

青海互助青稞酒股份有限公司

关于对深圳证券交易所 2019 年年报问询函回复的公告

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

青海互助青稞酒股份有限公司（以下简称“公司”、“青青稞酒”）于近日收到深圳证券交易所中小板公司管理部下发的《关于对青海互助青稞酒股份有限公司 2019 年年报的问询函》（中小板年报问询函【2020】第 365 号），（以下简称“问询函”），针对问询函提及事项，公司已向深交所做出书面回复，现将回复内容公告如下：

一、报告期内，你公司实现营业收入 12.54 亿元，同比下降 7.04%；实现归属于上市公司股东的净利润（以下简称“净利润”）0.36 亿元，同比下降 66.42%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（以下简称“扣非后净利润”）0.19 亿元，同比下降 80.12%；实现经营活动产生的现金流量净额（以下简称“现金净流量”）-1.08 亿元，同比下降 202.28%。

（一）请你公司结合行业发展、市场供求、收入与成本、期间费用、自身产能利用率等因素，说明报告期内净利润、扣非后净利润均大幅下降的原因。

回复：

1、行业发展、市场供求情况

从白酒行业数据看，规模以上企业数量连续三年减少，总产量连续三年降低，总收入连续三年增长，总利润连续三年增长，行业总体呈现“两降两升”的趋势，反应出以下发展特点：

一是白酒产量占整体酒业产量的比重持续降低，2019 年白酒产量 785.9 万升，仅占酒业产量的 16%，是近年来的最低值。

二是产业集中度大幅提升，利润集中度高。消费者更加注重品牌和品质，高端消费重品牌，

中低端消费重性价比，消费者选品更加理性。

三是低端产品去包装化。大众的日常自饮、非正式宴席或政商务接待用酒更多人选择高性价比的光瓶酒，外包装的低碳、环保和内在酒体高品质，将是未来中低档产品的发展趋势。

四是品牌与消费者的沟通渠道正在发生重点变革，短视频、直播等新的表达和沟通方式正在兴起，品牌传播渠道和表达方式也随之改变。

五是好酒机会窗口已打开。过去长期靠广告拉动品牌成长和销售增长的时代已经远去，当代的主流消费者更加注重自身的饮酒体验和感受，更加关注产品本质。特色产区、特色酒种将迎来更好的时代。

2、收入与成本

单位：万元

分产品	2019年			2018年			营业收入增减率
	营业收入	占营业收入比重	营业成本	营业收入	占营业收入比重	营业成本	
自有品牌青稞酒	113,008.57	90.14%	36,069.44	125,062.39	92.74%	37,778.21	-9.64%
其中：中高档青稞酒	86,506.51	69.00%	24,075.88	102,380.54	75.92%	27,669.59	-15.50%
其中：普通青稞酒	26,395.35	21.05%	11,897.36	22,649.15	16.80%	10,084.61	16.54%
其中：热巴青稞酒	106.71	0.09%	96.19	32.7	0.02%	24.02	226.33%
自有品牌葡萄酒	2,847.79	2.27%	1,595.16	2,710.33	2.01%	1,403.67	5.07%
其他品牌酒类	7,498.54	5.98%	6,494.40	6,113.45	4.53%	5,266.77	22.66%
其他业务	2,017.65	1.61%	445.21	974.59	0.72%	592.96	107.03%
合计	125,372.55	100.00%	44,604.21	134,860.76	100.00%	45,041.61	-7.04%

由于公司对消费者消费趋势把握不到位，重要节日期间消费提档的预期不足，高酒精度、中高档产品开发滞后，对次高端引领下的渠道分级管理及资源聚焦管理不够，2019年度，营业收入较上年同期下降7.04%。

3、期间费用

单位：万元

项目	2019年度	2018年度
销售费用	40,563.75	36,588.06
管理费用	15,024.86	14,339.86
研发费用	1,826.90	1,670.13
期间费用小计	57,415.51	52,598.05
营业收入	125,372.55	134,860.75
期间费用占营业收入比例	45.80%	39.00%

