



华致酒行连锁管理股份有限公司

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

(发行人住所：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（A 股）

招股说明书

（申报稿）

保荐人（主承销商）

CITIC 中信证券股份有限公司

（保荐人住所：广东省深圳市福田区深南大道 7088 号招商银行大厦第 A 层）

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

声明：本公司的发行申请尚未得到中国证券监督管理委员会的批准。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。投资者应以正式公告的招股说明书全文作为作出投资决策的依据。

发行股票类型	人民币普通股(A股)	发行股数	5,500 万股
每股面值	每股人民币1.00元	每股发行价格	询价确定发行价格
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	22,000万股		
本次发行前股东对所持股份的流通限制、股东所持股份自愿锁定的承诺	公司实际控制人吴向东先生承诺：自华致酒行A股股票在深圳证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人已直接和间接持有的华致酒行A股股份，也不由华致酒行回购本人直接或间接持有的华致酒行A股股份。 公司控股股东融睿高新承诺：自华致酒行A股股票在深圳证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司已直接和间接持有的华致酒行A股股份，也不由华致酒行回购本公司直接或间接持有的华致酒行A股股份。 公司股东华泽公司承诺：自华致酒行A股股票在深圳证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司已直接和间接持有的华致酒行A股股份，也不由华致酒行回购本公司直接或间接持有的华致酒行A股股份。 公司股东李大海先生承诺：自华致酒行A股股票在深圳证券交易所上市之日起十二个月内，本人不转让或者委托他人管理本人已直接和间接持有的华致酒行A股股份，也不由华致酒行回购本人直接或间接持有的华致酒行A股股份。上述锁定期		

届满后，在本人担任华致酒行董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持有华致酒行的股份总数的百分之二十五；离职后半年内不转让本人所持有的华致酒行的股份。

公司股东 CV Wine、Pullock、新远景成长承诺：若华致酒行刊登招股说明书之日距本公司取得华致酒行股权并完成工商变更登记之日不满十二个月，则自华致酒行股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，本公司不转让或者委托他人管理本公司已直接和间接持有的华致酒行 A 股股份，也不由华致酒行回购本公司直接或间接持有的华致酒行 A 股股份。若华致酒行刊登招股说明书之日距本公司取得华致酒行股权并完成工商变更登记之日满十二个月，则自华致酒行股票在证券交易所上市之日起十二个月内，本公司不转让或者委托他人管理本公司已直接或间接持有的华致酒行 A 股股份，也不由华致酒行回购本公司直接或间接持有的华致酒行 A 股股份。

公司股东 KKR 承诺：若华致酒行刊登招股说明书之日距本公司取得华致酒行股权并完成工商变更登记之日不满十二个月，则对于本公司以增资方式取得的华致酒行股权，自本公司增资取得华致酒行股权并完成工商变更登记之日起三十六个月内，本公司不转让或者委托他人管理本公司该等以增资方式取得的华致酒行股份，也不由华致酒行回购本公司该等以增资方式取得的华致酒行股份；对于本公司以股权转让方式受让取得的华致酒行股权，自华致酒行股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，本公司不转让或者委托他人管理本公司该等以股权转让方式受让取得的华致酒行股份，也不由华致酒行回购本公司该等以股权转让方式受让取得的华致酒行股份。若华致酒行刊登招股说明书之日距本公司取得华致酒行股权并完成工商变更登记之日满十二个月，则自华致酒行股票在证券交易所上市之日起十二个月内，本公司不转让或者委托他人管理

	本公司已直接或间接持有的华致酒行 A 股股份,也不由华致酒行回购本公司直接或间接持有的华致酒行 A 股股份。	
保荐人（主承销商）	中信证券股份有限公司	
招股说明书签署日期	2011年12月14日	

声 明

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

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本招股说明书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或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，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股说明书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意本公司及本次发行的以下事项和风险：

一、关于公司股利分配政策及上市前滚存利润的分配

报告期，公司在满足正常经营的情况下，因股权变动和改制进行了较高比例的分红，2008年、2009年、2010年公司现金分红金额分别为45,000万元、1,000万元、47,665.27万元。上市后，公司将根据《公司章程》保持分红的连续性和稳定性。

2011年3月1日，本公司召开2010年年度股东大会，审议通过了《公司章程》（草案），该《公司章程》（草案）将在公司向社会公众公开发行人民币普通股股票并上市后生效施行。2011年11月12日，公司第一届董事会第十次会议审议并通过了《关于公司修改<华致酒行连锁管理股份有限公司章程>（草案）有关利润分配政策规定的议案》，根据修改后的《公司章程》（草案），发行后本公司股利分配具体政策如下：

“1、公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报；

2、公司可以采取现金、股票或者其他合法方式分配股利。公司可根据资金状况进行中期现金分红；

3、公司实施积极的利润分配办法，主要采取现金分红的股利分配政策：1）、公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围；2）、在保证公司正常经营业务和长期发展的前提下，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的30%；3）、在确保年度现金分配股利不低于当年实现的可分配利润的30%的前提下，公司董事会可以根据公司资金状况提议进行中期现金分配；4）、若公司董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出股票股利分配预案；5）、公司在经营活动现金流量连续两年为负数时，不进行高比例现金分红。

4、报告期内盈利但公司董事会未做出现金利润分配预案的，应当在定期报

告中披露原因，以及未用于分红的资金留存公司的用途。独立董事应当对此发表独立意见；

5、股东违规占用公司资金情况的，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；

6、公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展等需要确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定，有关调整利润分配政策的议案需要事先征求独立董事及监事会意见并经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。”

公司制定了《华致酒行连锁管理股份有限公司股东分红回报规划》，对未来三年的股利分配作出了进一步安排。

2011年3月1日，公司2010年年度股东大会决议，本次公开发行股票前公司滚存的未分配利润由本次公开发行股票后登记在册的新老股东共享。

关于本公司股利分配政策及滚存利润分配方案的具体内容，请参阅本招股说明书“第十四节 股利分配政策”。

二、本公司特别提醒投资者认真阅读本招股说明书的“第四节 风险因素”部分，并特别注意其中的下列风险：

1、供应商相对集中的风险

中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，自成立以来即与白酒生产龙头企业五粮液公司保持了紧密的合作，2008年至2011年上半年，本公司向五粮液公司采购酒类产品的金额占公司总采购金额的比重分别为82.85%、71.85%、74.64%、66.36%，存在供应商相对集中的风险。

2、受供应商处罚或供应商单方面解除协议的风险

报告期内，虽然公司与五粮液公司、贵州茅台以及古越龙山等供应商保持良好的合作关系，但如果公司未能完成双方按照协议约定年采购量或年采购额，上

述供应商存在对公司进行处罚或单方面解除采购协议的可能性，由此可能对公司经营产生不利影响。

其中，公司与五粮液公司签订的《“五粮液-年份酒”总经销协议》中，还约定公司出现以下情形，五粮液公司可单方面解除上述总经销协议：

“（1）公司不能履行总经销协议，连续 6 个月完不成计划任务，又不提出解决方案和措施的；（2）公司未按照规定调整“五粮液-年份酒”的市场价格体系；（3）公司或与公司有关系的第三方制售或公司授意他人制售假冒五粮液公司产品；（4）公司侵犯五粮液公司知识产权的行为、以及以其他方式透支“五粮液”的无形资产情形，且情节严重的；（5）公司擅自委托第三方使用“五粮液-年份酒”商标生产白酒，擅自改变“五粮液-年份酒”包装或采取二次包装方式进行销售；（6）公司未经五粮液公司同意，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。”

3、产品品质控制的风险

本公司对产品品质控制的风险主要包括两个方面：

（1）生产环节的产品品质控制。本公司为销售型企业，无法控制生产环节的产品品质。如果出现生产原料遭污染或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。

（2）流通环节的产品品质控制，主要为防止假酒。虽然本公司建立了严密的供应链及终端控制措施来杜绝假酒出现，但受制于公司现有信息化水平，尚无法实现对酒品的实时监控，因此不排除个别人员受利益驱使，在流通环节中掺杂假酒。一旦本公司流通环节出现假酒，将对本公司的品牌声誉造成较大损害。

4、存货规模较大的风险

公司最近三年一期的存货余额分别为 34,099.58 万元、61,265.17 万元、89,598.01 万元、104,209.79 万元，存货主要为酒类产品，规模较大。如果市场环境发生变化，存货市场价格下跌将给公司带来一定损失，存在存货减值和跌价风险。

目 录

声 明.....	5
重大事项提示.....	6
目 录.....	9
第一节 释 义.....	14
第二节 概 览.....	18
一、发行人简介.....	18
二、发行人控股股东、实际控制人简介.....	19
三、发行人主要财务数据及主要财务指标.....	20
四、本次发行情况.....	22
五、募集资金用途.....	22
第三节 本次发行概况.....	23
一、本次发行的基本情况.....	23
二、本次发行股票的有关机构.....	24
三、本次发行相关事项.....	26
四、本次发行有关重要日期.....	26
第四节 风险因素.....	27
一、市场风险.....	27
二、产业政策风险.....	28
三、经营风险.....	28
四、管理风险.....	30
五、税收风险.....	31
六、财务风险.....	32
七、募集资金投资项目的风险.....	33
第五节 发行人基本情况.....	34
一、发行人基本资料.....	34
二、发行人改制重组情况.....	34
三、发行人股本结构的形成、变化及重大资产重组行为.....	38

四、发行人历次验资情况及投入资产的计量属性.....	46
五、组织结构.....	51
六、发行人控股子公司、参股公司的简要情况.....	57
七、发起人、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.....	63
八、发行人股本的有关情况.....	77
九、发行人员工及其社会保障情况.....	80
十、持有公司 5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺.....	82
第六节 业务和技术.....	85
一、发行人的主营业务及变化情况.....	85
二、发行人所属行业基本情况.....	85
三、发行人在行业中的竞争地位.....	111
四、发行人主营业务概况.....	116
五、固定资产及无形资产.....	166
六、特许经营权情况.....	183
七、境外经营活动情况.....	183
八、公司的产品保真措施.....	183
第七节 同业竞争和关联交易.....	191
一、同业竞争.....	191
二、关联交易.....	206
第八节 董事、监事及高级管理人员.....	227
一、董事、监事及高级管理人员简介.....	227
二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有发行人股份的情况.....	234
三、董事、监事、高级管理人员的其他对外投资情况.....	235
四、董事、监事、高级管理人员的薪酬情况.....	236
五、本公司董事、监事、高级管理人员兼职情况.....	237
六、本公司董事、监事、高级管理人员之间存在的关系情况.....	240
七、董事、监事、高级管理人员与公司签署的协议，以及上述人员做出的重	

要承诺.....	241
八、本公司董事、监事、高级管理人员的任职资格.....	241
九、本公司董事、监事、高级管理人员的股份锁定安排.....	242
十、本公司董事、监事、高级管理人员最近三年的变动情况.....	242
第九节 公司治理.....	246
一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....	246
二、发行人最近三年违法违规行为情况.....	260
三、资金占用及对外担保情况.....	261
四、内部控制制度有效性的自我评估和鉴证意见.....	261
第十节 财务会计信息.....	262
一、会计报表.....	262
二、审计意见.....	271
三、财务报表的编制基础与合并报表范围及变化情况.....	272
四、主要会计政策和会计估计.....	274
五、分部信息.....	300
六、经会计师核验的非经常性损益明细报表.....	302
七、主要资产情况.....	303
八、最近一期末主要债项.....	305
九、所有者权益变动情况.....	308
十、报告期内现金流情况.....	310
十一、报告期内会计报表附注中或有事项、期后事项、承诺事项和其他重要事项.....	311
十二、发行人主要财务指标.....	312
十三、盈利预测.....	314
十四、资产评估情况.....	314
十五、验资报告.....	315
第十一节 管理层讨论与分析.....	316
一、财务状况分析.....	316

二、盈利能力分析.....	348
三、现金流量分析.....	363
四、资本性支出分析.....	364
五、重大会计政策、会计估计的变化情况.....	365
六、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项.....	365
七、财务状况和盈利能力的未来趋势分析.....	365
八、股东未来分红回报规划.....	367
第十二节 业务发展目标.....	369
一、发行当年及未来两年的发展计划.....	369
二、主要业务计划.....	369
三、拟订并实施计划的假设条件及主要困难.....	373
四、业务计划与现有业务的关系.....	373
第十三节 募集资金运用.....	375
一、本次募集资金规模及拟投资项目概览.....	375
二、募集资金投资项目简介.....	375
三、募集资金运用对公司业务发展、财务状况和经营成果的影响.....	404
四、对公司业务模式的影响.....	406
第十四节 股利分配政策.....	407
一、报告期股利分配一般政策.....	407
二、发行人报告期内股利分配情况.....	407
三、本次发行后的股利分配政策.....	408
四、本次发行完成前滚存利润分配政策.....	409
第十五节 其他重要事项.....	410
一、信息披露和投资者关系相关情况.....	410
二、重要合同.....	410
三、对外担保情况.....	417
四、诉讼、仲裁和处罚情况.....	417
五、关联方的重大诉讼或仲裁事项.....	417
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员涉及刑事诉讼的情况.....	417

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明.....	418
第十七节 备查文件.....	428
一、备查文件.....	428
二、备查文件查阅.....	428

第一节 释 义

除非本招股说明书另有所指，下列词语具有如下含义：

招股说明书、本招股说明书	指	华致酒行连锁管理股份有限公司首次公开发行股票（A 股）招股说明书
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
融睿高新	指	云南融睿高新技术投资管理有限公司
华泽公司	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）
华致有限	指	华致酒行连锁管理有限公司
华致酒业	指	云南华致酒业有限公司
新华联控股	指	新华联控股有限公司
九裕物流	指	湖南九裕物流有限公司
重庆昊晟	指	重庆昊晟玻璃股份有限公司及其前身重庆昊晟玻璃晶品有限公司
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
《公司章程》	指	《华致酒行连锁管理股份有限公司章程》
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
邵阳华致	指	邵阳湘窖酒业销售有限公司
香港华致	指	华致葡萄酒与烈性酒（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

五粮液公司	指	宜宾五粮液股份有限公司和/或宜宾五粮液酒类销售有限公司
泸州老窖	指	泸州老窖股份有限公司
陕西西凤	指	陕西西凤酒集团股份有限公司
西凤销售公司	指	陕西西凤酒营销有限公司
山西汾酒	指	山西杏花村汾酒厂股份有限公司
汾酒销售公司	指	山西杏花村汾酒销售有限责任公司
水井坊	指	四川水井坊股份有限公司
水井坊销售公司	指	成都聚锦商贸有限公司
酒鬼酒	指	酒鬼酒股份有限公司
贵州茅台	指	贵州茅台酒股份有限公司和/或贵州茅台酒销售有限公司
古越龙山	指	浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
卫生部	指	中华人民共和国卫生部
海关总署	指	中华人民共和国海关总署
国家技术监督局	指	国家质量监督检验检疫总局
云南省工商局	指	云南省工商行政管理局
本次发行	指	华致酒行连锁管理股份有限公司首次公开发行5,500万人民币普通股（A股）的行为
A股	指	每股面值1.00元人民币之普通股
元	指	人民币元
报告期、最近三年一期	指	2008年度、2009年度、2010年度、2011年1-6月
中信证券、保荐人、保荐机构、主承销商	指	中信证券股份有限公司
福建华兴、会计师	指	福建华兴会计师事务所有限公司
北京金杜、律师	指	北京市金杜律师事务所
中企华、评估师	指	北京中企华资产评估有限责任公司

登记公司	指	中国证券登记结算有限责任公司
连锁门店	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 and 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门店
合作店	指	由合作经营方自行购买或租赁，并经本公司统一装修，由合作经营方在公司统一管理下开展经营的连锁门店
直供终端	指	公司将产品直接销售给除连锁门店以外的零售终端，如酒类专卖店、超市、酒店等
终端供应商	指	控制或覆盖一定数量零售终端的酒类销售商，公司通过其向零售终端销售酒类产品
合作经营方	指	符合公司要求，并与公司合作开设连锁门店的企业法人或其他经济组织
试销	指	在与公司合作开设连锁门店之前，潜在合作经营方按照公司要求进行的试运营
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
烈酒	指	又称蒸馏酒，主要包括中国白酒、白兰地、威士忌、伏特加等
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
MALL	指	规模巨大、连成一体、包罗众多专卖店和商铺、集购物、休闲、娱乐、饮食为一体的商业中心或加盖的林荫道商业街
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
SAP	指	德国一家专门做ERP 软件的公司或该公司开发的

		ERP 软件
RFID	指	Radio Frequency Identification，即射频识别，俗称电子标签
CRM	指	Customer Relationship Management（客户关系管理），它是一项综合的CTI（计算机语言技术）技术，也是一种新的运作模式，它源于“以客户为中心”的新型商业模式，是一种旨在改善企业与客户关系的新型管理机制
万得资讯	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
广发银行	指	广发银行股份有限公司 ¹
长沙银行	指	长沙银行股份有限公司

本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有差异，这些差异是由四舍五入造成的。

¹ 2011 年，广东发展银行股份有限公司更名为广发银行股份有限公司

第二节 概 览

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

一、发行人简介

（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.

法定代表人：吴向东

注册资本：人民币 16,500 万元

注册地址：云南省迪庆州香格里拉经济开发区中心片区

营业范围：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。（以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）。

（二）发行人主要业务

本公司主要从事酒类连锁销售业务，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白酒、葡萄酒、黄酒以及进口酒等国内外优质酒类产品。公司借鉴国际优秀连锁品牌成功经验，以“真品、精品、服务、环境”为核心经营理念，进行标准化的运营管理。公司秉承“让广大消费者购买和喝上真品美酒”的企业愿景，致力于为消费者提供安全保真的酒类产品、多样化的产品选择以及专业的酒品服务，打造国内保真酒品连锁销售领先品牌。2011 年，“华致”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。

（三）发行人设立情况

发行人是由华致有限整体变更设立的股份公司。2010年11月21日，华致有限召开董事会，同意由融睿高新、华泽公司、李大海、CV Wine、KKR、Pullock、新远景成长共同作为发起人，以华致有限截至2010年10月31日经审计的净资产值327,451,999.34元为依据，按照1:0.503891的比例折为股本165,000,000股，每股面值人民币1元。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。

二、发行人控股股东、实际控制人简介

（一）控股股东

公司的控股股东为融睿高新，基本情况如下：

成立时间：2010年10月26日

注册资本：3,600万元

实收资本：3,600万元

注册地：迪庆香格里拉经济开发区松园

法定代表人：吴向东

公司类型：一人有限责任公司

股权结构：唯一股东为自然人吴向东

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。

财务状况：截至2010年12月31日，融睿高新的资产总计为152,760.42万元，所有者权益合计为74,449.47万元；2010年实现净利润33,366.71万元。截至2011年6月30日，融睿高新的资产总计为163,248.26万元，所有者权益合计为100,935.39万元；2011年1-6月实现净利润26,493.80万元。以上数据已经云

南天鉴会计师事务所有限公司审计。

历史沿革：融睿高新自成立以来注册资本、股权结构、营业范围以及其他登记事项均未发生变化。

（二）实际控制人

公司的实际控制人为吴向东先生。

吴向东先生，中国国籍，无境外永久居留权。出生于 1969 年 1 月，身份证号码为：43021919690102XXXX，住所为：长沙市芙蓉区蔡锷中路三条巷 3 号 1 门 502 房。吴向东先生现任华泽公司以及本公司董事长，湖南省总商会副会长，是中国酒界知名企业家。

吴向东先生分别持有融睿高新 100%的股权、华泽公司 90%的股权，融睿高新持有本公司 67.08%的股份，华泽公司持有本公司 2.76%的股份，吴向东先生为华致酒行的实际控制人。

三、发行人主要财务数据及主要财务指标

根据福建华兴出具的闽华兴所[2011]审字 H-039 号审计报告，公司报告期内主要财务数据及主要指标如下：

（一）合并资产负债表的主要数据

单位：元

项 目	2011.6.30	2010.12.31	2009.12.31	2008.12.31
总资产	1,446,250,650.57	1,312,961,974.39	860,880,455.04	519,184,064.19
总负债	773,128,645.98	903,109,478.87	558,005,567.33	432,263,437.53
股东权益	673,122,004.59	409,852,495.52	302,874,887.71	86,920,626.66
归属于母公司股东权益	673,122,004.59	409,852,495.52	302,874,887.71	86,920,626.66

(二) 合并利润表的主要数据

单位：元

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
营业收入	984,638,820.87	1,337,242,430.45	849,057,510.16	611,601,917.58
营业利润	316,163,327.96	379,194,535.85	252,855,066.04	207,722,516.89
利润总额	315,914,736.76	383,714,821.81	256,770,941.68	210,743,794.86
净利润	263,348,242.00	333,681,798.58	225,954,261.05	210,936,137.31
归属于母公司所有者的净利润	263,348,242.00	333,681,798.58	225,954,261.05	210,936,137.31

(三) 合并现金流量表的主要数据

单位：元

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
经营活动产生的现金流量净额	-220,752,272.01	431,584,204.77	95,191,100.29	77,993,756.39
投资活动产生的现金流量净额	-28,498,881.81	-43,527,520.89	-22,665,912.67	-16,816,769.22
筹资活动产生的现金流量净额	318,756,818.83	-413,496,179.97	-4,600,000.00	-77,850,000.00
现金及现金等价物净增加额	69,516,662.62	-25,578,948.74	67,925,187.62	-16,673,012.83

(四) 主要财务指标

财务指标	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
资产负债率	53.46%	68.78%	64.82%	83.26%
资产负债率（母公司）	56.80%	70.56%	66.50%	83.26%
流动比率	1.89	1.46	1.45	1.11
速动比率	0.43	0.40	0.35	0.32
息税折旧摊销前利润（合并报表，万元）	33,947.15	42,316.90	28,129.66	22,005.33
应收账款周转率	28.00	51.05	45.49	13.74
存货周转率	0.55	1.02	1.02	1.31
净资产收益率（加权平均）	48.63%	73.70%	116.93%	48.89%
基本每股收益（元/股）	1.60	4.24	3.69	3.44

注：上述指标的计算公式如下：

$$\text{资产负债率} = (\text{负债总额} \div \text{资产总额}) \times 100\%$$

$$\text{流动比率} = \text{流动资产} \div \text{流动负债}$$

$$\text{速动比率} = (\text{流动资产} - \text{存货} - \text{一年内到期的非流动资产}) \div \text{流动负债}$$

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧+长期待摊费用摊销额+无形资产摊销额

应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均余额

存货周转率=营业成本÷存货平均余额

加权平均净资产收益率及基本每股收益根据新《企业会计准则》及《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算与披露（2010年修订）》计算。

四、本次发行情况

股票类型：	人民币普通股（A股）
每股面值：	人民币1.00元
发行股数：	拟发行5,500万股，占本次发行后总股本的比例为25%
每股发行价格：	【】元（由发行人和主承销商根据向询价对象的询价结果确定）
发行方式：	本次发行将采取网下向询价对象询价配售与网上资金申购定价发行相结合的方式或中国证监会等有权监管机关认可的其他发行方式
发行对象：	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式：	由中信证券组织承销团以余额包销方式承销

五、募集资金用途

本次发行募集资金将用于以下投资方向，具体情况见下表：

项目名称	募集资金投资额（万元）	项目审批情况
营销网络建设项目	174,887.93	云发改经贸[2011]210号文核准
信息管理系统升级项目	19,462.35	迪区经发[2011]1号文核准
其他与主营业务相关的营运资金	【】	—

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

- (一) 股票种类：人民币普通股（A股）；
- (二) 每股面值：1.00元；
- (三) 发行股数：5,500万股，占本次发行后总股本的比例为25%；
- (四) 每股发行价格：【】元（由发行人和主承销商根据向询价对象的询价结果确定）；
- (五) 市盈率：【】倍（按发行价格除以发行后每股收益计算）；
- (六) 发行前和发行后每股净资产：【】；
- (七) 市净率：【】倍（根据发行价格除以发行后每股净资产确定）；
- (八) 发行方式：本次发行将采取网下向询价对象询价配售与网上资金申购定价发行相结合的方式或中国证监会等有权监管机关认可的其他发行方式；
- (九) 发行对象：符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）；
- (十) 承销方式：由中信证券组织承销团以余额包销方式承销；
- (十一) 预计募集资金总额和净额：募集资金总额根据询价后确定的价格乘以发行股数确定，预计募集资金净额则由募集资金总额扣除发行费用后确定。
- (十二) 发行费用概算

内容	金额
承销保荐费用	【】万元
审计、验资费用	【】万元
律师费用	【】万元
评估费用	【】万元
信息披露、发行手续费用	【】万元

二、本次发行股票的有关机构

1、发行人：华致酒行连锁管理股份有限公司
法定代表人：吴向东
住所：云南省迪庆州香格里拉经济开发区中心片区
电话：010-59071769
传真：010-59071980
联系人：陈臻、宋波、王小晓
2、保荐人（主承销商）：中信证券股份有限公司
法定代表人：王东明
住所：广东省深圳市福田区深南大道7088号招商银行大厦第A层
电话：010-60838888
传真：010-60833254
保荐代表人：秦成栋、刘凡
项目协办人：魏忠伟
项目经办人：彭学东、陈健健、陈子林、温健、钟建春、贺添、李洁、邛显
3、发行人律师：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
电话：010-58785588
传真：010-58785566
经办律师：唐丽子、马天宁
4、保荐人（主承销商）律师：广东华商律师事务所
负责人：高树
住所：深圳市福田区深南大道 4001 号时代金融中心 14 楼整层
电话：0755-83025555

传真：0755-83025068
经办律师：周玉梅、郭峻琿
5、审计机构：福建华兴会计师事务所有限公司
法定代表人：林宝明
住所：福建省福州市湖东路中山大厦B座7-9层
电话：0591-87853421、87278292
传真：0591-87840354
经办注册会计师：郑丽惠、王庆莲
6、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：孙月焕
住所：北京市东城区青龙胡同35号
电话：010-65881818
传真：010-65882651
经办注册资产评估师：凌茂书、余文庆
7、验资机构：福建华兴会计师事务所有限公司
法定代表人：林宝明
住所：福建省福州市湖东路中山大厦B座7-9层
电话：0591-87853421、87278292
传真：0591-87840354
经办注册会计师：郑丽惠、王庆莲
8、股份登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
住所：广东省深圳市深南中路1093号中信大厦18楼
电话：0755-25938000
传真：0755-25988132

9、收款银行：【】
名称：【】
户名：中信证券股份有限公司
账号：【】

三、本次发行相关事项

CV Wine 持有华致酒行发行前总股本的 8.71%。CPEChina Fund, L.P.为 CV Wine 的控股股东，是中信产业投资基金管理有限公司的境外关联实体发起和管理的一支境外基金，中信证券持有中信产业投资基金管理有限公司 35%的股权。

CPEChina Fund, L.P.的运作严格按照相关法律法规及章程规范进行，经营决策独立，不受其他商业性机构的支配和控制，CPEChina Fund, L.P. 以及 CV Wine 不属于中信证券的重要关联方。

除以上情况外，本公司及全体董事与本次发行有关的其他中介机构及其负责人、高级管理人员及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、本次发行有关重要日期

- 1、询价推介时间：【】年【】月【】日至【】年【】月【】日
- 2、定价公告刊登日期：【】年【】月【】日
- 3、申购日期：【】年【】月【】日
- 4、缴款日期：【】年【】月【】日
- 5、预期股票上市日期：【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价本公司此次发行的股票时，除本招股说明书中提供的其他各项资料外，应特别认真考虑本公司经营过程中面临的各项风险因素。下列风险因素是根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小分类排序的，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、市场风险

（一）市场竞争的风险

目前国内酒类零售的主要渠道仍然是餐饮、商超、名烟名酒店和专卖店等销售终端，短时间内这种格局不会发生根本性的变化。作为国内规模较大的酒类连锁销售企业，未来本公司势必面临来自主要酒类零售业态的激烈竞争。如果本公司不能迅速扩大连锁销售网络规模并提升品牌知名度，充分发挥连锁销售规模化和品牌化优势，可能会逐步失去本公司在酒类零售市场的独特优势。

（二）“假酒”扰乱市场的风险

酒类零售市场的准入门槛较低，市场集中度不高，参与主体的资质、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，一定程度上扰乱了酒类零售市场。若此类违法经营活动未得到有效遏制，消费者的信心受到打击，可能对本公司的经营产生不利影响。

（三）公司经营业绩季节性波动的风险

酒类消费市场的季节性主要源于人们长期以来养成的生活习惯，一般秋冬季节较为寒冷，适宜饮用白酒，为白酒消费旺季。同时，酒作为交际礼仪的重要媒介，节日期间社会交往活动频繁，特别是中国的重要传统节日春节、中秋节也时值秋冬季节，催生了旺盛的酒类消费需求。因此，本公司通常第四季度的收入占全年的销售收入比例较高，呈现季节性波动，这种波动对公司的盈利及现金流量在季节间的稳定性带来一定影响。

（四）宏观经济状况发生较大变化的风险

一般而言，酒类零售行业受宏观经济波动影响较小，没有明显的周期性。但如果经济增长持续放缓甚至引发经济危机，会导致酒类消费需求下降，进而影响本公司的经营业绩。

二、产业政策风险

本公司销售的酒类产品主要为白酒。根据国家发改委《产业结构调整指导目录（2011 年本）》，“白酒生产线”被列入“限制类”。若国家对现行白酒产业政策进行重大调整，如通过税收、广告宣传、价格等方面的调控手段对白酒生产与消费进行限制，将可能会对本公司的采购和销售产生不利影响，从而影响本公司业绩。

三、经营风险

（一）供应商相对集中的风险

中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，自成立以来即与白酒生产龙头企业五粮液公司保持了紧密的合作，2008 年至 2011 年上半年，本公司向五粮液公司采购酒类产品的金额占公司总采购金额的比重分别为 82.85%、71.85%、74.64%、66.36%，存在供应商相对集中的风险。

（二）受供应商处罚或供应商单方面解除协议的风险

报告期内，虽然公司与五粮液公司、贵州茅台以及古越龙山等供应商保持良好的合作关系，但如果公司未能完成双方按照协议约定年采购量或年采购额，上述供应商存在对公司进行处罚或单方面解除采购协议的可能性，由此可能对公司经营产生不利影响。

其中，公司与五粮液公司签订的《“五粮液-年份酒”总经销协议》中，还约定公司出现以下情形，五粮液公司可单方面解除上述总经销协议：

“（1）公司不能履行总经销协议，连续 6 个月完不成计划任务，又不提出解决方案和措施的；（2）公司未按照规定调整“五粮液-年份酒”的市场价格体系；（3）公司或与公司有关系的第三方制售或公司授意他人制售假冒五粮液公司产品；（4）公司侵犯五粮液公司知识产权的行为、以及以其他方式透支“五粮液”的无形资产情形，且情节严重的；（5）公司擅自委托第三方使用“五粮液-年份酒”商标生产白酒，擅自改变“五粮液-年份酒”包装或采取二次包装方式进行销售；（6）公司未经五粮液公司同意，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。”

（三）产品采购价格上涨风险

近年来，随着中国经济快速发展，居民收入水平的逐步提高，带动了酒类产品价格整体呈现上涨趋势。以白酒为例，2010 年 1-11 月平均每千升酒出厂价格较 2005 年平均每千升酒出厂价格上涨了 47.89%¹，部分名优白酒的涨幅更大。在重要节日如中秋节、春节前，酒类生产商提高产品出厂价已成为常态。上游生产商提高酒品出厂价，将直接影响到本公司的采购成本，如公司不能在不影响销量的情况下将价格涨幅传导至终端，产品采购价格的上涨将影响本公司的盈利能力。

（四）产品品质控制的风险

本公司对产品品质控制的风险主要包括两个方面：

（1）生产环节的产品品质控制。本公司为销售型企业，无法控制生产环节的产品品质。如果出现生产原料遭污染或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。

（2）流通环节的产品品质控制，主要为防止假酒。虽然本公司建立了严密的供应链及终端控制措施来杜绝假酒出现，但受制于公司现有信息化水平，尚无法实现对酒品的实时监控，因此不排除个别人员受利益驱使，在流通环节中掺杂假酒。一旦本公司流通环节出现假酒，将对本公司的品牌声誉造成较大损害。

¹ 数据来源：万得资讯

（五）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 48 处。就其中 6 处房屋，出租方未能提供该等房屋的产权证及/或该等房屋的所有权人同意出租方转租该房产的函件，其中 5 处房屋亦未办理租赁备案手续。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。

（六）产品仓储及运输的风险

本公司产品主要由第三方物流企业负责仓储及物流配送。由于酒类产品属于易燃易爆物品，如果仓库发生火灾或其他意外而导致产品损毁，则本公司可能无法按时向各终端供应产品；由于酒类产品属于易碎物品，货物运输途中，若发生本公司无法控制的意外事件，例如交通事故、自然灾害等，则产品供应可能出现延误；如第三方物流企业在调配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。上述情形均可能对本公司的经营业绩产生不利影响。

四、管理风险

（一）实际控制人控制的风险

公司实际控制人为吴向东先生。吴向东先生通过控股融睿高新和华泽公司，间接持有本公司股份。本次发行前，吴向东先生间接控制本公司的股份比例合计为 69.84%，本次发行 5,500 万股 A 股股票后，吴向东先生间接控制本公司的股份比例合计为 52.38%，仍处于控制地位。根据《公司章程》和相关法律法规规定，吴向东先生可以通过行使其在股东大会的表决权，对公司发展战略、经营决策、人事安排、利润分配和对外投资等重大事项施加控制或重大影响。如果吴向东先生不恰当地行使其表决权，则可能影响甚至损害公司及公众股东的利益。

（二）营销网络的管理风险

公司的营销网络扩张速度较快，若公司管理及服务水平的提升无法跟上营销网络的扩张速度，则可能出现对客户的管理和服务滞后，对公司品牌形象和经营业绩造成不利影响。

本公司连锁门店体系目前主要采用直营和合作相结合的销售模式，其中合作店占据大部分。截至 2011 年 6 月 30 日，公司拥有门店数量为 307 家，其中合作店 295 家。同时，本次募集资金投资项目实施后，合作店的数量将会进一步增加。借助合作经营方的资源，公司可快速构建销售网络，提高公司品牌的知名度，扩大公司的销售规模。虽然公司一直对合作店体系进行规范运作，注重对合作经营方的选择、管理和培训，提高对合作经营方的服务水平，但是若公司管理及服务水平的提升无法跟上合作店数量持续增加的速度，则可能出现部分合作店管理滞后，或其经营活动不能契合公司经营理念，甚至违反法律法规的情形，进而对公司的品牌形象和经营业绩造成不利影响。

（三）人才短缺风险

随着公司连锁经营规模的不断发展，公司对营销、物流和信息等系统化的组织和管理以及基层员工的业务素质、服务水平等方面提出了更高的要求，对高层次的管理人才、专业人才的需求将不断增加。如果公司人才储备步伐跟不上公司业务快速发展的速度，甚至发生人才流失的情况，公司业绩的成长将因此遭受不利影响。

五、税收风险

（一）企业所得税的补缴风险

根据云南省国家税务局于 2006 年 11 月 1 日下发的《云南省国家税务局关于云南华致酒业有限公司减免企业所得税问题的通知》（云国税函[2006]685 号），“根据《国家税务总局关于印发<税收减免管理办法（试行）>的通知》（国税发[2005]129 号）和《云南省财政厅、云南省国家税务局、云南省地方税务局关于贯彻落实<中共云南省委、云南省人民政府关于加快非公有制经济发展的若干意见>的实施意见》（云财税[2003]19 号）第三条第四款的规定，同意免征云南华致酒业有限公司 2006 年度至 2008 年度企业所得税，减半征收 2009 年度至 2010 年度企业所得税”。

鉴于上述税收优惠系云南省地方税收优惠政策，公司将上述税收优惠计入非

经常性损益。2008 年、2009 年、2010 年公司因上述地方税收优惠而免征或减免的企业所得税金额分别为 6,656.21 万元、3,573.80 万元、4,831.66 万元，分别占当年归属于母公司所有者净利润的 31.56%、15.82%、14.48%。

公司实际控制人吴向东先生已向公司作出承诺：若税务主管部门要求发行人补缴因享受无法律、国务院或国家税务总局颁发的税收规范性文件作为依据的税收优惠而免缴及少缴的企业所得税，则本人将无条件全额承担在公司首次公开发行股份并上市前公司应补缴的税款及/或因此所产生的所有相关费用。

（二）所得税税率变化的风险

新《中华人民共和国企业所得税法》已于 2008 年 1 月 1 日开始实施，内外资企业的企业所得税的税率统一为 25%。

根据《中华人民共和国企业所得税法》以及《中共云南省委 省政府关于贯彻<中共中央国务院关于加快四川云南甘肃青海省藏区经济社会发展的意见>的实施意见》（云发[2010]5 号）的相关规定，经云南省人民政府办公厅办 2010-9058 号办文批准，云南省迪庆藏族自治州政府下发《迪庆藏族自治州人民政府关于对华致酒行实行税收优惠政策的通知》（迪政发[2011]27 号），批准对本公司 2011 年至 2013 年期间免征企业所得税地方分成 40%部分，即本公司自 2011 年至 2013 年按 15%的税率缴纳企业所得税，高于公司 2009 年及 2010 年 12.5%的所得税税率，本公司 2011 年至 2013 年的所得税费用将可能因此增加。

自 2014 年起，上述税收优惠政策将执行到期，根据《中华人民共和国企业所得税法》的规定，公司所得税税率将按 25%执行，届时公司所得税费用亦将可能因此增加。

六、财务风险

（一）存货减值和跌价的风险

公司最近三年一期的存货余额分别为 34,099.58 万元、61,265.17 万元、89,598.01 万元、104,209.79 万元，存货主要为酒类产品，规模较大。如果市场环

境发生变化，存货市场价格下跌将给公司带来一定损失，存在存货减值和跌价风险。

（二）存货抵押的风险

2010年8月3日，公司与长沙银行股份有限公司德宇支行签订《最高额抵押合同》，以部分存货抵押取得银行授信30,000万元，期限为2010年7月1日至2013年7月1日。上述基于抵押而获得的银行授信均为本公司所用，不存在为他人借款提供抵押的情形。如公司出现业绩下滑或者资金安排使用不当导致资金周转出现困难，不能按时偿还上述存货抵押的银行借款等情况时，则存在上述存货被银行处置的风险。

（三）净资产收益率下降的风险

本次发行成功且募集资金到位后，公司的净资产会随之大幅增加，且相当部分的募集资金将被用于固定资产投资。由于公司的净利润存在无法同步增长的可能性，从而在募集资金到位后的一段时间内，公司的净资产收益率可能无法恢复到上市前的水平。

七、募集资金投资项目的风险

公司本次募集资金投资项目是基于对当前经济发展水平及发展速度、市场环境、行业发展趋势、消费者消费习惯等因素的分析，并结合公司多年的经营经验作出的决策。如果募集资金不能及时到位、市场环境突变或行业竞争加剧等情况发生，会给募集资金投资项目的预期效果带来影响。

本次募集资金投资项目将导致公司固定资产、无形资产及长期待摊费均有较大幅度增加，增加额分别为75,599.57万元、14,776.00万元、49,427.32万元，相应增加固定资产折旧额3,942.76万元/年、无形资产年摊销额2,955.20万元/年和长期待摊费摊销额9,885.46万元/年。如果投资项目达不到预期收益，则将对公司未来经营业绩产生不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本资料

- (一) 中文名称：华致酒行连锁管理股份有限公司
- (二) 英文名称：Vats Liquor Chain Store Management Joint Stock Co., Ltd.
- (三) 注册资本：人民币 16,500 万元
- (四) 法定代表人：吴向东
- (五) 成立日期：2005 年 5 月 26 日
- (六) 整体变更日期：2010 年 11 月 26 日
- (七) 法定住所：云南省迪庆州香格里拉经济开发区中心片区
- (八) 邮政编码：674412
- (九) 联系电话：010-59071769
- (十) 传 真：010-59071980
- (十一) 公司网址：<http://www.vatsliquor.com/>
- (十二) 电子信箱：dongmiban@vatsliquor.com

二、发行人改制重组情况

(一) 设立方式

发行人是由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，同意由融睿高新、华泽公司、李大海、CV Wine、KKR、Pullock、新远景成长共同作为发起人，以有限公司截至 2010 年 10 月 31 日经审计的净资产值 327,451,999.34 元为依据，按照 1:0.503891 的比例折为股本 165,000,000 股，每股面值人民币 1 元。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 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。

（二）发起人

公司发起人为融睿高新、华泽公司、李大海、CV Wine、KKR、Pullock、新远景成长。

发起人的具体情况参见本节之“七、发起人、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）股东基本情况”相关内容。

（三）本公司改制前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的业务

本公司主要发起人为融睿高新。在本公司改制设立之前，融睿高新拥有的主要资产为华致有限的股权，实际从事的主要业务为股权投资。

（四）本公司设立时拥有的主要资产和实际从事的业务

发行人由华致有限整体变更而来，继承了华致有限的全部资产和负债，同时继承了华致有限的全部业务。华致有限主要从事酒类连锁销售业务。发行人拥有的主要资产与实际从事的主营业务在变更设立前后没有发生重大变化。

