

证券代码：000869、200869

证券简称：张裕 A、张裕 B

公告编号：2016 定摘 03

烟台张裕葡萄酒股份有限公司

2016 年半年度报告摘要

1、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于巨潮资讯网或深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的半年度报告全文。

公司简介

股票简称	张裕 A、张裕 B	股票代码	000869、200869
变更后的股票简称（如有）	-		
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	曲为民	李廷国	
电话	0086-535-6633658	0086-535-6633656	
传真	0086-535-6633639	0086-535-6633639	
电子信箱	quwm@changyu.com.cn	stock@changyu.com.cn	

2、主要财务数据及股东变化

(1) 主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	2,753,032,799	2,825,793,250	-2.57%
归属于上市公司股东的净利润（元）	695,021,847	746,060,248	-6.84%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	678,478,321	739,432,003	-8.24%
经营活动产生的现金流量净额（元）	682,748,369	927,163,060	-26.36%
基本每股收益（元/股）	1.01	1.09	-7.34%
稀释每股收益（元/股）	1.01	1.09	-7.34%
加权平均净资产收益率	8.78%	10.11%	-1.33%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	11,284,325,048	10,344,211,461	9.09%
归属于上市公司股东的净资产（元）	8,265,370,769	7,564,099,003	9.27%

(2) 前 10 名普通股股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	36,425 户, 其中 A 股 19,641 户; B 股 16,784 户。					
前 10 名普通股股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持普通股数量	持有有限售条件的普通股数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
烟台张裕集团有限公司	境内非国有法人	50.40%	345,473,856			
GAOLING FUND, L. P.	境外法人	3.11%	21,300,919			
中国证券金融股份有限公司	国有法人	2.33%	15,987,255			
BBH BOS S/A FIDELITY FD - CHINA FOCUS FD	境外法人	2.22%	15,241,826			
GOLDEN CHINA MASTER FUND	境外法人	1.03%	7,089,916			
GREENWOODS CHINA ALPHA MASTER FUND	境外法人	0.99%	6,773,544			
NORGES BANK	境外法人	0.96%	6,584,748			
天安财产保险股份有限公司—保赢 1 号	境内非国有法人	0.86%	5,896,731			
GUOTAI JUNAN SECURITIES (HONGKONG) LIMITED	境外法人	0.81%	5,522,276			
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	0.69%	4,761,200			
上述股东关联关系或一致行动的说明	前 10 名股东中, 烟台张裕集团有限公司与 9 位流通股股东之间无关联关系或一致行动关系, 其他股东之间关系不详。					
参与融资融券业务股东情况说明	无					

(3) 前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(4) 控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

3、管理层讨论与分析

(1) 概述

报告期内，国内葡萄酒行业高端产品需求仍较为疲软，但消费需求在部分地区开始出现温和复苏，适合大众消费、节假日销量较大的中低档葡萄酒表现较为平淡。总体来看，国内葡萄酒市场竞争仍然十分激烈，公司面临较大的经营压力和挑战。面对外部诸多不利因素，公司坚持以市场为中心，调整营销策略，完善营销渠道和产品结构，优化市场布局，全力促进产品销售，保证了公司经营业绩基本稳定，上半年实现营业收入275,303万元，同比下降2.57%；实现净利润69,567万元，同比下降6.75%。

(2) 主营业务分析

①主要财务数据同比变动情况

单位：元

	本报告期	上年同期	同比增减	变动原因
营业收入	2,753,032,799	2,825,793,250	-2.57%	主要是产品销量下降所致。
营业成本	902,734,104	932,522,743	-3.19%	主要是产品销量下降所致。
销售费用	650,737,234	653,425,516	-0.41%	—
管理费用	122,695,845	119,770,340	2.44%	主要是管理人员薪酬、办公费、折旧费以及房产税等税费增长所致。
财务费用	10,988,233	-3,880,903	383.14%	主要是银行存款利息收入减少，银行借款利息支出增加所致。
所得税费用	238,715,481	245,727,101	-2.85%	主要是利润总额同比下降所致。
研发投入	5,546,825	5,534,562	0.22%	—
经营活动产生的现金流量净额	682,748,369	927,163,060	-26.36%	主要是购买商品、接受劳务支付的现金同比上升所致。
投资活动产生的现金流量净额	-397,659,283	-432,181,002	7.99%	主要是购建固定资产等投资活动流出的现金下降所致。
筹资活动产生的现金流量净额	259,718,424	-23,919,692	1,185.79%	主要是取得银行借款收到的现金增加所致。
现金及现金等价物净增加额	551,693,393	470,554,249	17.24%	主要是筹资活动产生的现金流量净额增加所致。

公司报告期利润构成或利润来源发生重大变动

适用 不适用

公司报告期利润构成或利润来源没有发生重大变动。

公司招股说明书、募集说明书和资产重组报告书等公开披露文件中披露的未来发展与规划延续至报告期内的情况

适用 不适用

公司招股说明书、募集说明书和资产重组报告书等公开披露文件中没有披露未来发展与规划延续至报告期内的情况。

②公司回顾总结前期披露的经营计划在报告期内的进展情况

一是坚持以市场为导向，努力促进多酒种全面发展。报告期内，公司继续坚持“以葡萄酒为主，多酒种全面发展”的战略不动摇，进一步完善了销售体系建设和营销人员考核办法，对部分区域市场销售架构和人员进行了调整，增强了销售队伍战斗力；通过配套建设骨干经销商和专职销售人员，进一步巩固了酒庄酒和解百纳等中高档产品市场地位；加快了白兰地营销网络布局，优化了白兰地产品结构，使白兰地在部分薄弱市场销售实现较大突破；大力推动进口产品销售，境外收购企业品牌市场表现良好，进口产品销售收入实现了大幅增长，增加了新的发展动力；有序开展小支装葡萄酒、加汽低酒精度葡萄酒、丁洛特酒庄酒等新产品上市前筹备工作，储备了发展后劲。

