创业板投资风险提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

华致酒行连锁管理股份有限公司

Vats Liquor Chain Store Management Joint Stock Co., Ltd.

云南省迪庆州香格里拉经济开发区中心片区

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（申报稿）

本公司的发行申请尚未得到中国证监会批准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）：西部证券股份有限公司

WESTERN SECURITIES

陕西省西安市新城区东新街 319 号 8 幢 10000 室

本次发行概览

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次公开发行不超过 57,888,667 股，占发行后总股本的比例不低于 25.00%
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	不超过 231,554,667 股
保荐人（主承销商）	西部证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

发行人声明及承诺

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给他人造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

中国证监会对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

重大事项提示

公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必认真阅读本招股说明书“风险因素”章节的全部内容，并特别关注以下重大事项及风险：

一、公开发行前股东对股份锁定的承诺

（一）公司实际控制人、董事长吴向东承诺

本人直接或间接持有的发行人股份自发行人首次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市之日起 36 个月内不转让或者委托他人管理，也不由发行人回购本人直接或间接持有的上述股份。

本人直接或间接持有的发行人股份在锁定期满后 2 年内减持的，减持价格不低于发行价；发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

公司上市后 3 年内，如公司股票连续 20 个交易日除权后的加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于公司上一会计年度经审计的除权后每股净资产值，本人的股份锁定期自动延长 6 个月。

除前述股份锁定期外，本人在发行人任职期间每年可减持股份总数上限应以上一年末直接或间接持有的发行人股份总数的 25%为准。本人在离任后六个月内，不转让直接或间接持有的本公司股份。本人在公司股票上市之日起六个月内申报离职的，自申报离职之日起十八个月内不转让本人直接持有的本公司股份（如届时适用）。本人在公司股票上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职的，自申报离职之日起十二个月内不转让本人直接持有的本公司股份（如届时适用）。

（二）公司控股股东云南融睿承诺

本公司直接或间接持有的发行人股份自发行人首次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市之日起 36 个月内不转让或者委托他人管理，也不由发行人回购本公司直接或间接持有的股份。

本公司直接或间接持有的发行人股份在锁定期满后 2 年内减持的，减持价格不低于发行价；发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本公司直接或间接持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

公司上市后 3 年内，如公司股票连续 20 个交易日除权后的加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于公司上一会计年度经审计的除权后每股净资产值，本公司的股份锁定期自动延长 6 个月。

（三）公司持股 5%以上股东西藏融睿和华泽集团承诺

本公司直接或间接持有的发行人股票自发行人首次公开发行股票并在创业板上市之日起 36 个月内不转让或者委托他人管理，也不由发行人回购本公司直接或间接持有的股份。

本公司直接或间接持有的发行人股份在锁定期满后 2 年内减持的，减持价格不低于发行价；发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本公司持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

（四）公司股东杭州长潘承诺

本合伙企业直接持有的发行人股份自发行人增资完成相关工商变更登记之日（即 2016 年 12 月 27 日）起 36 个月内，以及自发行人首次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市之日起 12 个月内（以二者孰晚为准），不转让或者

委托他人管理，也不由发行人回购本合伙企业直接持有的股份。

（五）公司股东、高级管理人员张儒平承诺

本人直接持有的发行人股份自发行人首次公开发行股票并在上市之日起 36 个月内不转让或者委托他人管理，也不由发行人回购本人直接持有的股份。

本人直接持有的发行人股份在锁定期满后 2 年内减持的，减持价格不低于发行价；发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接持有的发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。上述股份锁定、减持价格承诺不因本人职务变更、离职等原因而终止。

公司上市后 3 年内，如公司股票连续 20 个交易日除权后的加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于公司上一会计年度经审计的除权后每股净资产值，本人的股份锁定期自动延长 6 个月。

除前述股份锁定期外，本人在发行人任职期间每年可减持股份总数上限应以上一年末直接或间接持有的发行人股份总数的 25%为准。本人在离任后六个月内，不转让所持有的本公司股份。本人在公司股票上市之日起六个月内申报离职的，自申报离职之日起十八个月内不转让本人直接持有的本公司股份（如届时适用）。本人在公司股票上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职的，自申报离职之日起十二个月内不转让本人直接持有的本公司股份（如届时适用）。

（六）作为间接持有公司股份的股东，同时系公司董事的颜涛、许磊承诺

本人所间接持有的发行人股份自发行人首次公开发行股票并在创业板上市之日起 12 个月内不转让或者委托他人管理，也不由发行人回购本人间接持有的股份。

本人所间接持有的发行人股份在锁定期满后 2 年内减持的，减持价格不低于

发行价；发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。上述发行价指发行人本次发行上市的发行价格，如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。上述股份锁定、减持价格承诺不因本人职务变更、离职等原因而终止。

公司上市后 3 年内，如公司股票连续 20 个交易日除权后的加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于公司上一会计年度经审计的除权后每股净资产值，本人直接或间接持有的股份锁定期自动延长 6 个月。

除前述股份锁定期外，本人在发行人任职期间每年可减持股份总数上限应以上一年末直接或间接持有的发行人股份总数的 25%为准。本人在离任后六个月内，不转让所持有的本公司股份。本人在公司股票上市之日起六个月内申报离职的，自申报离职之日起十八个月内不转让本人直接持有的本公司股份（如届时适用）。本人在公司股票上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职的，自申报离职之日起十二个月内不转让本人直接持有的本公司股份（如届时适用）。

二、公司发行前持股 5%以上股东的持股意向和减持意向

（一）公司控股股东云南融睿的持股意向和减持意向

本公司作为发行人的控股股东，将严格根据证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门颁布的相关法律法规及规范性文件的有关规定以及其就持股锁定事项出具的相关承诺执行有关股份限售事项，在证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门颁布的相关法律法规及规范性文件的有关规定以及其股份锁定承诺规定的限售期内，将不会进行任何违反相关规定及股份锁定承诺的股份减持行为。具体持股及减持计划如下：

1、持有股份的意向

本公司作为发行人的控股股东未来持续看好发行人以及所处行业的发展前景，愿意长期持有发行人股票；本公司认为上市即公开发行股份的行为是发行人融资的一种重要手段，而非短期套利的投机行为。因此，本公司将会在较长一定

时期较稳定持有发行人的股份。

2、股份锁定期满后 2 年内减持股份的计划

如本公司计划在股份锁定期满后 2 年内减持其直接或间接持有的部分发行人股份的，本公司承诺所持股份的减持计划如下：

（1）减持满足的条件

在满足以下条件的前提下，本公司可在股份锁定期满后 2 年内减持其持有的部分发行人股份：1）上述锁定期届满且根据本承诺函没有延长锁定期的相关情形；2）如发生本公司需向投资者进行赔偿的情形，本公司已经全额承担赔偿责任；3）如本公司拟将持有的发行人股票转给与发行人从事相同或类似业务或其他与发行人有其他竞争关系的第三方，本公司已取得发行人董事会决议批准；4）发布减持股份提示性公告前连续 20 个交易日的发行人股票交易均价高于发行价，其中，前 20 个交易日发行人股票交易均价计算公式为：减持提示性公告日前 20 个交易日发行人股票交易均价＝减持提示性公告日前 20 个交易日发行人股票交易总额/减持提示性公告日前 20 个交易日发行人股票交易总量。

如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

（2）减持数量

本公司在所持股份锁定期满后的 2 年内，每年可减持股份总数不超过上一年末直接或间接持有发行人股份总数的 5%。若减持当年发行人出现公积金或未分配利润转增股本的情形，则上一年度末总股本计算基数要相应进行调整。可供减持数量不可累积计算，当年度未减持的数量不可累积至下一年。

（3）减持方式

本公司将在公告的减持期限内以证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门允许的如大宗交易、集合竞价、协议转让等合规方式进行减持。

（4）减持价格

本公司在股份锁定期满后 2 年内减持的，减持价格不低于发行人本次发行上

市的股票发行价。如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

（5）信息披露义务

持股锁定期满后，本公司如确定依法减持发行人股份的，应提前三个交易日通过发行人发布减持提示性公告，并在公告中明确减持的数量或区间、减持的执行期限等信息。

（6）为避免发行人的控制权出现转移，保证发行人长期稳定发展，如本公司通过非二级市场集中竞价出售股份的方式直接或间接出售发行人 A 股股份，本公司不将所持发行人股份（包括直接或间接持有的以及通过其他方式控制的股份）转让给与发行人从事相同或类似业务或其他与发行人有其他竞争关系的第三方。如本公司拟进行该等转让，本公司将事先向发行人董事会报告，在董事会决议批准该等转让后，再行转让。

（二）公司持股 5%以上股东西藏融睿和华泽集团的持股意向和减持意向

本公司作为发行人持股 5%以上股东，将严格根据证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门颁布的相关法律法规及规范性文件的有关规定以及其就持股锁定事项出具的相关承诺执行有关股份限售事项，在证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门颁布的相关法律法规及规范性文件的有关规定以及其股份锁定承诺规定的限售期内，将不会进行任何违反相关规定及股份锁定承诺的股份减持行为。具体持股及减持计划如下：

1、持有股份的意向

作为发行人持股 5%以上股东，本公司未来持续看好发行人以及所处行业的发展前景，愿意长期持有发行人股票；本公司认为上市即公开发行股份的行为是发行人融资的一种重要手段，而非短期套利的投机行为。因此，本公司将会在较长一定时期较稳定持有发行人的股份。

2、股份锁定期满后 2 年内减持股份的计划

（1）减持方式

本公司将在公告的减持期限内以证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门允许的如大宗交易、集合竞价、协议转让等合规方式进行减持。

（2）减持价格

本公司在股份锁定期满后 2 年内减持的，减持价格不低于发行人本次发行上市的股票发行价。如果发行人上市后因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

（3）信息披露义务

持股锁定期满后，本公司如确定依法减持发行人股份的，应提前三个交易日通过发行人发布减持提示性公告，并在公告中明确减持的数量或区间、减持的执行期限等信息。

如本公司拟通过深交所集中竞价交易减持发行人股份的，则应在首次卖出前 15 个交易日预先披露减持计划，且每三个月内减持股份总数将不超过发行人已发行股份总数的 1%。前述减持计划应包括：拟减持股份的数量、来源、减持时间、方式、价格区间、减持原因等内容。

三、关于稳定公司股价的预案及相应约束措施

为保护投资者利益，进一步明确公司上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价的措施，按照中国证监会《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》的相关要求，本公司特制订《关于稳定华致酒行连锁管理股份有限公司股价的预案》（以下简称“本预案”），并由发行人 2017 年第二次临时股东大会审议通过。

（一）启动稳定股价措施的条件

自首次公开发行股票并上市之日三年内，如公司 A 股股票连续 20 个交易日收盘价（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）均低于最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，公司如有分红、派息、送股、资本公积转增股本、增发、配股或缩股等除权除息事项导致公司净资产或股份总数发生变化

的，每股净资产需相应进行调整，以下同），且公司情况同时满足监管机构对于回购、增持等股本变动行为的规定，则公司应按下述规则启动稳定股价措施。

（二）稳定股价措施

稳定股价措施包括发行人回购股份、控股股东和实际控制人增持股份、在公司领取薪酬的董事（不含独立董事，以下同）和高级管理人员（以下简称“董事、高级管理人员”）增持股份，上述稳定股价措施按顺序实施。

1、公司回购股份

（1）公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

（2）公司应依照法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定，在触发稳定股价措施日起 15 个交易日召开董事会对回购股份安排做出决议并发出股东大会通知提请大会审议相关议案。公司股东大会审议相关议案须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司控股股东、实际控制人承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

（3）公司为稳定股价之目的进行股份回购的，其股份回购资金来源应为公司自有资金。公司回购股份除应符合相关法律法规之要求外，还应符合下列各项要求：

1）回购资金规模：公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行股票所募集资金的总额；

2）单次回购数量限制：公司单次回购股份不超过公司总股本的2%；

（4）公司承诺自愿接受中国证监会和证券交易所等监管部门对上述股价稳定措施的制定、实施等进行监督，并承担相应的法律责任。

2、控股股东、实际控制人增持股份

（1）下列任一条件发生后，公司控股股东云南融睿、实际控制人吴向东应在符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的条件和要求的前提下，对公司股

票进行增持并履行信息披露义务：

1）公司回购股份方案实施期限届满之日后的10个交易日内，公司股份加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于公司上一会计年度经审计的每股净资产值；

2）公司回购股份方案实施完毕之日起的3个月内公司股价再次触发启动条件。

（2）公司控股股东增持公司股份除应符合相关法律法规之要求外，其单次增持公司股份不超过公司总股本的2%；

（3）公司控股股东承诺自愿接受中国证监会和证券交易所等监管部门对上述股价稳定措施的制定、实施等进行监督，并承担相应的法律责任。

3、董事、高级管理人员增持股份

（1）下列任一条件发生时，董事、高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持并履行信息披露义务：

1）公司控股股东增持方案实施期限届满之日后的10个交易日内，公司股份加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于公司上一会计年度经审计的每股净资产值；

2）公司控股股东增持方案实施完毕之日起的3个月内公司股价再次触发启动条件。

（2）公司董事、高级管理人员增持公司股份除应符合相关法律法规之要求外，还应符合下列各项要求：

1）个人增持资金规模：在公司董事、高级管理人员用于增持公司股份的资金规模应不低于其个人上一年度薪酬总和的30%，该等薪酬包括董事、高级管理人员在公司领取的奖金、津贴及补助等；

2）董事、高级管理人员增持资金规模及连带责任：董事、高级管理人员用

于增持公司股份的资金规模应不超过该等人员上一年度在公司领取薪酬总额的100%，董事、高级管理人员对前述增持义务承担连带责任；

（3）公司董事、高级管理人员承诺自愿接受中国证监会和证券交易所等监管部门对上述股价稳定措施的制定、实施等进行监督，并承担相应的法律责任。

（4）公司新聘任董事、高级管理人员时，将促使该新聘任的董事、高级管理人员根据本预案的规定签署相关承诺。

4、自动延长股份锁定期

如公司上市后三年内触发本预案所述稳定股价措施，则该等措施首次被触发后，公司控股股东、实际控制人及持有公司股份的董事、高级管理人员的股份锁定期自动延长 6 个月。

（三）稳定股价措施的启动和停止

1、稳定股价措施的启动

（1）公司股份回购方案的启动

1）公司董事会应在上述公司回购启动条件触发之日起的 15 个交易日内做出回购股份的决议；

2）公司董事会应当在做出回购股份决议后的 2 个工作日内公告董事会决议、回购股份预案，并发布召开股东大会的通知；

3）公司回购应在公司股东大会决议做出之日起次日开始启动回购，并应在履行相关法定手续后的 30 日内实施完毕；

4）公司回购方案实施完毕后，应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告，并在 10 日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

（2）公司控股股东、董事和高级管理人员增持方案的启动

1）公司董事会应在上述公司控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员增持启动条件触发之日起 2 个交易日内做出增持公告；

2）公司控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员应在增持公告做出之

日起次日开始启动增持，并应在履行相关法定手续后的 30 日内实施完毕。

（3）稳定股价措施实施完毕后的重启

在公司董事、高级管理人员增持完成后，如果公司股票价格再次出现连续 20 个交易日除权后的加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）低于公司上一会计年度经审计的每股净资产值，则公司应依照本预案的规定，再次依次开展公司回购、公司控股股东、实际控制人增持及董事、高级管理人员增持工作。

2、稳定股价措施的终止

自公司董事会审议通过并公告稳定股价措施日起，若出现以下任一情形，则已公告的稳定股价方案终止执行：

（1）公司董事会公告回购股份预案后，公司股票若连续 5 个交易日除权后的加权平均价格（按当日交易数量加权平均，不包括大宗交易）超过公司上一会计年度经审计的除权后每股净资产值，公司董事会应做出决议终止回购股份事宜，且在未来 3 个月内不再启动股份回购事宜；

（2）继续执行稳定股价方案将导致公司股权分布不符合上市条件或将违反当时有效的相关禁止性规定的。

（四）稳定股价的相关约束措施

1、发行人承诺的约束措施

（1）发行人承诺的约束措施

如公司就本预案所做承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等公司无法控制的客观原因导致的除外），则公司将同意采取以下措施：

1）及时、充分披露发行人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

2）向发行人投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；

3）将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；

4）发行人将对相关责任人进行调减或停发薪酬或津贴、职务降级等形式处罚；同时，发行人将立即停止制定或实施重大资产购买、出售等行为，以及增发股份、发行公司债券以及重大资产重组等资本运作行为，直至发行人履行相关承诺；

5）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）发行人因不可抗力等因素未履行承诺的约束措施

如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等公司无法控制的客观原因导致发行人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，公司将采取以下措施：

1）及时、充分披露发行人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

2）向发行人的投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人投资者的权益；

3）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2、控股股东、董事、高级管理人员承诺的约束措施

（1）控股股东承诺的约束措施：

如本公司就本预案所做承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致的除外），则本公司将同意采取以下措施：

1）通过发行人及时、充分披露本公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益；

3）将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；

4）本公司违反承诺所得收益将归属于发行人，因此给发行人或投资者造成损失的，将依法对发行人或投资者进行赔偿，并按照下述程序进行赔偿：将本公司应得的现金分红由发行人直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失；若本公司在未完全履行承诺或赔偿完毕前进行股份减持，则需将减持所获资金交由发行人董事会监管并专项用于履行承诺或用于赔偿，直至本公司承诺履行完毕或弥补完发行人、投资者的损失为止。

（2）董事、高级管理人员承诺的约束措施

如本人就本预案所做承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外），则本人将同意采取以下措施：

1）通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益；

3）将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；

4）如本人未能按照稳定股价预案所述提出具体增持计划，或未按披露的增持计划实施，则本人不可撤回的授权发行人将本人上年度从发行人领取的薪酬总额的 30%予以扣留并代本人履行增持义务；

5）本人违反承诺所得收益将归属于发行人，因此给发行人或投资者造成损失的，将依法对发行人或投资者进行赔偿，并按照下述程序进行赔偿：本人同意发行人停止向本人发放薪酬，并将此直接用于执行本人未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失。

（3）控股股东、董事、高级管理人员因不可抗力等因素未履行承诺的约束措施

如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司（本人）

无法控制的客观原因导致本公司（本人）承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本公司（本人）将采取以下措施：

1）通过发行人及时、充分披露本公司（本人）承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益。

四、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

（一）发行人承诺

1、若中国证监会或其他有权部门认定招股说明书及本次发行上市相关申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，发行人按如下方式依法回购本次发行的全部新股：

（1）若上述情形发生于发行人本次发行的新股已完成发行但未上市交易的阶段内，则发行人将把本次发行上市的募集资金，于上述情形发生之日起 5 个工作日内，按照发行价并加算银行同期存款利息返还已缴纳股票申购款的投资者。

（2）若上述情形发生于发行人本次发行上市的新股已完成上市交易之后，发行人将在中国证监会或人民法院等有权部门作出发行人存在上述事实的最终认定或生效判决后 15 个交易日内召开董事会，制订针对本次发行上市的新股之股份回购方案提交股东大会审议批准，并将按照董事会、股东大会审议通过的股份回购具体方案通过深圳证券交易所交易系统回购本次发行的全部新股，回购价格不低于本次发行上市的公司股票发行价加算股票发行后至回购时相关期间银行活期存款利息或中国证监会认可的其他价格。如发行人本次发行上市后至回购前有利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等除权、除息行为，上述发行价为除权除息后的价格。

2、发行人招股说明书及本次发行上市相关申请文件如有虚假记载、误导性

陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，发行人将根据中国证监会或人民法院等有权部门的最终处理决定或生效判决，依法及时足额赔偿投资者损失。

（二）实际控制人吴向东承诺

1、发行人招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将根据中国证监会或人民法院等有权部门的最终处理决定或生效判决，依法及时足额赔偿投资者损失。

2、发行人招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，并已由中国证监会或人民法院等有权部门作出发行人存在上述事实的最终认定或生效判决的，本人承诺将督促发行人履行股份回购事宜的决策程序，并在发行人召开股东大会对回购股份做出决议时，承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

（三）控股股东云南融睿的承诺

1、发行人招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将在中国证监会或人民法院等有权部门作出发行人存在上述事实的最终认定或生效判决后，依法购回已转让的原限售股份，购回价格为不低于发行人股票发行价加算股票发行后至回购要约发出时相关期间银行活期存款利息或中国证监会认可的其他价格，并根据相关法律法规规定的程序实施。如发行人上市后有利润分配、资本公积金转增股本、增发或送配股份等除权、除息行为，上述发行价为除权除息后的价格。

2、发行人招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将根据中国证监会或人民法院等有权部门的最终处理决定或生效判决，依法及时足额赔偿投资者损失。

3、发行人招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，并已由中国证监会或人民法院等有权部门作出发行人存在上述事实的最终认定或生效判决的，本公司承诺将督促发行人履行股份回购事宜的决策程序，并在发行人召开股东大会对回购股份做出决议时，承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

（四）公司董事、监事、高级管理人员承诺

1、发行人招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，并已由中国证监会或人民法院等有权部门作出发行人存在上述事实的最终认定或生效判决的，本人将依据该等最终认定或生效判决确定的赔偿主体范围、赔偿标准、赔偿金额等赔偿投资者实际遭受的直接损失。

2、发行人招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的或致使投资者在证券交易中遭受损失的，并已由中国证监会或人民法院等有权部门作出发行人存在上述事实的最终认定或生效判决的，发行人在召开相关董事会对回购股份做出决议时，本人承诺就该等回购股份的相关决议投赞成票。

（五）本次发行相关中介机构的承诺

1、发行人保荐机构西部证券股份有限公司承诺

（1）西部证券严格履行法定职责，遵守业务规则和行业规范，对发行人的申请文件和信息披露资料进行审慎核查，督导发行人规范运行，对其他中介机构出具的专业意见进行核查，对发行人是否具备持续盈利能力、是否符合法定发行条件做出专业判断，确保发行人的申请文件和招股说明书等信息披露资料真实、准确、完整、及时。

（2）西部证券为发行人本次发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。西部证

券为发行人本次发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

（3）如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守，西部证券将承担相应的法律责任。

（4）本承诺书自本公司盖章之日起即行生效且不可撤销。

2、发行人律师北京市金杜律师事务所承诺

如本次发行上市法律文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，经司法机关生效判决认定后，本所将依法赔偿投资者因本次发行上市法律文件所载内容有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏而遭受的损失。

有权获得赔偿的投资者资格、损失计算标准、赔偿主体之间的责任划分和免责事由等，按照《证券法》、《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释［2003]2 号）等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。

本所将严格履行生效司法文书确定的赔偿责任，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。

3、发行人会计师大华会计师事务所（特殊普通合伙）承诺

因本所为华致酒行连锁管理股份有限公司首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法按照相关监管机构或司法机关认定的金额赔偿投资者损失，如能证明无过错的除外。

五、本次发行完成前滚存利润的分配计划及本次发行上市后的股利分配政策

（一）本次发行完成前滚存利润的分配计划

本公司 2017 年第二次临时股东大会审议通过《关于公司首次公开发行股票前滚存利润分配方案的议案》。公司本次发行并上市前的未分配利润拟不向现有股东分配，且不转增公司注册资本。在本次发行并上市完成后，由公司全体新老

股东按照本次发行后的股权比例共同享有公司在本次发行并上市前实现的滚存未分配利润。

（二）本次发行上市后的股利分配政策、现金分红比例及全体股东的承诺

1、利润分配政策

（1）利润分配原则

1）公司的利润分配政策保持连续性和稳定性，重视对投资者的合理投资回报，兼顾全体股东的整体利益及公司的可持续发展；

2）公司对利润分配政策的决策和论证应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见；

3）公司按照合并报表当年实现的归属于上市公司股东的可分配利润的规定比例向股东分配股利；

4）公司优先采用现金分红的利润分配方式。

（2）利润分配具体政策

1）利润分配形式：公司采取现金、股票或者现金与股票相结合方式分配利润；

2）利润分配的期间间隔：在公司当年经审计的净利润为正数且符合《公司法》规定的利润分配条件的情况下，公司原则上每年度进行利润分配。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配；

3）公司现金分红的具体条件和比例：除重大投资计划或重大现金支出等特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，采取现金方式分配股利，每年以现金方式分配的利润不少于合并报表当年实现的归属于上市公司股东的可分配利润的 10%。重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或进行固定资产投资累计支出预计达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过人民币 5,000 万元；公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或进行固定资产投资累计支出预计达到或超过公司

最近一期经审计总资产的 30%；公司未来 12 个月内拟进行研发项目投入累计支出预计达到或超过最近一期经审计净资产的 10%；当年经营活动产生的现金流量净额为负；

4）公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；公司董事会可根据公司的经营发展情况及前项规定适时依照公司章程规定的程序修改本条关于公司发展阶段的规定。公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理；

5）公司发放股票股利的条件：公司在满足上述现金分红的条件下，可以提出股票股利分配预案。公司在采用股票方式分配利润时，应当兼顾公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

（3）利润分配方案的审议程序

1）董事会在考虑对全体股东持续、稳定的回报的基础上，应与独立董事、监事充分讨论后，制定利润分配方案。董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜。公司董事会就利润分配方案的合理性进行充分讨论并形成详细会议记录。独立董事应当就利润分配方案发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。利润分配方案形成专项决议后提交股东大会审议。股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题；

2）公司当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，不采取现金方式分红或者拟定的现金分红比例未达到前述规定的，股东大会审议利润分配方案时，公司

为股东提供网络投票方式；

3）公司因前述规定的特殊情况而不进行现金分红时，董事会就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议，并在公司指定媒体上予以披露；

4）公司应当及时行使对全资或控股子公司的股东权利，根据全资或控股子公司公司章程的规定，促成全资或控股子公司向公司进行现金分红，并确保该等分红款在公司向股东进行分红前支付给公司。

（4）董事会、股东大会对利润分配政策的研究论证程序和决策机制

1）董事会应就利润分配政策的制定或修改做出方案，该方案应经全体董事过半数表决通过并经二分之一以上独立董事表决通过，独立董事应对利润分配政策的制订或修改发表独立意见。公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项；

2）公司利润分配政策的变更：在遇到战争、自然灾害等不可抗力时或发生其他对公司生产经营造成重大影响的情形时，或公司自身经营状况发生重大变化时，公司可对利润分配政策进行调整。

公司调整利润分配政策应由董事会作出专题论述，详细论证调整理由，形成书面论证报告并经二分之一以上（含）独立董事表决通过后提交股东大会特别决议通过。股东大会审议利润分配政策变更事项时，公司为股东提供网络投票方式；

3）利润分配的具体规划和计划的制定及修订机制：公司董事会应根据股东大会制定或修改的利润分配政策以及公司未来盈利和现金流预测情况每三年制定或修订一次利润分配规划和计划。若公司预测未来三年盈利能力和净现金流入将有大幅提高，可在利润分配政策规定的范围内向上修订利润分配规划和计划，例如提高现金分红的比例；反之，也可以在利润分配政策规定的范围内向下修订利润分配规划和计划，或保持原有利润分配规划和计划不变。

公司制定和修订利润分配规划和计划应当以保护股东权益为出发点，不得与本章程的相关规定相抵触。董事会制定的利润分配规划和计划应经全体董事过半数以及独立董事二分之一以上表决通过，并提交股东大会进行审议通过。

（5）利润分配政策的实施

公司应当严格按照证券监管部门的有关规定，在年度报告中披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：1）是否符合本章程的规定或者股东大会决议的要求；2）分红标准和比例是否明确和清晰；3）相关的决策程序和机制是否完备；4）独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；5）中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。公司对现金分红政策进行调整或变更的，还应当详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等；

公司当年盈利但董事会未作出现金利润分配预案的，应当在年度报告中详细说明未进行现金分红的原因及未用于现金分红的资金留存公司的用途，董事会会议的审议和表决情况，以及独立董事对未进行现金分红或现金分红水平较低的合理性发表的独立意见；

公司应在定期报告中披露现金分红政策在本报告期的执行情况，同时应当以列表方式明确披露公司前三年现金分红的数额、与净利润的比率；

存在股东违规占用公司资金情况的，公司在进行利润分配时，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

2、发行人未来分红回报规划

在本次公开发行并上市后三年内，本公司每年以现金方式分配的利润不少于合并报表当年实现的归属于上市公司的可供分配利润的 20%，当年未进行现金分红的，不得发放股票股利。未来，随着本公司发展规划的稳定实施、盈利能力的持续加强、资金压力的逐步降低，本公司将积极提升现金分红比例。

综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平、重大资金支出安排以及预计上市时间等因素，在保持公司财务稳健的基础上，公司应充分注重投资者合理的投资回报，每年按当年度实现的可分配利润的比例向股东分配现金股利，该比例不低于 20%。

公司董事会负有提出现金分红提案的义务，对当年实现的可分配利润中未分配部分，董事会应当说明使用计划安排或原则。董事会因公司重大投资计划或重

大现金支出等事项未提出现金分红提案的，董事会应在利润分配预案中披露原因及未用于分红的资金留存公司的用途。

公司因外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策的，应当按公司章程和《公司发行上市后三年股东分红回报规划》的有关规定履行决策程序。公司接受独立董事和中小股东对公司分红的建议和监督。

3、发行人股东关于利润分配的承诺

（1）公司股东云南融睿、西藏融睿、华泽集团出具的关于利润分配的承诺如下：

“本公司出具不可撤销的承诺如下：

1）《华致酒行连锁管理股份有限公司章程（草案）》（以下简称“《公司章程（草案）》”）已依法定程序取得发行人股东大会的有效决议通过，本公司赞同《公司章程（草案）》中有关利润分配相关条款的内容。

2）发行人首次公开发行股票经中国证监会核准后，《公司章程（草案）》经由股东大会根据首次公开发行股票情况补充有关注册资本、发行股票数、上市时间等内容后立即生效和适用。针对本《关于利润分配事项的承诺函》第 2 条前半段所述事项，如根据需要将修改后的《公司章程（草案）》提交股东大会审议时，本公司不会提出任何异议，并将投赞成票。”

（2）公司股东杭州长潘出具的关于利润分配的承诺如下：

“本合伙企业出具不可撤销的承诺如下：

1）《华致酒行连锁管理股份有限公司章程（草案）》（以下简称“《公司章程（草案）》”）已依法定程序取得发行人股东大会的有效决议通过，本合伙企业赞同《公司章程（草案）》中有关利润分配相关条款的内容。

2）发行人首次公开发行股票经中国证监会核准后，《公司章程（草案）》经由股东大会根据首次公开发行股票情况补充有关注册资本、发行股票数、上市时间等内容后立即生效和适用。针对本《关于利润分配事项的承诺函》第 2 条前半段所述事项，如根据需要将修改后的《公司章程（草案）》提交股东大会审议时，

本合伙企业不会提出任何异议，并将投赞成票。”

（3）公司股东张儒平出具的关于利润分配的承诺如下：

“本人出具不可撤销的承诺如下：

1）《华致酒行连锁管理股份有限公司章程（草案）》（以下简称“《公司章程（草案）》”）已依法定程序取得发行人股东大会的有效决议通过，本人赞同《公司章程（草案）》中有关利润分配相关条款的内容。

2）发行人首次公开发行股票经中国证监会核准后，《公司章程（草案）》经由股东大会根据首次公开发行股票情况补充有关注册资本、发行股票数、上市时间等内容后立即生效和适用。针对本《关于利润分配事项的承诺函》第 2 条前半段所述事项，如根据需要将修改后的《公司章程（草案）》提交股东大会审议时，本人不会提出任何异议，并将投赞成票。”

六、填补被摊薄即期回报的措施

详细信息见本招股说明书“第九节　财务会计信息与管理层分析”之“十五、首次公开发行摊薄即期回报及填补回报的措施与承诺”。

七、关于履行公开承诺的约束措施的承诺

（一）发行人承诺

公司将严格履行公司就本次发行上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

1、如公司的承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等发行人无法控制的客观原因导致的除外），公司将采取以下措施：

（1）及时、充分披露公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；

（3）将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；

（4）公司将对相关责任人进行调减或停发薪酬或津贴、职务降级等形式处罚；同时，公司将立即停止制定或实施重大资产购买、出售等行为，以及增发股份、发行公司债券以及重大资产重组等资本运作行为，直至公司履行相关承诺；

（5）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等公司无法控制的客观原因导致公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，公司将采取以下措施：

（1）及时、充分披露公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向公司的投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；

（3）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（二）公司控股股东、实际控制人承诺

本公司（本人）将严格履行就发行人本次发行上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

1、如本公司（本人）承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司（本人）无法控制的客观原因导致的除外），本公司（本人）将采取以下措施：

（1）通过发行人及时、充分披露本公司（本人）承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益；

（3）将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；

（4）本公司（本人）违反承诺所得收益将归属于发行人，因此给发行人或

投资者造成损失的，将依法对发行人或投资者进行赔偿，并按照下述程序进行赔偿：

1）将本公司（本人）应得的现金分红由发行人直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失；

2）若本公司（本人）在未完全履行承诺或赔偿完毕前进行股份减持，则需将减持所获资金交由发行人董事会监管并专项用于履行承诺或用于赔偿，直至本公司（本人）承诺履行完毕或弥补完发行人、投资者的损失为止。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司（本人）无法控制的客观原因导致本公司（本人）承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本公司（本人）将采取以下措施：

（1）通过发行人及时、充分披露本公司（本人）承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益。

（三）公司持股 5%以上股东西藏融睿和华泽集团承诺

本公司将严格履行就发行人本次发行上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

1、如本公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外），本公司将采取以下措施：

（1）通过发行人及时、充分披露本公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益；

（3）将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；

（4）本公司违反承诺所得收益将归属于发行人，因此给发行人或投资者造

成损失的，将依法对发行人或投资者进行赔偿。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致本公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本公司将采取以下措施：

（1）通过发行人及时、充分披露本公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益。

（四）持有发行人股份的董事、监事、高级管理人员承诺

本人将严格履行就发行人本次发行上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

1、如本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外），本人将采取以下措施：

（1）通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益；

（3）将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；

（4）如本人未能按照稳定股价预案所述提出具体增持计划，或未按披露的增持计划实施，则本人不可撤回的授权发行人将本人上年度从发行人领取的薪酬总额的 30%予以扣留并代本人履行增持义务；

（5）本人违反承诺所得收益将归属于发行人，因此给发行人或投资者造成损失的，将依法对发行人或投资者进行赔偿，并按照下述程序进行赔偿：

本人若从发行人处领取薪酬的，则同意发行人停止向本人发放薪酬，并将此直接用于执行本人未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给发行人或投资者

带来的损失。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

（1）通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益。

（五）未持有发行人股份的董事、监事、高级管理人员承诺

本人将严格履行就发行人本次发行上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

1、如本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外），本人将采取以下措施：

（1）通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益；

（3）将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议。

（4）本人违反承诺所得收益将归属于发行人，因此给发行人或投资者造成损失的，将依法对发行人或投资者进行赔偿。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

（1）通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益。

八、保荐机构对发行人持续盈利能力的核查意见

保荐机构认为：发行人所处行业发展前景较好，发行人建立了持续成长的业务模式，具备有效管理体系和成熟的管理团队，制定了清晰的发展战略和发展规划。发行人具备良好的持续盈利能力。

九、发行人特别提醒投资者关注“风险因素”章节

本招股说明书“第四节 风险因素”披露了可能直接或间接对公司经营状况、财务状况、持续经营和盈利能力以及对本次发行产生重大不利影响的相关风险因素。本公司提请投资者需认真阅读该章节的全部内容。

目 录

本次发行概览 2

发行人声明及承诺 3

重大事项提示 4

一、公开发行前股东对股份锁定的承诺 4

二、公司发行前持股 5%以上股东的持股意向和减持意向 7

三、关于稳定公司股价的预案及相应约束措施 10

四、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺 17

五、本次发行完成前滚存利润的分配计划及本次发行上市后的股利分配政策 20

六、填补被摊薄即期回报的措施 26

七、关于履行公开承诺的约束措施的承诺 26

八、保荐机构对发行人持续盈利能力的核查意见 31

九、发行人特别提醒投资者关注“风险因素”章节 31

目 录 32

第一节 释 义 36

一、普通名词释义 36

二、专业名词释义 38

第二节 概 览 40

一、发行人概况 40

二、发行人控股股东、实际控制人简介 41

三、公司主要财务数据 42

四、募集资金用途 43

第三节 本次发行概况 45

一、本次发行基本情况 45

二、与本次发行有关的机构与人员 46

三、发行人与有关中介机构之间的关系 47

四、本次发行上市前的有关重要日期 48

第四节 风险因素 49

一、宏观经济状况发生较大波动的风险 49
二、市场风险 49
三、经营风险 51
四、财务风险 53
五、管理风险 55
六、募集资金投资项目实施的风险 56
七、成长性风险 56
第五节 发行人基本情况 57
一、基本情况 57
二、发行人改制设立情况 57
三、发行人设立以来的重大资产重组情况 59
四、发行人股权结构 59
五、发行人子公司基本情况 61
六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况 76
七、发行人股本情况 85
八、发行人正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况 89
九、发行人员工情况 90
十、重要承诺与承诺履行情况 91
第六节 业务和技术 93
一、发行人主营业务、主要产品及变化情况 93
二、发行人所处行业的基本情况及市场竞争状况 168
三、发行人销售情况和主要客户 200
四、发行人采购情况和主要供应商 209
五、主要固定资产和无形资产情况 223
六、发行人拥有的特许经营权 240
七、发行人的技术及研发情况 240
八、发行人境外经营和境外资产情况 242
九、未来发展与规划 243
第七节 同业竞争与关联交易 247
一、发行人独立运行情况 247

二、发行人同业竞争 248
三、发行人关联方及关联关系 263
四、发行人关联交易 281
五、报告期内公司关联交易制度的执行情况 299
六、公司独立董事对关联交易的意见 301
七、公司规范和减少关联交易的措施 301
第八节 董事、监事、高级管理人员及公司治理 304
一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介 304
二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况及上述人员及其近亲属持有发行人股份的情况 314
三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况 316
四、公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订的协议及履行情况 318
五、董事、监事、高级管理人员近两年内变动情况及原因 319
六、董事、监事、高级管理人员的任职资格情况 322
七、公司治理 322
八、发行人内部控制制度情况 324
九、发行人近三年违法违规行为情况 324
十、发行人资金占用和对外担保情况 325
十一、公司资金管理、对外投资、担保事项的政策及制度安排 325
十二、投资者权益保护的情况 328
第九节 财务会计信息与管理层分析 331
一、最近三年经审计的合并财务报表 331
二、审计意见类型 335
三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对发行人业绩变动具有较强预示作用的财务及非财务指标 336
四、财务报告审计基准日至招股说明书签署日之间的经营状况 342
五、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况 342
六、主要会计政策和会计估计 347
七、公司缴纳的主要税种、适用税率及享受的税收优惠 390

八、非经常性损益 395
九、主要财务指标 396
十、盈利预测 398
十一、会计报表附注中的日后事项、或有事项及其他重要事项 398
十二、盈利能力分析 399
十三、财务状况分析 440
十四、现金流量分析 486
十五、首次公开发行摊薄即期回报及填补回报的措施与承诺 497
十六、公司股利分配政策及实际股利分配情况 502
第十节 募集资金运用 504
一、募集资金基本情况 504
二、募集资金投资项目介绍 507
第十一节 其他重要事项 533
一、重要合同 533
二、对外担保情况 538
三、诉讼、仲裁及行政处罚情况 538
四、发行人控股股东、实际控制人、控股子公司、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项 539
五、发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及刑事诉讼的情况 540
第十二节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明 541
第十三节 备查文件 548
一、备查文件 548
二、查阅时间及地点 548

第一节 释 义

本招股说明书中，除非文意另有所指，下列词语或简称具有如下特定含义：

一、普通名词释义

发行人、公司、本公司、股份公司、华致酒行	指	华致酒行连锁管理股份有限公司
有限公司、华致有限	指	华致酒行连锁管理有限公司、系发行人前身
华致酒业	指	云南华致酒业有限公司
云南融睿	指	云南融睿高新技术投资管理有限公司
华泽集团	指	华泽集团有限公司
CV Wine	指	CV Wine Investment Limited
KKR	指	KKR Liquor Investment Holdings S.à r.l.
Pullock	指	Pullock Investment Limited
新远景成长	指	新远景成长（天津）股权投资合伙企业（有限合伙）
西藏融睿	指	西藏融睿投资有限公司
杭州长潘	指	杭州长潘股权投资合伙企业（有限合伙）
香格里拉金六福	指	云南香格里拉金六福酒业销售有限公司
新华联控股	指	新华联控股有限公司
华泽管理	指	迪庆香格里拉经济开发区华泽管理有限公司
金东资本	指	金东资本投资有限公司
宁波融睿	指	宁波融睿实业投资有限公司
长沙华致	指	长沙华致酒业有限公司
德钦华致	指	德钦华致高原酒窖连锁管理有限公司
邵阳湘窖	指	邵阳湘窖酒业销售有限公司
香港华致	指	华致葡萄酒与烈酒（香港）有限公司
京都华致	指	北京京都华致贸易有限公司
醴陵华致	指	醴陵华致酒业有限公司
华致物流	指	华致物流物流有限公司
华致精品	指	华致精品酒水商贸有限公司
贵州珍酒	指	贵州珍酒商贸有限公司
慈溪中唐	指	慈溪中唐酒业有限公司

郑州悦享	指	郑州悦享商贸有限公司
腾达四方	指	四川省腾达四方商贸有限公司
南昌华致	指	南昌华致酒行实业有限公司
成都华致	指	成都华致酒业有限公司
世纪华晟	指	北京世纪华晟贸易有限责任公司
迪庆华致	指	迪庆华致商贸有限公司
上海虬腾	指	上海虬腾商贸有限公司
陈香商务	指	北京华致陈香电子商务有限公司
江苏威华达	指	江苏威华达经贸实业有限公司
江苏中糖	指	江苏中糖德和经贸有限公司
陈香拍卖	指	北京华致陈香拍卖有限公司
西藏威华达	指	西藏威华达经贸有限公司
华致供应链	指	华致精品酒水供应链管理有限公司
西藏中糖	指	西藏中糖德和经贸有限公司
鑫品佳	指	深圳市鑫品佳商贸有限公司
红颜欧宝	指	北京红颜欧宝贸易有限公司
尖美四方	指	佛山尖美四方贸易有限公司
致融源	指	河南致融源商贸有限公司
宁波恒谊	指	宁波恒谊贸易有限公司
重庆酒达	指	重庆酒达酒类销售有限公司
本次发行	指	公司本次向社会公众公开发行不超过 57,888,667 股面值为人民币 1.00 元的人民币普通股的行为
A 股、股票	指	本公司发行的每股面值人民币 1.00 元的人民币普通股
保荐机构、保荐人、主承销商、西部证券	指	西部证券股份有限公司
发行人律师、北京金杜	指	北京市金杜律师事务所
发行人会计师、大华	指	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人评估师、中企华	指	北京中企华资产评估有限责任公司
元、万元	指	人民币元、人民币万元
最近三年一期、报告期	指	2014 年、2015 年、2016 年、2017 年 1-6 月
报告期期末	指	2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月 30 日
财务报表	指	本公司报告期的资产负债表、利润表、现金流量表、股东权益变动表以及相关财务报表附注
本招股说明书、招股说明书	指	华致酒行连锁管理股份有限公司首次公开发行股票招股说明书

《公司章程》	指	《华致酒行连锁管理股份有限公司章程》
《公司章程》草案	指	《华致酒行连锁管理股份有限公司章程（草案）》
股东或股东大会	指	公司股东或股东大会
董事或董事会	指	公司董事或董事会
监事或监事会	指	公司监事或监事会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》

二、专业名词释义

连锁酒行	指	统一使用华致酒行品牌，统一装修风格，统一按照华致酒行管理规范和标准进行运营的酒类连锁销售终端
直营店	指	公司自行投资并经营管理的连锁酒行，向最终消费者进行销售
合作店	指	由合作经营方自行购买或租赁，经本公司统一装修，由合作经营方在公司统一管理下运营的连锁酒行，向最终消费者进行销售
合作经营方	指	符合公司要求，并与公司合作开设连锁酒行的企业法人或其他经济组织
直供终端	指	除连锁酒行外，其他直接面向最终消费者的销售终端，本公司的直供终端包括零售网点、KA 卖场及团购电商等
零售网点	指	专卖店、名烟名酒店、区域性超市、餐饮酒楼等向最终消费者进行销售的终端
KA 卖场	指	在营业面积、客流量方面、地理分布具有优势的连锁销售平台
团购	指	企事业单位、社会团体以及个人进行集中采购的消费行为
电商	指	通过互联网平台（PC 端、移动端）将产品直接销售至最终消费者的行为
终端供应商	指	向上游供应商购进产品后，主要分销给下一级或零售终端，并以获取差价为目标的销售商
华致酒库	指	在日常经营中许可使用华致品牌资源的终端客户
香型	指	根据酿造工艺、设备等不同，中国白酒可以按香型划分，主要香型有酱香、清香、浓香、兼香、凤香等
万千升	指	酒类行业计量单位，1 万千升约等于 1 万吨
ERP	指	Enterprise Resource Plan，企业资源计划，包括企业的生产、销售、库存、财务等业务和管理
人均可支配收入	指	个人收入扣除向政府缴纳的各项税以及交给政府的非商业性费用等以后的余额。个人可支配收入被认为是消费开支的最重要的决定性因素，因而常被用来衡量一国生活水平的变化情况
Wind 资讯	指	上海万得信息技术股份有限公司，是一家金融数据提供商，其产品包括 Wind 系统等

O.I.V.	指	国际葡萄与葡萄酒组织，是一个政府间的国际组织，1924 年创建于巴黎。世界 95%产葡萄的国家都参加了该组织
VINEXPO	指	波尔多国际葡萄酒及烈酒展览会（VINEXPO）于 1981 年由法国波尔多工商业协会创办，是全球最专业、最杰出的葡萄酒及烈酒展览公司，世界顶级酒展之一
贵州茅台	指	贵州茅台酒股份有限公司及其子公司
宜宾五粮液	指	宜宾五粮液股份有限公司及其子公司
星座品牌	指	星座品牌香港有限公司
安徽古井贡	指	安徽古井贡酒股份有限公司
习酒公司	指	贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司
荷花酒业	指	贵州省仁怀市茅台镇荷花酒业有限公司
九贺宴酒业	指	宜宾九贺宴酒业有限公司
古越龙山	指	浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司
泸州纳川	指	泸州纳川酒业有限公司
贵州珍酒销售	指	贵州珍酒销售有限公司
贵州珍酒酿酒	指	贵州珍酒酿酒有限公司
邵阳开口笑	指	邵阳开口笑酒业有限责任公司
湘窖酒业	指	湖南湘窖酒业有限公司
四川陈又陈	指	四川陈又陈酒业有限公司
四川金六福	指	四川金六福酒业有限公司
天籁酒业	指	迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司
香格里拉酒业	指	香格里拉酒业股份有限公司

特别说明：本招股说明书任何表格中若出现总计数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概 览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人概况

（一）发行人基本情况

公司名称	华致酒行连锁管理股份有限公司
英文名称	Vats Liquor Chain Store Management Joint Stock Co., Ltd.
注册资本	17,366.60 万元
法定代表人	彭宇清
成立时间	2005 年 5 月 26 日
股份公司设立日期	2010 年 11 月 26 日
住所	云南省迪庆州香格里拉经济开发区中心片区
互联网网址	www.vatsliquor.com
电子信箱	dongmiban@vatsliquor.com
经营范围	酒类、副食品、预包装食品、茶叶、农副产品、水产品、包装物、日用百货、日用杂品、五金交电、家用电器、照相器材、化工产品（不含危险品）、金属材料及装饰材料、服装、机械电子的批发及零售；货物及技术进出口（但国家限定经营和禁止出口的商品和技术除外）；企业管理、市场营销、商务、酒类科技的咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（二）发行人主营业务情况

公司是国内领先的精品酒水营销和服务商之一，以“精品、保真、服务、创新”为核心理念，依托多年构建的遍布全国的酒类流通全渠道营销网络体系，以及与上游酒类生产企业长期的合作关系，持续为客户和广大消费者提供白酒、葡萄酒、黄酒等国内外优质酒类产品和多元化的服务，满足不断升级的市场需求。

公司多年来深耕酒类消费终端市场，凭借专业的运营团队、丰富的产品营销经验以及深刻的酒文化认知，构建了包括连锁酒行、零售网点、KA 卖场、团购、电商、终端供应商在内的全渠道营销网络体系，从而与上游知名酒企酒商形成了长期稳定的合作关系；公司在为生产企业提供高效、便捷的服务时，也为终端消

费者提供优质、丰富的产品，从而成为链接生产厂商和大众消费市场的关键纽带；公司利用与终端消费者的良好互动，积极参与产品开发工作，一方面遴选品牌知名、性价比高的精品酒水进行销售，另一方面与酿酒企业合作，引导其开发契合市场需求的新产品，为消费者提供多元化、个性化的选择；公司构建了完整的信息化供应链管理体系，涵盖采购、物流仓储和销售等环节，致力于为消费者提供保真的精品酒水和高质量、标准化的优质服务，从而赢得市场广泛认可。2011年，“华致酒行”商标被国家工商行政管理总局商标局认定为“中国驰名商标”。

二、发行人控股股东、实际控制人简介

（一）控股股东

截至本招股说明书签署日，云南融睿持有发行人 11,068.75 万股，占发行人发行前总股本的 63.74%，系发行人控股股东。云南融睿详细信息见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）公司控股股东和实际控制人的基本情况”。

（二）实际控制人

公司实际控制人为吴向东先生。截至本招股说明书签署日，吴向东先生分别通过云南融睿间接持有公司 51.54%的股权、通过华泽集团间接持有公司 9.16%的股权，通过西藏融睿间接持有公司 17.42%的股权，通过杭州长潘间接持有公司 0.18%的股权，合计通过上述股东间接持有公司约 78.31%的股权，实际控制本公司 93.28%的股权。

吴向东先生，中国国籍，无境外永久居留权。吴向东先生的详细信息见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员及公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“（一）董事”。

三、公司主要财务数据

（一）合并资产负债表主要数据

单位：元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
资产总计	1,863,328,005.10	2,238,216,912.76	1,943,611,334.02	1,913,852,297.75
其中：流动资产	1,784,900,961.99	2,146,812,529.89	1,825,147,672.88	1,757,070,987.18
非流动资产	78,427,043.11	91,404,382.87	118,463,661.14	156,781,310.57
负债合计	789,617,606.27	1,309,030,883.33	918,170,246.65	914,064,467.99
其中：流动负债	789,617,606.27	1,309,030,883.33	918,170,246.65	914,064,467.99
非流动负债	-	-	-	-
所有者权益合计	1,073,710,398.83	929,186,029.43	1,025,441,087.37	999,787,829.76
其中：归属于母公司所有者权益合计	1,061,144,358.42	920,882,952.07	1,024,041,087.37	999,787,829.76

（二）合并利润表主要数据

单位：元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入	1,225,025,172.49	2,184,134,247.05	1,577,567,358.94	1,147,964,777.72
营业成本	970,012,022.18	1,807,560,957.37	1,210,462,734.44	910,760,253.30
营业利润	154,626,997.18	123,111,244.00	27,119,641.42	-152,512,144.05
利润总额	175,342,153.40	139,474,192.59	40,453,486.34	-143,357,908.25
净利润	142,757,408.39	112,403,821.92	25,023,322.03	-114,916,929.29

（三）合并现金流量表主要数据

单位：元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	265,868,140.38	-99,677,534.11	281,784,573.12	188,811,845.97
投资活动产生的现金流量净额	-351,939.07	84,812,789.98	-86,919,499.39	-39,797,228.38
筹资活动产生的现金流量净额	-365,007,810.06	133,197,789.30	-136,603,298.84	-93,241,750.03
现金及现金等价物净增加额	-99,469,974.03	118,390,591.12	59,099,653.73	55,772,867.56

（四）主要财务指标

财务指标	2017 年 1-6 月/2017 年 6 月 30 日	2016 年/ 2016 年末	2015 年/ 2015 年末	2014 年/ 2014 年末
流动比率（倍）	2.26	1.64	1.99	1.92
速动比率（倍）	1.15	0.96	0.84	0.59
资产负债率（母公司）	37.88%	52.23%	43.10%	45.11%
资产负债率（合并）	42.38%	58.49%	47.24%	47.76%
应收账款周转率（次/期）	5.13	9.91	13.64	10.09
存货周转率（次/期）	1.18	1.95	1.05	0.64
息税折旧摊销前利润（万元）	18,981.03	17,374.89	9,511.26	-6,615.98
归属于公司普通股股东的净利润（万元）	13,966.54	11,300.07	2,502.33	-11,491.69
归属于公司普通股股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	12,242.54	9,991.21	1,167.46	-12,485.55
利息保障倍数	19.38	10.67	3.24	-5.03
每股经营活动产生的现金净流量（元）	1.53	-0.57	1.71	1.14
每股净现金流量（元）	-0.57	0.68	0.36	0.34
归属于公司普通股股东的每股净资产（元）	6.11	5.30	6.21	6.06
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权后）占净资产比例	0.07%	0.11%	0.16%	0.11%

四、募集资金用途

公司本次募集资金投资项目经相关主管部门核准备案，并经公司股东大会决议同意，公司本次发行募集资金拟投资项目如下：

序号	项目名称	投资总额（万元）	募集资金投入金额（万元）	建设期	备案项目编码
1	营销网络建设项目	49,068.00	49,068.00	3 年	17533401652003
2	信息化营销系统建设项目	6,815.00	6,815.00	1 年	17533401652001
3	产品研发中心建设项目	10,633.00	10,633.00	1 年	17533401652002

如本次发行的实际募集资金净额少于项目资金需求量，由董事会根据有关项目的重要性和紧迫性安排募集资金的具体使用，不足部分公司将通过自有资金或

银行贷款等自筹资金解决。募集资金到位前，公司可以自有资金或银行贷款等自筹资金预先投入募投项目；募集资金到位后，公司可以募集资金置换预先投入的资金。如本次发行募集资金超过拟投资项目所需资金，超出部分将用于与主营业务相关的业务。本次募集资金运用详细信息见本招股说明书“第十节　募集资金运用”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

1、股票种类：人民币普通股（A 股）

2、每股面值：人民币 1.00 元

3、发行股数：不超过 57,888,667 股，占发行后总股本的比例不低于 25.00%

4、每股发行价格：人民币【】元

5、发行市盈率：【】倍（每股发行价除以每股收益，每股收益按照【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）

6、发行前每股净资产：6.11 元（根据 2017 年 6 月 30 日经审计的归属于母公司所有者权益除以本次发行前总股本计算）

7、发行后每股净资产：【】元（根据 2017 年 6 月 30 日经审计的净资产加上本次发行募集资金净额除以本次发行后总股本计算）

8、发行市净率：【】元/股（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）

9、发行方式：采用网下向询价对象询价配售和网上向社会公众投资者按市值申购定价发行相结合的方式，或采用中国证监会认可的其他发行方式

10、发行对象：符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开立 A 股股东账户并已开通创业板市场交易账户的投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）

11、承销方式：余额包销

12、预计募集资金总额：【】万元

13、预计募集资金净额：【】万元

14、发行费用概算：

承销与保荐费	【】万元
审计及验资费用	【】万元
律师费用	【】万元
信息披露费	【】万元
发行手续费	【】万元
合计	【】万元

二、与本次发行有关的机构与人员

（一）发行人：华致酒行连锁管理股份有限公司

法定代表人	彭宇清
住所	云南省迪庆州香格里拉经济开发区中心片区
联系电话	010-56969898
传真	010-56969955
联系人	张儒平

（二）保荐人（主承销商）：西部证券股份有限公司

法定代表人	刘建武
住所	陕西省西安市新城区东新街 319 号 8 幢 10000 室
联系电话	029-87406043
传真	029-87406134
保荐代表人	李锋、邹扬
项目协办人	张素贤
项目组其他人员	韩星、田心思、卢凯、刘一、黄清阳、刘泳江

（三）律师事务所：北京市金杜律师事务所

负责人	王玲
住所	北京市朝阳区东三环中路 7 号北京财富中心写字楼 A 座 40 层
联系电话	010-58785588
传真	010-58785566
经办律师	龚牧龙、马天宁

（四）会计师事务所：大华会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人	梁春
住所	北京海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼 1101
联系电话	010-58350080
传真	010-58350006
经办注册会计师	陈静、李永伟

（五）资产评估机构：北京中企华资产评估有限责任公司

法定代表人	权忠光
住所	北京市东城区青龙胡同 35 号
联系电话	010-65881818
传真	010-65882651
经办注册资产评估师	凌茂书、余文庆

（六）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住所	深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼
电话	0755-25938000
传真	0755-25988122

（七）拟上市证券交易所：深圳证券交易所

住所	深圳市福田区深南大道 2012 号
联系电话	0755-88668888
传真	0755-82083295

（八）主承销商收款银行：中国工商银行西安东新街支行

户名	**【】**
账号	**【】**

三、发行人与有关中介机构之间的关系

截至招股说明书签署日，公司与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行上市前的有关重要日期

工作安排	日期
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	发行结束后将尽快申请在深圳证券交易所挂牌上市

第四节 风险因素

投资者在评价本公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，还应特别认真考虑本节以下各项风险因素。以下风险因素可能直接或间接对公司的生产经营状况、财务状况、持续盈利能力和成长性产生重大不利影响。以下排序遵循重要性原则或可能影响投资决策的程度大小，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、宏观经济状况发生较大波动的风险

酒类产品属于快速消费品，其销售会受到国民经济整体景气程度和居民可支配收入变化的影响。随着我国经济水平的提高及人均可支配收入的增长，酒类消费市场规模呈现出持续增长的态势，品种逐渐多样化，人们的消费方式也日益多元化、个性化；个人酒类产品消费的增加、居民消费升级促进了酒类产品的市场发展。但如果我国的经济状况发生重大变化，经济增长持续放缓或停滞，甚至出现经济危机，会导致消费者对酒类产品需求的下降，进而会影响本公司的财务状况和经营业绩。

二、市场风险

（一）市场竞争风险

酒类产品流通领域竞争较为充分，市场参与者众多，占市场较大份额的大型龙头企业较少，公司面临着来自市场不同主体的竞争。

经过多年的发展，公司已成为国内领先的精品酒水营销和服务商之一，在行业内具备一定的竞争优势，特别是近年来公司发展直供终端销售网络，进一步提高了公司的市场影响力。但是随着居民酒类消费升级，新型销售业态如电子商务兴起，促使传统酒类分销商逐渐启动业务转型，零售终端呈现出多元化的趋势，公司面临的市场竞争将进一步加剧。未来，公司将在渠道建设、产品推广、销售终端建设等方面面临更加激烈的市场竞争。如果公司不能审慎地把握行业的动态变化和发展趋势，根据市场状况和客户需求及时调整销售体系和营销策略；或不

能在品牌、服务、销售渠道、供应商合作等方面进一步增强实力，会存在因竞争优势减弱而对经营造成不利影响的风险。

（二）市场价格波动风险

近年来，受政策影响，酒类产品的市场格局变化明显，酒水价格呈现较大幅度的波动。2012 年底，中共中央发布八项规定后，明确提出“厉行勤俭节约，反对铺张浪费”。随着“三公”消费受限，节俭之风盛行，酒类产品的消费需求也受到了较大影响。受消费需求短期下降的影响，从 2012 年开始，我国酒类产品的市场价格短期走低。随着近年来消费升级，酒品消费结构逐步转变为以商务消费、个人消费为主，报告期酒品的价格回升；此外，酒品价格具有一定的季节性特征，临近中秋、春节期间的传统销售旺季大都会呈现上涨趋势。另一方面，酿酒企业也会根据终端零售价的变动情况调整酒水的出厂价格，但出厂价的调整一般会滞后于市场价格。

公司收入、成本均对酒水价格具有较高的敏感性，虽然公司具有丰富的酒类流通行业运营经验，能够根据市场变化迅速调整经营政策，但如果公司不能准确判断主要产品的价格趋势，公司盈利能力将会受到影响。

（三）市场出现酒类产品假冒伪劣的风险

酒类产品属于快速消费品，品牌是影响消费者购买选择的重要因素之一。酒类流通行业的市场集中度不高，参与者数量众多，且资质、信誉度参差不齐。受利益驱使，少数不法企业和人员制售假冒伪劣及侵权产品，一定程度上扰乱了市场秩序，损害了行业形象。公司作为保真酒品销售商，在遏制假冒伪劣及侵权产品方面做出了较大努力，通过源头控制、信息技术管理和消费者监督等手段，保证渠道内销售的产品均为真品。但市场中若发生酒类产品重大假冒伪劣情况，所产生的负面影响将会波及整个行业，对行业形象、消费者信心造成严重损害，进而会对包括本公司在内的行业内的企业产生重大影响。

三、经营风险

（一）产品开发与推广风险

公司长期耕耘酒类消费终端市场，贴近消费者，积累了丰富的酒类产品运营经验。在此基础上，通过对市场的深度研究，进行产品线的规划设计，除销售市场既有产品外，还通过产品遴选及与酒类生产企业合作开发的形式，向市场推出多款新产品，如“罗伯特•蒙大菲”、“阿伦选•葡萄酒”、“贵州茅台（金）”、“古井贡酒 1818”、“国乡荷花”等。公司是上述产品在国内的总经销，负责上述产品的市场推广。

上述产品的开发，充实了公司的产品线，增强了公司的市场竞争力，是公司收入的重要组成部分。但由于新产品从开发、遴选到最终获得消费者认可需要公司持续投入资源、把握消费动态，大力拓展市场，如果公司未来不能持续推出具有市场影响力的优质产品，或不能有效推行新产品的市场开拓、推广与销售，则会对公司的盈利能力和持续增长产生不利影响。

（二）对单类产品销售占比较大的风险

报告期内，公司白酒类产品的销售占比较大。2014 年至 2016 年及 2017 年 1-6 月，公司白酒类产品的销售收入为 103,852.51 万元、146,136.96 万元、206,329.61 万元和 117,234.34 万元，占各年主营业务收入的比重分别为 90.47%、92.63%、94.47%和 95.72%。倘若未来出现白酒市场环境发生重大变化，如重要品牌的白酒供给不足、竞争对手推出相似产品、消费者饮用习惯发生重大改变或葡萄酒、黄酒等替代品消费量大幅上升等情况，致使市场对公司白酒类产品需求大幅减少，将对发行人的经营业绩产生重大不利影响。

（三）供应商相对集中的风险

我国酒类品牌数量众多，但名优酒品的产量有限，且集中在少数酒类生产企业，因此名优酒品的上游采购渠道呈现较为集中的客观特征。本公司致力于为消费者提供优质酒类产品，产品采购尽量来自生产厂商源头或实力较强的一级经销商，因此供应商相对集中。报告期 2014 年至 2016 年及 2017 年 1-6 月，公司向前五大供应商（同一控制下合并口径）采购的金额为 47,491.32 万元、97,059.98

万元、132,513.03 万元和 69,889.72 万元，占当期采购总额的比例分别为 77.36%、89.06%、81.71%和 68.73%。如果这些供应商的经营环境、生产状况、营销策略发生重大变化，可能在短期内对公司的经营产生一定影响。

（四）下游渠道管理风险

作为国内行业领先的精品酒水销售服务运营商之一，公司下游客户包括数量众多的连锁酒行、零售网点、KA 卖场、团购客户、电商客户、终端供应商，渠道管理对公司至关重要。经过多年来的摸索，公司建立了一整套相对完善的渠道管理制度，从客户选择、供货数量、供货价格、窜货管理、终端零售价格、包装标签等方面对各类渠道的销售推广进行规范，以维护公司的品牌形象。

报告期内，公司与客户合作情况良好，但仍不排除未来因下游个别客户的不当行为，如跨区域窜货、扰乱价格体系等，致使公司的品牌受损，并有可能影响到公司与上游酒类生产企业的合作。公司面临下游渠道管理风险。

（五）受供应商处罚或解除合同的风险

按照行业惯例，公司与酒类生产企业签订的采购合同中，通常会约定年度采购量或年度采购金额、销售区域与渠道等条款，公司在合同期限内必须遵守上述约定。如果公司不能及时完成采购任务，或无法严格管理销售渠道，存在供应商对公司进行处罚或单方面解除合同的可能性，由此会对公司经营产生不利影响。

（六）产品品质控制的风险

公司为销售型企业，无法直接控制上游生产环节的产品品质。如果生产商在生产过程出现瑕疵导致产品品质下降，致使终端消费者受损害，本公司的品牌声誉及产品销量将遭受不利影响。

对于流通环节的产品品质控制，虽然本公司建立了严密的过程管理制度及信息系统来管理产品供应链及各渠道销售终端，以保障下游渠道内销售产品的质量、杜绝假酒出现，但仍不排除个别人员疏忽大意而未能妥善管理公司的产品，或受利益驱使在流通环节中掺杂假酒。一旦本公司流通环节产品出现质量问题，或出现假冒伪劣产品，将对本公司的品牌声誉造成较大损害。

（七）租赁物业的风险

截至本招股说明书签署日，公司及下属子公司共租赁房屋 59 处。部分房屋出租方未能提供该等房屋的产权证或未办理租赁备案手续。上述租赁房屋主要用于地区办事处销售、市场人员的办公及少量货物的存储，并非公司主要经营场所。由于同区域可选择的租赁物业范围较广，租金价格不高，且存储货物及其他办公用品均易搬迁，不存在对目前租赁物业的依赖，在租赁市场上另行租赁相同功能的物业不存在实质性障碍；若因出租方原因导致公司与出租方签订的租赁合同被撤销或未生效，公司可依法要求出租方赔偿受到的损失。公司在过去的经营中并未发生过因租赁物业被有权第三方主张无效或被有权机关认定无效的情形。虽然目前公司仍正常使用上述租赁房屋，若第三方对该等租赁事宜提出异议，则可能影响公司及下属公司继续承租该物业。

四、财务风险

（一）存货管理不善的风险

报告期各期末本公司存货金额较大，符合酒类流通企业的特点。报告期 2014 年至 2016 年及 2017 年 6 月末，公司的存货账面价值分别为 119,862.14 万元、102,450.59 万元、80,758.02 万元和 82,009.31 万元，占流动资产的比重分别为 68.22%、56.13%、37.62%和 45.95%。尽管本公司已建立了完善的存货管理制度和物流配送体系，且报告期内存货周转率逐年提高，但不能排除公司在未来的经营过程中出现因未能准确把握消费趋势的变化、未对终端消费的需求做出及时反应，导致公司存货周转速度下降，从而影响公司的经营效率；另外，公司有可能因存货管理不善，发生存货意外事件，造成存货的损毁和灭失。

（二）存货跌价风险

公司存货余额及占资产总额的比例相对较大，在每年末对存货进行了减值测试，并计提了相应的跌价准备。报告期 2014 年至 2016 年及 2017 年 6 月末，公司存货跌价准备分别为 6,882.62 万元、1,399.07 万元、1,172.18 万元和 986.88 万元，占同期存货账面余额的比例分别为 5.43%、1.35%、1.43%和 1.19%。报告期 2014 年至 2016 年及 2017 年 6 月末，存货跌价损失分别为 5,160.44 万、-431.98

万、-78.15 万和-108.15 万元，占利润总额的比例分别为-36.00%、-10.68%、-0.56%和-0.62%。若未来市场环境发生变化或竞争加剧使得产品滞销、存货积压，将导致公司存货跌价风险增加，对公司的盈利能力产生不利影响。

（三）应收账款管理风险

随着公司业务的增长，公司应收账款规模相应增加。报告期 2014 年至 2016 年及 2017 年 6 月末，公司应收账款余额为 10,548.05 万元、12,580.27 万元、31,486.91 万元和 16,255.20 万元。公司应收账款的主要客户为卜蜂莲花、麦德龙等大型商超和部分优质经销商、终端客户，其资金实力较强，资信较好，资金回收有保障。报告期，1 年以内的应收账款所占比例较高，且未发生过大额应收账款坏账损失，但公司仍存在应收账款不能按期收回的风险。

（四）净资产收益率下降风险

报告期 2014 年至 2016 年及 2017 年 1-6 月，发行人按照扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润计算的加权净资产收益率分别为-11.81%、1.15%、10.19%和 12.36%。本次发行募集资金到位后，短期内发行人净资产大幅增长，而募集资金投资项目需要一定的建设期和运营期，新增效益会逐步体现，因此净资产收益率将会在短期内出现一定程度的下降。

（五）营业外收入的依赖程度及影响

报告期 2014 年至 2016 年及 2017 年 1-6 月，公司营业外收入金额分别为 1,282.40 万元、1,385.68 万元、1,818.68 万元和 2,943.21 万元，其中政府补助金额分别为 1,011.03 万元、1,256.90 万元、1,781.75 万元和 2,891.65 万元。报告期内公司营业外收入以政府补助为主，营业外收入分别占当年利润总额的-8.95%、34.25%、13.04%和 16.79%，如果相关政策发生变化，公司及各业务子公司不能继续享受相关政府补助，将对公司经营业绩构成一定影响。

（六）税收政策变化的风险

根据藏政发【2014】51 号文件，西藏自治区的企业统一执行西部大开发战略中企业所得税 15%的税率，自 2015 年 1 月 1 日起至 2017 年 12 月 31 日止，暂

免征收除采矿业和矿产权交易行为外，西藏自治区企业应缴纳的企业所得税中属于地方分享的部分。发行人子公司西藏威华达经贸有限公司、西藏中糖德和经贸有限公司和华致精品酒水商贸有限公司，注册地在西藏自治区，享受该税收优惠。

上述全国性、区域性税收优惠政策如果取消，会对企业业绩造成一定影响。

（七）本次发行上市当年即期收益被摊薄的风险

首次公开发行股票后，公司的股本及净资产均有所增长。由于募集资金投资项目建成达产和产生预期经济效益需要一定的建设周期，本次公开发行股票可能导致投资者即期回报有所下降。公司召开 2017 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺的议案》，为保障中小投资者利益，公司已就本次公开发行股票对即期回报摊薄的影响进行了认真分析，并提出填补即期回报措施及相关承诺，但公司仍存在募集资金到位当年即期收益被摊薄的风险。

五、管理风险

（一）实际控制人不当控制的风险

公司实际控制人为吴向东先生，本次发行前合计控制公司 93.28%的股份，本次发行完成后实际控制的股份比例变为 69.96%，实际控制股权的比例较高。尽管公司建立了较为完善的法人治理结构，通过《公司章程》等制度对实际控制人的行为进行了相关的约束，建立了关联交易回避表决制度、独立董事制度及其他相关制度，防止和杜绝实际控制人做出不利于公司和其他股东利益的决策和行为。但是，实际控制人仍可能通过股东大会和董事会对公司业务经营、投资决策、人事安排、利润分配等方面实施影响和控制，进而有可能存在损害公司及公司其他股东利益的风险。

（二）业务规模迅速扩大导致的管理风险

报告期内，公司业务快速增长。本次股票发行完成后，随着募集资金的到位和募集资金投资项目的实施，公司的资产规模、经营规模将会进一步扩大，人员数量迅速增加，业务区域和客户范围将更加广泛，经营决策和风险控制难度将增

加。尽管目前公司已建立起一套与现阶段业务规模相适应的较为完善的管理体系，形成了一支稳定且经验丰富的核心管理团队。但是，如果公司管理模式和管理水平无法满足公司业务快速发展的需要，将对公司的正常经营、业务协调及拓展造成不利影响。

六、募集资金投资项目实施的风险

公司利润增长和未来发展，一定程度上取决于募集资金投资项目能否如期完成、项目完成质量以及项目建设期内市场结构的转变等因素。本次募集资金投资项目是经过充分市场调研后提出的，对项目可行性进行了充分论证和预测分析，并且公司在产品开发、市场营销、人员配备等方面已做好充分准备。这些项目若能得到顺利实施，将进一步完善营销网络、丰富产品结构，增强盈利能力，确保公司持续稳定发展。但是，募集资金投资项目建设尚需时间，届时一旦市场需求出现较大变化，公司未来不能有效拓展市场，将导致募投项目经济效益的实现存在较大不确定性。

七、成长性风险

报告期 2014 年至 2016 年及 2017 年 1-6 月，公司的营业收入和净利润情况如下：

单位：万元

指标	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入	122,502.52	218,413.42	157,756.74	114,796.48
净利润	14,275.74	11,240.38	2,502.33	-11,491.69
归属于母公司股东的净利润	13,966.54	11,300.07	2,502.33	-11,491.69
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	12,242.55	9,991.21	1,167.46	-12,485.55

报告期内，公司营业收入保持较快增长。但由于影响公司成长性的因素较多，如果宏观经济形势发生较大变化，或未来公司不能有效实施募投项目，不能通过继续拓展营销网络，提升品牌价值，进一步丰富产品线等方式维持公司竞争力，将会导致公司在未来面临业绩不能持续增长的风险。

第五节 发行人基本情况

一、基本情况

公司名称	华致酒行连锁管理股份有限公司
英文名称	Vats Liquor Chain Store Management Joint Stock Co., Ltd.
注册资本	17,366.60 万元
法定代表人	彭宇清
成立日期	2005 年 5 月 26 日
股份公司设立日期	2010 年 11 月 26 日
住所	云南省迪庆州香格里拉经济开发区中心片区
通讯地址	北京市东城区白桥大街 15 号嘉禾国信大厦 8 楼
邮政编码	100062
公司电话	010-56969898
公司传真	010-56969955
互联网网址	www.vatsliquor.com
电子信箱	dongmiban@vatsliquor.com
负责信息披露和投资者关系的部门	董秘办
部门负责人	张儒平
联系电话	010-56969898

公司注册在云南省迪庆藏族自治州，自成立以来，积极履行企业义务承担社会责任，累计纳税超过 10 亿元，在解决藏区人员就业、推动贫困地区经济发展、维护社会稳定等方面作出了贡献。

二、发行人改制设立情况

（一）有限责任公司设立情况

公司前身云南华致酒业有限公司（以下简称“华致酒业”）于 2005 年 5 月 26 日由香格里拉金六福和王海峰出资设立。

2005 年 5 月 16 日，云南迪庆香格里拉经济开发区贸易发展局出具了《关于

设立云南华致酒业有限公司的批复》（迪区经复[2005]6 号），批准香格里拉金六福和自然人王海峰共同出资设立云南华致酒业有限公司。2005 年 5 月 25 日，云南省迪庆合吉（联合）会计师事务所对设立公司的出资进行了审验，并出具了云迪合会验字（2005）第 26 号验资报告，确认华致酒业已收到股东以货币形式缴纳的注册资本 1,000 万元。

2005 年 5 月 26 日，华致酒业领取了云南省迪庆藏族自治州工商行政管理局颁发的《企业法人营业执照》，注册号为 5334001100014，注册资本 1,000 万元。

华致酒业设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（人民币万元）	出资比例（%）
1	香格里拉金六福	600.00	60.00%
2	王海峰	400.00	40.00%
合计		**1,000.00**	**100.00%**

（二）股份公司设立情况

发行人是由华致酒行连锁管理有限公司（原名云南华致酒业有限公司，以下简称“华致有限”）整体变更设立的股份有限公司。

2010 年 11 月 21 日，华致有限召开董事会，同意华致有限整体变更为股份有限公司。同日，华致有限全体股东云南融睿、李大海、CV Wine、华泽集团、KKR、Pullock、新远景成长签订了《关于共同发起设立华致酒行连锁管理股份有限公司的发起人协议》。

2010 年 11 月 23 日，云南省商务厅出具云商资[2010]226 号文，批复华致有限整体变更为股份有限公司。

2010 年 11 月 24 日，发行人全体发起人召开了创立大会会议，同意由华致有限的全体股东作为发起人以发起设立方式，以 2010 年 10 月 31 日华致有限经审计净资产按照 1:0.503891 的比例折股，将华致有限由有限责任公司整体变更为股份有限公司，并确定股份公司股份总数为 16,500 万股，每股面值为 1 元，注册资本为 16,500 万元。

2010 年 11 月 25 日，华兴会计师事务所出具了《华致酒行连锁管理股份有

限公司（筹）验资报告》（闽华兴所[2010]验字 H-006 号），对出资情况进行了审验。2010 年 11 月 26 日，公司依法在云南省工商局办理了工商变更登记，注册号为 530000400005204。

（三）发起人

发行人整体变更设立时的发起人及股本结构如下：

序号	名称	持股数量（万股）	持股比例
1	云南融睿	11,068.75	67.08%
2	李大海	1,612.88	9.78%
3	CV Wine	1,437.36	8.71%
4	KKR	1,237.50	7.50%
5	华泽集团	456.02	2.76%
6	Pullock	440.00	2.67%
7	新远景成长	247.50	1.50%
合计		**16,500.00**	**100.00%**

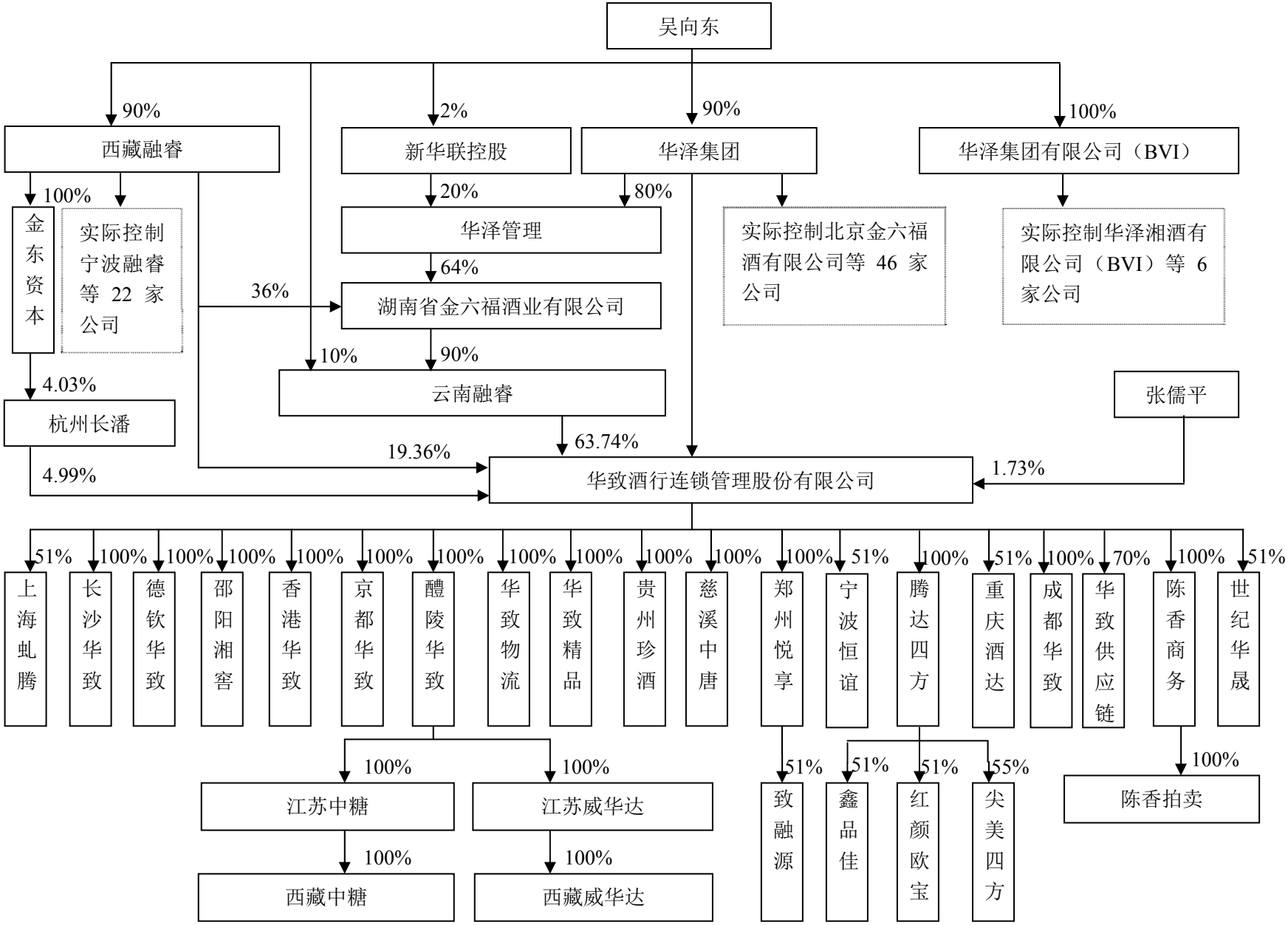
三、发行人设立以来的重大资产重组情况

发行人自整体变更设立以来，未发生重大资产重组情况。

四、发行人股权结构

截至本招股说明书签署日，公司股权结构如下所示：

序号	名称	持股数量（万股）	持股比例
1	云南融睿	11,068.75	63.74%
2	西藏融睿	3,362.36	19.36%
3	华泽集团	1,768.89	10.18%
4	杭州长潘	866.60	4.99%
5	张儒平	300.00	1.73%
合计		**17,366.60**	**100.00%**


吴向东
90%
2%
90%
100%
西藏融睿
新华联控股
华泽集团
华泽集团有限公司（BVI）
100%
20%
80%
金东资本
实际控制宁波融睿等 22 家公司
华泽管理
实际控制北京金六福酒有限公司等 46 家公司
实际控制华泽湘酒有限公司（BVI）等 6 家公司
64%
36%
湖南省金六福酒业有限公司
10%
90%
4.03%
云南融睿
张儒平
杭州长潘
63.74%
19.36%
4.99%
1.73%
华致酒行连锁管理股份有限公司
51% 100% 100% 100% 100% 100% 100% 100% 100% 100% 100% 100% 100% 51% 100% 51% 100% 70% 100% 51%
上海虬腾
长沙华致
德钦华致
邵阳湘窖
香港华致
京都华致
醴陵华致
华致物流
华致精品
贵州珍酒
慈溪中唐
郑州悦享
宁波恒谊
腾达四方
重庆酒达
成都华致
华致供应链
陈香商务
世纪华晟
100% 100%
51% 51% 51% 55%
100%
江苏中糖
江苏威华达
致融源
鑫品佳
红颜欧宝
尖美四方
陈香拍卖
100% 100%
西藏中糖
西藏威华达

五、发行人子公司基本情况

1、子公司基本情况

截至本招股说明书签署日，公司共有 28 家子公司，其中 19 家全资子公司、9 家控股子公司，具体情况如下。

（1）长沙华致

公司名称	长沙华致酒业有限公司
成立时间	2009 年 4 月 20 日
注册资本	5,000 万元人民币
实收资本	5,000 万元人民币
住所	长沙市雨花区中意一路 540 号农博中心、绿色食品城栋 B4020
法定代表人	黄飞
股权结构	华致酒行持股 100%
经营范围	预包装食品、建材、装饰材料、化工产品、机械设备、五金产品及电子产品的批发；家用电器、日用百货的销售；服装、五金、家具及室内装饰材料的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责长沙地区零售网点、KA 卖场渠道的酒类销售，属于发行人主营业务在销售渠道上的具体补充。

经大华审计，长沙华致 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 5,747.78 万元、5,585.16 万元，净资产分别为 5,346.08 万元、5,495.75 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为-102.85 万元、149.67 万元。

（2）德钦华致

公司名称	德钦华致高原酒窖连锁管理有限公司
成立时间	2009 年 10 月 9 日
注册资本	500 万元人民币
实收资本	500 万元人民币
住所	德钦县升平镇
法定代表人	彭宇清
股权结构	华致酒行持股 100%
经营范围	酒类、食品的连锁销售；高原葡萄种植资源收集、保存、鉴定、开发和应用；高原葡萄无公害、绿色生产技术开发及应用（依法须经批准的项目，

	经相关部门批准后方可开展经营活动）
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责“香格里拉”品牌葡萄酒的采购和销售，属于发行人主营业务在销售产品上的具体补充。

经大华审计，德钦华致 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 3,817.37 万元、3,368.35 万元，净资产分别为 2,589.75 万元、2,832.09 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为 151.22 万元、242.34 万元。

（3）邵阳湘窖

公司名称	邵阳湘窖酒业销售有限公司
成立时间	2010 年 7 月 21 日
注册资本	500 万元人民币
实收资本	500 万元人民币
住所	邵阳市北塔区蔡锷路江北工业园
法定代表人	彭宇清
股权结构	华致酒行持股 100%
经营范围	酒类销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责“湘窖”品牌白酒的采购和销售，属于发行人主营业务在销售产品上的具体补充。

经大华审计，邵阳湘窖 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 9,008.07 万元、8,828.87 万元，净资产分别为 8,814.53 万元、8,806.77 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为 858.76 万元、-7.76 万元。

（4）香港华致

公司名称	华致葡萄酒与烈酒（香港）有限公司
成立时间	2009 年 12 月 2 日
注册资本	5 万元港币
实收资本	1 元港币
住所	香港铜锣湾告士打道 262 号中粮大厦 15 楼 1501 室
股权结构	华致酒行持股 100%
经营范围	连锁销售及进出口各类葡萄酒与烈酒
设立背景和业务功能定位，与发行人主	主要负责境外葡萄酒与烈酒的采购、存储及销售，属于发行人主营业务在销售产品上的具体补充。

营业务的关系	

经大华审计，香港华致 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 3,210.20 万元、3,656.45 万元，净资产分别为-1,921.29 万元、-2,166.18 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为-352.95 万元、-304.49 万元。

（5）京都华致

公司名称	北京京都华致贸易有限公司
成立时间	2010 年 08 月 26 日
注册资本	500 万元人民币
实收资本	500 万元人民币
住所	北京市东城区白桥大街 15 号 8 层 801-01
法定代表人	彭宇清
股权结构	华致酒行持股 100%
经营范围	销售食品；销售日用品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；销售食品以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责连锁酒行的酒类零售业务，属于发行人主营业务在销售产品上的具体补充。

经大华审计，京都华致 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 1,772.02 万元、1,689.47 万元，净资产分别为-644.32 万元、-122.64 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为 91.77 万元、521.68 万元。

（6）醴陵华致

公司名称	醴陵华致酒业有限公司
成立时间	2010 年 11 月 23 日
注册资本	10,000 万元人民币
实收资本	10,000 万元人民币
住所	醴陵市李畋西路国际新城 1 栋 113 号
法定代表人	彭宇清
股权结构	华致酒行持股 100%
经营范围	预包装食品零售兼批发；日用百货、日用杂品（不含易燃易爆易制毒品）、五金交电、家用电器、照相器材、金属材料及装饰材料、化工产品（不含危险品）、服装、机械电子销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	设立初期定位于连锁酒行的开设，后期定位于收购区域性酒类经销商，属于发行人主营业务的延伸。

经大华审计，醴陵华致 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 5,145.40 万元、4,869.52 万元，净资产分别为-533.72 万元、-596.16 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为 127.13 万元、-62.44 万元。

（7）华致物流

公司名称	湖南华致物流有限公司
成立时间	2012 年 5 月 11 日
注册资本	500 万元人民币
实收资本	500 万元人民币
住所	湖南省醴陵市南桥镇裕民村办公大楼
法定代表人	彭宇清
股权结构	华致酒行持股 100%
经营范围	普通货运、货运站经营；货物配载、仓储理货、物流信息服务、物流设计、第三方物流。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责发行人及其子公司货物的运输、存储，属于发行人主营业务在运输存储上的具体补充。

经大华审计，华致物流 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 711.04 万元、745.60 万元，净资产分别为 493.59 万元、409.84 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为-50.43 万元、-83.75 万元。

（8）华致精品

公司名称	华致精品酒水商贸有限公司
成立时间	2012 年 9 月 12 日
注册资本	5,000 万元人民币
实收资本	5,000 万元人民币
住所	拉萨经济技术开发区阳光新城 B 区 4-2-1-2
法定代表人	彭宇清
股权结构	华致酒行持股 100%
经营范围	预包装食品（酒精饮料、非酒精饮料、茶（不包含茶饮料））批发；日用百货、五金交电、家用电器、照相器材、化工产品（不含危化品）、金属

	材料及装饰材料、服装、机械电子产品的批发及零售；提供企业管理、市场营销、酒类科技的咨询服务【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】。
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责 KA 卖场、团购、终端供应商、零售终端的酒类销售，属于发行人主营业务在销售渠道上的具体补充。

经大华审计，华致精品 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 30,047.24 万元、25,007.40 万元，净资产分别为 9,917.86 万元、15,748.99 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为 4,329.10 万元、5,831.13 万元。

（9）贵州珍酒

公司名称	贵州珍酒商贸有限公司
成立时间	2012 年 7 月 26 日
注册资本	200 万元人民币
实收资本	200 万元人民币
住所	贵州省遵义市汇川区董公寺北郊十字铺
法定代表人	邹武
股权结构	华致酒行持股 100%
经营范围	法律、法规、国务院决定规定禁止的不得经营；法律、法规、国务院决定规定应当许可（审批）的，经审批机关批准后凭许可（审批）文件经营；法律、法规、国务院决定规定无需许可（审批）的，市场主体自主选择经营。（酒类、副食品、预包装食品、茶叶、农副产品、水产品、包装物、日用百货、日用杂品、五金交电、家用电器、照像器材、化工产品（不含危险品）、金属材料及装饰材料、服装、机械电子的批发与零售，货物及技术进出口（但国家限制经营和禁止出口的商品和技术除外），企业管理、市场营销、商务、酒类科技的咨询服务。）
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责“珍酒”品牌白酒的采购和销售，属于发行人主营业务在销售产品上的具体补充。

经大华审计，贵州珍酒 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 303.49 万元、277.02 万元，净资产分别为 293.67 万元、220.90 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为 162.54 万元、-72.78 万元。

（10）慈溪中唐

公司名称	慈溪中唐酒业有限公司
成立时间	2012 年 12 月 18 日
注册资本	200 万元人民币

实收资本	200 万元人民币
住所	慈溪市古塘街道三北西大街 408 号
法定代表人	彭宇清
股权结构	华致酒行持股 100%
经营范围	预包装食品（酒、饮料）零售。毛茶零售。
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责连锁酒行的酒类零售业务，现已处于注销过程中。

经大华审计，慈溪中唐 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 262.91 万元、189.57 万元，净资产分别为 188.43 万元、185.75 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为 234.53 万元、-2.68 万元。

（11）郑州悦享

公司名称	郑州悦享商贸有限公司
成立时间	2015 年 11 月 2 日
注册资本	50 万元人民币
实收资本	50 万元人民币
住所	郑州市金水区金水路 24 号润华商务花园 A 座 507、509 号
法定代表人	徐良
股权结构	华致酒行持股 100%
经营范围	销售：预包装食品（凭有效许可证在核定的范围内经营），农副产品（不含棉、烟、茧、粮），日用百货，五金交电，家用电器，照相器材，其他化工产品（危险化学品除外），金属制品，建材，服装，电子产品，从事货物和技术的进出口业务(国家法律法规规定与应经审批方可经营或禁止进出口的货物和技术除外)；企业管理咨询，市场营销策划。
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责郑州地区零售网点、KA 卖场、团购渠道的酒类销售，属于发行人主营业务在销售渠道上的具体补充。

经大华审计，郑州悦享 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 112.21 万元、62.64 万元，净资产分别为 64.16 万元、62.51 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为 22.80 万元、-1.66 万元。

（12）腾达四方

公司名称	四川省腾达四方商贸有限公司
成立时间	2015 年 10 月 27 日

注册资本	200 万元人民币
实收资本	50 万元人民币
住所	成都市武侯区龙腾东路 36 号 11 楼 1119 号
法定代表人	易敏
股权结构	华致酒行持股 100%
经营范围	批发及零售：预包装食品兼散装食品、农副产品、水产品、日用百货、五金交电、家用电器、照相器材、化工产品（不含危险品）、金属材料、装饰材料、服装鞋帽、机械设备、电子产品；货物及技术进出口，企业管理，市场营销策划，商务信息咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责成都地区零售网点、KA 卖场、团购渠道的酒类销售，属于发行人主营业务在销售渠道上的具体补充。

经大华审计，腾达四方 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 96.72 万元、1,382.71 万元，净资产分别为 67.73 万元、64.44 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为-2.44 万元、-3.29 万元。

（13）世纪华晟

公司名称	北京世纪华晟贸易有限责任公司
成立时间	2016 年 12 月 2 日
注册资本	1,000 万元人民币
实收资本	760 万元人民币
住所	北京市丰台区万丰路 308 号 8415 室
法定代表人	李国成
股权结构	华致酒行持股 51%，聂敬龙、邱超分别持股 25%、24%
经营范围	销售食品；销售日用品、文具用品、礼品；技术推广、技术服务、技术咨询；货物进出口、技术进出口、代理进出口。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；销售食品以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责直供终端的酒类销售业务，属于发行人主营业务在销售渠道上的具体补充。

经大华审计，世纪华晟 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 0 万元、5,812.12 万元，净资产分别为 0 万元、741.91 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为 0 万元、-18.09 万元。

（14）上海虬腾

公司名称	上海虬腾商贸有限公司
成立时间	2016 年 02 月 24 日
注册资本	1,000 万元人民币
实收资本	1,000 万元人民币
住所	上海市嘉定区曹安公路 2020 号 1 幢 1 层 103 室
法定代表人	单丹丹
股权结构	华致酒行持股 51%，李勇、单丹丹分别持股 29%、20%。
经营范围	卷烟零售、雪茄烟零售，食品流通【零售：预包装食品（不含冷藏冷冻食品）】，食用农产品（不含生猪产品、牛羊肉品）的销售，会务服务，展览展示服务，设计、制作、代理各类广告，文化艺术交流策划，电子商务（不得从事增值电信、金融业务）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责 KA 卖场的酒类销售业务，属于发行人主营业务在销售渠道上的具体补充。

经大华审计，上海虬腾 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 31,482.89 万元、30,179.92 万元，净资产分别为 878.18 万元、1,655.96 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为-121.82 万元、777.78 万元。

（15）陈香商务

公司名称	北京华致陈香电子商务有限公司
成立时间	2015 年 07 月 03 日
注册资本	2,000 万元人民币
实收资本	2,000 万元人民币
住所	北京市北京经济技术开发区科创十三街 18 号院 4 号楼 7 层 707
法定代表人	梁芳斌
股权结构	华致酒行持股 100%
经营范围	销售五金交电、建筑材料、钢材、日用品、计算机软件、及辅助设备、汽车配件、机械设备、电子产品、通讯设备、工艺品、化工产品；设计、制作、代理、发布广告；电脑图文设计；货物进出口、技术进出口、代理进出口；销售食品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；批发食品以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责酒类的电商销售业务，属于发行人主营业务在销售渠道上的具体补充。

经大华审计，陈香商务 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 1,782.46 万元、1,643.53 万元，净资产分别为 1,646.50 万元、1,536.17 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为-177.21 万元、-110.33 万元。

（16）江苏威华达

公司名称	江苏威华达经贸实业有限公司
成立时间	2005 年 05 月 25 日
注册资本	500 万元人民币
实收资本	500 万元人民币
住所	南京市察哈尔路华严岗 1 号
法定代表人	梁芳斌
股权结构	醴陵华致持股 100%
经营范围	纺织品、家用电器、电子产品、通信设备、计算机及配件、百货、建筑材料的销售，仓储服务，企业管理咨询，预包装食品的批发。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责团购客户的销售业务，属于发行人主营业务在销售渠道上的具体补充。

经大华审计，江苏威华达 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 4,892.38 万元、2,198.81 万元，净资产分别为 1,799.36 万元、1,874.92 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为 45.31 万元、75.56 万元。

（17）江苏中糖

公司名称	江苏中糖德和经贸有限公司
成立时间	2007 年 07 月 30 日
注册资本	500 万元人民币
实收资本	500 万元人民币
住所	南京市鼓楼区石头城路 77 号 1-301
法定代表人	张萍
股权结构	醴陵华致持股 100%
经营范围	酒类及各类预包装食品批发,电子产品及通信设备、计算机及其配件、百货、建筑材料销售，仓储，企业管理咨询,道路运输。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责 KA 卖场的酒类销售业务，属于发行人主营业务在销售渠道上的具体补充。

经大华审计，江苏中糖 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 12,954.10 万元、15,142.44 万元，净资产分别为 3,849.14 万元、4,509.15 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为 260.61 万元、660.00 万元。

（18）陈香拍卖

公司名称	北京华致陈香拍卖有限公司
成立时间	2015 年 09 月 09 日
注册资本	100 万元人民币
实收资本	10 万元人民币
住所	北京市通州区云景东里 364 号楼 1 至 2 层商-6-7
法定代表人	奚玉明
股权结构	陈香商务持股 100%
经营范围	从事拍卖业务（不含文物拍卖）；零售食品；零售珠宝首饰、日用杂货、工艺品（不含文物）。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；零售食品、从事拍卖业务以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本区产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责陈年老酒的电商拍卖业务，属于发行人主营业务在销售渠道上的具体补充。

经大华审计，陈香拍卖 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 20.10 万元、34.39 万元，净资产分别为-10.78 万元、-48.98 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为-20.75 万元、-38.20 万元。

（19）西藏威华达

公司名称	西藏威华达经贸有限公司
成立时间	2013 年 1 月 8 日
注册资本	50 万元人民币
实收资本	50 万元人民币
住所	拉萨市金珠西路 158 号阳光新城小区 B 区 1 幢 2 单元 2-2 号
法定代表人	张萍
股权结构	江苏威华达持股 100%

经营范围	预包装食品（酒精饮料）批发；一般经营项目：纺织品、家用电器、电子产品、通讯设备（不含终端）、计算机及配件、百货、建筑材料的销售；企业管理咨询【依法需经批准的项目，经相关部门批准后方可经营该项目】。
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责茅台酒的采购，属于发行人主营业务在销售产品上的具体补充。

经大华审计，西藏威华达 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 4,850.98 万元、2,328.19 万元，净资产分别为 371.59 万元、392.19 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为 192.31 万元、20.60 万元。

（20）西藏中糖

公司名称	西藏中糖德和经贸有限公司
成立时间	2013 年 1 月 6 日
注册资本	50 万元人民币
实收资本	50 万元人民币
住所	拉萨市金珠西路 158 号世通阳光新城 2 幢 3 单元 6 楼 1 号
法定代表人	张萍
股权结构	江苏中糖德和持股 100%
经营范围	预包装食品（酒精饮料）批发（凭食品经营许可证经营）；电子产品、通讯设备（不含终端）、计算机及配件、日用百货、建筑材料的销售；企业管理咨询（不含投资管理和投资咨询业务）（依法需经批准的项目，经相关部门批准后方可经营该项目）。
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责茅台酒、五粮液酒的采购，属于发行人主营业务在销售产品上的具体补充。

经大华审计，西藏中糖 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 26,144.91 万元、17,000.84 万元，净资产分别为 4,646.01 万元、6,902.37 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为 2,013.57 万元、2,256.36 万元。

（21）华致供应链

公司名称	华致精品酒水供应链管理有限公司
成立时间	2017 年 4 月 13 日
注册资本	5,000 万元人民币
实收资本	0 万元人民币
住所	拉萨市金珠西路 158 号世通阳光新城 2 幢 3 单元 6 楼 1 号

法定代表人	卜立华
股权结构	华致酒行持股 70%，卜立华持股 30%
经营范围	酒类及酒类产品的研制与销售；食品供应链管理；食品销售管理；食品加工销售；仓储服务（不含危险化学品）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可经营该项目）
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责白酒新产品的采购，属于发行人主营业务在销售产品上的具体补充。

注：2017 年 6 月 29 日，卜立华与发行人订立《股权转让协议》，卜立华同意将其持有的全部华致供应链股权转让给发行人，股权转让尚在办理工商变更登记

截至本招股说明书签署日，华致供应链尚未开展实际经营业务。

（22）成都华致

公司名称	成都华致酒业有限公司
成立时间	2011 年 12 月 30 日
注册资本	200 万元人民币
实收资本	200 万元人民币
住所	成都高新区二环路南三段 18 号附 5 号
法定代表人	谭志强
股权结构	华致酒行持股 100%
经营范围	批发兼零售预包装食品（不含粮、油、糖）（凭食品流通许可证在有效期内从事经营）；销售日用品、五金交电、家用电器、照相器材、化工产品及装饰材料（不含危险化学品）、金属材料（不含稀贵金属）、服装、机械电子；货物及技术进出口（国家法律、行政法规禁止的除外，国家法律、行政法规限制的取得许可后方可经营）；企业管理咨询、市场营销策划、商务咨询（不含前置许可项目，后置许可项目凭许可证或审批文件经营）。
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责连锁酒行的酒类零售业务，属于发行人主营业务在销售渠道上的具体补充。

截至本招股说明书签署日，成都华致注销手续正在办理当中。

（23）鑫品佳

公司名称	深圳市鑫品佳商贸有限公司
成立时间	2017 年 04 月 20 日
注册资本	300 万元人民币
实收资本	300 万元人民币
住所	深圳市福田区梅林街道上梅林梅华路梅华 1 号 505
法定代表人	赵莉

股权结构	腾达四方、赵莉分别持股 51%、49%
经营范围	批发及零售:水产品,日用百货,五金交电,家用电器,照相器材,化工产品（不含危险品）,金属材料,装饰材料,服装鞋帽,机械设备,电子产品；货物及技术进出口,企业管理咨询；,市场营销策划,商务信息咨询。^预包装食品兼散装食品、农副产品的批发零售。
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责 KA 卖场的酒类销售业务，属于发行人主营业务在销售渠道上的具体补充。

经大华审计，鑫品佳 2017 年 6 月末的总资产为 345.94 万元、净资产为 172.83 万元，2017 年 1-6 月净利润为-127.17 万元。

（24）红颜欧宝

公司名称	北京红颜欧宝贸易有限公司
成立时间	2017 年 05 月 11 日
注册资本	500 万元人民币
实收资本	500 万元人民币
住所	北京市昌平区回龙观镇冠庭园 10 号楼 6 层 3 单元 601 室
法定代表人	王玲
股权结构	腾达四方、王玲分别持股 51%、49%
经营范围	销售食品；道路货物运输；技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；经济信息咨询（不含中介服务）；企业管理；会议服务；承办展览展示；仓储服务；包装服务；货物进出口、代理进出口、技术进出口；销售（含网上）饲料、饲料添加剂、机械设备、文化用品、电子产品、计算机、软件及辅助设备、家用电器。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；销售食品、道路货物运输以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责对直供终端销售葡萄酒产品，属于发行人主营业务在销售产品上的具体补充。

经大华审计，红颜欧宝 2017 年 6 月末的总资产为 315.00 万元、净资产为 285.00 万元，2017 年 1-6 月净利润为-0.10 万元。

（25）尖美四方

公司名称	佛山尖美四方贸易有限公司
成立时间	2017 年 05 月 11 日
注册资本	200 万元人民币
实收资本	200 万元人民币

住所	佛山市南海区大沥镇沥东江夏路段综合大楼第 15 层 1506 室（住所申报）
法定代表人	马学纯
股权结构	腾达四方、马学纯分别持股 55%、45%
经营范围	米、面制品及食用油批发；糕点、糖果及糖批发；肉、禽、蛋、奶及水产品批发；酒、饮料及茶叶批发；其他食品批发；家用电器批发；文具用品批发；灯具、装饰物品批发；其他综合零售；酒、饮料及茶叶零售；其他企业管理服务；会议及展览服务；社会经济咨询（贸易咨询服务；企业管理咨询服务）；其他专业咨询；包装服务；办公服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责直供终端销售业务，属于发行人主营业务在销售渠道上的具体补充。

经大华审计，尖美四方 2017 年 6 月末的总资产为 706.52 万元、净资产为 198.50 万元，2017 年 1-6 月净利润为-1.50 万元。

（26）致融源

公司名称	河南致融源商贸有限公司
成立时间	2017 年 05 月 22 日
注册资本	300 万元人民币
实收资本	0 万元人民币
住所	郑州市金水区任寨北街 6 号云鹤大厦 602 号
法定代表人	马静
股权结构	郑州悦享、马静分别持股 51%、49%
经营范围	销售：机械设备，初级农产品（仅限瓜果蔬菜），预包装食品（凭有效许可证在核定范围内经营）；从事货物和技术的进出口业务（国家法律法规规定与应经审批方可经营或禁止进出口的货物和技术除外）；企业管理咨询，会议会展服务。目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责名烟名酒店、团购客户的销售业务，属于发行人主营业务在销售渠道上的具体补充。

经大华审计，致融源 2017 年 6 月末的总资产为 1.16 万元、净资产为-0.04 万元，2017 年 1-6 月净利润为-0.04 万元。

（27）宁波恒谊

公司名称	宁波恒谊贸易有限公司
成立时间	2017 年 07 月 11 日
注册资本	500 万元人民币

实收资本	500 万元人民币
住所	浙江省宁波市鄞州区首南街道天健巷 39 号 605 室
法定代表人	林霄
股权结构	华致酒行、林霄分别持股 51%、49%
经营范围	食品经营；酒类、日用百货、五金交电、家用电器、照相器材、化工产品（不含危化品）、金属材料、装饰材料、服装、机械设备、电子产品的批发、零售；企业管理咨询；市场营销策划；酒类酿造技术咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责名烟名酒店、团购客户的销售业务，属于发行人主营业务在销售渠道上的具体补充。

（28）重庆酒达

公司名称	重庆酒达酒类销售有限公司
成立时间	2017 年 08 月 21 日
注册资本	500 万元人民币
实收资本	0 万元人民币
住所	重庆市渝北区黄山大道中段 67 号 6 幢 4-商业 2
法定代表人	柘晓欣
股权结构	华致酒行、柘晓欣分别持股 51%、49%
经营范围	食品销售经营（依法须经审批的经营项目，取得审批后方可从事经营）；日用百货、五金交电、家用电器、照相器材、化工产品（不含危险化学品）、金属材料（不含稀有金属）及装饰材料（不含危险化学品）、服装、机械设备、电子产品（不含电子出版物）的批发零售；企业管理咨询；市场营销策划；科技信息咨询服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
设立背景和业务功能定位，与发行人主营业务的关系	主要负责名烟名酒店、团购客户的销售业务，属于发行人主营业务在销售渠道上的具体补充。

2、报告期子公司合规运营情况

香港罗拔臣律师事务所出具的香港华致法律意见书载明：“根据上述诉讼调查报告及香港破产管理署供公众查阅之清盘个案查册报告，该公司目前没有任何诉讼、仲裁或行政处罚情况。该公司没有任何清盘令或清盘申请。”

报告期内，根据北京市朝阳区（县）国家税务局第二税务所于 2017 年 2 月 14 日出具的《北京市朝阳区（县）国家税务局涉税证明》，京都华致 2015 年 2 月 11 日因丢失发票接受行政处罚 50 元。根据北京市朝阳区国家税务局第二税务所于 2017 年 5 月 3 日出具的《税务行政处罚决定书》，京都华致因未按期进行

2016 年税务申报接受行政处罚 50 元。根据北京市朝阳区国家税务局第二税务所于 2017 年 5 月 4 日出具的《税务行政处罚决定书》，京都华致因未按期进行企业所得税申报接受行政处罚 50 元。除此之外，根据各主管政府部门出具的书面证明文件，京都华致不存在违法违规行为，亦未受到相关行政处罚。京都华致已分别于 2015 年 2 月 11 日、2017 年 5 月 3 日及 2017 年 5 月 4 日向北京市朝阳区国家税务局各缴纳 50 元罚款。京都华致的罚款金额较小，且已经执行完毕，且发行人已针对上述罚款原因进行了整改，因此，保荐机构认为，上述行政处罚不构成对本次发行的实质性障碍。

报告期内，根据西藏自治区拉萨经济技术开发区国家税务局于 2017 年 3 月 24 日出具的《税务行政处罚决定书（简易）》，华致精品 2017 年 3 月 24 日因未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料接受行政处罚 600 元，并被要求缴纳所得税滞纳金 48,563.85 元。除此以外，根据各主管政府部门出具的书面证明文件，华致精品报告期内不存在违法违规行为，亦未受到相关行政处罚。华致精品已于 2017 年 3 月 27 日向拉萨经济技术开发区国家税务局缴纳 600 元罚款和滞纳金 48,563.85 元。华致精品的行政处罚金额较小，且已经执行完毕，且发行人已针对上述行政处罚原因进行了整改，因此，保荐机构认为，上述行政处罚和缴纳滞纳金行为不构成对本次发行的实质性障碍。

除上述情况外，根据各主管政府部门出具的书面证明文件，其他子公司均不存在违法违规行为，亦未受到相关行政处罚。

六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）公司控股股东和实际控制人的基本情况

1、控股股东

公司控股股东为云南融睿。截至本招股说明书签署日，云南融睿持有公司股份数量为 11,068.75 万股，占比为 63.74%，为公司的控股股东，其具体情况如下：

成立日期	2010 年 10 月 26 日
注册资本	36,000 万元
实收资本	36,000 万元

法定代表人	颜涛
住所	云南省迪庆香格里拉经济开发区松园
股东构成	吴向东持股比例为 10%，湖南金六福持股比例为 90%
经营范围	项目投资。矿产品、金属材料、装饰材料、机械电子产品的购销
与发行人主营业务关系	与发行人主营业务不存在相同或相近的情形

经湖南公信会计师事务所有限责任公司审计，云南融睿最近一年及一期的资产及盈利状况如下所示：

项目	2017 年 6 月末/2017 年 1-6 月	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
总资产（万元）	138,425.52	138,567.02
净资产（万元）	138,342.57	138,484.07
净利润（万元）	-141.50	18,048.76

云南融睿自设立至今，仅发生过一次股权变动情况，即 2014 年 12 月增资。此次增资前，云南融睿的注册资本为 3,600 万元，全部由股东吴向东认缴。2014 年 12 月 31 日，云南融睿股东做出股东决定，同意云南融睿注册资本由 3,600 万元增加至 36,000 万元，所增加的注册资本全部由湖南金六福认购，此次增资主要出于对实际控制人控制企业之间进行重组和股权结构调整的原因。

2、实际控制人

公司实际控制人为吴向东先生。截至本招股说明书签署日，吴向东先生分别通过云南融睿间接持有公司 51.54%的股权、通过华泽集团间接持有公司 9.16%的股权，通过西藏融睿间接持有公司 17.42%的股权，通过杭州长潘间接持有公司 0.18%的股权，合计通过上述股东间接持有公司约 78.31%的股权，实际控制本公司 93.28%的股权。报告期内，不存在公司实际控制人发生变更的情形。

吴向东先生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号 4302191969********。吴向东先生的详细信息见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员及公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“（一）董事”。

（二）其他持有公司 5%以上股份的股东情况

1、西藏融睿

截至本招股说明书签署日，西藏融睿持有公司 3,362.36 万股，持股比例 19.36%，具体情况如下：

成立日期	2012 年 12 月 13 日
注册资本	5,000 万元
实收资本	5,000 万元
法定代表人	罗永红
住所	拉萨市金珠西路 158 号阳光新城 B 区 1 幢 2 单元 2-2 号
股东构成	吴向东持股比例为 90%，颜涛持股比例为 10%
经营范围	对高新技术、旅游业、矿业、房地产、文化产业、商贸及生物科技的投资（不得从事股权投资业务；不得以公开方式募集资金、吸收公众存款、发放贷款；不得公开交易证券类投资产品或金融衍生产品；不得经营金融产品、理财产品和相关衍生业务）；私募基金管理（不得向非合格投资者募集、销售、转让私募产品或者私募产品收益权；不得以公开方式募集资金、吸收公众存款、发放贷款；不得公开交易证券类投资产品或金融衍生产品；不得经营金融产品、理财产品和相关衍生业务）【依法需经批准的项目，经相关部门批准后方可经营该项目】。
与发行人主营业务关系	与发行人主营业务不存在相同或相近的情形

2、华泽集团

截至本招股说明书签署日，华泽集团持有公司 1,768.89 万股，持股比例 10.18%，具体情况如下：

成立日期	2005 年 02 月 01 日
注册资本	10,000 万元
实收资本	10,000 万元
法定代表人	颜涛
住所	迪庆州香格里拉经济开发区
股东构成	吴向东持股比例为 90%，颜涛持股比例为 10%
经营范围	项目投资；化工产品（不含危险品）、金属材料、矿产品的购销。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
与发行人主营业务关系	与发行人主营业务不存在相同或相近的情形

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业的情况

1、控股股东控制的其他企业

公司的控股股东云南融睿除持有华致酒行的股权外，不存在其他对外投资，亦不存在控制其他企业的情况。

2、实际控制人控制的其他企业

本公司的实际控制人为吴向东先生。截至本招股说明书签署日，吴向东先生直接持有华泽集团 90%的股权、西藏融睿 90%的股权、华泽集团有限公司（BVI）100%的股权、云南融睿 10%的股权、新华联控股 2%的股权，吴向东先生通过上述公司的对外投资，存在实际控制其他企业的情况。截至本招股说明书签署日，吴向东先生实际控制的公司及控制的三级公司如下：

（1）直接控制的公司情况

1）华泽集团

华泽集团的具体情况见本节“六 持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）其他持有公司 5%以上股份的股东情况”

财务数据：华泽集团 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 842,584.93 万元、851,637.04 万元，净资产分别为 463,851.65 万元、478,103.01 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为 24,228.69 万元、12,641.21 万元。以上数据未经审计。

2）西藏融睿

西藏融睿的具体情况见本节“六 持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）其他持有公司 5%以上股份的股东情况”

财务数据：西藏融睿 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 113,178.50 万元、124,346.47 万元，净资产分别为 6,109.74 万元、5,759.94 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为 4,649.18 万元、-349.80 万元。以上数据未经审计。

3）华泽集团有限公司（BVI）

成立时间：2009 年 2 月 10 日

注册资本：5.00 万美元

注册地：英属维尔京群岛

股权结构：吴向东持股比例 100%

主营业务：投资控股

财务数据：华泽集团有限公司（BVI）2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 71.20 港元、71.20 港元，净资产分别为 7.80 港元、7.80 港元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为 0.00 港元、0.00 港元。以上数据未经审计。

（2）三级公司的基本情况

截至本招股说明书签署日，吴向东先生实际控制的三级公司如下表所示：

序号	单位名称	持股比例说明
1	云南华鹏投资有限公司	华泽集团持股比例为 86.26%
2	云南金六福投资有限公司	华泽集团持股比例 80%
3	华泽管理	华泽集团持股比例 80%
4	宁波融睿实业投资有限公司	西藏融睿持股比例 90%
5	金东资本投资有限公司	西藏融睿持股比例 100%
6	湖南东泽牧业有限公司	西藏融睿持股比例 99.33%
7	张家界红品文化创意有限公司	西藏融睿持股比例 58.08%
8	北京华泽融睿会务服务有限公司	华泽集团持股比例 100%
9	湖南华泽金东资本管理中心（有限合伙）	华泽集团持股比例 99.66%
10	醴陵华鹏投资有限公司	华泽集团持股比例 100%
11	湖南醴陵釉下五彩城开发建设有限公司	华泽集团持股比例 100%
12	云南恒生矿业有限公司	华泽集团持股比例 97.30%
13	香港金东资本有限公司	华泽集团有限公司（BVI）持股 100%
14	华泽国际投资有限公司（BVI）	华泽集团有限公司（BVI）持股 80%
15	湖南华泽酒业（香港）有限公司	华泽集团有限公司（BVI）持股 100%

上述公司的基本信息如下：

序号	单位名称	成立时间	注册资本	实收资本	注册地	主要生产经营地	经营范围
1	云南华鹏投资有限公司	2006 年 1 月 09 日	58,000.00 万元人民币	58,000.00 万元人民币	云南省迪庆香格里拉经济开发区	与注册地一致	项目投资；房地产开发、日用百货、日用杂品、五金交电、家用电器、照相器材、化工产品（不含危险品）、金属材料及建筑装饰材料、服装、机械电子、土畜产品的批发零售
2	云南金六福投资有限公司	2006 年 3 月 28 日	10,000.00 万元人民币	10,000.00 万元人民币	云南省香格里拉经济开发区	与注册地一致	对外投资；接受委托进行企业经营管理、技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务
3	迪庆香格里拉经济开发区华泽管理有限公司	2006 年 1 月 09 日	51,000.00 万元人民币	51,000.00 万元人民币	云南省迪庆州经济开发区社区居委会松园片区	与注册地一致	对外投资；接受委托进行企业经营管理、技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务
4	宁波融睿实业投资有限公司	2013 年 6 月 20 日	10,000.00 万元人民币	10,000.00 万元人民币	宁波市鄞州区首南街道科创大厦	与注册地一致	房地产开发；实业投资；投资管理；投资咨询；投资策划；商品信息咨询；物业管理
5	金东资本投资有限公司	2013 年 1 月 11 日	5,000.00 万元人民币	5,000.00 万元人民币	拉萨市金珠西路 158 号阳光新城 B 区 1 幢 2 单元 2-2 号	与注册地一致	对高新技术、旅游业、矿业、房地产业、文化产业、商贸及生物科技的投资；化工产品（不含危险品）；金属材料（不含重金属）；矿产品的销售
6	湖南东泽牧业有限公司	2015 年 10 月 15 日	3,000.00 万元人民币	3,000.00 万元人民币	湖南省邵阳市北塔区蔡锷路江北工业园 305 号门面	与注册地一致	畜禽养殖、加工、销售；牧草种植、开发、销售；苗木、花卉、水果、蔬菜的种植；农副产品、饲料的销售；生物制品、有机复合肥的研发、生产、销售；计算机软件开发；以自有资产从事农业投资（不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发行票据、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）；食品加工；企业管理咨询；自营和代理各类商品及技术的进出口业务

序号	单位名称	成立时间	注册资本	实收资本	注册地	主要生产经营地	经营范围
7	张家界红品文化创意有限公司	2015 年 3 月 23 日	2,553.00 万元人民币	1,668.00 万元人民币	湖南省张家界市武陵源区军地坪高云路西侧魅力湘西办公楼三楼	与注册地一致	品牌策划和创意；文化、艺术交流；演员培训；书画销售；工艺品展销售；CD 制作、销售
8	北京华泽融睿会务服务有限公司	2013 年 8 月 12 日	200.00 万元人民币	200.00 万元人民币	北京市东城区白桥大街 15 号-1 层-101-001	与注册地一致	会议服务；礼仪服务；承办展览展示；营销策划；企业策划；企业管理咨询；组织文化艺术交流；销售日用品、五金交电、电子产品、通讯设备；货物进出口；技术进出口
9	湖南华泽金东资本管理中心（有限合伙）	2011 年 7 月 18 日	29,100.00 万元人民币	29,100.00 万元人民币	湖南省醴陵市瓷城路农金大厦	与注册地一致	国家法律法规政策允许的实业投资、投资管理及咨询服务（不含金融、证券、期货信息咨询）
10	醴陵华鹏投资有限公司	2011 年 7 月 05 日	500.00 万元人民币	500.00 万元人民币	醴陵市瓷城大道农金大厦七楼	与注册地一致	国家法律、行政法规、政策允许的实业投资及投资管理；投资咨询服务及商务信息咨询（不含金融、证券、期货信息咨询）；市场营销策划；会展会务服务
11	湖南醴陵釉下五彩城开发建设有限公司	2010 年 5 月 13 日	6,000.00 万元人民币	6,000.00 万元人民币	醴陵市经济开发区凤凰大道 A 区	与注册地一致	房地产开发经营；建筑装饰材料销售；提供房地产专业咨询服务；陶瓷生产销售。以下项目限分公司经营：预包装食品、乳制品（不含婴幼儿配方乳粉）零售；餐饮、住宿、洗浴、茶坊、娱乐、洗涤服务；日用百货、酒店用品销售；旅游服务业项目投资及经营管
12	云南恒生矿业有限公司	2002 年 6 月 19 日	37,000.00 万元人民币	37,000.00 万元人民币	云南省迪庆州香格里拉经济开发区	与注册地一致	项目投资；矿产品、矿山设备的经营
13	香港金东资本有限公司	2010 年 11 月 18 日	5.00 万元港币	1.00 港币	香港铜锣湾告士打道 262 号中粮大厦 1501	与注册地一致	投资控股

序号	单位名称	成立时间	注册资本	实收资本	注册地	主要生产经营地	经营范围
14	华泽国际投资有限公司（BVI）	2012 年 2 月 14 日	1.00 美元	0.00 美元	英属维尔京群岛	未实际运营	投资控股
15	湖南华泽酒业（香港）有限公司	2012 年 2 月 27 日	1.00 港币	1.00 港币	香港铜锣湾告士打道 262 号中粮大厦 1501	与注册地一致	投资控股

上述企业最近一年的资产及盈利状况如下所示（未经审计）：

单位：万元

序号	公司名称	2017 年 6 月末/2017 年 1-6 月			2016 年 12 月 31 日/2016 年度		
		总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润
1	云南华鹏投资有限公司	125,316.37	60,549.13	2.78	125,248.64	60,546.35	21.09
2	云南金六福投资有限公司	50,071.13	8,212.83	-5.07	49,376.20	8,217.90	-9.87
3	华泽管理	671,488.61	315,840.83	12,149.44	654,442.56	304,194.23	23,297.77
4	宁波融睿实业投资有限公司	18,281.42	9,114.49	-104.18	15,209.28	9,218.67	-221.72
5	金东资本投资有限公司	69,548.04	3,424.46	-159.88	40,403.61	3,584.34	180.40
6	湖南东泽牧业有限公司	3,693.11	2,679.23	-45.15	2,057.35	2,043.47	-220.53
7	张家界红品文化创意有限公司	28,056.50	12,371.86	1,416.87	24,122.85	10,954.99	2,600.05
8	北京华泽融睿会务服务有限公司	3,031.45	148.65	-14.21	3,011.70	162.86	28.34
9	湖南华泽金东资本管理中心（有限合伙）	49,869.94	30,054.52	954.52	51,766.65	34,943.29	257.34
10	醴陵华鹏投资有限公司	550.36	550.36	0.00	559.48	544.81	358.67
11	湖南醴陵釉下五彩城开发建设有限公司	96,169.83	4,727.94	-220.80	94,410.70	4,948.75	275.33
12	云南恒生矿业有限公司	36,302.63	36,258.60	-0.04	36,302.67	36,258.64	-0.06
13	香港金东资本有限公司	HKD637.23	HKD-102.77	HKD-1.93	HKD399.16	HKD-100.84	HKD-2.31
14	华泽国际投资有限公司（BVI）	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
15	湖南华泽酒业（香港）有限公司	1.00 港元	1.00 港元	0.00	1.00 港元	1.00 港元	0.00

截至本招股说明书签署日，实际控制人控制的其他企业中，除陕西省太白酒业有限责任公司、眉县太白酒业供销有限公司、邸达科技有限公司、湖南华泽金东资本管理中心（有限合伙）、西藏融睿存在因违反税收法律法规的行为受到税务局的税务行政处罚情况外，其他企业不存在因违法违规行为而受到相关部门行政处罚的情况。

根据眉县国家税务局 2015 年 12 月 14 日出具的《行政处罚决定书》（宝鸡国稽罚（2015）42 号），对陕西省太白酒业有限责任公司处以 21,849.43 元的行政处罚，同时补交消费税 43,698.85 元。陕西省太白酒业有限责任公司已于 2015

年 12 月 22 日缴纳了上述款项，并进行了整改。该行政处罚已经处理完毕。

根据眉县国家税务局 2016 年 1 月 27 日出具的《行政处罚决定书》（宝鸡国稽罚（2016）9 号），对眉县太白酒业供销有限公司处以 127,381.60 元的行政处罚，同时补交消费税 254,763.20 元。眉县太白酒业供销有限公司已于 2016 年 1 月 28 日缴纳了上述款项，并进行了整改。该行政处罚已经处理完毕。

根据西藏自治区拉萨经济技术开发区国家税务局 2016 年 7 月 13 日出具的《税务行政处罚决定书（简易）》（经开区国税简罚（2016）225 号），对邸达科技有限公司未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料处以 200 元的罚款。邸达科技有限公司已于 2016 年 7 月 13 日缴纳了上述款项，该行政处罚已经处理完毕。

根据湖南省醴陵市地方税务局稽查局 2016 年 12 月 28 日出具的《税务行政处罚决定书》（湘醴地税稽罚（2016）217 号），对湖南华泽金东资本管理中心（有限合伙）少缴印花税的行为处以 7,500 元的罚款。湖南华泽金东资本管理中心（有限合伙）已于 2017 年 1 月 5 日缴纳了上述款项，该行政处罚已经处理完毕。

根据西藏自治区拉萨经济技术开发区国家税务局 2015 年 9 月 10 日出具的《税务行政处罚决定书（简易）》（经开区国税简罚（2015）10002 号），对西藏融睿合同备案逾期处以 100 元的罚款。西藏融睿已于 2015 年 9 月 14 日缴纳了上述款项，该行政处罚已经处理完毕。