根据福建华兴出具的闽华兴所（2010）审字 H-035 号《审计报告》，截至 2010 年 10 月 31 日，公司合并财务报表的总资产为 1,290,690,581.07 元，其中流动资产 1,220,292,058.21 元、固定资产 822,332.20 元、非流动资产 70,398,522.86 元，负债为 963,029,521.69 元，净资产总额为 327,661,059.38 元。

（五）本公司设立之后主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司改制设立后，融睿高新拥有的主要资产和实际从事的主要业务未发生变化。

（六）本公司与改制前原企业的业务流程之间的联系

本公司为有限公司整体变更为股份有限公司，改制前后公司的业务流程没有发生变化，公司的业务流程参见“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务概况”之“（三）发行人业务经营运作流程”相关内容。

（七）本公司设立之后在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

公司成立以来，除股权关系以及本招股说明书已经披露的关联关系和关联交易外，公司在生产经营方面与主要发起人不存在关联关系。公司与关联方的其他关联交易情况请见本招股说明书之“第七节 同业竞争和关联交易”。

（八）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

本公司系由华致有限整体变更设立，发起人出资资产为其持有的华致有限的股权，上述股权已完成工商变更手续，同时华致有限所有的资产、负债、权益均由本公司依法承继。

由于华致有限整体变更设立后更名为华致酒行连锁管理股份有限公司，公司注册商标等资产均需办理变更手续，截至本招股说明书签署日，部分上述资产名称变更尚在办理之中。

（九）发行人的独立运营情况

发行人自设立以来，严格按照《公司法》和《公司章程》的有关规定规范运作，逐步建立健全了公司的法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，公司具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

1、资产完整

公司是依法由有限公司整体变更成立的股份公司，有限公司的所有资产、负债等均由本公司依法承继。公司拥有完整的与经营业务有关的营运管理系统和配套设施，合法拥有与经营相关的固定资产和无形资产的所有权或使用权，具有独立的商品采购和销售系统。公司与控股股东、实际控制人等关联方之间的资产权属明晰，公司对所有资产拥有完全的控制和支配权。截至本招股说明书签署之日，公司不存在资金、资产被股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。

2、人员独立

公司董事、监事、高级管理人员均依合法程序选举或聘任，不存在控股股东和实际控制人超越公司董事会或股东大会作出人事任免的情况。公司总经理、副

总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员均专职在公司工作并领取薪酬，并不存在在控股股东、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，也不存在在与公司业务相同或相近的其他企业中任职的情形。公司的财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情形。

公司已建立了独立的劳动、人事及工资管理制度，公司与全体员工签订劳动合同，由人力资源部独立负责公司员工的聘用、考核和奖惩；公司在有关员工的社会保障、工薪报酬等方面均与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业相互独立并分账管理，公司拥有独立的员工队伍。

3、财务独立

公司设立了独立的财务部门，配备了专职的财务人员，建立了独立的财务核算体系，独立进行财务决策，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度；公司依法独立纳税并依法独立开设银行账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业混合纳税或共用银行账户的情况；公司没有为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保，也不存在将以公司名义取得的借款、授信额度转借给他们的情形。

4、机构独立

公司建立了股东大会、董事会、监事会、经理管理层等较为完备的法人治理结构；根据公司经营发展的需要，建立了符合公司实际情况的独立、完整的内部经营管理机构，明确了各机构的职能，实行定岗定编，并制定了相应的内部管理与控制制度。该等机构均能依照《公司章程》和内部管理制度独立行使其职权，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业及其职能部门之间不存在上下级关系，也不存在机构混同、合署办公的情形。

5、业务独立

本公司具有独立完整业务体系，采购、销售等各环节的运作均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，截至本招股说明书签署日不存在同业竞争和显失公平的关联交易。

三、发行人股本结构的形成、变化及重大资产重组行为

(一) 本公司股本结构的形成及变化

1、2005 年 5 月成立云南华致酒业有限公司

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），批准云南香格里拉金六福酒业销售有限公司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。2011 年 2 月 10 日，福建华兴对本次出资进行了复核，出具了闽华兴所(2011)审核字 H-003 号复核报告。

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，主营酒类经销业务。

华致酒业成立时的股权结构如下：

股东名称	出资额（人民币元）	出资比例
云南香格里拉金六福酒业销售有限公司	6,000,000	60.00%
王海峰	4,000,000	40.00%
合计	10,000,000	100%

2、2006 年 2 月王海峰将所持华致酒业股权转让给自然人吴向东，同时华致酒业增加注册资本至 5,000 万元

2006 年 2 月 15 日，王海峰与吴向东签订了《云南华致酒业有限公司股东股份转让协议》，王海峰将其持有的华致酒业 40%股权全部转让给吴向东，转让价格为 400 万元。

2006 年 2 月 15 日，华致酒业股东会通过决议，同意将华致酒业注册资本由 1,000 万元增加至 5,000 万元，其中云南香格里拉金六福酒业销售有限公司以货币增资 1,950 万元，增资完成后其持有的华致酒业股权比例为 51%；吴向东购买

王海峰 40%股权后以货币增资 2,050 万元，增资完成后其持有的华致酒业股权比例为 49%。上述增资完成后，华致酒业的注册资本为 5,000 万元。

2006 年 2 月 22 日，云南迪庆合吉（联合）会计师事务所出具了云迪合会验字（2006）第 7 号验资报告，确认本次增资已经全部到位。

2006 年 3 月 16 日，华致酒业领取了变更后的《企业法人营业执照》，注册号为 5334001100014。

本次股权转让以及增资完成以后，云南华致酒业有限公司的股权结构如下：

股东名称	出资额（人民币元）	出资比例
云南香格里拉金六福酒业销售有限公司	25,500,000	51.00%
吴向东	24,500,000	49.00%
合计	50,000,000	100%

3、2006 年 5 月云南香格里拉金六福酒业销售有限公司向吴向东转让部分华致酒业股权

2006 年 5 月 8 日，吴向东与云南香格里拉金六福酒业销售有限公司签订了《云南华致酒业有限公司股东股权转让协议》，云南香格里拉金六福酒业销售有限公司将其持有的华致酒业 2%的股权转让给吴向东，并确定转让价格为 100 万元。

2006 年 5 月 8 日，华致酒业股东会通过决议，同意云南香格里拉金六福酒业销售有限公司将其持有的华致酒业 2%的股权转让给吴向东，转让后云南香格里拉金六福酒业销售有限公司持有华致酒业的股权比例变为 49%，吴向东持有华致酒业的股权比例变为 51%。

本次股权转让后，华致酒业的股权结构如下：

股东名称	出资额（人民币元）	出资比例
吴向东	25,500,000	51.00%
云南香格里拉金六福酒业销售有限公司	24,500,000	49.00%
合计	50,000,000	100%

4、2008年5月华致酒业名称变更为华致酒行连锁管理有限公司

2008年1月18日，华致酒业股东会通过决议，同意公司名称变更为华致酒行连锁管理有限公司。

2008年5月6日，公司在云南省迪庆藏族自治州工商行政管理局办理了变更登记手续，并领取了注册号为533400000000695的《企业法人营业执照》。

5、2008年12月云南香格里拉金六福酒业销售有限公司转让其持有的华致有限的全部股权

2008年12月8日，云南香格里拉金六福酒业销售有限公司与吴向东、华泽公司、新华联控股签订《华致酒行连锁管理有限公司股权转让协议》，云南香格里拉金六福酒业销售有限公司将其持有的华致有限19%的股权作价950万元转让给吴向东，将19.8%的股权作价990万元转让给华泽公司，将10.2%股权作价510万元转让给新华联控股。

2008年12月8日，华致有限股东会通过决议，同意上述股权转让事宜。

本次股权转让后，华致有限股权结构如下：

股东姓名	出资额（人民币元）	出资比例
吴向东	35,000,000	70.00%
华泽集团有限公司	9,900,000	19.80%
新华联控股有限公司	5,100,000	10.20%
合计	50,000,000	100%

6、2010年3月新华联控股向李大海转让其所持有的华致有限股权

2010年2月26日，华致有限股东会通过决议，同意股东新华联控股将其所持有华致有限10.2%股权转让给李大海。

2010年3月1日，新华联控股与李大海签订了《股权转让合同》，合同约定新华联控股将持有的华致有限10.2%股权作价2亿元人民币转让给李大海。

2010年3月8日，北京市长安公证处就此次股权转让出具了（2010）京长

安内经证字第 3501 号公证书，对此次股权转让作了公证。

2010 年 3 月 18 日，华致有限通过股东会决议，对公司章程进行了相应修改。

2010 年 3 月 24 日，云南省迪庆藏族自治州工商行政管理局受理上述股权转让事宜并签发“准予变更登记通知书”。

本次股权转让后，华致有限股权结构如下：

股东名称	出资额（人民币元）	出资比例
吴向东	35,000,000	70.00%
华泽集团有限公司	9,900,000	19.80%
李大海	5,100,000	10.20%
合计	50,000,000	100%

7、2010 年 9 月华泽公司向 CV Wine 转让部分华致有限股权

2010 年 8 月 28 日，华致有限股东会决议通过，同意华泽公司将其持有的华致有限 9.09% 的股权转让给 CV Wine。

2010 年 8 月 29 日，华致有限、吴向东、华泽公司、李大海、CV Wine 等签署了《股权转让协议》，各方约定，由转让方华泽公司将其持有的华致有限 9.09% 股权作价 50,000 万元转让给投资方 CV Wine。

2010 年 9 月 10 日，云南省商务厅出具了《关于同意华致酒行连锁管理有限公司股权并购的批复》（云商资[2010]177 号），批准了上述股权转让事宜。

2010 年 9 月 29 日，华致有限在云南省工商局办理了变更登记并领取了注册号为 530000400005204 的《企业法人营业执照》。

本次股权转让后，公司的股权结构如下：

股东名称	出资额（人民币元）	股权比例
吴向东	35,000,000	70.00%
华泽集团有限公司	5,355,000	10.71%
李大海	5,100,000	10.20%
CV Wine Investment Limited	4,545,000	9.09%
合计	50,000,000	100%

8、2010 年 10 月 KKR 向华致有限增资，同时华泽公司向 KKR、Pullock 和新远景成长转让部分华致有限股权

2010 年 9 月 15 日，华致有限、吴向东、华泽公司、李大海、KKR 与 CV Wine 签署《股权认购协议》，各方约定，KKR 以 25,000 万元认购华致有限 4.17% 的新增股权，其中 2,173,913 元计入注册资本、247,826,087 元计入资本公积。

2010 年 9 月 15 日，华致有限、吴向东、华泽公司、李大海、KKR 及 CV Wine 签署《股权转让协议》，各方约定，KKR 以 20,000 万元受让华泽公司持有的华致有限增资后的 3.33% 的股权。

2010 年 9 月 28 日，华致有限、吴向东、华泽公司、李大海、Pullock、新远景成长、CV Wine 及 KKR 签署《股权转让协议》，各方约定，Pullock 以 16,000 万元受让华泽公司持有的华致有限增资后的 2.67% 的股权，新远景成长以 9,000 万元受让华泽公司持有的华致有限增资后的 1.50% 的股权。

2010 年 9 月 30 日，华致有限通过董事会决议，同意 KKR 认购华致有限 4.17% 的新增股权并受让华致有限增资后的 3.33% 的股权；同意 Pullock 受让华致有限增资后 2.67% 的股权；同意新远景成长受让华致有限增资后 1.50% 的股权；同意修订后的《华致酒行连锁管理有限公司经修订和重述的中外合资经营企业合作合同》和《华致酒行连锁管理有限公司经修订和重述的中外合资经营企业合作章程》。

2010 年 10 月 11 日，云南省商务厅出具了《关于同意华致酒行连锁管理有限公司增资和股权转让的批复》（云商资[2010]197 号），批准了上述增资和股权转让事宜。

2010 年 10 月 25 日，云南天鉴会计师事务所有限公司出具了天鉴验字(2010)第 038 号验资报告，确认 KKR 对公司 2.5 亿元货币资金增资已经到位。

2010 年 10 月 28 日，华致有限取得云南省工商局核发的变更后的《企业法人营业执照》（注册号：530000400005204）。

本次增资及股权转让后，华致有限的股权结构如下：

股东名称	出资额（人民币元）	股权比例
吴向东	35,000,000	67.08%
华泽集团有限公司	1,441,957	2.76%
李大海	5,100,000	9.78%
CV Wine Investment Limited	4,545,000	8.71%
KKR Liquor Investment Holdings S.à r.l.	3,913,043	7.50%
Pullock Investment Limited	1,391,304	2.67%
新远景成长（天津）股权投资合伙企业（有限合伙）	782,609	1.50%
合计	52,173,913	100.00%

9、2010 年 10 月，吴向东将其所持华致有限股权转让给融睿高新

2010 年 10 月 26 日，吴向东与融睿高新签订《股权转让协议》，约定吴向东将持有的华致有限 67.08%股权作价 3,500 万元人民币转让给融睿高新。

2010 年 10 月 26 日，华致有限董事会通过决议，同意吴向东将其持有的华致有限 67.08%的股权转让给融睿高新。

2010 年 10 月 27 日，云南省商务厅出具了《关于同意华致酒行连锁管理有限公司股权转让的批复》（云商资[2010]207 号），批准了上述股权转让事宜。

2010 年 10 月 28 日，云南省工商局向华致有限颁发了企业法人营业执照，注册号为 530000400005204。

本次股权转让后，华致有限的股权结构如下：

股东名称	出资额（人民币元）	股权比例
云南融睿高新技术投资管理有限公司	35,000,000	67.08%
华泽集团有限公司	1,441,957	2.76%
李大海	5,100,000	9.78%
CV Wine Investment Limited	4,545,000	8.71%
KKR Liquor Investment Holdings S.à r.l.	3,913,043	7.50%
Pullock Investment Limited	1,391,304	2.67%
新远景成长（天津）股权投资合伙企业（有限合伙）	782,609	1.50%
合计	52,173,913	100.00%

10、华致有限整体变更为股份公司

2010年11月21日，经华致有限董事会审议通过，华致有限以福建华兴出具的闽华兴所（2010）审字H-035号《审计报告》中确认的2010年10月31日的净资产327,451,999.34元人民币，按照1:0.503891的比例折合成股份公司股本165,000,000元，剩余162,451,999.34元列入资本公积，整体变更设立为股份公司。同日，融睿高新、华泽公司、李大海、CV Wine、KKR、Pullock、新远景成长作为股份公司的发起人签署了《发起人协议》。

2010年11月23日，云南省商务厅出具了《关于同意华致酒行连锁管理有限公司变更为股份有限公司的批复》（云商资[2010]226号），批准了华致有限的整体变更方案。

2010年11月24日，股份公司创立大会在北京召开，通过了设立股份公司的各项决议。

2010年11月25日，福建华兴出具了闽华兴所（2010）验字H-006号验资报告，确认股份公司的注册资本为人民币165,000,000.00元，各发起人均已缴足其认购的股份。

2010年11月26日，公司在云南省工商局完成注册登记，注册资本为165,000,000元。

股份公司设立后的股权结构如下：

股东姓名	持股数(股)	比例(%)
云南融睿高新技术投资管理有限公司	110,687,500	67.08%
华泽集团有限公司	4,560,189	2.76%
李大海	16,128,750	9.78%
CV Wine Investment Limited	14,373,563	8.71%
KKR Liquor Investment Holdings S.à r.l.	12,374,998	7.50%
Pullock Investment Limited	4,399,999	2.67%
新远景成长（天津）股权投资合伙企业（有限合伙）	2,475,001	1.50%
合计	165,000,000	100.00%

（二）重大资产重组行为

报告期内公司没有进行过重大资产重组。

报告期内公司竞标取得贵州珍酒厂破产资产，并成立贵州珍酒酿酒有限公司和贵州珍酒销售有限公司用于承接相关资产，后公司对贵州珍酒厂破产资产、贵州珍酒酿酒有限公司和贵州珍酒销售有限公司进行了处置，该过程并未构成重大资产重组，具体情况如下：

1、交易过程

2008年12月17日，贵州省遵义市中级人民法院裁定（（2008）遵市法民破字第4-1-2号）贵州珍酒厂破产清算，并指定破产管理人接管贵州珍酒厂进行清算。贵州珍酒厂破产管理人委托贵州金盾拍卖行有限责任公司对破产财产进行公开拍卖，委托贵州阳光产权交易所对破产财产信息作公开披露。

2009年6月10日，华致酒行连锁管理有限公司召开股东会，同意公司参与贵州珍酒厂破产财产的拍卖，并出资不高于人民币1亿元购买贵州珍酒厂破产财产。公司竞得贵州珍酒厂破产财产后，将新设全资子公司管理该等破产财产。

2009年8月28日，华致有限以8,250万元拍得贵州珍酒厂拍卖资产，并于当日与贵州珍酒厂破产管理人签订了转让协议。根据协议约定，华致有限向贵州阳光产权交易所支付了首笔款和拍卖佣金共计2,640万元。

2009年9月28日和2009年10月15日华致有限分别出资2,000万元和200万元设立贵州珍酒酿酒有限公司和贵州珍酒销售有限公司，用于承接贵州珍酒厂破产资产。2009年12月12日，公司与贵州珍酒厂破产管理人签署《贵州珍酒厂破产财产转让合同》之补充协议，协议约定，珍酒厂的拍卖资产将直接过户至贵州珍酒酿酒有限公司名下。2009年12月16日，本公司向贵州珍酒酿酒有限公司转款1,650万元用于支付后续收购款。

2009年12月23日，华致有限召开股东会议，决定将贵州珍酒酿酒有限公司及贵州珍酒销售有限公司转让给云南金六福投资有限公司，转让价格分别为2,000万元和200万元，并于同日签订《股东转让出资合同书》。2009年12月30日，云南金六福投资有限公司向华致有限支付了股权转让款2,200万元，归还华致有限支付的第一笔收购款及佣金计2,640万元。次日，贵州珍酒酿酒有限公司向华致有限归还了1,650万元收购款。

2、定价依据及公允性

华致有限收购贵州珍酒厂破产资产的总价为 8,250 万元，为参加公开竞标的最终成交价，价格形成过程公开透明，定价公允。

华致有限竞得贵州珍酒厂破产资产并成立贵州珍酒酿酒有限公司和贵州珍酒销售有限公司用于承接相关资产，在上述资产及公司出售前，贵州珍酒厂资产、贵州珍酒酿酒有限公司和贵州珍酒销售有限公司均未实际运营，故而公司将其按照实际出资平价转让，定价公允，不存在损害任何一方利益的情形。

四、发行人历次验资情况及投入资产的计量属性

本公司历次验资情况如下：

（一）华致酒业设立时的验资

2005 年 5 月 25 日，云南迪庆合吉（联合）会计师事务所为各出资人向华致酒业设立时的出资进行了验证，出具了云迪合会验字（2005）第 26 号《验资报告》。根据该验资报告，截至 2005 年 5 月 25 日，华致酒业分别收到全体股东缴纳的投入资本合计人民币 1,000 万元，全部以货币出资，其中：云南香格里拉金六福酒业销售有限公司以货币出资 600 万元，占注册资本 60%；王海峰以货币出资 400 万元，占注册资本 40%。

本次出资及云迪合会验字（2005）第 26 号《验资报告》存在以下问题：

1、云迪合会验字（2005）第 26 号《验资报告》正文误将股东之一云南香格里拉金六福酒业销售有限公司写成了“云南香格里拉金六福酒业有限公司”，报告附件之《注册资本实收情况明细表》误写成了“云南金六福酒业有限公司”；

2、经核对公司实收资本会计处理凭证，股东之一王海峰的实际出资系上海方亦圆广告有限公司（现已注销）代为支付；

3、经核对公司实收资本会计处理凭证，股东之一云南香格里拉金六福酒业销售有限公司的 600 万元出资所附银行凭证上的付款户名为“云南省香格里拉金六福酒业公司”。

对于云迪合会验字（2005）第 26 号《验资报告》和云南香格里拉金六福酒业销售有限公司的 600 万元出资所附银行凭证上涉及的股东名称错误的情况，云南迪庆合吉（联合）会计师事务所和中国农业银行股份有限公司迪庆开发区分理处分别出具了说明，证实相关名称错误系当时操作失误所致。

上海方亦圆广告有限公司成立于 2004 年，并于 2008 年注销。2011 年 1 月 25 日和 2011 年 1 月 27 日，上海方亦圆广告有限公司股东郭青海和王若倩分别出具确认函，确认：“受云南华致酒业有限公司股东王海峰先生委托，2005 年 5 月 23 日，上海方亦圆广告有限公司代王海峰先生从上海方亦圆广告有限公司 31001527311050001301 账户向云南华致酒业有限公司 24161001040001417 账户支付人民币 400 万元出资款。上海方亦圆广告有限公司未直接或间接持有云南华致酒业有限公司的股权，上海方亦圆广告有限公司未因代为支付出资款事宜与王海峰先生产生任何纠纷，上海方亦圆广告有限公司与王海峰先生对于此项出资款的债权债务关系亦已结清。”

2011 年 1 月 25 日，王海峰出具确认函，确认：“2005 年 5 月 23 日，本人委托上海方亦圆广告有限公司代本人向云南华致酒业有限公司支付人民币 400 万元出资款。上海方亦圆广告有限公司未直接或间接持有云南华致酒业有限公司的股权。本人与上海方亦圆广告有限公司就此项出资款的债权债务关系亦已结清。2006 年 2 月 15 日，本人和吴向东先生签署《股东股份转让协议》，将本人持有的云南华致酒业有限公司 400 万元注册资本出资额以人民币 400 万元的价格转让给吴向东先生。该等股权转让价款已结清，本人不再直接或间接持有华致酒行连锁管理股份有限公司的股权。”

针对本次出资，福建华兴于 2011 年 2 月 10 日出具了闽华兴所(2011)审核字 H-003 号专项复核报告，对本次出资进行了专项复核，认为：“经我们对华致公司提供的与出资相关的文件、会计处理凭证以及银行方及各方出具的说明等进行复核，情况如下：

1、云南香格里拉金六福酒业销售有限公司于 2005 年 5 月 20 日将 600 万元出资额缴存公司中国农业银行迪庆州分行香格里拉经济开发区分理处 24161001040001417 账户 600 万元。

(1) 因银行操作将付款户名“云南香格里拉金六福酒业销售有限公司”误写成了“云南省香格里拉金六福酒业公司”，中国农业银行股份有限公司迪庆开发区分理处于 2010 年 12 月 7 日出具说明，证实了该情况。

(2) 原验资报告误将股东名称写成了“云南香格里拉金六福酒业有限公司”或“云南金六福酒业有限公司”，云南迪庆合吉（联合）会计师事务所于 2011 年 1 月 18 日出具说明，证实了该情况。

2、上海方亦圆广告有限公司受王海峰委托，于 2005 年 5 月 23 日向公司中国农业银行迪庆州分行香格里拉经济开发区分理处 24161001040001417 账户划款 400 万元。

2011 年 1 月 25 日，上海方亦圆广告有限公司的股东郭青海、王若倩分别出具了《确认书》，确认了上述情况，并声明“上海方亦圆广告有限公司未直接或间接持有云南华致酒业有限公司的股权，上海方亦圆广告有限公司未因代为支付出资款事宜与王海峰先生产生任何纠纷，上海方亦圆广告有限公司与王海峰先生对于此项出资款的债权债务关系亦已结清”。同日，王海峰也出具了《确认书》，确认了上述委托支付情况，并声明了“本人与上海方亦圆广告有限公司就此出资款的债权债务关系亦已结清”。

我们认为，除上述事项外，为贵公司出具验资报告的上述会计师事务所已根据《独立审计实务公告第 1 号——验资》的要求对贵公司设立出资到位情况实施了必要的验证程序。依据以上证据表明该验资报告的格式和内容符合《独立审计实务公告第 1 号——验资》的规定。”

针对本次出资，律师认为：华致酒业股权权属清晰，不存在股权纠纷；华致酒业成立时各股东的出资已经足额到位，以上代为出资事宜对本次发行不构成实质性障碍。

针对本次出资，保荐人认为：华致酒业成立时虽存在代为出资情况，但是公司已取得当事人股东及代为出资方出具的确认函，公司股权权属清晰，不存在股权纠纷，以上代出资事宜对本次发行不构成实质性障碍。

（二）2006 年 2 月华致酒业增加注册资本至 5,000 万元时的验资

2006 年 2 月，王海峰将所持华致酒业股权转让给吴向东，同时云南香格里拉金六福酒业销售有限公司和吴向东共同对华致酒业增资，增资后华致酒业注册资本为 5,000 万元。

针对上述增资，云南迪庆合吉（联合）会计师事务所出具了云迪合会验字（2006）第 7 号验资报告，该报告称“贵公司原注册资本为人民币 1,000 万元，根据贵公司股东会决议和修改后章程的规定，申请增加注册资本人民币 4,000 万元，由云南香格里拉金六福酒业销售有限公司和自然人吴向东于 2006 年 2 月 16 日之前缴足，变更后的注册资本为 5,000 万元。经我们审验，截至 2006 年 2 月 16 日止，贵公司已收到甲方、乙方缴纳的新增注册资本肆仟万元整。以货币出资 4,000 万元。”

经核对本次出资相关的付款凭证，吴向东的增资款 2,050 万元系由云南香格里拉金六福酒业销售有限公司代为支付。

2011 年 2 月 10 日，云南香格里拉金六福酒业销售有限公司出具确认函，确认：“一、该等款项系我公司代替吴向东先生支付，我公司从未持有也未要求持有该 2,050 万元对应的云南华致酒业有限公司的股权，该等代为出资也不构成吴向东先生代替我公司持有云南华致酒业有限公司股权的情况。二、吴向东先生与我公司就该 2,050 万元增资款的债权债务已结清，自我公司代为支付增资款至今，我公司未因代为支付增资款事宜与吴向东先生产生任何纠纷，我公司将来也不会因代为支付增资款事宜向吴向东先生和贵公司主张任何权利。”

针对本次出资，律师认为：华致酒业股权权属清晰，不存在股权纠纷；华致酒业本次增资过程中各股东的出资已经足额到位，以上代为出资事宜对本次发行不构成实质性障碍。

针对本次出资，保荐人认为：本次增资虽存在代为出资问题，但是公司已取得代为出资方出具的确认函，公司股权权属清晰，不存在股权纠纷，以上代出资事宜对本次发行不构成实质性障碍。

（三）2010 年 10 月华致有限增资至 52,173,913 元时的验资

2010 年 9 月 15 日，华致有限、吴向东、华泽公司、李大海、KKR 与 CV Wine 签署《股权认购协议》，约定：KKR 以 2.5 亿元认购华致有限 4.17% 的新增股权。同时约定投资方可以外币支付认购价款。

2010 年 10 月 25 日，云南天鉴会计师事务所有限公司出具了天鉴验字(2010)第 038 号验资报告。该报告称：“贵公司原注册资本为人民币伍仟万元，实收资本为人民币伍仟万元。根据贵公司股东会决议和修改后的章程规定，贵公司申请增加注册资本人民币贰佰壹拾柒万叁仟玖佰壹拾叁元，由新增股东 KKR 于 2010 年 10 月 22 日之前一次缴足，变更后的注册资本为人民币伍仟贰佰壹拾柒万叁仟玖佰壹拾叁元。经我们审验，截至 2010 年 10 月 22 日止，各股东以货币出资伍仟贰佰壹拾柒万叁仟玖佰壹拾叁元”。

天鉴验字（2010）第 038 号验资报告同时说明：“新增股东戊方（即 KKR）认缴人民币 2,173,913.00 元，占新增注册资本的 100%，出资方式为美元现汇投入 37,564,046.70 美元，按入账当日银行外汇汇率 1:6.657 折算为人民币 250,063,858.88 元。其中实收资本 2,173,913.00 元，资本公积 247,826,087.00 元，贵公司向股东的借款 63,858.88 元。”

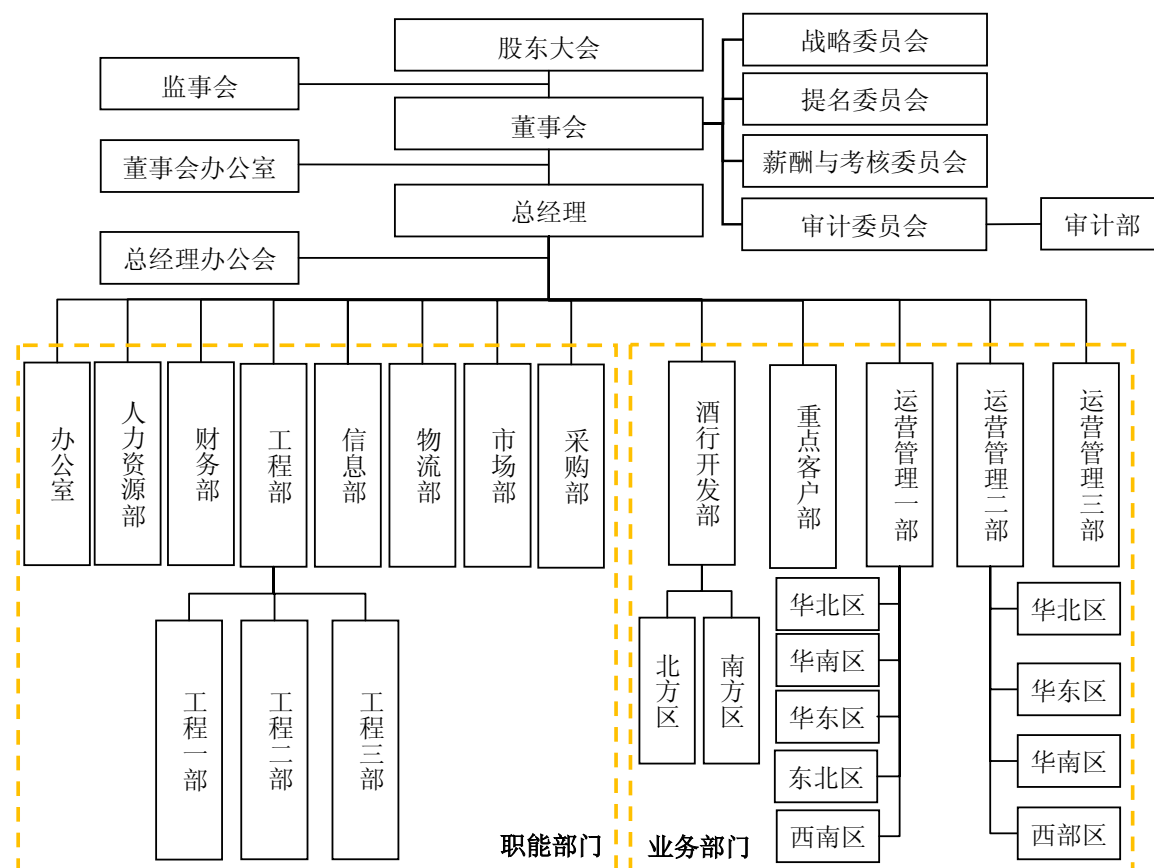
（四）华致有限整体变更为股份公司时的验资

2010 年 11 月 25 日，福建华兴对华致有限整体变更为股份公司的注册资本进行了审验，并出具了闽华兴所(2010)验字 H-006 号《验资报告》。根据该《验资报告》，截至 2010 年 11 月 25 日止，验资后的注册资本为人民币 165,000,000.00 元，累计实收资本为人民币 165,000,000.00 元。

五、组织结构

（一）股权结构图

（二）内部组织结构



（三）公司内部组织机构的设置与运行情况

公司的法人治理结构由股东大会、董事会和监事会构成。股东大会是公司的最高权力机构，董事会是公司的决策机构，监事会对公司董事会、高级管理人员以及公司的生产经营情况进行监督。

董事会设董事会办公室，主要负责协助董事会秘书处理董事会的日常工作；管理公司证券事务、信息披露等相关工作。

公司总经理在董事会的领导下，负责公司的日常生产经营及管理运作。公司下设办公室、人力资源部、财务部、物流部、工程部、市场部、信息部、采购部等八个职能部门，以及酒行开发部、重要客户部、运营管理部一部、运营管理部二部、运营管理部三部等五个业务部门，并设有十七个子公司。

本公司各职能部门职责如下：

1、酒行开发部

制定公司连锁门店总体规划；建立和完善开发合作经营方的制度体系；系统、有序地开发合作经营方；与运营管理一部配合协助试销合格的合作经营方开设门店。

2、运营管理一部

制定和完善公司连锁门店（包括直营店和合作店）的各项管理制度和流程；负责全国性连锁门店的日常运营管理，传达公司的各项销售政策和通知，确保酒行门店按照公司制定的规范运营；配合连锁门店开拓和维护客户；协助试销合格的合作经营方开设门店。

3、运营管理二部

在掌握各种酒类零售终端的动态信息的基础上，制定直供终端业务和终端供应商业务的发展策略、各项管理制度和流程；负责公司各类直供终端客户和终端供应商客户开发和维护管理；监控各种酒类零售终端的价格体系；发展终端供应商开设连锁门店。

4、运营管理三部

制定公司区域品牌发展策略；负责区域品牌合作经营方的开发和区域品牌连锁专卖店的日常运营管理；配合专卖店开拓和维护客户。

5、重要客户部

制定公司团购业务的标准化流程；通过多种方式宣传公司品牌和产品；挖掘、开拓和长期维护团购客户，实现团购销售目标；建立重要团购客户档案和数据库，为公司经营决策提供支持。

6、市场部

负责行业整体市场状况研究，包括供求分析、客户分析、竞争对手分析、政策研究等；负责公司品牌策略制定、品牌建设与维护工作；负责建立并完善市场推广体系，利用网站、资讯、宣传刊物、广告、展示会等资源，组织实施市场推广计划；负责公司品牌活动方案的制定及具体落实；协助和指导各部门市场推广工作；公司内部刊物的编辑、印刷及发行。

7、采购部

跟踪公司业务部门销售情况以及产品库存情况，根据年度采购计划制定阶段性的采购计划与目标；积极引进各类酒品，有效保证和支撑公司销售需求；调查掌握酒品名称、品牌、产地、价格等信息，通过多种方法搜集分析公司所需各类酒品的供应商信息并进行接洽，确定目标产品；负责商品订货的业务洽谈，检查合同的执行和落实情况，保证采购质量；处理国外产品的报关引进等相关工作，保证产品的顺利入库。

8、财务部

建立、健全公司财务制度、流程及预算管理体系；实时监控资金状况，合理安排资金计划；全面组织和督导客户信用管理，监控信用额度使用情况；组织预算编制工作，实施对各部门、各层级的费用控制与审核；负责公司所有业务的会计核算、公司资产及库存的账目管理；编制会计报表，出具财务分析报告；检查下属机构财务工作的规范性；负责公司上市后募集资金专用账户的设立、存储和管理工作。

9、工程部

负责公司门店的整体形象设计及装修标准的制定；制定公司门店选址标准，负责公司所有拟开业门店的选址工作，协助签订规范的店铺购买或租赁协议；负责公司所有新开业门店的装修和工程验收等工作；根据公司的工程预算和财务规划，制定并执行工程部预算管理；负责工程项目中合同的审核与管理；负责各下属机构内设施的日常维护和后期维修管理等日常工作。

10、办公室

负责公司日常行政管理工作；负责制定年度行政及商务工作预算并监督执行；负责组织公司内外部各种商务活动、大型会议；负责分、子公司的设立、变更、年检、注销等；负责公司知识产权的申请、维护；负责公司标准合同文本的制定与执行监督等；协调组织公司资质评比、产品鉴定工作；负责公司管理层的文秘服务工作。

11、人力资源部

负责公司人力资源战略规划和人员配置；根据业务需要进行组织结构设计和组织能力建设；负责公司岗位管理，根据业务需要进行岗位设计、梳理和合理定岗定编；负责公司人才的选、育、用、留管理，建立和执行人力资源招募、选拔、培养、任免、薪酬、激励和考核体系。

12、物流部

根据物流计划和业务需求，完成各类商品的分货、调拨、运输、仓储、库存、品质、安全管理等工作，为客户提供及时、准确、可靠的物流服务；统筹第三方物流供应商的评选及日常管理。

13、信息部

负责拟定与实施公司信息化建设规划方案；负责构建企业内部的信息交流平台 and 联通全国门店的信息网络建设；负责公司基础网络的建设、运行与维护管理；负责为公司各相关部门实施信息化工程提供相应技术支持；负责公司网站设计、建设、运行、管理。

14、审计部

根据董事会审计委员会的部署，拟定审计工作计划，报经董事会审计委员会批准后制定审计方案；根据董事会的要求组织对公司及分支机构的财务收支、预决算等情况进行常规审计和专项审计；依据有关法规和公司内部规章制度对严重违反相关规定的单位和责任人提出追究责任建议。

15、董事会办公室

在董事会秘书领导下，组织管理公司信息披露事务、负责资本市场维护及其他证券事务管理工作；按照法律、法规及监管层对上市公司的要求，对公司运营提出建议并推动实施。

六、发行人控股子公司、参股公司的简要情况

（一）本公司存续的控股子公司

截至本招股说明书签署日，公司共有 17 家全资子公司。基本情况如下：

序号	公司名称	成立时间	注册资本	实收资本	注册地	股东构成及控制情况	营业范围
1	长沙华致酒业有限公司	2009年4月20日	5,000万元	5,000万元	长沙市芙蓉区芙蓉中路269号华联大厦11楼1105室	唯一股东为华致酒行	预包装食品（食品卫生许可证有效期至2013年4月16日）、日用百货、日杂用品、五金交电、家用电器、化工产品、金属材料、装饰材料、服装、机械设备、电子产品的销售。（涉及行政许可的凭许可证经营）
2	德钦华致高原酒窖连锁管理有限公司	2009年10月9日	500万元	500万元	德钦县升平镇	唯一股东为华致酒行	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
3	邵阳湘窖酒业销售有限公司	2010年7月21日	500万元	500万元	邵阳市北塔区蔡锷路江北工业园	唯一股东为华致酒行	酒类销售
4	华致葡萄酒与烈性酒（香港）有限公司	2009年12月2日	5万港币	1港币	香港铜锣湾告士打道255-257号	唯一股东为华致酒行	连锁销售及进出口各类葡萄酒与烈酒
5	北京京都华致贸易有限公司	2010年8月26日	500万元	500万元	北京市朝阳区朝外大街乙12号酒店裙房商铺、餐饮1层07	唯一股东为华致酒行	许可经营项目：批发预包装食品 一般经营项目：批发日用品
6	醴陵华致酒业有限公司	2010年11月23日	200万元	200万元	醴陵市瓷城大道农金大厦七楼	唯一股东为华致酒行	预包装食品批发兼零售（限2013年11月21日前有效）；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、机械电子产品销售（以上项目需要审批的凭批准文件经营）
7	天津华致津都酒业贸易	2011年6月3日	200万元	200万元	河西区琼州道9号	唯一股东为华	预包装食品、日用百货、日用品、五金交电、家用电器、照相器材、化工产品（危险化学品及易制毒品除外）、金属材料、服装、电子机械设

序号	公司名称	成立时间	注册资本	实收资本	注册地	股东构成及控制情况	营业范围
	有限公司					致酒行	备（小轿车除外）批发兼零售；货物及技术进出口业务（国家限定公司经营和禁止进出口的商品及技术除外）。（以上经营范围涉及行业许可的凭许可证件，在有效期内经营，国家有专项专营规定的按规定办理）
8	合肥华致酒业贸易有限公司	2011年6月14日	200万元	200万元	合肥市包河区徽州大道407号	唯一股东为华致酒行	预包装食品（在许可证有效期内经营）、副食品（除专项许可）、化工产品（除危险品）、包装材料、日用百货、五金交电、家用电器、照相器材、金属材料（除专项许可）、装饰材料、服装、机械电子产品销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家禁止和限定经营的除外）。
9	南昌华致酒行实业有限公司	2011年7月5日	200万元	200万元	南昌市西湖区抚河北路149号	唯一股东为华致酒行	预包装食品批发兼零售（许可证有效期至2014年5月23日）**
10	杭州华致贸易有限公司	2011年7月20日	200万元	200万元	杭州市下城区文晖路287号、289号	唯一股东为华致酒行	许可经营项目：批发、零售：预包装食品（有效期至2014年6月7日）；一般经营项目：日用百货、五金交电、家用电器、照相器材、化工产品（除化学危险品及易制毒品）、金属材料、装饰材料、服装、机械电子的批发零售及进出口业务（以上商品进出口不涉及国营贸易、进出口配额许可证、出口配额招标、出口许可证等专项管理的商品，涉及专项管理的商品按国家有关规定办理），技术进出口（但国家限定经营和禁止出口的技术除外）；服务：企业管理咨询、市场营销策划、商务信息咨询（除中介）、酒类科技的技术咨询。（上述经营范围不含国家法律法规规定禁止、限制和许可经营的项目。）***
11	福州华致酒业有限公司	2011年7月21日	200万元	200万元	福州市台江区鳌峰街道鳌江路8号福州金融街万达广场一	唯一股东为华致酒行	批发兼零售预包装食品（有效期至2014年7月4日）；日用品、五金交电（不含电动自行车）、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、服装的批发及零售。（以上经营范围涉及许可经

