

维维食品饮料股份有限公司

关于 2015 年度及 2016 年第一季度业绩下滑的 应对措施及风险提示的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

一、2015 年度及 2016 年第一季度业绩下滑情况

（一）2015 年度业绩下滑情况

2015 年，公司实现营业收入为 388,776.96 万元，同比减少 12.88%；实现归属于上市公司股东的净利润为 10,150.48 万元，同比减少 49.41%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 3,139.12 万元，同比减少降 53.89%。

（二）2016 年第一季度业绩下滑情况

2016 年第一季度，公司实现营业收入为 105,062.03 万元，同比减少 12.87%；实现归属于上市公司股东的净利润为 3,201.53 万元，同比减少 47.51%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 5,034.11 万元，同比减少 14.28%。

二、2015 年度及 2016 年第一季度业绩下滑的主要原因

（一）2015 年度业绩下滑的原因

公司 2015 年度业绩下滑主要原因如下：

1、受行业景气度不高、市场竞争激烈等因素影响，公司酒类产品、植物蛋白饮料（牛奶，鲜奶及谷动等）等产品的收入有所下降，并导致营业收入较上年减少 57,465.52 万元，综合毛利率较上年下降 1.94 个百分点，主营业务毛利额较

上年减少 24,073.16 万元。

2、受二级市场股票价格走低等因素影响，公司公允价值变动收益及投资收益合计较上年减少 13,623.95 万元。

（二）2016 年第一季度业绩下滑的原因

公司 2016 年第一季度经营业绩下滑主要原因如下：

1、2016 年第一季度，公司综合毛利率同比略有上升，但营业收入同比减少 15,522.80 万元，并导致主营业务毛利额同比减少 4,286.65 万元，营业收入下降主要系行业景气度持续走低，公司优化产品结构，调整销售策略，酒类产品、植物蛋白饮料（牛奶，鲜奶及谷动等）等产品的收入有所下降所致。

2、2016 年第一季度，公司管理费用及财务费用同比分别增加 518.76 万元及 216.64 万元。

3、2016 年第一季度，公司公允价值变动收益及投资收益合计同比减少 2,338.86 万元。

三、公司对业绩下滑的应对措施

面对目前的行业发展趋势，结合公司现有的资源、经验和技術，公司将采取以下措施来实现长期、持续和稳定的增长。

（一）持续聚焦“大农业、大粮食、大食品”行业，发挥“维维豆奶”传统优势，提升主业竞争力

在战略方面，公司以“大农业、大粮食、大食品”战略为核心，以“利润优先、深度承包”为经营方针。其中，大农业：打造产业集群，建设“绿色、生态、开放”的现代化农业，大粮食：布局优势区域，推动“收储、加工、贸易”一体化运作，大食品：丰富产品结构，倡导“欢乐、健康、共享”的品牌文化。

在市场方面，公司所属的食品行业对抗风险的能力较强，豆奶粉的产销量及收入连续多年名列行业第一，是国内最大的豆奶行业生产销售企业。公司将加大对豆奶的市场推广力度，进一步提升品牌影响力，深度拓宽营销渠道，带动收入

增长。

公司将坚持自主创新，不断研发新产品，充分利用现有的含博士、硕士在内各类科技人员及国家级博士后科研流动站，推出各种口味、满足各类消费者的新型豆奶产品。

（二）提升酒类产品营销管理水平，实现销售上的突破

公司“枝江”酒先后荣获中国十大新名酒、中国驰名商标、中国 500 最具价值品牌、中国民营企业 500 强、中华老字号等荣誉。公司将持续以品牌建设为核心，加大营销费用的投入，强化品牌运作，提升消费者的忠诚度；公司将紧跟白酒行业的消费趋势，及时调整产品结构，以提高白酒产品的核心竞争力。

