

# 酒鬼酒股份有限公司 2019 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
郑应南	董事	在外出差	江湧
姚小义	独立董事	身体原因	王艳茹

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	宋家麒	
办公地址	湖南省长沙市雨花区沙湾路 239 号雨花公馆七号栋酒鬼酒大厦 13 楼	湖南省长沙市雨花区沙湾路 239 号雨花公馆七号栋酒鬼酒大厦 13 楼	
电话	0731-88186030	0731-88186030	
电子信箱	jjj000799@126.com	jjj000799@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）	708,903,940.33	523,525,370.59	35.41%
归属于上市公司股东的净利润（元）	155,828,904.35	114,474,471.95	36.13%

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	154,572,923.14	103,297,452.33	49.64%
经营活动产生的现金流量净额（元）	122,184,551.80	75,130,664.76	62.63%
基本每股收益（元/股）	0.4796	0.3523	36.13%
稀释每股收益（元/股）	0.4796	0.3523	36.13%
加权平均净资产收益率	6.93%	5.62%	1.31%
	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）	2,854,869,439.58	2,870,051,531.68	-0.53%
归属于上市公司股东的净资产（元）	2,286,758,693.12	2,179,632,434.90	4.91%

### 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		71,477	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			
中国银行股份有限公司－招商中证白酒指数分级证券投资基金	境内非国有法人	1.21%	3,947,370			
中国银行股份有限公司－华夏稳盛灵活配置混合型证券投资基金	境内非国有法人	0.89%	2,891,503			
张寿清	境内自然人	0.75%	2,437,300			
国泰君安证券资管－建设银行－国泰君安君得鑫股票集合资产管理计划	境内非国有法人	0.75%	2,433,400			
瞿惠玲	境内自然人	0.74%	2,400,007			
赵建平	境内自然人	0.68%	2,200,000			
中国银行－华夏回报证券投资基金	境内非国有法人	0.63%	2,055,696			
赵吉	境内自然人	0.58%	1,870,000			
中国工商银行股份有限公司－财通多策略升级混合型证券投资基金	境内非国有法人	0.48%	1,551,232			
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

报告期，公司以习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神为指引，坚持以市场为导向，以消费者为中心，以奋斗者为根本，以“文化酒鬼”、“生态酒鬼”、“馥郁酒鬼”为品牌核心价值链，以“中国馥郁香型白酒”为战略定位，以“中国文化酒的引领者”为战略使命，稳步实施“终端建设年”，着力营销转型，致力品牌驱动，发力终端建设，围绕“新策略、新品线、新模式、新机制、新标准、新产能”七个重点工作，稳步推动公司高质量发展，实现了营业收入、净利润稳定增长。

报告期实现营业收入7.09亿元，较上年同比增长35.41%；实现归属于上市公司股东的净利润1.56亿元，较上年同比增长36.13%。

##### （一）品牌建设方面

1、稳步推进“内参”酒稳价增量、“酒鬼”酒量价齐升、“湘泉”酒增品增量的三大核心策略；进一步梳理优化产品线，构建清晰、合理的产品体系，继续聚焦“52度500mL内参酒”、“52度500mL红坛酒鬼酒”、“52度500mL传承酒鬼酒”三大战略单品。

2、加大广告传播力度，以央视传播、高端会议引领品牌，强化“文化酒引领者”的品牌高度；以冠名地方电视精品节目、新媒体讲述品牌故事提升品牌热度；以核心市场户外媒体投放、消费者促销推广、会议营销活动等提升品牌粘度和氛围。酒鬼酒冠名CCTV-5《直播周末》，内参酒成为CCTV财经频道《对话》合作伙伴，内参酒亮相第13届夏季达沃斯论坛年会，红坛酒鬼酒成为首届中非经贸博览会指定用酒，品牌形象不断提升。

3、建立“内参”、“酒鬼”、“湘泉”品牌宪法、视觉识别系统、视觉传达系统，以“文化酒鬼”为价值核心，以“生态酒鬼”、“馥郁酒鬼”为价值支撑的品牌理论体系基本形成。

##### （二）市场建设方面

1、推进“内参”品牌公司化运作、全国化营销。基于对“内参”酒“高品质、高价值、高形象、高成长”的信赖与认同，“内参”全国优秀经销商发起成立“内参”酒专营公司——内参酒销售有限公司，构建了厂商价值一体化营销模式，深耕湖南根据地，布局北京、河北、广东等战略市场，成立北京、华北、中原，华南四个省外战区，开启“内参”酒全国化进程，立志将“内参”酒打造成中国最具品质、最具价值的四大高端白酒品牌之一。报告期，“内参”酒市场价格稳中有升，营业收入1.59亿元（其中湖南市场占