序号	公司名称	成立时间	注册资本	实收资本	注册地	股东构成及控制情况	营业范围
					期1层42号2层42号、1层44号2层44号		营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营)
12	济南华致酒业有限公司	2011年7月29日	201万元	201万元	济南市市中区建辛路以南阳光新路以西泉景天沅鸿园105号	唯一股东为华致酒行	许可经营项目：预包装食品批发、零售（有效期至2014年7月20日）。 一般经营项目：日用品、百货、五金交电、家用电器、化工产品（不含危险化学品）、金属材料、装饰材料批发、零售；企业营销策划。（未取得专项许可的项目除外）
13	孝感华致酒业有限公司	2011年8月1日	200万元	200万元	孝感市交通路258号	唯一股东为华致酒行	预包装食品零售（有效期至2014年6月27日止）；日用百货、日用杂品（不含烟花爆竹）、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、机械电子批发兼零售（上述经营范围中有国家法律法规规定需审批的经营项目，经审批后方可经营）。
14	广州粤都华致酒业有限公司	2011年8月16日	200万元	200万元	广州市天河区珠江新城海月路409号106、107铺	唯一股东为华致酒行	批发兼零售：预包装食品（主营：酒精饮料、茶—不包括茶饮料，有效期至2014年7月14日），批发和零售贸易（国家专营专控商品除外）；货物进出口、技术进出口；企业管理咨询；商务信息咨询；商品信息咨询。【经营范围涉及法律、行政法规禁止经营的不得经营，涉及许可经营的未获许可前不得经营】
15	兰州华致酒业贸易有限公司	2011年9月6日	200万元	200万元	兰州市城关区金昌南路152-158号一层	唯一股东为华致酒行	预包装食品、其他食品、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、机械电子的批发零售，企业管理、市场营销、酒类科技的咨询服务。
16	沈阳华致酒业贸易有限公司	2011年9月29日	200万元	200万元	沈阳市沈河区奉天街328号5门	唯一股东为华致酒行	许可经营项目：预包装食品批发兼零售；一般性经营项目：无。
17	洛阳华致酒	2011年	200万	200万	洛阳市涧西区世纪	唯一股	预包装食品（许可证编号：SP4103051110023238；有效期至：2014年

序号	公司名称	成立时间	注册资本	实收资本	注册地	股东构成及控制情况	营业范围
	业有限公司	11月29日	元	元	华阳商铺55-56号	东为华致酒行	11月14日)；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)、金融材料及装饰材料、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、市场营销的咨询服务。(以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批,按审批的项目和时限开展经营活动)

上述公司的主要财务指标如下:

序号	公司名称	2011年6月30日 (利润为2011年1-6月数据)			2010年12月31日 (利润为2010年数据)			是否经审计
		总资产 (万元)	净资产 (万元)	净利润 (万元)	总资产 (万元)	净资产 (万元)	净利润 (万元)	
1	长沙华致酒业有限公司	6,390.01	5,768.28	605.22	6,689.09	5,163.06	368.61	是
2	德钦华致高原酒窖连锁管理有限公司	766.95	707.08	74.81	801.74	632.26	289.73	是
3	邵阳湘窖酒业销售有限公司	4,484.49	1,657.94	777.26	3,113.20	880.68	467.76	是
4	华致葡萄酒与烈性酒(香港)有限公司	872.08	-27.68	-22.68	880.50	-27.35	-24.89	是
5	北京京都华致贸易有限公司	812.78	726.56	137.69	935.82	588.87	96.59	是
6	醴陵华致酒业有限公司	3,053.85	947.23	638.57	376.92	308.65	108.65	是
7	天津华致津都酒业贸易有限公司	200.05	186.42	-13.58	-	-	-	是
8	合肥华致酒业贸易有限公司	200.02	179.50	-20.50	-	-	-	是

注:上述财务指标系截止至2011年6月30日,南昌华致酒行实业有限公司在2011年7月5日设立,杭州华致贸易有限公司在2011年7月20日设立,福州华致酒业有限公司在2011年7月21日设立,济南华致酒业有限公司在2011年7月29日设立,孝感华致酒业有限公司在2011年8月1日设立,广州粤都华致酒业有限公司在2011年8月16日设立,兰州华致酒业贸易有限公司在2011年9月6日设立,沈阳华致酒业贸易有限公司在2011年9月29日设立,洛阳华致酒业有限公司在2011年11月29日设立,无相关财务指标。

（二）本公司的参股公司

截至本招股说明书签署日，本公司没有参股公司。

（三）报告期内曾经控制和参股的公司

1、湖南省华致百悦商业发展有限公司

湖南省华致百悦商业发展有限公司为报告期内公司的控股子公司，公司持股 95%，吴向东持股 5%，该公司成立于 2007 年 2 月 15 日，注册资本为人民币 500 万元，实收资本为人民币 500 万元，法定代表人为颜涛，住所为长沙市芙蓉区五一大道 235 号湘域中央 905-06 号，该公司的经营范围为销售预包装食品、香烟（凭本企业有效许可证书）、百货、服装、日用杂货、办公用品、五金、交电、机械设备、电气机械及器材、法律法规允许的金属材料、化工产品、建筑装饰材料；提供信息咨询服务。

因业务调整，2008 年股东会决定注销湖南省华致百悦商业发展有限公司。2008 年 5 月 12 日，湖南省华致百悦商业发展有限公司完成注销登记。

2、贵州珍酒酿酒有限公司和贵州珍酒销售有限公司

贵州珍酒酿酒有限公司为报告期内公司的全资子公司，该公司成立于 2009 年 9 月 28 日，注册资本为人民币 2,000 万元，实收资本为人民币 2,000 万元，法定代表人为肖建平，住所为遵义市北郊十字铺，该公司的经营范围为：白酒生产、销售；农产品收购。

贵州珍酒销售有限公司为报告期内公司的全资子公司，该公司成立于 2009 年 10 月 15 日，注册资本为人民币 200 万元，实收资本为人民币 200 万元，法定代表人为肖建平，住所为遵义市北郊十字铺，该公司的经营范围为酒类销售。

公司设立贵州珍酒酿酒有限公司和贵州珍酒销售有限公司主要是为了承接公司竞标取得的贵州珍酒厂主要资产，后因公司发展战略的需要，于 2009 年 12 月将该两家公司出售给了云南金六福投资有限公司。该两家公司由于成立时间较短且并未实际开展业务，本公司分别以 2,000 万元和 200 万元的价格将其平价转让。

七、发起人、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）股东基本情况

1、云南融睿高新技术投资管理有限公司

成立时间：2010 年 10 月 26 日

注册资本：3,600 万元

实收资本：3,600 万元

注册地：迪庆香格里拉经济开发区松园

法定代表人：吴向东

公司类型：一人有限责任公司

股权结构：唯一股东为自然人吴向东

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（以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）。

财务状况：截至 2010 年 12 月 31 日，融睿高新的资产总计为 152,760.42 万元，所有者权益合计为 74,449.47 万元；2010 年实现净利润 33,366.71 万元。截至 2011 年 6 月 30 日，融睿高新的资产总计为 163,248.26 万元，所有者权益合计为 100,935.39 万元；2011 年 1-6 月实现净利润 26,493.80 万元。以上数据已经云南天鉴会计师事务所有限公司审计。

历史沿革：融睿高新自成立以来注册资本、股权结构、营业范围以及其他登记事项均未发生变化。

2、华泽集团有限公司

成立时间：2005 年 2 月 1 日

注册资本：10,000 万元

实收资本：10,000 万元

注册地：迪庆香格里拉经济开发区

法定代表人：颜涛

公司类型：自然人出资有限责任公司

股权结构：吴向东持股 90%，颜涛持股 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。
（以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）。

财务状况：截至 2010 年 12 月 31 日，华泽公司的资产总计为 624,780.89 万元，所有者权益总计为 212,236.26 万元；2010 年实现净利润 103,336.85 万元。华泽公司 2010 年的利润主要来自转让发行人股权所获的投资收益。截至 2011 年 6 月 30 日，华泽公司的资产总计为 503,542.37 万元，所有者权益总计为 229,866.27 万元；2011 年 1-6 月实现净利润 15,898.12 万元。以上数据为合并报表数据且未经审计。

3、李大海

李大海先生，中国国籍，身份证号 22010419710823XXXX，无永久境外居留权；住所：长春市朝阳区锦水路 18 号。

4、CV Wine Investment Limited

成立时间：2010 年 7 月 16 日

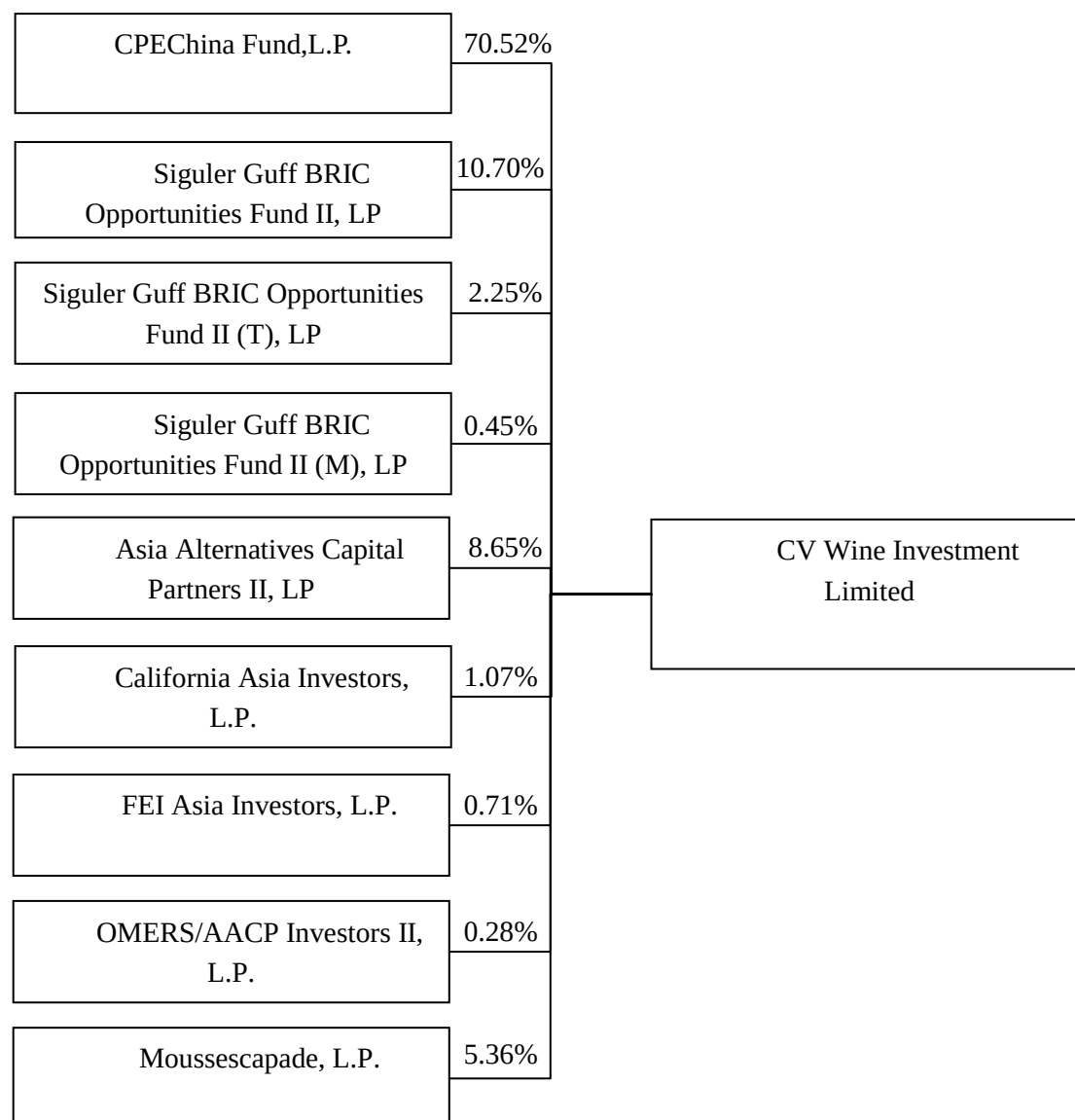
法定股本：1,000 美元

注册地：香港中环都爹利街 11 号律敦治大厦 12 楼

经营范围：股权投资

股东构成：CPEChina Fund, L.P.持有 CV Wine 70.52%的股权，而 CPEChina Fund, L.P.为一家注册于开曼群岛的股权投资基金，由中信产业投资基金管理有限公司的境外关联实体发起和管理。Siguler Guff BRIC Opportunities Fund II, LP、Siguler Guff BRIC Opportunities Fund II (T), LP 以及 Siguler Guff BRIC Opportunities Fund II (M), LP 分别持有 CV Wine 10.70%、2.25%以及 0.45%的股权，而 Siguler Guff BRIC Opportunities Fund II, LP 为一家注册于美国特拉华州的股权投资基金，Siguler Guff BRIC Opportunities Fund II (T), LP 为一家注册于开曼群岛的股权投资基金，Siguler Guff BRIC Opportunities Fund II (M), LP 为一家注册于美国特拉华州的股权投资基金，该三家股权投资基金均由 Siguler Guff & Company 发起和管理。Asia Alternatives Capital Partners II, LP、California Asia Investors, L.P.、FEI Asia Investors, L.P.以及 OMERS/AACP Investors II, L.P.分别持有 CV Wine 8.65%、1.07%、0.71%以及 0.28%的股权，而该四家均为注册于开曼群岛的股权投资基金，均由 Asia Alternatives LLC 发起和管理。Moussescapade, L.P.持有 CV Wine 5.36%的股权，而 Moussescapade, L.P.为一家注册于开曼群岛的股权投资基金，由 Mousse Partners Ltd.发起和管理。

CV Wine Investment Limited 股权结构图如下：



财务状况：截至 2010 年 12 月 31 日，总资产为 80,350,869 美元，所有者权益合计为 5,257,765 美元；2010 年实现净利润 5,247,765 美元。截至 2011 年 6 月 30 日，总资产为 80,842,407 美元，所有者权益合计为 7,087,188 美元；2011 年 1-6 月实现净利润 1,829,423 美元。以上数据未经审计。

5、KKR Liquor Investment Holdings S.à r.l.

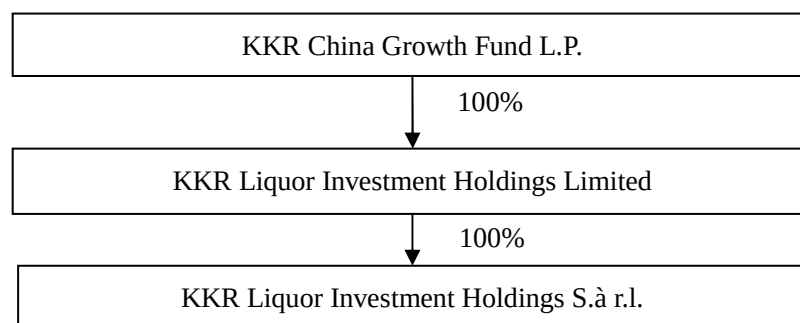
成立时间：2010 年 9 月 10 日

注册资本：70,000 美元

注册地：卢森堡

股东构成：KKR Liquor Investment Holdings Limited 持有 KKR Liquor Investment Holdings S.à r.l. 100%股权。KKR Liquor Investment Holdings Limited 为一家注册于开曼群岛的公司，成立于 2010 年 9 月 6 日，董事为 Scott Nuttall, William J. Janetschek 和 Terence P. Gallagher，法定股本为\$50,507.99 美元，注册地址为 Maples Corporate Services Limited, PO Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104，经营范围为投资相关业务，KKR China Growth Fund L.P.持有其 100%股权。KKR China Growth Fund L.P.为一家注册于开曼群岛的股权投资基金，由 Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P.（与其附属公司，统称“KKR 集团”）发起和管理，投资人为 51 家境外机构。KKR 集团于 1976 年由 Henry Kravis 先生和 George Roberts 先生创立，是全球领先的投资机构。截至 2011 年 6 月 30 日，KKR 管理资产总额达 619 亿美元，在全球包括北京及香港在内的 14 个城市设有办事机构。KKR 集团通过旗下的多支投资基金，对不同类别的资产进行管理。KKR 集团致力于与所投资企业的管理层紧密合作，并利用其全球资源和运营专识，通过股权投资创造价值。KKR 集团在纽约证券交易所上市（NYSE 代码：KKR）。

KKR Liquor Investment Holdings S.à r.l.的股权结构图如下：



经营范围：股权投资

财务状况：截至 2010 年 12 月 31 日，KKR Liquor Investment Holdings S.à r.l. 的资产总计为 6,797.04 万美元，所有者权益合计为 6,795.67 万美元；2010 年实现净利润-4.96 万美元。截至 2011 年 6 月 30 日，KKR Liquor Investment Holdings S.à r.l.的资产总计为 8,142.46 万美元，所有者权益合计为 8,123.31 万美元；2011 年 1-6 月实现净利润 1,345.02 万美元。以上数据未经审计。

6、Pullock Investment Limited

成立时间：2010 年 8 月 4 日

法定股本：1,000 港币

注册地：香港皇后大街中 99 号中环中心 57 楼 5705 室

股东构成：唯一股东是 New Horizon Capital III, L.P.。New Horizon Capital III, L.P.是一家于 2008 年 9 月在开曼群岛注册成立的有限合伙企业，是专注于中国的私募股权投资基金，基金规模为 7.65 亿美元。

经营范围：股权投资

财务状况：截至 2010 年 12 月 31 日，资产总计为 23,997,262.22 美元，所有者权益合计为-35,870.11 美元；2010 年实现净利润-35,870.24 美元。截至 2011 年 6 月 30 日，资产总计为 24,200,555.64 美元，所有者权益合计为 154,188.03 美元；2011 年 1-6 月实现净利润 154,187.90 美元。以上数据未经审计。

7、新远景成长（天津）股权投资合伙企业（有限合伙）

注册号：120191000039430

成立时间：2008 年 12 月 30 日

出资额：141,400 万元

经营场所：天津开发区广场东路 20 号滨海金融街 E2-ABC-4 层 4053

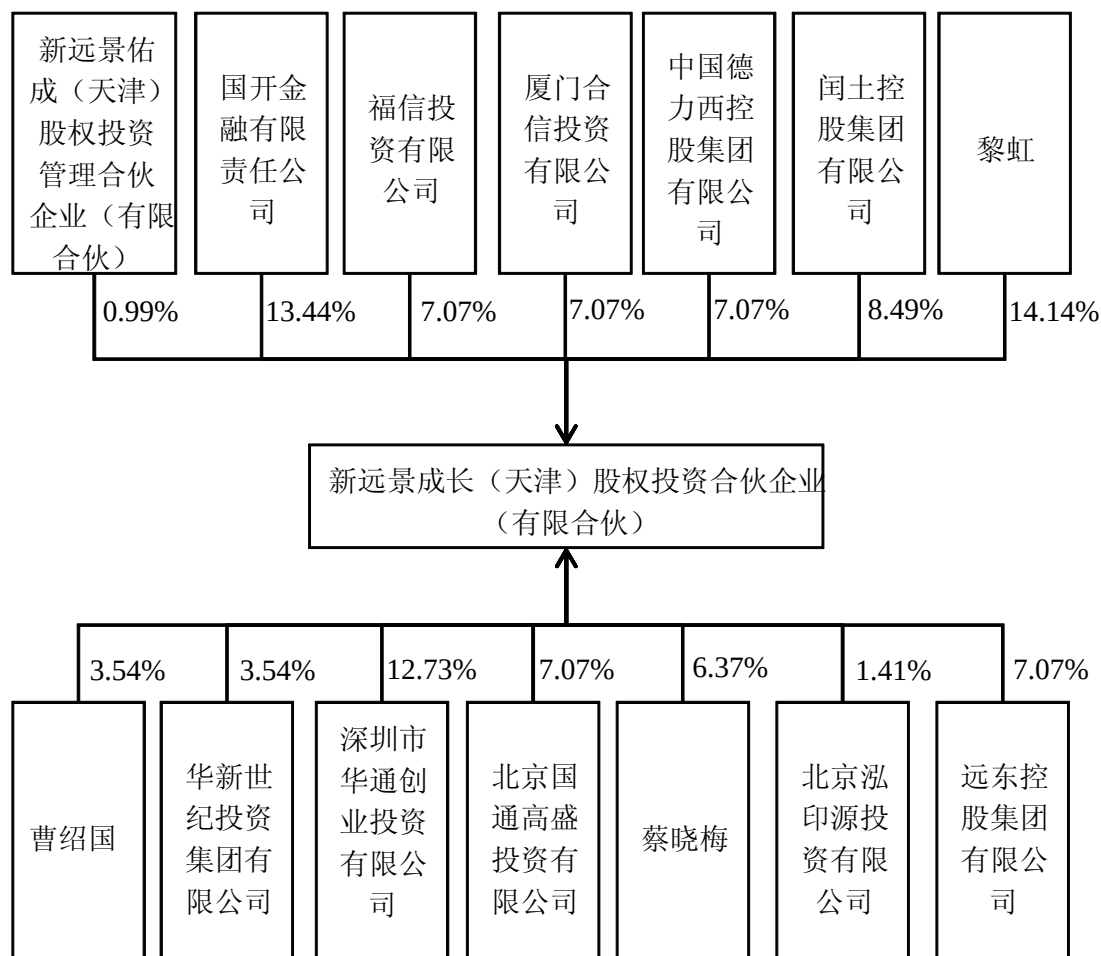
企业类型：有限合伙

经营范围：从事非证券类股权投资活动及相关的咨询服务。国家有专营、专项规定的按专营专项规定办理。

财务状况：截至 2010 年 12 月 31 日，新远景成长的资产总计为 130,038.64 万元，所有者权益合计为 122,801.75 万元；2010 年实现净利润-6,615.97 万元。截至 2011 年 6 月 30 日，新远景成长的资产总计为 127,509.00 万元，所有者权益

合计为 125,853.63 万元；2011 年 1-6 月实现净利润 123.56 万元。以上数据未经审计。

出资关系：



上图中除自然人以外的其他合伙人的股权（或出资）结构如下：

序号	股东名称	股东情况		主要股东情况	
		股东名称	持股（或出资）比例	股东名称	持股比例
1	新远景佑成（天津）股权投资管理合伙企业（有限合伙）	天瑞融盛（天津）股权投资管理有限公司	1%	张杰	50%
				吴嘉怡	50%
		于剑鸣	61.72%		
		吴嘉怡	37.28%		
2	国开金融有限责任公司	国家开发银行股份有限公司	100%	财政部	51.30%
				中央汇金投资有限公司	48.70%

序号	股东名称	股东情况		主要股东情况	
		股东名称	持股(或出资)比例	股东名称	持股比例
3	福信投资有限公司	厦门合信投资有限公司(对新远景成长(天津)股权投资合伙企业(有限合伙)直接出资10,000万元,占7.07%)	99%	邱国龙	95%
				林宝珍	5%
		黄宇	1%		
4	中国德力西控股集团有限公司	德力西集团	99%	胡成中	50.50%
				胡成国	19.50%
				包秀杰	8.75%
				包秀东	5.25%
				张永	5.00%
				吴成文	3.60%
				林少东	2.50%
				黄胜洲	1.70%
				黄胜茂	1.70%
				胡成虎	1.50%
		杭州德力西有限公司	1%	德力西集团	100%
5	闰土控股集团有限公司	阮加根	38%		
		阮浩波	20%		
		阮静波	12.50%		
		章文松	6%		
		徐万福	5%		
		阮国涛	4%		
		阮兴祥	3.60%		
		阮华林	3.27%		
		周成余	3%		
		景浙湖	1%		
		赵国生	1%		
		阮吉明	1%		
		阮文英	0.63%		
		韩明娟	0.50%		
		王璧华	0.50%		
6	华新世纪投资集团有限公司	北京鼎泰房地产开发有限责任公司	91.80%	赵艳光	38%
				侯丽秋	28%
				王春成	18%
				常贵	16%
		常忠林	8.20%		
7	深圳市华通创业投资有限公司	曾峰	65%		
		王帅	35%		

序号	股东名称	股东情况		主要股东情况	
		股东名称	持股(或出资)比例	股东名称	持股比例
8	北京国通高盛投资有限公司	吴晓霞	99%		
		王玉红	1%		
9	远东控股集团有限公司	蒋锡培	50.80%		
		杜南平	10%		
		张希兰	10%		
		蒋华君	8.20%		
		蒋国健	7.92%		
		王宝清	6.67%		
		杜剑平	3%		
		蒋岳培	2%		
		杨忠	1.41%		
10	北京泓印源投资有限公司	李涛	100%		

注：新远景佑成（天津）股权投资管理合伙企业（有限合伙）是新远景成长（天津）股权投资合伙企业（有限合伙）的普通合伙人，天瑞融盛（天津）股权投资管理有限公司是新远景佑成（天津）股权投资管理合伙企业（有限合伙）的普通合伙人。

（二）实际控制人基本情况

公司的实际控制人为吴向东先生。

吴向东先生，中国国籍，无境外永久居留权。出生于 1969 年 1 月，身份证号码为：43021919690102XXXX，住所为：长沙市芙蓉区蔡锷中路三条巷 3 号 1 门 502 房。吴向东先生现任华泽公司以及本公司董事长，湖南省总商会副会长，是中国酒界知名企业家。

吴向东先生分别持有融睿高新 100%的股权、华泽公司 90%的股权，融睿高新持有本公司 67.08%的股份，华泽公司持有本公司 2.76%的股份，吴向东先生为华致酒行的实际控制人。

吴向东先生的主要投资为其在本公司、新华联控股、MACRO-LINK SDN.BHD、华泽公司、云南融睿及云南华鹏的投资。吴向东先生向发行人进行历次投资情况如下：

时间	投资事项	投资金额
2006 年 2 月	自原股东王海峰受让华致有限 40%股权	400 万元
2006 年 2 月	向华致有限增资，增资后持股比例为 49%	2,050 万元

时间	投资事项	投资金额
2006年5月	自原股东云南香格里拉金六福酒业销售有限公司受让华致有限2%的股权	100万元
2008年12月	自原股东云南香格里拉金六福酒业销售有限公司受让华致有限19%的股权	950万元
累计投资金额		3,500万元

注：2010年10月，吴向东先生将其在华致有限累计投资金额以3,500万元转让予其100%拥有的融睿高新。

吴向东先生向发行人关联方投资情况如下：

投资标的	投资时间	投资方式	目前持股比例	累计投资金额
华泽公司	2006年-2011年	受让股份、增资	90%	33,750万元
新华联控股	2004年	受让股份	20%	2,000万元
马来西亚新华联集团有限公司 (MACRO-LINK SDN.BHD)	1990年	设立出资	15%	15万马来西亚元
融睿高新	2010年10月	设立出资	100%	3,600万元
云南华鹏投资有限公司	2006年1月	设立出资	2.96%	1,717万元
中国酒业控股有限公司(香港) ¹	2009年	设立出资	100%	港币5万元
华泽集团有限公司(BVI)	2009年	设立出资	100%	1美元
华泽房地产控股有限公司(香港) ²	2010年	设立出资	100%	港币1元
累计投资金额				约41,101万元

注：(1) 以2011年12月6日中国外汇交易中心受权公布人民币汇率中间价1马来西亚元折算为2.0212人民币，1港币折算为0.8148人民币；(2) 云南华鹏设立时出资2,000万元，后转让283万元出资额。

吴向东先生对本公司及关联方进行上述投资的资金主要来源于历年的工资、奖金以及进行投资的分红所得。保荐机构、律师查阅了吴向东先生上述投资及所任职公司经营情况、分红决议、董事会会议纪要等文件认为，吴向东先生所投资经营情况良好，吴向东先生为其所任职公司的发展做出了突出的贡献，吴向东先生依靠其来自于上述公司的分红和工资奖金等收入有能力向发行人及其关联方进行投资，资金来源合法。

¹ 2011年，吴向东将其所持中国酒业控股有限公司(香港)100%股权转让与华泽集团有限公司(BVI)。

² 2011年，吴向东将其所持华泽房地产控股有限公司(香港)100%股权转让与华泽集团有限公司(BVI)。

（三）控股股东及实际控制人主要控制企业基本情况

1、控股股东控制的其他企业

公司的控股股东为融睿高新，截至本招股说明书签署日，融睿高新除持有公司 67.08%股权外，未开展其他业务。

2、实际控制人控制的其他企业

（1）控股子公司情况

1) 华泽集团有限公司

请见本节“七、发起人、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）股东基本情况”。

2) 华泽集团有限公司(BVI)

成立时间：2009 年 2 月 10 日

股本：1.00 美元

注册地：英属维京岛

股权结构：唯一股东为吴向东

主营业务：投资控股

财务数据：截至 2010 年 12 月 31 日，华泽集团有限公司（BVI）的资产总计为 7.78 港币，所有者权益合计为 7.78 港币；2010 年实现净利润 0 港币。截至 2011 年 6 月 30 日，华泽集团有限公司（BVI）的资产总计为 7.80 港币，所有者权益合计为 7.80 港币；2011 年 1-6 月实现净利润 0 港币。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，公司实际控制人吴向东控制的三级公司如下表所示：

序号	单位名称	股东/合伙人	出资额（万元）	出资比例
1	湖南省金六福酒业有限公司	华泽集团有限公司	8,000.00	80.00%
		湖南新华联国际石油贸易有限公司	2,000.00	20.00%
		合计	10,000.00	100.00%
2	云南金六福投资有限公司	华泽集团有限公司	8,000.00	80.00%
		新华联控股有限公司	2,000.00	20.00%
		合计	10,000.00	100.00%
3	云南恒生矿业有限公司	华泽集团有限公司	36,000.00	97.30%
		唐均	800.00	2.16%
		蔡晓芳	200.00	0.54%
		合计	37,000.00	100.00%
4	湖南醴陵釉下五彩城开发建设有限公司	华泽集团有限公司	1,800.00	60.00%
		湖南奇凡胜置业有限公司	1,200.00	40.00%
		合计	3,000.00	100.00%
5	云南华鹏投资有限公司	华泽集团有限公司	50,029.00	86.26%
		吴向东等49个自然人股东	7,971.00	13.74%
		合计	58,000.00	100.00%
6	云南金六福贸易有限公司	华泽集团有限公司	11,200.00	80.00%
		新华联控股有限公司	2,800.00	20.00%
		合计	14,000.00	100.00%
7	醴陵华鹏投资有限公司	华泽集团有限公司	500.00	100.00%
8	醴陵华鹏投资管理中心(有限合伙)	华泽集团有限公司	50.00	33.33%
		醴陵华鹏投资有限公司	50.00	33.33%
		云南华鹏投资有限公司	50.00	33.33%
		合计	150.00	100.00%
9	中国酒业控股有限公司（香港）	华泽集团有限公司（BVI）	港币5万元（股本）	100.00%
10	华泽房地产控股有限公司（香港）	华泽集团有限公司（BVI）	港币1元（股本）	100.00%
11	湖南东方瓷典文化艺术有限公司	华泽集团有限公司	2,550.00	85.00%
		宋爱国	450.00	15.00%
		合计	3,000.00	100.00%

上述公司的基本信息如下：

序号	三级企业名称	成立时间	注册资本（万元）	实收资本（万元）	注册地	营业范围
1	湖南省金六福酒业有限公司	2000.3.23	10,000	10,000	长沙市	经销酒、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（不含硅酮胶）、服装、机械设备、电子产品、政策允许的金属材料、农副产品
2	云南金六福投资有限公司	2006.3.28	10,000	10,000	迪庆州	对外投资、接受委托进行企业管理、技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务
3	云南恒生矿业有限公司	2002.6.19	37,000	37,000	迪庆州	项目投资；矿产品、矿山设备的经营
4	湖南醴陵釉下五彩城开发建设有限公司	2010.5.13	3,000	3,000	醴陵	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。
5	云南华鹏投资有限公司	2006.1.9	58,000	58,000	迪庆州	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）、金属建材及建筑装饰材料、服装、机械电子、土畜产品的批发零售。
6	云南金六福贸易有限公司	2010.11.5	14,000	14,000	迪庆州	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。
7	醴陵华鹏投资有限公司	2011.7.5	500	500	醴陵	国家法律、行政法规、政策允许的实业投资及投资管理；投资咨询服务及商业信息咨询（不含金融、证券、期货信息咨询）；市场营销策划；会展会务服务。
8	醴陵华鹏投资管理中心（有限合伙）	2011.7.18	150	150	醴陵	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）。
9	中国酒业控股有限公司（香港）	2009年3月9日	港币5万元（股本） -	-	香港铜锣湾告士打道255-257号信和	投资控股

序号	三级企业名称	成立时间	注册资本(万元)	实收资本(万元)	注册地	营业范围
					广场19楼1905B室	
10	华泽房地产控股有限公司(香港)	2010年11月18日	港币1元(股本)	-	香港铜锣湾告士打道255-257号信和广场19楼1905B室	投资控股
11	湖南东方瓷典文化艺术有限公司	2011年11月17日	3,000	3,000	湖南省醴陵市瓷城大道农金大厦七楼	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。

上述企业的主要财务指标如下:

单位: 万元

序号	三级企业名称	2011年6月30日总资产	2011年6月30日净资产	2011年1-6月净利润	2010年12月31日总资产	2010年12月31日净资产	2010年净利润
1	湖南省金六福酒业有限公司	255,351.61	61,453.87	4,501.36	273,511.85	56,952.50	16,766.98
2	云南金六福投资有限公司	138,481.22	65,998.72	2,230.45	164,337.87	65,223.67	4,923.55
3	云南恒生矿业有限公司	36,780.50	36,736.47	47.31	36,733.18	36,689.16	86.77
4	湖南醴陵釉下五彩城开发建设有限公司	9,994.63	2,791.54	-96.06	4,888.14	2,887.60	-112.40
5	云南华鹏投资有限公司	65,724.11	60,488.29	131.91	101,484.07	60,356.38	69.60
6	云南金六福贸易有限公司	42,820.43	18,627.70	5,174.76	28,335.03	13,452.94	-547.06

序号	三级企业名称	2011年6月30日总资产	2011年6月30日净资产	2011年1-6月净利润	2010年12月31日总资产	2010年12月31日净资产	2010年净利润
	司						
7	中国酒业控股有限公司（香港）	港币 40,136.00	港币 -9,864.00	港币 -30,859.00	港币 50,000.00	港币 20,995.00	港币 -8,555.00
8	华泽房地产控股有限公司（香港）	港币 514,074.92	港币 -60,628.88	港币 -60,629.88	港币 1元	港币 1元	港币 0元

注：以上数据未经审计。上述财务指标系截止至 2011 年 6 月 30 日，醴陵华鹏投资有限公司于 2011 年 7 月 5 日设立，醴陵华鹏投资管理中心（有限合伙）于 2011 年 7 月 18 日设立，湖南东方瓷典文化艺术有限公司于 2011 年 11 月 17 日设立，无相关财务指标。

（四）实际控制人或控股股东直接或间接持有的本公司股票质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，实际控制人和控股股东间接或直接持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

八、发行人股本的有关情况

（一）本次发行前后本公司股本结构

本次发行前，本公司总股本为 165,000,000 股，本次拟发行 55,000,000 股人民币普通股，本次发行股份占发行后总股本的比例为 25%。本次发行前后的股本结构如下表：

股东名称	发行前		发行后	
	持股数 (股)	股权比例	持股数 (股)	股权比例
云南融睿高新技术投资管理有限公司	110,687,500	67.08%	110,687,500	50.31%
华泽集团有限公司	4,560,189	2.76%	4,560,189	2.07%
李大海	16,128,750	9.78%	16,128,750	7.33%
CV Wine Investment Limited	14,373,563	8.71%	14,373,563	6.53%
KKR Liquor Investment Holdings S.à r.l.	12,374,998	7.50%	12,374,998	5.62%
Pullock Investment Limited	4,399,999	2.67%	4,399,999	2.00%
新远景成长（天津）股权投资合伙企业（有限合伙）	2,475,001	1.50%	2,475,001	1.13%
公众股东	0	0.00%	55,000,000	25.00%
合计	165,000,000	100.00%	220,000,000	100.00%

（二）本公司前十名股东

本次公开发行前，公司共有 7 名股东，其持股情况如下表：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例
1	云南融睿高新技术投资管理有限公司	110,687,500	67.08%
2	华泽集团有限公司	4,560,189	2.76%
3	李大海	16,128,750	9.78%
4	CV Wine Investment Limited	14,373,563	8.71%
5	KKR Liquor Investment Holdings S.à r.l.	12,374,998	7.50%
6	Pullock Investment Limited	4,399,999	2.67%
7	新远景成长（天津）股权投资合伙企业（有限合伙）	2,475,001	1.50%
	合计	165,000,000	100%

（三）本公司前十名自然人股东及其在本公司担任的职务

本次公开发行前，共有 1 名自然人股东，其持股情况及在公司担任的职务如下表：

自然人股东	持股数（股）	持股比例	公司职务
李大海	16,128,750	9.78%	董事

（四）战略投资者及其持股情况

本公司目前无战略投资者。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

融睿高新和华泽公司同受公司实际控制人吴向东先生控制，存在关联关系，分别持有公司 67.08%、2.76%的股权。

（六）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

公司实际控制人吴向东先生承诺：自华致酒行 A 股股票在深圳证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人已直接和间接持有的华致酒行 A 股股份，也不由华致酒行回购本人直接或间接持有的华致酒行 A 股股份。

公司控股股东融睿高新承诺：自华致酒行 A 股股票在深圳证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司已直接和间接持有的华致酒行 A 股股份，也不由华致酒行回购本公司直接或间接持有的华致酒行 A 股股份。

公司股东华泽公司承诺：自华致酒行 A 股股票在深圳证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司已直接和间接持有的华致酒行 A 股股份，也不由华致酒行回购本公司直接或间接持有的华致酒行 A 股股份。

公司股东李大海先生承诺：自华致酒行 A 股股票在深圳证券交易所上市之日起十二个月内，本人不转让或者委托他人管理本人已直接和间接持有的华致酒行 A 股股份，也不由华致酒行回购本人直接或间接持有的华致酒行 A 股股份。上述锁定期届满后，在本人担任华致酒行董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持有华致酒行的股份总数的百分之二十五；离职后半年内不转让本人所持有的华致酒行的股份。

公司股东 CV Wine、Pullock、新远景成长承诺：若华致酒行刊登招股说明书之日距本公司取得华致酒行股权并完成工商变更登记之日不满十二个月，则自华致酒行股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，本公司不转让或者委托他人管理本公司已直接和间接持有的华致酒行 A 股股份，也不由华致酒行回购本公司直接或间接持有的华致酒行 A 股股份。若华致酒行刊登招股说明书之日距本公司取得华致酒行股权并完成工商变更登记之日满十二个月，则自华致酒行股票在证券交易所上市之日起十二个月内，本公司不转让或者委托他人管理本公司已直接或间接持有的华致酒行 A 股股份，也不由华致酒行回购本公司直接或间接持有的华致酒行 A 股股份。

公司股东 KKR 承诺：若华致酒行刊登招股说明书之日距本公司取得华致酒行股权并完成工商变更登记之日不满十二个月，则对于本公司以增资方式取得的华致酒行股权，自本公司增资取得华致酒行股权并完成工商变更登记之日起三十六个月内，本公司不转让或者委托他人管理本公司该等以增资方式取得的华致酒行股份，也不由华致酒行回购本公司该等以增资方式取得的华致酒行股份；对于本公司以股权转让方式受让取得的华致酒行股权，自华致酒行股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，本公司不转让或者委托他人管理本公司该等以股权转让方式受让取得的华致酒行股份，也不由华致酒行回购本公司该等以股权转让方式受让取得的华致酒行股份。若华致酒行刊登招股说明书之日距本公司取得华致酒行股权并完成工商变更登记之日满十二个月，则自华致酒行股票在证券交易所上市之日起十二个月内，本公司不转让或者委托他人管理本公司已直接或间接持有的华致酒行 A 股股份，也不由华致酒行回购本公司直接或间接持有的华致酒行 A 股股份。

九、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工情况

1、报告期内公司员工人数情况如下：

年份	人数（人）
2011年06月30日	371
2010年12月31日	260
2009年12月31日	220
2008年12月31日	167

2、截止 2011 年 6 月 30 日，公司员工结构如下：

（1）专业构成：

类别	人数（人）	占总员工比例
管理人员	46	12.40%
销售人员	295	79.52%
技术人员	11	2.96%
财务人员	19	5.12%
合计	371	100%

（2）学历构成情况：

类别	人数（人）	占总员工比例
高中/中专	40	10.78%
大专	117	31.53%
本科	193	52.02%
本科以上	21	5.67%
总计	371	100%

（3）年龄构成情况：

类别	人数（人）	占总员工比例
18-25 岁	47	12.67%
26-35岁	226	60.91%
36-45岁	90	24.26%
46岁以上	8	2.16%
总计	371	100%

（二）执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

公司根据《劳动法》和地方的相关规定，结合实际情况，与全体员工签订了劳动合同。

公司及控股子公司根据国家及省、自治区及直辖市劳动和社会保障部门制定的各项劳动保障法律、法规和相关政策，参加了劳动和社会保障部门实施的社会基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险。公司近三年来

未发生因违反劳动和社会保障法律、法规及规章的行为而受行政处罚的记录。

报告期内，公司存在未为部分员工缴纳住房公积金的情况，但截至本招股说明书签署日，本公司及子公司已经办理了住房公积金缴费手续并按规定缴纳住房公积金。

公司实际控制人吴向东于 2011 年 2 月 25 日出具《承诺函》作出如下承诺：“本人作为贵公司实际控制人，就贵公司及贵公司子公司历史上未缴纳住房公积金的情况，本人承诺，若相关监管部门要求贵公司及贵公司子公司进行补缴或缴纳任何罚款、滞纳金等款项，本人将无条件以现金全额支付该等被追缴的款项，并承担相应法律责任，保证贵公司不因此承担任何损失。”