（四）控股股东、实际控制人持有的股份质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人直接和间接持有的本公司股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

七、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本结构及前十名股东情况

本次发行前，公司总股本为 173,666,000 股，本次拟公开发行不超过 57,888,667 股，占发行后公司总股本的比例不低于 25%，全部为新股发行，不存在股东公开发售股份的情形。本次发行前后公司的股本结构变化如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数（股）	持股比例	持股数（股）	持股比例
1	云南融睿	110,687,500	63.74%	110,687,500	47.80%
2	西藏融睿	33,623,600	19.36%	33,623,600	14.52%
3	华泽集团	17,688,900	10.18%	17,688,900	7.64%
4	杭州长潘	8,666,000	4.99%	8,666,000	3.74%
5	张儒平	3,000,000	1.73%	3,000,000	1.30%
本次发行股份		-	-	57,888,667	25.00%
合计		**173,666,000**	**100%**	**231,554,667**	**100.00%**

截至本招股说明书签署日，公司股东共计五名，其在本次发行前后的持股变动情况见上表。

（二）本次发行前公司自然人股东在公司任职情况

本次发行前，公司有 1 名自然人股东，为本公司董事会秘书张儒平先生。张儒平先生持有本公司 300 万股，占本次发行前本公司股份的 1.73%。

（三）最近一年发行人新增股东情况

最近一年，公司新增股东为杭州长潘和张儒平，具体情况如下：

1、新增股东入股的基本情况

2016 年 12 月 9 日，公司召开 2016 年第十一次临时股东大会，同意将公司注册资本由 16,500.00 万元增加至 17,366.60 万元，并由杭州长潘认缴全部新增注册资本 866.60 万元；同意办理华泽集团将其持有的发行人 300 万元股份转让至张儒平的工商变更登记手续。本次杭州长潘增资价格为 6.92 元/股，增资价格参考公司净资产并经及双方协商确定。

2016 年 12 月 16 日，华泽集团与张儒平签订《股权转让协议》，将其持有的 300 万股华致酒行股份转让给张儒平。股权转让价格为 6.92 元/股，转让价格参考公司净资产并经及双方协商确定。

2016 年 12 月 27 日，公司在迪庆州工商局办理了工商登记。

本次增资及股权转让完成后，杭州长潘、张儒平成为公司新增股东。

2、新增股东情况

（1）杭州长潘

截至本招股说明书签署日，杭州长潘持有公司 866.60 万股，占公司总股本的 4.99%，杭州长潘的具体情况如下：

成立日期	2016 年 1 月 29 日
类型	有限合伙企业
执行事务合伙人	杭州摩根士丹利长涛投资管理合伙企业（有限合伙）（委派代表：韩疆）
主要经营场所	杭州市下城区环城北路 139 号 1 幢 708 室
经营范围	服务，股权投资及相关咨询服务（依法须经批准的项目，在相关部门批准后方可开展经营活动）

截至本招股说明书签署日，杭州长潘的出资及合伙人情况如下：

出资人名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例
杭州摩根士丹利长涛投资管理合伙企业（有限合伙）	普通合伙人	7,452.9897	3.000%
中邮人寿保险股份有限公司	有限合伙人	30,000	12.076%
广东省粤科创新创业投资母基金有限公司	有限合伙人	20,000	8.050%
杭州市实业投资集团有限公司	有限合伙人	20,000	8.050%
德清丹桂股权投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	10,500	4.226%
宁波华强睿明投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	10,000	4.025%
杭州财富盛典投资有限公司	有限合伙人	10,000	4.025%
金东资本投资有限公司	有限合伙人	10,000	4.025%
杭州商旅金融投资有限公司	有限合伙人	10,000	4.025%
深圳嘉永峻望资产管理有限公司	有限合伙人	10,000	4.025%
杭州信息产业投资有限公司	有限合伙人	10,000	4.025%
杭州工商信托股份有限公司	有限合伙人	8,000	3.220%
山东嘉汇能源有限公司	有限合伙人	7,000	2.818%
德清桂利股权投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	6,300	2.536%
浙江金帝房地产集团有限公司	有限合伙人	6,000	2.415%
山东太阳控股集团有限公司	有限合伙人	5,000	2.013%
朱春富	有限合伙人	5,000	2.013%

出资人名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例
北京宝隆科利科技有限公司	有限合伙人	5,000	2.013%
宁波梅山保税港区博泽美克股权投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	5,000	2.013%
上海畅顺广告传媒有限公司	有限合伙人	5,000	2.013%
杭州紫合股权投资管理合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	3,580	1.441%
汪华春	有限合伙人	3,500	1.409%
浙江诺安投资管理有限公司	有限合伙人	3,000	1.208%
梵净	有限合伙人	3,000	1.208%
鲁培宇	有限合伙人	3,000	1.208%
汤月生	有限合伙人	3,000	1.208%
周诚智	有限合伙人	3,000	1.208%
陈杰	有限合伙人	3,000	1.208%
北京冉森汇智投资基金管理有限公司	有限合伙人	3,000	1.208%
杨策	有限合伙人	2,100	0.845%
赵承霞	有限合伙人	2,000	0.805%
杭州金龙集团有限公司	有限合伙人	2,000	0.805%
新余润银资产管理合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	2,000	0.805%
朱向阳	有限合伙人	2,000	0.805%
徐静	有限合伙人	2,000	0.805%
张序宝	有限合伙人	2,000	0.805%
周子辰	有限合伙人	2,000	0.805%
新余易联投资管理中心（有限合伙）	有限合伙人	2,000	0.805%
上海朝韬实业中心（有限合伙）	有限合伙人	2,000	0.805%
合计		**248,432.9897**	**100.00%**

杭州长潘于 2017 年 1 月 20 日在基金业协会备案为私募投资基金，类型为股权投资基金，管理人为摩根士丹利（中国）股权投资管理有限公司。杭州长潘于 2017 年 8 月 4 日完成工商变更登记，其中西藏融睿的全资子公司金东资本投资有限公司已向杭州长潘支付出资款共计 29,821,182.95 元，占杭州长潘变更后的出资比例为 4.025%。

杭州长潘作为私募投资基金出于看好酒类行业发展和发行人商业模式的出发点，综合考虑发行人整体业务情况对发行人进行增资，其增资定价依据为根据

发行人 2015 年 12 月 31 日净资产值经双方协商确定，本次增资市盈率为 36.03 倍。

（2）张儒平

张儒平先生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号 4324241965********。张儒平先生的详细信息见本招股说明书“第八节　董事、监事、高级管理人员及公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“（三）高级管理人员”。

张儒平先生最近 5 年简历：自 2011 年 7 月至 2016 年 11 月在上市公司酒鬼酒股份有限公司任副总经理、董事会秘书；2016 年 12 月至今担任发行人董事会秘书。张儒平先生入股资金来源于其个人长期工作及投资积累形成的个人自有资金，资金来源合法；张儒平先生受让华泽集团持有的发行人股份定价依据为参考发行人 2015 年 12 月 31 日的净资产值并经双方协商确定，市盈率为 36.03 倍，其持有发行人股份不存在委托持股、股份代持或其他利益安排的情形。

（四）本次发行前各股东间的关联关系

截至本招股说明书签署日，本公司股东之间的关联关系如下所示：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例	关联关系
1	云南融睿	110,687,500	63.74%	吴向东先生实际控制的公司
2	西藏融睿	33,623,600	19.36%	吴向东先生实际控制的公司，间接持有云南融睿 32.40%的股权
3	华泽集团	17,688,900	10.18%	吴向东先生实际控制的公司，间接持有云南融睿 46.08%的股权
4	杭州长潘	8,666,000	4.99%	--
5	张儒平	3,000,000	1.73%	--
合计		**173,666,000**	**100%**	--

除上述关系外，本公司股东之间不存在其他关联关系。

八、发行人正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工正在执行的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）

及其他制度安排。

九、发行人员工情况

（一）员工人数及变化情况

截至 2017 年 6 月 30 日，公司及其子公司在职员工共计 519 人。报告期内，公司在职员工变化情况如下：

2017 年 1-6 月	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
519	481	431	513

（二）员工专业结构情况

截至 2017 年 6 月 30 日，公司及其子公司在职员工专业结构情况如下：

岗位类别	员工人数（人）	占比
管理人员	122	23.51%
销售人员	354	68.21%
技术及产品开发人员	6	1.16%
财务人员	37	7.13%
合计	519	100.00%

（三）员工受教育程度

截至 2017 年 6 月 30 日，公司及其子公司在职员工受教育情况如下：

学历	员工人数（人）	占比
硕士及以上	17	3.28%
本科	165	31.79%
专科	179	34.49%
专科以下	158	30.44%
合计	519	100.00%

（四）员工年龄结构

截至 2017 年 6 月 30 日，公司及其子公司年龄结构如下：

年龄区间	员工人数（人）	占比
51 岁及以上	25	4.82%
41 岁至 50 岁	99	19.08%
31 岁至 40 岁	245	47.21%
21 岁至 30 岁	149	28.71%
20 岁及以下	1	0.19%
合计	519	100.00%

十、重要承诺与承诺履行情况

（一）本次发行前股东关于股份锁定和减持的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、公开发行前股东对股份锁定的承诺”、之“二、公司发行前持股 5%以上股东的持股意向和减持意向”。

（二）稳定股价的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“三、关于稳定公司股价的预案及相应约束措施”。

（三）股份回购的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“三、关于稳定公司股价的预案及相应约束措施”。

（四）依法承担赔偿或者补偿责任的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“四、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺”。

（五）利润分配政策的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“五、本次发行完成前滚存利润的分配计划及本次发行上市后的股利分配政策”。

（六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“六、填补被摊薄即期回报的措施”。

（七）关于避免同业竞争的承诺

详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、发行人同业竞争”之“（二）避免同业竞争的措施”。

（八）关于规范和减少关联交易的承诺

详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“七、公司规范和减少关联交易的措施”。

（九）关于履行公开承诺的约束措施的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“七、关于履行公开承诺的约束措施的承诺”。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务、主要产品及变化情况

（一）发行人主营业务

公司是国内领先的精品酒水营销和服务商之一，以“精品、保真、服务、创新”为核心理念，依托多年构建的遍布全国的酒类流通全渠道营销网络体系，以及与上游酒类生产企业长期的合作关系，持续为客户和广大消费者提供白酒、葡萄酒、黄酒等国内外优质酒类产品和多元化的服务，满足不断升级的市场需求。

公司多年来深耕酒类消费终端市场，凭借专业的运营团队、丰富的产品营销经验以及深刻的酒文化认知，构建了包括连锁酒行、零售网点、KA 卖场、团购、电商、终端供应商在内的全渠道营销网络体系，从而与上游知名酒企酒商形成了长期稳定的合作关系；公司在为生产企业提供高效、便捷的服务时，也为终端消费者提供优质、丰富的产品，从而成为链接生产厂商和大众消费市场的关键纽带；公司利用与终端消费者的良好互动，积极参与产品开发工作，一方面遴选品牌知名、性价比高的精品酒水进行销售，另一方面与酿酒企业合作，引导其开发契合市场需求的新产品，为消费者提供多元化、个性化的选择；公司构建了完整的信息化供应链管理体系，涵盖采购、物流仓储和销售等环节，致力于为消费者提供保真的精品酒水和高质量、标准化的优质服务，从而赢得市场广泛认可。2011 年，“华致酒行”商标被国家工商行政管理总局商标局认定为“中国驰名商标”。

（二）发行人主要产品及服务

公司通过连锁酒行、零售网点、KA 卖场、团购、电商、终端供应商等渠道，向消费者提供保真酒品和优质服务。截至 2017 年 6 月，公司的销售网络覆盖 202 家连锁酒行、3,000 多家零售网点、30 余家 KA 商超、100 多家终端供应商，以及数量众多、重复购买的重点客户。

广泛的客户及渠道资源，使公司获得了上游酒企酒商的重视，建立起全品类酒品体系。公司与国内外知名酿酒企业及大型酒类流通商建立了长期、稳定的合

作关系，经销的产品包括飞天茅台、普通五粮液、西凤酒、水井坊等知名酒品。同时，公司与国内酒企合作开发了“五粮液年份酒”、“贵州茅台酒（金）”、“古井贡酒 1818”、“国乡荷花”等多款优质、畅销酒品，是上述产品的总经销。葡萄酒大师阿伦•格里菲斯（Alun Griffiths）先生根据国人的饮用习惯和偏好，在全球范围内甄选质量上乘且能够代表当地风土的精品葡萄酒 500 余款，组成“阿伦选•葡萄酒”产品系列；公司是美国著名红酒品牌“罗伯特•蒙大菲”在中国大陆地区的独家代理机构。

截至 2017 年 6 月，公司产品线以国内外知名品牌的白酒、葡萄酒、黄酒为主，覆盖品类近 4,000 种。

公司连锁门店铺示意图

精品白酒

精品葡萄酒

公司主要合作品牌示意如下：

国内外酒品主要合作品牌

（三）发行人主营业务收入的构成

1、主营业务收入分产品划分情况

报告期内，公司主营业务收入按产品类别划分情况如下：

单位：万元

主营业务收入	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
白酒	117,234.34	95.72%	206,329.61	94.47%	146,136.96	92.63%	103,852.51	90.47%
葡萄酒	4,881.69	3.99%	11,417.05	5.23%	10,440.08	6.62%	9,554.14	8.32%
黄酒	33.18	0.03%	180.99	0.08%	138.88	0.09%	280.70	0.24%
其他	322.43	0.26%	482.12	0.22%	1,040.82	0.66%	1,109.12	0.97%
合计	**122,471.64**	**100.00%**	**218,409.76**	**100.00%**	**157,756.74**	**100.00%**	**114,796.48**	**100.00%**

2、主营业务收入分渠道划分情况

报告期内，公司主营业务收入按渠道类别划分情况如下：

单位：万元

销售渠道		2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
连锁酒行		13,858.00	11.32%	37,591.72	17.21%	44,236.71	28.04%	39,332.44	34.26%
直供终端	零售网点	42,105.03	34.38%	79,614.73	36.45%	55,700.43	35.31%	36,235.44	31.56%
	KA 卖场	29,087.29	23.75%	26,544.20	12.15%	21,597.90	13.69%	16,747.50	14.59%
	团购及其他	8,231.55	6.72%	14,935.75	6.84%	11,113.85	7.04%	9,923.92	8.64%
	小计	**79,423.86**	**64.85%**	**121,094.68**	**55.44%**	**88,412.18**	**56.04%**	**62,906.86**	**54.80%**
终端供应商		29,189.77	23.83%	59,723.37	27.34%	25,107.84	15.92%	12,557.18	10.94%
合计		**122,471.64**	**100.00%**	**218,409.76**	**100.00%**	**157,756.74**	**100.00%**	**114,796.48**	**100.00%**

3、主营业务收入按地区构成分析

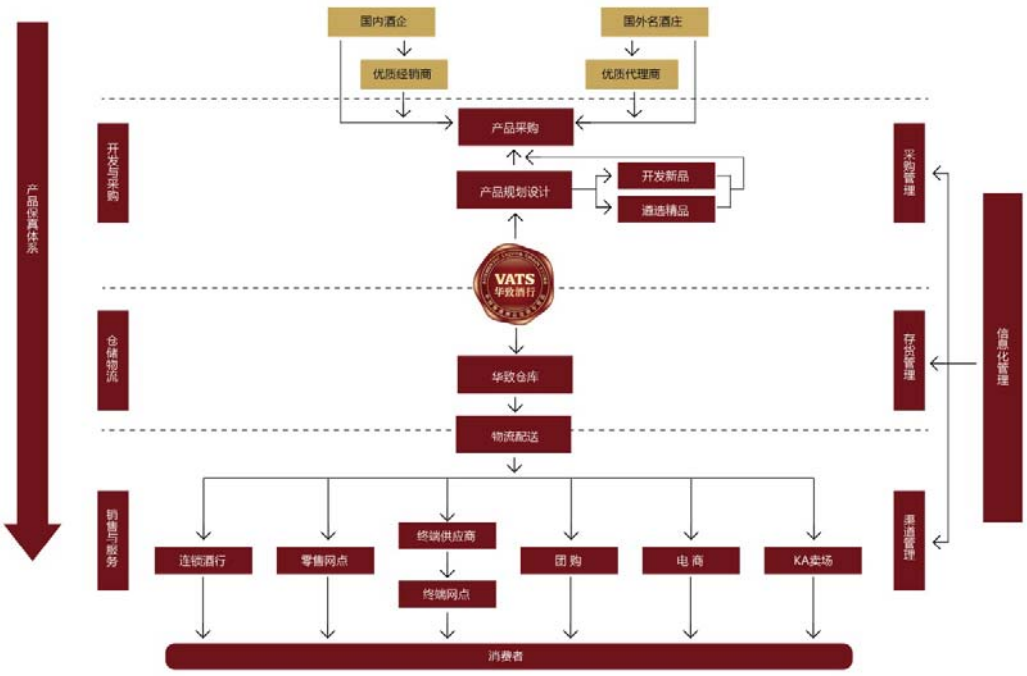
报告期内，公司主营业务收入按地区类别划分情况如下：

单位：万元

主营业务收入	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东地区	46,783.86	38.20%	105,029.08	48.09%	51,539.53	32.67%	39,860.35	34.72%
华中地区	20,614.62	16.83%	44,743.13	20.49%	46,829.09	29.68%	37,704.75	32.84%
西南地区	13,911.04	11.36%	25,143.85	11.51%	26,112.75	16.55%	16,922.70	14.74%
华北地区	24,005.47	19.60%	18,365.63	8.41%	12,741.12	8.08%	10,298.42	8.97%
华南地区	5,976.71	4.88%	10,972.99	5.02%	8,012.82	5.08%	3,165.94	2.76%
西北地区	5,596.74	4.57%	7,153.81	3.28%	5,057.52	3.21%	3,741.09	3.26%
东北地区	4,106.26	3.35%	3,701.60	1.69%	3,516.40	2.23%	2,404.07	2.09%
台港澳及国外	998.14	0.81%	756.48	0.35%	2,237.11	1.42%	112.86	0.10%
电商	478.79	0.39%	2,543.20	1.17%	1,710.40	1.08%	586.30	0.51%
合计	**122,471.64**	**100.00%**	**218,409.76**	**100.00%**	**157,756.74**	**100.00%**	**114,796.48**	**100.00%**

（四）发行人设立以来主营业务、主要产品、主要经营模式及演变情况

公司定位于精品酒水营销和服务商，凭借全渠道营销网络体系，贴近终端消费市场，整合全球酒类产品及渠道资源，将采购、仓储、销售等环节紧密结合起来，便捷、迅速、安全地为消费者提供酒品。公司主营业务的流程如下：



在营销网络建设方面，公司借助连锁酒行、零售网点、KA 卖场、团购、电商、终端供应商覆盖酒类流通主要渠道。公司通过销售渠道下沉，扩大终端市场覆盖面，为消费者提供更加便捷、优质的服务。

在市场推广和产品服务方面，公司拥有专业的酒品顾问服务团队，能够为消费者提供全方位、一站式的酒品需求综合解决方案。公司通过酒文化推介会、品鉴会、联谊会等多种形式提供多元化的服务，推广饮酒文化及公司产品，与消费者形成良性互动，培养消费者的健康消费习惯及品牌忠诚度。

在仓储物流方面，公司依托信息管理系统，实现总部对采购、物流、仓储、销售各业务环节的业务监控，并运用防伪溯源技术手段实现每件产品自入库到进入客户店面的全程可控，在产品高效流转的基础上，保证产品的真实性。

在采购方面，公司依托品牌价值、营销网络优势，与供应商建立起长期、稳定的合作关系，获得持续稳定的产品经销权。公司产品均直接采自生产厂商及具有良好信誉的知名酒商，以确保产品品质和源头保真。

在产品遴选与开发方面，公司凭借深耕酒类市场积累的经验以及对酒文化独到的理解，综合考虑上游酒企酒商所供应产品的销售状况、价格走势、区域特征、消费者的饮用偏好、价格敏感程度，酿酒企业的合作意愿、生产能力等因素，建立起精品酒水全品类体系，以满足消费者需求。

自设立以来，公司的主营业务、主要产品、主要经营模式未发生重大变化。

（五）发行人的主要经营模式

1、营销模式

（1）公司主要销售模式

公司构建了包括连锁酒行、零售网点、KA 卖场、团购、电商、终端供应商在内的全渠道营销网络体系。

类型	定义	是否为零售终端
连锁酒行	统一使用华致酒行品牌，统一装修风格，统一按照华致酒行管理规范和标准进行运营的酒类连锁销售终端。	是

类型		定义	是否为零售终端
直供终端	零售网点	专卖店、名烟名酒店、区域性超市、餐饮酒楼等向最终消费者进行销售的终端。零售网点为本公司客户。	是
	KA 卖场	在营业面积、客流量、地理分布方面具有优势的连锁销售平台，直接向最终消费者进行销售。KA 卖场为本公司客户。	是
	团购	企事业单位、社会团体以及个人进行集中采购的消费行为。	--
	电商	通过互联网平台（PC 端、移动端）将产品直接销售至最终消费者的行为。	是
终端供应商		向上游供应商购进产品后，主要分销给下一级或零售终端，并以获取差价为目标的销售商。终端供应商为本公司客户。	否

公司的连锁酒行、直供终端及终端供应商业务在采购模式、仓储模式、运输模式以及结算模式方面的比较如下：

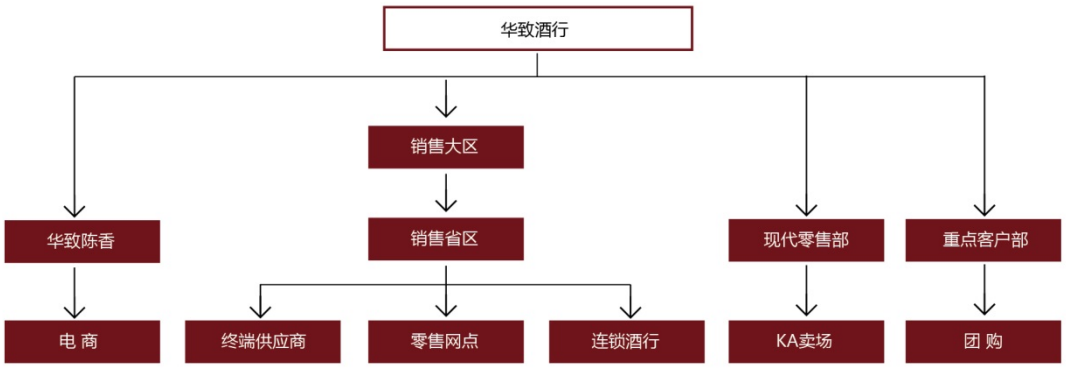
	连锁酒行		直供终端业务			终端供应商业务
	合作店	直营店	零售网点	KA 卖场	团购	
采购模式	由公司统一向酒厂等采购，再以统一价格向各合作店供货	由公司统一向酒厂等采购	由公司统一向酒厂等采购，再以统一价格向各零售网点供货	由公司统一向酒厂等采购，再以统一价格向各KA卖场供货	由公司统一向酒厂等采购，再以统一价格向各团购客户供货	由公司统一向酒厂等采购，再以统一价格向各终端供应商供货
仓储模式	采购入库后，公司统一储存管理	采购入库后，公司统一储存管理	采购入库后，公司统一储存管理	采购入库后，公司统一储存管理	采购入库后，公司统一储存管理	采购入库后，公司统一储存管理
运输模式	一般由公司统一组织运输，将产品运输至合作店，并承担运费	不适用	一般由公司统一组织运输，将产品运输至零售网点，并承担运费	一般由公司统一组织运输，将产品运输至KA卖场，并承担运费	一般由公司统一组织运输，将产品运输至团购客户，并承担运费	一般由公司统一组织运输，将产品运输至终端供应商，并承担运费，少数客户自提
结算模式	一般为先款后货，通过银行转账或支付银行承兑汇票进行结算	以现金、POS 机或银行转账进行结算	一般为先款后货，通过银行转账或支付银行承兑汇票进行结算	通常采用月结方式，双方根据合同约定的账期对账结算	以现金、POS 机或银行转账进行结算	一般为先款后货，通过银行转账或支付银行承兑汇票进行结算

（2）销售管理体系

公司将全国市场按照地域划分为三个销售大区，分别是北方区、华东南区和华西南区。销售大区下设省区，负责区域内子公司的运营管理，及本地区零售网点、连锁酒行、终端供应商三类渠道的市场开发、渠道拓展、产品销售管理和客

户服务。

此外，公司根据团购业务、KA 业务、电商业务地域因素不显著的特点，在销售大区之外设置业务部门，专门负责上述三个渠道的管理。其中重点客户部负责公司团购业务，现代零售部负责维护公司与 KA 卖场之间的合作，子公司陈香商务负责公司电子商务渠道的开拓。



全渠道营销网络体系的构建，一方面通过连锁酒行树立起“华致酒行”专业、精品、保真的企业形象，另一方面通过更加扁平化的销售渠道迅速占领终端市场，在继续发展传统销售渠道的同时，开拓新兴业务渠道，大力发展直供终端，使公司避免对单一渠道产生依赖。公司通过发展多种销售模式，有效提升销售网络的广度和深度，充分利用各种终端优势互补，提高产品覆盖度和公司品牌知名度。同时，通过对客户的有效管理，维系产品价格体系和流通体系，保证公司及客户的利益，进一步增强了公司的市场影响力和竞争力。

（3）连锁酒行模式

1）连锁酒行模式基本情况

公司拥有“华致酒行”品牌连锁酒行，布局一线、二线城市及地区经济中心，采用统一标识、统一装修、统一规范、统一配送、统一管理标准，在向消费者提供全系列产品销售的同时，承担酒文化宣传、精品酒水推广、消费者品鉴培训等多元化的服务。公司的连锁酒行分为直营店和合作店两类。

直营店是指由公司投资设立的连锁酒行。公司对直营门店拥有控制权，统一财务核算，享有门店产生的利润，并承担门店发生的一切费用开支。截至 2017 年 6 月，公司有 2 家直营门店，分别位于北京及湖南，主要承担企业形象展示及

消费者服务功能。直营店由发行人子公司负责具体运营，发行人与直营店存在股权关系。直营店的销售主要为零售与团购，收款并交付商品后确认收入。

合作店是指在指定区域、指定期限内，公司授予合作经营方“华致酒行”品牌的经营权，双方签订《合作经营合同》约定各自的权利义务。店铺由合作经营方自行购买或租赁，并经公司统一装修。合作经营方只能在店内销售指定的产品，并通过公司的信息管理系统终端进行订货，同时执行公司制定的产品定价和产品价格调整等政策。合作经营方负责店铺所有日常运营，统一按照《华致酒行经营操作手册》规定的标准进行服务及运营。公司对合作店的销售均为买断式销售，客户向公司下订单进行采购，经公司审核同意后安排物流发货。公司根据合同或订单的约定将商品交付合作店，并由其签收后确认收入。截至 2017 年 6 月，公司拥有 200 家合作店。发行人与合作店不存在股权关系。

连锁酒行是公司传统渠道，是公司业务发展的核心要素之一。报告期 2014 年至 2016 年及 2017 年 1-6 月，酒行渠道的收入分别为 39,332.44 万元、44,236.71 万元、37,591.72 万和 13,858.00 万元，占各年主营业务收入比例分别为 34.26%、28.04%、17.21%和 11.32%。

2）发行人遴选合作方的主要原则和机制

为保证合作店经营体系的内部质量控制，贯彻公司的保真经营理念，维持公司的稳定经营，公司在选择合作经营方时，通过制定严格的合作经营方筛选条件及合作程序，从源头上保证了合作经营方的综合素质及实力。

具体而言，在与合作经营方正式开展合作前，公司销售部门需要派出专门人员对合作经营方进行全方位的考察，考察的内容包括合作经营方的各项素质、客户资源以及经济实力，所在地经济发展状况、消费水平及竞争状况，店面的选址情况等因素，具体如下：

序号	遴选原则	主要内容
1	客户实力与经验	客户的从业经历，过往经营业绩，资金规模，下游渠道的开发和管理程度，商业信誉。
2	所在城市经济发展状况	城市类型，城市面积，城市辐射能力，城市产业结构，企业数量，商业区规划，交通便利程度，GDP。
3	消费水平	总人口数，市区人口数，零售总额，人均收入，酒类产品消费习惯（类型偏好，消费场所及购买场所）。

序号	遴选原则	主要内容
4	竞争情况	竞争品牌，各竞争品牌的年度/月度销售业绩，产品构成，产品价位。
5	店铺位置	商圈定位，所在商圈的人口，商圈平面图、商圈目标消费群，商圈零售总额，商圈客流情况，商圈交通情况，商圈价位（门店购买/租赁价位，从业人员收入）。

通过多维度的综合评估，符合标准的引入为合作经营方，并与其签订《合作经营合同》。公司秉承“统一理念、统一标准、统一形象、统一定价、统一采购、统一配送”的宗旨，使合营门店的选址、装修、配置及员工的形象、服务均统一风格，为顾客提供标准化的优质服务。

除发行人现任总经理彭宇清曾为开拓连锁酒行业务成立个体工商户外，发行人连锁酒行客户合作方与发行人及控股股东、实际控制人、发行人董监高及其他关联方之间不存在关联关系，亦不存在发行人员工或亲属或员工离职后与发行人成立连锁酒行的情形

3）公司对合作店的管理措施

在公司的日常经营中，公司制定了严格、规范、统一的管理制度来保持连锁门店体系的持续规范运行，主要包括《合作经营合同》、《华致酒行续签补充协议》、《华致酒行经营操作手册》、《华致酒行物流操作手册》、《华致酒行店长手册》、《华致酒行员工培训手册》等。上述制度均系公司多年来运营连锁门店体系的总结及精华，在全国营销网络体系中得到了良好、有效的推广。

合作店经营体系运营的首要目标是确保真品，产品的保真性是公司连锁体系赖以发展的首要条件，产品保真工作亦贯穿于公司整体业务流程。公司通过严格的合作经营方遴选开发程序、产品的源头采购、统一的仓储配送以及科学的日常运营管理制度来维护公司的保真销售体系。

在此基础上，公司对合作店经营体系的综合管理目标是实现合作店经营体系的标准化、规范化及系统化经营。标准化是指所有的合作店均需按照《合作经营合同》及《华致酒行经营操作手册》等公司运营管理规定的标准进行经营，做到统一品牌、统一形象、统一风格、统一配送、统一服务标准为消费者提供服务；规范化是指所有的合作店均需按照国家的法律法规规定及公司运营管理规定进行规范化经营；系统化是指公司所有合作店构成了合作经营体系的有机整体，通

过公司的科学管理，最大化地发挥公司连锁经营体系的系统优势，使得体系内的所有参与者均能分享到公司的成长，从而促进公司合作店经营体系的长远发展。

具体地，公司对合作经营方的管理政策主要包括以下几个方面：

①订货管理及资金结算政策。根据《合作经营合同》，公司对合作经营方的销售均为买断式销售，其具体销售流程为：合作经营方下订单——预收货款——公司组织货源——发货到合作店。即合作经营方根据自身经营状况向公司下订单，公司根据库存情况组织货源，收款后发货至合作经营方。在买断式销售模式下，公司在收到合作经营方的货款后发货，主要通过公司与合作经营方的银行账户或支付银行承兑汇票进行结算；此外，公司允许向少数优质合作经营方赊销。

②销售管理。销售管理主要包括：a.对合作店销售产品的管理。合作经营方只允许销售列入《华致酒行指定专卖产品目录》的产品，公司定期或不定期地检查合作店的货物陈列，并规定了明确的违规处罚措施；b.产品价格体系管理。公司执行统一的产品价格体系，合作经营方不得擅自提价、压价、降价；c.货物流向的管理。公司通过分布全国各地的仓库，对各区域内货物流向进行了统一安排，同时在《华致酒行窜货管理制度》中明确规定了对窜货行为的处理措施；d.店铺营销活动管理。公司负责组织全国性的产品广告宣传并承担相应费用，还通过开展品鉴会、联谊会等活动协助合作店进行市场拓展及客户开发工作。

③店面形象及内部管理。公司负责店面的装饰设计工作，对合作店实行统一装修，并承担装修费用；公司对店员的招聘条件及数量、店员的仪容仪表、门店纪律、店员对客户的服务与接待、店面卫生、店内商品陈列、店内货柜及辅助设施、店内整体布局、仓库管理、顾客投诉的处理等做了详细的规定，合作经营方需严格遵守公司的以上规定，公司业务人员定期或不定期对合作店进行检查和考核，针对检查过程中发现的问题，公司将对合作经营方提出限期整改意见，并对整改情况进行跟踪。而对于不遵守公司合作政策、损害公司品牌形象的合作经营方，公司有权根据《合作经营合同》条款没收保证金、断货，直至单方面取消其合作经营方资格。

4）公司对合作经营方的支持措施

为了最大程度地保证公司合作店体系的持续稳定发展，公司制定了全面的合作经营方支持政策，主要包括对合作店在店铺开设时的店铺选址和店铺形象给予支持与建议，委派运营经理协助合作店日常经营管理、给予合作经营方在行业及市场方面的经验支持，协助合作店的客户开发工作，对店长及店员进行岗前及日常培训，根据过往合作及业绩情况为优质合作经营方提供一定的授信额度支持，同时为合作经营方提供货品配送支持。

5）公司对合作经营方的费用收取情况

公司向合作经营方收取的费用情况如下：

费用	金额	简介	是否收取
装修保证金	签订《合作经营合同》时缴纳30万元	如合作经营方每年完成约定销售任务，则装修保证金按 5 个年度平均返还；如合作经营方任何一年不能完成约定的销售任务，则公司不返还当年应返还的装修保证金；双方合作 5 年后，未返还的装修保证金一概不予返还。	是，根据实际情况收取
运营管理保证金	3万元，在合同期内，公司可根据市场情况调整运营管理保证金额度	出现以下情况时，公司可视情节扣除部分或全部运营管理保证金，并附加不限于停止供货、解除合同等其他措施： 1、合作经营方将根据合作经营合同获得的权利和指定专卖产品营销权转租、转包或转让给第三人； 2、合作经营方在经营场所经营指定范围外的任何产品； 3、华致酒行门店受到重大破坏； 4、合作经营方违反合作经营合同的行为；	是，根据实际情况收取
品牌使用费	每年3万元	在每一自然年结束之日起一个月内，公司核算品牌使用费金额后书面通知合作经营方，合作经营方应在收到通知后 5 个工作日内支付该年度品牌使用费。	否，公司未向合作经营方收取本项费用。

报告期内，发行人及其关联方不存在对合作经营酒行提供资金支持的情况。

2014 年，受市场行情持续低迷的影响，合作店面临较大的经营压力。公司针对合作店经营的实际情况，对符合一定销售规模条件且合法合规经营的 68 家合作店，按其 2014 年全年总有效产品进货额的 5%给予补贴支持，补贴以产品形式兑换有效产品。该项补贴总金额为 1,005.26 万元，实际兑换产品成本 615.82 万元。除上述补贴外，报告期内，公司对合作店不存在其他形式的返利与补贴。

6）发行人与合作经营方签订《合作经营合同》的主要条款

事项	主要内容
合作经营方资质	具有完全民事权利能力、民事行为能力，符合《华致酒行经营操作手册》规定条件，并经公司审核批准的企业法人或者其他经济组织
合作形式	公司与合作经营方是分别独立的经营者，双方间的合作经营方式为合作营销，即合作经营方在经营场所以自有资金购买公司指定专卖产品进行销售，并独立承担经营风险责任、全部运营费用和全部法律责任
经营场所	合作经营方自行购买或租赁并经公司统一装修。
销售产品种类	依据合同，公司专供合作经营方利用华致酒行门店销售的专卖产品和经公司书面认可、列入华致酒行商品目录、允许合作经营方自行从指定供应商处采购的其他商品。
产品价格	公司许可合作经营方营销的指定专卖产品实行全国统一指导定价，各类型连锁店都必须遵守统一的价格政策以及优惠折扣，不得私自降价或抬价。
运营管理	公司定期或不定期地向各地华致酒行门店派遣运营经理进行经营指导。
货物提取	合作经营方采购的指定专卖产品由公司安排物流公司统一配送
结算方式	一般先款后货。
合同续签	合作经营方如要续签合同，应当在合同期满前 30 日，以书面形式向甲方提出续约申请。
合同期限	通常为 5 年

7）发行人与连锁酒行的采购模式、运输模式及运输费用承担、销售定价权、退换货政策及情况

项目	直营店	合作店
采购模式	由公司统一向酒厂等采购	由公司统一向酒厂等采购，再以统一价格向各合作店供货
运输模式	不适用	由公司统一组织运输，将产品运输至合作店
运输费用承担	不适用	公司承担
销售定价权	按照公司统一的指导价格体系销售	按照公司统一的指导价格体系销售
结算方式	以现金、POS 机或银行转账进行结算	一般为先款后货，通过银行转账或支付银行承兑汇票进行结算

公司对连锁酒行的销售属于买断式销售，公司一般不接受非质量原因的退货。在日常经营过程中，如发生物流运输过程中造成的破损，公司发货失误等情况，合作店可向公司申请换货，经公司内部审批后，即可进行退货或换货。

报告期内，公司对连锁酒行的退换货情况如下：

单位：万元

年份	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
退换货金额	6.69	190.05	52.64	210.46
连锁酒行渠道收入	13,858.00	37,591.72	44,236.71	39,332.44
占比	0.05%	0.51%	0.12%	0.54%

报告期内，公司对连锁酒行的退换货金额占该渠道营业收入的比例总体较小，对公司营业收入不构成重大影响。

8）报告期内连锁酒行变动情况

①直营店变动情况

A.报告期内直营门店数量及变动情况

	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
当期新开直营店	-	-	-	-
当期关店数量	-	1	-	19
期末直营店数量	2	2	3	3

B.直营店地域分布及变动原因

序号	直营店名称	停止营业时间	所在区域	变动原因	是否负责销售
1	总部体验店	-	北京市东城区	-	是
2	北京昆泰店	2014 年 6 月	北京市朝阳区	业务渠道转型	是
3	醴陵直营店	-	湖南省醴陵市	-	是
4	天津直营店	2014 年 8 月	天津市河西区	业务渠道转型	是
5	合肥直营店	2014 年 10 月	安徽省合肥市	业务渠道转型	是
6	南昌直营店	2014 年 12 月	江西省南昌市	业务渠道转型	是
7	杭州直营店	2014 年 8 月	浙江省杭州市	业务渠道转型	是
8	福州直营店	2014 年 4 月	福建省福州市	业务渠道转型	是
9	济南直营店	2014 年 10 月	山东省济南市	业务渠道转型	是
10	孝感直营店	2014 年 7 月	湖北省孝感市	业务渠道转型	是
11	广州直营店	2014 年 12 月	广东省广州市	业务渠道转型	是
12	兰州直营店	2014 年 4 月	甘肃省兰州市	业务渠道转型	是
13	沈阳直营店	2014 年 6 月	辽宁省沈阳市	业务渠道转型	是
14	南京直营店	2014 年 9 月	江苏省南京市	业务渠道转型	是
15	苏州直营店	2014 年 10 月	江苏省苏州市	业务渠道转型	是

序号	直营店名称	停止营业时间	所在区域	变动原因	是否负责销售
16	泉州直营店	2014 年 8 月	福建省泉州市	业务渠道转型	是
17	重庆直营店	2014 年 6 月	重庆市渝北区	业务渠道转型	是
18	武昌直营店	2014 年 1 月	湖北省武昌市	业务渠道转型	是
19	成都直营店	2014 年 9 月	四川省成都市	业务渠道转型	是
20	郑州直营店	2014 年 7 月	河南省郑州市	业务渠道转型	是
21	慈溪直营店	2016 年 12 月	浙江省慈溪市	业务渠道转型	是
22	无锡直营店	2014 年 6 月	江苏省无锡市	业务渠道转型	是

公司自 2014 年开始大量关闭直营店的主要基于经营管理需要和适应行业发展趋势的主动选择，从原来的依靠酒行、终端供应商转为多渠道拓展营销网络，取得了良好效果。

C.存续两家直营店的情况

直营店名称	所属公司	开业时间	店铺面积（m2）	租金（万元）
醴陵直营店	醴陵华致	2011 年	254.89	自有房产
总部体验店	京都华致	2013 年	190.00	30.74

②合作店变动情况

A.合作店变动数量

	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
当期新开合作店	-	2	2	8
当期关店数量	8	85	35	24
期末合作店数量	200	208	291	324

B.合作店变动原因

序号	变动原因	数量（家）
1	客户转型	70
2	合作方个人原因	36
3	经营不善	30
4	店铺房租到期	16

C.报告期内，公司新增的连锁酒行数量为 12 家，全部为合作店，具体情况如下：

序号	合作店名称	合作经营方	开始合作时间	面积（m^2）	装修费	所在地	公司对其销售收入（万元）			
							2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
1	新疆乌鲁木齐南湖酒行[注 1]	乌鲁木齐京华丰尚商贸有限公司	2014 年	82	15.81 万元	新疆乌鲁木齐市	-	-	56.71	83.71
2	江西南昌抚河店[注 2]	南昌市五粮液专卖店	2014 年	380	直营店转让合作方	江西省南昌市	-	-	119.71	149.57
3	北京世纪金源店[注 3]	北京广福思源商贸有限责任公司	2014 年	15	面积较小，未发生装修费用	北京市	5.34	11.18	36.60	40.55
4	河南省许昌市未来酒行	许昌珑璟商贸有限公司、许昌豫轩商贸有限公司	2014 年	200	22.43 万元	河南省许昌市	205.91	205.91	231.84	233.23
5	江苏省盐城市阜宁县酒行[注 4]	盐城富建酒业有限公司	2014 年	80	27.61 万元	江苏省盐城市	-	0.38	13.64	134.34
6	华致酒窖盐城亭湖店[注 5]	盐城金晶汇商贸有限公司	2014 年	280	14.27 万元	江苏省盐城市	-	-	8.90	9.45
7	江苏省南京市漓江路酒行	南京韶光贸易有限公司	2014 年	250	18.91 万元	江苏省南京市	22.81	45.47	36.61	69.63
8	华致酒窖江苏扬州扬子江路店	扬州固山物资贸易有限公司	2014 年	50	4,86 万元	江苏省扬州市	-	23.58	24.28	41.41
9	华致酒窖保定国际俱乐部店	保定直隶润达商贸有限公司	2015 年	174	117.84 万元	河北省保定市	56.36	101.38	203.00	-
10	四川省成都市邓铁兵酒行	武侯区财记酒水商行	2015 年	78	16.53 万元	四川省成都市	82.36	99.89	93.62	-
11	湖北省随州市碧桂园酒行	随州市旭丰城商贸有限公司	2016 年	60	客户自行装修	湖北省随州市	172.64	88.93	-	-

序号	合作店名称	合作经营方	开始合作时间	面积（m^2）	装修费	所在地	公司对其销售收入（万元）			
							2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
12	河南省开封市杞县酒行	开封市宝合庆商贸有限公司	2016 年	100	客户自行装修	河南省开封市	68.42	104.16	-	-

注 1：新疆乌鲁木齐南湖酒行于 2016 年关店

注 2：江西南昌抚河店于 2016 年关店

注 3：北京世纪金源店于 2016 年关店，转型为公司零售网点客户

注 4：江苏省盐城市阜宁县酒行于 2015 年关店，转型为公司零售网点客户

注 5：华致酒窖盐城亭湖店于 2016 年关店

D.存续合作店基本情况

截至 2017 年 6 月，公司共有 200 家合作店，具体如下：

序号	酒行名称	所在地	所属区域	开店时间	合作方名称	合作方股东（经营者）信息
1	河北省石家庄市颐园酒行	河北省石家庄市	华北地区	2012 年	河北阁瑞林瑞飞商贸有限公司	张翠梅、范长青、王金茹、朱绍利
2	河北省唐山市迁安酒行	河北省唐山市	华北地区	2010 年	迁安市恒百商贸有限公司	李福林、任素兰
3	河北省唐山市龙泽路店酒行	河北省唐山市	华北地区	2011 年	唐山百森商贸有限公司	杨俊梅、李晶
4	河北省唐山古冶酒行	河北省唐山市	华北地区	2012 年	唐山通泽商贸有限公司	陈小明、王彩安
5	河北省邯郸市酒行	河北省邯郸市	华北地区	2013 年	邯郸市孚鼎雅致贸易有限公司	于静、于桂霞
6	河北省邢台酒行	河北省邢台市	华北地区	2011 年	邢台卓锐商贸有限公司	周圆、刘蔚明
7	河北省承德市双桥酒行	河北省承德市	华北地区	2010 年	承德市华致商贸有限公司	杨海民、臧进军
8	河北省廊坊市酒行	河北省廊坊市	华北地区	2007 年	廊坊市双兔商贸有限公司	陈大龙、刘玉宁

序号	酒行名称	所在地	所属区域	开店时间	合作方名称	合作方股东（经营者）信息
9	华致酒窖保定国际俱乐部店	河北省保定市	华北地区	2015 年	保定直隶润达商贸有限公司	陈丽娜、王保利
10	新疆乌鲁木齐市美美酒行	新疆乌鲁木齐市	西北地区	2007 年	乌鲁木齐飞云达商贸有限公司	张亚淑、何志兵
11	新疆乌鲁木齐广场酒行	新疆乌鲁木齐市	西北地区	2011 年	新疆中商投资有限公司	张鹏、刘发成、王志忠
12	江西省萍乡市酒行	江西省萍乡市	华中地区	2012 年	萍乡市秉新贸易有限公司	刘秋生
13	新疆自治区库尔勒市酒行	新疆库尔勒市	西北地区	2010 年	巴州卓誉商贸有限责任公司	巴图、乌云其曼
14	新疆自治区喀什市酒行	新疆喀什市	西北地区	2010 年	喀什市声远商贸有限责任公司	张霞、孙辉、王志龙
15	福建省福州市连江县酒行	福建省福州市	华东地区	2012 年	连江县华致商贸有限公司	翁惠清、孙建坤
16	福建省厦门市金尚酒行	福建省厦门市	华东地区	2010 年	厦门市建达贸易有限公司	何水建、刘国亮
17	福建省厦门市滨北店酒行	福建省厦门市	华东地区	2010 年	厦门市豪冠贸易发展有限公司	郑燕燕、黄玉云
18	福建省莆田市酒行	福建省莆田市	华东地区	2012 年	莆田市十八度食品有限公司	阮梅香
19	华致酒窖太原店	山西省太原市	华北地区	2012 年	山西华致百盛酒业有限公司	王海英、王战、李建明
20	福建省永安市酒行	福建省永安市	华东地区	2013 年	永安市华源贸易商行	涂培源
21	内蒙古自治区赤峰市酒行	内蒙古赤峰市	华北地区	2007 年	赤峰邦竣商贸有限公司	郭瑞均、高桂云
22	内蒙古鄂尔多斯市达拉特旗酒行	内蒙古鄂尔多斯市	华北地区	2013 年	达拉特旗华致酒行	郭进兵
23	江西省新余市酒行	江西省新余市	华中地区	2009 年	新余市汇通贸易有限公司	薛章棋、郑聪明、齐净
24	江西省吉安市酒行	江西省吉安市	华中地区	2010 年	吉安华致酒业有限公司	刘成辉、周必凯、蒋俊杰、李红、王利华、李斯阳
25	吉林省吉林解放路酒行	吉林省吉林市	东北地区	2012 年	吉林市谦茗缘商贸有限公司	孙永丽、窦豆
26	山东省烟台四马路酒行	山东省烟台市	华东地区	2013 年	烟台味美安食品有限公司	彭志辉、山东金城股份有限公司

序号	酒行名称	所在地	所属区域	开店时间	合作方名称	合作方股东（经营者）信息
27	山西省阳泉市酒行	山西省阳泉市	华北地区	2011 年	阳泉市育正商店	唐自力
28	山西省长治市酒行	山西省长治市	华北地区	2012 年	长治市嘉鑫商贸有限公司	李婧鑫、李庆忠、李春燕
29	山西省朔州市招远路酒行	山西省朔州市	华北地区	2013 年	朔州市开发区华朔酒业经营部	李敏
30	北京市亦庄酒行	北京市	华北地区	2007 年	北京十方缘合商贸有限公司	何玉玲
31	北京市怀柔酒行	北京市	华北地区	2013 年	北京华尚汇商贸有限公司	李宝青、李利
32	内蒙古自治区呼和浩特嘉林酒行	内蒙古呼和浩特市	华北地区	2011 年	呼和浩特市嘉恒通商贸有限责任公司	聂维恩、张雪松
33	内蒙古自治区呼和浩特市巨海城酒行	内蒙古呼和浩特市	华北地区	2013 年	内蒙古拉沃商贸有限公司	魏萍、武永平、杨向丰
34	河南省驻马店酒行	河南省驻马店市	华中地区	2012 年	驻马店市开发区和顺商贸经销部	高祥
35	内蒙古包头市文化路店酒行	内蒙古包头市	华北地区	2011 年	包头市华醇贸易有限公司	曹志峰、刘秀英
36	河南省南阳市酒行	河南省南阳市	华中地区	2010 年	南阳蓝山商贸有限公司	刘志松、、郝菲
37	河南省许昌市未来酒行	河南省许昌市	华中地区	2014 年	许昌豫轩商贸有限公司	聂雪山
38	天津市大港酒行	天津市	华北地区	2007 年	天津禄恒物流有限公司	赵松梅
39	陕西省榆林市航宇酒行	陕西省榆林市	西北地区	2009 年	榆林市金腾图商贸有限责任公司	纪海燕、何国平
40	四川省巴中市酒行	四川省巴中市	西南地区	2010 年	巴中市巴州区永多商贸中心	张婉秋
41	内蒙古自治区鄂尔多斯市鄂托克旗棋盘井酒行	内蒙古鄂尔多斯市	华北地区	2013 年	鄂托克旗久致商贸有限责任公司	邬光明、何在义
42	内蒙古呼伦贝尔市酒行	内蒙古呼伦贝尔	华北地区	2013 年	呼伦贝尔市桐乐轩经贸有限公司	关向文、朱宝臣
43	内蒙古阿拉善酒行	内蒙古阿拉善盟	华北地区	2011 年	阿拉善左旗芳特商贸有限公司	王晶、马巴特尔、赵春燕、陈宝玉、杨世威

序号	酒行名称	所在地	所属区域	开店时间	合作方名称	合作方股东（经营者）信息
44	吉林省长春威尼斯酒行	吉林省长春市	东北地区	2012 年	吉林省华轩商贸有限公司	郭丹、戴红飚
45	上海市长兴酒行	上海市	华东地区	2012 年	上海玉卮贸易有限公司	杨圣、费陈华
46	辽宁省大连市中山酒行	辽宁省大连市	东北地区	2012 年	大连市中山区子桢商行	张新志
47	辽宁省庄河酒行	辽宁省庄河市	东北地区	2012 年	庄河黄海岸华致商行	鞠寿君
48	湖南省株洲市醴陵市酒行	湖南省株洲市	华中地区	2006 年	醴陵市久盛商行	赵湘县
49	辽宁省鞍山市海城市酒行	辽宁省鞍山市	东北地区	2012 年	海城市众鑫商贸有限公司	李铁根
50	辽宁省抚顺市酒行	辽宁省抚顺市	东北地区	2010 年	抚顺佳易商贸有限公司	崔晓霞、张景兰
51	辽宁省盘锦市酒行	辽宁省盘锦市	东北地区	2011 年	盘锦华双贸易有限公司	王立玲、田玉华
52	辽宁省朝阳市酒行	辽宁省朝阳市	东北地区	2010 年	朝阳市双塔区君瑶商贸有限公司	贾艳、贾颖
53	山东省济南市张庄路酒行	山东省济南市	华东地区	2013 年	济南正瀚商贸有限公司	莫宁锋、周震
54	山东省青岛莱西市酒行	山东省青岛市	华东地区	2013 年	青岛华致玉商贸有限公司	刘文生
55	湖南省长沙湘府路酒行	湖南省长沙市	华东地区	2012 年	长沙市雨花区皓友烟酒行	申梓涵
56	山东省枣庄市滕州酒行	山东省枣庄市	华东地区	2010 年	滕州市诚商商贸有限公司	王雪萍、张琦
57	山东省东营市酒行	山东省东营市	华东地区	2012 年	东营市双泽商贸有限公司	张元光、王树云
58	新疆自治区哈密市酒行	新疆哈密市	西北地区	2010 年	哈密市光明路银河华致酒行	贾爱英
59	山东省寿光酒行	山东省寿光市	华东地区	2011 年	寿光市东泽商贸有限公司	田继民、李江涛
60	山东省潍坊市酒行	山东省潍坊市	华东地区	2013 年	潍坊嘉熙商贸有限公司	张玉卓
61	山东新泰酒行	山东省新泰市	华东地区	2011 年	新泰骏景经贸有限公司	刘洪波、李因华
62	山东省威海市威海店	山东省威海市	华东地区	2011 年	威海盛泽贸易有限公司	单国莉、单国强、单国刚、王寿文

序号	酒行名称	所在地	所属区域	开店时间	合作方名称	合作方股东（经营者）信息
63	福建省龙岩市酒行	福建省龙岩市	华东地区	2011 年	龙岩市天诚业达贸易有限公司	蔡乃标、张兴华
64	黑龙江省鹤岗市酒行	黑龙江省鹤岗市	东北地区	2011 年	鹤岗市向阳区华誉酒行	于晶媛
65	山东省滨州市博兴县酒行	山东省滨州市	华东地区	2012 年	山东省博兴县天好商贸有限公司	李志勇、刘丽丽
66	山东省菏泽市酒行	山东省菏泽市	华东地区	2009 年	菏泽开发区华恒副食商行	韩元元
67	黑龙江省佳木斯市酒行	黑龙江省佳木斯市	东北地区	2007 年	佳木斯市前进区华致酒行	张一鸣
68	河南省郑州市花园路酒行	河南省郑州市	华中地区	2010 年	郑州福顺德酒类销售有限公司	唐春香、柴艳平
69	河南省郑州市普罗旺世酒行	河南省郑州市	华中地区	2010 年	河南康达贸易有限公司	周炎红、王宏建
70	河南省郑州市郑州高新酒行	河南省郑州市	华中地区	2011 年	河南华泽贸易有限公司	黄宪斌、王跃乐
71	河南省郑州市中牟县酒行	河南省郑州市	华中地区	2013 年	郑州名庄汇商贸有限公司	李凤云
72	内蒙古自治区包头市酒行	内蒙古包头市	华北地区	2006 年	包头市华致商贸有限公司	王海飞、王晓英、侯智慧
73	内蒙古自治区乌海市酒行	内蒙古乌海市	华北地区	2009 年	乌海市华致商贸有限责任公司	佟淑珍、谢兆海
74	内蒙古自治区赤峰市天山酒行	内蒙古赤峰市	华北地区	2009 年	赤峰天山华致酒行有限公司	达古拉
75	内蒙古自治区通辽市酒行	内蒙古通辽市	华北地区	2006 年	通辽市科尔沁区新兴大街鼎鑫烟酒行	刘建
76	辽宁省鞍山市酒行	辽宁省鞍山市	东北地区	2006 年	铁东区众鑫贸易商行	崔玉华
77	河南省许昌市长葛酒行	河南省许昌市	华中地区	2010 年	长葛市乡江商贸有限公司	杨国平、赵爱君
78	山东省淄博市酒行	山东省淄博市	华东地区	2006 年	淄博华致百成经贸有限公司	王晶倩、王洪亮
79	河南省信阳市万家酒行	河南省信阳市	华中地区	2010 年	信阳市春信酒业有限公司	许信生
80	河南省鹤壁市酒行	河南省鹤壁市	华中地区	2011 年	鹤壁市三味商贸有限公司	贾玉荣、张凤芝

序号	酒行名称	所在地	所属区域	开店时间	合作方名称	合作方股东（经营者）信息
81	河南省漯河酒行	河南省漯河市	华中地区	2011 年	漯河市精达商贸有限公司	谢合群、漯河市经济发展投资总公司
82	山东省德州市酒行	山东省德州市	华东地区	2008 年	德州经济开发区华致酒行	侯秋华
83	山东省滨州市酒行	山东省滨州市	华东地区	2006 年	滨州市经典酒业有限公司	杨洪举
84	河南省郑州市经三路酒行	河南省郑州市	华中地区	2012 年	河南兆单贸易有限公司	安献周、刘明星
85	河南省新郑酒行	河南省新郑市	华中地区	2012 年	郑州市御品商贸有限公司	靳建生、靳桂霞
86	河南省郑州市新密酒行	河南省郑州市	华中地区	2012 年	郑州金之恒商贸有限公司	李恒、李金旺
87	河南省信阳市固始县酒行	河南省信阳市	华中地区	2013 年	固始县诚泽商贸有限公司	陈恩祥
88	河南省开封酒行	河南省开封市	华中地区	2012 年	开封市开发区元通商贸有限公司	刘俊凤、尹照霞
89	河南省南阳独山酒行	河南省南阳市	华中地区	2012 年	南阳华致商贸有限公司	张中军、樊世勤、张瑞星、张平、李卫珣
90	山东省日照北京路酒行	山东省日照市	华东地区	2011 年	日照日百商业有限公司依河园店	秦芸
91	河南省平顶山市鲁山县酒行	河南省平顶山市	华中地区	2013 年	鲁山县玖玖商贸有限公司	李海召、王霞
92	河南省洛阳体验店	河南省洛阳市	华中地区	2013 年	河南泽炜商贸有限公司	李炜、刘利峰
93	河南省鹤壁市淇县酒行	河南省鹤壁市	华中地区	2006 年	淇县玉鑫商行	冯广玉
94	河南省新乡市长垣县酒行	河南省新乡市	华中地区	2009 年	长垣县康晨商贸有限公司	贾爱莲、胡庆康
95	河南省南阳市西峡县酒行	河南省南阳市	华中地区	2013 年	西峡县伟基贸易有限公司	张定伟、李俊霞
96	河南省开封市杞县酒行	河南省开封市	华中地区	2016 年	开封市宝合庆商贸有限公司	周同庆
97	河南省新乡市酒行	河南省新乡市	华中地区	2006 年	新乡市华致贸易有限公司	王玉秀、霍红钦、王雪梅、胡松涛
98	河南省焦作市酒行	河南省焦作市	华中地区	2007 年	焦作隆润鑫海商贸有限公司	郭秀娥、王彤

序号	酒行名称	所在地	所属区域	开店时间	合作方名称	合作方股东（经营者）信息
99	河南省许昌市禹州酒行	河南省许昌市	华中地区	2009 年	禹州水仙酒业有限公司	刘水仙、刘向涛
100	安徽省芜湖市酒行	安徽省芜湖市	华东地区	2011 年	芜湖求诚商贸有限公司	陈年胜、于兰
101	河南省商丘市永城酒行	河南省商丘市	华中地区	2006 年	永城市鼎丰商贸有限公司	王自华、李慧芳
102	安徽省铜陵市酒行	安徽省铜陵市	华东地区	2009 年	铜陵市凯悦贸易有限责任公司	方梅、李劲
103	河南省鄢陵酒行	河南省许昌市	华中地区	2011 年	许昌元之和商贸有限公司	梁瑞孬、夏岩
104	河南省信阳市光山酒行	河南省信阳市	华中地区	2012 年	光山县雅致茗轩商贸有限公司	刘波
105	安徽省亳州市酒行	安徽省亳州市	华东地区	2011 年	亳州市亦炫商贸有限公司	杨树森、王一妹
106	安徽省亳州市涡阳县酒行	安徽省亳州市	华东地区	2013 年	涡阳县沣泰商贸有限公司	王辉
107	甘肃省陇南市酒行	甘肃省陇南市	西北地区	2012 年	陇南市恒德商贸有限公司	马晓德
108	陕西省宝鸡市酒行	陕西省宝鸡市	西北地区	2010 年	宝鸡市思科电子有限责任公司	陈武军、张植
109	河南省濮阳市酒行	河南省濮阳市	华中地区	2006 年	濮阳市华硕物资有限公司	田金花、王相华
110	陕西省汉中酒行	陕西省汉中市	西北地区	2012 年	汉中华致工贸有限公司	汤强、黄宝涛
111	陕西省榆林市神木酒行	陕西省榆林市	西北地区	2010 年	神木县中海酒业	王美珍
112	河南省郑州市郑东新区酒行	河南省郑州市	华中地区	2011 年	郑州华致酒业有限公司	靳建生
113	陕西省西安市曲江酒行	陕西省西安市	西北地区	2013 年	府谷县金厚商贸有限公司	刘亚日
114	安徽省淮北市酒行	安徽省淮北市	华东地区	2007 年	淮北市唐聚商贸有限公司	王广莉、陈红
115	安徽省黄山市酒行	安徽省黄山市	华东地区	2007 年	黄山市华致贸易有限公司	唐娟、郁金、吴新华
116	安徽省滁州市天长市酒行	安徽省滁州市	华东地区	2006 年	天长市天地源工贸有限公司	黄本龙、吴素芹
117	陕西省渭南市酒行	陕西省渭南市	西北地区	2009 年	渭南临渭区恒通源商贸有限公司	姚爱玲、叶智军

序号	酒行名称	所在地	所属区域	开店时间	合作方名称	合作方股东（经营者）信息
118	陕西省榆林市府谷酒行	陕西省榆林市	西北地区	2010 年	府谷县华致酒行有限公司	路永林
119	广西省梧州市酒行	广西省梧州市	华南地区	2011 年	梧州市华致商贸有限公司	易广娟
120	四川省成都市龙泉驿区酒行	四川省成都市	西南地区	2007 年	龙泉驿区龙泉街办鑫海酒水经营部	张莉莉
121	四川省成都市郫县酒行	四川省成都市	西南地区	2009 年	成都致平贸易有限公司	牛云平、叶燕
122	四川省绵阳市酒行	四川省绵阳市	西南地区	2006 年	绵阳城区瑞福礼品商行	崔英
123	四川省成都市邓铁兵酒行	四川省成都市	西南地区	2015 年	武侯区财记酒水商行	邓铁兵
124	四川省成都市高攀路酒行	四川省成都市	西南地区	2013 年	成都蜀汇酒业有限责任公司	刘谋刚、向银梅
125	四川省广元市旺苍县酒行	四川省广元市	西南地区	2006 年	旺苍县荣兴商贸有限公司	边沁、樊丽
126	重庆市永川酒行	重庆市	西南地区	2009 年	重庆锦酿商贸有限责任公司	张益丽、张益玲
127	重庆市金源酒行	重庆市	西南地区	2013 年	重庆海晶石油化工有限公司	柯秀珠、陈鹏飞
128	四川省南充市酒行	四川省南充市	西南地区	2007 年	南充市泰霖商贸有限公司	张立
129	四川省雅安市酒行	四川省雅安市	西南地区	2009 年	雅安华致商贸有限公司	李潇玥
130	云南省楚雄市苏炳辉酒行	云南省楚雄市	西南地区	2012 年	云南南国玉液商贸有限责任公司	王凌娟
131	湖北省武汉市汉口区酒行	湖北省武汉市	华中地区	2006 年	武汉玉液之冠经贸有限公司	沈粉英
132	湖北省恩施民族西路酒行	湖北省恩施市	华中地区	2011 年	个体工商户刘新	刘新
133	湖北省随州市大自然酒行	湖北省随州市	华中地区	2011 年	随州市龙瑞康商贸有限公司	陈四化、汪天国
134	湖北省武汉市民主路酒行	湖北省武汉市	华中地区	2013 年	湖北省国峰恒谊商贸有限公司	陈玲、张晓峰、张中国
135	湖北省十堰市北京路酒行	湖北省十堰市	华中地区	2009 年	茅箭区五堰华致酒行	林建华

序号	酒行名称	所在地	所属区域	开店时间	合作方名称	合作方股东（经营者）信息
136	湖北省恩施市金桂大道酒行	湖北省恩施市	华中地区	2013 年	恩施市华尧商行	蒋垛
137	湖北省枣阳市酒行	湖北省枣阳市	华中地区	2013 年	枣阳市华珍酒业有限公司	钱坤
138	湖北省襄樊市宜城县酒行	湖北省襄樊市	华中地区	2009 年	宜城市华致酒行	肖拥军
139	湖北省随州市碧桂园酒行	湖北省随州市	华中地区	2016 年	随州市旭丰城商贸有限公司	刘建萍、刘朝霞、汪丹
140	湖北省襄阳建华路酒行	湖北省襄阳市	华中地区	2010 年	襄阳华致酒业商贸有限公司	房克俊、房克龙
141	湖北省荆州市公安县酒行	江苏省徐州市	华东地区	2013 年	公安县琪欣商行	刘亚军
142	江苏省徐州市酒行	江苏省徐州市	华东地区	2010 年	徐州久业商贸有限公司	胡成强、郑小孟
143	江苏省苏州市昆山酒行	江苏省苏州市	华东地区	2010 年	昆山华鼎酒业有限公司	韩伟华、韩建国
144	江苏省苏州市吴江酒行	江苏省苏州市	华东地区	2007 年	吴江市松陵镇久鼎酒业商行	顾明明
145	湖北省孝感市酒行	湖北省孝感市	华中地区	2011 年	湖北久友贸易有限公司	张超、潘佳佳、朱振辉、张腾飞、何章运
146	江苏省镇江市丹阳酒行	江苏省镇江市	华东地区	2011 年	丹阳市凯普酒业有限公司	贺丽华
147	江苏省泰州市靖江酒行	江苏省泰州市	华东地区	2007 年	江苏唯真经贸有限公司	张秀云、刘婧嘉、刘璐
148	江苏省泰州市酒行	江苏省泰州市	华东地区	2008 年	泰州市亿宸商贸有限公司	孙玉峰、王蓓
149	江苏省吴江市仲英大道酒行	江苏省镇江市	华东地区	2012 年	吴江市经济技术开发区华尊酒行	张爱珍
150	江苏省南京市信府河酒行	江苏省南京市	华东地区	2012 年	南京醴之樽文化发展有限公司	杨斌、李建保
151	江苏省东台市酒行	江苏省东台市	华东地区	2012 年	东台市金典华致商贸有限公司	邓小兰、邓春晨
152	江苏省南京市漓江路酒行	江苏省南京市	华东地区	2014 年	南京韶光贸易有限公司	王红、王英
153	华致酒窖江苏扬州扬子江路店	江苏省扬州市	华东地区	2014 年	扬州固山物资贸易有限公司	包蓓

序号	酒行名称	所在地	所属区域	开店时间	合作方名称	合作方股东（经营者）信息
154	上海市长宁茅台路酒行	上海市	华东地区	2010 年	上海源甜贸易有限公司	林清华、江维青
155	浙江省杭州市萧山酒行	浙江省杭州市	华东地区	2010 年	杭州中洋电子设备有限公司	沈雅红、赵小丽
156	浙江省杭州市富阳市酒行	浙江省杭州市	华东地区	2010 年	富阳华炽贸易有限公司	吴友桔、李爱娥、祝南山
157	浙江省杭州市毛春青酒行	浙江省杭州市	华东地区	2013 年	杭州嵩峦贸易有限公司	毛春青、周华丽
158	浙江省杭州市江干区酒行	浙江省杭州市	华东地区	2013 年	杭州中米商贸有限公司	林晓颖、陈斌磊
159	浙江省宁波市北仑区酒行	浙江省宁波市	华东地区	2012 年	宁波金钰泉商贸有限公司	顾仲文、周淳钰
160	浙江省嘉兴市南湖酒行	浙江省嘉兴市	华东地区	2010 年	嘉兴华致酒行有限公司	王设时、杨祖云、郑彩英
161	浙江省湖州市南浔酒行	浙江省湖州市	华东地区	2010 年	湖州合力酒业有限公司	郑燕娟、邬兴荣
162	浙江省绍兴市上虞市酒行	浙江省绍兴市	华东地区	2013 年	绍兴市上虞尚博贸易有限公司	阮江天、章雨婷、阮雪峰、杜平
163	浙江省金华市永康市酒行	浙江省金华市	华东地区	2013 年	永康市东城勇明隆昌副食店	吕振勇
164	浙江省台州市玉环县酒行	浙江省台州市	华东地区	2013 年	玉环谷德贸易有限公司	王海英
165	浙江省丽水市丽水酒行	浙江省丽水市	华东地区	2011 年	丽水市成仕贸易有限公司	朱卫峰、余建平、梁大卫
166	湖南省长沙市旗舰酒行	湖南省长沙市	华中地区	2009 年	长沙祥光糖酒贸易有限公司	邓可、王金华、谢科
167	浙江省杭州市酒行	浙江省杭州市	华东地区	2007 年	杭州久汇满贸易有限公司	陈丰伟、赖冬梅
168	浙江省温州市乐清县酒行	浙江省温州市	华东地区	2006 年	乐清市华致酒行	郑伟萍
169	湖南省长沙市长沙县酒行	湖南省长沙市	华中地区	2006 年	湖南华成商业发展有限责任公司	姚妮、涂日明
170	湖南省长沙市河西旗舰酒行	湖南省长沙市	华中地区	2010 年	长沙市和鹏酒业有限公司	程宏强、易迎春
171	湖南省邵阳市隆回酒行	湖南省邵阳市	华中地区	2010 年	隆回县保真商店	马洪波
172	湖南省邵阳县酒行	湖南省邵阳市	华中地区	2012 年	邵阳县芙夷金源酒行	袁湘军

序号	酒行名称	所在地	所属区域	开店时间	合作方名称	合作方股东（经营者）信息
173	湖南省湘潭市酒行	湖南省湘潭市	华中地区	2006 年	长沙市雨花区湖觞烟酒商行	廖海鹰
174	湖南省常德市酒行	湖南省常德市	华中地区	2008 年	桃源县龙八商贸有限公司	刘建龙、刘健芳、刘丽霞
175	湖南省湘潭市湘乡市酒行	湖南省湘潭市	华中地区	2006 年	湘乡华泰贸易有限公司	王湘玲、王莉
176	湖南省岳阳市酒行	湖南省岳阳市	华中地区	2007 年	岳阳市德瑞商贸有限公司	黎国庆、卢霞
177	湖南省常德市石门县酒行	湖南省常德市	华中地区	2010 年	石门县瑞隆商行	徐红
178	湖南省湘西州吉首县酒行	湖南省湘西州	华中地区	2010 年	吉首市喜发烟酒商行	唐勇
179	湖南省常德市澧县酒行	湖南省常德市	华中地区	2009 年	澧县洋液酒行	徐宗梅
180	湖南省浏阳市酒行	湖南省浏阳市	华中地区	2012 年	浏阳市集里华美商行	袁美华
181	湖南省岳阳市华容县酒行	湖南省岳阳市	华中地区	2012 年	华容县德一商贸商行	黎安荣
182	湖南省益阳市沅江市酒行	湖南省益阳市	华中地区	2007 年	沅江市华致酒行	邓立军
183	湖南省常德市津市市酒行	湖南省常德市	华中地区	2013 年	津市市辉宏商贸有限公司	郑德华
184	湖南省湘西州泸溪县酒行	湖南省湘西州	华中地区	2013 年	泸溪县万吉综合服务部	张九玲
185	湖南省衡阳市耒阳市酒行	湖南省衡阳市	华中地区	2006 年	耒阳市华源商贸有限责任公司	罗素芳、匡双香
186	湖南省邵阳市酒行	湖南省邵阳市	华中地区	2007 年	邵阳市大祥区腾飞商行	肖铮铮
187	湖南省郴州市临武县酒行	湖南省郴州市	华中地区	2009 年	临武县华诚贸易有限公司	李红飞、李红兵
188	湖南省郴州市酒行	湖南省郴州市	华中地区	2006 年	郴州市顺升商贸有限公司	黄月清、李国祥
189	湖南省娄底市冷水江市酒行	湖南省娄底市	华中地区	2009 年	冷水江市华致商行	何辉
190	湖南省娄底市酒行	湖南省娄底市	华中地区	2007 年	娄底市一品商贸有限公司	彭诗训、王响美
191	湖南省娄底市新化县酒行	湖南省娄底市	华中地区	2006 年	新化县金水润贸易有限公司	罗雄、刘耀华、曾治华、潘俊

序号	酒行名称	所在地	所属区域	开店时间	合作方名称	合作方股东（经营者）信息
192	湖南省衡阳市华新酒行	湖南省衡阳市	华中地区	2012 年	湖南省上品酒业有限公司	刘子清、凡小敏
193	广东省深圳市罗湖区酒行	广东省深圳市	华南地区	2007 年	深圳市清方汇悦贸易有限公司	张清、张小芳
194	广东省佛山市酒行	广东省佛山市	华南地区	2009 年	佛山市华致酒业有限公司	邓国恩、李立东、陈玉婵
195	广东省雷州市酒行	广东省雷州市	华南地区	2012 年	雷州市宇翔贸易有限公司	莫诚伍、吴志明
196	广东省江门市开平市酒行	广东省江门市	华南地区	2006 年	开平市华致贸易商行	何素玲
197	广东省江门市台山市酒行	广东省江门市	华南地区	2006 年	台山市台城华致酒行	伍树强
198	广东省云浮市酒行	广东省云浮市	华南地区	2006 年	新兴县世茂食品有限公司	陈水泉、陈培灿
199	广东省惠州市酒行	广东省惠州市	华南地区	2012 年	惠州市琼灏实业有限公司	张海兵、曾伟光
200	海南省三亚市酒行	海南省三亚市	华南地区	2010 年	三亚华喆实业有限公司	庄跃山、陈祖仑

D.报告期各期前十大酒行的具体情况

单位：万元

年份	序号	合作店	合作经营方	地理位置	公司对其销售金额	占公司酒行收入比例	是否存在对个人销售华致产品的情况[注 1]	对个人销售金额	占销售华致产品收入的比例	付款方式
2017 年 1-6 月	1	河南省新乡市长垣县酒行	长垣县康晨商贸有限公司	河南省新乡市	764.16	5.51%	是	200.00	14.27%	现金、POS 刷卡、银行转账
	2	四川省宜宾陆发酒行	宜宾垒成商贸有限公司[注 2]	四川省宜宾市	435.84	3.14%	是	200.00	31.10%	现金、银行转账

年份	序号	合作店	合作经营方	地理位置	公司对其销售金额	占公司酒行收入比例	是否存在对个人销售华致产品的情况[注 1]	对个人销售金额	占销售华致产品收入的比例	付款方式
	3	湖南省衡阳市华新酒行	湖南省上品酒业有限公司	湖南省衡阳市	427.77	3.09%	是	80.00	11.82%	现金、POS 刷卡
	4	河南省新郑酒行	郑州市御品商贸有限公司	河南省新郑市	425.41	3.07%	是	200.00	30.05%	银行转账
	5	湖北省武汉市汉口区酒行	武汉玉液之冠经贸有限公司	湖北武汉市	406.71	2.93%	是	24.00	4.30%	现金、POS 刷卡、银行转账
	6	甘肃省陇南市酒行	陇南市恒德商贸有限公司	甘肃省陇南市	329.68	2.38%	是	40.00	12.12%	现金、银行转账
	7	河南省郑州市郑东新区酒行	郑州华致酒业有限公司	河南省郑州市	312.15	2.25%	是	100.0	16.98%	现金、银行转账
	8	河北省邢台酒行	邢台卓锐商贸有限公司	河北省邢台市	283.67	2.05%	是	100.00	25.00%	现金支付
	9	浙江省绍兴市上虞市酒行	绍兴市上虞尚博贸易有限公司	浙江省绍兴市	251.13	1.81%	是	69.98	20.01%	现金
	10	湖南省长沙市长沙县酒行	湖南华成商业发展有限责任公司	湖南省长沙县	227.03	1.64%	是	7.60	2.48%	现金、POS 刷卡
	合计	-	-	-	**3,863.55**	**27.88%**		-	-	-

年份	序号	合作店	合作经营方	地理位置	公司对其销售金额	占公司酒行收入比例	是否存在对个人销售华致产品的情况[注 1]	对个人销售金额	占销售华致产品收入的比例	付款方式
2016 年	1	河南省新乡市长垣县酒行	长垣县康晨商贸有限公司	河南省新乡市	2,033.36	5.41%	是	460.00	18.16%	现金、POS 刷卡、银行转账
	2	四川省宜宾陆发酒行	宜宾垒成商贸有限公司	四川省宜宾市	1,062.56	2.83%	是	410.00	27.26%	现金、银行转账
	3	湖南省长沙市长沙县酒行	湖南华成商业发展有限责任公司	湖南省长沙县	892.83	2.38%	是	26.20	2.10%	现金、POS 刷卡
	4	河南省郑州市郑东新区酒行	郑州华致酒业有限公司	河南省郑州市	890.86	2.37%	是	450.00	38.73%	现金、银行转账
	5	河南省信阳市固始县酒行	固始县诚泽商贸有限公司	河南省固始县	828.49	2.20%	是	400.00	31.64%	现金、银行转账
	6	重庆洪湖西路酒行	北部新区和运食品经营部	重庆市渝北区	765.07	2.04%	是	370.00	23.84%	POS 刷卡、银行转账
	7	江苏省泰州市靖江酒行	江苏唯真经贸有限公司	江苏省靖江市	704.51	1.87%	是	223.25	27.53%	现金、POS 刷卡、银行转账
	8	河南省开封酒行	开封市开发区元通商贸有限公司	河南省开封市	669.44	1.78%	是	400.00	41.50%	现金、银行转账
	9	湖南省衡阳市华新酒行	湖南省上品酒业有限公司	湖南省衡阳市	635.31	1.69%	是	95.00	10.00%	现金、POS 刷卡

年份	序号	合作店	合作经营方	地理位置	公司对其销售金额	占公司酒行收入比例	是否存在对个人销售华致产品的情况[注 1]	对个人销售金额	占销售华致产品收入的比例	付款方式
	10	河南省新郑酒行	郑州市御品商贸有限公司	河南省新郑市	573.63	1.53%	是	350.00	39.68%	银行转账
	合计	-	-	-	**9,056.06**	**24.10%**	-	-	-	-
2015 年	1	湖南省长沙市长沙县酒行	湖南华成商业发展有限责任公司	湖南省长沙县	1,498.01	3.39%	是	35.85	1.71%	现金、POS 刷卡
	2	河南省新乡市长垣县酒行	长垣县康晨商贸有限公司	河南省新乡市	1,456.27	3.29%	是	400.00	20.40%	现金、POS 刷卡、银行转账
	3	湖南省邵阳市酒行	邵阳市大祥区腾飞商行	湖南省邵阳市	1,056.91	2.39%	是	500.00	33.44%	现金
	4	重庆洪湖西路酒行	北部新区和运食品经营部	重庆市渝北区	910.78	2.06%	是	220.00	20.19%	POS 刷卡、银行转账
	5	河南省郑州市郑东新区酒行	郑州华致酒业有限公司	河南省郑州市	677.61	1.53%	是	450.00	45.09%	现金、银行转账
	6	湖南省衡阳市华新酒行	湖南省上品酒业有限公司	湖南省衡阳市	649.53	1.47%	是	90.00	9.03%	现金、POS 刷卡
	7	河南省开封酒行	开封市开发区元通商贸有限公司	河南省开封市	620.30	1.40%	是	350.00	39.16%	现金、银行转账
	8	浙江省宁波市甬港北路酒行	宁波酩荟贸易有限公司[注 3]	宁波市鄞州区	607.11	1.37%	是	351.25	47.59%	银行转账

年份	序号	合作店	合作经营方	地理位置	公司对其销售金额	占公司酒行收入比例	是否存在对个人销售华致产品的情况[注 1]	对个人销售金额	占销售华致产品收入的比例	付款方式
	9	四川省宜宾陆发酒行	宜宾垒成商贸有限公司	四川省宜宾市	570.03	1.29%	是	350.00	31.00%	现金、银行转账
	10	河南省信阳市固始县酒行	固始县诚泽商贸有限公司	河南省固始县	529.55	1.20%	是	300.00	35.02%	现金、银行转账
	合计	-	-	-	**8,576.10**	**19.39%**	-	-	-	-
2014 年	1	河南省新乡市长垣县酒行	长垣县康晨商贸有限公司	河南省新乡市	1,365.91	3.47%	是	200.00	10.58%	现金、POS 刷卡、银行转账
	2	湖南省长沙市长沙县酒行	湖南华成商业发展有限责任公司	湖南省长沙县	1,127.85	2.87%	是	20.00	1.32%	现金、POS 刷卡
	3	湖南省邵阳市酒行	邵阳市大祥区腾飞商行	湖南邵阳市	699.64	1.78%	是	400.00	46.99%	现金
	4	四川省宜宾陆发酒行	宜宾垒成商贸有限公司	四川省宜宾市	609.97	1.55%	是	200.00	19.51%	现金、银行转账
	5	河南省郑州市新密酒行	郑州金之恒商贸有限公司	河南省新密市	609.61	1.55%	是	300.00	24.16%	现金、银行转账
	6	重庆洪湖西路酒行	北部新区和运食品经营部	重庆市渝北区	532.12	1.35%	是	160.00	22.58%	POS 刷卡、银行转账
	7	河南省新郑酒行	郑州市御品商贸有限公司	河南省新郑市	529.50	1.35%	是	300.00	36.41%	银行转账

年份	序号	合作店	合作经营方	地理位置	公司对其销售金额	占公司酒行收入比例	是否存在对个人销售华致产品的情况[注 1]	对个人销售金额	占销售华致产品收入的比例	付款方式
	8	湖南省长沙市旗舰酒行	长沙祥光糖酒贸易有限公司	湖南省长沙市	506.32	1.29%	是	65.00	8.67%	现金支付、POS刷卡
	9	华致酒窖太原店	山西华致百盛酒业有限公司	山西省太原市	473.25	1.20%	是	150.00	22.95%	现金、POS刷卡、银行转账
	10	河南省信阳市固始县酒行	固始县诚泽商贸有限公司	河南省固始县	465.19	1.18%	是	300.00	47.52%	现金、银行转账
	合计	-	-	-	**6,919.36**	**17.59%**	-	-	-	-

注 1：表中合作店对个人零售情况的统计数据来源于对客户发放的问询函。

注 2：宜宾垒成商贸有限公司于 2017 年年中转型为公司零售网点客户。

注 3：宁波酩荟贸易有限公司 2012-2015 年为公司合作店，2015 年底关闭门店，转为终端供应商。

9）连锁酒行最终销售及销售去向

针对连锁酒行是否真实实现最终销售及销售去向，发行人保荐机构及会计师实施了包括了走访、函证、分析性复核等核查程序。连锁酒行的客户主要为个人和企事业单位。

经核查，发行人保荐机构认为，发行人对连锁酒行的销售收入是真实的，连锁酒行基本实现了最终销售。

发行人会计师认为，发行人对连锁酒行的销售收入是真实的，连锁酒行基本实现了最终销售。

（4）直供终端模式

公司的直供终端渠道包括零售网点、KA 卖场、团购和电商渠道。

1）零售网点

为构建扁平化、高效率的销售体系，公司在全国范围内拓展开发零售网点，以北京、南京、成都、郑州、长沙、武汉、石家庄、济南、沈阳、重庆和西安为核心，铺设销售网络。公司的零售网点包括酒类专卖店、名烟名酒店、餐饮酒楼、区域性超市等。在实际经营过程中，零售网点客户直接向公司提交订单，由公司匹配就近安排仓库配货、发货。公司根据合同或订单的约定将商品交付给零售网点，并由其签收后确认收入。

传统的零售网点，由于单店面积有限，经营规模较小，一般的采购进货渠道为“总经销商——二级经销商——三级经销商——零售商”，渠道内利润由各级经销商与零售网点共享。公司直接向零售网点供货，减少了下游销售的中间环节，降低了客户的采购成本，获得客户的广泛青睐。

零售网点客户通过系统向公司下订单进行采购，公司审核订单后发货至指定地点。公司对零售网点的销售均为买断式销售。通过充分利用各地的分仓，公司对零售网点的配送呈现出少量、高频、耗时短的特点。

随着信息系统的不断完善和改进，公司的管理水平和管理效率大幅提升，对下游客户的管理精细度大大提高，为零售网点的开发建设提供了充足的技术条

件。渠道的扁平化及服务的多元化，给予终端客户更好的产品服务体验和丰厚的利润空间。报告期内，公司发力零售网点建设，取得了良好的效果。公司运营连锁酒行的丰富经验，为零售网点的开发提供了借鉴。针对部分实力较强，合作关系融洽的零售网点客户，公司选择将其发展为华致酒库。

截至 2017 年 6 月，公司共发展了 3,000 多家零售网点客户。报告期 2014 年至 2016 年及 2017 年 1-6 月，零售网点渠道的收入分别为 36,235.44 万元、55,700.43 万元、79,614.73 万元和 42,105.03 万元，占各年主营业务收入比例分别为 31.56%、35.31%、36.45%和 34.38%。

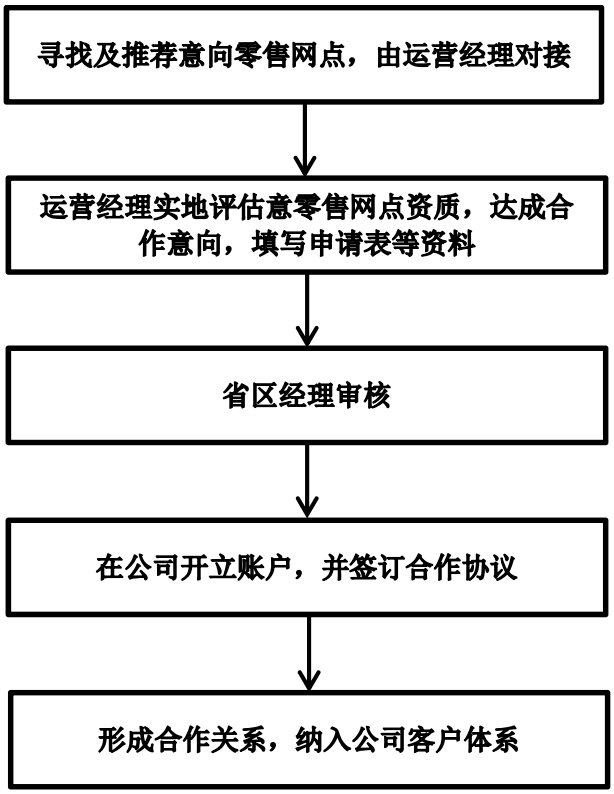
①对零售网点的销售模式

A.网点拓展方式

公司的零售网点客户主要来自于：a.公司运营经理主动开发；b.现有零售网点的推荐；c.意向零售网点的自荐等。

为保证零售网点经营体系的规范管理，贯彻公司的经营理念，维持公司的稳定经营，公司制定了筛选条件及合作流程。具体而言，在与零售网点正式开展合作前，公司销售部门需要派出专门人员对零售网点进行全方位的考察，考察的内容包括零售网点的各项素质、客户资源以及经济实力，所在地经济发展水平、市场容量及消费习惯，店面的选址情况等因素。在达成合作意向后，由运营经理填写申请材料，提交省区经理审批，通过后在公司开立账户，双方签订合作协议，形成合作关系。

公司与零售网点的合作流程如下：



B.订货管理及物流、资金结算方式

零售网点主要通过公司的营销管理平台发送采购订单，并预付货款至公司。公司接到订单后交由订单主管审核，确认客户货款到账、库存酒品数量充足后流转至物流部，组织发货。公司委托第三方物流公司统一配送，并承担物流费用。

根据双方签订的合作协议，公司对零售网点的销售均为买断式销售，且实行先款后货的原则。

C.零售网点销售管理

公司主要通过合作协议、各项销售管理制度及产品销售政策对零售网点进行管理，主要管理措施如下：

	主要内容
价格体系	▪ 公司对零售网点的供货价格均以营销管理平台公布的实时统一供货价格执行
付款方式	▪ 实行先款后货的原则 ▪ 不得采用现金方式付款
营销活动	▪ 公司负责约定产品的宣传、促销工作，零售网点应积极配合 ▪ 如因零售网点原因影响产品销售及市场发展，公司有权解除协议
货物流向	▪ 零售网点涉及店面销售以外渠道销售，需向公司报备，经授权后方可进行销售 ▪ 零售网点遵守和执行公司制定的相关市场管理规范

	主要内容
监督及管理	▪ 运营经理定期或不定期对零售网点进行巡查

②零售网点数量变动及区域分布

报告期各期末，公司零售网点的区域分布如下：

区域	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
华北地区	394	584	255	166
东北地区	209	267	112	118
华东地区	1,003	1,093	569	632
华南地区	114	132	75	117
华中地区	962	1134	413	456
西南地区	470	876	1296	506
西北地区	136	399	68	101
合计	**3,288**	**4,485**	**2,788**	**2,096**

公司的零售网点遍布全国，数量众多，且总数呈现出增加的趋势。2016 年西南地区的零售网点数量较上年减少幅度较大的主要原因系公司在贵州省调整了珍酒产品销售业务布局所致。

③报告期各期前十大零售网点销售状况

年份	序号	零售网点	公司对其销售金额	主要产品类别
2017 年 1-6 月	1	北京中投易购商贸有限公司	791.56	贵州茅台酒系列产品
	2	佛山市醇和富轩贸易有限公司	738.62	贵州茅台酒系列产品、五粮液系列产品
	3	安徽吉创名品供应链管理有限公司	692.60	古井贡酒 1818 系列
	4	重庆集创家科技有限公司	583.08	五粮液系列产品、贵州茅台酒系列产品
	5	河南文君商贸有限公司	504.98	五粮液系列产品
	6	北京怡福康宝商贸有限公司	458.23	五粮液系列产品
	7	北京龙平和晟商贸有限公司	440.10	五粮液系列产品、贵州茅台酒系列产品
	8	河南中州皇冠贸易有限公司	433.75	五粮液系列产品、贵州茅台酒系列产品
	9	河南省副食品有限公司	402.59	贵州茅台酒系列产品
	10	广元久江商贸有限公司	358.26	五粮液系列产品

年份	序号	零售网点	公司对其销售金额	主要产品类别
2016 年	1	佛山市醇和富轩贸易有限公司	1,437.72	贵州茅台酒系列产品
	2	河南酒便利商业股份有限公司 酒便利（北京）商业连锁管理有限公司	1,403.29	贵州茅台酒系列产品
	3	泰安市泰山名饮有限公司	1,232.05	五粮液系列产品
	4	安徽吉创名品供应链管理有限公司	998.04	五粮液系列产品、古井贡酒 1818 系列
	5	株洲市裕隆酒业有限责任公司	985.36	“湘窖”品牌产品
	6	四川上层酒业连锁有限公司	966.18	五粮液系列产品、贵州茅台酒系列产品
	7	重庆集创家科技有限公司	883.32	五粮液系列产品、贵州茅台酒系列产品
	8	四川省川商酒业连锁有限公司	801.87	五粮液系列产品、贵州茅台酒系列产品
	9	湖南弘泽商贸有限公司	683.41	“湘窖”品牌产品
	10	成都市润霖商贸有限公司	611.00	五粮液系列产品
2015 年	1	株洲市裕隆酒业有限责任公司	2,089.52	“湘窖”品牌产品
	2	湖南弘泽商贸有限公司	1,019.39	“湘窖”品牌产品
	3	大连川连国际商贸有限公司 大连振新川连商贸有限公司	936.82	五粮液系列产品
	4	永州市冷水滩区恬恬贸易商行	707.38	“湘窖”品牌产品
	5	昆明市西山区金利酒业经营部	676.00	五粮液系列产品
	6	海口松旗酒业有限公司	640.00	五粮液系列产品
	7	醴陵市咏佳名烟名酒商行	621.35	“湘窖”品牌产品
	8	双流县兴成酒类经营部	528.57	五粮液系列产品
	9	湘乡市云昌商贸有限公司	517.50	“湘窖”品牌产品
	10	泰安市泰山名饮有限公司	495.22	五粮液系列产品
2014 年	1	株洲市裕隆酒业有限责任公司	1,164.10	“湘窖”品牌产品
	2	湖南弘泽商贸有限公司	975.66	“湘窖”品牌产品
	3	醴陵市咏佳名烟名酒商行	455.23	“湘窖”品牌产品
	4	永州市冷水滩区恬恬贸易商行	426.33	“湘窖”品牌产品
	5	郴州市日升酒业有限公司 郴州市开发区日升名酒行	390.06	“湘窖”品牌产品、五粮液系列产品
	6	邵东县两市镇永丰商行	387.45	“湘窖”品牌产品
	7	湘乡市云昌商贸有限公司	370.72	“湘窖”品牌产品

年份	序号	零售网点	公司对其销售金额	主要产品类别
	8	成都惠强商贸有限公司	349.40	五粮液系列产品
	9	湖南中泰致远贸易有限公司	318.19	“湘窖”品牌产品
	10	无为坤润商贸有限责任公司	294.29	贵州茅台酒系列产品

2）KA 渠道

KA 卖场由于其管理规范、信誉良好、覆盖范围广，深受消费者青睐。公司与 KA 卖场签订销售合同，卖场发出订单订货，订单注明产品的名称、规格、数量等内容，公司根据订单组织发货配送，将货物运输至指定地点。公司向 KA 卖场销售确认收入具体分为两种，具体如下：

销售模式	收入确认具体原则	确认时点	确认依据
一般 KA 模式	客户签收确认	公司将商品运送至指定交货地点，客户签收后确认收入	客户签收的送货单
沃尔玛模式	实现最终销售确认	收到 KA 卖场的对外销售清单后	对外销售清单

公司现代零售部专职负责 KA 卖场渠道的开拓，截至 2017 年 6 月，公司已与 30 余家大型连锁商超建立合作关系，包括沃尔玛、麦德龙等跨国大型连锁超市以及苏果、华润万家、华联超市等国内知名商超。报告期 2014 年至 2016 年及 2017 年 1-6 月，公司 KA 渠道的收入分别为 16,747.50 万元、21,597.90 万元、26,544.20 万元和 29,087.29 万元，占各年主营业务收入的比例分别为 14.59%、13.69%、12.15%和 23.75%，KA 渠道增长显著。

报告期内，公司向主要 KA 卖场销售情况如下：

单位：万元

KA 客户	销售区域	商品分类	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
锦江麦德龙现购自运有限公司	华东、华中	茅台系列	16,200.72	7,891.77	6,095.02	4,551.33
		五粮液系列	7,632.35	8,217.20	5,428.31	7,086.78
		湘窖系列	-	143.37	154.40	153.63
		蒙大菲系列	138.94	-	-	-
		其他	552.80	-	-	23.79
		小计	24,524.80	16,252.34	11,677.72	11,815.53
大统华系统、八佰伴	华东	茅台系列	683.96	1,092.19	920.18	528.09
		五粮液系列	952.25	1,758.59	1,069.04	295.55

KA 客户	销售区域	商品分类	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
系统		其他	-0.39	4.33	13.55	17.65
		小计	1,635.83	2,855.11	2,002.77	841.29
苏果、华润系统	华东	茅台系列	732.67	3,225.84	1,233.91	573.87
		五粮液系列	292.97	571.18	485.92	489.47
		阿伦选系列	-21.47	96.99	5.87	16.16
		蒙大菲系列	19.66	379.95	-	11.67
		其他	-1.39	47.25	60.26	45.23
		小计	1,022.44	4,321.21	1,785.95	1,136.40
卜蜂莲花系统	华北、华东、华南、华中	阿伦选系列	76.59	144.34	131.01	67.99
		茅台系列	254.06	2,094.40	1,816.26	196.66
		蒙大菲系列	15.17	7.81	9.96	23.09
		五粮液系列	135.18	122.26	691.14	230.53
		湘窖系列	0.18	-1.33	-5.76	9.57
		珍酒系列	8.91	25.70	28.71	26.83
		其他	128.25	91.30	185.86	279.83
		小计	618.34	2,484.49	2,857.18	834.50
沃尔玛（中国）投资有限公司	华东、华中、华南	阿伦选系列	314.89	588.98	591.89	49.05
		蒙大菲系列	131.67	326.49	260.57	56.83
		五粮液系列	-	-	381.84	353.91
		其他	29.08	367.63	233.02	10.98
		小计	475.63	1,283.10	1,467.32	470.77

3）团购及其他渠道

公司重点客户部专职负责团购业务，同时协助合作店团购业务的开拓。公司团购业务的销售对象主要是大型批量消费客户，如企事业单位、行业协会及民间团体等。团购客户提出采购需求后，与重点客户部业务人员协商产品品类、价格、数量，达成一致后，公司安排发货，运送至客户指定地点。公司根据合同或订单的约定将商品交付给客户，并由其签收后确认收入。

子公司陈香商务负责公司电商渠道的开拓，在京东、天猫开设电商旗舰店，尝试开展线上销售。公司根据网上订单的约定将商品交付给客户，并由其签收确认，货款进入天猫等中介平台，退换期满后确认收入。

4）直供终端模式快速发展的原因

报告期 2014 年至 2016 年及 2017 年 1-6 月，公司直供终端渠道的收入分别为 62,906.86 万元、88,412.18 万元、121,098.34 万元和 79,423.86 万元，占各年的比例分别为 54.80%、56.04%、55.44%和 64.85%，直供终端渠道发展较快的原因如下：

①销售渠道扁平化是顺应产业发展方向的选择

随着居民收入的提升和酒类消费市场的升级，过去几年，酒品的终端消费构成发生了很大的变化，消费群体由过去的政务、商务消费为主转变成商务、个人消费为主，中产阶级的兴起所带动的个人消费开始活跃。酒类专卖店、名烟名酒店、餐饮酒楼、KA 卖场等由于其数量众多、地理区位分散、贴近消费者，成为我国酒类销售最重要的渠道。

在个人理性消费增长、健康饮酒文化推广的大趋势下，加快产品流通、降低流通成本、控制产品品质成为酒类消费的市场化选择，生产厂商和酒类批发商的营销重心逐渐转向终端管理，销售层级越来越少，销售渠道扁平化是酒类消费市场的发展趋势。报告期内，公司把握行业发展大势，加快发展直供终端客户，渠道建设不断下沉、渠道覆盖地域进一步拓宽，更加贴近最终消费群体，为客户及消费者提供便捷、高效的服务。

②营销的信息化管理为直供终端的快速发展创造了有利条件

信息技术，尤其是移动互联网技术的发展，使直供终端客户的大规模管理成为可能。传统的酒类销售依赖大流通，直供终端客户的管理需要消耗大量的人力、物力。公司所拥有的信息管理系统为酒类流通产业链量身定制，能够快速、高效、准确地服务于公司的广大客户，有力提升了公司的运营管理效率，实现对大批量终端客户的规模化管理和快速响应。公司的信息管理系统为直供终端网络的快速发展创造了技术条件。

③公司庞大的销售网络和丰富的产品线提高了直供终端拓展的效率

作为我国行业领先的精品酒水营销和服务商之一，公司的酒类流通全渠道营销网络体系遍布全国，并形成了一整套标准化、信息化、规范化的管理制度，在

零售网点的开发和管理方面规模效应明显，渠道管控能力较强。

与连锁酒行相比，零售网点开发初始投入成本较小，业务模式快速复制所耗用的成本和费用相对较低，业务拓展灵活；与其他销售终端相比，零售网点的单体体量相对较小，公司标准化的业务运作方式，能够帮助其提升店铺管理效率和服务水平，增强竞争力；相对于传统经销渠道，零售网点更加扁平化，公司在价格体系设置上能够给予客户足够的利润空间，客户的黏性较强。

直供终端处在销售渠道及产业链末端，贴近消费者，直面市场多元化的产品需求，销售产品的种类、层次和目标客户群体丰富多样。公司全品类产品体系能够满足客户一站式的购物需求，降低客户的采购管理成本；公司经验丰富的业务人员及销售服务体系，能够在市场资讯、产品品鉴、行业知识培训等方面向客户提供增值服务，并形成示范效应，进一步推动直供终端渠道的快速扩张。

④公司良好的商业信誉和酒品保真优势赢得了直供终端的青睐

公司始终坚持以“保真”作为自己的立身之本，采取源头控制、信息技术管理和消费者监督相结合的手段，保证渠道内的酒品均为真品，“华致酒行”品牌在业内具有较高的知名度和美誉度。良好的市场口碑和完备的保真体系，使终端客户可以放心采购到高性价比的优质酒品，是公司直供终端渠道快速发展的关键。

（5）终端供应商模式

公司重视酒类终端供应商的建设和维系，利用终端供应商在市场覆盖、渠道拓展方面的优势，开拓区域市场，提升产品的知名度和覆盖面。截至 2017 年 6 月，与公司合作的终端供应商 100 多家，均为各地市场信誉良好、进货渠道规范的专业酒品终端供应商，具备较强的零售、团购及终端资源优势。

公司各省区负责本地区终端供应商的开拓和管理。公司与终端供应商约定销售渠道及销售产品种类，并签订经销合同，约定产品的种类、定价方式、该终端供应商的销售区域和渠道、年度销售任务。未经公司同意，终端供应商不得以任何形式销往规定区域之外的区域，不得进行网络销售。

根据签署的合作协议，公司对终端供应商渠道的销售均为买断式销售。实际

采购时，终端供应商直接向公司下订单采购产品，经公司审核通过后安排物流发货，由终端供应商自行组织产品在约定的区域内进行销售。公司根据合同或订单的约定将商品交付给终端供应商，并由其签收后确认收入。终端供应商销售一般采用先款后货。

公司主要通过购销合同、各项销售管理制度及产品销售政策对终端供应商进行管理，主要管理措施如下：

	主要内容
结算价格	▪ 按照公司公布的全国统一供货价格执行，如有变更，以公司有关通知为准
付款方式	▪ 实行先款后货的原则
退换货	▪ 买断式销售，除非质量问题，不退换货
货物流向	▪ 不得以任何形式销往规定区域之外的区域 ▪ 未经公司书面授权，不得进行网络渠道销售
物流运输	▪ 一般情况下，华致酒行组织运输，并承担相应运费

报告期各期，发行人终端供应商数量区域分布情况如下:

单位：家

主营业务收入	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
华东地区	75	53.19%	76	54.29%	74	52.11%	81	67.50%
华北地区	31	21.99%	17	12.14%	19	13.38%	15	12.50%
华中地区	8	5.67%	14	10.00%	10	7.04%	8	6.67%
西南地区	6	4.26%	13	9.29%	22	15.49%	7	5.83%
华南地区	12	8.51%	8	5.71%	6	4.23%	4	3.33%
西北地区	3	2.13%	3	2.14%	6	4.23%	2	1.67%
东北地区	5	3.55%	6	4.29%	4	2.82%	3	2.50%
台港澳及国外	1	0.71%	3	2.14%	1	0.70%	-	-
合计	**141**	**100.00%**	**140**	**100.00%**	**142**	**100.00%**	**120**	**100.00%**

报告期各期，发行人终端供应商收入金额按区域分布情况如下：

单位：万元

主营业务收入	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东地区	12,555.87	43.01%	47,599.14	79.70%	9,616.06	38.30%	4,686.88	37.32%

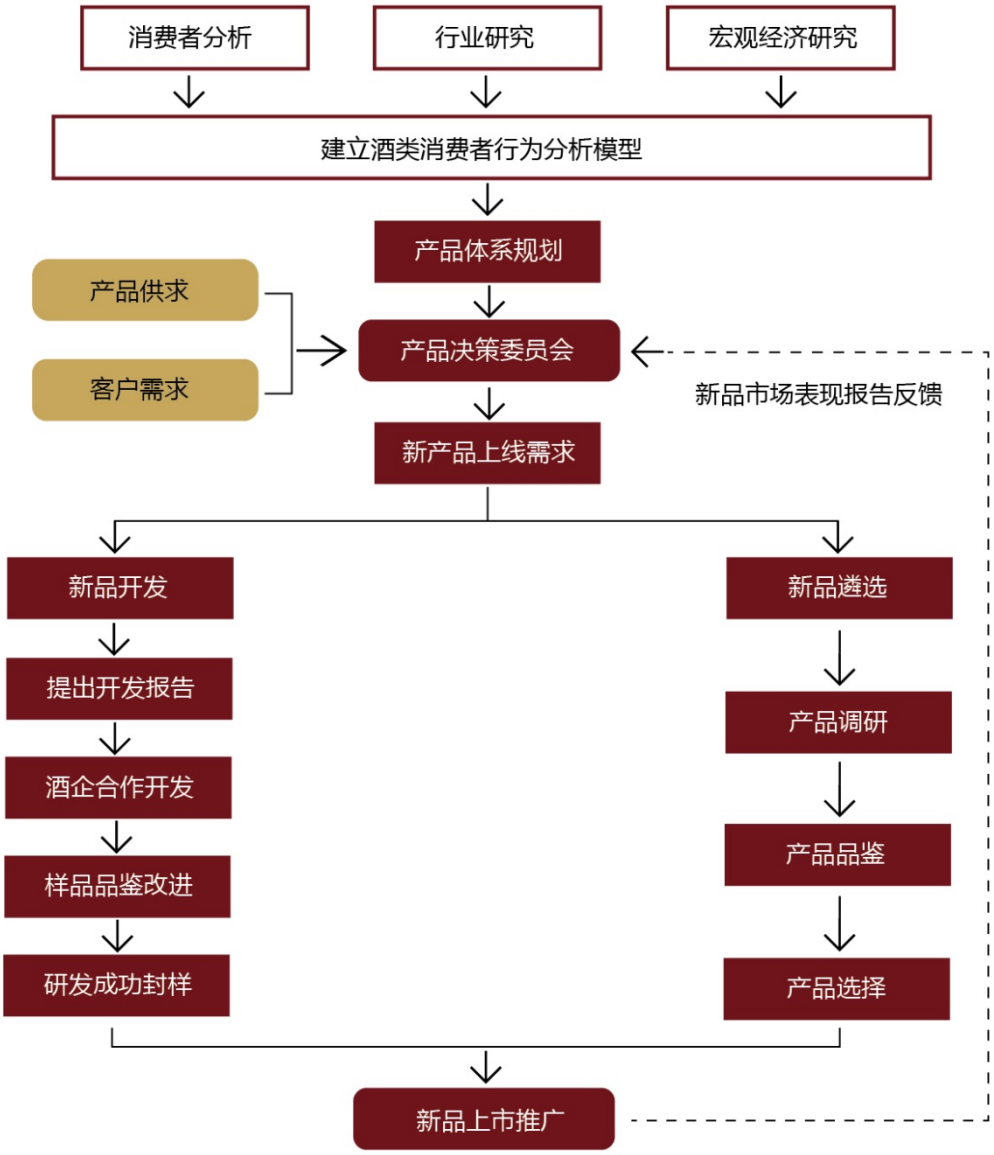
主营业务收入	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华北地区	13,111.67	44.92%	4,135.61	6.92%	4,039.96	16.09%	2,139.07	17.03%
华中地区	557.56	1.91%	3,523.37	5.90%	3,767.34	15.00%	2,202.40	17.54%
西南地区	467.57	1.60%	2,117.42	3.55%	4,865.82	19.38%	2,872.09	22.87%
华南地区	589.85	2.02%	709.14	1.19%	264.32	1.05%	172.94	1.38%
西北地区	451.95	1.55%	664.91	1.11%	550.43	2.19%	329.62	2.62%
东北地区	457.17	1.57%	230.19	0.39%	77.41	0.31%	154.18	1.23%
台港澳及国外	998.14	3.42%	743.57	1.25%	1,926.51	7.67%	-	-
总计	**29,189.77**	**100.00%**	**59,723.37**	**100.00%**	**25,107.84**	**100.00%**	**12,557.18**	**100.00%**

报告期 2014 年至 2016 年及 2017 年 1-6 月，公司终端供应商渠道的收入 12,557.18 万元、25,107.84 万元、59,723.37 万元和 29,189.77 万元，占各期主营业务收入的比例分别为 10.94%、15.92%、27.34%和 23.83%。

2、产品遴选与开发模式

经过多年的积累，借助广泛覆盖不同地域、不同消费群体的全渠道营销网络体系，公司与上游知名酒企酒商建立了持续稳定、相互信赖的合作关系，同时能够准确把握消费者的需求动向，为产品的遴选与开发奠定了坚实的基础。

公司设立了产品决策委员会，负责产品体系的规划、设计和改进调整，从专业的角度挑选国内外优质的酒类产品。



（1）产品体系规划

公司长期耕耘酒类消费市场，拥有广泛、稳固的客户群体，和数量多、地域广的终端渠道资源，积累了丰富的酒类产品运营经验。公司对饮用酒消费市场及消费者需求变化长期跟踪，能够准确判断行业的发展趋势，并通过酒类消费群体研究、我国酒类制造及消费市场的产业研究、宏观经济研究等多维度，建立起适合国内消费者的酒类消费者行为分析模型。

根据消费者行为分析模型，公司制定了全品类产品体系的发展策略，并细化发展出了多维度产品线。产品线的设计，综合考虑了产品的角色定位、价格定位、目标客户群体定位、地域定位、品牌定位、渠道定位，以实现不同产品承载不同

使命，适应不同区域与人群的目标。公司以产品角色为出发点，把消费者需求作为最终目标，实施差异化战略，根据产品的品牌知名度、酒体口感、销售渠道和区域特征制定完善的产品及价格体系。

截至目前，公司的产品线覆盖主流酒品大类，除白酒、葡萄酒、黄酒等主要产品外，还包含了部分国外知名品牌的啤酒、白兰地、威士忌、伏特加等产品。

（2）信息汇总分析

公司构建了包括连锁酒行、零售网点、KA 卖场、团购、电商、终端供应商在内的多层次、全方位、高效率的全渠道营销网络。丰富的销售渠道和完备的销售体系在保证公司顺利实现销售、完成商品流转、占据市场份额、获取营业利润的同时，也实现了酒类消费市场信息的传递和采集。公司一方面整理筛选各渠道所反馈的市场消费状况、消费者偏好等信息，另一方面专门组织人员前往各地主要酒类销售市场进行调研，了解不同档次酒类品种的供需状况、价格层次，及时掌握市场的动态变化，预测酒类市场未来发展动向。

公司的信息化管理系统能够优质、高效、准确地服务于公司众多客户、供应商及各地采购、销售、管理人员，公司各条业务线的数据经过汇总，及时传递至总部的财务及业务管理部门，形成公司产品供求的动态分析，向管理层提供及时、准确的信息。

上述信息经汇总，定期向公司的产品决策委员会报告，以决定现有产品线的调整，结合公司发展战略，产品决策委员会提出新产品的上线需求，公司开始新品开发工作。

（3）新品开发引进

公司的新品引进主要包括两种形式：一是精品遴选，公司凭借与上游酒企酒商持续稳定、相互信赖的合作关系，从其提供的产品中筛选出满足国人消费需求和公司发展战略的产品进行销售推广，如产品线中的普通五粮液、飞天茅台等传统白酒、“罗伯特•蒙大菲”、“阿伦选•葡萄酒”等葡萄酒；二是新品开发，当市场上现有酒品不足以完全满足消费者偏好时，公司会从口感、酒体、品位、价格等元素出发，主动提出开发报告，借助酒企丰富的生产经验和成熟的酿造工艺，

合作开发出新的酒品，弥补市场空白，如产品线中的“五粮液年份酒”、“贵州茅台酒（金）”、“古井贡酒 1818”、“国乡荷花”等。

公司制订了严格的供应商遴选制度，专门成立了一支由白酒和葡萄酒等酒类专家组成的产品引进团队，对供应商从企业管理、技术力量、工艺设备、质量管理、生产现场、产品质量、企业信誉、销售服务、包装运输、供货能力等多个角度进行评估和审核。符合公司产品战略需求的供应商，公司组织专家团队、销售、物流等部门的负责人，对拟入选产品进行调研、评估、品鉴，根据产品线评价体系的要求对新品打分评级，并与符合要求的供应商洽谈合作。

公司联合酿酒企业在现有酒类体系的基础上开发新的品种，以充实产品线，弥补市场空白。由公司负责筛选提出新品开发方案，包括酒品名称、酒品价位、酒品故事内涵以及酒品度数等要素的设计，酿酒企业负责方案审核、样品制作。公司邀请业内专家对样品进行品鉴，提出改进意见。待产品封样确定后，由酿酒企业组织批量生产，公司以产品总经销商的身份进行销售推广。双方之间的合作，将市场需求的了解、酒类文化的理解和成熟酿酒技术相结合，既能充分发挥公司的信息筛选和多维渠道的优势，又能利用酒企多年来制酒酿酒形成的丰富经验，实现双赢的局面。

（4）产品推广

从产品推广的策划制定到最终实施的一整套流程中，公司协调各个部门密切配合，以文化及价值内涵提升产品层次，采取广告投放、市场活动、新媒体宣传等多种形式，向消费者展示产品的内在价值。世界葡萄酒大师、华致酒行国际采购总监阿伦·格里菲斯先生等行业专家亲自设计新品推广活动，指导消费者进行酒水品鉴。

新品上市后，市场部门定期向产品决策委员会反馈新品市场表现情况，决策层根据市场表现，安排产品的后续推广活动。对于市场反应较好的产品，将加大市场开拓的力度。

广泛的客户及渠道资源，为公司赢得了上游酒企酒商的重视，建立起全品类酒品体系。公司与国内外知名酿酒企业及大型酒类流通商建立了长期、稳定的合作关系，经销的产品包括飞天茅台、普通五粮液、西凤酒、水井坊等知名酒品。

同时，公司与国内酒企合作开发了“五粮液年份酒”、“贵州茅台酒（金）”、“古井贡酒 1818”、“国乡荷花”等多款优质、畅销酒品，是上述产品的总经销。葡萄酒大师阿伦•格里菲斯（Alun Griffiths）先生根据国人的饮用习惯和偏好，在全球范围内甄选质量上乘且能够代表当地风土的精品葡萄酒 500 余款，组成“阿伦选•葡萄酒”产品系列；公司是美国著名红酒品牌“罗伯特•蒙大菲”在中国大陆地区的独家代理机构。公司全品类的产品体系规划，依托公司丰富的终端客户资源和广泛的消费者群体而生，为中国消费者的酒类消费习惯定制，能够满足其多样化、个性化的用户体验需求，顺应了酒类产品消费升级的趋势。

（5）公司与国内酒企合作开发产品的具体情况

公司秉承“精品、保真、服务、创新”的经营理念，自成立之初，便寻求与国内知名酒企合作开发新的产品。

2005 年，为共同开发年份酒市场，优化产品结构体系，宜宾五粮液与公司开展合作，由宜宾五粮液负责生产，公司负责产品外观设计及市场推广。随着五粮液年份酒产品的不断扩展及双方合作的不断深入，2009 年 3 月 18 日，公司与五粮液公司签订《关于“五粮液-年份酒”的经销协议书》，宜宾五粮液授权公司作为 50°、55°五粮液年份酒的国内经销商，期限为 5 年。为加强合作关系，继续加大五粮液年份酒市场开拓力度，2010 年 12 月 20 日，公司与宜宾五粮液重新签订《“五粮液-年份酒”总经销协议》，协议明确公司为 50°、55°五粮液年份酒的全国总经销商，经销期限自 2011 年 1 月 1 日起至 2018 年 12 月 31 日。2014 年 6 月 23 日，公司与宜宾五粮液签订了《五粮液年份酒总经销补充协议》。

五粮液年份酒的推出，丰富了公司开发新酒品的经验。与实力雄厚、品牌知名的酒企合作，增加了公司可供销售酒品的种类，提高了公司酒品开发业务的熟练度，也扩大了公司在酒类流通行业的知名度。新酒品的推广与销售，为公司培养了一批经验、资源丰富的销售人员，增强了公司产品推广的能力。在此基础上，公司与古越龙山、泸州纳川、贵州茅台、古井贡酒等国内知名酒企合作陆续推出新的产品。

2006 年，公司顺应黄酒行业发展趋势，决定与古越龙山共同开发黄酒年份酒市场，由古越龙山负责生产产品，华致酒行负责新产品的设计及市场推广。2006

年 12 月 21 日，古越龙山与华致酒业签署了《关于浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司和华致酒业酒业有限公司合作古越龙山年份酒的协议书》，2008 年 6 月 5 日，古越龙山与华致有限签署了《合作生产古越龙山年份酒的补充协议》，2010 年 12 月 23 日，古越龙山与本公司签署了《关于<合作生产古越龙山年份酒的协议书>的补充协议》，约定由古越龙山授权公司自 2006 年 12 月 21 日至 2016 年 12 月 31 日作为新设计的古越龙山年份酒 30 年、40 年、50 年三款产品的独家代理。

2008 年，为了满足消费者个性化需求，公司与泸州纳川展开合作，开发华致特供酒，由泸州纳川及五粮液公司负责设计及生产，华致酒行负责产品市场开发与推广。2010 年 1 月 1 日，泸州纳川与华致有限签署《“华致特供酒”总经销协议》，约定由泸州纳川授予公司“华致特供酒”系列白酒产品的国内独家总经销权。2011 年 5 月 9 日，公司的全资子公司醴陵华致与泸州纳川签署《关于“五粮陈”1 号、2 号和 3 号系列酒供货协议》，共同开发五粮液公司的“五粮陈”品牌。协议约定由泸州纳川（此前，泸州纳川已取得“五粮陈”系列白酒产品在国内的独家总经销权）授予公司 “五粮陈”1 号、2 号及 3 号系列白酒的国内独家总经销权。

2010 年，公司以全国化的销售网络以及规范、标准的连锁管理体系获得贵州茅台的认可，由此获得贵州茅台部分酒品的经销权。2015 年，在前期合作的基础上，公司与贵州茅台合作推出了贵州茅台酒（金），签订了国酒茅台（总经销）合同书，由公司在全国范围内销售推广贵州茅台酒（金），合同约定一年一签。

此后，为了进一步丰富公司产品体系，公司分别于 2015 年 7 月 26 日与安徽古井贡签订《商标使用许可合同》，约定共同开发古井贡酒 1818 系列；2016 年 12 月 5 日与荷花酒业签订《华致酒行合作产品独家总经销合同》，约定共同开发“国乡荷花”酒，由荷花酒业负责供应产品，公司负责产品外观设计及市场推广；2016 年 12 月 7 日与习酒公司签订《华致酒行合作产品经销合同》约定开发“习坛”酒，由习酒公司负责供应产品，公司负责产品外观设计及市场推广；2017 年 1 月 15 日与九贺宴酒业、仙林果酒公司签订《华致酒行合作产品独家总经销合同》，约定合作开发“仙林世家桑葚酒”，由九贺宴酒业负责供应产品，公司负责产品外观设计及市场推广。

（6）报告期内公司获取的经销资质

在酒类行业，流通企业获取的资质通常划分为总经销资质与一般经销资质。总经销模式，即公司发挥市场开发和品牌策划能力，通过分析需求趋势，进行全面的市场调查形成初步方案、然后寻找合适的酒厂与其合作开发新的产品并取得总经销权，比如公司与宜宾五粮液合作开发五粮液年份酒并取得全国总经销权。一般经销模式，即公司凭借营销网络优势及市场营运管理能力，获取优质酒类产品的经销权，比如公司取得贵州茅台授予的贵州茅台酒系列的经销权。

序号	产品名称	酒企名称	经销商资质	获取时间	最新合同约定期限	是否存在区域限制	同类产品的其他总经销商数量	其他同类经销商规模（万元）
1	五粮液年份酒	宜宾五粮液	总经销	2005 年	2011 年 1 月 1 日-2018 年 12 月 31 日	全国	不存在[注 1]	-
2	贵州茅台酒（金）	贵州茅台	总经销	2015 年	2017 年 1 月 1 日-2017 年 12 月 31 日	全国	不存在	-
3	53°1680ml 贵州茅台酒	贵州茅台	总经销	2016 年	2017 年 2 月 27 日-2017 年 12 月 31 日	全国	不存在	-
4	罗伯特•蒙大菲系列葡萄酒	星座品牌	总经销	2013 年	2013 年 11 月 21 日-2024 年 2 月 29 日	中国大陆地区	不存在	-
5	古井贡酒 1818 系列	安徽古井贡	总经销	2015 年	2015 年 7 月 26 日-2018 年 12 月 25 日	全国（安徽、河南、苏州、温州除外）	不存在	-
6	习坛	习酒公司	总经销	2016 年	2016 年 12 月 1 日-2019 年 12 月 31 日	全国	不存在	-
7	国乡荷花	荷花酒业	总经销	2016 年	2016 年 12 月 7 日-2026 年 12 月 6 日	全国	不存在	-
8	仙林世家桑葚酒	九贺宴酒业	总经销	2017 年	2017 年 1 月 15 日-2022 年 1 月 14 日	全国	不存在	-
9	古越龙山年份酒	古越龙山	总经销	2006 年	2006 年 12 月 21 日-2016 年 12 月 31 日，已终止。	全国	不存在	-

序号	产品名称	酒企名称	经销商资质	获取时间	最新合同约定期限	是否存在区域限制	同类产品的其他总经销商数量	其他同类经销商规模（万元）
10	华致特供酒	泸州纳川	总经销	2010 年	2010 年 1 月 1 日-2014 年 12 月 31 日，已终止。	全国	不存在	-
11	“五粮陈”1 号、2 号和 3 号	泸州纳川	总经销	2011 年	2011 年 5 月 9 日-2016 年 5 月 8 日，已终止。	全国	不存在	-
12	香格里拉高原干红品牌系列	天籁酒业、香格里拉酒业	总经销	2012 年	2017 年 1 月 1 日-2021 年 12 月 31 日	全国	不存在	-
13	珍酒品牌系列	贵州珍酒销售、贵州珍酒酿酒	总经销	2012 年	2012 年 1 月 1 日-2016 年 12 月 31 日，已终止。	全国	不存在	-
14	湘窖品牌系列	邵阳开口笑、湘窖酒业	总经销	2012 年	2012 年 1 月 1 日-2016 年 12 月 31 日，已终止。	全国	不存在	-
15	福酒中国红品牌系列	四川陈又陈、四川金六福	总经销	2012 年	2012 年 1 月 1 日-2016 年 12 月 31 日，已终止。	全国	不存在	-
16	普通五粮液系列	宜宾五粮液	一般经销	2011 年	2016 年 12 月 6 日-2017 年 12 月 5 日	全国，自有渠道	1128 家	2,018.18 [注 2]
17	贵州茅台酒系列	贵州茅台	一般经销	2011 年	2017 年 1 月 1 日-2017 年 11 月 30 日	全国，自有渠道	3227 家	1,203.62 [注 3]

注 1：在酒类流通行业，通常情况下，酒厂就一款产品授予一家经销商总经销的资质，不会再向其他经销商销售这款产品经销资质。也就是说，发行人拥有总经销资质的产品，不存在其他经销商。

注 2：宜宾五粮液 2016 年营业收入除以其官方网站披露的经销商数量

注 3：贵州茅台 2016 年营业收入除以其官方网站披露的经销商数量

（7）报告期内公司总经销产品合同主要内容、双方权利义务

1）《“五粮液-年份酒”总经销协议》及补充协议

①合同的主要条款：

事项	主要内容
合作产品	五粮液-年份酒
经销形式	公司为产品“五粮液-年份酒”的全国总经销商。
产品设计	宜宾五粮液根据公司提出的产品设计方案，并经双方认可定型封样后，宜宾五粮液组织生产。“五粮液-年份酒”的包装不得侵犯他人的专利权、版权、商标权。因“五粮液-年份酒”在生产、销售过程中产生的专利权、版权纠纷由公司负责处理。
产品酒精度、规格、价格及执行标准	公司按宜宾五粮液下达的产品酒精度、规格、价格及执行标准执行。
产品采购方式	产品采购分解到每月执行，如需增加采购量，需提前一月报宜宾五粮液，以便宜宾五粮液下达计划组织生产。
货物提取	公司应在宜宾五粮液通知提货之日起 10 日内将所有成品酒提完，交货地点为宜宾五粮液仓库。
结算方式	一般先款后货。
市场信息反馈	公司每年向宜宾五粮液书面反馈两次“五粮液-年份酒”系列酒的市场运行情况。
合同续签	总经销年限到期后，如公司营销情况良好，在同等条件下，公司有优先续签权。

②代理期限及模式

代理期限自 2011 年 1 月 1 日起至 2018 年 12 月 31 日，根据合同约定，该产品为买断式代理。

③双方的主要权利及义务：

	主要权利	主要义务
华致酒行	公司作为“五粮液-年份酒”的全国总经销商，宜宾五粮液作为供应商，公司有权利按照协议条款要求宜宾五粮液向公司提供符合质量要求的产品，并按时完成公司的要货计划。	公司作为采购商，有义务按照协议条款保护宜宾五粮液的相关知识产权，不得擅自委托第三方使用“五粮液-年份酒”商标进行生产，不得擅自改变产品包装或采取二次包装方式进行销售，不得未经宜宾五粮液许可向第三方转让或授权第三方代为行使“五粮液-年份酒”的总经销权。
宜宾五粮液	1、当公司未能完成销售任务时，宜宾五粮液有权取消公司对“五粮液-年份酒”的总经销权，并不退还保证金。 2、包装物材料的采用与价格一经确定，未经宜宾五粮液同意不得随意变更。	宜宾五粮液作为生产厂商，负责组织生产双方认定的产品设计方案。若未能完成公司提出的要货计划（在总经销期内），应给予公司一定的经济赔偿。如产品内在质量、包装质量出现问题，由宜宾五粮液负责。