（三）利用渠道、技术等优势，加大产业链拓展，培育新的利润增长点

我国食品饮料行业是万亿规模的大行业，子行业较多，包括软饮料、乳品饮料、调味品、肉制品、酒类、速冻食品等，产业群丰富，目前行业合计规模已超过 3 万亿。

公司将深入研究食品饮料行业的细分领域，以品牌优势和营销网络优势，不断加强新增业务渠道整合及拓展，充分发挥战略协同效应，提升业务规模和市场竞争力，增加新的利润增长点，提升盈利能力。

四、风险提示

公司在执行上述应对措施的同时面临的一定的风险，提请投资者注意。

（一）市场竞争风险

近年来，国际食品、饮料行业巨头纷纷进入国内市场，同时国内涌现了一大批食品加工制造企业，食品行业的竞争不断加剧，行业集中度不断提升。

公司作为知名的食品制造商，经过多年的积累，行业地位及影响力不断提高，品牌知名度及美誉度不断提升，核心竞争力不断增强。与此同时，行业内竞争对手不断涌现，且其竞争实力有所提升。未来，公司在开拓市场区域、拓展下游客户时，将面临日趋激烈的市场竞争。市场竞争加剧将可能影响公司的市场开拓成

效，并可能影响公司经营业绩的稳定。

（二）食品安全风险

随着收入水平及消费能力的提高，国内消费者越来越注重食品安全，食品安全意识及维权意识日渐增强，安全、健康食品愈加受到消费者的青睐。食品质量控制，涉及原材料采购、生产加工、运输分销及终端销售等多个环节。食品安全管理能力，不仅是食品加工制造企业核心竞争力的重要基础，更是企业生存和发展的根本条件。

公司主要从事豆类饮料、乳品饮料及白酒的研发、生产及销售。作为知名的食品制造商，公司一直以来十分注重食品质量及安全。在多年的业务发展过程中，公司已建立先进、完善的质量管理体系，并得到严格有效地执行，公司食品安全管理水平处于国内行业领先地位。

未来，公司若出现食品安全问题，公司品牌的知名度及美誉度、市场形象、产品销售等可能受到负面影响。

（三）原材料价格波动风险。

大豆、白糖、小麦等农产品是公司生产产品的主要原材料，农产品价格主要受当年的种植面积、气候条件、市场供求以及国际期货市场价格等因素的影响。如果原材料价格上涨较大，将有可能对产品毛利率水平带来一定影响。

（四）财务风险。

公司属于快速消费品行业，对资产的流动性要求较高。公司将加快销售回款，拓宽融资渠道，加强资金管理，提高资金使用效率，有效降低财务费用，确保现金流安全。

五、业绩下滑对本次非公开发行的影响

公司非公开发行已经中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）发行审核委员会审核通过，并收到中国证监会关于公司非公开发行 A 股股票申请的书面核准文件。

截至目前，对照相关法规，公司本次非公开发行仍符合《公司法》、《证券法》、《上市公司证券发行管理办法》、《上市公司非公开发行股票实施细则》等法律法规规定的上市公司非公开发行股票的条件，前述公司 2015 年及 2016 年第一季度业绩下滑的情况，对公司本次非公开发行不构成实质性障碍。

此外，对照相关法规，公司不存在下列不得非公开发行股票的情形：

- （1）本次发行申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；
- （2）上市公司的权益被控股股东或实际控制人严重损害且尚未消除；
- （3）上市公司及其附属公司违规对外提供担保且尚未解除；
- （4）现任董事、高级管理人员最近三十六个月内受到过中国证监会的行政处罚，或者最近十二个月内受到过证券交易所公开谴责；
- （5）上市公司或其现任董事、高级管理人员因涉嫌犯罪正被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规正被中国证监会立案调查；
- （6）最近一年及一期财务报表被注册会计师出具保留意见、否定意见或无法表示意见的审计报告。保留意见、否定意见或无法表示意见所涉及事项的重大影响已经消除或者本次发行涉及重大重组的除外；
- （7）严重损害投资者合法权益和社会公共利益的其他情形。

特此公告。

维维食品饮料股份有限公司

董事会

二〇一六年六月十八日