

公司代码：603369

公司简称：今世缘

江苏今世缘酒业股份有限公司
2017 年年度报告摘要

一 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 中汇会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司以 2017 年 12 月 31 日总股本 125450 万股为基数，向全体股东按每 10 股派发现金红利 2.50 元（含税），共计分配利润 31362.5 万元。以上利润分配预案需提交公司股东大会审议通过后实施。

二 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	今世缘	603369	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王卫东	夏东保
办公地址	江苏省淮安市涟水县高沟镇今世缘大道1号	江苏省淮安市涟水县高沟镇今世缘大道1号
电话	0517-82433619	0517-82433619
电子信箱	jsydb@163.com	xiadb@jinshiyuan.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

本公司主营业务为白酒生产和销售，拥有“国缘”、“今世缘”和“高沟”三个著名商标，其中，“国缘”、“今世缘”是“中国驰名商标”，“高沟”是“中华老字号”。“国缘”酒定位中国高端中度白酒创领者，“今世缘”酒定位喜庆缘分酒，“高沟”酒定位正宗苏派老名酒。

公司经营模式为“研发+采购+生产+销售型经营模式”。根据公司年度计划及市场需求，做好新产品、新酒体研发，并结合库存情况采购原材料，如酿酒原辅料、包装材料（箱、盒、标、瓶、盖）、煤炭等；生产按照制曲、酿酒、勾储、灌装的生产计划组织实施；销售模式分为经销模式和直销模式，经销模式针对的渠道为经销商，直销模式针对的渠道为团购、商超、酒店以及零售等。

白酒是中国传统蒸馏酒，工艺独特，在我国历史悠久，是中国传统文化的重要组成部分，是

人们生活的重要饮品。白酒行业是我国轻工业中食品工业的重要分支，根据中国证监会《2017 年 4 季度上市公司行业分类结果》，本公司归属“C15 酒、饮料和精制茶制造业”。国内白酒行业目前从业厂家多，不同企业产品具有一定差异，各区域消费习惯也有较大差异。

随着中国经济进入新时代，经济由高速增长转向高质量发展，社会主要矛盾转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分发展之间的矛盾，这将给行业竞争带来新的变化。白酒消费逐渐回归理性，企业之间的竞争更加专业化、细分化，一方面白酒产能过剩，供大于求，需要深入推进供给侧结构性改革；另一方面行业持续深度分化调整，不同企业间发展不均衡，酒企之间形成挤压式竞争，个体表现差异扩大。

在行业消费升级大趋势下，市场对企业的品牌、产品质量、食品安全要求更高，白酒消费由物质属性转变为重视以物质属性为基础的精神、文化属性附加。白酒企业必须追求高质量发展，只有品牌强、渠道好、文化底蕴深并能主动转型适应变化的企业，才能把握住机会，提升市场份额。根据上市公司 2017 年度三季报数据，公司综合经济效益处于白酒类上市公司前十位。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2017年	2016年		本年比上年 增减(%)	2015年	
		调整后	调整前		调整后	调整前
总资产	7,223,229,799.53	6,261,526,126.14	6,178,634,333.07	15.36	5,500,586,421.21	5,423,388,591.17
营业收入	2,952,210,040.36	2,554,378,047.06	2,554,378,047.06	15.57	2,424,919,303.12	2,424,919,303.12
归属于上市公司股东的净利润	895,876,928.00	757,875,925.85	754,161,989.43	18.21	687,598,333.69	685,251,481.96
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	874,531,151.99	733,638,803.70	733,638,803.70	19.20	667,686,519.20	667,686,519.20
归属于上市公司股东的净资产	5,262,345,914.71	4,678,996,074.14	4,614,472,898.02	12.47	4,094,495,648.29	4,033,686,408.59
经营活动产生的现金流量净额	1,001,278,836.73	949,297,639.48	924,566,261.30	5.48	710,770,339.61	702,215,455.93
基本每股收益(元/股)	0.7141	0.6041	0.6012	18.21	0.5481	0.5462
稀释每股收益(元/股)	0.7141	0.6041	0.6012	18.21	0.5481	0.5462
加权平均净资产收益率(%)	18.11	17.43	17.60	增加0.68个百分点	17.94	18.16

