

证券代码：000799

证券简称：酒鬼酒

公告编号：2017-33

酒鬼酒股份有限公司 2017 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次半年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	酒鬼酒	股票代码	000799
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	李文生	李文生	
办公地址	湖南省长沙市芙蓉中路二段 200 号华侨国际四楼酒鬼酒运营中心	湖南省长沙市芙蓉中路二段 200 号华侨国际四楼酒鬼酒运营中心	
电话	0731-88186030	0731-88186030	
电子信箱	jgj000799@126.com	jgj000799@126.com	

2、主要财务数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	370,610,164.40	291,061,066.25	27.33%
归属于上市公司股东的净利润（元）	82,771,400.38	38,747,722.77	113.62%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损	60,488,676.44	36,284,060.48	66.71%

益的净利润（元）			
经营活动产生的现金流量净额（元）	-2,526,044.70	49,004,519.44	-105.15%
基本每股收益（元/股）	0.2547	0.1192	113.67%
稀释每股收益（元/股）	0.2547	0.1192	113.67%
加权平均净资产收益率	4.34%	2.18%	2.16%
	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）	2,320,522,913.07	2,360,797,878.39	-1.71%
归属于上市公司股东的净资产（元）	1,912,350,125.35	1,865,308,541.73	2.52%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	50,369	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	0			
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
中皇有限公司	国有法人	31.00%	100,727,291	100,727,291	冻结	4,434,000
中国银行－华夏回报证券投资基金	境内非国有法人	2.23%	7,260,845	0		
中国建设银行－华夏红利混合型开放式证券投资基金	境内非国有法人	1.36%	4,425,835	0		
海通资管－民生－海通海汇系列－星石 1 号集合资产管理计划	境内非国有法人	1.33%	4,309,446	0		
中国银行－华夏回报二号证券投资基金	境内非国有法人	1.23%	4,004,085	0		
瞿惠玲	境内自然人	1.00%	3,252,407	0		
中国对外经济贸易信托有限公司－新股 C 1	境内非国有法人	0.89%	2,893,355	0		
张寿清	境内自然人	0.75%	2,437,300	0		
中国人寿保险股份有限公司－分红－个人分红－005L-FH002 深	境内非国有法人	0.74%	2,406,373	0		
中国建设银行股份有限公司－华夏优势增长混合型证券投资基金	境内非国有法人	0.69%	2,251,371	0		

上述股东关联关系或一致行动的说明	公司法人股东之间不存在关联关系，不属于一致行动人，本公司未知前十名社会流通股股东之间、流通股股东及法人股东之间是否存在关联关系，也未知社会流通股股东之间是否属于一致行动人。
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用。

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。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在半年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求
否

（一）经营指标

2017年上半年，公司经营业绩实现大幅增长。

1、实现营业收入37,061.02万元，较上年同期增长27.33%，其中酒类销售收入36,965.15万元，较上年同期增长28.15%。高端形象产品内参酒价格保持稳中有升，控量稳价初见成效；中高端主导产品酒鬼酒量价齐升，产品聚焦成效突出。

2、实现归属于上市公司股东的净利润8,277.14万元，较上年同期增长113.62%。

3、销售费用较上年同期增长3.64%，其中：储运费用同比增长3.56%，增幅较小；市场费用同比下降72.25%，主要是广告费大幅下降所致；促销费用同比增长52.29%，主要是市场建设及加大推介新产品力度所致。财务费用累计发生42.59万元，较上年同期增长54.82%，主要系酒鬼酒河南公司（申请破产以前）

应付利息增加；管理费用较上年同期增长8.26%，主要系职工薪酬增长。公司期间费用总体上控制有效。

（二）市场建设

1、聚焦湖南市场，精耕细作，做实做透。重点推进终端核心店建设，强势覆盖市县市场。上半年，湖南市场14个地市，已设置15个片区。酒鬼酒核心店完成年度目标的53.08%。核心店实现全覆盖片区8个，未全覆盖片区7个。

2、拓展省外市场，建立样板，重点突破。重点开发地级市，建立核心消费群，打造河北、山东重点市场样板（河北片区唐山、邯郸、保定、张家口、廊坊、沧州7个重点市场，山东片区聊城、东营、淄博、潍坊4个重点市场）。目前，省外河北、山东、河南、广东等重点市场发展势头较好。

3、开拓新型渠道，突破线上，发展特渠。与天猫、酒仙网、京东三大电商平台合作，线上营业收入同比实现较大增长；进入湖南步步高系统、省外沃尔玛系统；推进与湖南中石化系统、中国邮政系统合作，并逐步开发餐饮渠道。