公司持续加大消费者运营等方面的投入，其中广告宣传费、职工薪酬增幅较大，较上年同期分别增加2,530万元、2,626.02万元，期间费用较上年同期增加4,817.46万元，增幅为9.16%。

4、自有品牌青稞酒产能利用率

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
产能（吨）	35,000	35,000	35,000
产量（吨）	17,916.79	16,943.96	17,460.05
产能利用率	51.19%	48.41%	49.89%

综上，结合行业发展、市场供求、收入与成本、期间费用、自身产能利用率等因素，报告期内净利润、扣非净利润下降的原因如下：

（1）由于公司对消费者消费趋势把握不到位，重要节日期间消费提档的预期不足，高酒精度、中高档产品开发滞后，对次高端引领下的渠道分级管理及资源聚焦管理不够，2019 年度，营业收入较上年同期下降 7.04%，净毛利润下降 9,050.75 万元；

（2）公司持续加大消费者运营和市场促销人工等方面的投入，其中广宣费用、职工薪酬较上年同期分别增加 2,530 万元、2,626.02 万元；加之，本年度，公司控股子公司西藏纳曲青稞酒业有限公司纳入公司合并范围，其正处于产品导入、市场拓展期，尚未盈利；2019 年度归属于上市公司股东的净利润同比下降 66.42%。

（3）扣非后净利润

2019 年 1-12 月扣除非经常性损益的净利润如下：

单位：万元

项目	2019 年	2018 年	增减幅
归属于上市公司股东的净利润	3,611.83	10,757.46	-66.42%
非经常性损益金额	1,718.17	1,231.04	39.57%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,893.65	9,526.42	-80.12%

非经常性损益具体明细如下：

单位：万元

项目	2019 年金额	2018 年金额
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）	9.42	21.63
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	1,607.51	597.08
委托他人投资或管理资产的损益	727.35	1,585.15
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-254.45	-512.83
减：所得税影响额	371.27	460.17
少数股东权益影响额（税后）	0.40	-0.18
合计	1,718.17	1,231.04

2019 年度归属于上市公司股东的净利润同比下降 66.42%，非经常性损益同比增长 39.57%，主要系报告期内计入当期损益的政府补助增加所致，2019 年度归属于上市公司股东的扣除非

经常性损益的净利润同比下降 80.12%。

(二) 请你公司说明现金净流量大幅下降的原因及合理性，以及是否与营业收入、净利润的变动趋势、幅度相匹配。

回复：

1、2019 年 1-12 月经营活动现金流量明细

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	增长额	增长率
销售商品、提供劳务收到的现金	144,256.03	159,094.10	-14,838.07	-9.33%
收到其他与经营活动有关的现金	2,387.79	4,165.56	-1,777.77	-42.68%
经营活动现金流入小计	146,643.82	163,259.66	-16,615.84	-10.18%
购买商品、接受劳务支付的现金	64,931.41	61,691.93	3,239.48	5.25%
支付给职工以及为职工支付的现金	27,781.25	25,701.91	2,079.34	8.09%
支付的各项税费	35,279.61	37,676.69	-2,397.08	-6.36%
支付其他与经营活动有关的现金	29,493.82	27,588.06	1,905.76	6.91%
经营活动现金流出小计	157,486.09	152,658.59	4,827.50	3.16%
经营活动产生的现金流量净额	-10,842.27	10,601.07	-21,443.34	-202.28%

2019 年度，公司经营活动现金净流量-10,842.27 万元，较上年同期减少 21,443.34 万元，减幅为 202.28%，主要原因如下：

(1) 报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金减少 14,838.07 万元；收到往来款项等其他经营活动现金减少 1,777.77 万元；