律师认为：由于发行人实际控制人已承诺无条件全额承担可能被补缴和被追偿的损失，保证发行人不因此遭受任何损失，因此，即使发行人被要求补缴以前年度的住房公积金，亦不会对发行人产生重大不利影响。发行人及其子公司未依法按规定执行住房公积金制度的情况，对本次发行不构成重大不利影响。

保荐机构认为：鉴于发行人已经为员工办理了住房公积金缴费手续并按规定缴纳住房公积金，同时发行人实际控制人吴向东先生也已作出无条件全额承担可能被补缴和被追偿的损失承诺，因此公司历史上未按规定为员工缴纳住房公积金的情形不构成本次发行上市的实质性障碍。

十、持有公司 5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺

持有公司 5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员包括公司董事长吴向东先生、融睿高新、李大海、CV Wine、KKR。上述股东或人员作出的重要承诺如下：

1、本公司实际控制人、董事长吴向东先生于 2011 年 2 月 25 日出具《承诺函》，作出如下承诺：本人作为贵公司实际控制人，就贵公司及贵公司子公司历史上未缴纳住房公积金的情况，本人承诺，若相关监管部门要求贵公司及贵公司

子公司进行补缴或缴纳任何罚款、滞纳金等款项，本人将无条件以现金全额支付该等被追缴的款项，并承担相应法律责任，保证贵公司不因此承担任何损失。

2、本公司实际控制人、董事长吴向东先生于 2011 年 2 月 25 日出具《承诺函》，作出如下承诺：本人作为贵公司的实际控制人，向贵公司承诺如下：若税务主管部门要求发行人补缴因享受无法律、国务院或国家税务总局颁发的税收规范性文件作为依据的税收优惠而免缴及少缴的企业所得税，则本人将无条件全额承担在公司首次公开发行股份并上市前公司应补缴的税款及/或因此所产生的所有相关费用。

3、公司董事长吴向东先生、融睿高新、李大海、CV Wine、KKR 做出的股份锁定承诺请见本节“八、发行人股本的有关情况”之“（六）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

4、本公司股东融睿高新、李大海、CV Wine、KKR 于 2011 年 2 月 25 日承诺：本人/本公司/本企业所持华致酒行连锁管理股份有限公司股份的全部或其任何部分（以下简称“该等股份”）不存在权属争议，不存在代任何第三方持有该等股份的情况，本人/本公司/本企业享有该等股份的全部股东权利；本人/本公司/本企业所持有该等股份权属清晰，不存在质押、冻结或未了结的重大权属纠纷；本人/本公司/本企业不存在尚未了结的或可以合理预见的，可能对本人/本公司/本企业所持有该等股份产生重大不利影响的诉讼、仲裁或行政处罚。本人/本公司/本企业没有以任何方式对该等股份设置质押担保或其他第三方权益，该等股份也没有被司法机关冻结，本人/本公司/本企业基于该等股份依法行使股东权利没有任何法律障碍。本人/本公司/本企业在持有该等股份及行使相应股东权利方面与任何其他股东或人士之间不存在任何一致行动关系、合意或安排。

5、本公司股东融睿高新、李大海、CV Wine、KKR 于 2011 年 2 月 25 日承诺：截至本承诺函出具日，本人/本公司/本企业作为华致酒行连锁管理股份有限公司股东，不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

6、2011 年 2 月 25 日，本公司实际控制人吴向东先生、控股股东融睿高新与本公司签署《避免同业竞争协议》，本协议的主要内容请见“第七节 同业竞争和关联交易”之“一、同业竞争”。

7、本公司实际控制人吴向东先生承诺：本人作为贵公司实际控制人，保证本人控制的其他公司未来不会与贵公司发生无购销背景的资金或银行承兑汇票往来。若因历史上本人控制的其他公司与华致酒行发生的无购销背景的资金或银行承兑汇票往来使华致酒行遭受任何经济损失，由本人承担全部赔偿责任。

第六节 业务和技术

一、发行人的主营业务及变化情况

本公司主要从事酒类连锁销售业务。公司近三年主营业务未发生重大变化。

公司借鉴国际优秀连锁品牌成功经验，以“真品、精品、服务、环境”为核心经营理念，进行标准化的运营管理。公司秉承“让广大消费者购买和喝上真品美酒”的企业愿景，致力于为消费者提供安全保真的酒类产品、多样化的产品选择以及专业的酒品服务，打造国内保真酒品连锁销售领先品牌。

二、发行人所属行业基本情况

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》，本公司主营业务所属行业隶属于零售业中的食品、饮料、烟草零售业（行业代码为 H1101），本公司主营业务所属细分行业为酒类连锁销售行业。

（一）发行人所处行业管理体制

1、行业的主管部门

我国酒类连锁销售行业的行政主管部门为商务部和各地商务主管部门。商务部负责全国酒类流通监督管理及监测统计工作，各地商务主管部门负责本行政区域内酒类流通监督管理及监测统计工作，并负责酒类流通备案登记工作。

除商务部和各地商务主管部门外，酒类连锁销售行业的不同环节还对应着相应的管理部门。工商行政管理部门负责审查发放食品流通许可证；技术监督局和工商行政管理部门负责酒类流通领域的食品安全监督管理；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按职责分工依法对进口酒类进行管理。

2、行业自律组织

我国酒类连锁销售行业自律组织为中国酒类流通协会。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等。

（二）行业产业政策及主要法律法规

1、产业政策

（1）《商务部关于“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《商务部关于“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，着力推进连锁化、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，酒类连锁化率提高到 20%，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。

（2）《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》（食安办〔2011〕23 号），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。

（3）《产业结构调整指导目录》

2011年3月27日，国家发改委下发《产业结构调整指导目录（2011年本）》（国家发改委令（2011）第9号），鼓励商贸企业的统一配送和分销网络建设。

（4）《关于搞活流通扩大消费的意见》

2008年12月，国务院发布《关于搞活流通扩大消费的意见》，指出“培育大型流通企业集团。通过股权置换、资产收购等方式，支持流通企业跨区域兼并重组，做大做强，尽快形成若干家有较强竞争力的大型流通企业 and 企业集团。支持流通企业加快创立自主品牌，发展销售和物流网络。鼓励流通企业发展连锁经营和电子商务等现代流通方式，形成统一规范管理、批量集中采购和及时快速配货的经营优势，降低企业经营成本和销售价格，让利于消费者，促进居民消费”。

（5）《关于加快发展服务业的若干意见》

2007年3月，国务院发布《关于加快发展服务业的若干意见》，进一步指出要“提升改造商贸流通业，推广连锁经营、特许经营等现代经营方式和新型业态”；“加大政策扶持力度，推动服务业加快发展”；同时，“积极支持符合条件的服务企业进入境内外资本市场融资，通过股票上市、发行企业债券等多渠道筹措资金”。

（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、核心能力强、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”。

(7)《国务院关于加强食品安全工作的决定》

2004 年 9 月，国务院发布《国务院关于加强食品安全工作的决定》（国发[2004]23 号），指出鼓励质量优、信誉好、品牌知名度高的食品在全国流通，严厉查处无卫生许可证、无营业执照、无生产许可证的生产经营行为，不具备生产条件的要坚决予以取缔；严格实施食品质量安全市场准入制度，严格审查企业生产条件，严格按标准组织生产，严格产品出厂检验。

(8)《关于促进连锁经营发展的若干意见》

2002 年 9 月，国务院办公厅转发了国务院体改办、国家经贸委《关于促进连锁经营发展若干意见》，指出要鼓励连锁经营的发展，积极培育一批主业突出、经营规模大、具有国际竞争力的大型连锁集团；统筹规划，加快物流配送体系建设；加强管理，提高连锁经营企业规范化水平；进一步扩大对外开放，促进连锁经营企业在竞争中发展壮大；推动连锁经营向多领域和深层次发展。

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，《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》、《酒类流通管理办法》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：

法律法规	发布单位	实施时间	涉及的主要相关内容
《中华人民共和国食品安全法》	第十一届全国人民代表大会常务委员会	2009-6-1	国务院卫生行政部门承担食品安全综合协调职责；工商行政管理和国家食品药品监督管理部门依照本法和国务院规定的职责，分别对食品流通、餐饮服务活动实施监督管理。
《中华人民共和国产品质量法》	第七届全国人民代表大会常务委员会	2000 年 7 月 8 日修订，2001 年 3 月 15 日实施	规定产品销售者应当建立并执行进货检查验收制度，验明产品合格证明和其他标识；销售者应当采取措施，保持销售产品的质量；销售者不得销售国家明令淘汰并停止销售的产品和失效、变质的产品等。
《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	2007-7-26	规定酒类销售者必须建立并执行进货检查

加强食品等产品质量安全监督管理的特别规定》			验收制度，审验供货商的经营资格，验明产品合格证明和产品标识；必须建立产品进货台账；进口产品应当符合我国国家技术规范的强制性要求以及我国与出口国（地区）签订的协议规定的检验要求。
《酒类流通管理办法》	商务部	2006-1-1	规定包括酒类批发、零售、储运在内的酒类流通实行经营者登记备案制度和随附单制度。这是我国第一部全国统一的酒类市场流通管理规定，旨在促进我国酒类销售行业的持续健康发展，保障消费者的饮酒安全，使我国酒类管理走上法制化、规范化的轨道。
《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	1997-9-9	对进口酒类在国内市场实行下列管理： （一）海关监管管理；（二）卫生监督管理，包括口岸卫生监督检查（卫生检疫、“进口食品卫生监督检查标志”和卫生证书管理等）和国内生产、经营卫生监督管理；（三）质量监督管理；（四）市场经营行为和市场秩序监督管理；（五）税收征管管理等。

（三）发行人所属行业基本情况

1、中国酒类消费市场的总体状况

（1）中国已成为全球销量最大的烈酒市场

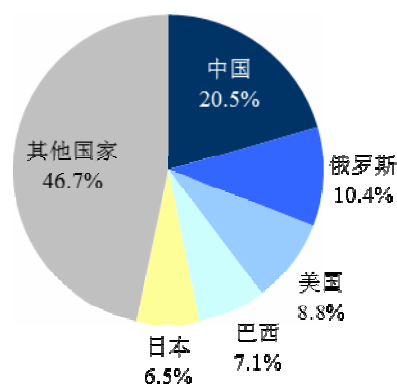
按消费额计算，目前亚太地区已成为全球最大烈酒消费市场，从 2004 年至 2009 年，亚太地区的烈酒消费额的年复合增长率为 9.9%，同期销量的年复合增长率为 6.8%。相比之下，同期北美市场的烈酒消费额年复合增长率为 5.7%，销量年复合增长率仅为 2.2%。¹其中，根据 Euromonitor International²的数据显示，按照销量计算，2007 年中国已经成为全球销量最大的烈酒市场。国际葡萄酒烈酒研究机构 IWSR³预计，未来 5 年，中国和印度将成为全球增长最快的烈酒市场。

¹ 资料来源：国际葡萄酒烈酒研究机构 IWSR 全球烈酒零售报告。

² Euromonitor International，中文名称为欧睿信息咨询，是一家专门提供市场数据和市场分析的英国公司。该公司研究的主要行业包括快速消费品行业以及国家支柱产业，研究区域包括全球 80 多个国家和地区。

³ IWSR 即 International Wine and Spirit Research，为国际知名市场研究公司 System Three Communications 的分支机构，目前研究区域已覆盖全球 220 个国家和地区。

图：2007 年全球主要烈酒消费市场的销量占比情况



数据来源：Euromonitor International

（2）宏观经济快速发展、居民收入水平持续提升以及城镇化率不断加快共同推动国内酒类产品消费稳步增长

近年来中国经济持续快速发展，自 2000 年以来，年均 GDP 增长率维持在 10% 左右。伴随中国经济总量的不断增长，人均国民收入水平也不断提升。根据国家统计局统计，2006-2010 年，城镇居民人均可支配收入从 11,760 元增长至 19,109 元，年平均增长率约为 12.77%；农村居民家庭人均纯收入从 3,587 元增长至 5,919 元，年平均增长率约为 12.74%。同时，中国城镇化进程不断加快，2009 年全国城镇化率已达 46.59%。根据国务院发展研究中心宏观经济研究部预测，到 2030 年，中国的城镇化率将达到 65% 左右。¹

在宏观经济快速发展、中国居民收入持续提升以及城镇化率不断加快的背景下，居民消费能力快速上升，酒类消费量增长较快。与此同时，随着西方酒文化逐步融入中国社交生活，以及进口关税的持续下调，酒类产品进口量亦增幅明显。自 2007 年 1-11 月至 2009 年 1-11 月，国内酒类表观消费量²从 4,282 万吨增长至 4,893 万吨。³中国酿酒工业协会预计，2010 年中国饮料酒的消费量将超过 6,000 万吨，到 2015 年中国饮料酒的消费量将达到 7,785 万吨，相比 2010 年增长

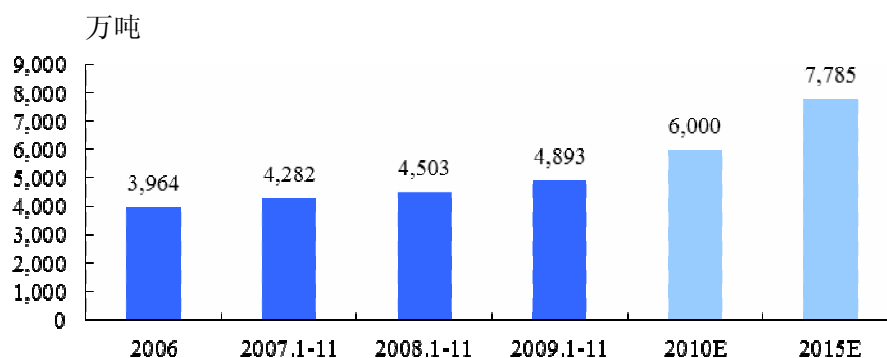
¹ 资料来源：《中国经济高速增长还将持续 20 年——访国务院发展研究中心宏观经济研究部部长余斌》，发表于《中小企业管理与科技》，2010 年第 23 期

² 表观消费量指产量加上净进口量，即表观消费量=产量+进口量-出口量

³ 数据来源：《2010 年酿酒行业风险分析报告》，该报告由国家发改委中国经济导报社和北京世经未来投资咨询有限公司联合编制

27.83%。¹

图：中国酒类表观消费量及预测情况



数据来源：《2010 年酿酒行业风险分析报告》，中国酿酒工业协会

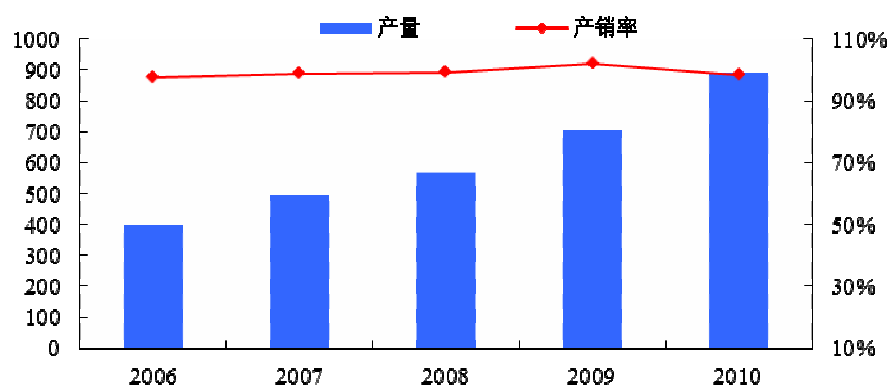
注：2006-2009 年消费量为表观消费量数据

（3）主要酒品消费呈现良好的增长态势

1）白酒

白酒是我国的传统酒类饮料，有着几千年的文化传承和广泛的消费基础。近年来，随着国内经济快速发展，商务、政务等社交活动日渐增多，促进了白酒消费的快速增长。2010 年国内白酒产量达到 890.83 万千升，相比 2006 年白酒产量增长 124.35%，与此同时，白酒行业的产销率一直保持平稳。2010 年 1-11 月国内白酒行业实现销售收入 2,421.62 亿元，相比 2006 年同期增长 188.19%。

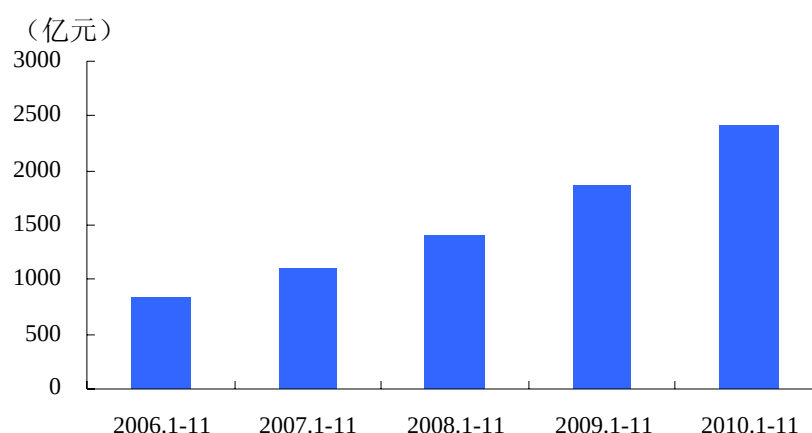
图：2006-2010 年中国白酒企业产量及产销量情况
(万千升)



数据来源：万得资讯

¹ 资料来源：《中国酿酒产业十二五（2011-2015 年）发展规划》（审定稿），由中国酿酒工业协会发起制定

图：2006 年 1-11 月至 2010 年 1-11 月中国白酒行业销售收入情况



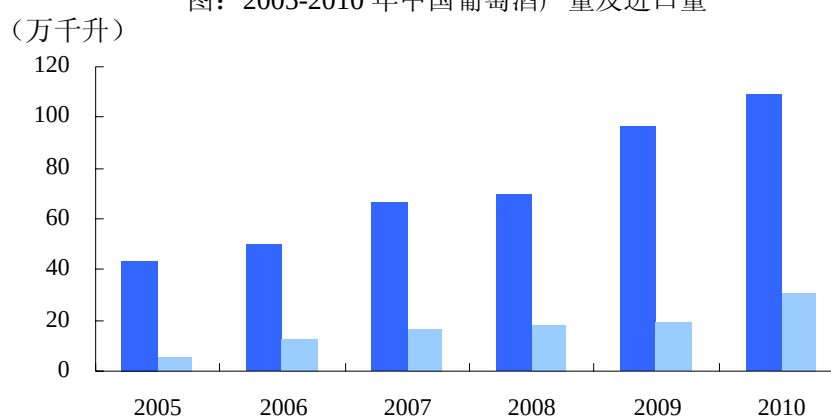
数据来源：万得资讯

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，具体体现为消费者对中高端产品的需求日益增强，从而为中高端白酒产品提供了广阔的市场空间。

2) 葡萄酒

近年来，中国葡萄酒市场快速发展。2010 年中国葡萄酒产量达 108.88 万千升，相比 2006 年增长 119.96%。2010 年 1-11 月中国葡萄酒行业实现销售收入 285.83 亿元，相比 2006 年同期增长 142.27%。与此同时，随着葡萄酒进口关税的大幅下调，中国葡萄酒市场的巨大需求吸引了进口酒的大量涌入，2010 年葡萄酒进口量达 30.49 万千升，同比增长 62.79%。

图：2005-2010 年中国葡萄酒产量及进口量

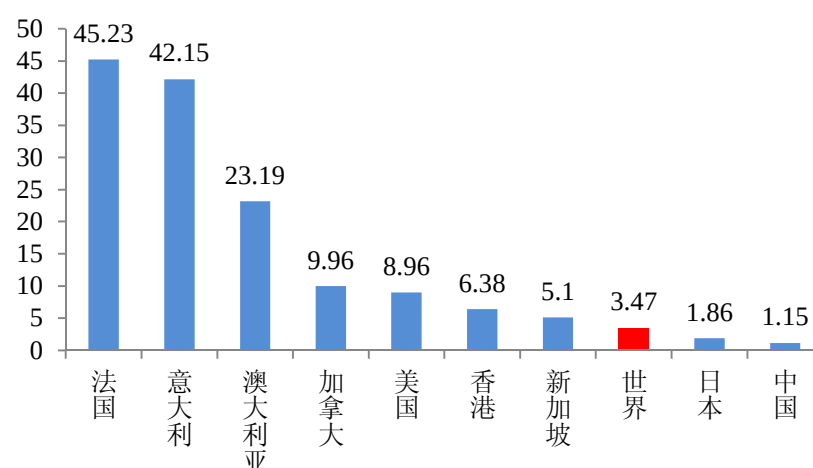


数据来源：万得资讯

注：中国葡萄酒产量为深色柱，进口量为浅色柱

但是，目前我国葡萄酒人均消费基数还比较低，与全球平均水平仍然存在较大差距。2009 年世界人均葡萄酒年消费量 3.47 升，欧洲主要葡萄酒生产和消费国人均消费量已超过 30 升（如法国为 45.23 升，意大利为 42.15 升），而我国人均消费量仅为 1.15 升¹，未来消费量增长空间巨大。根据 VINEXPO（世界葡萄酒与烈酒展会）的预测，到 2013 年，中国葡萄酒消费将达 12.6 亿瓶，成为世界第 7 大葡萄酒消费国。²

图：2009 年世界及主要葡萄酒消费国（地区）人均葡萄酒消费量（升）



数据来源：Wine Institute

3) 黄酒

2010 年中国黄酒产量达 134.14 万千升，同比增长 26.20%。2010 年 1-11 月中国黄酒行业实现销售收入 89.62 亿元，同比增长 20.02%。³

黄酒是区域化较为明显的酒种。目前，黄酒近 70% 的销量来自于占全国总人口不到 11% 的江、浙、沪等传统区域。近几年来，黄酒行业内的优势企业对技术、产品及经营模式方面进行了诸多改进和创新，例如采用现代生物技术，对传统黄酒工艺进行改进，降低黄酒酒精度并对口味、风格等各方面进行改进，使黄酒更易被广大非传统黄酒消费区域的消费者所接受，拉动了黄酒产业的增长。同时行业内一些企业也通过逐步技术改良、赋予产品时尚元素等多种方式实施产品和营销创新，大大拓展了黄酒新生消费群体，2008 年，江浙沪以外地区消费量占比

¹ 资料来源：Wine Institute，该机构系美国加利福尼亚葡萄酒的公共政策宣传联合会。

² 资料来源：中国葡萄酒资讯网，网址：<http://www.wines-info.com>。

³ 数据来源：万得资讯

已由 2003 年的 10% 上升到 30% 左右。

2008 年黄酒分 区域消费情况	黄酒		人口		年均消费量 (公斤/人)
	消费量(万吨)	占比(%)	人口数量(亿)	占比(%)	
传统区域	180	69.23	1.46	10.99	12.33
非传统区域	80	30.77	11.82	89.01	0.68
总计	260	100.00	13.28	100.00	1.96

数据来源：国家统计局网站、中国酿酒工业协会

4) 进口酒（不含葡萄酒）

随着进口关税的降低以及中国对外开放程度的不断提高，进口酒的消费量也表现出强劲的增长态势。据海关总署统计，2004-2007 年，中国进口酒（不含葡萄酒）进口额年复合增长率达 60%，2007 年中国进口酒（不含葡萄酒）78,448 千升，金额 5.66 亿美元，其中白兰地 15,316 千升，金额 3.59 亿美元；威士忌 20,355 千升，金额 1.30 亿美元。¹。

近年来，中国进口酒消费逐渐大众化，消费地域亦在不断扩大，从过去的沿海发达城市、中心城市向内地城市逐步推广。随着进口酒品牌渗透和拓展的力度的不断加大，以及西方饮酒文化逐步为国人所接受，中国进口酒市场规模将持续扩大。

2、中国酒类零售市场的发展

（1）酒类零售市场的发展历程及特点

改革开放以来，我国酒类零售市场发展经历了如下三个阶段：

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，零售终端形式单一。

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。

¹ 资料来源：《2008-2009 年中国白酒行业市场研究报告》，糖酒快讯市场研究中心

这一阶段的酒类零售终端形式单一，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市场的发展，也给消费者也带来诸多不便。

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，新兴零售终端逐渐显现。

随着计划经济向市场经济转轨，酒类商品品种逐步丰富，国有糖酒公司主导地位逐步被各类酒类批发商所代替，酒类产品的流通效率显著提升。这一时期，商超等酒类零售终端大规模涌现。特别是随着中国成功加入 WTO，外资零售巨头的大量涌入，商超在数量及形式方面迅速发展，并逐渐成为酒类零售终端的主要形式之一。

但是，在流通效率提升的同时，批发商在规范经营等方面的问题逐渐显现，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”¹等恶性事件，对酒类行业发展造成了严重不利影响。

3) 第三阶段（2005 年以来），其主要特征是流通渠道逐步扁平化，零售终端迅速发展，并呈现多元化、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选择下，生产厂商和酒类批发商的营销重心逐渐转向零售终端，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，酒类流通市场呈现出终端多元化、服务专业化、规模化和渠道品牌化的特征。

- **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、电子商务等新型终端开始出现，并获得快速发展。

- **服务专业化。**酒类零售商开始注重标准化建设，提升服务水平，其在产

¹ “山西朔州假酒案”发生于 1998 年，山西的一些不法商贩利用甲醇勾兑成散装白酒销售，并进入白酒流通渠道，造成山西朔州 27 人致死，222 人中毒，对山西白酒业以及全国白酒市场造成严重不利影响。

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化。

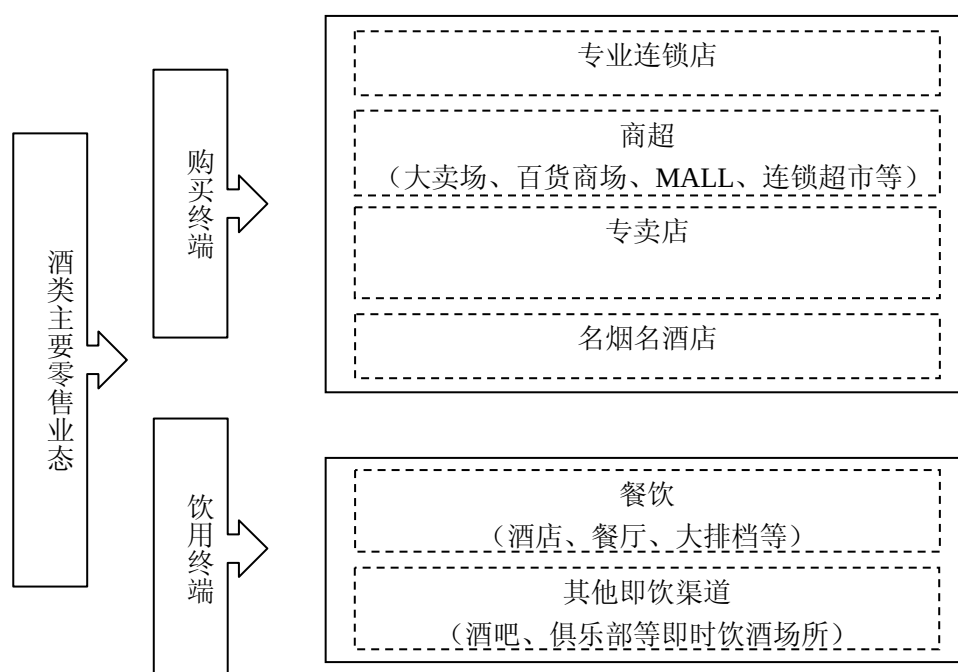
● 规模化。酒类零售商呈现规模化发展特征。通过扩大经营规模，一方面可以带来成本优势，另一方面通过规模化的集中采购、统一销售，既增强了对上游的议价能力，也提升了终端产品的保真性及服务的标准化。随着酒类经销渠道的扁平化以及酒类零售行业逐步走向规范，酒类零售行业亦存在整合的需要，未来行业集中度将不断提升。

● 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。

(2) 酒类零售业态的主要类型

按照产品的购买场合划分，酒类零售终端首先可以分为购买终端和饮用终端，其中购买终端主要是指专业连锁店、商超、专卖店（指专门销售某一酒企产品，一般由酒企授权经营酒类零售终端）、名烟名酒店；饮用终端则主要是指餐饮及其他即饮渠道（主要包括酒吧、俱乐部等即时饮酒场所）等。

图：酒类零售业态的主要类型



各种酒类零售业态的主要特点如下：

零售业态	专业连锁	商超	专卖店	名烟名酒店	餐饮及其他即饮渠道
经营模式	专业酒类零售商，可复制性强	综合性零售商，一般拥有专门的酒类销售区域或柜台	酒类生产企业的专卖平台	通常为单体店或若干非标准化店面	兼营酒的零售
品牌定位	酒类专业连锁品牌	综合性商品零售品牌，品牌本身与酒品无联系	附属于酒类生产企业品牌，无自身品牌	一般无自身品牌	餐饮、娱乐品牌
产品丰富度	酒种及品牌均较为丰富	酒种及品牌均较为丰富	单一品牌	酒种及品牌均相对丰富，产品地域性较强	酒种及品牌均相对丰富
采购渠道	直接向厂商/大型经销商采购，与厂商/大型经销商保持良好合作关系	一般向经销商采购	直接向厂商采购，部分畅销产品由厂商按定额供应	个体运作，货源复杂	货源较为复杂，部分餐厅将酒水供应外包给单个或多个经销商（或零售商）
物流体系	自有物流体系或者与第三方物流合作	采用自有物流体系或利用供应商的物流体系	自有物流体系或者与第三方物流合作	自提或第三方物流	大部分由供货商送货上门
品质保障	通过压缩流通过程来控制产品品质，并通过标准化管理提升品牌形象，产品保真性强	大型商超的保真性较高	专卖品牌保真性较高	货源复杂，保真难度大	保真性取决于供货商信誉
增值服务	通过品鉴会等形式进行酒文化及产品宣传，积极拜访及回访客户；可满足客户的一些定制需求；配送方式灵活	较少，可提供一些配送服务	围绕其专卖品牌开展增值服务，方式及内容受厂商影响较大	较少	较少
代表性企业	华致酒行、富隆酒业	沃尔玛、家乐福	茅台专卖店、五粮液专卖店	-	-

不同的酒类零售业态在各自的细分市场均拥有其各自的竞争优势，在未来一

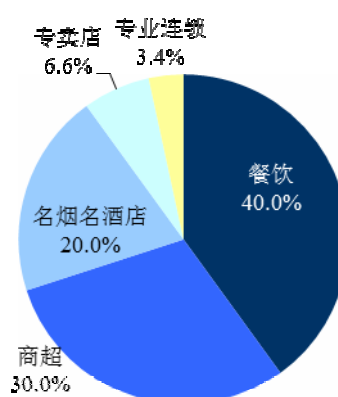
段时间内，各种业态在酒类零售领域仍将保持并存的态势。专业连锁相对其他业态而言，在产品采购、品质保障、经营模式可复制性、品牌运营以及增值服务方面有明显优势。

（3）酒类零售业态的格局划分

随着酒类消费市场的发展，酒类零售业态从过去以餐饮、商超为主，逐渐转变为餐饮、商超、名烟名酒店、专业连锁、专卖店等多元化发展的局面。随着消费者的需求向多元化、个性化的方向发展，以专业连锁为代表的新兴业态迅速发展，并对现有的市场格局产生深远的影响。

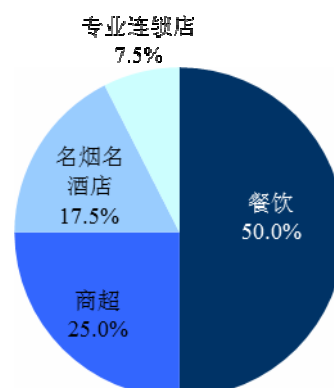
据统计，2009 年，白酒零售市场中餐饮业态约占销售规模的 40%，商超约占 30%，名烟名酒店约占 20%，专卖店约占 6.6%，专业连锁约占 3.4%；葡萄酒零售市场中餐饮约占销售规模的 50%，商超约占 25%，名烟名酒店约占 17.5%，专业连锁约占 7.5%。¹

图：2009 年白酒零售市场各业态的市场规模占比



¹ 数据来源：北京华通人商用信息有限公司编制的《华通行业研究报告-白酒制造》以及中信证券研究部《2010年葡萄酒行业投资策略》以及汉鼎咨询研究。

图：2009 年葡萄酒零售市场各业态的市场规模占比



数据来源：北京华通人商用信息有限公司，汉鼎咨询，中信证券研究部

近年来，国内酒类零售市场的主要业态呈现以下特点：

1) 随着自带酒水的增加，餐饮终端酒类销售份额呈现逐步下降态势

餐饮作为传统的酒类消费终端，以其数量大、分布广及示范性强的特点，成为大部分酒类品牌的主要零售渠道。近年来，餐饮终端因其价格高、产品丰富度不够以及“谢绝自带酒水”条款等屡受诟病，此外，部分中低档餐厅因缺乏对进货渠道的管理，导致假酒现象亦时有发生。近年来，随着消费者权益保护日益受到重视以及消费者维权意识提高，餐厅自带酒水的现象越来越普遍，餐饮终端酒类销售份额整体呈现下降态势。

2) 商超市场份额相对稳定

与餐饮终端相比，商超的传统优势地位依然比较稳固。主要原因在于商超目前已成为城市居民最主要的日常消费品购买场所，并且大型商超与供应商合作关系相对稳定，作为酒类零售终端具有较强的信誉。

3) 名烟名酒店发展有待规范

消费者信任度下降已经成为名烟名酒店发展亟待解决的核心课题。其主要原因在于名烟名酒店基本上为单店经营，经营规模小，对渠道的掌控力度较弱，保证产品品质具有较大难度，特别是部分不法商贩受利益驱动，甚至主动参与假酒生产及销售。随着近年来消费者对于食品安全的重视程度越来越高，名烟名酒店

在规范经营和保障品质方面的劣势越来越明显。

4) 专卖店发展存在局限性

目前市场上专卖店以高端白酒专卖店为主，一般为酒企通过自营或吸收加盟的方式开设，近年来扩张迅速。以贵州茅台为例，2001 年至今其已在全国开设 1,300 余家专卖店。酒企通过建设品牌专卖店，对加强产品宣传、提高品牌信誉、打击假冒侵权等有着重要作用。但是，专卖店一方面品牌较为单一，难以满足消费者的多样化需求，另一方面专卖店受限于生产企业的发展，成长空间有限。因此专卖店的发展存在局限性。

5) 专业连锁业态快速发展，面临良好的发展前景

专业连锁作为新兴的酒类零售业态，虽然仍处于发展的初期阶段，但却以保真性、专业化以及品牌化的特点契合了行业发展的需要，并获得快速发展。目前连锁销售企业已经在酒类零售市场占据了一定的市场地位。未来酒类零售渠道的竞争中，最大限度的保障消费者利益和赢得消费者信任是不同酒类零售业态发展的关键因素，与其他酒类零售渠道相比，专业连锁业态具有较为明显的优势，面临良好的发展前景。

3、中国酒类连锁销售行业的总体状况

(1) 行业发展概况

据测算，2009 年中国白酒、葡萄酒、黄酒及洋酒的终端市场规模超过 4,000 亿元，酒类连锁销售行业的市场规模已超过 150 亿元，约占酒类终端市场总规模的 4%¹。近年来，不同类型企业及资本纷纷介入酒类连锁销售行业，使得各种形式的酒类连锁销售企业大量涌现，酒类连锁销售行业的市场规模快速扩张。行业快速发展的主要原因如下：

1) 我国的酒类流通市场较长时间内一直实行“批发分销”经营模式，“批发分销”经营模式因流通环节多带来诸多弊病，已明显不适应市场发展需要，酒类经

¹ 资料来源：汉鼎咨询

销渠道已经逐步呈现出“渠道扁平化”的趋势。酒类连锁销售经营模式很好地契合了市场发展的需要，该模式下，酒类连锁销售商一方面能够利用规模化优势逐步建立与厂商的联系，获取产品经销权；一方面通过终端网络将产品直接销售给消费者，减少流通环节，并且能够在销售过程中提供更多的专业的增值服务，具有很好的发展前景。

2) 随着酒类销售市场的规范化发展及消费者需求的不断升级，餐饮、名烟名酒店等业态的市场份额逐步下降，酒类专卖店的发展亦存在局限性，给专业连锁业态带来了较大的发展空间。

3) 酒类连锁销售企业采用连锁经营形式，实施标准化管理，其商业模式可复制性强、运营效率相对较高，可实现低成本的快速扩张。

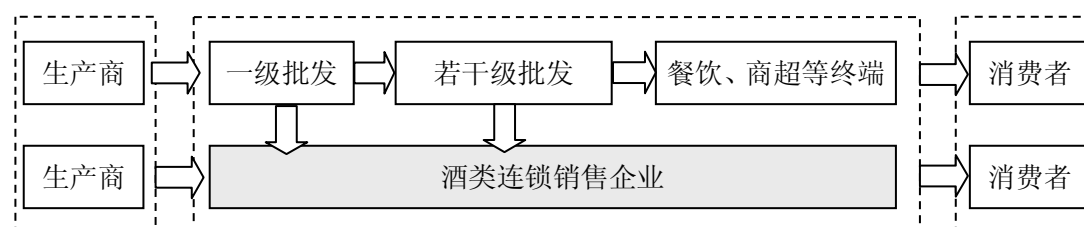
4) 酒类连锁销售企业的品牌化、专业化运营更加凸显差异化优势。酒类连锁销售企业通过品牌化运营，正逐步建立起超越酒类产品品牌的“酒类销售商品牌”，类似于家电零售市场的“国美”、“苏宁”，消费者认知度较高、品牌优势明显。

同时，专业连锁注重终端客户资源的培育，通过提供定制服务（通过研究客户口感偏好、品牌偏好、价格档次等，有针对性地开发定制酒）、酒文化推广、灵活配送等个性化服务，可有效满足消费者的个性化需求，提升消费者忠诚度，增强自身品牌形象。

（2）行业利润水平的变动趋势及变动原因

酒类连锁销售行业不同企业之间由于进货渠道、品牌知名度、经营模式的不同，成长状况及盈利能力存在较大差异。目前，行业尚处于成长发展阶段，进货渠道对酒类连锁销售企业的盈利能力影响较大。一般而言，进货渠道的层级越接近生产厂商，酒类连锁销售企业的盈利能力越强。能够从上游供应商（特别是酒类生产商）持续获得稳定、可靠的货源，将成为酒类连锁销售企业的核心竞争力之一。

图：酒类销售的价值链条



从影响行业内企业发展的主要因素判断，未来酒类连锁销售行业的整体利润率将稳步提升，其主要原因如下：

首先，在酒类经销渠道逐步扁平化的趋势下，传统的酒类“批发分销”模式将发生变革，供应链环节将不断减少，批发分销环节的利润将逐步向酒类连锁销售企业转移。

其次，在行业发展初期，酒类连锁销售企业的盈利更多地依托经销产品的品牌，随着品牌知名度的不断提升，酒类连锁销售企业转而依靠其自身品牌吸引消费者，改变以往简单经销品牌产品的盈利模式，逐步依靠商业品牌的价值盈利。

再次，未来酒类终端市场的竞争将越来越激烈，规模小、渠道匮乏、品牌营销能力较弱的终端企业将逐步退出市场，市场份额将逐步向规模大、品牌影响力强的酒类连锁销售企业集中，行业利润空间也将随之提升。

4、影响酒类连锁销售行业发展的因素

（1）有利因素

1）国家促进消费政策将为酒类连锁销售行业快速发展创造良好的商业环境

2010年12月10日至12日，中央经济工作会议在北京召开。会议提出，“坚持把经济结构战略性调整作为加快转变经济发展方式的主攻方向。要调整优化需求结构，增强消费拉动力，重点提升居民消费能力、改善居民消费条件、培育新的消费热点”。

2008年12月31日，国务院办公厅下发《关于搞活流通扩大消费的意见》，指出要培育大型流通企业集团。2007年4月，商务部下发《关于“促消费”的若干意见》，强调重点培育农村消费，大力促进城市消费，继续做好城市商业网点

规划，整顿和规范市场秩序，并鼓励支持有条件的地区大型流通企业和中心商业街区展开消费和品牌推广活动。国务院 2005 年 6 月发布的《关于促进流通业发展的若干意见》明确指出：“积极培育一批有著名品牌和自主知识产权、主业突出、核心能力强、具有国际竞争力的大型流通企业”。

在国民经济持续快速发展的背景下，国家持续性的促进消费政策将为酒类连锁销售行业快速发展创造良好的商业环境和广阔的发展空间。

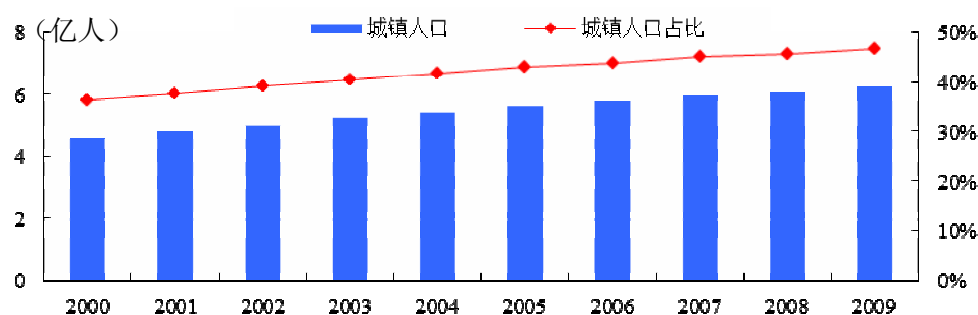
2) 酒类消费文化的传承

中国的酒类消费历史长达数千年，酒的作用不仅仅在于饮用，酒已经成为国人社交礼仪中不可或缺的重要媒介，并素有“无酒不成席”之说，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，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，社交活动越来越频繁，酒类消费需求将保持稳定增长。