2）《国酒茅台（总经销）合同书》

①合同的主要条款：

事项	主要内容
合作产品	53 度 500ml 贵州茅台酒（金）
经销形式	公司为产品“53 度 500ml 贵州茅台酒（金）”总经销商
销售区域	全国
产品价格	由贵州茅台酒股份有限公司财务测算为准
结算方式	先款后货。
运输方式	贵州茅台负责运送至公司所在地（或就近地），运输费用由贵州茅台承担。
合同续签	合同一年一签，期满后双方可协商续签。

②代理期限及模式

公司与贵州茅台合作的 53 度 500ml 贵州茅台酒（金）的合同为一年一签，本年的代理期限为 2017 年 1 月 1 日起至 2017 年 12 月 31 日，根据合同约定，该产品为买断式代理。

③双方的主要权利及义务

	主要权利	主要义务
华致酒行	1、公司有权按照协议条款要求贵州茅台及时完成产品配送，并将货物发送至指定地点。 2、公司享有对贵州茅台市场考核政策、业务办理等情况的知情权，参与贵州茅台组织的经销商会议、培训等活动。	1、公司作为采购商，有义务严格按照自身渠道销售产品，管理好自身开发的销售渠道。 2、在经销过程中坚决杜绝销售假冒茅台酒及其系列产品和侵犯贵州茅台知识产权的产品。
贵州茅台	1、制定合同产品营销秩序和考核制度、对合同产品市场价格提出建议。 2、指导、帮扶和考核公司日常经营行为，收集销售网络、销售价格、渠道建设、服务质量等信息。	1、保证产品质量，及时向公司提供推动产品销售的资料。 2、在计划安排、财务结算、产品发运、售后服务等方面给予公司良好服务。

3）《国酒茅台（总经销）合同书》

①合同的主要条款：

事项	主要内容
合作产品	53 度 1680ml 贵州茅台酒
经销形式	西藏威华达为产品“53 度 1680ml 贵州茅台酒”总经销商
销售区域	全国
产品价格	由贵州茅台酒股份有限公司财务测算为准

事项	主要内容
结算方式	先款后货。
运输方式	贵州茅台负责运送至西藏威华达所在地（或就近地），运输费用由贵州茅台承担。
合同续签	合同一年一签，期满后双方可协商续签。

②代理期限及模式

西藏威华达与贵州茅台合作的 53 度 1680ml 贵州茅台酒的合同为一年一签，本年的代理期限为 2017 年 1 月 1 日起至 2017 年 12 月 31 日，根据合同约定，该产品为买断式代理。

③双方的主要权利及义务

	主要权利	主要义务
西藏威华达	1、西藏威华达有权按照协议条款要求贵州茅台及时完成产品配送，并将货物发送至指定地点。 2、西藏威华达享有对贵州茅台市场考核政策、业务办理等情况的知情权，参与贵州茅台组织的经销商会议、培训等活动。	1、西藏威华达作为采购商，有义务严格按照自身渠道销售产品，管理好自身开发的销售渠道。 2、在经销过程中坚决杜绝销售假冒茅台酒及其系列产品和侵犯贵州茅台知识产权的产品。
贵州茅台	1、制定合同产品营销秩序和考核制度、对合同产品市场价格提出建议。 2、指导、帮扶和考核西藏威华达日常经营行为，收集销售网络、销售价格、渠道建设、服务质量等信息。	1、保证产品质量，及时向西藏威华达提供推动产品销售的资料。 2、在计划安排、财务结算、产品发运、售后服务等方面给予西藏威华达良好服务。

4）罗伯特·蒙大菲系列葡萄酒《分销协议》（该协议由公司全资子公司华致精品与星座品牌签署）

①合同的主要条款：

事项	主要内容
合作产品	罗伯特·蒙大菲系列葡萄酒（酒庄珍藏、纳帕谷、奥克维尔、私家精选和木桥）
经销形式	华致精品为罗伯特·蒙大菲系列葡萄酒（酒庄珍藏、纳帕谷、奥克维尔、私家精选和木桥）在约定销售区域内的唯一分销商
销售区域	中华人民共和国（不包括香港、澳门和台湾）的国内市场
授权及排他性	在遵守合同条款的前提下，星座品牌授予华致精品向约定销售区域内的第三方客户销售产品的排他性权利和许可，华致精品为约定销售区域的唯一

事项	主要内容
	分销商，并且星座品牌在有效期内不得向约定销售区域的任何其他分销商销售产品。
合同续签	合同在 2024 年 2 月 29 日正常终止后，可每次自动续期五年，直到依据合同条款终止或至 2044 年 2 月 29 日。

②代理期限及模式

代理期限为 2013 年 11 月 21 日起至 2024 年 2 月 29 日，根据合同约定，该产品为买断式代理。

③双方的主要权利及义务

	主要权利	主要义务
华致精品	1、华致精品有权在合同有效期内，在约定销售区域基于营销目的使用“蒙大菲”商标。 2、如果星座品牌希望在约定销售区域内引入一种新的葡萄酒，华致精品享有优先权决定是否希望承接该葡萄酒的分销。	1、华致精品承诺配备完善的组织机构和人员履行合同所需的销售、财务及其他职能，并开展充分的促销活动。 2、华致精品保证持有在约定销售区域分销产品的执照和许可证。 3、华致精品不得向约定销售区域外的客户销售产品。
星座品牌	1、星座品牌有权随时向任何人出售、转让其对任何产品的权利、权益及相关产品的商标，如果因前述五款蒙大菲系列产品对华致精品造成损害，则按照约定的计算公式支付违约金。 2、星座品牌有权提前 180 天以书面形式通知华致精品终止销售特定的库存单品（SKU）。	1、星座品牌不得通过除华致精品外的其他分销商将合同约定的五种产品销售至约定销售区域（中国大陆地区）。 2、星座品牌应指定至少 2 名营销员工，协助华致精品在约定销售区域内开展营销策划活动。 3、星座品牌保证向华致精品销售的所有产品均符合约定销售区域适用的法律法规。

5）古井贡酒采购《商标使用许可合同》

①合同的主要条款：

事项	主要内容
合作产品	古井贡酒 1818（红）、古井贡酒 1818（黑）
经销形式	总经销
销售区域或渠道	全国（安徽、河南、苏州、温州除外），全渠道。
合同续签	在双方共同遵守合同各项约定的情况下，每 3 年续签一次合同。合同期满，如需延长使用时间，由甲乙双方另行签订商标使用许可合同。

②代理期限及模式

商标许可使用期限自 2015 年 7 月 26 日起至 2018 年 12 月 25 日，共计 3 年零 5 个月。双方合作期限为 10 年，在双方共同遵守合同各项约定的情况下，每 3 年续签一次合同。合同期满，如需延长使用时间，由甲乙双方另行签订商标使用许可合同。根据合同约定，该产品为公司买断式代理。

③双方的主要权利及义务

	主要权利	主要义务
华致酒行	1、公司有权在 33 类酒商品上使用 1421039、8164765 号“古井贡”商标。 2、公司可以在电视、报刊、网络等媒体传播中标注为许可产品的“总经销商”、“品牌运营商”字样。	1、公司不得任意改变安徽古井贡注册商标的文字、图形或者其组合，并不得超越许可商品范围及期限使用安徽古井贡的注册商标。 2、未经授权，公司不得以任何形式和理由将安徽古井贡的注册商标许可第三方使用。 3、公司必须遵守安徽古井贡的市场销售管理规定等规章制度
安徽古井贡	1、安徽古井贡有权公司许可商品的销售区域、销售计划完成情况等进行监督。 2、安徽古井贡有权监督公司许可商品销售情况	1、保证产品质量，及时向公司提供推动产品销售的资料。 2、在计划安排、财务结算、产品发运、售后服务等方面给予公司良好服务。

6）习坛采购《华致酒行合作产品经销合同》

①合同的主要条款：

事项	主要内容
合作产品	习坛
经销形式	总经销
销售区域或渠道	全国
包装	产品包装由公司设计、打样，经习酒公司评审封样后，由习酒公司根据公司要货计划组织生产。
结算方式	先款后货
运输方式	习酒公司所在地仓库交货，运输费用及风险由公司承担。
合同续签	合同期满，在同等条件下，公司享有优先合作的权利

②代理期限及模式

代理期限自 2016 年 12 月 1 日起至 2019 年 12 月 31 日，根据合同约定，该产品为买断式代理。

③双方的主要权利及义务

	主要权利	主要义务
华致酒行	1、公司有权组织策划、实施广告宣传和促销方案。 2、公司每年度销售达到习酒公司规定的条件后，可正常享受习酒公司当年奖励支持。	1、公司设计的“习坛”系列包装不得侵犯他人的合法权益。 2、公司的销售或广告行为不得侵犯习酒公司及他人的合法权利。 3、公司必须遵守习酒公司的市场销售管理规定等规章制度
习酒公司	在合同有效期内，若原材料价格、包装材料价格变动或国家税收政策调整，产品结算价格随之调整。	1、习酒公司按照公司材料组织计划配套运至习酒公司仓库后，书面通知公司。 2、习酒公司协助公司进行打假维权工作。

7）国乡荷花酒采购《华致酒行合作产品独家总经销合同》

①合同的主要条款：

事项	主要内容
合作产品	国乡荷花酒
经销形式	总经销
销售区域或渠道	全渠道
包装	产品包装由双方协商确定。
结算方式	先款后货
运输方式	荷花酒业负责运送至公司指定仓库，运输费用由荷花酒业承担。
合同续签	合同期满，如双方均同意本协议所述合作，由双方另行签订

②代理期限及模式

代理期限自 2016 年 12 月 7 日起至 2026 年 12 月 6 日，根据合同约定，该产品为买断式代理。

③公司的主要权利及义务

	主要权利	主要义务
华致酒行	1、公司有权在 33 类酒商品上使用第 16874041 号“国乡荷花”商标。 2、公司有权按照协议条款要求荷花酒业向公司提供符合质量要求的产品，并按时完成公司的要货计划。	1、公司保证其设计对他人的在先权利不构成任何形式的侵权。 2、公司不得实施有损荷花酒业企业形象和合法权益的行为。 3、未经授权，公司不得以任何形式和理由将荷花酒业的注册商标用于合同约定外的其他用途
荷花酒业	荷花酒业有权制定“国乡荷花”商标标准样，并实行月度品种销售计划刚性管理。	1、荷花酒业应按照公司的采购订单要求，准时、按量将产品运至公司指定的收货地点。

	主要权利	主要义务
		2、荷花酒业依据本协议向公司提供的约定产品必须为贵州醉泉酒业（集团）有限公司所生产。

8）仙林世家桑葚酒采购《华致酒行合作产品独家总经销合同》

①合同的主要条款

事项	主要内容
合作产品	仙林世家桑葚酒
经销形式	总经销
销售区域或渠道	全渠道
包装	产品包装由双方协商确定。
结算方式	先款后货
运输方式	九贺宴酒业负责运送至公司指定仓库宜宾库，运输费用由九贺宴酒业承担。
合同续签	合同期满，如双方均同意本协议所述合作，由双方另行签订

②代理期限及模式

代理期限自 2017 年 1 月 15 日起至 2022 年 1 月 14 日，根据合同约定，该产品为买断式代理。

③公司的主要权利及义务

	主要权利	主要义务
华致酒行	1、公司有权依据本合同所述目的，在经销约定产品销售及宣传推广时使用第 4518919 号“仙林世家”商标。 2、公司有权按照协议条款要求荷花酒业向公司提供符合质量要求的产品，并按时完成公司的要货计划。	1、公司保证其设计对他人的在先权利不构成任何形式的侵权。 2、公司不得实施有损九贺宴酒业企业形象和合法权益的行为。 3、未经授权，公司不得以任何形式和理由将第 4518919 号“仙林世家”商标用于合同约定外的其他用途
九贺宴酒业	九贺宴酒业有权制定“仙林世家”商标标准样，并实行月度品种销售计划刚性管理。	1、宜宾九贺宴应按照公司的采购订单要求，准时、按量将产品运至公司指定的收货地点宜宾库。 2、宜宾九贺宴依据本协议向公司提供的约定产品必须为所五粮液集团仙林果酒有限责任公司所生产。

9）《合作古越龙山年份酒的协议书》及其补充协议

①合同的主要条款：

事项	主要内容
经销权	古越龙山授权公司新设计的古越龙山年份酒 30 年、40 年、50 年三款产品为唯一代理。
产品设计	公司提供产品包装设计方案，经双方认可后封样存档。
产品生产	各年度的生产计划由公司在年初预报，每月的生产计划由公司提前一个月报送古越龙山。
结算方式	先款后货。
运输方式	交货地点为公司上海仓库，由古越龙山负责运送并承担运费。

②代理期限及模式：

代理期限自 2006 年 12 月 21 日起至 2016 年 12 月 31 日，根据合同约定，该产品为买断式代理。

③双方的主要权利及义务

	主要权利	主要义务
华致酒行	公司有权利按照协议条款要求古越龙山按照公司提供的生产计划及时安排生产，产品需符合相关设计、质量等要求	1、公司应按照协议条款向古越龙山合理分解生产计划，并及时支付货款。 2、公司在产品营销过程中，应注重收集市场信息，及时向古越龙山反馈。
古越龙山	合作期间，古越龙山仍保留现有 30 年和 50 年产品继续销售，但不再授权其他经销商独家代理。	古越龙山应按照产品执行标准确保质量，在生产过程中确保产品质量稳定与提高。

10）《“华致特供酒”总经销协议》

①合同的主要条款：

事项	主要内容
经销权	泸州纳川将“华致特供酒”系列白酒产品的全国总经销权授权给华致酒行。
经销渠道	“华致特供酒”系列白酒产品不得进入流通渠道及大卖场（在华致酒行门店范围内进行销售的除外）。
产品设计、价格	产品设计、包装、酒品质量以及采购价格由泸州纳川与五粮液公司协商确定。
结算方式	先款后货
运输方式	泸州纳川委托五粮液的相关运输公司送货，费用由公司承担。
协议续签	协议期满后，经双方共同协商，可另行签订购销合同。

②代理期限及模式：

代理期限自 2010 年 1 月 1 日起至 2014 年 12 月 31 日，根据合同约定，该产品为买断式代理。

③双方的主要权利及义务：

	主要权利	主要义务
华致酒行	公司有权按照协议条款要求泸州纳川保证公司对“华致特供酒”系列白酒产品的全国独家总经销权，由泸州纳川向五粮液公司申请生产“华致特供酒”系列白酒产品并保证按时按质向公司交付产品，同时确保泸州纳川及其关联公司以及五粮液公司在协议期限内均不得自行销售或者许可他人销售“华致特供酒”系列白酒产品。	公司由义务按照协议条款向泸州纳川合理下达订单，并在发出《采购订单》后预付货款
泸州纳川	泸州纳川在收到公司货款后向宜宾五粮液酒类销售有限公司下达产品生产计划组织生产	泸州纳川保证公司对“华致特供酒”系列白酒产品的全国总经销权。

11）《关于“五粮陈”1 号、2 号和 3 号系列酒供货协议》（该协议由公司全资子公司醴陵华致与泸州纳川签署）

①合同的主要条款：

事项	主要内容
协议前提	宜宾五粮液已同意生产“五粮陈”1 号、2 号和 3 号系列酒，同时泸州纳川已依法获得宜宾五粮液及其关联公司生产、销售的“五粮陈”系列白酒产品在全国的独家总经销权。
经销权	泸州纳川授权醴陵华致为“五粮陈”1 号、2 号和 3 号系列酒的全国总经销商。
产品设计、价格	产品设计、包装、酒品质量以及采购价格由泸州纳川与宜宾五粮液协商确定，并经醴陵华致同意后执行。
结算方式	先款后货。
运输方式	泸州纳川委托五粮液的相关运输公司送货，费用由醴陵华致承担。
协议续签	协议期满后，经双方共同协商，可另行签订购销合同。

②代理期限及模式：

代理期限自 2011 年 5 月 9 日起至 2016 年 5 月 8 日。

③双方的主要权利及义务：

	主要权利	主要义务
醴陵华致	醴陵华致有权利按照协议条款要求泸州纳川保证公司对“五粮陈”1 号、2 号和 3	醴陵华致有义务按照协议条款向泸州纳川合理下达订单，并在发出《采购订单》后

	主要权利	主要义务
	号系列酒的全国独家总经销权，由泸州纳川向宜宾五粮液申请生产“五粮陈”1 号、2 号和 3 号系列酒并保证按时按质向醴陵华致交付产品，同时确保泸州纳川及其关联公司以及宜宾五粮液在协议期限内均不得自行销售或者许可他人销售“五粮陈”1 号、2 号和 3 号系列酒。	预付货款
泸州纳川	泸州纳川在收到醴陵华致货款后向宜宾五粮液酒类销售有限公司下达产品生产计划组织生产	泸州纳川将“五粮陈”1 号、2 号和 3 号系列白酒产品的全国独家总经销权授权给醴陵华致后，泸州纳川及其关联公司均不得自行销售或者许可他人销售“五粮陈”1 号、2 号和 3 号系列白酒产品。

12）与贵州珍酒销售、贵州珍酒酿酒签订的《购销合同》

①合同的主要条款：

事项	主要内容
经销产品	珍酒品牌系列
经销形式	全国总经销
转授权	公司、贵州珍酒销售及贵州珍酒酿酒一致同意公司可将合同约定的产品经销权、采购权转授给其控股子公司行使，其控股子公司需要按照合同约定行使权利，并按履行相关义务。
运输方式	贵州珍酒销售负责将产品运送至公司指定地点
结算方式	先款后货

②代理期限及模式：

代理期限自 2012 年 1 月 1 日起至 2016 年 12 月 31 日。

③双方的主要权利及义务：

	主要权利	主要义务
华致酒行	公司有权按照协议条款要求贵州珍酒销售按照《采购订单》提供符合质量及包装要求的产品，并及时将货物运送至指定地点。	公司有义务提供准确及时的订单信息
贵州珍酒销售	未经贵州珍酒销售、贵州珍酒酿酒许可，公司不得将合同项下的经销权转授给控股子公司以外的主体行使。	贵州珍酒销售提供的产品应符合国家产品质量标准且确保所供产品为贵州珍酒酿酒生产。

13）与邵阳开口笑、湘窖酒业签订的《购销合同》（该协议由公司全资子公司邵阳湘窖与邵阳开口笑、湘窖酒业签署）

①合同的主要条款：

事项	主要内容
经销产品	湘窖品牌系列
经销形式	全国总经销
运输方式	邵阳开口笑负责将产品运送至邵阳湘窖指定地点
结算方式	先款后货

②代理期限及模式：

代理期限自 2012 年 1 月 1 日起至 2016 年 12 月 31 日，根据合同约定，该产品为买断式代理。

③双方的主要权利及义务：

	主要权利	主要义务
邵阳湘窖	邵阳湘窖有权按照协议条款要求邵阳开口笑按照《采购订单》提供符合质量及包装要求的产品，并及时将货物运送至指定地点。	邵阳湘窖有义务提供准确及时的订单信息
邵阳开口笑	邵阳开口笑将收货单上的产品编码随到货产品一同交付收货人	邵阳开口笑提供的产品应符合国家产品质量标准且确保所供产品为湘窖酒业生产。

14）与四川陈又陈、四川金六福签订的《购销合同》

①合同的主要条款：

事项	主要内容
经销产品	福酒中国红品牌系列
经销形式	全国总经销
运输方式	四川陈又陈负责将产品运送至公司指定地点
结算方式	先款后货

②代理期限及模式：

代理期限自 2012 年 1 月 1 日起至 2016 年 12 月 31 日，根据合同约定，该产品为买断式代理。

③双方的主要权利及义务：

	主要权利	主要义务
华致酒行	公司有权按照协议条款要求四川陈又陈按照《采购订单》提供符合质量及包装要求的产品，并及时将货物运送至指定地点。	公司有义务提供准确及时的订单信息
四川陈又陈	四川陈又陈将收货单上的产品编码随到货产品一同交付收货人	四川陈又陈提供的产品应符合国家产品质量标准且确保所供产品为四川金六福生产。

15）与天籁酒业、香格里拉酒业签订的《购销合同》（该协议由公司全资子公司德钦华致与天籁酒业、香格里拉酒业签署）

①合同的主要条款：

事项	主要内容
经销产品	香格里拉高原干红品牌系列
经销形式	全国总经销
运输方式	天籁酒业负责将产品运送至德钦华致指定地点
结算方式	先款后货

②代理期限及模式：

代理期限自 2012 年 1 月 1 日起至 2021 年 12 月 31 日，根据合同约定，该产品为买断式代理。

③双方的主要权利及义务：

	主要权利	主要义务
德钦华致	德钦华致有权按照协议条款要求天籁酒业按照《采购订单》提供符合质量及包装要求的产品，并及时将货物运送至指定地点。	德钦华致有义务提供准确及时的订单信息
天籁酒业	天籁酒业将收货单上的产品编码随到货产品一同交付收货人	天籁酒业提供的产品应符合国家产品质量标准且确保所供产品为香格里拉酒业生产。

（6）报告期内公司总经销产品的数量及变动原因

时间	序号	总代理产品名称	是否发生变动	变动原因
2014 年	1	五粮液年份酒	否	-
	2	古越龙山年份酒	否	-
	3	罗伯特·蒙大菲葡萄酒系列	否	-
	4	珍酒品牌系列	否	-
	5	湘窖品牌系列	否	-

时间	序号	总代理产品名称	是否发生变动	变动原因
	6	福酒中国红品牌系列	否	-
	7	香格里拉高原干红品牌系列	否	-
	8	“五粮陈”1 号、2 号、3 号	否	
	9	华致特供酒	是	合同到期终止，不再续约，代理权终止
2015 年	1	五粮液年份酒	否	-
	2	古越龙山年份酒	否	-
	3	罗伯特·蒙大菲葡萄酒系列	否	-
	4	珍酒品牌系列	否	-
	5	湘窖品牌系列	否	-
	6	福酒中国红品牌系列	否	-
	7	香格里拉高原干红品牌系列	否	-
	8	“五粮陈”1 号、2 号、3 号	否	-
	9	贵州茅台酒（金）	是，新增	新开发产品
	10	古井贡 1818 系列	是，新增	新开发产品
2016 年	1	五粮液年份酒	否	-
	2	罗伯特·蒙大菲葡萄酒系列	否	-
	3	贵州茅台酒（金）	否	-
	4	古井贡 1818 系列	否	-
	5	香格里拉高原干红品牌系列	否	-
	6	珍酒品牌系列	否	-
	7	湘窖品牌系列	否	-
	8	福酒中国红品牌系列	否	-
	9	53°1680ml 贵州茅台酒	是，新增	新增加总经销产品
	10	习坛	是，新增	新开发产品
	11	国乡荷花	是，新增	新开发产品
	12	古越龙山年份酒	是，减少	合同到期终止，不再续约，代理权终止
	13	“五粮陈”1 号、2 号、3 号	是，减少	合同到期终止，不再续约，代理权终止
2017 年 1-6 月	1	五粮液年份酒	否	-
	2	罗伯特·蒙大菲葡萄酒系列	否	-
	3	贵州茅台酒（金）	否	-
	4	古井贡 1818 系列	否	-

时间	序号	总代理产品名称	是否发生变动	变动原因
	5	53°1680ml 贵州茅台酒	否	-
	6	香格里拉高原干红品牌系列	否，续签	-
	7	习坛	否	-
	8	国乡荷花	否	-
	9	仙林世家桑葚酒	是，新增	新开发产品
	10	珍酒品牌系列	是，减少	合同到期终止，不再续约，代理权终止
	11	湘窖品牌系列	是，减少	合同到期终止，不再续约，代理权终止
	12	福酒中国红品牌系列	是，减少	合同到期终止，不再续约，代理权终止

3、采购模式

（1）采购管理

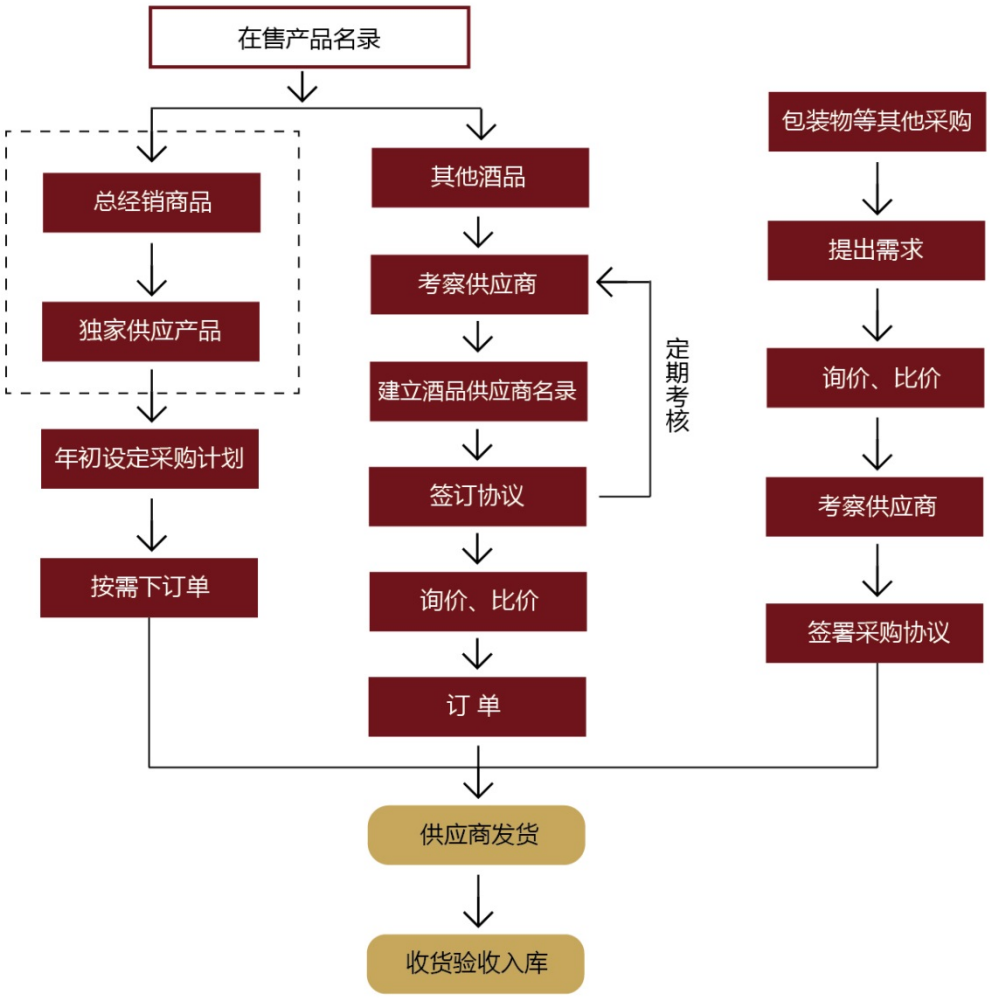
公司设采购部，统一负责酒品及其他商品的采购事宜。采购部负责建立供应商档案，进行供应商管理，并定期进行评审工作；负责制定具体的采购计划，执行采购任务，依采购合约或协议控制、协调交货期；负责日常产品采购的询价、议价、比价等谈判活动；负责收集主要产品的供求关系、价格行情等资料信息并进行分析；负责采购产品的验收、问题反馈等后期管理工作。

采购部下设国内采购部和国际采购部，分别负责国内和国外酒品的采购。

公司采购的产品主要是列入销售计划的国内外精品酒水等在售商品，以及部分包装物和促销品。

（2）采购流程

公司的采购流程如下：



对于“五粮液年份酒”、“贵州茅台酒（金）”、“古井贡酒 1818”、“国乡荷花”等总经销产品及酒企直采酒品、定制产品，公司均采购自生产厂商源头。公司与上述酒企签订了一定期限的总经销协议或经销协议，每年根据销售计划及协议确定采购目标并分解到各期，按照安全库存要求及销售需要，与酒企协商以订单形式定期向生产企业批量采购。

对于非生产厂商源头采购的酒品及其他产品，公司通过建立合格供应商名录进行管理。公司通过考察评审供应商的背景、品牌竞争力、供货能力、经销资质等，判断其是否符合公司需求，通过评审的进入《合格供应商名录》。公司选择供应商优先选择酒品的制造商，如国内外知名酒庄和酒企；或产品的一级经销商及实力强、信誉好的知名酒商。采购部根据采购需求，向确立合作关系的供应商进行询价、比价、议价，下订单进行采购。

对于酒品零星采购及其他非酒类物品，采购部根据需求，经过询价、比价及供应商资质考察后，确立采购对象，与供应商签订协议进行采购。

订单下达后，采购部门负责采购的组织工作，华致物流负责与供应商协调运输、仓储，财务部门负责付款、结算、核查入库、开具发票。公司的酒品采购主要采取先款后货的结算方式，部分包装物、促销品采取先货后款的方式定期结算。

（3）进口酒采购

对于境外品牌的酒品，公司为保证产品来源，坚持与国际大品牌公司或大酒庄家族合作的策略，与众多国际知名酒庄和酒商建立了联系，名庄酒主要从知名酒商采购，部分产品直接从原产酒庄采购。公司是“蒙大菲”等品牌在大陆地区的总经销，所采酒品全部来自原产酒庄。

国际采购部负责组织、协调境外酒品的采购、运输和仓储，建立了进口酒供应商档案、采购成本数据库和国际酒商报价数据库，根据需求进行进口酒采购。

4、物流仓储模式

（1）公司目前的物流仓储情况

截至 2017 年 6 月，公司的产品供应 202 家连锁酒行、3,000 多家零售网点、30 余家 KA 商超、100 多家终端供应商，以及众多可以重复购买的重点客户，分布在全国各地。公司负责所辖各仓库物资的库存管理，包括自建仓库及第三方仓库，同时对第三方物流运输公司的物流进行管理和监控。公司的仓库主要坐落在酒品主产区、交通枢纽及省会城市，能够实现对全国各地客户的快速服务。

截至本招股说明书签署日，公司仓库的具体情况如下：

序号	仓库名称	坐落地	仓储面积（m^2）	容量（m^3）
1	长沙库	长沙市雨花区中意一路 1069 号（G107 与绕城高速交叉处环融物流园）	1,000	3,500
2	成都招商库[注 1]	四川省成都市高新区科园南路 9 号	6,200	21,700
3	济南库	济南市天桥区卢庄工业园 2 区 1 号库房	500	1,750
4	上海库	上海市松江区叶亭路 229 号	3,500	12,250

序号	仓库名称	坐落地	仓储面积（m^2）	容量（m^3）
5	广州库	广州市白云区新市镇石马乡中达路仓库	1,325	4,638
6	沈阳库	沈阳市皇姑区鸭绿江北街 168 号	400	1,400
7	南京库	南京市六合区常家营 3 号仓库	1,400	4,900
8	杭州库	杭州市栋梁路 18 号	600	2,100
9	北京库	通州区张家湾开发区皇木厂村村委会东 100 米库区仓库	2,478	8,673
10	厦门库	厦门市同安工业集中区集合路 166 号	300	1,050
11	武汉库	武汉市东西湖区革新大道新城二十路楚通达物流园 2 号楼 2 楼	200	700
12	成都库	成都市新都区三河场围山路一号	1,620	5,670
13	郑州库	郑州郑东新区龙子湖办事处马楼村贾鲁河支河北库房	1,550	5,425
14	通州名庄库[注 2]	通州区张家湾开发区皇木厂村村委会东 100 米库区仓库	1,016	3,556
15	合肥库	长丰县三十头乡三元产业园合白路西侧	550	1,925
16	重庆库	重庆市北部新区峨嵋大道北段 99 号	250	875
17	宜宾库	宜宾象鼻工业园厂区	1,000	3,500
18	西安库	西安市雁塔区长鸣路 68 号	400	1,400
19	陈香库	通州区张家湾开发区皇木厂村村委会东 100 米库区仓库	522	1,827
20	110 会员库	北京市东城区广渠门内白桥大街 15 号嘉禾国信大厦	200	700
21	上海虬腾库	上海市曹安路 2020 号	850	2,975
22	江苏中糖库	南京市铁心桥国家粮食储备库有限公司的 46、53、53 号库	1,296	4,536
23	世纪华晟库	北京市丰台区南三环西路 63 号院	400	1,800
24	尖美四方库	大塘边 22 号仓库	1,300	3,900
25	红颜欧宝库	北京市海淀区西北旺镇冷泉东路 100 号院	950	2,850
26	香港华致库	香港寿辰山深水湾径 18 号[注 3]	-	200,000 瓶
27	波尔多库	27 rue Georges Guynemer，33290 Blanquefort，Bordeaux，France[注 4]	-	150,000 瓶

注 1：公司的邛崃仓库存货整体搬迁至成都的新仓库，仓库名称因此变更为成都招商库。

注 2：公司正在将亚冷名庄仓库存货整体搬迁至通州的新仓库，仓库名称因此变更为通州名庄库。

注 3：按照合同规定，香港华致仓的储存服务由皇冠酒窖提供，存储酒品数量以瓶计算，该酒窖最大储存量为 200,000 瓶。

注 4：按照合同规定，波尔多的储存服务由 Bordeaux city Bond 提供，存储酒品数量以瓶计

算，该仓库最大储存量为 150,000 瓶。

公司的全资子公司华致物流负责具体实施、管理公司产品的物流、仓储、配送，财务部门负责产品出入库的管理及存货管理。

（2）运行模式

在采购环节，一般由供应商负责挑选第三方物流公司，从供应商处直接运输至公司指定仓库；对于个别货物采购自提，由公司组织物流运输，公司派出专人跟车，从供应商分布于全国的大仓自行提货；进口酒的海外运输一般由公司负责挑选第三方物流公司。公司对采购品进行批次检验，检验合格后入库。公司对采购品进行批次检验，检验合格后入库。

在销售环节，公司所有客户的产品一般由公司委托第三方物流公司统一配送。华致物流负责公司所辖各仓库物资的库存管理，同时对第三方物流公司的物流工作进行管理和监控。

公司的进、销、存等业务环节，均通过信息管理系统进行管理，总部可及时对采购、入库、仓储、出库、物流等各环节进行业务监控，能够实现财务管理与物流管理的协同。各仓库对货物的出库、入库、货物安排与调整、储运、包装等环节进行科学的设计和有序管理，严格执行公司库存物资管理规定，保证仓储系统的高效运作。

（3）第三方物流运输公司管理

客户的产品一般由公司委托第三方物流运输公司统一配送。公司根据第三方物流企业的资质，其所掌握的仓储、运力资源和其与公司业务情况的匹配程度等标准对第三方物流企业进行评估与甄选，主要评估方面包括过往在消费品物流行业的经验、主要运力和运输方式、仓库资源、全国网络布局、在二、三线城市的渗透能力、平均运输价格情况等。除以上标准外，公司也会对第三方物流企业规范性、灵活性及其自身特质与本公司未来发展方向的匹配程度进行考察，对于符合条件的第三方物流企业，公司定期向这些公司进行询价，以求获得较高的性价比。

符合条件的第三方物流公司在经过物流部门、采购部门联合考察通过后，方可成为公司的签约第三方物流运输承运企业，并与公司签订物流合同。

公司通过合同约定对物流商的服务进行规范，对其绩效进行考核并辅以相应的激励措施。绩效考核主要包括服务质量考核和量化指标考核，其中，量化指标考核包括发货及时率、到货及时率、运输完好率等。公司根据绩效考核情况，给予物流商增加业务范围的优先权或增加业务份额等方面的激励。对于未能达到合同规定的服务质量和量化绩效指标要求的，公司将根据具体情况采取限期整改、缩小运输服务范围、业务份额，或终止合同等措施。

公司对物流商日常作业的管理：

1）安排发运计划

接收到订单主管在 ERP 系统中完成订单审核的通知后，公司的仓库主管核对订单的有效性，根据库存状况、客户沟通结果及物流商车辆资源等情况制订发运计划，并通过邮件或者其他方式告知物流商准备发运。针对当天审核的有效订单，通常要求当天提货、当天发运。

2）运输执行

物流商需要严格执行公司的发运计划安排，按时组织合法、适当且未装载过易使托运货物被污染物品的运输车辆进入库区装货。

装货时，物流商现场负责人应遵守公司仓库现场的作业管理规定，与公司库管人员现场点数交接，并查看产品包装是否完整或妥当，确认无误后，应在公司的发货单据上签字，即表示认可交接货物的数量和质量。

物流商需采取有效的防晒、防雨雪、防震等措施，保证将货物安全、及时、完整地运输至指定收货地点，并按照规定与收货方进行交接。

货物运抵目的地后，物流商应及时通知收货人现场点数交接，确认无误后，物流商需要求收货方按照合同约定签收产品出库单。

3）运费结算

物流商在每月初将电子版的对账清单发给公司指定的财务人员核对，由其根据合同价格，对清单中运价、吨位、总量等费用金额进行审核。确认对账清单无误后，依据清单金额要求物流商开具货物运输业增值税专用发票。

待财务人员收到物流商的发票及客户签收的产品出库单等相关凭证，确认发票的内容准确无误，单据齐全完备后，提交财务主管审批。财务主管审核运费金额及单据无误后提交物流公司领导审批，再交由财务部审核，财务部在合同规定时间内及时付款。

4）异常管理

运输途中出现的破损、毁损、短缺等情况，在经公司核实后，确需物流商承担责任的，公司依照合同约定扣减物流商货款，并计入绩效考核。

公司销售网络覆盖全国，业务范围遍布各地，为及时响应客户需求，在酒品主产区、交通枢纽及省会城市等地设立多个仓库。在运输选择方面，本着快捷和经济的原则，公司签约合作的物流商数量较多，区域性较强。公司主要物流商的基本情况如下：

序号	物流公司名称	主要运输区域	运费单价
1	上海远成物流发展有限公司	上海及全国	10 元/件
2	湖南九裕物流有限公司	湖南及周边省份	6 元/件
3	北京远成物流有限公司	北京及全国	14.33 元/件
4	成都中基联大物流有限公司	四川及周边省份	13 元/件
5	广东锐捷物流有限公司	广东及周边省份	12 元/件
6	招商局物流集团成都有限公司	四川及周边省份	7 元/件
7	北京顺丰速运有限公司	全国	49.5 元/件
8	北京中宇天地国际供应链管理有限公司	北京境内	10 元/件
9	北京速通成达物流有限公司	北京及全国	14 元/件
10	郑州天运货运服务有限公司	河南及周边省份	7 元/件
11	贵州世豪物流有限公司	贵州境内	8.5 元/件
12	遵义快捷货运有限公司	贵州境内	8.5 元/件
13	广州市德邦物流服务有限公司	广东及周边省份	38 元/件

报告期内，发行人向主要物流供应商支付的物流运输费金额如下：

单位：万元

物流商名称	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
上海远成物流发展有限公司	43.62	137.45	117.00	18.45
湖南九裕物流有限公司	42.01	115.74	154.67	145.48

物流商名称	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
北京中宇天地国际供应链管理有限公司	21.17	87.87	-	-
成都中基联大物流有限公司	42.03	84.25	250.54	185.70
北京速通成达物流有限公司	83.04	66.84	-	-
郑州天运货运服务有限公司	42.04	56.59	-	-
广东锐捷物流有限公司	36.65	4.81	-	-
招商局物流集团成都有限公司	32.46	57.66	-	-
北京顺丰速运有限公司	6.93	33.23	175.02	-
北京远成物流有限公司	-	18.57	187.57	167.80
贵州世豪物流有限公司	-	3.09	56.09	78.46
遵义快捷货运有限公司	-	0.09	76.35	57.69
广州市德邦物流服务有限公司	1.89	55.45	1.27	-
合计	**351.84**	**721.64**	**1,018.51**	**653.58**

报告期内，公司的主要物流商未发生重大变化。

（4）存货管理

公司的财务部，会同采购、销售、物流仓储等各业务部门，进行存货的动态管理，保证存货符合公司安全库存。

公司的采购部门负责收集供应端产品的市场供求情况、市场价格波动情况、厂商生产情况，定期汇总进行采购价格趋势分析，并向公司管理层报告。销售管理部门通过营销管理平台汇总下游客户的订单需求、销售实现、存货情况，结合历史数据，分析并预测下游的供求状况及价格趋势。

公司根据产品销售计划及实际销售执行情况，设定安全库存，并对库存进行实时监测，动态管理。由于产品价格具有波动性，公司在满足安全库存的基础上，根据采购端的行情变化及趋势预测，适时在酒品价格处于低位时补货。

5、产业链信息化管理模式

经过多年的发展，公司开发出了一整套适用于酒类流通领域的信息化管理系统，优质、高效、准确地服务于公司众多客户、供应商及各地采购、销售及管理人员，系统涵盖了酒品流通业务链的前、中、后段，实现了整个产业链的信息化管理。

公司目前在正在使用的信息系统主要包括 ERP 系统、营销管理平台（MMP 系统）PC 端与移动端以及 OA 系统等。信息部负责公司信息管理系统的规划、建设以及日常维护。

ERP 系统集合了计划管理、采购销售、物流、仓储管理和财务管理等模块，公司通过该管理系统实现了从计划制定、产品及原材料采购、产品入库及出库、物流配送、销售和财务核算等整个业务链全过程的协同工作。ERP 管理系统的应用，能够实现总部对采购、物流、仓储、销售各业务环节的业务监控，及各业务环节的协同。公司业务流程管理及财务管理主要依赖 ERP 系统开展。

公司使用的 ERP 系统为用友 ERP-NC5.0，主要包括“客户化”、“供应链”、及“财务会计”三个模块，通过“客户化”中的“权限管理”模块对系统权限进行管理。

其中，客户化模块用于对 ERP 业务和流程参数进行集中配置，还用于将业务信息与财务信息进行无缝集成等，属于 ERP 的基础模块。公司通过“客户化”中的“权限管理”模块对系统权限进行管理，具体功能包括资源权限控制、用户管理、角色管理、功能权限查询等模块。

供应链模块用于管理公司采购、销售、存货等，是重要的应用模块。

财务会计模块以财务功能为主，包括总账模块、现金银行模块、应付管理模块等。由于财务模块集成于用友 NC 系统中，因此业务数据无需进行人工处理，可实时从业务模块传递至财务模块。

营销管理平台（MMP 系统）是针对公司销售业务开发的系统，将公司与客户之间的日常业务纳入系统管理，以实现提高工作效率、规范业务流程的目标。客户可以通过该系统提交订单、监控物流、对账结算、查阅相关销售政策等，公司业务部门可以通过该系统发布信息、进行日常管理、采集数据用于分析及提供更为优质的服务。为了满足客户即时、便捷、迅速提交订单的需求，公司开发了移动端管理平台，大大提升了客户响应和管理效率。

OA 系统主要用于公司的日常内部事务管理，将公文流转、个人事务、档案管理以及资源共享等日常工作纳入系统管理，使得不同地域、组织、部门、个人

之间能够进行及时、高效的沟通。

公司的产业链信息管理系统，能够实现产品进、销、存管理与公司财务管理的一体化协同，实现总部对采购、物流、仓储、销售各业务环节的业务监控，实现了业务流程标准化，协助供应商、客户、业务人员、管理人员的业务沟通。公司各条业务线的数据经过汇总，传递至总部的财务及业务管理部门，向管理层提供及时、准确的信息，为公司的经营决策提供可靠的数据支持。

6、酒品保真控制

公司始终坚持以“保真”作为自己的立身之本，把“让广大消费者，能够放心地购买到真品美酒，喝上真品美酒”作为企业愿景，采取源头控制、信息技术管理、消费者监督相结合的手段，保证渠道内的酒品均为真品。

（1）源头控制

公司坚持产品的源头采购、选择合格的供应商以及与厂商安全交接，以保证在采购环节对产品品质的控制。公司从选择供应商到验收入库，均制定了非常严格的制度。

为从源头上防范假酒，公司自成立以来一直坚持优先向厂商直接采购。对于部分无法完全实现从源头采购的酒品，公司坚持与实力雄厚、信誉良好的一级经销商合作，以满足客户的需求。鉴于进口酒历史沿袭的经营惯例及部分进口葡萄酒所在地法律规定，一般需要通过酒商采购。为充分保证进口酒的品质，公司坚持选择与行业内信誉较高，综合实力居于行业前列的酒商合作。产品交接方面，华致物流具体负责产品到货入库前的交接及验收工作，相关业务均由经验丰富的管理人员负责，确保产品安全入库。

（2）信息技术管理

借助必要的防伪技术和管理措施，公司建立了酒类产品在运输及销售环节的追溯体系，便于流通管理中的查询、验伪。

1）物流码信息系统。公司的主要酒类产品在出厂前，会对每瓶（箱）产品均加贴单独的物流码。在产品出入库时，公司通过扫描产品的物流码，信息系统将生成每瓶（箱）产品的流向信息。通过上述操作，将货物流和信息流相结合，

公司可及时查询产品的流向信息，能够有效防范物流环节流入假酒。

2）防伪标系统。公司的主要酒类产品贴有特殊材质制作而成的防伪标，防伪标上带有数字加密认证的防伪涂层，供公司识别假酒及消费者查询真伪。在物流码信息系统内，物流码与防伪标内含的加密数字一一对应，每箱产品的物流码与箱内所有产品的防伪标内含的加密数字也相互对应，可根据两者信息匹配情况识别假酒。

3）防伪箱标。公司所销售的酒类产品的外箱密封处均贴有无法重复使用的防伪箱标，能及时发现在运输、流通过程中拆箱偷换酒品的情形，如防伪箱标出现破损情形，收货方将按照公司规定拒绝收货，并报告公司相关部门进行查处。

4）贵重物品运营管理服务平台。针对部分客户的酒品需求具有数量少、频率高、单瓶价值大的特点，为了提供更好更安全的服务，公司建立了贵重物品运营管理服务平台，全程记录贵重酒品的入库、质检、储存、出库等环节的信息。在出库运输过程中，公司将酒品存放在聚丙烯材质铸造的密码箱里，客户通过手机验证开锁，并可查询货物的真伪、来源信息。

（3）消费者监督

消费者监督是维护公司产品保真的重要监督力量。公司目前采取的主要措施：

1）公司所销售主要酒类产品均纳入了防伪查询系统，消费者刮开防伪涂层，通过短信、电话、网站等渠道即可查询真伪；

2）公司派专人参与酒企公司的打假队伍，借助厂商力量共同合作维护市场秩序；

3）公司开通 400 服务热线并制定了严格的热线受理工作流程，妥善处理消费者投诉等事宜；

4）公司非常重视加强消费者的防假意识教育，通过广大消费者监督酒行门店及其他客户的经营行为。

二、发行人所处行业的基本情况及市场竞争状况

（一）行业概述

1、发行人所处行业分类

本公司是一家精品酒水营销和服务商，服务于酒类流通行业。酒类产业链主要包括酒类产品的研发、生产、销售和服务等环节。基于降低运营成本、提高销售效率等方面因素的考虑，酒类产品制造商一般专注于研发和生产环节，从制造商到终端用户的产品及服务传递主要由流通环节参与者来承担。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011），本公司主营业务所属行业隶属于批发和零售业（F）。

2、行业主管部门及监管体制

目前，我国对酒类流通行业的监管采取国家宏观调控与行业自律相结合的方式。国家食品药品监督管理总局、商务部等引导酒类流通行业规范发展，中国酒业协会、中国酒类流通协会和中国连锁经营协会是行业的自律性组织，承担行业自律、协调、监督以及企业合法权益的保护等职能。

（1）行业主管部门

我国酒类流通行业的监管工作涉及多个部门。国家食品药品监督管理总局负责酒类食品安全的监督管理；商务部负责拟订促进酒类流通发展的规划和政策；工商行政管理部门负责酒类食品广告活动的监督检查，依法查处取缔无证无照酒类经营者；国家卫生和计划生育委员会负责食品安全风险的评估和食品安全标准的制定，组织开展食品安全风险监测、评估等工作。除此以外，商务部、国家工商行政管理总局、国家卫生和计划生育委员会、海关总署和国家质量监督检验检疫总局按职责分工依法对进口酒类进行管理。

（2）行业自律组织

中国酒业协会前身为中国酿酒工业协会，成立于 1992 年 6 月。其主要职能是参与酒类产品的基础、通用、方法、管理等方面行业标准、国家标准的制定、修订工作，在行业内组织标准的贯彻实施；配合政府有关部门对本行业的产品质

量实行监督，发布行业产品质量信息；协助政府促进酒类商品市场流通，保护合理竞争，打击违法行为等。

中国酒类流通协会前身为中国酒类商业协会，成立于 1995 年 4 月。其主要职能是宣传贯彻国家酒类流通管理办法、酒业产销政策，加强酒类企业诚信自律，充分发挥桥梁和纽带作用，协调酒类产销企业与政府部门之间的沟通与交流，加强酒类流通的调研与指导工作，传播交流酒类产销和市场信息，举办酒类营销技能培训和酒业高峰论坛活动等。

中国连锁经营协会成立于 1997 年。截至 2015 年底，协会拥有会员 1000 余家，连锁店铺约 34 万个，覆盖零售、餐饮酒店和服务业，其中零售会员 2015 年销售规模 3 万多亿元，占社会消费品零售总额的 10%。协会本着“引导行业、服务会员、回报社会、提升自我”的理念，参与政策制定与协调，维护行业和会员权益，为会员提供系列化专业培训和行业发展信息与数据，搭建业内交流与合作平台，致力于推进连锁经营事业与发展。

3、行业主要法律法规和政策

（1）产业政策

1）《国内贸易流通“十三五”发展规划》

2016 年 11 月 11 日，商务部等 10 部门联合发布《国内贸易流通“十三五”发展规划》（以下简称“《发展规划》”），强调在“十三五”期间，将实施消费促进、流通现代化和智慧供应链三大行动，全面打通消费、流通和生产各环节，促进流通升级，提升流通在国民经济中的基础性支撑和先导性引领作用。

《发展规划》还提出要支持流通企业加强信息化改造，推动移动互联、云计算、大数据等技术在流通领域的创新和应用。鼓励流通企业应用企业资源计划、供应链管理、客户关系管理等现代管理技术，提高采购、仓储、运输、订单等环节管理水平。鼓励流通企业与供应商、信息服务商加强合作，推动营销网、物流网、信息网有机融合。形成一批具有国际竞争力的骨干流通企业，发展一批专业化、特色经营的中小流通企业。

2）《关于推动实体零售创新转型的意见》

2016 年 11 月 2 日，国务院办公厅发布了《关于推动实体零售创新转型的意见》（以下简称“《意见》”），从调整商业结构、创新发展方式、促进跨界融合三个方面明确了零售实体创新转型的 9 项主要任务。调整商业结构方面，坚持盘活存量与优化增量、淘汰落后与培育新动能并举，推动实体零售调整区域结构、调整业态结构、调整商品结构，满足居民消费结构升级需要。创新发展方式方面，鼓励企业创新经营机制、创新组织形式、创新服务体验，推动实体零售补短板、增优势，提高核心竞争力。促进跨界融合方面，促进线上线下融合，促进多领域协同，促进内外贸一体化，通过融合协同构建零售新格局。

另外，《意见》还从优化发展环境、强化政策支持两个方面提出了扶持措施。特别强调加强网点规划，以市场化方式盘活现有商业设施资源，优化网点布局；推进简政放权，放宽对店铺装潢、店内改造、户外营销的限制，完善城市配送车辆通行制度；完善公共服务，建立健全连锁经营、电子商务、商贸物流、供应链服务等领域标准体系。

3）《关于进一步加强白酒质量安全监督管理工作的通知》

2013 年 11 月 28 日，国家食品药品监督管理总局发布《关于进一步加强白酒质量安全监督管理工作的通知》，要求进一步加强白酒质量安全监督管理工作，完善长效监管机制，督促企业切实保障白酒质量安全，促进白酒行业持续健康发展。开展监督抽检和风险监测，严格查处白酒销售流通中的违法违规行为，支持消费者参与白酒质量安全监管等。

4）《关于“十二五”期间加强酒类流通管理的指导意见》

2011 年 12 月，商务部发布《关于“十二五”期间加强酒类流通管理的指导意见》（以下简称“《指导意见》”），指出“十二五”期间，酒类流通管理要以调整结构、规范管理、提升质量、改善环境为重点，着力推进专业化、信息化经营，引导科学、理性、健康的酒类消费，促进酒类流通行业规范有序发展。力争到“十二五”期末，形成一大批年销售额超 10 亿元的区域性酒类流通骨干企业，一批年销售额超过 50 亿元的全国性酒类流通龙头企业，10 家左右年销售额超 100 亿元、具有国际竞争力的大型酒类流通企业。实现以酒类流通电子随附单、无线射频等为支撑的追溯体系覆盖全国城区人口超百万的城市，酒类经营者备案登记率

达到90%以上，销售假冒伪劣酒类商品行为得到有效遏制，消费者权益得到有效保障。

《指导意见》还提出酒类流通管理的主要任务是建立符合国情的酒类现代流通体系，减少流通环节，提高流通效率；调整优化行业结构，培育一批知名酒类流通品牌，鼓励竞争力强、信誉好、信息化水平高的酒类流通企业通过收购、兼并、上市等多种方式做大做强；创新酒类流通体系，推进酒类生产企业和流通企业互利共赢、和谐发展的新型合作模式，鼓励发展以实力雄厚的批发商直供销售终端、大型零售企业连锁化经营等为主体、中小企业特色化经营为补充的新型酒类流通模式。

5）《关于进一步加强酒类质量安全工作的通知》

2011 年 6 月 9 日，国务院食品安全委员会发布《关于进一步加强酒类质量安全工作的通知》，要求全国加强酒类质量安全监管，保障消费者身体健康和生命安全，促进酒类产业健康发展。主要内容包括：严格酒类生产、流通、餐饮服务、进出口环节监管；加强检验检测和监测评估，健全追溯体系；加大侦办惩处力度，严厉打击制假售假行为；严格落实各方责任，强化保障政策措施。

6）《关于促进流通业发展的若干意见》

2005 年，国务院发布了《关于促进流通业发展的若干意见》，提出“按照市场经济规律和世贸组织规则，积极培育一批有著名品牌和自主知识产权、主业突出、核心竞争力强、具有国际竞争力的大型流通企业；鼓励具有竞争优势的流通企业通过参股、控股、承包、兼并、收购、托管和特许经营等方式，实现规模扩张，引导支持流通企业做强做大”，“国务院各有关部门和有关金融机构要扶持流通企业做强做大，在安排中央外贸发展基金和国债资金、设立财务公司、发行股票和债券、提供金融服务等方面予以支持”。

（2）主要法律法规

《中华人民共和国食品安全法》和《中华人民共和国产品质量法》是酒类流通行业遵循的基本法律，《中华人民共和国食品安全法实施条例》、《食品经营许可管理办法》以及《进口酒类国内市场管理办法》等一系列规章构成了酒类流通

行业的法规体系。此外，财政、税务等行政管理部门通过发布相关政策、法规，共同构成对酒类流通行业的管理体制。上述主要法律法规涉及的主要相关内容如下表所示：

序号	法律法规	发布部门	实施时间
1	《中华人民共和国食品安全法》	全国人大常委会	2015 年 4 月 24 日修订，2015 年 10 月 1 日起施行
2	《中华人民共和国产品质量法》	全国人大常委会	1993 年 9 月 1 日起施行，2009 年 8 月 27 日修正
3	《中华人民共和国消费者权益保护法》	全国人大常委会	1994 年 1 月 1 日起施行，2013 年 10 月 25 日修正
4	《中华人民共和国价格法》	全国人大常委会	1998 年 5 月 1 日起施行
5	《中华人民共和国食品安全法实施条例》	国务院	2009 年 7 月 2 日起施行，2016 年 2 月 6 日修订
6	《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》	国务院	2007 年 7 月 26 日起施行
7	《食品经营许可管理办法》	食药监总局	2015 年 10 月 1 日施行
8	《进口酒类国内市场管理办法》	商务部、国家工商行政管理总局、卫生部、海关总署、国家技术监督局和国家出入境检验检疫局	1997 年 9 月 9 日起施行
9	《酒类行业流通服务规范》	商务部	2013 年 11 月 1 日起施行

（二）行业发展状况

酒类流通主要是指酒类商品从生产领域向销售领域的流动流程，包括采购、储运、批发、零售、宣传以及服务等与此有关的系列活动。根据国家质量监督检验检疫总局和国家标准化管理委员会于 2008 年 6 月联合发布的《中华人民共和国国家标准—饮料酒分类》（GB/T17204-2008），酒类商品是指酒精度在 0.5%vol 以上的酒精饮料，包括发酵酒、蒸馏酒及配制酒。其中发酵酒包括啤酒、葡萄酒、果酒、黄酒，蒸馏酒包括白酒、白兰地、威士忌等，配制酒则分为植物类配制酒和动物类配制酒等。

1、中国酒类流通行业的发展历程及特点

改革开放以来，我国酒类流通行业发展经历了如下四个阶段：

（1）第一阶段（20 世纪 90 年代以前），其主要特征是酒类产品计划供应，

销售终端形式单一。

阶梯式的各级糖酒公司（或国营商店）成为这一阶段酒类产品的主流分销渠道。首先，由一级批发站（省级糖烟酒公司）将产品计划调拨或授权给二级批发站（地市级糖烟酒公司），再逐级往下调拨给三级（县级）、四级批发站（乡、镇级），由三、四级批发站将商品批发给零售商。

这一阶段的酒类销售终端形式单一，主要是餐饮终端和零售小店，以及部分百货商场。运作方式是由终端经营者到批发站批发，每级批发价之间及批发价到零售价之间都有明确规定的价差，且酒类产品只能在规定的渠道内流通。这种销售层级多、渠道封闭的流通格局，妨碍了酒类产品流通的效率，不仅不利于酒类流通行业的发展，也给消费者带来了诸多不便。

（2）第二阶段（20 世纪 90 年代至 2005 年前后），其主要特征是酒类产品从计划供应向市场配置转变，酒类产品流通效率显著提升，经销商开始逐步占据主导地位。

随着计划经济向市场经济转轨，酒类品种不断丰富，大型酒类经销商崛起，国有糖烟酒公司主导地位逐步被各酒类经销商所代替，酒类产品的流通效率显著提升。这一时期，各大酒厂纷纷将市场按照地域划分，在一定范围内设立总经销商，由总经销商发展二级、三级批发商，厂家仅管理总经销这一级别。但是，在流通效率提升的同时，经销商在规范经营、市场秩序等方面的问题逐渐显现，总经销模式培养的一批超级经销商凭借强大的分销网络获得了与厂家谈判的实力，酒类生产商越来越难以控制产品的货物流向及产品品质，流通环节的假酒层出不穷，并出现了诸如“山西朔州假酒案”等恶性事件，对酒类行业发展造成了严重的不利影响。

（3）第三阶段（2005 年至 2012 年），其主要特征是流通渠道逐步扁平化，并呈现出多元化、专业化、规模化和品牌化的特征。

在加快产品流通、降低流通成本及控制产品品质的市场化趋势下，生产厂商和酒类经销商的营销重心逐渐转移，销售终端的重要性愈加彰显。酒类销售渠道逐步扁平化，销售层级越来越少，部分实力雄厚的批发商甚至转型成为零售商。在此背景下，酒类流通行业呈现出终端多元化、服务专业化、经营规模化和渠道

品牌化的特征。

1）终端多元化。随着消费需求向个性化方向发展，酒类零售终端呈现多元化格局。除餐饮、商超、名烟名酒店等酒类零售终端外，专业连锁店、专卖店等新型终端开始出现，并获得快速发展。

2）服务专业化。酒类销售企业开始注重标准化建设，提升服务水平，其在产品品牌运营、市场推广以及消费者培育方面较过去更为专业。

3）经营规模化。通过扩大经营规模，一方面可以带来成本优势，另一方面通过规模化的集中采购、统一销售，既增强了对上游的议价能力，也提升了终端产品的保真程度及服务的标准化。

4）渠道品牌化。酒类销售企业通过开展诚信规范经营、执行标准化和专业化服务，能够增强消费者的品牌认知度，建立超越于产品品牌的销售商品牌，对规范酒类销售企业行为，推动整个行业健康发展具有重要意义。

（4）第四阶段（2013 年以来），其主要特征是新型渠道开始兴起，营销服务成为重点。

随着电子商务产业生态日臻完善，酒类销售电商平台开始兴起，成为了传统销售渠道的重要补充。酒类电商通过低成本的虚拟货架提供丰富的产品品种展示，满足了消费者多样化选择的需求，又通过削减销售层级，压缩渠道费用，让利给消费者。这一优势既吸引了部分酒类生产企业的加入，又催生出新的运营模式。目前，酒类电商的运营模式主要有两类，一种是由生产企业自建平台进行线上销售，即“生产企业+电商”模式，另一种则是销售企业转型成为酒类垂直电商平台，包括纯线上电商和 O2O 两种模式。

另一方面，随着国民收入的不断提升，消费升级的趋势愈加明显，消费者在选择产品时不再只是关注价格，注意力也转向了酒体口感、文化故事以及与酒品相关的增值服务，个性化、多元化的消费需求开始显现。相应地，销售终端在向消费者提供酒品时，更加注重服务内容和质量，开展诸如品鉴会、展示会等活动，将产品销售与服务相结合。

2、中国酒类流通行业发展状况

近年来，随着国民经济持续稳健发展和流通标准规范的广泛运用，酒类流通行业取得了巨大的发展。酒类经营者资质管理日益完善，市场经营秩序明显改善，流通效率稳步提升，流通成本有所降低，酒类流通现代化程度不断提高。虽然一系列限制“三公”消费的政策导致整个酒类市场进入深度调整期，流通领域也不可避免地受到负面影响。但是，借助于酒类产量稳定供应与流通渠道的拓宽，酒类流通在居民收入不断增加与城镇化程度不断提高的背景下将有广阔的市场空间。

（1）供给端产量充足，酒类资源丰富

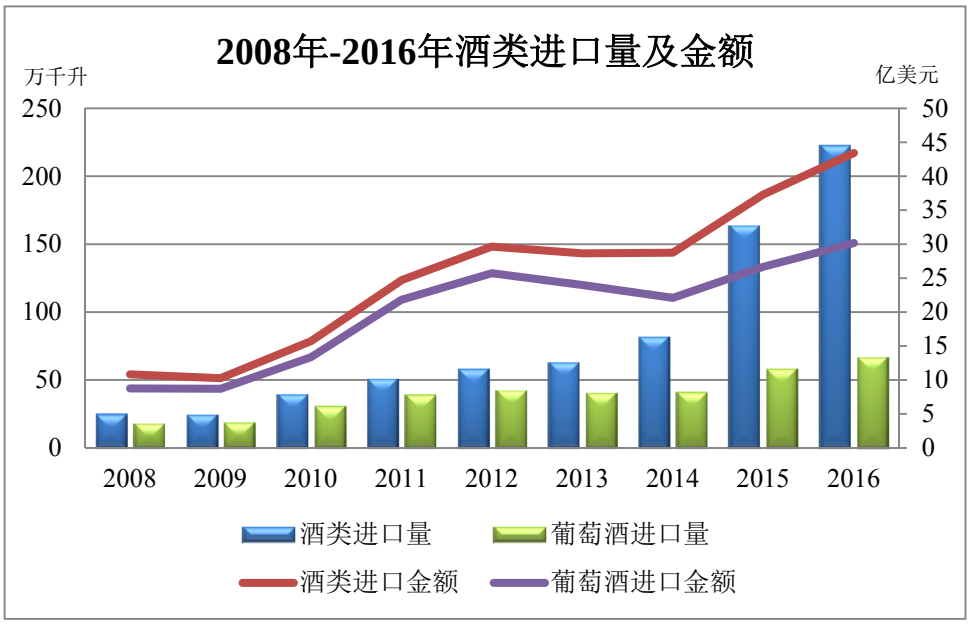
2002 年-2016 年十多年间，全国规模以上酿酒企业（指年销售额在 2,000 万元以上的企业）饮料酒产量从 2,883.83 万千升上升至 6,274.20 万千升，年均复合增长率为 5.71%。虽然在 2012 年后受“三公”消费的负面影响，产量增速有所放缓，但仍然处在历史高位。其中，作为商务会餐、家庭聚餐等活动传统饮品的白酒的产量也保持着较快的增长速度，2002 年-2016 年年均复合增长率为 9.56%，2016 年白酒产量达到 1,358.40 万千升，预计到 2020 年，白酒产量将达到 1,580 万千升[1]。

数据来源：Wind 资讯

我国也是饮料酒进口大国，2016 年我国酒类进口量为 223.49 万千升，同比

[1]数据来源：《中国酒业“十三五”发展指导意见》，中国酒业协会制定并发布

增长 35.84%，进口金额约 43.44 亿美元，同比增长 16.26%[1]。其中葡萄酒进口量为 66.84 万千升，进口金额约 30.15 亿美元。充足的酒类供给为酒类流通行业的持续稳定发展奠定了坚实的基础。



数据来源：Wind 资讯

（2）居民收入增加及城镇化率提升推动消费需求增长

近年来，随着国民经济持续增长，我国居民人均可支配收入水平有了大幅度的提升，从 2013 年的 18,310.80 元增加至 2016 年的 23,821.00 元。可支配收入增加的同时，居民消费能力也有所增强。居民人均食品烟酒消费支出也从 2013 年的 4,126.70 元增加至 2016 年的 5,151.00 元[2]，年均增长率保持在 8%左右。

另一方面，我国的城镇化率不断提升，从 1980 年的 19.4%增加至 2014 年的 54.77%，城镇人口从 1980 年的 19,140 万人增加至 2014 年的 74,916 万人。国家发改委编制的《国家新型城镇化报告》显示，2015 年我国城镇人口总数达到了 77,116 万人，城镇化率达到了 56.1%，比世界平均水平高约 1.2 个百分点。联合国开发计划署与中国社科院联合编制的《中国人类发展报告 2013》预测，到 2030 年，中国将新增约 3.1 亿城市居民，城镇化率将达到 70%。

随着可支配收入的提高和城镇化程度的提升，人们社交生活内容更加丰富，

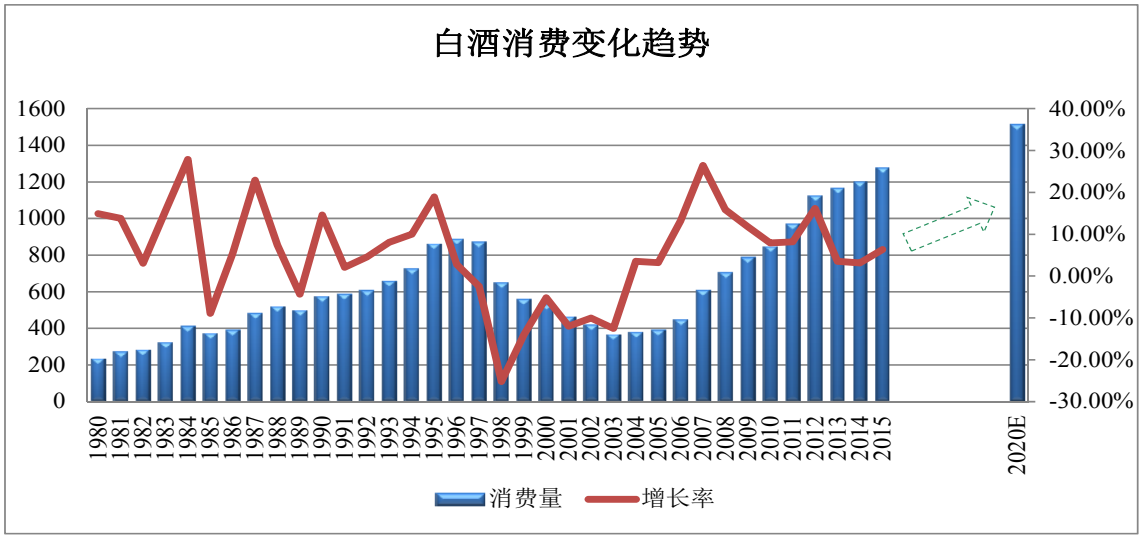
[1]数据来源：Wind 资讯
[2]资料来源：Wind 资讯

活动次数更加频繁，作为社交重要组成部分的酒类的消费量也不断攀升。

（3）酒类消费呈现良好态势，名优酒品更受青睐

1）白酒

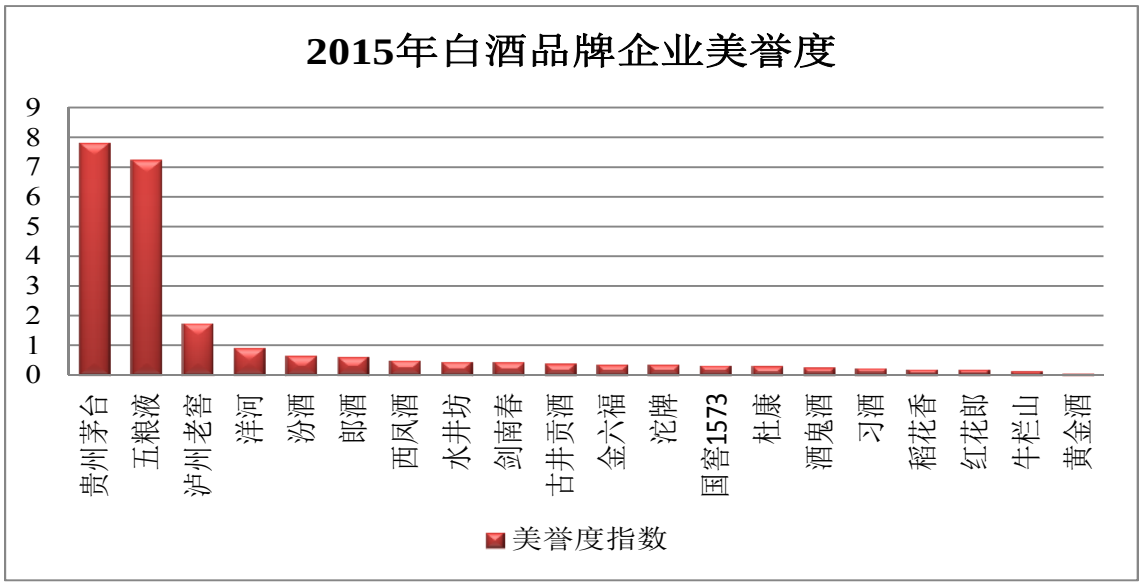
白酒是我国的传统酒类饮品，有着数千年的文化传承和广泛的消费基础，深受广大国民的喜爱。改革开放以来，我国白酒消费量经历了较大幅度的波动，但自 2004 年开始，一直保持着上升的趋势，从 2004 年的 377.70 万千升增加至 2015 年的 1,278.80 万千升。2012 年后受政策因素影响，白酒消费量有所放缓，但仍然保持着 4.70%的增长率。预计到 2020 年，白酒消费量可以达到 1,515.40 万千升[1]。



数据来源：Wind 资讯

在消费量不断上升的同时，国民收入水平的提高带动了居民的消费升级，具体体现为消费者更加看重白酒品牌和口感，对优质白酒的需求量不断攀升，从而为白酒销售提供了广阔的市场空间。根据新华网与全国糖酒商品交易会办公室共同发布的《2015 年度食品品牌口碑报告》，五粮液、贵州茅台和泸州老窖在 2015 年白酒品牌网络口碑总指数上名列前三强。

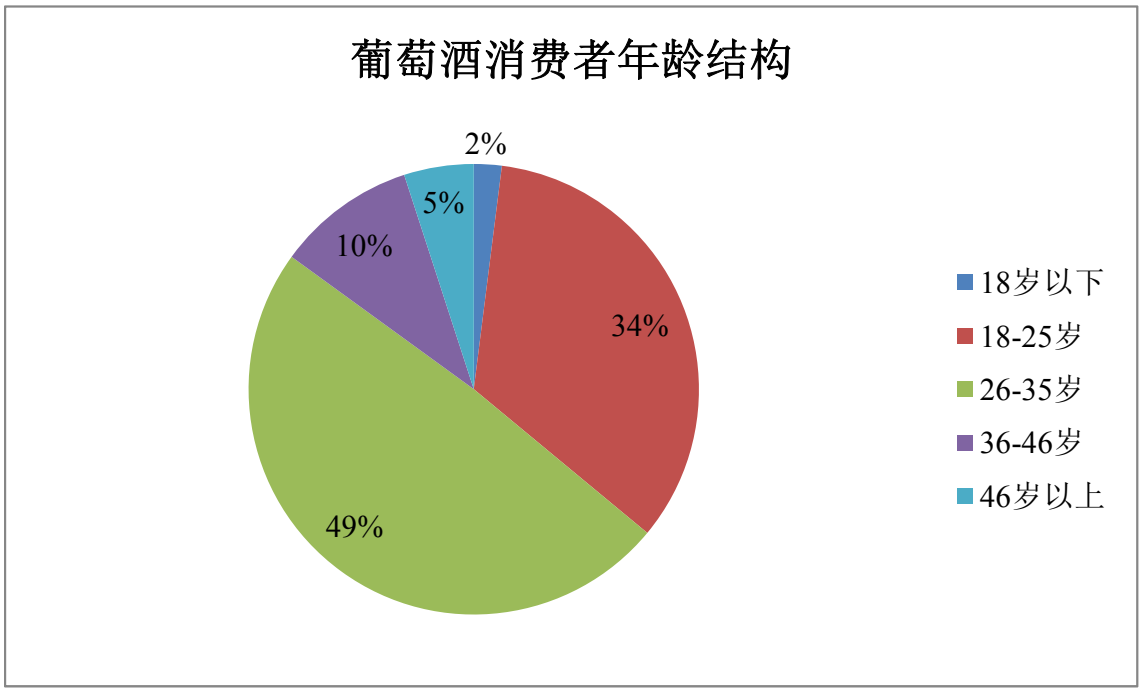
[1]数据来源：Morgan Stanley



数据来源：华泰证券研究报告，《白酒企业竞争力解析》

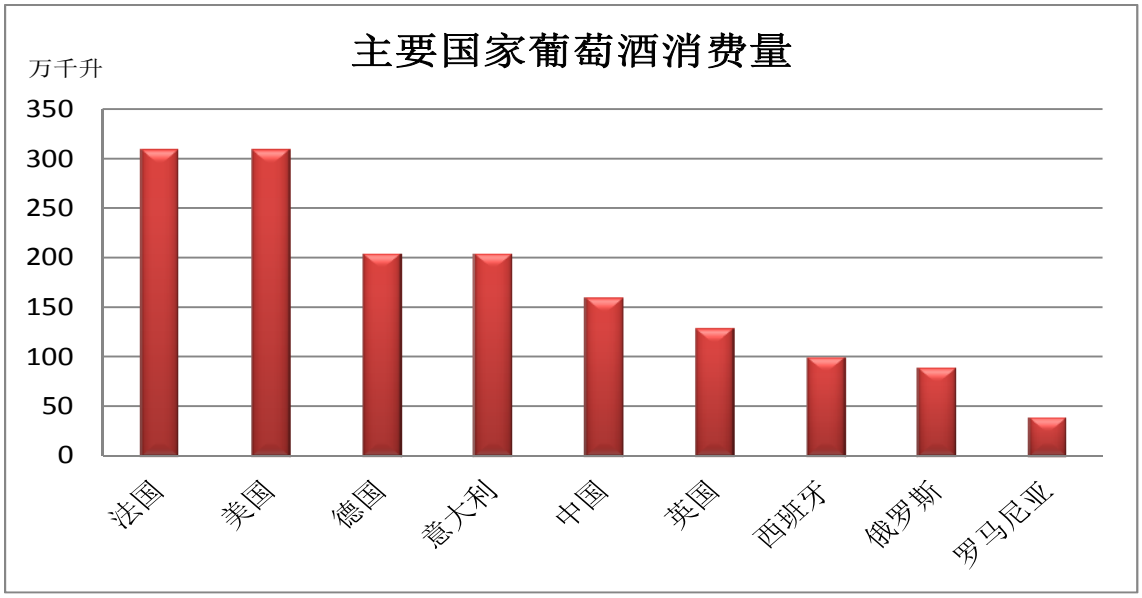
2）葡萄酒

在我国，葡萄酒的消费也有着历史渊源，但是受制于饮用习惯、收入水平等原因，消费群体并不普遍。在经济发达地区，葡萄酒开始越来越多地进入家庭消费。中青年消费者更加追求高品质的生活，而葡萄酒正好满足了这一需求。研究显示，我国葡萄酒消费群体主要集中在 26-35 岁、18-25 岁这两个年龄段，葡萄酒消费占比分别为 49%、34%。



数据来源：华泰证券研究报告，《主动拥抱进口酒，葡萄酒龙头获重生》

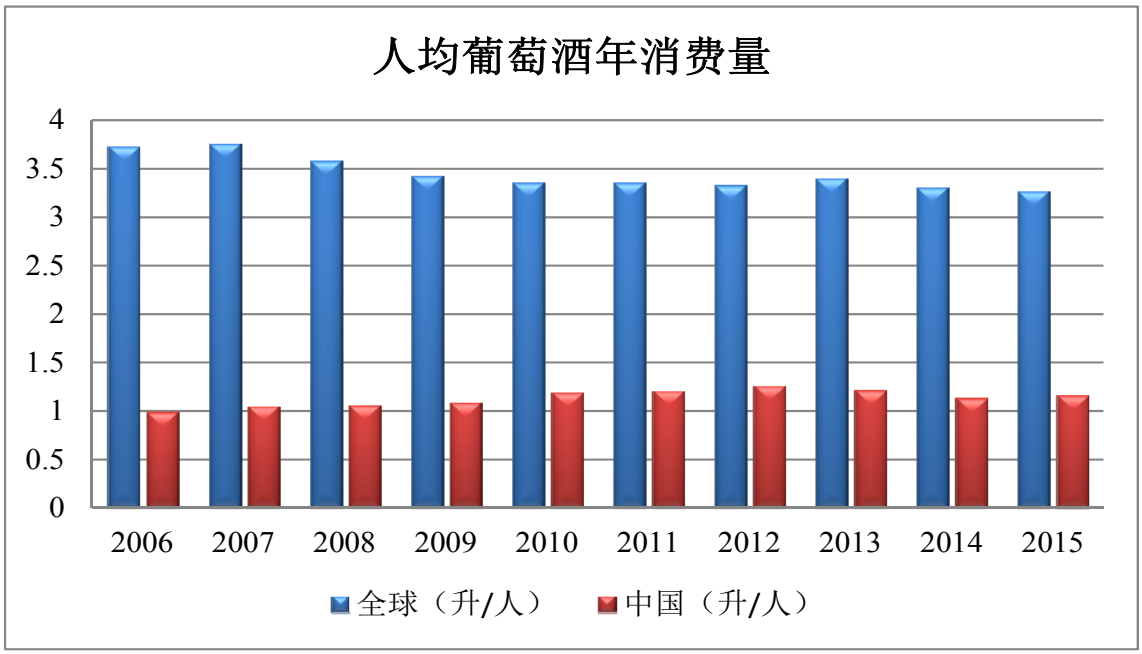
随着国民收入的增长和消费理念的升级，葡萄酒的消费开始加快增长。国际葡萄与葡萄酒组织（O.I.V.）数据显示，2014 年我国葡萄酒总消费量达到了 15.8 亿升。相关研究表明，2016 年葡萄酒行业整体市场容量接近 650 亿元人民币[1]。



数据来源：Wind 资讯

国内葡萄酒市场的持续扩容和大量的潜在消费者也吸引了进口葡萄酒的涌入，原产于法国、意大利、西班牙等“旧世界”及美国、澳大利亚“新世界”的各类品牌葡萄酒陆续走进国门。2010 到 2016 年，进口葡萄酒数量从 30.49 万千升增长至 66.84 万千升，年均复合增长率为 13.98%[2]。进口葡萄酒的竞争格局也由最初的低门槛、小规模、低价格转变为品牌和性价比的竞争。由于目前国内消费者品鉴能力有待提高，进口葡萄酒市场仍处于品牌繁多、价格不明晰的格局之中。符合国内消费者口味，且价格合适的品牌将会获得优势地位。IWSR 预计 2014 年至 2018 年，我国葡萄酒消费量的增长幅度将达到 24.80%，进口葡萄酒占据着增长的主导地位。

[1]数据来源：华泰证券研究报告，《主动拥抱进口酒，葡萄酒龙头获重生》
[2]数据来源：Wind 资讯



数据来源：Wind 资讯，World Bank

从人均消费量来看，2006-2015 年十年间，我国人均葡萄酒年消费量在 1 升左右徘徊，远低于全球人均消费水平。受年轻一代消费习惯转变和可支配收入增加的驱动，在未来 10 年内，我国葡萄酒行业整体增速将保持在 5%左右[1]。

（4）流通渠道多样化发展

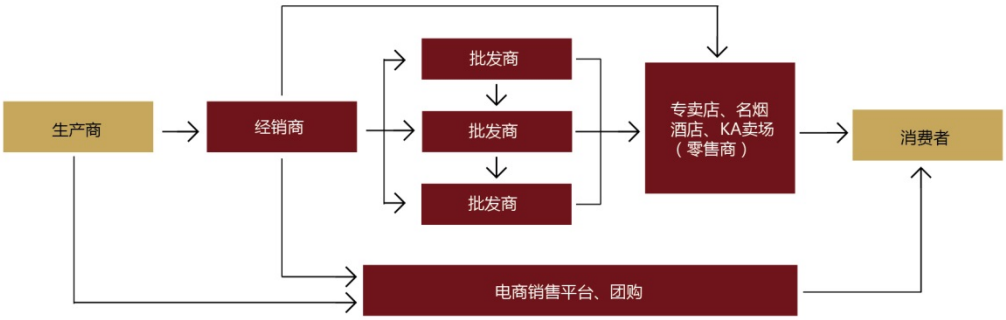
目前，批发分销仍然是酒类流通的重要方式，从事着批发分销活动的经销商活跃于酒类流通市场。酒类经销商有着区域特性，往往在当地具有较强的资金实力，拥有较多的终端资源，能够获取高质量的酒类产品。在从酿酒企业拿到产品后，分销至其他经销商或零售商，最终传递到消费者手中。一些积累了丰富渠道资源和资金实力的经销商，在批发分销酒企自有产品的同时，会选择与名酒企业合作开发新品牌并获得独家品牌经营权，全权负责该品牌的销售推广。

基于加快产品流通、降低流通成本及控制产品品质的市场要求，批发分销过程中的环节不断减少，销售终端的重要性愈加彰显，连锁门店、专卖店、名烟酒店、KA 卖场等零售商的话语权日益增加。酒类零售商种类繁多，数量庞大，具有多元化、专业化和规模化的特点，能够深入接触到最终消费者，获取第一手的需求信息。逐渐地，它们不再只是和最后一级经销商进行合作，而是开始与地区总经销商、全国总经销商合作，寻求稳定的、高质量的供货来源，获取流通利润，

[1]数据来源：东吴证券研报，《价值回归市场复苏，年轻一代成为消费主力》

为消费者提供更好服务。

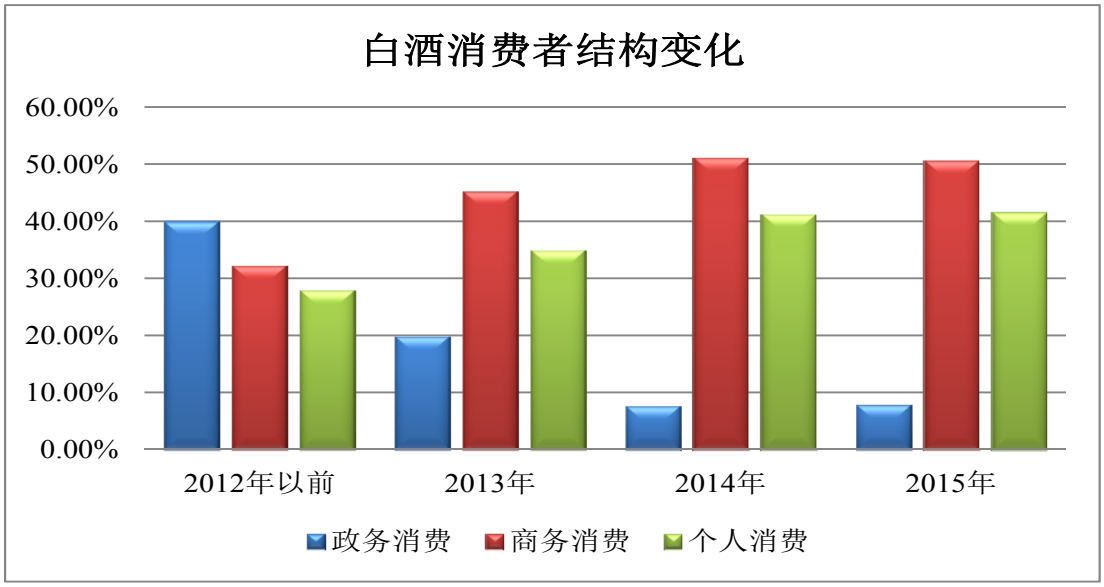
此外，基于电子商务的成熟和物流运输的支持，酒类产品开始通过电商渠道传递到消费者手中，越来越多的酒类销售企业借助互联网向酒类电商平台转型，形成了新的运营模式，包括“生产企业+电商”、纯线上电商和 O2O 两种模式。然而，由于酒类单价高，为了防止破损、污染，通常需要二次包装以适应配送过程中可能发生的各种情况，将增加包装成本和物流成本，另外消费者对线上销售真品酒水的认可程度有待提高，这些问题将是电商渠道发展所要面对的难题。除此以外，对于有批量购买需求的客户而言，团购方式也是酒类流通的一种有效渠道。



酒类流通渠道分布图

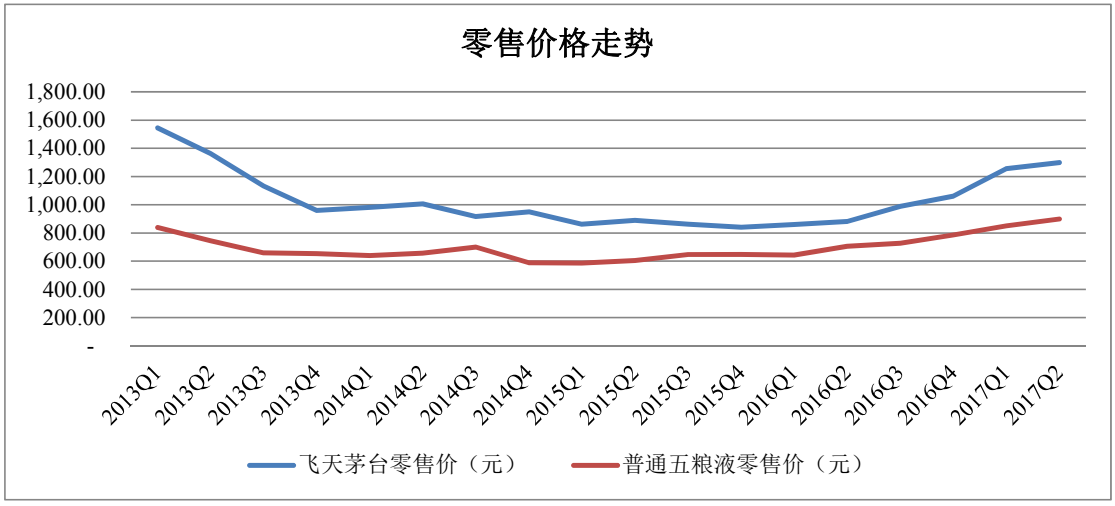
（5）消费群体发生变化，中产阶级开始活跃

经过三年多的调整，酒类行业所面对的消费群体也发生了变化。以白酒行业为例，消费群体由过去的政务、商务消费为主转变成商务、个人消费为主。政府、军队的采购行为基本上消失殆尽，中产阶级的兴起所带动的个人消费开始活跃起来，由此带来了新的消费动态和发展趋势。



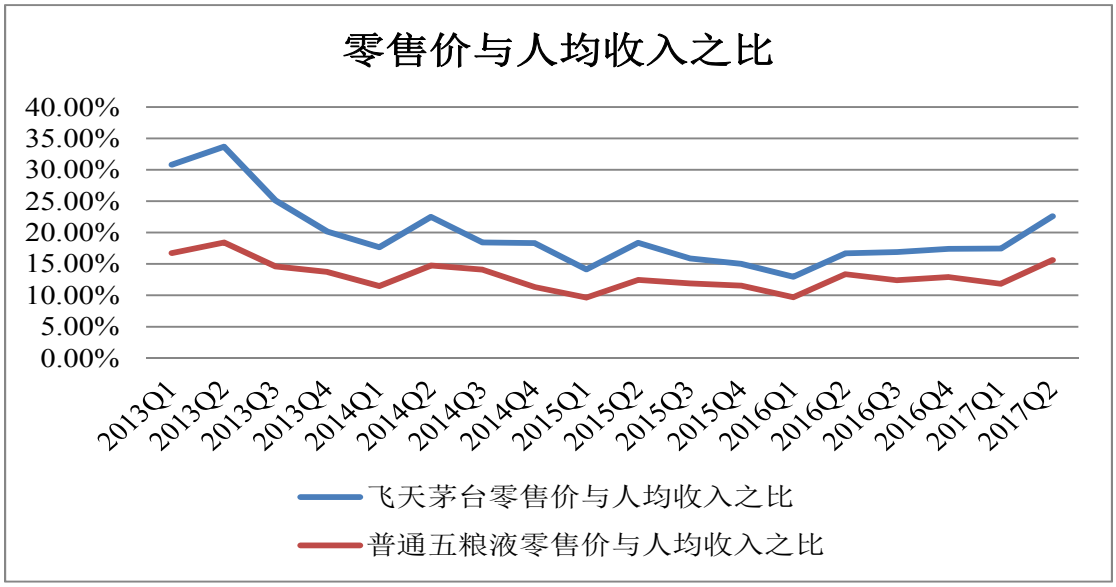
数据来源：Macquarie,China spirits sector

从 2005 年到 2014 年，随着居民收入的增长，白酒消费金额与国民总收入的比例从 1.26%下降至 0.80%[1]。与此同时，“茅台”、“五粮液”等传统名优白酒的价格也越来越亲民。以 1 号店的零售价为指标，2013 年 1 季度 53°飞天茅台的零售价为 1,544.63 元，与当季居民人均收入之比为 30.85%，到 2016 年 1 季度，零售价已经下降到 859.78 元，与当季居民人均收入之比也降至 12.99%。而另一国民品牌，52°普通五粮液的零售价从 2013 年 1 季度的 837.67 元下降至 2016 年 1 季度的 643.21 元，与当季居民人均收入之比也从 16.73%下降到 9.72%。名优白酒的价格从高峰处快速下落，经过一段时间的调整，现在步入了理性消费区间。



数据来源：Wind 资讯，1 号店

[1]数据来源：Citi Research , Chinese Spirits(Baijiu) Sector



数据来源：Wind 资讯，国家统计局

根据瑞信发布的“2015 年全球财富报告”，我国家庭财富总值达 22.8 万亿美元，超过日本跃居世界第二富裕国家，仅次于美国，同时拥有 1.09 亿中产阶级人口。这样庞大的具有较高消费能力的群体将会是名优酒类消费的主力。

3、美国酒类流通行业发展状况

与我国酒类流通体制相似，美国的酒类流通链条中也包含着生产商、批发商、零售商与消费者。不过，基于市场秩序、税收征管、产品多样化和避免过量饮酒的考虑，美国对酒类产品销售的管理更为规范，市场整合程度和集中度较高，前 8 家销售商占据了 70%的销售量和 68%的销售额。2014 年，Southern Wine & Spirits 与 Glazer’s 合并形成了覆盖美国 40 个州并占据 29.30%市场份额的行业龙头 Southern Glazer’s，并于 2016 年取得了帝亚吉欧（Diageo）和百加得（Barcadi）在北美地区的独家代理权。对比美国，我国酒类流通市场的集中度还有较大提升空间。

序号	销售商	主要合作品牌	销售规模（亿美元）	市场份额（%）
1	Southern Glazer’s	Diageo、 Barcadi	155.00	29.30
2	Breakthru	Jack Daniel’s	75.00	14.18
3	Republic National Distributing	Pernod Ricard	65.00	12.29
4	Young’s Market	Korbell、Sutter Home	29.00	5.48
5	Johnson Brothers	Deutsch Family	17.00	3.21

序号	销售商	主要合作品牌	销售规模（亿美元）	市场份额（%）
6	Martignetti Companies	Zarco、 Yukon	12.00	2.27
7	Allied Beverage Group	Jack Daniel's	8.00	1.51
8	Fedway Associates	Ruby Wine	8.00	1.51
合计			369.00	69.75
其他销售商			160.00	30.25
整个美国市场			529.00	100.00

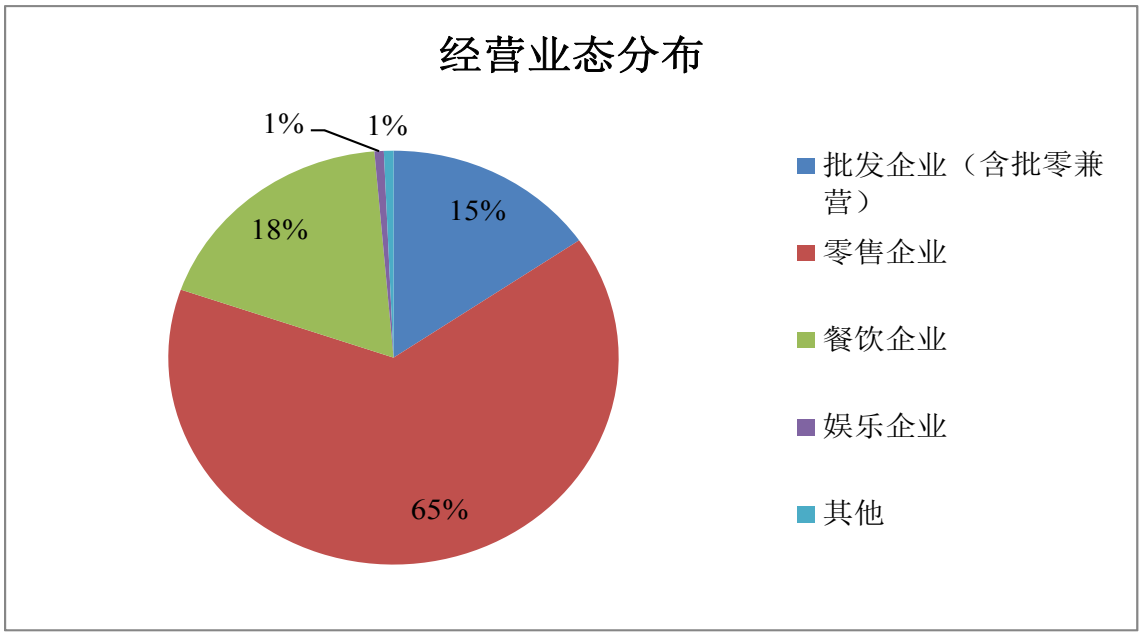
数据来源：MHW，Overview Of The U.S. Beverage Alcohol Market, Trends & Market Entry Conditions.

（三）行业竞争状况及发行人竞争地位

1、行业竞争格局及市场化程度

（1）酒类销售企业数量众多，零售业态多元化

公司所处行业属于充分竞争行业，企业数量众多，占市场较大份额的大型龙头企业较少，市场集中度较低，整体处于向规范化、规模化发展的过程中。商务部酒类流通管理信息系统显示，截至 2016 年底，在商务部门备案登记的酒类经营者数量有 82.42 万家，其中批发企业（含批零兼营）占 15%，零售企业占 65%，餐饮企业占 18%，娱乐企业占 1%，其他占 1%。



数据来源：商务部酒类流通信息管理系统

随着行业的发展与信息技术的应用，降低流通成本、控制产品品质的诉求日益高涨，行业扁平化、终端多元化的趋势愈加明显。一些掌握着较多的酒品资源，具有较强的话语权的大型经销商，诸如广东粤强、上海捷强以及北京、河南、江苏等地的国有糖烟酒公司，开始大力发展终端渠道，直面消费者，减少酒品流通至消费者所经历的环节。

零售环节发展迅速，从传统的批发零售到如今的多层次、多渠道零售业态并存，目前酒类零售业态包括专业连锁店、名烟名酒店、专卖店、餐饮、KA 卖场等。电子商务的成熟和完善也催生出一批酒类电商平台，拓宽了酒类销售渠道。各种酒类零售业态的特点如下：

零售业态	专业连锁	专卖店	名烟名酒店	餐饮、酒店	KA 卖场	电商平台
经营特征	统一形象，统一管理	形象标准化，产品专销	通常为单体店	兼营酒的零售	一般拥有专门的销售区域或柜台	线上销售，虚拟陈列
品牌定位	专业连锁品牌	附属于产品品牌	一般无自身品牌	餐饮、娱乐品牌	综合性商品零售品牌，品牌本身与酒品无联系	平台自身品牌
产品丰富度	种类及品牌均较为丰富	单一品牌	种类及品牌均相对丰富，产品地域性较强	种类及品牌均相对丰富	种类及品牌均较为丰富	种类及品牌均相对丰富
采购渠道	直接向厂商或大型经销商采购	厂商直接供应，部分向经销商采购	一般向经销商采购	一般向经销商采购	一般向经销商采购	直接向厂商或大型经销商采购
运营成本	较高	一般	一般	一般	较高	较高

（2）保真和品质成为企业竞争的焦点

一直以来，“假酒”问题困扰着酒类制造商，销售商和消费者，少数不法企业和人员制售假冒伪劣及侵权产品，扰乱了市场秩序，损害了行业形象，严重侵犯了市场参与方的合法权益，例如 1998 年的“山西朔州假酒案”，2003 年“云南元江假酒中毒事件”和 2014 年“江苏徐州假酒案”。产品保真优势对于扩大客户群体和市场影响力，增加顾客忠诚度有着举足轻重的作用。

随着居民收入的增长和消费结构的升级，酒类产品更加精细化与个性化，消

费者在健康、口感、舒适度等方面对其提出了更高的要求，科学饮酒、健康饮酒、快乐饮酒的理念逐渐被认同。名品新品的开发与遴选、引入与推广开始成为销售企业拓展市场、增强竞争力的有效途径。

因此，在整个流通环节，能够为消费者提供真品酒水、高品质酒水将是酒类销售企业增强竞争力，获取市场份额的有效手段。

2、行业内的主要竞争对手[1]

（1）银基集团控股有限公司

银基集团控股有限公司（以下简称“银基集团”）于 2007 年 9 月 12 日在开曼群岛注册成立，并于 2009 年 4 月 8 日在香港交易所主板上市，股份名称为“银基集团”，股份代号为“00886”，主要业务为“经销酒及中国香烟，物业投资”。是一家经销中国和海外多个酒类产品的运营商，建立了覆盖整个中国及欧亚地区多个国家的销售网络。销售产品以国内白酒为主，特别是“五粮液”系列酒和“茅台”系列酒，此外还引进了来自世界各地的高品质葡萄酒及威士忌产品来作为补充。

（2）壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司

壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司（以下简称“壹玖壹玖”）于 2010 年 8 月 31 日成立，并于 2014 年 8 月 13 日在全国股份转让系统挂牌公开转让，证券简称为“壹玖壹玖”，证券代码为“830993”。是一家线上电商平台线下实体门店一体化的酒类服务商，致力于提供从厂家到消费者之间的集订单、采供、物流、数据营销四位一体的专业数字化服务，已经在全国 349 个城市设立了 121 家直营店和 609 家直管店。

（3）名品世家（北京）酒业连锁股份有限公司

名品世家（北京）酒业连锁股份有限公司（以下简称“名品世家”）于 2008 年 5 月 27 日成立，并于 2016 年 3 月 2 日在全国股份转让系统挂牌公开转让，证券简称为“名品世家”，证券代码为“835961”。是一家专门从事酒类连锁终端建设和营运的企业，在国内 27 个省、市、自治区设立了运营中心，开设了 308 家

[1]各公司简介来源于官方网站，年度报告等

综合体验店、中心体验店、社区体验店。经营的产品以葡萄酒和白兰地为主，辅以白酒、黄酒、进口啤酒等品种。

（4）维维茗酒坊有限公司

维维茗酒坊有限公司（以下简称“维维茗酒坊”）成立于 2008 年，为维维食品饮料股份有限公司（600300.SH）的全资子公司，销售酒水涵盖葡萄酒、白酒和黄酒，目前门店主要分布在徐州、西安、常州、北京、连云港、南京等城市。维维茗酒坊主要采用“合资连锁+加盟连锁”的复合经营模式，通过与当地强势经销商合资或者合作进行门店扩张，旗下设立有维维 M1 国际葡萄酒庄，维维 M1 茗酒坊终端连锁店。

（5）上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司

上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司（以下简称“上海捷强”）成立于 1996 年 1 月，是由上海市糖业烟酒（集团）有限公司和上海烟草（集团）公司共同投资组建的集团型商贸流通企业。上海捷强主要以烟酒专业经营为特色，聚焦发展品牌代理和专业连锁两大核心主业，建立了覆盖上海市内大卖场、连锁超市、便利店、综合商厦、餐饮酒店等在内的终端销售网络，是一家具有丰富市场营销和品牌运作经验的现代商业流通企业。

（6）广东粤强酒业有限公司

广东粤强酒业有限公司（以下简称“广东粤强”）成立于 1998 年，主要从事酒类的代理销售，设有商超、团购、批发、市场拓展等运营部门及“粤强酒庄”连锁专卖店。广东粤强以广东为中心，向全国范围辐射，目前在全国与多家二级经销商展开合作，在广州及周边地区拥有众多名烟名酒专卖店等终端客户，同时与广东省内沃尔玛、好又多、麦德龙、大润发等大型商超建立了合作关系，建立了较为完整的销售体系。

（7）福建吉马酒业有限公司

福建吉马酒业有限公司（以下简称“福建吉马”）主要从事酒类经销业务，经营白酒、葡萄酒、洋酒、黄酒、啤酒等多个品种，构建了华南、华东、西部、华北四大营销中心，形成了以省城为中心，以地级市为重点，以县级城市为辐射

点的三级营销体系。

（8）商源集团有限公司

商源集团有限公司（以下简称“商源集团”）植根于浙江，以子公司久加久连锁股份有限公司作为主要酒类销售运营平台，下辖 100 多家专业直营连锁酒水专卖店，与茅台、五粮液、剑南春、长城等各类酒企保持着合作关系。商源集团在立足浙江市场的基础上，积极向全国各省市自治区拓展与扩张。

（9）ASC 精品酒业

ASC 精品酒业是一家专注于向中国消费者推广葡萄酒的销售商，与众多大型跨国葡萄酒酿造集团、酒庄建立了合作关系，独家进口并经销来自 15 个国家、100 多家酒庄的葡萄酒，通过直接采购、专业运输、防伪标签技术为消费者提供专业酒品服务。

3、发行人的市场地位

公司自成立以来一直致力于为消费者提供保真的酒类产品和多样化的产品，经过多年的发展，在产品遴选与开发、销售与推广等方面积累了丰富的经验，也建立了全面的销售渠道，储备了大量的终端客户，品牌影响力不断提高。

我国酒类销售市场参与者数量众多，市场比较分散，且不同子市场差异较大。分酒品来看，2016 年白酒市场规模大约为 5,380 亿元[1]，葡萄酒市场规模大约为 650 亿元[2]。公司与主要竞争对手（公众公司）营业收入对比如下：

单位：万元

主要竞争对手	2014 年营业收入	2015 年营业收入	2016 年营业收入
银基集团	37,067.70	111,524.96	132,711.15
壹玖壹玖	61,075.28	119,643.28	288,664.88
名品世家	8,415.60	20,769.11	60,877.30
本公司	114,796.48	157,756.74	218,413.42

注：因部分竞争对手不是公众公司，无法获取其财务数据。银基集团的会计年度为当年 4 月 1 日至下年 3 月 31 日，销售收入按照 1:1.13 汇率折算。

[1]数据来源：Macquarie Research estimates
[2]数据来源：华泰证券研究报告，《主动拥抱进口酒，葡萄酒龙头获重生》

4、发行人的竞争优势与竞争劣势

（1）发行人的竞争优势

1）覆盖全国的直供终端网络是公司发展的核心竞争力

公司以北京、南京、成都、郑州等城市为核心，铺设“公司——销售终端——消费者”的销售模式，建立起了覆盖全国、扁平化、高效率的直供终端网络，销售终端包括酒品零售网点、KA 卖场、团购客户、电子商务等。

公司的零售网点客户遍布全国，主要为名烟名酒店、专卖店、餐饮酒店等零售门店，客户直接向公司提交订单，由公司匹配就近安排仓库配货、发货，减少了下游销售的中间环节，降低了其采购成本，受到客户广泛青睐。报告期内公司零售网点发展迅速，截至 2017 年 6 月，公司合作的零售网点客户约 3,000 余家。

在消费升级、酒品个人消费增多的大趋势下，综合性 KA 卖场成为酒类产品重要的销售终端。公司加大了 KA 的渠道建设，截至 2017 年 6 月，产品进入 30 余家大型商超，拥有众多可以持续消费的重点客户资源。同时，公司积极开拓新兴消费渠道，在京东、天猫开设电商旗舰店，尝试拓展线上销售。

公司的直供终端网络，能够直接深入酒类产品销售渠道的最底端，直接面对大众消费市场，帮助公司把握消费市场最新动向，判断市场变化趋势；通过扁平化的销售网络，直接连接终端消费网点，将流通环节的利润与 KA 卖场、零售网点等客户分享，同时提供市场资讯、业务培训、管理支持等附加服务，维持客户的忠诚度和稳定性。公司凭借与遍布全国、数量众多、形式多样的直供终端客户建立起的合作关系，不断加深与终端消费者的联系，巩固自身市场影响力和行业竞争力。

2）全渠道的营销网络优势奠定了公司领先的行业地位

作为精品酒水营销和服务商，公司构建了包括连锁酒行、零售网点、KA 卖场、团购、电商、终端供应商在内的全渠道营销网络体系。除直供终端网络外，公司积极维护连锁酒行和终端供应商渠道，建设起优势互补、相互渗透、相互促进的销售网络。

公司旗下的“华致酒行”自有品牌连锁酒行，布局一线、二线城市及地区经

济中心，采用统一标识、统一装修、统一规范、统一管理标准，除向消费者提供全系列的产品销售外，同时承担酒文化宣传、精品酒水推广、消费者品鉴培训等功能。截至 2017 年 6 月，公司共拥有 202 家连锁酒行，覆盖全国 27 个省、直辖市和自治区。

公司重视传统酒类销售渠道的建设，截至 2017 年 6 月，公司共发展了 100 多家终端供应商。作为直供终端网点的补充，公司充分利用终端供应商客户的经销实力和渠道优势，提高公司的业务覆盖的广度和深度。

全渠道营销网络体系的构建，一方面通过加盟门店树立起“华致酒行”专业、精品、保真的企业形象，另一方面通过更加扁平化的销售渠道迅速占领销售终端，在继续发展传统大流通渠道的同时，开拓新兴业务渠道，避免对单一渠道的依赖，进一步强化了公司的市场影响力和竞争力，既赢得了消费者的青睐，也增强了在与上游企业合作过程中的话语权。

3）产业链信息化管理优势是公司快速发展的关键因素

经过多年的发展，公司开发出了一整套适用于酒类流通领域的信息化管理系统，服务于公司众多客户、供应商及各地采购、销售及管理人员，涵盖酒品流通的前、中、后段。

公司的产业链信息管理系统，能够实现产品进、销、存管理与公司财务管理的一体化协同，实现总部对采购、物流、仓储、销售各业务环节的业务监控，实现了业务流程标准化，协助供应商、客户、业务人员、管理人员的沟通协作；公司通过信息管理系统，能够实现对近 4000 个产品的有效管理；公司各条业务线的数据经过汇总，传递至总部的财务及业务管理部门，向管理层提供及时、准确的信息，为公司的经营决策提供可靠的数据支持。

公司的信息化管理系统，能够延伸至酒类流通的各个层级，串联起公司整体业务流程，提高了公司的运营管理能力。通过优化产品采购供应管理、配送管理、保真管理、仓储管理，加快新品甄选及开发速度，提升客户需求的满意度和响应效率，实现对市场的快速反应，提高公司整体竞争力。

4）产品保真体系优势是公司赢得市场的根本原因

公司始终坚持以“保真”作为自己的立身之本，把“让广大消费者，能够放心地购买到真品美酒，喝上真品美酒”作为企业愿景，采取源头控制、信息技术管理和消费者监督相结合的手段，保证渠道内的酒品均为真品。

公司的保真体系贯穿于新品开发、产品采购、仓储、配送、门店经营、客户管理、市场监督等各个环节，做到产品保真的无缝衔接。在产品开发环节，公司开发的专销酒品的合作方均建立了严密质量控制制度，上述酒品 100%来自生产源头采购，从根本上杜绝了专销酒品的伪劣风险。在采购环节，公司主要供应商均为知名酒水生产企业、酒水的一级经销商及综合实力强、信誉好的酒商，确保了酒品的保真性。在采购入库环节，公司的产品主要由生产厂商直接运送至中心仓库或指定交货地点，运输过程严格监控；对于自提产品，公司派出专职运输人员，保证产品运输安全；进口酒品全部委托实力强、信誉好的专业酒类运输公司，保障货物的安全交接。物流仓储环节，公司自管的仓库建立了严格的存货出入库管理及盘点制度；对于第三方仓储，公司派人定期巡视，并运用防伪溯源技术手段实现每件产品自入库到进入店面的销售全程可控。在门店经营及客户管理方面，公司对假酒实行“零容忍”政策，制定了严格的惩罚制度杜绝假酒流通。借助公司的信息化管理系统和防伪溯源技术，渠道内产品均实现了覆盖采购、仓储、物流、销售的全程可追溯。

严格的产品保真体系，使客户能够方便采购到优质真品酒水，为公司赢得了广泛的市场认可，是公司赢得市场的根本原因。

5）产品筛选及开发优势使公司持续不断获取新的业务增长点

经过在精品酒水流通领域的多年耕耘和积累，借助广泛覆盖不同地域、不同消费群体的全渠道营销网络体系及产业链信息管理体系，公司能够在研究分析的基础上，寻找并预判行业的发展趋势，不断调整自有产品体系，以迎合市场需求，引领酒类消费健康发展。

公司的决策层及主要管理人员均为长期从事酒类销售和渠道运营的专业人士，对行业的发展趋势有准确的判断；公司通过酒类消费市场供求状况、本公司产品销售情况分析、行业和产业调研，发现市场需求；公司在全国各省区均设有专职销售团队，市场业务人员分布全国各地，通过深度服务连锁酒行、零售网点、

KA 卖场、团购客户、电商客户、终端供应商，了解客户的酒品消费需求，并定期汇总报告，供决策层参考；公司建立了产品决策委员会，负责产品体系的设计和调整，成员包括采购、销售、仓储、财务、质量控制、售后服务各业务部门负责人，并建立了产品品类目标规划和产品线评价体系，用科学的决策手段指导新产品的开发。

基于对中国酒类市场的深刻理解和酒类消费终端市场的深度耕耘，产品经推广后得到市场的高度认可，受到各渠道不同类型客户的青睐。公司的产品筛选及开发，为公司持续创造新的业务增长点，是公司业务增长的有力保证。

6）精品酒水全品类产品体系满足市场多样化的需求

公司与国内外知名酿酒企业及大型酒类流通商建立了长期、稳定的合作关系，经销的产品包括飞天茅台、普通五粮液、西凤酒、水井坊、等国内知名酒品。同时，公司与国内酒企合作开发了“五粮液年份酒”、“贵州茅台酒（金）”、“古井贡酒 1818”、“国乡荷花”等多款优质、畅销酒品，是上述产品的总经销。葡萄酒大师阿伦•格里菲斯（Alun Griffiths）先生根据国人的饮用习惯和偏好，在全球范围内甄选质量上乘且能够代表当地风土的精品葡萄酒 500 余款，组成“阿伦选•葡萄酒”产品系列；公司是美国著名红酒品牌“罗伯特•蒙大菲”在中国大陆地区的独家代理机构。公司现经营国内外精品白酒、葡萄酒、黄酒等产品近 4,000 种。

精品酒水全品类产品体系，使公司的产品线能够实现对不同地域、不同年龄、不同类型、不同消费偏好的消费者的全面覆盖，满足酒类消费需求侧多样化、个性化的用户体验及产品需求，同时大大降低了对单一类型产品的依赖，有力分散了细分市场波动带来的风险，降低了强势酒企对流通渠道的控制力，增强了公司在市场的话语权。

7）优秀的团队造就管理优势

公司核心管理团队成员均拥有多年的酒类销售行业从业经历，具有丰富的行业运营经验和企业管理经验，市场敏感性强、发展思路清晰，并形成了一套行之有效的经营管理模式和企业文化，保证了公司更准确的市场定位和业务规划。

经过多年的经营积累，公司建立了成熟的人才选拔、培训、淘汰机制，能够通过人才培训、人才引进、人才发现，充分发掘员工潜力，并行了良好的业务传承和人才培养机制。公司已培养了一支精干、高素质的管理、运营、销售队伍，为公司快速发展奠定了坚实基础。

8）品牌优势是公司持续稳健经营的保障

经过多年发展，公司已成为国内实力较强、知名度较高的精品酒水营销和服务商，得到了市场的高度认可。2011 年，“华致酒行”商标被国家工商行政管理总局商标局认定为“中国驰名商标”。2010 年-2016 年，华致酒行连续入选“中国 500 最具价值品牌”

公司恪守“精品、保真、服务、创新”的理念，在销售名优酒品的同时注重塑造自身的品牌形象，在业内享有较高美誉度及影响力，生产商、供应商、客户、消费者的认同度不断提高，与渠道上下游的合作关系愈加紧密。良好的品牌形象，是公司业务拓展、稳健经营的有力保障。

9）多元化的产品服务向消费者提供丰富的消费体验

公司除向消费者提供高端、精品、保真的酒品外，还通过宣传广告投放、连锁门店展示、线上活动推广等形式，提供丰富的消费体验，推广健康饮酒的生活理念，倡导市场理性消费，引领市场发展。

公司完整的精品酒水产品体系，能够全面满足终端消费者不同场景下多样化的饮用需求；消费者通过在渠道内的酒类销售终端即可实现全部酒品采购；公司通过连锁门店及终端类客户进行酒文化宣传、精品酒水推广、品鉴培训，提升终端消费者的酒水品鉴能力；葡萄酒大师阿伦·格里菲斯（Alun Griffiths）“阿伦选·葡萄酒”选择全球范围内质量上乘、性价比高，且能够代表当地风土的精品葡萄酒，指导客户品鉴、识别不同类型葡萄酒的特色，推动购酒及饮酒理念的升级。多年的市场培养和多元化的产品服务，使客户始终保持对公司的认同感和满意度，有利于提升客户黏性，保障了渠道的稳定、快速发展。

（2）发行人的竞争劣势

1）规模扩张存在资金瓶颈

抓住机遇快速扩大渠道布局、完善营销网络建设、增强产品遴选与开发能力，是公司巩固竞争优势的关键。经营规模的扩大、营销网络的建设以及新品筛选与开发推广都需要投入大量的资金，尽管公司目前具有一定的规模，但仅依靠现有融资渠道，无法满足公司快速发展的需求，公司亟待开拓多元化融资渠道，筹集资金用于公司发展壮大。

2）信息化程度与国际知名企业间存在差距

从行业发展趋势来看，信息化程度逐步成为体现企业核心竞争力的关键要素。公司虽然在信息化方面投入了一定的人力和物力，但与国内外知名流通企业相比仍有较大提升空间。公司需要通过对信息系统的升级，实现采购、财务预算、客户开发和运营、仓储物流等运营流程的优化，有效提升各个经营环节的协同程度，提高决策的科学性，为公司在国内市场进一步拓展业务奠定坚实基础。

5、行业进入壁垒

（1）供货渠道壁垒

在酒类流通渠道扁平化的总体趋势下，作为酒类销售企业，与供应商建立并维持长期稳定的合作关系至关重要。

目前，在我国酒类流通行业中，一些大型传统经销商占据着重要地位，它们主要按照地理区域划分销售范围。一般性的酒类销售企业由于本身实力有限，更多地只能选择与这些传统经销商甚至更下级经销商合作，采购成本高。如果要直接取得酒类生产商的产品销售代理权，需要在品牌运营、营销网络、销售规模、财务状况、服务能力、资信状况等多方面具备较为突出的优势，而且通常需要经过长期的业务合作才能取得生产商的信任。本行业的新进入者，很难在短时间内具备前述优势，也很难直接与知名品牌酒企建立重要合作关系。

（2）营销网络建设与运营能力壁垒

营销网络是由销售网络、商情网络、广宣网络、客户网络和服务网络组成的有机体系。酒类销售企业要实现跨区域经营，建设全国性的营销网络，需要对营销管理、价格与质量管控、库存仓储、物流配送等各个环节进行精细化管理，需要有一套科学的组织结构、标准化的业务管理流程、完善的人才引进及培育体系，

这些都需要在经营实践中不断积累和总结。本行业的新进入者，需要足够的人力、财力和时间才能具备上述能力。

（3）规模化经营壁垒

对于酒类销售企业而言，企业的规模效应明显。从采购角度讲，只有达到一定规模的企业才能获取上游供应商的认可，提高议价能力，拿到优质资源，同时减少供应链的中间环节，实现供货渠道的扁平化。从销售角度，只有达到一定规模，才能提升消费者对企业品牌的认知度，增强对消费者的吸引力。相对而言，规模较小和新进入的酒类销售企业，其抵抗市场风险的能力不强，既面临外部大型企业的强势竞争，又面临着内部资金、品牌、网络终端等多方面的发展制约，难以在市场竞争中取得有利地位。

（4）资金规模

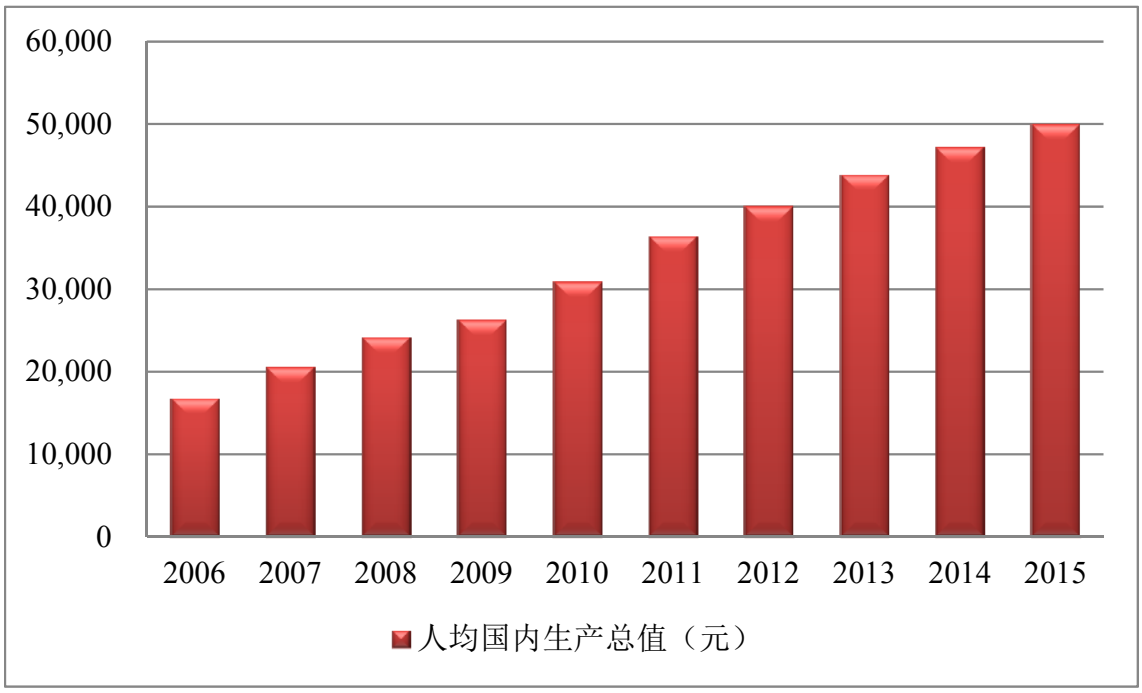
因规模化经营趋势和营销网络建设的需要，资金实力越来越成为进入酒类流通行业的重要壁垒。酒类产品流转过程中需要占用大量流动资金，物流配送设施、信息管理系统的建设也需要大量资金。这些都对酒类销售企业的资金实力或融资能力产生了较高的要求。本行业的新进入者难以在短时间内筹集大量资金。

（四）影响发行人发展的有利和不利因素

1、有利因素

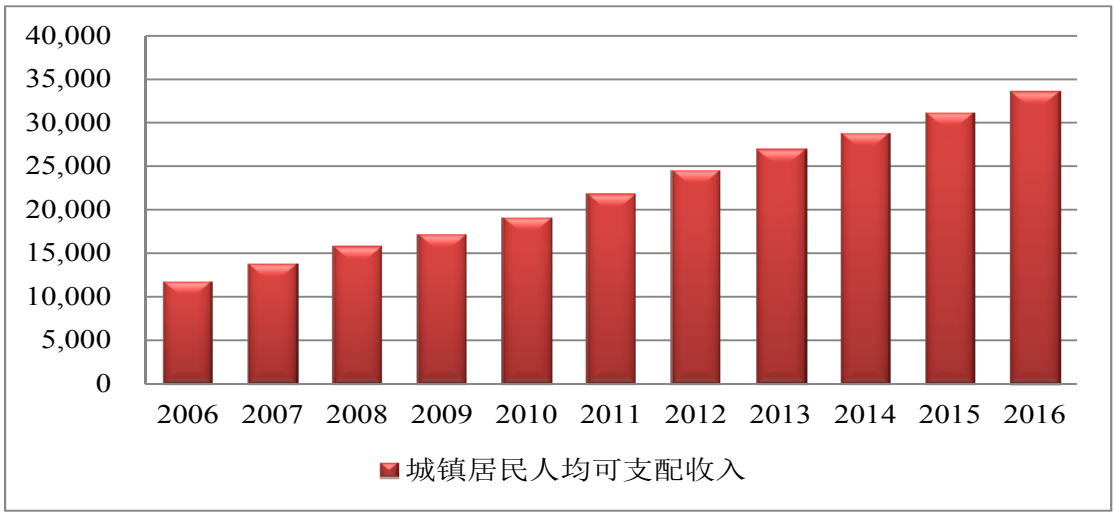
（1）国民经济持续增长，消费结构不断升级

国民经济持续增长和消费结构不断升级是促进酒类流通发展的重要推动力。2006 年我国人均国内生产总值为 16,738 元，2015 年达到 50,251 元，年均复合增长率达到 12.99%，呈现出稳定、快速的增长趋势。即使近年来，国内生产总值的增速有所下降，但仍然保持在 6%-7%的水平。



数据来源：Wind 资讯

伴随着国民经济的稳定增长，城镇居民收入水平也有了显著提高。2016 年城镇居民人均可支配收入达到了 33,616.00 元，是 2006 年的 2.86 倍[1]。根据马斯洛需求理论，在生理需要和安全需要逐一被满足后，社交需要和尊重需要开始成为人们生活的主旋律。可支配收入的提高意味着人们在满足饮食、住宿等必要的需求后，可以将更多的物质财富和精力投入到更高层次需要的活动之中，这也意味着人们消费结构的变化和消费层级的提升，整个消费市场呈现出更新升级的趋势，对酒类流通行业将会产生积极影响。



[1]数据来源：国家统计局

数据来源：Wind 资讯

（2）国家产业政策大力支持

为了进一步规范我国酒类流通行业的发展，提高酒类销售企业市场竞争力，国家各部门先后出台了《关于“十二五”期间加强酒类流通管理的指导意见》、《国内贸易流通“十三五”发展规划》等多项政策文件。

2011 年 12 月，商务部发布《关于“十二五”期间加强酒类流通管理的指导意见》，指出“十二五”期间，酒类流通管理要以调整结构、规范管理、提升质量、改善环境为重点，促进酒类流通行业规范有序发展。力争到“十二五”期末，形成一大批年销售额超 10 亿元的区域性酒类流通骨干企业，一批年销售额超过 50 亿元的全国性酒类流通龙头企业，10 家左右年销售额超 100 亿元、具有国际竞争力的大型酒类流通企业。

