

公司代码：603027

公司简称：千禾味业

千禾味业股份有限公司

2017 年半年度报告摘要

一 重要提示

- 1 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 本半年度报告未经审计。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
无

二 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	千禾味业	603027	—

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	吕科霖	王晓锋
电话	028-38568229	028-38568229
办公地址	四川省眉山市东坡区城南岷家渡	四川省眉山市东坡区城南岷家渡
电子信箱	irm@qianhefood.com	irm@qianhefood.com

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
--	-------	------	-----------------

总资产	1,124,954,123.19	1,026,655,803.71	9.57
归属于上市公司股东的净资产	935,690,612.78	890,420,754.13	5.08
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增 减(%)
经营活动产生的现金流量净额	100,011,782.10	28,849,280.21	246.67
营业收入	480,446,605.35	355,711,696.64	35.07
归属于上市公司股东的净利润	75,349,858.65	48,223,892.08	56.25
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	70,893,802.16	42,685,256.94	66.08
加权平均净资产收益率(%)	8.12	8.80	减少0.68个百分点
基本每股收益(元/股)	0.2355	0.3807	-38.14
稀释每股收益(元/股)	0.2355	0.3807	-38.14

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)		14,209				
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)						
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	质押或冻结的股份数量	
伍超群	境内自然人	44.34	141,893,116	141,893,116	无	
伍建勇	境内自然人	13.03	41,711,196	41,711,196	质押	13,280,000
北京宽街博华投资中心(有限合伙)	其他	9.72	31,112,000	31,112,000	无	
上海标朴投资管理有限公司-标朴6号证券投资基金	其他	1.71	5,460,000	0	未知	
伍学明	境内自然人	1.59	5,094,420	0	无	
中国工商银行股份有限公司-银华中小盘精选混合型证券投资基金	其他	1.04	3,338,874	0	未知	
潘华军	境内自	1.00	3,205,416	3,205,416	质押	1,400,000

	然人					
北京千石创富—广发证券—千石资本—国圣1号资产管理计划	其他	0.64	2,060,000	0	未知	
全国社保基金—一四组合	其他	0.63	2,025,908	0	未知	
中国建设银行—上投摩根成长先锋股票型证券投资基金	其他	0.50	1,605,400	0	未知	
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司第一大股东伍超群是第二大股东伍建勇的叔叔,是第五大股东伍学明的弟弟,是第七大股东潘华军的妻弟。公司未知上述其他股东是否存在关联关系或一致行动关系					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用					

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

报告期内,公司坚持产品创新、研发创新、生产创新、管理创新和品牌推广,启动“年产25万吨酿造酱油、食醋生产线扩建项目”建设,全面推进公司总体发展战略目标。2017年上半年,公司实现营业收入48,045万元,同比增长35.07%,其中调味品业务收入36,268万元,同比增长54.35%;实现利润总额9,046万元,同比增长53.39%;归属于上市公司股东的净利润7,535万元,同比增长56.25%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润7,089万元,同比增长66.08%;经营活动产生的现金流量净额为10,001万元,同比增长246.67%。

报告期内,公司主要产品焦糖色、酱油、食醋营业收入分别为10,612万元、25,118万元、8,900万元,同比增长-0.91%、56.83%、45.83%,料酒营业收入2,121万元,同比增长60.32%。

(一) 报告期内主要经营工作:

1、强化营销渠道,提升市场占有率

(1) 重构销售分区

报告期内,随着全国市场的全面铺开,为更好的调配公司销售资源,提升服务质量,公司重新划分全国销售市场,形成了西南区、北区、东南区三大销售区域,针对不同区域的消费水平和

消费习惯精准营销。

西南市场：一是现代渠道通过加强铺货和销售服务质量，提升在卖场的销售占比，保持领先；二是在传统渠道继续优化经销商结构和实力，强化渠道精耕，进一步扩大渗透率和覆盖率；三是推进产品升级，提升中高端产品收入占比，增强盈利水平。