3) 快速的城镇化进程进一步扩大酒类零售市场容量

2000 年至 2009 年，我国城镇人口由 4.59 亿增至 6.22 亿，城镇人口占总人口的百分比由 36.22% 增长至 46.59%。

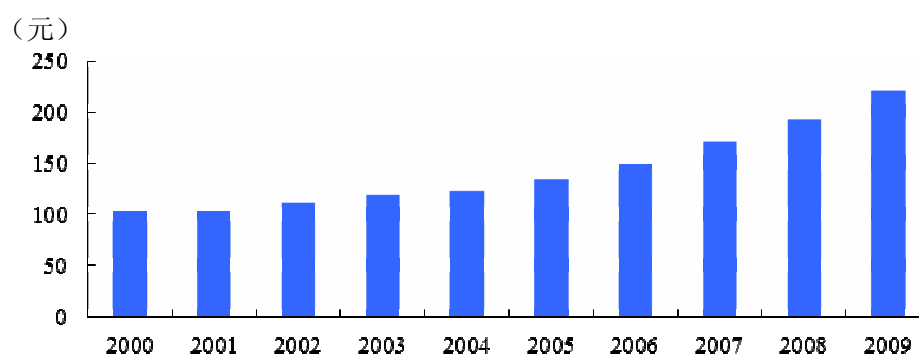
图：2000-2009 年城镇人口数量与百分比情况



数据来源：国家统计局

快速城镇化为酒类零售市场带来更为广阔的市场空间。城镇人口与农村人口相比，社交活动更为频繁，人均饮酒消费支出相对较高。城镇居民人均用于酒和饮料的支出从 2000 年的 103.18 元上升到 2009 年的 221.93 元，增长 115.09%。

图：2000-2009 年城镇居民人均每年用于酒和饮料的支出



数据来源：国家统计局

4) 居民可支配收入持续增长

随着国民经济的持续稳定增长，居民收入水平不断提高。2006-2010 年，城镇居民人均可支配收入从 11,760 元增长至 19,109 元，年平均增长率约为 12.77%；农村居民家庭人均纯收入从 3,587 元增长至 5,919 元，年平均增长率约为 12.74%。部分经济发达地区已进入较高的消费层次，中高收入群体正在形成和扩大。随着居民收入的不断提高，人们有更强的物质条件去消费酒品，从而为酒类销售带来更大的市场空间。

5) 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在 10%左右。2010 年，国内酒类（含啤酒）总产量 5,616.89 万千升，同比增长 9.16%。2010 年酿酒子行业中，白酒产量为 890.83 万千升，同比增长 26.80%；葡萄酒产量 108.88 万千升，同比增长 12.38%。¹酿酒行业充足的产能为酒类零售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。

¹ 数据来源：中经网统计数据库《中国酿酒行业分析报告》（2010 年第 4 季度）

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

随着消费观念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国内酒类消费者所认同，除了对酒类产品质量、品味的要求将越来越高，消费者也越来越注重购买产品时能否获得增值服务。产品的保真性是我国酒类零售市场面临的重要现实问题，消费者理性消费观念的树立有助于充分体现连锁销售业态在酒品保真、以及能够提供增值服务方面的独特优势，对酒类连锁销售行业发展将有较大地促进作用。

7) 物流行业蓬勃发展

零售连锁企业的物流呈现小批量、高频次、多点配送和快速配送的特点，需要完善的仓储物流体系来支撑。近年来，我国物流行业取得了较快的发展，物流企业网络覆盖广度和深度不断延伸，物流配送范围不断扩大，物流技术装备水平也迅速提高，商品配送效率大幅提升，为酒类连锁销售企业的规模化发展和进一步提高服务水平提供了前提。

(2) 不利因素

1) 企业规模及品牌优势不足

酒类连锁销售行业尚处于初期发展阶段，行业内大部分企业的经营规模偏小，品牌影响力较弱。由于生产厂商的资源及规模优势较为明显，酒类连锁销售企业对上游的议价能力仍然不强，下游消费者往往更注重产品品牌，对企业品牌的认知度还不高。

2) 酒类零售市场存在恶性竞争，“假酒”扰乱市场秩序

虽然国家一直在大力打击“假酒”，酿酒企业也加大了防伪投入，但出于对暴利的追逐，“假酒”现象仍层出不穷，不仅扰乱了市场秩序，也严重危害了消费者的身心健康。随着酒类经销渠道的逐步规范化以及消费者健康意识的增强，未来，“假酒”的市场空间将越来越小，但对于正规经营酒类连锁销售企业而言，在一定时期内会造成一定影响。

3) 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。随着酒类专业连锁业态的发展，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。由于酒类连锁销售行业本身发展的时间还较短，对人才的培养也相对落后，这是造成专业人才紧缺的主要原因。除此以外，与社会发展所配套的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。

4) 信息化水平相对落后

目前，相当部分的酒类连锁销售企业采用传统的销售方式，很少或基本不采用信息化管理，酒类连锁销售行业的信息化水平与成熟的连锁业态（如商超连锁、家电连锁等）相比相对落后。从成熟连锁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、供应链管理能力和产品的保真性。尤其是在行业管理尚不尽规范的阶段，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，这不利于酒类连锁销售企业的持续发展。

5、酒类连锁销售行业的主要经营模式及特征

连锁经营的基本规范和内在要求是实行标准化的管理，实现规模化经营，有效降低成本，提高服务水平和运营效率。专业连锁经营模式作为一种成熟、有效的商业模式，在全球零售行业中占有极其重要的地位。中国市场由于零售业发展时间较短，专业连锁经营模式的发展和普及较西方发达国家相对滞后。但近年来随着宏观经济及流通产业的快速发展，连锁经营模式在商超、家电、餐饮以及酒店等行业迅速普及并获得巨大成功，这为连锁经营模式在酒类零售市场的发展提供了很好的借鉴。

目前我国酒类连锁销售行业的主要经营模式分为直营店连锁、合作店（加盟店）连锁以及合资连锁。

类别	核心特征	优势	劣势
直营店连锁	由连锁企业全资开设，公司对直营店实施人员、财务、物流、信息管理等方面的统一经营管理。	店铺的规划能够充分体现公司的经营战略；公司对门店的控制力度最强；连锁体系的协同效应明显。	对资金、人员及内部管理的要求较高。
合作店（加盟店）连锁	连锁企业将自己所拥有的商标、商号、产品、专利和专有技术、经营模式等以合同的形式授予合作方使用，合作方按合同规定，在连锁企业统一的业务模式下从事经营活动。	投入相对小，扩张速度较快；通过介入合作店的管理，可实现连锁体系的标准化。管理。	对店面的管控力度弱于直营连锁，因此对连锁企业的管理能力要求较高；连锁关系主要是公司与合作店的纵向联系，合作店之间缺乏横向联系，资源的整合能力弱于直营店。
合资连锁	合资连锁是指连锁企业通过控股或参股的方式建立和扩张连锁销售网络。	扩张速度较快；能实现合资双方的资源互补。	整合及管理难度较大。

现阶段，本公司主要采取“以合作店为主、兼有直营店”的复合经营模式，在大力发展合作店的同时，以一定数量的直营店来完善公司的营销网络布局，并通过直营店在管理输出、业务开拓、人员培训等方面加大对合作店的支持，提升门店体系整体运营水平，从而保证本公司连锁经营体系稳健、快速发展。

6、进入酒类连锁销售行业的主要壁垒

（1）供货渠道

在酒类流通渠道扁平化的总体趋势下，作为酒类连锁销售企业，与供应商建立并维护稳定可靠的合作关系至关重要。

目前，中国酒类流通市场仍主要由一些大型传统经销商诸如福建吉马、浙江商源等所主导，一般性的酒类连锁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，产品品质得不到保证。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合作关系。

（2）网络构建与运营能力

酒类连锁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、物流配送、库存等各个环节进行科学的精细化管理，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）品牌信誉

目前，酒类连锁销售企业的发展更多地依赖酒品品牌，自身品牌的认知度较低。要树立超越酒类产品品牌的“销售商品牌”，需要企业在产品管控、营销网络、专业化服务等诸多方面，投入大量人力、物力长期耕耘。本行业的新进入者难以在短时间内树立稳固的品牌形象。

（4）经营规模

从内部经营角度，只有达到一定规模酒类连锁销售企业才能消化门店租金、物流配送、库存管理、门店管理以及人力等费用支出；从采购角度，只有达到一定规模的企业才能获取上游供应商的认可，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。本行业的新进入者很难在短时间内达到足够的经营规模。

（5）资金实力

酒类连锁销售企业将面临一些大额投资包括门店购买和租赁、物流配送设施、信息管理系统建设等等。此外，由于酒类产品流转过程中需要占用大量流动资金，因此，对酒类连锁销售企业的资金实力或融资能力有较高的要求。

7、行业周期性、区域性或季节性特征

（1）周期性特征

酒类产品属于快速消费品，为不随宏观经济明显波动的抵御性行业，没有明显的周期性。

（2）区域性特征

由传统区域经销商发展而来的酒类连锁销售企业，通常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。酒类连锁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銷售能力，并获得酒品的全国经销权。目前，仅有部分大型酒类连锁销售企业具备上述条件，整体来看，中国的酒类连锁销售行业的区域性经营特征还较为明显。

另一方面，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，如 2010 年山西汾酒 64.22%的销售额来自山西省，洋河股份 67.54%销售额来自江苏省¹。酒类产品区域性特征一定程度也制约了酒类连锁销售企业的跨区域经营。

（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，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。

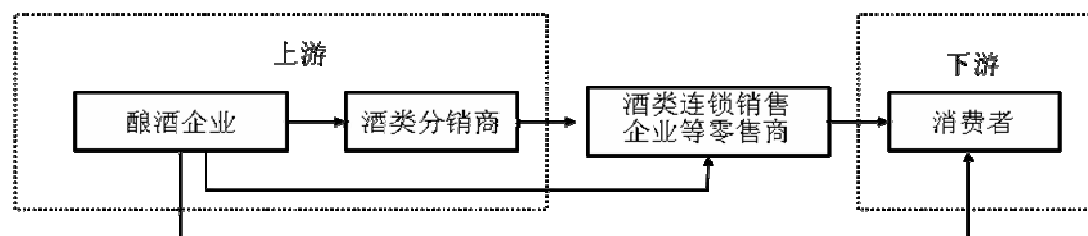
另一方面，酒作为交际礼仪的重要媒介，节日期间社会交往活动频繁，酒的需求旺盛，这样便形成销售在节日前升温、节日后回落的节日效应。每年的中秋节前后、春节前都是酒类连锁销售行业的销售旺季。

8、发行人所处行业与上、下游行业之间的关联性

酒类连锁销售行业的产业链条主要包含四类参与者，分别是酿酒企业、酒类分销商（批发商）、酒类连锁销售企业以及终端消费者，如下图所示：

¹ 数据来源：山西汾酒 2010 年年报，洋河股份 2010 年年报

图：酒类连锁销售行业的产业链条



（1）发行人所处行业与上游行业的关联性

酒类连锁销售企业的上游为酿酒企业以及酒类分销商。酿酒企业主要从事酒类产品生产，酿酒行业可细分为白酒、葡萄酒、黄酒、啤酒、洋酒等行业。酒类分销商主要从事酒品分销，从中赚取差价，酒类分销商按分销级别可分为一级、二级、三级分销商等。

酿酒行业主要影响本行业的采购成本。近年来，由于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，由此带动了酒类产品价格整体上升。以白酒为例，2010年1-11月平均每千升酒出厂价格相比2005年上涨了47.89%¹，是酒类产品中单价上涨幅度最大的品种，部分名优白酒的涨幅更大。为应对酒类产品价格快速上涨，酒类连锁销售企业一般根据市场情况合理配置存货，以控制成本。

酒类分销商主要影响本行业企业的采购成本及产品品质。一般而言，随着分销层级的增加，酒类连锁销售企业的采购成本也将不断提高，同时，酒类生产商对产品的控制力度也逐步减弱，产品保真的难度增大。随着规模的扩大，酒类连锁销售企业将更多地采取直接从生产厂商采购产品，酒类分销商对酒类连锁销售行业的影响将逐渐减小。

（2）发行人所处行业与下游行业的关联性

酒类连锁销售企业的下游为终端消费者。随着人均可支配收入的不断提高、城市化进程的推进，社会交往活动越来越频繁，将持续拉动中国酒类消费量的增长。同时，随着消费者需求向多元化及个性化方向发展，对酒类连锁销售企业专业化服务水平也提出了更高的要求。

¹ 数据来源：万得资讯

三、发行人在行业中的竞争地位

（一）竞争状况

1、行业竞争状况

目前酒类连锁销售行业的集中度较低，行业内的企业较为分散，因此行业内的直接竞争程度还不高。但来自其他零售终端的竞争较为激烈，其中，餐饮、商超以及数量众多的名烟名酒店是竞争的主要力量。但随着专业连锁业态优势的逐步体现，近年来酒类连锁销售行业总体发展速度较快，企业的规模和数量不断壮大。截至目前，行业内产生了十几家具有一定网点数量和品牌知名度的企业，具体情况如下：

类别	企业	门店数量	主营产品
全国性	华致酒行连锁管理股份有限公司	307家	白酒、葡萄酒、黄酒、洋酒
	名品世家（北京）酒业连锁有限公司（以下简称“名品世家”）	约600家	葡萄酒
	银基集团控股有限公司（以下简称“银基集团”）	约250家	白酒、洋酒、葡萄酒
	维维茗酒坊有限公司（以下简称“维维茗酒坊”）	约200家	白酒、葡萄酒、黄酒、洋酒
	澳大利亚富隆国际酒业有限公司（以下简称“富隆酒业”）	约180家	葡萄酒
区域性	上海捷强烟草糖酒（集团）连锁有限公司（捷强Joymax）（以下简称“捷强连锁”）	约210家	白酒、葡萄酒、烟
	浙江久加久食品饮料连锁有限公司（久加久酒博汇连锁）（以下简称“久加久”）	约89家	白酒、葡萄酒、黄酒、洋酒
	骏德酒业有限公司（以下简称“骏德酒业”）	约87家	葡萄酒
	广州酒类专卖店连锁有限公司	约70家	白酒、葡萄酒、黄酒、洋酒
	江苏桐枫烟酒连锁有限公司	约45家	白酒、葡萄酒、黄酒、洋酒
	湖南国誉酒业连锁有限公司	约40家	白酒、葡萄酒、洋酒、黄酒
	成都壹玖壹玖品牌管理有限公司（成都 1919 酒水连锁超市）（以下简	约25家	白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒、

类别	企业	门店数量	主营产品
	称“成都 1919”)		洋酒、饮料
	其他规模相对较小的酒类连锁销售企业如南京的苏捷烟酒连锁、苏糖糖酒连锁、苏曼烟酒连锁、荣氏烟酒连锁等，这类企业数量相对较多，经营范围一般局限于数个城市。		烟、各类酒品 白酒

资料来源：各企业网站等公开信息、其他公开信息，截至 2011 年 6 月 30 日。

2、发行人主要竞争对手及行业地位

截至 2011 年 6 月 30 日，本公司拥有 307 家门店（包含直营门店及合作门店），覆盖全国 29 个省级行政区，全国化的网络布局已基本建成。目前在酒类连锁销售行业内，实现全国性网络覆盖的只有少数企业。与行业内主要公司相比，本公司在经营规模、产品资源、营销网络、运营管理以及品牌影响力方面均居领先地位。

在全国范围内，本公司的主要竞争对手情况如下：

（1）名品世家（北京）酒业连锁有限公司

名品世家以经营葡萄酒产品为主，辅以白酒和其他酒类产品，兼顾茶叶、酒具、地方特产、香烟、雪茄等。名品世家采用加盟连锁的方式进行网络扩张，目前在全国拥有约 600 家门店，主要集中在地、县级城市。

（2）银基集团控股有限公司

银基集团主要从事五粮液系列酒在中国及国际市场上的经销，目前为 52 度五粮液在国际市场的总经销，68 度五粮液的总经销商以及部分五粮液系列酒在国内市场的经销商。银基集团于 2009 年 4 月 8 日在香港交易所主板上市（0886.HK），目前在全国范围内拥有约 250 家品汇一号形象店及五粮液形象店。

（3）维维茗酒坊有限公司

维维茗酒坊为维维食品饮料股份有限公司（600300.SH）的全资子公司，成立于 2007 年，主营酒水饮料、茶叶以及烟，目前门店主要分布在徐州、西安、常州、北京、连云港、南京七个城市。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。

（4）澳大利亚富隆国际酒业有限公司

富隆酒业主要经营进口中高端葡萄酒。富隆酒业采用“直营+加盟+合资”的连锁经营模式进行门店扩张，旗下门店分为四类：富隆酒坊、富隆酒屋、富隆酒窖和富隆酒膳，四种门店的销售定位各不相同。

（二）竞争优势

本公司自成立以来，一直专注于为消费者提供保真的酒类产品、多样化的产品选择以及专业的酒品服务。本公司的竞争优势主要体现在保真酒品连锁经营模式，优质产品资源的获取能力，覆盖全国的销售网络，品牌优势以及优秀的管理运营团队优势等方面。

1、保真酒品连锁经营模式

公司把“让消费者购买和喝上真品美酒”作为企业愿景，凭借产品源头采购、专业化物流管理以及标准化开发和运营管理体系等，使产品供应链的每个环节都受到全程监控，具有很强的产品品质控制能力。公司的具体产品保真措施详见本节“八、公司的产品保真措施”。

（1）产品源头采购

公司在产品选择上坚持源头采购，白酒、黄酒和国产葡萄酒产品均直接自酒厂采购，进口酒大多数采购自知名酒商，自源头控制产品品质。

（2）专业化物流管理

仓储和物流环节是酒品保真、保质的重要环节，公司通过利用信息技术手段结合专业管理措施控制仓储物流环节的产品品质。

（3）标准化开发和运营管理体系

公司总结多年来运营经验，建立了标准化的连锁门店开发和运营管理体系，制定了严谨的开发和运营管理制度，能够对各经营环节相关人员形成有效的激励和约束，从而有效保障产品品质。

2、优质产品资源获取能力

酒类连锁销售企业的快速发展需要丰富的优质产品资源作为基础。本公司通过与供应商长期稳定的合作，建立了互利共赢的业务合作关系，具有较强的优质产品资源获取能力。国内产品方面，公司是“五粮液”年份酒、“华致特供酒”、“五粮陈”（1号、2号和3号系列酒）、“古越龙山”年份酒（30年、40年及50年三款产品）、“湘窖”、“珍酒”以及“福酒 中国红”的国内总经销，并拥有包括茅台年份酒、茅台酒在内的茅台系列产品的经销权。国外产品方面，公司自知名酒商采购“柏图斯”、“拉菲”、“木桐”、“玛歌”、“拉图”和“奥比良”等法国顶级名庄葡萄酒。公司经营的主要产品情况如下：

产品系列	品牌	主要产品	供应商	本公司的经销权	经销期间
白酒	五粮液年份酒	包括10年、15年、30年、50年和60年五个品类	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	全国总经销	2011.1.1-2018.12.31
	茅台	包括茅台年份酒、茅台酒在内的茅台系列产品	贵州茅台酒销售有限公司	经销	2011.1.1-2011.12.31
	华致特供专用酒	500ml水晶瓶和红釉瓶、750ml水晶瓶和红釉瓶、1000ml水晶瓶和红釉瓶	泸州纳川酒业有限公司	全国总经销	2010.1.1-2014.12.31
	五粮陈	1号、2号和3号系列酒	泸州纳川酒业有限公司	全国总经销	2011.5.9-2016.5.8
	湘窖	湘窖系列酒	邵阳开口笑酒业有限责任公司	全国总经销	2010.6.10-2015.6.9
	珍酒	珍酒系列酒	贵州珍酒销售有限公司	全国总经销	2010.6.10-2015.6.9
	福酒 中国红	福酒 中国红系列酒	四川金六福酒业有限公司	全国总经销	2010.6.10-2015.6.9
葡萄酒	香格里拉	高原系列酒	香格里拉酒业股份有限公司	经销	2010.10.1-2013.9.30
	法国名庄葡萄酒	柏图斯、拉菲、木桐、玛歌、拉图和奥比良等	法国波尔多地区著名酒商	经销	-

产品系列	品牌	主要产品	供应商	本公司的经销权	经销期间
黄酒	古越龙山年份酒	包括30年、40年和50年三款产品	古越龙山	全国总经销 ¹	2006.12.21-2016.12.31
洋酒	Laphroaig	纯麦威士忌10年、18年、25年、30年	BEAM GLOBAL SPIRITS	经销	-

3、覆盖全国的销售网络

作为一家辐射全国的酒类连锁销售企业，公司通过多年发展和积累，截至2011年6月30日公司已经拥有307家门店，191家试销合作经营方，244家直供终端客户以及281家终端供应商客户，并拥有众多可以持续消费的VIP客户资源。公司营销网络覆盖全国30个省级行政区（其中，连锁门店覆盖全国29个省级行政区），成为酒类连锁销售行业内网络覆盖面最广的企业之一，为本公司获取市场主动权和未来进一步拓展市场份额奠定了坚实的基础。

4、品牌优势

本公司多年来恪守诚信经营理念，树立起良好的品牌形象，在业内享有较高美誉度及影响力。2011年，“华致”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。同年，华致酒行入选世界品牌实验室发布的“中国500最具价值品牌”，品牌价值达25.78亿元。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。

5、优秀的管理、运营、销售团队优势

公司核心管理团队成員均拥有多年的酒类销售及连锁行业从业经历，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。同时，经过多年的经营积累，公司已培养了一支精干、高素质的运营、销售队伍，并建立了成熟的人才选拔、培训、淘汰机制，为公司快速发展奠定了坚实基础。

¹ 本公司为由本公司自行设计的古越龙山年份酒30年、40年及50年三款产品的全国总经销商。

（三）竞争劣势

1、规模扩张存在资金瓶颈

酒类连锁销售行业符合酒类流通的发展趋势，目前正处于快速成长期，抓住机遇快速扩大网络布局、完善运营平台建设，是公司巩固竞争优势的关键。经营规模的扩大、营销网络的增加以及运营平台建设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、信息化程度较知名连锁企业存在差距

从行业发展趋势来看，信息化程度逐步成为体现连锁企业核心竞争力的关键要素。本公司虽然在信息化方面投入了一定的人力和物力，但与国内外知名连锁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、工程管理、财务预算、客户开发和运营、仓储物流等运营体系的流程优化，有效提升各个经营环节的协同度，提高决策的科学性，为企业下一步在国内市场进一步拓展业务奠定基础。

四、发行人主营业务概况

（一）发行人从事的主要业务

本公司是酒类连锁销售企业，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白酒、葡萄酒、黄酒以及进口酒等国内外优质酒类产品。

（二）公司业务经营的基本情况

1、公司报告期内总体经营情况

单位：万元

项目	2011年1-6月		2010年		2009年		2008年
	金额	同比增幅	金额	同比增幅	金额	同比增幅	金额
营业收入	98,463.88	83.65%	133,724.24	57.50%	84,905.75	38.83%	61,160.19
营业利润	31,616.33	108.63%	37,919.45	49.97%	25,285.51	21.73%	20,772.25
利润总额	31,591.47	108.44%	38,371.48	49.44%	25,677.09	21.84%	21,074.38
净利润	26,334.82	99.29%	33,368.18	47.68%	22,595.43	7.12%	21,093.61
归属于母公司所有者的净利润	26,334.82	99.29%	33,368.18	47.68%	22,595.43	7.12%	21,093.61

2、报告期内，公司主营业务收入按业务类型如下：

公司采取连锁门店、团购、直供终端、以及终端供应商业务相结合的销售模式，报告期内，各种销售模式实现的销售收入构成如下表所示：

单位：万元

销售模式	2011年1-6月		2010年		2009年		2008年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
连锁门店	57,594.50	58.49%	75,819.91	56.70%	47,991.03	56.52%	31,293.56	51.17%
团购	5,622.50	5.71%	7,384.69	5.52%	2,649.90	3.12%	2,424.88	3.96%
直供终端销售	18,102.61	18.39%	25,520.20	19.08%	16,468.28	19.40%	10,728.00	17.54%
终端供应商销售	17,144.27	17.41%	24,999.45	18.69%	17,796.55	20.96%	16,713.76	27.33%
合计	98,463.88	100.00%	133,724.24	100.00%	84,905.75	100.00%	61,160.19	100.00%

其中，连锁门店收入包括公司对合作店（合作经营方）的销售收入、直营店销售收入以及公司对试销合作经营方的销售收入。上述各项业务的详细介绍请见“（四）发行人的主要经营模式”之“3、公司的销售模式”。

3、报告期内，公司主营业务收入按地区列示如下：

单位：万元

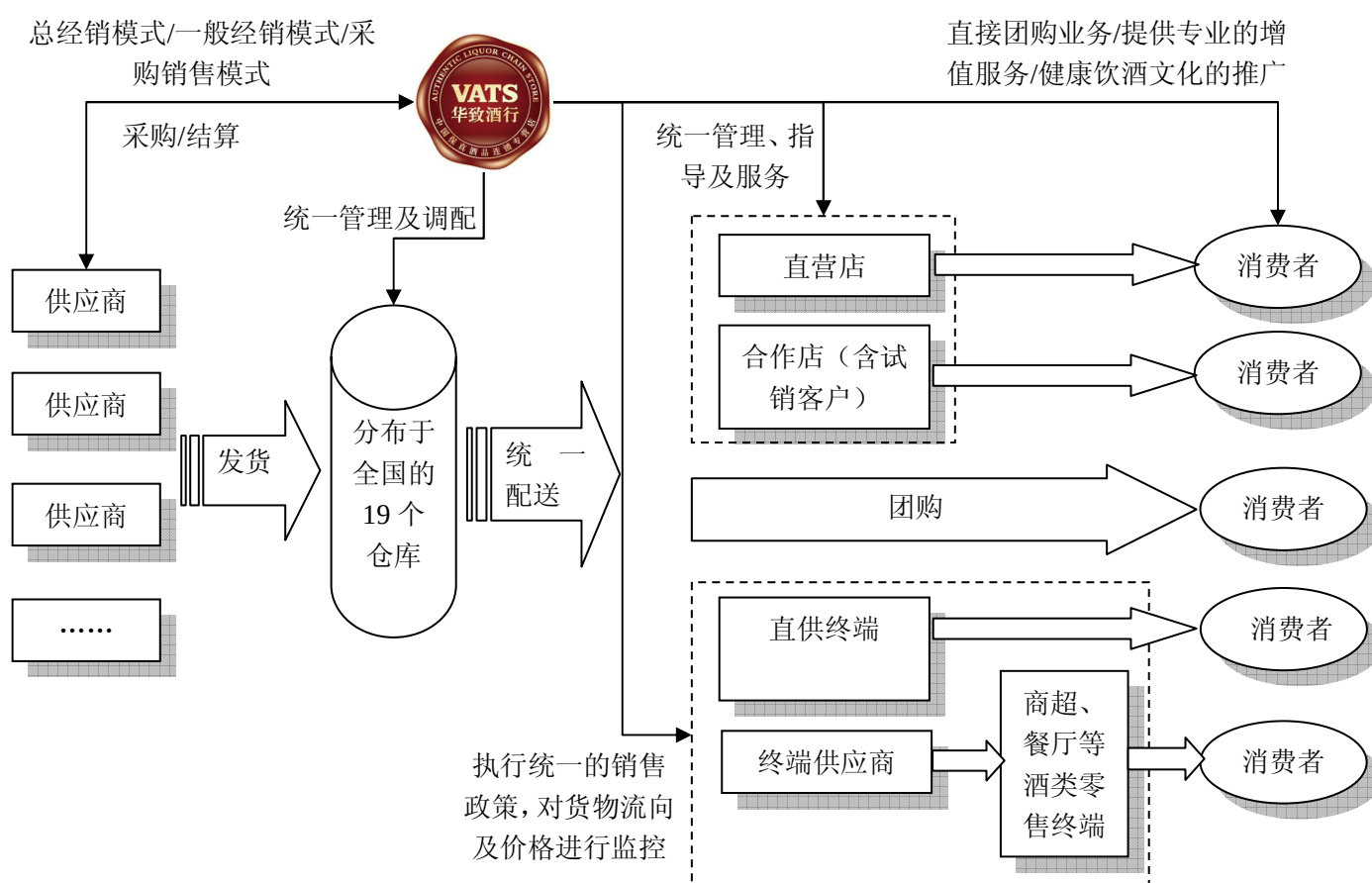
销售地区	2011年上半年		2010年		2009年		2008年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华北	14,135.57	14.36%	20,052.05	15.00%	10,183.32	11.99%	7,951.64	13.00%
中南	31,154.47	31.64%	40,992.24	30.65%	25,848.10	30.44%	16,637.15	27.20%
西南	15,326.57	15.57%	21,881.67	16.36%	12,683.67	14.94%	8,014.86	13.10%
东北	4,822.86	4.90%	6,719.99	5.03%	5,295.18	6.24%	3,635.90	5.94%
华东	28,110.88	28.55%	37,167.82	27.79%	27,044.20	31.85%	21,661.30	35.42%
西北	4,913.53	4.99%	6,901.60	5.16%	3,851.28	4.54%	3,259.33	5.33%

境外	-	0.00%	8.87	0.01%	-	0.00%	-	0.00%
合计	98,463.88	100.00%	133,724.24	100.00%	84,905.75	100.00%	61,160.19	100.00%

（三）发行人业务经营运作流程

公司顺应“渠道扁平化”的行业发展趋势，通过与上游供应商建立互利共赢的合作关系，通过连锁门店、团购、直供终端和终端供应商将产品直接提供给消费者或零售终端，通过减少产业链环节实现降低产品成本，保障产品品质的目的。

本公司主营业务的简要流程如下图所示：



在采购方面，公司依托品牌营销能力、营销网络优势与供应商建立起互利共赢的合作关系，并获得持续稳定的产品经销权。公司大部分产品直接从厂商采购，其他小部分产品采购自具有良好信誉的知名酒商，以此确保产品品质。

公司的营销网络主要由公司的合作店（包括试销合作经营方）、直营店、重要客户部（团购客户）、直供终端客户、终端供应商客户构成。公司对连锁门店

及客户进行统一管理，并统一产品价格体系。连锁门店由公司统一设计、装修和实施产品陈列方案，全面展示公司的品牌形象、传递公司的经营理念。

在市场推广方面，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。同时，公司通过酒文化推介会、品鉴会、联谊会等多种形式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，除供应商自行负责将酒品运输到公司仓库外，公司产品的仓储与物流配送皆由经公司遴选合格的第三方物流企业承担，在酒品入库时，公司对每件酒品加贴公司独有的物流码，并录入公司信息管理系统。公司通过第三方物流企业直接将产品配送到各个营销网络终端。自仓储、物流运输、配送以及各营销网络终端销售的所有环节，公司皆通过信息管理系统进行监控和管理。

（四）发行人的主要经营模式

1、与供应商的合作模式

（1）合作模式介绍

本公司拥有一个由酒类专家组成的负责研发和产品引进的专业团队，从专业的角度挑选和采购国内外优质的酒类产品。公司与供应商的合作模式主要包括：

1) 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、然后寻找合适的供应商与其合作开发新的产品并取得总经销权。对于公司总经销的部分产品，如五粮液年份酒，除公司负责前期产品市场调研、产品设计外，生产厂商还向本公司采购包装物用于生产。

2) 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，如茅台酒。

3) 采购销售模式，即公司根据市场情况从非特定供应商处采购酒类产品，包括法国名庄酒等在内的进口葡萄酒。

公司强调产品的源头采购，除华致特供酒及进口酒外，公司其余酒品均直接从厂商采购，通过最大程度地缩短中间渠道，来控制产品品质。公司主要产品的采购情况如下：

酒种	酒品	供应商	供应商情况	合作模式
白酒	五粮液年份系列酒	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	厂商配套销售公司	全国总经销
	茅台系列酒	贵州茅台酒销售有限公司	厂商配套销售公司	一般经销
	华致特供专用酒	泸州纳川酒业有限公司	华致特供酒的独家经销商	全国总经销
	五粮陈1号、2号和3号系列酒	泸州纳川酒业有限公司	五粮陈的独家经销商	全国总经销
	湘窖系列酒	邵阳开口笑酒业有限责任公司	厂商配套销售公司	全国总经销
	珍酒系列酒	贵州珍酒销售有限公司	厂商配套销售公司	全国总经销
	福酒 中国红系列酒	四川金六福酒业有限公司	厂商	全国总经销
葡萄酒	香格里拉高原系列	香格里拉酒业股份有限公司	厂商	一般经销
	包括法国传统名庄酒在内的进口葡萄酒	境外知名酒商和酒庄	境外酒商	采购销售
黄酒	古越龙山30年、40年及50年的年份酒	浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司	厂商	全国总经销
洋酒	Laphroaig 纯麦威士忌系列酒	BEAM GLOBAL SPIRITS	境外酒商	一般经销

（2）与主要供应商的合作过程

1）与五粮液公司的合作过程

2005年，为共同开发年份酒市场，优化五粮液公司产品结构体系，五粮液公司与华致酒行开展合作，由五粮液公司负责生产，华致酒行负责产品外观设计及市场推广。2005年7月16日，五粮液公司向公司颁发独家代理经销权证书，授予公司为10年、15年、30年、50年、60年55°五粮液在国内外的独家代理销售商，期限为三年。

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，2007年8月1日，五粮液公司向公司颁发代理权证书，授予公司为10年、15年、30年、50年50°五粮液以及10年、15年、30年、50年、60年55°五粮液的代理经销商，

期限为两年。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》，五粮液公司授权公司作为五粮液年份酒的国内经销商，期限为5年。虽然前述代理权证书及经销协议并未明确公司为五粮液年份酒的独家经销商，但事实上，自2005年以来，五粮液公司并未委托第三方销售五粮液年份酒。

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，公司与五粮液公司重新签订《“五粮液-年份酒”总经销协议》，协议明确公司为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。

2) 与贵州茅台的合作过程

2010年，公司为继续丰富经销的酒类品牌，开始与贵州茅台商洽合作事宜。经过贵州茅台的考察，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，公司由此获得贵州茅台部分酒品的经销权。2010年12月28日，公司与贵州茅台酒销售有限公司签订了《国酒茅台特约经销合同》，贵州茅台酒销售有限公司授予本公司为国酒茅台（特约）经销商，合同有效期自2011年1月1日至2011年12月31日止。2010年12月28日，公司与贵州茅台酒销售有限公司签订了《茅台王子酒经销合同》和《茅台迎宾酒（嘉宾）经销合同》，同意公司在自有网络中销售茅台王子酒、茅台迎宾酒（嘉宾）产品，合同有效期自2011年1月1日至2011年12月31日止。

3) 与泸州纳川的合作过程

泸州纳川主要从事五粮液公司部分品牌及产品的开发与代理销售。2008年，为进一步丰富公司产品线，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，在前期合作的基础上，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。该协议有效期自2010年1月1日至2014年12月31日。

在前期良好合作的基础上，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。该协议有效期自2011年5月9日至2016年5月8日。

4) 与古越龙山的合作过程

2003年以来，在行业创新、行业消费引导等多种因素的积极影响下，黄酒消费市场逐步复苏，此外，陈年原酒交易模式的试水亦启动了高品质黄酒市场。2006年，从丰富产品品类出发，同时顺应黄酒行业发展趋势，公司与古越龙山决定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。

5) 与湖南湘窖酒业有限公司（以下简称“湘窖酒业”）的合作过程

湘窖酒业的前身湖南邵阳市酒厂始建于1957年，系湖南省酿酒行业重点大型骨干企业，拥有先进的白酒生产工艺，主要产品包括“邵阳老酒”系列酒、“开口笑”系列酒以及“湘窖”系列酒。“湘窖”系列酒为湘窖酒业2004年开发的新品，与“邵阳老酒”、“开口笑”在产品档次及市场定位方面存在较大差异，然而湘窖酒业作为白酒生产企业，其对新品的市场推广能力有限。鉴于此，2009年以来湘窖酒业开始寻求与华致酒行展开合作，希望借助华致酒行先进的市场推广经验及全国性营销网络优势，共同开发“湘窖”品牌，实现优势互补。自双方合作以来，“湘窖”系列酒的市场表现突出，在湖南等区域市场已具备较强竞争优势。2010年6月10日，湘窖酒业与华致酒行签订《酒采购合同》，湘窖酒业授予公司“湘

窖酒”的全国总经销权，期限为 5 年。2010 年底，为更好地发展“湘窖”系列酒的品牌及市场，公司在合作店体系中设置“华致·湘窖专卖店”，主要从事“湘窖”系列酒的销售。

6) 与贵州珍酒酿酒有限公司（与贵州珍酒销售有限公司并称为“贵州珍酒”）的合作过程

贵州珍酒作为酱香型白酒的知名生产企业，其主要产品“珍酒”在 1988 年全国第五届评酒会上，获“国家优质酒”称号及银质奖。为恢复珍酒品牌，重新构建市场网络，贵州珍酒与华致酒行展开合作，由公司全面负责“珍酒”的品牌运作及市场推广。2010 年 6 月 10 日，贵州珍酒与华致酒行签订《酒采购合同》，贵州珍酒授予公司“珍酒”的全国总经销权，期限为 5 年。2010 年底，为更好地发展“珍酒”系列酒的品牌及市场，公司在合作店体系中设置“华致·珍酒专卖店”，主要从事“珍酒”系列酒的销售。

(3) 与主要酒品供应商签订的供应合同的主要内容及公司的主要权利及义务

1) 《“五粮液-年份酒”总经销协议》

● 协议的主要内容：

事项	主要内容
经销形式及期限	公司为产品“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，共计 8 年。
产品设计	五粮液公司根据公司提出的产品设计方案，并经双方认可定型封样后，五粮液公司组织生产。“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	公司按五粮液公司下达的产品酒精度、规格、价格及执行标准执行。
经销数量及金额	协议期间，公司必须完成协议规定的计划销售任务，具体每年的销售量和销售额以双方每年签订的年度经销协议确定。
产品采购方式	产品采购分解到每月执行，如需增加采购量，需提前一月报五粮液公司，以便五粮液公司下达计划组织生产。
货物提取	公司应在五粮液公司通知提货之日起 10 日内将所有成品酒提完，交货地点为五粮液公司仓库。
结算方式	先款后货。
市场信息反馈	公司每年向五粮液公司书面反馈两次“五粮液-年份酒”系列酒的市场运行

	情况。
保证金	本协议签订后,公司必须在7日内将保证金100万元打入五粮液公司账户。在本协议有效期内公司无权将该保证金以任何理由和方式转作购货款、包装材料款等用。若公司违约,五粮液公司有权先行扣除保证金受偿。公司应及时支付违约金或赔偿金,若公司逾期一个月仍未支付违约金或赔偿金,五粮液公司有权单方解除合同。
违约责任	1、公司不能履行总经销协议,连续6个月完不成计划任务,又不提出解决方案和措施,应视为严重违约。五粮液公司有权解除合同,取消公司对“五粮液-年份酒”的总经销权,并不退还公司保证金。公司承担违约给五粮液公司所造成的全部损失。 2、五粮液公司未能完成公司提出的要货计划,五粮液公司应给予公司一定的经济补偿。如产品内在质量、包装质量出现问题,由五粮液公司负责。 3、若在合同履行期间,公司制售假冒五粮液公司产品或授意他人制售假冒五粮液公司产品,或与公司有关系的第三方制售假冒五粮液公司产品,五粮液公司有权解除合同,取消公司对“五粮液-年份酒”的总经销权,并不退还公司保证金。公司应承担由此给五粮液公司造成的全部损失。 4、公司总经销过程中不得有任何违规及影响五粮液公司品牌形象和企业声誉的行为,不得有对五粮液公司的侵权行为。 5、公司不得擅自委托第三方用“五粮液-年份酒”商标生产白酒产品,不得擅自改变“五粮液-年份酒”包装或采取二次包装方式进行销售,一经查实,五粮液公司有权单方面解除合同,取消公司总经销权,不退还公司保证金,并由公司承担因此给五粮液公司造成的全部损失。 6、未经五粮液公司同意,公司不得任意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。一经发现,五粮液公司有权单方面解除合同,公司承担因此给五粮液公司造成的全部损失。 7、公司未按规定调整“五粮液-年份酒”的市场价格体系,五粮液在公司违约当年函告一次;若公司次年仍未按本协议规定调整“五粮液-年份酒”的市场价格体系,五粮液公司有权单方解除合同,公司应赔偿因此给五粮液公司造成的全部损失。 8、双方因不可抗力不能履行协议的,可根据不可抗力的影响程度,部分或者全部免除责任。
协议续签	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。