(2) 报告期内，支付青稞等原辅材料、包装材料款较上年同期增加 3,239.48 万元；支付广告费、物流费等费用较上年同期增加 1,905.76 万元。

2、2019 年度现金流量表补充资料如下：

补充资料	2019 年度	2018 年度
1. 将净利润调节为经营活动现金流量：	--	--
净利润	2,156.79	10,177.76
加：信用减值损失	69.92	0
资产减值准备	8.39	125.77
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	7,233.76	6,376.38
无形资产摊销	515.04	477.73
长期待摊费用摊销	273.61	301.7
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）	-4.95	-21.63
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	-4.47	0
财务费用（收益以“-”号填列）	230.6	413.25
投资损失（收益以“-”号填列）	-694.65	-1,119.69

递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-178.11	-285.31
存货的减少（增加以“-”号填列）	-13,977.95	-10,694.11
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	3,348.82	-5,708.97
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-9,819.09	10,558.19
经营活动产生的现金流量净额	-10,842.27	10,601.07
2. 不涉及现金收支的重大投资和筹资活动：		
3. 现金及现金等价物净变动情况：		
现金的期末余额	38,730.99	48,985.96
减：现金的期初余额	48,985.96	33,533.57
现金及现金等价物净增加额	-10,254.98	15,452.39

2019年度，公司营业收入同比下降7.04%，归属于上市公司股东的净利润同比下降66.42%，经营活动产生的现金流量净额同比下降202.28%，现金净流量与营业收入、净利润的变动趋势、幅度差异的主要原因如下：

（1）报告期内，长期资产折旧和摊销8,022.41万元，较上年同期增加866.60万元；

（2）存货期末较年初增加13,977.95万元；

（3）报告期内，公司为了加强与供应商的合作关系，使双方的合作具有长期可发展性，优化了应付账款结算办法，经营性应付期末较年初减少9,819.09万元。

综上，现金净流量真实反应公司当年的实际经营情况，是合理的。

二、报告期末，你公司存货余额为9.24亿元，同比增长17.86%，占流动资产比例为66.87%。报告期内计提存货跌价准备8.39万元。

（一）请你公司说明报告期内存货余额增长的原因。

回复：

优质青稞原酒在陈化老熟时间上要求至少3年或以上。在成品勾调环节，勾调用老酒组分就越多，青稞酒质量档次越高；勾调用老酒组分就越少，质量档次越低。优质青稞原酒的储备是企业发展的核心竞争力，也为公司中高端产品品质的充分实现提供保证，增强消费者认可度，夯实公司在青稞酒行业的龙头地位，助力公司品牌形象升级战略的实施。

基于以上公司战略及安定厂区1.5万吨原酒产能逐步释放，报告期末，存货余额较期初增加1.4亿，主要为在产品-原酒较期初增加1.05亿，其增长金额在存货余额整个增幅中占比达75.00%。报告期末，存货构成如下：

单位：万元

项目	2019年	2018年	账面余额	
	账面余额	账面余额	增长额	增长率

原材料	15,987.64	15,327.82	659.82	4.30%
在产品	56,198.18	44,262.42	11,935.76	26.97%
其中：在产品-原酒	51,086.26	40,622.49	10,463.77	25.76%
其中：在产品-散酒	3,102.42	1,801.66	1,300.75	72.20%
其中：在产品-葡萄酒	2,009.50	1,838.26	171.24	9.32%
库存商品	20,231.87	18,837.21	1,394.66	7.40%
周转材料	11.38	15.28	-3.90	-25.52%
合计	92,429.07	78,442.73	13,986.34	17.83%

(二) 请结合行业特征、产品价格等因素,说明你公司存货占流动资产比例较高的原因及合理性,以及存货跌价准备计提的充分性。请年审会计师发表明确意见。

回复:

1、公司存货占流动资产比例较高的原因及合理性:

(1) 同行业可比公司存货占流动资产的比例

单位: 万元

项目	青青稞酒		酒鬼酒		金徽酒		水井坊		金种子酒	
	账面价值	占流动资产比								
存货合计	92,375.00	66.87%	93,293.73	37.82%	84,804.04	59.90%	152,003.92	49.95%	83,779.61	36.39%
其中: 原材料	15,987.64	11.57%	4,775.33	1.94%	7,054.50	4.98%	2,338.28	0.77%	3,674.87	1.60%
其中: 在产品	56,198.18	40.68%	70,267.16	28.48%	63,246.04	44.67%	133,159.38	43.76%	71,412.80	31.02%
其中: 库存商品	20,177.80	14.61%	18,251.24	7.40%	14,109.02	9.97%	15,386.19	5.06%	7,128.46	3.10%
流动资产合计	138,139.73	100.00%	246,681.99	100.00%	141,584.30	100.00%	304,292.04	100.00%	230,208.11	100.00%

(2) 公司近三年存货占流动资产的比例

单位: 万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
存货	92,375.00	78,397.05	67,702.94
流动资产合计	138,139.73	153,558.01	127,024.71
存货占流动资产的比例	66.87%	51.05%	53.30%

(3) 同行业可比公司存货周转率

证券简称	2019 年度	2018 年度
青青稞酒	52.24%	61.66%
酒鬼酒	38.34%	31.40%
金徽酒	81.16%	91.68%
水井坊	42.33%	45.14%
金种子酒	73.35%	101.94%

公司存货周转率在同行业可比公司内属于正常水平范围。

(4) 公司存货占流动资产比例较高的原因及合理性

2017-2018 年期末，公司存货占流动资产的比例分别为 51.05%、53.30%，与同行业可比公司差异不大。

2019 年期末，存货占流动资产的比例 66.87%。主要原因：

1) 2018 年公司安定厂区 1.5 万吨原酒产能逐渐释放，2019 年期末在产品-原酒较期初增加 1.05 亿元，增幅 25.76%。符合公司酿好酒、多储酒的战略。

2) 2019 年，公司对勾调后的半成品（大单品系列）进行一定时间的陈酿，再包装为成品酒。2019 年末在产品-散酒较期初增加 1,300.75 万元，增幅为 72.20%。此工艺对于公司大单品系列酒体的稳定和一致性起到了积极作用，有利于不断提升公司口碑。

3) 加之，基于天佑德青稞酒原料青稞的独特性，青稞是特别耐寒的作物，是青藏高原一年一熟的高寒农业区的主要粮食作物，公司需要在其收获期一次性收储。

综上，结合行业特征，公司产品工艺改进、原料特性，公司 2019 年存货占流动资产比例高符合青稞酒生产工艺要求和行业规律，是合理的。

2、存货跌价准备的计提的充分性：

(1) 同行业可比公司存货跌价准备计提额及计提比例

单位：万元

证券简称	账面余额	跌价准备	计提比例
青青稞酒	20,231.87	54.07	0.27%
酒鬼酒	19,514.44	1,263.20	6.47%
金徽酒	14,145.30	36.28	0.26%
水井坊	15,937.75	551.56	3.46%
金种子酒	8,635.66	1,507.21	17.45%

同行业可比公司存货跌价计提比例较低，公司存货跌价计提比例符合行业规律。

(2) 产品价格

公司为全国最大的青稞酒生产厂家，产品价格近几年保持稳定，没有大的波动。

(3) 产品毛利率

产品	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中高档青稞酒	72.17%	72.97%	73.50%
普通青稞酒	54.93%	55.47%	56.05%

近三年，公司中高档青稞酒的毛利率均保持在 72%以上，普通青稞酒保持在 55%左右，公司青稞酒产品的毛利率较高。公司存货主要为青稞原酒、成品酒，白酒具有“年份越久，价值越高”的特性，存货跌价风险较低。

（4）存货跌价准备的计提方法

资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备。

在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

1) 产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，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。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。

2) 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。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。

3) 存货跌价准备一般按单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。

4) 资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。

（5）公司按照企业会计准则规定，

1) 对于产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，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。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。