2016 年 11 月 11 日，商务部等 10 部门联合发布《国内贸易流通“十三五”发展规划》，强调在“十三五”期间，将实施消费促进、流通现代化和智慧供应链三大行动，全面打通消费、流通和生产各环节，促进流通升级，提升流通在国民经济中的基础性支撑和先导性引领作用。

（3）上游资源丰富，产能供给充足

近年来，酿酒行业总产量保持稳定增长，尤其是自 2005 年以来产量年增幅均保持高位。2016 年，国内饮料酒总产量 6,274.20 万千升。2016 年酿酒子行业中，白酒产量为 1,358.36 万千升，葡萄酒产量 113.70 万千升。酿酒行业充足的产能为行业的持续稳定发展奠定了坚实的基础。

酿酒企业的酒品种类日渐丰富。以白酒为例，自建国以来，我国共进行了五次国家级的名酒评选活动，1989 年举行的第五次全国评酒会，共评选出 17 种国家名酒，这些名酒品牌均已成为白酒行业的珍品。同时，白酒因酿造原料、工艺不同还可分为浓香、酱香、清香、兼香、凤香等不同香型的产品，即使香型相同，不同水质、气候环境下酿制的酒品，其口味也不尽相同。丰富的产品为酒类销售企业提供了充足的货源，可有效满足消费者的多样化需求。

（4）酒类消费文化的传承

中国的酒类消费历史长达数千年，酒的作用不仅仅在于日常饮用，更是成为国人社交礼仪中不可或缺的重要媒介，特别是白酒，更是体现中国传统文化精髓的饮品。随着年轻一代年龄的增长、社会阅历的丰富以及职场地位的提升，在未来，这种酒类消费文化的传承仍将延续。而且，随着经济的快速发展，城镇化程度的提升，社交活动越来越频繁，酒类消费需求将保持稳定增长。

（5）物流配送体系日益完善，配送效率大幅提升

物流的发展程度直接影响着酒类流通行业营销网络的建设以及对客户需求的响应速度。近年来，我国物流运输取得了较快的发展，物流配送体系日益完善。随着物流网络覆盖广度不断延伸和物流技术装备水平的提高，物流配送范围迅速扩大，商品配送效率大幅提升，物流配送成本也不断降低，为酒类销售企业的规模化发展和及时响应提供了有力保障。

（6）消费者逐步树立理性消费观念对行业发展起到了良好的促进作用

随着消费结构的变化和消费层次的提升，科学饮酒、健康饮酒、快乐饮酒的理念逐渐被酒类消费者所认同，除了对酒类产品质量、品味的提出更多要求，消费者也越来越注重在购买产品时能否获得增值服务。消费者所产生的新需求也会对酒类销售企业产生正反馈，为行业内竞争营造良好氛围，推动酒类行业向良性竞争、高品质酒品、个性化服务方向发展。

2、不利因素

（1）“假酒”扰乱市场秩序

虽然国家一直在大力打击制假售假行为，酒类生产企业也加大了防伪投入，但出于对暴利的追逐，“假酒”现象仍旧存在。这不仅扰乱了市场秩序，也严重危害了消费者的身心健康，对于正规经营的酒类销售企业而言，会产生一系列的负面影响。随着酒类流通渠道的逐步规范化以及消费者健康意识的增强，相信“假酒”的市场空间将越来越小。

（2）专业人才匮乏

传统的酒类销售模式对管理要求相对粗放，人才准入门槛相对较低，人员素质参差不齐。未来行业发展将越来越注重供应链管理、市场管理以及客户管理，

随之而来的问题是行业内市场策划、客户服务、信息管理、物流管理等关键人才的紧缺。除此以外，与行业发展所配套的酒类营销教育体系并未实质建立，教育体系培养的人才素质与社会各业的需要存在着较大的差异。人才紧缺是本行业未来发展的主要瓶颈之一。

（3）信息化水平相对落后

目前，相当部分的酒类销售企业采用传统的销售方式，较少采用信息化管理。从成熟销售业态的发展经验来看，先进的信息管理系统将大幅提升门店的运营效率、供应链管理能力以及产品的保真水平。尤其是在行业管理还不尽规范的阶段，通过技术手段保证产品品质至关重要。然而，目前行业整体对信息管理系统的投入较为欠缺，不利于酒类销售企业的持续发展。

（五）行业周期性、区域性和季节性特征

1、周期性特征

从消费的角度讲，酒类产品属于快速消费品，其销售会受到国民经济整体景气程度和居民可支配收入变化影响，但没有明显的周期性。

2、区域性特征

通常而言，酒类销售企业具备较强的区域性特征，主要原因在于：一方面这些企业仅在本地拥有较丰富的客户资源，不具备开拓全国市场的能力；另一方面受制于酒类生产商对销售商进行区域性划分，销售商无法将产品售往其他区域。酒类销售企业要突破区域性限制，必须具备完善的全国销售网络和销售能力，并获得酒品的全国经销权。目前，仅有部分大型酒类销售企业具备上述条件，整体来看，我国酒类流通行业的区域性经营特征还较为明显。

由于我国幅员辽阔，各地在饮酒习惯上存在较大差异，除了少数全国性品牌外，酒类产品呈现较明显的区域性特征。以白酒为例，2016 年山西汾酒 56.24%的销售额来自山西省[1]，古井贡酒 87.84%的销售额来自华中地区[2]。酒类产品的区域性特征在一定程度上也制约了酒类销售企业的跨区域性经营。

[1]数据来源：山西汾酒 2016 年年度报告
[2]数据来源：古井贡酒 2016 年年度报告

3、季节性特征

酒类消费市场的季节性主要源于国人长期以来养成的生活习惯，冬季是白酒的消费高峰期，夏季则是白酒消费的淡季；黄酒多用于温饮，更适合寒冷季节饮用，故秋冬季节多为黄酒消费的旺季。

另一方面，酒作为交际礼仪的重要媒介，节日期间社会交往活动频繁，酒的需求旺盛，这样便形成了酒类销售在节日前升温、节日后回落的节日效应。每年的中秋节前后、春节前后都是销售旺季。

（六）本行业与上下游行业的关联性

公司处于酒类流通领域，行业上游为酒类制造业，主体为酿酒企业，行业下游为酒类终端消费群体。

1、发行人所处行业与上游行业的关联性

酿酒企业从事酒类产品生产，产品可细分为白酒、葡萄酒、黄酒、啤酒、洋酒等。酒类制造业主要影响本行业的采购成本。长期来看，随着居民收入水平的提高，消费者对中高端产品的需求日益增强，酒类产品价格整体将保持上升趋势。为应对酒类产品价格的波动，酒类销售企业一般根据市场情况合理配置存货，以控制成本。

2、发行人所处行业与下游行业的关联性

公司所处行业的下游为酒类终端消费群体。随着人均可支配收入的不断提高、城镇化进程的推进，社会交往活动越来越频繁，消费者需求向多元化及个性化方向发展，将持续拉动我国酒类消费量的增长。

三、发行人销售情况和主要客户

（一）发行人的销售情况

公司销售的产品主要为白酒、葡萄酒、黄酒及其他酒品，涉及国内外各主要品牌。

1、主营业务收入分产品划分情况

报告期内，公司主营业务收入按产品类别划分情况见本节“一、发行人主营业务、主要产品及变化情况”之“（三）发行人主营业务收入的构成”。

2、主营业务收入按地区构成分析

报告期内，公司主营业务收入按地区类别划分情况见本节“一、发行人主营业务、主要产品及变化情况”之“（三）发行人主营业务收入的构成”。

（二）发行人的客户情况

1、各期前十大客户基本情况及采购金额：

报告期内，公司前十大客户销售收入及其占营业收入的比重如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	金额	占比
2017 年 1-6 月	1	锦江麦德龙现购自运有限公司	24,524.80	20.02%
	2	北京糖业烟酒集团有限公司、北京糖业烟酒集团有限公司酒类经营分公司、北京糖业烟酒集团京酒销售有限公司[注 1]	7,811.32	6.38%
	3	徐州茅五剑贸易有限公司	4,688.82	3.83%
	4	沛县糖烟酒采购供应站	3,739.87	3.05%
	5	大统华系统、八佰伴系统 [注 2]	1,635.83	1.34%
	6	北京力高伟业商贸有限公司	1,284.55	1.05%
	7	苏果超市有限公司、华润万家系统[注 3]	1,022.43	0.83%
	8	MyiCellar Limited	998.14	0.81%
	9	北京越盛腾电子商务股份有限公司	982.07	0.80%
	10	北京晟强贸易有限公司	930.50	0.76%
合计			**47,618.34**	**38.88%**
2016 年度	1	徐州茅五剑贸易有限公司	19,048.07	8.72%
	2	沛县糖烟酒采购供应站	16,589.88	7.60%
	3	锦江麦德龙现购自运有限公司	16,252.34	7.44%
	4	苏果超市有限公司、华润万家系统	4,321.21	1.98%
	5	大统华系统、八佰伴系统	2,855.10	1.31%
	6	卜蜂莲花系统	2,484.49	1.14%
	7	宁波酩荟贸易有限公司	2,299.46	1.05%

年度	序号	客户名称	金额	占比
	8	长垣县康晨商贸有限公司	2,033.36	0.93%
	9	建湖县鸿泰酒行	1,677.51	0.77%
	10	成都壹玖壹玖酒类供应链管理有限公司、四川玖台酒类营销有限公司等[注4]	1,532.54	0.70%
合计			**69,093.96**	**31.64%**
2015 年度	1	锦江麦德龙现购自运有限公司	11,677.72	7.40%
	2	卜蜂莲花系统	2,857.18	1.81%
	3	成都壹玖壹玖酒类供应链管理有限公司、四川玖台酒类营销有限公司等	2,799.43	1.77%
	4	长沙市雨花区海致酒业商行	2,425.96	1.54%
	5	北京朝批商贸股份有限公司	2,234.82	1.42%
	6	建湖县鸿泰酒行	2,195.34	1.39%
	7	株洲市裕隆酒业有限责任公司	2,089.52	1.32%
	8	大统华系统、八佰伴系统	2,002.77	1.27%
	9	BEYERMAN	1,926.51	1.22%
	10	苏果超市有限公司、华润万家系统	1,785.95	1.13%
合计			**31,995.20**	**20.28%**
2014 年度	1	锦江麦德龙现购自运有限公司	11,815.54	10.29%
	2	长沙市雨花区海致酒业商行、长沙雨花区海创酒业商行	1,676.83	1.46%
	3	长垣县康晨商贸有限公司	1,365.91	1.19%
	4	株洲市裕隆酒业有限责任公司	1,164.10	1.01%
	5	苏果超市有限公司、华润万家系统	1,136.40	0.99%
	6	湖南华成商业发展有限责任公司	1,127.85	0.98%
	7	湖南弘泽商贸有限公司	975.66	0.85%
	8	大统华系统、八佰伴系统	841.29	0.73%
	9	卜蜂莲花系统	834.50	0.73%
	10	贵州鑫琪贸易有限公司	833.51	0.73%
合计			**21,771.59**	**18.97%**

注 1：北京糖业烟酒集团有限公司、北京糖业烟酒集团有限公司酒类经营分公司、北京糖业烟酒集团京酒销售有限公司受同一控制，此处合并计算对其销售收入

注 2：苏果超市、华润万家系统受同一控制，此处合并计算对其销售收入；

注 3：大统华系统、八佰伴系统受同一控制，此处合并计算对其销售收入；

注 4：成都壹玖壹玖酒类供应链管理有限公司、四川玖台酒类营销有限公司等受同一控制，此处合并计算对其销售收入。

注 5：长沙市雨花区海创酒业商行于 2014 年 12 月 09 日注销，其经营者陈烈兵，与长沙市雨花区海致酒业商行经营者陈健系亲戚，视为受同一控制的企业

2、除 KA 卖场以外的客户基本信息

序号	供应商名称	股东背景	成立时间	销售内容
1	北京糖业烟酒集团有限公司	北京二商集团有限责任公司持股 100%	1986 年 09 月 26 日	飞天茅台、茅台年份酒等
	北京糖业烟酒集团京酒销售有限公司	北京糖业烟酒集团有限公司持股 40%	2014 年 07 月 16 日	
	北京糖业烟酒集团有限公司酒类经营分公司	-	1993 年 05 月 24 日	
2	徐州茅五剑贸易有限公司	魏强持股 90%、胡丽亚持股 5%、温亚东持股 1%、黄敏持股 1%、曹政持股 1%、赵衍军持股 1%、刘岭鹏持股 1%	2010 年 10 月 15 日	普通五粮液、飞天茅台等
3	沛县糖烟酒采购供应站	沛县糖烟酒公司持股 100%	1994 年 01 月 18 日	普通五粮液、飞天茅台等
4	北京力高伟业商贸有限公司	戴茂春持股 90%，孙昌权持股 10%	2001 年 03 月 20 日	飞天茅台、茅台年份酒等
5	MyiCellar Limited	Copland Investments Limited 持股 60%，吴光曙持股 20%，吴光谊持股 20%	2012 年 2 月 27 日	葡萄酒
6	北京越盛腾电子商务股份有限公司	57 位自然人股东，其中自然人冯中轩持股 74.22%	2009 年 01 月 22 日	茅台年份酒、五粮液年份酒
7	北京晟强贸易有限公司	石强持股 30%、鄢广霞持股 35%、范向冬持股 35%	2013 年 10 月 16 日	茅台年份酒等
8	宁波酪荟贸易有限公司	马晓燕持股 60%，杨松鹤持股 40%	2010 年 10 月 11 日	飞天茅台、五粮液年份酒等
9	长垣县康晨商贸有限公司	马晓燕持股 60%、杨松鹤持股 40%	2010 年 4 月 9 日	飞天茅台、五粮液年份酒等
10	建湖县鸿泰酒行	个体工商户，经营者邹平	2006 年 05 月 09 日	飞天茅台、五粮液年份酒等
11	成都壹玖壹玖酒类供应链管理有限公司	壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司持股 100%	2014 年 11 月 13 日	五粮液年份酒等
	四川玖易购酒业有限公司	成都壹玖壹玖酒类供应链管理有限公司持股 70%，刘勇持股	2015 年 02 月 05 日	

序号	供应商名称	股东背景	成立时间	销售内容
		30%。		
	四川玖台酒类营销有限公司	成都壹玖壹玖酒类供应链管理有限公司持股 100%	2015 年 02 月 05 日	
	四川览众酒业有限公司	成都壹玖壹玖酒类供应链管理有限公司持股 70%，肖俊生持股 30%。	2015 年 02 月 05 日	
12	长沙市雨花区海致酒业商行	个体工商户，经营者陈健	2015 年 1 月 9 日	湘窖等
13	北京朝批商贸股份有限公司	27 位自然人股东及北京华鑫天和投资股份有限公司、北京京客隆商业集团股份有限公司，其中北京京客隆商业集团股份有限公司持股 79.85%	1958 年 01 月 01 日	五粮液年份酒等
14	株洲市裕隆酒业有限责任公司	吴丽娜持股 20%、吴友云持股 80%	2010 年 08 月 04 日	湘窖等
15	BEYERMAN	Fredirk RUDEBECK 持股 60%，Nils RUDEBECK 持股 40%	1935 年 7 月 31 日	葡萄酒
16	长沙市雨花区海创酒业商行	个体工商户，陈烈兵	2011 年 3 月 2 日	湘窖等
17	湖南华成商业发展有限责任公司	涂日明持股 51%，姚妮持股 49%	2007 年 05 月 21 日	湘窖、飞天茅台等
18	湖南弘泽商贸有限公司	蔡晓东持股 60%，刘燕持股 40%	2011 年 12 月 28 日	湘窖等
19	贵州鑫琪贸易有限公司	付学书持股 98%，付学美持股 2%	2013 年 04 月 27 日	珍酒等

公司与主要客户的结算方式通常为银行转账或承兑汇票。

报告期内，公司不存在向单个客户销售收入占营业收入的 50%或严重依赖于少数客户的情况。

公司董事、监事、高级管理人员和主要关联方或持有公司 5%以上（含 5%）股份的股东均未在报告期内公司前五大客户中持有权益或与其存在其他关联关系。

（三）徐州茅五剑贸易有限公司、沛县糖烟酒采购供应站成为发行人 2016 年第一大和第二大客户的原因

1、发行人与徐州茅五剑贸易有限公司、沛县糖烟酒采购供应站的合作渊源

发行人 2016 年开始与徐州茅五剑贸易有限公司（以下简称“徐州茅五剑”）、沛县糖烟酒采购供应站（以下简称“沛县供应站”）的购销交易主要通过发行人子公司上海虬腾进行。公司设立上海虬腾及与徐州茅五剑、沛县供应站的交易背景分析如下：

（1）大力发展直供终端是公司当前最重要的营销战略

近年来，为顺应酒类流通行业渠道扁平化的发展趋势，公司将开拓直供终端作为业务重心，公司的直供终端渠道包括零售网点（包括酒类专卖店、名烟名酒店、餐饮酒楼、区域性超市等）、KA 卖场、团购和电商渠道，发展直供终端对优化公司渠道网络、实现公司营销战略有着重要意义。

（2）发行人发展直供终端的方式

为发展直供终端渠道，一方面发行人销售部门自行开发零售网点客户，公司筛选资金实力较强、客户资源丰富、信用良好的客户，与之建立长期合作关系，截至 2017 年 6 月末，公司已开发零售网点客户 3000 多家；另一方面公司与拥有丰富零售网点、KA 卖场资源的酒类从业者进行合作，共同合资成立公司，由公司控股，一般公司在合作中提供资金及产品支持，合作方提供渠道资源并在公司统一管理下负责合资公司的日常经营，上海虬腾、世纪华晟、致融源、尖美四方等发行人控股子公司均在此背景下成立。

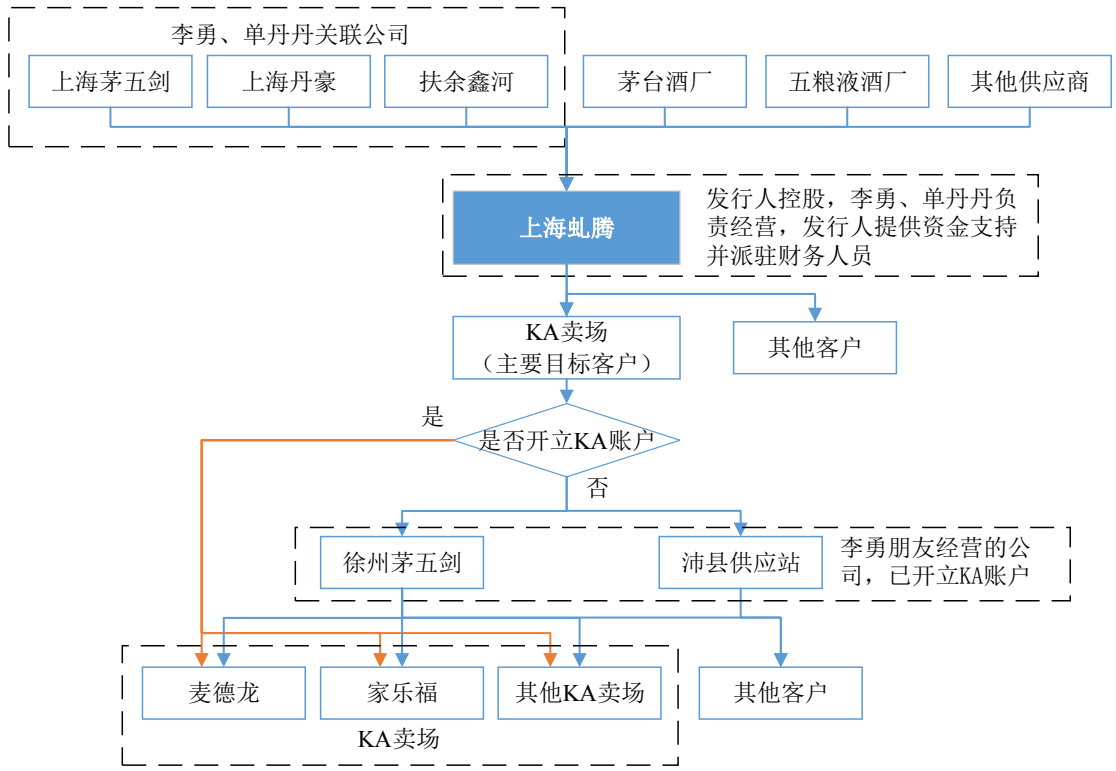
相较于自行开发直供终端客户，与他人合资的方式能加快公司渠道扩张的速度，迅速提升公司的市场份额；同时合资方一般本身为从事酒类流通行业多年的经销商，与其下游的终端客户在长期的合作过程中建立了良好的信任度、形成了稳定的供销关系，公司的渠道维护成本将大大降低，这也为公司未来业绩持续稳定增长奠定了基础。

（3）上海虬腾合作方的相关情况

上海虬腾成立于 2016 年 02 月 24 日，发行人持股 51%，李勇、单丹丹分别持股 29%、20%，李勇与单丹丹为夫妻关系。李勇从事酒类流通行业三十多年，拥有包括麦德龙、家乐福、大润发等 KA 卖场在内的酒类渠道资源。

（4）上海虬腾的合作模式及与徐州茅五剑、沛县供应站的合作渊源

2016 年初，发行人与李勇夫妇达成合作意向，双方合资成立上海虬腾，由发行人控股，李勇、单丹丹负责上海虬腾的日常经营，包括下游商超渠道的开发、上游的货源组织等，发行人负责提供资金支持，并向上海虬腾派出财务人员进行监督，具体情况合作情况如下图所示：



注：箭头所指为酒类商品的实物流向

李勇长期从事酒类贸易经营业务，与麦德龙、大润发、欧尚、家乐福等大型商超建立了良好的合作关系。上海虬腾 2016 年刚成立时，尚未来得及进入该等商超的合格供应商名录，没有开立商超的供应商账户，故 2016 年仍不能直接对其供货。沛县供应站、徐州茅五剑的现任负责人贺中文、魏强系李勇多年的朋友，该两家公司长期开展酒类贸易业务，在商超已开立供应商账户，故上海虬腾 2016 年将酒类产品销售给沛县供应站、徐州茅五剑，通过其间接实现对商超的销售，

待上海虬腾自行在商超开户后，再直接向商超供货。

上海虬腾目标客户为麦德龙、大润发等大型商超全国各地区门店，对精品酒水需求量大，且以普通五粮液、飞天茅台为主。除茅台、五粮液外，发行人未来将充分利用上述商超渠道销售公司独家代理的国乡荷花、习坛、古井贡 1818、蒙大菲及阿伦选等精品酒水，形成公司新的利润增长点。

由于下游商超客户、上游供应商均处于强势地位，上海虬腾对酒厂及经销商的采购以先款后货为主，而对下游商超客户销售以先货后款为主，故上海虬腾的流动资金需求较多，发行人以内部调拨资金的方式提供支持。

2、上海虬腾、徐州茅五剑、沛县供应站 2016 年、2017 年上半年的经营情况

（1）上海虬腾

上海虬腾与徐州茅五剑、沛县供应站的交易按市场定价，因下游客户服务和产品配送主要由徐州茅五剑、沛县供应站进行，且上海虬腾销售的酒类产品主要为向非生产厂家采购的普通五粮液、飞天茅台，所以上海虬腾毛利率较低。2017 年上海虬腾已陆续在麦德龙、家乐福等大型商超开立供应商账户，直接向商超供货，对徐州茅五剑、沛县供应站的销售金额有所下降，同时随着将来上海虬腾销售发行人除茅台、五粮液之外的独家代理产品的增加，毛利率将会得到提升。

上海虬腾的经营情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年
营业收入	31,590.52	36,013.69
毛利率	4.47%	3.94%
净利润	777.78	-121.82

上海虬腾 2016 年、2017 年 1-6 月客户情况如下：

时间	序号	客户名称	金额（万元）	占比	占比变动
2017 年 1-6 月	1	锦江麦德龙现购自运有限公司	15,688.39	49.66%	49.66%
	2	北京糖业烟酒集团有限公司	7,179.49	22.73%	22.73%
	3	徐州茅五剑贸易有限公司	4,688.82	14.84%	-38.05%

时间	序号	客户名称	金额（万元）	占比	占比变动
	4	沛县糖烟酒采购供应站	3,739.87	11.84%	-5.79%
	5	家乐福系统	205.85	0.65%	0.65%
	6	上海茅源酒业有限公司	64.10	0.20%	0.20%
	7	上海沪峰酒业有限公司	24.00	0.08%	0.08%
合计			**31,590.52**	**100.00%**	-
2016 年	1	徐州茅五剑贸易有限公司	19,048.07	52.89%	-
	2	邵阳湘窖酒业销售有限公司	7,254.28	20.14%	-
	3	沛县糖烟酒采购供应站	6,350.84	17.63%	-
	4	华致酒行连锁管理股份有限公司	3,360.51	9.33%	-
合计			**36,013.69**	**100.00%**	-

注：2016 年除上海虬腾外，华致酒行亦有对沛县供应站有销售

2016 年上海虬腾主要通过徐州茅五剑、沛县供应站间接实现对商超的销售，两者合计占上海虬腾对外（不含发行人及下属子公司）营业收入的 100%，受制于供应商资质，对麦德龙、家乐福等 KA 卖场无直接销售。

2017 年 1-6 月，随着商超供应商账户的开立，上海虬腾对麦德龙、家乐福直接销售金额迅速攀升，共计占上海虬腾营业收入的 50.31%。同时由于间接销售转为直接销售，对徐州茅五剑、沛县供应站的交易额大幅下降。2017 年 1-6 月上海虬腾对徐州茅五剑、沛县供应站的销售金额占总营业收入的比重分别为 14.84%和 11.84%，相较于 2016 年分别下降 38.05%和 5.79%。未来随着上海虬腾运营的逐步稳定，开立供应商账户的商超数量及其他客户逐渐增加，上海虬腾对徐州茅五剑和沛县供应站的销售金额将逐步降低。

（2）徐州茅五剑

徐州茅五剑主营业务为酒类销售，主要客户为康成投资（中国）有限公司（系大润发超市的母公司）、锦江麦德龙现购自运有限公司、欧尚（中国）投资有限公司等大型 KA 卖场。2016 年徐州茅五剑对发行人采购 19,048.07 万元，占徐州茅五剑营业收入的比例为 60.86%，2017 年 1-6 月徐州茅五剑对发行人采购 4,688.82 万元、占其营业收入的比例为 13.45%。

（3）沛县供应站

沛县供应站主营业务为酒类销售，主要客户为康成投资（中国）有限公司、锦江麦德龙现购自运有限公司、家乐福商业有限公司等大型 KA 卖场。2016 年沛县供应站对发行人采购 16,589.88 万元，占沛县供应站营业收入比例的 16.60%，2017 年 1-6 月沛县供应站对发行人采购 3,739.87 万元、占其营业收入的比例为 16.19%。

综上，徐州茅五剑、沛县供应站两家客户成为发行人 2016 年第一大和第二大客户的主要原因系发行人通过其向全国性大型商超间接供货导致，终端客户并非局限于徐州地区。2017 年随着发行人在大型商超供应商账户的开立，发行人对徐州茅五剑和沛县供应站交易额不断降低，对麦德龙、家乐福等大型商超的交易额稳步增长。间接供货的商业安排合法合规，符合正常的商业逻辑和发行人的商业利益。

四、发行人采购情况和主要供应商

（一）主要产品和能源及供应情况

1、主要产品采购情况

公司与国内外知名酒企、酒庄等供应商一直保持着紧密的合作，涉及白酒、葡萄酒、黄酒等产品，报告期主要产品品类的采购情况如下：

单位：万元

产品种类	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
白酒	95,886.76	94.29%	154,871.07	95.50%	101,607.66	93.23%	53,082.59	86.47%
葡萄酒	4,683.61	4.61%	5,615.89	3.46%	4,117.46	3.78%	6,734.61	10.97%
黄酒	100.73	0.10%	108.24	0.07%	2.44	0.00%	21.54	0.04%
其他	1,025.82	1.01%	1,576.31	0.97%	3,254.23	2.99%	1,548.93	2.52%
合计	**101,696.92**	**100.00%**	**162,171.51**	**100.00%**	**108,981.79**	**100.00%**	**61,387.67**	**100.00%**

2、主要能源采购情况

公司消耗的主要能源为水和电，由于公司为流通企业，不同于传统的生产制造企业，能源的消耗量较少。

（二）发行人的供应商情况

1、各期前十大供应商基本情况及采购金额

年份	序号	供应商	股东结构	金额	占比	采购内容
2017 年 1-6 月	1[注 1]	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	宜宾五粮液股份有限公司持股 95%、四川省宜宾五粮液集团有限公司持股 5%	21,735.77	21.37%	普通五粮液、五粮液年份酒等
		宜宾五粮液系列酒品牌营销有限公司	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司持股 100%			
	2[注 2]	国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司	贵州茅台酒销售有限公司持股 100%	20,466.78	20.13%	飞天茅台、茅台年份酒、贵州茅台酒（金）、习酒等
		贵州茅台酱香酒营销有限公司	贵州茅台酒股份有限公司持股 100%			
		贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司	中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司持股 90.67%，中粮信托有限责任公司持股 5.02%，上海金融发展投资基金（有限合伙）持股 2.98%，中粮（北京）农业产业股权投资基金（有限合伙）持股 1.32%			
	3	上海茅五剑贸易有限公司	李凯持股 1%、李勇持股 99%	20,102.54	19.77%	飞天茅台、普通五粮液、茅台年份酒等
	4	湖北醇益实业发展有限公司	洪双振持股 60%、胡宏卿持股 40%	4,046.72	3.98%	珍品茅台、贵州茅台酒（玫瑰金）等
	5[注 3]	湖南春风酒业有限公司	钟江持股 60%、林旦持股 40%	3,537.91	3.48%	飞天茅台、普通五粮液
		北京永利博扬商贸有限公司	湖南春风酒业有限公司持股 100%			
	6	上海捷强烟草糖酒集团配销中心	上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司持股 100%	3,133.85	3.08%	普通五粮液
	7	CONSTELLATION BRANDS US	Richard Sands 持股 15.1%、BlackRock,Inc.持股	2,176.30	2.14%	蒙大菲葡萄酒

年份	序号	供应商	股东结构	金额	占比	采购内容
		OPERATIONS	6.04%、Soroban Capital Partners LP 持股 5.72%、The Vanguard Group 持股 5.71%			
	8	南京蓝动文化传播有限公司	刘文持股 40%，成都九石电子商务有限公司持股 30%，秦健勇持股 30%	2,090.83	2.06%	洋河
	9	北京市仁和正信商贸有限责任公司	仁怀市茅台酒职工技术协会持股 100%	1,910.91	1.88%	飞天茅台
	10	贵州省仁怀市茅台镇荷花酒业有限公司	梁晓儒持股 15.30%，成曦持股 14.40%，吴光才持股 10.00%，林伟持股 45.00%，刘晓中持股 15.30%	1,593.16	1.57%	荷花酒
	合计			**80,794.77**	**79.45%**	-
2016 年	1	国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司	贵州茅台酒销售有限公司持股 100%	63,825.47	39.36%	飞天茅台、茅台年份酒、贵州茅台酒（金）等
		贵州茅台酱香酒营销有限公司	贵州茅台酒股份有限公司持股 100%			
	2	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	宜宾五粮液股份有限公司持股 95%、四川省宜宾五粮液集团有限公司持股 5%	34,813.39	21.47%	普通五粮液、五粮液年份酒等
		宜宾五粮液系列酒品牌营销有限公司	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司持股 100%			
	3	湖南春风酒业有限公司	钟江持股 60%、林旦持股 40%	25,031.34	15.44%	飞天茅台、普通五粮液等
		北京永利博扬商贸有限公司	湖南春风酒业有限公司持股 100%			
	4[注 4]	邵阳开口笑酒业有限责任公司	湖南湘窖酒业有限公司持股 100%	5,075.91	3.13%	湘窖、珍酒、福酒等
		贵州珍酒销售有限公司	贵州珍酒酿酒有限公司持股 100%			
	5	上海茅五剑贸易有限公司	李凯持股 1%、李勇持股 99%	3,766.92	2.32%	飞天茅台
	6	CHINANET LIMITED	Copland Investments Limited 持股 100%	2,260.45	1.39%	葡萄酒
	7	上海捷强烟草糖酒集团配销中心	上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司持股 100%	2,089.23	1.29%	普通五粮液

年份	序号	供应商	股东结构	金额	占比	采购内容
	8	重庆佰淳商贸有限公司	严碧方持股 49%、胡永芹持股 51%	1,742.77	1.07%	飞天茅台
	9	杭州新艺实业有限公司	方盛持股 2%、陈小英持股 51.33%、方晓春持股 46.67%	1,709.69	1.05%	普通五粮液
	10	巢湖市陈义兴商贸有限责任公司	胡槐琴持股 33.34%、鲁玲持股 33.33%、胡文平持股 33.33%	1,636.56	1.01%	普通五粮液
	合计			**141,951.73**	**87.53%**	-
2015 年	1	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	宜宾五粮液股份有限公司持股 95%、四川省宜宾五粮液集团有限公司持股 5%	30,709.63	28.18%	普通五粮液、五粮液年份酒等
		宜宾五粮液系列酒品牌营销有限公司	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司持股 100%			
	2	国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司	贵州茅台酒销售有限公司持股 100%	28,753.16	26.38%	飞天茅台、茅台年份酒、贵州茅台酒（金）等
		贵州茅台酱香酒营销有限公司	贵州茅台酒股份有限公司持股 100%			
	3	邵阳开口笑酒业有限责任公司	湖南湘窖酒业有限公司持股 100%	19,272.12	17.68%	湘窖、珍酒、福酒等
		贵州珍酒销售有限公司	贵州珍酒酿酒有限公司持股 100%			
	4	湖南春风酒业有限公司	钟江持股 60%、林旦持股 40%	15,789.22	14.49%	飞天茅台、普通五粮液等
		北京永利博扬商贸有限公司	湖南春风酒业有限公司持股 100%			
	5	上海捷强烟草糖酒集团配销中心	上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司持股 100%	2,535.85	2.33%	普通五粮液
	6	北京品尚九仙商贸有限公司	马寅虎持股 95%、段刚持股 5%	1,010.23	0.93%	飞天茅台、茅台年份酒等
	7	JEAN-PIERRE MOUEIX	-	822.15	0.75%	葡萄酒
	8	重庆昊晟玻璃股份有限公司	唐可持股 65%、何小川持股 15%、王旭光持股 20%	812.19	0.75%	酒类包装材料

年份	序号	供应商	股东结构	金额	占比	采购内容
	9	迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司	香格里拉酒业股份有限公司持股 100%	683.46	0.63%	香格里拉葡萄酒
	10	CONSTELLATION BRANDS US OPERATIONS	Richard Sands 持股 15.1%、BlackRock,Inc.持股 6.04%、Soroban Capital Partners LP 持股 5.72%、The Vanguard Group 持股 5.71%	612.00	0.56%	蒙大菲葡萄酒等
	合计			**101,000.01**	**92.68%**	
2014 年	1	邵阳开口笑酒业有限责任公司	湖南湘窖酒业有限公司持股 100%	15,805.62	25.75%	湘窖、珍酒、福酒等
		贵州珍酒销售有限公司	贵州珍酒酿酒有限公司持股 100%			
	2	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	宜宾五粮液股份有限公司持股 95%、四川省宜宾五粮液集团有限公司持股 5%	12,595.11	20.52%	普通五粮液、五粮液年份酒等
		宜宾五粮液系列酒品牌营销有限公司	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司持股 100%			
	3	国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司	贵州茅台酒销售有限公司持股 100%	11,911.19	19.40%	飞天茅台、茅台年份酒等
		贵州茅台酱香酒营销有限公司	贵州茅台酒股份有限公司持股 100%			
	4	贵州省仁怀市糖业烟酒公司	仁怀市商业局持股 100%	4,876.71	7.94%	飞天茅台
	5	湖南春风酒业有限公司	钟江持股 60%、林旦持股 40%	2,302.69	3.75%	飞天茅台、普通五粮液等
		北京永利博扬商贸有限公司	湖南春风酒业有限公司持股 100%			
	6	迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司	香格里拉酒业股份有限公司持股 100%	1,041.36	1.70%	香格里拉葡萄酒
	7	BALLANDE ET MENERET	Louis Ballande 持股 100%	994.37	1.62%	葡萄酒
	8	北京德华永胜商贸有限公司	崔晓娟持股 45%、李迪平持股 55%	831.75	1.35%	飞天茅台、茅台年份酒

年份	序号	供应商	股东结构	金额	占比	采购内容
	9	北京祥瑞丰源商贸有限公司	张筑萍持股 10%、甘雨持股 90%	812.98	1.32%	飞天茅台、茅台年份酒
	10	CONSTELLATION BRANDS US OPERATIONS	Richard Sands 持股 15.1%、BlackRock,Inc.持股 6.04%、Soroban Capital Partners LP 持股 5.72%、The Vanguard Group 持股 5.71%	695.31	1.13%	蒙大菲葡萄酒等
	合计			**51,867.09**	**84.48%**	-

注 1：宜宾五粮液酒类销售有限责任公司、宜宾五粮液系列酒品牌营销有限公司等受同一控制，故合并计算对其采购金额；

注 2：国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司、贵州茅台酱香酒营销有限公司、贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司等受同一控制，故合并计算对其采购金额。公司于 2017 年与贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司开始合作；

注 3：湖南春风酒业有限公司和北京永利博扬商贸有限公司受同一控制，故合并计算对其采购金额；

注 4：贵州珍酒销售有限公司、邵阳开口笑酒业有限责任公司等受同一控制，故合并计算对其采购金额。

2、除贵州茅台、宜宾五粮液以外的供应商基本信息

序号	供应商名称	经营范围	住所	合作渊源
1	上海茅五剑贸易有限公司	食品流通；通讯器材、电子元器件、办公用品、日用百货批发零售，商务信息咨询，会务服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	上海市松江区石湖荡镇长石路 379 号 1 幢-208 室	首次合作时间：2016 年；采购产品：贵州茅台酒系列产品
2	湖北醇益实业发展有限公司	预包装食品批发（酒类）；包装材料、百货销售。（涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营）	大悟县兴悟创业园	首次合作时间：2016 年；采购产品：贵州茅台酒系列产品
3	湖南春风酒业有限公司	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售；预包装饮料酒批发。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	醴陵市官庄乡大坝村潭湾组（官庄乡人民政府内）	首次合作时间：2011 年；采购产品：贵州茅台系列产品
4	北京永利博扬商贸有限公司	零售（非实物方式）预包装食品；销售计算机、软件及辅助设备、电子产品、建筑材料、机械设备、文具用品、	北京市朝阳区建国路 88 号（7-10 号楼）327 室	首次合作时间：2014 年；采购产品：五粮液系列产品

序号	供应商名称	经营范围	住所	合作渊源
		日用品、针纺织品；经济贸易咨询；投资咨询；电脑图文设计；设计、制作广告；会议及展览展示；市场调查；营销策划；企业形象策划；组织文化艺术交流活动（不含演出）。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
5	上海捷强烟草糖酒集团配销中心	批发：预包装食品（含酒、不含熟食卤味、冷冻冷藏）、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）（上述范围凭许可证经营），日用化学品、纸及纸制品、木制周转箱、塑料制品、日用百货、五金交电、服装鞋帽、文化用品、针纺织品、电子产品、家用电器、工艺美术品的销售，房屋租赁，从事货物与技术的进出口业务	中国（上海）自由贸易试验区浦东大道 2123 号 3135 室	首次合作时间：2014 年；采购产品：五粮液系列产品
6	CONSTELLATION BRANDS US OPERATIONS, INC[注 1]	啤酒，葡萄酒，烈酒生产、销售	美国纽约	首次合作时间：2014 年；采购产品：蒙大菲葡萄酒
7	南京蓝动文化传播有限公司	文化艺术交流活动组织；市场推广与宣传；企业营销策划；形象策划；展览展示策划；投资咨询；企业管理咨询；职业中介；经济信息咨询；食品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	南京市建邺区梦都大街 150 号 502 室	首次合作时间：2016 年；采购产品：洋河梦想家酒
8	北京市仁和正信商贸有限责任公司	批发兼零售预包装食品；销售包装材料、日用品、五金交电、工艺品；技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开	北京市西城区五路通街 17 号 2 号 3 号平房	首次合作时间：2017 年；采购产品：贵州茅台系列产品

序号	供应商名称	经营范围	住所	合作渊源
		展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
9	贵州省仁怀市茅台镇荷花酒业有限公司	酒类销售	贵州省遵义市仁怀市茅台镇醉泉路 66 号	首次合作时间：2016 年；采购产品：国乡荷花酒
10	贵州珍酒销售有限公司[注 2]	批零兼营预包装食品（瓶装酒）	贵州省遵义市汇川区北郊十字铺	首次合作时间：2009 年；采购产品：珍酒系列产品
11	邵阳开口笑酒业有限责任公司	销售各类白酒、果酒、葡萄酒、配制酒、饮料；纸制品、玻璃制品销售	邵阳市北塔区蔡锷路江北工业园	首次合作时间：2005 年；采购产品：湘窖系列产品
12	CHINANET LIMITED	葡萄酒、烈性酒销售	香港铜锣湾威菲路道 18 号	首次合作时间：2015 年；采购产品：葡萄酒
13	重庆佰淳商贸有限公司	批发兼零售：食品（在取得相关行政许可后，在许可范围内从事经营）； 销售：汽车配件、摩托车配件、普通机械设备及配件、建筑材料（不含危险化学品） 、装饰材料（不含危险化学品）、金属材料（不含稀贵金属）、钢材、机电产品、日用百货、化工产品及原料（不含危险化学品及易制毒化学物品）、五金交电、农副产品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	重庆市大渡口区锦霞街 66 号附 29 号	首次合作时间：2016 年；采购产品：贵州茅台系列产品
14	杭州新艺实业有限公司	批发零售：预包装食品（上述经营范围在批准的有效期内方可经营） 批发、零售：丝网及辅料，PVC 板（卷）材印花浆料，服装面料，家用电器，丝印设备及配件，化工原料（除化学危险品及易制毒化学品），纸张；含下属分支机构经营范围；货物与技术的进出口业务（国家法律、行政法规规定禁止经营的项目除外，法律、行政	杭州市江干区九堡镇杭海路 1183-8 号 2 幢 201 室	首次合作时间：2016 年；采购产品：五粮液系列产品

序号	供应商名称	经营范围	住所	合作渊源
		法规规定限制经营的项目取得许可证后方可经营）。其他无需报经审批的一切合法项目		
15	巢湖市陈义兴商贸有限责任公司	预包装食品、散装食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）零售、批发；日用百货、办公用品、计算机及其耗材零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	安徽省巢湖市东塘路世纪新都 C 区 S4 幢 114 号	首次合作时间：2016 年；采购产品：五粮液系列产品
16	北京品尚九仙商贸有限公司	销售文具用品、日用品、五金交电；预包装食品销售，不含冷藏冷冻食品（食品流通许可证有效期至 2022 年 02 月 20 日）。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	北京市北京经济技术开发区地盛北街 1 号院 21 号楼 3 层 1 单元 301	首次合作时间：2015 年；采购产品：贵州茅台酒系列产品
17	JEAN-PIERRE MOUEIX	酒类销售	54 QUAI DU PRIOURAT 33500 LIBOURNE	首次合作时间：2011 年；采购产品：葡萄酒
18	重庆昊晟玻璃股份有限公司	玻璃器皿的制造、销售和包装，房地产开发（凭资质证书执业），货物进出口（法律、法规禁止的，不得从事经营；法律、法规限制的，取得相关许可或审批后，方可从事经营）	重庆市南岸区茶园新区	首次合作时间：2011 年；采购产品：包材辅料
19	迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司	青稞干酒、白酒、葡萄酒、原酒、及其他酒类、各类饮料的国内外的批发和销售。	云南省迪庆州香格里拉经济开发区松园	首次合作时间：2011 年；采购产品：香格里拉干红系列产品
20	贵州省仁怀市糖业烟酒公司	糖、烟、酒、饮料、副食品、服装、日用百货、门面出租	贵州省遵义市仁怀市中枢镇	首次合作时间：2014 年；采购产品：贵州茅台酒系列产品
21	BALLANDE ET MENERET	酒类销售	17 Cours Du Medoc 333000 Bordeaux	首次合作时间：2011 年；采购产品：葡萄酒

序号	供应商名称	经营范围	住所	合作渊源
22	北京德华永胜商贸有限公司	批发兼零售预包装食品；零售汽车（不含小轿车）；销售建筑材料、金属材料、装饰材料、机械设备、电器设备、五金交电、化工产品（不含危险化学品、不含一类易制毒化学品）、办公用品、日用杂品、汽车配件；汽车装饰；承办展览展示活动；组织文化交流活动（不含演出）；信息咨询（不含中介服务）；劳务服务。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	北京市东城区珠市口东大街 4 号（大都市街南 2 楼 1 层 7 号）	首次合作时间：2014 年；采购产品：贵州茅台酒系列产品
23	北京祥瑞丰源商贸有限公司	销售体育用品、日用品、电子产品、工艺品、文具用品；经济贸易咨询；会议及展览服务；销售食品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；销售食品以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	北京市朝阳区东柏街 10 号院 4 号楼 1 层 14 号	首次合作时间：2013 年；采购产品：贵州茅台酒系列产品

注 1：除 CONSTELLATION BRANDS US OPERATIONS, INC 外，表内其他公司均为非公众公司，故无法通过公开渠道获取其财务数据。CONSTELLATION BRANDS US OPERATIONS, INC2014 至 2016 年及 2017 年的销售收入分别为 3,705,713.00 万元、4,286,058.77 万元、5,040,406.25 和 2,445,736.96（会计年度为当年 3 月 1 日至下一年 2 月末，按照各期期末美元兑人民币汇率折算）。

注 2：受吴向东同一控制的供应商数量较多，此处主要列示贵州珍酒销售公司和邵阳开口笑酒业有限责任公司。

公司与主要供应商的结算方式通常为银行转账或承兑汇票。

报告期内，公司不存在向单个供应商采购比例超过公司采购总额 50%的情况。

邵阳开口笑酒业有限责任公司、贵州珍酒销售有限公司等为华致酒行实际控制人吴向东先生实际控制的公司，迪庆香格里拉经济

开发区天籁酒业有限公司为华致酒行关联方，公司在报告期内向上述公司采购的具体情况，请见本招股说明书之“第七节 同业竞争及关联交易”之“四、发行人关联交易”之“（一）经常性关联交易”。

3、发行人报告期内主要酒品的采购情况

数量单位：万瓶；金额单位：万元

商品名称	2017 年 1-6 月			2016 年			2015 年			2014 年		
	采购数量	采购金额	占比	采购数量	采购金额	占比	采购数量	采购金额	占比	采购数量	采购金额	占比
五粮液10年消费装	20.98	8,946.43	8.80%	26.00	11,089.36	6.84%	79.52	33,265.65	30.52%	20.04	8,547.23	13.92%
52 度普通五粮液	33.71	20,962.94	20.61%	65.05	35,763.05	22.05%	35.09	16,482.25	15.12%	33.72	14,527.40	23.67%
53 度飞天茅台	34.57	28,144.00	27.67%	95.15	70,373.69	43.39%	52.45	36,758.22	33.73%	28.26	19,863.86	32.36%
15 年茅台年份酒	3.20	10,132.72	9.96%	1.66	5,171.25	3.19%	0.3	916.47	0.84%	0.41	1,215.70	1.98%
贵州茅台酒（金）	3.64	2,732.56	2.69%	16.84	12,652.27	7.80%	2.45	1,837.26	1.69%	-	-	-
湘窖水晶瓶	-	-	-	12.99	1,686.82	1.04%	41.6	5,015.62	4.60%	33.78	4,913.09	8.00%
珍品珍酒	-	-	-	8.86	577.39	0.36%	15.59	931.87	0.86%	13.66	820.87	1.34%
53 度荷花单支装	12.00	1,179.49	1.16%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
小计	**108.10**	**72,098.13**	**70.90%**	**226.55**	**137,313.82**	**84.67%**	**226.99**	**95,207.34**	**87.36%**	**129.87**	**49,888.16**	**81.27%**

（三）既是发行人客户又是供应商的情况及分析

报告期内，发行人存在客户暨供应商情形。

2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年 1-6 月，发行人分别存在客户暨供应商单位 19 家、14 家、26 家和 34 家，采购亦销售金额分别 1,222.96 万元、599.26 万元、1,851.96 万元和 2,784.58 万元。报告期各期，既是发行人客户又是供应商的单位及其采购总额、销售总额、采购亦销售金额的情况如下：

报告期	单位数	采购总额	销售总额	采购亦销售金额		
				金额	采购占比	销售占比
2017 年 1-6 月	34	7,956.58	16,215.41	2,784.58	2.74%	2.27%
2016 年	26	129,153.86	3,107.98	1,851.96	1.14%	0.85%
2015 年	14	10,385.57	3,470.21	599.26	0.55%	0.38%
2014 年	19	14,998.02	2,260.54	1,222.96	1.99%	1.07%

1、发行人存在的客户暨供应商的情形，是基于正常的商业关系

发行人定位于国内领先的精品酒水营销和服务商，不涉及酒类生产，处于酒类流通环节，属于国民经济中的“F15 批发业”。由于酒类商品价格的持续波动，酒厂配额限制以及独家专销权限不同等原因，发行人存在客户暨供应商的情形。

发行人构建了包括连锁酒行、零售网点、KA 卖场、团购、电商、终端供应商在内的多层次、全方位、高效率的全渠道营销网络。丰富的销售渠道和完备的销售体系在保证公司顺利实现销售、完成商品流转、占据市场份额、获取营业利润的同时，也实现了酒类消费市场信息的传递和采集。发行人一方面整理筛选各渠道所反馈的市场消费状况、消费者偏好等信息，另一方面专门组织人员前往各地主要酒类销售市场进行调研，了解不同档次酒类品种的供需状况、价格层次，及时掌握市场的动态变化，预测酒类市场未来发展动向。发行人基于“低买高卖”的正常商业逻辑，利用丰富的市场经验，低价采购商品并分配于营销网络之中，赚取合理的酒水差价。

发行人的主要优势在于构建的遍布全国的酒类流通全渠道营销网络体系，作为连接生产厂商和大众消费市场的纽带，为上游生产企业提供广泛、便捷的市场资源，为下游消费者提供多元化、个性化的酒水选择。发行人上游的非生产型供

应商和下游的终端供应商客户，其本质是酒类经销商，与发行人具有相同或相似的经营目的。当发行人自身的酒水库存无法满足消费者的市场需求时，会选择向部分终端供应商客户采购所需产品，同理，发行人的供应商亦会在根据市场情况以及自身的销售需求和库存量向发行人采购部分产品，此种交易情形在酒品流通行业内具有常态化和合理性，有利于实现高效的资源配置。

发行人致力于遴选精品酒水，为消费者提供多元化、个性化的选择，拥有五粮液年份酒、贵州茅台酒（金）、阿伦选、蒙大菲等品牌酒水的独家代理权和品牌营销权，依托强大的营销团队和丰富的销售经验，实现了较高的品牌知名度，部分供应商向公司采购专销类酒品，是其主动适应市场需求，自愿交易的结果。

综上，发行人存在客户暨供应商的情形，正是基于正常的商业关系和商业逻辑，在自愿、自主、公平的交易背景下产生的，属于自发的正常商业行为。

2、发行人采购亦销售金额较小，对其收入、采购均不构成重要影响

报告期各期，发行人采购亦销售金额及其销售、采购占比情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年	报告期
采购亦销售金额	2,784.58	1,851.96	599.26	1,222.96	6,458.76
占当期收入金额比	2.27%	0.85%	0.38%	1.07%	1.05%
占当期采购金额比	2.74%	1.14%	0.55%	1.99%	1.49%

报告期各期，既是发行人客户又是供应商的单位既买既卖的金额分别为 1,222.96 万元、599.26 万元、1,851.96 万元和 2,784.58 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 1.07%、0.38%、0.85%和 2.27%，占当期采购总额的比例分别为 1.99%、0.55%、1.14%和 2.74%，总体来看，报告期各期发行人采购亦销售金额较小，占当期收入、采购的比例较低，对发行人当年收入、利润无重大影响。

3、发行人与客户暨供应商销售、采购多为不同产品，相同产品占比较小

报告期各期，发行人采购亦销售金额按产品种类是否相同统计情况如下：

采购亦销售	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
相同产品	7.52	0.27%	362.72	19.59%	-	-	157.61	12.89%
不同产品	2,777.05	99.73%	1,489.24	80.41%	599.26	100.00%	1,065.35	87.11%
合计	**2,784.58**	**100.00%**	**1,851.96**	**100.00%**	**599.26**	**100.00%**	**1,222.96**	**100.00%**

报告期各期，发行人客户暨供应商情形主要针对不同酒品，相同酒品采购亦销售金额分别为 157.61 万元、0.00 万元、362.72 万元和 7.52 万元，占公司既买既买总额的比例分别为 12.89%、0.00%、19.59%和 0.27%，且皆属于特殊背景下的偶发性、特定性交易，对发行人采购、收入均不构成实质性影响。

4、发行人与客户暨供应商大多不具有关联关系

报告期各期，发行人采购亦销售金额按单位是否存在关联关系统计情况如下：

单位：万元

既买既卖	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
非关联方	2,784.58	100.00%	1,732.62	93.56%	567.68	94.73%	1,222.96	100.00%
关联方	-	-	119.34	6.44%	31.59	5.27%	-	-
合计	**2,784.58**	**100.00%**	**1,851.96**	**100.00%**	**599.27**	**100.00%**	**1,222.96**	**100.00%**

报告期内，除邵阳开口笑酒业有限责任公司、贵州珍酒酿酒有限公司、江西李渡酒业有限公司和哈尔滨市龙神酒业有限公司外，既是发行人客户又是供应商的单位与发行人不存在关联关系。报告期内，关联方单位既买既卖发生额占发行人既买既卖总金额的比例分别为 0.00%、5.27%、6.44%和 0.00%。上述单位主要为发行人湘窖、珍酒、李渡、玉泉品牌酒水的供应商，向发行人采购少量不同种酒水用于自身消费和商务接待，金额较小，对发行人的采购、收入金额均不构成实质性影响，发行人不存在利用关联方既买既卖虚增收入、采购的情况。

综上，报告期内，公司存在客户暨供应商的情形，是基于正常的商业关系，采购亦销售金额较小、且主要为不同产品之间的交易，具有非关联性，对公司收入、采购均不构成实质性影响，公司不存在利用客户暨供应商情形虚假交易，虚增收入的情形

五、主要固定资产和无形资产情况

（一）主要固定资产情况

截至 2017 年 6 月 30 日，公司的固定资产及折旧情况如下所示：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	账面价值	成新率
房屋及建筑物	559.55	170.55	389.00	69.52%
运输工具	1,646.18	1,373.47	272.71	16.57%
办公设备	327.86	233.31	94.56	28.84%
电子设备	44.16	34.62	9.54	21.60%
合计	**2,577.75**	**1,811.94**	**765.81**	**-**

注：成新率=账面价值÷账面原值

1、房屋及建筑物情况

（1）自有房屋情况

序号	产权证号	所有权人	坐落	用途	面积（m^2）
1	湘（2016）醴陵市不动产权第 0001174 号	醴陵华致	醴陵市国际新城 1 栋 115	商业服务	26.42
2	湘（2016）醴陵市不动产权第 0001175 号	醴陵华致	醴陵市国际新城 1 栋 114	商业服务	111.66
3	湘（2016）醴陵市不动产权第 0001176 号	醴陵华致	醴陵市国际新城 1 栋 113	商业服务	116.81

（2）租赁房屋情况

序号	承租人	出租人	坐落	期限	面积（㎡）
1	华致酒行	迪庆香格里拉经济开发区管理委员会	云南省迪庆州香格里拉经济开发区中心片区礼仁路东	2016 年 12 月 27 日至 2036 年 12 月 26 日	224.88
2	华致酒行	庄卓玲	沈阳市皇姑区北陵大街 19-1 号（沈阳天地）1 单元 14 楼 2 室	2016 年 11 月 20 日至 2017 年 11 月 19 日	102.32
3	华致酒行	福建山亚商贸有限公司	福建省福州市仓山区对湖街道上三路 216 号 2#楼整座 1#楼整座 8 层 A0803	2015 年 10 月 8 日至 2017 年 10 月 7 日	74.00

序号	承租人	出租人	坐落	期限	面积（㎡）
4	华致酒行	程义平	合肥市铜陵北路华府竹丝苑（一期别墅）19 栋 301 室（3-5 层）	2014 年 10 月 14 日至 2017 年 10 月 13 日	210.00
5	华致酒行	董城	杭州市江干区东城印象公寓 1 幢 2 单元 2301 室	2017 年 4 月 15 日至 2018 年 4 月 14 日	131.29
6	华致酒行	钜星（成都）商务服务有限公司	成都市龙腾东路 36 号中海大厦 1103-1104 室	2014 年 10 月 1 日至 2017 年 9 月 30 日	216.30
7	华致酒行	邵金平	石家庄市长安区谈固东街 8 号紫鑫苑 5 座 1-1503 室	2016 年 3 月 5 日至 2018 年 3 月 6 日	127.92
8	华致酒行	宋腾	西安市莲湖区劳动南路西市佳园一号楼 12611 室	2017 年 1 月 21 日 -2018 年 1 月 20 日	43.82
9	华致酒行	辛晓清	西安市莲湖区劳动南路西市佳园 1#2612 室	2017 年 7 月 1 日至 2018 年 6 月 30 日	84.75
10	华致酒行	杨雪彬	南昌市新建区红谷十二庭 33 栋 1903 室	2017 年 5 月 1 日至 2018 年 4 月 30 日	79.82
11	华致酒行	河南润华商务服务有限公司	郑州市金水区金水路 24 号润华商务花园 A 座大楼 507、509 室	2016 年 12 月 22 日至 2017 年 12 月 21 日	191.10
12	华致物流	醴陵市李畋镇裕民村村委会	醴陵市李畋镇裕民村办公大楼 208 室	2012 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日	30.00
13	华致物流	北京福运安达货运有限公司	通州区张家湾开发区皇木厂村村委会东 100 米库区仓库	2017 年 5 月 26 日至 2018 年 5 月 25 日	2,478.00
14	华致物流	北京福运安达货运有限公司	通州区张家湾开发区皇木厂村村委会东 100 米库区仓库	2017 年 6 月 15 日至 2019 年 5 月 25 日	1,016.00
15	华致物流	广州市都都能源科技有限公司	广州市白云区新市镇石马乡中达路仓库	2016 年 7 月 1 日至 2018 年 6 月 30 日	1,100.00
16	华致物流	广州市都都能源科技有限公司	广州市白云区新市镇石马乡中达路仓库	2017 年 1 月 1 日至 2018 年 6 月 30 日	225.00
17	华致物流	杭州栋梁储运有限公司	杭州市栋梁路 18 号	2017 年 5 月 11 日至 2018 年 5 月 10 日	600.00
18	华致物流	湖南九裕物流有限公司	长沙市雨花区中意一路 1069 号（G107 与绕城高速交叉处环融物流园）	2015 年 10 月 1 日至 2018 年 9 月 30 日	1,000.00
19	华致物流	南京香江森泰储运有限公司	南京市六合区常家营 3 号仓库	2017 年 6 月 1 日至 2019 年 5 月 31 日	1,400.00

序号	承租人	出租人	坐落	期限	面积（㎡）
20	华致物流	上海晶亭工艺品有限公司	上海市松江区叶亭路 229 号	2016 年 3 月 5 日至 2019 年 3 月 4 日	3,500.00
21	华致物流	云南华鹏物流有限公司	宜宾象鼻工业园厂区内	2017 年 8 月 1 日至 2018 年 7 月 31 日	1,000.00
22	华致物流	郑州周卓商贸有限公司	郑州郑东新区龙子湖办事处马楼村贾鲁河支河北库房	2017 年 5 月 1 日至 2018 年 4 月 30 日	1,550.00
23	华致物流	重庆保时通出入境货运有限责任公司	重庆市北部新区峨嵋大道北段 99 号	2017 年 8 月 5 日至 2018 年 8 月 4 日	250.00
24	华致物流	合肥瑶海广告有限责任公司	长丰县三十头乡三元产业园合白路西侧	2017 年 7 月 1 日至 2018 年 6 月 30 日	550.00
25	华致物流	厦门本地人仓储物流有限公司	厦门市同安工业集中区集合路 166 号	2017 年 6 月 1 日至 2020 年 5 月 31 日	300.00
26	华致物流	萍乡市锐捷供应链管理服务有限公司	武汉市东西湖区革新大道新城二十路楚通达物流园 2 号楼 2 楼	2017 年 2 月 28 日至 2018 年 2 月 28 日	200.00
27	华致物流	中储发展股份有限公司西安东兴分公司	西安市雁塔区长鸣路 68 号	2017 年 7 月 1 日至 2018 年 6 月 30 日	400.00
28	华致物流	成都中基联大物流有限公司	成都市新都区三河场围山路一号（厚诚仓库 2 号库）	2017 年 3 月 1 日至 2018 年 2 月 28 日	890.00
29	华致物流	成都中基联大物流有限公司	成都市新都区三河场围山路一号（厚诚仓库 2 号库 3 号库房）	2017 年 5 月 1 日至 2018 年 4 月 30 日	730.00
30	京都华致	北京嘉禾国信投资有限责任公司	北京市东城区广渠门内白桥大街 15 号嘉禾国信大厦第 8 层 801-01 及第 1 层南侧	2015 年 1 月 15 日至 2023 年 2 月 14 日	1,221.99
31	华致精品	陈萍	武汉市江岸区沿江大道 160 号时代豪苑 3、4 栋 3 单元 33A 楼 6 室	2016 年 11 月 22 日至 2017 年 11 月 21 日	151.37
32	华致精品	王壮波	拉萨市金珠西路 158 号世通阳光新城 2 幢 3 单元 6 楼 1 号	2017 年 3 月 1 日至 2018 年 3 月 1 日	130.23
33	长沙华致	贺晓、李穗蓉	长沙市雨花区中意一路 540 号农博中心绿色食品城栋 B4020	2017 年 8 月 10 日至 2019 年 8 月 9 日	40.56
34	德钦华致	德钦县财政局	升平镇墩和社区河香西路 10 号	2014 年 8 月 22 日 -2034 年 8 月 21 日	370.70

序号	承租人	出租人	坐落	期限	面积（㎡）
35	陈香商务	高海霞	北京经济技术开发区科创十三街 18 号院 4 号楼 7 层 707	2017 年 3 月 7 日至 2018 年 3 月 6 日	43.76
36	陈香拍卖	北京博义天阔管理顾问有限公司	北京市通州区云景东路 364 号楼商 6-7	2016 年 11 月 1 日至 2017 年 10 月 31 日	10.00
37	江苏中糖	南京垠坤金运文化发展有限公司	南京市鼓楼区石头城路 77 号 1-401	2016 年 9 月 20 日至 2021 年 9 月 19 日	43.02
38	江苏中糖	南京垠坤金运文化发展有限公司	南京市鼓楼区石头城路 77 号 1-301	2016 年 9 月 20 日至 2021 年 9 月 19 日	581.12
39	江苏中糖	南京垠坤金运文化发展有限公司	南京市鼓楼区石头城路 69 号 2-105	2016 年 9 月 20 日至 2021 年 9 月 19 日	42.88
40	西藏威华达	旦增格桑	拉萨市金珠西路 158 号阳光新城小区 B 区 1 栋 2 单元 2-2 号	2016 年 1 月 1 日至 2017 年 11 月 30 日	100.78
41	上海虬腾	上海嘉振工业品批发有限公司	上海市嘉定区曹安公路 2020 号 1 幢 1 楼	2017 年 7 月 1 日至 2019 年 1 月 31 日	850.00
42	世纪华晟（李国成）	北京顺和伟业物业管理有限公司丰台分公司	北京市丰台区万丰路 308 路 8415 室	2016 年 10 月 15 日至 2017 年 10 月 14 日	61.50
43	香港华致	Realvision Holding Inc	香港铜锣湾告士打道 262 号中粮大厦 15 楼 1501 室	2014 年 12 月 10 日 -2018 年 12 月 09 日	582.00
44	华致酒行	慈溪市祥龙食品厂	浙江省慈溪市三北西大街 408 号古塘街道景观花园 9 号楼 SB19 室	2012 年 12 月 31 日至 2022 年 12 月 31 日 [注 1]	341.28
45	江苏威华达	江苏智慧谷投资管理有限公司	南京市鼓楼区察哈尔路华严岗 1 号	2017 年 4 月 3 日至 2020 年 4 月 2 日	280.00
46	世纪华晟	北京晟强贸易有限公司	北京市丰台区南三环西路 63 号院	2017 年 5 月 1 日至 2017 年 10 月 31 日	400.00
47	陈香商务	北京福运安达货运有限公司	通州区张家湾开发区皇木厂村村委会东 100 米库区仓库	2017 年 6 月 5 日至 2018 年 6 月 4 日	522.00
48	华致物流	济南永顺运输有限公司	济南市天桥区卢庄工业园 2 区 1 号	2017 年 4 月 16 日至 2018 年 4 月 15 日	500.00
49	江苏中糖	南京铁心桥国家粮食储备库有限公司	南京铁心桥国家粮食储备库有限公司的 46、53 及 54 号仓库	2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日	1,296.00

序号	承租人	出租人	坐落	期限	面积（㎡）
50	华致物流	招商局物流集团成都有限公司	四川省成都市高新区科园南路 9 号	2017 年 8 月 11 日至 2019 年 8 月 10 日	6,200.00
51	华致物流	辽宁中联运物流有限公司	沈阳市皇姑区鸭绿江北街 168 号	2017 年 4 月 1 日-2018 年 3 月 31 日	400.00
52	鑫品佳	深圳市嘉霖实业有限公司	深圳市福田区梅华路梅华 1 号大楼第 5 层 505 号	2017 年 8 月 1 日至 2018 年 8 月 31 日	250.00
53	红颜欧宝	张红艳	北京市昌平区回龙观镇冠庭园 10 号楼 6 层 3 单元 601 室	2017 年 5 月 1 日至 2022 年 4 月 30 日	137.00
54	尖美四方	佛山市骏翔物业管理有限公司	佛山市南海区大沥镇沥东江夏路段综合大楼第 15 层 1506 号	2016 年 9 月 6 日至 2018 年 9 月 30 日	150.00
55	致融源	河南省工艺美术试验厂	郑州市任寨北街 6 号云鹤大厦 602	2017 年 5 月 9 日至 2018 年 5 月 8 日	40.00
56	宁波恒谊	宁波品格四房商务服务有限公司	宁波市鄞州区首南街道天健巷 39 号 605 室	2017 年 7 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日	76.00
57	重庆酒达	陈洪强	重庆市渝北区大竹林镇黄山大道中段 67 号 6 栋 4-2	2017 年 7 月 31 日至 2022 年 7 月 30 日	90.00
58	尖美四方	佛山市南海区大沥镇沥东村荔西股份合作经济社	大塘边 22 号仓库	2017 年 7 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日	1,300.00
59	红颜欧宝	北京明国农产品仓储有限公司	北京市海淀区西北旺镇冷泉东路 100 号院	2017 年 6 月 24 日至 2021 年 3 月 5 日	950.00

注 1：根据发行人的说明，该房产已对外转租。

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司向第三方承租 59 处的房产，其中：

发行人及其子公司承租的 49 处房产，出租方提供了该等房产的房屋所有权证、房屋购买合同或该等房产所有权人同意出租方转租该房产的函件等出租方有权出租该等房屋的证明文件，租赁协议合法有效。

发行人及其子公司承租的 10 处房产，出租方未提供该等房产的产权证、房屋购买合同或该等房产的所有权人同意出租方转租该房产的函件等出租方有权出租该等房屋的证明文件。根据《中华人民共和国城市房地产管理法》等相关法

律法规、规章及规范性文件，若出租方未拥有该房屋的所有权或取得前述同意出租/转租的函件，则出租方无权出租上述房屋。此种情形下，若第三方对该等租赁事宜提出异议，则可能影响发行人及其子公司继续承租该物业。但发行人及其子公司仍可依据租赁合同向出租方进行索赔。

发行人及其子公司承租的上述房产中，除香港华致境外租赁的 1 处房产不适用租赁备案相关规定外，有 13 处房屋办理了租赁备案手续，其余 45 处房屋未办理租赁备案手续。根据最高人民法院关于《中华人民共和国合同法》的解释，未办理租赁登记手续不影响租赁合同的有效性。但是，根据《城市房屋租赁管理办法》，房地产管理部门有权责令当事人补办租赁登记手续并处以罚款。因此，发行人及其子公司存在被房地产管理部门罚款的潜在风险，但该等法律瑕疵不影响租赁合同的法律效力，发行人及其子公司有权根据相关租赁合同使用该等房屋。

就上述发行人及其子公司租赁的房产中存在的出租方未能提供产权证明文件以及未履行租赁备案手续的情况，发行人实际控制人已出具承诺，若发行人及其子公司因上述情况受到任何损失或被房地产管理部门处以罚款，发行人实际控制人将无条件承担该等损失、缴纳罚款，保证发行人及其子公司的业务经营不会因上述租赁事宜受到不利影响。此外，发行人承租的未办理备案登记手续或出租方产权证明文件未提供的房产主要用途为仓储、办公场所等，该等承租房产的可替代性较高，如发行人因未办理备案登记手续或出租方产权原因而导致其无法继续使用上述房屋的，发行人可于合理期限内租赁其他房屋继续经营，更换该等租赁房产对发行人经营影响较小。

发行人律师认为，发行人及子公司承租的房屋中存在出租方未提供其有权出租房产的证明及部分出租合同未经办理租赁登记备案手续的问题不构成本次发行并上市的实质性法律障碍。

发行人保荐机构认为，对于发行人及子公司租赁房产中未提供产权证明文件及出租合同未办理租赁备案登记的租赁房产，即使出现不能续租的风险，发行人寻找新的租赁场所并不困难，对发行人经营的影响较小，且发行人实际控制人亦已出具承诺函，因此上述部分经营场所租赁房屋产权手续不完善问题不构成本次发行上市的实质性法律障碍。

（二）主要无形资产情况

1、商标

截至本招股说明书签署日，公司拥有 164 个已注册的商标，具体情况如下：

序号	商标	注册号	核定使用类别	有效期限	权利人
1	湘 冠	3461439	第 33 类	2004-7-14 至 2024-7-13	华致酒行
2	相握彼岸	4641319	第 33 类	2008-2-21 至 2018-2-20	华致酒行
3	彼　岸	4648796	第 33 类	2008-2-28 至 2018-2-27	华致酒行
4	Bin Bin 彬　彬	4846655	第 33 类	2008-4-28 至 2018-4-27	华致酒行
5	华致	4982591	第 25 类	2009-3-14 至 2019-3-13	华致酒行
6	华致酒行	4982592	第 35 类	2009-3-14 至 2019-3-13	华致酒行
7	华致	4982593	第 21 类	2009-3-14 至 2019-3-13	华致酒行
8	华致	4982594	第 30 类	2008-9-14 至 2018-9-13	华致酒行
9	华致	4982595	第 40 类	2009-6-14 至 2019-6-13	华致酒行
10	华致	4982596	第 33 类	2008-9-14 至 2018-9-13	华致酒行
11	VATS	5022869	第 35 类	2009-3-14 至 2019-3-13	华致酒行
12	VATS	5382118	第 35 类	2010-3-28 至 2020-3-27	华致酒行
13	VATS	5382119	第 40 类	2009-10-21 至 2019-10-20	华致酒行
14	华致	5457256	第 35 类	2009-9-14 至 2019-9-13	华致酒行
15	百悦	5861940	第 34 类	2009-7-7 至 2019-7-6	华致酒行
16	百悦	5861941	第 40 类	2010-2-7 至 2020-2-6	华致酒行

序号	商标	注册号	核定使用类别	有效期限	权利人
17	百悦	5861942	第 33 类	2009-11-7 至 2019-11-6	华致酒行
18	华致百悦	5861943	第 34 类	2009-7-7 至 2019-7-6	华致酒行
19	华致百悦	5861944	第 35 类	2010-3-28 至 2020-3-27	华致酒行
20	华致百悦	5861945	第 30 类	2009-11-14 至 2019-11-13	华致酒行
21	华致百悦	5861947	第 33 类	2009-11-7 至 2019-11-6	华致酒行
22	华致百悦	5861948	第 40 类	2010-2-7 至 2020-2-6	华致酒行
23	VATS	5916959	第 35 类	2010-10-28 至 2020-10-27	华致酒行
24	裕寿堂	5981143	第 32 类	2009-12-7 至 2019-12-6	华致酒行
25	华致酒行 vats liquor store	6056770	第 33 类	2009-12-21 至 2019-12-20	华致酒行
26	华致酒行 vats liquor store	6056773	第 35 类	2010-4-7 至 2020-4-6	华致酒行
27	雷狄	6056775	第 32 类	2009-12-21 至 2019-12-20	华致酒行
28	雷狄	6056777	第 33 类	2009-12-21 至 2019-12-20	华致酒行
29	雷帝	6056778	第 32 类	2009-12-21 至 2019-12-20	华致酒行
30	天堂城堡	6090981	第 33 类	2009-12-28 至 2019-12-27	华致酒行
31	奥塞庄园	6090982	第 33 类	2009-12-28 至 2019-12-27	华致酒行
32	奥塞酒庄	6090983	第 33 类	2009-12-28 至 2019-12-27	华致酒行
33	欧诗	6090985	第 33 类	2009-12-28 至 2019-12-27	华致酒行
34	劳瓦士	6090986	第 33 类	2009-12-28 至 2019-12-27	华致酒行
35	奥塞	6090987	第 33 类	2009-12-28 至 2019-12-27	华致酒行
36	奥塞城堡	6090988	第 33 类	2009-12-28 至 2019-12-27	华致酒行

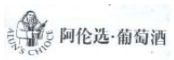
序号	商标	注册号	核定使用类别	有效期限	权利人
37	凯士天堂堡	6090993	第 33 类	2009-12-28 至 2019-12-27	华致酒行
38	裕寿堂	6090994	第 29 类	2010-1-7 至 2020-1-6	华致酒行
39	Chateau de Lestiac	6105160	第 33 类	2009-12-28 至 2019-12-27	华致酒行
40	英伦王子	6136602	第 33 类	2010-1-7 至 2020-1-6	华致酒行
41	拉弗格	6240145	第 33 类	2010-1-21 至 2020-1-20	华致酒行
42	当红之道	6275059	第 33 类	2010-1-28 至 2020-1-27	华致酒行
43	华致	7157699	第 4 类	2010-9-14 至 2020-9-13	华致酒行
44	华致	7157700	第 3 类	2010-7-14 至 2020-7-13	华致酒行
45	华致	7157701	第 39 类	2010-11-21 至 2020-11-20	华致酒行
46	华致	7157702	第 38 类	2010-9-21 至 2020-9-20	华致酒行
47	华致	7157703	第 37 类	2010-9-21 至 2020-9-20	华致酒行
48	华致	7157704	第 36 类	2010-9-21 至 2020-9-20	华致酒行
49	华致	7157705	第 8 类	2010-10-21 至 2020-10-20	华致酒行
50	华致	7157706	第 15 类	2010-7-14 至 2020-7-13	华致酒行
51	华致	7157707	第 11 类	2010-10-21 至 2020-10-20	华致酒行
52	华致	7157708	第 12 类	2010-7-21 至 2020-7-20	华致酒行
53	华致	7157709	第 13 类	2010-10-21 至 2020-10-20	华致酒行
54	华致	7157710	第 14 类	2010-8-14 至 2020-8-13	华致酒行
55	华致	7157711	第 2 类	2010-9-21 至 2020-9-20	华致酒行
56	华致	7157712	第 44 类	2010-8-28 至 2020-8-27	华致酒行
57	华致	7157713	第 45 类	2010-8-21 至 2020-8-20	华致酒行

序号	商标	注册号	核定使用类别	有效期限	权利人
58	华致	7157714	第 42 类	2011-3-7 至 2021-3-6	华致酒行
59	华致	7157715	第 43 类	2010-8-28 至 2020-8-27	华致酒行
60	华致	7157716	第 41 类	2010-11-14 至 2020-11-13	华致酒行
61	华致	7157717	第 7 类	2010-7-21 至 2020-7-20	华致酒行
62	华致	7157718	第 6 类	2010-7-21 至 2020-7-20	华致酒行
63	华致	7157719	第 5 类	2010-8-14 至 2020-8-13	华致酒行
64	华致	7157720	第 32 类	2010-7-14 至 2020-7-13	华致酒行
65	华致	7157721	第 34 类	2010-9-21 至 2020-9-20	华致酒行
66	华致	7157722	第 9 类	2010-11-28 至 2020-11-27	华致酒行
67	华致	7157723	第 16 类	2010-7-21 至 2020-7-20	华致酒行
68	华致	7157724	第 19 类	2010-12-7 至 2020-12-6	华致酒行
69	华致	7157726	第 18 类	2010-10-28 至 2020-10-27	华致酒行
70	华致	7157727	第 17 类	2010-12-7 至 2020-12-6	华致酒行
71	华致	7157728	第 20 类	2010-11-14 至 2020-11-13	华致酒行
72	华致	7157729	第 31 类	2010-9-21 至 2020-9-20	华致酒行
73	华致	7157730	第 29 类	2010-9-21 至 2020-9-20	华致酒行
74	华致	7157731	第 28 类	2010-10-28 至 2020-10-27	华致酒行
75	华致	7157732	第 26 类	2010-10-28 至 2020-10-27	华致酒行
76	华致	7157733	第 24 类	2010-10-28 至 2020-10-27	华致酒行
77	华致	7157734	第 22 类	2010-10-28 至 2020-10-27	华致酒行
78	华致	7157735	第 23 类	2010-10-28 至 2020-10-27	华致酒行

序号	商标	注册号	核定使用类别	有效期限	权利人
79	华致	7157736	第 27 类	2010-10-28 至 2020-10-27	华致酒行
80	华致酒行	7599074	第 33 类	2010-10-28 至 2020-10-27	华致酒行
81	华致酒行	7724841	第 35 类	2011-1-14 至 2021-1-13	华致酒行
82	华致酒行	7724842	第 5 类	2010-12-14 至 2020-12-13	华致酒行
83	Lack Wallace 朗克华莱	7934174	第 33 类	2011-1-21 至 2021-1-20	华致酒行
84	留 金	8204399	第 33 类	2011-4-21 至 2021-4-20	华致酒行
85	琉 金	8204400	第 33 类	2011-4-21 至 2021-4-20	华致酒行
86	华致酒行	8362765	第 32 类	2011-6-14 至 2021-6-13	华致酒行
87	华致酒窖 VATS CELLAR	8589036	第 33 类	2011-9-7 至 2021-9-6	华致酒行
88		9104934	第 33 类	2012-2-14 至 2022-2-13	华致酒行
89	华致农业	10837464	第 29 类	2014-6-7 至 2024-6-6	华致酒行
90	华致农业	10837465	第 31 类	2013-10-7 至 2023-10-6	华致酒行
91	华致农业	10837466	第 30 类	2014-2-28 至 2024-2-27	华致酒行
92	华致酒汇	11187210	第 43 类	2013-11-28 至 2023-11-27	华致酒行
93	华致酒会	11187211	第 43 类	2013-11-28 至 2023-11-27	华致酒行
94	安第斯之星	12558581	第 33 类	2014-10-7 至 2024-10-6	华致酒行
95	圣安蒂娜	12558582	第 33 类	2014-10-7 至 2024-10-6	华致酒行
96	多哈米隆酒庄	12558586	第 33 类	2014-10-7 至 2024-10-6	华致酒行

序号	商标	注册号	核定使用类别	有效期限	权利人
97	卡莫沙酒庄	12558589	第 33 类	2014-10-7 至 2024-10-6	华致酒行
98	富尔泰酒庄	12558591	第 33 类	2014-10-7 至 2024-10-6	华致酒行
99	斯尼克酒庄	12558593	第 33 类	2014-10-7 至 2024-10-6	华致酒行
100	玛蕾酒庄	12558594	第 33 类	2014-10-7 至 2024-10-6	华致酒行
101	芭乐美酒庄	12560311	第 33 类	2014-10-7 至 2024-10-6	华致酒行
102	罗兰达酒庄	12560312	第 33 类	2014-10-7 至 2024-10-6	华致酒行
103	玛杰斯酒庄	12560315	第 33 类	2014-10-7 至 2024-10-6	华致酒行
104	伯尼尔侯爵	12560316	第 33 类	2014-10-7 至 2024-10-6	华致酒行
105	雷狄酒庄	12560317	第 33 类	2014-10-7 至 2024-10-6	华致酒行
106	阿伦选	12784582	第 16 类	2014-10-28 至 2024-10-27	华致酒行
107	阿伦选	12784649	第 33 类	2014-12-28 至 2024-12-27	华致酒行
108	阿伦·格里菲斯	12784720	第 33 类	2014-12-28 至 2024-12-27	华致酒行
109	阿 伦	12784823	第 35 类	2014-12-14 至 2024-12-13	华致酒行
110	阿伦选·葡萄酒	12784843	第 35 类	2014-12-14 至 2024-12-13	华致酒行
111	阿伦选	12784899	第 35 类	2014-12-14 至 2024-12-13	华致酒行
112	阿伦选	12784962	第 38 类	2014-10-28 至 2024-10-27	华致酒行
113	阿伦选	12785001	第 39 类	2014-10-28 至 2024-10-27	华致酒行
114	阿伦选	12785033	第 42 类	2014-10-28 至 2024-10-27	华致酒行
115	阿伦选	12785063	第 43 类	2014-10-28 至 2024-10-27	华致酒行
116	阿 伦	12785102	第 43 类	2015-3-28 至 2025-3-27	华致酒行
117	阿伦·格里菲斯	12785119	第 43 类	2015-12-14 至 2025-12-13	华致酒行

序号	商标	注册号	核定使用类别	有效期限	权利人
118	alun's choice	12785337	第 16 类	2014-10-28 至 2024-10-27	华致酒行
119	alun's choice	12785404	第 33 类	2014-10-28 至 2024-10-27	华致酒行
120	alun's choice	12785467	第 35 类	2014-12-14 至 2024-12-13	华致酒行
121	alun's choice	12785520	第 38 类	2014-10-28 至 2024-10-27	华致酒行
122	alun's choice	12785551	第 39 类	2014-10-28 至 2024-10-27	华致酒行
123	alun's choice	12785596	第 42 类	2015-2-14 至 2025-2-13	华致酒行
124	alun's choice	12785633	第 43 类	2014-11-14 至 2024-11-13	华致酒行
125	ALUN'S CHOICE 阿伦选·葡萄酒	13746395	第 35 类	2015-2-21 至 2025-2-20	华致酒行
126	阿伦选 葡萄酒	13746399	第 35 类	2015-2-21 至 2025-2-20	华致酒行
127	阿伦选·葡萄酒	13769398	第 35 类	2015-3-7 至 2025-3-6	华致酒行
128	ALUN'S CHOICE 阿伦选·葡萄酒	13769401	第 35 类	2015-3-7 至 2025-3-6	华致酒行
129	ALUN'S CHOICE 阿伦选 葡萄酒	13769402	第 35 类	2015-3-7 至 2025-3-6	华致酒行
130	皮龙酒庄	14779593	第 33 类	2015-7-7 至 2025-7-6	华致酒行
131	皮龙	14779630	第 33 类	2015-7-7 至 2025-7-6	华致酒行
132	皮龙酒庄	14779649	第 35 类	2015-7-7 至 2025-7-6	华致酒行
133	酱粉	14790672	第 35 类	2015-7-7 至 2025-7-6	华致酒行
134	酱粉	14790685	第 33 类	2016-4-7 至 2026-4-6	华致酒行
135	酱粉	14790722	第 41 类	2015-7-7 至 2025-7-6	华致酒行
136	酱粉	14790755	第 38 类	2015-7-7 至 2025-7-6	华致酒行

序号	商标	注册号	核定使用类别	有效期限	权利人
137		15289924	第 16 类	2015-10-21 至 2025-10-20	华致酒行
138		15289977	第 33 类	2015-10-21 至 2025-10-20	华致酒行
139		15290097	第 35 类	2015-11-14 至 2025-11-13	华致酒行
140		15290214	第 38 类	2015-10-21 至 2025-10-20	华致酒行
141	华致酒频道	17762298	第 35 类	2016-10-14 至 2026-10-13	华致酒行
142	华致 9 频道	17871089	第 35 类	2016-10-21 至 2026-10-20	华致酒行
143	华致陈香	17871237	第 35 类	2016-10-21 至 2026-10-20	华致酒行
144	华致陈香	17871324	第 38 类	2016-10-21 至 2026-10-20	华致酒行
145	华致陈香	17871450	第 42 类	2016-10-21 至 2026-10-20	华致酒行
146	阿伦选·葡萄酒	13769403	第 33 类	2015-7-14 至 2025-7-13	华致酒行
147		13769400	第 33 类	2015-7-14 至 2025-7-13	华致酒行
148		13769399	第 33 类	2015-7-14 至 2025-7-13	华致酒行
149		13746398	第 33 类	2015-8-21 至 2025-8-20	华致酒行
150		13746397	第 33 类	2015-8-21 至 2025-8-20	华致酒行
151		13746396	第 33 类	2015-8-28 至 2025-8-27	华致酒行
152	华致	7157698	第 1 类	2010-9-21 至 2020-9-20	华致酒行
153	华致	7157725	第 10 类	2010-7-21 至 2020-7-20	华致酒行
154	杖乡寿	12425559	第 33 类	2014-9-21 至 2024-9-20	江苏威华达
155	致事寿	12425540	第 33 类	2014-9-21 至 2024-9-20	江苏威华达
156	杖朝寿	12425525	第 33 类	2014-9-21 至 2024-9-20	江苏威华达

序号	商标	注册号	核定使用类别	有效期限	权利人
157	耄耋寿	12425511	第 33 类	2014-9-21 至 2024-9-20	江苏威华达
158	期颐寿	12425487	第 33 类	2014-9-21 至 2024-9-20	江苏威华达
159	裕寿堂	5981147	第 30 类	2010-1-14 至 2020-1-13	华致酒业
160	裕寿堂	5981146	第 33 类	2009-12-7 至 2019-12-6	华致酒业
161	裕寿堂	5981145	第 29 类	2009-7-28 至 2019-7-27	华致酒业
162	裕寿堂	5981144	第 5 类	2010-1-28 至 2020-1-27	华致酒业
163	裕寿堂	5981142	第 10 类	2009-11-14 至 2019-11-13	华致酒业
164	百悦	5861946	第 30 类	2009-12-21 至 2019-12-20	华致酒业

2017 年 2 月 17 日，发行人收到国家工商行政管理总局商标评审委员会下发的《关于第 12560314 号“富丽苏”商标无效宣告请求裁定书》，因江苏双沟酒业股份有限公司对发行人第 12560314 号“富丽苏”商标提出无效宣告请求，国家工商行政管理总局商标评审委员会经评议同意该等申请并宣告上述商标无效。根据发行人的说明，发行人目前已不再使用该等商标，该等商标被宣告无效对发行人业务不存在影响，因此决定不再对上述裁定提出异议。

发行人保荐机构认为，发行人该等商标无效不构成对发行人本次发行并上市的实质障碍。

发行人律师认为，发行人该等商标无效不构成对发行人本次发行并上市的实质障碍。

（2）商标许可使用权

2015 年 7 月 26 日，安徽古井贡酒股份有限公司与发行人签署《商标使用许可合同》，授权发行人使用注册号分别为 1421039 号和 8164765 号的两项“古井贡”商标，授权使用范围仅限于该《商标使用许可合同》约定的酒类品种。许可使用的期限自 2015 年 7 月 26 日起至 2018 年 12 月 25 日。商标使用许可费为每年 30 万元人民币，合同履行情况正常，不存在法律纠纷。

2016 年 12 月 7 日，贵州省仁怀市茅台镇荷花酒业有限公司与发行人签署《华致酒行合作产品独家总经销合同》，授权发行人使用注册号为 16874041 号的“国乡荷花”商标，授权使用范围仅限于该合同约定的特定产品的销售及宣传推广。许可使用期限为 2016 年 12 月 7 日至 2026 年 12 月 6 日。授权方未收取商标使用许可费，合同履行情况正常，不存在法律纠纷。

2017 年 1 月 15 日，宜宾九贺宴酒业有限公司、五粮液集团仙林果酒有限责任公司与发行人签署《华致酒行合作产品独家总经销合同》，宜宾九贺宴酒业有限公司、五粮液集团仙林果酒有限责任公司授权发行人使用注册号为 4518919 号的“仙林世家”商标，授权使用范围仅限于该合同约定的特定经销产品的销售及宣传推广。授权使用期限为 2017 年 1 月 15 日起至 2022 年 1 月 14 日。授权方未收取商标使用许可费，合同履行情况正常，不存在法律纠纷。

2、专利权

截至本招股说明书签署日，公司拥有 8 项专利权，具体情况如下：

序号	专利名称	专利号	专利类型	权利期限	权利人
1	酒瓶（黄酒 30 年）	ZL201130003776.6	外观设计	2011-1-11 至 2021-1-10	华致酒行
2	酒盒（黄酒 30 年）	ZL201130003777.0	外观设计	2011-1-11 至 2021-1-10	华致酒行
3	瓶贴（南非小五兽干红葡萄酒）	ZL201330144782.2	外观设计	2013-4-27 至 2023-4-26	华致酒行
4	瓶贴（南非五兽珍藏干红葡萄酒）	ZL201330144783.7	外观设计	2013-4-27 至 2023-4-26	华致酒行
5	瓶贴（南非五兽干红葡萄酒）	ZL201330144682.X	外观设计	2013-4-27 至 2023-4-26	华致酒行
6	牌匾（华致酒行）	ZL200730280529.4	外观设计	2007-12-12 至 2017-12-11	华致酒行
7	标牌（华致酒行•方形）	ZL200730280531.1	外观设计	2007-12-12 至 2017-12-11	华致酒行
8	标牌（华致酒行•六边形）	ZL200730280530.7	外观设计	2007-12-12 至 2017-12-11	华致酒行

3、著作权

截至本招股说明书签署日，公司拥有 2 项著作权。其中，原有 1 项著作权的

作者已由华致有限变更为公司，公司已就上述 2 项著作权领取新的《作品登记证书》，具体情况如下：

序号	作品名称	证书名称	登记号	权利人
1	美术作品《店面（华致酒行）》	著作权登记	2017-F-00322609	华致酒行
2	华致酒库美术作品	著作权登记	2017-F-00460235	华致酒行

4、域名

截至本招股说明书签署日，公司拥有 32 项域名，具体情况如下：

序号	域名	权利人	注册日期	到期日期
1	alunxuanputaojiu.com	华致酒行	2013 年 6 月 13 日	2020 年 6 月 13 日
2	alunxj.com	华致酒行	2013 年 6 月 13 日	2020 年 6 月 13 日
3	alunxuanjiu.com	华致酒行	2013 年 6 月 13 日	2020 年 6 月 13 日
4	alunxuan.cn	华致酒行	2013 年 6 月 21 日	2020 年 6 月 21 日
5	alunchoice.cn	华致酒行	2013 年 6 月 13 日	2020 年 6 月 13 日
6	alunschoice.cn	华致酒行	2013 年 6 月 21 日	2020 年 6 月 21 日
7	alunxuan.net	华致酒行	2013 年 6 月 13 日	2020 年 6 月 13 日
8	alunschoice.net	华致酒行	2013 年 6 月 13 日	2020 年 6 月 13 日
9	alunxuan.com	华致酒行	2013 年 6 月 13 日	2020 年 6 月 13 日
10	alunchoice.com	华致酒行	2013 年 6 月 13 日	2020 年 6 月 13 日
11	alunschoice.com	华致酒行	2013 年 6 月 13 日	2020 年 6 月 13 日
12	华致酒行.中国	华致酒行	2016 年 1 月 29 日	2019 年 1 月 29 日
13	华致.中国	华致酒行	2016 年 1 月 29 日	2019 年 1 月 29 日
14	华致.net	华致酒行	2006 年 6 月 23 日	2018 年 6 月 23 日
15	华致.com	华致酒行	2016 年 2 月 7 日	2019 年 2 月 7 日
16	huazhijiuhang.com	华致酒行	2005 年 11 月 28 日	2018 年 11 月 28 日
17	huazhijiuhang.com.cn	华致酒行	2016 年 1 月 29 日	2019 年 1 月 29 日
18	huazhijiuye.com	华致酒行	2005 年 11 月 28 日	2018 年 11 月 28 日
19	华致酒行.com	华致酒行	2008 年 3 月 19 日	2018 年 3 月 19 日
20	huazhijiuhang.cn	华致酒行	2009 年 1 月 13 日	2019 年 1 月 13 日
21	huazhijiuhang.net	华致酒行	2009 年 1 月 13 日	2019 年 1 月 13 日
22	vatsliquor.mobi	华致酒行	2012 年 7 月 12 日	2019 年 7 月 25 日
23	华致酒业.com	华致酒行	2007 年 7 月 25 日	2019 年 7 月 25 日

序号	域名	权利人	注册日期	到期日期
24	vatsliquor.cn	华致酒行	2007 年 5 月 15 日	2019 年 5 月 15 日
25	huazhijiuhang.mobi	华致酒行	2016 年 1 月 29 日	2019 年 1 月 29 日
26	vatsliquor.com	华致酒行	2007 年 5 月 15 日	2019 年 5 月 15 日
27	vatsliquor.net	华致酒行	2007 年 5 月 15 日	2019 年 5 月 15 日
28	alunchoice.net	华致酒行	2013 年 6 月 13 日	2020 年 6 月 13 日
29	laojiupd.com	陈香商务	2015 年 4 月 14 日	2018 年 4 月 14 日
30	五粮液年份酒.网址	华致酒行	2015 年 1 月 6 日	2018 年 2 月 6 日
31	华致酒行.网址	华致酒行	2015 年 1 月 6 日	2018 年 2 月 6 日
32	华致酒行.net	华致酒行	2016 年 2 月 7 日	2019 年 2 月 7 日

5、经营许可

公司的经营范围和经营方式符合《公司法》、《公司登记管理条例》及其他法律、法规和规范性文件的规定，公司已取得了相应的资质证照及业务许可，主要包括：《食品经营许可证》、《酒类流通备案登记表》、《对外贸易经营者备案登记表》、《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》、《商业特许经营备案》、《出入境检验检疫报疫企业备案表》等。

六、发行人拥有的特许经营权

截至本招股说明书签署日，公司已在商务主管部门就其拥有的特许经营权进行了商业特许经营备案，备案号为 0533400111700001，备案情况如下：

证书名称	颁发机构	证书编号	发证日期
商业特许经营备案	中华人民共和国商务部	备案号：0533400111700001	2017 年 3 月 15 日

公司不存在或拥有其他公司授予的特许经营权。

七、发行人的技术及研发情况

公司是一家精品酒水营销和服务商，技术和研发工作主要围绕着酒类产品的遴选与开发、仓储与运输以及营销与推广，与公司主营业务相契合。

（一）公司技术情况

公司通过多年行业实践，形成的主要产品技术均为自主研发和原始创新，具

体包括专利权和专有技术。

1、专利权

具体详见本节“五、主要固定资产和无形资产”之“（二）主要无形资产”之“2、专利权”。

2、专有技术

（1）产品遴选与开发技术

公司对饮用酒消费市场及消费者需求变化进行长期追踪，预判行业发展趋势，结合宏观经济研究、酒类行业研究和消费群体研究，建立消费者行为分析模型。公司的产品决策委员会，负责整体产品体系的规划、设计和改进调整，主导产品遴选与开发的工作。

公司的产品遴选与开发包括两种形式：一是精品遴选，公司凭借与上游酒企酒商持续稳定、相互信赖的合作关系，从其提供的产品中筛选出满足国人消费需求和公司发展战略的产品进行销售推广。二是新品开发，当市场上现有酒品不足以完全满足消费者偏好时，公司会从口感、酒体、品位、价格等元素出发，主动提出开发报告，借助酒企丰富的生产经验和成熟的酿造工艺，合作开发出新的酒品，弥补市场空白。

（2）产品保真溯源技术

公司采用源头控制、信息技术管理和消费者监督相结合的方式，确保渠道内的酒品均为真品。

公司坚持产品的源头采购、选择合格的供应商以及与厂商安全交接，以加强在采购环节对产品品质的控制。公司从选择供应商到验收入库，均制定了严格的制度。公司借助物流码信息系统、防伪标系统及防伪箱标等手段和管理措施，建立了酒类产品在运输及销售环节的追溯体系，便于流通管理中的查询、验伪。在内部管理的基础上，公司引入了外部监督力量，通过设立 400 服务热线受理消费者投诉、派专人参与酿酒企业的打假活动等方式加强产品的售后管理。

（3）信息管理技术

公司以现有信息管理系统为操作平台，物流配送服务为手段，联系酒类流通的上下游，使公司在商品采购、运输、仓储、销售、配送等方面能够合理规划、协调安排，并充分利用和整合酒类流通链条上的各类资源，保证公司购、销、运、存等经营活动过程的高效率，调动各方参与的积极性，提高公司管理水平，增加经营绩效。公司搭建了完善的 ERP 业务管理系统和营销管理平台，全面整合了企业内部的人才管理、商品管理、采购管理、销售管理、物流管理和财务管理。

另外，公司积极采取自主开发与外部委托相结合的方式，利用移动互联网技术、GPS 定位技术等，推出“掌上华致”、“酒伯通”等移动端系统，强化外勤人员移动办公、产品宣传、推广、渠道客户订单处理、财务结算等业务的管理，实现经营管理信息化、智能化。

（二）报告期内公司研发投入情况

报告期内，公司研发投入占营业收入比例的具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
研发投入	368.36	863.29	674.60	561.66
营业收入	122,502.52	218,413.42	157,756.74	114,796.48
研发投入占营业收入比重	0.30%	0.40%	0.43%	0.49%

公司研发投入包括市场调研费用、研发人员工资、样品成本、新品推广费用等，未形成资本化。

八、发行人境外经营和境外资产情况

本公司在香港设有一家全资子公司，其基本情况如下：

公司名称：华致葡萄酒与烈酒（香港）有限公司

成立时间：2009 年 12 月 2 日

注册资本：5 万元港币

股本：1 元港币

香港华致主要负责酒类产品的采购、存储及销售。经大华审计，香港华致

2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月末的总资产分别为 3,210.20 万元、3,656.45 万元，净资产分别为-1,921.29 万元、-2,166.18 万元，2016 年、2017 年 1-6 月净利润分别为-352.95 万元、-304.49 万元。

截至 2017 年 6 月 30 日，发行人在法国波尔多的存货为 1,393.28 万元，在香港的存货为 3,017.21 万元。

九、未来发展与规划

（一）公司整体发展战略与目标

公司秉承“精品、保真、服务、创新”的经营理念，致力于为消费者提供优质、保真的精品酒水。以遍布全国的销售渠道为基础，顺应行业发展趋势，整合渠道、运营、品牌和研发资源，实现持续、稳定、健康发展，成为具有国际影响力的精品酒水营销和服务商。

公司积极响应降低流通成本，提高流通效率的行业诉求，大力拓展直供终端渠道，以优势城市为基础向全国范围推广，为消费者提供优质酒品服务，同时借助信息化建设增强运营管理能力，提高决策效率，提升满足客户需求的速度与质量，不断追求卓越品质，铸造优秀品牌。

（二）未来三年的发展规划

1、渠道建设与优化计划

公司顺应渠道扁平化的行业趋势，进一步拓展营销渠道，加强终端建设。充分发挥多年积累的营销、管理经验，加强对核心销售区域的控制力度，同时在巩固原有城市和地区市场占有率的基础上进一步开拓新的市场，增强区域辐射能力。

公司着力于直供终端的开发与建设，计划以北京、南京、成都、郑州等优势直供城市为核心，向全国范围推广。从门店渠道、行业经验、业务能力、客户资源等方面出发寻找符合标准的终端客户开展合作，拓展产品销售的覆盖范围、为酒类消费者提供更加便捷、优质的服务。更进一步地，公司选择部分经营实力雄厚、商业信誉良好、营销资源丰富的终端客户深度合作，由公司投资进行统一设

计、统一装修，并提供后续的管理咨询、人员培训、信息交流、新品推介等增值服务，借助终端的标识制作、外观展示、规范管理、酒品服务，提升公司的知名度，增强公司品牌影响力，巩固优势地位，实现持续、稳定、健康发展，提高盈利能力和抗风险能力，使营销网络管理能力和市场规模成为公司的核心竞争力。公司未来将加强与国外酒企酒商的合作，适时拓展国际市场业务。

2、仓储物流条件升级计划

公司计划未来在重点区域新建仓库，升级仓储条件，购置辅助设施，改善仓储环境以提升供货支持能力，增强公司的物流管理能力。同时，整合现有物流配送资源，建立自营物流运输车队，在提供运输配送服务时充分考虑区域经济、客户集中度、仓储数量等因素，加强酒品运输、配送的管理控制，提高物流服务的信息化水平。仓储物流条件优化将对公司酒品储存需要和物流配送需要提供有效支持，进一步提升公司在全国市场范围内的快速响应能力和客户服务能力。

3、开发和创新计划

公司自成立以来一直致力于为消费者提供优质和保真的酒类产品。在未来，公司将建立研发中心，继续完善市场调研、信息反馈、产品遴选、新品开发、销售推广的机制，加强与上游酒企酒商的合作，加大对新品引进且推广成功的奖励力度，结合开发成果健全对技术创新的激励体系，将市场需求、公司遴选、酒企酿造、大师经验相结合，形成一套完整的从需求分析，方案提出到产品策划、遴选开发，再到推广销售的全过程管理流程，为客户提供最优质最合适的产品，把握市场先机，提高抗风险能力。

4、信息系统提升计划

面对来自行业内各个层面的竞争，拥有一套适合现代企业的营销管理系统，可以使公司处于信息灵敏、管理科学、决策准确、高效运行的良性循环之中，产生更好更多的经济效益。公司计划在未来对信息系统进行全面的升级和优化，在现有基础上建设能实现营销、人员、仓储、物流等集成管理的信息化系统，一方面提升公司数据处理的能力，为运营与决策提供功能齐全、方便快捷、安全可靠的信息服务，另一方面适应市场规模扩张，业务内容丰富和营销网络发展所带来的客户需求变动，增强企业快速反应的能力，丰富应对手段，提高市场竞争力。

5、人员发展计划

为适应业务发展需要，公司将进一步加强人力资源管理，实施“以人为本、招贤纳士、知人善任、德才兼备”的人才战略，按需引进各类人才，优化人才结构。建立具有竞争力的薪酬与福利体系、科学完善的考评与激励机制吸引公司发展所需各种人才的加入，特别是技术人员、运营管理人员和市场营销人员。制定高效、灵活、完善的人才培养和管理制度，加快员工的引进和培训速度，完善公司入职培训和提升培训，为员工提供良好的职业发展空间，充分发挥人才优势。通过培养一批高素质、强技能的员工团队，为公司持续、稳定、健康发展提供强有力的人力资源保障。

（三）实现上述目标所依据的假设条件

1、本次股票发行能够尽快完成，募集资金能及时到位，募集资金拟投资项目能顺利如期完成；

2、发行人所遵循的现行法律、法规以及国家有关行业政策将不会发生重大变化，国家宏观经济继续平稳发展；

3、发行人所在行业及市场处于正常的发展状态，不会出现重大的市场突变情形；

4、发行人主要经营业务所涉及地区的社会经济环境无重大变化；

5、发行人无重大经营决策失误和足以严重影响公司正常运作的人事变动；

6、不会发生对发行人经营业务产生重大不利影响以及导致发行人财产重大损失的不可抗力事件或不可预见的因素。

（四）实现上述目标将面临的主要困难

1、资金方面

目前公司主要依靠银行借款、滚存利润等途径获得业务发展所需资金，融资渠道相对单一，且融资额度有限，而公司实施上述发展战略和各项具体计划都需要大量的资金支持，因此，资金短缺将是上述计划实施的主要困难，公司迫切需要拓宽融资渠道，解决制约公司发展的资金瓶颈。

2、人员方面

随着上述计划的实施，一方面，公司的业务规模、营销网络都将快速扩张，组织结构也趋于更加复杂，对复合型经营管理人才的需求会大大增加；另一方面，信息系统的升级和研发中心的落成也会对技术人才提出更高要求。因此，公司在实施计划过程中面临着较大的人力资源需求以及持续提升员工综合素质的压力。

3、管理方面

随着上述计划的实施，公司整体经营规模将进一步提升，从而在资源整合、市场开拓、制度建设、运营管理、财务管理、内部控制等各方面给公司的经营管理提出了更高的要求。因此，公司将面临着业务规模扩张所带来的组织结构和管理制度深度调整，以及提升管理人员管理水平和应变能力的挑战。

（五）确保实现上述发展规划采用的方法或途径

1、本次股票发行将为上述经营目标和发展规划的实现提供资金支持。发行完成后，公司将按计划认真组织项目的实施，通过生产能力的扩大和技术水平的提高进一步增强公司的核心竞争力。

2、进一步完善公司各项管理制度，切实提高公司治理水平，建立更加有效的运行、管理与控制机制，确保公司各项业务发展计划的实施能够平稳有序进行。

3、公司将加强企业文化建设，提供沟通流畅、组织有效的工作环境，充分发挥公司全体员工的主人翁意识，激发其主观能动性，提高其凝聚力和执行力，使企业人文素质和竞争力得以提升，促进公司经济效益的增长。

（六）对未来发展规划的声明

未来发展与规划是公司在当前经济形势、市场环境和政策环境下，对可预见的将来做出的发展计划和安排。公司存在根据经济形势变化和实际经营状况对发展目标进行修正、调整和完善的可能。在公司上市后，将通过定期报告持续公告规划实施和目标的实现情况。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人独立运行情况

公司成立以来，严格按照《公司法》和《公司章程》规范运作，逐步建立、健全公司的法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面与公司控股股东及实际控制人控制的企业完全分开、独立运作，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

（一）资产完整情况

公司资产独立完整，独立于公司股东及其他关联方。公司具有独立的采购及产品开发、销售系统，合法拥有与经营有关的商标、专利、著作权，相关资产不存在权属纠纷，不存在资产被公司股东及其他关联方占用的情形，公司对所拥有的资产具有完全的控制和支配权。本公司资产完整。

（二）人员独立情况

公司根据《公司法》、《公司章程》的规定选举产生董事、监事，由董事会聘任高级管理人员。公司劳动、人事与股东单位及关联方完全独立。公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。本公司人员独立。

（三）财务独立情况

公司设立了独立的财务部门，配备了专职财务人员，按照有关会计准则和会计制度的要求进行会计核算，建立了独立的财务会计制度和对子公司的财务管理制度，拥有有效的财务管理和内部控制体系。公司在银行单独开立账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。本公司财务独立。

（四）机构独立情况

公司根据《公司法》、《公司章程》的要求建立了较为完善的治理结构。股东大会、董事会、监事会严格按照《公司章程》规范运作并建立了独立董事制度。公司组织机构健全完整，职责明确，各机构的设置均独立于控股股东，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在机构混同的情况。公司拥有独立的生产经营和办公场所，不存在与控股股东、实际控制人及其他关联方混合经营、合署办公的情况。本公司机构独立。

（五）业务独立情况

公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。本公司业务独立。

（六）保荐机构意见

发行人保荐机构认为，前述内容真实、准确、完整，发行人资产、人员、财务、机构及业务独立，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争，以及严重影响公司独立性或者显失公允的关联交易。

二、发行人同业竞争

（一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争

本公司主要通过连锁酒行、零售网点、KA 卖场、团购、电商、终端供应商等渠道向消费者销售酒类产品。本公司控股股东及实际控制人控制的其他企业与本公司不存在同业竞争，具体情况如下：

1、控股股东

本公司的控股股东为云南融睿，其经营范围为：项目投资。矿产品、金属材料、装饰材料、机械电子产品的购销。云南融睿除持有本公司 63.74%的股份外，

未开展其他业务，亦不存在其他对外投资，与本公司不存在同业竞争。

2、公司实际控制人控制的其他企业

本公司的实际控制人为吴向东先生，截至本招股说明书签署日，除云南融睿外，吴向东先生控制的其他公司基本情况如下：

序号	单位名称	经营范围	主营业务定位及描述
1	四川金六福酒业有限公司	生产销售：酒类产品；酒类产品开发与研究；投资咨询管理服务（法律、行政法规和国务院决定的前置审批项目除外）；包装装潢印刷品印刷（仅限下属分支机构从事经营）	酒类生产
2	湖南省金六福酒业有限公司	预包装食品、日用百货、日用杂品、五金、交电、家用电器、照相器材、建筑装饰材料、服装、机械设备、电子产品、金属材料、农副产品的销售	配套酒厂的销售公司
3	北京金六福酒有限公司	批发（非实物方式）预包装食品；销售医疗器械；销售机械电器设备、计算机软硬件及外部设备、工艺美术品、金属材料、木材、建筑材料、装饰材料、五金交电化工、百货、针纺织品；货物进出口；技术进出口；代理进出口；出租办公用房	配套酒厂的销售公司
4	云南金六福贸易有限公司	酒类、副食品、农副产品、各类包装物、日用百货、五金建材、家用电器、机械电子产品照相器材、服装的销售	配套酒厂的销售公司
5	金六福一坛好酒商贸有限公司	酒类及酒类产品的研制与销售；酒类科技的咨询服务；食品加工与销售；食品机械批发零售、预包装食品以及其的加工品的销售；农副产品的收购；包装服务，从事货物及技术的进出口业务；从事食品科技领域内的技术开发、技术转让、技术服务；食品储运，仓储货物专用运输（不含易燃易爆品）【依法需经批准的项目，经相关部门批准后方可经营该项目】。	配套酒厂的销售公司
6	四川陈又陈酒业有限公司	销售：瓶装白酒及基础曲酒（凭相关许可证从事经营）	配套酒厂的销售公司
7	贵州珍酒酿酒有限公司	白酒生产、销售；经营本企业自产产品的进出口业务；农产品收购	酒类生产
8	贵州珍酒销售有限公司	法律、法规、国务院决定规定禁止的不得经营；法律、法规、国务院决定规定应当许可（审批）的，经审批机关批准后凭许可（审批）文件经营；法律、法规、国务院决定规定无需许可（审批）的，市场主体自主选择经营。（批零兼营预包装食品（瓶装酒）。）	配套酒厂的销售公司
9	湖南湘窖酒业有限公司	制造销售：白酒、饮料、配制酒	酒类生产
10	邵阳开口笑酒业有限责任公司	销售各类白酒、果酒、葡萄酒、配制酒、饮料；纸制品、玻璃制品销售	配套酒厂的销售公司

序号	单位名称	经营范围	主营业务定位及描述
11	湖南开口笑酒业有限公司	预包装食品批发；商务策划；市场咨询；营销策划；企业形象设计；会议及展览服务	配套酒厂的销售公司
12	西藏华泽湘酒销售有限公司	酒类、茶饮料、预包装食品销售；日用百货、五金交电、化工产品（不含危险品）、金属材料及装饰材料、服装、机械电子产品的批发及零售	配套酒厂的销售公司
13	安徽临水酒业有限公司	白酒生产、销售	酒类生产
14	安徽临水酒业销售有限公司	预包装食品销售	配套酒厂的销售公司
15	江西李渡酒业有限公司	白酒生产；国内贸易	酒类生产
16	江西李渡酒业销售有限公司	白酒销售	配套酒厂的销售公司
17	江西李渡贵宾定制酒有限公司	酒、饮料、茶叶批发、销售	配套酒厂的销售公司
18	滕州今缘春酒业有限公司	生产经营：白酒（在全国工业产品生产许可证核准的范围内经营，有效期限以许可证为准）；农副产品收购（不含国家专控种类）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	酒类生产
19	滕州今缘春商贸有限公司	批发零售：预包装食品、散装食品	配套酒厂的销售公司
20	济宁世纪今缘商贸有限公司	食品的销售	配套酒厂的销售公司
21	临沂今缘春商贸有限公司	销售：酒水，预包装食品，散装食品，酒店用品，化妆品（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	配套酒厂的销售公司
22	桂林湘山酒业有限公司	生产、销售：白酒、黄酒、果露酒、啤酒、健身酒、汽酒、饮料、蒸馏水；经营本企业自产产品及技术的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外	酒类生产
23	广东德庆无比养生酒业有限公司	酒类生产、销售：配制酒、保健食品（酒剂）、白酒	酒类生产
24	吉林省榆树钱酒业有限公司	白酒生产、销售	酒类生产
25	吉林省榆树钱酒业定制酒有限公司	酒、饮料批发、零售	配套酒厂的销售公司
26	榆树市榆树钱商贸有限公司	白酒批发、零售	配套酒厂的销售公司

序号	单位名称	经营范围	主营业务定位及描述
27	湖南雁峰酒业有限公司	白酒的生产及销售	酒类生产
28	衡阳雁峰酒业销售有限公司	白酒及其它预包装食品的销售，办公用品、建材的销售	配套酒厂的销售公司
29	陕西省太白酒业有限责任公司	白酒、果露酒酿造、纯净水制造、销售；宾馆；商品贸易	酒类生产
30	眉县太白酒业供销有限公司	太白酒系列产品、纯净水销售；大麦、高粱、杂豆酿造原辅材料及包装物的购进	配套酒厂的销售公司
31	眉县德胜长商贸有限责任公司	预包装食品、散装食品、白酒销售；五金建材、钢材、劳保用品、文化用品、日用百货零售；大麦、高粱、杂豆及包装物的购销	配套酒厂的销售公司
32	吉林省榆树钱酒业物流有限公司	普通货物运输及仓储	物流
33	云南恒生矿业有限公司	项目投资；矿产品、矿山设备的经营	矿开发
34	湖南醴陵釉下五彩城开发建设有限公司	房地产开发经营；建筑装饰材料销售；提供房地产专业咨询服务；陶瓷生产销售；旅游服务业项目投资及经营管理；物业管理；以下项目限分公司经营：预包装食品、乳制品（不含婴幼儿配方乳粉）零售；餐饮、住宿、洗浴、茶坊、娱乐、洗涤、车辆租赁服务；日用百货、酒店用品销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	陶瓷园的开发建设
35	湖南东方瓷典文化艺术有限公司	组织承办文化艺术交流活动；陶瓷制品、工艺品、文化用品、礼品、首饰及贵金属制品销售；企业管理咨询服务；广告设计、制作、代理及发布；货物进出口代理	陶瓷制品销售
36	北京东方厚地房地产开发有限公司	房地产开发；项目投资；物业管理；投资管理；销售自行开发的商品房、建材、机械设备、五金交电、电子产品	房地产开发
37	湘潭华鹏包装有限公司	纸制品及塑料制品包装的生产及销售；房屋租赁服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	生产包装物
38	北京华泽融睿会务服务有限公司	会议服务；礼仪服务；承办展览展示；营销策划；企业策划；企业管理咨询；组织文化艺术交流；销售日用品、五金交电、电子产品、通讯设备；货物进出口；技术进出口	会务服务
39	湖南东泽牧业有限公司	畜禽养殖、加工、销售；牧草种植、开发、销售；苗木、花卉、水果、蔬菜的种植；农副产品、饲料的销售；生物制品、有机复合肥的研发、生产、销售；计算机软件开发；以自有资产从事农业投资（不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发行票据、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）；食品加工；企业	畜牧养殖、农副产品销售

序号	单位名称	经营范围	主营业务定位及描述
		管理咨询；自营和代理各类商品及技术的进出口业务	
40	岳阳市两门闸牧草有限公司	牧草的种植、加工及销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	牧草种植、加工及销售
41	张家界红品文化创意有限公司	品牌策划和创意；文化、艺术交流；演员培训；书画销售；工艺品展销售；CD 制作、销售	品牌策划
42	张家界魅力湘西旅游开发有限责任公司	旅游景点开发；文化、艺术、表演；旅游产品、农副产品开发；苗木花卉生产、销售；五金交电、南杂、百货、针纺织品、建筑材料、装饰材料及家俱销售	旅游开发、文化演艺
43	张家界天籁湘西文化有限公司	文化、艺术、表演；演员培训、输出；字、画交流；工艺品销售；CD 制作、销售；旅游景点、旅游产品、农副产品开发；百货、针纺织品销售；场地租赁；广告策划	文化艺术表演
44	张家界魅力湘西艺术团有限公司	综合文艺表演；演艺活动咨询、策划、组织服务；服装设计、制作及租赁服务；舞美设计、舞美设备租赁	文化艺术表演
45	湖南瓷谷科技产业发展有限公司	陶瓷新材料、新技术研发与运用；陶瓷技术咨询、培训、推广与转让；陶瓷产品销售与推广；物业管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	陶瓷开发与销售
46	新化县恒康园生态养殖有限公司	畜牲养殖、加工、销售，牧草种植、开发、销售	畜牲养殖销售
47	醴陵市南桥镇石笋尖养殖有限公司	家畜养殖、屠宰、销售	家畜养殖销售
48	邵阳华泽房地产开发有限公司	凭本企业有效资质证从事房地产开发、经营和物业管理；实业投资；投资管理、咨询；建筑材料（不含硅酮胶）、机械设备、五金交电、电子产品的销售	房地产开发
49	眉县太白酒产业文化新区开发有限公司	文化产业园建设、投资建设咨询服务	文化产业园建设
50	宝鸡吉瑞新能源有限公司	以太阳能利用为主的新能源产品开发研制及生产，销售自产产品	新能源产品开发
51	眉县太白酒业宾馆有限责任公司	住宿；中餐类制售（含凉菜、不含裱花蛋糕、生食海产品等其他项目），预包装食品零售；游泳、浴洗服务；小商品零售	宾馆服务
52	邸达电子商务有限公司	互联网技术开发、技术服务、技术转让、技术咨询；企业形象策划；设计、制作、代理发布广告；营销策划；工程技术咨询；软件开发、软件设计；日用百货、预包装食品的网上销售；服装、日用品、电子产品、散装及预包装食品、新鲜水果、蔬菜、通讯设备、农畜产品、计算机软件及辅助设备、玩具、工艺品、百货、办公用品、文化用品、照相器材、化妆品、卫生	IT 服务

序号	单位名称	经营范围	主营业务定位及描述
		用品、体育用品、纺织品、厨房家具、首饰、钟表眼镜、陶瓷制品、塑料制品、花卉、装饰材料的批发兼零售	
53	邸达科技有限公司	互联网技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询；企业形象策划；设计、制作、代理发布广告；营销策划；工程技术咨询；培训服务；咨询、中介、代理服务；软件开发、软件设计；日用百货、预包装食品的网上销售；服装、日用品、电子产品、散装及预包装食品、新鲜果蔬、通讯设备、农畜产品、计算机软件及辅助设备、玩具、工艺品、百货、办公用品、文化用品、照相器材、化妆品、卫生用品、体育用品、纺织品、厨房家具、首饰、钟表眼镜、陶瓷制品、塑料制品、花卉、装饰材料的批发兼零售	平台运营
54	北京邸达科技信息有限公司	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；企业策划；设计、制作、代理、发布广告；营销策划；软件开发；销售日用品、服装、电子产品、新鲜水果、新鲜蔬菜、通讯设备、计算机、软件及辅助设备、玩具、工艺品、文化用品、照相器材、化妆品、卫生用品、体育用品、针纺织品、厨房用具、珠宝首饰、钟表、眼镜、鲜花；建设工程项目管理；销售食品	平台运营
55	成都翔吉福航空管理咨询中心（有限合伙）	国内航空运输代理、货物进出口、机械设备及零配件销售、维修、维护；广告设计、制作。	航空管理咨询
56	成都翔瑞福航空管理咨询中心（有限合伙）	国内航空运输代理、货物进出口、机械设备及零配件销售、维修、维护；广告设计、制作。	航空管理咨询
57	成都翔顺福航空管理咨询中心（有限合伙）	国内航空运输代理、货物进出口、机械设备及零配件销售、维修、维护；广告设计、制作。	航空管理咨询
58	湖南邸达航空运输有限公司	航空旅客运输；航空货物运输；航空货运代理；机场旅客进出站摆渡车服务；航空运输货物打包服务；机场候机厅管理服务；飞机供给；飞机维护。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	航空货运代理
59	西藏好礼多多信息科技有限公司	设计、制作、代理发布广告；互联网技术开发、软件设计、开发；营销策划；网上销售：通讯设备、计算机软件及辅助设备、电子产品、散装及预包装食品、保健食品、日用百货（服装、玩具、工艺品、纺织品、厨房家具、首饰、钟表眼镜、陶瓷制品、塑料制品、花卉、装饰材料）农畜产品、新鲜水果、茶叶、蔬菜、办公用品、文化用品、照相器材、化妆品及卫生用品、体育用品；货物进出口；代理进出口业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	电子商务平台
60	西藏豆吖食品有限公司	食品加工、销售及相关配套服务；农产品、食品机械批发零售；食品销售管理；农产品收购；货物及相关技术的进出口业务；从事食品科技领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；食品储运，仓储货	食品加工

序号	单位名称	经营范围	主营业务定位及描述
		物专用运输；国内、国际货运代理；货物装卸服务；企业管理咨询（不含投资管理和投资咨询业务），商务信息咨询，餐饮企业管理，会展会务服务【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】。	
61	西藏嵩视频云信息科技有限公司	互联网技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询；信息科技咨询、中介、代理服务；企业形象策划；设计、制作、代理、发布广告；营销策划；工程技术咨询；移动、电信销售代理服务；培训服务（不含学历教育和职业技能培训）；软件开发、软件设计；日用百货、预包装食品的网上销售；服装、日用品、电子产品、散装及预包装食品、蔬菜水果、通讯设备、农畜产品、计算机软件及辅助设备、玩具、工艺品、百货、办公用品、文化用品、照相器材、化妆品、卫生用品、体育用品、纺织品、厨房用品、首饰、钟表眼镜、陶瓷制品、塑料制品、花卉、装饰材料的批发、零售【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展该项活动】。	互联网服务
62	西藏邸达航空服务有限公司	航空信息咨询；企业管理咨询（不得从事投资咨询和投资管理业务）；市场调研（不含个人隐私和国家机密）；市场营销策划；市场信息咨询；创意服务；企业形象策划；展览展示服务；会务服务【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展该项活动】。	航空信息咨询
63	邸达航空有限公司	航空器及其零部件维修；航空器材租赁；广告业（不含气球广告）；销售食品、日用百货、旅游纪念品；餐饮服务；从事货物进出口与技术进出口的对外贸易经营。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	航空器及其零部件维修
64	迪庆香格里拉经济开发区华泽管理有限公司	对外投资；接受委托进行企业经营管理、技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务	投资管理
65	云南金六福投资有限公司	对外投资；接受委托进行企业经营管理、技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务	投资管理
66	云南华鹏投资有限公司	项目投资；房地产开发、日用百货、日用杂品、五金交电、家用电器、照相器材、化工产品（不含危险品）、金属材料及建筑装饰材料、服装、机械电子、土畜产品的批发零售	投资管理
67	醴陵华鹏投资有限公司	国家法律、行政法规、政策允许的实业投资及投资管理；投资咨询服务及商务信息咨询（不含金融、证券、期货信息咨询）；市场营销策划；会展会务服务	投资、咨询
68	湖南华泽金东资本管理中心（有限合伙）	国家法律法规政策允许的实业投资、投资管理及咨询服务（不含金融、证券、期货信息咨询）	投资管理
69	宁波融睿实业投资有限公司	房地产开发；实业投资；投资管理；投资咨询；投资策划；商品信息咨询；物业管理	投资管理

