

酒鬼酒股份有限公司 澄清公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、传闻情况

2012年8月以来，有媒体针对本公司发表了《酒鬼酒年涨300%内幕：吉首市政府下达20亿营收目标》、《酒鬼酒被疑做局：经销商及私募身兼卖酒买股双身份》等相关文章。同时，国内多家网络媒体转载和刊载了类似上述有关公司的文章。传闻内容概括如下：

- 1、有关文章质疑公司业绩做假，称“酒鬼酒的业绩是做上去的，一方面靠机构买货，一方面靠向经销商压货”。
- 2、有关文章质疑公司销售淡季“利润离奇涨3.29倍”，称疑为“做局”所致。
- 3、有关文章称参与公司非公开增发新股的机构“先买票，后买酒”，炒作酒鬼酒股票。
- 4、有关文章称公司产品存在价格倒挂。
- 5、有关文章称酒鬼酒湖南销售有限责任公司的股东既是股东又是经销商。

二、澄清说明

经核实，本公司针对上述传闻事项和新闻媒体提出的主要问题，特作说明如下：

- 1、传闻1不属实。

说明：公司经营业绩真实可靠，与公司相关定期报告披露的信息一致。公司业绩大幅提升是多年来坚持稳健经营，稳步推进发展战略的结果，公司通过“改制重组年(2006)、资源整合年(2007)、品牌提升年(2008)、质量管理年(2009)、销售服务年(2010)”近五年的努力，全面夯实了发展基础，市场建设和战略布局基本完成，公司规范运作、科学决策的现代企业经营机制基本形成，“馥郁香型”工艺在行业中

的地位已经确定，产品质量得到全面优化和改善，文化酒鬼酒的品牌形象得到巩固提升。到了“市场拓展年(2011)”使公司经营业绩有了实质性提高，2012 年是公司确定的“规模效益年(2012)”，公司市场地域空间和纵深度有了进一步拓展，销售商数量也有较大增长，使公司产销规模有了较大发展，经营业绩大幅增长并不是文章所述的“靠机构买货，靠向经销商压货”所致。

2、传闻 2 不属实。

说明：2007 年公司完成改制重组，使公司走出发展低谷，2009 年以来才开始走上恢复性发展之路，2011 年公司销售规模有了稳步提升，但与规模较大的白酒上市公司相比，公司的销售规模还较低，由于 2011 年度利润基数相对较低，随着 2012 年销售规模稳步扩大，使公司的成本、费用率相应有所下降、销售利润率有所上升，从而导致利润增幅较大。

3、传闻 3 不属实。

说明：通过竞价发行，公司最近一次非公开增发新股发行价格确定为 20.10 元/股，最终有七名投资者成功认购新股。国富浩华会计师事务所(特殊普通合伙)对本次发行的认购资金到账情况进行审验，并出具了“国浩验字【2011】204A163 号”《验证报告》。除中皇有限公司是酒鬼酒的控股股东外，其他发行对象与发行人不存在关联关系。除中皇公司及其关联方外，其他发行对象及其关联方未与公司发生任何交易。

4、传闻 4 不属实。

说明：公司包括“内参”酒在内的所有产品不存在价格倒挂的问题。

5、传闻 5 的说明。

酒鬼酒湖南销售有限责任公司为本公司全资子公司酒鬼酒供销有限责任公司的参股公司，酒鬼酒湖南销售有限责任公司于 2010 年 7 月 1 日完成工商注册登记手续，该公司由酒鬼酒供销有限责任公司与湖南省骨干经销商合资组建，参股股东均为公司经销商。目的是为精耕细作湖南根据地市场，深入治理和完善湖南省市场营销秩序，稳定公司产品价格，确立湖南大本营市场在公司营销中的基础性地位，

构建上市公司利益与经销商利益共同体，推动本土市场稳定、持续发展。详情见 2010 年 7 月 7 日公司董事会刊登在《中国证券报》、《证券时报》、《上海证券报》和巨潮网上的《控股子公司对外投资公告》。

三、重要提示

公司指定的信息披露媒体为《中国证券报》、《证券时报》、《上海证券报》、《证券日报》和巨潮资讯网 <http://www.cninfo.com.cn>，公司所有信息均以公司在上述媒体刊登的公告为准。

酒鬼酒股份有限公司

2012 年 8 月 27 日