79%、省外市场占21%)，较上年同期增长56.13%，占酒鬼酒公司营业收入的23%。

2、推进“终端建设年”，驱动“品牌贸易型”向“终端服务型”深度转型。酒鬼酒品牌以湖南省为核心市场，以华北为战略市场，以华东、广东为重点市场。全力打造长沙、湘西样板市场，落实湖南省直控终端，引领省外样板市场建设，强化终端精细化管理。报告期，“酒鬼”酒系列产品实现营业收入4.69亿元，较上年同期增长34.18%，占公司营业收入的66%。其中：战略单品红坛酒鬼酒实现营业收入1.12亿元，较上年同期增长15%；传承酒鬼酒实现营业收入0.58亿元，完成进度计划。

3、加强核心店建设，建立核心店、售点访销系统，推进数据化、信息化管理。

4、加强市场管理体系、市场推广体系、销售动销体系等配套体系建设，推动销售由经销商驱动向品牌驱动转型。

5、加强消费者培育。以占领消费者心智为目标，以满足消费者美好生活需要为追求，通过节日主题促销、回厂游、品鉴会、宴席推广、品鉴酒店等活动，不断改善消费者饮用体验和服务体验，以卓越品质和优秀服务，培育消费者忠诚度、美誉度。

#### （三）生产技术方面

积极推动“馥郁香型白酒”国家标准起草、制定，高标准规划馥郁香型白酒产区格局，启动酒鬼酒酿酒生产三区建设，打造中国馥郁香型白酒特色产区，扩大馥郁香型白酒产能和基酒储备。上半年曲酒产量实现5020吨，较上年同期增长85.51%；包装产量实现4050吨，较上年同期增长23.48%。

#### （四）内控管理方面

公司管理组织改组为综合管理、供应链管理、品牌管理、酒鬼销售管理、内参销售管理五大管理中心。进一步推进选人用人机制、薪酬分配激励机制的改革，建立团队中长期激励办法，完善晋降级制度，开辟员工职业发展及薪酬激励双通道。

#### （五）队伍建设方面

报告期末，公司共有员工1785人（含季节工192人），较年初增加161人。报告期组织了多项专业培训，积极引进专业人才，不断优化队伍。

#### 下半年主要工作

1、继续加强价格管控，整治市场秩序。加大市场督导、督察力度，统一产品政策，清晰市场分级，明确产品价格，严控价格倒挂。

2、全面推进湖南市场终端精细化管理。以长沙、湘西样板市场建设为引领，向品牌驱动型和终端服务型转变，促进湖南根据地市场直控终端全面落地。以样板市场引领战略、重点市场转型，依托核心终端，培育核心消费者，做大做强核心单品。

3、加强维护经销商关系，保证经销商利益，实现客户与市场的优化配置、合理匹配。

4、稳步推进“内参”品牌全国化进程。有序建设“内参”核心店、“内参”形象店和“内参”专卖店，有效实施“牛团队工程、优商工程、智慧终端工程、名人堂落地工程、稳价提价工程”等重点工作，确保“内参”高速成长、高质发展。

5、持续优化管理流程，确保公司规范、高效运行。

6、筹划启动酒鬼酒工业园生产基地扩建、技改项目，加快新产能项目的规划与筹建，提升新产能项目现代化、智能化水平。

7、加快信息化项目建设。加快访销系统、一物一码系统的应用与升级，加快公司信息数据中心建设。

8、不断强化营销团队和人才梯队，满足市场终端建设需要，精细运作，掌控终端。

## 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

#### 会计政策变更及影响

(1) 本公司自2019年1月1日采用财政部《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》会计政策变更导致影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额	影响金额（增减/减少，无）	
		2018年12月31日合并	2018年12月31日母公司
将应收票据及应收账款分拆为应收账款、应收票据分别列示	应收票据	239,474,723.48	1,596,458.55
	应收账款	6,049,357.08	
	应收票据及应收账款	-245,524,080.56	-1,596,458.55
将应付票据及应付账款分拆为应付票据、应付账款分别列示	应付票据		
	应付账款	88,587,558.51	75,049,363.75
	应付票据及应付账款	-88,587,558.51	-75,049,363.75

2. 本公司自2019年1月1日采用《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》（财会〔2017〕7号）、《企业会计准则第23号——金融资产转移》（财会〔2017〕8号）、《企业会计准则第24号——套期会计》（财会〔2017〕9号）以及《企业会计准则第37号——金融工具列报》（财会〔2017〕14号）相关规定，根据累积影响数，调整年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。会计政策变更导致影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额	影响金额（增减/减少，无）	
		2019年1月1日合并	2019年1月1日母公司
新金融工具准则预期损失坏账模型运用	应收账款	-72,091.24	
	其他应收款	121,025.74	205,317.92
	递延所得税资产	-12,233.63	-51,329.48
	未分配利润	36,700.87	153,988.44

### (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。