序号	单位名称	经营范围	主营业务定位及描述
70	金东资本投资有限公司	对高新技术、旅游业、矿业、房地产业、文化产业、商贸及生物科技的投资；化工产品（不含危险品）；金属材料（不含重金属）；矿产品的销售	投资
71	湖南万亩良田现代农业投资开发有限公司	以自有资产进行实业投资，资产管理（不含代客理财）（以上经营范围不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）；酒店管理；餐饮管理；企业管理服务；供应链管理与服务；连锁企业管理；造林、育林；木材采运；竹材采运；木竹材林产品采集；非木竹材林产品采集；林木育种；林木育苗；牲畜饲养；家禽饲养；其他畜牧业；内陆养殖；驯养繁殖国家一级、二级保护水生野生动物；内陆捕捞；农业服务业；林业服务业；种畜禽生产经营；渔业服务业；园艺作物、花卉的收购；收购农副产品；粮食收购；其他肉类零售（猪、牛、羊肉除外）；其他经济作物、谷物、蔬菜、食用菌及园艺作物、豆类、油料和薯类、水果、茶及其他饮料作物的种植；农作物种子、林木种子的生产；谷物、豆及薯类、林木种子、农作物种子、饲料、棉、麻、林业产品、牲畜、其他农牧产品、米、面制品及食用油、糕点、糖果及糖、乳制品、农业机械、木炭、薪柴的批发；预包装食品、果品及蔬菜、禽、蛋及水产品、调味品、非酒精饮料及茶叶、散装食品、酒类、保健食品、农产品、渔具、鱼饵的销售；糕点、面包、豆制品、食品添加剂、花卉作物、粮油的零售	投资管理
72	西藏融睿投资有限公司	对高新技术、旅游业、矿业、房地产、文化产业、商贸及生物科技的投资（不得从事股权投资业务；不得以公开方式募集资金、吸收公众存款、发放贷款；不得公开交易证券类投资产品或金融衍生产品；不得经营金融产品、理财产品和相关衍生业务）；私募基金管理（不得向非合格投资者募集、销售、转让私募产品或者私募产品收益权；不得以公开方式募集资金、吸收公众存款、发放贷款；不得公开交易证券类投资产品或金融衍生产品；不得经营金融产品、理财产品和相关衍生业务）	投资管理
73	华泽集团有限公司	项目投资；化工产品（不含危险品）、金属材料、矿产品的购销	投资管理
74	金六福投资有限公司（BVI）	投资控股	投资管理
75	华泽湘酒有限公司（BVI）	投资控股	投资控股
76	中国酒业控股有限公司（香港）	投资控股	投资控股
77	华泽集团有限公司（BVI）	投资控股	投资控股

序号	单位名称	经营范围	主营业务定位及描述
78	香港金东资本有限公司	投资控股	投资控股
79	华泽国际投资有限公司	投资控股	投资控股
80	湖南华泽酒业（香港）有限公司	投资控股	投资控股

上述企业与公司在业态、销售模式等方面均不相同，不存在同业竞争情形。具体分析如下：

（1）投资控股型企业

华泽管理等 17 家投资控股型企业，其自身未开展经营性业务，该 17 家企业自身的业务与公司不存在竞争。

（2）未直接参与酒的生产与销售的企业

云南恒生矿业有限公司等 32 家企业主营业务为矿产、陶瓷园的开发建设、房地产开发、包装物生产、会务服务、企业管理咨询、畜牧、旅游开发、文化表演等与酒类生产与销售无关的业务，与公司业务完全不同，不存在同业竞争。

（3）从事酒类生产及相关业务的企业

1）业态不同

实际控制人控制的下属酒厂中，四川金六福酒业有限公司等 11 家企业属于酒类生产企业，湖南省金六福酒业有限公司等 20 家企业均为配套酒类生产企业而设立的酒类销售企业。酒类生产企业设立配套销售公司是中国酒类生产行业一种惯常的安排，实际上起到的是酒类生产企业销售部的作用，属于生产企业的自然延伸，其性质与酒类生产企业相同。实际控制人控制的下属酒厂均属于典型的生产型业态，为酒类产业链的上游生产环节。

公司为酒类连锁销售企业，发行人不进行生产性业务，主要向第三方供应商采购酒类产品且通过下游销售渠道进行销售，属于典型的流通业态，为酒类产业链的下游销售环节。因此，实际控制人控制的下属酒厂与发行人分属不同业态，

在产业链属于上下游环节，而非竞争关系，不构成同业竞争。

2）销售模式不同

实际控制人控制的下属酒厂的销售对象主要为酒类产品一级批发商，再由一级批发商向二级、三级批发商逐级批发，下属酒厂并不直接面对最终的消费者和零售终端销售产品。发行人处在酒类下游流通环节，通过连锁门店、团购、直供终端和终端供应商面向消费者和零售终端销售酒类产品。实际控制人控制的下属酒厂与发行人在销售媒介、目标客户、销售方式等方面均存在显著差异。

报告期内，发行人与关联酒企不存在共用渠道、人员、经营场所、仓库、物流的情形，存在少量客户重合的情况，客户重合数量以及发行人对重合客户销售收入情况如下：

单位：万元

时间	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年 1-6 月
数量合计	29	32	45	26
金额合计	1,440.76	4,841.42	5,508.56	3,208.71
营业收入	114,796.48	157,756.74	218,413.42	122,502.52
占当期营业收入比	1.26%	3.07%	2.52%	2.62%

发行人与关联酒企重合的客户中，前五大客户的具体情况如下：

序号	公司名称	收入	占比
2014 年			
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	470.77	0.41%
2	北京朝批商贸股份有限公司	257.20	0.22%
3	怀化市四通商贸有限公司	167.63	0.15%
4	江苏苏糖烟酒有限公司	100.23	0.09%
5	抚顺佳易商贸有限公司	90.27	0.08%
合计		**1,086.10**	**0.95%**
2015 年			
1	北京朝批商贸股份有限公司	2,234.82	1.42%
2	沃尔玛（中国）投资有限公司	1,467.32	0.93%
3	北京晟强贸易有限公司	267.46	0.17%
4	怀化市四通商贸有限公司	253.48	0.16%

序号	公司名称	收入	占比
5	镇江华致贸易有限公司	104.40	0.07%
合计		**4,327.48**	**2.74%**
2016 年			
1	北京朝批商贸股份有限公司	1,355.07	0.62%
2	沃尔玛（中国）投资有限公司	1,283.10	0.59%
3	北京晟强贸易有限公司	1,100.83	0.50%
4	酒仙网电子商务股份有限公司	536.74	0.25%
5	深圳市易食上喜贸易有限公司	216.90	0.10%
合计		**4,814.84**	**2.06%**
2017 年 1-6 月			
1	北京晟强贸易有限公司	930.50	0.76%
2	北京朝批商贸股份有限公司	908.97	0.74%
3	广州易初莲花连锁超市有限公司	618.34	0.50%
4	哈尔滨市华天酒业有限公司	137.44	0.11%
5	西昌市九源酒业有限责任公司	133.15	0.11%
合计		**2,728.40**	**2.22%**

上述客户中，沃尔玛为国际大型连锁卖场，门店遍布全国，销售产品品牌、种类齐全，管理规范；北京朝批商贸股份有限公司主要从事消费品的批发、代理，是北京京客隆商业集团股份有限公司的控股子公司，华北地区最大的快速消费品批发代理和分销企业之一；广州易初莲花连锁超市有限公司为国内大型连锁卖场，门店遍布全国，销售产品品牌、种类齐全，管理规范；酒仙网电子商务股份有限公司是国内知名的酒类电商。发行人、关联酒企独自与上述客户签署销售协议，遵守上述客户统一的采购政策及产品管理政策，不存在就销售约定其他利益安排的行为。

除沃尔玛、朝批、莲花、酒仙网外，其他客户基本为发行人的终端供应商及直供终端客户。发行人与主要重合客户签订的协议中未就销售存在其他利益安排，约定的交易条件与同类型其他客户一致，交易价格与同类型其他客户不存在显著差异，交易条件公允。

公司与从事酒类生产及相关业务的关联企业处于产业链的不同环节、产品面对不同客户，不构成竞争关系，公司与实际控制人控制的其他企业不存在同业竞

争。

（二）避免同业竞争的措施或承诺

为避免未来可能出现的同业竞争，本公司实际控制人吴向东先生、本公司控股股东云南融睿与本公司签署《避免同业竞争协议》，协议的主要内容如下：

1、吴向东先生、云南融睿之承诺及保证事项

吴向东先生、云南融睿向本公司作出以下不可撤销的承诺及保证：

（1）吴向东先生、云南融睿确认其本身及其控股企业、参股企业目前没有从事或参与与本公司主营业务构成竞争关系的业务或活动。吴向东先生承诺，在本协议有效期内，本公司销售某种产品期间，除向本公司销售该种产品外，吴向东先生、云南融睿将确保其自身及其控股企业不会与本公司及其控股企业销售相同的产品，不与本公司及其控股企业产生竞争。

（2）吴向东先生、云南融睿承诺，在协议有效期内其不会，并将通过其在控股企业的股东会、董事会上的表决权促使吴向东先生、云南融睿之控股企业不会，并尽力促使其参股企业不会：

1）在中国境内和境外，单独或与他人，以任何形式（包括但不限于投资、并购、联营、合资、合作、合伙、承包或租赁经营、购买上市公司股票或参股）直接或间接从事或参与任何与本公司及本公司控股企业目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动，或协助从事或参与本公司及本公司控股企业目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；

2）在中国境内和境外，以任何形式支持本公司或本公司控股企业以外的他人从事与本公司及本公司控股企业目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务；

3）以其他方式介入（不论直接或间接）任何与本公司或本公司控股企业目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动。

（3）前述第（1）及（2）条规定不适用于吴向东先生、云南融睿或其控股企业、参股企业出于投资目的而购买、持有与本公司或其控股企业的主营业务构

成或可能构成竞争的其他上市公司不超过 10%以上的权益或因另一家公司的债权债务重组原因使吴向东先生、云南融睿或吴向东先生、云南融睿之控股企业、参股企业而持有与本公司或本公司控股企业的主营业务构成或可能构成竞争的另一家公司不超过 10%以上的权益的情形。

2、优先交易及选择权

（1）吴向东先生、云南融睿承诺，在协议有效期内，如果吴向东先生、云南融睿或其控股企业发现任何与本公司主营业务构成或可能构成直接或间接竞争的新业务机会，应立即书面通知本公司，并尽力促使该业务机会按合理和公平的条款和条件首先提供给本公司或本公司控股企业。本公司在收到该通知的 30 日内，有权以书面形式通知吴向东先生、云南融睿或其控股企业准许本公司或本公司的控股企业参与上述之业务机会。吴向东先生、云南融睿或其控股企业应当无偿将该新业务机会转让与本公司或本公司控股企业。

吴向东先生、云南融睿承诺，在本协议有效期内，尽最大努力促使其除控股企业外的其他参股企业依照本条的规定将任何与本公司主营业务构成或可能构成直接或间接竞争的业务机会提供给本公司或本公司的控股企业。

（2）如果本公司或本公司控股企业因任何原因决定不从事有关的新业务，应及时通知吴向东先生及云南融睿，吴向东先生、云南融睿或吴向东先生、云南融睿控股企业依据本协议可以自行经营有关的新业务，但吴向东先生、云南融睿或吴向东先生、云南融睿控股企业经营该等新业务不应损害本公司的利益。

（3）就吴向东先生、云南融睿由于将来吴向东先生、云南融睿依照本协议第（2）条的约定可能获得的与本公司主营业务构成或可能构成直接或间接相竞争的新业务，吴向东先生、云南融睿承诺，在协议有效期内，给予本公司选择权，即在适用法律及上市规则允许的前提下本公司有权随时一次性或多次向吴向东先生、云南融睿或吴向东先生、云南融睿控股企业收购在上述竞争性业务中的任何股权、资产及其他权益，或由本公司根据国家法律许可的方式选择委托经营、租赁或承包经营吴向东先生、云南融睿在上述竞争性业务中的资产或业务。

尽管有前款规定，如果第三方在同等条件下根据有关法律及公司章程具有并且将要行使法定的优先受让权，则前款规定将不适用。但在这种情况下，吴向东

先生、云南融睿及其控股企业应尽最大努力促使该第三方放弃其法定的优先受让权。

吴向东先生、云南融睿同时承诺尽最大努力促使其除控股企业外的参股企业依照本条的规定向本公司提供本条所述的选择权。

（4）前述第（3）条所述的收购或出让价格应当依据双方共同指定的第三方专业评估机构评估后所作的评估值并按照当时适用的有关法律要求的方式和程序由各方协商决定。

3、优先受让权

（1）吴向东先生、云南融睿承诺，在协议有效期内，如果吴向东先生、云南融睿拟向第三方转让、出售、出租、许可使用或以其他方式转让或允许使用将来吴向东先生、云南融睿依照“2、优先交易及选择权”之第（2）条约定可能获得的与本公司构成或可能构成与主营业务直接或间接相竞争的新业务：

吴向东先生、云南融睿或吴向东先生、云南融睿控股企业应事先书面向本公司发出有关书面通知（下称“出让通知”）。出让通知应附上吴向东先生、云南融睿拟向第三方转让、出售、出租或许可使用的条件及本公司作出投资判断所需要的相关合理资料。本公司在收到吴向东先生、云南融睿或吴向东先生、云南融睿控股企业的上述通知后，应遵守本公司股票上市的证券交易所上市规则的原则和规定，并尽快决定是否愿意收购该竞争业务或权益。本公司在接到出让通知后应在 30 日内向吴向东先生、云南融睿或吴向东先生、云南融睿控股企业作出书面答复。吴向东先生、云南融睿或吴向东先生、云南融睿控股企业承诺在收到本公司上述答复之前，不得向第三方发出拟向其转让、出售、出租或许可其使用该竞争业务或权益的任何出让通知。如果本公司拒绝收购该竞争业务或在规定时间内未就出让通知答复吴向东先生、云南融睿或吴向东先生、云南融睿控股企业，则吴向东先生、云南融睿或吴向东先生、云南融睿控股企业可以按照出让通知所载的条件向第三方出让、出售、出租、许可使用该竞争业务或权益。如果本公司拒绝以出让通知所载条件受让该竞争业务，但在规定期限内向吴向东先生、云南融睿发出书面通知并载明本公司可以接受的出让条件，如果吴向东先生、云南融睿或吴向东先生、云南融睿控股企业不接受本公司提出的出让条件，吴向东先生、

云南融睿或吴向东先生、云南融睿控股企业可以向第三方出让、出售、出租、许可使用该竞争业务或权益，但其必须按照出让通知中所载条件向第三方出让、出售、出租、许可使用该竞争业务或权益。

（2）吴向东先生、云南融睿承诺尽最大努力促使其除控股企业外的参股企业依照前述第（1）的规定向本公司提供优先受让权。

4、赔偿和补偿

各方同意赔偿由于其违反本协议而导致对方遭受的一切实际损失、损害和开支。若吴向东先生、云南融睿违反本协议从事与本公司构成竞争的业务，则需赔偿本公司因此遭受的一切损失。

5、协议持续

协议自各方签署后生效，发生以下情形（以较早为准）时，协议在吴向东先生与本公司之间终止：（1）吴向东先生不为本公司的实际控制人，（2）本公司股份终止在深圳证券交易所创业板上市。发生以下情形（以较早为准）时，协议在云南融睿与本公司之间终止：（1）云南融睿不为本公司的控股股东，（2）本公司股份终止在深圳证券交易所创业板上市。

与此同时，本公司持股 5%以上的主要股东及董事、监事、高级管理人员均出具了《避免同业竞争承诺函》，作出如下重要承诺：

1、截至《避免同业竞争承诺函》出具之日，发行人的持股 5%以上的主要股东及董事、监事、高级管理人员不存在直接或间接从事与发行人相同、相似或在商业上构成任何竞争的业务及活动的情形；

2、持股 5%以上的主要股东作为发行人股东期间及董事、监事、高级管理人员将不会为自己或者他人谋取属于发行人的商业机会，如从任何第三方获得的任何商业机会与发行人经营的业务有竞争或可能有竞争，持股 5%以上的主要股东及董事、监事、高级管理人员将立即通知发行人，并尽力将该商业机会让予发行人；

3、持股 5%以上的主要股东作为发行人股东期间及董事、监事、高级管理人员将不会以任何方式直接或间接从事或参与任何与发行人相同、相似或在商业上

构成任何竞争的业务及活动，或拥有与发行人存在竞争关系的任何经济实体的权益；

4、持股 5%以上的主要股东作为发行人股东期间及董事、监事、高级管理人员将促使其直接或者间接控股的除发行人外的其他企业履行《避免同业竞争承诺函》中与其相同的义务。

三、发行人关联方及关联关系

根据《企业会计准则 36 号—关联方披露》、《上市公司信息披露管理办法》和证券交易所颁布的相关业务规则中的有关规定，报告期内，本公司的关联方包括：

（一）控股股东及实际控制人

本公司的控股股东为云南融睿、实际控制人为吴向东，具体情况详见本招股说明书第五节之“六、（一）公司控股股东和实际控制人的基本情况”。

（二）持有发行人股份 5%以上的股东

（1）云南融睿，现直接持有发行人本次发行前股份总额的 63.74%。

（2）西藏融睿，现直接持有发行人本次发行前股份总额的 19.36%。

（3）华泽集团，现直接持有发行人本次发行前股份总额的 10.18%。

具体情况详见本招股说明书第五节之“六、（二）其他持有公司 5%以上股份的股东情况”。

（三）公司的子公司

截至本招股说明书签署日，本公司子公司 28 家，具体情况如下：

序号	子公司名称	关联关系
1	长沙华致	发行人全资子公司
2	德钦华致	发行人全资子公司
3	邵阳湘窖	发行人全资子公司
4	香港华致	发行人全资子公司

序号	子公司名称	关联关系
5	京都华致	发行人全资子公司
6	醴陵华致	发行人全资子公司
7	华致物流	发行人全资子公司
8	华致精品	发行人全资子公司
9	贵州珍酒	发行人全资子公司
10	慈溪中唐	发行人全资子公司
11	郑州悦享	发行人全资子公司
12	腾达四方	发行人全资子公司
13	世纪华晟	发行人控股子公司
14	上海虬腾	发行人控股子公司
15	陈香商务	发行人全资子公司
16	江苏威华达	醴陵华致全资子公司
17	江苏中糖	醴陵华致全资子公司
18	陈香拍卖	陈香商务全资子公司
19	西藏威华达	江苏中糖全资子公司
20	西藏中糖	江苏中糖全资子公司
21	华致供应链	发行人控股子公司
22	成都华致	发行人全资子公司
23	鑫品佳	腾达四方控股子公司
24	红颜欧宝	腾达四方控股子公司
25	尖美四方	腾达四方控股子公司
26	致融源	郑州悦享控股子公司
27	宁波恒谊	发行人控股子公司
28	重庆酒达	发行人控股子公司

上述子公司的具体情况详见本招股说明书第五节之“五、发行人子公司基本情况”。

（四）受实际控制人控制或施加重大影响的其他企业

除云南融睿、西藏融睿、华泽集团外，吴向东控制的其他企业也构成本公司的关联方，详见本节之“二、发行人同业竞争”之“2、公司实际控制人控制的其他企业”。

吴向东施加重大影响的企业如下：

序号	名称	关联关系说明
1	湖南省玉坤矿业集团有限公司	金东资本投资有限公司持股比例 40%
2	湖南省玉坤旅游开发有限公司	湖南省玉坤矿业集团有限公司持股比例 100%
3	新化县玉坤农业开发有限公司	湖南省玉坤矿业集团有限公司持股比例 51%
4	新化县玉坤贸易有限公司	湖南省玉坤矿业集团有限公司持股比例 51%
5	新化县辰星矿业有限责任公司	湖南省玉坤矿业集团有限公司持股比例 100%
6	马来西亚新华联集团	吴向东先生持股比例 15%

（五）公司董事、监事、高级管理人员及其关联方

（1）公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员情况详见本招股说明书“第八节　董事、监事、高级管理人员与公司治理”。

（2）公司董事、监事、高级管理人员的关联法人

本公司董事吴向东、颜涛、朱琳、罗永红，监事皮文湘、贺明，高级管理人员梁芳斌存在在实际控制人吴向东先生实际控制的公司兼职的情况，具体情况详见本招股说明书“第八节　董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况”。

除上述任职外，本公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接或间接控制的、或担任董事、监事、高级管理人员的关联法人情况如下：

序号	名称	与发行人的关系
1	酩悦轩尼诗香格里拉（德钦）酒业有限公司	发行人董事朱琳女士任副董事长
2	北京奇轩宜合文化发展有限责任公司	发行人董事颜涛先生近亲属许少清任法定代表人、执行董事、经理
3	广州卓通电子有限公司	发行人董事颜涛先生近亲属魏东任法定代表人、执行董事、总经理
4	黑龙江省玉泉酒业有限责任公司	发行人董事颜涛先生任执行董事
5	香格里拉酒业股份有限公司	发行人董事颜涛先生任董事
6	摩根士丹利（中国）股权投资管理有限公司	发行人董事许磊先生任执行董事
7	浙江宝利德股份有限公司	发行人董事许磊先生任董事

序号	名称	与发行人的关系
8	北京科锐国际人力资源股份有限公司	发行人董事许磊先生任董事
9	上海顺普商务信息咨询有限公司	发行人董事许磊先生任法定代表人、执行董事
10	杭州长堤股权投资合伙企业（有限合伙）	发行人董事许磊先生任执行事务合伙人委派代表
11	杭州泰潘投资咨询合伙企业（有限合伙）	发行人董事许磊先生任执行事务合伙人委派代表
12	杭州摩根士丹利投资咨询合伙企业（有限合伙）	发行人董事许磊先生任执行事务合伙人委派代表
13	天津顺祺管理咨询合伙企业（有限合伙）	发行人董事许磊先生任执行董事
14	湖南湘江新区农村商业银行股份有限公司	发行人监事贺明先生任董事
15	丽珠医药集团股份有限公司	发行人独立董事郭国庆担任独立董事
16	龙润茶集团有限公司	发行人独立董事郭国庆担任独立董事
17	格力地产股份有限公司	发行人独立董事郭国庆担任独立董事
18	民加科风信息技术有限公司	发行人独立董事郭国庆担任独立董事
19	广州南粤基金集团有限公司	发行人独立董事郭国庆担任独立董事
20	广西华锡集团股份有限公司	发行人独立董事郭国庆担任独立董事
21	安徽口子酒业股份有限公司	发行人独立董事马勇担任独立董事
22	贵州董酒股份有限公司	发行人独立董事马勇担任独立董事
23	北京元隆雅图文化传播股份有限公司	发行人独立董事马勇担任独立董事
24	天津隆翔盛鼎贸易有限公司	发行人监事贺明先生哥哥的配偶贺枚英控制的企业
25	济南嘉利信商贸有限公司	发行人监事贺明先生哥哥的配偶贺枚英控制的企业
26	沈阳华致贸易有限公司	发行人监事贺明先生哥哥的配偶贺枚英控制的企业
27	重庆珍品珍贸易有限公司	发行人监事贺明先生哥哥的配偶贺枚英控制的企业
28	云南迪庆香格里拉玉泉投资有限公司	发行人监事皮文湘先生担任监事
29	酩悦轩尼诗香格里拉（德钦）酒业有限公司	发行人监事皮文湘先生担任监事
30	金东环保科技有限公司	发行人监事皮文湘先生担任监事
31	香格里拉酒业股份有限公司	发行人监事皮文湘先生担任监事
32	香格里拉酒业股份有限公司	发行人董事罗永红先生任董事
33	迪庆金六福商务咨询有限公司	发行人董事罗永红先生任监事
34	烟台香格里拉玛桑酒庄有限公司	发行人董事罗永红先生任监事

（3）吴向东先生姐姐的配偶傅军先生控制的公司，或者担任董事、高级管理人员的企业为公司关联方，主要关联公司具体情况如下：

序号	单位名称	经营范围	主营业务
1	新华联控股	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）；餐饮、住宿（仅限分支机构经营）；房地产开发；销售自行开发的商品房；批发预包装食品（食品流通许可证有效期至 2021 年 09 月 22 日）；投资；接受委托进行企业经营管理；技术开发；技术转让；技术咨询；技术培训；销售百货、机械电器设备、金属材料、木材、建筑材料、装饰材料、五金交电、工艺美术品、针纺织品；出租商业用房；货物进出口。（领取本执照后，应到市住建委取得行政许可；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	投资管理
2	新华联控股集团财务有限责任公司	对成员单位办理财务及融资顾问、信用鉴证及相关的咨询、代理业务；协助成员单位实现交易款项的收付；经批准的保险代理业务；对成员单位提供担保；办理成员单位之间的委托贷款；对成员单位办理票据承兑与贴现；办理成员单位之间的内部转账结算及相应的结算、清算方案设计；吸收成员单位的存款；对成员单位办理贷款及融资租赁；从事同业拆借。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本区产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	融资、结算
3	北京水芭蕉商贸有限公司	销售食品；零售烟草；游泳；餐饮服务；网上经营、销售日用杂货、化妆品、服装鞋帽、针纺织品、文化用品、办公用品、体育用品（不含弩）、工艺品（不含文物）、家用电器、电子产品、通信设备、通讯设备、新鲜蔬菜、新鲜水果、五金交电、金属材料、装饰材料、包装材料；销售（不含零售）医疗器械；代售 IC 卡；复印、传真；技术开发、技术服务、技术咨询；软件开发；会议服务；仓储服务；餐饮管理；体育运动项目经营（不含高危险性运动项目）；电脑动画设计、制作；舞蹈培训、美术培训、音乐培训、计算机技术培训（以上培训不得面向全国招生）；出租商业用房、出租办公用房（不得作为有形市场经营用房）。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；销售食品、零售烟草、游泳、餐饮服务以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本区产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	普通贸易
4	新活力资本投资有限公司	投资及投资管理（不含金融和经纪业务；不得公开交易证券类投资产品或金融衍生产品；不得经营金融产品、理财产品和相关衍生业务）；企业管理（不含金融、证券、保险业务）、企业并购、资产重组；技术咨询；咨询服务；技术培训（不含学历教育及职业技能培训）；进出口贸易（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可经营该项目）。	投资管理
5	湖南新华联镍业有限公司	镍矿及其他矿石的采选、加工、冶炼（限长沙地区分支机构凭许可证书开展经营活动）；矿石及其加工产品、设备的采购、销售；法律、行政法规允许的项目	矿产品生产加工

序号	单位名称	经营范围	主营业务
		投资，投资管理；贵金属现货经营（不含国发[2011]38号、国办发[2012]37 号文件禁止从事的项目及经营方式），货物和技术的进出口（国家禁止或限制的除外）；凭本企业资质证书从事承接工程招标、工程建设；技术开发、技术转让。	
6	新华联融资租赁有限公司	融资租赁业务；租赁业务；向国内外购买租赁财产；租赁财产的残值处理及维修；租赁交易咨询和担保；从事与主营业务相关的商业保理业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	融资租赁
7	新华联酒业有限公司	预包装食品（2016 年 12 月 19 至 2021 年 12 月 18）；日用百货、家用电器、电子产品、办公用品、建筑材料、装饰材料、手工艺品、土特产品的销售；进出口贸易（依法需经批准的项目，经相关部门批准后方可经营该项目）。	预包装食品销售
8	北京新华联会议中心有限公司	餐饮服务（含凉菜、不含裱花蛋糕、不含生食海产品）；住宿（卫生许可证有效期至 2018 年 5 月 22 日）；会议服务；企业管理咨询。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	住宿餐饮
9	新华联黄金开发投资有限公司	黄金勘查、采选、冶炼、加工项目的投资；投资管理、投资咨询；技术开发、技术转让；销售黄金制品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	投资管理
10	北京新华联产业投资有限公司	项目投资、投资管理；企业管理；技术转让、技术咨询。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本区产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	投资管理
11	新华联矿业有限公司	矿业技术咨询、技术服务；矿业产品的技术开发；研究、开发矿产品设备和金属材料；批发矿产品、金属材料和机械电器设备；工程招标；劳务服务；项目投资；投资管理；货物进出口、技术进出口；施工总承包。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本区产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	矿产品加工销售

序号	单位名称	经营范围	主营业务
12	株洲新华联药业有限公司	药品开发、生产的技术咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	药品制造
13	北京香格里拉房地产开发有限公司	房地产开发；销售自行开发的商品房。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）	房地产
14	湖南新华联国际石油贸易有限公司	不带有储存设施经营成品油（汽油、煤油、柴油）、易制毒化学品和其他危险化学品（有效期至 2017 年 11 月 19 日）；以自有资产进行化工、能源行业、加油站、加气站、充电站、油库和炼油厂的投资，资本运营（不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发行票据、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）；销售煤炭、焦炭、炉料、纺织品、服装、五金、非危险及监控化工、机械电子、建筑材料（不含硅酮胶）、土畜产品及原油、金属材料、石化产品、矿产品、润滑油，商品进出口及代理业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	石油贸易
15	北京新华联协和药业有限责任公司	生产诊断试剂（生产地址和生产范围以《药品生产许可证》为准，有效期至 2020 年 12 月 15 日）、医疗器械；销售医疗器械（医疗器械经营许可证有效期至 2019 年 07 月 09 日）；销售食品；货物进出口、技术进出口、代理进出口；技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；销售食品依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	药品制造
16	珠海新华联国际石油贸易有限公司	章程记载的经营范围：成品油（汽油、煤油、柴油）批发；投资与新办各类实业、资本运营；销售焦煤、炉料、纺织品、服装、五金、化工（不含危险品）、机械电子、建筑材料（不含硅酮胶）、土畜产品及法律、行政法规和政策允许的原油、金属材料、石化产品、矿产品、润滑油；商品进出口业务（国家禁止和限制的除外）。	石油贸易
17	湖南新华联石油库站管理服务有限公司	加油站加油系统经营管理服务；甲苯、汽油、柴油[闭杯闪点《60℃] 、石脑油、煤焦油、苯、粗苯、1，3，5-三甲基苯、1，2-二甲苯、1，3-二甲苯、1，4-二甲苯、甲醇、乙醇[无水] 、甲基叔丁基醚、天然气[富含甲烷的] 纯批发（无自有储存和运输）（危险化学品经营许可证有效期至 2019 年 9 月 17 日止）；化工原料（监控化学品、危险化学品除外）销售；汽车美容；场地租赁；日用百货、五金产品、燃料油、沥青、润滑油的销售；化工产品的零售；（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	油站管理
18	河南新华联石油化工有限公司	批发（无仓储）：第 2 类第 1 项石油气[液化的][化工原料]、（二）甲醚、天然气[含甲烷的，压缩的][化工原料]、丙烯；第 3 类第 1 项汽油柴油、第 2 项乙醇[无水]、煤焦油、甲醇、石脑油（溶剂油）、苯、甲基叔丁基醚；批零：化工原料及产品（不含危险品）、燃料油、页岩油、润滑油、润滑脂、煤炭、焦碳、仪器仪表、机械	石油贸易

序号	单位名称	经营范围	主营业务
		设备、电子产品、建筑材料（不含硅酮胶）、纺织品、服装、五金、日用百货；经营货物进出口业务。	
19	湖南祁东新华联石油贸易有限公司	利用自有资金投资与新办各类实业，资本运营，信息咨询；利用自有资金对加油（燃气站）、油库，输气管线的投资；成品油、汽油、燃料油、润滑油零售（限分公司经营）；焦炭、炉料、纺织品、钢材、五金、化工产品、服装、建筑材料及原材料销售；（不含硅酮胶）（以上相关项目凭公司取得的《危险化学品经营许可证》经营）；销售法律、行政法规和政策允许的原油、金属材料、贵金属、有色金属，石化产品（凭危险化学品经营许可证经营）、矿产品经营；商品进出口业务（国家禁止和限制的除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	石油贸易
20	枣庄富宇石化有限公司	对加油站项目投资；化工产品（不含危险品）、润滑油、建材、五金、服装、日用百货、矿石、矿用产品、煤炭、焦炭、纺织品、钢材、水泥、洗涤用品、电子器材销售。以下限分公司经营：柴油、汽油、食品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	石油贸易
21	醴陵新华联石油有限公司	汽油、柴油、苯、甲基苯、石脑油、甲醇、甲基叔丁基醚、二甲苯、乙醇、沥青、渣油、凝析油、煤焦油、溶剂油零售[不得自行储存与运输，限 2017 年 8 月 16 日前有效]；石油焦、乙二醇、二甘醇、PVC（聚氯乙烯）、DOP（邻苯二甲酸二辛酯）、矿用浮选剂、燃料油、润滑油及国家法律法规政策允许经营的石化产品（不含危险化学品）的仓储、销售；煤炭和煤化工制品的销售；纺织品、服装、五金、建筑材料（不含硅酮胶）、机械、电子产品销售；民用废品（不含危险废品）回收；投资实业、资本运营；预包装食品、散装食品、乳制品（不含婴幼儿配方乳粉）批发兼零售［限分公司经营］。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	石油贸易
22	湖南新华联环保资源开发有限公司	环保技术开发服务；节能环保产品销售；自营和代理各类商品及技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外；矿产品、建材及化工产品、五金产品的批发；经营易制毒化学品和其他危险化学品（在许可证书核定经营方式和经营范围内经营，有效期至 2016 年 7 月 24 日）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	环保投资
23	新疆万基石油化工有限公司	生产：高清洁醇类汽柴油调和；柴油、汽油、煤油仓储及批发；销售：柴油、汽油、煤油、石脑油（溶剂油）、乙醇（无水）、甲醇、甲基叔丁基醚（MTBE）、1，4-二甲苯、润滑油制品、化工产品、石油制品、五金交电，建筑材料，电线电缆，橡胶制品，机电产品，电子产品，针纺制品，农畜产品，日用百货，服装鞋帽；商务信息咨询服务；计算机网络工程技术开发、咨询、培训；货物信息服务；货物及技术进出口业务；销售非金属矿石、金属矿石；电动汽车充电设施建设及运营；充电专用设备及器材销售、安装及技术服务。	石油化工

序号	单位名称	经营范围	主营业务
24	德兴市西鑫矿业投资有限公司	矿产经营、矿业投资（探矿、采矿需凭资质经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	矿产投资
25	江西山水矿业有限责任公司	地质矿产投资；矿产品销售（国家统一收购的除外）（以上项目国家有专项规定凭许可证或资质证经营）*	矿产投资
26	醴陵市正冲金矿开采有限公司	黄金开采；黄金贸易。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	黄金矿产
27	北京新镍网电子商务有限公司	网上经营、销售金属矿石、非金属矿石、金属材料、机械设备；网络技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；项目投资；项目管理；货物进出口；市场调查；承办展览展示；会议服务；软件开发；施工总承包；劳务分包。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本区产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	网上期货
28	内蒙古和谊镍铬复合材料有限公司	许可经营项目：镍铁合金、锰铁合金、硅铁合金、不锈钢、其他常用有色金属合金的生产、销售一般经营项目：无（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）	矿产
29	湖南省新华联湘核铀能有限公司	铀能研究；矿业技术咨询、技术服务；采矿设备、金属材料的研究、开发；以自有资产从事矿产项目的投资及投资管理服务（不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发行票据、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）；矿产品、金属材料、机械电器设备的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	矿产开发
30	新疆新华联资源开发有限公司	矿业投资；矿业技术咨询服务；国内劳务派遣；销售：矿产品、矿山机械、机电产品。	矿产开发
31	新疆新华联凌云矿业有限公司	矿产品的加工与销售。	矿产开发
32	新疆新华联泰德矿业有限公司	有色金属矿及有色金属材料批发，地质勘查技术服务。	矿产开发
33	新疆新华联天宇矿业有限责任公司	镍矿的开采、加工、销售；矿产品的销售。	矿产开发
34	三门峡崤山黄金矿业有限公司	黄金采、选、物资购销。（以上经营范围中，法律法规规定应经审批方可经营的项目，凭有效许可证或资质证经营，未获批准的不准经营。）	矿产开发
35	商洛德丰矿业有限公司	探矿；钼矿、锌矿地下开采；矿产品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	矿产开发

序号	单位名称	经营范围	主营业务
36	湖南新华联长株潭石油化工有限公司	甲醇、乙醇、煤油、甲醇汽油、乙醇汽油、甲醇柴油、溶剂油、硫酸、甲苯、丙酮、双氧水、硝酸、环氧氯丙烷、甲基叔丁基醚、苯、二甲苯、乙苯、环氧树脂的销售（危险化学品经营许可证有效期至 2016 年 8 月 18 日止）；煤炭批发经营；成品油（限分支机构经营）、生物柴油、燃料油（不含危险及监控化学品）、化工原料及产品（不含危险及监控化学品）、润滑油、润滑脂、日用品、建材（不含硅酮胶）、金属材料、电子产品（不含无线电发射设备）、仪器仪表、机械设备（不含特种设备、汽车）及配件、政策允许经营的矿产品、农副产品、肉、禽、蛋的批发、零售；仓储服务（涉及许可经营项目的，凭有效的许可证经营）。	石油化工
37	益阳新华联石油化工有限公司	汽油、柴油的批发（代储）（有效期至 2019 年 7 月 17 日）；成品油零售（限分公司经营）；石脑油、甲醇、苯、二甲苯、苯乙烯、乙醇、醋酸乙酯、醋酸丁酯、环己烷、沥青、环己酮、丁二烯、溶剂油（120#、200#、6#、100#）、甲基叔丁基醚、硫磺的直拨式经营（许可证有效期至 2019 年 12 月 24 日止）；汽油、柴油储存（限分公司经营）；煤炭、石油焦、乙烯焦油、润滑油、建筑材料、钢材、化工产品（不含化学危险品）及原材料的销售；预包装食品（不含冷藏冷冻食品）的销售；国家法律法规允许经营的各类进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	石油化工
38	岳阳新华联富润石油化工有限公司	化工产品仓储及销售（危险化学品凭《危险化学品经营许可证》经营，有效期至 2018 年 6 月 9 日），燃料油、沥青、重质油、建筑材料的销售，公路、铁路运输代理服务，成品油零售（限分支机构经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	石油化工
39	新华联文化旅游发展股份有限公司	文化旅游项目的运营、管理；组织文化艺术交流活动；文艺表演；旅游景区管理；公园管理；酒店管理；企业管理；承办展览展示；房地产开发；销售自行开发后的商品房；销售建筑材料、日用品、五金交电；投资管理；物业管理；出租办公用房；出租商业用房；技术开发，技术转让；计算机技术培训；施工总承包。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	房地产
40	新丝路文旅有限公司	房地产、境内投资	房地产、境内投资
41	JLF Huaxia Winery Holding（BVI）Limited（金六福华夏酒业（BVI）控股有限公司）	投资管理	投资管理

序号	单位名称	经营范围	主营业务
42	香格里拉酒业股份有限公司	新型青稞干酒、白酒、葡萄酒及其他酒类的生产及本公司产品的销售、出口业务（凭许可证开展生产、经营活动）；经营本企业生产所需的原辅材料、机械设备、仪器仪表、零配件及相关技术的进出口业务（国家限定公司经营和禁止进出口的商品及技术除外）；经营进料加工和“三来一补”业务。（以上项目不涉及外商投资准入特别管理措施）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	酒业生产销售
43	香格里拉酒庄（德钦）葡萄酒有限公司	葡萄种植、研发及葡萄酒销售；企业生产所需的原辅材料、设备、零配件及相关技术的进出口业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	酒类生产
44	香格里拉（秦皇岛）葡萄酒有限公司	生产加工销售葡萄酒及果酒（原酒、加工灌装）（全国工业产品生产许可证有效期限至 2017 年 11 月 24 日）、其他酒（配制酒）（全国工业生产产品许可证有效期至 2017 年 09 月 14 日）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	酒类生产
45	秦皇岛香格里拉葡萄种植有限公司	葡萄种植、销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	葡萄种植
46	迪庆藏秘贸易有限公司	酒类、葡萄汁、办公用品、酒具批发及零售；葡萄栽培、酿酒的技术知识培训（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	酒厂配套销售公司
47	迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司	青稞干酒、白酒、葡萄酒、原酒、及其他酒类、各类饮料的国内外的批发和销售。	酒厂配套销售公司
48	云南迪庆香格里拉玉泉投资有限公司	企业投资、管理、技术咨询、服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	投资管理
49	黑龙江省玉泉酒业有限责任公司	生产白酒（食品生产许可证有效期至 2021 年 1 月 17 日）；进出口贸易（国家有专项规定的除外）；生产配置酒	白酒生产
50	哈尔滨市鑫龙酒业有限公司	销售：预包装食品（不含冷藏冷冻食品）（食品经营许可证有效期至 2022 年 5 月 21 日）。	酒厂配套销售公司
51	哈尔滨市龙神酒业有限公司	销售：预包装食品（不含冷藏冷冻食品）（食品经营许可证有效期至 2022 年 5 月 21 日）。	酒厂配套销售公司
52	香格里拉投资有限公司（香港）	投资管理	投资管理
53	迪庆金六福商务咨询有限公司	商务策划、市场咨询、营销策划、企业形象设计、会议及展览服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	投资管理

序号	单位名称	经营范围	主营业务
54	烟台香格里拉玛桑酒庄有限公司	开发以葡萄为主的水果种植；生态旅游观光服务；批发零售：葡萄酒。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	葡萄种植

（4）发行人董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员（包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母）及其直接或者间接控制的，或者担任董事、高级管理人员的企业为公司关联方。

（5）过去 12 个月内曾为公司关联方的关联法人

序号	名称	与发行人的关系
1	高邮市华致酒行	已注销个体工商户，发行人董事、总经理彭宇清先生曾为该个体工商户在工商部门登记注册的经营者，报告期该个体工商户未实际运营
2	宝应县华致酒行	已注销个体工商户，发行人董事、总经理彭宇清先生曾为该个体工商户在工商部门登记注册的经营者，报告期该个体工商户未实际运营
3	海门市开发区华致食品商行	已注销个体工商户，发行人董事、总经理彭宇清先生曾为该个体工商户在工商部门登记注册的经营者，报告期该个体工商户未实际运营
4	酒鬼酒股份有限公司	发行人董事会秘书张儒平先生曾担任该公司董事、高级管理人员
5	金东环保科技有限公司	吴向东先生曾实际控制的公司
6	辰溪县潭湾镇黄三桥生态养殖有限公司	吴向东先生曾实际控制的公司
7	芷江大枫树生态养殖有限公司	吴向东先生曾实际控制的公司
8	云南华悦酒业有限公司	已注销公司，吴向东先生曾实际控制的公司
9	云南金六福联采商贸有限公司	已注销公司，吴向东先生曾实际控制的公司

其中吴向东先生曾实际控制的金东环保科技有限公司、辰溪县潭湾镇黄三桥生态养殖有限公司、芷江大枫树生态养殖有限公司，均系在报告期转让给第三方，具体情况如下：

1）金东环保

2016 年 7 月 12 日，吴伟、游丹分别与金东资本签订《股权转让协议》，分别以 0 元的价格受让金东资本持有的金东环保 90 万元（占金东环保股权的 90%）、

10 万元出资额（占金东环保股权的 10%），后于 2016 年 7 月 18 日办理完毕前述股权转让的工商变更手续，成为金东环保的股东。前述股权转让价格的确定是考虑到金东资本出让金东环保的股权时并未实缴对其出资，且金东环保当时暂未实际开展经营业务，整体财务情况为亏损状态，因此采取无偿转让形式将上述金东环保 100%股权转让给吴伟和游丹。因股权转让定价为 0 元，所以交易价款无需支付。

吴伟和游丹系夫妻关系，两人主要从事企业投资相关业务，受让金东环保股权的目的是预计后续以金东环保为投资主体进行投资。上述股权转让已经完成工商登记，交易真实、合法。

吴伟、游丹与发行人及其股东、董监高不存在其他关联关系、委托持股或其他利益安排情形。

2）辰溪黄三桥

2016 年 11 月 20 日，陈明强与东泽牧业签订《股权转让协议》，以 329 万元的价格受让东泽牧业持有的辰溪黄三桥 700 万元出资额（占辰溪黄三桥股权的 70%），后于 2016 年 11 月 23 日办理完毕前述股权转让的工商变更手续，成为辰溪黄三桥的股东。前述股权转让价格的确定是考虑到辰溪黄三桥经营业绩一般，且略有亏损，因此经双方协商一致后定价。股权转让价款将按照双方约定的时间进行支付，截至目前，陈明强尚未支付前述股权转让价款。

陈明强主要从事工程业务，其家族成员拥有从事畜牧养殖业的经验，受让辰溪黄三桥股权的目的是发展畜牧养殖业务。上述股权转让已经完成工商登记，交易真实、合法。

陈明强与发行人及其股东、董监高不存在其他关联关系、委托持股或其他利益安排情形。

3）芷江大枫树

芷江大枫树由杨雪梅及东泽牧业于 2015 年 11 月 26 日共同注册，其中杨雪梅出资 400 万元，占芷江大枫树全部股权的 40%。其余部分由东泽牧业出资。2016 年 11 月 20 日，杨雪梅与东泽牧业订立《股权转让协议》，以 353 万元的价格受

让东泽牧业持有的芷江大枫树合计 600 万元出资额（占芷江大枫树股权的 60%），后于 2016 年 11 月 22 日办理完毕前述股权转让的工商变更手续，成为芷江大枫树的唯一股东。前述股权转让价格的确定是考虑到芷江大枫树经营业绩一般，且略有亏损，因此经双方协商一致后定价。截至目前，杨雪梅尚未支付前述股权转让价款。

杨雪梅之前曾经从事过酒类销售，目前主要从事畜牧养殖和种植业，受让芷江大枫树的目的是依靠芷江大枫树继续发展畜牧和种植业。上述股权转让已经完成工商登记，交易真实、合法。

杨雪梅与发行人及其股东、董监高不存在其他关联关系、委托持股或其他利益安排情形。

（六）报告期初至今注销与转让的子公司

序号	名称	备注
1	广州粤都华致酒业有限公司	该公司于 2017 年 3 月 28 日注销
2	福州华致酒业有限公司	该公司于 2016 年 12 月 26 日注销
3	兰州华致酒业贸易有限公司	该公司于 2015 年 11 月 4 日注销
4	孝感华致酒业有限公司	该公司于 2016 年 12 月 21 日注销
5	合肥华致酒业贸易有限公司	该公司于 2014 年 10 月 29 日转让，并于 2016 年 12 月 31 日注销
6	苏州华致贸易有限公司	该公司于 2016 年 12 月 30 日注销
7	南京陵都华致酒业有限公司	该公司于 2015 年 3 月 2 日注销
8	泉州华致酒业贸易有限公司	该公司于 2015 年 10 月 22 日注销
9	武汉珍品华致酒业贸易有限公司	该公司于 2015 年 10 月 15 日注销
10	无锡华致酒业有限公司	该公司于 2015 年 2 月 2 日注销
11	湖北诚至鑫达商贸有限公司	该公司于 2016 年 9 月 22 日注销
12	天津隆翔盛鼎贸易有限公司	该公司于 2014 年 10 月 14 日转让
13	杭州华致贸易有限公司	该公司于 2015 年 10 月 27 日转让
14	济南嘉利信商贸有限公司	该公司于 2014 年 10 月 16 日转让
15	沈阳华致贸易有限公司	该公司于 2015 年 3 月 31 日转让
16	郑州华致酒业有限公司	该公司于 2014 年 9 月 22 日转让
17	重庆珍品珍贸易有限公司	该公司于 2014 年 11 月 17 日转让
18	南昌华致酒行实业有限公司	该公司于 2017 年 5 月 17 日注销

序号	名称	备注
19	迪庆华致商贸有限公司	该公司于 2017 年 6 月 22 日注销

截至本招股说明书签署日，发行人已转让的子公司共 7 家，具体情况如下：

（1）合肥华致

2014 年 10 月 17 日，发行人与贺枚英女士签订《股权转让协议》，发行人同意将合肥华致 200 万元出资（为合肥华致 100%股权）转让给贺枚英女士，股权转让价款为 0 元。股权转让的原因为发行人调整直营店布局战略，决定注销部分为开展直营店业务目的设立的子公司，但因部分地区的工商注销程序比较复杂，发行人决定先转让给贺枚英女士，并约定转让后由贺枚英女士注销合肥华致，因合肥华致不存在未处置资产且财务情况为亏损状态，因此转让对价为 0 元，转让真实有效，不存在法律纠纷。贺枚英女士受让合肥华致股权后未实际开展经营业务，合肥华致已经完成工商注销登记。根据合肥华致主管工商、国税、地税政府部门开具的合规证明，合肥华致在报告期内不存在违法法规行为。

贺枚英女士为发行人现任监事贺明（2016 年 3 月开始担任发行人监事）之兄的配偶，其在 2014 年受让股权时与当时发行人及其股东、董监高并不存在关联关系，即不存在关联交易非关联化的情况，亦不存在委托持股或其他利益安排情形。

（2）天津华致

2014 年 9 月 30 日，发行人与贺枚英女士签订《股权转让协议》，发行人同意将天津华致 200 万元出资（为天津华致 100%股权）转让给贺枚英女士，股权转让价款为 2 万元，贺枚英已向发行人支付该股权转让价款。股权转让的原因为发行人调整直营店布局战略，决定注销部分为开展直营店业务目的设立的子公司，但因部分地区的工商注销程序比较复杂，发行人决定先转让给贺枚英女士，并约定转让后由贺枚英女士注销天津华致，因天津华致尚存在部分资产没有进行处理，所以按照天津华致当时的资产清单，视天津华致尚未处理的资产情况定价为 2 万元，转让真实有效，不存在法律纠纷。贺枚英女士受让天津华致股权后未实际开展经营业务，仍在办理对天津华致的工商注销登记事项，发行人对上述股权转让未来不存在回购安排。根据天津华致主管工商、国税、地税政府部门开具

的合规证明，天津华致在报告期内不存在违法法规行为。

贺枚英女士为发行人现任监事贺明（2016 年 3 月开始担任发行人监事）之兄的配偶，其在 2014 年受让股权时与当时发行人及其股东、董监高并不存在关联关系，即不存在关联交易非关联化的情况，亦不存在委托持股或其他利益安排情形。

（3）杭州华致

2014 年 7 月 31 日，发行人与贺枚英女士、刘蓉女士分别签订《股权转让协议》，发行人同意将杭州华致 180 万元出资（为杭州华致 90%股权）转让给贺枚英女士，同意将杭州华致 20 万元出资（为杭州华致 10%股权）转让给刘蓉女士，实际支付股权转让价款合计为 5 万元（其中贺枚英实际支付 4.5 万元，刘蓉实际支付 0.5 万元，但刘蓉将其实际支付的价款支付给贺枚英，由贺枚英代付给发行人）。股权转让的原因为发行人调整直营店布局战略，决定注销部分为开展直营店业务目的设立的子公司，但因部分地区的工商注销程序比较复杂，发行人决定先转让给贺枚英女士和刘蓉女士（因刘蓉女士当时为发行人在杭州地区的员工，对杭州华致情况比较熟悉，办理注销手续比较方便，所以转让部分杭州华致股权给刘蓉女士，刘蓉女士已于 2015 年 10 月离职），并约定转让后由贺枚英女士和刘蓉女士一起注销杭州华致，因杭州华致尚存在部分资产没有进行处理，所以按照杭州华致当时的资产清单，视杭州华致尚未处理的资产情况定价为 5 万元，转让真实有效，不存在法律纠纷。贺枚英女士和刘蓉女士受让杭州华致股权后未实际开展经营业务，目前已经完成注销。根据杭州华致主管工商、国税、地税政府部门开具的合规证明，杭州华致在报告期内不存在违法法规行为。

贺枚英女士为发行人现任监事贺明（2016 年 3 月开始担任发行人监事）之兄的配偶，其在 2014 年受让股权时与当时发行人及其股东、董监高并不存在关联关系；刘蓉女士受让杭州华致时为发行人的员工，后于 2015 年 10 月离职，除此以外，刘蓉女士与发行人及其股东、董监高并不存在关联关系。上述股权转让不存在关联交易非关联化的情况，亦不存在委托持股或其他利益安排情形。

（4）济南华致

2014 年 9 月 30 日，发行人与贺枚英女士签订《股权转让协议》，发行人同意将济南华致 201 万元出资（为济南华致 100%股权）转让给贺枚英女士，股权转让价款为 5 万元，贺枚英已向发行人支付该股权转让价款。股权转让的原因为发行人调整直营店布局战略，决定注销部分为开展直营店业务目的设立的子公司，但因部分地区的工商注销程序比较复杂，发行人决定先转让给贺枚英女士，并约定转让后由贺枚英女士注销济南华致，因济南华致尚存在部分资产没有进行处理，所以按照济南华致当时的资产清单，视济南华致尚未处理的资产情况定价为 5 万元，转让真实有效，不存在法律纠纷。贺枚英女士受让济南华致股权后未实际开展经营业务，仍在办理对天津华致的工商注销登记事项，发行人对上述股权转让未来不存在回购安排。根据济南华致主管工商、国税、地税政府部门开具的合规证明，济南华致在报告期内不存在违法法规行为。

贺枚英女士为发行人现任监事贺明（2016 年 3 月开始担任发行人监事）之兄的配偶，其在 2014 年受让股权时与当时发行人及其股东、董监高并不存在关联关系，即不存在关联交易非关联化的情况，亦不存在委托持股或其他利益安排情形。

（5）沈阳华致

2014 年 11 月 30 日，发行人与贺枚英女士签订《股权转让协议》，发行人同意将沈阳华致 200 万元出资（为沈阳华致 100%股权）转让给贺枚英女士，股权转让价款为 3 万元，贺枚英已向发行人支付该股权转让价款。股权转让的原因为发行人调整直营店布局战略，决定注销部分为开展直营店业务目的设立的子公司，但因部分地区的工商注销程序比较复杂，发行人决定先转让给贺枚英女士，并约定转让后由贺枚英女士注销沈阳华致，因沈阳华致尚存在部分资产没有进行处理，所以按照沈阳华致当时的资产清单，视沈阳华致尚未处理的资产情况定价为 3 万元，转让真实有效，不存在法律纠纷。贺枚英女士受让沈阳华致股权后未实际开展经营业务，仍在办理对沈阳华致的工商注销登记事项，发行人对上述股权转让未来不存在回购安排。根据沈阳华致主管工商、国税、地税政府部门开具的合规证明，沈阳华致在报告期内不存在违法法规行为。

贺枚英女士为发行人现任监事贺明（2016 年 3 月开始担任发行人监事）之

兄的配偶，其在 2014 年受让股权时与当时发行人及其股东、董监高并不存在关联关系，即不存在关联交易非关联化的情况，亦不存在委托持股或其他利益安排情形。

（6）郑州华致

2014 年 7 月 17 日，发行人与吴永超先生签订《股权转让协议》，发行人同意将郑州华致 200 万元出资（为郑州华致 100%股权）转让给吴永超先生，股权转让价款为 1.7 万元，吴永超已向发行人支付该股权转让价款。该价格是双方根据郑州华致的净资产值以及郑州华致货物实际情况协商的，吴永超受让郑州华致股权时，郑州华致的净资产值约为 73 万元，主要为郑州华致的存货价值，根据双方协商，吴永超成为郑州华致股东后，郑州华致已将存货全部退回发行人。基于上述事实，经与发行人协商，吴永超受让郑州华致股权时的受让价格定为 1.7 万元，转让真实有效，不存在法律纠纷。股权转让的原因为发行人调整直营店布局战略，决定出售郑州华致股权。上述股权转让已完成工商变更登记，发行人对上述股权转让不存在回购安排。根据郑州华致的主管国税和地税政府部门分别开具的合规证明，以及在国家企业信用信息公示系统的查询结果，郑州华致在报告期内不存在违法法规行为。

吴永超先生为河南腾发河南腾发汽车销售服务有限公司的创始人，主要在河南当地从事二手车销售服务。吴永超先生与发行人及其股东、董监高不存在关联关系，即不存在关联交易非关联化的情况，亦不存在委托持股或其他利益安排情形。

（7）重庆华致

2014 年 10 月 31 日，发行人与贺枚英女士签订《股权转让协议》，发行人同意将重庆华致 200 万元出资（为重庆华致 100%股权）转让给贺枚英女士，股权转让价款为 3 万元，贺枚英已向发行人支付该股权转让价款。股权转让的原因为发行人调整直营店布局战略，决定注销部分为开展直营店业务目的设立的子公司，但因部分地区的工商注销程序比较复杂，发行人决定先转让给贺枚英女士，并约定转让后由贺枚英女士注销重庆华致，因重庆华致尚存在部分资产没有进行处理，所以按照重庆华致当时的资产清单，视重庆华致尚未处理的资产情况定价

为 3 万元，转让真实有效，不存在法律纠纷。贺枚英女士受让重庆华致股权后未实际开展经营业务，仍在办理对重庆华致的工商注销登记事项，发行人对上述股权转让未来不存在回购安排。根据重庆华致主管工商、国税、地税政府部门开具的合规证明，重庆华致在报告期内不存在违法法规行为。

贺枚英女士为发行人现任监事贺明（2016 年 3 月开始担任发行人监事）之兄的配偶，其在 2014 年受让股权时与当时发行人及其股东、董监高并不存在关联关系，即不存在关联交易非关联化的情况，亦不存在委托持股或其他利益安排情形。

四、发行人关联交易

（一）经常性关联交易

1、关联销售

报告期内，公司向关联方销售产品的情况如下：

单位：万元

关联方	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占同类业务比例	金额	占同类业务比例	金额	占同类业务比例	金额	占同类业务比例
江西李渡酒业有限公司	-	-	16.40	0.01%	-	-	-	-
哈尔滨市龙神酒业有限公司	-	-	-	-	10.13	0.01%	-	-
华泽集团	-	-	123.77	0.06%	202.55	0.13%	336.94	0.29%
邵阳开口笑酒业有限责任公司	-	-	66.02	0.03%	-	-	-	-
衡阳雁峰酒业销售有限公司	-	-	55.20	0.03%	-	-	-	-
贵州珍酒销售有限公司	-	-	53.32	0.02%	21.46	0.01%	-	-
新华联控股	45.33	0.04%	105.18	0.05%	178.09	0.11%	48.80	0.04%
合计	**45.33**	**0.04%**	**419.89**	**0.19%**	**412.23**	**0.26%**	**385.75**	**0.34%**

报告期内，公司向关联方销售的主要产品价格情况如下：

（1）2017 年 1-6 月销售情况

单位：元

存货名称	销售金额	华致酒行销售关联方均价	华致酒行总体对外销售均价	价格差异率
53%vol 500ml 贵州茅台酒金系列-壕金版（6 瓶装 2017 版）	445,641.03	1,350.43	1,366.12	1.16%
其他	7,641.03	--	--	--
总计：	**453,282.06**	--	--	--

（2）2016 年销售情况

单位：元

存货名称	销售金额	华致酒行销售关联方均价	华致酒行总体对外销售均价	价格差异率
15 年茅台年份酒	193,800.01	3,588.89	3,392.07	-5.48%
45%vol 李渡酒.柔顺畅饮蓝畅	79,716.24	11.97	11.96	-0.01%
50.8 度湘窖要情酒	319,802.71	369.29	442.24	19.76%
52° 普通五粮液	66,200.00	580.70	553.44	-4.70%
贵州茅台酒金系列-壕金版	1,193,333.35	916.54	902.62	-1.52%
53 度新飞天茅台酒（6 瓶装 2015 版）	155,630.78	720.51	714.02	-0.90%
53 度新飞天茅台酒（6 瓶装 2016 版）	397,410.23	776.19	779.44	0.42%
53 度珍品珍酒	263,333.35	107.84	115.07	6.71%
拉拉库赤霞珠干红葡萄酒	102,564.10	21.37	24.56	14.93%
珍酒·迷你封坛酒	104,584.61	169.23	152.29	-10.01%
其他	1,322,496.01	--	--	--
总计：	**4,198,871.39**	--	--	--

（3）2015 年销售情况

单位：元

存货名称	销售金额	华致酒行销售关联方均价	华致酒行总体对外销售均价	价格差异率
30 年茅台年份酒	172,025.92	9,054.00	8,834.27	-2.43%
50° 五粮液陈酿年份酒 10 年水晶瓶	188,498.80	494.75	522.09	5.53%
52° 普通五粮液	121,569.26	547.61	501.51	-8.42%
贵州茅台酒金系列-壕金版	98,350.94	826.48	882.48	6.78%

存货名称	销售金额	华致酒行销售关联方均价	华致酒行总体对外销售均价	价格差异率
53 度新飞天茅台酒（6 瓶装）	91,333.34	724.87	718.31	-0.90%
53 度新飞天茅台酒（6 瓶装 2015 版）	154,117.58	755.48	719.25	-4.79%
55°五粮液陈酿年份酒 60 年陶瓶	112,273.51	11,227.35	11,227.35	0.00%
陈年典藏贵州茅台	296,980.24	1,588.13	1,771.84	11.57%
拉菲酒庄干红葡萄酒	242,579.99	8,663.57	9,205.33	6.25%
拉图酒庄干红葡萄酒	80,240.57	4,223.19	4,455.30	5.50%
香格里拉 2100 高原干红葡萄酒	88,800.22	98.29	93.08	-5.30%
珍酒封坛酒 8 年	230,769.23	7,692.31	7,542.46	-1.95%
珍酒封坛酒 8 年（10L）	997,094.01	3,247.86	3,246.48	-0.04%
其他	1,247,655.35	--	--	--
总计：	**4,122,288.96**	--	--	--

（4）2014 年销售情况

单位：元

存货名称	销售金额	华致酒行销售关联方单价	华致酒行总体对外销售单价	价格差异率
50.8 度湘窖要情酒	122,253.32	660.83	581.41	-12.02%
50.8 度湘窖要情酒（光瓶品鉴酒）	175,897.42	361.93	365.73	1.05%
52°普通五粮液	138,544.44	547.61	516.42	-5.69%
53 度新飞天茅台酒（6 瓶装）	152,947.23	845.01	782.45	-7.40%
酒珍品大礼盒（十七大名酒）	239,316.27	17,094.02	17,094.02	0.00%
拉菲酒庄干红葡萄酒	1,681,026.95	11,922.18	11,719.64	-1.70%
拉图酒庄干红葡萄酒	116,268.72	4,844.53	4,417.80	-8.81%
五年珍酒	185,416.65	110.76	96.44	-12.93%
其他	1,045,793.74	--	--	--
总计：	**3,857,464.74**	--	--	--

2014 年度、2015 年度、2016 年度、2017 年 1-6 月，公司向关联方销售金额占同类业务的比例分别为 0.34%、0.26%、0.19%、0.04%，占比均较小。公司向关联方销售的产品，主要为公司代理销售的酒类产品，关联方采购上述产品，主要用于其自身的业务招待及自用消费。关联方选择从公司采购，主要是由于公司

系专业从事酒类流通的企业，其产品品类丰富且符合关联企业业务招待及自用消费的需求，同时部分酒品如“贵州茅台酒金系列”、“五粮液年份酒”为发行人独家代理产品，直接从发行人采购较为便捷。报告期内，发行人向关联方销售产品，金额较小，定价公允，上述交易具备合理性。

2、关联采购

报告期内，公司向关联方采购产品的情况如下：

单位：万元

关联方	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占同类业务比例	金额	占同类业务比例	金额	占同类业务比例	金额	占同类业务比例
邵阳开口笑酒业有限责任公司	-	-	3,107.16	1.92%	10,990.25	10.08%	8,859.59	14.43%
贵州珍酒销售有限公司	-592.27	-	1,677.07	1.03%	7,496.83	6.88%	6,347.58	10.34%
哈尔滨市龙神酒业有限公司	-	-	274.22	0.17%	59.20	0.05%	-	-
四川金六福酒业有限公司	-	-	268.83	0.17%	721.10	0.66%	579.02	0.94%
迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司	97.64	0.10%	93.38	0.06%	683.46	0.63%	1,041.36	1.70%
云南金六福贸易有限公司	-	-	19.39	0.01%	13.03	0.01%	5.82	0.01%
江西李渡酒业有限公司	-	-	1.61	0.00%	24.59	0.02%	0.26	0.00%
广东德庆无比养生酒业有限公司	-	-	1.24	0.00%	4.78	0.00%	1.09	0.00%
陕西省太白酒业有限责任公司	-	-	0.61	0.00%	18.19	0.02%	8.63	0.01%
吉林省榆树钱酒业有限公司	-	-	-	-	2.49	0.00%	2.72	0.00%
湘潭华鹏包装有限公司	-	-	-	-	0.47	0.00%	-	-
湖南雁峰酒业有限公司	-	-	-	-	0.41	0.00%	0.93	0.00%
合计	**-494.63**	-	**5,443.50**	**3.34%**	**20,014.78**	**18.76%**	**16,846.98**	**27.67%**

注：贵州珍酒销售有限公司采购金额为负数系发行人采购退货所致。

2014 年度、2015 年度、2016 年度，公司向关联方采购金额占同类业务的比例分别为 27.67%、18.76%、3.34%，呈逐渐下降的趋势。2017 年 1-6 月，公司实际向关联方采购入库金额为 97.64 万元，占比 0.10%。报告期内，公司采购的产品主要是“珍酒”品牌产品、“湘窖”品牌产品、“香格里拉高原”品牌产品、“福酒•中国红”品牌产品，以及对关联酒企产品的零星采购。其中“珍酒”、“湘窖”、“香格里拉高原”、“福酒•中国红”四类产品由于具有较强地域性特征，能够丰富公司的产品结构，所以在 2014 年、2015 年采购金额较大，并在下游渠道进行推广。随着公司产品结构的逐步完善，及消除关联交易对公司的影响，公司于 2015 年开始逐渐降低对上述四类产品的采购比重，加大新产品的开发力度；2016 年 6 月起，公司不再采购“湘窖”品牌产品；2016 年 10 月起，公司不再采购“珍酒”品牌产品。

报告期内，其他关联采购主要是关联酒企的零星采购，用于公司自身业务招待以及陈香商务的老酒销售。

本公司向关联方采购的商品主要为酒类产品，采取市场化定价原则，采购价格公允、合理。

（1）合理性、必要性

2014 年、2015 年、2016 年，茅台、五粮液系列产品合计收入分别为 71,702.34 万元、109,695.40 万元、190,355.28 万元，占公司当期收入比分别为 62.46%、69.53%、87.16%，呈快速增长趋势。2014 年政府出台限制“三公”消费政策，导致茅台、五粮液等全国性品牌酒类产品价格大幅下降，其中五粮液部分产品存在大量滞销情况。而“湘窖”品牌产品、“珍酒”品牌产品属于区域性品牌酒类产品，区域强势品牌受益于区域历史文化因素和产品性价比优势，通常在省内及周边省份白酒市场形成较强的品牌影响力和产品认可度，尤其受到当地城乡及农村消费者的喜好，受上述政策影响较小，所以公司在 2014 年、2015 年持续采购。2016 年下半年，以茅台、五粮液为代表的全国性品牌酒市场价格逐渐走高，公司及时调整产品销售策略，专注于全国性品牌酒的销售，所以不再采购“湘窖”、“珍酒”区域性品牌酒。

2014 年至 2017 年 1-6 月，邵阳开口笑酒业有限责任公司、贵州珍酒销售有

限公司经营业绩情况如下：

单位：万元

公司名称	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
邵阳开口笑酒业有限责任公司	21,767.07	51,321.31	54,163.32	44,681.56
贵州珍酒销售有限公司	11,503.19	18,433.83	12,483.82	11,023.47

由上述列表可知，发行人停止采购后关联酒企的经营业绩较为稳定。因“湘窖”、“珍酒”系列属于区域性品牌酒，在当地白酒市场具有较强的品牌影响力和产品认可度，消费群体粘性较高，市场需求较为稳定，所以邵阳开口笑酒业有限责任公司、贵州珍酒销售有限公司的客户群体波动不大，发行人不再采购上述产品对其影响较小。

（2）公允性

1）关联方公司销售产品毛利率分析

2014 年、2015 年、2016 年，湘窖酒厂、珍酒酒厂向公司销售“湘窖”品牌产品、“珍酒”品牌产品毛利率以及湘窖酒厂、珍酒酒厂综合毛利率、扣除销售费用后毛利率情况如下：

年度	湘窖产品毛利率	湘窖酒厂综合毛利率	湘窖酒厂扣费后毛利率	珍酒产品毛利率	珍酒酒厂综合毛利率	珍酒酒厂扣费后毛利率
2014 年	63.14%	68.74%	43.26%	54.22%	44.32%	34.17%
2015 年	62.23%	69.10%	44.89%	60.39%	59.76%	51.32%
2016 年	66.72%	69.45%	45.69%	55.21%	72.42%	38.07%
平均：	64.03%	69.10%	44.61%	56.61%	58.84%	41.19%

注：湘窖酒厂、珍酒酒厂包括生产酒企及其配套销售公司

“湘窖”品牌产品、“珍酒”品牌产品均为白酒，部分同行业白酒企业扣除销售费用后毛利率具体情况如下：

年度	洋河股份	伊力特	山西汾酒	迎驾贡酒	今世缘	古井贡酒
2014 年	49.17%	46.41%	38.99%	42.42%	51.71%	40.59%
2015 年	50.18%	47.47%	45.19%	45.27%	51.86%	41.61%
2016 年	53.02%	47.32%	51.09%	49.19%	52.67%	41.77%
平均毛利率	50.79%	47.07%	45.09%	45.63%	52.08%	41.32%

经比较分析，关联方销售给公司的产品毛利率略低于关联方综合毛利率，差异原因主要为公司系“湘窖”品牌产品、“珍酒”品牌产品的总经销商，承担了品牌推广费、促销费，所以毛利率较低。考虑此费用因素后，将关联方扣费后毛利率与同期上市公司的扣费后毛利率相比较，总体基本一致，关联方向公司销售产品的定价符合白酒市场定价水平，价格公允。

2）华致酒行销售产品毛利率分析

2014 年、2015 年、2016 年，华致酒行对外销售“湘窖”品牌产品、“珍酒”品牌产品毛利率情况如下：

单位：万元

年度	湘窖产品销售收入	湘窖产品销售成本	珍酒产品销售收入	珍酒产品销售成本	毛利	毛利率
2014 年	17,234.63	9,415.64	11,691.77	7,876.09	11,634.67	40.22%
2015 年	22,027.27	10,708.28	12,774.03	7,822.72	16,270.30	46.75%
2016 年	9,788.14	4,979.64	3,496.62	2,536.42	5,768.70	43.42%
总计：	49,050.04	25,103.56	27,962.42	18,235.23	33,673.67	43.72%

注：华致酒行包括华致酒行及其子公司

2014 年、2015 年、2016 年，公司白酒整体毛利率分别为 19.00%、21.47%、15.73%，显著低于公司销售“湘窖”品牌产品、“珍酒”品牌产品的毛利率。主要是由于公司与湘窖酒厂、珍酒酒厂签订了总经销协议，公司经销的上述两类产品在销售过程中所产生的品牌推广费、促销费均由公司承担，所以考虑品牌推广费、促销费因素后公司销售毛利率的情况如下：

单位：万元

年度	湘窖产品销售收入	湘窖产品销售成本	珍酒产品销售收入	珍酒产品销售成本	毛利	湘窖珍酒销售费用	扣费后毛利率
2014 年	17,234.63	9,415.64	11,691.77	7,876.09	11,634.67	4,607.11	24.29%
2015 年	22,027.27	10,708.28	12,774.03	7,822.72	16,270.30	10,043.93	17.89%
2016 年	9,788.14	4,979.64	3,496.62	2,536.42	5,768.70	3,679.28	15.73%
总计	**49,050.04**	**25,103.56**	**27,962.42**	**18,235.23**	**33,673.67**	**18,330.33**	**19.92%**

经比较分析，2014 年公司扣费后毛利率高于整体毛利率，主要是因为 2014 年白酒市场仍处于下行区间，茅台、五粮液等全国性品牌酒类产品价格持续低迷，造成毛利率整体偏低，而公司采购的“湘窖”品牌产品、“珍酒”品牌产品属于

区域性产品，受上述政策影响较小，所以扣费后毛利率较高；2015 年公司扣费后毛利率低于整体毛利率，主要是因为自 2015 年第三季度开始市场行情逐渐回暖，茅台、五粮液呈现小幅上升的趋势，而“湘窖”品牌为拓展市场扩大销售，增强了促销力度，销售费用有所上升，导致扣费后毛利率较低；2016 年白酒市场回暖，市场趋于平稳，公司销售“湘窖”、“珍酒”产品扣费后毛利率与整体毛利率一致。

近三年公司白酒平均毛利率为 18.31%，公司销售“湘窖”“珍酒”品牌产品的平均毛利率为 19.92%，与公司整体毛利率水平基本一致，公司销售湘窖、珍酒产品的定价及毛利率水平符合公司的整体经营，“湘窖”“珍酒”产品的盈利情况与其他酒品相当，亦证明关联采购具备公允性。

3、关联租赁

报告期内，公司向关联方租赁资产支付租金的情况如下：

单位：万元

出租方名称	租赁资产种类	2017 年 1-6 月确认的租赁费	2015 年确认的租赁费	2015 年确认的租赁费	2014 年确认的租赁费
四川金六福酒业有限公司	仓库	85.76	164.74	164.74	164.74
华泽集团	办公室	1.80	3.60	3.60	3.60
合计	**-**	**87.56**	**168.34**	**168.34**	**168.34**

2015 年 1 月 1 日，华致物流与四川金六福酒业有限公司签订《仓库服务协议书》，租赁邛崃市名酒工业园金六福大道 6 号土楼式陶坛酒库一、二、三号库房用于存放货物，租赁面积为 11,440 平米，租赁期限为 2015 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日。

2013 年 3 月 10 日，长沙华致与华泽集团签订《房屋租赁合同》，租赁长沙市雨花区芙蓉中路三段 569 号湖南商会大厦西塔九楼用于办公，租赁面积为 120 平米，租赁期限为 2013 年 3 月 10 日至 2018 年 3 月 9 日。

（1）关联租赁对发行人独立性的影响

2014 年、2015 年、2016 年、2017 年 1-6 月，公司关联租赁费金额分别为 168.34

万元、168.34 万元、168.34 万元、87.56 万元，关联租赁金额占各期收入比分别为 0.07%、0.08%、0.11%、0.15%，占比均较小，对公司经营成果无重大影响，不会影响公司经营的独立性。

（2）整改措施

2017 年 8 月 10 日，华致物流与招商局物流集团成都有限公司签订了《仓储服务合同》，租赁高新区科园南路 9 号招商物流库房用于存放货物，租赁面积为 6,200 平米，租赁期限为 2017 年 8 月 11 日至 2019 年 8 月 10 日。公司现已完成全部存货的搬迁工作。

2017 年 8 月 8 日，长沙华致与贺晓、李穗蓉签订了《房屋租赁合同》，租赁雨花区中意一路 540 号农博中心绿色食品城栋 B4020 房屋用于办公，租赁面积为 40.56 平米，租赁期限为 2017 年 8 月 10 日至 2019 年 8 月 9 日。公司现已完成全部搬迁工作。

上述关联租赁中，四川金六福酒业有限公司、华泽集团向公司出租仓库、办公室参照市场价格定价，价格公允。上述关联租赁对公司经营成果影响小，不存在损害公司及其他股东利益的情况。

（二）偶发性关联交易

1、关联方资金往来

报告期内，由于资金周转需要，存在股东华泽集团及其下属子公司与公司进行资金拆借的情况，具体如下：

单位：万元

拆出方	拆借方	拆借金额	起始日	到期日	利率（%）	利息
本公司	云南金六福贸易有限公司	5,000.00	2014-3-26	2014-6-16	6.30	70.88
本公司	云南金六福贸易有限公司	2,000.00	2014-5-23	2014-7-9	6.30	16.45
本公司	云南金六福贸易有限公司	280.00	2014-5-23	2014-9-1	6.30	4.90
本公司	云南金六福贸易有限公司	2,720.00	2014-5-23	2014-12-31	6.30	105.67
本公司			2015-1-1	2015-8-13	6.90	116.59

拆出方	拆借方	拆借金额	起始日	到期日	利率（%）	利息
本公司	湖南省金六福酒业有限公司	3,000.00	2015-3-19	2015-3-25	6.90	4.70
本公司	湖南省金六福酒业有限公司	5,000.00	2015-3-19	2015-3-26	6.90	6.04
本公司	湖南省金六福酒业有限公司	1,500.00	2015-11-17	2016-3-24	6.90	36.80
本公司	湖南省金六福酒业有限公司	2,000.00	2015-11-17	2016-6-6	6.90	77.43
本公司	湖南省金六福酒业有限公司	900.00	2015-11-17	2016-8-8	6.90	45.71
本公司	湖南省金六福酒业有限公司	600.00	2015-11-17	2016-8-8	6.90	30.56
本公司	华泽集团有限公司	3,000.00	2015-5-29	2015-6-23	6.90	14.38
本公司	云南金六福联采商贸有限公司	6,000.00	2014-2-18	2014-2-24		无息
云南金六福贸易有限公司	本公司	1,800.00	2016-8-12	2016-8-29	4.785	3.83
云南金六福贸易有限公司	本公司	5,200.00	2016-8-12	2017-2-16	4.785	130.90
云南金六福贸易有限公司	本公司	900.00	2016-12-27	2017-2-16	4.785	5.38
湖南省金六福酒业有限公司	本公司	500.00	2016-8-8	2017-1-22	4.785	11.03
湖南省金六福酒业有限公司	本公司	1,500.00	2016-8-12	2017-1-22	4.785	33.10
湖南省金六福酒业有限公司	本公司	700.00	2016-8-12	2017-1-23	4.785	15.44
湖南省金六福酒业有限公司	本公司	1,250.00	2016-12-23	2017-1-23	4.785	5.32
湖南省金六福酒业有限公司	本公司	680.00	2016-12-27	2017-1-23	4.785	2.89
华泽集团有限公司	本公司	2,000.00	2015-12-18	2017-1-20	4.785	106.07
华泽集团有限公司	本公司	1,000.00	2016-12-23	2017-1-20	4.785	3.85
华泽集团有限公司	本公司	200.00	2016-12-23	2017-3-14	4.785	2.02
西藏融睿投资有限公司	本公司	3,000.00	2016-7-4	2017-1-20	4.785	80.15

拆出方	拆借方	拆借金额	起始日	到期日	利率（%）	利息
西藏华泽湘酒销售有限公司	本公司	2,000.00	2016-12-7	2017-1-20	4.785	11.70
金六福投资有限公司（BVI）	本公司	HKD180.00	2015-9-15	2016-3-2		无息
金六福投资有限公司（BVI）	本公司	HKD20.00	2015-9-15	2016-12-30		无息
迪庆金六福商务咨询有限公司	本公司	2,000.00	2014-4-24	2014-6-23		无息
云南华鹏投资有限公司	本公司	1,500.00	2016-3-24	2016-12-26		无息

注：迪庆金六福商务咨询有限公司系新华联控股实际控制的公司。

报告期内，公司向关联方拆出资金事项均签订了借款合同，并按照合同规定收取了利息，对公司经营成果和财务状况影响较小，未造成公司实际利益的损失，不存在损害其他股东利益的情形。截至 2016 年 8 月 8 日，关联方已全部归还所借出资金，且除上述向关联方拆出资金外未再发生任何形式的资金借出行为。

报告期内，发行人向云南金六福贸易有限公司、湖南省金六福酒业有限公司、华泽集团、西藏融睿、西藏华泽湘酒销售有限公司、迪庆金六福商务咨询有限公司、云南华鹏投资有限公司借款，均用于临时性的大额采购付款。2016 年下半年，随着茅台酒价格的回升，市场上茅台酒普遍出现缺货现象，而公司茅台酒当时库存量较少，为保障后期茅台酒的正常供应，公司决定提前备货。因茅台酒采购均需预付货款，公司受限于流动资金的临时性短缺，于是向关联方借入部分资金以作周转。发行人向金六福投资有限公司（BVI）拆借资金均用于香港华致的日常经营活动开支，主要为员工工资、租赁费。发行人向关联方借款原因主要为受限于流动资金的临时性短缺，借款期限基本在一年以内，不具有持续性，且后期公司未再发生向关联方借款的情况，不存在对关联方的重大依赖，不会影响公司的独立性。

云南金六福贸易有限公司、湖南省金六福酒业有限公司、华泽集团、西藏融睿、西藏华泽湘酒销售有限公司拆借资金给公司的利率均为 4.785%，同期金融机构人民币贷款基准利率一年以内的为 4.35%，一至三年的为 4.75%，利率差异较小，利率公允。金六福投资有限公司（BVI）、迪庆金六福商务咨询有限公司、云南华鹏投资有限公司拆借资金给发行人未收取利息，按照同期贷款利率测算，

2014 年、2015 年、2016 年未支付利息金额分别为 14.30 万元、2.13 万元、51.45 万元，占当期利润总额比例分别为-0.10%、0.05%、0.37%，对公司报告期经营成果影响很小。

针对上述关联方资金往来事项，公司股东大会、董事会、监事会对其进行了逐项审议，并由独立董事发表了事前认可意见及独立意见。为进一步规范公司与关联方的资金往来，公司制定了《公司章程》、《关联交易管理制度》并经股东大会审议通过，并由股东云南融睿、西藏融睿、华泽集团出具了《主要股东关于避免资金占用承诺函》，承诺未来不以任何方式占用发行人资金。

保荐机构认为，报告期内发行人与关联方之间的资金往来事项均履行了相关的决策程序，未造成公司实际利益的损失，且均已归还，发行人主要股东均已作出避免资金占用承诺函，承诺未来不以任何方式占用发行人资金，上述资金往来事项，不会对发行人的本次发行上市产生重大不利影响。

2、接受关联方担保情况

报告期内，公司关联方为本公司提供担保，具体情况如下：

单位：万元

保证人	债权人	债务人	保证方式	担保金额	签订日	担保期间	是否履行完毕
华泽集团、吴向东	长沙银行股份有限公司德宇支行	华致酒行	连带责任保证	26,000.00	2013/4/4	主债务履行期届满之日后两年	是
华泽集团	中国建设银行股份有限公司长沙华兴支行	华致酒行	连带责任保证	16,500.00	2013/4/3	主债务履行期届满之日后两年	是
华泽集团	中国建设银行股份有限公司长沙华兴支行	华致酒行	连带责任保证	5,000.00	2014/3/6	主债务履行期届满之日后两年	是
华泽集团	中国建设银行股份有限公司长沙华兴支行	华致酒行	连带责任保证	5,000.00	2014/3/18	主债务履行期届满之日后两年	是
华泽集团	中国建设银行股份有限公司长沙华兴支行	华致酒行	连带责任保证	5,000.00	2014/5/21	主债务履行期届满之日后两年	是

保证人	债权人	债务人	保证方式	担保金额	签订日	担保期间	是否履行完毕
华泽集团	中国建设银行股份有限公司长沙华兴支行	华致酒行	连带责任保证	16,000.00	2014/12/19	主债务履行期届满之日后两年	是
华泽集团	长沙银行股份有限公司南城支行	华致酒行	连带责任保证	15,000.00	2015/3/16	主债务履行期届满之日后两年	是
华泽集团	中国建设银行股份有限公司长沙华兴支行	华致酒行	连带责任保证	5,000.00	2015/12/16	主债务履行期届满之日后两年	是
华泽集团	中国建设银行股份有限公司长沙华兴支行	华致酒行	连带责任保证	7,000.00	2015/12/21	主债务履行期届满之日后两年	是
华泽集团	中国建设银行股份有限公司长沙华兴支行	华致酒行	连带责任保证	3,000.00	2016/6/23	主债务履行期届满之日后两年	是
华泽集团、吴向东、唐莉	长沙银行股份有限公司南城支行	华致酒行	连带责任保证	13,000.00	2016/7/19	主债务履行期届满之日后两年	否
华泽集团	中国建设银行股份有限公司长沙华兴支行	华致酒行	连带责任保证	5,000.00	2016/12/20	主债务履行期届满之日后两年	否
华泽集团	中国建设银行股份有限公司长沙华兴支行	华致酒行	连带责任保证	7,000.00	2016/12/23	主债务履行期届满之日后两年	否
华泽集团	广发银行股份有限公司长沙分行	华致酒行	连带责任保证	5,000.00	2016/12/29	主债务履行期届满之日后两年	否
湖南省玉坤矿业集团有限公司	广发银行股份有限公司长沙分行	华致酒行	连带责任保证	10,000.00	2016/12/31	主债务履行期届满之日后两年	是
华泽集团	中国建设银行股份有限公司长沙华兴支行	华致酒行	连带责任保证	3,000.00	2017/6/22	主债务履行期届满之日后两年	否

注：唐莉系吴向东先生的配偶

3、关联方授权公司使用商标及终止的情况

2010 年 9 月 29 日，湖南湘窖酒业有限公司授权华致有限无偿使用注册号为 6423824 的“湘窖”注册商标，授权使用范围为：（1）使用“华致•湘窖”名称并自营或与他人合作经营“华致•湘窖”专卖店，依法进行工商登记及法律、政

策要求之其他登记或许可行为；（2）专卖店门店装修、装饰，及为销售“湘窖”产品而进行的广告宣传及促销活动。授权使用地区为中国大陆地区。授权使用期限为 10 年，自 2010 年 9 月 30 日起至 2020 年 9 月 29 日。2016 年 6 月 30 日公司与湖南湘窖酒业有限公司签署《终止协议》，经双方同意并确认，湖南湘窖酒业有限公司向本公司作出的湘窖商标许可使用授权终止。

2010 年 9 月 29 日，贵州珍酒酿酒有限公司授权华致有限无偿使用注册号为 1715235 的“珍酒”注册商标，授权使用范围为：（1）使用“华致•珍酒”名称并自营或与他人合作经营“华致•珍酒”专卖店，依法进行工商登记及法律、政策要求之其他登记或许可行为；（2）专卖店门店装修、装饰，及为销售“珍酒”产品而进行的广告宣传及促销活动。授权使用地区为中国大陆地区。授权使用期限为 10 年，自 2010 年 9 月 30 日起至 2020 年 9 月 29 日。2016 年 6 月 30 日公司与贵州珍酒酿酒有限公司签署《终止协议》，经双方同意并确认，贵州珍酒酿酒有限公司向本公司作出的珍酒商标许可使用授权终止。

报告期内关联方湖南湘窖、贵州珍酒酿酒分别将其持有的注册号为 6423824 的“湘窖”注册商标、注册号为 1715235 的“珍酒”注册商标无偿授权发行人使用，主要原因是发行人需将该等商标用于为销售“湘窖”或“珍酒”产品而进行的广告宣传及促销活动，发行人在报告期内与他人合作经营了少量“华致•珍酒”、“华致•湘窖”专卖店；因发行人停止销售该等“湘窖”或“珍酒”产品并停止与他人合作经营“华致•珍酒”、“华致•湘窖”专卖店，因此，关联方终止将该等商标授权发行人使用。该等商标授权的终止并不影响发行人主营业务的开展，未对发行人主营业务产生重大不利影响，发行人开展主营业务拥有自身完整的商标体系，该等商标授权的终止亦不会对发行人独立性产生不利影响。

（三）关联方应收应付余额

1、应收账款

报告期内，公司应收关联方款项情况如下：

单位：万元

关联方	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	账面	占比	账面	占比	账面	占比	账面	占比

	余额		余额		余额		余额	
华泽集团	-	-	-	-	407.33	3.24%	663.22	6.29%
合计	-	-	-	-	**407.33**	**3.24%**	**663.22**	**6.29%**

2014 年末、2015 年末，公司应收关联方款项系向华泽集团销售酒类产品所致，占应收账款总额比例较小，对公司财务状况影响较小。

2、其他应收款

报告期内，公司其他应收款情况如下：

单位：万元

关联方	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
湖南省金六福酒业有限公司	-	-	-	-	5,201.24	45.53%	-	-
云南金六福贸易有限公司	-	-	-	-	134.58	1.18%	2,834.62	57.63%
合计	-	-	-	-	**5,335.82**	**46.71%**	**2,834.62**	**57.63%**

2014 年末、2015 年末，其他应收关联方款项主要是公司向关联方借出款项，所借出资金于 2016 年度已全部收回。

3、预付款项

报告期内，公司预付关联方款项情况如下：

单位：万元

关联方	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
眉县太白酒业供销有限公司	-	-	-	-	-	-	0.15	0.00%
西藏华泽湘酒销售有限公司	-	-	-	-	-	-	2,040.30	9.12%
四川金六福酒业有限公司	84.88	0.21%	165.78	0.31%	1,464.06	6.67%	100.29	0.45%
哈尔滨市龙神酒业有限公司	-	-	-	-	5.17	0.02%	-	-

关联方	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
贵州珍酒销售有限公司	-	-	-	-	450.70	2.05%	-	-
邵阳开口笑酒业有限责任公司	-	-	-	-	970.42	4.42%	-	-
合计	**84.88**	**0.21%**	**165.78**	**0.31%**	**2,890.35**	**13.16%**	**2,140.74**	**9.57%**

报告期各期末，预付关联方款项主要为采购“湘窖”、“珍酒”、“福酒中国红”酒类产品所预付的款项。2016 年末预付关联方款项大幅减少，主要是因为自 2016 年 6 月起，公司不再采购“湘窖”品牌产品；2016 年 10 月起，公司不再采购“珍酒”品牌产品。

4、应付账款

报告期内，公司应付关联方款项情况如下：

单位：万元

关联方	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
贵州珍酒销售有限公司	-	-	-	-	72.09	0.59%	3,327.08	22.58%
邵阳开口笑酒业有限责任公司	-	-	-	-	-	-	3,472.37	23.57%
迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司	219.55	3.20%	332.70	4.72%	740.45	6.03%	291.53	1.98%
四川金六福酒业有限公司	-	-	-	-	-	-	55.53	0.38%
广东德庆无比养生酒业有限公司	-	-	-	-	1.41	0.01%	1.27	0.01%
江西李渡酒业有限公司	-	-	-	-	24.59	0.20%	-	-
云南金六福贸易有限公司	-	-	-	-	3.86	0.03%	-	-
湖南雁峰酒业有限公司	0.41	0.01%	0.41	0.01%	0.41	0.00%	-	-
湘潭华鹏包装有限公司	0.47	0.01%	0.47	0.01%	0.47	0.00%	-	-

关联方	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
陕西省太白酒业有限责任公司	-	-	-	-	8.61	0.07%	-	-
合计	**220.43**	**3.22%**	**333.58**	**4.74%**	**851.89**	**6.93%**	**7,147.78**	**48.51%**

报告期各期末，应付关联方款项主要为采购“湘窖”、“珍酒”、“香格里拉高原”酒类产品等尚未支付的款项。2016 年末应付关联方款项大幅减少，主要是因为自 2016 年 6 月起，公司不再采购“湘窖”品牌产品；2016 年 10 月起，公司不再采购“珍酒”品牌产品。

5、其他应付款

报告期内，公司其他应付关联方款项情况如下：

单位：万元

关联方	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
华泽集团	15.60	0.17%	3,301.37	10.59%	1,999.02	13.98%	6.60	0.04%
湖南省金六福酒业有限公司	-	-	4,630.00	14.85%	-	-	-	-
西藏华泽湘酒销售有限公司	-	-	2,000.00	6.42%	-	-	-	-
云南金六福贸易有限公司	-	-	6,100.00	19.57%	-	-	-	-
西藏融睿	-	-	3,072.17	9.86%	-	-	-	-
金六福投资有限公司（BVI）	-	-	-	-	167.56	1.17%	-	-
合计	**15.60**	**0.17%**	**19,103.54**	**61.29%**	**2,166.58**	**15.15%**	**6.60**	**0.04%**

2014 年末、2015 年末、2016 年末，公司其他应付关联方款项占比分别为 0.04%、15.15%、61.29%，呈逐渐上升的趋势。2016 年占比较大的主要原因为 2016 年公司在下半年采购需求较大，造成营运资金临时性短缺，所以向关联方借入较多的款项。2017 年随着客户资金的快速回笼，公司所欠关联方款项逐渐减少，截至 2017 年 6 月末，公司其他应付关联方款项占比仅为 0.17%。

（四）报告期内所发生的全部关联交易的简要汇总表

单位：万元

关联销售、关联采购、关联租赁

关联方	关联交易内容	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
江西李渡酒业有限公司	关联销售	-	16.40	-	-
哈尔滨市龙神酒业有限公司	关联销售	-	-	10.13	-
华泽集团	关联销售	-	123.77	202.55	336.94
邵阳开口笑酒业有限责任公司	关联销售	-	66.02	-	-
衡阳雁峰酒业销售有限公司	关联销售	-	55.20	-	-
贵州珍酒销售有限公司	关联销售	-	53.32	21.46	-
新华联控股	关联销售	45.33	105.18	178.09	48.80
邵阳开口笑酒业有限责任公司	关联采购	-	3,107.16	10,990.25	8,859.59
贵州珍酒销售有限公司	关联采购	-592.27	1,677.07	7,496.83	6,347.58
哈尔滨市龙神酒业有限公司	关联采购	-	274.22	59.2	-
四川金六福酒业有限公司	关联采购	-	268.83	721.10	579.02
迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司	关联采购	97.64	93.38	683.46	1041.36
云南金六福贸易有限公司	关联采购	-	19.39	13.03	5.82
江西李渡酒业有限公司	关联采购	-	1.61	24.59	0.26
广东德庆无比养生酒业有限公司	关联采购	-	1.24	4.78	1.09
陕西省太白酒业有限责任公司	关联采购	-	0.61	18.19	8.63
吉林省榆树钱酒业有限公司	关联采购	-	-	2.49	2.72
湘潭华鹏包装有限公司	关联采购	-	-	0.47	-
湖南雁峰酒业有限公司	关联采购	-	-	0.41	0.93
四川金六福酒业有限公司	关联租赁	85.76	164.74	164.74	164.74
华泽集团	关联租赁	1.80	3.60	3.60	3.60

关联方资金往来

拆出方	拆借方	2014 年-2017 年 6 月
本公司	云南金六福贸易有限公司	10,000.00
本公司	湖南省金六福酒业有限公司	13,000.00
本公司	华泽集团	3,000.00
本公司	云南金六福联采商贸有限公司	6,000.00

云南金六福贸易有限公司	本公司	7,900.00
湖南省金六福酒业有限公司	本公司	4,630.00
华泽集团	本公司	3,200.00
西藏融睿投资有限公司	本公司	3,000.00
西藏华泽湘酒销售有限公司	本公司	2,000.00
金六福投资有限公司（BVI）	本公司	HKD200.00
迪庆金六福商务咨询有限公司	本公司	2,000.00
云南华鹏投资有限公司	本公司	1,500.00

关联担保

保证人	被保证人	担保金额
华泽集团、吴向东	本公司	26,000.00
华泽集团、吴向东、唐莉	本公司	13,000.00
湖南省玉坤矿业集团有限公司	本公司	10,000.00
华泽集团	本公司	97,500.00

五、报告期内公司关联交易制度的执行情况

（一）规范关联交易的制度安排

为严格执行中国证监会有关规范关联交易行为的规定，保证公司与关联方之间签订的关联交易合同符合公平、公正、公开的原则，根据《公司法》、《证券法》、《企业会计准则第 36 号—关联方披露》等有关法律、法规，公司在《公司章程》、《关联交易管理制度》等文件中对关联交易决策权力与程序作出了规定，从制度上保证了公司关联交易结果的公允性。

1、《公司章程》规定了关联交易的回避制度

“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。”

“股东大会对提案进行表决前，应当推举两名股东代表参加计票和监票。审议事项与股东有利害关系的，相关股东及代理人不得参加计票、监票。”

“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联

关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。”

2、《关联交易管理制度》规定了关联交易的决策程序

本公司根据《公司章程》制定了《关联交易决策制度》，该制度主要规定了关联交易的审核权限、审议程序等内容，具体如下：

1）总经理有权决策并实施的关联交易

“公司拟与关联自然人发生的单笔交易金额低于人民币 30 万元的关联交易；

公司拟与关联法人发生的交易金额（含同一标的或同一关联法人在连续 12 个月内发生的关联交易累计金额）低于人民币 100 万元的，或占公司最近一期经审计净资产绝对值低于 0.5%的关联交易。”

2）董事会有权决策并实施的关联交易

“公司拟与关联自然人发生的交易金额（含同一标的或同一关联自然人在连续 12 个月内发生的关联交易累计金额）在人民币 30 万元以上的关联交易；

公司拟与关联法人发生的交易金额（含同一标的或同一关联法人在连续 12 个月内发生的关联交易累计金额）在人民币 100 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易事项。”

3）应由股东大会审议的关联交易

“公司拟与关联人发生的交易金额（含同一标的或同一关联人在连续 12 个月内发生的关联交易累计金额，公司获赠现金资产除外）在人民币 1,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易，应由董事会作出决议，并提交股东大会批准后方可实施；

对于首次发生的销售产品、商品、提供或接受劳务、委托或受托销售、关联双方共同投资的关联交易，公司与关联人订立的书面协议没有具体交易金额的，应当提交股东大会审议。”

4）独立董事的权限

“重大关联交易（指上市公司拟与关联人达成的总额高于人民币 300 万元或高于上市公司最近经审计净资产值的 5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；

公司审议需独立董事事前认可的关联交易事项时，相关人员应于第一时间通过董事会秘书将相关材料提交独立董事进行事前认可。独立董事做出判断之前，可聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。”

（二）关联交易制度的执行情况

本公司采购、仓储、销售等各业务系统独立、完整，生产经营上不存在依赖关联方的情形；报告期内公司的关联交易均严格履行《公司章程》、《关联交易管理制度》等有关制度的规定，不存在损害公司利益及中小股东利益的情形。

六、公司独立董事对关联交易的意见

针对公司 2014 年度、2015 年度、2016 年度关联交易事项，独立董事发表了独立意见，明确同意上述关联交易事项，认为上述已发生的关联交易是基于公司正常的生产经营需要而进行，并经管理层充分论证和谨慎决策，关联交易按照等价有偿、公允的原则定价，没有违反公开、公平、公正的原则，不存在损害公司和中小股东的利益的行为。在董事会审议上述关联交易事项时，关联董事已回避表决。

七、公司规范和减少关联交易的措施

自公司设立以来，公司采取了以下措施规范和减少关联交易：

1、严格按照《公司法》和《公司章程》的要求，建立了独立完整的生产经营体系，人员、财务、资产与股东严格分开；关联交易履行法定的批准程序，股东大会决策时关联股东进行回避。

2、对于不可避免的关联交易，公司将严格执行公司章程制定的关联交易决策程序和回避制度，加强独立董事对关联交易的监督，进一步健全公司治理结构，保证关联交易的公平、公正，避免关联交易损害公司及股东利益。

3、为规范和减少关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正，本公司董事会按照《公司法》、《上市公司章程指引》等有关法律、法规及相关规定，通过

制定《公司章程》、《关联交易管理办法》、《独立董事制度》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等规章制度，对关联交易的决策权限、决策程序及关联董事、关联股东的回避表决制度进行了详细的规定，以保证公司关联交易价格公允并履行相应程序，维护中小股东利益。

4、本公司控股股东、实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员分别向公司出具了《减少并规范关联交易的承诺函》，就关联交易事项做出了具体承诺。

1）本公司控股股东作出的承诺

本公司及本公司所控制的公司及其他任何类型的企业（如有）将尽最大努力减少或避免与发行人之间的关联交易。在进行确属必要且无法规避的关联交易时，保证按市场化原则和公允定价原则进行公平操作，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，并按相关法律法规以及规范性文件的规定履行交易程序及信息披露义务。

本公司保证将按照法律法规、规范性文件和《华致酒行连锁管理股份有限公司章程》的规定，在审议涉及发行人的关联交易时，切实遵守发行人董事会、股东大会进行关联交易表决时的回避程序；严格遵守发行人关于关联交易的决策制度，确保不损害公司利益。

2）本公司实际控制人作出的承诺

本人及本人所控制的公司及其他任何类型的企业（如有）将尽最大努力减少或避免与发行人之间的关联交易。在进行确属必要且无法规避的关联交易时，保证按市场化原则和公允定价原则进行公平操作，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，并按相关法律法规以及规范性文件的规定履行交易程序及信息披露义务。

本人保证将按照法律法规、规范性文件和《华致酒行连锁管理股份有限公司章程》的规定，在审议涉及发行人的关联交易时，切实遵守发行人董事会、股东大会进行关联交易表决时的回避程序；严格遵守公司关于关联交易的决策制度，确保不损害公司利益。

3）本公司董事、监事、高级管理人员作出的承诺

本人及本人所控制的公司及其他任何类型的企业（如有）将尽最大努力减少或避免与发行人之间的关联交易。在进行确属必要且无法规避的关联交易时，保证按市场化原则和公允定价原则进行公平操作，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，并按相关法律法规以及规范性文件的规定履行交易程序及信息披露义务。

本人保证将按照法律法规、规范性文件和《华致酒行连锁管理股份有限公司章程》的规定，在审议涉及发行人的关联交易时，切实遵守发行人董事会、股东大会进行关联交易表决时的回避程序；严格遵守公司关于关联交易的决策制度，确保不损害公司利益。

第八节 董事、监事、高级管理人员及公司治理

一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介

（一）董事

截至本招股说明书签署日，本公司董事共 9 人，其中独立董事 3 人，所有董事均通过股东大会选举产生。

姓名	性别	国籍	永久境外居留权	出生年月	职位
吴向东	男	中国	无	1969 年 1 月	董事长
颜涛	男	中国	无	1964 年 3 月	董事
彭宇清	男	中国	无	1968 年 7 月	董事、总经理
朱琳	女	中国	无	1970 年 7 月	董事
罗永红	男	中国	无	1971 年 5 月	董事
许磊	男	中国	无	1980 年 11 月	董事
马勇	男	中国	无	1963 年 11 月	独立董事
雷光勇	男	中国	无	1966 年 3 月	独立董事
郭国庆	男	中国	无	1962 年 10 月	独立董事

1、吴向东先生

吴向东先生，中国国籍，毕业于湖南省外贸学校，现任华泽集团、华致酒行董事长，第十二届全国人大代表，湖南省工商联（总商会）副主席，湖南海联会第六届理事会名誉会长。吴向东先生为本公司创始人，是中国酒界知名企业家。

吴向东先生的职业经历如下：

1987-1989 年，任职于湖南醴陵市五里牌农工商工贸有限公司。

1989-1992 年，就读于湖南省外贸学校。

1992 年起，吴向东先生任职于新华联集团（MACROLINK GROUP）。吴向东先生是新华联集团的创始人之一，历任新华联集团董事、董事局副主席。

1996 年起，吴向东先生先后担任长沙海达酒类食品有限公司执行董事、董

事长、总经理；湖南省金六福酒业有限公司董事长、总经理；北京金六福酒有限公司董事长、总经理。

2005 年 1 月至今，先后担任华泽集团董事、董事长、总经理，华致酒行董事长，金东资本投资有限公司董事长。吴向东先生现任华泽集团、华致酒行董事长。

2、颜涛先生

颜涛先生，中国国籍，毕业于湖南大学衡阳分校。颜涛先生先后担任湖南株洲电焊条股份有限公司技术员、车间副主任、分厂厂长、副总经理，2006 年至今先后担任华泽集团副总经理、总经理，2010 年 11 月至今历任华致酒行监事、董事。颜涛先生现任华泽集团总经理，华致酒行董事。

3、彭宇清先生

彭宇清先生，中国国籍，高中学历。彭宇清先生曾就职于华泽集团，2005 年至今先后担任华致酒行副总经理、总经理，2010 年 11 月至今担任华致酒行董事。彭宇清先生现任华致酒行董事、总经理。

4、朱琳女士

朱琳女士，中国国籍，北京大学财务管理研究生课程结业，会计师。2004 年至今历任华泽集团财务总监、副总经理、董事，华致酒行董事、监事。朱琳女士现任华泽集团副总经理、董事，华致酒行董事。

5、罗永红先生

罗永红先生，中国国籍，毕业于河南师范大学，经济师。曾在湖南人造板厂计财处，湖南省海达汽车机电销售公司，湖南省金六福酒业有限公司，北京金六福酒有限公司财务部工作，2006 年至今先后担任华泽集团财务副总监、行政总监、财务总监。罗永红先生现任华泽集团财务总监，华致酒行董事。

6、许磊先生

许磊先生，中国国籍，毕业于加拿大英属哥伦比亚大学，工商管理硕士，2002 年至 2011 年先后担任普华永道中天会计师事务所高级经理、美国铁姆肯公司业

务发展经理、新加坡胜捷投资管理有限公司上海代表处投资经理、太盟投资管理有限公司助理副总裁、凯雷亚洲投资管理有限公司高级经理，2011 年至今担任摩根士丹利（中国）股权投资管理有限公司执行董事。许磊先生现任摩根士丹利（中国）股权投资管理有限公司担任执行董事，华致酒行董事。

7、马勇先生

马勇先生，中国国籍，毕业于中国人民大学商学院，工商管理硕士，高级工程师。曾任中国食品工业信息咨询中心副主任、主任，2002 年至今担任中国食品工业协会白酒专业委员会常务副会长兼秘书长。马勇先生现任中国食品工业协会副秘书长，兼任中国食品工业协会白酒专业委员会常务副会长兼秘书长，同时担任安徽口子酒业股份有限公司、深圳市柏星龙创意包装股份有限公司、贵州董酒股份有限公司、北京元隆雅图文化传播股份有限公司独立董事，华致酒行独立董事。

8、雷光勇先生

雷光勇先生，中国国籍，毕业于中南财经政法大学，会计学博士，北京大学光华管理学院工商管理博士后，教授、博士生导师，国务院政府津贴专家获得者、财政部全国会计领军人才。历任湖南华南光电仪器厂技术员、室主任，长沙电力学院财经系讲师，湖南大学会计学院讲师、副教授、MPACC 中心主任，2005 年至今担任对外经济贸易大学国际商学院教授、博士生导师、副院长。雷光勇先生现任对外经济贸易大学国际商学院教授、博士生导师、副院长，华致酒行独立董事。

9、郭国庆先生

郭国庆先生，中国国籍，毕业于中国人民大学，经济学博士，第八、九、十届全国政协委员，第十一届全国人大代表。曾任中国人民大学工商管理学院副院长，中国高校市场学研究会副会长，珠海市人民政府副秘书长，中国光大银行独立董事，国家自然科学基金委员会管理科学部评审专家。先后入选北京市哲学社会科学“百人工程”和教育部“新世纪优秀人才支持计划”，2004 年至今担任中国人民大学商学院教授。郭国庆先生现任中国人民大学商学院教授、博士生导师，中国人民大学中国市场营销研究中心主任，中国商业史学会副会长、Journal

of Chinese Marketing 副主编，兼任丽珠医药集团股份有限公司、龙润茶集团有限公司独立董事、华致酒行独立董事。

（二）监事

截至本招股说明书签署日，本公司监事共 3 人，其中监事会主席 1 人，职工监事 1 人。

姓名	性别	国籍	永久境外居留权	出生年月	职位
皮文湘	男	中国	无	1966 年 8 月	监事会主席
贺明	男	中国	无	1969 年 10 月	监事
张静	女	中国	无	1978 年 3 月	职工监事、采购总监

1、皮文湘先生

皮文湘先生，中国国籍，毕业于湖南财经学院，本科学历，审计师。曾在湖南韶峰水泥集团有限公司工作，2000 年至今担任华泽集团审计部部长。皮文湘先生现任华泽集团审计部部长、华致酒行监事、监事会主席。

2、贺明先生

贺明先生，中国国籍，毕业于湖南大学，硕士研究生学历。历任醴陵市农机局计财科长，湖南省金六福酒业有限公司财务部部长、长沙办副首席代表，华泽集团云南办首席代表、长沙办副首席代表，2010 年至今担任华泽集团董事长助理。贺明先生现任华泽集团董事长助理、华致酒行监事。

3、张静女士

张静女士，中国国籍，毕业于西安大学，大专学历。历任西安海星现代饮品有限公司出纳，2009 年至今先后担任华致酒行西北办执行经理、重要客户部经理、采购总监，职工监事。张静女士现任华致酒行采购总监、职工监事。

（三）高级管理人员

截至本招股说明书签署日，本公司高级管理人员共 5 人。

姓名	性别	国籍	永久境外居留权	出生年月	职位	选聘时间	任期
彭宇清	男	中国	无	1968 年 7 月	董事、总经理	2016 年 4 月	3 年
张儒平	男	中国	无	1965 年 2 月	董事会秘书	2016 年 12 月	3 年
梁芳斌	男	中国	无	1974 年 10 月	财务总监	2016 年 12 月	3 年
黄飞	男	中国	无	1974 年 3 月	副总经理	2016 年 4 月	3 年
杨强	男	中国	无	1975 年 1 月	副总经理	2016 年 4 月	3 年

1、彭宇清先生

彭宇清先生，简历见本节“（一）、董事”。

2、张儒平先生

张儒平先生，中国国籍，毕业于湖南财经学院，硕士研究生学历。曾任湘财证券股份有限公司投资银行高级经理，上海鸿仪投资发展有限公司战略投资总部副总经理，张家界旅游开发股份有限公司副总经理、董事会秘书，2003 年 5 月至 2016 年 11 月任酒鬼酒股份有限公司董事、副总经理、董事会秘书，2016 年 12 月至今在本公司工作。张儒平先生现任华致酒行董事会秘书。

3、梁芳斌先生

梁芳斌先生，中国国籍，毕业于对外经济贸易大学，硕士研究生学历，会计师。曾在桂林旅游汽车运输有限责任公司，桂林康密劳铁合金有限公司，广西师大出版社集团有限公司担任财务主管工作，2008 年至今先后担任桂林湘山酒业有限公司财务总监，云南金六福酒业有限公司财务总监，华泽集团财务副总监，华致酒行财务总监。梁芳斌先生现任华致酒行财务总监。

4、黄飞先生

黄飞先生，中国国籍，毕业于湖南郴州综合技术学校，专科学历。先后在华泽集团担任业务主管、区域经理、大区总监等职，2006 年至今在本公司工作，黄飞先生现任华致酒行副总经理。

5、杨强先生

杨强先生，中国国籍，毕业于武汉理工大学，本科学历。曾任浙江麦当劳餐厅食品有限公司高级运营经理，2006 年至今先后担任华致酒行助理总经理兼华

南区开发运营总监、助理总经理兼西南区运营总监、助理总经理兼北方区开发总监、全国运营副总监、助理总经理兼全国运营总监、副总经理。杨强先生现任华致酒行副总经理。

（四）其他核心人员

截至本招股说明书签署日，除董事、监事、高级管理人员外，本公司其他核心人员如下：

姓名	性别	国籍	境外居留权	出生年月	职位
王子阳	男	中国	无	1978 年 9 月	物流部经理
赵鹏飞	男	中国	无	1982 年 9 月	葡萄酒拓展部总监

1、王子阳先生

王子阳先生，中国国籍，毕业于西南交通大学，硕士研究生学历。2000 年 6 月至 2015 年 5 月先后担任中铁联合物流股份有限公司项目经理，宝供物流企业集团有限公司项目经理、北方区销售总监，广西玉柴物流集团有限公司供应链事业部项目总监，2015 年 5 月至今担任华致物流常务副总经理、华致酒行物流部经理。王子阳先生现任华致物流常务副总经理、华致酒行物流部经理。

2、赵鹏飞先生

赵鹏飞先生，中国国籍，毕业于比利时鲁汶大学，硕士研究生学历。2009 年至今先后担任华泽集团董事长助理，华致酒行高级采购经理、葡萄酒拓展部副总监、总监。赵鹏飞先生现任华致酒行葡萄酒拓展部总监。

（五）董事、监事的提名及选聘情况

姓名	董事/监事	提名方	聘任情况	任职期间
吴向东	董事	股东提名	2016 年第一次临时股东大会	至 2019 年 2 月 28 日
颜涛	董事	股东提名	2016 年第一次临时股东大会	至 2019 年 2 月 28 日
彭宇清	董事	股东提名	2016 年第一次临时股东大会	至 2019 年 2 月 28 日
朱琳	董事	股东提名	2016 年第一次临时股东大会	至 2019 年 2 月 28 日
罗永红	董事	股东提名	2016 年第一次临时股东大会	至 2019 年 2 月 28 日
许磊	董事	股东提名	2016 年第十二次临时股东大会	至 2019 年 2 月 28 日

姓名	董事/监事	提名方	聘任情况	任职期间
雷光勇	独立董事	股东提名	2016 年第六次临时股东大会	至 2019 年 2 月 28 日
郭国庆	独立董事	股东提名	2016 年第六次临时股东大会	至 2019 年 2 月 28 日
马勇	独立董事	股东提名	2016 年第六次临时股东大会	至 2019 年 2 月 28 日
皮文湘	监事	股东提名	2016 年第一次临时股东大会	至 2019 年 2 月 28 日
贺明	监事	股东提名	2016 年第一次临时股东大会	至 2019 年 2 月 28 日
张静	职工监事	职工推举	经职工代表大会选举产生	至 2019 年 2 月 28 日

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况如下：

姓名	本公司职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与本公司关系
吴向东	董事长	华泽集团	董事长	关联方
		安徽临水酒业有限公司	董事	关联方
		湖南省金六福酒业有限公司	董事	关联方
		湖南湘窖酒业有限公司	董事长	关联方
		湖南雁峰酒业有限公司	董事	关联方
		邵阳开口笑酒业有限责任公司	董事长	关联方
		云南恒生矿业有限公司	董事	关联方
		云南华鹏投资有限公司	董事	关联方
		云南金六福贸易有限公司	董事	关联方
		云南金六福投资有限公司	董事	关联方
颜涛	董事	华泽集团	总经理	关联方
		北京东方厚地房地产开发有限公司	执行董事、经理	关联方
		北京金六福酒有限公司	董事长	关联方
		华泽管理	执行董事	关联方
		邸达电子商务有限公司	执行董事、经理	关联方
		邸达科技有限公司	执行董事、经理	关联方
		桂林湘山酒业有限公司	董事长	关联方
		贵州珍酒酿酒有限公司	董事	关联方
		黑龙江省玉泉酒业有限责任公司	执行董事	关联方
		湖南开口笑酒业有限公司	执行董事、总经理	关联方

姓名	本公司职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与本公司关系
		湖南省金六福酒业有限公司	董事长	关联方
		湖南湘窖酒业有限公司	副董事长	关联方
		湖南雁峰酒业有限公司	董事	关联方
		吉林省榆树钱酒业有限公司	执行董事、总经理	关联方
		金东资本投资有限公司	执行董事、总经理	关联方
		醴陵华鹏投资有限公司	执行董事、总经理	关联方
		陕西省太白酒业有限责任公司	董事	关联方
		邵阳开口笑酒业有限责任公司	副董事长	关联方
		四川金六福酒业有限公司	监事	关联方
		西藏华泽湘酒销售有限公司	执行董事、经理	关联方
		西藏融睿	总经理	关联方
		云南恒生矿业有限公司	董事	关联方
		云南华鹏投资有限公司	董事长	关联方
		云南金六福贸易有限公司	董事长、总经理	关联方
		云南金六福投资有限公司	董事长	关联方
		云南融睿	总经理	关联方
		西藏邸达航空服务有限公司	执行董事、经理	关联方
		香格里拉酒业股份有限公司	董事	关联方
朱琳	董事	华泽集团	董事、副总经理	关联方
		湖南湘窖酒业有限公司	监事	关联方
		北京金六福酒有限公司	董事	关联方
		桂林湘山酒业有限公司	董事	关联方
		湖南醴陵釉下五彩城开发建设有限公司	董事	关联方
		湖南省金六福酒业有限公司	董事	关联方
		陕西省太白酒业有限责任公司	监事	关联方
		邵阳开口笑酒业有限责任公司	经理	关联方
		云南华鹏投资有限公司	董事	关联方
		云南金六福贸易有限公司	董事	关联方
		酩悦轩尼诗香格里拉（德钦）酒业有限公司	副董事长	关联方

姓名	本公司职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与本公司关系
		邸达航空有限公司	监事	关联方
罗永红	董事	华泽集团	财务总监	关联方
		北京东方厚地房地产开发有限公司	监事	关联方
		迪庆金六福商务咨询有限公司	监事	关联方
		贵州珍酒销售有限公司	监事	关联方
		宁波融睿实业投资有限公司	执行董事、总经理	关联方
		西藏融睿投资有限公司	执行董事	关联方
		香格里拉酒业股份有限公司	董事	关联方
		烟台香格里拉玛桑酒庄有限公司	监事	关联方
许磊	董事	摩根士丹利（中国）股权投资管理有限公司	执行董事	关联方
		浙江宝利德股份有限公司	董事	关联方
		北京科锐国际人力资源股份有限公司	董事	关联方
		上海顺普商务信息咨询有限公司	执行董事	关联方
		杭州长堤股权投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	关联方
		中翰盛泰生物技术股份有限公司	监事	无
		杭州泰潘投资咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	关联方
		杭州摩根士丹利投资咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	关联方
		天津顺祺管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行董事	关联方
雷光勇	独立董事	对外经济贸易大学国际商学院	教授、博士生导师、副院长	无
郭国庆	独立董事	中国人民大学商学院	教授、博士生导师	无
		中国人民大学中国市场营销研究中心	主任	无
		Journal of Chinese Marketing	副主编	无
		丽珠医药集团股份有限公司	独立董事	关联方
		格力地产股份有限公司	独立董事	关联方
		民加科风信息技术有限公司	独立董事	关联方
		广州南粤基金集团有限公司	独立董事	关联方
		广西华锡集团股份有限公司	独立董事	关联方

姓名	本公司职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与本公司关系
		龙润茶集团有限公司	独立董事	关联方
马勇	独立董事	中国食品工业协会白酒专业委员会	常务副会长、秘书长	无
		安徽口子酒业股份有限公司	独立董事	关联方
		贵州董酒股份有限公司	独立董事	关联方
		北京元隆雅图文化传播股份有限公司	独立董事	关联方
皮文湘	监事会主席	华泽集团	审计部部长	关联方
		北京邸达科技信息有限公司	监事	关联方
		邸达科技有限公司	监事	关联方
		衡阳雁峰酒业销售有限公司	监事	关联方
		湖南东方瓷典文化艺术有限公司	监事	关联方
		湖南东泽牧业有限公司	监事	关联方
		湖南醴陵釉下五彩城开发建设有限公司	监事	关联方
		江西李渡酒业销售有限公司	监事	关联方
		宁波融睿实业投资有限公司	监事	关联方
		滕州今缘春商贸有限公司	监事	关联方
		西藏好礼多多信息科技有限公司	监事	关联方
		榆树市榆树钱商贸有限公司	监事	关联方
		云南迪庆香格里拉玉泉投资有限公司	监事	关联方
		张家界魅力湘西旅游开发有限责任公司	监事	关联方
		酩悦轩尼诗香格里拉（德钦）酒业有限公司	监事	关联方
		西藏豆吖食品有限公司	监事	关联方
		西藏邸达航空服务有限公司	监事	关联方
		湖南邸达航空运输有限公司	监事	关联方
		西藏嵩视频云信息科技有限公司	监事	关联方
		金东环保科技有限公司	监事	关联方
		香格里拉酒业股份有限公司	监事	关联方
		金六福一坛好酒商贸有限公司	监事	关联方
贺明	监事	华泽集团	董事长助理	关联方
		湖南湘江新区农村商业银行股份有限公司	董事	关联方

姓名	本公司职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与本公司关系
		湖南桃江建信村镇银行股份有限公司	监事	无
梁芳斌	财务总监	张家界魅力湘西旅游开发有限责任公司	董事	关联方

除上述情况外，截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均未在其他单位兼职。

（七）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间的亲属关系

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在亲属关系。

（八）董事、监事、高级管理人员了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员均接受了保荐机构就发行人首次公开发行并在创业板上市进行的辅导授课，均已了解与股票发行上市有关的法律法规，知悉上市公司及其董事、监事、高级管理人员的法定义务和责任。

二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况及上述人员及其近亲属持有发行人股份的情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的直接对外投资情况如下所示：

姓名	职务	对外投资公司	注册资本	持股比例
吴向东	董事长	华泽集团	10,000.00 万元	90.00%
		西藏融睿	5,000.00 万元	90.00%
		云南融睿	36,000.00 万元	10.00%
		新华联控股	200,000.00 万元	2.00%

姓名	职务	对外投资公司	注册资本	持股比例
		云南华鹏投资有限公司	58,000.00 万元	2.96%
		华泽集团有限公司（BVI）	5.00 万美元	100.00%
		马来西亚新华联集团	100.00 万马币	15.00%
颜涛	董事	华泽集团	10,000.00 万元	10.00%
		西藏融睿	5,000.00 万元	10.00%
		云南华鹏投资有限公司	58,000.00 万元	1.23%
		成都巴第航空管理咨询中心（有限合伙）	25,900.00 万元	3.86%
朱琳	董事	成都巴第航空管理咨询中心（有限合伙）	25,900.00 万元	3.86%
彭宇清	董事、总经理	云南华鹏投资有限公司	58,000.00 万元	0.16%
许磊	董事	杭州摩根士丹利长涛投资管理合伙企业（有限合伙）	100.00 万元	50.00%
贺明	监事	云南华鹏投资有限公司	58,000.00 万元	0.11%

上述对外投资与本公司不存在利益冲突。本公司其他董事、监事、高级管理人员与其他核心人员无其他重大对外投资。

（二）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员及其近亲属的持股情况

1、直接持股情况

本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员及其近亲属直接持有公司股份如下：

姓名	在本公司任职/亲属关系	直接持股数量（万股）	持股比例
张儒平	董事会秘书	300.00	1.73%

除上述情形之外，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属不存在其他直接持有公司股份的情况。

截至本招股说明书签署之日，上述人员所持有的本公司股份不存在质押或冻结的情况。

2、间接持股情况

本公司董事吴向东先生通过云南融睿间接持有公司 51.54%的股权、通过华泽集团间接持有公司 9.16%的股权，通过西藏融睿间接持有公司 17.42%的股权，合计持股比例为 78.13%。

本公司董事吴向东先生姐姐的配偶傅军先生通过新华联控股间接持有本公司的股份比例为 3.84%。

本公司董事颜涛先生通过西藏融睿、华泽集团间接持有本公司的股份比例分别为 4.00%、3.96%，合计持股比例为 7.96%。

本公司董事许磊先生通过杭州摩根士丹利长涛投资管理合伙企业（有限合伙）间接持有本公司的股份比例为 0.07%。

除上述持股情况外，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属不存在其他通过间接方式持有公司股份的情况。

截至本招股说明书签署之日，上述人员所持有的本公司股份不存在质押或冻结的情况。

三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

（一）薪酬情况

发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员 2016 年度从本公司领取的薪酬情况如下：

姓名	职务	2016 年度薪酬（万元）	2016 年在关联公司领取收入情况（万元）	2016 年在关联公司享受的其他待遇和退休金计划
吴向东	董事长	196.85	在华泽集团领取 555.00	无
颜涛	董事	未在本公司领薪	在华泽集团领取 80.00	无
彭宇清	董事、总经理	98.90	未在关联公司领取收入	无
朱琳	董事	未在本公司领薪	在华泽集团领取 65.00	无
罗永红	董事	未在本公司领薪	在华泽集团领取 65.00	无
许磊	董事	未在本公司领薪	未在关联公司领取收入	无

姓名	职务	2016 年度薪酬（万元）	2016 年在关联公司领取收入情况（万元）	2016 年在关联公司享受的其他待遇和退休金计划
雷光勇	独立董事	3.03	未在关联公司领取收入	无
郭国庆	独立董事	3.03	未在关联公司领取收入	无
马勇	独立董事	3.03	未在关联公司领取收入	无
皮文湘	监事	未在本公司领薪	在华泽集团领取 54.00	无
贺明	监事	未在本公司领薪	在华泽集团领取 60.00	无
张静	职工监事、采购总监	26.17	未在关联公司领取收入	无
张儒平	董事会秘书	3.59	未在关联公司领取收入	无
梁芳斌	财务总监	45.90	未在关联公司领取收入	无
杨强	副总经理	47.01	未在关联公司领取收入	无
黄飞	副总经理	53.32	未在关联公司领取收入	无
王子阳	物流部经理	26.60	未在关联公司领取收入	无
赵鹏飞	葡萄酒拓展部副总监	27.72	未在关联公司领取收入	无

除上述薪酬外，本公司董事、监事、高级管理人员最近一年不存在在发行人及关联公司享受其他薪酬待遇及退休金计划。

（二）薪酬确定依据及履行的程序

董事、监事、高级管理人员全部薪酬由基本薪酬和绩效薪酬构成，薪酬水平与其承担责任、风险和经营业绩挂钩。基本薪酬要参考市场同类薪酬标准，结合考虑职位、责任、能力等因素确定。绩效薪酬主要与公司经营目标完成情况、相关管理人员分管工作的成效等多方面相关，由薪酬与考核委员会确定。

董事根据其在公司担任的具体职务领取薪酬，不在公司担任具体职务的董事根据股东大会批准的董事工作津贴标准领取工作津贴，按月发放。监事根据其在公司担任的具体职务领取薪酬，不在公司担任具体职务的监事根据股东大会批准的监事工作津贴标准领取工作津贴，按月发放。独立董事津贴根据《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》的有关规定，结合公司的实际情况，参考同行业上市公司的标准水平，根据独立董事所承担的风险责任及市场薪酬水平确定独立董事的职务津贴，独立董事津贴按年计算，由薪酬与考核委员会提出建议，