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	1,136,596,811.19	667,125,056.37	589,198,267.90	559,289,904.90
归属于上市公司股东的净利润	385,339,667.53	263,991,494.00	126,488,521.98	120,057,244.49
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	381,112,710.67	259,407,942.66	126,942,757.46	107,067,741.20
经营活动产生的现金流量净额	194,126,276.41	279,907,748.73	218,023,755.70	309,221,055.89

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

4 股本及股东情况

4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）	41,698						
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	30,296						
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）	0						
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）	0						
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有 限售 条件 的 股 份 数 量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
今世缘集团有限公司	0	561,049,038	44.72	0	质押	175,660,500	国有法人
上海铭大实业(集团)有限公司	-12,400,000	126,510,000	10.08	0	质押	61,900,000	境内非国有法人
周素明	0	45,000,000	3.59	0	无		境内

							自然人
涟水今生缘贸易有限公司	-3,906,300	41,093,700	3.28	0	质押	19,200,000	境内非国有法人
涟水吉缘贸易有限公司	-3,909,600	41,090,400	3.28	0	质押	19,200,000	境内非国有法人
羊栋	0	22,500,000	1.79	0	质押	4,280,000	境内自然人
吴建峰	0	22,500,000	1.79	0	质押	11,500,000	境内自然人
王卫东	0	22,500,000	1.79	0	质押	10,480,000	境内自然人
倪从春	0	22,500,000	1.79	0	质押	6,130,000	境内自然人
严汉忠	0	22,460,000	1.79	0	质押	10,230,000	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、在前述股东中，今世缘集团有限公司与其余股东之间不存在关联关系，也不属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。2、其余股东之间是否存在关联关系，或者是否属于一致行动人未知						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明							

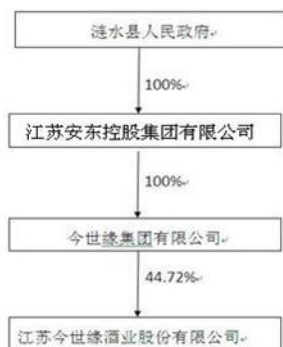
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



说明：2015年12月14日，涟水县城市资产经营有限公司名称变更为江苏安东控股集团有限公司

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

(一) 经营情况讨论与分析

报告期内，公司上下紧紧围绕经营方针，以“聚焦主业做强做大 聚力创新促进转型”为总体要求，抓实市场营销上台阶、创成全国质量奖、幸福指数再提升等重点工作，同心协力、砥砺前行，务实重干、攻坚克难，全面完成了全年主要经济指标。

报告期内，公司重点推进了三个方面工作：

一是创新融合，加速转型，持续增强了市场营销能力。

围绕“强化竞争导向，把握营销本质，构建核心竞争力”的要求，着力实施“五力工程”，“品牌+渠道”双驱动初见成效，白酒主业与今世缘喜庆家、今世缘景区等项目融合发展新格局初步形成。国缘品牌定位升格为中国高端中度白酒，今世缘品牌升级了情感文化及消费场景诉求，产品结构持续优化。打通了省内外今世缘主导产品，整合淘汰了一批规模小、形象档次低的区域产品，完成了金玉满缘等 5 款商务喜庆文创酒的定样生产，实现了定制酒上线试运营。发挥了电商渠道的价格标杆作用，开展了准直销模式试点，基本完成了“1+5+新零售”的渠道网络建设。省内初步建立了对标架构，省外按照“周边辐射，重点突破”的开发策略，提升了市场运营质量，31 个