● 公司的主要权利及义务

公司作为“五粮液-年份酒”的全国总经销商,五粮液公司作为供应商,公司有权按照协议条款要求五粮液公司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五粮液公司的相关知识产权,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，不得未经五粮液公司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。

2) 茅台采购合同（包括《国酒茅台特约经销合同》、《茅台王子酒经销合同》以及《茅台迎宾酒（嘉宾）经销合同》）

● 协议的主要内容：

事项	主要内容
合同期限	自 2011 年 1 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日。
销售区域	公司自有销售网络。
产品价格	遵守贵州茅台的总体价格体系。
结算方式	先款后货。
运输方式	贵州茅台负责运送至公司仓库，运输费用由贵州茅台承担。
协议续签	合同期满，如合同双方满意可续签。

● 公司的主要权利及义务

贵州茅台作为公司的供应商，公司有权利按照协议条款要求贵州茅台提供符合质量要求的产品，根据确定的提货进度及时间向公司供货，并将货物发送至指定地点，同时配合公司做好产品宣传工作；公司作为采购商，有义务按照协议条款遵守贵州茅台的价格体系，在合同指定的区域内销售产品，不得在异地包装产品或擅自修改产品包装，不得未经贵州茅台许可转让经销权，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。

3) 《“华致特供酒”总经销协议》

● 协议的主要内容：

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。
协议期限	自 2010 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日。
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。

● 公司的主要权利及义务

泸州纳川将“华致特供酒”的全国独家总经销权授予公司，公司有权利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。

公司作为采购商，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》后预付货款。

4) 《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）

● 协议的主要内容：

事项	主要内容
协议前提	五粮液公司已同意生产“五粮陈”1号、2号和3号系列酒，同时泸州纳川已依法获得五粮液公司及其关联公司生产、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。
协议期限	自2011年5月9日至2016年5月8日。
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，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。

● 公司的主要权利及义务

泸州纳川将“五粮陈”1号、2号和3号系列酒的全国独家总经销权授予醴陵华致，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号系列酒的全国独家总经销权，由泸州纳川向五粮液公司申请生产“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“五粮陈”1号、2号和3号系列酒。泸州纳川保证醴陵华致及其关联方在不违反五粮液公司相关规定的情况下，可以无偿使用“五粮陈”商标。

公司作为采购商，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》后预付货款。

5)《合作古越龙山年份酒的协议书》及其补充协议

● 协议的主要内容：

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。
协议期限	自 2006 年 12 月 21 日至 2016 年 12 月 31 日。
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	由古越龙山负责运送并承担运费。

● 公司的主要权利及义务

古越龙山作为供应商，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；公司作为采购商，有义务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。

6) 与湘窖酒业签订的《酒采购合同》

● 协议的主要内容：

事项	主要内容
经销权	授予公司全国总经销权。
协议期限	自 2010 年 6 月 10 日至 2015 年 6 月 9 日。
产品价格调整	若本协议约定的标的物的市场终端销售价格提高，则湘窖酒业可在与公司协商一致的基础上调高标的物的采购价格；若本协议约定的标的物的市场终端销售价格降低，则公司有权要求湘窖酒业相应降低标的物的采购价格。
运输方式	湘窖酒业负责将产品运送至指定地点，运费、保险费及运输途中的损耗及其他相关费用均由湘窖酒业承担。
结算方式	按照公司每月实际验收入库数月结。
协议续签	在同等条件下，公司有权优先与湘窖酒业续签合同，湘窖酒业应继续授予公司本协议约定标的物的全国总经销权。

● 公司的主要权利及义务

湘窖酒业作为供应商，公司有权利按照协议条款要求湘窖酒业按照《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；公司作为采购商，有义务提供准确及时的订单信息，并按照协议条款月结货款。

7) 与贵州珍酒签订的《酒采购合同》

● 协议的主要内容：

事项	主要内容
经销权	授予公司全国总经销权
协议期限	自 2010 年 6 月 10 日至 2015 年 6 月 9 日
产品价格调整	若本协议约定的标的物的市场终端销售价格提高，则贵州珍酒可在与公司协商一致的基础上调高标的物的采购价格；若本协议约定的标的物的市场终端销售价格降低，则公司有权要求贵州珍酒相应降低标的物的采购价格。
运输方式	贵州珍酒负责将产品运送至指定地点，运费、保险费及运输途中的损耗及其他相关费用均由贵州珍酒承担。
结算方式	按照公司每月实际验收入库数月结。
协议续签	在同等条件下，公司有权优先与贵州珍酒续签合同，贵州珍酒应继续授予公司本协议约定标的物的全国总经销权。

● 公司的主要权利及义务

贵州珍酒作为供应商，公司有权利按照协议条款要求贵州珍酒按照《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；公司作为采购商，有义务提供准确及时的订单信息，并按照协议条款月结货款。

2、采购模式

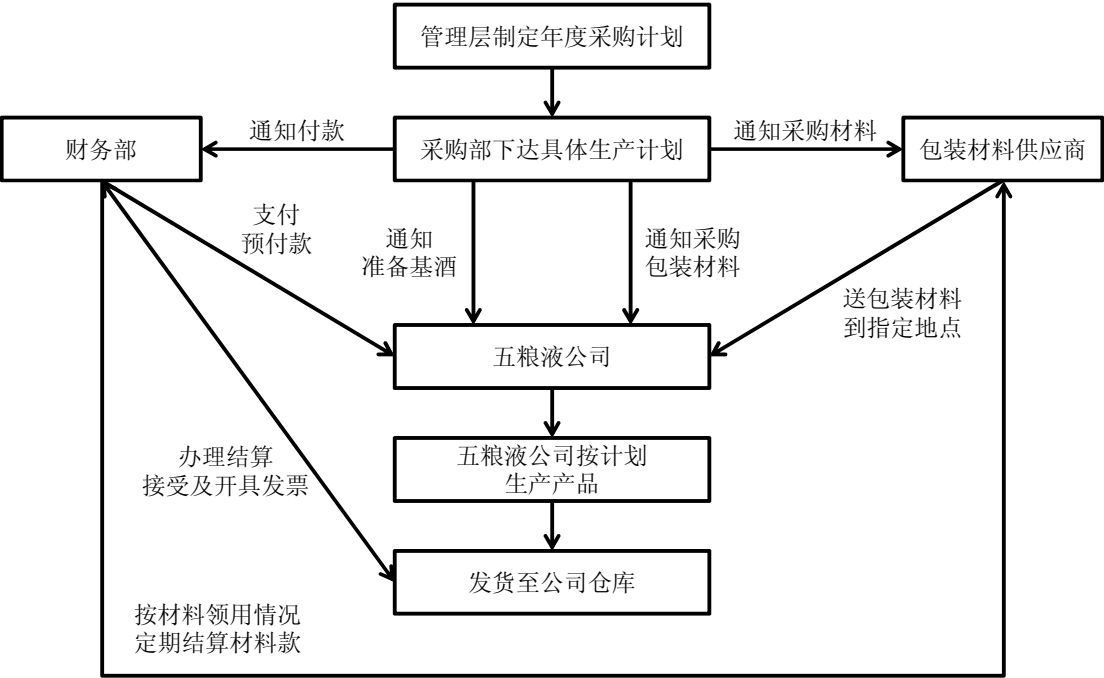
(1) 酒品采购流程

1) 国内酒品采购

本公司与国内酒类厂商和供应商签订一定期限内的总经销协议或经销协议，以订单形式向供应商批量采购，公司经营层根据公司战略和市场情况制定年度采购计划，采购部下达具体生产计划，并协调供应商、物流公司组织生产、运输和入库，财务部负责付款和结算、接收和开具增值税专用发票，包括五粮液年份酒在内的大部分酒品采购采取先款后货的结算方式，而湘窖酒等少数酒品采取先货

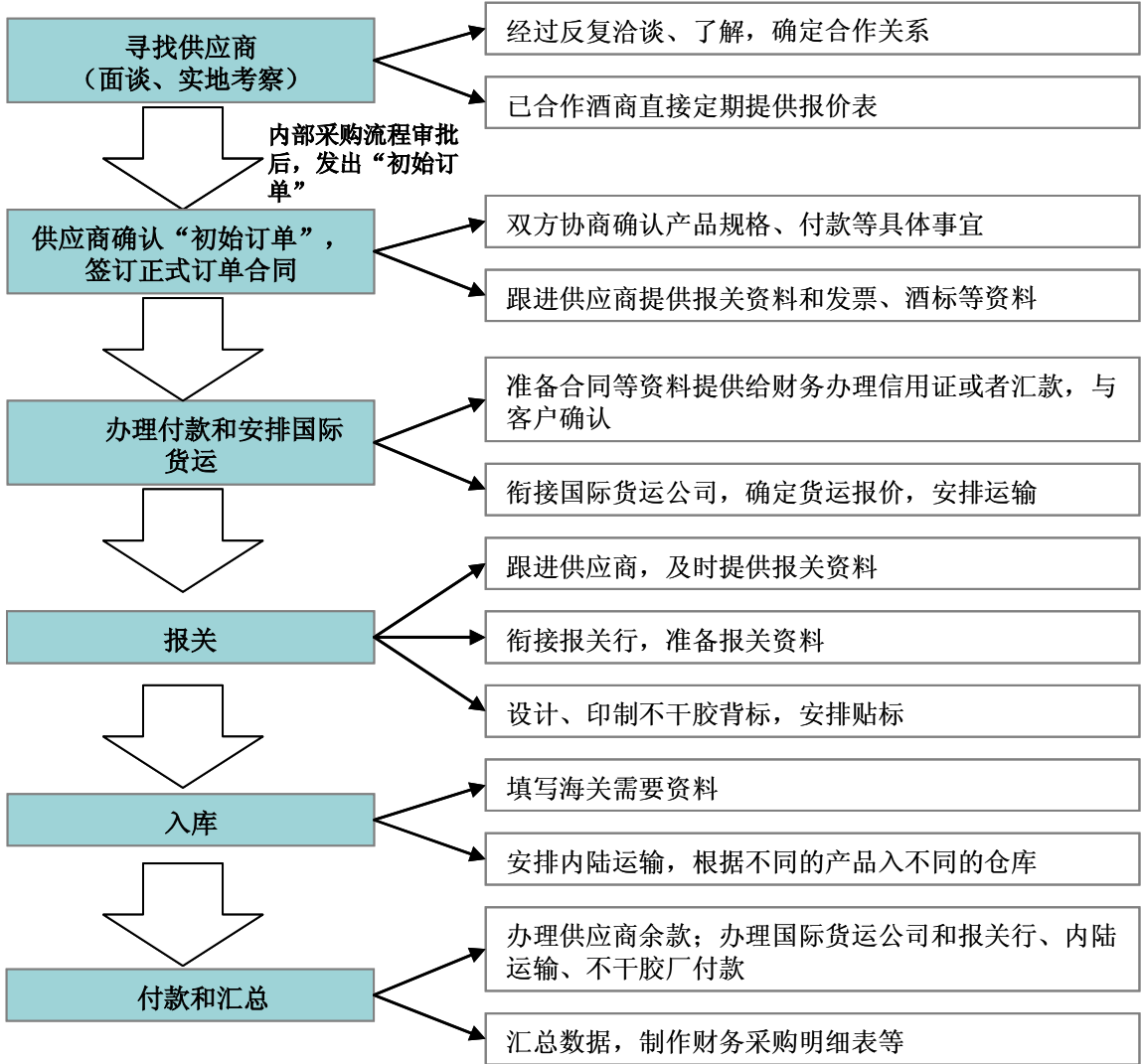
后款结算方式。公司采购包装物、促销品等其他产品时一般采用先货后款，定期结算方式。

其中，五粮液年份酒是由公司与厂商共同商定外观设计，由厂商向本公司采购包装物用于酒品生产。五粮液年份酒的主要采购流程如下：



2) 进口酒采购

公司坚持与国际大品牌公司或者大酒庄家族合作的策略，与众多国际知名酒商和酒庄建立了联系，名庄酒主要从知名酒商采购，部分产品直接从酒庄采购，公司采购部建立了进口酒供应商档案、采购成本数据库和酒商报价数据库。引进和采购产品时综合考虑国内市场消费趋势、酒庄的历史和知名度、目前的价格行情、产品的品类和口感等因素选择供应商和产品并发出采购订单，采购部协调安排付款、运输、报关、贴标、入库和汇总数据的事宜，具体采购流程如下：



(2) 包装物供应商的甄选程序及标准

1) 供应商向公司采购部提出书面申请，领取并填写《供应商准入资格申请表》，同时附送供应商相应证照、售后服务记录、用户回访记录、产品在用情况说明、质量控制体系、企业财务运营情况表、最近两年的销售业绩表、获奖证书等；

2) 公司采购部组织资格认证小组按照规定，对供应商所报送资料进行认真审核，确定入围考察资格名单，再启动包装物跟样、比质比价评审程序；

3) 经资格认证小组审核、考察后符合条件且综合评审分在 85 分以上的供应商，经公司批准后，颁发《供应商准入资格通知书》，并分户登记建档；

4) 凡获得《供应商准入资格通知书》的供应商每年必须接受采购部资格认证小组复评, 连续两年综合评分达 85 分以上者, 经公司批准, 颁发《合格供应商资格证书》。

供应商准入资格评审执行标准如下:

	评审标准	权重 (%)	评审内容
基本 评审 30%	营业执照	5	是否有营业执照并按期年检
	税务登记证	2	是否有税务登记证并按期年检
	生产许可证	5	是否有生产许可证并证件有效
	安全许可证或相关检测证明	4	是否有安全许可证或检测证明
	资质等级	4	根据行业情况确定
	财务状况	5	经会计或审计机关审核过的企业财务报表
	类似业绩	5	最近两年的主销产品和销售业绩情况
考察 (详细) 评审 70%	质量保障体系	15	是否有材料和产品检测规定并实施
	现场管理	10	现场管理情况综合评测
	生产能力	15	设备情况、生产周期和供货能力的综合评测
	产品在用情况	5	公司现在所使用产品的综合评测
	地理位置	5	地理条件的便利性
	售后服务条款及记录	10	是否有售后服务条款和相关服务记录
	其他	10	打样比质比价
综合得分		100	

合格供应商资格评审执行标准如下:

	评审标准	权重 (%)	评审内容
供应 实绩 评审 60%	产品入库质量	10	入库检验合格率、不合格品处置
	产品使用质量	10	生产过程质量、市场质量投诉
	质量改进状况	5	质量意识、质量缺陷
	产品交付实况	10	及时性、计划达产率
	产品价格合理性	15	合理定价, 优惠报价
	服务态度	10	配合度、满意度、诚信度
现场 评审 40%	质量管理体系运作	10	调查组织、文件、记录
	现场管理	5	是否推行6S管理 ¹ , 布局、定置、标识以及文明生产情况
	供应链管理	5	有否供应评审管理体系、供应保证能力

¹ 6S 管理由 5S 管理扩展而来, 是现代工厂行之有效的现场管理理念和方法, 其作用是提高效率, 保证质量, 使工作环境整洁有序, 预防为主, 保证安全。包括整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全。

	过程控制	10	调查关键控制点、工艺标准、记录、设备工艺先进性
	出厂检验、贮存、运输	5	调查标准、记录、仓库现场
	人力资源管理	5	执行国家相关规定、员工培训、队伍稳定
	综合得分	100	

(3) 包装物采购和销售的会计处理

本公司对包装物的会计核算采用谨慎的处理原则。以五粮液年份酒为例，公司销售包装材料给五粮液公司时，不确认包装物的销售收入和结转销售成本，而是将包装物销售毛利计入“递延收益”科目，暂不计入当期损益；待公司五粮液年份酒对外实现销售时再将该存货对应的包装物毛利从“递延收益”科目转出、冲减“主营业务成本---年份酒”科目。“递延收益”科目期末余额反映库存酒类产品包含的包装物销售未实现净损益，列示于报表“其他流动负债”科目。

3、公司的销售模式

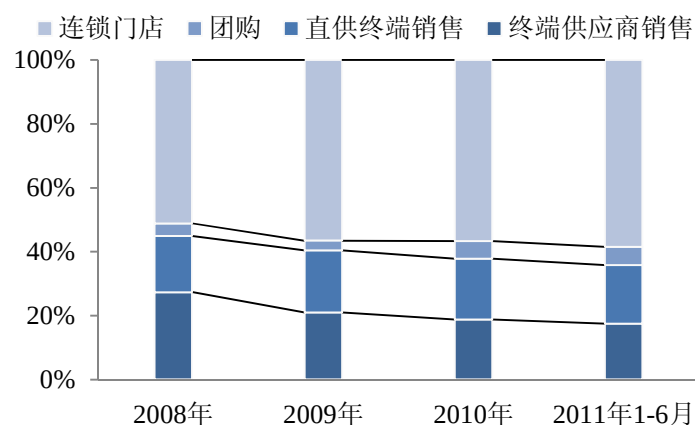
(1) 销售模式介绍

公司采取连锁门店、团购、直供终端、以及终端供应商业务相结合的销售模式。四种销售模式简介如下：

类型		定义	是否为零售终端 或拥有零售终端	销售方式	典型代表
连锁 门店	直营店	公司自行投资并经营管理的 连锁门店	是	团购、零售	北京京都华致 店、南京玄武店
	合作店	由合作经营方自行购买或租 赁，并经本公司统一装修，由 合作经营方在公司统一管理 下开展经营的连锁门店	是	团购、零售	华致酒行长沙 旗舰店、北京西 直门旗舰店
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	不适用	团购	企事业单位、个 人
直供终 端		公司将产品直接销售给除连 锁门店以外的零售终端，如酒 类专卖店、超市、酒店等	是	团购、零售	广州酒类专卖 店连锁有限公 司、上海捷强食 品销售有限公 司

终端供应商	控制或覆盖一定数量零售终端的酒类销售商，公司通过其向零售终端销售酒类产品	否	以批量销售给销售终端为主	上海海烟物流发展有限公司、北京朝批商贸股份有限公司
-------	--------------------------------------	---	--------------	---------------------------

报告期内，各种销售模式实现的销售收入构成情况如下：



注：连锁门店收入包括公司对合作店（合作经营方）的销售收入、直营店销售收入以及公司对试销合作经营方的销售收入。

报告期内，公司的连锁门店和团购销售占比逐年上升，直供终端销售占比保持平稳，终端供应商销售占比逐年下降。

1) 公司的主要销售模式

随着发行人进一步在全国范围内扩大连锁门店网络，其采取连锁销售模式的信誉优势、产品优势、服务优势将逐步转化为公司的品牌价值，发行人未来将借助品牌的提升与厂商建立更深层次的合作关系，同时积累更多客户资源。因此，连锁门店和团购是公司未来的主要销售模式。

发行人采取多种措施加强连锁门店和团购业务的发展：

首先，在销售业务组织机构设置和人员配备方面，发行人设置了酒行开发部、运营一部、运营二部、运营三部和重要客户部，其中，仅运营二部负责管理直供终端和终端供应商客户，截至 2011 年 9 月末员工人数 50 人；而其他几个部门均服务于连锁门店和团购业务，截至 2011 年 9 月末员工人数 321 人。公司的其他部门设置亦均主要服务于连锁门店和团购业务发展。

其次，在业务运营方面，为了最大程度地保证公司连锁门店体系的持续稳定发展，公司制定了全面的支持政策，主要包括以下几个方面的措施：

	具体支持措施
开业支持	▪ 公司向合作经营方提出店铺选址建议，并负责店铺形象设计； ▪ 公司向合作经营方提供免费门店装修；
供货支持	▪ 品种丰富：公司向直供终端和终端供应商仅供应部分系列产品，而向连锁门店供应全系列产品； ▪ 数量保证：在产品市场需求旺盛时期，对于直供终端和终端供应商不保证配额外产品供应；对于连锁门店和团购除了保证配额外产品供应，还在配额外供应产品；
市场支持	▪ 促销活动支持：在销售旺季，公司支持连锁门店开展促销活动，并根据公司有关政策分担费用； ▪ 品鉴活动支持：公司支持连锁门店的客户和团购客户定期或不定期召开品鉴会； ▪ 客户开发支持：发行人派驻运营经理协助合作店的开发和管理客户； ▪ 产品配送支持：应连锁门店要求，对其客户实施小批量定点配送；
管理支持	▪ 公司协助招聘并培训店长和店员、并对合作经营方及其员工进行各类业务培训； ▪ 向连锁门店免费发放各类公司刊物、产品手册等等； ▪ 公司年度、月度进行优秀门店、店长评选，并给予奖励；
财务支持	▪ 根据过往合作及业绩情况为符合条件的合作经营方提供一定授信额度。

此外，2010 年，公司制定了逐步将终端供应商转型为华致连锁门店的计划，对于具备开店意愿的终端供应商，公司鼓励其发展团购和零售业务，使其逐步满足开设合作店的条件，并在此基础上签署《合作经营合同》开设华致连锁门店。未来，随着终端供应商逐步开店，该业务的销售占比将进一步下降。

2) 其他销售模式的定位

针对消费者购买酒类产品的场所呈现多元化的特点，且公司现阶段连锁门店数量较少，尚不能实现对市场充分覆盖，因此，除连锁门店和团购外，公司亦通过直接（直供终端）和间接（通过终端供应商）方式向其他信誉可靠的酒类零售终端提供产品，以实现最大程度的覆盖市场。而且通过其他零售终端的价格标杆作用，能够体现华致连锁门店和团购业务在信誉、产品和服务方面的比较优势，并起到促进连锁门店和团购业务发展的作用。

3) 保持良性竞争的管理措施

公司制定了销售区域管理政策和价格体系管理政策，鼓励不同销售模式依靠

提高服务水平实现销量增长，实现良性有序竞争，具体如下：

a、销售区域管理。公司制定了连锁门店区域发展规划和门店选址原则，以实现连锁门店布局和密度合理；公司与直供终端客户和终端供应商客户协议约定经营区域，经营区域通常是连锁门店覆盖不足的地区；公司亦制定了《窜货处理实施条例》等制度，对窜货行为进行严厉处罚。

b、价格体系管理。公司每种产品均制定了标准化的价格体系，公司的运营管理部门通过有效的市场检查手段，持续密切监控低价销售行为并予以严厉打击。

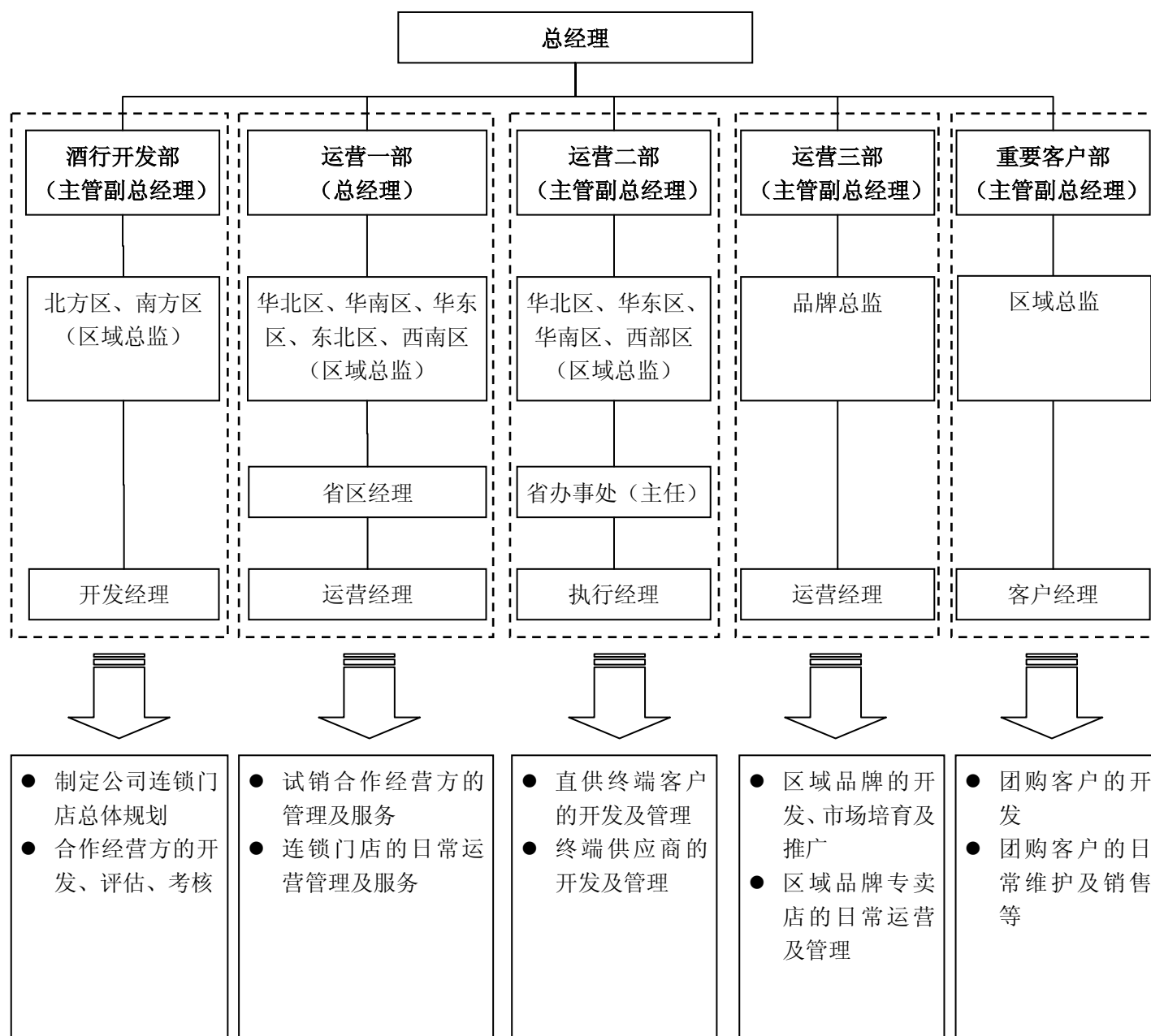
综合来看，目前公司通过发展多种销售模式，有效提升了销售网络的广度和深度，充分利用各种终端优势互补，提高了产品覆盖度和公司品牌知名度。

(2) 公司的销售管理体系情况

公司的销售体系由五个部门组成，酒行开发部负责合作经营方的开发；运营一部负责华致酒行合作店和直营店的日常经营管理；运营二部负责直供终端客户及终端供应商的开发与日常管理；运营三部负责区域品牌的开发、市场培育及推广，以及以销售区域品牌为主的专卖店（属于合作店的一种）的日常运营及管理，公司目前的区域品牌专卖店包括湘窖专卖店及珍酒专卖店；重要客户部负责公司团购业务。

现阶段，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，通过对终端的有效管理，维护好产品价格体系和流通体系，可以保证公司及客户的利益，形成共赢局面，有利于公司的持续稳定发展。

公司销售管理架构如下图所示：



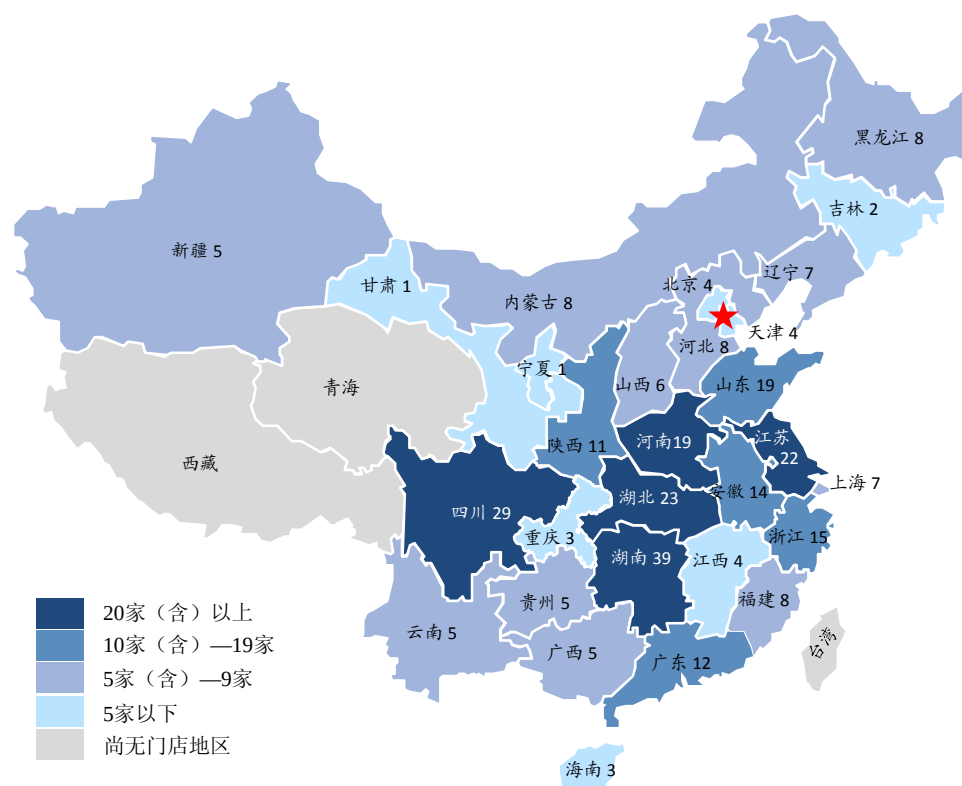
(3) 公司的营销网络情况

1) 公司合作店的基本情况

截至 2011 年 6 月 30 日，公司总计拥有 295 家合作店。分布在全国 29 个省级行政区，具体情况如下：

地区	省、直辖市、自治区	门店数
华北地区	北京	4
	天津	4
	河北	8
	山西	6
	内蒙古	8
东北地区	黑龙江	6
	吉林	2
	辽宁	7
华东地区	上海	7
	江苏	22
	浙江	15
	安徽	14
	福建	8
	江西	4
	山东	19
中南地区	河南	19
	湖北	23
	湖南	39
	广东	12
	广西	5
	海南	3
西南地区	重庆	3
	贵州	5
	四川	29
	云南	5
西北地区	陕西	11
	宁夏	1
	新疆	5
	甘肃	1
合计		295

图：公司合作店的区域分布图



报告期内，公司合作店数量快速增加，具体发展情况如下：

	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年上半年
新开合作店家数	40	47	82	28
当期关店数量	11	19	31	9
期末合作店数量合计	197	225	276	295

报告期内，公司合作店的数量逐年增加。随着公司合作店管理体系走向成熟，品牌效应显现，合作经营方的开发速度及效率逐步提升，公司开店速度因此也相应加快。

报告期内，公司合计共关店 70 家，其中 2008 年关店 11 家，2009 年关店 19 家，2010 年关店 31 家，2011 年 1-6 月关店 9 家，每年的关店数量占店面总数比例较小。关店的主要原因为：

公司每年根据市场情况、门店发展情况、门店历史经营业绩等因素，对每家门店均设定经营指标，当合作经营方连续 2-3 年不能达到设定的经营指标时，公司会主动终止与其合作，寻找新的合作经营方替代，以实现对该区域市场更好的

覆盖。随着公司对合作经营方的经营标准不断提高，公司每年都会有少量店铺由于未完成指标而终止合作并关闭门店，属于公司发展过程中优化合作店质量、提高经营效率的主动行为，有助于增强公司的抗风险能力和长期发展的动力。

报告期内，绝大部分被关闭的门店是在 2006 年及 2007 年开设的，属于在公司创立早期客户开发模式尚不成熟时开设的门店，随着公司经营指标的提高被关闭和替代。随着公司经营模式的逐步成熟，特别是公司实施合作经营方的试销制度以来，公司的客户开发质量显著增强，新开设门店的经营业绩大幅提升，公司连锁经营体系的稳定性稳步提高。

2) 公司直营店的发展情况

目前，公司的直营店处于初步发展阶段，开设直营店是公司完善营销网络布局，占领核心消费市场和增强经营稳定性的重要战略。截至 2011 年 6 月 30 日，公司的直营门店总数为 12 家，具体情况如下：

序号	门店名称	直营店类型	省份
1	北京昆泰店（京都华致店）	华致酒窖	北京
2	华致酒行苏州凤凰店	华致酒行	江苏
3	华致酒行重庆洪湖路店	华致酒行	重庆
4	华致酒行醴陵店	华致酒行	湖南
5	华致酒行成都高新二环路店	华致酒行	四川
6	华致酒行济南中区店	华致酒行	山东
7	华致酒行南京玄武店	华致酒行	江苏
8	华致酒行合肥徽州大道店	华致酒行	安徽
9	华致酒行洛阳店	华致酒行	河南
10	华致酒行泉州津淮路店	华致酒行	福建
11	华致酒行郑州郑东新区店	华致酒行	河南
12	华致酒行南昌抚河店	华致酒行	江西

注：根据公司连锁体系的发展规划，门店分为华致酒行（产品以白酒为主）、华致酒窖（产品以葡萄酒为主）和华致酒会（兼有酒品展示、品鉴、酒文化传播功能）三种类型。

直营店的业务除了从事酒品的零售、团购、以及直供终端等业务活动外，还兼具办公、培训、形象展示等综合功能，能够提升公司品牌影响力，增强对整体营销网络的辐射带动作用。

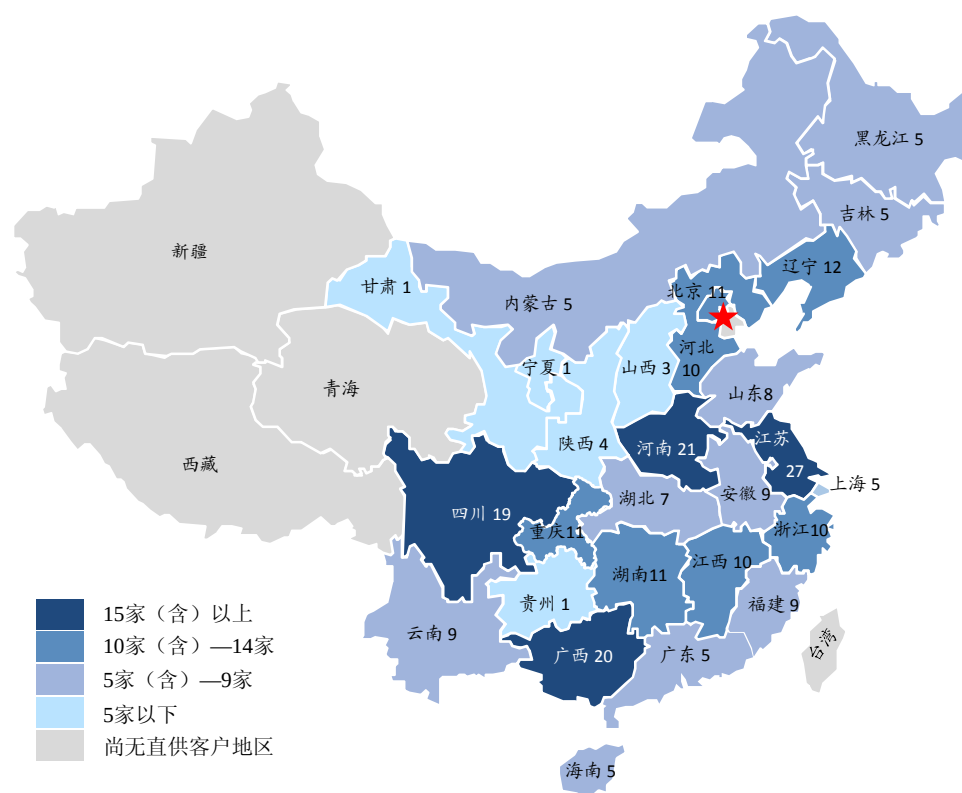
3) 公司重要客户部（团购客户）情况

公司的团购销售的覆盖对象主要是大型批量消费客户，如各行业内的大型企事业单位以及一些具备较强影响力的协会、民间团体等。目前，公司拥有五十余家长期合作的团购客户，并与近七十家单位建立了业务联系。

4) 公司直供终端客户情况

截至本 2011 年 6 月 30 日，公司的直供终端客户共计 244 家，分布于全国 28 个省级行政区。具体分布如下图所示：

图：直供终端客户的区域分布图

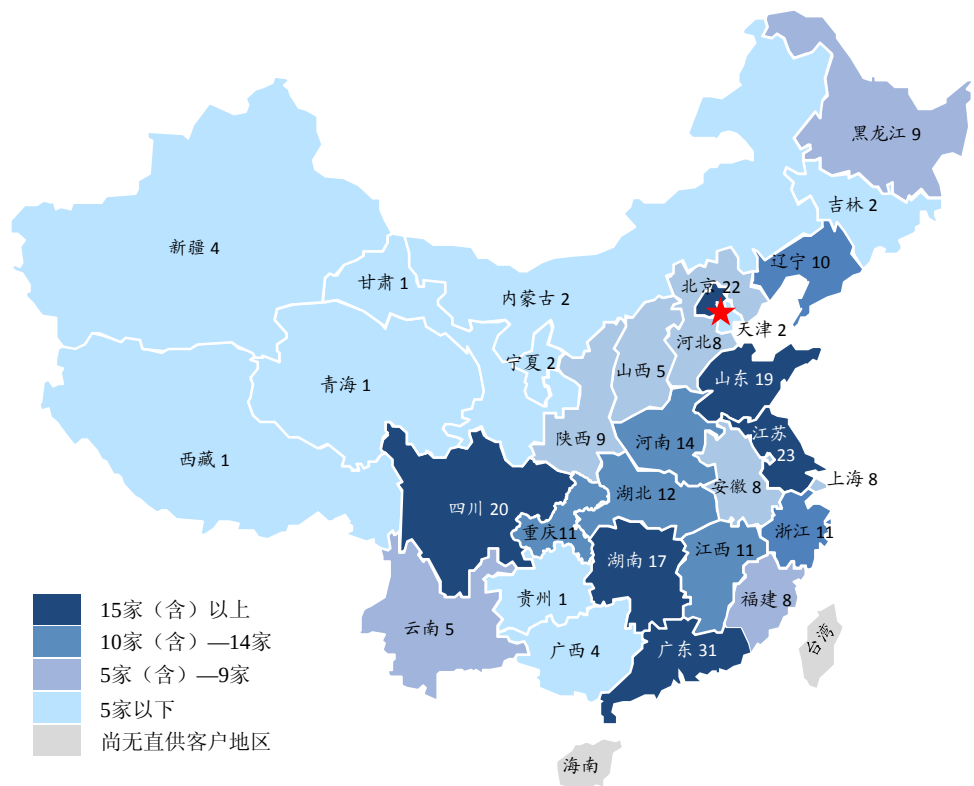


5) 公司终端供应商情况

截至 2011 年 6 月 30 日，公司的终端供应商共计 281 家，分布于全国 30 个省级行政区。这些终端供应商普遍在区域市场拥有较强的终端优势，与当地的大型商超、高档商场和酒楼等零售终端有着良好的合作关系，通过这些终端供应商，公司可以实现营销网络在特定区域市场的延伸，提升产品覆盖度。公司的终端供

应商的具体分布情况如下：

图：终端供应商的区域分布图



(4) 公司各种销售模式下的主要政策及销售流程

连锁门店、团购、直供终端、以及终端供应商业务在产品定价、货款结算、信用政策以及供货模式方面的情况如下：

	连锁门店		团购业务	直供终端业务	终端供应商业务
	合作店	直营店			
产品定价	按照公司统一的价格供货，合作店及试销合作经营方按照公司统一的零售指导价格体系销售	按照公司统一的零售指导价格体系销售	按照公司统一的团购价格销售	公司按照统一的价格供货，零售终端按照公司统一的零售指导价格体系销售	按照公司统一的价格供货，公司对最终消费终端的产品价格及货源进行监控，最终消费终端必须按照公司统一的零售指导价格体系销售
货款	实行买断销	以现金、POS	一般通过银行	实行买断销	实行买断销

	连锁门店		团购业务	直供终端业务	终端供应商业务
	合作店	直营店			
结算	售，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	机或银行转账进行结算	转账或支付银行承兑汇票进行结算	售，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	售，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
信用政策	对于与公司长期合作且市场基础较好的合作经营方，公司可给予一定授信额度	不涉及	不涉及	对于与公司长期合作且市场基础较好的客户，公司可给予一定授信额度	对于与公司长期合作且市场基础较好的客户，公司可给予一定授信额度
供货模式	畅销酒品按计划分月供应，一般旺季供应量相对较多，淡季供应量相对较少。	不涉及	不涉及	畅销酒品按计划分月供应，一般旺季供应量相对较多，淡季供应量相对较少。	畅销酒品按计划分月供应，一般旺季供应量相对较多，淡季供应量相对较少。

公司的销售流程如下：

- 1) 接受客户订单：客户下达订单，订单传达给物流部主管区域的物流员。
- 2) 物流部审核销售订单，订单审核通过后由物流员录入 ERP 系统，系统传递给财务部主管区域会计；
- 3) 财务部审核销售订单：财务部在客户拥有足额的货款或欠款在信用额度范围内时订单才审核通过，否则不予审核订单；
- 4) 各地仓库通过 ERP 系统可以查看审核后的订单，并据此订单发货，同时在此订单基础上生成出库单，安排送货。

(5) 公司对合作店的开发、管理与支持

合作店的开发和运营管理体系是公司赖以发展的核心要素，经过多年的发展，该体系已逐步走向成熟。截至 2011 年 6 月 30 日，公司共计拥有 295 家合作门店，分布于全国 29 个省、市、自治区。