并经公司董事会和股东大会通过后确定，按月发放。

考核年度结束后，由薪酬与考核委员会参照公司的经营状况和年度审计结果，具体方式参照公司董事会《薪酬与考核委员会工作规则》执行，并确定相关人员的绩效薪酬金额，公司高级管理人员的薪酬由公司董事会负责审议；董事、监事的薪酬由公司股东大会负责审议。

（三）最近三年董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额占各期发行人利润总额的比例

2014 年、2015 年、2016 年，发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在发行人领取的薪酬总额分别为 340.84 万元、347.56 万元、535.15 万元，分别占当期利润总额的-2.38%、8.59%、3.84%。

（四）发行人未来薪酬计划及水平变化趋势

发行人重视薪酬体系在经营战略中的作用，未来将参考同行业薪资增幅水平、通货膨胀水平、发行人盈利状况等因素对员工薪资进行调整，并适时增加激励措施，保证员工的稳定性和积极性，实现发行人人力资源的可持续发展。

发行人 2017 年 1-6 月利润总额为 17,534.22 万元，董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额占比为 2.84%。预计未来三年薪酬每年涨幅在 5%~40%，薪酬上涨与业绩挂钩。

上市后发行人仍将继续严格执行相关薪酬管理制度，保证上市前后薪酬安排的一致性和稳定性，不会对发行人的经营业绩产生较大影响。

四、公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订的协议及履行情况

本公司按照国家相关规定与董事长吴向东先生、董事兼总经理彭宇清先生、监事张静女士、全体高级管理人员及其他核心人员均签订了《劳动合同》，与公司高级管理人员签订了《保密协议》，规定了董事、监事、高级管理人员、核心人员的权利和义务。除此之外，本公司与董事、监事、高级管理人员和其他核心人员之间不存在其他协议安排。

上述协议在报告期内均得以良好履行。

五、董事、监事、高级管理人员近两年内变动情况及原因

（一）董事变动情况及原因

2015 年初，本公司的董事为吴向东、陈臻、彭宇清、张迎昊、李响、祝贺、吕本富、余应敏、王一江、施天涛，其中吴向东为董事长，吕本富、余应敏、王一江、施天涛为独立董事。

2015 年 6 月，由于原股东 KKR 转让其持有的全部股权，KKR 委派的董事李响辞去董事职务。2015 年 6 月 30 日，公司召开 2015 年第三次临时股东大会，同意李响辞去董事职务。2015 年 9 月，由于原股东 CV wine 转让其持有的全部股权，CV wine 委派的董事张迎昊辞去董事职务，2015 年 10 月 20 日，公司召开 2015 年第五次临时股东大会，同意张迎昊辞去董事职务。

2016 年 3 月 1 日，公司召开 2016 年第一次临时股东大会，由于第二届董事会任期即将届满，及公司外资股东退出，公司由外商投资公司变更为内资公司，因此同意第二届董事会提前解聘，选举第三届董事会。与公司第二届董事会相比，第三届董事会人数从 10 人变更为 5 人，陈臻、李响、张迎昊、祝贺、施天涛、吕本富、余应敏、王一江不再担任董事，吴向东、彭宇清、颜涛、朱琳、罗永红担任公司第三届董事会董事，吴向东为董事长。

2016 年 7 月 1 日，公司召开 2016 年第六次临时股东大会，选聘雷光勇、郭国庆、马勇为独立董事。

2016 年 12 月 15 日，公司召开 2016 年第十二次临时股东大会，增选杭州长潘提名的许磊为董事。

张迎昊、李响为公司原股东 KKR、CV WINE 提名并委派，因原股东 KKR、CV WINE 对外转让股份，张迎昊、李响辞任公司董事职务系因股东退出引起的合理调整。2016 年 3 月，由于公司股份结构调整，公司由外商投资企业变更为内资公司，故公司第二届董事会决定提前改选，独立董事吕本富、余应敏、王一江、施天涛因连任满两届，陈臻、祝贺因已从公司离职，在董事会改选时而自然换届离任。吴向东、彭宇清自 2010 年 11 月 24 日起一直担任公司董事职务，且

吴向东一直担任公司董事长职务；新增董事颜涛（原为公司监事）、朱琳（原为公司监事）、罗永红为公司在第二届、第三届董事自然换届选举时选举的董事。新增董事许磊为公司新增投资人杭州长潘委派的董事。新增独立董事为公司独立董事自然换届而聘任。

最近两年，虽然公司董事发生了一些变化，但其主要是由于股东退出导致其委派董事辞任公司董事、公司董事换届选举所产生，公司董事吴向东、彭宇清未发生变化，新任董事除罗永红外，颜涛、朱琳原为公司监事，对公司治理情况较为熟悉，并没有发生实质性影响公司经营管理的重大变化；公司上述董事变更符合有关规定，履行了必要的法律程序，公司董事不存在实质性影响公司经营管理的重大变化。

（二）监事变动情况及原因

2015 年初，本公司的监事为颜涛、朱琳、唐玲、姜润、张静、瞿京伟，其中颜涛为监事会主席，张静、瞿京伟为职工代表监事。

2015 年 6 月，由于原股东新远景成长转让其持有的全部股权，新远景成长委派的监事姜润辞去监事职务。2015 年 6 月 30 日，公司召开 2015 年第三次临时股东大会，同意姜润辞去监事职务。

2016 年 3 月 1 日，公司召开 2016 年第一次临时股东大会，由于外资股东退出，公司由外商投资企业转变为内资企业，因此同意第二届监事会提前解聘，提前选举第三届监事会，选举贺明、皮文湘为公司监事，与职工代表大会选举产生的职工代表监事张静共同组成第三届监事会。与公司第二届监事会相比，第三届监事会人数从 6 人变更为 3 人，颜涛、朱琳、唐玲、姜润、瞿京伟不再担任监事，皮文湘、贺明、张静担任第三届监事会监事，皮文湘为监事会主席。

公司原监事颜涛、朱琳因股东委派其担任公司董事，因此不再担任公司监事；由于新一届监事会规模缩减，唐玲不再担任公司监事，职工代表监事人数由两名变为一名，瞿京伟不再担任第三届监事会职工代表监事，职工代表大会重新选举张静继续担任职工代表监事；公司原监事姜润由于原股东新远景成长对外股权转让，不再担任公司监事；因此，张静、贺明、皮文湘新任公司监事。

（三）高级管理人员变动情况及原因

2015 年初，本公司的高级管理人员为祝贺、彭宇清、黄飞、许青林、杨强、梁芳斌、陈臻，其中祝贺为总经理，彭宇清、黄飞、许青林、杨强为副总经理，梁芳斌为财务总监，陈臻为董事会秘书。

2015 年 9 月 24 日，陈臻申请辞去董事会秘书职务。

2016 年 3 月 1 日，公司召开第三届董事会第一次会议，聘任彭宇清为公司总经理，祝贺不再担任公司经理，免去许青林副总经理职务。

2016 年 4 月 28 日，公司召开第三届董事会第五次会议，继续聘任杨强、黄飞为发行人副总经理，任期与第三届董事会任期一致。

2016 年 12 月 15 日，公司召开第三届董事会第十六次会议，决定聘任张儒平为发行人董事会秘书，继续聘任梁芳斌为财务总监。

自 2015 年 1 月 1 日至 2016 年 2 月 29 日，除陈臻辞职导致公司董事会秘书空缺，公司高级管理人员并未发生变更；2016 年 3 月 1 日，因董事会换届选举新一届董事会重新聘任高级管理人员，出于集中业务管理的需要，公司将副总经理成员进行了缩减，副总经理由四人变更为二人。公司现任高级管理人员为总经理彭宇清，副总经理杨强、黄飞，董事会秘书张儒平，财务总监梁芳斌。

上述五人中除张儒平外，彭宇清自 2010 年 11 月 24 日起一直担任公司副总经理，后于 2016 年 3 月 1 日起担任公司总经理；杨强、黄飞自 2013 年 12 月 23 日起一直担任公司副总经理；梁芳斌自 2013 年 12 月 23 日起一直担任公司财务总监，三名经理层高级管理人员及财务总监在公司任职时间较长，对公司业务及经营管理情况比较熟悉，最近两年均持续担任高级管理人员，其任职情况比较稳定；董事会秘书张儒平为因公司原董事会秘书陈臻辞职导致公司第三届董事会秘书空缺所新聘任高级管理人员。

最近两年，公司经理层高级管理人员虽有缩减，但现任三名经理层高级管理人员一直担任公司经理层高级管理人员，公司财务总监亦未发生变更，仅因董事会秘书辞职公司选聘了新的董事会秘书，上述变化并未影响公司的经营管理且均已履行必要的法律程序，因此，公司最近两年高级管理人员未发生重大变化。

六、董事、监事、高级管理人员的任职资格情况

本公司董事、监事及高级管理人员均符合《公司法》、《证券法》和公司章程等国家有关法律法规和规范文件规定的任职资格条件。

七、公司治理

公司成立以来，股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书制度逐步建立健全，目前公司已建立了比较科学和规范的法人治理结构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确的制衡机制。

公司参照上市公司的要求制订和完善了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作规则》、《董事会秘书工作规则》、《关联交易管理制度》、《战略委员会工作规则》、《薪酬与考核委员会工作规则》、《提名委员会工作规则》、《审计委员会工作规则》、《总经理细则》、《规范与关联方资金往来的管理制度》、《对外担保管理制度》、《投资决策管理办法》、《信息披露管理办法》、《内幕知情人登记管理制度》、《董事监事高管人员所持公司股份及其变动管理制度》、《年报信息披露重大差错责任追究制度》、《重大信息内部报告制度》、《投资者关系管理工作细则》、《控股子公司管理制度》、《财务管理制度》、《内部审计制度》、《融资管理办法》、《董事、监事、高级管理人员薪酬管理制度》法人治理制度文件，并在实际经营中严格遵照执行，保障投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策、选择管理者等权利。

（一）股东大会的实际运行情况

2014 年初至本招股书签署日，公司共召开 29 次股东大会。公司股东大会严格按照《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》及有关法律法规规定规范运作。公司历次股东大会在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合《公司章程》、《股东大会议事规则》及有关法律法规的规定，决议合法有效，不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情况。

（二）董事会的实际运行情况

2014 年初至本招股书签署日，公司共召开 41 次董事会。公司董事会按照《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》及有关法律法规规定规范运作，董事会对公司选聘高级管理人员、设置专门委员会、制定主要管理制度等事项作出了决议。公司历次董事会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合《公司章程》、《董事会议事规则》及有关法律法规的规定，不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情况。

（三）监事会的实际运行情况

2014 年初至本招股书签署日，公司共召开 28 次监事会。公司监事会按照《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》及有关法律法规的规定规范运作，监事会对公司董事会决策程序、公司董事、高级管理人员履行职责情况进行了有效监督。公司历次监事会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合《公司章程》、《监事会议事规则》及有关法律法规的规定，不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情况。

（四）独立董事履职情况

自公司聘用独立董事以来，各独立董事通过出席董事会、召集并参加董事会专门委员会、列席股东大会等方式，及时了解公司经营管理、公司治理、内部控制等各项情况，并按照公司章程，谨慎、勤勉、尽责、独立地履行职责，在关联交易管理、内部控制有效运行的督促检查、法人治理的规范化运作等方面发挥了积极有效的作用。报告期内，不存在独立董事对公司有关事项曾提出异议的情况。

（五）董事会秘书履职情况

董事会秘书为公司高级管理人员，公司董事会秘书制度建立以来，董事会秘书主要负责筹备公司股东大会和董事会，记录并保管会议文件，办理公司的信息披露相关事宜，保证公司信息披露的真实、准确和完整。本公司董事会秘书具备履行职责所必需的财务、管理、法律专业知识，任职期间均按照《董事会秘书工作规则》履行其职责。

（六）董事会专门委员会的设置及运行情况

公司董事会下设审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，并制定了各专门委员会工作规则。公司各专门委员会的人员构成情况如下：

委员会名称	主任委员	委员
审计委员会	雷光勇	朱琳、郭国庆
战略委员会	吴向东	颜涛、彭宇清、朱琳、马勇
提名委员会	马勇	吴向东、雷光勇
薪酬与考核委员会	郭国庆	罗永红、雷光勇

公司各专门委员会自设立以来，严格按照《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》和各专门委员会工作规则等规定开展工作并履行职责，各委员会成员勤勉尽职，积极履行相关职责，专门委员会整体运行情况良好，对完善公司治理结构发挥了积极作用。

八、发行人内部控制制度情况

（一）公司管理层对内部控制的自我评价

公司认为：根据《企业内部控制基本规范》及相关规定，公司建立了较为完善的法人治理结构，符合国家现有法律法规的相关规定，能够对公司各项业务的正常运行及风险控制提供保证，因此，本公司内部控制于 2017 年 6 月 30 日在所有重大方面是有效的。

（二）注册会计师对本公司内部控制制度的评价

大华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司内部控制制度进行了鉴证，出具了《关于华致酒行连锁管理股份有限公司内部控制鉴证报告》，认为公司按照《企业内部控制基本规范》和相关规定于 2017 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

九、发行人近三年违法违规行为情况

公司近三年不存在重大违法违规行为，也不存在受到相关主管机关重大处罚情况。

十、发行人资金占用和对外担保情况

发行人资金占用情况详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、发行人关联交易”之“（二）偶发性关联交易”。

发行人对外担保情况详见本节“十一、公司资金管理、对外投资、担保事项的政策及制度安排”之“（三）对外担保制度”。

十一、公司资金管理、对外投资、担保事项的政策及制度安排

为规范公司的资金管理、对外投资和对外担保行为，公司按照《公司法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》和《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等相关法律法规的规定，制定了相关制度性文件，并在实际经营中严格遵照执行，保障股东的合法权益。

（一）资金活动管理制度

为加强财务核算，防范和控制资金风险，保证资金安全，公司在《公司章程》、《财务管理制度》、《印章使用管理制度》等规范性文件中对资金活动的决策、支付程序、责任承担等方面进行了相关规定。

报告期内，公司资金管理相关制度执行情况良好，不存在违规情形。

（二）对外投资管理制度

为加强公司对外投资的管理，规范公司对外投资行为，保证对外投资的安全，合理规避投资风险，提高对外投资效益，公司根据《公司法》、《公司章程》的相关规定，制定了《投资决策管理办法》。

股东大会对外投资权限如下：

（1）对外投资涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50%以上，该对外投资涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；

（2）对外投资标的在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计主营业务收入的 50%以上，且绝对金额超过人民币 3,000 万元；

（3）对外投资标的在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过人民币 300 万元；

（4）对外投资的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过人民币 3,000 万元；

（5）对外投资产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过人民币 300 万元；

（6）法律、法规、规章、规范性文件及《公司章程》规定应当提交股东大会审议的其他标准。

上述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。

股东大会授权董事会对外投资的权限为：

对外投资涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 10%以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；

对外投资标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 10%以上，且绝对金额超过人民币 500 万元；

对外投资标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 10%以上，且绝对金额超过人民币 100 万元；

对外投资的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 10%以上，且绝对金额超过人民币 500 万元；

对外投资产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 10%以上，且绝对金额超过人民币 100 万元。

上述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。

对外投资决策程序如下：

公司总经理办公室对投资项目进行初步评估，提出投资建议，报董事会战略委员会初审；初审通过后，应组织公司相关人员组建工作小组，对项目进行可行性分析并编制报告上报董事会战略委员会；董事会战略委员会对可行性研究报告

及有关合作协议评审通过后提交董事会审议；董事会根据相关权限履行审批程序，超出董事会权限的，提交股东大会审议；已批准实施的对外投资项目，应由有权机构授权公司的相关部门负责具体实施；公司经营管理层负责监督项目的运作及其经营管理。

报告期内，公司严格遵守《公司法》、《公司章程》、《投资决策管理办法》的有关规定，不存在违规情形。

（三）对外担保制度

1、报告期对外担保情况

公司子公司江苏中糖在 2014 年 12 月 25 日、2016 年 1 月 5 日为江苏苏糖烟酒有限公司在南京银行长江支行授信提供担保，担保额度均为 700 万元。2014 年 11 月 17 日，公司分别召开第二届董事会第八次会议、第二届监事会第六次会议，审议通过了《关于子公司对外提供授信担保的议案》；2015 年 12 月 9 日，公司分别召开第二届董事会第十六次会议、第二届监事会第十次会议，审议通过了《关于子公司对外提供授信担保的议案》。上述担保合同现已履行完毕。

2015 年，贵州怀仁茅台农村商业银行股份有限公司为解决茅台酒经销商融资便捷而设计了一款用于满足经销商日常经营过程中采购物资、支付经营费用的信贷产品。2015 年 7 月 30 日，公司子公司西藏中糖与贵州怀仁茅台农村商业银行股份有限公司、湖南春风酒业有限公司签署了最高额保证合同，担保范围为 2015 年 7 月 30 日至 2016 年 7 月 29 日期间发生的最高额度为人民币 3,000 万元的银行承兑汇票；2015 年 7 月 30 日，公司子公司西藏中糖与贵州怀仁茅台农村商业银行股份有限公司、宁波酩荟贸易有限公司签署了最高额保证合同，担保范围为 2015 年 7 月 30 日至 2016 年 7 月 29 日期间发生的最高额度为人民币 2,400 万元的银行承兑汇票。2015 年 12 月 9 日，公司分别召开第二届董事会第八次会议、第二届监事会第六次会议，审议通过了《关于子公司对外提供最高额保证的议案》。上述担保合同现已履行完毕。

截至本招股说明书签署日，公司及子公司均不存在对外担保情况。

报告期内，以上对外担保事项所涉金额较小，均按《公司章程》、《对外担保

管理制度》的相关规定严格执行并已履行完毕，未对公司产生不良影响。

2、对外担保制度

为规范公司对外担保行为，有效控制公司对外担保风险，保证公司资产安全，根据《公司法》等法律、法规、规范性文件及《公司章程》的相关规定，公司制定了《对外担保管理制度》。除对合并报表范围内的子公司外，公司不得提供对外担保。

公司下列对外担保行为，应当在董事会审议通过后提交股东大会审议：

（1）公司及公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；

（2）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；

（3）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过人民币 3,000 万元；

（4）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；

（5）单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；

（6）深圳证券交易所规定或《公司章程》约定需经股东大会审议的其他担保。

董事会审议批准除上述对外担保行为之外的其他对外担保行为。

董事会审议担保事项时，必须经出席董事会会议的三分之二以上董事审议同意；股东大会审议前述第（2）项担保事项时，应经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过；公司在十二个月内发生的对外担保应当按照累计计算的原则适用本条的规定，已按相关规定履行义务的，不再纳入相关的累计计算范围。

十二、投资者权益保护的情况

为切实提高公司的规范运作水平，保护投资者特别是中小投资者的合法权益，充分保障投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利，公司制定了相关制度，充分维护投资者的相关利益，具体体现在以下几个方面：

（一）保障投资者获取公司信息的权利

根据《公司章程》、《信息披露管理办法》等相关规定，公司在治理制度层面上对投资者依法享有获取公司信息的权利进行了有效保护。

《公司章程》规定，股东有权对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；股东有权查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告。

《信息披露管理办法》规定，公司应当真实、准确、完整、及时、公平地披露所有对公司证券及其衍生品种交易价格可能产生重大影响的信息，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。公司的董事、监事、高级管理人员及其他信息披露义务人应当忠实、勤勉地履行职责，保证披露信息的真实、准确、完整、及时、公平，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。公司除按照强制性规定披露信息外，应主动、及时地披露可能对股东和其他利益相关者决策产生实质性影响的信息，并保证所有股东有平等的机会获得信息。

（二）保障投资者享有资产收益的权利

《公司章程》规定，公司利润分配应重视对投资者的合理回报，实行持续、稳定的利润分配政策，兼顾全体股东的整体利益及公司的可持续发展。公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利。公司优先采用现金分红的利润分配方式，在公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生时，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，采取现金方式分配股利，每年以现金方式分配的利润不少于合并报表当年实现的归属于上市公司股东的可分配利润的 10%。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以采取股票股利的方式进行利润分配，在采用股票方式分配利润时，应当兼顾公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。公司董事会可以根据公司的经营状况提议公司进行中期现金分红。

（三）保障投资者参与重大决策和选择管理者的权利

《公司章程》规定，公司股东有权依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；对公司的经营进行监督，提出建

议或者质询；股东大会将设置会场，以现场会议形式召开，公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。董事会应当根据法律、行政法规和本章程的规定，在收到请求后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见；董事会同意召开临时股东大会的，应当在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原请求的变更，应当征得相关股东的同意；董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到请求后 10 日内未作出反馈的，单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向监事会提议召开临时股东大会，并应当以书面形式向监事会提出请求；监事会同意召开临时股东大会的，应在收到请求 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原提案的变更，应当征得相关股东的同意；监事会未在规定期限内发出股东大会通知的，视为监事会不召集和主持股东大会，连续 90 日以上单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东可以自行召集和主持。

第九节 财务会计信息与管理层分析

本章的财务会计数据和相关的分析说明反映了本公司最近三年及一期经审计的财务状况、经营成果及现金流量。引用的财务会计数据，非经特别说明均引自大华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的大华审字[2017] 007713号《审计报告》。投资者若需对本公司报告期内财务状况、经营成果、现金流量和会计政策进行更详细的了解，应当阅读审计报告全文。

一、最近三年及一期经审计的合并财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动资产：				
货币资金	315,560,652.59	399,144,209.17	275,745,586.85	156,178,527.91
应收票据	37,274,867.91	8,540,000.00	50,599,508.13	11,048,827.30
应收账款	146,729,203.74	292,526,097.10	114,603,143.64	96,640,821.03
预付款项	398,529,797.52	543,298,828.04	219,621,956.82	223,611,278.16
其他应收款	11,740,000.21	18,157,917.42	110,934,798.39	47,341,524.12
存货	820,093,050.12	807,580,153.01	1,024,505,914.62	1,198,621,417.59
其他流动资产	54,973,389.90	77,565,325.15	29,136,764.43	23,628,591.07
流动资产合计	**1,784,900,961.99**	**2,146,812,529.89**	**1,825,147,672.88**	**1,757,070,987.18**
非流动资产：				
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	7,658,078.14	7,929,915.98	8,941,265.73	11,676,382.63
在建工程	-	-	-	276,585.40
无形资产	747,309.19	986,749.73	1,623,834.52	1,107,647.99
长期待摊费用	14,541,025.62	18,508,771.44	35,103,880.70	62,596,975.16
递延所得税资产	55,480,630.16	63,978,945.72	72,794,680.19	81,123,719.39
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	**78,427,043.11**	**91,404,382.87**	**118,463,661.14**	**156,781,310.57**
资产总计	**1,863,328,005.10**	**2,238,216,912.76**	**1,943,611,334.02**	**1,913,852,297.75**

项目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动负债：				
短期借款	309,660,000.00	407,660,000.00	220,000,000.00	340,000,000.00
应付票据	196,547,246.00	186,637,684.00	220,213,044.00	41,735,398.00
应付账款	68,554,134.36	70,509,556.59	122,842,937.84	147,333,189.60
预收款项	54,538,114.97	195,832,656.88	70,403,367.90	66,300,844.78
应付职工薪酬	26,625,394.66	28,942,149.25	17,692,056.11	17,690,727.87
应交税费	20,920,624.22	20,111,920.02	22,809,782.58	22,552,431.18
应付利息	304,618.54	404,006.94	342,718.75	533,000.00
应付股利	-	61,710,706.51	61,710,706.51	61,710,706.51
其他应付款	93,513,752.11	311,711,137.26	142,973,087.33	175,637,751.08
其他流动负债	18,953,721.41	25,511,065.88	39,182,545.63	40,570,418.97
流动负债合计	**789,617,606.27**	**1,309,030,883.33**	**918,170,246.65**	**914,064,467.99**
非流动负债：				
预计负债	-	-	-	-
递延收益	-	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-	-
负债合计	**789,617,606.27**	**1,309,030,883.33**	**918,170,246.65**	**914,064,467.99**
股东权益：				
股本	173,666,000.00	173,666,000.00	165,000,000.00	165,000,000.00
资本公积	213,785,999.34	213,785,999.34	162,451,999.34	162,451,999.34
其他综合收益	-1,218,949.49	-1,814,910.50	-656,030.64	114,033.78
盈余公积	89,471,670.28	89,471,670.28	89,471,670.28	89,471,670.28
未分配利润	585,439,638.29	445,774,192.95	607,773,448.39	582,750,126.36
归属于母公司股东权益合计	1,061,144,358.42	920,882,952.07	1,024,041,087.37	999,787,829.76
少数股东权益	12,566,040.41	8,303,077.36	1,400,000.00	
股东权益合计	**1,073,710,398.83**	**929,186,029.43**	**1,025,441,087.37**	**999,787,829.76**
负债和股东权益总计	**1,863,328,005.10**	**2,238,216,912.76**	**1,943,611,334.02**	**1,913,852,297.75**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
一、营业总收入	**1,225,025,172.49**	**2,184,134,247.05**	**1,577,567,358.94**	**1,147,964,777.72**

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
二、营业总成本	**1,072,145,959.65**	**2,061,023,003.05**	**1,550,472,806.49**	**1,301,138,534.24**
其中：营业成本	970,012,022.18	1,807,560,957.37	1,210,462,734.44	910,760,253.30
税金及附加	5,999,653.49	12,901,690.14	15,353,250.48	8,778,399.75
销售费用	63,323,620.53	181,671,398.38	273,245,183.15	254,183,092.38
管理费用	31,691,770.70	44,046,360.94	40,209,367.41	50,303,371.45
财务费用	9,576,345.34	5,506,928.48	10,689,813.75	23,466,815.66
资产减值损失	-8,457,452.59	9,335,667.74	512,457.26	53,646,601.70
加：公允价值变动收益	-	-	-	-
投资收益	-72,038.30	-	25,088.97	661,612.47
其他收益	1,819,822.64			
三、营业利润	**154,626,997.18**	**123,111,244.00**	**27,119,641.42**	**-152,512,144.05**
加：营业外收入	29,432,101.10	18,186,821.04	13,856,785.47	12,823,994.95
其中：非流动资产处置利得	238,387.61	131,722.99	1,708.55	4,515.15
减：营业外支出	8,716,944.88	1,823,872.45	522,940.55	3,669,759.15
其中：非流动资产处置损失		110,868.15	21,565.29	1,539,387.93
四、利润总额	**175,342,153.40**	**139,474,192.59**	**40,453,486.34**	**-143,357,908.25**
减：所得税费用	32,584,745.01	27,070,370.67	15,430,164.31	-28,440,978.96
五、净利润	**142,757,408.39**	**112,403,821.92**	**25,023,322.03**	**-114,916,929.29**
归属于母公司所有者的净利润	139,665,445.34	113,000,744.56	25,023,322.03	-114,916,929.29
少数股东损益	3,091,963.05	-596,922.64	-	-
六、每股收益				
（一）基本每股收益	0.80	0.68	0.15	-0.70
（二）稀释每股收益	0.80	0.68	0.15	-0.70
七、其他综合收益的税后净额	595,961.01	-1,158,879.86	-770,064.42	114,033.78
其中：外币报表折算差额	595,961.01	-1,158,879.86	-770,064.42	114,033.78
八、综合收益总额	**143,353,369.40**	**111,244,942.06**	**24,253,257.61**	**-114,802,895.51**
归属于母公司所有者的综合收益总额	140,261,406.35	111,841,864.70	24,253,257.61	-114,802,895.51
归属于少数股东的综合收益总额	3,091,963.05	-596,922.64	-	-

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	1,405,456,561.73	2,429,602,189.25	1,628,668,016.41	1,280,443,798.38
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	36,360,619.67	40,648,161.45	28,039,801.69	36,806,806.43
经营活动现金流入小计	1,441,817,181.40	2,470,250,350.70	1,656,707,818.10	1,317,250,604.81
购买商品、接受劳务支付的现金	1,015,547,164.87	2,172,707,526.92	855,604,444.33	812,611,227.26
支付给职工以及为职工支付的现金	43,023,467.61	66,898,326.95	79,813,474.91	70,195,785.19
支付的各项税费	52,794,397.18	148,540,938.22	150,882,875.44	75,867,138.44
支付其他与经营活动有关的现金	64,584,011.36	181,781,092.72	288,622,450.30	169,764,607.95
经营活动现金流出小计	1,175,949,041.02	2,569,927,884.81	1,374,923,244.98	1,128,438,758.84
经营活动产生的现金流量净额	**265,868,140.38**	**-99,677,534.11**	**281,784,573.12**	**188,811,845.97**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金		137,055,800.00	177,200,000.00	152,800,000.00
取得投资收益收到的现金	-	-	-	404,450.09
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	359,000.00	39,950.00	-	27,302.71
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	197,000.00
收到其他与投资活动有关的现金		3,910,263.41	402,675.19	1,397,324.81
投资活动现金流入小计	359,000.00	141,006,013.41	177,602,675.19	154,826,077.61
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	710,939.07	2,137,423.43	7,822,174.58	14,623,305.99
投资支付的现金		54,055,800.00	211,700,000.00	180,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	45,000,000.00	-

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	710,939.07	56,193,223.43	264,522,174.58	194,623,305.99
投资活动产生的现金流量净额	**-351,939.07**	**84,812,789.98**	**-86,919,499.39**	**-39,797,228.38**
三、筹资活动产生的现金流量：	-	-	-	-
吸收投资收到的现金	5,571,000.00	64,900,000.00	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	5,571,000.00	4,900,000.00	-	-
取得借款收到的现金	30,000,000.00	645,760,000.00	251,598,240.00	490,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	35,571,000.00	710,660,000.00	251,598,240.00	490,000,000.00
偿还债务支付的现金	326,836,874.11	290,400,000.00	370,000,000.00	560,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	73,741,935.95	287,062,210.70	18,201,538.84	23,241,750.03
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	400,578,810.06	577,462,210.70	388,201,538.84	583,241,750.03
筹资活动产生的现金流量净额	**-365,007,810.06**	**133,197,789.30**	**-136,603,298.84**	**-93,241,750.03**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**21,634.72**	**57,545.95**	**837,878.84**	**-**
五、现金及现金等价物净增加额	**-99,469,974.03**	**118,390,591.12**	**59,099,653.73**	**55,772,867.56**
加：年初现金及现金等价物余额	**304,598,074.76**	**186,207,483.64**	**127,107,829.91**	**71,334,962.35**
六、期末现金及现金等价物余额	**205,128,100.73**	**304,598,074.76**	**186,207,483.64**	**127,107,829.91**

二、审计意见类型

本公司委托大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计了公司财务报表，包括 2017 年 6 月 30 日、2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2014 年 12 月 31 日合并及母公司的资产负债表，2017 年 1-6 月、2016 年度、2015 年度和 2014 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益

变动表，以及财务报表附注。

大华会计师事务所（特殊普通合伙）出具了“大华审字[2017]007713 号”标准无保留意见的审计报告。大华会计师事务所（特殊普通合伙）认为：华致酒行财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了华致酒行 2017 年 6 月 30 日、2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2017 年 1-6 月、2016 年度、2015 年度、2014 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对发行人业绩变动具有较强预示作用的财务及非财务指标

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响收入的主要因素

公司为中国消费者提供全球范围内多样的、优质的酒水选择和服务。影响公司收入的主要因素包括：行业市场环境及消费结构、公司营销网络建设及管理能力。

（1）行业市场环境及消费结构

酒文化是我国传统文化的重要组成部分，随着我国经济的发展和人民生活水平的提高，人们对精品酒水的需求量越来越大，市场环境也发生着变化。

在消费群体结构上，自 2012 年起，由于市场环境变化，白酒、葡萄酒消费量在短期内有所减少。近两年，随着商务、个人消费的增加，国内精品酒水市场趋于理性，进入常态化发展阶段，呈现量价齐升的局面。

在产品结构上，国内中产阶级占总人口比重不断扩大，对生活品质的较高追求使得酒水市场呈现出健康化、多样化、个性化的消费特点。白酒依照中国传统仍占据国内主要的市场份额，其他酒类品种如葡萄酒、进口烈酒等消费量随着市场总量的增加，发展空间也十分广阔。

在购买习惯上，消费者对酒品品质的重视，促使其倾向到管理规范、品牌知名度较高、具有规模优势的商家买酒，除了价格优势外，酒品保真和文化体验亦

已成为消费者选择商家的重要考虑因素。

基于上述行业形势，酒类销售企业需要实现规模化发展，注重销售终端数据的分析，掌握市场动态，为消费者提供专业化、个性化的酒水消费体验，这为公司这类具有丰富运营经验和品牌效应、能够开发引进新品的企业提供了良好的发展契机。

（2）公司营销网络建设及管理能力。

公司建立了布局全国的多渠道营销网络，通过连锁酒行、零售网点、KA 卖场、团购销售和电商平台、终端供应商等多种渠道，向消费者提供专业、便捷的购酒服务。

截至 2017 年 6 月 30 日 ，公司已在全国 27 个省、自治区、直辖市设立 202 家连锁酒行，采用统一的门店形象，规范运行，以优质的服务贴近酒类消费者；公司在北京、南京、成都、郑州、武汉、石家庄、济南、沈阳、重庆、西安等十余个大中城市，铺设销售网络，采用直供模式，对客户直接、快速供货，截至 2017 年 6 月，共发展零售网点 3,000 余家，2016 年实现收入 7.96 亿，2017 年 1-6 月实现收入 4.21 亿 ；公司与麦德龙、沃尔玛、华润万家、卜蜂莲花等大型超市均保持了良好的合作关系；与 100 余家区域性终端供应商开展合作，借助其地域优势和渠道资源拓展业务；除此以外，公司还成立重点客户部开拓团购业务，在天猫、京东等电商平台设立旗舰店，作为营销网络的补充。

目前，公司的营销网络仍有待完善，多渠道、创新化、精细化营销网络建设及管理是影响公司业务增长及盈利能力的主要因素。

2、影响成本的主要因素

公司的成本主要为酒品的采购成本，影响公司成本的主要因素包括：供应商渠道建设和维护能力、库存商品的采购价格、对库存酒品的管控能力。

（1）供应商渠道建设和维护能力

目前，国内白酒、葡萄酒已经形成了有一定价格梯度的行业品牌和竞争格局。国内市场中精品白酒、葡萄酒主要来自国内外知名酒厂、酒庄。对供应商渠道的开发和维护能力在一定程度上影响公司的盈利。

凭借公司多渠道的营销网络和强大的推广能力，公司获得了充足且稳定的产品资源。在白酒方面，公司与国内知名酒厂均建立了长期和良好的业务合作关系，拥有众多知名品牌的经销权，是“五粮液年份酒”、“贵州茅台酒（金）”、“古井贡酒 1818”“国香荷花”等酒水的总经销商；在葡萄酒方面，公司坚持与知名酒庄或其品牌代理商合作，与众多国际知名酒商和酒庄建立了联系，除“阿伦选•葡萄酒”产品系列外，公司是著名红酒品牌“罗伯特•蒙大菲”在中国大陆地区的独家代理机构。与众多知名酒厂、国外名酒庄良好的合作使得公司在获得优质产品的同时，降低了经营成本，减少了对单品的依赖程度，提高了公司抗风险能力和盈利能力。

（2）库存商品的采购价格

报告期内，公司白酒、进口葡萄酒的采购价格是影响成本的主要因素。在白酒方面，公司的采购价格主要受上游酒厂定价策略、市场供需情况、公司采购规模以及向上游酒厂议价能力的影响。在进口葡萄酒方面，公司根据中国消费者口味和消费趋势，聘请国外知名葡萄酒专家，共同探讨新产品的引进及规划，对名庄酒价格多方对比、询价，确认采购标的和价格，最大限度地迎合市场趋势，提高盈利能力。

（3）对库存酒品的管控能力

公司定位于做行业领先的全球精品酒水销售服务运营商，对库存酒品的妥善保存、合理管理和全面监控，在一定程度上可以降低酒品损耗、变质，提高资金周转效率，影响发行人的盈利能力，对库存酒品从采购到仓储到运输的管控尤为重要。

3、影响费用的主要因素

公司的期间费用由销售费用、管理费用和财务费用构成，影响公司费用的主要因素是营销团队人工成本及产品宣传推广费用、物流建设及运输成本。

（1）营销团队人工成本及产品宣传推广费用

酒类流通企业对营销服务人员的专业程度依赖性较高。依据公司的营销网络建设计划，未来公司将大力拓展直供终端，公司需要不断扩充营销团队规模满足

公司发展需要。近年来，公司选拔、招聘、培育骨干人才，优化薪酬体系，加强团队建设，已经形成了一支稳定、高效的销售队伍。截至 2017 年 6 月 30 日，公司及其子公司共有销售人员 354 人，占公司员工总数的 70.84%，但仍不能满足公司业务发展的需要，公司营销人员的数量仍有较大的增长空间，并且，随着社会人力成本的上升，营销人员薪酬也将上涨。因此，如果公司的收入规模不能随营销团队人工成本同比例增长，将在一定程度上影响发行人的盈利能力。

另一方面，公司在广告宣传、新产品市场推广、产品促销等方面需要开支大量费用，该类费用的控制能力也对公司的利润水平构成影响。

（2）物流建设及运输成本

运输成本方面，公司主要通过聘请第三方物流公司负责承运，涉及的主要成本由运载货物数量、国际油价水平、运输路径距离、物流公司人工成本以及物流储备管理水平等决定。其中，国际油价水平和物流公司人工成本属于外部市场因素，运载货物数量与当期公司采购量和销量相关，运输路径距离与公司的客户分布结构以及供应链管理水平相关。上述因素的变化皆有可能导致运输成本的变动。

4、影响利润的主要因素

除上述收入、成本和期间费用等因素外，影响公司利润的主要因素为主营业务毛利率和资产减值损失。

（1）主营业务毛利率

公司的毛利主要由主营业务贡献，毛利水平受收入规模和毛利率两方面因素影响。2014 年至 2017 年 1-6 月，公司主营业务毛利率分别为 20.66%、23.27%、17.24%和 20.80%，表明公司盈利能力较强，虽然公司不断加快产品更新速度，不断推出新款产品，但激烈的市场竞争仍有可能导致公司毛利率下降。

（2）资产减值损失

由于公司存货占总资产的比例较大，因此当酒类价格因政策因素、市场因素大幅下降时，会产生较大的资产减值损失，影响公司利润。2014 年，由于公司存货水平较高，而酒价持续下跌，导致公司计提了较大金额的存货跌价准备，致

使利润为负。

（二）对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

1、财务指标

公司管理层认为，下列指标对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强的预示作用：

主要指标	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
营业收入（万元）	122,502.52	218,413.42	157,756.74	114,796.48
营业收入增长率（%）	-	38.45%	37.42%	-
综合毛利率（%）	20.82%	17.24%	23.27%	20.66%
存货周转率（次）	1.18	1.95	1.05	0.64

（1）营业收入增长率

公司营业收入的增长是公司可持续发展的基础，2015 年和 2016 年，公司营业收入增长率分别为 37.42%和 38.45%，发展态势良好。公司营业收入稳步增长一是得益于行业的个人、商务酒类消费的快速增长，二是公司良好的产品质量和服务赢得了市场口碑，公司市场开拓能力有所提升，获得了大量的终端客户订单。具体情况见本节“十二、盈利能力分析”之“（二）营业收入构成及变化趋势分析”。

（2）综合毛利率

公司的综合毛利率反映了公司的综合获利能力，2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年 1-6 月，公司综合毛利率分别为 20.66%、23.27%、17.24%和 20.82%，毛利率的变化主要由公司销售不同毛利率产品的占比变化导致。具体情况见本节“十二、盈利能力分析”之“（四）毛利及毛利率分析”。

（3）存货周转率

2014 年至 2017 年 1-6 月，公司存货周转率分别为 0.64 次、1.05 次、1.95 次和 1.18 次，公司存货周转率符合酒类流通的特点。报告期内，公司加强了对存货的控制，减少对大额库存产品的采购规模，积极消化现有库存，提高资产运营

效率。具体情况见本节“十三、财务状况分析”之“（一）资产分析”之“2、流动资产结构及变动分析”之“（6）存货”。

2、非财务指标

对直供终端客户的拓展能力和持续获取产品的能力是对公司具有核心意义的非财务指标。

（1）对直供终端客户的拓展能力

在供应链竞争时代，尤其是对酒类流通企业来说，直供终端客户由于需求稳定、利润空间大等特点成为上游供应商重点发展的渠道，能否有效地吸引和掌握市场里的优质直供终端客户是提高公司核心竞争力的一个不可或缺的重要因素。报告期内，公司一方面大力拓展直供终端资源，增加零售网点、商超门店等直供终端数量，另一方面加强精细化网点建设，帮助直供终端客户提高管理水平，以此提高公司营业收入和营业利润。2015 年和 2016 年，公司直供终端渠道销售收入对主营业务收入增长的贡献率分别为 59.37%和 53.88%，报告期各期，直供终端的毛利占公司主营业务毛利的 57.62%、55.72%、62.04%和 67.31%，是公司业绩增长和实现利润的第一大驱动因素。

未来几年，募投项目的实施将进一步增加直供终端客户数量，同时加强物流仓储设施和管理信息化系统的建设，全方位覆盖国内各区域市场。新增直供终端客户数量对公司未来业绩变化具有较强的预示作用。

（2）持续获取产品的能力

公司自成立以来，逐步建立了较为强大的营销网络，在与上游酿酒企业的合作中形成了相应的议价能力，与公司开展合作的酒企数量以及从酒厂获得的产品品种数量均逐渐增加，基于对酒文化的深刻认知及对消费者的深度研究，公司一方面遴选知名酿酒企业已上市的精品酒水进行销售，另一方面联合酒企，开发契合市场需求的新产品，为消费者提供多元化、个性化的选择。公司持续的产品获取能力有助于公司拓展利润来源，同时还能使公司更好地服务于下游终端客户，增强其对公司的粘性，实现公司业务的良性循环。

四、财务报告审计基准日至招股说明书签署日之间的经营状况

财务报告审计基准日后，公司经营模式、主要客户和供应商的构成、主要核心业务人员、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大变化，整体经营情况良好。

五、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况

（一）会计报表的编制基础

1、编制基础

本公司根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和具体企业会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”）进行确认和计量，在此基础上，结合中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》（2014 年修订）的规定，编制财务报表。

2、持续经营

本公司对报告期末起 12 个月的持续经营能力进行了评价，未发现对持续经营能力产生重大怀疑的事项或情况。因此，本财务报表系在持续经营假设的基础上编制。

（二）合并报表范围及变化情况

1、2014 年度纳入合并财务报表范围的二级子公司共 24 户，具体包括：

子公司名称	子公司类型	级次	持股比例（%）	表决权比例（%）
长沙华致酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
德钦华致高原酒窖连锁管理有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
邵阳湘窖酒业销售有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
华致葡萄酒与烈酒（香港）有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
北京京都华致贸易有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
醴陵华致酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
湖南华致物流有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00

子公司名称	子公司类型	级次	持股比例（%）	表决权比例（%）
华致精品酒水商贸有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
贵州珍酒商贸有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
慈溪中唐酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
广州粤都华致酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
福州华致酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
兰州华致酒业贸易有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
孝感华致酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
南昌华致酒行实业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
合肥华致酒业贸易有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
沈阳华致酒业贸易有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
苏州华致贸易有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
南京陵都华致酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
泉州华致酒业贸易有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
成都华致酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
武汉珍品华致酒业贸易有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
无锡华致酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
杭州华致贸易有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00

（1）2014 年度新纳入合并范围的二级子公司：

无

（2）2014 年度不再纳入合并范围的二级子公司：

子公司名称	变更原因
天津华致津都酒业贸易有限公司	转让
济南华致酒业有限公司	转让
郑州华致酒业有限公司	转让
重庆珍品华致贸易有限公司	转让

2、2015 年度纳入合并财务报表范围的二级子公司共 21 户，具体包括：

子公司名称	子公司类型	级次	持股比例（%）	表决权比例（%）
长沙华致酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
德钦华致高原酒窖连锁管理有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00

子公司名称	子公司类型	级次	持股比例（%）	表决权比例（%）
邵阳湘窖酒业销售有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
华致葡萄酒与烈酒（香港）有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
北京京都华致贸易有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
醴陵华致酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
湖南华致物流有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
华致精品酒水商贸有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
贵州珍酒商贸有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
慈溪中唐酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
北京华致陈香电子商务有限公司	控股子公司	2	80.00	80.00
郑州悦享商贸有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
四川省腾达四方商贸有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
广州粤都华致酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
福州华致酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
孝感华致酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
南昌华致酒行实业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
合肥华致酒业贸易有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
苏州华致贸易有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
成都华致酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
湖北诚至鑫达商贸有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00

（1）2015 年度新纳入合并范围的二级子公司：

子公司名称	变更原因
北京华致陈香电子商务有限公司	新成立
四川省腾达四方商贸有限公司	新成立
郑州悦享商贸有限公司	新成立
湖北诚至鑫达商贸有限公司	新成立

（2）2015 年度不再纳入合并范围的二级子公司：

子公司名称	变更原因
兰州华致酒业贸易有限公司	注销
沈阳华致酒业贸易有限公司	转让
南京陵都华致酒业有限公司	注销

泉州华致酒业贸易有限公司	注销
武汉珍品华致酒业贸易有限公司	注销
无锡华致酒业有限公司	注销
杭州华致贸易有限公司	转让

3、2016 年度纳入合并财务报表范围的二级子公司共 19 户，具体包括：

子公司名称	子公司类型	级次	持股比例（%）	表决权比例（%）
长沙华致酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
德钦华致高原酒窖连锁管理有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
邵阳湘窖酒业销售有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
华致葡萄酒与烈酒（香港）有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
北京京都华致贸易有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
醴陵华致酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
湖南华致物流有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
华致精品酒水商贸有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
贵州珍酒商贸有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
慈溪中唐酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
北京华致陈香电子商务有限公司	控股子公司	2	80.00	80.00
郑州悦享商贸有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
四川省腾达四方商贸有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
广州粤都华致酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
南昌华致酒行实业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
成都华致酒业有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
迪庆华致商贸有限公司	全资子公司	2	100.00	100.00
北京世纪华晟贸易有限责任公司	控股子公司	2	51.00	51.00
上海虬腾商贸有限公司	控股子公司	2	51.00	51.00

（1）2016 年度新纳入合并范围的二级子公司

子公司名称	变更原因
迪庆华致商贸有限公司	新成立
北京世纪华晟贸易有限责任公司	新成立
上海虬腾商贸有限公司	新成立

（2）2016 年度不再纳入合并范围的二级子公司

子公司名称	变更原因
福州华致酒业有限公司	注销
孝感华致酒业有限公司	注销
合肥华致酒业贸易有限公司	注销
苏州华致贸易有限公司	注销
湖北诚至鑫达商贸有限公司	注销

4、2017 年 1-6 月纳入合并财务报表范围的二级子公司共 17 户，具体包括：

子公司名称	子公司类型	级次	持股比例（%）	表决权比例（%）
长沙华致酒业有限公司	全资子公司	2	100	100
德钦华致高原酒窖连锁管理有限公司	全资子公司	2	100	100
邵阳湘窖酒业销售有限公司	全资子公司	2	100	100
华致葡萄酒与烈酒（香港）有限公司	全资子公司	2	100	100
北京京都华致贸易有限公司	全资子公司	2	100	100
醴陵华致酒业有限公司	全资子公司	2	100	100
湖南华致物流有限公司	全资子公司	2	100	100
华致精品酒水商贸有限公司	全资子公司	2	100	100
贵州珍酒商贸有限公司	全资子公司	2	100	100
慈溪中唐酒业有限公司	全资子公司	2	100	100
北京华致陈香电子商务有限公司	全资子公司	2	100	100
郑州悦享商贸有限公司	全资子公司	2	100	100
四川省腾达四方商贸有限公司	全资子公司	2	100	100
成都华致酒业有限公司	全资子公司	2	100	100
北京世纪华晟贸易有限责任公司	控股子公司	2	51	51
上海虬腾商贸有限公司	控股子公司	2	51	51
华致精品酒水供应链管理有限公司	控股子公司	2	70	70

（1）2017 年 1-6 月新纳入合并范围的二级子公司

名称	变更原因
华致精品酒水供应链管理有限公司	新成立

（2）2017 年 1-6 月不再纳入合并范围的二级子公司

名称	变更原因

名称	变更原因
广州粤都华致酒业有限公司	注销
南昌华致酒行实业有限公司	注销
迪庆华致商贸有限公司	注销

六、主要会计政策和会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

本公司编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司 2017 年 06 月 30 日、2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日的财务状况，2017 年 1-6 月、2016 年度、2015 年度、2014 年度的经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间

自公历 1 月 1 日至 12 月 31 日为一个会计年度。本报告期为 2014 年 1 月 1 日至 2017 年 06 月 30 日。

（三）记账本位币

采用人民币为记账本位币。

（四）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、分步实现企业合并过程中的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理

（1）这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；

（2）这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；

（3）一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；

（4）一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

2、同一控制下的企业合并

本公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方资产、负债

（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

如果存在或有对价并需要确认预计负债或资产，该预计负债或资产金额与后续或有对价结算金额的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足的，调整留存收益。

对于通过多次交易最终实现企业合并的，属于一揽子交易的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理；不属于一揽子交易的，在取得控制权日，长期股权投资初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。对于合并日之前持有的股权投资，因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，暂不进行会计处理，直至处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的所有者权益其他变动，暂不进行会计处理，直至处置该项投资时转入当期损益。

3、非同一控制下的企业合并

本公司在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。

本公司对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，经复核后，计入当期损益。

通过多次交换交易分步实现的非同一控制下企业合并，属于一揽子交易的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理；不属于一揽子交易的，合并日之前持有的股权投资采用权益法核算的，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在处置该项

投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。合并日之前持有的股权投资采用金融工具确认和计量准则核算的，以该股权投资在合并日的公允价值加上新增投资成本之和，作为合并日的初始投资成本。原持有股权的公允价值与账面价值之间的差额以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动应全部转入合并日当期的投资收益。

4、为合并发生的相关费用

为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他直接相关费用，于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券的交易费用，可直接归属于权益性交易的从权益中扣减。

（五）合并财务报表的编制方法

1、合并范围

本公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，所有子公司（包括本公司所控制的单独主体）均纳入合并财务报表。

2、合并程序

本公司以自身和各子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。本公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与本公司一致，如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的，在编制合并财务报表时，按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。

合并财务报表时抵销本公司与各子公司、各子公司相互之间发生的内部交易对合并资产负债表、合并利润表、合并现金流量表、合并股东权益变动表的影响。如果站在企业集团合并财务报表角度与以本公司或子公司为会计主体对同一交易的认定不同时，从企业集团的角度对该交易予以调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别

在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

对于同一控制下企业合并取得的子公司，以其资产、负债（包括最终控制方收购该子公司而形成的商誉）在最终控制方财务报表中的账面价值为基础对其财务报表进行调整。

对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整

（1）增加子公司或业务

在报告期内，若因同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则调整合并资产负债表的期初数；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资方实施控制的，视同参与合并的各方在最终控制方开始控制时即以目前的状态存在进行调整。在取得被合并方控制权之前持有的股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他净资产变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

在报告期内，若因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则不调整合并资产负债表期初数；将该子公司或业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，本公司按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益以及除净损益、其他综合收益和利润

分配之外的其他所有者权益变动的，与其相关的其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日所属当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（2）处置子公司或业务

1）一般处理方法

在报告期内，本公司处置子公司或业务，则该子公司或业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对被投资方控制权时，对于处置后的剩余股权投资，本公司按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额与商誉之和的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益或除净损益、其他综合收益及利润分配之外的其他所有者权益变动，在丧失控制权时转为当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

2）分步处置子公司

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

①这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；

②这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；

③一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；

④一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，本公司将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在

丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易不属于一揽子交易的，在丧失控制权之前，按不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资的相关政策进行会计处理；在丧失控制权时，按处置子公司一般处理方法进行会计处理。

（3）购买子公司少数股权

本公司因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

（4）不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资

在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的长期股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

（六）合营安排分类及共同经营会计处理方法

1、合营安排的分类

本公司根据合营安排的结构、法律形式以及合营安排中约定的条款、其他相关事实和情况等因素，将合营安排分为共同经营和合营企业。

未通过单独主体达成的合营安排，划分为共同经营；通过单独主体达成的合营安排，通常划分为合营企业；但有确凿证据表明满足下列任一条件并且符合相关法律法规规定的合营安排划分为共同经营：

（1）合营安排的法律形式表明，合营方对该安排中的相关资产和负债分别享有权利和承担义务。

（2）合营安排的合同条款约定，合营方对该安排中的相关资产和负债分别

享有权利和承担义务。

（3）其他相关事实和情况表明，合营方对该安排中的相关资产和负债分别享有权利和承担义务，如合营方享有与合营安排相关的几乎所有产出，并且该安排中负债的清偿持续依赖于合营方的支持。

2、共同经营会计处理方法

本公司确认共同经营中利益份额中与本公司相关的下列项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理：

（1）确认单独所持有的资产，以及按其份额确认共同持有的资产；

（2）确认单独所承担的负债，以及按其份额确认共同承担的负债；

（3）确认出售其享有的共同经营产出份额所产生的收入；

（4）按其份额确认共同经营因出售产出所产生的收入；

（5）确认单独所发生的费用，以及按其份额确认共同经营发生的费用。

本公司向共同经营投出或出售资产等（该资产构成业务的除外），在该资产等由共同经营出售给第三方之前，仅确认因该交易产生的损益中归属于共同经营其他参与方的部分。投出或出售的资产发生符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》等规定的资产减值损失的，本公司全额确认该损失。

本公司自共同经营购买资产等（该资产构成业务的除外），在将该资产等出售给第三方之前，仅确认因该交易产生的损益中归属于共同经营其他参与方的部分。购入的资产发生符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》等规定的资产减值损失的，本公司按承担的份额确认该部分损失。

本公司对共同经营不享有共同控制，如果本公司享有该共同经营相关资产且承担该共同经营相关负债的，仍按上述原则进行会计处理，否则，应当按照相关企业会计准则的规定进行会计处理。

（七）现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认

为现金。将同时具备期限短（一般从购买日起，三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

（八）外币业务和外币报表折算

1、外币业务

外币业务交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率折合成人民币记账。

资产负债表日，外币货币性项目按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。

以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，由此产生的汇兑差额作为公允价值变动损益计入当期损益。如属于可供出售外币非货币性项目的，形成的汇兑差额计入其他综合收益。

2、外币财务报表的折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额计入其他综合收益。

处置境外经营时，将资产负债表中其他综合收益项目中列示的、与该境外经营相关的外币财务报表折算差额，自其他综合收益项目转入处置当期损益；在处置部分股权投资或其他原因导致持有境外经营权益比例降低但不丧失对境外经营控制权时，与该境外经营处置部分相关的外币报表折算差额将归属于少数股东权益，不转入当期损益。在处置境外经营为联营企业或合营企业的部分股权时，与该境外经营相关的外币报表折算差额，按处置该境外经营的比例转入处置当期损益。

（九）金融工具

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融工具的分类

本公司根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式，结合取得持有金融资产和承担金融负债的目的，在初始确认时将金融资产和金融负债分为不同类别：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（或金融负债）；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

交易性金融资产或金融负债是指满足下列条件之一的金融资产或金融负债：

1）取得该金融资产或金融负债的目的是为了在短期内出售、回购或赎回；

2）属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明本公司近期采用短期获利方式对该组合进行管理；

3）属于衍生金融工具，但是被指定为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。

只有符合以下条件之一，金融资产或金融负债才可在初始计量时指定为以公允价值计量且其变动计入损益的金融资产或金融负债：

1）该项指定可以消除或明显减少由于金融资产或金融负债的计量基础不同所导致的相关利得或损失在确认或计量方面不一致的情况；

2）风险管理或投资策略的正式书面文件已载明，该金融资产组合、该金融

负债组合、或该金融资产和金融负债组合，以公允价值为基础进行管理、评价并向关键管理人员报告；

3）包含一项或多项嵌入衍生工具的混合工具，除非嵌入衍生工具对混合工具的现金流量没有重大改变，或所嵌入的衍生工具明显不应当从相关混合工具中分拆；

4）包含需要分拆但无法在取得时或后续的资产负债表日对其进行单独计量的嵌入衍生工具的混合工具。

本公司对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，在取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）应收款项

应收款项是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。

本公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

（3）持有至到期投资

持有至到期投资是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生性金融资产。

本公司对持有至到期投资，在取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领

取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

如果持有至到期投资处置或重分类为其他类金融资产的金额，相对于本公司全部持有至到期投资在出售或重分类前的总额较大，在处置或重分类后应立即将其剩余的持有至到期投资重分类为可供出售金融资产；重分类日，该投资的账面价值与其公允价值之间的差额计入其他综合收益，在该可供出售金融资产发生减值或终止确认时转出，计入当期损益。但是，遇到下列情况可以除外：

1）出售日或重分类日距离该项投资到期日或赎回日较近（如到期前三个月内），且市场利率变化对该项投资的公允价值没有显著影响。

2）根据合同约定的偿付方式，企业已收回几乎所有初始本金。

3）出售或重分类是由于企业无法控制、预期不会重复发生且难以合理预计的独立事件所引起。

（4）可供出售金融资产

可供出售金融资产，是指初始确认时即指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除其他金融资产类别以外的金融资产。

本公司对可供出售金融资产，在取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。可供出售金融资产的公允价值变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产形成的汇兑差额外，直接计入其他综合收益。处置可供出售金融资产时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资损益。

本公司对在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

（5）其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）所转移金融资产的账面价值；

（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；

（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负

债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值；活跃市场的报价包括易于且可定期从交易所、交易商、经纪人、行业集团、定价机构或监管机构等获得相关资产或负债的报价，且能代表在公平交易基础上实际并经常发生的市场交易；初始取得或衍生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础；不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并尽可能优先使用相关可观察输入值。在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，使用不可观察输入值。

6、金融资产（不含应收款项）减值准备计提

资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

金融资产发生减值的客观证据，包括但不限于：

（1）发行方或债务人发生严重财务困难；

（2）债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；

（3）债权人出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

（4）债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；

（5）因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；

（6）无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量，如该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化，或债务人所在国家或地区失业率提高、担保物在其所在地区的价格明显下降、所处行业不景气等；

（7）权益工具发行方经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；

（8）权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌；

金融资产的具体减值方法如下：

（1）可供出售金融资产的减值准备

本公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查，若该权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 50%（含 50%）或低于其成本持续时间超过一年（含一年）的，则表明其发生减值；若该权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 20%（含 20%）但尚未达到 50%的，本公司会综合考虑其他相关因素诸如价格波动率等，判断该权益工具投资是否发生减值。

上段所述成本按照可供出售权益工具投资的初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、原已计入损益的减值损失确定；不存在活跃市场的可供出售权益工具投资的公允价值，按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值确定；在活跃市场有报价的可供出售权益工具投资的公允价值根据证券交易所期末收盘价确定，除非该项可供出售权益工具投资存在限售期。对于存在

限售期的可供出售权益工具投资，按照证券交易所期末收盘价扣除市场参与者因承担指定期间内无法在公开市场上出售该权益工具的风险而要求获得的补偿金额后确定。

可供出售金融资产发生减值时，即使该金融资产没有终止确认，本公司将原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失从其他综合收益转出，计入当期损益。该转出的累计损失，等于可供出售金融资产的初始取得成本扣除已收回本金和已摊余金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回计入当期损益；对于可供出售权益工具投资发生的减值损失，在该权益工具价值回升时通过权益转回；但在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生的减值损失，不得转回。

（2）持有至到期投资的减值准备

对于持有至到期投资，有客观证据表明其发生了减值的，根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额计算确认减值损失；计提后如有证据表明其价值已恢复，原确认的减值损失可予以转回，记入当期损益，但该转回的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

7、金融资产及金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，没有相互抵销。但是，同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

（1）本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

（2）本公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

（十）应收款项

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款的确认标准为 300 万元（含 300 万元）人民币，单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收账款的确认标准为 100 万元（含 100 万元）人民币。

单项金额重大的应收款项坏账准备的计提方法：单独进行减值测试，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款：

（1）信用风险特征组合的确定依据：

对于单项金额不重大的应收款项，与经单独测试后未减值的单项金额重大的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合，根据以前年度与之具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定应计提的坏账准备。

确定组合的依据：

组合名称	计提方法	确定组合的依据
账龄组合	账龄分析法	账龄状态
合并范围内关联方组合	不计提	公司对合并报表范围内的应收款项不计提坏账准备
合并范围外关联方组合	不计提	公司对关联公司的应收款项不计提坏账准备
保证金组合	余额的 5%	余额百分比法

（2）根据信用风险特征组合确定的计提方法：

1）采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内	5	3
1－2 年	10	10
2－3 年	15	30
3－4 年	100	50
4－5 年	100	80
5 年以上	100	100

2）采用其他方法计提坏账准备的：

组合名称	方法说明
合并范围内关联方组合	不计提坏账
合并范围外关联方组合	不计提坏账
保证金组合	期末余额 5%计提

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由为：存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回款项。

坏账准备的计提方法为：根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提。

（十一）存货

1、存货的分类

存货是指本公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品。主要包括周转材料、产成品（库存商品）、发出商品等。

2、存货的计价方法

存货在取得时，按成本进行初始计量，包括采购成本、其他成本。存货发出时按全月一次加权平均计价。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

（1）白酒、进口葡萄酒及其他进口酒

按单个品种估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额低于成本的，依据可变现净值与成本的差额计提存货跌价准备。

（2）黄酒、国产葡萄酒

按存货库龄分类计提减值准备

库龄分类	3 年以内	3-5 年	5-8 年	8 年以上
减值准备率	0%	50%	70%	100%

（3）残次酒品

按存货期末余额的 50%，计提存货跌价准备。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。已售存货计提了存货跌价准备的，结转已计提的存货跌价准备，冲减当期营业成本。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品采用一次转销法。

（2）包装物采用一次转销法。

（3）其他周转材料采用一次转销法摊销。

（十二）划分为持有待售资产

1、划分为持有待售确认标准

本公司将同时满足下列条件的企业组成部分（或非流动资产）确认为持有待

售组成部分：

（1）该组成部分必须在其当前状况下仅根据出售此类组成部分的惯常条款即可立即出售；

（2）企业已经就处置该组成部分作出决议，如按规定需得到股东批准的，已经取得股东大会或相应权力机构的批准；

（3）企业已经与受让方签订了不可撤销的转让协议；

（4）该项转让将在一年内完成。

2、划分为持有待售核算方法

本公司对于持有待售的固定资产，调整该项固定资产的预计净残值，使该固定资产的预计净残值反映其公允价值减去处置费用后的金额，但不超过符合持有待售条件时该项固定资产的原账面价值，原账面价值高于调整后预计净残值的差额，应作为资产减值损失计入当期损益。持有待售的固定资产不计提折旧或摊销，按照账面价值与公允价值减去处置费用后的净额孰低进行计量。

符合持有待售条件的权益性投资、无形资产等其他非流动资产，比照上述原则处理，但不包括递延所得税资产、《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》规范的金融资产、以公允价值计量的投资性房地产和生物资产、保险合同中产生的合同权利。

（十三）长期股权投资

1、投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资，具体会计政策详见本小节之“（四）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法”。

（2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本；发行或取得自身权益工具时发生的交易费用，可直接归属于权益性交易的从权益中扣减。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值为基础确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

2、后续计量及损益确认

（1）成本法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算，并按照初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。

除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，本公司按照享有被投资单位宣告分派的现金股利或利润确认为当期投资收益。

（2）权益法

本公司对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算；对于其中一部分通过风险投资机构、共同基金、信托公司或包括投连险基金在内的类似主体间接持有的联营企业的权益性投资，采用公允价值计量且其变动计入损益。

长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

本公司取得长期股权投资后，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股

权投资的账面价值；并按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

本公司在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。本公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于本公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。

本公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

被投资单位以后期间实现盈利的，公司在扣除未确认的亏损分担额后，按与上述相反的顺序处理，减记已确认预计负债的账面余额、恢复其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益及长期股权投资的账面价值后，恢复确认投资收益。

3、长期股权投资核算方法的转换

（1）公允价值计量转权益法核算

本公司原持有的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的按金融工具确认和计量准则进行会计处理的权益性投资，因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定的原持有的股权投资的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。

原持有的股权投资分类为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入改按权益法核算的当

期损益。

按权益法核算的初始投资成本小于按照追加投资后全新的持股比例计算确定的应享有被投资单位在追加投资日可辨认净资产公允价值份额之间的差额，调整长期股权投资的账面价值，并计入当期营业外收入。

（2）公允价值计量或权益法核算转成本法核算

本公司原持有的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的按金融工具确认和计量准则进行会计处理的权益性投资，或原持有对联营企业、合营企业的长期股权投资，因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，在编制个别财务报表时，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

购买日之前持有的股权投资按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按成本法核算时转入当期损益。

（3）权益法核算转公允价值计量

本公司因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。

原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

（4）成本法转权益法

本公司因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大

影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整。

（5）成本法转公允价值计量

本公司因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

4、长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款之间的差额，应当计入当期损益。采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。

处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

①这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；

②这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；

③一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；

④一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的，不属于一揽子交易的，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

（1）在个别财务报表中，对于处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额计入当期损益。处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

（2）在合并财务报表中，对于在丧失对子公司控制权以前的各项交易，处置价款与处置长期股权投资相应对享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（股本溢价），资本公积不足冲减的，调整留存收益；在丧失对子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转为当期投资收益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司股权投资并丧失控制权的交易进行会计处理，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

（1）在个别财务报表中，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额，确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（2）在合并财务报表中，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

5、共同控制、重大影响的判断标准

如果本公司按照相关约定与其他参与方集体控制某项安排，并且对该安排回报具有重大影响的活动决策，需要经过分享控制权的参与方一致同意时才存在，则视为本公司与其他参与方共同控制某项安排，该安排即属于合营安排。

合营安排通过单独主体达成的，根据相关约定判断本公司对该单独主体的净资产享有权利时，将该单独主体作为合营企业，采用权益法核算。若根据相关约定判断本公司并非对该单独主体的净资产享有权利时，该单独主体作为共同经营，本公司确认与共同经营利益份额相关的项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司通过以下一种或多种情形，并综合考虑所有事实和情况后，判断对被投资单位具有重大影响。（1）在被投资单位的董事会或类似权力机构中派有代表；（2）参与被投资单位财务和经营政策制定过程；（3）与被投资单位之间发生重要交易；（4）向被投资单位派出管理人员；（5）向被投资单位提供关键技术资料。

（十四）投资性房地产

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产，包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物。

本公司的投资性房地产按其成本作为入账价值，外购投资性房地产的成本包括购买价款、相关税费和可直接归属于该资产的其他支出；自行建造投资性房地产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

本公司对投资性房地产采用成本模式进行后续计量，按其预计使用寿命及净残值率对建筑物和土地使用权计提折旧或摊销。投资性房地产的用途改变为自用时，自改变之日起，本公司将该投资性房地产转换为固定资产或无形资产。自用房地产的用途改变为赚取租金或资本增值时，自改变之日起，本公司将固定资产或无形资产转换为投资性房地产。发生转换时，以转换前的账面价值作为转换后的入账价值。

当投资性房地产被处置，或者永久退出使用且预计不能从其处置中取得经济利益时，终止确认该项投资性房地产。投资性房地产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（十五）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

（1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；

（2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、固定资产初始计量

本公司固定资产按成本进行初始计量。其中，外购的固定资产的成本包括买价、进口关税等相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出。自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。投资者投入的固定资产，按投资合同或协议约定的价值作为入账价值，但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账。购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除应予资本化的以外，在信用期间内计入当期损益。

3、固定资产后续计量及处置

（1）固定资产折旧

固定资产折旧按其入账价值减去预计净残值后在预计使用寿命内计提。对计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额。

利用专项储备支出形成的固定资产，按照形成固定资产的成本冲减专项储备，并确认相同金额的累计折旧，该固定资产在以后期间不再计提折旧；已提足折旧仍继续使用的固定资产不计提折旧。

本公司根据固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

各类固定资产的折旧方法、折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	20 年	5	4.75
办公设备	年限平均法	3-5 年	5	19.00-31.67
电子设备	年限平均法	3-5 年	5	19.00-31.67
运输设备	年限平均法	5 年	5	19.00

（2）固定资产的后续支出

与固定资产有关的后续支出，符合固定资产确认条件的，计入固定资产成本；不符合固定资产确认条件的，在发生时计入当期损益。

（3）固定资产处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价和折旧方法

当本公司租入的固定资产符合下列一项或数项标准时，确认为融资租入固定资产：

（1）在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给本公司。

（2）本公司有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定本公司将会行使这种选择权。

（3）即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分。

（4）本公司在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值。

（5）租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有本公司才能使用。

融资租赁租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者，作为入账价值。最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，可归属于租赁项目的手续费、律师费、差旅费、印花税等初始直接费用，计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法进行分摊。

本公司采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提融资租入固定资产折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，在租赁资产使用寿命内计提

折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

（十六）在建工程

1、在建工程的类别

本公司自行建造的在建工程按实际成本计价，实际成本由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成，包括等。本公司的在建工程以项目分类核算。

2、在建工程结转为固定资产的标准和时点

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出，作为固定资产的入账价值。所建造的在建工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

（十七）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，在符合资本化条件的情况下开始资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

当购建或者生产符合资本化条件的资产中部分项目分别完工且可单独使用时，该部分资产借款费用停止资本化。

购建或者生产的资产的各部分分别完工，但必须等到整体完工后才可使用或可对外销售的，在该资产整体完工时停止借款费用资本化。

3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

4、借款费用资本化金额的计算方法

专门借款的利息费用（扣除尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或者进行暂时性投资取得的投资收益）及其辅助费用在所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态前，予以资本化。

根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

借款存在折价或者溢价的，按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价或者溢价金额，调整每期利息金额。

（十八）无形资产与开发支出

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。

1、无形资产的初始计量

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益。

在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

内部自行开发的无形资产，其成本包括：开发该无形资产时耗用的材料、劳务成本、注册费、在开发过程中使用的其他专利权和特许权的摊销以及满足资本化条件的利息费用，以及为使该无形资产达到预定用途前所发生的其他直接费用。

2、无形资产的后续计量

本公司在取得无形资产时分析判断其使用寿命，划分为使用寿命有限和使用寿命不确定的无形资产。

（1）使用寿命有限的无形资产

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销。使用寿命有限的无形资产预计寿命及依据如下：

项目	预计使用寿命	依　据
软件	3-5 年	使用该软件产品的预期使用周期
商标使用权	3-10 年	使用寿命

每期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

经复核，本报告期内各期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

（2）使用寿命不确定的无形资产

无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产。

对于使用寿命不确定的无形资产，在持有期间内不摊销，每期末对无形资产的寿命进行复核。如果期末重新复核后仍为不确定的，在每个会计期间继续进行减值测试。

3、划分公司内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

内部研究开发项目研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

4、开发阶段支出符合资本化的具体标准

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。以前期间已计入损益的开发支出不在以后期间重新确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定用途之日起转为无形资产。

（十九）长期资产减值

本公司在资产负债表日判断长期资产是否存在可能发生减值的迹象。如果长期资产存在减值迹象的，以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

资产可收回金额的估计，根据其公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

可收回金额的计量结果表明，长期资产的可收回金额低于其账面价值的，将长期资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

资产减值损失确认后，减值资产的折旧或者摊销费用在未来期间作相应调整，以使该资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的资产账面价值（扣除预计净残值）。

因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

在对商誉进行减值测试时，将商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。

（二十）长期待摊费用

1、摊销方法

长期待摊费用，是指本公司已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在 1 年以上的各项费用。长期待摊费用在受益期内按直线法分期摊销。

2、摊销年限

类别	摊销年限	备注
酒行装修费	5 年	受益期小于 5 年的，按实际受益期间摊销

（二十一）职工薪酬

职工薪酬，是指本公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

1、短期薪酬

短期薪酬是指本公司在职工提供相关服务的年度报告期间结束后十二个月内需要全部予以支付的职工薪酬，离职后福利和辞退福利除外。本公司在职工提供服务的会计期间，将应付的短期薪酬确认为负债，并根据职工提供服务的受益对象计入相关资产成本和费用。

2、离职后福利

离职后福利是指本公司为获得职工提供的服务而在职工退休或与企业解除劳动关系后，提供的各种形式的报酬和福利，短期薪酬和辞退福利除外。

本公司的离职后福利计划分类为设定提存计划和设定受益计划。离职后福利设定提存计划主要为参加由各地劳动及社会保障机构组织实施的社会基本养老保险、失业保险等。在职工为本公司提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司按照国家规定的标准和年金计划定期缴付上述款项后，不再有其他的支付义务。

离职后福利设定受益计划主要为离退休人员支付的明确标准的统筹外福利、为去世员工遗属支付的生活费等。对于设定受益计划中承担的义务，在资产负债表日使用预期累计福利单位法进行精算，将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本，其中：除非其他会计准则要求或允许职工福利成本计入资产成本，设定设益计划服务成本和设定设益计划净负债或净资产的利息净额在发生当期计入当期损益；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动在发生当期计入其他综合收益，且在后续会计期间不允许转回至损益。

3、辞退福利

辞退福利是指本公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿，在本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日，确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债，同时计入当期损益。

本公司向接受内部退休安排的职工提供内退福利。内退福利是指，向未达到国家规定的退休年龄、经本公司管理层批准自愿退出工作岗位的职工支付的工资及为其缴纳的社会保险费等。本公司自内部退休安排开始之日起至职工达到正常退休年龄止，向内退职工支付内部退养福利。对于内退福利，本公司比照辞退福利进行会计处理，在符合辞退福利相关确认条件时，将自职工停止提供服务日至正常退休日期间拟支付的内退职工工资和缴纳的社会保险费等，确认为负债，一

次性计入当期损益。内退福利的精算假设变化及福利标准调整引起的差异于发生时计入当期损益。

4、其他长期职工福利

其他长期职工福利是指除短期薪酬、离职后福利、辞退福利之外的其他所有职工福利。

对符合设定提存计划条件的其他长期职工福利，在职工为本公司提供服务的会计期间，将应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本；除上述情形外的其他长期职工福利，在资产负债表日使用预期累计福利单位法进行精算，将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

（二十二）预计负债

1、预计负债的确认标准

与或有事项相关的义务同时满足下列条件时，本公司确认为预计负债：该义务是本公司承担的现时义务；履行该义务很可能导致经济利益流出本公司；该义务的金额能够可靠地计量。

2、预计负债的计量方法

本公司预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

本公司在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

最佳估计数分别以下情况处理：

所需支出存在一个连续范围（或区间），且该范围内各种结果发生的可能性相同的，则最佳估计数按照该范围的中间值即上下限金额的平均数确定。

所需支出不存在一个连续范围（或区间），或虽然存在一个连续范围但该范围内各种结果发生的可能性不相同的，如或有事项涉及单个项目的，则最佳估计

数按照最可能发生金额确定；如或有事项涉及多个项目的，则最佳估计数按各种可能结果及相关概率计算确定。

本公司清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

（二十三）股份支付

1、股份支付的种类

本公司的股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、权益工具公允价值的确定方法

对于授予的存在活跃市场的期权等权益工具，按照活跃市场中的报价确定其公允价值。对于授予的不存在活跃市场的期权等权益工具，采用期权定价模型等确定其公允价值，选用的期权定价模型考虑以下因素：（1）期权的行权价格；（2）期权的有效期；（3）标的股份的现行价格；（4）股价预计波动率；（5）股份的预计股利；（6）期权有效期内的无风险利率。

在确定权益工具授予日的公允价值时，考虑股份支付协议规定的可行权条件中的市场条件和非可行权条件的影响。股份支付存在非可行权条件的，只要职工或其他方满足了所有可行权条件中的非市场条件（如服务期限等），即确认已得到服务相对应的成本费用。

3、确定可行权权益工具最佳估计的依据

等待期内每个资产负债表日，根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量。在可行权日，最终预计可行权权益工具的数量与实际可行权数量一致。

4、会计处理方法

以权益结算的股份支付，按授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内的

每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。

以现金结算的股份支付，按照本公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日以本公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照本公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

5、对于存在修改条款和条件的情况的，应说明修改的情况及相关会计处理

若在等待期内取消了授予的权益工具，本公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，本公司将其作为授予权益工具的取消处理。

（二十四）优先股、永续债等其他金融工具

本公司按照金融工具准则的规定，根据所发行优先股、永续债等金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式，结合金融负债和权益工具的定义，在初始确认时将该金融工具或其组成部分分类为金融负债或权益工具：

1、符合下列条件之一，将发行的金融工具分类为金融负债：

（1）向其他方交付现金或其他金融资产的合同义务；

（2）在潜在不利条件下，与其他方交换金融资产或金融负债的合同义务；

（3）将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的非衍生工具合同，且企业根据该合同将交付可变数量的自身权益工具；

（4）将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的衍生工具合同，但以固定数量的自身权益工具交换固定金额的现金或其他金融资产的衍生工具合同除

外。

2、同时满足下列条件的，将发行的金融工具分类为权益工具：

（1）该金融工具不包括交付现金或其他金融资产给其他方，或在潜在不利条件下与其他方交换金融资产或金融负债的合同义务；

（2）将来须用或可用企业自身权益工具结算该金融工具的，如该金融工具为非衍生工具，不包括交付可变数量的自身权益工具进行结算的合同义务；如为衍生工具，企业只能通过以固定数量的自身权益工具交换固定金额的现金或其他金融资产结算该金融工具。

3、会计处理方法

对于归类为权益工具的金融工具，其利息支出或股利分配都应当作为发行企业的利润分配，其回购、注销等作为权益的变动处理，手续费、佣金等交易费用从权益中扣除；

对于归类为金融负债的金融工具，其利息支出或股利分配原则上按照借款费用进行处理，其回购或赎回产生的利得或损失等计入当期损益，手续费、佣金等交易费用计入所发行工具的初始计量金额。

（二十五）收入

1、销售商品收入确认时间的具体判断标准

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

合同或协议价款的收取采用递延方式，实质上具有融资性质的，按照应收的合同或协议价款的公允价值确定销售商品收入金额。

公司销售收入确认的时间和判断标准分为：

公司销售收入主要以商品已发运至客户，并取得客户确认后做为收入确认的时点与依据。

公司销售至商超的商品，分为一般销售与代销，对于一般销售，以商品已发运至客户，并取得客户确认后做为收入确认的时点与依据；对于代销的，以商超实际已经销售的商品做为收入确认的时点与依据。

2、确认让渡资产使用权收入的依据

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时。分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

（1）利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。

（2）使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

3、提供劳务收入的确认依据和方法

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件：

（1）收入的金额能够可靠地计量；

（2）相关的经济利益很可能流入企业；

（3）交易的完工进度能够可靠地确定；

（4）交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

（1）已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本

金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

（2）已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

本公司与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时，销售商品部分和提供劳务部分能够区分且能够单独计量的，将销售商品的部分作为销售商品处理，将提供劳务的部分作为提供劳务处理。销售商品部分和提供劳务部分不能够区分，或虽能区分但不能够单独计量的，将销售商品部分和提供劳务部分全部作为销售商品处理。

（二十六）政府补助

1、类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本。根据相关政府文件规定的补助对象，将政府补助划分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

2、政府补助的确认

对期末有证据表明公司能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金的，按应收金额确认政府补助。除此之外，政府补助均在实际收到时确认。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额（人民币 1 元）计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

3、会计处理方法

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，按照所建造或购买的资产使用年限分期计入营业外收入；

与收益相关的政府补助，用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间计入当期营业外收入；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期营业外收入。

已确认的政府补助需要返还时，存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（二十七）递延所得税资产和递延所得税负债

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额（暂时性差异）计算确认。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

1、确认递延所得税资产的依据

本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是，同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：（1）该交易不是企业合并；（2）交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

对于与联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

2、确认递延所得税负债的依据

公司将当期与以前期间应交未交的应纳税暂时性差异确认为递延所得税负债。但不包括：

（1）商誉的初始确认所形成的暂时性差异；

（2）非企业合并形成的交易或事项，且该交易或事项发生时既不影响会计利润，也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）所形成的暂时性差异；

（3）对于与子公司、联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差

异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

3、同时满足下列条件时，将递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列示

（1）企业拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；

（2）递延所得税资产和递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产和递延所得税负债转回的期间内，涉及的纳税主体体意图以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债或是同时取得资产、清偿债务。

（二十八）经营租赁、融资租赁

如果租赁条款在实质上将与租赁资产所有权有关的全部风险和报酬转移给承租人，该租赁为融资租赁，其他租赁则为经营租赁。

1、经营租赁会计处理

（1）公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

（2）公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁收入确认相同的基础分期计入当期收益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

2、融资租赁会计处理

（1）融资租入资产：公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期

应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费用。融资租入资产的认定依据、计价和折旧方法详见本节“六　主要会计政策和会计估计”之“（十五）固定资产”。

公司采用实际利率法对未确认的融资费用，在资产租赁期间内摊销，计入财务费用。

（2）融资租出资产：公司在租赁开始日，将应收融资租赁款，未担保余值之和与其现值的差额确认为未实现融资收益，在将来收到租金的各期间内确认为租赁收入，公司发生的与出租交易相关的初始直接费用，计入应收融资租赁款的初始计量中，并减少租赁期内确认的收益金额。

（二十九）其他重要会计政策、会计估计和财务报表编制方法

1、终止经营

本公司将满足下列条件之一的已被处置或被划归为持有待售的、在经营和编制财务报表时能够单独区分的组成部分确认为终止经营组成部分：

（1）该组成部分代表一项独立的主要业务或一个主要经营地区。

（2）该组成部分是拟对一项独立的主要业务或一个主要经营地区进行处置计划的一部分。

（3）该组成部分是仅仅为了再出售而取得的子公司。

（三十）财务报表列报项目说明

1、财政部于 2016 年 12 月 3 日发布了《增值税会计处理规定》（财会〔2016〕22 号）。

《增值税会计处理规定》规定：全面试行营业税改征增值税后，“营业税金及附加”科目名称调整为“税金及附加”科目，该科目核算企业经营活动发生的消费税、城市维护建设税、资源税、教育费附加及房产税、土地使用税、车船使用税、印花税等相关税费；利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目。

《增值税会计处理规定》还明确要求“应交税费”科目下的“应交增值税”、“未交增值税”、“待抵扣进项税额”、“待认证进项税额”、“增值税留抵税额”等明细科目期末借方余额应根据情况，在资产负债表中的“其他流动资产”或“其他非流动资产”项目列示；“应交税费——待转销项税额”等科目期末贷方余额应根据情况，在资产负债表中的“其他流动负债”或“其他非流动负债”项目列示。

本公司已根据《增值税会计处理规定》，对于 2016 年 5 月 1 日至该规定施行之间发生的交易由于该规定而影响的资产、负债和损益等财务报表列报项目金额进行了调整，对于 2016 年 1 月 1 日至 4 月 30 日期间发生的交易，不予追溯调整；对于 2016 年财务报表中可比期间的财务报表也不予追溯调整。

（三十一）重要会计政策、会计估计的变更

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
与企业日常活动相关的政府补助，应当按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与企业日常活动无关的政府补助，应当计入营业外收支。	已经董事会批准	企业会计准则第 16 号——政府补助

会计政策变更说明：

财政部于 2017 年印发修订《企业会计准则第 16 号——政府补助》，自 2017 年 6 月 12 日起施行。本公司对 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助采用未来适用法处理，对 2017 年 1 月 1 日至本准则施行日之间新增的政府补助根据本准则进行调整。

七、公司缴纳的主要税种、适用税率及享受的税收优惠

（一）主要税种和税率

报告期内，公司主要税种及税率如下：

税种	计税依据	税率
增值税	销售货物、应税销售服务收入、无形资产或者不动产	17%、6%、3%、11%
营业税	营改增之前的应纳营业税额	5%
城市维护建设税	实缴流转税税额	7%、5%
教育费附加	实缴流转税税额	3%

地方教育费附加	实缴流转税税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	25%、15%、16.5%、20%

各主体、各业务、各报告期适用的增值税、所得税等税种、税率:

序号	公司名称	业务	企业所得税	增值税	营业税（2016年5月前）	城市维护建设税	教育费附加	地方教育费附加
1	华致酒行连锁管理股份有限公司	销售、服务	25%	销售：17%；服务：6%	5%	5%	3%	2%
2	长沙华致酒业有限公司	销售	25%	17%	5%	7%	3%	2%
3	德钦华致高原酒窖连锁管理有限公司	销售	25%	17%	5%	5%	3%	2%
4	邵阳湘窖酒业销售有限公司	销售	25%	17%	5%	5%	3%	2%
5	华致葡萄酒与烈酒（香港）有限公司	销售	16.50%	-	-	-	-	-
6	北京京都华致贸易有限公司	销售	25%	17%	5%	7%	3%	2%
7	醴陵华致酒业有限公司	销售	25%	17%	5%	7%	3%	2%
8	湖南华致物流有限公司	物流、仓储	25%	物流：11%；仓储：6%	5%	5%	3%	2%
9	华致精品酒水商贸有限公司	销售	15%	17%	5%	7%	3%	2%
10	贵州珍酒商贸有限公司	销售	25%	17%	5%	7%	3%	2%
11	慈溪中唐酒业有限公司	销售	2015年：25%、2016-2017年1-6月：20%（小微企业）	17%	5%	7%	3%	2%
12	北京华致陈香电子商务有限公司	销售	25%	17%	5%	7%	3%	2%
13	江苏中糖德和	销售、	25%	销售：	5%	7%	3%	2%

序号	公司名称	业务	企业所得税	增值税	营业税（2016年5月前）	城市维护建设税	教育费附加	地方教育费附加
	经贸有限公司	服务		17%；服务：6%				
14	江苏威华达经贸实业有限公司	销售	25%	17%	5%	7%	3%	2%
15	西藏中糖德和经贸有限公司	销售	15%	17%	5%	7%	3%	2%
16	西藏威华达经贸有限公司	销售	15%	17%	5%	7%	3%	2%
17	四川腾达四方商贸有限公司	销售	20%（小微企业）	17%	5%	7%	3%	2%
18	上海虬腾商贸有限公司	销售、服务	25%	销售：17%；服务：6%	5%	5%	3%	2%
19	郑州悦享商贸有限公司	销售	2015年：25%、2016-2017年1-6月：20%（小微企业）	17%	5%	7%	3%	2%
20	北京世纪华晟贸易有限责任公司	销售	25%	17%	-	7%	3%	2%
21	北京红颜欧宝贸易有限公司	销售	25%	17%	-	7%	3%	2%
22	北京华致陈香拍卖有限公司	销售、服务	25%	3%（小规模）	5%	7%	3%	2%
23	深圳市鑫品佳商贸有限公司	销售	25%	17%	-	7%	3%	2%
24	佛山尖美四方贸易有限公司	销售	25%	17%	-	7%	3%	2%
25	河南致融源商贸有限公司	销售	25%	17%	-	7%	3%	2%

（二）税收优惠政策及依据

1、华致精品酒水商贸有限公司：

根据藏政发[2014]51号文件，西藏自治区的企业统一执行西部大开发战略中

企业所得税 15%的税率，自 2015 年 1 月 1 日起至 2017 年 12 月 31 日止，暂免征收除采矿业和矿产权交易行为外，西藏自治区企业应缴纳的企业所得税中属于地方分享的部分。

2、华致葡萄酒与烈酒（香港）有限公司：

华致葡萄酒与烈酒（香港）有限公司 2014 年度、2015 年度、2016 年度、2017 年 1-6 月按照 16.5%税率征收所得税。

3、慈溪中唐酒业有限公司：

根据财税[2015]34 号文件，慈溪中唐酒业有限公司在 2017 年 1-6 月、2016 年、2015 年，对年应纳税所得额低于 20 万元（含 20 万元）的小型微利企业，其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

4、四川腾达四方商贸有限公司：

根据财税[2015]34 号文件，四川腾达四方商贸有限公司分别在 2017 年 1-6 月、2015 年，对年应纳税所得额低于 20 万元（含 20 万元）的小型微利企业，其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。根据财税[2015]99 号文件，四川腾达四方商贸有限公司在 2016 年，对年应纳税所得额在 20 万元到 30 万元（含 30 万元）之间的小型微利企业，其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

5、郑州悦享商贸有限公司：

（1）郑州悦享商贸有限公司 2015 年为小规模纳税人，增值税按简易办法 3%征收。

（2）根据财税[2015]34 号文件，郑州悦享商贸有限公司分别在 2017 年 1-6 月，对年应纳税所得额低于 20 万元（含 20 万元）的小型微利企业，其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。根据财税[2015]99 号文件，郑州悦享商贸有限公司在 2016 年，对年应纳税所得额在 20 万元到 30 万元（含 30 万元）之间的小型微利企业，其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

（三）税收优惠对发行人经营业绩的影响

报告期内，不同纳税主体企业所得税税率说明下：

税收优惠	公司名称	报告期实际的所得税税率			
		2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
西藏地方税收优惠	华致精品酒水商贸有限公司	9%	9%	9%	15%
	西藏中糖德和经贸有限公司	9%	9%	9%	15%
	西藏威华达经贸有限公司	9%	9%	9%	15%
小微企业税率优惠	四川省腾达四方商贸有限公司	10%	10%	10%	25%
	郑州悦享商贸有限公司	10%	10%	25%	25%
	慈溪中唐酒业有限公司	10%	10%	25%	25%

报告期内，公司享受的所得税优惠金额如下：

公司名称	子公司的应纳所得税额			
	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
华致精品酒水商贸有限公司	541.82	558.63	-	-
西藏中糖德和经贸有限公司	223.20	199.25	137.44	175.74
西藏威华达经贸有限公司	2.04	38	8.68	4
四川省腾达四方商贸有限公司	0.27	-	2.31	-
郑州悦享商贸有限公司	3.19	1.09	-	-
慈溪中唐酒业有限公司	1.50	-	-	-
合计	**772.01**	**796.96**	**148.43**	**179.75**
公司名称	**子公享有的所得税优惠额**			
	2017 年 1-6 月	**2016 年**	**2015 年**	**2014 年**
华致精品酒水商贸有限公司	963.24	993.11	-	-
西藏中糖德和经贸有限公司	396.79	354.22	244.35	117.16
西藏威华达经贸有限公司	3.62	67.55	15.43	2.67
四川省腾达四方商贸有限公司	0.41	-	3.46	-
郑州悦享商贸有限公司	4.78	1.63	-	-
慈溪中唐酒业有限公司	2.25	-	-	-
合计	**1,371.09**	**1,416.51**	**263.24**	**119.83**
利润总额	**17,534.22**	**13,947.42**	**4,045.35**	**-14,335.79**
占利润总额的比例	**7.82%**	**10.16%**	**6.51%**	**-0.84%**

综上，2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年 1-6 月享有的税收优惠占利润总额的比别为-0.84%、6.51%、10.16%和 7.82%，税收优惠合法合规、真实有效，对发行人经营业绩不构成重要影响，

八、非经常性损益

本公司根据《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号—非经常性损益（2008）》（中国证券监督管理委员会公告[2008]43）号编制了非经常性损益明细表，并经大华会计师事务所以“大华核字[2017]003539 号”《非经常性损益的专项鉴证报告》审核鉴证。

报告期内，公司扣除非经常性损益后的净利润情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
归属母公司所有者的净利润	13,966.54	11,300.07	2,502.33	-11,491.69
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	1,724.00	1,308.87	1,334.87	993.86
扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润	12,242.54	9,991.21	1,167.46	-12,485.55

经会计师核验的非经常性项目明细构成内容及金额列示如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	23.84	2.09	-1.99	-133.79
计入当期损益的政府补助	3,073.63	1,781.75	1,256.90	1,011.03
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	52.08	275.84	254.35
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-853.87	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	9.90	-147.54	78.47	57.89
非经常性损益合计	**2,253.50**	**1,688.37**	**1,609.22**	**1,189.48**
减：所得税影响额	529.30	379.51	274.36	195.62
扣除所得税影响后的非经常性损益	**1,724.20**	**1,308.87**	**1,334.87**	**993.86**
其中：扣除所得税影响后归属于母公	1,724.00	1,308.87	1,334.87	993.86

司所有者的非经常性损益				
扣除所得税影响后归属于少数股东的非经常性损益	0.21	-	-	-
归属于母公司所有者的净利润	**13,966.54**	**11,300.07**	**2,502.33**	**-11,491.69**
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	**12,242.54**	**9,991.21**	**1,167.46**	**-12,485.55**

报告期内，计入当期损益的政府补助占税前非经常性损益的比例 85.00%、78.11%、105.53%和 136.39%。政府补助明细具体请参见本节“十二、盈利能力分析”之“（七）非经常性损益分析”。

九、主要财务指标

（一）基本财务指标

财务指标	2017 年 1-6 月 /2017 年 6 月 30 日	2016 年 /2016 年末	2015 年 /2015 年末	2014 年 /2014 年末
流动比率（倍）	2.26	1.64	1.99	1.92
速动比率（倍）	1.15	0.96	0.84	0.59
资产负债率（母公司）	37.88%	52.23%	43.10%	45.11%
资产负债率（合并）	42.38%	58.49%	47.24%	47.76%
应收账款周转率（次/期）	5.13	9.91	13.64	10.09
存货周转率（次/期）	1.18	1.95	1.05	0.64
息税折旧摊销前利润（万元）	18,981.03	17,374.89	9,511.26	-6,615.98
归属于母公司所有者的净利润（万元）	13,966.54	11,300.07	2,502.33	-11,491.69
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	12,242.54	9,991.21	1,167.46	-12,485.55
利息保障倍数	19.38	10.67	3.24	-5.03
每股经营活动产生的现金净流量（元）	1.53	-0.57	1.71	1.14
每股净现金流量（元）	-0.57	0.68	0.36	0.34
归属于公司普通股股东的每股净资产（元）	6.11	5.30	6.21	6.06
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权后）占净资产比例	0.07%	0.11%	0.16%	0.11%

注：上表中各指标计算公式如下：

（1）流动比率=流动资产÷流动负债

（2）速动比率=（流动资产－存货－其他流动资产）÷流动负债

（3）资产负债率=负债总额÷资产总额×100%

（4）应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均余额

（5）存货周转率=营业成本÷存货平均余额

（6）息税折旧摊销前利润=利润总额+费用化利息支出+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销

（7）扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润=归属于母公司所有者的净利润-非经常性损益

（8）利息保障倍数=（利息支出＋利润总额）÷利息支出

（9）每股经营活动产生的现金净流量=经营活动产生的现金流量净额÷期末股本总额

（10）每股净现金流量=净现金流量÷期末股本总额

（11）归属于母公司所有者的每股净资产=归属于母公司股东权益合计额÷期末股本总额

（12）无形资产占净资产比例=（无形资产-土地使用权-水面养殖权-采矿权）÷归属于母公司股东权益合计额×100%

（二）净资产收益率及每股收益

按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号－净资产收益率与每股收益的计算与披露（2010 年修订）》的要求，本公司加权平均净资产收益率和每股收益情况如下：

年度	项目	加权平均净资产收益率	基本每股收益（元）	稀释每股收益（元）
2017 年 1-6 月	归属于公司普通股股东的净利润	14.10%	0.80	0.80
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	12.36%	0.70	0.70
2016 年	归属于公司普通股股东的净利润	11.53%	0.68	0.68
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	10.19%	0.61	0.61
2015 年	归属于公司普通股股东的净利润	2.47%	0.15	0.15
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	1.15%	0.07	0.07
2014 年	归属于公司普通股股东的净利润	-10.87%	-0.7	-0.7
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	-11.81%	-0.76	-0.76

注：上表中各指标计算公式如下：

（1）加权平均净资产收益率

加权平均净资产收益率=归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润/（归属于公司普通股股东的期初净资产+归属于公司普通股股东的净利润/2+报告期新增的、归属于公司普通股股东的净资产×新增净资产下一月份起至报告期期末的月份

数/报告期月份数-报告期现金分红减少的、归属于公司普通股股东的净资产×减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数/报告期月份数）。

（2）基本每股收益

基本每股收益=归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润÷普通股加权平均数。

（3）稀释每股收益

稀释每股收益=[P+（已确认为费用的稀释性潜在普通股利息-转换费用）×（1-所得税率）]÷（S0+S1+Si×Mi÷M0-Sj×Mj÷M0-Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）。

其中：P为报告期利润；S0为期初股份总数；S1为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj为报告期因回购或缩股等减少股份数；Sk为报告期缩股数；M0为报告期月份数；Mi为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；Mj为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

十、盈利预测

公司未编制盈利预测报告。

十一、会计报表附注中的日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

本公司无需要披露的重大资产负债表日后事项。

（二）资产负债表日存在的重要或有事项

本公司不存在需要披露的重要或有事项。

（三）承诺及或有事项

1、未决诉讼形成的或有事项及其财务影响

2017 年 06 月 29 日，厦门港深进出口有限公司因公司侵害商标权纠纷而向法院提起诉讼，要求公司经济赔偿 108 万元。目前，该案件仍在进行中。

截止至 2017 年 6 月发行人销售上述产品的累计金额仅为 13,298.91 元，销售金额较小，自 2017 年 07 月 01 日起发行人已不再销售该等产品。

2、质押及其财务影响

公司于 2017 年 2 月 17 日与中国民生银行股份有限公司签订银行承兑协议，开具柒仟万元银行承兑汇票支付五粮液采购款。该份银行承兑汇票开具是以贰仟

万元的保证金以及未来预付款项所形成价值伍仟万元存货作为质押，待未来存货实际入库时，向银行支付等价值的保证金时解除质押。

除存在上述事项外，截止审计报告日，本公司无其他应披露未披露的重要承诺事项及重大或有事项。

十二、盈利能力分析

（一）报告期内公司主要经营成果变化情况

报告期内，公司经营成果如下：

金额：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
一、营业收入	**122,502.52**	**-**	**218,413.42**	**38.45%**	**157,756.74**	**37.42%**	**114,796.48**
减：营业成本	97,001.20	-	180,756.10	49.33%	121,046.27	32.91%	91,076.03
税金及附加	599.97	-	1,290.17	-15.97%	1,535.33	74.90%	877.84
销售费用	6,332.36	-	18,167.14	-33.51%	27,324.52	7.50%	25,418.31
管理费用	3,169.18	-	4,404.64	9.54%	4,020.94	-20.07%	5,030.34
财务费用	957.63	-	550.69	-48.48%	1,068.98	-54.45%	2,346.68
资产减值损失	-845.75	-	933.57	1721.60%	51.25	-99.04%	5,364.66
加：投资收益	-7.20	-	-	-	2.51	-96.21%	66.16
其他收益	181.98	-	-	-	-	-	-
二、营业利润	**15,462.70**	**-**	**12,311.12**	**353.96%**	**2,711.96**	**-117.78%**	**-15,251.21**
加：营业外收入	2,943.21	-	1,818.68	31.25%	1,385.68	8.05%	1,282.40
减：营业外支出	871.69	-	182.39	248.80%	52.29	-85.75%	366.98
三、利润总额	**17,534.22**	**-**	**13,947.42**	**244.78%**	**4,045.35**	**-128.22%**	**-14,335.79**
减：所得税费用	3,258.47	-	2,707.04	75.44%	1,543.02	-154.25%	-2,844.10
四、净利润	**14,275.74**	**-**	**11,240.38**	**349.20%**	**2,502.33**	**-121.78%**	**-11,491.69**
归属于母公司所有者的净利润	**13,966.54**	**-**	**11,300.07**	**351.58%**	**2,502.33**	**-121.78%**	**-11,491.69**

随着国民生活水平的提高及全社会对酒类消费品需求的增长，公司业务不断拓展，报告期内各年营业收入稳步增长，盈利能力增强，营业收入复合增长率为37.94%，利润水平亦得到改善和提高，从 2014 年净亏损 11,491.69 万元，到 2017

年 1-6 月实现净利润 14,275.74 万元。公司已成为具有较强竞争力的精品酒类销售服务运营商，影响力和综合实力在行业内名列前茅。

（二）营业收入构成及变化趋势分析

1、营业收入变化趋势及原因分析

报告期内，公司营业收入结构如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	122,471.64	99.97%	218,409.76	100.00%	157,756.74	100.00%	114,796.48	100.00%
其他业务收入	30.88	0.03%	3.66	-	-	-	-	-
合计	**122,502.52**	**100.00%**	**218,413.42**	**100.00%**	**157,756.74**	**100.00%**	**114,796.48**	**100.00%**

报告期内，公司收入主要来自酒类产品的销售收入。2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年 1-6 月，公司营业收入分别为 114,796.48 万元、157,756.74 万元、218,413.42 万元和 122,502.52 万元，主营业务突出。2016 年，其他业务收入为咨询服务收入。2017 年 1-6 月，其他业务收入 30.88 万元，主要为收取的客户店面设计费。

报告期内，公司主营业务收入呈现较大幅度增长。2015 年，公司主营业务收入较 2014 年增加 42,960.26 万元，增幅 37.42%；2016 年，公司主营业务收入较 2015 年增加 60,653.02 万元，增幅 38.45%。

报告期内，公司主营业务收入持续增长的原因主要有：（1）经历了国家限制“三公”消费政策后 2013 年、2014 年的行业低谷，随着人民生活水平提高，消费升级带动了个人和商务对精品酒水的消费需求，公司所处的酒类流通行业在 2015 年、2016 年处于回暖发展的时期，公司作为行业中的领先企业之一，销售收入随之增长；（2）公司一直致力于多种销售渠道的拓展，营销网络覆盖全国。报告内，公司顺应消费群体结构的变化主动调整销售策略，大力发展直供终端网点客户。同时，公司灵活运用多渠道组合来提高市场占有率，以实现报告期收入规模的增长；（3）公司报告期内加强仓储物流管控和管理信息化系统建设，积极

消化库存，加快产品的流转速度，为公司及下游客户创造效益；（4）公司与国内知名酒厂、国外名酒庄实现战略合作，遴选和开发出不同价位段、针对不同市场定位的核心产品，引领消费，为公司带来新的收入来源；（5）公司品牌知名度提高，保真酒的销售模式得到消费者的广泛认同，“华致酒行”良好的品牌形象，使公司在市场竞争中脱颖而出，为公司赢得了广泛的客户群体，保障了公司的市场地位。

2、主营业务收入按产品构成分析

报告期内，公司按照产品划分的主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

主营业务收入	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
白酒	117,234.34	95.72%	206,329.61	94.47%	146,136.96	92.63%	103,852.51	90.47%
葡萄酒	4,881.69	3.99%	11,417.05	5.23%	10,440.08	6.62%	9,554.14	8.32%
其中：国产葡萄酒	38.43	0.03%	619.59	0.28%	942.34	0.60%	1,407.86	1.23%
进口葡萄酒	4,843.27	3.95%	10,797.46	4.94%	9,497.74	6.02%	8,146.28	7.10%
黄酒	33.18	0.03%	180.99	0.08%	138.88	0.09%	280.70	0.24%
其他	322.43	0.26%	482.12	0.22%	1,040.82	0.66%	1,109.12	0.97%
合计	**122,471.64**	**100.00%**	**218,409.76**	**100.00%**	**157,756.74**	**100.00%**	**114,796.48**	**100.00%**

公司经营的商品主要包括白酒、进口葡萄酒，其中白酒比重最大，这与国内的“酒文化”和消费习惯有关。报告期内，白酒收入占同期主营业务收入分别为 90.47%、92.63%、94.47%和 95.72%；进口葡萄酒收入占同期主营业务收入分别为 7.10%、6.02%、4.94%和 3.95%。公司酒水销售收入持续增长，占主营业务收入比例基本保持稳定，白酒占比小幅增加，一是由于 2015 年下半年至 2017 年上半年白酒市场价格持续回暖，二是由于公司调整产品结构所致。

2015 年，公司主营业务收入较 2014 年增加 42,960.26 万元，其中白酒销售收入较 2014 年增加 42,284.45 万元，占当期收入增长金额的比例为 98.43%。2016 年，公司主营业务收入较 2015 年增加 60,653.02 万元，其中白酒销售收入较 2015 年增加 60,192.65 万元，占当期收入增长金额的比例为 99.24%。白酒销售收入增长是公司主营业务收入增长的主因。

报告期内，白酒销售收入及占比具体如下：

单位：万元

白酒系列	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
茅台系列	69,293.88	59.11%	104,856.40	50.82%	40,716.45	27.86%	24,932.57	24.01%
五粮液系列	42,440.09	36.20%	85,498.88	41.44%	68,978.95	47.20%	46,769.77	45.03%
荷花系列	1,778.80	1.52%	-	-	-	-	-	-
湘窖系列	37.55	0.03%	9,788.14	4.74%	22,027.27	15.07%	17,234.63	16.60%
珍酒系列	27.95	0.02%	3,496.62	1.69%	12,774.03	8.74%	11,691.77	11.26%
其他白酒	3,656.07	3.12%	2,689.57	1.30%	1,640.26	1.12%	3,223.77	3.10%
合计	**117,234.34**	**100.00%**	**206,329.61**	**100.00%**	**146,136.96**	**100.00%**	**103,852.51**	**100.00%**

2015 年和 2016 年，白酒销售收入波动及占比具体如下：

单位：万元

酒品系列	2016 年		
	波动金额	波动率	波动占比
茅台系列	64,139.95	157.53%	106.56%
五粮液系列	16,519.93	23.95%	27.45%
湘窖系列	-12,239.13	-55.56%	-20.33%
珍酒系列	-9,277.41	-72.63%	-15.41%
其他白酒	1,049.31	63.97%	1.74%
合计	**60,192.65**	**41.19%**	**100.00%**
酒品系列	**2015 年**		
	波动金额	**波动率**	**波动占比**
茅台系列	15,783.88	63.31%	37.33%
五粮液系列	22,209.18	47.49%	52.52%
湘窖系列	4,792.64	27.81%	11.33%
珍酒系列	1,082.26	9.26%	2.56%
其他白酒	-1,583.51	-49.12%	-3.74%
合计	**42,284.45**	**40.72%**	**100.00%**

2016 年及 2015 年，公司白酒销售收入增加主要为茅台系列、五粮液系列酒品销售收入增加。

2015 年白酒系列酒品销售数量及销售平均单价的变化对收入波动的影响情

况如下：

酒品系列	销售数量（万升）		平均单价（元）		对白酒收入的影响情况（%）		
	2015 年	2014 年	2015 年	2014 年	数量波动影响占比	单价波动影响占比	总波动影响占比
茅台系列	28.92	17.60	1,407.68	1,416.82	37.95%	-0.63%	37.33%
五粮液系列	69.17	55.11	997.21	848.68	28.23%	24.30%	52.52%
湘窖系列	42.72	32.87	515.60	524.29	12.21%	-0.88%	11.33%
珍酒系列	61.97	56.05	206.14	208.58	2.92%	-0.36%	2.56%
小计	202.78	161.63	-	-	81.31%	22.43%	103.74%
其他白酒影响	-	-	-	-	-	-	-3.75%
合计	-	-	-	-	-	-	**100.00%**

2016 年白酒系列酒品销售数量及销售平均单价的变化对收入波动的影响情况如下：

酒品系列	销售数量（万升）		平均单价（元）		对白酒收入的影响情况（%）		
	2016 年	2015 年	2016 年	2015 年	数量波动影响占比	单价波动影响占比	总波动影响占比
茅台系列	64.68	28.92	1,621.18	1,407.68	83.62%	22.94%	106.56%
五粮液系列	75.68	69.17	1,129.79	997.21	10.78%	16.67%	27.45%
湘窖系列	19.69	42.72	497.14	515.60	-19.73%	-0.60%	-20.33%
珍酒系列	18.63	61.97	187.66	206.14	-14.84%	-0.57%	-15.41%
小计	178.68	202.78	-	-	59.83%	38.44%	98.26%
其他白酒影响	-	-	-	-	-	-	1.74%
合计	-	-	-	-	-	-	**100.00%**

从产品构成看，报告期内，公司收入的增长主要来自茅台系列、五粮液系列酒水销售收入的增长，2015 年收入增长的原因主要为销售茅台、五粮液系列、湘窖酒水销售数量增加，以及五粮液售价的小幅上涨。2016 年收入增长的原因主要来自茅台系列酒水销售数量和价格的增长。2017 年 1-6 月，茅台系列酒水占主营业务收入比例进一步增长。

3、主营业务收入渠道结构分析

公司各期主营业务收入分渠道构成情况如下表所示：

单位：万元

销售渠道		2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
连锁酒行		13,858.00	11.32%	37,591.72	17.21%	44,236.71	28.04%	39,332.44	34.26%
直供终端	零售网点	42,105.03	34.38%	79,614.73	36.45%	55,700.43	35.31%	36,235.44	31.56%
	KA 卖场	29,087.29	23.75%	26,544.20	12.15%	21,597.90	13.69%	16,747.50	14.59%
	团购及其他	8,231.55	6.72%	14,935.75	6.84%	11,113.85	7.04%	9,923.92	8.64%
	小计	**79,423.86**	**64.85%**	**121,094.68**	**55.44%**	**88,412.18**	**56.04%**	**62,906.86**	**54.80%**
终端供应商		29,189.77	23.83%	59,723.37	27.34%	25,107.84	15.92%	12,557.18	10.94%
合计		**122,471.64**	**100.00%**	**218,409.76**	**100.00%**	**157,756.74**	**100.00%**	**114,796.48**	**100.00%**

公司销售的主要渠道包括：连锁酒行、直供终端和终端供应商。其中直供终端收入是公司最大的收入来源，报告期内，直供终端收入占主营业务收入的比例分别为 54.80%、56.04%、55.44%和 64.85%，成为公司收入增长的主要动力，贡献了 50%以上的新增收入。直供终端收入保持了较高的增幅，符合公司“全渠道，扁平化”的销售战略，亦符合我国白酒、葡萄酒销售渠道下沉的行业发展趋势。

直供终端收入包括：零售网点、KA 卖场、团购及其他收入，其中以零售网点收入占比最高。2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月，零售网点的销售占比分别为 31.56%、35.31%、36.45%和 34.38%。随着个人消费和商务消费成为酒类销售市场主流，消费者对于酒类产品消费和购买的便捷性要求越来越高，名烟名酒店、专卖店、便利店等零售网点以其贴近消费者的特性成为消费者的重要选择之一。零售网点的经营者本身具有较强的客户资源，公司积极发展零售网点，能获得稳定的销售订单，直达最终消费者，掌控市场动态，做好经营决策。随着募投项目的实施，未来公司将对零售网点统一形象和标识，有助于公司品牌知名度的提高。

公司注重维护大型商超和卖场的关系，在不断加深与 KA 卖场客户合作的基础上，利用其门店拓展新市场，推广产品销售。2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月，商超收入占比分别为 14.59%、13.69%、12.15%和 23.75%。

公司借助淘宝商城（天猫）、京东商城等电子商务平台销售公司产品；团购

及零售收入主要为公司直接面对企事业单位、社会团体及个体消费者的销售收入。2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月，团购及其他的销售占比分别为 8.64%、7.04%、6.84%和 6.72%。

连锁酒行收入包括公司对加盟店、直营店的销售收入。2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月，连锁酒行的销售占比分别为 34.26%、28.04%、17.21%和 11.32%，截至 2017 年 6 月 30 日，公司连锁酒行辐射 27 个省、自治区、直辖市，作为公司品牌宣传和经营示范的窗口，对树立公司形象，提高社会知名度，有着重要意义。

公司加大对优质终端供应商的甄选，在一些非重点区域，与终端供应商共同运作市场，有效地利用其渠道资源和配送能力，节约成本，扩大收入规模。2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月，终端供应商收入占比分别为 10.94%、15.92%、27.34%和 23.83%。2016 年度占比提高主要系新增客户徐州茅五剑贸易有限公司和沛县糖烟酒采购供应站收入所致，具体请参见招股书说明书 “第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（二）发行人客户情况”。

报告期，公司提高产品覆盖面和市场占有率，实现销售渠道的全覆盖。除连锁酒行外，其他渠道销售收入均稳步增加，公司的营销战略避免了对特定渠道的依赖，重点发展直供终端网点，提升了公司在产业链中的话语权和市场地位，增强了公司的市场竞争力。

4、主营业务收入按地区构成分析

报告期内，公司主营业务收入按地区划分具体情况如下表：

单位：万元

主营业务收入	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东地区	46,783.86	38.20%	105,029.08	48.09%	51,539.53	32.67%	39,860.35	34.72%
华中地区	20,614.62	16.83%	44,743.13	20.49%	46,829.09	29.68%	37,704.75	32.84%
西南地区	13,911.04	11.36%	25,143.85	11.51%	26,112.75	16.55%	16,922.70	14.74%
华北地区	24,005.47	19.60%	18,365.63	8.41%	12,741.12	8.08%	10,298.42	8.97%

主营业务收入	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华南地区	5,976.71	4.88%	10,972.99	5.02%	8,012.82	5.08%	3,165.94	2.76%
西北地区	5,596.74	4.57%	7,153.81	3.28%	5,057.52	3.21%	3,741.09	3.26%
东北地区	4,106.26	3.35%	3,701.60	1.69%	3,516.40	2.23%	2,404.07	2.09%
台港澳及国外	998.14	0.81%	756.48	0.35%	2,237.11	1.42%	112.86	0.10%
电商	478.79	0.39%	2,543.19	1.16%	1,710.40	1.08%	586.30	0.51%
合计	**122,471.64**	**100.00%**	**218,409.76**	**100.00%**	**157,756.74**	**100.00%**	**114,796.48**	**100.00%**

注：（1）华东地区包括：山东、江苏、安徽、浙江、福建、上海；（2）华中地区包括：湖北、湖南、河南、江西（3）西南地区包括：四川、云南、贵州、重庆；（4）华北地区包括：北京、天津、河北、山西、内蒙古自治区（5）华南地区包括：广东、广西壮族自治区、海南；（6）西北地区包括：宁夏回族自治区、新疆维吾尔族自治区、青海、陕西、甘肃；（7）东北地区包括：辽宁、吉林、黑龙江。

报告期内，发行人销售区域覆盖全国 30 个省、自治区和直辖市，主营业务收入的地区分布格局基本稳定，主要集中在华东、华中和西南地区。2014 年、2015 年和 2016 年，该三地区销售收入占营业收入的比例均在 78%以上，主要原因是：（1）华东、华中区域消费能力强，人均可支配收入较高，酒水消费需求旺盛，西南地区中的四川省酒企众多，是中国传统的酿酒和消费大省。（2）公司一直非常注重拓展和深挖华东、华中和西南市场，除省会城市外，还向市、县渗透，在该区域已具有较高的知名度和美誉度。（3）2016 年公司在上海新设立的控股子公司上海虬腾，增加了公司在华东地区的主营业务收入。

5、主营业务收入按季节构成分析

公司各期主营业务收入按季节划分构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	72,290.65	59.03%	68,828.07	31.51%	54,943.99	34.83%	39,253.76	34.19%
二季度	50,180.99	40.97%	35,282.21	16.15%	25,106.14	15.91%	19,722.03	17.18%
三季度	-	-	53,469.15	24.48%	39,100.82	24.79%	31,048.56	27.05%
四季度	-	-	60,830.33	27.85%	38,605.78	24.47%	24,772.12	21.58%
合计	**122,471.64**	**100.00%**	**218,409.76**	**100.00%**	**157,756.74**	**100.00%**	**114,796.48**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务收入存在一定季节性。第一季度收入占比较高，第二季度收入占比较低，一是由于天气原因，消费者在第一和第四季度的低温天气，对白酒、黄酒有较高的消费需求，第二季度天气开始转暖，酒类消费量减少。二是由于元旦、春节、中秋节、国庆节等节假日主要集中在第一和第四季度，通常为酒水销售旺季，期间公司销售额较平时有所增长。

（三）营业成本分析

1、营业成本构成分析

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	97,001.20	100.00%	180,756.10	100.00%	121,046.27	100.00%	91,076.03	100.00%
其他业务成本	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	**97,001.20**	**100.00%**	**180,756.10**	**100.00%**	**121,046.27**	**100.00%**	**91,076.03**	**100.00%**

报告期内，公司营业成本分别为 91,076.03 万元、121,046.27 万元、180,756.10 万元和 97,001.20 万元，全部为主营业务成本。公司营业成本的提高，主要是由于公司经营规模迅速扩大导致营业成本相应增加。

2、主营业务成本的商品构成情况

报告期内，公司主营业务成本按销售产品构成如下：

单位：万元

主营业务成本	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
白酒	93,527.47	96.42%	173,881.74	96.20%	114,764.70	94.81%	84,116.01	92.36%
葡萄酒	3,176.05	3.27%	6,307.88	3.49%	5,370.77	4.44%	5,627.14	6.18%
其中：国产葡萄酒	23.80	0.02%	541.70	0.30%	823.65	0.68%	1,273.84	1.40%
进口葡萄酒	3,152.25	3.25%	5,766.18	3.19%	4,547.12	3.76%	4,353.30	4.78%
黄酒	28.66	0.03%	154.35	0.09%	125.32	0.10%	294.95	0.32%

其他	269.02	0.28%	412.13	0.23%	785.48	0.65%	1,037.94	1.14%
合计	**97,001.20**	**100.00%**	**180,756.10**	**100.00%**	**121,046.27**	**100.00%**	**91,076.03**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务成本主要为白酒、进口葡萄酒销售成本，其中白酒类主营业务成本占同期主营业务成本的比例分别为 92.36%、94.81%、96.20%和96.42%；进口葡萄酒主营业务成本占同期主营业务成本的比例分别为 4.78%、3.76%、3.19%和 3.25%，与主营业务收入占比基本保持一致。

发行人的营业成本主要受到采购情况、销售情况和库存情况的影响。报告期各期库存商品的采购情况与主营业务成本的变动情况如下：

存货类别	2017 年 1-6 月			2016 年		
	主营业务成本（万元）	采购金额（万元）	采购金额/主营业务成本	主营业务成本（万元）	采购金额（万元）	采购金额/主营业务成本
白酒	93,527.47	95,886.76	1.03	173,881.74	154,871.07	0.89
葡萄酒	3,176.05	4,683.61	1.47	6,307.88	5,615.89	0.89
其中：国产葡萄酒	23.80	99.12	4.16	541.70	93.38	0.17
进口葡萄酒	3,152.25	4,584.49	1.45	5,766.18	5,522.51	0.96
黄酒	28.66	100.73	3.51	154.35	108.24	0.70
其他	269.02	1,025.82	3.81	412.13	1,576.31	3.82
合计	97,001.20	101,696.92	1.05	180,756.10	162,171.51	0.90
存货类别	**2015 年**			**2014 年**		
	主营业务成本（万元）	采购金额（万元）	采购金额/主营业务成本	主营业务成本（万元）	采购金额（万元）	采购金额/主营业务成本
白酒	114,764.70	101,607.66	0.89	84,116.01	53,082.59	0.63
葡萄酒	5,370.77	4,117.46	0.77	5,627.14	6,734.61	1.20
其中：国产葡萄酒	823.65	694.62	0.84	1,273.84	1,072.13	0.84
进口葡萄酒	4,547.12	3,422.84	0.75	4,353.30	5,662.48	1.30
黄酒	125.32	2.44	0.02	294.95	21.54	0.07
其他	785.48	3,254.23	4.14	1,037.94	1,548.93	1.49
合计	**121,046.27**	**108,981.79**	**0.90**	**91,076.03**	**61,387.67**	**0.67**

注：采购金额为不含税价

2014 年、2015 年和 2016 年，公司为进一步消化库存，提高存货周转率，采购总额均小于主营业务成本。公司在取得存货时，按成本进行初始计量，存货结

转成本时按全月一次加权平均计价，因此酒水销售成本与采购价格之间存在一定差异。

（四）毛利及毛利率分析

报告期内，公司毛利结构如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务毛利	25,470.44	99.88%	37,653.67	99.99%	36,710.46	100.00%	23,720.45	100.00%
其他业务毛利	30.88	0.12%	3.66	0.01%	-	-	-	-
合计	**25,501.32**	**100.00%**	**37,657.33**	**100.00%**	**36,710.46**	**100.00%**	**23,720.45**	**100.00%**

报告期内，公司利润主要来源于主营业务利润，其他业务的利润贡献低。

1、毛利变化趋势及原因分析

（1）主营业务毛利按产品分析

报告期内，各期主要产品的毛利及占主营业务毛利的比例如下：

单位：万元

毛利	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
白酒	23,706.86	93.08%	32,447.86	86.17%	31,372.26	85.46%	19,736.51	83.20%
葡萄酒	1,705.64	6.70%	5,109.18	13.57%	5,069.30	13.81%	3,927.01	16.56%
其中：国产葡萄酒	14.63	0.06%	77.89	0.21%	118.69	0.32%	134.02	0.57%
进口葡萄酒	1,691.01	6.64%	5,031.28	13.36%	4,950.62	13.49%	3,792.99	15.99%
黄酒	4.52	0.02%	26.64	0.07%	13.56	0.04%	-14.24	-0.06%
其他	53.41	0.21%	69.98	0.19%	255.34	0.70%	71.18	0.30%
合计	**25,470.44**	**100.00%**	**37,653.67**	**100.00%**	**36,710.46**	**100.00%**	**23,720.45**	**100.00%**

从上表可以看出，公司的主要利润来源于白酒销售业务，毛利占公司主营业

务毛利的 80%以上。公司在保持传统产品优势的同时，不断开发新的产品，以满足消费者的需求。

（2）主营业务毛利按渠道分析

报告期内，各销售渠道的毛利及占主营业务毛利的比例如下：

单位：万元

销售渠道		2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
连锁酒行		4,042.87	15.87%	8,210.52	21.81%	10,126.59	27.59%	7,611.51	32.09%
直供终端	零售网点	11,594.91	45.52%	17,906.60	47.56%	16,024.64	43.65%	9,413.64	39.69%
	KA 卖场	3,352.19	13.16%	3,464.58	9.20%	2,429.78	6.62%	2,483.81	10.47%
	团购、电商	2,197.56	8.63%	1,986.60	5.28%	2,000.23	5.45%	1,769.50	7.46%
	小计	**17,144.66**	**67.31%**	**23,357.78**	**62.03%**	**20,454.64**	**55.72%**	**13,666.95**	**57.62%**
终端供应商		4,282.90	16.82%	6,085.37	16.16%	6,129.23	16.70%	2,441.99	10.29%
合计		**25,470.44**	**100.00%**	**37,653.67**	**100.00%**	**36,710.46**	**100.00%**	**23,720.45**	**100.00%**

从上表可以看出，公司利润主要来源于直供终端，且整体呈现增长趋势。符合酒类流通行业趋势及公司“发展终端，终端制胜”的营销策略。

2、毛利率变化趋势及原因分析

报告期内，公司综合毛利率分别为 20.66%、23.27%、17.24%和 20.80%，综合毛利率波动主要受公司销售的产品结构变化影响。

（1）主营业务毛利率按产品分析

2015 年，公司主营业务毛利率较 2014 年小幅增加，主要原因是 2015 年下半年，个人、商务消费带动白酒、葡萄酒市场回暖，酒水价格有所回升。2016 年，白酒毛利率较 2015 年下降 5.74 个百分点，主要因为公司调整产品结构，毛利率较低的产品销售份额占比扩大所致。2016 年，进口葡萄酒毛利率下降，主要因为进口葡萄酒市场竞争激烈所致。

报告期内，公司分产品类别毛利率情况如下表所示：

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年

	毛利率	毛利占比	毛利率	毛利占比	毛利率	毛利占比	毛利率	毛利占比
白酒	20.22%	93.08%	15.73%	86.17%	21.47%	85.46%	19.00%	83.20%
葡萄酒	34.94%	6.70%	44.75%	13.57%	48.56%	13.81%	41.10%	16.56%
其中：国产葡萄酒	38.07%	0.06%	12.57%	0.21%	12.59%	0.32%	9.52%	0.57%
进口葡萄酒	34.91%	6.64%	46.60%	13.36%	52.12%	13.49%	46.56%	15.99%
黄酒	13.62%	0.02%	14.72%	0.07%	9.76%	0.04%	-5.07%	-0.06%
其他	16.57%	0.21%	14.52%	0.19%	24.53%	0.70%	6.42%	0.30%
合计	**20.80%**	**100.00%**	**17.24%**	**100.00%**	**23.27%**	**100.00%**	**20.66%**	**100.00%**

1）报告期公司主要系列产品销量、单价、单位成本、毛利及毛利率情况

①白酒

报告期各期，发行人销售的白酒主要品类有茅台、五粮液、珍酒、湘窖、荷花系列，其销售收入占白酒收入的比例为 96.90%、98.88%、98.70%和 96.88%。其销售数量、单价、单位成本、毛利及毛利率情况如下：