重点市县板块市场普遍增长，省内外一体化运作迈出实质性步伐，正由量变向质变转变。推进了监管转型，市场秩序明显好转。

二是全员参与，全面改进，持续提升了卓越绩效水平。

强化了卓越绩效、治理能力、创新文化、信息化、精益管理“五大核心能力”建设，成功摘得“全国质量奖”桂冠。制定了公司一体化体系整合方案，实现了缺陷管理的常态化、最大化，建立了以课题为中心的开放式改善小组。启动了酿酒三年跨越计划，固态发酵浓香型白酒智能酿造关键技术的研发与应用项目被认定达到国际领先水平，酿酒十车间、包装一车间获得全国四星级现场称号，荣获中国白酒 158 计划示范企业、全国示范院士专家工作站，获评省优秀 QC 小组、省质量信得过班组各 2 个。通过了两化融合体系和信息安全体系审核，成为江苏省信息安全示范企业；启动了以 MES 系统为核心的智慧工厂一期项目，实施了智慧旅游项目，梳理、优化了 Hybris 系统和 POS 系统，为喜庆家和电商等创新业务未来的高质量发展奠定了基础。完善了投委会结构，优化了投资流程，建立了固收产品分类评价体系，实现了资本保值增值；以公司战略为导向，前移财务管理，全面参与公司战略管理、市场营销、资产管理等经营活动。

三是以人为本，强化沟通，持续推进了幸福今世缘建设

坚持“汇缘聚福，共建共享”的幸福观，夯实以人为本的管理理念，认真组织开展了十九大精神宣贯落实、“两学一做”学习教育等系列教育活动，在全面从严治党中密切了党群关系、干群关系。建立了以缘文化为文化基因、道德文化为文化底色、幸福文化为文化成果的“三位一体”卓越企业文化体系。举行了以“德润匠心，缘结天下”为主题的第六届职工文化节，征集了企业道德文化建设案例，幸福今世缘建设提升到了新高度。积极践行“广结善缘，回报社会”的企业使命，履行社会责任，提升了与央视《等着我》栏目的合作，启动了今世缘·宝贝回家志愿者关爱计划，捐资成立了“江苏省今世缘扶贫济困基金会”，开展了精准扶贫，参与了地方新型小城镇建设，持续推进节能减排，实施了锅炉烟气治理等生态环保工程，收到了良好的社会效益。

(二) 报告期内主要经营情况

报告期内，公司实现营业收入 29.52 亿元，同比增长 15.57%；实现归属于上市公司股东的净利润 8.96 亿元，同比增加 18.21%，超额完成了年度经营目标。

1. 主营业务分析

利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位：元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	2,952,210,040.36	2,554,378,047.06	15.57
营业成本	835,267,232.81	741,696,239.57	12.62
销售费用	428,282,554.55	467,218,890.76	-8.33
管理费用	195,464,125.78	194,465,652.23	0.51
财务费用	-10,492,466.70	-18,454,710.93	
经营活动产生的现金流量净额	1,001,278,836.73	949,297,639.48	5.48
投资活动产生的现金流量净额	-529,941,791.98	-1,007,721,910.33	
筹资活动产生的现金流量净额	-230,648,653.57	-352,252,873.18	
研发支出	11,590,410.92	14,106,944.34	-17.84

2. 收入和成本分析

√适用 □不适用

报告期，公司白酒营业收入较上年增加 39222.15 万元，同比增长 15.52%；白酒营业成本较上年增加 9116.68 万元，同比增加 12.43%。因公司白酒产品结构持续优化，特 A 类以上产品产销两旺，使得报告期内公司白酒的营业收入增长率高于营业成本的增长率。