2) 对于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。

如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。

综上所述，结合同行业可比公司、产品价格，计提方法，公司期末存货跌价准备的计提是充分的。

会计师意见：

通过实施实质性检查及分析程序、与管理层讨论变化原因并检查其支持性证据、查阅可比公司公开信息等程序：

青青稞酒披露的：

(1) 报告期内存货余额增长的原因；

(2) 报告期内存货占流动资产比例较高的原因及合理性，存货跌价准备计提的充分性；均与实际相符。

三、报告期末，你公司其他流动资产余额为 435.98 万元，同比减少 97.25%。请你公司列示报告期内其他流动资产变动明细，并说明其大幅减少的原因。

回复：

1、报告期末，公司其他流动资产变动明细如下：

单位：万元

项目	期末余额	期初余额	增长额	增长率
待抵扣进项税	226.90	649.70	-422.80	-65.08%
预交所得税		10.40	-10.40	-100.00%
预交销售税	209.08	192.40	16.68	8.67%
银行理财		15,000.00	-15,000.00	-100.00%
合计	435.98	15,852.50	-15,416.52	-97.25%

2、报告期末，其他流动资产减少的原因

报告期末，公司其他流动资产较期初减少 15,416.52 万元，减幅为 97.25%，主要原因为公司购买的保本型理财产品到期收回。

四、报告期末，你公司固定资产中存在未办妥产权证书的固定资产 4.45 亿元，占固定资产比例为 37.87%。请你公司说明上述未办妥产权证书的固定资产的建成时间、投入使用情况、相关产权证书办理进度、尚未取得产权证书的原因以及对公司的影响，并说明相关会计处理是否符合《企业会计准则》的有关规定。请年审会计师发表明确意见。

回复：

1、未办妥产权证书房产的基本情况

序号	房产	地址	所属公司	原值（元）	占比（%）	是否投入使用
1	安定厂区（新厂区）房产	青海省海东市互助县绿色产业园区	青青稞酒	239,122,393.84	53.74	是
2	西藏天佑德青稞酒业有限责任公司二期房产	拉萨经济技术开发区林琼岗路以西、塔杰路以北	全资子公司西藏天佑德青稞酒业有限责任公司	16,921,818.03	3.80	是
3	西宁萨尔斯堡房产	青海省西宁市城北区海西路 57 号	青青稞酒、全资子公司青海互助青稞酒销售有限公司	47,121,763.78	10.59	否
4	兰州商会大厦办公楼	甘肃省兰州市城关区雁北街道雁园路 601 号	青青稞酒	34,078,792.91	7.66	是
5	威远镇古城村房产（空瓶库、物流库）	青海省海东市互助县威远镇古城村	青青稞酒	55,830,541.74	12.55	是
6	总厂区部分房产	青海省海东市互助县威远镇西大街 6 号	青青稞酒	51,894,754.37	11.66	是

除上表中第 3 项房产外，其他房产均已投入使用。

2、未办妥产权证书房产的建成时间、相关产权证书办理进度及尚未取得产权证书的原因

(1) 上述第 1 项房产，系公司“年产 1.5 万吨青稞原酒及陈化老熟技改项目”所建房产，于 2016 年底建设完成并 2017 年 1 月开始计提折旧，目前该房产正在进行备案登记流程，备案登记完成后办理产权证，预计 2020 年度可办理完成。

(2) 上述第 2 项房产于 2014 年 12 月、2016 年 10 月分别建成并计提折旧，公司全资子公司西藏天佑德青稞酒业有限责任公司已将办理产权的资料上报至相关部门审核，预计 2020 年度可办理完成。

(3) 上述第 3 项房产，系公司及全资子公司青海互助青稞酒销售有限公司向开发商宁夏中房集团西宁房地产开发有限责任公司购买的房产，目前该房产正在进行改造，尚未完工，待工程竣工验收完成后办理房屋产权证书，公司将督促开发商及时办理产权证书。

(4) 上述第 4 项房产，系公司向开发商甘肃远志置业投资管理有限责任公司购买的房产，开发商已于 2018 年 12 月将房产交付给公司，公司已实际占有、使用该房产并计提折旧。开发商已就该房产取得房屋产权证书，目前双方正在办理过户手续，预计 2020 年度可办理完成。