主要品牌	项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
茅台系列	销售数量（万升）	30.71	64.68	28.92	17.60
	单位售价（元）	2,256.59	1,621.18	1,407.68	1,416.82
	单位成本（元）	1,933.03	1,504.26	1,355.65	1,323.98
	毛利（万元）	9,935.60	7,562.30	1,504.93	1,633.82
	毛利率（%）	14.34%	7.21%	3.70%	6.55%
五粮液系列	销售数量（万升）	33.60	75.68	69.17	55.11
	单位售价（元）	1,263.23	1,129.79	997.21	848.68
	单位成本（元）	912.68	891.91	809.06	745.13
	毛利（万元）	11,777.12	18,002.10	13,014.50	5,706.46
	毛利率（%）	27.75%	21.06%	18.87%	12.20%
湘窖系列	销售数量（万升）	0.05	19.69	42.72	32.87
	单位售价（元）	728.23	497.14	515.60	524.29
	单位成本（元）	517.21	252.91	250.65	286.43
	毛利（万元）	10.88	4,808.50	11,318.99	7,818.99
	毛利率（%）	28.98%	49.13%	51.39%	45.37%
珍酒系列	销售数量（万升）	0.12	18.63	61.97	56.05
	单位售价（元）	230.25	187.66	206.14	208.58

主要品牌	项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
	单位成本（元）	294.47	136.12	126.24	140.51
	毛利（万元）	-7.80	960.20	4,951.31	3,815.68
	毛利率（%）	-27.90%	27.46%	38.76%	32.64%
荷花系列	销售数量（万升）	3.69	-	-	-
	单位售价（元）	482.09	-	-	-
	单位成本（元）	230.72	-	-	-
	毛利（万元）	927.50	-	-	-
	毛利率（%）	52.14%	-	-	-

2016 年公司销售茅台的毛利率较 2015 年度上升了 3.52 个百分点，各类业务的具体影响如下：

业务类别	毛利率（%）		收入占比（%）		对茅台系列毛利率的影响（%）
	2016 年度	2015 年度	2016 年度	2015 年度	
53 度新飞天茅台酒 500ML（普通装）	6.09	2.33	71.38	83.99	2.40
贵州茅台酒（金）	16.60	14.75	14.68	4.11	1.82
茅台年份酒	5.10	6.92	6.03	5.53	-0.08
53 度 1680ml 茅台酒	8.05	18.81	2.56	4.02	-0.55
其他茅台酒	-1.63	-0.16	5.35	2.35	-0.08
合计	**7.21**	**3.70**	**100.00**	**100.00**	**3.52**

2016 年，公司茅台系列酒水毛利率上升，主要原因是 53 度 500ml 飞天茅台酒毛利率上升，拉高茅台系列毛利率 2.40 个百分点，贵州茅台金销售量增加拉动茅台系列毛利率 1.83 个百分点。

报告期各期，五粮液系列毛利分别为 5,706.46 万元、13,014.50 万元、18,002.10 万元和 11,777.12 万元，具体品种毛利及占比情况如下：

五粮液系列	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
五粮液十年水晶	6,639.62	56.38%	12,143.41	67.46%	6,803.67	52.28%	-269.83	-4.73%
52° 普通五粮液	1,009.29	8.57%	897.67	4.99%	1,816.42	13.96%	1,647.55	28.87%
五粮液 15 年陶瓶	1,641.17	13.94%	2,184.67	12.14%	1,627.04	12.50%	1,833.81	32.14%

五粮液系列	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
五粮液 10 年陶瓶	628.24	5.33%	580.99	3.23%	485.54	3.73%	124.91	2.19%
60°精品五粮液 500ml	-	-	9.17	0.05%	-	-	-	-
五粮液华致会员酒	273.30	2.32%	436.86	2.43%	1,254.69	9.64%	1,037.04	18.17%
其他五粮液	1,585.51	13.46%	1,749.33	9.72%	1,027.14	7.89%	1,332.98	23.36%
合计	**11,777.12**	**100.00%**	**18,002.10**	**100.00%**	**13,014.50**	**100.00%**	**5,706.46**	**100.00%**

2015 年五粮液系列毛利较 2014 年增加 7,308.04 万元，增幅 128.07%，2016 年五粮液系列毛利较 2015 年增加 4,987.60 万元，增幅 38.32%，主要是由于五粮液十年水晶销售单价和销售量增长。

2016 年公司销售五粮液的毛利率较 2015 年度上升了 2.19 个百分点，各类品种的具体影响如下：

五粮液系列	毛利率（%）		收入占比（%）		对五粮液系列毛利率的影响（%）
	2016 年度	2015 年度	2016 年度	2015 年度	
五粮液十年水晶	31.67	16.13	44.84	61.16	4.34
五粮液十年陶瓶	24.57	26.56	2.77	2.65	-0.02
五粮液其他年份酒	54.83	55.03	7.14	6.71	0.22
52 度普通五粮液	2.45	10.47	42.81	25.14	-1.58
五粮液华致会员酒	50.62	65.20	1.01	2.79	-1.31
五粮陈	3.46	-3.17	0.15	0.48	0.02
其他五粮液及包装物	53.90	15.79	1.28	1.07	0.52
合计	**21.06**	**18.87**	**100.00**	**100.00**	**2.19**

2016 年度，发行人五粮液系列平均毛利率较 2015 年度增加 2.19 个百分点，主要受五粮液十年水晶毛利率升高的影响。2016 年，发行人五粮液十年水晶全售价受市场回暖影响增长幅度较大，但其全部采购于五粮液酒厂，且采购价格与 2015 年保持一致，因此毛利率增长幅度较大。2015 年和 2016 年，五粮液十年水晶年平均售价和采购单价如下：

五粮液十	平均销售单价	平均采购单价

年水晶	2016 年	2015 年	增长率	2016 年	2015 年	增长率
	556.92	522.10	34.75%	426.49	426.49	-

2014 年至 2016 年，湘窖、珍酒系列产品虽然毛利率较高，但由于其品牌地域性特点，承担的广告费、促消费等销售费用也较高，扣除其品牌销售费用后，其毛利率有所回归，具体如下：

项目	湘窖系列			珍酒系列		
	2016 年	2015 年	2014 年	2016 年	2015 年	2014 年
扣除品牌销售费用前的毛利率	49.13	51.39	45.37	27.46	38.76	32.64
扣除品牌销售费用后的毛利率	13.13	15.83	26.93	23.01	21.44	20.41

2017 年 1-6 月，湘窖、珍酒毛利率较 2014 年至 2016 年下降幅度较大，主要原因为 2016 年下半年公司进行产品结构调整，不再向关联方采购湘窖、珍酒系列产品，也不再对湘窖、珍酒系列产品追加投入广告费、促销费，只继续消耗自有库存。2017 年 1-6 月，发行人销售的湘窖、珍酒系列产品收入大幅下降，占白酒销售收入主营业务收入的比例从 2016 年 6.43%下降为 0.05%。2017 年 1-6 月，珍酒系列毛利率为负，主要为发行人将珍酒系列库存商品退还酒厂，增加了成本。

2016 年 12 月 7 日，发行人与贵州省怀仁市茅台镇荷花酒业有限公司签订独家总经销合同，约定自 2016 年 12 月 7 日至 2026 年 12 月 6 日止，发行人对国乡荷花 500ml 单瓶和国乡荷花 500ml 礼盒拥有独家总经销权。荷花系列产品，是发行人按照国人消费需求和自身发展战略，从口感、酒体、品位、价格等元素出发，主动提出开发报告，借助酒企丰富的生产经验和成熟的酿造工艺，合作开发出的新品酒水。其生产厂区位于茅台镇仁溪沟，与茅台酒厂同处茅台镇酱香白酒核心产区，拥有 53 年的酿制历史，相比同产地、同度数产品具有较高的价格优势，弥补了同类产品中该价位区间的市场空白，受到了消费者的认可，毛利率较高，是发行人新的利润增长点。

除茅台、五粮液、湘窖、珍酒、荷花系列白酒外，其他白酒，由于品种众多、单品种销售数量较小，毛利率波动幅度较大，对发行人主营业务毛利率不构成重要影响。

②红酒

报告期各期，公司销售红酒主要品类有香格里拉系列、蒙大菲系列和阿伦选系列。其销售收入占红酒收入的比例为 44.43%、51.31%、69.09%和 71.50%。其销售数量、单价、单位成本、毛利及毛利率情况如下：

主要品牌	项目	2017年1-6月	2016 年	2015 年	2014 年
香格里拉	销售数量（万升）	0.89	9.21	15.48	28.15
	单位售价（元）	41.54	67.28	60.83	49.95
	单位成本（元）	23.46	58.78	53.00	45.09
	毛利（万元）	16.15	78.30	121.13	136.82
	毛利率（%）	43.53%	12.64%	12.86%	9.73%
蒙大菲系列	销售数量（万升）	13.77	40.01	27.53	16.43
	单位售价（元）	135.85	73.62	79.68	104.70
	单位成本（元）	89.22	21.79	16.71	20.05
	毛利（万元）	641.89	2,073.82	1,733.46	1,390.81
	毛利率（%）	34.32%	70.40%	79.02%	80.85%
阿伦选系列	销售数量（万升）	24.11	64.95	26.09	10.62
	单位售价（元）	65.66	66.48	85.14	105.35
	单位成本（元）	30.58	27.77	39.03	48.90
	毛利（万元）	845.86	2,514.63	1,202.92	599.39
	毛利率（%）	53.43%	58.23%	54.15%	53.59%

报告期内，发行人红酒收入占主营业务收入比例较低，公司根据每款酒的消费者定位、市场供需情况、替代品情况来决定进口葡萄酒的加价率与促销政策。各系列毛利率波动主要为所销产品比例变化及适时促销政策所引起。

2015 年公司蒙大菲、阿伦选系列产品毛利率与 2014 年变化不大。2016 年和 2017 年 1-6 月，公司蒙大菲系列葡萄酒毛利率有所下降，主要原因是为打造其酒品质好、性价比高的品牌形象，在定价政策中调低了进口葡萄酒的加价率；2016 年，发行人阿伦选系列葡萄酒毛利率有所上升，主要原因是公司为丰富产品线，优选了更多性价比较高的葡萄酒，单位成本有所下降。

2）报告期不同类别产品毛利率差异较大的原因

报告期内，公司进口葡萄酒毛利率最高，白酒、国产葡萄酒、黄酒的毛利率较低。不同类型的产品毛利率差异较大，主要是由其产品的消费者偏好、市场行情、供求关系、销售策略及供应商等因素决定。

① 进口葡萄酒毛利率分析

公司进口葡萄酒报告期各期其平均毛利率分别为 46.56%、52.12%、46.60%和 34.91%，进口葡萄酒毛利率较高，主要原因是（1）在采购国外知名葡萄酒方面，公司与法国、意大利、美国、西班牙等国家和地区知名的葡萄酒商均有合作，进货渠道多元化，供应商相对充足，除少数著名且稀缺的葡萄酒酒款外，公司依靠自身品牌效应和集中采购的规模优势，可以获取一定的采购优惠。（2）在产品选择方面，公司根据国人的饮用习惯和偏好，聘请葡萄酒大师阿伦•格里菲斯担任顾问，在全球范围内甄选质量上乘且能够代表当地风土的精品葡萄酒组成“阿伦选产品系列，并独家代理美国著名红酒品牌“罗伯特•蒙大菲”，优质的品质是发行人获取高毛利率的保证。（3）在产品推广方面，公司多人获得了中高级品酒师资格，通过品鉴会、自媒体、教育培训等形式为消费者和爱好者推介优选葡萄酒，提升品牌知名度。（4）在消费者选择方面，目前国内进口葡萄酒市场仍处于消费者习惯培育阶段，消费者品鉴能力有待提高，进口葡萄酒消费主要集中在经济发达地区和中高收入家庭，以追求高品质的生活的中青年消费者为主，因此能够获得价高的溢价。（5）与同行业可比公司相比，报告期各期，同行业可比公司销售进口葡萄酒的平均毛利率分别为 51.01%、49.97%、41.79%和 34.01%，亦说明进口葡萄酒销售在国内毛利率较高，发行人进口葡萄酒毛利率合理。

证券号	公司名称	主要进口葡萄酒产品	毛利率			
			2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
832965	金易久大	法国“王朝”“DYNASTY”“华洛亚”等品牌葡萄酒	29.92%	51.03%	55.42%	59.48%
833788	品尚汇	智利蒙特斯（MONTES）名庄葡萄酒、澳洲富邑集团中国区进口商、若诗庄园（ROSEMOUNT）葡萄酒、纷赋酒庄葡萄酒	33.24%	30.31%	38.13%	37.47%
834528	红酒世界	法国、意大利、智利、新	39.47%	44.03%	56.35%	56.08%

证券号	公司名称	主要进口葡萄酒产品	毛利率			
			2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
		西兰、西班牙、美国、葡萄牙和澳大利亚等国家和地区葡萄酒				
行业平均毛利率			34.01%	41.79%	49.97%	51.01%
发行人进口葡萄酒毛利率			34.91%	46.60%	34.91%	46.56%

注：以上数据来源于可比公司年报、半年报中葡萄酒销售数据。红酒世界未披露分产品数据，其主营业务为进口葡萄酒销售，采用财务报表中主营业务毛利率。

报告期内发行人进口葡萄酒毛利率与行业平均毛利率水平均呈下降趋势，主要原因是国产葡萄酒逐渐受到消费者的欢迎，影响进口葡萄酒市场，且受进口低端产品的冲击，销售价格降低，进口葡萄酒市场竞争不断加剧导致行业整体毛利率水平下降。

②白酒毛利率分析

报告期各期，发行人白酒平均毛利率分别为 19.00%、21.47%、15.73%和20.22%。公司经营白酒品种众多，其市场价格、消费者定位以及毛利率差异较大，同品种不同年份的白酒，毛利率也不相同。白酒平均毛利率受各产品毛利率、收入占比影响。报告期各期，公司主要白酒系列毛利率及占比如下：

单位：%

商品类别	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	毛利率	收入占比[注]	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
茅台系列	14.34	59.11	7.21	50.82	3.70	27.86	6.55	24.01
五粮液系列	27.75	36.20	21.06	41.44	18.87	47.20	12.20	45.03
湘窖系列	28.98	0.03	49.13	4.74	51.39	15.07	45.37	16.60
珍酒系列	-27.90	0.02	27.46	1.69	38.76	8.74	32.64	11.26
荷花系列	52.14	1.52	-	-	-	-	-	-
其他白酒	29.09	3.12	41.45	1.30	35.51	1.12	23.62	3.10
合计	**20.22**	**100.00**	**15.73**	**100.00**	**21.47**	**100.00**	**19.00**	**100.00**

注：上表中收入占比为各期各系列收入占当期白酒销售收入占比

根据上表，公司茅台系列、五粮液系列产品毛利率较低，且占白酒收入的比

例分别为 69.04%、75.06%和 92.26%，拉低了白酒平均毛利率。

与同行业可比公司相比，银基集团是中国及国际领先的高档酒类营运商，其销售的产品结构与发行人较为相似，以中国茅台、五粮液等知名白酒为主。说明国内白酒销售毛利率比进口葡萄酒毛利率低，发行人白酒毛利率合理。

③国产葡萄酒、黄酒毛利率、其他产品分析

发行人现经营的国产葡萄酒、黄酒包括香格里拉葡萄酒、古越龙山年份酒和古越龙山商务政务用酒。报告期各期，发行人黄酒平均毛利率分别为-5.07%、9.76%、14.72%和 13.62%，国产葡萄酒毛利率分别为 9.52%、12.59、12.57%和 38.07%。发行人是香格里拉高原系列酒、古越龙山年份酒的总代理商，根据酒厂出厂价格、市场行情以及发行人库存状况确定销售价格及促销政策。报告期各期，国产葡萄酒、黄酒销售收入占主营业务收入的比例为 1.47%、0.69%、0.36%和 0.06%，对发行人主营业务毛利率影响较小。

除白酒、黄酒和葡萄酒外，发行人销售的其他产品主要包括少量进口啤酒、酒类促销物和包装品，占主营业务收入的比例不到 1%，对发行人主营业务毛利无实质性影响。

（2）主营业务毛利率按渠道分析

报告期内，公司分销售渠道的收入、成本、毛利及毛利率情况如下：

2017 年 1-6 月					
销售渠道		**收入**	**成本**	**毛利**	**毛利率**
连锁酒行		13,858.00	9,815.13	4,042.87	29.17%
直供终端	零售网点	42,105.03	30,510.11	11,594.91	27.54%
	KA 卖场	29,087.29	25,735.10	3,352.19	11.52%
	团购及其他	8,231.55	6,033.99	2,197.56	26.70%
	小计	79,423.86	62,279.20	17,144.66	21.59%
终端供应商		29,189.77	24,906.87	4,282.90	14.67%
合计		122,471.64	97,001.20	25,470.44	20.80%
2016 年					
销售渠道		**收入**	**成本**	**毛利**	**毛利率**
连锁酒行		37,591.72	29,381.20	8,210.52	21.84%

直供终端	零售网点	79,614.73	61,708.13	17,906.60	22.49%
	KA 卖场	26,544.20	23,079.62	3,464.58	13.05%
	团购及其他	14,935.75	12,949.15	1,986.60	13.30%
	小计	121,094.68	97,736.90	23,357.78	19.29%
终端供应商		59,723.37	53,638.00	6,085.37	10.19%
合计		218,409.76	180,756.09	37,653.67	17.24%

2015 年

销售渠道		收入	成本	毛利	毛利率
连锁酒行		44,236.71	34,110.12	10,126.59	22.89%
直供终端	零售网点	55,700.43	39,675.79	16,024.64	28.77%
	KA 卖场	21,597.90	19,168.12	2,429.78	11.25%
	团购及其他	11,113.85	9,113.62	2,000.23	18.00%
	小计	88,412.18	67,957.54	20,454.64	23.14%
终端供应商		25,107.84	18,978.61	6,129.23	24.41%
合计		157,756.74	121,046.28	36,710.46	23.27%

2014 年

销售渠道		收入	成本	毛利	毛利率
连锁酒行		39,332.44	31,720.93	7,611.51	19.35%
直供终端	零售网点	36,235.44	26,821.80	9,413.64	25.98%
	KA 卖场	16,747.50	14,263.69	2,483.81	14.83%
	团购及其他	9,923.92	8,154.42	1,769.50	17.83%
	小计	62,906.86	49,239.91	13,666.95	21.73%
终端供应商		12,557.18	10,115.19	2,441.99	19.45%
合计		114,796.48	91,076.03	23,720.45	20.66%

报告期内，公司连锁酒行、零售网点渠道毛利率较高，KA 卖场渠道毛利率较低，终端供应商和团购渠道毛利率波动较大。除 KA 卖场中的沃尔玛超市收入，各销售渠道均采用买断式销售，由客户承担商品滞售风险与成本。不同销售渠道毛利率差异较大，主要受产品结构、渠道特点、客户议价能力等因素影响。

报告期各期，产品平均毛利率及各渠道产品收入占比情况如下：

连锁酒行						
商品系列	报告期平均毛利率[注]	收入占比注				报告期平均占比注
		2017 年	2016 年	2015 年	2014 年	

		1-6 月				
茅台系列	7.95%	46.81%	45.32%	30.79%	23.51%	36.61%
五粮液系列	19.97%	37.98%	34.93%	40.72%	39.33%	38.24%
湘窖系列	43.71%	0.25%	3.88%	10.86%	9.11%	6.03%
珍酒系列	17.74%	0.11%	4.01%	5.85%	7.16%	4.28%
蒙大菲	64.81%	2.11%	3.56%	2.03%	2.27%	2.50%
阿伦选	52.32%	3.35%	3.14%	1.79%	1.20%	2.37%
荷花	52.14%	3.01%	-	-	-	0.75%
其他商品	27.38%	6.37%	5.16%	7.96%	17.40%	9.22%
合计	20.49%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

终端供应商

商品系列	报告期平均毛利率	收入占比				报告期平均占比
		2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年	
茅台系列	7.95%	64.80%	52.36%	17.37%	16.91%	37.86%
五粮液系列	19.97%	27.54%	43.21%	58.66%	54.22%	45.91%
湘窖系列	43.71%	-	1.92%	9.69%	13.37%	6.25%
珍酒系列	17.74%	-	0.13%	5.99%	10.47%	4.15%
蒙大菲	64.81%	2.61%	0.02%	0.13%	0.40%	0.79%
阿伦选	52.32%	0.08%	0.04%	-	0.01%	0.03%
荷花	52.14%	0.90%	-	-	-	0.23%
其他商品	27.38%	4.06%	2.32%	8.16%	4.62%	4.79%
合计	20.49%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

零售网点

商品系列	报告期平均毛利率	收入占比				报告期平均占比
		2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年	
茅台系列	7.95%	45.24%	41.14%	12.85%	9.80%	27.26%
五粮液系列	19.97%	44.33%	43.23%	46.70%	37.63%	42.97%
湘窖系列	43.71%	0.01%	8.35%	24.91%	29.26%	15.63%
珍酒系列	17.74%	-	1.27%	10.89%	14.89%	6.76%
蒙大菲	64.81%	1.10%	0.46%	1.22%	1.22%	1.00%
阿伦选	52.32%	1.58%	2.68%	0.54%	0.45%	1.31%

荷花	52.14%	2.43%	-	-	-	0.61%
其他商品	27.38%	5.31%	2.87%	2.90%	6.75%	4.46%
合计	20.49%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

KA 卖场

商品系列	报告期平均毛利率	收入占比				报告期平均占比
		2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年	
茅台系列	7.95%	62.44%	51.95%	49.81%	37.19%	50.35%
五粮液系列	19.97%	32.55%	38.85%	40.47%	55.18%	41.76%
湘窖系列	43.71%	-	0.69%	1.34%	1.44%	0.87%
珍酒系列	17.74%	0.05%	0.03%	0.20%	0.60%	0.22%
蒙大菲	64.81%	0.98%	2.62%	1.46%	1.18%	1.56%
阿伦选	52.32%	1.33%	3.36%	4.27%	1.68%	2.66%
荷花	52.14%	0.04%	-	-	-	0.01%
其他商品	27.38%	2.61%	2.48%	2.44%	2.74%	2.57%
合计	20.49%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

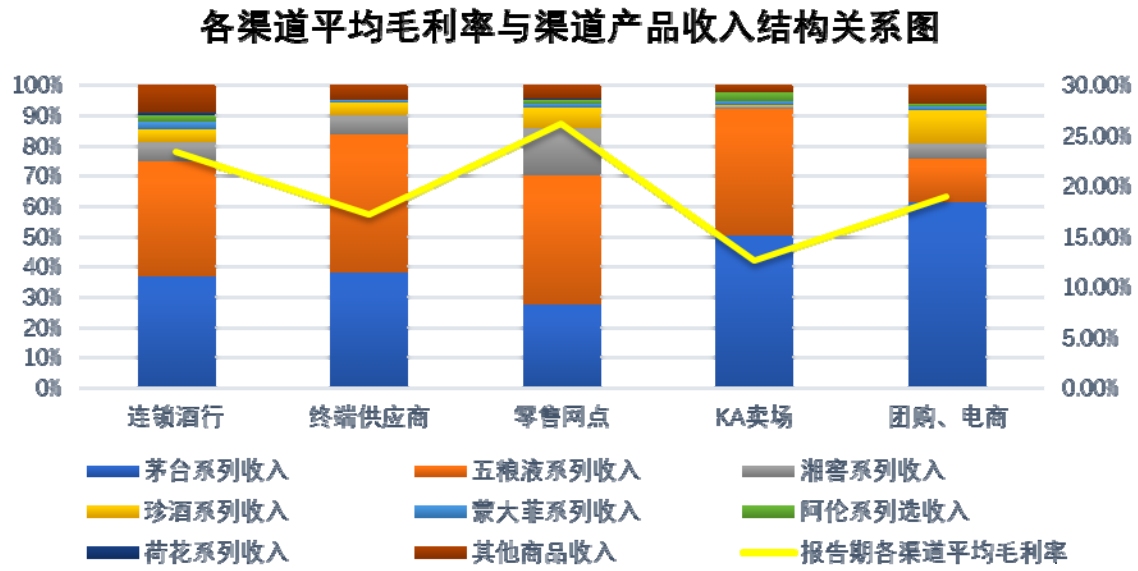
团购、电商

商品系列	报告期平均毛利率	收入占比				报告期平均占比
		2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年	
茅台系列	7.95%	81.18%	67.00%	43.37%	38.09%	57.41%
五粮液系列	19.97%	12.23%	12.28%	13.37%	16.25%	13.53%
湘窖系列	43.71%	-	2.39%	5.65%	11.34%	4.84%
珍酒系列	17.74%	-0.03%	5.95%	23.17%	20.80%	12.47%
蒙大菲	64.81%	0.79%	3.54%	2.40%	1.38%	2.03%
阿伦选	52.32%	0.51%	0.57%	1.87%	2.04%	1.25%
荷花	52.14%	0.75%	-	-	-	0.19%
其他商品	27.38%	4.56%	8.30%	10.16%	10.09%	8.28%
合计	20.49%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：报告期平均毛利率指商品系列报告期各期毛利率的简单平均值
收入占比指各渠道下销售商品占该渠道销售收入比
报告期平均占比指报告期各渠道各系列收入占比的简单平均值

报告期内，茅台、五粮液系列产品平均毛利率较低，其他系列产品毛利率较高。各渠道所销产品的结构差异，是影响其毛利率高低的主要因素。就同一渠道

而言，各期所销产品占比的波动，是影响其毛利率波动的主要因素。



从产品结构看，报告期内，终端供应商、KA 卖场以及团购电商渠道中，茅台系列、五粮液系列收入占比较高，渠道平均毛利率较低。终端网点和连锁酒行渠道中，茅台、五粮液收入占比较低，渠道平均毛利率较高。

从渠道特点和客户议价能力看，公司零售网点、连锁酒行渠道直接面对销售终端或最终客户，减少经销、分销环节，节约了中间成本，因此能够获得较高的溢价，维持较高毛利率。公司 KA 卖场的客户主要是麦德龙、卜蜂莲花、沃尔玛、华润万家等知名大型商超，其具有门店范围广、铺货规模大、市场份额稳定的特点。公司借助 KA 卖场的渠道资源，实现营销网络在特定区域市场的延伸，有利于提升产品覆盖面和品牌知名度，由于商超客户采购规模较大，议价能力较强，因此毛利率较低。

报告期各期，发行人终端供应商和团购及其他渠道的毛利率存在一定波动，主要原因是产品结构的波动造成的。2014 年至 2017 年 1-6 月，终端供应商渠道中茅台系列的收入占比从 16.91%上升至 64.80%，团购及其他渠道中茅台系列的收入占比从 38.09%上升至 81.18%，而毛利率较高的湘窖、珍酒系列的收入大幅下降，因此渠道毛利率差异较大。

3、综合毛利率与可比公司的比较分析

A 股上市公司中没有主营业务为酒类流通的企业；且 A 股批发零售业上市公司所属的细分行业，与酒类销售业在竞争环境、消费特点等方面有所不同，导致相关财务指标不具有可比性。基于此，我们选取了 H 股上市及新三版挂牌公司中的酒类流通公司进行行业对比。同行业可比公司基本情况如下：

证券代码	证券简称	公司名称	注册资本（万元）	成立时间	主要产品	主要销售渠道	主要销售区域
00886.HK	银基集团	銀基集團控股有限公司	1,000,000 万港元	2007 年 9 月	白酒、葡萄酒销售	直营店、线上销售、电视购物	全国及海外
830993	壹玖壹玖	壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司	9,819.92	2010 年 8 月	酒类零售、酒类供应链管理服务	线上电商旗舰店销售、线下体验店销售	线上销售面向全国，线下门店以四川、河南等地区为主
835961	名品世家	名品世家（北京）酒业连锁股份有限公司	7,157.76	2008 年 5 月	酒类销售	采用线上平台加自营、终端加盟商	全国
833788	品尚汇	深圳市品尚汇电子商务股份有限公司	5,551.60	2010 年 1 月	进口葡萄酒、进口啤酒	官网 PC 端和品尚汇移动端、第三方平台等	全国，B2C 业务面向广东省
832965	金易久大	上海金易久大酒业股份有限公司	625.00	2009 年 3 月	葡萄酒、白酒及其他酒类的批发	商超、经销商渠道为主，直销和电商为辅	全国，以麦德龙商超为主
834528	红酒世界	深圳红酒世界电商股份有限公司	7300.00	2006 年 6 月	进口葡萄酒销售	自建线上平台	全国
833919	酒仙网	酒仙网电子商务股份有限公司	20,412.16	2010 年 5 月	酒类销售	从事酒类商品的线上零售、线上批发、 即时服务	全国

公司与同行业公司综合毛利率对比如下：

证券代码	证券简称	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
00886	银基集团		17.86%	18.57%	19.74%
830993	壹玖壹玖	11.77%	9.10%	20.58%	16.88%
835961	名品世家	12.46%	8.91%	16.60%	11.96%
833788	品尚汇	28.49%	25.03%	39.67%	42.10%
832965	金易久大	24.74%	40.58%	45.32%	35.59%
834528	红酒世界	38.85%	44.03%	56.35%	56.08%

证券代码	证券简称	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
833919	酒仙网		19.75%	18.71%	25.80%
去极值均值		21.90%	22.46%	28.57%	28.02%
本公司		**20.82%**	**17.24%**	**23.27%**	**20.66%**

数据来源：银基集团由于是香港上市公司，2014年、2015年报告期为当年4月1日至下一年3月31日，2016年中期报告为2016年4月1日至2016年9月30日，尚未披露2017年中报数据。以下同行业可比公司数据来源均同。酒仙网已于2017年6月30日终止挂牌，无2017年1-6月财务数据。

由上表可知，报告期内公司综合毛利率略低于行业平均水平。其中品尚汇和金易久大毛利率较高，主要原因是其收入主要来源于葡萄酒销售，葡萄酒毛利率较高。

2014 年、2015 年和 2016 年，除品尚汇、金易久大外，银基集团、壹玖壹玖、名品世家和酒仙网的平均综合毛利率分别为 18.60%、18.62%和 13.91%，公司综合毛利率与可比公司基本一致。2017 年 1-6 月，公司综合毛利率与可比公司基本一致。

（五）期间费用分析

报告期内，公司期间费用及占同期营业收入的比例如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	6,332.36	5.17%	18,167.14	8.32%	27,324.52	17.32%	25,418.31	22.14%
管理费用	3,169.18	2.59%	4,404.64	2.02%	4,020.94	2.55%	5,030.34	4.38%
财务费用	957.63	0.78%	550.69	0.25%	1,068.98	0.68%	2,346.68	2.04%
合计	**10,459.17**	**8.54%**	**23,122.47**	**10.59%**	**32,414.44**	**20.55%**	**32,795.33**	**28.57%**

1、销售费用

（1）报告期内，公司各期销售费用的主要构成如下：

单位：万元

项　目	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	2,691.06	42.50%	5,491.63	30.23%	6,060.89	22.18%	4,587.88	18.05%
促销费	482.50	7.62%	5,077.67	27.95%	9,111.30	33.34%	4,239.47	16.68%

仓储物流费	1,322.10	20.88%	2,469.08	13.59%	2,581.75	9.45%	2,588.84	10.18%
门店装修费	382.89	6.05%	1,539.59	8.47%	2,963.28	10.84%	4,721.03	18.57%
办公费	347.12	5.48%	1,056.36	5.81%	1,013.20	3.71%	1,834.74	7.22%
差旅交通费	356.39	5.63%	1,027.09	5.65%	1,220.06	4.47%	1,394.06	5.48%
广告宣传费	129.98	2.05%	627.96	3.46%	3,040.50	11.13%	4,536.02	17.85%
品牌服务费	436.93	6.90%	341.31	1.88%	677.69	2.48%	719.48	2.83%
招待费	125.34	1.98%	276.44	1.52%	347.35	1.27%	475.93	1.87%
其他	58.03	0.92%	260.01	1.43%	308.51	1.13%	320.85	1.26%
合计	**6,332.36**	**100.00%**	**18,167.14**	**100.00%**	**27,324.52**	**100.00%**	**25,418.31**	**100.00%**

报告期内，公司销售费用分别为 25,418.31 万元、27,324.52 万元、18,167.14 万元和 6,332.36 万元，占营业收入的比例分别为 22.14%、17.32%、8.32%和 5.17%。销售费用主要由销售人员工资薪酬、促销费、仓储物流费、门店装修费、广告宣传费组成。

2015 年公司的销售费用较 2014 年增加 1,906.21 万元，同比增长 7.50%，主要是促销费增加所致。2015 年，公司为消化库存，缓解资金占用压力，扩大销售收入，对湘窖、珍酒、蒙大菲、阿伦选等系列产品开展多样化的促销及市场支持活动，致促销费比上年增加 4,871.83 万元，同比增加 114.92%。

2016 年公司的销售费用较 2015 年下降 9,157.38 万元，同比下降 33.51%，主要原因是：（1）公司减少了对湘窖、珍酒和五粮液年份酒的广告费投入，致广告费较上年同期减少 2,412.54 万元。（2）公司进行了产品调整，湘窖、珍酒系列产品不再作为公司重点产品进行推广，针对该品牌的促销活动减少，与之相对应的促销费较 2015 年下降 4,033.63 万元。（3）公司报告期内新增连锁酒行数量减少，使得装修费较上年同期减少 1,423.69 万元。

2016 年，公司销售费用与营业收入反向变动，销售费用率大幅下降，一是由于公司逐渐减少对湘窖、珍酒品牌大规模的促销活动及广告宣传活动，致使归属于湘窖、珍酒品牌的广告费、促销费、品牌服务费减少 6,364.65 万元，降幅为 63.37%；二是由于公司优化供应链管理，节省了仓库之间的调拨费用，仓储物流费用没有与销售收入同比增加。

2017 年 1-6 月，公司销售费用占营业收入比例较 2016 年进一步下降，主要

是随着酒水市场的复苏，发行人在广告费、促销费等方面减少投入所致。

（2）广告宣传费

2014 年至 2017 年 1-6 月，广告宣传的主要方式、主要广告代理商名称以及相应的广告费用支出情况如下表：

单位：万元

主要广告代理商	主要发布方式	2017 年度 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
云南彩天视线广告公司	CCTV-10 和 CCTV-13	-	-	-	-	-	-	3,416.71	75.30%
湖南天娱广告有限公司	湖南经视	-	-	35.1	5.60%	914.7	30.08%	-	-
湖南高地传媒有限公司	户外广告	-	-	214.55	34.20%	294.79	9.70%	-	-
佟大为（上海）影视文化工作室	形象代言	-	-	98.27	15.60%	216.19	7.11%	157.23	3.50%
贵州高速广告公司	户外广告	-	-	-	-	154.25	5.07%	215.94	4.80%
贵州天马传媒有限公司	贵州卫视	-	-	-	-	143.08	4.71%	102.2	2.30%
成都联与盟广告有限公司	机场吊牌	-	-	-	-	145.28	4.78%	-	-
贵阳蓝天海洋城际广告传媒公司	顶楼户外大牌	-	-	18.3	2.90%	73.61	2.42%	40.16	0.90%
长沙同顺文化传播有限公司	户外广告	-	-	31.45	5.00%	81.76	2.69%	-	-
湖南艺人堂文化传媒有限公司	活动赞助广告费	-	-	-	-	-	-	106.8	2.40%
北京开干创业传媒技术有限公司	自媒体传播	28.30	21.77%	-	-	-	-	-	-
深圳百高文化传播有限公司	糖酒会展位	24.53	18.87%	-	-	-	-	-	-
北京奇异点公司	宣传费	18.00	13.85%	-	-	-	-	-	-
其他 75 家广告公司	自媒体及店招等	59.15	45.51%	230.29	36.70%	1,016.83	33.4%	496.98	11.00%
合计		**129.98**	**100.00%**	**627.96**	**100.00%**	**3,040.50**	**100.00%**	**4,536.02**	**100.00%**

2014 年，发行人的“华致酒行”、“湘窖”、“珍酒”广告宣传投入主要通过广告代理商云南彩天视线以央视 CCTV－10 和 CCTV－13 发布，发生金额

3,416.71 万元，另外珍酒通过佟大伟形象代言在户外广告等也投入广告 515.53 万元。

2015 年，发行人不再在央视投放电视广告，转为在湖南经视和贵州卫视投放电视广告 914.7 万元和 143.08 万元，投放总金额较 2014 年减少 2,461.13 万元，湘窖和珍酒户外广告投放总额 604.41 万元，较 2015 年增加 88.88 万元。

2016 年随着湘窖和珍酒品牌的战略调整，广告宣传投入也就相应地减少，仅发生了 627.96 万元，较 2015 年减少 2,412.54 万元。

（3）销售费用占营业收入的比例相比同行业可比公司的具体情况如下：

证券代码	公司名称	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
00886	银基集团	-	38.20%	14.34%	43.01%
830993	壹玖壹玖	8.04%	7.99%	13.33%	10.53%
835961	名品世家	1.45%	2.17%	2.09%	3.90%
833788	品尚汇	19.09%	21.82%	25.97%	25.25%
832965	金易久大	11.46%	28.48%	27.08%	27.14%
834528	红酒世界	57.77%	102.71%	101.64%	37.70%
833919	酒仙网	-	22.44%	24.11%	34.87%
去极值均值		12.86%	23.79%	20.97%	27.10%
本公司		**5.17%**	**8.32%**	**17.32%**	**22.14%**

报告期内，公司销售费用率低于同业可比公司平均水平。同行业公司中，名品世家以线下销售为主，销售费用较低。品尚汇和金易久大主要业务为葡萄酒销售，且以线上销售为主，故销售费用较高。

2016 年，公司销售费用率显著低于同行业可比公司当期平均水平。主要原因是：（1）公司 2016 年新增销售中以茅台、五粮液系列酒销售为主，茅台、五粮液一直为我国白酒中一线品牌，尤其是茅台酒售价在 2016 年不断上涨，市场层面供不应求，针对其销售的促销费用、广告费用较低。（2）公司进行了产品调整，湘窖、珍酒系列产品不再作为公司重点产品进行推广，针对该品牌的促销活动、广告活动减少 6,446.17 万元。（3）公司报告期内新增连锁酒行数量减少，使得装修费较上年同期减少 1,423.69 万元。

2、管理费用

（1）报告期内，公司各期管理费用的主要构成如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,379.62	43.53%	2,323.22	52.74%	1,920.59	47.76%	2,179.01	43.32%
咨询服务费	558.51	17.62%	674.97	15.32%	435.79	10.84%	691.44	13.75%
办公费	412.58	13.02%	385.28	8.75%	431.49	10.73%	872.46	17.34%
差旅交通费	259.65	8.19%	310.62	7.05%	359.96	8.95%	480.31	9.55%
折旧摊销费	62.27	1.96%	229.38	5.21%	316.93	7.88%	334.25	6.64%
装修费	56.23	1.77%	154.65	3.51%	153.53	3.82%	172.62	3.43%
招待费	245.11	7.73%	145.17	3.30%	102.47	2.55%	101.57	2.02%
存货损耗费	173.22	5.47%	150.47	3.42%	102.18	2.54%	49.26	0.98%
其他	21.99	0.69%	30.88	0.70%	197.99	4.92%	149.41	2.97%
合计	**3,169.18**	**100.00%**	**4,404.64**	**100.00%**	**4,020.94**	**100.00%**	**5,030.34**	**100.00%**

2014 年、2015 年和 2016 年，公司管理费用分别为 5,030.34 万元、4,020.94 万元和 4,404.64 万元，占营业收入的比重分别为 4.38%、2.55%和 2.02%，呈下降趋势，主要由于营业收入增长所产生的规模效应所致。2017 年 1-6 月，公司管理费用为 3,169.18 万元，占营业收入的比重为 2.59%，较 2016 年有所上升，主要是中介机构费用、差旅费较同期增加所致。

2015 年公司的管理费用较 2014 年减少 1,009.40 万元，同比下降 20.07%，主要是因为：公司顺应市场要求，改变销售策略，将经营重心从连锁酒行向直供终端转移，因此注销和转让了六家为连锁经营而设立的子公司，致办公费和管理人员薪酬分别较 2014 年减少 440.97 万元和 258.42 万元。

（2）管理费用占营业收入的比例相比同行业可比公司的具体情况如下：

证券代码	公司名称	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
00886	银基集团	-	8.97%	8.19%	26.43%
830993	壹玖壹玖	2.33%	3.02%	4.38%	3.85%
835961	名品世家	0.82%	0.71%	1.35%	2.50%
833788	品尚汇	6.94%	8.34%	9.88%	6.83%

832965	金易久大	18.83%	11.83%	17.19%	9.21%
834528	红酒世界	53.22%	83.84%	158.00%	147.26%
833919	酒仙网	-	4.26%	5.35%	7.62%
去极值均值		9.37%	7.28%	9.00%	10.79%
本公司		**2.59%**	**2.02%**	**2.55%**	**4.38%**

数据来源：银基集团2016年数据截止日为2017年3月31日，未披露2017年1-6月财务数据。根据壹玖壹玖发布的《壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司关于前期会计差错更正的公告》对壹玖壹玖财务数据进行相应更新。

报告期内，公司管理费用率低于同行业可比公司平均水平，体现出公司良好的费用控制能力和管理效率。

同行业可比公司管理费用主要由职工薪酬和折旧摊销费构成，2014 年至 2017 年 1-6 月同行业可比公司职工薪酬和折旧摊销费合计占管理费用比例平均为 51.44%，约占管理费用二分之一。发行人 2014 年至 2017 年 1-6 月年职工薪酬和折旧摊销费合计占管理费用比例平均为 52.26% ，略高于行业平均水平，主要原因是相对可比公司发行人管理费用二级科目归集更为集中。

报告期内同行业可比公司管理费用中职工薪酬的金额占营业收入的比例情况如下：

证券代码	公司名称	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
00886	银基集团	-	-	-	-
830993	壹玖壹玖	0.94%	1.69%	1.72%	2.30%
835961	名品世家	0.49%	0.33%	0.53%	1.07%
833788	品尚汇	2.33%	3.29%	3.73%	3.19%
832965	金易久大	7.63%	4.29%	3.88%	2.20%
834528	红酒世界	22.52%	33.97%	58.24%	76.05%
833919	酒仙网	-	2.62%	1.87%	2.70%
去极值均值		**3.63%**	**2.97%**	**2.80%**	**2.60%**
本公司		**1.13%**	**1.06%**	**1.22%**	**1.90%**

注：银基集团报告期内财务报表未公布管理费用明细；酒仙网于 2017 年 6 月 30 日终止挂牌，未披露 2016 年、2017 年 1-6 月财务数据，2016 年数据为 2016 年 1-6 月年化处理。

发行人 2014 年至 2017 年 1-6 月管理费用中职工薪酬的金额占营业收入的比例分别为 1.90%、1.22%、1.06%和 1.13%低于同行业水平，主要系发行人的人员结构安排导致，发行人是以线下连锁为主的酒类流通企业，员工以销售人员为主，

截至 2016 年 12 月 31 日管理人员占员工总人数比例仅为 18.50%，同期可比公司管理人员占员工总人数平均值为 34.45%，故管理费用中的职工薪酬占比较低。

报告期内同行业可比公司折旧摊销费的金额占营业收入的比例情况如下：

证券代码	公司名称	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
00886	银基集团	-	-	-	-
830993	壹玖壹玖	0.43%	0.30%	0.70%	0.23%
835961	名品世家	0.05%	0.05%	0.14%	0.34%
833788	品尚汇	1.01%	0.79%	0.94%	0.57%
832965	金易久大	2.14%	1.21%	2.06%	1.59%
834528	红酒世界	1.03%	1.19%	1.53%	2.63%
833919	酒仙网	-	0.62%	0.48%	0.42%
去极值均值		**0.82%**	**0.73%**	**0.91%**	**0.73%**
本公司		**0.05%**	**0.11%**	**0.20%**	**0.29%**

注：银基集团报告期内财务报表未公布管理费用明细；酒仙网于 2017 年 6 月 30 日终止挂牌，未披露 2016 年、2017 年 1-6 月财务数据，2016 年数据为 2016 年 1-6 月年化处理。

发行人 2014 年至 2017 年 1-6 月折旧摊销费用占营业收入的比例分别为 0.29%、0.20%、0.11%和 0.05%与同行业水平相差较大。主要原因系发行人是典型的传统商品流通企业，不涉及生产，无机器设备、厂房等固定资产投入少，且相对于同行业可比公司，发行人无自建仓库，固定资产较少。发行人 2014 年至 2017 年 1-6 月固定资产占总资产的比例分别为 0.61%、0.46%、0.35%和 0.41%，低于同行业可比公司的 3.63%、3.12%、2.74%和 2.70%，故管理费用中的折旧摊销费较低。

根据发行人的业务模式特点和对费用的有效控制，发行人管理费用占比最大的职工薪酬和折旧摊销费合计金额相较于同行业对比较低，导致了发行人管理费用占营业收入比例较低。

3、财务费用

（1）报告期内，公司各期财务费用的主要构成如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年

利息支出	953.99	1,442.55	1,805.20	2,377.48
减：利息收入	125.75	598.30	723.36	654.48
汇兑损益	81.70	-374.40	-69.99	524.38
银行手续费及其他	47.68	80.83	57.13	99.31
合　计	**957.63**	**550.69**	**1,068.98**	**2,346.68**

财务费用主要包括利息支出、汇兑损失和银行手续费，其中利息支出占比最大。报告期内，公司财务费用分别为 2,346.68 万元、1,068.98 万元、550.69 万元和 957.63 万元，财务费用占营业收入比重分别为 2.04%、0.68%、0.25%和 0.78%，占比较低。

公司 2015 年度财务费用较 2014 年减少 1,277.70 万元，下降 54.45%；2016 年度财务费用较 2015 年减少 518.29 万元，下降 48.48%。2015 年和 2016 年，公司财务费用持续下降，一是因为公司向银行借款规模减小，导致利息支出分别较上年减少 572.28 万元和 362.65 万元；二是因为汇兑损益变化所致。

2017 年 1-6 月，财务费用占营业收入的比例较 2016 年有所上升，主要原因是当期短期借款平均额增加及汇率变动所致。

（2）公司财务费用占营业收入的比例与可比公司比较情况如下：

证券代码	公司名称	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
00886	银基集团	-	5.64%	2.02%	7.36%
830993	壹玖壹玖	1.10%	0.77%	0.88%	0.96%
835961	名品世家	0.25%	0.05%	0.45%	1.42%
835961	品尚汇	0.39%	0.08%	0.18%	-0.45%
833788	金易久大	3.13%	2.62%	0.72%	0.74%
834528	红酒世界	0.57%	1.26%	-0.24%	0.22%
832965	酒仙网	-	0.23%	0.42%	0.44%
去极值均值		**0.69%**	**0.99%**	**0.53%**	**0.76%**
本公司		**0.78%**	**0.25%**	**0.68%**	**2.04%**

由上表可知，公司财务费用占营业收入比例无重大异常。

4、期间费用率同行业分析

报告期内，公司的三项费用率（销售费用、管理费用、财务费用的合计占营

业收入的比例）分别为 28.57%、20.55%、10.59%和 8.54%。与同行业可比公司的对比如下：

证券代码	公司名称	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
00886	银基集团	-	52.81%	24.56%	76.80%
830993	壹玖壹玖	11.48%	11.78%	18.59%	15.34%
835961	名品世家	2.52%	2.93%	3.90%	7.81%
833788	品尚汇	26.43%	30.24%	36.03%	31.63%
832965	金易久大	33.43%	42.92%	44.99%	37.08%
834528	红酒世界	111.56%	187.80%	259.40%	185.18%
833919	酒仙网	-	26.93%	29.88%	42.93%
去极值均值		**23.78%**	**35.12%**	**30.81%**	**40.76%**
本公司		**8.54%**	**10.59%**	**20.55%**	**28.57%**

由上表可知，报告期内，公司期间费用率逐年下降，低于同行业可比公司平均水平。

（六）利润表其他项目分析

1、税金及附加

公司的税金及附加包括城市维护建设税、教育费附加和地方教育费附加。报告期内，公司的税金及附加分别为 877.84 万元、1,535.33 万元、1,290.17 万元和 599.97 万元。2015 年，公司税金及附加较 2014 年增加 657.49 万元，主要是由于经营规模迅速扩大，造成各项税费相应增加。2016 年，公司税金及附加较 2015 年减少 245.16 万元，主要因为公司采购金额增加，当年可抵扣的增值税进项税额增加，支付的增值税减少，各项附加税相应减少。

报告期内，公司的税金及附加具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
营业税	-	-	16.80	1.30%	116.10	7.56%	163.54	18.63%
城市维护建设税	261.93	43.66%	546.97	42.40%	730.23	47.56%	371.27	42.29%

教育费附加	232.86	38.81%	501.55	38.87%	644.26	41.96%	305.58	34.81%
其他	105.18	17.53%	224.85	17.43%	44.73	2.91%	37.45	4.27%
合计	**599.97**	**100.00%**	**1,290.17**	**100.00%**	**1,535.33**	**100.00%**	**877.84**	**100.00%**

其他项主要为防洪基金、价格调节基金，2016 年比 2015 年、2014 年增长的原因为根据相关规定，2016 年 5 月 1 日营改增后，将房产税、印花税从管理费用调整至税金及附加科目列报。

2、投资收益

报告期内，公司的投资收益具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
处置子公司产生的投资收益	-7.20	-	-	19.70
处置可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-	40.05
理财产品收益	-	-	2.51	6.41
合计	**-7.20**	**-**	**2.51**	**66.16**

报告期内，公司投资收益较小，对利润无实质性影响。

3、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
坏账损失	-737.59	1,011.72	483.22	204.22
存货跌价损失	-108.15	-78.15	-431.98	5,160.44
合计	**-845.75**	**933.57**	**51.25**	**5,364.66**

公司资产减值损失主要由坏账损失和存货跌价损失两部分构成。2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年 1-6 月，公司资产减值损失金额分别为 5,364.66 万元、51.25 万元、933.57 万元和-845.75 万元，其中 2014 年资产减值损失较大，系存货跌价损失所致。2017 年 1-6 月，资产减值损失为负，主要为应收账款收回转回坏帐损失及存货跌价损失转回所致。

报告期内，公司已按照《企业会计准则》制定各项资产减值准备计提政策，

并严格按照政策计提各项减值准备，具体情况详见本节“十三、财务状况分析”之“（一）资产分析”之“2、流动资产结构及变动分析”之“（3）应收账款”和“（6）存货”。

4、其他收益

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
与日常经营活动相关的政府补助	181.98	-	-	-
合计	**181.98**	-	-	-

2017 年 1-6 月，其他收益为公司收到的与企业日常活动相关的企业发展金。

5、营业外收支

（1）报告期内，公司营业外收支构成如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
营业外收入	2,943.21	1,818.68	1,385.68	1,282.40
营业外支出	871.69	182.39	52.29	366.98
营业外收支净额	2,071.52	1,636.29	1,333.38	915.42
营业外收支净额占当年利润总额比例	11.81%	11.73%	32.96%	-6.39%

报告期内，公司的营业外收入主要是当期与收益相关的政府补助。报告期内，营业外收入、营业外支出对公司利润总额的影响较小。公司的净利润大都来自营业收入，盈利能力不存在严重依赖政府补贴、税收优惠等的情况。

（2）营业外收入

报告期内，公司营业外收入明细情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
固定资产处置利得	23.84	13.17	0.17	0.45
政府补助	2,891.65	1,781.75	1,256.90	1,011.03
其　他	27.72	23.76	128.61	270.92
营业外收入合计	2,943.21	1,818.68	1,385.68	1,282.40

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
利润总额	17,534.22	13,947.42	4,045.35	-14,335.79
营业外收入占利润总额比例	**16.79%**	**13.04%**	**34.25%**	**-8.95%**

2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年 1-6 月营业外收入分别 1,282.40 万元、1,385.68 万元、1,818.68 万元和 2,943.21 万元，占利润总额的比例为-8.95%、34.25%、13.04%和 16.79%，其主要是政府给予公司的相关扶持资金及奖励经费的政府补助（详见本节“十二盈利能力分析”之“（七）非经常性损益分析”）。

（3）营业外支出

报告期内，公司营业外支出明细情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
固定资产处置损失	-	11.09	2.16	153.94
其他	871.69	171.30	50.14	213.04
合计	871.69	182.39	52.29	366.98

2014 年、2015 年、2016 年，公司营业外支出金额较小。2017 年 1-6 月，公司营业外支出 871.69 万元，主要为公司存储于北京亚冷国际供应链管理有限公司的部分葡萄酒存货被盗导致的损失。

（七）非经常性损益分析

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
非流动资产处置损益	23.84	2.09	-1.99	-133.79
计入当期损益的政府补助	3,073.63	1,781.75	1,256.90	1,011.03
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	52.08	275.84	254.36
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-853.87	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	9.90	-147.54	78.47	57.89
小计	**2,253.50**	**1,688.37**	**1,609.22**	**1,189.48**
所得税影响额	529.30	379.51	274.36	195.62
非经常性损益净额	**1,724.00**	**1,308.87**	**1,334.87**	**993.86**

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
净利润	14,275.74	11,240.38	2,502.33	-11,491.69
非经常性损益占净利润的比例	12.08%	11.64%	53.35%	-8.65%

2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年 1-6 月，公司非经常性损益占净利润的比例分别为-8.65%、53.35%、11.64%和 12.08%，主要为与公司正常经营业务密切相关以外的并计入当期损益的政府补助、对非金融企业收取的资金占用费、或有事项产生的损益。

公司依据政府补助文件内容区分该补助与收益相关或与资产相关，以确定是否计入当期损益，报告期内，公司无与资产相关的政府补助。

报告期内，政府补助项目基本情况如下：

单位：万元

年份	补助项目	金额	依据	类别
2017 年 1-6 月	企业扶持资金	1,573.00	迪区财预[2017]45 号	与收益相关
	企业扶持资金	1,282.00	迪区财预[2017]80 号	与收益相关
	企业发展金	181.98	拉开财驻字[2013]078 号	与收益相关
	企业发展金	29.25	拉经开管发[2017]11 号	与收益相关
	政府扶持资金	7.40	上海江桥经济发展有限公司于上海虬腾签署的《备忘录》	与收益相关
	合计	**3,073.63**		
2016 年	企业扶持资金	734.00	迪区财预[2016]242 号	与收益相关
	企业扶持资金	670.00	迪区财预[2016]273 号	与收益相关
	企业发展金	154.37	拉经开财企专[2016]91 号	与收益相关
	企业发展金	145.71	醴财预字[2016]186 号	与收益相关
	企业发展金	75.09	拉开财驻字[2013]078 号	与收益相关
	外经贸发展专项资金	2.58	迪区财预[2016]405 号	-
	合计	**1,781.75**	-	-
2015 年	企业发展金	782.41	拉经开财企专[2015]01 号	与收益相关
	财政扶持资金	241.00	迪区财预[2015]258 号	与收益相关
	企业扶持资金	213.49	迪区财预[2015]378 号	与收益相关
	社会消费品零售总额促进奖励资金	20.00	迪区财预[2015]411 号	与收益相关

年份	补助项目	金额	依据	类别
	合计	**1,256.90**	-	-
2014 年	企业发展金	600.00	拉经开企[2014]177 号	与收益相关
	企业发展金	143.00	拉开财驻字[2013]078 号	与收益相关
	企业扶持金	74.00	拉经开企[2014]98 号	与收益相关
	企业扶持金	60.00	拉经开企[2014]220 号	与收益相关
	支持中小企业发展和管理支出	52.21	迪区财预[2014]346 号	与收益相关
	企业扶持金	20.00	拉经开管字[2014]232 号	与收益相关
	支持中小企业发展和管理支出	17.50	迪区财预[2014]354 号	与收益相关
	企业扶持金	16.00	拉经开企[2014]362 号	与收益相关
	中央外经贸区域协调发展项目补助资金	15.00	迪区财预[2014]284 号	与收益相关
	中小企业国际市场开拓资金财政拨款	10.32	迪财企[2014]59 号	与收益相关
	企业奖励资金	3.00	迪区财预[2014]67 号	与收益相关
	合计	**1,011.03**	-	-

报告期内，发行人政府补助占税前利润（利润总额）的比例如下：

主营业务成本	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
政府补助	3,073.63	1,781.75	1,256.90	1,011.03
利润总额	17,534.22	13,947.42	4,045.35	-14,335.79
政府补助占利润总额的比例	17.53%	12.77%	31.07%	-7.05%

报告期内，公司政府补助合法合规、真实有效，公司政府补助占利润总额的比例为-7.05%、31.07%、12.77%和 17.53%。2015 年由于利润总额较低，因此政府补助占利润总额的比较高。政府补助对发行人经营业绩不构成重要影响。

（八）公司利润来源分析

报告期内，公司营业利润、利润总额和净利润如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
营业总收入	122,502.52	218,413.42	157,756.74	114,796.48

减：营业总成本	107,214.60	206,102.30	155,047.28	130,113.85
加：投资收益	-7.20	-	2.51	66.16
其他收益	181.98	-	-	-
营业利润	15,462.70	12,311.12	2,711.96	-15,251.21
加：营业外收支净额	2,071.52	1,636.29	1,333.39	915.42
利润总额	17,534.22	13,947.42	4,045.35	-14,335.79
减：所得税费用	3,258.47	2,707.04	1,543.02	-2,844.10
净利润	14,275.74	11,240.38	2,502.33	-11,491.69

公司报告期内利润总额和净利润均保持增长，营业利润占利润总额的比例为106.39%、67.04%、88.27%和 88.19%，净利润主要来自营业利润。

（九）主要税种的纳税情况、所得税费用与会计利润的关系

1、主要税种纳税情况

大华会计师事务所对本公司报告期主要税种纳税情况进行了审计，并出具了《华致酒行连锁管理股份有限公司主要税种纳税情况说明的鉴证报告》（大华核字[2017]003543 号），大华会计师事务所认为“华致酒行连锁管理股份有限公司管理层编制的《主要税种纳税情况的说明》（2014 年至 2017 年 1-6 月）符合中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 29 号——首次公开发行股票并在创业板上市申请文件》的规定，如实反映了华致酒行报告期主要税种纳税情况”。

报告期内，公司主要税种缴纳情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
企业所得税	1,613.44	2,616.93	746.50	923.37
增值税	3,089.44	10,771.56	12,443.08	5,761.72
营业税	-	124.42	82.32	150.82
合计	**4,702.88**	**13,512.91**	**13,271.89**	**6,835.91**

2、增值税缴纳情况

报告期内，发行人增值税纳税情况如下：

单位：万元

期间	期初未交数	本期应交数	本期已交数	期末未交数
2017 年 1-6 月	-1,297.82	2,728.64	3,089.44	-1,658.62
2016 年	1,445.76	8,027.98	10,771.56	-1,297.82
2015 年	1,352.00	12,536.84	12,443.08	1,445.76
2014 年	164.70	6,949.01	5,761.72	1,352.00

3、营业税缴纳情况

报告期内，发行人营业税纳税情况如下：

单位：万元

期间	期初未交数	本期应交数	本期已交数	期末未交数
2017 年 1-6 月	-	-	-	-
2016 年	107.62	16.80	124.42	-
2015 年	73.83	116.10	82.32	107.62
2014 年	61.12	163.54	150.82	73.83

4、企业所得税缴纳情况

报告期内，发行人企业所得税纳税情况如下：

单位：万元

期间	期初未交数	本期应交数	本期已交数	期末未交数
2017 年 1-6 月	-816.07	2,380.19	1,613.44	-49.32
2016 年	-53.06	1,853.92	2,616.93	-816.07
2015 年	6.48	686.95	746.50	-53.06
2014 年	625.49	304.36	923.37	6.48

报告期内，企业所得税政策的变化请参见本节“七、公司缴纳的主要税种、适用税率及享受的税收优惠”。

报告期内，公司所得税费用明细情况：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
当期所得税费用	2,408.64	1,791.91	710.11	836.89
递延所得税费用	849.83	915.13	832.90	-3,680.99

所得税费用合计	**3,258.47**	**2,707.04**	**1,543.02**	**-2,844.10**

报告期内，公司所得税费用分别为-2,844.10 万元、1,543.02 万元、2,707.04 万元和 3,258.47 万元，占利润总额的比例为 19.84%、38.14%、19.41%和 18.58%。

（十）影响公司持续盈利能力的因素

公司管理层对可能影响公司持续盈利能力的各要素进行审慎评估，并认为从目前的业务发展状况和市场环境方面看，在可预见的未来，公司能够保持良好的持续盈利能力，可能对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素包含：市场环境产生重大不利变化、税收优惠及政府补助发生重大不利变化和募集资金投资项目无法产生预期收益等。公司已在本招股说明书“第四节　风险因素”中进行了分析和披露。

十三、财务状况分析

（一）资产分析

1、总体情况

报告期内，公司资产结构如下表所示：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	178,490.10	95.79%	214,681.25	95.92%	182,514.77	93.90%	175,707.10	91.81%
非流动资产	7,842.70	4.21%	9,140.44	4.08%	11,846.37	6.10%	15,678.13	8.19%
资产总额	**186,332.80**	**100.00%**	**223,821.69**	**100.00%**	**194,361.13**	**100.00%**	**191,385.23**	**100.00%**

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月 30 日，资产总额为 191,385.23 万元、194,361.13 万元、223,821.69 万元和 186,332.80 万元，呈逐年增长态势。2015 年末和 2016 年末公司的资产总计分别较年初增长 1.55%和 15.16%。主要原因是：（1）报告期内，为满足公司业务拓展的流动资金需求和营销渠道的建设需要，公司适时利用银行借款筹资，使公司的流动资产规模有所增加；（2）公

司销售规模增长较快，应收账款和预付款项余额有较大规模增加；（3）公司于2016年12月实行增资扩股，共引进资金6,000.00万元。

2017年6月30日，公司资产总额较2016年有所下降，主要为应收账款、预付账款以及货币资金减少。

从资产结构看，2014年末、2015年末、2016年末和2017年6月30日公司内部结构较为稳定，主要为流动资产，流动资产占比分别为91.81%、93.90%、95.92%和 95.79%。公司非流动资产平均占比相对较小，符合公司作为商业企业的特点，公司是典型商品流通企业，不涉及酒水生产，机器设备、厂房等固定资产投入少，流动资产所占比重相对较高。

报告期内，公司与同行业可比公司资产结构比较如下：

证券代码	公司名称	流动资产占总资产比重			
		2017-6-30	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
00886	银基集团	-	98.81%	98.99%	97.80%
830993	壹玖壹玖	89.20%	90.08%	93.50%	93.50%
835961	名品世家	97.15%	96.58%	95.82%	91.15%
833788	品尚汇	84.85%	86.49%	96.16%	98.50%
832965	金易久大	96.82%	96.28%	94.37%	92.40%
834528	红酒世界	97.95%	97.81%	97.88%	98.20%
833919	酒仙网	-	87.30%	90.53%	90.79%
去极值均值		**94.39%**	**93.61%**	**95.55%**	**94.61%**
本公司		**95.75%**	**95.92%**	**93.90%**	**91.81%**

报告期内，公司资产结构与同行业可比公司基本一致，流动资产占总资产比例较高。

2、流动资产结构及变动分析

公司报告期内流动资产情况如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	31,556.07	17.68%	39,914.42	18.59%	27,574.56	15.11%	15,617.85	8.89%

应收票据	3,727.49	2.09%	854.00	0.40%	5,059.95	2.77%	1,104.88	0.63%
应收账款	14,672.92	8.22%	29,252.61	13.63%	11,460.31	6.28%	9,664.08	5.50%
预付款项	39,852.98	22.33%	54,329.88	25.31%	21,962.20	12.03%	22,361.13	12.73%
其他应收款	1,174.00	0.66%	1,815.79	0.85%	11,093.48	6.08%	4,734.15	2.69%
存货	82,009.31	45.95%	80,758.02	37.62%	102,450.59	56.13%	119,862.14	68.22%
其他流动资产	5,497.34	3.08%	7,756.53	3.61%	2,913.68	1.60%	2,362.86	1.34%
合计	**178,490.10**	**100.00%**	**214,681.25**	**100.00%**	**182,514.77**	**100.00%**	**175,707.10**	**100.00%**

报告期内，公司的流动资产主要由货币资金、应收账款、预付款项和存货构成。2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月 30 日，上述四个科目合计占流动资产的比例分别为 95.33%、89.55%、95.14%和 94.17%。公司属于酒类流通型企业，在资产周转获利的过程中主要涉及到存货的收发，由于行业的周期性特性，出于期末销售备货的需要，存货余额较大；公司向酒厂采购酒水，一般采用先款后货的方式，使得预付款项余额较大；公司 KA 卖场渠道确认收入后回款需要一定周期，因此年底应收账款余额较大。

公司 2015 年末流动资产较 2014 年末增加 6,807.67 万元，主要是货币资金增加所致。2016 年末流动资产较 2015 年末增加 32,166.49 万元，主要是应收账款和预付款项增加所致。2017 年 6 月 30 日流动资产较 2016 年末减少 36,191.16 万元，主要是应收账款和预付账款减少所致。

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
现金	27.52	0.09%	3.12	0.01%	15.13	0.05%	8.60	0.06%
银行存款	20,348.22	64.48%	30,456.68	76.30%	18,605.62	67.47%	12,702.19	81.33%
其他货币资金	11,180.33	35.43%	9,454.61	23.69%	8,953.81	32.47%	2,907.07	18.61%
合计	**31,556.07**	**100.00%**	**39,914.42**	**100.00%**	**27,574.56**	**100.00%**	**15,617.85**	**100.00%**

公司的货币资金主要由现金、银行存款和其他货币资金构成，其中银行存款

为主要部分。报告期各期末，公司合并财务报表的货币资金分别为 15,617.85 万元、27,574.56 万元、39,914.42 万元和 31,556.07 万元，占流动资产的比例分别为 8.89%、15.11%、18.59%和 17.68%。2014 年至 2016 年年末货币资金金额及占比逐年上升，主要是公司业务规模增长带来收入增长所致。

2017 年 6 月 30 日，公司货币资金较 2016 年 12 月 31 日减少-8,358.35 万元，主要原因是偿还短期借款。

报告期内，公司其他货币资金构成如下表所示：

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
银行承兑汇票保证金	11,043.26	9,454.61	8,953.81	2,907.07
其他	137.07	-	-	-
合计	**11,180.33**	**9,454.61**	**8,953.81**	**2,907.07**

报告期内，公司其他货币资金主要为银行承兑汇票保证金。2014 年至 2017 年 6 月 30 日，公司为缓解资金压力以及降低融资成本，灵活运用了应付票据进行支付，占用一定的银行承兑汇票保证金。

（2）应收票据

报告期各期末，公司应收票据具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
银行承兑汇票	3,727.49	100.00%	854.00	100.00%	5,059.95	100.00%	1,104.88	100.00%
商业承兑汇票	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	**3,727.49**	**100.00%**	**854.00**	**100.00%**	**5,059.95**	**100.00%**	**1,104.88**	**100.00%**

公司应收票据均为客户以银行承兑汇票的形式支付商品货款。截至 2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月 30 日，本公司的应收票据余额分别为 1,104.88 万元、5,059.95 万元、854.00 万元和 3,727.49 万元，占流动资产的比重分别为 0.63%、2.77%、0.40%和 2.09%。2015 年末公司应收票据余额较 2014 年末余额增加 3,955.07 万元，幅度为 357.96%，主要系以银行承兑汇票结算货款的客户销售额增加所致。2016 年 12 月末，应收票据余额较 2015 年末余额减少

4,205.95 万元，降幅为 83.12%，主要系公司以银行承兑汇票支付供应商货款所致。2017 年 6 月 30 日较 2016 年末余额增加 2,873.49 万元，幅度为 336.47%，主要系以银行承兑汇票结算货款的客户数量和销售额增加所致。

截至 2017 年 6 月 30 日，公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据为 3,652.34 万元；因开立银行承兑汇票，质押的应收票据为 50.00 万元。

（3）应收账款

报告期各期末，公司应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应收账款账面余额	16,255.20	31,486.91	12,580.27	10,548.05
坏账准备	1,582.28	2,234.30	1,119.96	883.97
账面价值	**14,672.92**	**29,252.61**	**11,460.31**	**9,664.08**

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月 30 日，本公司的应收账款净额分别为 9,664.08 万元、11,460.31 万元、29,252.61 万元和 14,672.92 万元，占流动资产的比例分别为 5.50%、6.28%、13.63%和 8.22%。占比较小且保持相对稳定。

1）应收账款变动情况分析

报告期各期末，本公司应收账款余额占营业收入的比例如下：

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应收账款余额（万元）	16,255.20	31,486.91	12,580.27	10,548.05
应收账款余额同比增长率（%）	-	150.29%	19.27%	-
营业收入（万元）	122,502.52	218,413.42	157,756.74	114,796.48
营业收入同比增长率 （%）	-	38.45%	37.42%	-
应收账款余额占营业收入的比例	13.27%	14.42%	7.97%	9.19%

报告期内，公司应收账款余额分别为 10,548.05 万元、12,580.27 万元、31,486.91 万元和 16,255.20 万元，占营业收入的比例分别为 9.19%、7.97%、14.42%和 13.27%。报告期内，公司的产品销售原则上采取先款后货的销售方式，应收账款主要来自于 KA 卖场客户以及部分优质经销商、终端客户，由于期末年货备

货，且 KA 卖场渠道回款需要一定周期，因此各期末形成一定应收账款余额，应收账款规模与公司业务规模的发展变化趋势总体上保持一致。

2015 年末，公司应收账款余额为 12,580.27 万元，同比增幅为 19.27%，低于营业收入增长率，主要由于公司业务规模稳步扩大的同时，进一步加强了应收账款管控，公司重视应收款项的清收工作，销售回款能力较强。

2016 年末，公司应收账款余额为 31,486.91 万元，同比增幅为 150.29%，主要系徐州茅五剑贸易有限公司应收账款期末余额 1.75 亿元所致。徐州茅五剑贸易有限公司成立于 2010 年，注册资本 500 万人民币，主要向麦德龙、欧尚、大润发等大型商超供货。公司与其进行合作，可以借助其销售网络资源，实现产品向 KA 卖场渠道的进一步渗透和扩展，提高市场占有率，2016 年公司与徐州茅五剑实现含税销售收入 2.23 亿元，期末应收账款余额 17,476.24 万元，截至招股书签署之日，已收回应收账款 1.66 亿元。

2017 年 6 月 30 日，公司应收账款余额为 16,255.20 万元，较 2016 年 12 月 31 日应收账款余额下降 48.37%，主要系公司在 2017 年已自行开拓 KA 卖场渠道，对徐州茅五剑贸易有限公司在 2016 年 12 月 31 日的 17,476.24 万元应收账款全部收回。

报告期内，本公司与同行业可比公司应收账款余额占营业收入比重比较如下：

证券代码	公司名称	应收账款余额占营业收入比重			
		2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
00886	银基集团	-	24.88%	17.49%	49.71%
830993	壹玖壹玖	37.29%	20.54%	9.14%	5.22%
834528	名品世家	22.04%	3.52%	6.33%	0.65%
833788	品尚汇	23.61%	17.72%	34.08%	9.25%
832965	金易久大	141.84%	44.85%	35.16%	20.56%
834528	红酒世界	18.69%	18.70%	32.23%	35.27%
833919	酒仙网	-	5.87%	4.45%	9.49%
去极值均值		**27.64%**	**15.55%**	**15.71%**	**15.96%**
本公司		**13.27%**	**14.42%**	**7.97%**	**9.19%**

报告期内，公司应收账款余额占营业收入的比重低于同行业可比公司平均水平，公司对应收账款控制能力较好。

2）应收账款主要客户分析

公司各期末应收账款主要来自大型商超和终端供应商。报告期各期末公司前五名客户应收账款情况如下：

单位：万元

2017.06.30			
序号	**单位名称**	**账面余额**	**比例**
1	锦江麦德龙现购自运有限公司	4,724.67	29.07%
2	徐州茅五剑贸易有限公司	4,085.92	25.14%
3	MyiCellar Limited	795.15	4.89%
4	湖南中泰致远贸易有限公司	479.66	2.95%
5	四川省宜宾环球格拉斯玻璃制造有限公司	344.47	2.12%
合计		**10,429.87**	**64.17%**
2016.12.31			
1	徐州茅五剑贸易有限公司	17,476.24	55.50%
2	锦江麦德龙现购自运有限公司	3,514.52	11.16%
3	广州易初莲花连锁超市有限公司	1,322.19	4.20%
4	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	1,055.79	3.35%
5	湖南中泰致远贸易有限公司	499.82	1.59%
合计		**23,868.55**	**75.80%**
2015.12.31			
序号	**单位名称**	**账面余额**	**占比**
1	锦江麦德龙现购自运有限公司	2,478.16	19.70%
2	广州易初莲花连锁超市有限公司	1,315.66	10.46%
3	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	886.28	7.04%
4	湖南中泰致远贸易有限公司	610.83	4.86%
5	华泽集团有限公司	407.33	3.24%
合计		**5,698.26**	**45.30%**
2014.12.31			
序号	**单位名称**	**账面余额**	**占比**

1	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	2,784.72	26.40%
2	锦江麦德龙现购自运有限公司	1,101.62	10.44%
3	华泽集团有限公司	663.22	6.29%
4	湖南中泰致远贸易有限公司	495.75	4.70%
5	长沙祥光糖酒贸易有限公司	297.99	2.83%
合计		**5,343.30**	**50.66%**

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月 30 日，公司应收账款余额前五名客户占全部应收账款余额的比例分别为 50.66%、45.30%、75.80%和 64.17%，主要包括卜蜂莲花、麦德龙等流通领域的领先企业，客户的经营能力强、资金实力和商业信誉较好，欠款不能收回的风险较小。

2015 年末，公司应收账款余额前五名客户中无新增客户。2016 年末，公司应收账款余额前五名客户中徐州茅五剑贸易有限公司系新增客户，余额为 17,476.24 万元，占当期期末应收账款余额的 55.50%。

2017 年 6 月 30 日，公司应收账款余额前五名客户中 MyiCellar Limited 系新增客户，余额为 795.15 万元，占当期期末应收账款余额的 4.89%。

公司应收账款余额前五名客户中华泽集团为公司关联方，截至 2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月 30 日，应收华泽集团账款余额分别为 663.22 万元、407.33 万元、0.00 万元和 0.00 万元，占应收账款余额的比例分别为 6.29%、3.24%、0.00%和 0.00%。

3）应收账款计提的坏账准备

本着谨慎稳健的原则，根据应收账款历史的回收情况及同行业的应收账款坏账准备计提比例，发行人确定了符合自身情况的坏账准备计提政策。

报告期内，公司按照坏账准备计提政策，对应收账款计提了相应的坏账准备.报告期各期末，公司对应收账款计提的坏账准备金额分别 883.97 万元、1,119.96 万元、2,234.30 万元和 1,582.28 万元，占同期末应收账款余额的比例分别为 8.38%、8.90%、7.10%和 9.73%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31

		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
账龄组合	1 年以内	13,734.79	686.74	29,969.75	1,498.49	10,830.37	541.52	7,184.95	359.25
	1-2 年	1,582.81	158.28	802.56	80.26	569.51	56.95	2,108.68	210.87
	2-3 年	235.70	35.35	69.47	10.42	293.23	43.98	326.28	48.94
	3-4 年	70.18	70.18	98.54	98.54	262.86	262.86	2.54	2.54
	4-5 年	46.08	46.08	166.92	166.92	2.54	2.54	22.34	22.34
	5 年以上	45.60	45.60	1.40	1.40	1.86	1.86	-	-
关联方组合		-	-	-	-	409.66	-	663.23	-
单项金额虽不重大但单独计提坏账准备		540.05	540.05	378.28	378.28	210.25	210.25	240.03	240.03
合计		**16,255.20**	**1,582.28**	**31,486.91**	**2,234.30**	**12,580.27**	**1,119.96**	**10,548.05**	**883.97**

4）应收账款坏账计提政策

对单独计提坏账准备的应收款项，公司与同行业可比公司均是根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备；按账龄组合计提的应收账款，公司与同行业可比公司存在微小差异，具体比较如下：

证券代码	公司名称	应收账款坏账计提比例					
		1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
00886	银基集团	-	-	-	-	-	-
830993	壹玖壹玖	10.00%	30.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
835961	名品世家	5.00%	20.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
833788	品尚汇	-	10.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
832965	金易久大	1.00%	10.00%	30.00%	100.00%	100.00%	100.00%
834528	红酒世界	5.00%	15.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
833919	酒仙网	-	20.00%	40.00%	100.00%	100.00%	100.00%
行业平均		**3.20%**	**18.00%**	**44.50%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
本公司		**5.00%**	**10.00%**	**15.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

注：壹玖壹玖应收账款计提比例标准：6 个月以内（含 6 个月）为 5%，6 个月至 1 年（含 1 年）为 10%，上表 1 年以内所用数据为 6 个月至 1 年（含 1 年）。红酒世界应收账款计提比例标准：1-6 个月为 0%，7-12 个月为 5%，上表 1 年以内所用数据为 7-12 个月。

上述计提比例没有重大差异，公司应收账款坏账准备已按既定会计政策予以提足。

5）报告期各期末，发行人应收账款前十大客户名称、欠款余期、账期、占应收账款余额的比例情况如下：

2014 年应收账款前十大客户：

单位：万元

序号	客户名称	余额	账龄	占比
1	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	2,784.72	1 年以内 1389.62 万元，1-2 年 1395.10 万元	26.40%
2	锦江麦德龙现购自运有限公司	1,101.62	1 年以内	10.44%
3	华泽集团有限公司	663.22	1 年以内 394.22 万元，1-2 年 269.00 万元	6.29%
4	湖南中泰致远贸易有限公司	495.75	1 年以内 372.28 万元，1-2 年 123.47 万元	4.70%
5	长沙祥光糖酒贸易有限公司	297.99	1 年以内	2.83%
6	广州易初莲花连锁超市有限公司	297.44	1 年以内	2.82%
7	邵阳市至诚酒业有限公司	285.54	1 年以内 236.92 万元，1-2 年 48.62 万元	2.71%
8	北京京海华致商贸有限公司	239.85	1 年以内 233.40 万元，1-2 年 6.45 万元	2.27%
9	深圳市人人乐商业有限公司	170.44	1 年以内	1.62%
10	成都致美商贸有限公司	142.28	2-3 年	1.35%
合计		**6,478.85**		**61.43%**

2015 年应收账款前十大客户：

单位：万元

序号	客户名称	余额	账龄	占比
1	锦江麦德龙现购自运有限公司	2,478.16	1 年以内	19.70%
2	广州易初莲花连锁超市有限公司	1,315.66	1 年以内	10.46%
3	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	886.28	1 年以内	7.04%
4	湖南中泰致远贸易有限公司	610.83	1 年以内	4.86%
5	华泽集团有限公司	407.33	1 年以内	3.24%
6	苏果超市有限公司	342.11	1 年以内	2.72%
7	大统华系统	317.40	1 年以内	2.52%
8	四川省宜宾环球格拉斯玻璃制造有限公司	310.00	1 年以内	2.46%
9	北京京海华致商贸有限公司	272.68	1 年以内	2.17%
10	邵阳市至诚酒业有限公司	261.87	1 年以内	2.08%

合　计	**7,202.32**		**57.25%**

2016 年应收账款前十大客户：

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	账龄	比例
1	徐州茅五剑贸易有限公司	17,476.24	1 年以内	55.50%
2	锦江麦德龙现购自运有限公司	3,514.52	1 年以内	11.16%
3	广州易初莲花连锁超市有限公司	1,322.19	1 年以内	4.20%
4	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	1,055.79	1 年以内	3.35%
5	湖南中泰致远贸易有限公司	499.82	1 年以内 318.83 万元，1-2 年 180.99 万元	1.59%
6	苏果超市有限公司	470.03	1 年以内	1.49%
7	四川省宜宾环球格拉斯玻璃制造有限公司	447.04	1 年以内	1.42%
8	宁波酩荟贸易有限公司	405.59	1 年以内	1.29%
9	大统华系统	384.79	1 年以内	1.22%
10	华润万家有限公司	314.09	1 年以内	1.00%
合　计		**25,890.10**		**82.22%**

2017 年 6 月 30 日应收账款前十大客户：

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	账龄	比例
1	锦江麦德龙现购自运有限公司	4,724.67	1 年以内 4,705.17 万元，1-2 年 19.50 万元	29.07%
2	徐州茅五剑贸易有限公司	4,085.92	1 年以内	25.14%
3	MyiCellar Limited	795.15	1 年以内	4.89%
4	湖南中泰致远贸易有限公司	479.66	1 年以内 31.98 万元，1-2 年 447.68 万元	2.95%
5	四川省宜宾环球格拉斯玻璃制造有限公司	344.47	1 年以内	2.12%
6	邵阳市至诚酒业有限公司	299.99	1 年以内 25.80 万元，1-2 年 274.19 万元	1.85%
7	沃尔玛（中国）投资有限公司	303.87	1 年以内	1.87%
8	八佰伴系统	287.57	1 年以内	1.77%
9	沛县糖烟酒采购供应站	278.97	1-2 年	1.72%
10	华润万家有限公司	246.25	1 年以内	1.51%
合　计		**11,846.52**		**72.89%**

6）2014 年末、2015 年末和 2016 年末，发行人应收账款截止下期末的回收情况及比例如下：

单位：万元

日期	应收账款余额	2015 年度回款	2016 年度回款	2017 年 1-6 月回款	回款比例
2014 年 12 月 31 日	10,548.05	9,040.49	-	-	86.00%
2015 年 12 月 31 日	12,580.27	-	11,392.16	-	91.00%
2016 年 12 月 31 日	31,486.91	-	--	28,314.21	89.92%

报告期各期末发行人应收账款截止下期末的回收比例较高，各期回款均达至86%以上左右，应收账款可收回风险较小。

7）发行人对于销售模式下应收账款的信用账期管理政策、内控措施及实际执行效果

发行人销售模式及信用信用账期管理如下：

类型		销售模式	信用政策
连锁酒行	直营店	直营店的销售主要为零售与团购	无信用期，先款后货
	合作店	是指在指定区域、指定期限内，公司授予合作经营方“华致酒行”品牌的经营权，双方签订《合作经营合同》约定各自的权利义务。店铺由合作经营方自行购买或租赁，并经公司统一装修。合作经营方只能在店内销售指定的产品，并通过公司的信息管理系统终端进行订货，同时执行公司制定的产品定价和产品价格调整等政策。合作经营方负责店铺所有日常运营，统一按照《华致酒行经营操作手册》规定的标准进行服务及运营。公司对合作店的销售均为买断式销售，客户向公司下订单进行采购，经公司审核同意后安排物流发货。	基本为先款后货，个别信誉好的客户给予信用期间
直供终端	零售网点	零售网点包括酒类专卖店、名烟名酒店、餐饮酒楼、区域性超市等。零售网点客户通过公司的网络营销平台下订单进行采购，公司审核订单后发货至指定地点。公司对零售网点的销售均为买断式销售。	基本为先款后货，个别信誉好的客户给予信用期间
	KA 卖场	发行人与 KA 卖场签订销售合同，卖场通过系统发出订单订货，订单注明产品的名称、规格、数量等内容，发行人根据订单组织发货配送，将货物运输至指定地点，KA 卖场对其验收后在 1-3 个月内与发行人进行结算并支付货款。	信用期 1-3 月
	团购	发行人团购业务的销售对象主要是大型批量消费客户，如企事业单位、行业协会及民间团体等。团购客户提出采购需求后，重点客户	无信用期，先款后货

		部业务人员与之确认产品品类、价格、数量，团购客户将款项汇入发行人账户，发行人安排发货，并运送至团购客户指定地点，团购客户验收。	
	电商	发行人在京东、天猫等开设电商旗舰店，客户在网上下单、公司接收订单后安排发货并运送至指定地点、客户确认收货并付款。	无信用期，收货验收后付款
终端供应商		根据签署的合作协议，公司对终端供应商渠道的销售均为买断式销售。实际采购时，终端供应商直接向公司下订单采购产品，经公司审核通过后安排物流发货，由终端供应商自行组织产品在约定的区域内进行销售。终端供应商销售一般采用先款后货。	基本为先款后货，个别信誉好的客户给予信用期间

报告期内，公司构建了包括连锁酒行、零售网点、KA 卖场、团购、电商、终端供应商在内的全渠道营销网络体系，公司对客户一般采用先款后货的结算方式，对于 KA 卖场，由于其管理规范，信誉良好，且在市场中占有重要地位，货款结算均按照合同约定，一般账期 1-3 个月。对于个别信用较好的重要客户，通过审批也会给予一定的赊销金额及信用期。

针对于应收账款信用账期的管理，发行人制定了《规范客户授信和货款回收管理》等相关制度，规定了授信的条件、授信额度、授信权限、审批流程等。包括：

（1）必须是合作时间一年以上的优质客户，且得到公司有权限的领导审批。

（2）授信必须由客户提出书面申请。

（3）短期授信（7 天内还款的（含））：5 万元以内（含）的授信额度由分管副总经理审批，财务总监终审；5~30 万元以内（含 ）的授信额度由公司总经理终审，30 万元以上的授信额度由公司董事长终审，流程如下：客户→省区经理 → 分管副总 → 财务总监 → 总经理 → 董事长。

（4）中期授信（7~90 天还款的）：无论金额大小，均需报董事长终审，流程如下：客户→省区经理 → 分管副总 → 财务总监 → 总经理 → 董事长。

（5）长期授信（90 天以上还款的）：特殊客户需要长期授信，无论金额大小，均需报董事长终审，流程如下：客户→省区经理 → 财务总监 → 董事长。

经核查，发行人已制定和落实授信制度，报告期内应收账款占营业收入的比

例较低，一般在授信期间内可以收回，应收账款回收风险较低。

8）报告期各期，发行人第三方回款情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
直营连锁酒行	-	-	-	-
合作连锁酒行	323.34	2,190.57	2,674.50	913.81
直供终端	3,382.96	5,918.83	2,506.90	1,297.77
其中：零售网点	3,382.96	5,918.83	2,506.90	1,297.77
KA 卖场	-	-	-	-
团购	-	-	-	-
电商	-	-	-	-
终端供应商	100.37	912.54	440.52	127.04

（4）预付款项

公司的酒类产品供应商一般采用先款后货的销售政策，因此报告期内每年末公司存在一定规模的预付款项。报告期各期末，公司预付款项余额分别 22,361.13 万元、21,962.20 万元、54,329.88 万元和 39,852.98，占流动资产的比例分别为 12.73%、12.03%、25.31%和 22.33%。

公司 2016 年末预付款项余额较 2015 年末增加 32,367.69 万元，同比增长 147.38%，主要原因系公司 2016 年公司销售茅台、五粮液系列酒水收入规模增加，为了保障销售旺季的酒品供应，公司于年末向国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司、宜宾五粮液酒类销售有限责任公司支付酒品预付款所致。

公司 2017 年 6 月 30 日预付款项余额较 2016 年末减少 14,476.90 万元，同比下降 26.65%，主要原因系国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司预付货款减少。

报告期各期末，公司的预付款项按账龄分布如下：

单位：万元

账龄	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	39,626.29	99.43%	54,304.98	99.95%	20,446.67	93.10%	18,275.74	81.73%

1-2 年	219.31	0.55%	10.79	0.02%	702.89	3.20%	3,667.83	16.40%
2-3 年	6.97	0.02%	13.01	0.03%	467.42	2.13%	369.40	1.65%
3 年以上	0.42	0.00%	1.11	-	345.22	1.57%	48.15	0.22%
合计	**39,852.98**	**100.00%**	**54,329.88**	**100.00%**	**21,962.20**	**100.00%**	**22,361.13**	**100.00%**

报告期各期末，公司前五大预付款项明细如下：

单位：万元

2017.06.30

序号	单位名称	账面余额	占比	未结算原因
1	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	12,882.05	32.32%	预付货款，货未到
2	上海茅五剑贸易有限公司	6,365.07	15.97%	预付货款，货未到
3	国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司	4,873.74	12.23%	预付货款，货未到
4	湖南春风酒业有限公司	2,603.05	6.53%	预付货款，货未到
5	北京永利博扬商贸有限公司	2,282.12	5.73%	预付货款，货未到
合计		29,006.03	72.78%	

2016.12.31

序号	单位名称	账面余额	占比	未结算原因
1	国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司	16,690.72	30.72%	预付货款，货未到
2	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	10,299.58	18.96%	预付货款，货未到
3	上海茅五剑贸易有限公司	6,060.18	11.15%	预付货款，货未到
4	上海捷强烟草糖酒集团配销中心	3,112.49	5.73%	预付货款，货未到
5	湖南春风酒业有限公司	3,093.44	5.69%	预付货款，货未到
合计		**39,256.42**	**72.25%**	

2015.12.31

序号	单位名称	账面余额	占比	未结算原因
1	国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司	11,812.86	53.79%	预付货款，货未到
2	湖南春风酒业有限公司	2,058.24	9.37%	预付货款，货未到
3	四川陈又陈酒业有限公司	1,421.83	6.47%	预付货款，货未到
4	北京永利博扬商贸有限公司	1,042.71	4.75%	预付货款，货未到
5	邵阳开口笑酒业有限责任公司	970.42	4.42%	预付货款，货未到
合计		**17,306.06**	**78.80%**	

2014.12.31

序号	单位名称	账面余额	比例	

1	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	7,592.83	33.96%	预付货款，货未到
2	湖南春风酒业有限公司	5,331.87	23.84%	预付货款，货未到
3	国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司	3,716.27	16.62%	预付货款，货未到
4	西藏华泽湘酒销售有限公司	2,040.30	9.12%	预付货款，货未到
5	Jean Pierre Moueix	1,287.96	5.76%	预付期酒采购款
合计		**19,969.23**	**89.30%**	

报告期各期末，公司对国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司和宜宾五粮液酒类销售有限责任公司的预付款项合计金额占公司预付款项余额的比例分别为50.58%、53.79%、49.68%和44.55%。

报告期各期末预付款项前五大中，西藏华泽湘酒销售有限公司、邵阳开口笑酒业有限责任公司、四川陈又陈酒业有限公司为公司关联方，2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月 30 日上述公司预付款项合计金额占公司预付款项余额的比例分别为 9.12%、10.89%、0.00%和 0.00%。

（5）其他应收款

1）其他应收款基本情况

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月 30 日，公司其他应收款的账面价值分别为 4,734.15 万元、11,093.48 万元、1,815.79 万元和 1,174.00 万元，占流动资产总额比例分别为 2.69%、6.08%、0.85%和 0.66%，占比较小。公司其他应收款主要为对酒厂的经销保证金、员工备用金、单位往来款等。

2015 年末，公司其他应收款账面价值较 2014 年末增加 6,359.33 万元，主要原因是：1）公司于 2015 年 11 月向关联方湖南省金六福酒业有限公司借出 5,000 万，利率 6.9%，该笔借款本金已于 2016 年 8 月全部收回。2）云南华悦商贸有限公司于 2015 年 12 月 29 日向公司借入 2,300 万元，该笔借款于 2016 年 1 月 5 日全部收回。

2016 年末，公司其他应收款账面价值较 2015 年末减少 9,277.69 万元，降幅较大，主要原因是公司收回了关联方资金借款。

2017 年 6 月 3 日，公司其他应收款账面价值较 2016 年末减少 641.79 万元，主要原因是公司收回了收回了奚玉明和孙赋阳的借款 400 万元，同时也加强了其

他往来款的清理。

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
其他应收款账面余额	1,316.76	2,044.12	11,424.16	4,918.34
坏账准备	142.76	228.32	330.68	184.19
账面价值	1,174.00	1,815.79	11,093.48	4,734.15

报告期各期末，公司其他应收款账面余额如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
保证金押金	1,207.16	91.68%	1,248.44	61.07%	1,812.56	15.87%	1,237.63	25.16%
员工备用金	62.07	4.71%	110.51	5.41%	780.02	6.83%	671.48	13.65%
保险赔款	-	-	240.00	11.74%	-	-	-	-
单位往来	29.92	2.27%	400.00	19.57%	8,775.82	76.82%	2,834.62	57.63%
其他	17.60	1.34%	45.17	2.21%	55.76	0.49%	174.61	3.55%
合计	**1,316.76**	**100.00%**	**2,044.12**	**100.00%**	**11,424.16**	**100.00%**	**4,918.34**	**100.00%**

2016 年 12 月 31 日，其他应收款余额前五名情况如下：

单位：万元

2016.12.31				
序号	单位名称	账面余额	占比	性质
1	亳州古井销售有限公司	300.00	14.68%	经销保证金
2	国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司	260.00	12.72%	经销保证金
3	奚玉明	247.88	12.13%	借款、备用金
4	中国人民财产保险股份有限公司北京市分公司金融街营业部	240.00	11.74%	保险赔款
5	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	235.00	11.50%	经销保证金
合计		**1,282.88**	**62.77%**	**-**

截至 2016 年 12 月 31 日，其他应收款中无应收关联方款项情况。

2016 年末，公司其他应收款余额前五大中，应收奚玉明 247.88 万元，其中借款 240.00 万元，备用金 7.88 万元。奚玉明为华致酒行子公司陈香商务的少数

股东。2017 年 3 月 30 日，华致酒行与奚玉明签署《股权转让协议》，奚玉明将其持有的陈香商务的全部股权转让给华致酒行，作价 240.00 万元，公司以对其借款全额冲抵股权转让款。

2017 年 6 月 30 日，其他应收款余额前五名情况如下：

单位：万元

2017.06.30				
序号	单位名称	账面余额	占比	性质
1	亳州古井销售有限公司	300.00	22.78%	经销保证金
2	国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司	271.20	20.60%	经销保证金、代垫款
3	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	235.00	17.85%	经销保证金
4	北京嘉禾国信投资有限责任公司	55.75	4.23%	房租物业押金
5	山西杏花村汾酒销售有限责任公司	30.00	2.28%	经销保证金
合计		**891.95**	**67.74%**	

2）其他应收款计提坏账准备的情况

报告期内，本公司各期期末其他应收款余额按照坏账准备计提政策计提坏账准备情况如下：

单位：万元

其他应收款坏账		2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
账龄组合	1 年以内	123.22	3.70	642.13	19.26	4,139.20	124.18	645.95	19.38
	1~2 年	25.34	2.53	161.42	16.14	75.28	7.53	157.88	15.79
	2~3 年	14.32	4.30	8.49	2.55	150.41	45.12	259.54	77.86
	3~4 年	1.49	0.74	141.55	70.77	106.21	53.10	25.81	12.90
	4~5 年	6.43	5.14	72.61	58.09	15.95	12.76	5.24	4.19
	5 年以上	72.68	72.68	11.46	11.46	12.45	12.45	7.41	7.41
关联方组合		-	-	5.50	-	5,413.78	-	2,883.32	-
保证金组合		1,073.28	53.66	1,000.96	50.05	1,510.90	75.54	933.19	46.66
单项金额虽不重大但单独计提坏账准备		-	-	-	-	-	-	-	-
合计		**1,316.76**	**142.76**	**2,044.12**	**228.32**	**11,424.16**	**330.68**	**4,918.34**	**184.19**

报告期各年末，不存在单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款。

（6）存货

1）存货水平分析

报告期各期末，存货余额及跌价准备金额如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
存货账面余额	82,996.18	101.20%	81,930.19	101.45%	103,849.67	101.37%	126,744.76	105.74%
存货跌价准备	-986.88	-1.20%	-1,172.18	-1.45%	-1,399.07	-1.37%	-6,882.62	-5.74%
存货账面价值	**82,009.31**	**100.00%**	**80,758.02**	**100.00%**	**102,450.59**	**100.00%**	**119,862.14**	**100.00%**

公司存货主要为库存酒品。2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月 30 日，公司的存货账面价值分别为 119,862.14 万元、102,450.59 万元、80,758.02 万元和 82,009.31 万元，占流动资产的比重分别为 68.22%、56.13%和 37.62%和 45.95%，占公司总资产的比重分别为 62.63%、52.71%和 36.08%和 44.01%。

报告期内，公司存货水平与同行业可比公司对比如下：

证券代码	公司名称	存货占流动资产比				存货占总资产比			
		2017 年 6 月 30 日	2016 年	2015 年	2014 年	2017 年 6 月 30 日	2016 年	2014 年	2015 年
00886	银基集团	-	34.18%	34.58%	54.73%	-	33.78%	34.23%	53.53%
830993	壹玖壹玖	34.50%	33.20%	40.20%	30.13%	30.77%	29.90%	37.59%	28.17%
835961	名品世家	36.16%	42.15%	18.02%	38.04%	35.13%	40.71%	17.27%	34.68%
833788	品尚汇	37.78%	37.49%	24.55%	32.71%	32.06%	32.42%	23.61%	32.22%
832965	金易久大	62.25%	69.09%	73.76%	71.50%	60.27%	66.52%	69.61%	66.07%
834528	红酒世界	57.58%	56.83%	49.23%	15.72%	56.40%	55.58%	48.19%	15.44%

833919	酒仙网	-	44.13%	41.48%	41.74%	-	38.53%	37.55%	37.90%
去极值均值		43.84%	42.96%	38.01%	39.47%	41.20%	40.20%	36.23%	37.30%
本公司		**46.04%**	**37.62%**	**56.13%**	**68.22%**	**44.08%**	**36.08%**	**52.71%**	**62.63%**

与同行业可比公司相比，2014 年末和 2015 年末公司存货水平较高，主要是因为公司积极推进销售渠道扁平化，较高水平的存货储备可以快速响应终端客户需求，有利于公司开拓和发展终端网点。

报告期内，随着公司营销网络的完善、销售能力的加强以及供应链管理水平的提高，存货水平有所下降。

2）存货结构分析

报告期各期末, 公司的存货余额按品种结构如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
白酒	63,013.45	75.92%	62,806.20	76.66%	85,824.55	82.64%	106,940.17	84.37%
葡萄酒	17,331.26	20.88%	15,973.39	19.50%	15,866.26	15.28%	18,271.93	14.42%
其中：国产葡萄酒	634.7	0.76%	546.34	0.67%	972.09	0.94%	1,027.53	0.81%
进口葡萄酒	16,696.56	20.12%	15,427.05	18.83%	14,894.17	14.34%	17,244.40	13.61%
黄酒	703.89	0.85%	684.64	0.84%	736.26	0.71%	855.03	0.67%
其他	1947.58	2.35%	2,465.96	3.01%	1,422.60	1.37%	677.63	0.53%
合计	**82,996.18**	**100.00%**	**81,930.19**	**100.00%**	**103,849.67**	**100.00%**	**126,744.76**	**100.00%**

公司存货主要以白酒为主，存货结构与和销售结构相匹配，符合公司经营模式。

3）存货跌价准备分析

公司期末存货按成本与可变现净值孰低计价，存货期末可变现净值低于账面成本的，按差额计提存货跌价准备；对于有最佳饮用期限制的黄酒、国内葡萄酒，进一步根据库龄年限补充计提存货跌价准备；对外包装有瑕疵的残次酒品，按期末存货余额计提 50%的跌价准备。

2014 年末，公司存货跌价准备余额 6,882.62 万元，占存货余额的 5.43%，主要系酒水销售价格受市场行情影响大幅下跌，部分白酒可变现净值低于结存成本，公司按照可变现净值与产品结存成本的差额计提存货跌价准备。2015 年、2016 年、2017 年 1-6 月，白酒价格趋于平稳，存货跌价准备较少，存货跌价准备占存货余额的比例为 1.35%、1.43%和 1.19%。

报告期各期末，公司存货跌价准备余额情况如下：

单位：万元

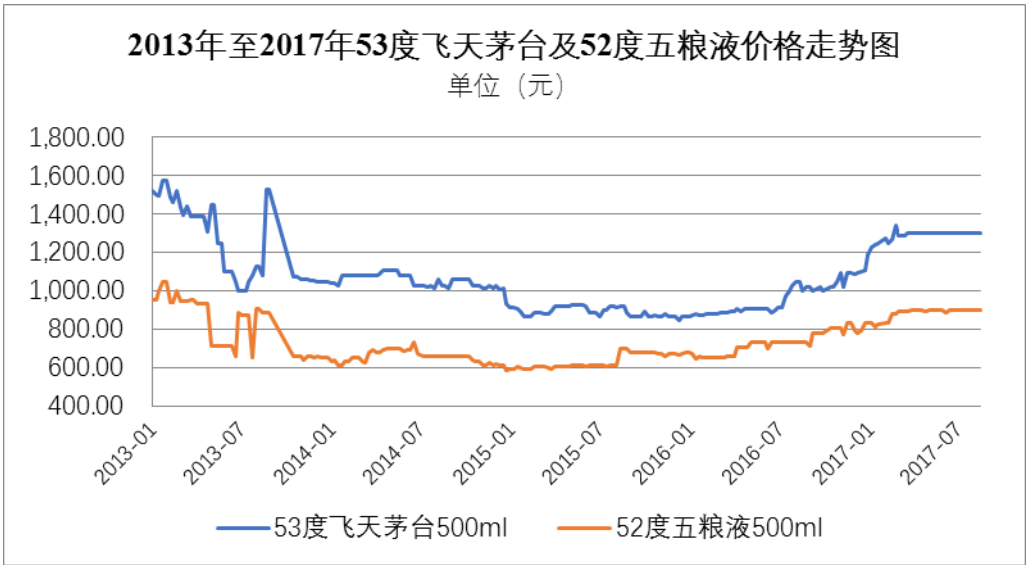
项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
白酒	482.00	48.84%	505.04	43.09%	658.99	47.10%	6,062.43	88.08%
葡萄酒	239.38	24.26%	245.58	20.95%	256.18	18.31%	199.7	2.90%
其中：国产葡萄酒	45.61	4.62%	31.44	2.68%	74.34	5.31%	39.87	0.58%
进口葡萄酒	193.77	19.63%	214.14	18.27%	181.83	13.00%	159.82	2.32%
黄酒	254.16	25.75%	417.24	35.60%	482.44	34.48%	541.38	7.87%
其他	11.34	1.15%	4.33	0.37%	1.47	0.11%	79.11	1.15%
合计	**986.88**	**100.00%**	**1,172.18**	**100.00%**	**1,399.08**	**100.00%**	**6,882.62**	**100.00%**

2014 年，跌价准备计提及转销转回情况如下：

单位：万元

年份	期初数	本期增加	本期减少		期末余额
		计提	转回	转销	
2014 年	2,572.91	5,161.47	1.03	850.73	6,882.62

发行人存货跌价准备主要计提在 2013 年和 2014 年，其中 2013 年计提了 2,572.91 万元，2014 年计提了 5,161.47 万元，主要原因是从 2013 年以来，国家大力抑制“三公经费”，茅台、五粮液等精品白酒销售开始下滑，2014 年跌至谷底。由下表可知，53 度飞天茅台和 52 度五粮液在 2014 年 12 月 31 日在价格谷底，2015 年、2016 年价格缓慢回升。



发行人根据期末账面存货成本与可变现净值比较，于每个资产负债表日计提了存货跌价准备，其中，2014 年存货跌价准备余额为 6,882.62 万元，其跌价金额较大的品种如下：

单位：万元

品名	规格	数量	存货成本	可变现净值	跌价准备	占比
50°五粮液陈酿年份酒 10 年水晶瓶	500ml*6	50.09	30,983.68	26,119.22	4,864.46	70.68%
52 度五粮陈壹号	500ml*6	66.65	9,396.95	9,219.86	177.09	2.57%
53 度茅台迎宾酒（嘉宾级）	500ml*6	10.23	769.9	630.08	139.82	2.03%
52 度光瓶五粮陈壹号	500ml*12	8.85	908.17	831.72	76.45	1.11%
合计			42,058.70	36,800.88	5,257.82	76.39%

由上表可见，2014 年计提得跌价准备主要是是 50°五粮液陈酿年份酒 10 年水晶瓶，此产品计提跌价准备 4,864.46 万元，占当年全部存货跌价准备的 70.68%。

2010 年 12 月 20 日，发行人与宜宾五粮液酒类销售有限责任公司签订了《“五粮液—年份酒”总经销协议》，约定由发行人作为“五粮液—年份酒”的全国总经销商，时间为 8 年，从 2011 年 1 月 1 日起至 2018 年 12 月 31 日止。50°五粮液陈酿年份酒 10 年水晶瓶是主要采购商品。报告期内，该品种酒各年末的账面单位成本为： 2014 年 618.51 元/瓶，2015 年 426.50 元/瓶，2016 年 426.37 元/瓶；相应各年末的销售单价分别为： 2014 年 479.79 元/瓶，2015 年 528.99

元/瓶，2016 年 712.84 元/瓶。因该产品库存量较大，且价格持续下跌，发行人为了清理库存并快速回笼资金，于 2014 年 10 月份起推出降价促销政策。且根据当时的市场形势，估计该品种价格短期难以回升，故于当年末根据账面成本与可变现净值之差额计提了跌价准备 4,864.46 万元。

4）存货周转率行业比较

报告期内，公司存货周转率分别为 0.64 次、1.05 次、1.95 次和 1.18 次，存货周转率大幅提高主要得益于公司销售规模大幅增长的情况下，加强对存货的管控力度，不断“去库存”，释放存货对资金占用的压力，提高资产运转效率。

报告期内，公司与同行业可比公司存货周转率的对比见下表：

证券代码	公司名称	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
00886	银基集团	-	0.75	1.41	0.43
830993	壹玖壹玖	1.84	3.51	2.61	6.40
835961	名品世家	3.15	10.77	7.05	1.54
833788	品尚汇	0.99	2.46	2.20	1.75
832965	金易久大	0.21	0.56	0.45	0.79
834528	红酒世界	0.14	0.20	0.14	0.38
833919	酒仙网	-	2.24	4.07	2.85
去极值均值		**1.01**	**2.07**	**2.15**	**1.47**
本公司		**1.18**	**1.95**	**1.05**	**0.64**

2014 年、2015 年和 2016 年，公司的存货周转率低于行业平均水平与公司经营模式特点有关，公司的存货水平较高。

（7）其他流动资产

公司其他流动资产主要是增值税留抵扣额、所得税预缴税额以及货物已验收入库且款已付但期末尚未收到抵扣凭证的增值税进项税额。截至 2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月 30 日，公司其他流动资产分别为 2,362.86 万元、2,913.68 万元、7,756.53 万元和 5,497.34 万元，占流动资产的比例为 1.34%、1.60%、3.61%和 3.08%，占比较小。

3、非流动资产构成及变动分析

报告期各期末，公司非流动资产情况如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
固定资产	765.81	9.76%	792.99	8.68%	894.13	7.55%	1,167.64	7.45%
在建工程	-	-	-	-	-	-	27.66	0.18%
无形资产	74.73	0.95%	98.67	1.08%	162.38	1.37%	110.76	0.71%
长期待摊费用	1,454.10	18.54%	1,850.88	20.25%	3,510.39	29.63%	6,259.70	39.93%
递延所得税资产	5,548.06	70.74%	6,397.89	70.00%	7,279.47	61.45%	8,112.37	51.74%
合计	**7,842.70**	**100.00%**	**9,140.44**	**100.00%**	**11,846.37**	**100.00%**	**15,678.13**	**100.00%**

报告期内，公司非流动资产主要为递延所得税资产。2014 年末、2015 年末、2016 末和 2017 年 6 月 30 日非流动资产占总资产的比重分别为 8.19%、6.10%、4.08%和 4.21%，符合商业流通企业的特征。

公司 2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月 30 日非流动资产较年初分别减少 24.44%、22.84%和 14.20%，主要是长期待摊费用和递延所得税资产的减少。

（1）固定资产

报告期各期末，公司固定资产账面价值及其分类情况如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋、建筑物	389.00	50.80%	402.29	50.73%	428.87	47.97%	455.45	39.01%
办公设备	94.56	12.35%	92.23	11.63%	126.84	14.19%	141.74	12.14%
运输设备	272.71	35.61%	288.69	36.41%	318.36	35.61%	546.61	46.81%
电子设备	9.54	1.25%	9.78	1.23%	20.05	2.24%	23.84	2.04%
合计	**765.81**	**100.00%**	**792.99**	**100.00%**	**894.13**	**100.00%**	**1,167.64**	**100.00%**

报告期各期末，公司固定资产净额分别为 1,167.64 万元、894.13 万元、792.99 万元和 765.81 万元，占非流动资产的比重分别为 7.45%、7.55%、8.68%和 9.76% 。

2015 年、2016 年和 2017 年 1-6 月固定资产账面价值分别减少 273.51 万元、

101.13 万元和 27.18 万元，同比下降 23.42%、11.31%和 3.43%，主要原因是正常折旧。报告期内，固定资产不存在市价持续下跌、技术陈旧、实体损坏、长期闲置等应计提减值准备的情形。

2017 年 6 月 30 日，公司固定资产原值、累计折旧、净值和成新率情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	净值	成新率
房屋、建筑物	559.55	170.55	389.00	69.52%
办公设备	327.86	233.31	94.56	28.84%
运输设备	1,646.18	1,373.47	272.71	16.57%
电子设备	44.16	34.62	9.54	21.60%
合计	**2,577.75**	**1,811.94**	**765.81**	**29.71%**

截至 2017 年 6 月 30 日，公司固定资产不存在抵押、质押等担保事项。

（2）无形资产

公司的无形资产主要为商标使用权和软件。报告期各期末，无形资产分别为 110.76 元、162.38 万元、98.67 万元和 74.73 万元，占非流动资产的比例分别为 0.71%、1.37%、1.08%和 0.95%。

报告期各期末，公司无形资产账面价值及其分类情况如下：

单位：万元

项目	2017.06.30			2016.12.31			2015.12.31			2014.12.31		
	账面原值	累计摊销	账面价值	账面原值	累计摊销	账面价值	账面原值	累计摊销	账面价值	账面原值	累计摊销	账面价值
商标使用权	152.80	79.37	73.43	152.80	62.72	90.08	152.80	29.42	123.38	56.10	10.27	45.83
软件	150.96	149.66	1.30	150.96	142.37	8.60	150.96	111.96	39.00	146.61	81.68	64.93
合计	**303.76**	**229.03**	**74.73**	**303.76**	**205.08**	**98.67**	**303.76**	**141.38**	**162.38**	**202.71**	**91.95**	**110.76**

报告期内，公司无形资产不存在有减值迹象，因而未计提减值准备。截至 2017 年 6 月 30 日，公司无形资产不存在抵押、质押等担保事项。

（3）长期待摊费用

公司的长期待摊费用主要是连锁酒行装修费。报告期各期末，公司长期待摊费用分别为 6,259.70 万元、3,510.39 万元、1,850.88 万元和 1,454.10 万元，占非流动资产的比重分别为 39.93%、29.63%、20.25%和 18.54%。最近三年及一期，公司的装修费逐年下降，主要原因是报告期内，新增酒行减少，装修费正常摊销所致。

报告期各期，长期待摊费用发生额及摊销额如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日	2017 年 1-6 月增加额	2017 年 1-6 月摊销额	2017 年 6 月 30 日
装修费	1,850.88		396.77	1,454.10
项目	**2015 年 12 月 31 日**	**2016 年增加额**	**2016 年摊销额**	**2016 年 12 月 31 日**
装修费	3,510.39	8.00	1,667.51	1,850.88
项目	**2014 年 12 月 31 日**	**2015 年增加额**	**2015 年摊销额**	**2015 年 12 月 31 日**
装修费	6,259.70	518.53	3,267.84	3,510.39
项目	**2013 年 12 月 31 日**	**2013 年增加额**	**2013 年摊销额**	**2014 年 12 月 31 日**
装修费	10,627.69	516.45	4,884.44	6,259.70

2017 年 6 月 30 日，发行人前 10 大长期待摊费用发生时间、金额、连锁酒行的面积、所在地、权属及摊销年限情况如下：

序号	项目名称	地址	权属	发生时间	面积（m2）	初始成本（万元）	应摊销期限（月）	2017 年 6 月 30 日摊余价值（万元）
1	京都公司总部装修费	北京市东城区白桥大街 15 号嘉禾国信大厦 8 层	发行人	2013/2	832	1,079.94	120	604.72
2	华致酒行华致酒窖保定国际俱乐部店	河北省保定市高开区天鹅西路 199 号国际俱乐部一层华致酒行	客户	2015/6	174	117.84	60	70.70
3	京都公司酒行装修费	北京市东城区白桥大街 15 号嘉禾国信大厦 1 层	发行人	2013/2	190	117.30	120	63.74
4	华致酒行广东惠州店	广东省惠州市江北文昌二路金裕碧水湾三景园 A3 栋 6 号商铺	客户	2013/12	300	129.86	60	38.96
5	华致酒行河南	河南省固始县黄河	客户	2013/12	459.8	98.39	60	29.52

序号	项目名称	地址	权属	发生时间	面积（m2）	初始成本（万元）	应摊销期限（月）	2017 年 6 月 30 日摊余价值(万元)
	固始店	路与蓼城大道交叉口东北角（皇冠 KTV 隔壁）						
6	华致酒行江苏泰州店	江苏省泰州市海陵区青年南路 96 号华致酒行	客户	2008/12	80	27.12	60	-
				2015/3	80	42.79	60	23.54
7	华致酒行禹州店	河南省许昌禹州市裕华大街坪山永和宛北门	客户	2010/2	120	77.04	57	-
				2014/3	120	64.20	57	20.27
8	华致酒行云南迪庆开发区别墅办事处	迪庆香格里拉经济开发区中心片区	发行人	2013/12	224.88	65.17	60	19.55
9	华致酒行北京晟东诚信商贸店	北京市丰台区万丰路 308 号	客户	2015/10	300	28.86	60	19.24
10	华致酒行河北邯郸店	邯郸市丛台区联纺路与滏东大街西北角华致酒行	客户	2013/12	200	64.13	59	18.48

（4）递延所得税资产

报告期内各期末，递延所得税资产和可抵扣暂时性差异情况如下：

单位：万元

项目	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	2,662.16	608.09	4,902.43	879.54	2,832.58	663.08	7,942.75	1,965.23
内部交易未实现利润	10,536.17	2,634.04	11,504.06	2,876.02	4,468.87	1,117.22	4,852.67	1,213.17
可抵扣亏损	2,074.45	484.44	2,522.54	633.32	14,342.96	3,148.37	11,545.03	2,548.47
处置子公司损失	5,385.71	1,346.43	5,484.96	1,371.24	5,484.96	1,371.24	5,484.96	1,371.24
包装物未实现毛利	1,900.25	475.06	2,551.11	637.78	3,918.25	979.56	4,057.04	1,014.26
合计	**22,558.74**	**5,548.06**	**26,965.11**	**6,397.89**	**31,047.63**	**7,279.47**	**33,882.45**	**8,112.37**

公司的递延所得税资产主要因资产减值准备、内部交易未实现利润、可抵扣亏损和处置子公司损失引起。报告期各期末，公司递延所得税资产分别为8,112.37万元、7,279.47 万元、6,397.89 万元和 5,548.06 万元，占非流动资产的比重分别

为 51.74%、61.45%、70.00%和 70.74%，递延所得税资产逐年递减，主要由资产减值准备、可抵扣亏损减少所致。

4、主要资产减值准备提取情况

报告期内，公司资产减值准备为存货跌价准备、应收账款及其他应收款所计提的坏账准备。公司坏账准备按账龄分析法和个别认定法相结合的方法计提。报告期各期末，公司资产减值准备分别为 7,950.78 万元、2,849.72 万元、3,634.80 万元和 2,711.92 万元，具体如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
存货跌价准备	986.88	36.39%	1,172.18	32.25%	1,399.08	49.10%	6,882.62	86.57%
应收账款坏账准备	1,582.28	58.35%	2,234.30	61.47%	1,119.96	39.30%	883.97	11.12%
其他应收款坏账准备	142.76	5.26%	228.32	6.28%	330.68	11.60%	184.19	2.32%
合计	**2,711.92**	**100.00%**	**3,634.80**	**100.00%**	**2,849.72**	**100.00%**	**7,950.78**	**100.00%**

（1）存货跌价准备计提情况

报告期内，公司存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

期间	期初余额	本期计提金额	本期减少		期末余额
			转回	转销	
2014 年度	2,572.91	5,161.47	1.03	850.73	6,882.62
2015 年度	6,882.62	13.37	445.35	5,051.56	1,399.07
2016 年度	1,399.07	5.36	83.50	148.75	1,172.18
2017 年 1-6 月份	1,172.18	3.32	111.47	77.15	986.88

公司制定了谨慎的存货跌价准备计提政策，每年年末对各类存货逐项进减值制测试，计提相应的存货跌价准备。具体情况请参见本小节“2、流动结构及变动分析”之“（6）存货”分析。

（2）应收账款坏账准备计提情况

报告期内，公司应收账款坏账准备主要按账龄组合法计提，占应收账款坏账准备的比例分别为 72.85%、81.23%、83.07%和 65.87%；单项金额虽不重大但单独计提坏账准备的金额占应收账款坏账准备的比例分别为 27.15%、18.77%、16.93%和 34.13%。

报告期各期末应收账款坏账准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应收账款坏账准备	1,582.28	2,234.30	1,119.96	883.97
应收账款余额	16,255.20	31,486.91	12,580.27	10,548.05
占应收账款余额的比重	9.73%	7.10%	8.90%	8.38%

公司应收账款的坏账准备计提政策稳健，符合企业会计准则规定，与公司资产质量实际状况相符，应收账款坏账准备计提充分、合理，公司应收款项质量较高。

（3）其他应收款坏账准备计提情况

公司其他应收款坏账准备主要为按账龄组合及保证金组合计提。报告期内，公司坏账准备计提政策谨慎稳健，按政策对其他应收款计提的坏账准备合理、充分。

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
其他应收账款坏账准备	142.76	228.32	330.68	184.19
其他应收账款余额	1,316.76	2,044.12	11,424.16	4,918.34
占其他应收账款余额的比重	10.84%	11.17%	2.89%	3.74%

（4）固定资产和无形资产减值准备的计提

报告期各期末，公司固定资产和无形资产不存在减值迹象，未计提固定资产和无形资产减值准备。

（二）负债分析

1、总体情况

报告期各期末，公司负债情况如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	78,848.65	100.00%	130,903.09	100.00%	91,817.02	100.00%	91,406.45	100.00%
非流动负债	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	**78,848.65**	**100.00%**	**130,903.09**	**100.00%**	**91,817.02**	**100.00%**	**91,406.45**	**100.00%**

报告期内，公司负债规模基本保持稳定，以流动负债为主。公司的负债主要包括短期借款、应付账款、预收款项和其他应付款，主要为日常经营活动形成。

公司 2015 年末负债总额较 2014 年末变化不大，2016 年末负债总额较 2015 年末增加 39,086.06 万元，主要由于短期借款、预收款项和其他应付款增加。2017 年 6 月 30 日公司负债总额较 2016 年末减少 52,054.44 万元，主要由于短期借款、预收款项和其他应付款的减少。

2、流动负债的构成及变动分析

报告期各期末，公司流动负债情况如下：

单位：万元

项目	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	30,966.00	39.22%	40,766.00	31.14%	22,000.00	23.96%	34,000.00	37.20%
应付票据	19,654.72	24.89%	18,663.77	14.26%	22,021.30	23.98%	4,173.54	4.57%
应付账款	6,855.41	8.68%	7,050.96	5.39%	12,284.29	13.38%	14,733.32	16.12%
预收款项	5,453.81	6.91%	19,583.27	14.96%	7,040.34	7.67%	6,630.08	7.25%
应付职工薪酬	2,662.54	3.37%	2,894.21	2.21%	1,769.21	1.93%	1,769.07	1.94%
应交税费	2,092.06	2.65%	2,011.19	1.54%	2,280.98	2.48%	2,255.24	2.47%
应付利息	30.46	0.04%	40.40	0.03%	34.27	0.04%	53.30	0.06%
应付股利	-	-	6,171.07	4.71%	6,171.07	6.72%	6,171.07	6.75%
其他应付款	9,351.38	11.84%	31,171.11	23.81%	14,297.31	15.57%	17,563.78	19.22%
其他流动负债	1,895.37	2.40%	2,551.11	1.95%	3,918.25	4.27%	4,057.04	4.44%

合计	**78,961.76**	**100.00%**	**130,903.09**	**100.00%**	**91,817.02**	**100.00%**	**91,406.45**	**100.00%**

（1）短期借款

由于公司处于快速成长期，随着资产和业务规模的扩大，对资金的需求也同步增长。短期借款占流动负债的比例较大。2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月 30 日，公司短期借款分别为 34,000.00 万元、22,000.00 万元和 40,766.00 万元和 30,966.00 万元，占流动负债的比例分别为 37.20%、23.96%、31.14%和 39.22%，具体如下：

单位：万元

借款类别	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
抵押借款	-	-	-	-
保证借款	30,966.00	40,766.00	22,000.00	34,000.00
合计	**30,966.00**	**40,766.00**	**22,000.00**	**34,000.00**

截至 2017 年 6 月 30 日，公司短期借款明细如下：

单位：万元

编号	贷款银行	借款金额	到期日	借款性质
1	中国建设银行长沙华兴支行	5,000.00	2017 年 12 月 20 日	保证借款
2	中国建设银行长沙华兴支行	7,000.00	2017 年 12 月 23 日	保证借款
3	长沙银行股份有限公司南城支行	3,000.00	2017 年 7 月 27 日	保证借款
4	长沙银行股份有限公司南城支行	2,966.00	2017 年 9 月 11 日	保证借款
5	长沙银行股份有限公司南城支行	5,000.00	2017 年 10 月 16 日	保证借款
6	广发银行股份有限公司长沙分行	5,000.00	2017 年 12 月 29 日	保证借款
7	中国建设银行长沙华兴支行	3,000.00	2018 年 6 月 22 日	保证借款
合计		**30,966.00**		

报告期内，公司无已逾期未偿还的短期借款情况。

（2）应付票据

报告期各期末，公司应付票据分别为 4,173.54 万元、22,021.30 万元、18,663.77

万元和 19,654.72 万元，占各期流动负债的比例分别为 4.57 %、23.98%、14.26%和 24.89% 。公司采取票据结算货款主要是为了利用远期付款，以有限的资金购进更多货物，最大限度地减少对营运资金的占用与需求，有利于扩大业务规模。

（3）应付账款

公司的应付账款主要为应付供应商、广告服务商等的款项。2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月 30 日，公司应付账款余额分别为 14,733.32 万元、12,284.29 万元、7,050.96 万元和 6,855.41 万元，分别占当期流动负债的比重为 16.12%、13.38%、5.39%和 8.68%。

报告期内，应付账款结构如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付商品款	6,816.81	99.44%	6,925.44	98.22%	9,587.41	78.05%	10,855.00	73.68%
应付物流费	35.86	0.52%	79.03	1.12%	196.13	1.60%	18.98	0.13%
应付服务费	-	-	2.28	0.03%	2,395.71	19.50%	3,825.28	25.96%
其他	2.75	0.04%	44.21	0.63%	105.04	0.86%	34.07	0.23%
合计	**6,855.41**	**100.00%**	**7,050.96**	**100.00%**	**12,284.29**	**100.00%**	**14,733.32**	**100.00%**

2015 年末，应付账款较 2014 年末减少 2,449.03 万元，同比下降 16.62%，主要原因是公司力图消化库存，采购规模有所下降，部分供应商加强了货款回收力度，与公司进行了结算。

2016 年末，应付账款较 2015 年末减少 5,233.33 万元，同比下降 42.60%，一是由于 2016 年市场回暖，酒类销售情况较好，公司减少了广告服务费的投入，二是由于宜宾五粮液酒类销售有限责任公司应付账款减少所致。

报告期各期末，公司的应付账款前五大构成如下：

单位：万元

2017.06.30				
序号	单位名称	账面余额	占比	款项性质
1	泸州纳川酒业有限公司	3,008.14	43.88%	应付供应商酒款

2	重庆昊晟玻璃股份有限公司	1,759.45	25.67%	应付包装费
3	佛山市醇和富轩贸易有限公司	318.60	4.65%	应付供应商酒款
4	CONSTELLATIONBRANDSUSOPERATIONS,INC	294.80	4.30%	应付供应商酒款
5	迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司	219.55	3.20%	应付供应商酒款
合计		**5,600.55**	**81.70%**	

2016.12.31

序号	单位名称	账面余额	占比	款项性质
1	泸州纳川酒业有限公司	3,008.14	42.66%	应付供应商酒款
2	重庆昊晟玻璃股份有限公司	1,573.06	22.31%	应付包装费
3	宜宾市美斯特包装有限公司	352.45	5.00%	应付包装费
4	迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司	332.70	4.72%	应付供应商酒款
5	湖北醇益实业发展有限公司	275.56	3.91%	应付供应商酒款
合计		**5,541.91**	**78.60%**	