(1). 主营业务分行业、分产品、分地区情况

单位:元 币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
白酒	2,918,893,531.67	824,816,629.59	71.74	15.52	12.43	增加 0.78 个百分点
其他	13,866,879.70	7,566,365.38	45.44	9.25	-1.53	增加 5.98 个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
特 A+类	1,293,081,388.79	223,237,888.69	82.74	38.31	45.41	减少 0.84 个百分点
特 A 类	1,047,543,089.09	296,799,936.60	71.67	9.89	18.02	减少 1.95 个百分点
A 类	256,070,947.05	97,165,993.77	62.06	-1.85	2.16	减少 1.49 个百分点
B 类	159,493,472.96	90,858,294.29	43.03	-16.10	-13.83	减少 1.5 个百分点
C 类	151,790,508.40	107,903,668.93	28.91	-12.89	-8.45	减少 3.45 个百分点
D 类	10,914,125.38	8,850,847.31	18.90	-17.47	-13.43	减少 3.79 个百分点
其他	13,866,879.70	7,566,365.38	45.44	9.25	-1.53	增加 5.98 个百分点
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
省内	2,775,061,486	760,781,941.91	72.59	16.19	11.77	增加 1.09 个百分点
其中: 淮安	640,069,123.1	183,630,668.60	71.31	13.89	11.83	增加 0.53 个百分点
南京	451,163,392	97,793,028.69	78.32	26.09	15.63	增加 1.96 个百分点
盐城	350,376,997	100,622,714.16	71.28	12.39	13.13	减少 0.19 个百分点
省内苏南	493,417,537.7	108,038,176.76	78.10	13.85	12.74	增加 0.21 个百分点
省内苏中	394,286,330.5	117,674,303.71	70.16	7.42	-0.38	增加 2.34 个百分点
省内苏北	445,748,106.1	153,023,049.99	65.67	25.10	18.63	增加 1.87 个百分点
省外	157,698,925	71,601,053.06	54.60	4.43	18.05	减少 5.24 个百分点

主营业务分行业、分产品、分地区情况的说明

√适用 □不适用

公司主营业务为白酒生产及销售，以行政区域作为分地区参考，江苏省内苏南包括苏州、无锡、常州、镇江，省内苏中包括扬州、泰州、南通，省内苏北包括宿迁、连云港、徐州；省外指江苏省以外。白酒类产品以价位带分为特 A+类、特 A 类、A 类、B 类、C 类和 D 类（具体划分标准详见本节“二、报告期内主要经营情况（四）行业经营性信息分析 4、产品情况”）。

(2). 产销量情况分析表

√适用 □不适用

主要产品	生产量	销售量	库存量	生产量比上年增减 (%)	销售量比上年增减 (%)	库存量比上年增减 (%)
酒类	27,218 千升	26,950 千升	6,344 千升	-5.93	-5.47	2.95

(3). 成本分析表

单位：元

分行业情况							
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)	情况说明
酒类		832,382,994.97	99.65	741,334,067.73	99.95	12.28	
分产品情况							
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)	情况说明
酒类	原料成本	699,717,343.18	83.77	624,708,808.17	84.23	12.01	
酒类	人工成本	67,600,275.03	8.09	59,729,070.52	8.05	13.18	
酒类	制造费用	65,065,376.76	7.79	56,896,189.04	7.67	14.36	

成本分析其他情况说明

□适用 √不适用

(4). 主要销售客户及主要供应商情况

√适用 □不适用

前五名客户销售额 53,177.54 万元，占年度销售总额 18.13%；其中前五名客户销售额中关联方销售额 0 万元，占年度销售总额 0 %。

前五名供应商采购额 27,109.24 万元，占年度采购总额 32.01%；其中前五名供应商采购额中关联方采购额 0 万元，占年度采购总额 0%。

其他说明

3. 费用

√适用 □不适用

单位：元

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)	情况说明
销售费用	428,282,554.55	467,218,890.76	-8.33	

管理费用	195,464,125.78	194,465,652.23	0.51	
财务费用	-10,492,466.70	-18,454,710.93	-43.14	以银行存款方式存放的货币资金下降所致

4. 研发投入

研发投入情况表

适用 不适用

单位：元

本期费用化研发投入	11,590,410.92
本期资本化研发投入	
研发投入合计	11,590,410.92
研发投入总额占营业收入比例 (%)	0.39%
公司研发人员的数量	95
研发人员数量占公司总人数的比例 (%)	3.06%
研发投入资本化的比重 (%)	

情况说明

适用 不适用

5. 现金流

适用 不适用

单位：元

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)	情况说明
经营活动产生的现金流量净额	1,001,278,836.73	949,297,639.48	5.48	
投资活动产生的现金流量净额	-529,941,791.98	-1,007,721,910.33	-47.41	主要系本期收回投资较多所致
筹资活动产生的现金流量净额	-230,648,653.57	-352,252,873.18	-34.52	主要系上期偿付票据贴现款较多所致