西南以外市场：继续开发经销商，并给予经销商富有竞争力的利润空间，充分调动经销商积极性，借助其渠道、人员等资源夯实现有市场网点，并继续开拓新的市场区域，保证全国市场拓展、下沉顺利开展，保持调味品业务收入稳步增长。具体措施：一是夯实已开发渠道，实现跨越式增量，特别是华东、京津及重要省会城市，树立品牌旗帜；二是继续完善省会城市及发达地级城市的地方卖场渠道；三是继续推进渠道下沉，扩大市场覆盖。

（2）多途径提升市场份额

报告期内，公司持续强化电子商务、餐饮渠道以及品牌宣传，多种途径提升市场份额和品牌影响力。

电子商务：一是提升现有电商平台的运营质量，利用天猫旗舰店、天猫超市、京东自营、亚马逊等优质电商平台，拓宽产品销售渠道，顺应互联网时代趋势；二是挖掘、创新电商营销模式。报告期内，公司电商业务运营质量持续提高，部分单品销量保持行业领先。

餐饮及特渠：强化全国品牌餐饮连锁的市场开发，引领餐饮渠道消费向零添加产品升级，依托公司高品质产品，提升餐饮市场占比；强化工厂特渠开发和产品应用服务。

品牌宣传：一是进一步加强与高权威性、高影响力媒体的合作，加大空中媒体投入；二是推进新媒体传播，扩大品牌影响力。

2、严抓生产管理，确保产品品质

报告期内，公司进一步强调了责任落实和责任追查机制，以“产品安全、质量至上、客户导向、持续改进”的质量方针和“零质量安全事故”的质量目标为导向，品质管理前移，品质管理任务细化到研发部、设备部以及 QA、QC 管理部，从源头控制保障品质；强化员工素养，通过内部常态化培训等方式牢树品质意识；加强审计监察职责，防治结合。

3、新建项目扩大产能，启动融资保障需求

报告期内，根据全国市场战略规划和开拓进度，为提高生产供给能力，巩固和提升公司市场地位，公司启动了投资总额为 5.38 亿元的“年产 25 万吨酿造酱油、食醋生产线扩建项目”，公司将该项目作为保障企业可持续发展的重大项目，由公司一级职能部门项目工程部全面负责项目的规划、设计和实施，目前第一期“年产 10 万吨酿造酱油生产线扩建项目”已经开工建设。为充分满足该项目资金需求，同时保障公司日常经营性现金流动性、控制财务风险，公司组织实施了 3.56 亿元可转债公开发行项目。目前公司可转债发行申请已被中国证监会受理，收到并回复了中国证监会一次反馈意见。

4、创新创造，助推企业高速发展

（1）产品创新：

报告期内，公司围绕健康、零添加理念，针对不同的消费终端，不断丰富现有产品细分品类，完善产业生态，相继推出了五谷陈醋、糯米香醋、鸡汁酱油、柠檬醋等新品类，满足不同消费人群、消费地区需求。

（2）营销创新

报告期内，在深化传统渠道、现代渠道、餐饮及工厂特渠开发及维护的基础上，保持与时代同频同步，不断适应新型消费方式，强化电子商务，尝试开发新型电商营销模式促进产品销售。

（3）研发创新

报告期内，公司研发中心持续推动研发创新工作，新获得 5 项发明专利授权，推动 5 项研发项目获得立项（其中调味品 3 项）；加大创新人才引进和培养，推行研发人员专业职称评审，强化研发人才激励机制；积极引进先进检测、研发设备，增强硬件实力。

(4) 生产创新

报告期内，公司着力加强生产创新，精益生产工艺，提升产品品质和生产效率。一是进一步普及自动化、信息化设备在各个生产环节的应用；二是高度重视实践经验，全面推行全员合理化建议工作，多项合理化建议极大提高了生产效能、节约了生产成本；三是引进效果更好、自动化程度更高的生产设备，保障产品供应和品质。

5、控本增效，强化盈利水平

国家重环保、调结构、去库存政策力度加大，刺激相关行业产品价格上涨。煤炭、粮食、纸箱等原辅材料价格及运费大幅攀升，制造成本、物流成本猛涨，直接提升了企业成本。鉴于此，公司一是强化供应链管理，持续开发与共同成长战略合作伙伴作为长期供应商，采取战略性备料方式，依订单需求分批进料，减少材料库存量，降低采购成本；二是持续提升规模化、自动化、智能化制造水平，加强成本管控，有效控制生产成本；三是调整了部分产品出厂价，消化成本上涨压力，目前调价工作已基本完成。同时，公司合理运用各种融资工具，优化资金安排，提高闲置资金使用效率，有效地控制了资金成本。