二是加强主要成本和费用控制，保证资产安全。报告期内，公司对加工费、运费、燃动费、修理费、绿化费等重点费用进行了专项审计，对自营葡萄基地进行了投入产出审计，对投资项目进行了结算审计；通过加强财务管理和审计监督，保证了各项制度有效实施，公司主要成本和费用均得到了有效控制；建立健全了境外子公司管理体系和配套制度，保障了资产安全，促进了企业健康发展。

三是加强葡萄基地建设，努力降低葡萄原料成本，提高葡萄品质。报告期内，公司加强了葡萄基地投入产出核算和分类管理，对现有葡萄基地进行了梳理和整顿，继续强化了葡萄基地“规模化、标准化、机械化”建设，较好控制了葡萄种植成本，提高了葡萄质量。

四是稳步推进已开工项目建设，加强项目管理，合理安排建设进度，保证工程质量；严格控制新开工项目，防范投资风险。报告期内，公司通过加强项目管理，科学安排建设进度，严格落实项目预算要求，全面实施项目造价审核和决算审计，较好地控制了在建项目投资金额，保证了工程建设进度和施工质量；顺应经营环境变化，对未开工项目重新论证，谨慎进行投资决策，暂缓开工了部分投资项目，防止出现重大投资风险。

③2016年下半年，公司重点工作和措施

一是强化骨干经销商体系建设，继续加强酒庄酒、解百纳、“三星”以上白兰地等中高档产品销售；继续加大醉诗仙、贵馥酒推广和骨干经销商培养，带动中低价位产品持续健康发展；在部分市场实行“减员增薪”，增强营销队伍战斗力；推出汽酒、丁洛特酒庄酒、小支装产品等新产品，抓好爱欧、蜜合花、多来利以及可雅白兰地等品牌产品销售，推动完成电商专属产品开发，形成新的市场增长点；充分利用新媒体，加强与年轻人沟通，逐步在消费者心目中建立张裕品牌国际化、年轻化、时尚化的新认知，增强张裕品牌影响力。

二是科学安排投资项目建设进度，力争各项目按期建成投产；多渠道筹集项目资金，加强项目管理，提高资金使用效率，努力控制项目建设成本。

三是做好烟台张裕国际葡萄酒城（即烟台张裕工业园）主体部分生产设施建设及设备安装调试工作，力争在今年9月前投入运营；进一步淘汰落后产能，实现新旧生产能力无缝对接，确保产销衔接，提高生产效率，降低生产成本。

四是科学制定葡萄采购计划和实施方案，充分调动各方资源，全面完成葡萄等原料收购；兼顾各方利益，进一步完善葡萄定价机制，合理确定葡萄采购价格，确保公司充足而优质的原料供应。

(3) 主营业务构成情况

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
酒及酒精饮料业	2,753,032,799	902,734,104	67.21%	-2.57%	-3.19%	0.15%
分产品						
葡萄酒	2,177,413,496	703,323,461	67.70%	-3.61%	-4.49%	0.30%
白兰地	540,377,902	183,423,536	66.06%	4.19%	3.31%	0.29%
分地区						
国内	2,624,756,459	810,482,569	69.12%	-3.52%	-7.13%	1.20%

(4) 核心竞争力分析

在中国葡萄酒行业竞争格局中，相对行业内的参与者，我们认为，公司具有以下竞争优势：

一是拥有一个历经120余年积淀的葡萄酒品牌。所使用的“张裕”商标和“解百纳”商标和“爱斐堡”商标均为“中国驰名商标”，具有强大的品牌影响力和品牌美誉度。

二是已建成覆盖全国的营销网络。形成了由公司营销人员和经销商两只队伍为主体的“三级”营销网络体系，具备强大的营销能力和市场开拓能力。

三是具备雄厚的科研实力和产品研发体系。公司拥有全国唯一的“国家级葡萄酒研发中心”，掌握了先进的葡萄酒酿造技术和生产工艺，具备较强的产品创新能力和完善的质量控制体系。

四是公司拥有与发展要求相适应的葡萄基地。公司在山东、宁夏、新疆、辽宁、河北和陕西等中国最适宜酿酒葡萄种植的区域所发展的葡萄基地，其规模和结构已基本适应公司发展需要。

五是高中低产品及品种、品类齐全。葡萄酒、白兰地、起泡酒等系列产品百余个品种，涵盖了高、中、低各档次，可以满足不同消费人群的需要；经过过去10余年的快速发展，公司已居国内葡萄酒行业龙头地位，这在未来的竞争中，具有一定的比较优势。

基于上述原因，公司已形成了较强的核心竞争能力，并在未来可预见的市场竞争中将保持这一相对优势地位。

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

适用 不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

(4) 董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

适用 不适用

烟台张裕葡萄酒股份有限公司
董事会
二〇一六年八月二十九日