(三) 资产、负债情况分析

适用 不适用

1. 资产及负债状况

单位：元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例 (%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例 (%)	本期期末金额较上期期末变动比例 (%)	情况说明

应收利息	224,466.33	0.00	958.02	0.00	23,330.23	系控股子公司期末应收发放贷款利息增加所致
在建工程	236,769,707.80	3.28	37,911,575.27	0.61	524.53	主要系募投项目配套工程尚未结转所致
其他非流动资产	251,378,573.00	3.48	76,849,510.00	1.23	227.10	主要系期末理财产品余额增加所致
短期借款	0	0.00	150,000,000.00	2.40	-100.00	上期贴现的银行承兑在本期到期支付所致
应付票据	70,000,000.00	0.97	39,100,000.00	0.62	79.03	主要系本期开具的承兑汇票支付货款增加所致
应付账款	165,361,727.25	2.29	84,325,097.13	1.35	96.93	主要系应付募投项目配套工程款增加所致
预收款项	814,588,907.16	11.28	486,294,080.18	7.77	67.51	主要系客户春节订货预交货款增加所致
应交税费	234,477,104.10	3.25	164,117,732.51	2.62	42.87	主要系全资子公司期末应交税金余额增加所致

(四) 行业经营性信息分析

2017年,纳入到国家统计局范畴的规模以上白酒企业1593家,累计完成酿酒总产量为1198.06万千升(折65°,商品量),同比增长6.86%;累计完成销售收入5654.42亿元,同比增长14.42%;累计实现利润总额1028.48亿元,同比增长35.79%。(数据来源:国家统计局)

(五) 投资状况分析

对外股权投资总体分析

2017年,公司按照“设立平台、完善流程、积极探索、适度投资”指导思想,落实“程序合规、风险受控、增加价值、服务战略”工作思路,严格按照《公司法》、《公司章程》、《公司董事会会议事规则》等相关规定,围绕持续优化资产配置、实现资产保值增值、探索多元化项目支撑等目标,积极开展股权投资工作。

(1) 以公允价值计量的金融资产

本公司于2001年8月份入股江苏银行股份有限公司(原名淮安市商业银行)300万元,2005年4月份入股200万元,合计入股500万元,占其上市前总股本103.90亿元的0.048%,上市前因本公司未委派人员参与该公司的财务和经营决策,不能对其施加重大影响,且其公允价值不能可靠计量,故采用成本计量;2016年8月2日江苏银行股份有限公司在上海证券交易所挂牌交易,故自2016年8月2日开始采用公允价值计量。

(六) 主要控股参股公司分析

√适用 □不适用

主要子公司、参股公司名称	住所	经营范围	持股比例	财务指标	2017年期末或2017年度(元)
江苏今世缘酒业销售有	涟水高	预包装食品批发与零售;酒类包装物资(国家专项规定物资除外)、	100%	总资产	2,597,075,095.95
				净资产	969,442,327.43

限公司	沟 镇 天 泉 路 1 号	酒瓶、民用生活废品购销；物联网技术开发、技术咨询；计算机软硬件设计、技术开发；广告经营；日用百货、针纺织品、服装、服饰、工艺礼品、玩具、花卉、苗木、化妆品、家具、珠宝首饰、汽车销售；仓储服务；公关礼仪服务；婚庆礼仪服务；工艺礼品、服装、图文设计；摄影服务；展览展示服务。（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）	营业收入	2,916,194,374.38
			净利润	879,409,674.85

四 公司关于公司未来发展的讨论与分析

(一) 行业格局和趋势

从宏观形势看，中国经济进入新时代，经济由高速增长转向高质量发展，社会主要矛盾由“人民日益增长的物质文化需要同落后的社会生产之间的矛盾”转化为“人民日益增长的美好生活需求和不平衡不充分的发展之间的矛盾”。这些长期性变化，为消费转型升级提供了契机，白酒行业也因此受益。同时，随着中国文化自信进一步增强，承载着中国优秀历史文化的中国白酒，健康化年轻化国际化也成为趋势。