4、开展消费者活动，贴近终端，注重体验。销售费用重点服务于消费者体验营销和主题文化营销，继续开展品鉴顾问、品鉴会、品鉴酒“三品工程”，开展宴席促销活动、重要节庆促销活动、新产品有奖扫码促销活动，开展客户酒鬼酒原产地回厂游。

（三）品牌建设

1、品牌战略上，确立了“生态酒鬼、文化酒鬼、馥郁酒鬼”品牌核心价值链，以“生态酒鬼”支撑“品质”，做中国原生态地理环境下的地理标志产品；以“文化”提升“品位”，做中国文化酒引领者；以“馥郁”占位“品类”，做中国馥郁香型白酒领袖品牌。

2、品牌开发上，主要新开发了42°“恬柔红坛”酒鬼酒，突出“恬”、“柔”口感风格，主攻省外市场；新开发“情怀”湘泉酒系列（42°及52°乡恋、42°及52°城事、52°相聚），成为传统湘泉酒的有力补充；限量发售了“香港回归20周年纪念酒”和大宅门纪念酒，成为高端收藏、纪念佳品。同时，还开发了宴席促销用酒42°内品原浆酒（透明装）。

3、品牌传播上，注重事件营销和文化营销，继酒鬼酒亮相G20能源部长会议、G20财长和央行行长会议、G20劳工就业部长会议后，上半年酒鬼酒又亮相第七届金砖国家农业部长会议。同时，正式注册完成“内参诗酒文化社”，并在成都糖酒会期间举办了“内参诗酒文化社”赏春会。在济南、杭州、北京、广州、长沙等地举行了“香港回归20周年纪念酒”品鉴推广会。

上半年酒鬼酒荣获中国食品博览会组委会颁发的“全国食品工业产品创新

奖”，荣获中国就业市场论坛组委会颁发的“2016年度十大最具价值新品奖”及“2017中国就业明星大单品”，荣获中国就业协会颁发的2016年度“青酌奖”。

（四）重点项目

1、一个单品：继续打造核心战略大单品“高度柔和”红坛酒鬼酒。进一步聚焦核心战略单品，突出重点产品，全面进行产品SKU梳理，明确品类条码数量，SKU同比削减50%，总数控制在100个以内。

2、一个活动：筹划参与湘西州建州六十周年系列庆典相关活动，树立湘酒第一品牌、湘西文化名片及首选旅游产品形象，营造“爱我湘西山水，喝我湘泉酒鬼”氛围。

3、一个平台：规划筹建酒鬼酒原产地文化体验平台。以公司总部酒鬼酒生态工业园为基地，以湘西州旅游产业总体规划和旅游资源为依托，以打造“生态酒鬼、文化酒鬼、馥郁酒鬼”品牌价值为内涵，以搭建酒鬼酒原产地文化体验营销平台为目标，力争将“酒鬼酒文化公园”发展成为酒鬼酒原产地生态文化体验旅游园区景点。该项目为本公司中长期建设项目，上半年已与多家规划设计专业机构进行了接触与合作，尚处于征集规划方案、研讨论证阶段。

4、一套体系：完善构建酒鬼酒文化识别体系。有序推进酒鬼酒文化视觉识别（VI）、理念识别（MI）、品牌识别（BIS）系统建设。上半年已完成视觉识别体系建设。

（五）管理举措

1、严格维护市场秩序。加强互联网价格管控，对未取得公司授权的线上销售网站进行清理；加强核心战略单品价格管控，严打窜货行为，严管内参酒、“高度柔和”红坛酒鬼酒流通价格；加强贴牌、代理产品价格管控，对贴牌、代理类产品重新规划价格，提高合作门槛。

2、推进提质、增产、增效。以 QESH 四标体系引领全面质量管理，将传统工艺与现代技术有机结合，进一步巩固提升馥郁酒鬼酒品质，并对制曲、蒸粮、包装等生产设备设施进行技术改造，不断提升现代化管理水平和劳动效率，促进质量、产量、销量同步提升。

3、创新薪酬考核机制和激励机制。建立以绩效为导向的薪酬考核体系，推行管理层增量分享机制，并建立稳定经营管理团队的长效激励机制。全面推行了新的绩效考核方案和绩效考核管理办法。

4、不断提升资产运营效率。进一步优化资产结构，处置低效、不良资产。对酒鬼酒供销有限责任公司控股子公司酒鬼酒河南有限责任公司、酒鬼酒河南北方基地销售公司进入了破产重整程序。

5、继续推进企业标准化、制度化、信息化建设，进一步加强了财务预算管理、危机管理和5S管理，同时经营管理团队进一步专业化、职业化、市场化，新的治理机制、内控机制、激励机制和考核约束机制正逐步形成。

2、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上一会计期间财务报告相比，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) 与上一会计期间财务报告相比，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。