2015.12.31

序号	单位名称	账面余额	占比	款项性质
1	泸州纳川酒业有限公司	3,008.14	24.49%	应付供应商酒款
2	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	2,975.52	24.22%	应付供应商酒款
3	云南彩天视线广告有限公司	2,179.19	17.74%	应付服务费
4	重庆昊晟玻璃股份有限公司	1,103.50	8.98%	应付包装费
5	迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司	732.34	5.96%	应付供应商酒款
合计		**9,998.69**	**81.39%**	

2014.12.31

序号	单位名称	账面余额	占比	款项性质
1	云南彩天视线广告有限公司	3,557.37	24.15%	应付服务费
2	邵阳开口笑酒业有限责任公司	3,472.37	23.57%	应付供应商酒款
3	贵州珍酒销售有限公司	3,327.08	22.58%	应付供应商酒款
4	泸州纳川酒业有限公司	2,931.85	19.90%	应付供应商酒款
5	Bordeaux Index., Ltd.	351.31	2.38%	应付供应商酒款
合计		**13,639.98**	**92.58%**	

报告期各期末，公司应付账款余额前五大中，邵阳开口笑酒业有限责任公司、贵州珍酒销售有限公司、迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司为公司关联

方。2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月 30 日，上述公司应付账款合计占应付账款总额的比例分别为 46.15%、5.96%、4.72%和 3.20%。报告期内，应付账款中无应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位的应付款项。

（4）预收款项

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月 30 日，公司预收款项分别为 6,630.08 万元、7,040.34 万元、19,583.27 万元和 5,453.81 万元，分别占当期流动负债的比重为 7.25%、7.67%、14.96%和 6.92%。报告期各期末，公司预收款项余额占营业收入的比重分别为 5.78%、4.46%、8.97%和 4.45%，占比基本稳定，与公司的销售策略相符。

单位：万元

项目	2017.06.30 /2017 年 1-6 月	2016.12.31 /2016 年	2015.12.31 /2015 年	2014.12.31 /2014 年
预收款项	5,453.81	19,583.27	7,040.34	6,630.08
营业收入	122,502.52	218,413.42	157,756.74	114,796.48
预收款项占营业收入比	**4.45%**	**8.97%**	**4.46%**	**5.78%**

公司预收款项主要是针对连锁酒行、经销商和销售终端客户的预收货款，2014 年到 2016 年金额均逐年提高。主要原因是：公司对大部分客户采取款到发货的销售方式，公司收到的货款在没有发出货物之前，均记为预收款项。公司近年来品牌优势不断突显、销售渠道不断深化，销售增长较快，预收款项同步增加。

2017 年 1-6 月公司预收款项比 2016 年末下降 14,129.46 万元，同比降幅 72.15%，主要原因是发货给客户实现销售收入所致。

公司 2016 年末的预收款项占当年营业收入占比较大，一是由于公司零售网点收入占比增加，零售网点渠道多采用先款后货的方式进行销售，二是由于 2017 年春节时间较早，使得 2016 年末的销售旺季相对提前，市场需求旺盛，客户因销售旺季提前支付货款。

报告期期末，公司预收款项前五名情况如下：

单位：万元

2017.06.30

序号	单位名称	账面余额	占比	款项性质
1	山东源和堂贸易有限公司	204.03	3.74%	预收客户款
2	重庆集创家科技有限公司	195.31	3.58%	预收客户款
3	东营市源泉酒水有限责任公司	142.80	2.62%	预收客户款
4	河南省副食品有限公司	107.94	1.98%	预收客户款
5	河南百瑞东方商贸有限公司	107.94	1.98%	预收客户款
合计		**758.02**	**13.90%**	

2016.12.31

序号	单位名称	账面余额	占比	款项性质
1	北京朝批商贸股份有限公司	1,063.68	5.43%	预收客户款
2	北京晟强贸易有限公司	898.74	4.59%	预收客户款
3	沛县糖烟酒采购供应站	375.55	1.92%	预收客户款
4	武汉玉液之冠经贸有限公司	346.68	1.77%	预收客户款
5	长垣县康晨商贸有限公司	340.99	1.74%	预收客户款
合计		**3,025.64**	**15.45%**	

2015.12.31

序号	单位名称	账面余额	占比	款项性质
1	北京朝批商贸股份有限公司	446.40	6.34%	预收客户款
2	沃尔玛（中国）投资有限公司	373.97	5.31%	预收客户款
3	贵州鑫琪贸易有限公司	200.12	2.84%	预收客户款
4	北京浩通旺源贸易有限公司	186.00	2.64%	预收客户款
5	上海捷强烟草糖酒集团配销中心	180.12	2.56%	预收客户款
合计		**1,386.62**	**19.70%**	

2014.12.31

序号	单位名称	账面余额	占比	款项性质
1	成都壹玖壹玖酒类供应链管理有限公司	343.08	5.17%	预收客户款
2	沃尔玛（中国）投资有限公司	287.87	4.34%	预收客户款
3	长垣县康晨商贸有限公司	95.15	1.44%	预收客户款
4	邵阳市大祥区腾飞商行	93.96	1.42%	预收客户款
5	吉林省天喜商贸有限公司	93.80	1.41%	预收客户款
合计		**913.86**	**13.78%**	

报告期各期末，公司预收款项前五大单位中无持有公司 5%（含 5%）以上表决权的股东单位和关联方单位。

（5）应付职工薪酬

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月 30 日，公司应付职工薪酬分别为 1,769.07 万元、1,769.21 万元、2,894.21 万元和 2,662.54 万元，分别占流动负债的比例为 1.94%、1.93%、2.21%和 3.37%。公司应付职工薪酬主要包括应付未付的工资、奖金、津贴和补贴、社会保险费、住房公积金、工会经费、职工教育经费等。

公司 2016 年末应付职工薪酬较 2015 年末增加 1,125.01 万元，增长 63.59%，主要原因是：公司经营规模扩大，销售人员薪酬绩效收入增加，应付职工薪酬金额与公司经营业绩增加所增加的工资、奖金相匹配。

报告期内，应付职工薪酬分类列示情况如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期薪酬	2,655.57	99.74%	2,889.86	99.85%	1,764.29	99.72%	1,769.07	100.00%
离职后福利中的设定提存计划负债	6.97	0.26%	4.35	0.15%	4.91	0.28%	-	-
合计	**2,662.54**	**100.00%**	**2,894.21**	**100.00%**	**1,769.21**	**100.00%**	**1,769.07**	**100.00%**

其中，短期薪酬的明细如下：

单位：万元

项　目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
工资、奖金、津贴和补贴	1,041.02	39.20%	1,402.59	48.53%	487.16	27.61%	746.86	42.22%
职工福利费	-	-	-	-	17.43	0.99%	-	-
社会保险费	4.52	0.17%	1.89	0.07%	2.58	0.15%	0.23	0.01%
其中：基本医疗保险费	2.86	0.11%	1.63	0.06%	2.27	0.13%	-	-
补充医疗保险	1.07	0.04%	-	-	-	-	0.23	0.01%

项　目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
工伤保险费	0.20	0.01%	0.09	-	0.12	0.01%	-	-
生育保险费	0.38	0.01%	0.17	0.01%	0.19	0.01%	-	-
住房公积金	0.75	0.03%	1.39	0.05%	1.45	0.08%	-	-
工会经费和职工教育经费	1,609.28	60.60%	1,482.35	51.29%	1,254.02	71.08%	1,020.33	57.68%
其他短期薪酬	-	-	1.65	0.06%	1.65	0.09%	1.65	0.09%
合　计	**2,655.57**	**100.00%**	**2,889.86**	**100.00%**	**1,764.29**	**100.00%**	**1,769.07**	**100.00%**

应付职工薪酬主要为尚未支付的各年 12 月份员工工资、预提奖金和工会经费、职工教育等。

报告期内离职后福利中的设定提存计划负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
基本养老保险	6.41	3.91	4.47	-
失业保险	0.56	0.44	0.44	-
合计	**6.97**	**4.35**	**4.91**	**-**

根据《企业会计准则》的相关规定，公司将社会保险费中的医疗保险费、工伤保险费和生育保险费作为短期薪酬核算，将基本养老保险费和失业保险费作为离职后福利-设定提存计划核算。

（6）应交税费

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 2,255.24 万元、2,280.98 万元和 2,011.19 万元和 2,092.06 万元，占当期流动负债的比例为 2.47%、2.48%、1.54%和 2.65%。公司应交税费的余额主要由应交企业所得税和应交增值税构成。

报告期各期末，公司应交税费余额明细如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
企业所得税	602.36	28.79%	1,006.64	50.05%	264.97	11.62%	315.34	13.98%

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
增值税	1,235.64	59.06%	829.89	41.26%	1,665.57	73.02%	1,412.13	62.62%
个人所得税	38.62	1.85%	39.88	1.98%	29.54	1.29%	27.95	1.24%
印花税	15.33	0.73%	30.09	1.50%	15.22	0.67%	102.14	4.53%
城市维护建设税	62.17	2.97%	13.89	0.69%	61.94	2.72%	138.64	6.15%
教育费附加	59.63	2.85%	10.07	0.50%	54.47	2.39%	108.07	4.79%
房产税	2.24	0.11%	2.24	0.11%	3.58	0.16%	2.24	0.10%
营业税	-	-	-	-	107.62	4.72%	73.83	3.27%
其他	76.07	3.64%	78.50	3.90%	78.07	3.42%	74.92	3.32%
合计	**2,092.06**	**100.00%**	**2,011.19**	**100.00%**	**2,280.98**	**100.00%**	**2,255.24**	**100.00%**

（7）应付利息

公司应付利息主要为应付短期借款利息，2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月 30 日，应付利息分别为 53.30 万元、34.27 万元、40.40 万元和 30.46 万元，占当期流动负债的比重为 0.06%、0.04%、0.03%和 0.04%。

（8）应付股利

报告期各期末，公司的应付股利明细如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
李朝阳	-	-	1,168.47	18.93%	1,168.47	18.93%	1,168.47	18.93%
张萍	-	-	2,483.01	40.24%	2,483.01	40.24%	2,483.01	40.24%
张东	-	-	1,511.75	24.50%	1,511.75	24.50%	1,511.75	24.50%
肖锋	-	-	1,007.84	16.33%	1,007.84	16.33%	1,007.84	16.33%
合计	-	-	**6,171.07**	**100.00%**	**6,171.07**	**100.00%**	**6,171.07**	**100.00%**

2014 年-2016 年各期末，公司应付股利均为 6,171.07 万元。主要为应付江苏中糖和江苏威华达原股东分红款。截至 2017 年 6 月 30 日，该笔款项已经支付完毕。

（9）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款的余额分别为 17,563.78 万元、14,297.31 万元、31,171.11 万元和 9,351.38 万元占流动负债的比例分别为 19.22%、15.57%、23.81%和 11.84%。报告期内，公司的其他应付款主要是单位往来、经销商缴纳的保证金，其他应付款主要项目如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
单位往来	1,226.83	13.12%	22,416.74	71.91%	4,536.26	31.73%	6,770.65	38.55%
保证金	5,523.71	59.07%	5,512.77	17.69%	6,949.24	48.61%	8,014.64	45.63%
预提费用及预计负债	2,232.25	23.87%	2,636.11	8.46%	2,277.37	15.93%	1,731.33	9.86%
其他	368.58	3.94%	605.49	1.94%	534.44	3.74%	1,047.16	5.96%
合计	**9,351.38**	**100.00%**	**31,171.11**	**100.00%**	**14,297.31**	**100.00%**	**17,563.78**	**100.00%**

2015 年末，其他应付款较 2014 年末减少 3,266.47 万元，主要是 2015 年向江苏中糖和江苏威华达原股东支付了所欠收购款 4,500 万元。2016 年末，其他应付款较 2015 年末增加 16,873.80 万元，同比增加 118.02%，主要系借用关联方资金所致。

2017 年 6 月 30 日，其他应付款较 2016 年末减少 21,819.73 万元，同比减少 70.00%，主要原因是关联方往来减少。

2016 年 12 月 31 日，公司其他应付款前五名情况如下：

单位：万元

2016.12.31				
序号	**单位名称**	**账面余额**	**占比**	**款项性质**
1	云南金六福贸易有限公司	6,100.00	19.57%	资金拆借
2	湖南省金六福酒业有限公司	4,630.00	14.85%	资金拆借
3	华泽集团有限公司	3,301.37	10.59%	资金拆借
4	西藏融睿投资有限公司	3,072.17	9.86%	资金拆借
5	张萍	2,208.40	7.08%	资金拆借
合计		**19,311.94**	**61.95%**	

2016 年末，其他应付款余额前五大中，云南金六福贸易有限公司、湖南省

金六福酒业有限公司、华泽集团有限公司、西藏融睿投资有限公司为公司关联方，占期末其他应付款余额的 54.87%。截至招股书签署之日，上述款项已经支付完毕。

2017 年 6 月 30 日，公司其他应付款前五名情况如下：

单位：万元

2017.06.30				
序号	**单位名称**	**账面余额**	**占比**	**款项性质**
1	张萍	1,077.80	11.53%	应付购酒款
2	保定直隶润达商贸有限公司	120.00	1.28%	保证金
3	吉林省华轩商贸有限公司	90.00	0.96%	保证金
4	阿拉善左旗芳特商贸有限公司	80.00	0.86%	保证金
5	惠州市琼灏实业有限公司	80.00	0.86%	保证金
合计		**1,447.80**	**100.00%**	

（10）其他流动负债

报告期各期末，公司的其他流动负债均为递延收益。递延收益系核算公司出售酒类包装物的收入及成本，待相关酒类产品出售时同时结转确认损益，期末余额反映库存酒类产品包含的包装物销售未实现的净损益。

报告期各期末，公司其他流动负债分别为 4,057.04 万元、3,918.25 万元、2,551.11 万元和 1,895.37 万元，分别占当期流动负债的比重为 4.44%、4.27%、1.95%和 2.40%。

（三）偿债能力分析

1、主要偿债能力财务指标

报告期内，与公司偿债能力相关的财务数据及指标如下：

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动比率（倍）	2.26	1.64	1.99	1.92
速动比率（倍）	1.15	0.96	0.84	0.59
资产负债率（%）（母公司）	37.88%	52.23%	43.10%	45.11%
资产负债率（%）（合并）	42.38%	58.49%	47.24%	47.76%
息税折旧摊销前利润（万元）	18,981.03	17,374.89	9,511.26	-6,615.98

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
利息保障倍数（倍）	19.38	10.67	3.24	-5.03
经营活动现金流量净额（万元）	26,586.81	-9,967.75	28,178.46	18,881.18
净利润（万元）	14,275.74	11,240.38	2,502.33	-11,491.69

报告期各期末，公司流动比率分别为 1.92、1.99、1.64 和 2.26。公司速动比率分别为 0.59、0.84、0.96 和 1.15，公司速动比率较低，主要是因为公司存货账面价值较高。报告期末，公司的存货账面价值分别为 119,862.14 万元、102,450.59 万元、80,758.02 万元和 82,009.31 万元，占流动资产比例分别为 68.22 %、56.13%、37.62%和 45.95%。公司的存货主要是酒类产品，而酒类产品市场需求旺盛，可以在较短的时间内变现，因此在公司速动比率较低的情况下，依然具备较好的偿债能力。

报告期内，公司盈利能力逐步增强，息税折旧摊销前利润分别为-6,615.98 万元、9,511.26 万元、17,374.89 万元和 18,981.03 万元，利息保障倍数分别为为-5.03 倍、3.24 倍、10.67 倍和 19.38 倍，公司偿还借款利息的能力逐渐增强。

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金增长迅速，公司销售回款充沛。2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年 1-6 月份，公司销售商品收到的现金分别为 128,044.38 万元、162,866.80 万元、242,960.22 万元和 140,545.66 万元，均高于同期营业收入，表明公司营业收入收现能力强。销售产品产生的大量现金的流入，为公司偿还负债提供了充足的资金来源。

综上，公司流动比率、速动比率符合公司经营模式和特点，利息保障倍数逐年增高；加之公司资金收支安排合理，销售回款充沛、资金支出与收入匹配、债务无逾期情形、银行授信额度充足，均为公司债务偿还提供保障，整体偿债风险较小。

2、同行业可比公司数据

报告期内，公司与同行业可比公司偿债能力指标比较如下：

项目	证券代码	证券简称	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动比率	00886	银基集团	-	1.96	1.69	1.53

项目	证券代码	证券简称	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
	830993	壹玖壹玖	1.61	1.68	1.05	1.36
	835961	名品世家	3.25	3.05	4.47	1.99
	833788	品尚汇	4.54	3.10	6.30	5.22
	832965	金易久大	1.02	1.02	1.03	1.02
	834528	红酒世界	2.16	3.13	4.95	2.2
	833919	酒仙网	-	1.91	2.00	1.34
	去极值均值		2.34	2.34	2.83	1.68
	本公司		**2.26**	**1.64**	**1.99**	**1.92**
速动比率	00886	银基集团	-	0.75	1.11	0.69
	830993	壹玖壹玖	0.98	1.06	0.79	0.95
	835961	名品世家	2.04	1.76	3.65	1.21
	833788	品尚汇	1.60	1.20	2.65	3.51
	832965	金易久大	0.38	0.32	0.27	0.29
	834528	红酒世界	0.65	1.35	2.51	1.86
	833919	酒仙网	-	1.06	1.16	0.76
	去极值均值		1.08	1.19	1.64	1.09
	本公司		**1.15**	**0.96**	**0.84**	**0.59**
资产负债率[注]	00886	银基集团	-	62.12%	59.13%	63.86%
	830993	壹玖壹玖	64.31%	69.79%	81.16%	70.23%
	835961	名品世家	23.17%	14.48%	13.00%	31.22%
	833788	品尚汇	13.00%	21.23%	17.05%	17.51%
	832965	金易久大	94.57%	93.59%	91.33%	90.22%
	834528	红酒世界	33.70%	27.82%	32.24%	43.94%
	833919	酒仙网	-	40.00%	36.53%	57.23%
	去极值均值		40.39%	44.19%	45.22%	53.29%
	本公司（母公司）		**37.88%**	**52.23%**	**43.10%**	**45.11%**

2014 年、2015 年和 2016 年，公司的流动比率、速动比率低于同行业可比公司,主要由于公司存货账面价值较高所致。

公司资产负债率与同行业可比公司相当，且资信状况良好，未发生过到期不能偿还银行债务和支付供应商货款的情形。同时，公司在银行的信用评级状况良好，广发银行、长沙银行、南京银行、中国建设银行均给予公司一定的授信额度，

可利用的融资渠道畅通，表明公司有较强的偿债能力。

3、管理层对公司偿债能力的评价

公司管理层认为：公司债务总体规模适度，公司的负债结构与公司实际经营状况相匹配，偿债风险较小。公司资信状况良好，销售规模和获利能力不断增长，经营活动现金流良好，为公司偿债能力提供了有力的保障。

（四）资产周转能力分析

报告期各期公司资产周转情况如下：

财务指标	2017 年 1-6 月份	2016 年	2015 年	2014 年
应收账款周转率（次/年）	5.13	9.91	13.64	10.09
存货周转率（次/年）	1.18	1.95	1.05	0.64
总资产周转率（次/年）	0.60	1.04	0.82	0.54

报告期内，公司应收账款周转率分别为 10.09 次、13.64 次、9.91 次和 5.13 次，存货周转率分别为 0.64 次、1.05 次、1.95 次和 1.18 次。

公司与同行业可比公司资产周转能力指标比较如下：

2017 年 1-6 月

证券代码	证券简称	应收账款周转率（次/年）	存货周转率（次/年）	总资产周转率（次/年）
00886	银基集团	-	-	-
830993	壹玖壹玖	2.78	1.84	0.63
835961	名品世家	6.86	3.15	1.35
833788	品尚汇	3.43	0.99	0.45
832965	金易久大	0.71	0.21	0.18
834528	红酒世界	4.98	0.14	0.13
833919	酒仙网	-	-	-
去极值均值		**3.73**	**1.01**	**0.42**
本公司		**5.13**	**1.18**	**0.60**

2016 年

证券代码	证券简称	应收账款周转率（次/年）	存货周转率（次/年）	总资产周转率（次/年）
00886	银基集团	3.78	1.56	0.73

830993	壹玖壹玖	8.22	3.51	1.27
835961	名品世家	35.20	10.77	3.70
833788	品尚汇	4.89	2.46	0.94
832965	金易久大	2.87	0.56	0.64
834528	红酒世界	6.13	0.20	0.19
833919	酒仙网	14.33	2.24	2.12
去极值均值		**8.39**	**2.07**	**1.32**
本公司		**9.91**	**1.95**	**1.04**

2015 年

证券代码	证券简称	应收账款周转率（次/年）	存货周转率（次/年）	总资产周转率（次/年）
00886	银基集团	5.88	1.41	0.73
830993	壹玖壹玖	16.94	2.61	1.11
835961	名品世家	30.35	7.05	2.00
833788	品尚汇	5.13	2.20	0.97
832965	金易久大	3.28	0.45	0.55
834528	红酒世界	3.42	0.14	0.11
833919	酒仙网	17.73	4.07	1.89
去极值均值		**11.42**	**2.15**	**1.05**
本公司		**13.64**	**1.05**	**0.82**

2014 年

证券代码	证券简称	应收账款周转率（次/年）	存货周转率（次/年）	总资产周转率（次/年）
00886	银基集团	1.02	0.43	0.30
830993	壹玖壹玖	30.76	6.40	2.79
835961	名品世家	16.02	1.54	0.92
833788	品尚汇	16.54	1.75	1.05
832965	金易久大	5.28	0.79	0.81
834528	红酒世界	5.49	0.38	0.09
833919	酒仙网	13.10	2.85	1.55
去极值均值		**11.29**	**1.47**	**0.93**
本公司		**10.09**	**0.64**	**0.54**

报告期内，公司应收账款周转率与同行业可比公司基本一致。

报告期内，公司的存货周转率低于行业平均水平，主要是由于公司经营模式

特点，公司存货水平较高。分析详见本节“十三、财务状况分析”之“（一）资产分析”之“2、流动资产结构及变动分析”之“（3）应收账款”和“（6）存货”。

通过对应收款项和存货的精细化管理，公司报告期内资产周转率不断提高，资产利用效率不断改善。

（五）股东权益情况

1、股东权益变动表

截至 2017 年 6 月 30 日，公司股份总数为 17,366.60 万股，每股面值 1.00 元，股东权益总额为 107,371.04 万元。报告期内，公司股东权益变动具体情况如下：

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
股本	17,366.60	17,366.60	16,500.00	16,500.00
资本公积	21,378.60	21,378.60	16,245.20	16,245.20
其他综合收益	-121.89	-181.49	-65.60	11.40
盈余公积	8,947.17	8,947.17	8,947.17	8,947.17
未分配利润	58,543.96	44,577.42	60,777.34	58,275.01
归属于母公司股东权益合计	106,114.44	92,088.30	102,404.11	99,978.78
少数股东权益	1,256.60	830.31	140.00	0.00
合计	**107,371.04**	**92,918.60**	**102,544.11**	**99,978.78**

2、股本

报告期各期末股本情况如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
云南融睿	11,068.75	63.74%	11,068.75	63.74%	11,068.75	67.08%	11,068.75	67.08%
西藏融睿	3,362.36	19.36%	3,362.36	19.36%	1,925.00	11.67%	-	-
华泽集团	1,768.89	10.18%	1,768.89	10.18%	2,068.89	12.54%	456.01	2.76%
杭州长潘	866.60	4.99%	866.60	4.99%	-	-	-	-

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
张儒平	300.00	1.73%	300.00	1.73%	-	-	-	-
CV Wine	-	-	-	-	1,437.36	8.71%	1,437.36	8.71%
KKR	-	-	-	-	-	-	1,237.50	7.50%
Pullock	-	-	-	-	-	-	440.00	2.67%
李大海	-	-	-	-	-	-	1,612.88	9.78%
新远景成长	-	-	-	-	-	-	247.50	1.50%
合计	**17,366.60**	**100.00%**	**17,366.60**	**100.00%**	**16,500.00**	**100.00%**	**16,500.00**	**100.00%**

根据股东大会决议，2016 年 12 月杭州长潘以 6,000.00 万元的价格认缴本公司新增的 866.60 万股股份，高于新增股本的 5,133.40 万元计入资本公积。

3、资本公积

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
股本溢价	21,378.60	21,378.60	16,245.20	16,245.20
其他资本公积	-	-	-	-
合计	**21,378.60**	**21,378.60**	**16,245.20**	**16,245.20**

报告期内，公司的资本公积均为股本溢价。

4、盈余公积

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
法定盈余公积	8,947.17	8,947.17	8,947.17	8,947.17
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	**8,947.17**	**8,947.17**	**8,947.17**	**8,947.17**

报告期各期末，公司的盈余公积均为 8,947.17 万元，法定盈余公积已计提至实收资本的 50%，故而根据《公司法》及公司章程规定未计提当期法定盈余公积。

5、未分配利润

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
期初未分配利润	44,577.42	60,777.34	58,275.01	69,766.71
加：本期归属于母公司所有者的净利润	13,966.54	11,300.07	2,502.33	-11,491.69
减：提取法定盈余公积	-	-	-	-
对股东的其他分配	-	27,500.00	-	-
转作股本的普通股股利	-	-	-	-
期末未分配利润	**58,543.96**	**44,577.42**	**60,777.34**	**58,275.01**

根据 2016 年 2 月 29 日股东大会决议，公司以股本 16,500 万股为基数，对截至 2015 年 12 月 31 日的累计未分配利润进行分配，共计派发股利人民币 27,500.00 万元。

报告期内利润分配情况详见本节“十六、公司股利分配政策及实际股利分配情况”之“（一）报告期内股利分配情况”。

十四、现金流量分析

（一）总体现金流量状况分析

报告期内，公司现金流量变动情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
经营活动净现金流量	26,586.81	-9,967.75	28,178.46	18,881.18
投资活动净现金流量	-35.19	8,481.28	-8,691.95	-3,979.72
筹资活动净现金流量	-36,500.78	13,319.78	-13,660.33	-9,324.18
汇率变动对现金及现金等价物的影响	2.16	5.75	83.79	-
现金及现金等价物净增加额	-9,947.00	11,839.06	5,909.97	5,577.29
净利润	14,275.74	11,240.38	2,502.33	-11,491.69
每股经营活动产生的净现金流量（元/股）	1.53	-0.57	1.71	1.14
每股净现金流量（元/股）	-0.57	0.68	0.36	0.34

2014 年、2015 年、2016 年，发行人的现金及现金等价物净增加额分别为 5,577.29 万元、5,909.97 万元、11,839.06 万元，现金流总体良好。2017 年 1-6 月

发行人的现金及现金等价物净增加额为-9,947.00 万元，主要为偿还短期借款所致。

（二）经营活动现金流量分析

1、报告期内公司经营性现金流情况

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
销售商品、提供劳务收到的现金	140,545.66	242,960.22	162,866.80	128,044.38
收到的税费返还	-	-	-	-
收到的其他与经营活动有关的现金	3,636.06	4,064.82	2,803.98	3,680.68
现金流入小计	**144,181.72**	**247,025.04**	**165,670.78**	**131,725.06**
购买商品、接受劳务支付的现金	101,554.72	217,270.75	85,560.44	81,261.12
支付给职工以及为职工支付的现金	4,302.35	6,689.83	7,981.35	7,019.58
支付的各项税费	5,279.44	14,854.09	15,088.29	7,586.71
支付的其他与经营活动有关的现金	6,458.40	18,178.11	28,862.25	16,976.46
现金流出小计	**117,594.90**	**256,992.79**	**137,492.32**	**112,843.88**
经营活动产生的现金流量净额	26,586.81	-9,967.75	28,178.46	18,881.18
每股经营活动现金流量（元/股）	1.53	-0.57	1.71	1.14

2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年 1-6 月，公司经营活动现金流量净额分别为 18,881.18 万元、28,178.46 万元、-9,967.75 万元和 26,586.81 万元，2016 年经营活动现金流量为负，主要原因是购买商品、接受劳务支付的现金增加。2014 年至 2015 年，公司为消化库存，减少采购规模，提高存货周转率，经营活动产生的现金流较为充沛。2016 年，由于行业回暖，公司销售收入增加，采购规模相应增加，导致经营活动产生的现金净流出。

（1）经营性现金流入

报告期内，随着公司经营规模的扩大，营业收入的持续增长，公司销售商品、提供劳务收到的现金呈逐年增长的趋势。

公司经营性现金流入主要为销售商品收到的现金。报告期 2014 年至 2017 年 1-6 月，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为 128,044.38 万元、162,866.80 万元、242,960.22 万元和 140,545.66 万元，与同期营业收入的比例分别为 111.54%、

103.24%、111.24%和 114.73%，表明发行人的销售回款情况好，经营活动获取现金能力较强，公司主营业务收入具有良好的现金流支撑。

报告期内，公司收到的其他与经营活动有关的现金具体如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
政府补助	3,077.43	1,781.75	1,256.90	1,011.03
员工备用金	62.66	1,490.49	985.06	269.56
利息收入	123.36	536.87	413.33	309.86
收取保证金	72.94	194.25	92.70	76.37
票据保证金	-	-	-	1,989.44
保险赔偿款	291.87	-	-	-
其他	7.80	61.46	55.98	24.42
合　计	**3,636.06**	**4,064.82**	**2,803.98**	**3,680.68**

（2）经营性现金流出

公司经营性现金流出主要为购买商品及接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金、支付的各项税费以及支付的其他与经营活动有关的现金。报告期 2014 年至 2017 年 1-6 月，公司购买商品、接受劳务支付的现金分别为 81,261.12 万元、85,560.44 万元、 217,270.75 万元和 101,554.72 万元，占同期营业成本的比例分别为 89.22%、70.68%、120.20%和 104.69%。

2015 年度购买商品支付的现金占营业成本的比例低于 2014 年度，系 2015 年存货余额下降所致。2016 年度购买商品支付的现金占营业成本的比例提高，主要为预付款项增加导致。

报告期 2014 年至 2017 年 1-6 月，支付给职工以及为职工支付的现金分别为 7,019.58 万元、7,981.35 万元、6,689.83 万元和 4,302.35 万元，2016 年较 2015 年减少 1,291.51 万元，一是由于 2016 年末应付而未支付的职工薪酬较 2015 年末增加 1,125.01 万元，二是由于公司促销活动减少，促销员薪酬相应降低。

公司支付的各项税费主要系支付的增值税和企业所得税。报告期 2014 年至 2017 年 1-6 月，公司支付的各项税费金额分别为 7,586.71 万元、15,088.29 万元、14,854.09 万元和 5,279.44 万元。

报告期内，公司支付的其他与经营活动有关的现金具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
广告促销费	730.63	9,808.81	12,749.02	7,350.64
日常费用	1,638.64	3,816.21	4,988.89	6,390.32
仓储物流费	1,074.92	2,541.43	2,586.38	2,011.40
服务咨询费	862.40	719.69	469.34	638.08
员工备用金	481.65	499.98	1,227.85	491.42
票据保证金	1,588.64	471.93	6,011.85	-
经销保证金	16.98	187.06	673.04	-
其他	64.54	133.00	155.88	94.60
合计	6,458.40	18,178.11	28,862.25	16,976.46

2、经营性现金流量与净利润的相关性分析

报告期内，净利润与经营活动现金流量的关系如下：

单位：万元

项　目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
净利润	14,275.74	11,240.38	2,502.33	-11,491.69
加：资产减值准备	-845.75	933.57	51.25	5,364.66
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	72.10	253.70	343.44	423.57
无形资产摊销	23.94	63.71	49.43	34.32
长期待摊费用摊销	396.77	1,667.51	3,267.84	4,884.44
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	-23.84	-10.42	1.99	153.49
财务费用(收益以“－”号填列)	953.99	-374.40	-69.99	524.38
投资损失（收益以“-”号填列）	7.20	0.00	-2.51	-66.16
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	849.83	881.57	832.90	-3,301.12
存货的减少（增加以“－”号填列）	-988.84	21,770.72	17,843.53	31,508.99
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	27,933.14	-50,302.26	-16,973.02	-25,170.30
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	-16,067.49	3,908.16	20,331.28	16,016.61

项　目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
经营活动产生的现金流量净额	**26,586.81**	**-9,967.75**	**28,178.46**	**18,881.18**

公司报告期内累计的经营活动现金流量净额为 63,678.70 万元，高于报告期累计的净利润。报告期各期公司经营活动现金流量净额与净利润存在一定差异的主要原因为存货余额、经营性应收项目和经营性应付项目的变动。有关应收账款、预收款项、应交税费、应付职工薪酬的分析详见本节“十三、财务状况分析”的相关内容。

3、经营性现金流量各科目与资产负债表、利润表等科目的匹配关系

（1）“销售商品、提供劳务收到的现金”与应收票据、应收账款、预收款项、营业收入等科目的匹配关系

报告期内，销售商品、提供劳务收到的现金如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
销售商品、提供劳务收到的现金	140,545.66	242,960.22	162,866.80	128,044.38

报告期内，应收票据、应收账款、预收款项、营业收入等科目与销售商品、提供劳务收到的现金之间的匹配关系如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
营业收入	122,502.52	218,413.42	157,756.74	114,796.48
递延收入	1,102.97	1,740.02	5,733.69	1,083.43
加：应交税费-销项税本期增加额	21,012.93	37,426.09	27,793.37	19,699.58
减：应收账款（原值）增加净额（减少用负数）	-15,231.71	18,906.64	2,032.23	-1,653.64
加：预收账款增加净额（减少用负数）	-14,129.45	12,542.93	410.25	1,313.77
减：应收票据抵应收账款	6,163.39	17,782.81	26,110.07	11,360.18
加：应收票据贴现	1,671.97	5,439.61	3,842.09	2,202.70
减：费用抵应收账款	299.90	378.56	1,253.76	383.94
减：应付/预付/其他应收/其他应付往来抵应收账款	383.70	-4,466.15	3,273.27	961.10
销售商品、提供劳务收到的现金	140,545.66	242,960.22	162,866.81	128,044.38

（2）“购买商品、接受劳务支付的现金”与应付账款、预付账款、材料采购金额等科目之间的匹配关系；

报告期内，购买商品、接受劳务支付的现金如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
购买商品、接受劳务支付的现金	103,143.36	217,270.75	85,560.44	81,261.12

报告期内，应付账款、预付账款、材料采购金额等与购买商品、接受劳务支付的现金之间的匹配关系如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
成本折算含税	113,491.41	211,484.63	141,624.14	106,558.95
加：跌价准备转销	77.15	148.75	5,051.56	850.73
加：包装物递延冲减成本	1,758.71	3,107.17	5,872.48	1,125.46
减：库存商品的减少	-1,065.99	21,919.47	22,895.09	32,359.72
加：应付账款的减少	195.54	5,233.34	2,449.03	12,785.96
减：应付票据增加	990.96	-3,357.54	17,847.76	-2,064.25
加：预付的增加	-14,476.90	32,367.69	-398.93	634.66
减：应收票据抵应付账款	753.71	17,579.50	19,521.64	9,376.64
减：转应收或其他应收应付-借方	-1,187.49	-1,070.61	8,773.34	1,022.52
购买商品、接受劳务支付的现金	101,554.72	217,270.75	85,560.44	81,261.12

（3）“支付给职工以及为职工支付的现金”与应付职工薪酬的变动、成本费用类会计科目中有关薪酬费用核算的匹配关系

单位：万元

年度	应付职工薪酬余额	销售费用+管理费用	现金流量表支付金额
2013 年	2,021.77	-	-
2014 年	1,769.07	6,766.89	7,019.58
2015 年	1,769.21	7,981.48	7,981.35
2016 年	2,894.21	7,814.84	6,689.83
2017 年 1-6 月	2,662.54	4,070.67	4,302.35

（4）“支付的其他与经营活动相关的现金”与成本费用类会计科目的勾稽

关系

单位：万元

项目	报表项目	2017 年 1-6 月份	2016 年度	2015 年度	2014 年度
广告促销费	销售费用	730.63	9,808.81	12,749.02	7,350.64
日常费用	销售费用、管理费用	1,638.64	3,816.21	4,988.89	6,390.32
仓储物流费	销售费用	1,074.92	2,541.43	2,586.38	2,011.40
服务咨询费	销售费用、管理费用	862.40	719.69	469.34	638.08
员工备用金	其他应收款	481.65	499.98	1,227.85	491.42
票据保证金	货币资金	1,588.64	471.93	6,011.85	-
经销保证金	其他应付款	16.98	187.06	673.04	-
其他	销售费用、管理费用	64.54	133.00	155.88	94.60
合 计		**6,458.40**	**18,178.11**	**28,862.25**	**16,976.46**

（三）公司投资活动现金流量的具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
收回投资所收到的现金	-	13,705.58	17,720.00	15,280.00
取得投资收益收到的现金	-	-	-	40.45
处置固定资产、无形资产和其他长期资产而收回的现金净额	35.90	4.00	-	2.73
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	19.70
收到其他与投资活动有关的现金	-	391.03	40.27	139.73
现金流入小计	**35.90**	**14,100.60**	**17,760.27**	**15,482.61**
购建固定资产，无形资产和其他长期资产所支付的现金	71.09	213.74	782.22	1,462.33
投资支付的现金	-	5,405.58	21,170.00	18,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	4,500.00	-
现金流出小计	**71.09**	**5,619.32**	**26,452.22**	**19,462.33**
投资活动产生的现金流量净额	-35.19	8,481.28	-8,691.95	-3,979.72

2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年 1-6 月，公司投资活动产生的现金流入分别为 15,482.61 万元、17,760.27 万元、14,100.60 万元和 35.90 万元，投资活动

产生的现金流出分别为 19,462.33 万元、26,452.22 万元、5,619.32 万元和 71.09 万元。公司投资活动现金流量主要为向关联方借出、收回资金产生的现金流量。

（1）2016 年投资活动流入流出的计算过程及相关会计科目变动的钩稽关系

单位：万元

序号	单位名称/内容	金额	项目名称	报表项目	变动方向	变动金额
1	云南华悦商贸有限公司	2,300.00	收回投资收到的现金	银行存款	增加	2,300.00
				其他应收款	减少	2,300.00
2	上海茅五剑贸易有限公司	1,000.00	收回投资收到的现金	银行存款	增加	1,000.00
				应收账款	减少	1,000.00
3	湖南金六福酒业有限公司	5,000.00	收回投资收到的现金	银行存款	增加	5,000.00
				其他应收款	减少	5,000.00
4	上海茅五剑贸易有限公司	5,405.58	收回投资收到的现金	银行存款	增加	5,405.58
				其他应收款	减少	5,405.58
5	上海茅五剑贸易有限公司	14.93	收到其他与投资活动有关的现金	银行存款	增加	14.93
				应收账款	减少	14.93
6	上海茅五剑贸易有限公司	40.27	收到其他与投资活动有关的现金	银行存款	增加	40.27
				其他应收款	减少	36.46
				应交税费	减少	3.81
7	云南金六福贸易有限公司	133.82	收到其他与投资活动有关的现金	银行存款	增加	133.82
				其他应收款	减少	133.82
8	湖南金六福贸易有限公司	202.00	收到其他与投资活动有关的现金	银行存款	增加	202.00
				其他应收款	减少	202.00
9	上海茅五剑贸易有限公司	5,405.58	投资支付的现金	银行存款	减少	5,405.58
				其他应收款	增加	5,405.58
10	装修款	22.25	购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	银行存款	减少	22.25
				在建工程	增加	6.23
				其他应付款	减少	16.02
11	其他	191.49	购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	银行存款	减少	190.88
				现金	减少	0.61
				在建工程	增加	0.96
				固定资产	增加	190.53

（2）2015 年投资活动流入流出的计算过程及相关会计科目变动的钩稽关系

单位：万元

序号	单位名称	金额	项目名称	报表项目	变动方向	变动金额
1	湖南金六福酒业有限公司	8,000.00	收回投资收到的现金	银行存款	增加	8,000.00
				其他应收款	减少	8,000.00
2	华泽集团有限公司	3,000.00	收回投资收到的现金	银行存款	增加	3,000.00
				其他应收款	减少	3,000.00
3	云南华悦商贸有限公司	2,000.00	收回投资收到的现金	银行存款	增加	2,000.00
				其他应收款	减少	2,000.00
4	云南金六福贸易有限公司	2,720.00	收回投资收到的现金	银行存款	增加	2,720.00
				其他应收款	减少	2,720.00
5	湖南金六福贸易有限公司	13,000.00	投资支付的现金	银行存款	减少	13,000.00
				其他应收款	增加	13,000.00
6	华泽集团有限公司	3,000.00	投资支付的现金	银行存款	减少	3,000.00
				其他应收款	增加	3,000.00
7	张东、李朝阳、张萍、肖锋	4,370.00	投资支付的现金	银行存款	减少	4,370.00
				其他应收款	增加	4,370.00
8	云南华悦商贸有限公司	4,300.00	投资支付的现金	银行存款	减少	4,300.00
				其他应收款	增加	4,300.00
9	上海茅五剑贸易有限公司	1,000.00	投资支付的现金	银行存款	减少	1,000.00
				其他应收款	增加	1,000.00
10	装修款	732.16	购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	银行存款	减少	732.16
				在建工程	增加	689.62
				其他应付款	减少	41.07
				应付账款	减少	1.47
11	其他	50.06	购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	现金	减少	0.21
				银行存款	减少	49.85
				其他应付款	减少	11.46
				应付账款	减少	9.66
				固定资产	增加	1.63
				在建工程	增加	4.54

（3）2014 年投资活动流入流出的计算过程及相关会计科目变动的钩稽关系

单位：万元

序号	单位名称	金额	项目名称	报表项目	变动方向	变动金额
1	云南金六福联采商贸有限公司	6,000.00	收回投资收到的现金	银行存款	增加	6,000.00
				应付账款	减少	6,000.00
2	迪庆金六福商务咨询有限公司	2,000.00	收回投资收到的现金	银行存款	增加	2,000.00
				其他应收款	减少	2,000.00
3	云南金六福贸易有限公司	7,280.00	收回投资收到的现金	银行存款	增加	7,280.00
				其他应收款	减少	7,280.00
4	贺枚英、吴永超	19.70	取得投资收益收到的现金	银行存款	增加	19.70
				其他应收款	减少	19.70
5	证券投资	40.45	取得投资收益收到的现金	银行存款	增加	40.45
				投资收益	减少	40.45
6	云南金六福联采商贸有限公司	139.73	收到其他与投资活动有关的现金	银行存款	增加	139.73
				其他应收款	减少	139.73
7	云南金六福联采商贸有限公司	6,000.00	投资支付的现金	银行存款	减少	6,000.00
				应付账款	增加	6,000.00
8	云南金六福贸易有限公司	10,000.00	投资支付的现金	银行存款	减少	10,000.00
				其他应收款	增加	10,000.00
9	迪庆金六福商务咨询有限公司	2,000.00	投资支付的现金	银行存款	减少	2,000.00
				其他应收款	增加	2,000.00
10	装修费	1,380.81	购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	银行存款	减少	1,380.81
				在建工程	增加	641.41
				应付账款	减少	739.39
11	其他	81.53	购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	银行存款	减少	81.53
				在建工程	增加	3.42
				固定资产	增加	1.51
				无形资产	增加	50.00
				其他应收款	减少	26.60

（四）公司筹资活动现金流量的具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
筹资活动产生的现金流量：				

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
吸收投资所收到的现金	557.10	6,490.00	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	557.10	490.00	-	-
借款所收到的现金	3,000.00	64,576.00	25,159.82	49,000.00
现金流入小计	**3,557.10**	**71,066.00**	**25,159.82**	**49,000.00**
偿还债务所支付的现金	32,683.69	29,040.00	37,000.00	56,000.00
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	7,374.19	28,706.22	1,820.15	2,324.18
现金流出小计	**40,057.88**	**57,746.22**	**38,820.15**	**58,324.18**
筹资活动产生的现金流量净额	-36,500.78	13,319.78	-13,660.33	-9,324.18

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量主要由吸收投资、银行借款、分配股利等业务产生，报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-9,324.18 万元、-13,660.33 万元、13,319.78 万元和-36,500.78 万元。2014 年、2015 年和 2017 年 1-6 月筹资活动产生的现金流出主要为偿还债务导致的现金流出。2016 年筹资活动产生的现金流出为支付股利和偿还债务。

与筹资活动相关的现金流入、流出的产生原因如下：

年度	资金流向	筹资活动	金额（万元）	产生的原因
2017 年 1-6 月	资金流入	收到银行贷款	3,000.00	补充流动资金
		收到资本金	290.00	子公司资本金
		收到资本金	90.00	借款
		收到资本金	177.10	补充流动资金
		小计	**3,557.10**	
	资金流出	偿还拆借借款	19,883.69	按期偿还
		偿还银行贷款	12,800.00	按期偿还
		分配股利	6,171.08	按期偿还
		偿还拆借利息	361.59	按期偿还
		偿还银行贷款利息	841.53	按期偿还
		小计	**40,057.88**	
2016 年	资金流入	收到拆借借款	20,730.00	补充流动资金
		收到银行贷款	43,846.00	补充流动资金
		收到资本金	6,490.00	补充流动资金
		小计	**71,066.00**	
	资金流出	偿还拆借借款	3,960.00	按期偿还
		偿还拆借利息	165.70	按期偿还

年度	资金流向	筹资活动	金额（万元）	产生的原因
		偿还银行贷款	25,080.00	按期偿还
		偿还银行贷款利息	1,040.53	按期偿还
		分配股利	27,500.00	按期偿还
		小计	**57,746.23**	
2015 年	资金流入	收到拆借借款	159.82	补充流动资金
		收到银行贷款	25,000.00	补充流动资金
		小计	**25,159.82**	
	资金流出	偿还银行贷款	37,000.00	按期偿还
		偿还银行贷款利息	1,820.21	按期偿还
		小计	**38,820.21**	
2014 年	资金流入	收到银行贷款	49,000.00	补充流动资金
		小计	**49,000.00**	
	资金流出	偿还银行贷款	56,000.00	按期偿还
		偿还银行贷款利息	2,324.18	按期偿还
		小计	**58,324.18**	

十五、首次公开发行摊薄即期回报及填补回报的措施与承诺

（一）本次公开发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响

1、测算假设

（1）本次发行预计于 2018 年 6 月实施完毕。该完成时间仅为估计，最终以实际发行完成时间为准。

（2）不考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、投资收益）等的影响。

（3）本次拟发行股份数量为 57,888,667 股，发行完成后公司的股份总数为 231,554,667 股，该发行股数以经证监会核准发行的股份数量为准。

（4）免责声明：以上假设及关于本次发行前后公司主要财务指标的情况仅为测算本次发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响，不代表公司对 2017 年度、2018 年度的经营情况及趋势的判断，不构成公司的盈利预测，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

2、对主要财务指标的影响

项目	2017 年度/ 2017 年 12 月 31 日	2018 年度/ 2018 年 12 月 31 日	2019 年度/ 2019 年 12 月 31 日
股本（万股）	17,366.60	23,155.47	23,155.47
情形 1：2017 年、2018 年、2019 年净利润与 2016 年持平			
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润（万元）	9,991.21	9,991.21	9,991.21
基本每股收益（元）	0.58	0.49	0.43
稀释基本每股收益（元）	0.58	0.49	0.43
情形 2：2017 年、2018 年、2019 年净利润分别较上年度增长 5%			
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润（万元）	10,490.76	11,015.30	11,566.06
基本每股收益（元）	0.60	0.54	0.50
稀释基本每股收益（元）	0.60	0.54	0.50
情形 3：2017 年、2018 年、2019 年净利润分别较上年度增长 10%			
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润（万元）	10,990.32	12,089.35	13,298.29
基本每股收益（元）	0.63	0.60	0.57
稀释基本每股收益（元）	0.63	0.60	0.57

注：1、本次发行前基本每股收益=当期扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润÷发行前总股本；

2、本次发行后基本每股收益=当期扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润÷（发行前总股本+本次新增发行股份数×发行月份次月至年末的月份数÷12）。

经上述测算可知，本次公开发行可能导致公司即期回报被摊薄。

（二）本次融资的必要性和合理性

详细信息见本招股说明书“第十节 募集资金运用”之“二、募集资金投资项目介绍”。

（三）募集资金投资项目与公司现有业务的关系，发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、募集资金投资项目与公司现有业务的关系

详细信息见本招股说明书“第十节 募集资金运用”之“一、募集资金基本情况”之“（三）募集资金投资项目与公司现有业务的关系”。

2、发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

公司多年来深耕酒类消费终端市场，凭借专业的运营团队、丰富的产品营销经验以及深刻的酒文化认知，构建了包括连锁酒行、零售网点、KA 卖场、团购、电商、终端供应商在内的全渠道营销网络体系，与上游知名酒企酒商形成了长期稳定的合作关系，为终端消费者提供优质、丰富的产品，积累了丰富的经营经验。公司管理层均具有多年的相关行业管理经验，具有较强的企业经营管理能力，为公司持续稳定增长提供了有力保障。公司本次从事募投项目在人员、技术、市场方面均具有较好的基础。

（1）人员方面。公司员工队伍结构合理、经验丰富，管理人员及骨干员工均具有多年的行业经验。截至 2017 年 6 月 30 日，公司员工 519 人，其中管理人员 122 人，销售人员 354 人，技术研发人员 6 人，财务人员 37 人，管理层及核心员工稳定，为公司成功实施募投项目提供了人才保障。

（2）技术方面。公司自成立以来一直致力于为消费者提供优质和保真的酒类产品，凭借与酿酒企业的良好合作，对酒文化的深刻理解以及全方位的销售体系，能够为全国各地的消费者提供专业化和多元化的酒品服务。目前，公司拥有多项专利，而且现有技术，如产品遴选与开发技术、产品保真溯源技术基本都覆盖和围绕着酒类产品而展开，未来研发人员的引进、研发设备的购进等研发投入也以酒类产品为主。这些专利、技术为公司本次募投项目的实施奠定了坚实的技术基础。

（3）市场方面。公司构建了包括连锁酒行、零售网点、KA 卖场、团购、电商、终端供应商在内的全渠道营销网络体系，营销范围覆盖全国。截至 2017 年 6 月，公司的销售网络覆盖 202 家连锁酒行、3000 多家零售网点、30 余家大型 KA 商超客户、100 多家终端供应商，以及数量众多、重复购买的重点客户。

（四）公司应对本次公开发行股票摊薄即期回报采取的措施

本次公开发行可能导致投资者的即期回报被摊薄，公司未来将采取多种措施以提升公司经营业绩，增强公司持续回报能力。

1、公司现有业务板块运营状况

公司是国内领先的精品酒水营销和服务商之一，以“精品、保真、服务、创新”为核心理念，依托多年构建的遍布全国的酒类流通全渠道营销网络体系，以及与上游酒类生产企业长期的合作关系，持续为客户和广大消费者提供白酒、葡萄酒、黄酒等国内外优质酒类产品和多元化的服务，满足不断升级的市场需求。

报告期内，公司主营业务收入占营业收入的 100.00%，为营业收入的主要来源。2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年 1-6 月，公司的营业收入分别为 114,796.48 万元、157,756.74 万元、218,413.42 万元和 122,502.52 万元，保持稳定增长；净利润分别为-11,491.69 万元、2,502.33 万元、11,240.38 万元和 14,275.74 万元，总体呈增长趋势。

2、公司现有业务板块主要风险及改进措施

公司现有业务板块面临着市场竞争风险、市场价格波动风险、市场出现酒类产品假冒伪劣的风险、供应商相对集中的风险等，详细信息见本招股说明书“第四节 风险因素”。

针对目前面临的主要风险和挑战，公司制订了长期发展战略和业务发展目标。公司将抓住酒类流通行业良好发展机遇和有利政策导向，通过学习先进管理经验，引进经验丰富的人才，通过完善销售网络，来强化公司销售终端综合优势，扩大市场占有率，并全面提升公司的核心竞争力。

为实现上述发展战略，公司将进一步夯实目前主要业务板块，顺应渠道扁平化的行业趋势，进一步拓展营销渠道，加强终端建设；在重点区域新建仓库，升级仓储条件，购置辅助设施，改善仓储环境以便提升供货支持能力，增强公司的仓储管理能力；继续完善市场调研、信息反馈、产品遴选、新品开发、销售推广的机制，加强与上游酒企酒商的合作，结合开发成果健全对技术创新的激励体系，形成一套完整的从需求分析，方案提出到产品策划、遴选开发，再到推广销售的全过程管理流程；在现有基础上建设能实现营销、人员、仓储、物流等集成管理的信息化系统，提升公司数据处理的能力，增强企业快速反应的能力，丰富应对手段，提高市场竞争力；公司将进一步加强人力资源管理，实施“以人为本、招贤纳士、知人善任、德才兼备”的人才战略，按需引进各类人才，优化人才结构。公司的发展战略，详细信息见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“九、未

来发展与规划”。

3、提高公司日常运营效率，降低公司运营成本，提升公司经营业绩的具体措施

为保证本次募集资金有效使用、有效防范股东即期回报被摊薄的风险和提高公司未来的持续回报能力，本次发行股票完成后，公司将通过强化募集资金管理与监督、完善利润分配制度、加强公司治理与内部控制等措施，降低本次发行摊薄股东即期回报的影响。

（1）加强对募集资金的管理，提高募集资金使用效率

为保障公司规范、有效的使用募集资金，公司将加强募集资金管理，将募集资金存放于董事会决定的募集资金专项账户中，并根据相关法规和公司《募集资金使用管理制度》的要求，由保荐机构、存管银行、公司共同监管募集资金的使用，保证募集资金按照约定用途合理规范的使用，防范募集资金使用风险。同时合理安排募集资金投入过程中的时间进度，在资金的计划、使用、核算和风险防范方面强化风险管理，提高募集资金的使用效率。

（2）加快募投项目建设进度，尽快实现项目预期收益

董事会已对本次发行募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，募投项目符合公司未来整体战略发展方向，具有较好的市场前景，募投项目实施后，公司的盈利能力和经营业绩将会得到提升，有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。募集资金到位前，公司将做好募投项目的前期准备工作；募集资金到位后，公司将调配内部各项资源，加快推进募投项目建设，争取募投项目早日达产并实现预期效益，增强未来股东回报。

（3）不断完善利润分配政策，强化投资者回报机制

为了保证上市前后本公司利润分配政策的连续性和稳定性，保护投资者利益，公司 2017 年第二次临时股东大会审议通过了《关于制定公司发行上市后三年股东分红回报规划的议案》。公司将严格执行相关规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制，结合公司经营情况与发展规划，在符合条件的情况下积极推动对广大股东的利润分配以及现金分红，努力提升股东回报水平。

（4）加强公司治理，完善内部控制，促进公司健康稳定发展

公司将严格遵循《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》、《公司章程》等法律、法规和规范性文件的要求，不断加强公司治理，完善内部控制，确保股东尤其是中小股东的合法权益得到保障，促进公司健康稳定发展。

公司同时提示投资者，公司制定的上述填补回报的措施不等于对未来利润做出保证。

（五）董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

公司董事、高级管理人员根据中国证监会相关规定对公司填补回报措施承诺如下：

1、承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

2、承诺对本人的职务消费行为进行约束。

3、承诺不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

4、承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5、承诺如公司拟实施股权激励，拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

十六、公司股利分配政策及实际股利分配情况

（一）报告期内股利分配情况

经公司 2016 年 2 月 29 日召开的 2015 年年度股东大会决议通过，公司将 2015 年度可分配利润 27,500 万元按股东实缴出资比例进行分配。上述股利已支付完毕。

公司历年股利分配方案均符合《公司法》及《公司章程》的有关规定。

（二）本次发行完成前滚存利润分配政策

详细信息见本招股说明书“重大事项提示”之“五、本次发行完成前滚存利润的分配计划及本次发行上市后的股利分配政策”之“（一）本次发行完成前滚存利润的分配计划”。

（三）公司本次发行上市后的利润分配政策

详细信息见本招股说明书“重大事项提示”之“五、本次发行完成前滚存利润的分配计划及本次发行上市后的股利分配政策”之“（二）本次发行上市后的股利分配政策、现金分红比例及全体股东的承诺”。

第十节 募集资金运用

一、募集资金基本情况

（一）募集资金总量及拟投资项目备案情况

经公司 2017 年 2 月 28 日第三届董事会第十九次会议决议及 2017 年 3 月 15 日召开的 2017 年第二次临时股东大会审议通过，公司拟公开发行人民币普通股（A 股），公开发行数量不超过 57,888,667 股，具体募集资金数额将根据市场情况和向投资者询价情况确定。

本次募集资金运用由公司董事会负责实施，项目实施主体为发行人：

序号	项目名称	投资总额（万元）	募集资金投入金额（万元）	建设期	备案项目编码
1	营销网络建设项目	49,068.00	49,068.00	3 年	17533401652003
2	信息化营销系统建设项目	6,815.00	6,815.00	1 年	17533401652001
3	产品研发中心建设项目	10,633.00	10,633.00	1 年	17533401652002

如本次发行的实际募集资金净额少于项目资金需求量，由董事会根据有关项目的重要性和紧迫性安排募集资金的具体使用，不足部分公司将通过自有资金或银行贷款等自筹资金解决。募集资金到位前，公司可以自有资金或银行贷款等自筹资金预先投入募投项目；募集资金到位后，公司可以募集资金置换预先投入的资金。如本次发行募集资金超过拟投资项目所需资金，超出部分将用于与主营业务相关的业务。

（二）募集资金专户存储安排

公司募集资金存放于董事会指定的专项账户集中管理，做到专款专用。本次募集资金到位后，发行人将与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。

（三）募集资金投资项目与公司现有业务的关系

本次发行募集资金拟投入的“营销网络建设项目”、“信息化营销系统建设项

目”和“产品研发中心建设项目”均围绕公司主营业务进行，是公司主营业务的延伸与拓展。

“营销网络建设项目”顺应渠道扁平化和物流高效率的趋势，在公司已有销售体系的基础上，开发直供终端以拓展酒品销售的辐射范围、提升消费者购买酒品的便捷程度，加快酒类产品流通速度；优化仓储体系以提高对客户配送需求的快速响应能力，扩大产品配送范围，增强对酒类产品物流运输的管理能力，以确保配送过程的保真与快捷。公司选择与部分优质终端客户加强合作关系，对其店铺进行统一设计、统一装修，通过形象设计、标识制作、外观展示、布局陈列提升公司的知名度，增强公司品牌影响力，提高竞争力。

“信息化营销系统建设项目”的开展是为“营销网络建设项目”提供必要的信息化平台。随着公司知名度的提升，终端客户地理分布范围的拓展，客户需求信息的有效获取能力和快速准确的数据分析能力成为了关键。通过本项目的建设，优化采购、仓储、营销等模块的信息管理，全面升级现有信息化系统，强化订单接收、订单分配、订单结算及物流处理等能力，提升各运营环节的协同程度，实现营销网络体系的信息传递与资源共享，为公司管理层提供决策辅助。

公司在对国民经济状况、产业发展状况以及消费者行为分析研究的基础上，建立酒类消费行为模型，不断调整自有产品体系，以满足市场需求，引领酒类消费健康发展。“产品研发中心建设项目”的实施为公司研究酒类消费模式、流通特征和消费者需求搭建了宽阔的平台，优化了市场研究与分析、产品遴选与开发的环境，将为公司掌握酒类销售趋势，筛选和开发酒类产品和传播酒文化提供有力支持。同时该项目搭建了酒类体验中心，为广大的消费者和酒类爱好者提供直观、全面、深入的酒品接触，向公众宣传中国传统酒文化的核心内涵。

（四）董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

公司于 2017 年 2 月 28 日召开第三届董事会第十九次会议，审议通过了《关于公司首次公开发行股票募集资金用途的议案》，董事会对募集资金投资项目的可行性进行了充分的研究，认为本次募集资金投资项目可行。

1、与公司经营规模相适应

公司是国内领先的精品酒水营销和服务商之一，以“精品、保真、服务、创新”为核心理念，依托自有的遍布全国的酒类流通全渠道营销网络体系，为终端消费者提供白酒、葡萄酒、黄酒等国内外优质酒类产品，建立了酒类流通全渠道营销网络体系，通过连锁酒行、零售网点、KA 卖场、团购、电商、终端供应商等，全面覆盖酒类流通主流渠道，为消费者提供优质服务。截至 2017 年 6 月，公司的销售网络覆盖 202 家连锁酒行、3000 多家零售网点、30 余家 KA 客户、100 多家终端供应商，以及数量众多、重复购买的重点客户

公司与五粮液、贵州茅台、古井贡酒、美国星座集团等知名酒企建立了深度合作关系，现经营国内外精品白酒、葡萄酒、黄酒等产品近 4000 种。本次募集资金投资项目总额为 66,516.00 万元，与公司现有经营规模基本相适应。本次募集资金投资项目建设完成后，公司将进一步拓展销售辐射范围，增强渠道管理能力。

2、与公司财务状况相适应

2014 年至 2016 年及 2017 年 1-6 月，公司营业收入分别为 114,796.48 万元、157,756.74 万元、218,413.42 万元和 122,502.52 万元，营业利润分别为-15,251.21 万元、2,711.96 万元、12,311.12 万元和 15,462.70 万元，公司盈利能力相对较强。本次募集资金到位后，将进一步增强公司的盈利能力，公司财务状况能够有力支持募集资金投资项目的建设和实施。

3、与公司技术水平相适应

公司自成立以来一直致力于为消费者提供优质和保真的酒类产品，凭借与酿酒企业的良好合作，对酒文化的深刻理解以及全方位的销售体系，能够为全国各地的消费者提供专业化和多元化的酒品服务。目前，公司拥有多项专利，而且现有技术，如产品遴选与开发技术、产品保真溯源技术基本都覆盖和围绕着酒类产品而展开，未来研发人员的引进、研发设备的购进等研发投入也以酒类产品为主。这些专利、技术为公司本次募投项目的实施奠定了坚实的技术基础。

4、与公司管理能力相适应

高效的管理能力是企业经营发展的基石和保证。公司核心管理团队成员均拥

有多年的酒类销售从业经历，具有丰富的行业运营经验和企业管理经验，并形成了一套行之有效的经营管理模式和企业文化，有力地支撑着公司稳健运营。

随着公司资产规模和业务规模扩大，公司也逐步建立了一套较为完善的现代公司治理和内部控制制度，并不断完善和健全。本次公开发行完成后，公司将严格按照上市公司的要求规范运作，进一步完善法人治理结构，充分发挥股东大会、董事会、监事会和独立董事等治理机构在重大决策、经营管理和监督方面的作用。本次募集资金数额和投资项目与公司管理能力相适应。

综上所述，公司董事会经过分析后认为，本次募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，投资项目具有良好的市场前景和盈利能力，公司能够有效防范和控制投资风险，提高募集资金使用效益。

二、募集资金投资项目介绍

（一）营销网络建设项目

1、项目概况

公司拟使用本次募集资金中的 49,068.00 万元建设营销网络，建设期 3 年。

本项目主要包括两部分内容。一方面是在全国范围，特别是在经济发达地区开发终端客户。从门店渠道、行业经验、业务能力、客户资源等方面出发寻找符合标准的终端客户开展合作，拓展产品销售的覆盖范围、为酒类消费者提供更加便捷、优质的服务。公司选择部分经营实力雄厚、商业信誉良好、营销资源丰富的终端客户深度合作，由公司投资进行统一设计、统一装修，并提供后续的管理咨询、人员培训、信息交流、新品推介等增值服务，借助终端门店的标识制作、外观展示、规范管理、酒品服务，提升公司的知名度，增强公司品牌影响力，并吸引新的终端客户加入营销网络体系，使营销网络管理能力和市场规模成为公司的核心竞争力。另一方面是根据销售需求和营销渠道的地理分布进行仓库及物流运输建设，改善公司仓储物流条件，以提高对客户配送需求的快速响应能力，扩大产品配送范围，增强对酒类产品物流运输的管理能力，确保配送过程中的保真与快捷。

（1）网点建设

公司依托现有市场布局和未来发展战略规划，根据各地区经济发展状况，在全国范围内选择性地开发新的终端客户，建立合作关系，实现三年后终端客户增加至 30000 家的建设目标。通过深度挖掘已有市场潜力，整合优势区域资源，优化营销体系的布局结构，为消费者提供优质的酒类产品和便捷的购物体验。本次募投项目网点建设地理分布如下表所示：

类别	分类标准	省/直辖市/自治区	网点计划		
			2017 年	2018 年	2019 年
A	直辖市	北京、天津、上海、重庆	600	900	1,500
B	GDP20 亿以上	辽宁、山东、河北、安徽、河南、湖南、湖北、四川、浙江、江苏、广东、福建	3,819	8,110	20,850
C	GDP10-20 亿	黑龙江、吉林、山西、云南、江西、广西、内蒙古、陕西	416	1,890	5,700
D	GDP10 亿以下	新疆、青海、西藏、甘肃、宁夏、海南、贵州	185	805	1,950
合计			**5,020**	**11,705**	**30,000**

在网点建设的同时，选择部分经营实力雄厚、商业信誉良好、客户资源丰富的终端客户深度合作，由公司投资进行统一设计、统一装修，并提供后续的管理咨询、人员培训、信息交流、新品推介等增值服务，借助终端门店的标识制作、外观展示、规范管理、酒品服务，提升公司的知名度，增强公司品牌影响力，并吸引新的终端客户加入营销网络体系，使营销网络管理能力和市场规模成为公司的核心竞争力。

（2）仓库及物流运输建设

为了配合终端建设，提升供货支持能力，同时增强公司的进货仓储管理能力，仓库数量在未来将增加至 111 个。同时公司建立自营运输车队，增强对酒类产品配送服务的管控能力。公司计划在北京、上海、广州、成都、郑州、长沙设立 6 个中心仓，在辽宁、河北、山东等 22 个省设立 22 个省仓，并在北京、辽宁、河南、福建、四川、黑龙江等 22 个省设立 83 个直销仓。

仓库地理分布情况如下表所示：

仓库类别	2017 年	2018 年	2019 年
中心仓	6	6	6
省仓	9	19	22
直销仓	10	38	83

2、项目建设的必要性

（1）营销网络建设是强化公司持续盈利能力的必然要求

作为精品酒水营销和服务商，公司构建了多层次的营销网络体系，凭借连锁酒行、零售网点、KA 卖场、团购、电商、终端供应商全面覆盖酒类流通主流渠道。随着行业的发展与信息技术的应用，降低流通成本、控制产品品质的诉求日益高涨，传统酒类销售商开始减少酒品流通至消费者所经历的环节，大力发展终端渠道，直面消费者。面对激烈的市场竞争，公司必须顺应行业发展趋势，通过扁平化的销售渠道迅速占领市场，获取现成的消费者资源，在继续发展传统流通渠道的同时，开拓新兴业务渠道，实现了销售渠道的多元化，完善了销售网络，进一步强化了公司的市场掌控力和竞争力。

借助本次发行的募集资金，公司在重点区域，如直辖市和经济发达地区，着力开发新的终端客户，并对其有选择地优化升级，拓展营销网络的深度，带动销售量的上升，提高市场占有率，保持竞争优势，使公司有能力面对将来更加激烈的竞争局面。另外，通过加强对终端客户的管理，公司将能更快速、准确地掌握市场的流行趋势和销售动态，从而为产品遴选与开发提供一线市场信息。

（2）营销网络建设是公司提升品牌形象的有效手段

如何在酒品品牌的基础上，建立自有品牌，增强市场影响力，争取消费者认可是酒类销售企业面临的一个难题。从现实经验来看，建立具有自己风格的终端网点，通过统一设计、统一装修的手段能够起到较好的作用。在一定程度上，消费者对品牌形象的认知依赖于销售终端。布局合理的店铺位置和精致的装修风格能够向消费者传达公司的产品特点、综合实力、经营理念等，提高公司品牌的美誉度。

本项目通过选择实力雄厚、商业位置优越、规划布局合理、辐射人群密度广的网点，由公司投资进行统一设计、统一装修，在标识悬挂、外观展示、货品陈

列、营销宣传及管理服务等方面体现公司的特点和优势，以取得消费者的认可，进而提升公司品牌形象和市场影响力。

（3）项目实施有助于改善现有仓储条件

因原料、工艺、物理属性等存在差异，不同种类的酒品对存储条件也有着不同的要求。通常而言，葡萄酒的存储要求相对较高，红葡萄酒需要在 7℃-18℃的恒温环境下贮藏，白葡萄酒的理想温度是 4.4℃ -10℃。而白酒需要存放在阴凉、通风、湿度适合的区域。目前，公司仓库存在存储面积偏小，恒温库数量较少，仓内辅助设施不完备的问题。随着公司采购酒品种类和数量的增加，现有仓库数量和条件难以完全满足存储需求。因此需要增加仓库数量，升级仓储条件，购置辅助设施，改善仓储环境。

（4）项目实施有助于提高配送服务质量，增强对物流的管控

公司的客户数量较多，且分散在全国各地，产品需求量差异较大。为了保证产品及时、准确送达，公司对部分零售网点、连锁酒行送货采用多次、小批量的运输方式，运输成本较高。另一方面，公司的产品运输主要委托第三方物流公司。若第三方物流公司在管理上出现疏忽或失误，则可能导致产品供应的延迟或差错，从而对公司的经营业绩产生不利影响。

该项目实施后，本公司将加大仓储及物流系统的建设，通过在主要地区增加仓库数量，建立分仓制度，减少远距离小批量运输造成的资源浪费，通过自行购置部分运输车辆，由公司自行负责客户集中度较高区域的物流配送，增强对物流配送的管控能力，实现保真功能，同时在保证产品及时送达的情况下降低运输成本。

3、项目建设的可行性

（1）国家对酒类流通行业发展给予了充足的政策支持

2016 年，国务院办公厅发布了《关于推动实体零售创新转型的意见》（以下简称“《意见》”），从调整商业结构、创新发展方式、促进跨界融合三个方面明确了零售实体创新转型的 9 项主要任务。调整商业结构方面，坚持盘活存量与优化增量、淘汰落后与培育新动能并举，推动实体零售调整区域结构、调整业态结

构、调整商品结构，满足居民消费结构升级需要。创新发展方式方面，鼓励企业创新经营机制、创新组织形式、创新服务体验，推动实体零售补短板、增优势，提高核心竞争力。促进跨界融合方面，促进线上线下融合，促进多领域协同，促进内外贸一体化，通过融合协同构建零售新格局。

另外，《意见》还从优化发展环境、强化政策支持两个方面提出了扶持措施。特别强调加强网点规划，以市场化方式盘活现有商业设施资源，优化网点布局；推进简政放权，放宽对店铺装潢、店内改造、户外营销的限制，完善城市配送车辆通行制度；完善公共服务，建立健全连锁经营、电子商务、商贸物流、供应链服务等领域标准体系。

（2）成功的市场运营经验为营销网络建设奠定了基础

公司经过多年的开拓、发展，截至目前在全国范围内建立了包括连锁酒行、零售网点、KA 卖场、终端供应商等在内的销售体系。在公司建立的销售体系中，终端客户是至关重要的一环。经过多年的经营和积累，公司已经在酒类销售市场占据了一席之地，并制定了有效的市场开发制度、渠道管理措施、物流配送流程等，组建了一支精干的营销管理团队，完善了销售人员激励机制，积累了丰富的管理经验。

在此次营销网络建设中，现有的销售体系是项目实施的重要支撑，为营销网络进一步扩展提供了重要支撑。实施营销终端建设，同样能够配合和支持各地进一步拓展市场。既有市场的深化和新兴市场的推广互相作用产生良性循环，提升公司营销网络的扩展效果。

（3）良好的品牌知名度有助于开发新的终端客户

公司恪守“精品、保真、服务、创新”的理念，在销售名优酒品的同时注重塑造自身的品牌形象。经过多年的经营管理，公司在业内享有较高美誉度及影响力。2011 年，“华致酒行”商标被国家工商行政管理总局商标局认定为“中国驰名商标”。2010 年-2016 年，华致酒行连续入选“中国 500 最具价值品牌”。随着公司业务规模的扩大，公司的品牌影响力将进一步增强，最终形成品牌和业务互相推动、相互促进的良性循环。较高的品牌知名度和美誉度，不仅能够强化已有消费群体的忠诚度，还将获得更多的新消费者，从而有助于本项目顺利实施。

（4）经验丰富，稳健的管理团队提供了人才保障

公司核心管理团队成员均拥有多年的酒类销售从业经历，具有丰富的行业运营经验和企业管理经验，市场敏感性强、发展思路清晰，并形成了一套行之有效的经营管理模式和企业文化，保证了公司更准确的市场定位和业务规划。此外，管理团队具有现代化的经营意识，按市场发展趋势，构建了合乎市场规律的经营模式和管理体制，能够使公司在激烈的市场中保持较强的竞争力。

4、项目投资概算

本项目总投资 49,068.41 万元，具体投资明细如下表所示：

单位：万元

序号	项目名称	金额	占比
一	**工程建设费用**	**48,688.00**	**99.23%**
1	建筑工程费	19,000.00	38.72%
2	设备购置费	20,930.00	42.66%
3	预备费 1（5%）	1,997.00	4.07%
4	流动资金	6,761.00	13.78%
二	**其他费用**	**380.00**	**0.77%**
1	建设单位管理费	352.00	0.72%
2	可研报告编制费	10.00	0.02%
3	预备费 2（5%）	18.00	0.04%
三	**合计**	**49,068.00**	**100.00%**

项目具体建设投资预算如下：

（1）网点招牌装饰及门店装修投资

公司计划在未来三年内与 30,000 家终端客户建立合作关系，由公司为其制作统一的招牌装饰进行悬挂，增加公司品牌知名度。单家店铺招牌制作费用约为 3,000 元。

在这 30,000 家终端客户的基础上，公司根据战略规划和地区市场状况，选择 1,000 家店进行统一设计、统一装修，由公司负责装修投资。单家店铺装修投资明细如下：

单位：元

序号	项目	单位	单价	数量	总价
一	**墙面部分**				**9,000.00**
1	轻钢龙骨	㎡	25.00	45	1,125.00
2	单面石膏板封板	㎡	25.00	23	575.00
3	海报底板制作	㎡	5.00	110	550.00
4	墙面白色	㎡	150.00	23	3,450.00
5	拉布灯箱木基础制作	㎡	30.00	110	3,300.00
二	**天花板部分**				**7,980.00**
1	轻钢龙骨纸面石膏板吊顶	㎡	10.00	80	800.00
2	镂空顶深灰色乳胶漆喷制	㎡	70.00	23	1,610.00
3	原天花修补	㎡	70.00	11	770.00
4	黑色铝塑板贴面	㎡	15.00	120	1,800.00
5	门楣大芯板基底制作及安装	M	30.00	100	3,000.00
三	**地板部分**				**3,730.00**
1	理石地面水泥砂浆铺设	㎡	70.00	45	3,150.00
2	理石踢脚线安装	M	10.00	9	90.00
3	成品地面保护	㎡	70.00	7	490.00
四	**电气部分**				**5,745.00**
1	综合强电线路铺设	㎡	70.00	55	3,850.00
2	6mm2 强电缆铺设	M	5.00	50	250.00
3	100*200 电缆桥架铺设	M	5.00	45	225.00
4	音响线埋设	M	30.00	10	300.00
5	轨道灯安装及调试	次	50.00	9	450.00
6	嵌入式灯安装及调试	次	8.00	15	120.00
7	不锈钢地插安装	次	5.00	110	550.00
五	**其他**				**2,200.00**
1	3mm 宝丽板围挡	㎡	48.00	25	1,200.00
2	乙供材料运输费	㎡	70.00	5	350.00
3	施工垃圾外运费	次	1.00	300	300.00
4	现场完工清洁	㎡	70.00	5	350.00
六	**旧店拆除费用**				**3,100**
1	旧店拆除吊顶	㎡	70.00	4	280.00
2	旧店拆除水泥砂浆基底地面	㎡	70.00	19	1,330.00

序号	项目	单位	单价	数量	总价
3	旧店拆除墙面及道具	㎡	70.00	9	630.00
4	旧店拆除垃圾清运费	㎡	70.00	4	280.00
5	旧店拆除垃圾外运费	次	1.00	300	300.00
6	旧道具运输费	次	1.00	280	280.00
七	**特殊建筑部分**				**58,420.00**
1	灯具	个	48.00	80	3,840.00
2	砖	个	70.00	50	3,500.00
3	涂料	个	3.00	360	1,080.00
4	家具	个	50,000.00	1	50,000.00
基本专修费合计					**90,175.00**
1	装修管理费			8.00%	7,214.00
2	税金			3.41%	3,320.96
总计					**100,709.96**

2）仓库建设投资

公司在已有仓库的基础上增加至 111 座仓库，包括 6 个中心仓、22 个省仓和 83 个直销仓。仓库配置机械手全自动化操作，实现自动化管理，包括自动贴码及扫描入库。

单位：万元

序号	设备名称	规格型号	厂商	单位	数量	总价
1	叉车（前移）	R20S	林德	台	6	552.00
2	叉车（重型）	2.0-2.5T	林德	台	43	1,483.50
3	叉车（普通）	1.5-2.0	杭叉/合叉	台	103	1,184.50
4	叉车（手动）	M30	林德	台	113	389.85
5	叉车（电动）	1.5T	诺力	太	113	649.75
6	货架（重型）	2.2*2.4	永恒力货架/音飞货架	套	25,000	1150
7	货架（轻型）	2.2*2.4	万事达货架	套	37,300	857.9
8	托盘（塑料）	1.0*1.2	同大/力卡	板	49,000	2254
9	托盘（木）	1.0*1.2	路凯	板	48,700	840.08
10	打包机	MH-101A	永创	台	145	500.25
11	打印/贴标机	AB-2000	永创	台	145	2,501.25
12	扫码器/枪	DS4308	斑马	台	207	476.1

序号	设备名称	规格型号	厂商	单位	数量	总价
13	条码打印机	ZT400	斑马	台	207	1,190.25
14	RFID 设备	-	中物联	台	363	834.9
15	分拣自动化	交叉带式	德马泰克	套	6	1035
16	暖库	-	-	-	12	414
17	冷库	-	-	-	12	414
18	硬件维护费用	-	-	-	-	1,632.43
19	货车	-	金杯	台	149	2,570.25
20	**合计**	**-**	**-**	**-**	**161,624**	**20,930.00**

5、项目选址

（1）网点建设

拟更新升级或新开发终端客户的地理分布和数量如下：

省份	数量		
	2017 年	2018 年	2019 年
北京	200	300	500
天津	100	150	300
上海	100	150	300
重庆	200	300	400
辽宁	240	630	1,650
河南	459	880	2,200
河北	318	685	1,700
山东	387	795	2,000
安徽	204	525	1,500
福建	175	425	1,150
江苏	355	730	1,800
浙江	231	475	1,250
广东	224	560	1,600
湖北	328	700	1,750
湖南	434	815	2,000
四川	464	890	2,250
黑龙江	50	295	950
吉林	38	235	750

省份	数量		
	2017 年	2018 年	2019 年
内蒙古	64	285	900
山西	50	280	900
陕西	130	335	1,000
江西	44	260	900
云南	20	100	150
广西	20	100	150
甘肃	46	275	700
青海	20	50	150
西藏	20	50	150
宁夏	28	110	350
新疆	26	120	200
海南	10	40	100
贵州	35	160	300

（2）仓库建设

拟建设的仓库类型及地理分布明细如下：

省份	2017 年			2018 年			2019 年		
	中心仓	省仓	直销仓	中心仓	省仓	直销仓	中心仓	省仓	直销仓
北京	1	-	1	1	-	2	1	-	3
天津	-	-	1	-	-	1	-	-	1
上海	1	-	1	1	-	1	1	-	1
重庆	-	-	1	-	-	1	-	-	2
辽宁	-	1	2	-	1	4	-	1	6
河南	1	-	1	1	-	4	1	-	7
河北	-	1	-	-	1	2	-	1	5
山东	-	1	-	-	1	2	-	1	5
安徽	-	1	-	-	1	2	-	1	4
福建	-	1	-	-	1	2	-	1	4
江苏	-	1	-	-	1	2	-	1	5
浙江	-	1	-	-	1	2	-	1	4
广东	1	-	1	1	-	3	1	-	5

省份	2017 年			2018 年			2019 年		
	中心仓	省仓	直销仓	中心仓	省仓	直销仓	中心仓	省仓	直销仓
湖北	-	1	-	-	1	2	-	1	5
湖南	1	-	1	1	-	4	1	-	7
四川	1	-	1	1	-	4	1	-	7
黑龙江	-	-	-	-	1	-	-	1	2
吉林	-	-	-	-	1	-	-	1	2
内蒙古	-	-	-	-	1	-	-	1	2
山西	-	-	-	-	1	-	-	1	2
陕西	-	1	-	-	1	-	-	1	2
江西	-	-	-	-	1	-	-	1	2
云南	-	-	-	-	1	-	-	1	-
广西	-	-	-	-	1	-	-	1	-
甘肃	-	-	-	-	1	-	-	1	-
青海	-	-	-	-	-	-	-	1	-
西藏	-	-	-	-	-	-	-	1	-
宁夏	-	-	-	-	-	-	-	1	-
新疆	-	-	-	-	1	-	-	1	-
贵州	-	-	-	-	1	-	-	1	-

6、项目周期和进度安排

本项目建设期为 3 年，分为前期准备阶段和实际开发建设期 2 个阶段。

前期准备阶段主要进行项目的可行性研究、项目立项及办理相关手续等工作。时间安排为建设期前 5 个月。实际建设期主要进行项目需求分析、总体设计、详细设计、网点建设、物流仓库建设、物流体系平台搭建、软件测试、推广维护等工作。时间安排为建设期剩余时间。

时间	第 1 年												第 2 年	第 3 年
项目	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12		
前期阶段														
建设阶段														

7、项目环境保护情况

本项目建设内容主要为商业流通环节建设，无生产型排污，对周围环境基本没有影响。根据《中华人民共和国环境影响评价法》第十六条和《建设项目环境影响评价分类管理名录》的规定，不需要进行项目环境影响评价。

8、项目经济收益分析

序号	指标名称	数值
1	项目总投资（万元）	49,067.83
2	年平均销售收入（万元）	305,053.23
3	年平均税后利润（万元）	10,009.69
4	所得税后项目内部收益率	33.66%
5	所得税后项目投资回收期（年）	4.31

（二）信息化营销系统建设项目

1、项目概况

公司拟使用本次募集资金中的 6,815.00 万元建设信息化营销系统，建设期 1 年。

随着业务的增长和营销网络的扩张，公司对信息化建设的需求十分迫切。公司将在现有信息化管理的基础上建设能实现营销、人员、仓储、物流等集成管理的信息化系统。

目前公司的信息化系统主要包括用于内部管理与信息发布的 ERP 系统，实现客户下单、对账与状态查询目标的 MMP 系统（包括 PC 端与移动端）。项目计划增加订单管理系统、移动端服务系统、POS 系统、数据处理系统等应用模块，构建具备订单处理、智能分配、追踪管理，数据采集和分析以及产品促销等功能的全过程管理体系，将酒品销售与仓储、物流管理有机结合，实现酒品销售流程管理的智能化和集约化，同时增强公司快速反应的能力、丰富应对手段，进而提高公司的经济效益。

2、项目建设的必要性

（1）信息化建设符合酒类流通行业的发展趋势

酒类流通行业具有产品种类多、占用资金数额大、小批量需求大、配送频率高等特点，要求公司在酒类产品的开发引进、销售管理、物流运输等环节具备较强的协同能力，由传统的经营管理方式转变为信息化管理、精确化管理，提前判断趋势发展，准确把握客户需求，以实现对市场动态变化快速反应的目标。

完善的信息化系统有助于提高公司业务流程的自动化水平，帮助公司对各经营环节和营销网络节点进行实时控制，做到管理科学化和数字化，增强市场竞争力。目前，对酒类销售企业而言，信息化已逐步成为其实现规模扩张和管理水平提升目标的保障。信息化营销系统的建设顺应酒类流通行业的发展趋势，有助于公司在日常经营中提高管理水平、保持竞争优势，顺利实施长期发展战略。

（2）项目建设有助于增强公司对直供终端客户的管理

直供终端作为提供产品与服务的主要渠道之一，具有贴近消费者、便捷服务、运营成本较低等特点。随着酒类流通扁平化的趋势愈发明显，行业内的竞争也更加激烈，酒类销售公司对直供终端客户的获取也进入白热化，直接表现为直供终端客户数量的大幅度增加，地理分布范围的扩大、产品销售种类和数量的增加。这种变化在订单处理、日常管理、信息共享以及数据分析方面对公司提出了更高的要求。

本项目的建设，将实现公司对市场需求的快速反应，并着重解决订单处理与匹配、目标客户定位、消费需求挖掘等问题。同时，公司可以充分利用信息技术，获取分散在全国各地的直供终端客户的销售信息，并对其进行汇总分析，建立市场销售信息数据库，提高公司的顾客关系管理能力与终端运营管理能力，洞察酒品销售动态，有效实施销售周期管理，并掌握市场整体运营情况，建立快速灵活的市场应对机制，提高消费者满意度及品牌忠诚度，从而有效提升公司对各直供终端客户的管理。

（3）项目建设有助于公司有效整合供应链

作为一家酒类销售公司，经营的主要目标是方便、快捷、高效地为消费者提供国内外优质酒类产品。为了实现这一目标，有效手段是以渠道为核心的供应链管理。我们所看到的国际大型流通企业的供应链管理，全部都具有高度信息化、网络化、智能化的特点，并且运用商业电子数据处理系统、管理信息系统、决策

支持系统等信息化系统，实现商业自动化、高效化管理。

本项目的建设不仅能够使公司内部的业务流程运行更为科学有效，还能够整合产品流通链条上的各个环节，提高公司上下游业务的协同能力，实现实物流、资金流、信息流的充分结合，使公司的管理体系能够更好地适应酒类流通行业的发展趋势，实现整条供应链上企业之间合作机制、合作关系的整合，健全售前、售中和售后的服务体系，从而达到共赢的目标。

（4）项目建设有助于构建线上销售平台

长久以来，酒类的流通销售都是在线下完成的，无论是生产商、销售商或是消费者都遵循着这样的行业惯例。随着电子商务产业日臻完善，虚拟空间的展示、询价、交易成为了一种潮流趋势，酒类销售电商渠道也开始兴起，逐步成为了传统酒类销售渠道的重要补充。

项目建设有助于公司搭建线上营销平台，处理来自终端消费者的订单，并传递至终端客户，为消费者提供更为快捷、便利的购买体验。同时，通过订单接收、处理、分配等步骤，构建消费者需求数据库，用于公司经营决策。

（5）项目建设有助于建立科学决策体系，提升公司决策水平

公司在动态的、复杂的市场环境下做出科学合理的战略决策，需要有重要的市场数据与信息作为支撑。本项目的建设可以通过信息化平台强大的数据分析和处理能力，以直观、透明的方式获取决策依据与决策过程所需的信息，使公司决策者、管理者更全面、快速、准确地了解其内部运营信息与市场信息，及时进行策略调整与流程优化，确保公司决策的科学性与可行性，有效规避决策风险。

3、项目建设的可行性

（1）国家鼓励企业信息化的政策为项目的建设提供了保障

2016 年，工信部发布《关于进一步推进中小企业信息化的指导意见》，特别强调培育和发展一批有效运用信息技术，具有创新发展优势、经营管理规范、竞争力强的中小企业。还指出要鼓励和支持中小企业充分利用云计算、大数据、移动互联网等信息技术，获得以租代建、支持核心业务发展、覆盖企业经营管理链条的便捷信息化服务，降低信息化应用的成本和门槛。进一步推广经营管理信息

化软件（ERP/OA/CRM 等）的应用，并逐步向商业智能（BI）转变，全面优化业务流程，推动关键环节的整合与创新，提高经营效率和管理水平。普及推广两化融合管理体系，推进内外部管理信息的互通与共享，降低成本，优化流程，提升中小企业经营管理信息系统的集成程度，提高管理水平和经营效率。

（2）现有信息系统及技术为项目建设提供了经验借鉴和有效支持

本公司十分重视信息化建设，从战略高度积极推进信息化系统建设，已经建立了具有基础功能的信息系统，目前在正在使用的信息系统包括 ERP 系统、MMP 系统（PC 端和移动端）、OA 系统和电子邮箱等。经过多年的经验积累，公司已经具备了实施信息化升级的基本运营经验，也培养了一批熟悉公司业务流程、经验丰富的信息系统维护人员，完全有能力组织执行大规模的信息化建设，这将为本项目实施提供了宝贵的经验借鉴和有效的支持。

（3）信息化基础平台日臻完善，相应配套服务体系已趋成熟

得益于近些年来信息化基础设施的迅猛发展，目前我国的信息化平台在运作模式上已经较为完善，针对各行业的信息化配套服务也日趋成熟。信息技术在酒类流通行业的应用已经广泛分布于战略决策、新品引进、渠道管理和终端控制，逐步实现了从单一的数据采集、统计服务向综合运营管理服务的转变。与此同时，一大批优秀的技术咨询服务机构也如雨后春笋般出现，通过引进国际先进的信息化设计理念为各行各业的特定企业量身打造出高效实用的信息化企业管理体系，指导企业进行信息化管理、培养信息化人才。而酒类流通行业也与时俱进，部分酒类销售公司通过与信息化服务机构的合作，逐步开发出符合自身行业特点的信息化管理体系，为未来的发展奠定了基础。

4、项目投资概算

本项目总投资 6,815 万元，具体投资明细如下表所示：

单位：万元

序号	项目名称	金额	占比
一	**工程建设费用**	**6,720.00**	**98.61%**
1	建筑工程费	500.00	7.34%
2	设备购置费	3,155.00	46.29%

序号	项目名称	金额	占比
3	系统开发费	2,745.00	40.28%
4	预备费 1（5%）	320.00	4.70%
二	**其他费用**	**95.00**	**1.39%**
1	建设单位管理费	80.00	1.17%
2	可研报告编制费	10.00	0.15%
3	预备费 2（5%）	5.00	0.07%
三	**投资总额**	**6,815.00**	**100.00%**

本项目所引进设备以产品方案、生产规模、技术要求及优化流程要求为主要依据，对相关设备生产厂家的市场价格、性能指标等进行比选后确定。根据产品方案及生产需要，购置安装硬件设备 378 台（套），委托定制开发软件 18 套，具体如下：

单位：万元

序号	设备名称	规格型号	厂商	单位	数量（台/套）	单价	总价
一	**硬件设备**						
1	数据整合设备	FS5900	浪潮	台	30	10.00	300.00
2	防火墙	SecGate 3600 NSG3500-TF10P	网神	台	6	8.00	48.00
3	防病毒网关	SecAV 3600 V5000-U016P	网神	台	2	18.00	36.00
4	入侵检测系统	SecIDS 3600 D5000-TG13P	网神	台	2	13.00	26.00
5	入侵防护系统	SecIPS 3600 P9000-TG43M	网神	台	2	18.00	36.00
6	安全审计	Sec Fox K3000-TY20M	网神	台	2	12.00	24.00
7	WEB 安全网关	SecWAF3600WEB W5000-U020M	网神	台	2	15.00	30.00
8	工频纯在线 Ups 电源	3C3-EX40KS ISO	山特	套	2	70.00	140.00
9	服务中心应用服务器	英信 NF5240M3（Xeon E5-2420/8GB/3*300GB/24*HSB）	浪潮	套	50	6.00	300.00
10	服务中心数据库服务器	英信 SA5248L（Xeon E5-2620/32GB/300GB）	浪潮	套	10	15.00	150.00
11	服务中心缓存服务器	英信 SA5248L（Xeon E5-2620/32GB/300GB）	浪潮	套	20	15.00	300.00

序号	设备名称	规格型号	厂商	单位	数量（台/套）	单价	总价
12	大数据中心服务器集群	英信 SA5248L（Xeon E5-2603/16GB/300GB）	浪潮	套	100	10.00	1,000.00
13	APP 应用服务器	英信 NF5240M3（Xeon E5-2420/8GB/3*300GB/24*HSB）	浪潮	套	50	6.00	300.00
14	微信服务号应用服务器	英信 NF5240M3（Xeon E5-2420/8GB/3*300GB/24*HSB）	浪潮	套	50	6.00	300.00
15	POS 系统应用服务器	英信 NF5240M3（Xeon E5-2420/8GB/3*300GB/24*HSB）	浪潮	套	20	6.00	120.00
16	智能恒温服务器机柜	KC-6827，42U	科创	套	30	1.50	45.00
小计					**378**		**3,155.00**
二	**软件设备**						
1	服务中心	供应商中心	定制开发	套	1	30.00	30.00
2		产品中心	定制开发	套	1	30.00	30.00
3		仓储中心	定制开发	套	1	100.00	100.00
4		加盟中心	定制开发	套	1	50.00	50.00
5		会员管理	定制开发	套	1	50.00	50.00
6		订单中心	定制开发	套	1	100.00	100.00
7		支付中心	定制开发	套	1	100.00	100.00
8		物流中心	定制开发	套	1	100.00	100.00
9		客服中心	定制开发	套	1	100.00	100.00
10		地理位置服务	定制开发	套	1	120.00	120.00
11		门店管理	定制开发	套	1	100.00	100.00
12		400 呼叫中心	定制开发	套	1	60.00	60.00
13		OMS 系统	定制开发	套	1	300.00	300.00

序号	设备名称	规格型号	厂商	单位	数量（台/套）	单价	总价
14		数据库管理系统	定制开发	套	1	100.00	100.00
15	大数据中心	大数据中心	定制开发	套	1	1,015.00	1,015.00
16	APP	APP	定制开发	套	1	140.00	140.00
17	微信服务号	微信服务号	定制开发	套	1	110.00	110.00
18	POS 系统	POS 系统	定制开发	套	1	140.00	140.00
小计					**18**		**2,745.00**
合计					**396**		**5,900.00**

5、项目选址

本项目拟建设地点位于云南迪庆州香格里拉经济开发区，所需办公场所通过在当地租赁的方式取得。

6、项目周期和进度安排

本项目建设期为 1 年，分为前期准备阶段和实际建设期 2 个阶段。

前期准备阶段主要进行项目的可行性研究、项目立项及办理相关手续等工作。时间安排为建设期前 3 个月。实际建设期主要进行项目需求分析、总体设计、详细设计、程序开发、软件测试、推广维护等工作。时间安排为建设期后 9 个月。

时间	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
前期准备阶段												
实际建设期												

6、项目环境保护情况

本项目建设内容主要为商业流通环节建设，无生产型排污，对周围环境基本没有影响。根据《中华人民共和国环境影响评价法》第十六条和《建设项目环境影响评价分类管理名录》的规定，该项目不属于环保法规规定的建设项目，不需要进行项目环境影响评价。

7、项目经济收益分析

信息化营销系统建设项目投入运行后不直接产生经济效益，但本项目实施后产生的间接效益将在公司的经营中体现。本项目建设将整体提高公司管理水平与运营能力、降低运营成本、完善客户服务水平，为公司快速可持续性发展提供有力支撑。

（三）产品研发中心建设项目

1、项目概况

公司拟使用本次募集资金中的 10,633.00 万元建设产品研发中心，建设期 1 年。

公司拟整合现有的市场调研业务，新品引进业务以及相关资源，构建专属的产品研发中心，营造良好的研究环境，专注于市场现状分析与前景预判、产品遴选与开发，紧跟行业的产品动态和发展趋势，提升公司市场地位，为公司的业务开展提供丰富和高品质的酒品资源，促进公司的可持续发展。同时，为了促进酒文化的传播，为消费者提供丰富的消费体验，推广健康饮酒的生活理念，倡导市场理性消费，引领市场发展，公司计划建立产品体验中心，将酒品所蕴含的文化、内涵和礼仪转化为直观、感性认识，促使其易知、易懂、易接受。产品研发中心具体分为三个部分：市场调研中心、产品开发中心和产品体验中心。

（1）市场调研中心

根据实时性、重要性、开放性原则，打造一个综合性的信息整合平台。调查酒类销售市场的发展状况，把握酒类消费者的需求和偏好，收集行业最新资讯和发展动态，根据公司完备的营销网络所反馈的销售数据进行分析建模，预测未来酒类市场的发展趋势，提供产品遴选与开发所需要的基础数据和信息。

（2）产品开发中心

一方面，以消费者需求为导向，以现有酿酒工艺为基础，联合酿酒企业开发出新的酒品，丰富产品线，弥补市场空白。另一方面，面对市场上琳琅满目酒类产品，把握健康、时尚、精致的原则，筛选出与消费者口感相匹配，与公司文化相契合的产品进行推广运营。

（3）产品体验中心

作为酒类产品和公司文化的展示窗口，通过对中国酒文化的挖掘、梳理、传承、创新和弘扬，揭示酒文化的深厚底蕴和精神价值，提升社会公众对酒类产品和酒类行业的认知水平。

2、项目建设的必要性

（1）产品研发中心建设有助于增强公司竞争力

公司自成立以来一直致力于为消费者提供优质和保真的酒类产品，为全国各地的消费者提供专业化和多元化的酒品服务。随着可支配收入和消费结构的升级，消费者们对酒品的要求越来越严格，标准也越来越高，更多的个性化元素表现在消费需求之中。为了提供更优质的服务，满足消费者个性需要，公司必须深入调研酒类饮用者的实际需求，把握行业最新动向，结合市场现有产品，联合酒企推出符合消费者要求的新酒品，提高公司产品的竞争力。新项目的建设有助于增强公司市场调研能力和数据处理能力，同时精密度更高的仪器设备有助于公司细致深度地检测样品，更有针对性地向酒企提出调整意见，开发出各方满意的产品。

（2）产品研发中心的建设有利于吸引优秀人才，加强公司人才储备

体现酒类企业竞争力的重要标志之一即就是人才。激烈的市场竞争导致人才流失风险加剧，从业人员中高端人才、复合型人才更加稀缺，公司需投入大量精力招揽技术人才。同时，公司现有的研发环境和测试场地也严重制约了公司市场调研和产品开发能力的提高，公司需进一步加大研发投入，改善现有的研发环境。

公司研发中心的建立，不仅有利于完善公司产品遴选与开发体系，提高开发效率和技术先进性，同时改善了研发环境，扩大了技术人才队伍，有利于公司人才梯队的培养，为公司的持续发展夯实了基础。

（3）产品研发中心建设是履行企业责任的一种方式

公司作为知名酒类销售企业，在行业中具有较强的公信力和较高的声誉，公司使命之一即是为世界酒文化传播贡献力量。通过产品体验中心的建设，以图片、影像、品鉴等方式，为广大的消费者和酒类爱好者提供直观、全面、深入的酒品接触，向公众宣传中国传统酒文化的核心内涵，在提高消费者精神感受同时履行

公司的社会责任，推动酒文化的前行。

3、项目建设的可行性

（1）丰富的业务经验和成功的开发案例是项目实施的基础

公司历来重视与酿酒企业联合开发的工作。公司与五粮液、贵州茅台、安徽古井等酒类制造商保持良好的合作关系，共同开发了“五粮液年份酒”、“贵州茅台酒（金）”、“古井贡 1818”等产品，在市场上深受消费者喜爱。公司与贵州茅台合作开发的贵州茅台酒（金）荣获由酒业家传媒和中国酒业市场论坛组委会联合颁发的 2015 年度“十大新品奖”，与安徽古井合作开发的古井贡酒 1818 荣获由中国酒业市场论坛组委会颁发的 2016 年度“十大最具价值新品”奖。

公司与上述酒企的成功合作增强了公司的开发能力，积累了丰富的开发经验，也为公司构建研究中心打下了坚实的基础。公司从战略的高度出发，持续加大市场调研、新品开发、产品推广的力度，坚持多方合作的原则，充分利用自身的经验和酒企的资源，为公司赢得市场机遇。

（2）公司培养的优秀人才队伍为项目建设提供可靠支撑

公司通过大量的成功的产品开发案例积累了丰富的技术人才，拥有一批深谙酒类文化体系、熟悉行业业务特点、精通酒品开发流程的专业人才。公司建立了健全的人才激励机制和有效的人才培养和培训体系，能够为本项目提供坚强的人才后盾。

4、项目投资概算

本项目总投资 10,633.00 万元，包括房屋购置、租赁及装修，设备购置等，全部为建设投资，具体投资明细如下表所示：

序号	项目名称	投资金额（万元）	占比
一	**工程建设费用**	**7,950.81**	**74.56%**
1	房屋购置费	3,720.00	34.89%
2	房屋装修费	1,950.00	18.29%
3	设备购置费	1,902.20	17.84%
4	预备费 1（5%）	378.61	3.55%

序号	项目名称	投资金额（万元）	占比
二	**其他费用**	**2,712.69**	**25.44%**
1	研发人员工资	140.00	1.31%
2	房屋租赁费	**1,278.00**	**11.98%**
3	房屋装修费	750.00	7.03%
4	宣传推广费	280.00	2.63%
5	调研费	33.00	0.31%
6	建设单位管理费	92.51	0.87%
7	可研报告编制费	10.00	0.09%
9	预备费 2（5%）	129.18	1.21%
三	**投资总额**	**10,663.49**	**100.00%**

（1）房屋购买及租赁明细

序号	机构名称	地点	方式	面积（㎡）	单价(元/平或元/平.天）	总价（万元）
1	产品开发中心	迪庆	购置	3,000.00	4,000.00	1,200.00
2	产品体验中心	迪庆	购置	3,000.00	4,000.00	1,200.00
3	市场调研中心-总部	迪庆	购置	800.00	4,000.00	320.00
4	市场调研中心-华北分部	北京	租赁	1,000.00	15.00	547.50
5	市场调研中心-华东分部	上海	租赁	1,000.00	12.00	438.00
6	市场调研中心-华南分部	广州	租赁	1,000.00	8.00	292.00
7	市场调研中心-西南分部	成都	购置	1,000.00	10,000.00	1,000.00
	合计			**10,800.00**	**-**	**4,997.50**

（2）根据产品方案及生产需要，购置安装设备详见下表：

1）迪庆总部设备清单

单位：万元

序号	设备名称	规格型号	数量（台/套）	单价	总价
一	**硬件设备**				
1	笔记本电脑	-	20	1.00	20.00
2	大型计算机及服务器	-	1	600.00	600.00

序号	设备名称	规格型号	数量（台/套）	单价	总价
3	彩打机	-	2	1.00	2.00
4	液晶电视	-	10	0.40	4.00
5	恒温冰柜	-	2	0.50	1.00
6	冰箱	-	4	0.25	1.00
7	人机互动机	-	20	0.70	14.00
8	小型影院设备	-	2	10.00	20.00
9	设计计算机	-	2	2.00	4.00
10	3D 打印机	-	2	100.00	200.00
11	葡萄酒分酒器	-	1	10.00	10.00
12	显微镜	-	2	0.50	1.00
13	生物显微镜	-	2	38.00	76.00
14	恒温水域锅	-	1	0.50	0.50
15	恒温鼓风干燥箱	HP-GZX400	1	2.50	2.50
16	小型粉碎机	-	1	1.00	1.00
17	离心机	-	1	2.00	2.00
18	酒精计	-	2	0.50	1.00
19	酸度计	-	2	0.50	1.00
20	糖度计	-	2	1.00	2.00
21	电导仪	-	2	0.50	1.00
22	气相色谱仪	天瑞 GC-MS6800	1	35.00	35.00
23	液相色谱仪	Agilent/安捷伦 26985	1	40.00	40.00
24	气质联用分析仪	BOEN89821	1	150.00	150.00
25	色谱-傅里叶红外光谱仪	BOEN29865	1	25.00	25.00
26	超临界流体色谱仪	Agilent/安捷伦 26985	1	40.00	40.00
27	原子吸收分光光度计	仪电分析 4510	1	120.00	120.00
28	破碎机	-	1	2.00	2.00
29	粉碎机	-	1	10.00	10.00
30	蒸馏设备	-	2	20.00	40.00
31	发酵及储酒罐	-	20	0.80	16.00
32	过滤设备	-	2	1.00	2.00

序号	设备名称	规格型号	数量（台/套）	单价	总价
33	消毒柜	-	1	1.00	1.00
34	常规试验容器及设备	-	3	10.00	30.00
小计			**118**	**-**	**1,475.00**
二	**软件设备**				
1	人机互动软件	-	1	125.00	125.00
小计			**1**	**-**	**125.00**
合计			**119**	**-**	**1,600.00**

2）北京和成都分部设备清单

单位：万元

序号	设备名称	规格型号	数量（台/套）	单价	总价
1	工作电脑	-	3	1.00	3.00
2	彩打机	-	1	1.00	1.00
3	液晶电视	-	2	0.40	0.80
4	恒温冰柜	-	1	0.50	0.50
5	冰箱	-	1	0.25	0.25
6	人机互动机	-	6	0.70	4.20
7	小型影院设备	-	1	10.00	10.00
8	虚拟或增强现实体验设备	-	2	3.00	6.00
9	葡萄酒分酒器	-	1	10.00	10.00
10	显微镜	-	1	0.50	0.50
11	离心机	-	1	2.00	2.00
12	酒精计	-	1	0.50	0.50
13	酸度计	-	1	0.50	0.50
14	糖度计	-	1	1.00	1.00
15	电导仪	-	1	0.50	0.50
16	气相色谱仪	天瑞 GC-MS6800	1	35.00	35.00
17	液相色谱仪	Agilent/安捷伦 26985	1	40.00	40.00
18	消毒柜	-	1	1.00	1.00
19	常规试验容器及设备	-	1	1.00	1.00

序号	设备名称	规格型号	数量（台/套）	单价	总价
合计			28	-	117.75

3）上海和广州分部设备清单

单位：万元

序号	设备名称	数量（台/套）	单价	总价
1	工作电脑	2	1.00	2.00
2	彩打机	1	1.00	1.00
3	液晶电视	2	0.40	0.80
4	恒温冰柜	1	0.50	0.50
5	冰箱	1	0.25	0.25
6	人机互动机	4	0.70	2.80
7	小型影院设备	1	10.00	10.00
8	虚拟或增强现实体验设备	1	3.00	3.00
9	葡萄酒分酒器	1	10.00	10.00
10	消毒柜	1	1.00	1.00
合计		15	-	31.35

5、项目选址

本项目市场调研中心总部、产品开发中心和产品体验中心拟建设地点位于云南迪庆州香格里拉经济开发区，所需办公场所通过在当地直接购买的方式取得。

北京、上海和广州调研分部的办公场所通过在当地租赁办公楼的方式取得，成都调研分部的办公场所通过在当地直接购买的方式取得。

6、项目周期和进度安排

本项目建设期为 1 年，分为前期准备阶段和实际建设期 2 个阶段。

前期准备阶段主要进行项目的可行性研究、项目立项及办理相关手续等工作。时间安排为建设期前 3 个月。实际建设期主要进行项目需求分析、程序开发、软件测试、推广维护等工作。时间安排为建设期后 9 个月。

时间	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
前期准备阶段												
实际建设期												

7、项目环境保护情况

本项目建设内容主要为商业流通环节建设，无生产型排污，对周围环境基本没有影响。根据《中华人民共和国环境影响评价法》第十六条和《建设项目环境影响评价分类管理名录》的规定，该项目不属于环保法规规定的建设项目，不需要进行项目环境影响评价。

8、项目经济收益分析

产品研发中心主要为公司新品开发和遴选提供技术支撑，无法独立产生经济效益，但本项目实施后产生的间接效益将在公司的经营中体现。建成后，将对公司新产品的开发和遴选起到促进作用，提高公司新品开发的能力。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

截至招股说明书签署日，正在履行的交易金额 1,000 万元以上的或虽未达到前述标准但对生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的采购合同 32 项，正在履行的交易金额 1,000 万元以上的或虽未达到前述标准但对生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的销售合同 21 项，公司正在履行的重要借款合同 8 项、重要授信合同 3 项和重要担保合同 6 项。具体情况如下：

（一）采购合同

序号	采购主体	供应商名称	合同期限	采购内容
1	华致酒行	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	2016 年 12 月 6 日-2017 年 12 月 5 日	新品五粮液
2	华致酒行	国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司	自合同签订之日（2017 年 1 月 1 日）-2017 年 12 月 31 日	贵州茅台酒（金）
3	华致酒行	国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司	自合同签订之日（2017 年 1 月 1 日）-2017 年 11 月 30 日	贵州茅台酒
4	华致酒行	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	2011 年 1 月 1 日-2018 年 12 月 31 日	五粮液年份酒
5	华致酒行	湖南春风酒业有限公司	2017 年 7 月 1 日-2018 年 6 月 30 日	53° 飞天茅台
6	华致酒行	安徽古井贡酒股份有限公司	2015 年 7 月 26 日-2018 年 12 月 25 日	古井贡酒 1818
7	华致酒行	贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司	2016 年 12 月 1 日-2019 年 12 月 31 日	习坛
8	华致酒行	贵州省仁怀市茅台镇荷花酒业有限公司	2016 年 12 月 7 日-2026 年 12 月 6 日	国乡荷花
9	华致酒行	南京蓝动文化传播有限公司	2016 年 12 月 9 日-2021 年 12 月 8 日	洋河梦想家
10	华致酒行	宜宾九贺宴酒业有限公司，五粮液集团仙林果酒有限责任公司	2017 年 1 月 15 日-2022 年 1 月 14 日	仙林世家桑葚酒
11	华致精品	星座品牌香港有限公司	自生效日（2013 年 11 月 21 日）-2024 年 2 月 29 日	罗伯特·蒙大菲系列葡萄酒

序号	采购主体	供应商名称	合同期限	采购内容
12	上海虬腾	国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司	自合同签订之日（2017 年 2 月 23 日）-2017 年 11 月 30 日	贵州茅台酒
13	上海虬腾	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	2016 年 12 月 6 日-2017 年 12 月 5 日	新品五粮液、五粮液 1618
14	上海虬腾	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	2016 年 12 月 6 日-2017 年 12 月 5 日	五粮液 1618
15	上海虬腾	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	2016 年 12 月 6 日-2017 年 12 月 5 日	五粮液低度 42
16	上海虬腾	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	2016 年 12 月 6 日-2017 年 12 月 5 日	新品五粮液
17	西藏中糖	国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司	自合同签订之日（2017 年 1 月 1 日）-2017 年 11 月 30 日	国酒茅台 43°
18	西藏中糖	国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司	自合同签订之日（2017 年 1 月 1 日）-2017 年 11 月 30 日	贵州茅台酒
19	西藏中糖	国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司	自合同签订之日（2017 年 1 月 1 日）-2017 年 11 月 30 日	贵州茅台酒陈年酒
20	西藏中糖	国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司	自合同签订之日（2017 年 1 月 1 日）-2017 年 11 月 30 日	贵州茅台酒生肖酒
21	西藏中糖	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	2017 年 1 月 1 日-2017 年 12 月 25 日	新品五粮液
22	西藏中糖	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	2017 年 1 月 1 日-2017 年 12 月 25 日	新品五粮液、五粮液 1618
23	西藏中糖	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	2017 年 1 月 1 日-2017 年 12 月 25 日	五粮液 1618
24	西藏威华达	国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司	自合同签订之日（2017 年 2 月 27 日）-2017 年 12 月 31 日	飞天 53°1680ml 贵州茅台酒
25	上海虬腾	上海茅五剑贸易有限公司	2017 年 3 月 1 日-2017 年 12 月 31 日	茅台系列酒、五粮液系列酒
26	华致酒行	广州龙程酒业有限公司	2017 年 6 月 15 日起	新品五粮液
27	华致酒行	湖北醇益实业发展有限公司	2017 年 5 月 2 日-2017 年 12 月 31 日	贵州茅台酒玫瑰金
28	华致酒行	湖北醇益实业发展有限公司	2017 年 4 月 25 日-2017 年 12 月 31 日	贵州茅台酒（金桂叶黄陶）
29	华致酒行	湖北醇益实业发展有限公司	2017 年 5 月 10 日-2017 年 12 月 31 日	贵州茅台酒（珍品）、贵州茅台酒（贵宾）

序号	采购主体	供应商名称	合同期限	采购内容
30	长沙华致	湖南春风酒业有限公司	2017 年 7 月 1 日-2018 年 6 月 30 日	53° 飞天茅台
31	华致酒行	北京永利博扬商贸有限公司	2017 年 1 月 1 日-2018 年 12 月 31 日	茅台、五粮液品牌产品
32	醴陵华致	北京永利博扬商贸有限公司	2017 年 1 月 1 日-2018 年 12 月 31 日	茅台、五粮液品牌产品

（二）销售合同

序号	销售主体	客户名称	合同期限	合同性质
1	华致精品	宁波酩荟贸易有限公司	2016 年 12 月 26 日-2021 年 12 月 25 日	框架协议
2	华致精品	北京朝批商贸股份有限公司	2017 年 1 月 1 日-2019 年 12 月 25 日	框架协议
3	华致精品	长垣县康晨商贸有限公司	2013 年 7 月 1 日-2017 年 12 月 25 日	框架协议
4	华致精品	建湖县鸿泰酒行	2016 年 12 月 26 日-2021 年 12 月 25 日	框架协议
5	华致酒行	河南盛林商贸有限公司	2014 年 11 月 1 日至 2018 年 12 月 25 日	框架协议
6	华致精品	佛山市醇和富轩贸易有限公司	2014 年 3 月 15 日-2018 年 12 月 25 日	框架协议
7	华致精品	长沙市雨花区海致酒业商行	2014 年 1 月 1 日-2018 年 12 月 25 日	框架协议
8	华致精品	泰安市泰山名饮有限公司	2014 年 4 月 4 日-2018 年 12 月 25 日	框架协议
9	华致精品	北京晟强贸易有限公司	2014 年 11 月 20 日-2018 年 12 月 25 日	框架协议
10	华致精品	宜宾垒成商贸有限公司	2015 年 12 月 26 日-2019 年 12 月 25 日	框架协议
11	华致精品	广州易初莲花连锁超市有限公司	自本协议有效期起始日（2016 年 1 月 1 日）开始，除本协议被解除或双方按照同样的华致精品编号另行签订新协议外，本协议将持续有效	框架协议
12	华致精品	沃尔玛（中国）投资有限公司	2013 年 5 月 6 日-2014 年 5 月 6 日，合同期满后,如无异议则自动续期	框架协议
13	江苏中糖	锦江麦德龙现购自运有限公司	2013 年签订，届满日期前 6 个月可发送书面通知终止协议	框架协议
14	江苏中糖	苏果超市有限公司	2014 年 1 月 1 日-2014 年 12 月 31 日，合同期满后，如无异议则自动续期	框架协议
15	江苏中糖	江苏大统华购物	2017 年 1 月 1 日-2017 年 12 月 31 日，	框架协议

序号	销售主体	客户名称	合同期限	合同性质
		中心有限公司	到期自动续期三个月	
16	上海虬腾	锦江麦德龙现购自运有限公司	2017 年签订，届满日期前 6 个月可发送书面通知终止协议	框架协议
17	上海虬腾	徐州茅五剑贸易有限公司	2017 年 1 月 1 日-2017 年 12 月 31 日	框架协议
18	上海虬腾	沛县糖烟酒采购供应站	2017 年 1 月 1 日-2017 年 12 月 31 日	框架协议
19	上海虬腾	北京糖业烟酒集团有限公司	2017 年 6 月 21 日-2017 年 9 月 30 日	具体合同
20	上海虬腾	北京糖业烟酒集团有限公司	2017 年 6 月 21 日-2017 年 9 月 30 日	具体合同
21	华致精品	北京力高伟业商贸有限公司	2017 年 1 月 1 日-2017 年 12 月 25 日	框架合同

（三）借款合同

单位：万元

序号	贷款银行	合同签订日	借款期限	借款人	借款金额	借款利率	担保方式
1	长沙银行股份有限公司南城支行	2016年10月18日-	2016年10月18日-2017年10月16日	华致酒行	5,000.00	5.000%	保证
2	广发银行股份有限公司长沙分行	2016年12月29日	2016年12月30日-2017年12月29日	华致酒行	5,000.00	4.785%	保证
3	中国建设银行股份有限公司长沙华兴支行	2016年12月20日	2016年12月20日-2017年12月20日	华致酒行	5,000.00	4.5675%	保证
4	中国建设银行股份有限公司长沙华兴支行	2016年12月23日	2016年12月23日-2017年12月23日	华致酒行	7,000.00	4.5675%	保证
5	中国建设银行股份有限公司长沙华兴支行	2017年6月22日	2017年6月22日-2018年6月21日	华致酒行	3,000.00	4.3500%	保证
6	长沙银行股份有限公司南城支行	2017年7月4日	2017年7月4日-2018年1月3日	华致酒行	2,000.00	5.0025%	保证
7	长沙银行股份有限公司南城支行	2017年7月11日	2017年7月11日-2018年1月10日	华致酒行	3,000.00	5.0025%	保证
8	长沙银行股份有限公司南城支行	2017年9月12日	2017年9月12日-2018年9月11日	华致酒行	2,966.00	5.0025%	保证

（四）授信合同

单位：万元

序号	合同编号	授信银行	合同签订日	授信期限	被授信人	授信金额（万元）	担保情况
1	（2016）长银综授额字第000076号	广发银行股份有限公司长沙分行	2016 年 12 月 29 日	2016 年 12 月 27 日-2017 年 12 月 26 日	华致酒行	5,000.00	华泽集团
2	C201304090005	长沙银行股份有限公司南城支行	2017 年 9 月 8 日	2017 年 9 月 4 日-2018 年 9 月 3 日	华致酒行	13,000.00	华泽集团、吴向东、唐莉
3	公授信字第 ZH170000018544 号	中国民生银行股份有限公司成都分行	2017 年 2 月 17 日	2017 年 2 月 17 日-2018 年 2 月 16 日	上海虬腾	5,000.00	-

（五）担保合同

单位：万元

序号	债权人	担保方/质押方	债务人	合同编号	最高债权额	合同签订日	合同期限
1	广发银行股份有限公司长沙分行	华泽集团	华致酒行	（2016）长银综授额字第000076 号-担保01	5,000.00	2016 年 12 月 29 日	自主合同债务人履行债务期限届满之日起两年
2	中国建设银行股份有限公司长沙华兴支行	华泽集团	华致酒行	16-1233-16-保	5,000.00	2016 年 12 月 20 日	主债务履行期届满之日（2017 年 12 月 20 日）后两年
3	中国建设银行股份有限公司长沙华兴支行	华泽集团	华致酒行	16-1233-19-保	7,000.00	2016 年 12 月 23 日	主债务履行期届满之日（2017 年 12 月 23 日）后两年
4	长沙银行股份有限公司南城支行	华泽集团/吴向东/唐莉	华致酒行	0727201708233 06281/ 0727201708233 06259/ 0727201708233 06260	13,000.00	2017 年 9 月 8 日	主债务履行期届满之日起两年
5	中国建设银行股份有限公司长沙华兴支行	华泽集团	华致酒行	17-1233-07-保	3,000.00	2017 年 6 月 22 日	主债务履行期届满之日（2018 年 6 月 22 日）后两年

序号	债权人	担保方/质押方	债务人	合同编号	最高债权额	合同签订日	合同期限
6	中国民生银行股份有限公司成都分行	上海虬腾	上海虬腾	（公高质字第DB1700000012864号）	5,000.00	2017年2月17日	主债务履行期届满之日（2018年2月16日）后两年

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，除对本公司的子公司江苏中糖担保外，公司不存在其他对外担保情况。

三、诉讼、仲裁及行政处罚情况

截至本招股说明书签署日，本公司存在一起尚未了结的劳动争议仲裁案件以及一起尚未了结的诉讼案件，具体如下：

（一）劳动争议仲裁案件

申请人	被申请人	受理仲裁单位	申请时间	申请事项	案件状态
王珉	本公司、洛阳华致酒业有限公司	洛阳市劳动争议仲裁委员会	2013年9月1日	1、确认发行人解除王珉的劳动合同内容无效； 2、发行人支付王珉拖欠工资及资金共计84,600元； 3、发行人支付王珉违法解除劳动合同经济补偿金92,500元； 4、发行人为王珉办理档案及社会保险转移手续并使其享受失业待遇或支付其失业待遇损失5,952元。 上述各项赔偿及补偿合计183,052元	中止

截至本招股说明书签署日，洛阳市劳动争议仲裁委员会并未对上述案件做出任何裁决或下发中止仲裁的相关文件，申请人王珉也并未就本案向人民法院提起任何诉讼，本案已实际中止三年以上。

发行人律师认为，上述未决仲裁涉及金额较小，且自2013年10月至今未继续审理或移交人民法院提起诉讼，对发行人本次发行并上市不构成重大不利影响。

发行人保荐机构认为，上述未决仲裁涉及金额较小，且自2013年10月至招

股说明书签署日未继续审理或移交人民法院提起诉讼，对发行人本次发行并上市不构成重大不利影响。

（二）诉讼案件

原告	被告	受理法院	起诉时间	案由	诉讼请求	目前进展
厦门巷深进出口有限公司	发行人、陈香商务	北京市西城区人民法院	2017 年 6 月 29 日	侵害商标权纠纷	1.判令二被告立即停止销售克里帝斯商标品牌葡萄酒； 2.判令被告向原告赔偿损失 100 万元； 3.由被告承担本案诉讼费及原告因维权所支出的公证、差旅、律师费等一切费用共计 8 万元。	法院以立案，尚未开庭

上述商标权纠纷的产品为发行人及陈香商务销售澳大利亚 Curtis Family Vineyards 生产的克里帝斯商标品牌葡萄酒，发行人及陈香商务为通过 Curtis Family Vineyards 在澳大利亚的正规授权经销商进口，为正规渠道进货，且发行人及陈香商务自 2015 年 1 月至 2017 年 6 月销售上述产品的金额为 13,298.91 元，销售金额较小，目前发行人及陈香商务已不再销售该等产品；经发行人与 Curtis Family Vineyards 确认，原告方厦门巷深进出口有限公司为 Curtis Family Vineyards 在中国境内授权经销商，但并非为 Curtis Family Vineyards 在中国申请该等产品商标的授权方。因发行人及陈香商务已不再销售该等产品，上述诉讼对发行人业务影响较小。

四、发行人控股股东、实际控制人、控股子公司、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东、实际控制人、控股子公司、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东、实际控制人最近三年内不存在重大违法行为

五、发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及刑事诉讼的情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

第十二节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

董事签名：

吴向东　颜 涛　彭宇清

朱 琳　罗永红　许 磊

雷光勇　郭国庆　马 勇

监事签名：

皮文湘　贺 明　张 静

高级管理人员签名：

彭宇清　张儒平　梁芳斌

杨 强　黄 飞

华致酒行连锁管理股份有限公司

2017年 10月 18日

保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

法定代表人：

刘建武

保荐代表人：

李 锋

邹 扬

项目协办人：

张素贤

西部证券股份有限公司

2017年10月18日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

经办律师：

龚牧龙

马天宁

律师事务所负责人：

王 玲

北京市金杜律师事务所

2019 年 10 月 18 日

会计师事务所声明

大华特字[2017] 003703 号

本所及签字注册会计师已阅读华致酒行连锁管理股份有限公司招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告（大华审字[2017]007713 号）、内部控制鉴证报告（大华核字[2017]003540 号）以及非经常性损益鉴证报告（大华核字[2017]003539 号）无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及非经常性损益鉴证报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：

签字注册会计师：

梁春

陈静

李永伟

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇一七年 10 月 18 日

资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具《华致酒行连锁管理有限公司改制为股份有限公司项目资产评估报告书（中企华评报字【2010】第 617 号）的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

注册资产评估师：

凌茂书

余文庆

资产评估机构负责人：

权忠光

北京中企华资产评估有限责任公司

2011 年 10 月 18 日

验资机构声明

大华特字[2017] 003704 号

本机构及签字注册会计师已阅读华致酒行连锁管理股份有限公司招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的大华验字[2017]000224 号验资报告、大华核字[2017]001867 号设立出资验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明中引用的验资报告及设立出资验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：

梁春

签字注册会计师：

陈静　　李永伟

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇一七年 八月 八日

第十三节 备查文件

一、备查文件

以下文件将置备于本公司和保荐人（主承销商）的办公地点，以备投资者查阅。

（一）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告；

（二）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；

（三）发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；

（四）财务报表及审计报告；

（五）内部控制鉴证报告；

（六）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（七）法律意见书及律师工作报告；

（八）公司章程（草案）；

（九）中国证监会核准本次发行的文件；

（十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间及地点

查阅时间：每周一至周五上午 9:00-12:00，下午 13:30-17:30

查阅地点：

（一）发行人：

地址：北京市东城区白桥大街 15 号嘉禾国信大厦 8 楼

电话：010-56969898

传真：010-56969955

联系人：张儒平

（二）保荐机构（主承销商）：

地址：陕西省西安市新城区东新街 319 号 8 幢 10000 室

电话：029-87406043

传真：029-87406134

联系人：邹扬