从行业形势看，白酒产品已经呈现供大于求的现象，白酒行业自 2012 年进入调整期，各大中酒企间竞争加剧，白酒消费呈现出向主流品牌主力产品集中的趋势，品牌集中度加速提升。在白酒严重同质化、产品过剩、信息爆炸的情况下，企业经营的重心已经由单纯依靠市场建设演变为顾客心智占有为核心，商业竞争已经不单是产品之战，更是品牌之战、消费者认知之战，产品附加的精神文化属性需求上升明显。

整体上看，刚刚过去的 2017 年，在行业龙头引领下，众多名酒持续实现增长。从已公布的上市企业报表看，大多数上市酒企实现了业绩和利润的双丰收。但不同酒企之间的发展和增长很不平衡。

今后一段时间，受益于消费升级，加上行业龙头为代表的高端白酒价格拉升并维持相对稳中有升，次高端价格带成为新时期新的机遇，中高端酒将迎来较好发展。但随着一线名酒渠道下沉，区域省级龙头品牌致力泛全国化，白酒行业竞争将更加白热化，酒企增长的个体差异将越来越明显。加之作为日常消费品的白酒奢侈化引起了一定的社会舆论反弹，存在一定的政策风险。因此，酒企必须抓住主要矛盾，深入推进供给侧结构性改革，以顾客为关注焦点，将文化融入产品、产品融入生活，强化与消费者的黏性，才能取得高质量发展。

(二) 公司发展战略

当前，白酒消费持续升级，行业分化进一步加快，马太效应更加凸显。面对宏观形势带来的难得机遇和行业深度分化带来的严峻挑战，公司将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，以追求高质量发展为方向，以供给侧结构性改革为主线，以全面提升卓越绩效素养为着力点，以省内精耕、省外突破为关键点，紧扣主要矛盾，谋划酒缘大业，修订完善公司“十三五”战略，确保发展质量明显提升，确保主要指标好中求快，确保可持续发展能力显著增强，在全面深化“品牌+渠道”双驱动中追求卓越今世缘。

(三) 经营计划

2018 年是全面贯彻落实十九大精神的第一年，是改革开放四十周年，也是公司“十三五”规划承上启下的关键一年。根据公司“十三五”战略，结合行业形势分析，公司 2018 年经营目标是实现营业收入 35 亿元左右、净利润 10 亿元左右。

为完成以上经营目标，公司上下将认真学习和深入理解习近平中国特色社会主义思想的精髓和要义，深刻认识和牢牢把握我国社会主要矛盾的变化，立足高质量发展，发扬新时期的工匠精神，抢抓新机遇、建好新模式、培育新动能。重点从三方面开展工作：

一是构建新体系，细化双驱动，深化“五力工程”。

坚持“品牌+渠道”双驱动不动摇，坚持深化“五力工程”不动摇，坚持营销融合创新不动摇，进一步清晰战略定位，精准定位四大品牌，切实构建以打造品牌为主的营销体系。

继续加大产品整合，在主导产品与文创产品，喜庆商城、美酒银行产品等方面强化融合，打通线上与线下渠道，确立今世缘喜庆商城为线上整合营销平台，今世缘·国缘旗舰店、专卖店、加盟店为线下整合营销平台。

积极构建与年度目标任务相配称的渠道体系，大力推进区域市场网格化、渠道建设扁平化、终端管理精细化“三化”建设，促进区域均衡，省内市场明确成长空间，省外做好“2+5+N”区域拓展规划，做好人员配置规划，加快国缘及今世缘品牌泛全国化进程。

突出线上渠道建设，升级喜庆家及改善微商城运营，寻求旅企之间合作新方式，实现全渠道客户关系管理、个性化客户关怀与精准营销，提升消费者体验感和忠诚度。

二是立足新起点，深化卓越绩效，提升发展质量。

将 2018 年定位为“管理新元年”，按照“强基础，补短板，抓重点，做亮点”的原则，强化基础管理，重抓改进与创新。

加大战略管理力度，发挥缘文化核心优势，进一步理顺国缘、今世缘、高沟“三大品牌”与今世缘喜庆家、今世缘 4A 景区之间的关系，切实构建以打造品牌为主、以文化营销为核心的营销体系。