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

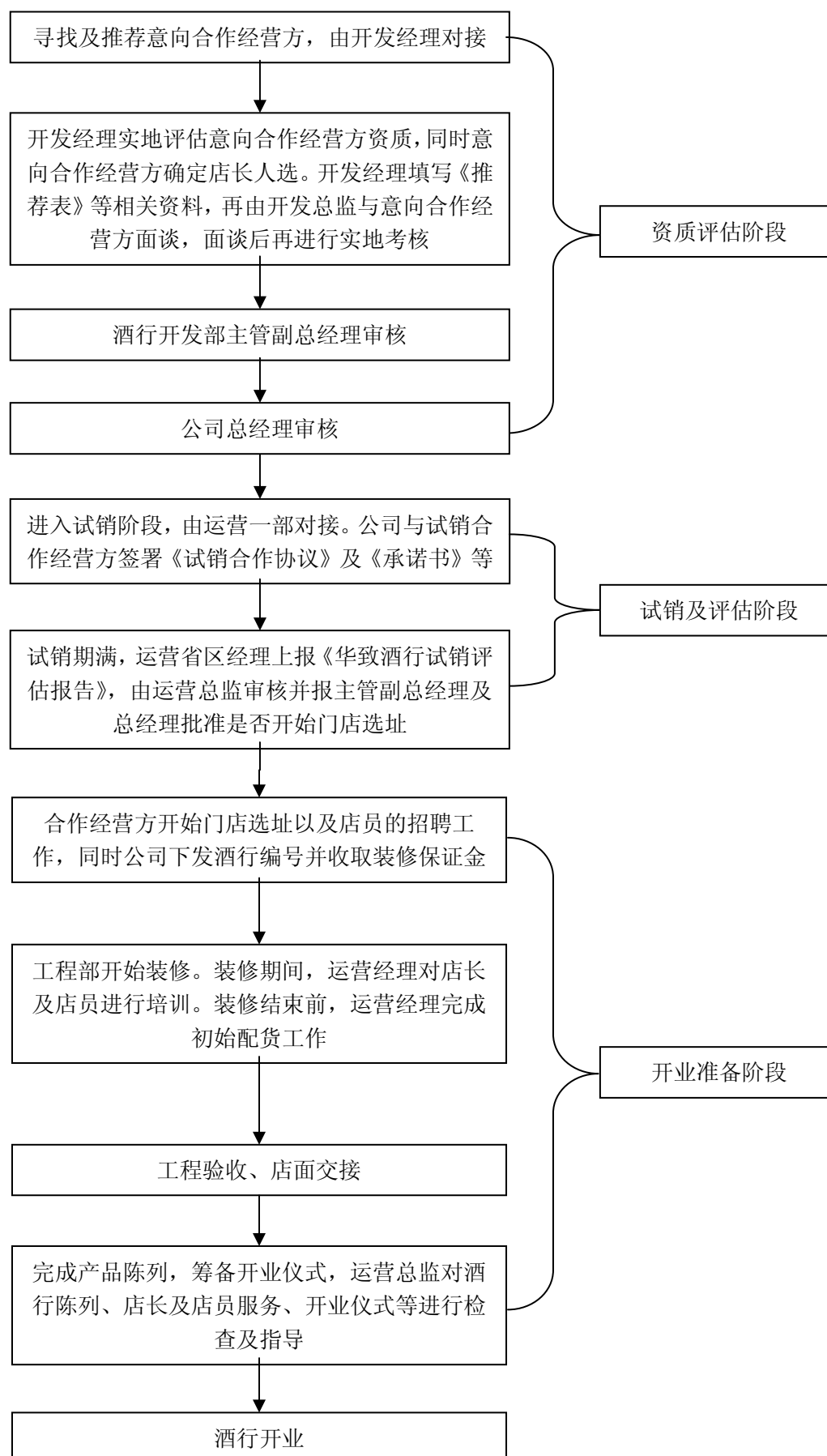
的经营权，双方签订《合作经营合同》约定各自的权利义务。合作店由合作经营方自行购买或租赁，并经本公司统一装修。合作经营方只能在店内销售本公司供应的产品，并通过公司安装的信息管理系统终端进行订货，同时执行公司制定的产品定价和产品价格调整等政策。合作经营方负责店铺所有日常运营，统一按照《华致酒行经营操作手册》规定的标准进行服务及运营，接受公司运营一部的统一管理，达到公司连锁门店体系统一品牌、统一形象、统一风格、统一配送、统一服务标准为消费者提供服务的目的。

1) 合作经营方与公司合作的程序

公司的合作经营方主要来自于：①公司的开发经理主动开发；②现有合作经营方的推荐；③意向合作经营方的自荐；④公司内部人员的推荐等。

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，一方面公司酒行开发部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，所在地经济发展水平、市场容量及消费习惯，店面的选址情况等因素；另一方面，一般情况下合作经营方在正式合作前还需要进行为期四个月到一年左右的试销，试销期满合格后，与公司签订《合作经营合同》。

合作经营方与公司合作的具体程序如下：



2) 合作的基本原则

合作经营方是独立的经营者，合作经营方以自有资金购买公司指定专卖产品进行销售，在自行租赁/购买的场所进行经营，合作经营方独立承担经营风险责任、全部运营费用、税金及全部法律责任，并独自享有经营利润或承担经营亏损。

3) 合作双方的权利与义务

根据《合作经营合同》，公司与合作经营方主要的权利义务条款如下：

	权利	义务
公司	● 对合作店的日常运营进行监督管理 ● 决定门店的装饰装修风格、设计式样、货柜展台和商品的摆放方式、设备配置、产品目录、运营标准、商品与服务价格 ● 要求合作经营方按照《华致酒行经营操作手册》的要求提供销售数据，并按规定定期上报统计报表 ● 要求合作经营方在开业前组织店长、员工参加公司提供的标准化技能培训及实习	● 对合作店的日常运营提供持续支持 ● 在合作店开业前，为合作店招聘的店长及员工提供培训和实习训练 ● 允许合作经营方使用华致酒行信息系统以及门店管理软件
合作经营方	● 获得公司指定专卖产品的营销权 ● 在《合作经营合同》约定的范围内使用公司品牌及经营资源 ● 参加公司提供的培训、交流会、商务考察等持续性支持与援助 ● 可要求公司为其提供法律援助，但费用由其负责	● 遵守法律法规、规章及运营管理规范，合法从事商业经营活动 ● 尊重并自觉保护本公司无形资产，维护公司及其连锁经营体系的名誉和形象 ● 协助公司打击侵权行为，举报窜货。售假、侵犯专卖权等不正当竞争行为 ● 保守公司的商业秘密 ● 合作经营方不得将依据《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

4) 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》、《华致酒行经营操作手册》、《华致酒行开业配货标准》、《华致酒行物流操作手册》、《华致酒行标识手册》、《华致酒行店长手册》、《华致酒行团购手册》、《窜货处理实施条例》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：

a、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。目前，公司所有客户包括合作经营方均通过公司营销管理平台（MMP 系统）发送订单，通过该系统，合作经营方能够实现货物跟踪以及网上对账。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。

b、销售管理。销售管理主要包括：i) 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；ii) 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；iii) 货物流向的管理，公司通过在全国设置 19 处仓库，对各区域内货物流向进行了统一安排，同时对合作经营方违反公司规定进行窜货的处理措施在《窜货处理实施条例》中做了明确规定；iv) 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，合作经营方必须参加公司组织的全国统一促销活动，此

外，公司通过开展品鉴会、联谊会等活动协助合作店进行市场拓展及客户开发工作。

c、存货管理。公司运营经理每月收集所管辖酒行的经营情况（主要包括门店月度销售情况、VIP 客户开发情况、促销活动情况、门店运营情况以及产品库存情况等）反馈给公司，公司根据门店的经营情况及时地对合作店的库存管理提出建议，力争将合作经营方存货控制在合理水平，最大化地提高合作经营方经营效益。未来，随着公司管理信息系统的发展，公司将借助管理信息系统来实现对销售终端的全面库存管理。

d、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，公司业务人员定期及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，公司将与合作经营方提出书面的限期整改意见，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。

e、店铺绩效考核和激励机制。公司每月组织对所有酒行的考核并进行排名公示，考核主要包括销售评估及酒行基础运营评估两个方面，根据考核情况评选出当月优秀酒行，每年综合评选出年度优秀酒行，对于评比优秀酒行，公司分别给予酒行及店长一定奖励。

5) 公司对合作店的监督控制措施

为尽可能地减小公司的运营风险，公司主要采取了下列措施来监督合作店的日常经营：

a、运营经理的日常及月度巡查制度。目前公司每个运营经理负责 4-5 家酒行的巡查工作，巡查的主要内容为酒行内外环境、产品陈列、产品价格、酒品存放、店员服务等。日常巡查为不定期巡查，定期巡查每月一次，运营经理根据巡查情况填写《华致酒行门店检查表》并报送公司，对于巡查时发现的问题，运营

经理以口头或书面形式提出整改意见并上报公司，公司视门店整改情况决定是否采取进一步措施。

b、省区经理的抽检制度。各省区经理不定期地对所在省区酒行的运营情况进行抽检，重点检查产品保真以及价格体系情况。

c、公司内部督察组检查制度。公司内部督察组不定期地组织对全国酒行的检查（每半年至少一次），检查的主要内容包括酒行经营情况、规范运营情况及当地流通市场情况，同时将对合作经营方进行访谈，以了解运营经理的工作成效以及合作经营方对酒行发展的意见及建议。

d、“神秘顾客”调查制度。公司专门聘请第三方专业公司，以顾客身份对酒行的规范运营情况进行不定期检查，“神秘顾客”的调查结果是酒行评比的重要参考指标。

6) 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与支持与建议，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。

与合作经营方保持长期、互信和稳固的合作关系是公司销售体系过去迅速发展的主要原因，也将成为公司未来业绩提升的有力保障。

7) 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
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。

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： ➢ 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 ➢ 合作经营方在经营场所经营指定范围外的任何产品 ➢ 华致酒行门店受到重大破坏 ➢ 合作经营方违反合作经营合同的行为
---------	--------------------------------	---

8) 对合作店管理有效性的评价

公司关于合作店的管理制度已基本涵盖了合作店管理的各重大方面。报告期内，随着合作店管理制度体系走向成熟，公司合作店运营的规范性逐步提升，由于公司在合作店的流通环节保留了足够的利润空间，同时在日常运营中严格执行监督奖惩制度，因此合作经营方的违规成本较高，从而在制度和机制方面保证了合作店的运营规范及产品保真。报告期内，合作经营方的质量亦大幅提升，最近三年一期，公司共关闭合作店 70 家，其中 2008 年以来开设的门店仅有 4 家关闭，同时报告期内单店营业规模及盈利能力增长较快。公司设置了 400 服务热线，同时开通了专门供消费者查询真伪的信息系统，能够及时处理消费者对合作店服务及产品较为关切的问题。此外，会计师在审计过程中，已对上述制度涉及财务方面的部分进行了内控有效性的测试，重点测试了合作经营方的订单和发货管理、信用额度控制、信用期结算控制等。

(6) 公司对直营店的管理

截至本招股说明书签署日，公司在全国范围内共拥有直营店 12 家。为充分发挥直营店在提升酒行形象和支持公司市场拓展战略方面的作用，公司针对直营店制定了全方位的管理体系，包括《运营管理制度》、《绩效考核制度》以及《财务核算及管理制度》，主要内容包括店铺开业流程、日常店面运营、店铺营销活动、店铺形象管理、货品管理、信息管理系统、资金结算、店员培训、绩效考核等方面。

(7) 公司团购业务的发展

公司重要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。随着公司直营店逐步发展，未来公司团购业务将逐渐扩展到直营店，并成为直营店的

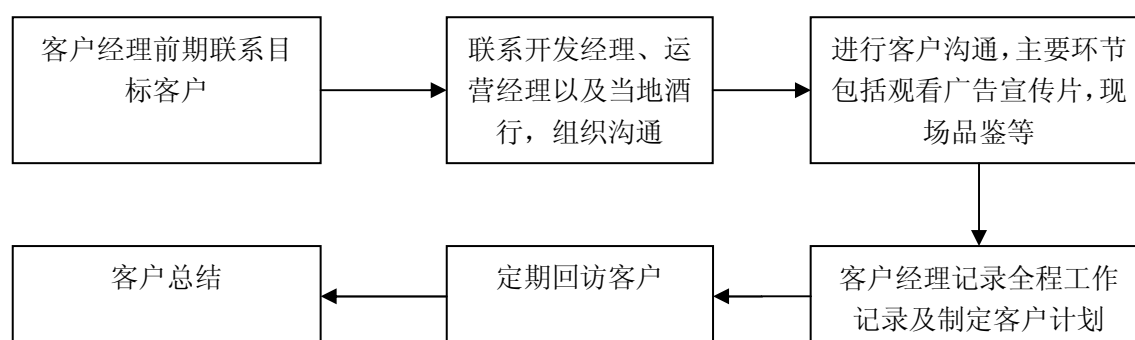
重要盈利模式之一。

目前，公司团购业务的主要内容包括：

1) 市场拓展工作。该项工作的主要形式是通过体验式营销方式推广公司产品，扩大品牌知名度，从而拉动市场消费。同时公司建立了严格的定期回访制度，要求客户经理定期回访客户，不断加深客户对公司及公司产品的了解。

市场拓展工作由重要客户部负责前期联系、开拓，再联合酒行开发部、运营一部、运营三部以及所在区域酒行共同实施，并由当地酒行负责业务开展及日常维护。

市场拓展工作的一般流程如下：



2) 直接销售。即通过开发团购客户实现直接销售。

3) 利用团购工作的优势资源推荐意向合作经营方。

(8) 公司对直供终端客户的管理

公司的直供终端客户主要包括五粮液专卖店、大卖场、高档商场和酒楼等酒类零售终端。通过开发直供终端客户，可以有效优化公司的零售终端结构，对现有零售终端形成优势互补，拓宽零售渠道的深度及广度。

公司对直供终端客户的管理主要包括价格体系、产品销售、营销活动以及货物流向等方面的管理。公司向这些客户收取一定数额的保证金，在合作期间，如客户发生倒货乱价等违规行为，公司有权视情节轻重，削减其供货计划或扣罚部分或全部保证金。公司与直供终端客户签订《直供协议》，协议的主要内容如下：

	《直供协议》主要内容
价格体系	执行公司规定的全国统一价格体系，不得擅自进行特价销售活动。
产品销售、储存	签约方仓库需有专门区域存放公司产品，不得将公司提供的产品与其他公司产品混放，公司有权随时到仓库实地考察。
营销活动	公司负责约定产品的宣传、促销工作，签约方应积极配合。如因签约方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	签约方在协议规定的店内以零售或团购形式销售，不得以任何形式销往协议规定范围以外的地区，并且不得将公司提供的产品批发进入流通渠道。

公司运营二部负责直供终端客户的日常管理，运营二部下属各省区办事处负责辖区内公司直供终端客户的开发、管理和维护，同时对辖区内直供终端客户的产品进行监控，维护公司的统一价格体系，检查货物流向，及时查处违规行为。

（9）公司对终端供应商的管理

1）合作模式

截至 2011 年 6 月 30 日，公司终端供应商合计为 281 家。这些客户均在当地市场具备良好的声誉，进货渠道规范，而且通常具备较强的零售、团购及终端资源优势，在特定区域与当地的酒类零售终端均有着良好的合作关系。

公司与终端供应商的合作是双赢的。一方面，公司产品的推广需要借助于终端供应商，利用他们在市场覆盖方面的优势，可以迅速拓展区域市场，提升产品的知名度、覆盖面，同时确保终端产品的保真性。另一方面，由于公司销售的产品品牌知名度较高，也能有效提升这些客户的产品层次，对这些客户其他产品的销售有很强的拉动作用。

为顺应渠道扁平化行业发展趋势，公司要求符合开店条件的终端供应商，逐步转为以合作门店形式经营。实际上，随着公司品牌知名度的提升，越来越多的终端供应商也纷纷要求与公司合作开设合作店，通过开设华致酒行来提升其自身业务的标准化管理水平。对于符合条件的终端供应商，经公司批准，双方签署《合作经营合同》，开设华致酒行门店，转为合作经营模式。

2）公司对终端供应商的管理

公司对终端供应商的管理主要包括价格体系、产品销售、营销活动以及货物流向等方面的管理。公司向这些客户收取一定数额的保证金，在合作期间，如客

户发生倒货乱价等违规行为，公司有权视情节轻重，削减其供货计划或扣罚部分或全部保证金。公司与终端供应商签订《待开店经销协议》，上述协议的主要内容如下：

	《待开店客户经销协议》的主要内容
价格体系	执行公司规定的全国统一价格体系，不得擅自进行特价销售活动。
产品销售、储存	签约方仓库需有专门区域存放公司产品，不得将公司提供的产品与其他公司产品混放，公司有权随时到仓库实地考察。
营销活动	公司负责约定产品的宣传、促销工作，签约方应积极配合。如因签约方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	签约方应在协议约定的区域内经营销售，未经公司同意，不得以任何形式销往规定区域以外的地区

公司运营二部负责终端供应商的日常管理，运营二部下属各省区办事处负责辖区内公司终端供应商的开发、管理和维护，同时对辖区内主要零售终端的产品进行监控，维护公司的统一价格体系，检查货物流向，及时查处违规行为。

4、公司的物流仓储模式

(1) 公司目前的物流仓储情况

目前，公司产品的供应对象超过 1,000 家，分布在约 400 个县级以上城市。公司将仓储及物流配送服务全部外包给第三方物流。目前公司在全国共设置 19 个仓库，向 1,000 余家供应对象辐射，19 家仓库分别位于成都、杭州、贵阳、上海、南京、合肥、沈阳、哈尔滨、北京（2 家，分别为北京仓库以及北京名庄酒仓库）、济南、郑州、长沙、昆明、南宁、兰州、广州、宜宾、香港。所有仓库均由第三方物流公司租赁。

上述 19 家仓库中，成都、杭州和贵阳仓库为中心库，其中，成都仓库储存五粮液公司供应的产品；杭州仓库储存古越龙山系列产品以及中档进口葡萄酒；贵阳仓库储存珍酒系列产品。上述三个仓库不仅辐射各地供应对象，同时也向其它各仓库转运。宜宾仓库为转运库，五粮液产品出厂后即进入宜宾库，由宜宾库转运至成都库。北京名庄酒仓库专门用于储存中高档进口葡萄酒。

在采购环节，产品自供应商至本公司仓库的运输一般由供应商负责挑选第三方物流公司（进口酒除外，进口酒的海外运输一般由公司负责挑选第三方物流公司）。在销售环节，公司所有门店及客户的产品均由公司委托第三方物流公司统

一配送。

公司物流部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。

(2) 公司对仓储、物流的监管

仓储和物流环节是酒品保真、保质的重要环节，公司历来予以高度重视。公司所有仓库均使用 ERP 系统与公司服务器联网，通过该系统，公司物流部可即时掌握和监控各地库存及出入库情况。公司物流部由专人定期或不定期地检查各仓库的存货情况，同时综合考虑促销、新品上市等情况，由此制定各仓库的补货计划。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) 公司对第三方物流的甄选及使用情况

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，公司将定期向这些公司进行询价，以求获得较高的性价比。

目前，公司绝大部分的仓储、物流业务均外包给九裕物流，公司与九裕物流签署了相关物流协议。九裕物流负责除北京名庄酒及香港仓库以外 17 家仓库的日常仓储管理及物流配送。九裕物流成立于 2005 年，是一家发展迅速的专业性第三方物流公司，其作为专业的酒水承运商，紧紧围绕零担物流业务板块，致力于实现完整一体化的物流专业服务。目前九裕物流的主要客户包括多家酒水饮料企业以及制造企业。

公司选择九裕物流作为主要的物流合作伙伴，主要基于以下几个原因：

- **具备与公司业务相匹配的仓储物流网络。**目前公司的大部分供应对象均位于县、市级城市，除了成都库，其余地区的配送量相对较小，单位运送成本相对较高。因此这些地区的配送业务往往对物流公司的吸引力有限。而九裕物流在这些地区的配送网络相对全面，部分地区甚至可以延伸至乡镇一级。譬如在湖南仓库，九裕物流就自行管理了约十余条专线，可覆盖湘鄂全境。而国内的其它物流公司在这些地区都或多或少地存在“盲区”，部分地区无法覆盖。

- **专业性较高。**酒类产品的储存和运输对防破损有较高要求，九裕物流作为专业的酒水承运商，长期为本公司、雀巢、怡宝、南方黑芝麻糊等食品饮料企业服务，在酒水饮料承运方面具备较强的专业优势。

- **日常运作规范、可靠。**九裕物流对货物的出库、入库、货物安排与调整均进行有序的管理，严格执行本公司有关库存物资管理的规定，保证了仓储系统的高效运作。

- **机制较为灵活。**酒类消费的季节性特点决定了酒品供销的不稳定性，同时鉴于公司处于快速发展期，根据市场情况需要不时调整采购、销售计划，相应地，与此相匹配的仓储、运输规划亦可能面临调整，这就需要公司的物流供应商有相当程度的灵活性。九裕物流作为一家民营物流企业，其决策更为迅速，机制相对灵活，能很好地满足本公司需求的变化。

(4) 公司对未来仓储、运力需求扩张的应对措施

随着公司业务的快速发展，未来公司的仓储能力及运力都需要相应提升，公司拟采取以下应对措施：

- 1) 优化物流布局，加强配送薄弱地区的力量。未来，公司将进一步优化物流布局，重点建设 5-7 家全国中心仓库，由各中心仓库辐射 3-5 个省区，同时引入部分具备资质、有良好配送能力的物流供应商，逐步加强薄弱地区的辐射能力。

- 2) 尝试与多家物流供应商合作，与现有供应商形成良性竞争，互相促进提高。不同物流供应商的运输方式、优势地区都是各有侧重的。随着公司业务的发展，未来公司会逐步引入其他实力强大的物流供应商，承接华致部分区域的物流服务，和现有物流供应商形成良性竞争。

3) 优化物流信息系统模块。目前公司的物流信息系统模块尚不能完全满足物流的个性化需求,未来公司将在库位、库龄管理,物流码管理、运费管理等方面实施优化,提升仓储、物流的工作效率。

5、公司的信息管理模式

公司目前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)以及 OA 系统等。公司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业务,公司通过该管理系统基本实现了从计划制定、产品及原材料采购、产品入库及出库、物流配送、产品销售和财务对账等整个业务链全过程的协同工作。ERP 管理系统的应用,使得公司的供应链管理能力和协作能力得以大幅提升。

营销管理平台(MMP 系统)是针对公司酒行门店业务开发的系统,致力于建立以酒行(包括试销合作经营方)为中心,公司和各酒行之间实现协同办公的平台,并将公司与酒行之间的日常业务纳入系统管理,以达到提高工作效率、规范业务流程的目的。各地酒行可以通过此系统进行网上下单、货物跟踪、网上对账、账表查询等工作。公司相关业务部门也可以通过该系统发布信息、管理酒行运营、采集酒行终端数据用于分析和提供更为优质的服务。该系统平台采用 TOMCAT 中间件技术、B/S 瘦客户端技术等先进技术,降低了系统维护的工作量,在系统设计和开发过程中始终将用户体验放在首位,以使酒行工作人员能够迅速熟悉相关操作。

OA 系统主要用于公司的日常内部事务管理,目前已将公文流转、个人事务、档案管理以及资源共享等大部分日常工作纳入系统管理,使得组织、部门、个人之间能够进行及时、高效的沟通。

公司目前的信息管理系统具有两大主要特点:

(1) 服务于公司的“真品”经营理念

公司致力于实现对酒品的全程跟踪管理。目前,公司的 ERP 管理系统终端已经布局于公司以及全国各地仓库,有效保证了公司对库存酒品及其出入库的监

控管理；另外，通过营销管理平台，公司能够及时掌握酒行门店的货物存放及销售情况，防止销售环节出现假酒。未来，公司仍将不遗余力地提升酒品精细化管理水平，提升管理信息系统对酒品的监控能力，杜绝假酒发生。

（2）致力于公司连锁门店的标准化化管理

公司的合作店及直营店的日常经营全部纳入营销管理平台，公司所有门店均通过营销管理平台实行统一采购，统一配送。公司通过营销管理平台发布最新的管理制度及促销政策，统一指导各门店开展日常经营。各门店通过营销管理平台每日报送当日经营情况，由此公司可动态掌握各门店的库存及销售情况，从而有利于公司针对市场情况及时调整经营策略。

（五）报告期内产品的销售情况

1、报告期内主要产品的销量情况

	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
白酒（千升）	856.91	1,420.39	856.64	497.24
国产葡萄酒（千升）	176.78	348.59	62.94	22.76
黄酒（千升）	22.08	39.08	19.64	27.78
进口酒（千升）	56.12	43.98	29.48	12.09
副食品（盒） ¹	5426.00	22,320.50	6,275.15	4,623.00

其中，副食品包括茶叶等。

2、报告期内主要产品的销售收入情况

单位：（万元）	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
白酒	91,471.61	124,731.37	80,909.12	58,259.08
国产葡萄酒	1,961.44	4,138.72	1,166.03	262.02
黄酒	1,248.84	1,593.50	1,266.26	2,114.66
进口酒	2,531.53	1,130.96	598.23	282.27
副食品	1,209.13	2,072.90	966.12	187.39

3、报告期内主要产品的销售价格变化情况

报告期内，公司主要产品的销售价格情况如下：

¹ 部分副食品可拆分成小盒销售，因此出现销售量为小数的情况。

	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
白酒（万元/千升）	106.75	87.81	94.45	117.16
国产葡萄酒（万元/千升）	11.10	11.87	18.53	11.51
黄酒（万元/千升）	56.56	40.78	64.47	76.12
进口酒（万元/千升）	45.11	25.72	20.29	23.35

报告期内，公司产品的销售价格波动主要由于产品结构变化所致。2010 年，销售占比最大的白酒销售均价有所下降，主要由于公司中档价位白酒销售比例逐步提升，拉低了整体销售价格。

（六）报告期内产品的采购情况

1、报告期内主要产品的采购量情况

	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
白酒（千升）	930.56	1,872.15	1,934.28	837.42
国产葡萄酒（千升）	199.04	429.34	121.57	32.77
黄酒（千升）	11.09	17.51	10.60	2.79
进口酒（千升）	47.93	83.25	27.23	27.45
副食品（盒）	5002	15,472.00	14,803.00	3,449.00
其他产品（个）	9,344,596.00	16,116,264.79	9,501,195.95	10,749,816.00

其中，副食品包括茶叶等；其他产品包括包装物及促销用品。

2、报告期内主要产品的采购额

单位：（万元）	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
白酒	69,188.19	101,629.59	78,765.21	54,203.60
国产葡萄酒	909.08	2,583.70	872.90	172.92
黄酒	204.61	115.67	346.51	156.55
进口酒	3,236.36	2,954.06	139.80	412.09
副食品	646.93	1,569.13	743.32	115.05
其他产品	3,285.69	5,287.24	3,741.50	4,843.60

3、报告期内主要产品的采购价格变化情况

报告期内，公司主要产品的采购价格如下：

	2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
白酒（万元/千升）	74.35	54.28	40.72	64.73
国产葡萄酒（万元/千升）	4.57	6.02	7.18	5.28
黄酒（万元/千升）	18.46	6.61	32.69	56.11
进口酒（万元/千升）	67.52	35.48	5.13	15.01

报告期内，公司产品的采购价格波动主要由于采购产品结构变化以及供应商调价所致。其中，2009年白酒采购价格较低，主要系价格相对较低的白酒产品的采购量较大所致。

（七）主要客户及供应商情况

1、主要客户情况

（1）2011年1-6月前五名客户情况

序号	客户名称	销售额（万元）	占营业收入比重
1	陕西省军区军人服务社	1,189.13	1.21%
2	宜宾市陆发酒业营销有限公司	1,073.22	1.09%
3	上海海烟物流发展有限公司	988.17	1.00%
4	衡阳市金达华致酒行有限公司	975.86	0.99%
5	上海新通海酒业有限公司	948.23	0.96%
合计		5,174.60	5.25%

（2）2010年前五名客户情况

序号	客户名称	销售额（万元）	占营业收入比重
1	上海海烟物流发展有限公司	2,715.34	2.03%
2	新华联控股有限公司	1,357.26	1.01%
3	陕西省军区军人服务社	1,170.46	0.88%
4	宜宾市陆发酒业营销有限公司	1,155.81	0.86%
5	北京万思缘商贸有限公司（北京市西直门旗舰酒行）	1,152.06	0.86%
合计		7,550.93	5.64%

（3）2009年前五名客户情况

序号	客户名称	销售额（万元）	占营业收入比重
1	上海海烟物流发展有限公司	940.75	1.11%
2	山东济南鲁糖酒业有限公司	881.34	1.04%
3	郴州市日升酒业有限公司	868.64	1.02%
4	江苏南通益统糖酒业有限公司	837.40	0.99%
5	北京中恒实信贸易有限公司	792.71	0.93%
合计		4,320.84	5.09%

(4) 2008 年前五名客户情况

序号	客户名称	销售额（万元）	占营业收入比重
1	上海海烟物流发展有限公司	2,831.30	4.63%
2	北京朝批商贸有限公司	860.33	1.41%
3	北京中恒实信贸易有限公司	720.72	1.18%
4	广东深圳铭隆酒业有限公司	670.24	1.10%
5	四川省宜宾五粮液集团进出口有限公司	608.24	0.99%
合计		5,690.83	9.31%

2008 年至 2010 年，上海海烟物流发展有限公司（以下简称“海烟”）连续三年成为本公司第一大客户。海烟成立于 2002 年 6 月，主要从事烟草、酒类、食品、百货的分销与配送，在上海地区覆盖数量众多销售终端。基于海烟在酒类经销行业的优质网络资源、雄厚实力和良好信誉，发行人选择海烟作为上海地区的终端供应商客户，以覆盖上海地区的优质酒类零售终端。

海烟自发行人处采购的酒类产品主要销往大卖场、超市、商场、名烟名酒店、餐厅、宾馆等，并存在部分团购客户。2011 年 6 月 30 日，其自本公司采购产品库存金额（按含税采购价计算）为 220.67 万元，为正常的周转存货，其余均实现了对外销售。

报告期内公司前五名销售客户中，新华联控股有限公司为本公司的关联方，其采购的酒品均为业务用酒，根据公司与新华联控股有限公司于 2010 年 3 月签署的《购销协议》，约定新华联控股有限公司向本公司采购的酒品只能用于其公司及下属公司的饮用、礼品及收藏，不得对外销售。

截至本招股说明书签署日，本公司董事长吴向东先生持有新华联控股有限公司 20%股份，本公司总经理谭志强先生持有新华联控股有限公司 1%股份。除此之外，公司董事、监事、高级管理人员，主要关联方或持有 5%以上股份的股东在报告期内前五名销售客户中不占有权益。

报告期内，本公司不存在向单个客户销售比例超过公司销售总额 50%的情况。

2、主要供应商情况

(1) 2011 年 1-6 月前五名供应商情况

序号	供应商名称	采购额（万元）	占总采购额比例
1	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	51,409.67	66.36%
2	湖南湘窖酒业有限公司、四川金六福酒业有限公司、迪庆香格里拉经济开发区天籟酒业有限公司、贵州珍酒销售有限公司、邵阳开口笑酒业有限责任公司	8,090.40	10.44%
3	泸州纳川酒业有限公司	4,341.96	5.60%
4	人民大会堂管理局纪念品服务部	2,679.42	3.46%
5	BALLANDE ET MENERET	1,463.88	1.89%
合计		67,985.32	87.76%

其中，湖南湘窖酒业有限公司、四川金六福酒业有限公司、迪庆香格里拉经济开发区天籟酒业有限公司、贵州珍酒销售有限公司、邵阳开口笑酒业有限责任公司均系吴向东先生控制公司，因此将采购额合并计算。

(2) 2010 年前五名供应商情况

序号	供应商名称	采购额（万元）	占总采购额比例
1	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	85,192.60	74.64%
2	湖南湘窖酒业有限公司、四川金六福酒业有限公司、云南金六福酒业有限公司、迪庆香格里拉经济开发区天籟酒业有限公司、香格里拉酒业股份有限公司、贵州珍酒销售有限公司、江西李渡酒业有限公司、阿城市龙神酒业有限责任公司	10,498.29	9.20%
3	人民大会堂管理局纪念品服务部	3,292.31	2.88%
4	泸州纳川酒业有限公司	3,242.66	2.84%
5	广州市清平药业有限公司	1,528.10	1.34%
合计		103,753.96	90.90%

其中，湖南湘窖酒业有限公司、四川金六福酒业有限公司、云南金六福酒业有限公司、迪庆香格里拉经济开发区天籟酒业有限公司、香格里拉酒业股份有限公司、贵州珍酒销售有限公司、江西李渡酒业有限公司、阿城市龙神酒业有限责任公司均系吴向东先生控制公司，因此将采购额合并计算。

(3) 2009 年前五名供应商情况

序号	供应商名称	采购额（万元）	占总采购额比例
1	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司、四川省宜宾五粮液集团进出口有限公司、四川省宜宾五粮液供销有限公司	60,794.04	71.85%
2	泸州纳川酒业有限公司	13,986.98	16.53%
3	湖南湘窖酒业有限公司、四川金六福酒业有限公司、云南金六福酒业有限公司、迪庆香格里拉经济开发区天籟酒业有限公司、江西李渡酒业有限公司、阿城市龙神酒业有限责任公司	2,790.69	3.30%
4	银基贸易发展（深圳）有限公司	1,241.03	1.47%
5	江苏省宜兴市金鱼陶瓷有限公司	869.83	1.03%
合计		79,682.57	94.18%

2009 年 7 月，宜宾五粮液股份有限公司与四川省宜宾五粮液集团有限公司共同出资设立宜宾五粮液酒类销售有限责任公司，原来通过四川省宜宾五粮液集团进出口有限公司销售的内销、出口酒产品全部归入宜宾五粮液酒类销售有限责任公司统一管理和销售。宜宾五粮液酒类销售有限责任公司、四川省宜宾五粮液集团进出口有限公司以及四川省宜宾五粮液供销有限公司均系宜宾五粮液股份有限公司的控股子公司或重要关联方，因此采购金额予以合并计算。

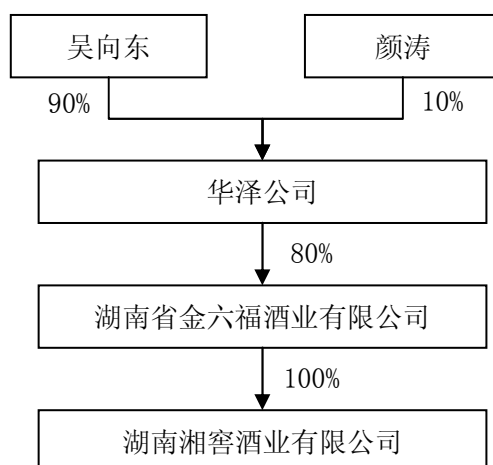
（4）2008 年前五名供应商情况

序号	供应商名称	采购额（万元）	占总采购额比例
1	四川省宜宾五粮液供销有限公司	49,631.45	82.85%
2	泸州纳川酒业有限公司	2,995.60	5.00%
3	成都盛世艺术包装有限公司	1,416.11	2.36%
4	湖南湘窖酒业有限公司、四川金六福酒业有限公司、云南金六福酒业有限公司	1,249.21	2.09%
5	重庆昊晟玻璃晶品有限公司	930.05	1.55%
合计		56,222.42	93.85%

报告期内，湖南湘窖酒业有限公司、四川金六福酒业有限公司、云南金六福酒业有限公司、迪庆香格里拉经济开发区天籟酒业有限公司、香格里拉酒业股份有限公司、贵州珍酒销售有限公司、江西李渡酒业有限公司、阿城市龙神酒业有限责任公司以及重庆昊晟玻璃晶品有限公司为本公司关联方。截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员，主要关联方或持有 5%以上股份的股

东在上述公司持有权益情况如下：

1) 湖南湘窖酒业有限公司



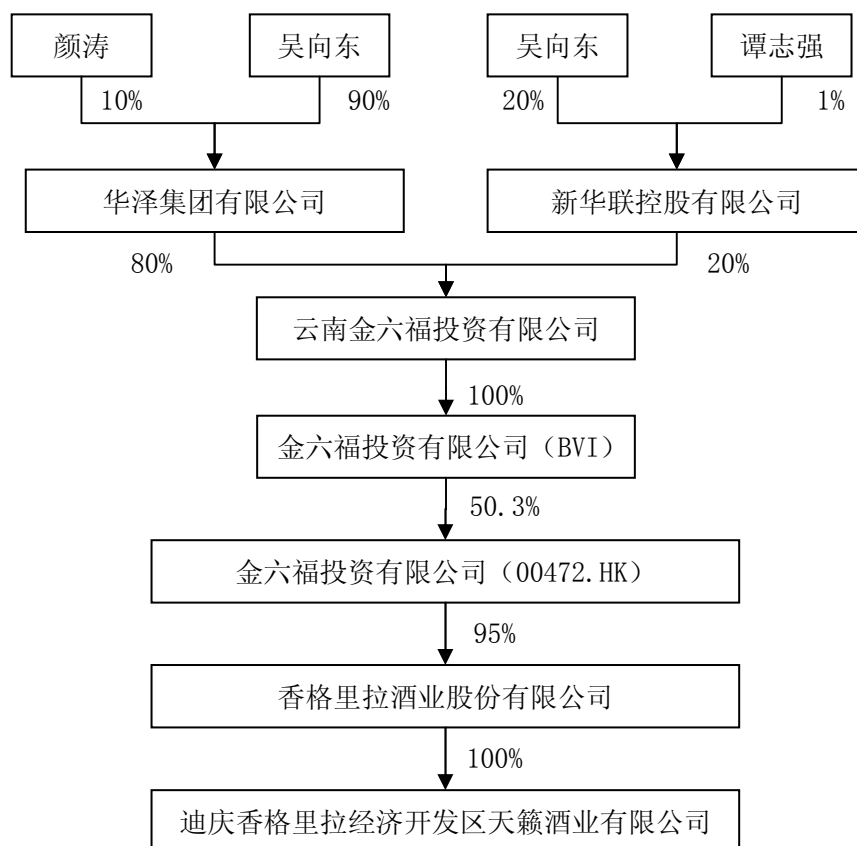
2) 四川金六福酒业有限公司

湖南省金六福酒业有限公司持有四川金六福酒业有限公司 80%股权，湖南省金六福酒业有限公司的股权结构详见本节之“1) 湖南湘窖酒业有限公司”。

3) 云南金六福酒业有限公司

云南金六福酒业有限公司为湖南省金六福酒业有限公司全资子公司，湖南省金六福酒业有限公司的股权结构详见本节之“1) 湖南湘窖酒业有限公司”。

4) 香格里拉酒业股份有限公司、迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司



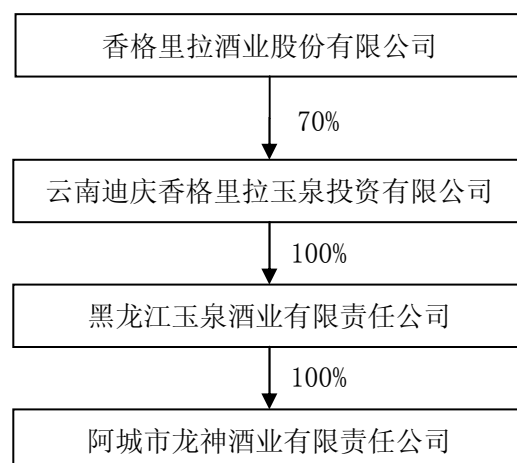
5) 贵州珍酒销售有限公司

贵州珍酒销售有限公司为云南金六福投资有限公司的全资子公司，云南金六福投资有限公司的股权结构详见本节之“4) 香格里拉酒业股份有限公司、迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司”。

6) 江西李渡酒业有限公司

江西李渡酒业有限公司为金六福投资有限公司（BVI）的全资子公司，金六福投资有限公司（BVI）的股权结构详见本节之“4) 香格里拉酒业股份有限公司、迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司”。

7) 阿城市龙神酒业有限责任公司（2011年6月2日，阿城市龙神酒业有限责任公司更名为哈尔滨市龙神酒业有限公司）

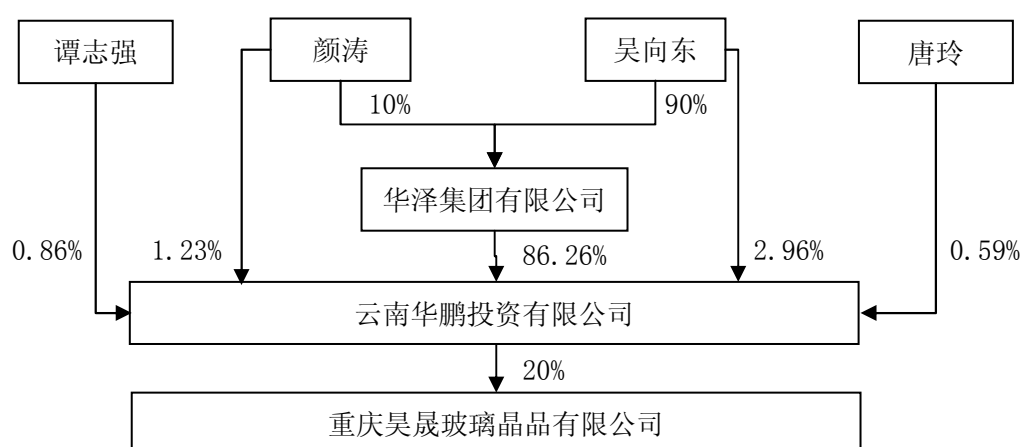


香格里拉酒业股份有限公司的股权结构详见本节之“4) 香格里拉酒业股份有限公司、迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司”。

