

舍得酒业股份有限公司 关于网络传闻的说明公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

重要内容提示：

- 近日有网络传闻“天洋控股集团持有的沱牌舍得集团股权遭司法冻结”等类似信息。
- 经书面问询，公司获知上述司法冻结事项系公司间接控股股东天洋控股集团有限公司因正常商业合同纠纷而涉及正常的香港仲裁程序及相关资产保全措施所致，对本公司日常经营无影响，对本公司控制权亦不构成实质性影响。

一、传闻简述

2019年11月18日，公司关注到网络传闻“舍得酒业的实际控制人天洋控股集团持有的沱牌舍得集团股权遭司法冻结。”

二、澄清说明

经向公司间接控股股东天洋控股集团有限公司（以下简称“天洋控股集团”）书面问询，现将有关情况说明如下：

（一）关于司法冻结事项情况说明

1、纠纷基本情况

成功（中国）大广场（以下简称“成功集团”）和北京天洋国际控股有限公司、天洋控股集团（以下简称“天洋集团”）于2015年12月26日签署了《在建工程转让协议》，协议约定成功集团以20.8亿元的价格将位于三河市燕郊的“成功中国大广场休闲娱乐项目”在建工程转让给天洋集团，天洋集团按照约定将首笔转让款10.15亿元按时付给了成功集团后，经双方对交易事项的进一步确定，并购尾款的金额调整为9.74亿元，但由于居民安置、阻工等经济损失未达成一

致，导致天洋集团与成功集团一直协商未果。

2、仲裁及保全

2018年1月19日，成功集团向香港国际仲裁中心提起仲裁，诉求天洋集团支付剩余合同款9.74亿元，香港国际仲裁中心正式受理了本案，截止2019年11月18日，本案尚未开庭审理。

由于香港国际仲裁中心已受理本案，北京市第三中级人民法院下达（2019）京03财保153号民事裁定书，裁定保全天洋控股集团持有的四川沱牌舍得集团有限公司70%股权等资产。

3、后续安排

（1）天洋集团继续积极与成功集团商谈，争取就合同尾款数额最终达成共识，并协商解决争议。

（2）由于保全涉及的四川沱牌舍得集团有限公司等几家公司股权价值已达200多亿元，严重超出案涉争议金额，天洋集团将向人民法院提起复议等方式释放出超额保全的财产。

（3）通过担保等方式解除四川沱牌舍得集团有限公司70%股权的保全。

（二）关于公司经营情况说明

1、关于产能利用率不足的说明

2018年，公司设计产能为4.3万千升，实际产能1.13万千升，产能利用率为26.25%，销量为1.20万千升，产销率为106.28%。公司产能利用率较低主要系战略调整期的暂时性现象。2016年实际控制人变更后，公司实施了“优化生产、颠覆营销”的战略调整，对产销量较大的“沱牌”系列中低端产品进行了品类聚焦和品牌重塑，重点打造沱牌天曲、沱牌特曲、沱牌优曲等单品，导致沱牌系列产品近两年产销量下降较多，公司的产能利用率相应下降。经过战略调整，“沱牌”产品转向以零售价80-300元的中档酒为主，形成了沱牌天曲、沱牌特区、沱牌优曲三大主打品类，品牌的市场知名度及美誉度大幅提升，初步实现了品牌重塑。未来几年，为实现进入白酒行业第一阵营的发展目标，公司将继续实施“舍得+沱牌”双品牌战略，并从2019年起加大“沱牌”系列酒的市场推广力度，中端“沱牌”产品的销量预计快速回升。

关于公司产能利用率不足说明的具体内容请详见公司于2019年7月16日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）发布的《舍得酒业和华泰联合证券关于〈

舍得酒业股份有限公司 2019 年度非公开发行股票申请文件反馈意见>之回复报告（修订稿）》。

2、关于存货较高的说明

公司存货构成中占比较大的是自制半成品基酒，占比近 90%，略高于同行业存货中基酒占比，但整体存货构成情况基本一致。公司自制半成品基酒储量较大的主要因素包括：

（1）早在 90 年代，公司主要以销售沱牌酒为代表低档产品，年销量达到 10 万千升以上。2000 年以后，因白酒消费税政策的调整，公司低档酒销售处于微利或亏损状态，公司开始实行产品转型升级，但由于机制体制的限制，加上“重生产、轻营销”的思维，未能抓住市场机遇，导致销量下滑，库存优质基酒逐年增加。

