

上海百润香精香料股份有限公司

关于深圳证券交易所 2015 年第三季度报告问询函的 回复公告

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

上海百润香精香料股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”）于 2015 年 10 月 30 日收到深圳证券交易所《关于对上海百润香精香料股份有限公司 2015 年第三季度报告的问询函》（中小板季报问询函[2015]第 2 号）（以下简称“问询函”），公司对 2015 年近期报告进行了认真复核，结合相关资料，对问询函中所列问题向深圳证券交易所作出了书面回复，现将公司回复的内容公告如下：

问题 1. 2015 年 1-9 月，你公司营业收入为 21.98 亿元，归属于母公司的净利润（以下简称“净利润”）为 7 亿元，其中，2015 年第三季度营业收入为 5.07 亿元、净利润为 8,815 万元。请你公司分析说明 2015 年第三季度营业收入和净利润较第一、第二季度显著下降的具体原因，以及第三季度经销商数量及经销商库存规模较第一、第二季度的变化情况。

公司回复：

2015 年 1-9 月，公司营业收入为 21.98 亿元，归属于母公司的净利润为 7 亿元；其中，上海巴克斯酒业有限公司及其子公司（以下简称“巴克斯酒业”）合并营业收入为 20.95 亿元，归属于巴克斯酒业股东的净利润为 6.56 亿元。2015 年 7-9 月，巴克斯酒业合并营业收入为 4.78 亿元，归属巴克斯酒业股东的净利润为 0.71 亿元。从数据上看，第三季度营业收入和净利润较第一、二季度显著下降。

导致以上数据变化的主要原因是：根据品牌和渠道建设规划，以及销售季节性波动的客观规律，巴克斯酒业营销费用集中在下半年投放，且投放效果具有滞后性。2014 年下半年，巴克斯酒业营销费用集中投放，在 2015 年产生了较好的

后续市场效果，终端销售得到显著提升；同时，在巴克斯酒业上海新场工厂投产前和投产后一段时间，产能结构性不足，经销商为维持安全库存，积极补充库存；因此，2015年第一、二季度巴克斯酒业的营业收入和净利润较高。进入2015年三季度，经销商库存正常化，巴克斯酒业营业收入正常回调，较第一季度7.75亿元、二季度8.41亿元的营业收入分别减少2.97亿元和3.63亿元，同时，2015年下半年巴克斯酒业集中投放营销费用，其中，三季度的广告、推广费用分别较第一季度、第二季度增加73%和12%，三季度净利润因此出现了显著下降。巴克斯酒业2014-2015年各期净利润率变化也体现此规律，2014年1-6月为34.69%，2014年7-12月为17.37%，2015年1-6月为36.18%，2015年7-9月为14.85%。

关于巴克斯酒业第三季度经销商数量及经销商库存规模较第一、二季度的变化情况。在巴克斯酒业经销商数量方面，第二季度末较第一季度末增加23%，第三季度末较第二季度末增加13%；其中，在第三季度期间，结束合作关系的经销商数量占总经销商数量的1%。在巴克斯酒业经销商库存规模方面，第一季度末库存相当于20天左右销量（以2015年1-9月平均销量为标准，下同），第二季度末库存相当于2个月左右销量，第三季度末库存与第二季末持平。

问题2. 你公司披露，在2015年第一季度，巴克斯酒业产品供需矛盾突出，在第二季度，产品供需矛盾逐渐缓解，进入第三季度，巴克斯酒业销售渠道库存正常化。请结合公司实际产能和销量情况，补充说明供需矛盾的具体表现，并请评估经销商库存规模是否处于同行业合理水平。

公司回复：

2015年第一季度，巴克斯酒业自有产能和委外加工产能均处于满产状态，在满产供应下，产销率仍然达到94%，加之春节工厂假期，巴克斯酒业产品供需矛盾突出；进入第二季度，巴克斯酒业上海新场工厂投入生产，新增年产600万箱的产能，该工厂在第二季度进入满产状态，缓解了产品供需紧张状况，第二季度产销率降低为80%；进入第三季度，渠道库存正常化，产供销系统平衡运行。

关于巴克斯酒业经销商库存规模是否处于同行业合理水平。由于预调鸡尾酒属于新兴行业，国内同等规模可比公司没有，无法参考同行业经销商库存规模予以评估，因此，我们通过类比与预调鸡尾酒销售渠道重叠度较高的软饮料行业

进行评估。国内主流软饮料品牌的经销商库存相当于 2 个月左右销量，个别品牌可以控制在 1.5 个月左右。在产品供需矛盾得到缓解，产供销系统平衡运行的状态下，巴克斯酒业经销商库存相当 2 个月左右销量，同时考虑到预调鸡尾酒兼具软饮料和酒类属性，公司认为巴克斯酒业目前经销商库存规模处于合理水平。

特此公告。

上海百润香精香料股份有限公司

董事会

二〇一五年十一月六日