕家芳



王 标

全体高级管理人员签名:


徐 进


张国强


徐钦祥


瞿惠华


朱成寅


范 博


周图亮


黄绍刚


段 炼


安徽口子酒业股份有限公司(公章)

2015 年 6 月 17 日

保荐人（主承销商）声明

本保荐人（主承销商）已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

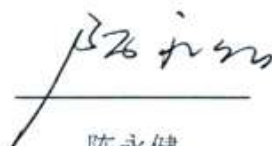
项目协办人：_____

保荐代表人：  _____

魏 勇



乔绪升

法定代表人：  _____

陈永健


华林证券有限责任公司（公章）




2015年6月17日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要,确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师(签名): 
张明远


马天宁

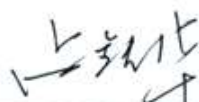
律师事务所负责人(签名): 
王玲



会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办会计师（签名）：



占铁华



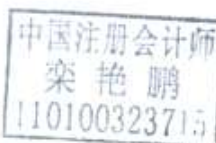


熊明峰





栾艳鹏



会计师事务所负责人（签名）：



肖厚发



华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）




验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办会计师：_____

潘 峰


占铁华



会计师事务所负责人：_____


肖厚发



华普天健会计师事务所(特殊普通合伙)



2015 年 6 月 17 日

验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办会计师：_____

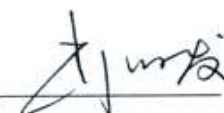
潘 峰



占铁华



会计师事务所负责人：_____



肖厚发



华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）



年 月 日

资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办评估师（签名）：杨明开
杨明开

徐应琼
徐应琼

资产评估机构负责人（签名）：叶煜林
叶煜林

安徽中联国信资产评估有限责任公司（公章）
2015年6月17日

第十六节 备查文件

一、备查文件

投资者可查阅与本次发行有关的法律文件，具体如下：

- （一）发行保荐书；
- （二）财务报表及审计报告；
- （三）内部控制鉴证报告；
- （四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （五）法律意见书及律师工作报告；
- （六）公司章程（草案）；
- （七）中国证监会核准本次发行的文件；
- （八）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间和地点

（一）查阅时间

每周一至周五上午9:00~12:00，下午1:00~5:00。

（二）查阅地点

1、发行人：安徽口子酒业股份有限公司

办公地点：安徽省淮北市三堤口

联系电话：0561-6898000

传真：0561-6897951

联系人：瞿惠华

2、保荐人（主承销商）：华林证券有限责任公司

办公地点：北京市西城区金融大街国际企业大厦A座17层

联系电话：010-88091786

传真：010-88091790

联系人：魏勇、乔绪升