(5) 上述第 5 项房产，于 2013 年初建成并计提折旧，因当地消防验收政策变更，消防验收未完成，待验收通过后继续申请办理产权证书。

(6) 上述第 6 项房产中的天佑德青稞酒文化广场独栋建筑（游客服务中心），系公司向开发商青海华奥房地产开发有限公司暨关联方购买的房产，开发商已于 2016 年 12 月将房产交付给公司，公司已实际占有、使用该房产并计提折旧。开发商已就该房产取得房屋产权证书，目前双方正在办理过户手续，预计 2020 年度可办理完成。

(7) 上述第 6 项其他房产，具体为天佑德酒作坊及附属人防工程（2016 年底建成）、青稞酒展示中心（2016 年底建成）、消防综合楼（2016 年底建成）、综合楼（食堂，2012 年建成）、变电所（2014 年底建成）、公厕（2014 年底建成）、公共卫生间（2016 年底建成）。公司拟将综合楼（食堂）对外出售，其他房产的产权证书办理正在陆续推进中。

3、对公司的影响

公司未办妥产权证书房产的产权证书正在办理过程中，上述房产由于未取得产权证书的原因被拆除或改变用途的可能性较小，未办妥产权证书不会影响公司的生产经营。

会计师意见：

通过调查产权证书办理情况、检查公司账面记录等，我们认为：

(1) 青青稞酒披露的未办妥产权证书的固定资产的建成时间、投入使用情况、相关产权证书办理进度、尚未取得产权证书的原因以及对公司的影响符合实际情况；

(2) 青青稞酒相关会计处理符合会计准则规定。

五、报告期内，你公司销售费用为 4.06 亿元，同比增长 10.93%；管理费用为 1.50 亿元，同比增长 4.90%；研发费用为 0.18 亿元，同比增长 9.39%。你公司销售、管理和研发费用占营业收入比例为 45.80%。请你公司结合同行业情况、经营模式等因素说明上述期间费用增长且与营业收入变动幅度不一致的原因。

回复：

1、同行业可比公司情况

单位：万元

项目	2019 年度				
	青青稞酒	酒鬼酒	金徽酒	水井坊	金种子酒
销售费用	40,563.75	38,387.83	24,498.37	106,441.20	31,234.07
管理费用	15,024.86	14,651.53	14,663.45	24,980.96	10,118.67
研发费用	1,826.90	973.64	2,864.48	229.74	1,718.72
期间费用小计	57,415.51	54,013.01	42,026.31	131,651.90	43,071.46

营业收入	125,372.55	151,190.28	163,439.80	353,869.49	91,410.20
期间费用占营业收入的比例	45.80%	35.73%	25.71%	37.20%	47.12%
费用较上年增减	9.16%	13.11%	15.15%	16.88%	0.08%

项目	2018 年度				
	青青稞酒	酒鬼酒	金徽酒	水井坊	金种子酒
销售费用	36,588.06	34,591.83	22,938.11	85,433.73	31,398.68
管理费用	14,339.86	12,811.13	12,771.32	26,966.81	9,935.06
研发费用	1,670.13	351.02	788.06	242.51	1,702.09
期间费用小计	52,598.05	47,753.98	36,497.49	112,643.05	43,035.82
营业收入	134,860.75	118,688.39	146,241.26	281,906.26	131,456.45
期间费用占营业收入的比例	39.00%	40.23%	24.96%	39.96%	32.74%

2、经营模式

(1) 采购模式

公司材料采购物资主要有青稞、谷糠等原辅材料和酒瓶、纸箱等包装材料。原料上主要采用“公司+订单合同/保护价合同+农户”的采购模式，既保障了原料来源，又为当地农民增收致富做出了贡献；包装材料采取合格供应商名录制度，每期根据需要在合格供应商名录下进行采购，并且定期根据供应商的产品质量、交货期、价格、应变能力、地理位置等多重因素进行合格供应商的评价和名录更新工作。