（2）2016 年实际控制人变更以来，公司实施“优化生产，颠覆营销”战略，梳理精简产品品种、规格，逐步淘汰沱牌系列老产品，聚焦沱牌天曲、沱牌特曲、沱牌优曲、沱牌大曲等重点产品，增强沱牌品牌张力，同时优化产品结构，聚焦舍得高端品牌，在收入增加的同时销量减少，基酒库存量增加。但随着沱牌天曲、特曲、优曲等产品的市场培育逐渐成熟，未来的基酒需求增长，保持较高基酒储量，是未来公司销售放量的必要基础保障。

（3）公司白酒产品在国家标准《地理标志产品舍得白酒》（GB/T 21820-2008）里，明确规定“基酒酒龄 5 年以上，调味酒酒龄 15 年以上”，这就要求公司基酒的数量也至少 5 倍于当期销量。同时，公司在 2016 年改制后，推出以陈香型吞之乎为代表的白酒超高端产品，其对基酒酒龄的要求更高，达到了 20 年。因此，公司需要更多的半成品基酒数量来保证企业未来的可持续、高质量增长。

关于公司存货较高说明的具体内容请详见公司于 2019 年 7 月 16 日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）发布的《舍得酒业和华泰联合证券关于<舍得酒业股份有限公司 2019 年度非公开发行股票申请文件反馈意见>之回复报告（修订稿）》。

3、关于货币资金和短期借款较高的说明

（1）货币资金情况

截至 2019 年 9 月 30 日公司货币资金 13.82 亿元，其中受限资金余额 4.47

亿元，包括四川天马玻璃有限公司货币资金 1.48 亿元（天马公司系公司控股子公司，其货币资金上市公司不能安排使用）、其他货币资金 2.99 亿元（为签发承兑汇票保证金），可用资金余额为 9.35 亿元，具体情况如下：

项目	余额（亿元）
银行存款	10.83
其中：天马公司	1.48
其他货币资金	2.99
合计	13.82

（2）货币资金储备合理性

季度流动资金使用情况

项目	季度平均额度（亿元）
采购资金	2.01
工资	1.17
税费	1.77
广告宣传投入	0.58
合计	5.53

注：按前三季度资金Usage情况进行平均测算

鉴于民企融资难，为保证公司的正常运转，公司需准备 2 个季度的周转用流动资金，即需要准备 11.06 亿元。目前公司账面可动用的流动资金余额为 9.35 亿元，从公司的经营资金开支情况来看公司账面的资金余额是合理的。另外 2016 年公司改制以来，为大力传播舍得品牌文化，公司加大了舍得艺术中心、舍得博物馆等基础建设投入，累计投入约 4.90 亿元。

（3）考虑企业发展的资金储备

1) 公司改制后，进入快速发展期，同时面临宏观经济下行的外部形势，为保持主营业务增长，作为全国性的知名品牌迅速覆盖全国市场，需加大广告宣传及市场渠道建设投入，账面要保持充足的资金；

2) 公司发挥老基酒在行业最多的优势，抢抓老酒的发展趋势和机遇，在实施老酒战略，提出了“每一瓶都是老酒”的概念，要将相当比例的坛储老酒变成瓶装老酒，腾出老基酒库容恢复产能，因此需要大量的资金储备实施老酒战略，计划每年储备成品老酒 3-5 亿元；

3) 公司为了快速提升舍得品牌形象，做好消费者的体验和传播，开始实施

新的品牌战略，学习青岛“啤酒节”的成功经验，今年“国庆节”期间举办了第一届“白酒节”，以此带动常年的工业旅游，并推动白酒艺术小镇的建设，需要保持充足资金准备；

4) 为协调银企长期合作关系，拓宽融资渠道，需保持银行融资业务，若归还银行借款后不能保证公司正常资金流转及公司基础建设。

综上，公司在账上有 13.82 亿元的货币资金的情况下，保有 8.36 亿元的短期借款的情况具有合理性。经公司自查，不存在被天洋控股集团占用的情形。

三、司法保全事项对上市公司的影响

上述间接控股股东资产司法保全事项对公司日常经营无影响，对公司控制权亦不构成实质性影响。

公司郑重提醒广大投资者：《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》及上海证券交易所网站为公司指定的信息披露报刊和网站，公司发布的信息以在上述指定报刊和网站刊登的公告为准。敬请广大投资者理性投资，注意风险。

特此公告。

舍得酒业股份有限公司董事会

2019年11月19日