(二) 报告期内经营计划进展说明：

1、年度经营目标完成情况

报告期内，公司根据前期制定的战略目标，稳步推进各项经营计划，全国市场开拓情况良好，确保产品品质、生产保障，顺利推进产能扩建项目建设。

全国市场拓展：报告期内全国市场开拓情况良好，公司持续强化一线城市、省会城市及重要的地级市市场夯实工作，经销商存活率高；聚焦资源于一线城市、省会城市及重要的地级市，扶持重点经销商发展壮大。

生产及产品品质保障：公司引进一系列先进设备，坚持以规模化、科技化保障生产及产品品质。年产 10 万吨酿造酱油食醋募投项目生产情况良好，产能利用率保持较高水平，产能消化充分，及时满足了市场消费需求。

产能扩建建设方面：截止 2017 年 6 月 30 日，公司已使用自有资金 3,458.02 万元投入“年产 25 万吨酿造酱油、食醋生产线扩建项目”，占总计划投资金额的 6.42%，其中第一期 10 万吨酿造酱油生产线预计 2018 年底建设完成。

2、下半年经营计划：

(1) 专注聚焦主业，深化营销

战略上，坚定千禾“高品质、健康”品牌定位，持续强化品牌传播与保护，加大在央视和新媒体的广告投放，提高千禾品牌张力。

策略上，在深耕、精耕西南市场的同时，加快产品转型升级；聚焦一线城市、重点省会城市等核心市场，集中资源投放，夯实并提升已开发市场销量，进而开发新市场份额；特渠要稳定现有客户并实现增量，继续拓展新客户；电子商务要实现大幅增长；国际贸易要有实质性突破。

(2) 继续强化创新，提升企业活力

一是产品创新，持续创造更健康、更高品质、更高性价比的极致差异化产品，满足、创造并引领消费需求。二是技术创新，保持设备、工艺技术领先性与全球同频同步。三是商业模式创新，一方面与互联网、大数据融合发展，创造线上营销新模式，迅速做强品牌，抢占消费者心智；另一方面把握时代趋势，以互联网思维开展线下营销推广，用极致差异化产品和服务，提升消费者体验感，引领消费升级。

(3) 严抓生产管理，确保产能

一是高度重视食品、环保及生产安全，健全完善质量控制体系，从严落实品质保障措施；二是深化供应商合作关系，确保按质按时保证履约；三是严抓“年产 25 万吨酱油、食醋生产线技改项目”的建设进度及质量，同时努力推进可转债发行工作，及时满足项目资金需求，确保工程高质、

按时投产。

(4) 优化人才结构，提升队伍质量

围绕公司发展战略，结合时代需求，坚决推进“年轻化、专业化”的人才战略。一是以发展的眼光加强年轻、专业人才储备，并为其提供足够广阔的成长平台，推行小步快跑的人才培养和成长机制，以战养人，建立健全容错机制。二是强化考核和退出机制，加大优秀员工与一般员工的收入差距，以价值贡献决定职务和薪酬，真正做到能上能下、人尽其才。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

报告期内，根据《企业会计准则第 16 号—政府补助》（财会[2017]15 号）修订的相关规定，自 2017 年 1 月 1 日起，与企业日常经营活动相关的政府补助，应当计入“其他收益”或冲减相关成本费用，并在利润表中的“营业利润”项目之上单独列报；与企业日常经营活动无关的政府补助，应当计入营业外收支。公司对 2017 年 1 月 1 日至上述准则施行日之间新增的政府补助进行调整，2017 年 1-6 月计入其他收益的政府补助金额为 1,236,000.00 元。《企业会计准则第 16 号——政府补助》涉及的上述会计政策变更对公司财务报表无实质性影响，不会对公司 2017 年半年度的财务状况、经营成果和现金流量产生影响。

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用