深化两化融合，打通信息壁垒，突出做好供应链变革、酿酒大数据运用、实验室系统共享平台的对接，推进魅力产品工程，实施好智慧工厂一期项目、移动营销二期项目和一体化工作平台项目。

重视人力资源保障，深化人才强企基础战略；深化预算管理，建立多层级利润中心、公司成本数据中心；优化资产配置，强化投资推动，用好资本手段；重视投资者沟通，做好价值管理。

三是关注新期待，更加注重“四化”，提升幸福指数。

坚持以员工为中心的价值追求，合理有序地完善员工收入增长机制，建立健全激励机制和容错纠错机制。

抓实基层联系点建设，开展好员工家访，提高员工获得感和满意度。改版升级今世缘文化手册，深化群众性精神文明创建活动。

履行社会责任，助力社会公益，坚持节约资源和保护环境并重，全面深化“安全为天，缘圆和美”理念。

为顺利实现各项工作目标，公司上下要强化矢志不渝的政治担当，把今世缘新时代党的建设优势转化为今世缘的创新优势、发展优势和竞争优势；要强化攻坚克难的使命担当，把严、快、细作为检验和衡量工作的标准；要强化风清气正的责任担当，以问责倒逼负责，保障各项目标任务措施落细落实。

(四) 可能面对的风险

1、市场集中风险

江苏仍是目前公司白酒产品最重要的市场，公司 2015 年、2016 年和 2017 年在江苏市场实现的主营业务收入分别占公司当年主营业务收入的 94.3%、94.0%和 94.6%。如果江苏市场对白酒的需求量下降，或公司作出不利的经营决策、未妥当地执行决策、或未能对行业中的变化及时反应，导致在江苏市场份额下降，且未能有效拓展其他市场，将对公司的生产经营活动产生不利影响。

2、需求转变风险

白酒作为中国特有的传统饮品和内需消费品,目前在我国酒精及饮料酒行业中居于主导地位,但随着消费者偏好变化以及健康饮酒、理性消费观念深入人心,啤酒、葡萄酒、保健酒和果酒等低度酒的市场需求可能相应增加,白酒的消费量将有可能下降。上述变化将加大公司进一步拓展市场的难度。

3、食品安全风险

公司生产的白酒产品主要供消费者直接饮用,产品的质量安全、卫生状况关系到消费者的生命健康。公司多年来不断完善生产技术,优化生产工艺流程,强化体系保障,使公司产品品质不断提高。如果国家相关法律、法规以及行业规定的要求发生变化,本公司在原材料采购、酿造、勾兑及包装等环节的质量控制措施须相应地进行改变,否则将对公司的生产经营带来影响,进而影响公司的未来发展。

4、政策合规风险

公司白酒在生产过程中会产生一定数量的“三废”。尽管目前公司已建立了一整套环境保护制度,以处理并防止污染环境的意外事故发生,并通过了环境保护部门的评审和验收,符合国家标准。然而,随着国家对环保问题的日益重视,对行业监管持续加强,公司、各部门或全体员工可能因不合规行为而面临一定的风险。

五 其他相关事项

1 导致暂停上市的原因

不适用

2 面临终止上市的情况和原因

不适用

3 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

不适用

4 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

不适用

5 与上年度财务报告相比,对财务报表合并范围发生变化的,公司应当作出具体说明。

本期财务报表合并范围列示如下:

江苏今世缘酒业销售有限公司、江苏今世缘固态发酵工程技术有限公司、江苏今世缘灌装有限公司、今世缘(上海)商贸有限公司、杭州今世缘酒类销售有限公司、江苏今世缘文化传播有限公司、湖南今世缘酒业有限公司、青岛今世缘酒业销售有限公司、海南今世缘酒业销售有限公司、上海酉缘投资管理有限责任公司、江苏美满姻缘物联科技发展有限公司、南京今世缘商贸有限公司、江苏今世缘饮料有限公司、涟水县今世缘农村小额贷款有限公司等十四家公司。