(2) 生产模式

成品酒生产主要分为酿造、老熟、勾调和包装四个环节，采用以销定产的模式。

(3) 销售模式

公司在西北区域青海、甘肃、宁夏以及西藏采用全控价直销模式，其他区域市场实行半控价代理模式。销售货款主要采用先款后货的结算方式，有力保障公司充裕的现金流以及防止坏账的发生。

3、销售费用增长的原因

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	增长额	增长率
广告宣传及市场调研维护费	20,663.67	18,133.67	2,530.00	13.95%
职工薪酬	12,543.88	10,263.89	2,279.99	22.21%
运输及物流费用	4,417.86	5,037.85	-619.99	-12.31%
差旅及会务费	875.73	864.2	11.53	1.33%
办公及销售场所费用	2,050.48	2,259.36	-208.88	-9.25%
其他	12.14	29.09	-16.95	-58.27%
合计	40,563.75	36,588.06	3,975.69	10.87%

报告期内,为了应对多变的商业环境,公司持续加大消费者运营等方面的投入,具体如下:

(1) 基于活化 C 端,培育高端客户,加大了消费者品鉴,增加了渠道费用的促销投入及核心区域终端的品牌形象升级;

(2) 基于夯实青海根据市场,推进青甘一体化战略,加大了渠道人力配置和投入;

(3) 加大了线上渠道的投入。

4、管理费用增长的原因

单位:万元

项目	2019 年度	2018 年度	增长额	增长率
职工薪酬	5,662.54	5,488.39	174.15	3.17%
折旧及摊销	3,573.51	3,609.16	-35.65	-0.99%
中介机构费用	1,834.37	1,218.80	615.57	50.51%
业务招待费	1,210.73	1,015.79	194.94	19.19%
办公费	784.61	730.28	54.33	7.44%
取暖及水电费	345.68	382.16	-36.48	-9.55%
公共设施维护及维修支出	879	1,150.69	-271.69	-23.61%
检测与试验费	0	34.85	-34.85	-100.00%
差旅及会务费	364.51	538.59	-174.08	-32.32%
车辆使用费	204.97	211.16	-6.19	-2.93%
存货报废、盘盈及盘亏	136.76	-74.95	211.71	-282.47%
其他	28.18	34.95	-6.77	-19.37%
合计	15,024.86	14,339.86	685.00	4.78%

2019 年度为公司管理提升年,公司加大管理咨询方面的支出,中介机构咨询服务费较上年增加 615.57 万元;本年度建立较为完善的薪酬体系,实行多样化激励模式,职工薪酬额增长 174.15 万元。

5、研发费用增长的原因

单位:万元

项目	2019 年度	2018 年度	增长额	增长率
综合费用(人力、办公、劳保等)	1,267.34	1,095.18	172.16	15.72%
咨询服务费	291.78	0	291.78	100.00%
试验材料费	65.25	30.19	35.06	116.13%
折旧及摊销	130.56	184.93	-54.37	-29.40%
其他	71.97	359.84	-287.87	-80.00%
合计	1,826.90	1,670.13	156.77	9.39%

研发费用增长的原因:

2019 年度,公司主要开展了以下研究工作:围绕新产品开发与青稞酒品质提升研究、大曲品质提升研究、天酿工艺创新研究、青稞酒饮后舒适度研究、“天佑德 1 号”青稞品种育种研

究等开展研发工作。

本年度，研发费用增加 156.77 万元，主要是研发人员的薪酬及与外部机构合作研发的技术研发费等增加所致。

综上，2019 年度，白酒行业分化发展，基于公司推进青甘一体化、优化产品结构战略，上述期间费用增长且与营业收入变动幅度不一致，是基于战略需要，为了公司持续健康发展，是合理和真实的。

特此公告。

青海互助青稞酒股份有限公司董事会

2020 年 7 月 13 日