8) 邵阳开口笑酒业有限责任公司

邵阳开口笑酒业有限责任公司为湖南省金六福酒业有限公司的全资子公司，湖南省金六福酒业有限公司的股权结构详见本节之“1) 湖南湘窖酒业有限公司”。

9) 重庆昊晟玻璃晶品有限公司



云南华鹏投资有限公司持有重庆昊晟玻璃晶品有限公司 20%股权。2010年9月26日，云南华鹏投资有限公司股东会决议，同意华泽公司对公司增资 50,000

万元。该次增资完成后，华泽公司对云南华鹏投资有限公司的出资比例由 0.97% 增至 86.26%，构成对重庆昊晟的重大影响。由此吴向东先生对重庆昊晟构成重大影响，重庆昊晟成为本公司的关联方。

除上述外，公司董事、监事、高级管理人员，主要关联方或持有 5% 以上股份的股东在报告期内前五名供应商中不占有权益。

报告期内 2008 年至 2011 年 1-6 月，本公司向五粮液公司采购酒类产品的金额占公司总采购金额的比重分别为 82.85%、71.85%、74.64%、66.36%，存在供应商相对集中的情况。

本公司与五粮液公司建立了多年的合作关系，五粮液公司为本公司的重要供应商，同时本公司也是五粮液公司的重要客户，双方互惠互利、共同发展。五粮液公司 2009 年年报显示，本公司为其第二大客户。2010 年 12 月，本公司与五粮液公司签订《“五粮液-年份酒”总经销协议》，约定由本公司作为“五粮液-年份酒”的全国总经销商，协议期从 2011 年 1 月 1 日起至 2018 年 12 月 31 日止，合作关系得到了极大的巩固。

在巩固与五粮液公司关系的同时，本公司致力于进一步丰富产品线。2010 年 12 月，依托自身渠道网络优势和品牌营销能力，本公司与贵州茅台签订采购经销合同，引进了包括茅台年份酒、茅台酒在内的茅台系列产品；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，约定由泸州纳川向授予公司“五粮陈”1 号、2 号及 3 号系列白酒的国内独家总经销权；2011 年 10 月 10 日，公司与泸州老窖股份有限公司签订了《合作经销协议》，约定公司与泸州老窖股份有限公司共同合作开发“国窖 1573”红宝石、蓝宝石系列产品，由公司独家销售“国窖 1573”红宝石、蓝宝石系列产品；2011 年 10 月 31 日，公司与陕西西凤酒营销有限公司签订了《合作经销协议》，约定公司与陕西西凤酒营销有限公司共同合作开发“西凤酒—大师”系列产品，由公司独家销售“西凤酒—大师”系列产品；2011 年 10 月 21 日，公司与成都聚锦商贸有限公司签订了《战略合作意向书》，约定公司与成都聚锦商贸有限公司（成都聚锦商贸有限公司为四川水井坊有限公司的控股子公司，专营四川水井坊股份有限公司生产的‘水井坊’

品牌白酒产品）合作开发一类“水井坊”品牌酒类产品，由公司独家销售；2011年10月21日，公司与山西杏花村汾酒销售有限责任公司签订了《战略合作意向书》，约定公司与山西杏花村汾酒销售有限责任公司合作开发一类“汾酒系列”品牌酒类产品，由公司独家销售；2011年10月30日，公司与酒鬼酒股份有限公司签订了《合作经销框架协议》，约定公司与酒鬼酒合作开发“酒鬼—大师”（暂定名）系列产品，由公司独家销售。此外，公司亦积极与国外著名酒庄及酒商合作，持续引进进口酒品。

（八）环保情况

云南省迪庆藏族自治州香格里拉经济开发区建设环保局已出具《关于华致酒行连锁管理股份有限公司环保守法情况的证明》，证明公司在报告期内，在环境保护方面均符合国家和地方有关环境保护法律、法规和规章的要求，不存在因任何环境保护的违法、违规事项、欠缴排污费或与环境保护有关的其他事项而被环保部门调查、处罚的情形。

五、固定资产及无形资产

（一）固定资产

1、固定资产概况

截至2011年6月30日，公司固定资产情况如下：

单位：元

项目（分类）	原值	累计折旧	减值准备	净值	成新率
房屋、建筑物	5,595,500.00	110,744.30	-	5,484,755.70	98.00%
办公设备	1,959,563.45	631,298.07	-	1,328,265.38	68.00%
运输设备	1,130,000.00	-	-	1,130,000.00	100.00%
合计	8,685,063.45	742,042.37	-	7,943,021.08	91.00%

注：成新率=固定资产净额÷固定资产原值×100%

2、房屋及建筑物情况

（1）公司及下属公司自有房产情况

2011年6月1日，醴陵华致与湖南省浦建房产开发有限公司签订《商品房买卖合同》，购买位于醴陵市李畋西路-青云北路的商铺113号，建筑面积共119.59平方米，合同金额为226.02万元。

2011年6月1日，醴陵华致与湖南省浦建房产开发有限公司签订《商品房买卖合同》，购买位于醴陵市李畋西路-青云北路的商铺114号，建筑面积共108.17平方米，合同金额为247.08万元。

2011年6月1日，醴陵华致与湖南省浦建房产开发有限公司签订《商品房买卖合同》，购买位于醴陵市李畋西路-青云北路的商铺115号，建筑面积共27.05平方米，合同金额为86.45万元。

醴陵华致已按照上述合同的约定向湖南省浦建房产开发有限公司支付相应合同款项，上述房产目前正在办理房屋产权登记手续。

(2) 物业抵押情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在物业抵押的情形。

(3) 公司及下属公司房屋租赁情况

截至本招股说明书签署日，公司及下属公司房屋租赁情况如下：

序号	承租方	出租方	详细坐落位置	租赁房屋面积 (平方米)	租赁期限	出租方是否提供有权出租该等房屋的证明文件	是否备案登记	用途
1	发行人	新世界发展(武汉)有限公司	武汉市汉口建设大道568号新世界国贸大厦I座34层2号写字间	198.31	2011年4月20日至2013年4月19日	是	是	湖北办事处
2	发行人	王翠红	广州市天河区华明路9号708房	114.17	2011年6月16日至2014年6月30日	是	是	广东办事处
3	发行人	钟璐	贵阳市南明区护国路指月街香格里拉大厦10-1号	185.43	2011年8月1日至2016年7月31日	否	否	贵州办事处

序号	承租方	出租方	详细坐落位置	租赁房屋面积 (平方米)	租赁期限	出租方是否提供有权出租该等房屋的证明文件	是否备案登记	用途
4	发行人	黑龙江省哈尔滨花园邨宾馆	7栋716房间	70	2011年9月6日至2012年9月5日	否	否	黑龙江办事处
5	发行人	何仲仁	合肥市庐阳区濉溪路278号财富广场A座813号	175.40	2010年12月6日至2015年12月18日	是	是	安徽办事处
6	发行人	河南道成实业有限公司	郑州市农业路71号豫工道成大厦之28层2810至2813房间	199.32	2010年5月1日至2015年4月30日	否	否	河南办事处
7	发行人	华天酒店集团股份有限公司	湖南华天大酒店贵宾楼10楼61007室	173.50	2011年8月25日至2012年1月1日	是	是	湖南办事处
8	发行人	卢萍	西安市南二环79号广丰国际大厦21708写字楼	120.80	2011年4月10日至2012年4月9日	是	否	西北办事处
9	发行人	翁俊、林奇志	南京市珠江路67号珠万路华利国际1607室	241.26	2010年4月20日至2013年4月19日	是	是	江苏办事处
10	发行人	李磊	石家庄中华商务中心A座16层09号物业	85.73	2010年8月1日至2012年7月31日	是	是	津冀办事处
11	发行人	周晓建	杭州市航海路238号森禾商务广场A楼1501室	207.08	2011年10月16日至2013年10月15日	是	否	浙江办事处
12	发行人	王少珍	福州市台江区福州金融街万达广场二期A2#写字楼7层03、05、06室	166.62	2011年8月16日至2014年9月15日	是	是	福建办事处
13	发行人	胡俊杰	北京市朝阳区朝外大街甲6号万通中心2座21层	739.78	2011年1月1日至2011年12月31日	是	否	北京分公司办公地点

序号	承租方	出租方	详细坐落位置	租赁房屋面积 (平方米)	租赁期限	出租方是否提供有权出租该等房屋的证明文件	是否备案登记	用途
14	长沙华致	湖南新华联燃气有限公司	长沙市芙蓉中路269号华联大厦11层1105室	120	2009年4月1日至2014年3月31日	是	否	长沙华致办公地点
15	发行人	华泽公司	朝阳区朝外大街甲6号万通中心1座21层2101	739.78	2010年1月1日至2011年12月31日	是	是	北京分公司办公地点
16	发行人	迪庆州工商局开发区分局	迪庆香格里拉经济开发区中心片区国道214线旁工商分局办公楼一楼大门右侧第一间	98	2010年11月18日至2011年12月31日	是	否	发行人办公地点
17	发行人	太原市草坪区洁能新技术服务中心	山西省太原市小店区长风街核信摩尔商座10层1017、1018号	117.63	2011年3月7日至2012年4月7日	是	否	山西办事处
18	发行人	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1号楼11层1103至1105室	318.66	2011年10月1日至2014年9月30日	是	否	川渝办事处
19	发行人	梁柱	南宁市青秀区民族大道131号航洋国际城1110,1111室	104.80	2011年7月1日至2013年6月30日	是	否	桂海办事处
20	京都华致	北京稻香村食品有限责任公司	朝阳区朝外大街乙12号酒店裙房商铺、餐饮1层07号	326.45	2010年7月19日至2015年10月18日	是	是	北京昆泰店（直营店）
21	发行人	安徽优客莱酒店投资管理有限公司	安徽省合肥市包河区徽州大道427号	270	租赁物业交付日至2016年2月19日	是	是	安徽徽州大道店（直营店）

序号	承租方	出租方	详细坐落位置	租赁房屋面积 (平方米)	租赁期限	出租方是否提供有权出租该等房屋的证明文件	是否备案登记	用途
22	发行人	杜光辉	山东省济南市市中区建辛路以南、阳光新路以西104号商铺	189.76	租赁物业的交付日至2017年4月14日	是	是	济南中区店(直营店)、山东办事处
23	发行人	王锦	山东省济南市市中区金新路以南、阳光新路以西105号商铺	181.44	租赁物业的交付日至2017年4月14日	是	是	济南中区店(直营店)、山东办事处
24	发行人	梁利萍	洛阳市涧西区九都路7号世纪华阳C区二期商业裙房156号-256号房	166.99	自租赁物业的交付日至2016年2月28日	是	否	洛阳店(直营店)
25	发行人	冯艳丽	洛阳市涧西区九都路7号世纪华阳C区二期商业裙房155号-255号房	158.18	自租赁物业的交付日至2016年2月28日	是	否	洛阳店(直营店)
26	发行人	南京纬思武德投资实业有限公司	南京市玄武区中山路132号凯润金城05栋102室-1C	252.01	2011年1月1日至2015年12月31日	是	是	南京玄武店(直营店)
27	发行人	王菁	辽宁省沈阳市沈河区奉天路328号-5门	452.96	租赁物业的交付日至2016年3月1日	是	否	沈阳沈河店(直营店)
28	发行人	张倩	天津市河西区琼州道9号龙海公寓底商	273.29	租赁物业的交付日至2016年4月30日	是	否	天津河西店(直营店)
29	发行人	湖北美洁节能环保工程技术	武汉市武昌区洪山路60-62号	521	租赁物业的交付日至2016年3月1	是	是	武昌店(直营店)

序号	承租方	出租方	详细坐落位置	租赁房屋面积 (平方米)	租赁期限	出租方是否提供有权出租该等房屋的证明文件	是否备案登记	用途
		有限公司			日			
30	发行人	湖北全洲房地产开发有限公司	湖北省孝感市交通大道258号	570	租赁物业的交付日至2019年3月1日	是	是	孝感店(直营店)
31	发行人	祝存勇	湖北省孝感市交通大道258号楚粤会酒店东侧第三间门面一楼	37	租赁物业的交付日至2019年3月1日	是	否	孝感店(直营店)
32	发行人	徐胜杰、林梅淮	杭州市下城区文晖路289号越都商务大厦一楼	110.41	2011年3月1日至2019年2月28日	是	是	杭州文晖路店(直营店)
33	发行人	杭州市市政房地产开发有限公司	杭州市下城区文晖路287号越都商务大厦一楼	148.05	2011年3月1日至2019年2月28日	是	是	杭州文晖路店(直营店)
34	发行人	李雪森	郑州市郑东新区金水东路9号1-3层附58号	688.56	自租赁物业的交付日至2016年6月30日	是	否	郑州郑东新区店(直营店)
35	发行人	高志峰、黄群萃	广东省广州市海明路409号106、107号铺	294.61	自租赁物业的交付日至2016年2月28日	是	是	广州海明路店(直营店)
36	发行人	甘肃顺圆房地产开发有限公司	甘肃兰州城关金昌南路	298	2011年3月1日至2016年2月29日	否 ¹	否	兰州城关店(直营店)
37	发行人	戴东生	重庆渝北洪湖西	523.08	2010年12月3	是	是	重庆洪

¹甘肃顺圆房地产开发有限公司已出具《情况说明》，该处房屋的产权证明正在办理之中，并保证发行人在使用租赁房屋期间保证不会发生产权纠纷。

序号	承租方	出租方	详细坐落位置	租赁房屋面积 (平方米)	租赁期限	出租方是否提供有权出租该等房屋的证明文件	是否备案登记	用途
			路33、35、37号		日至2015年12月2日			湖路店(直营店)
38	发行人	张晖	四川省高新县二环路南三段18号附5号	461.66	2011年1月7日至2016年1月7日	是	是	成都高新二环路店(直营店)
39	发行人	苏州恒丰进出口有限公司	江苏省苏州市沧浪区凤凰街265号	413	2011年2月1日至2016年1月31日	是	是	苏州凤凰店(直营店)
40	发行人	何育航、何育锋	福州台江磐峰路万达广场1-42、1-44号店铺	277.45	2011年3月1日至2016年2月28日	是	是	福州台江店(直营店)
41	发行人	林笃锦	福建省泉州市丰泽区津淮街金帝商厦05-06	217.16	自租赁物业的交付日至2016年2月28日	是	是	泉州津淮路店(直营店)
42	发行人	南昌市象山饮食店	江西省南昌市抚河北路149号	180	自租赁物业的交付日至2016年2月28日	否 ¹	是	南昌抚河店(直营店)
43	发行人	姚玲	南昌市西湖区沿江路235号(注:沿江路已更名为抚河路)	37.02	自租赁物业的交付日至2016年3月1日	是	是	南昌抚河店(直营店)
44	发行人	铜陵海关	安徽省铜陵市北京路139号	560	自租赁物业的交付日至2015年6月30日	是	否	铜陵店(合作店)
45	发行人	南昌百瑞四季酒店有限公司	江西省南昌市洪都北大道十号	180	2009年7月16日至2014年7月15日	是	否	南昌店(合作店)

¹ 南昌市西湖区广外房管所已出具《证明》，该处房屋为其直管公房，现由南昌市象山饮食店经营。

序号	承租方	出租方	详细坐落位置	租赁房屋面积 (平方米)	租赁期限	出租方是否提供有权出租该等房屋的证明文件	是否 备案 登记	用途
46	华致酒业	盐城市公房管理所	双元路恒洋公寓3号楼109、209号房间	112.32	2007年1月1日至2011年12月31日	是	否	盐城店（合作店）
47	发行人	阜阳市人民政府房产公司	阜阳市清河东路585号	165	自租赁物业的交付日至2018年6月5日	否	否	阜阳店（合作店）
48	发行人	北京银都房地产发展有限公司	海淀区西直门北大街32号枫蓝国际中心商场A座1层	185.41	2007年9月22日至2012年9月21日	是	否	北京旗舰店（合作店）

根据上表，第46处房屋的租赁合同关系项下的承租方为本公司前身“华致酒业”（2008年5月，“华致酒业”更名为“华致有限”）。由于本公司系由华致有限整体变更而来，华致有限及其前身的所有权利义务均由本公司承继，因此该等租赁不会给本公司带来法律风险。

保荐机构认为，鉴于发行人系由华致有限整体变更而来，华致有限及其前身的所有权利义务均由发行人承继，因此发行人部分租赁合同关系项下的承租方仍为“华致有限”及“华致酒业”不会给发行人带来法律风险。

律师认为，在华致有限整体改制变更为股份公司后，发行人前身签署的租赁合同项下的权利义务由发行人直接承继，前述房产的承租方仍为华致酒业不会给发行人带来法律风险。

截至本招股说明书签署日，公司及下属子公司共租赁房屋48处。

就其中24处房屋，出租方已提供该等房屋的房屋所有权证或房屋购买合同或该等房屋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，且已经办理了租赁备案手续。

就其中18处房屋，出租方已提供该等房屋的房屋所有权证或房屋购买合同

或该等房产所有权人同意出租方转租该房产的函件，但未办理租赁备案手续。就该等租赁房屋，本公司及下属子公司依据租赁合同的约定在租赁期内合法使用该等物业。该等租赁未进行租赁备案登记亦不会对公司日常经营造成重大实质性不利影响。

就其中 6 处房屋，出租方未能提供该等房产的产权证或该等房产的所有权人同意出租方转租该房产的函件，其中除上述第 42 处房屋外，其余亦未办理租赁备案手续。就该等租赁房屋，公司无法判断该等出租人是否有权将上述房屋予以出租，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。但根据上述租赁房产的相应租赁合同，若出租人的出租权利存在瑕疵，本公司及下属子公司有权要求出租人赔偿由此造成的损失。而且，本公司认为，即使该等房产租赁无法继续，寻找新的租赁场所并不困难，不会给公司生产经营带来重大影响。

截至本招股说明书出具之日，公司未能取得出租房产的产权证明文件以及未办理出租备案登记的租赁房屋的总面积为 4,821.46 平方米，该等租赁房屋占发行人的经营面积（包括直营店、合作店、仓库、办公场地）的比例约为 5.87%。2011 年 1-6 月，发行人使用该等租赁房屋所实现的销售收入（包括直营店销售收入及发行人对合作店的销售收入）为 1,817.73 万元，占发行人当期全部销售收入的比例为 1.85%。

就上述公司及下属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或该等房产的所有权人同意出租方转租该房产的函件以及未履行租赁备案手续的情况，公司将根据市场情况采取边规范、边运作的方式对上述租赁物业予以解决。一方面公司将采取积极措施尽可能取得权利人同意出租的证明文件；另一方面，公司也在积极寻找合适的出租物业以替代上述存在瑕疵的租赁物业。

本公司实际控制人吴向东先生已出具承诺，若华致酒行及下属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，本人将无条件承担该等损失、缴纳罚款，保证华致酒行及下属子公司的业务经营不会因上述租赁事宜受到不利影响。

律师认为，就上述发行人及其全资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相关承诺。此外，根据发行人的说明，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。有鉴于此，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会构成本次发行上市的实质性法律障碍。

保荐人认为，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）无形资产

1、公司及下属公司拥有的土地使用权情况

截至本招股说明书签署日，公司无土地使用权。

2、土地使用权抵押情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在土地使用权抵押情况。

3、公司及下属公司拥有的专利情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有的专利情况如下：

专利名称	类型	专利号	专利保护期	专利权人
牌匾（华致酒行）	外观设计	ZL200730280529.4	2007.12.12-2017.12.12	发行人
标牌（华致酒行•方形）	外观设计	ZL200730280531.1	2007.12.12-2017.12.12	发行人
标牌（华致酒行•六边形）	外观设计	ZL200730280530.7	2007.12.12-2017.12.12	发行人
酒瓶（黄酒50年）	外观设计	ZL201130003762.4	2011.1.11-2021.1.11	发行人
酒瓶（黄酒40年）	外观设计	ZL201130003764.3	2011.1.11-2021.1.11	发行人
酒瓶（黄酒30年）	外观设计	ZL201130003776.6	2011.1.11-2021.1.11	发行人
酒盒（黄酒50年）	外观设计	ZL201130003763.9	2011.1.11-2021.1.11	发行人
酒盒（黄酒40年）	外观设计	ZL201130003765.8	2011.1.11-2021.1.11	发行人
酒盒（黄酒30年）	外观设计	ZL201130003777.0	2011.1.11-2021.1.11	发行人
酒瓶（特供专用酒）	外观设计	ZL201130003778.5	2011.1.11-2021.1.11	发行人
瓶（福酒）	外观设计	ZL200730071541.4	2007.11.12-2017.11.12	发行人

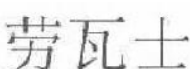
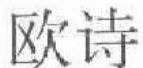
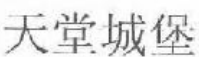
专利名称	类型	专利号	专利保护期	专利权人
组合式包装盒（福酒）	外观设计	ZL200730071542.9	2007.11.12-2017.11.12	发行人
包装袋（福酒）	外观设计	ZL200730071540.X	2007.11.12-2017.11.12	发行人

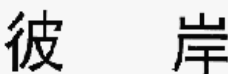
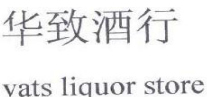
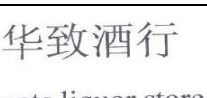
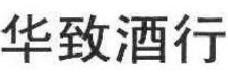
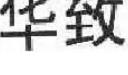
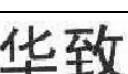
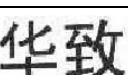
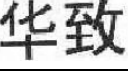
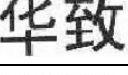
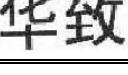
4、公司及下属公司拥有的注册商标

截至本招股说明书签署日，公司拥有 93 个已注册的商标和 3 个正在申请注册中的商标，具体情况如下：

（1）已注册的商标

序号	商标名/图案	核定使用商品	有效期限	注册证号	注册人
1	裕寿堂	5类	2010-1-28 至 2020-1-27	5981144	华致酒业
2	裕寿堂	10类	2009-11-14 至 2019-11-13	5981142	华致酒业
3	裕寿堂	29类	2009-7-28 至 2019-7-27	5981145	华致酒业
4	裕寿堂	29类	2010-1-7 至 2020-1-6	6090994	华致有限
5	裕寿堂	30类	2010-1-14 至 2020-1-13	5981147	华致酒业
6	裕寿堂	32类	2009-12-7 至 2019-12-6	5981143	华致有限
7	裕寿堂	33类	2009-12-7 至 2019-12-6	5981146	华致酒业
8	雷狄	32类	2009-12-21 至 2019-12-20	6056775	华致有限
9	雷狄	33类	2009-12-21 至 2019-12-20	6056777	华致有限
10	雷帝	32类	2009-12-21 至 2019-12-20	6056778	华致有限
11	Chateau de Lestiac	33类	2009-12-28 至 2019-12-27	6105160	华致有限
12	奥塞	33类	2009-12-28 至 2019-12-27	6090987	华致有限
13	奥塞城堡	33类	2009-12-28 至 2019-12-27	6090988	华致有限
14	奥塞酒庄	33类	2009-12-28 至 2019-12-27	6090983	华致有限
15	奥塞庄园	33类	2009-12-28 至 2019-12-27	6090982	华致有限

序号	商标名/图案	核定使用商品	有效期限	注册证号	注册人
16		33类	2009-12-28 至 2019-12-27	6090993	华致有限
17		33类	2009-12-28 至 2019-12-27	6090986	华致有限
18		33类	2009-12-28 至 2019-12-27	6090985	华致有限
19		33类	2009-12-28 至 2019-12-27	6090981	华致有限
20		33类	2010-1-7 至 2020-1-6	6136602	华致有限
21		33类	2008-4-28 至 2018-4-27	4846655	华致有限
22		30类	2009-12-21 至 2019-12-20	5861946	华致酒业
23		33类	2009-11-7 至 2019-11-6	5861942	华致有限
24		34类	2009-7-7 至 2019-7-6	5861940	华致有限
25		40类	2010-2-7 至 2020-2-6	5861941	华致有限
26		30类	2009-11-14 至 2019-11-13	5861945	华致有限
27		33类	2009-11-7 至 2019-11-6	5861947	华致有限
28		34类	2009-7-7 至 2019-7-6	5861943	华致有限
29		35类	2010-3-28 至 2020-3-27	5861944	华致有限
30		40类	2010-2-7 至 2020-2-6	5861948	华致有限
31		35类	2010-10-28 至 2020-10-27	5916959	华致有限
32		35类	2010-3-28 至 2020-3-27	5382118	华致有限

序号	商标名/图案	核定使用商品	有效期限	注册证号	注册人
33		40类	2009-10-21 至 2019-10-20	5382119	华致有限
34		33类	2008-2-28 至 2018-2-27	4648796	华致有限
35		33类	2010-1-28 至 2020-1-27	6275059	华致有限
36		33类	2009-12-21 至 2019-12-20	6056770	华致有限
37		35类	2010-4-7 至 2020-4-6	6056773	华致有限
38		33类	2010-10-28 至 2020-10-27	7599074	华致有限
39		35类	2009-3-14 至 2019-3-13	4982592	华致有限
40		33类	2008-2-21 至 2018-2-20	4641319	华致有限
41		33类	2010-1-21 至 2020-1-20	6240145	华致有限
42		1类	2010-9-21 至 2020-9-20	7157698	华致有限
43		2类	2010-9-21 至 2020-9-20	7157711	华致有限
44		3类	2010-7-14 至 2020-7-13	7157700	华致有限
45		4类	2010-9-14 至 2020-9-13	7157699	华致有限
46		5类	2010-8-14 至 2020-8-13	7157719	华致有限
47		6类	2010-7-21 至 2020-7-20	7157718	华致有限
48		7类	2010-7-21 至 2020-7-20	7157717	华致有限
49		8类	2010-10-21 至 2020-10-20	7157705	华致有限
50		10类	2010-7-21 至 2020-7-20	7157725	华致有限

序号	商标名/图案	核定使用商品	有效期限	注册证号	注册人
51	华致	11类	2010-10-21 至 2020-10-20	7157707	华致有限
52	华致	12类	2010-7-21 至 2020-7-20	7157708	华致有限
53	华致	13类	2010-10-21 至 2020-10-20	7157709	华致有限
54	华致	14类	2010-8-14 至 2020-8-13	7157710	华致有限
55	华致	15类	2010-7-14 至 2020-7-13	7157706	华致有限
56	华致	16类	2010-7-21 至 2020-7-20	7157723	华致有限
57	华致	18类	2010-10-28 至 2020-10-27	7157726	华致有限
58	华致	21类	2009-3-14 至 2019-3-13	4982593	华致有限
59	华致	22类	2010-10-28 至 2020-10-27	7157734	华致有限
60	华致	23类	2010-10-28 至 2020-10-27	7157735	华致有限
61	华致	24类	2010-10-28 至 2020-10-27	7157733	华致有限
62	华致	25类	2009-3-14 至 2019-3-13	4982591	华致有限
63	华致	26类	2010-10-28 至 2020-10-27	7157732	华致有限
64	华致	27类	2010-10-28 至 2020-10-27	7157736	华致有限
65	华致	28类	2010-10-28 至 2020-10-27	7157731	华致有限
66	华致	29类	2010-9-21 至 2020-9-20	7157730	华致有限
67	华致	30类	2008-9-14 至 2018-9-13	4982594	华致酒业
68	华致	31类	2010-9-21 至 2020-9-20	7157729	华致有限
69	华致	32类	2010-7-14 至 2020-7-13	7157720	华致有限
70	华致	33类	2008-9-14 至 2018-9-13	4982596	华致有限
71	华致	34类	2010-9-21 至 2020-9-20	7157721	华致有限

序号	商标名/图案	核定使用商品	有效期限	注册证号	注册人
72	华致	35类	2009-9-14 至 2019-9-13	5457256	华致有限
73	华致	36类	2010-9-21 至 2020-9-20	7157704	华致有限
74	华致	37类	2010-9-21 至 2020-9-20	7157703	华致有限
75	华致	38类	2010-9-21 至 2020-9-20	7157702	华致有限
76	华致	40类	2009-6-14 至 2019-6-13	4982595	华致有限
77	华致	43类	2010-8-28 至 2020-8-27	7157715	华致有限
78	华致	44类	2010-8-28 至 2020-8-27	7157712	华致有限
79	华致	45类	2010-8-21 至 2020-8-20	7157713	华致有限
80	VATS	35类	2009-3-14 至 2019-3-13	5022869	华致有限
81	华致	9类	2010-11-28 至 2020-11-27	7157722	华致有限
82	华致	17类	2010-12-7 至 2020-12-6	7157727	华致有限
83	华致	19类	2010-12-7 至 2020-12-6	7157724	华致有限
84	华致	20类	2010-11-14 至 2020-11-13	7157728	华致有限
85	华致	39类	2010-11-21 至 2020-11-20	7157701	华致有限
86	华致	41类	2010-11-14 至 2020-11-13	7157716	华致有限
87	华致	42类	2011-3-7 至 2021-3-6	7157714	华致有限
88	华致酒行	5类	2010-12-14 至 2020-12-13	7724842	华致有限
89	华致酒行	35类	2011-1-14 至 2021-1-13	7724841	华致有限
90	Lack Wallace 朗克华莱	33类	2011-1-21 至 2021-1-20	7934174	华致有限
91	琉 金	33类	2011-4-21 至 2021-4-20	8204400	华致有限
92	留 金	33类	2011-4-21 至 2021-4-20	8204399	华致有限

序号	商标名/图案	核定使用商品	有效期限	注册证号	注册人
93		33类	2004-7-4 至 2014-7-13	3461439	华致有限

公司整体变更为股份有限公司时，上述商标全部进入了股份公司，由股份公司对上述商标进行控制和使用，公司正在办理上述商标的权利人更名手续。律师认为，公司完成上述商标权利人更名手续不存在法律障碍。

（2）申请注册中的商标

序号	商标名称/图案	核定使用商品类别	申请日期	申请证号	申请人
1	华致酒行	32类	2010-6-4	8362765	华致有限
2	 华致酒窖 VATS CELLAR	33类	2010-8-19	8589036	华致有限
3		33类	2011-01-30	9104934	发行人

（3）商标许可使用权

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。

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。

5、公司及下属公司拥有的域名情况

序号	证书名称	域名	注册人	注册时间	到期时间
1	CNNIC通用网址注册证书	华致	发行人	2006-06-23	2014-06-23
2	国际中文域名注册证书	华致.net	发行人	2006-06-23	2014-06-22
3	顶级国际域名证书	vatsliquor.net	发行人	2007-05-15	2012-05-15
4	顶级国际域名证书	vataliquor.com	发行人	2007-05-15	2012-05-15
5	CNNIC通用网址注册证书	huazhijiuhang	发行人	2007-05-05	2012-05-15
6	CNNIC通用网址注册证书	vatsliquor	发行人	2007-05-15	2012-05-15
7	CNNIC中国国家顶级域名注册证书	vatsliquor.cn	发行人	2007-05-15	2012-05-15
8	国际中文域名注册证书	华致酒业.com	发行人	2007-07-25	2012-07-25
9	顶级国际域名证书	vatsliquor.mobi	发行人	2007-07-25	2012-07-25
10	CNNIC通用网址注册证书	华致酒业	发行人	2007-12-21	2013-11-28
11	CNNIC通用网址注册证书	华致酒行	发行人	2007-12-21	2013-11-28
12	CINNIC通用网址注册证书	年份酒	发行人	2007-12-21	2013-11-09
13	顶级国际域名证书	huazhijiuhang.net	发行人	2009-01-13	2012-01-13
14	CNNIC中国国家顶级域名注册证书	huazhijiuhang.cn	发行人	2009-01-13	2012-01-13
15	国际中文域名注册证书	华致酒行.com	发行人	2009-01-14	2012-03-19
16	顶级国际域名证书	nianfenjiu.com	发行人	2009-11-06	2014-11-09
17	国际中文域名注册证书	年份酒.net	发行人	2009-11-06	2014-11-09
18	国际中文域名注册证书	年份酒.com	发行人	2009-11-06	2014-11-09
19	顶级国际域名证书	nianfenjiu.net	发行人	2009-11-06	2014-11-09
20	顶级国际域名证书	huazhijiu.com	发行人	2010-10-28	2013-11-28
21	顶级国际域名证书	huazhijiuhang.com	发行人	2010-10-28	2013-11-28

6、公司及下属公司拥有的著作权

截至本招股说明书签署日，公司拥有1项著作权，具体情况如下：

序号	著作权	著作权人	证书名称	登记号	取得时间
1	于2006年5月1日完成，并于2006年9月1日在湖南首次发表的美术作品《店面（华致酒行）》	华致有限	著作权登记证书	2010-F-026807	2010年4月30日

7、许可证情况

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书及业务许可，主要包括：《酒类流通备案登记表》、《食品流通许可证》、《对外贸易经营者备案登记表》等。

六、特许经营权情况

本公司无特许经营权情况。

七、境外经营活动情况

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

股本：1 港币

业务描述及定位：华致葡萄酒与烈酒（香港）有限公司主要从事国外知名葡萄酒及烈酒的进口。

财务情况：截至 2010 年 12 月 31 日，香港华致的总资产为 880.50 万元，净资产为-27.35 万元；2010 年，香港华致的营业收入为 8.87 万元，净利润为-24.89 万元。截至 2011 年 6 月 30 日，香港华致的总资产为 872.08 万元，净资产为-27.68 万元；2011 年 1-6 月，香港华致的营业收入为 0 万元，净利润为-22.68 万元。

八、公司的产品保真措施

公司自成立以来，一直将“产品保真”作为核心经营目标。公司采取源头控制、

制度防范、信息技术监控及消费者监督相结合的保真经营措施，建立了全方位、多层次的保真监管体系，将产品保真工作贯穿于产品采购、仓储、配送、客户开发、酒行门店管理以及消费者监督等各个环节，以做到产品保真的无缝衔接。未来募投项目实施后，公司会在信息技术方面进一步强化产品保真控制，不断完善公司的产品保真体系。目前，公司在各业务环节的保真措施概括如下：

图：公司各业务环节主要的保真措施



公司针对各个业务环节均制定了严格的保真措施，具体如下：

1、采购环节

公司在采购环节对产品品质的控制措施主要体现在：坚持产品的源头采购、选择合格的供应商以及公司与厂商的安全货物交接。保证产品的品质是公司保真供应链的根本，公司非常重视对采购环节的控制，特别是采购源头控制。从选择供应商到验收入库，均制定了非常严格的制度。具体情况如下：

（1）坚持产品的源头采购

一般而言，酒品经销环节越多，出现假酒的概率越高。为从源头上防范假酒，公司自成立以来一直坚持向厂商直接采购。截至本招股说明书出具之日，除由于客观原因导致进口酒无法直接从生产厂商直接采购外（具体原因详见“（2）专业的供应商遴选机制”），公司其余酒品均直接从厂商采购或由厂商直接发货，具体如下：

酒种	酒品	供应商	发货方	发货方性质
白酒	五粮液年份系列酒	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	厂商配套销售公司
	茅台系列酒	贵州茅台酒销售有限公司	贵州茅台酒销售有限公司	厂商配套销售公司
	华致特供专用酒	泸州纳川酒业有限公司	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	厂商配套销售公司
	五粮陈1号、2号和3号系列酒	泸州纳川酒业有限公司	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	厂商配套销售公司
	湘窖系列酒	湖南湘窖酒业有限公司	邵阳开口笑酒业有限责任公司	厂商配套销售公司
	珍酒系列酒	贵州珍酒销售有限公司	贵州珍酒销售有限公司	厂商配套销售公司
	福酒 中国红系列酒	四川金六福酒业有限公司	四川金六福酒业有限公司	厂商
葡萄酒	香格里拉高原系列	香格里拉酒业股份有限公司	迪庆香格里拉经济开发区天籟酒业有限公司	厂商配套销售公司
	包括法国传统酒庄酒在内的进口葡萄酒	境外知名酒商	境外知名酒商	境外酒商
黄酒	古越龙山30年、40年及50年的年份酒	浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司	浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司	厂商
洋酒	Laphroaig纯麦威士忌系列酒	BEAM GLOBAL SPIRITS	BEAM GLOBAL SPIRITS	境外酒商

(2) 专业的供应商遴选机制

公司制定了严格的供应商遴选制度，并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进行遴选。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。

目前公司白酒、黄酒、国产葡萄酒均自酒厂直接向公司仓库发货，拥有较强的产品品质保障。进口酒方面，鉴于进口酒（主要为法国葡萄酒）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。签订采购协议之前，公司的产品引进团队会对酒商进行实地考察，重点评估其采购渠道、产品品质、库存情况、企业信誉等，最终形成供应商评估报告，经由公司全面论证后确定是否与其合作。目前与公司合作的境外酒商的库存量一

一般在 300 万瓶-700 万瓶之间，综合实力居行业前列。

（3）公司与供应商的安全货物交接

除进口酒外，公司采购的产品均由生产厂商直接负责运送至公司仓库或指定交货地点，运输过程严格监控。以五粮液年份酒、茅台系列酒为例，五粮液年份酒生产完成后，由五粮液公司下属物流公司直接运送至公司宜宾仓库，运输过程中所有运输车辆均装有 GPS 监控，运输车辆每次开关车厢均有摄像记录；茅台系列酒由专业押运公司直接运送至北京，全程实时监控，公司指定专人持公司介绍信负责接收，贵州茅台核实收货人信息无误后才予交货。

对于进口葡萄酒，由于境外酒商通常不负责运输，公司将进口葡萄酒的运输外包给海蓝德国际货运代理（上海）有限公司（英文名称：JF Hillebrand China Co. Ltd，以下简称“海蓝德物流”）。海蓝德物流为一家专业从事酒类运输的公司，至今已拥有 160 多年的历史，具有良好口碑和信誉，其专业水准为业界所公认。

2、仓储、配送环节

公司通过严格筛选物流供应商来保障仓储、配送环节的安全可靠性。对所有客户实施统一配送，并运用三重防伪溯源技术手段实现每件产品自入库到进入店面销售全程可控。

（1）严格筛选物流供应商

公司针对物流供应商的酒水承运经验、业内口碑、运力情况、仓库资源、网络布局、在国内二、三线城市的渗透能力、平均运输价格情况制定了评价筛选第三方物流供应商的详细标准。每年公司还将考核评价合作物流供应商的承运情况，与同类其他物流供应商进行全面对比评价，决定是否继续合作。如果物流环节发生假酒，公司将对整批次酒进行检验，同时追究物流供应商的责任，具体措施包括单方面取消合作、索赔等。

目前公司选择九裕物流为国内酒物流供应商。九裕物流拥有丰富的国内酒水承运经验，管理到位、信誉可靠。公司选择的进口酒国内承运商为中外运敦豪国际航空快递有限公司（DHL），进口酒境外承运商为海蓝德物流。

（2）统一配送

公司直营店、合作店、直供终端客户及终端供应商均通过公司营销管理平台（MMP 系统）发送采购订单，在收到客户发送的订单后，公司实施统一配送，送货上门。鉴于合作店体系为公司销售体系中的核心组成部分，公司对合作店的货源管理更为严格，根据《合作经营合同》，合作店仅能向公司采购，其采购渠道是唯一的。

通过统一配送，有效保证了公司销售终端（包括直营店、合作店、直供终端客户及终端供应商）采购产品的保真性。

（3）三重防伪技术手段实现产品在运输及销售的全程可追溯，便于公司检查货物流向及验伪。

1）物流码信息系统。公司的主要产品（目前包括五粮液年份酒、茅台酒、华致特供酒、五粮陈系列酒、湘窖、珍酒）在出厂前，对每瓶（箱）产品均加贴单独的物流码，并与信息系统数据库中的物流码信息一一对应。产品出入库时，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。公司主要产品均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，公司每箱产品均贴有无法重复使用的防伪箱标，能及时发现运输、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）公司计划利用本次募集资金投资信息系统，通过先进技术应用加强“保真”是信息系统建设的核心目标之一。通过利用 RFID（无线射频识别）技术，消费者借助终端工具可轻松完成对产品真伪、流向等信息的即时查询。

3、客户运营管理环节

(1) 酒行门店的开发和运营管理

酒行门店是公司品牌形象的对外展示窗口，系公司保真体系的核心组成部分。公司通过多年的经营尝试，积累了丰富的门店产品保真经验。公司采取预防和监管相结合，重点在合作经营方的选择、利益保障、运营监管、惩罚机制以及思想教育等方面对酒行门店进行保真管理，具体如下：

1) 通过诚信考察和试销制度从源头上预防合作经营方售卖假酒

在合作经营方开发环节，公司规定意向合作经营方需要经过至少 3 个月的诚信考察以及通过 4-12 个月的试销考核。公司高度关注考察及试销过程中意向合作经营方的信誉、社会评价等诚信记录情况。公司多年的开发实践证明，经过上述考察选择的合作经营方非常重视其个人名誉，珍惜与公司合作的机会，较少出现违规经营的情况。

2) 合作模式保证了合作经营方保真销售的积极性

公司的合作店模式使公司与合作经营方之间建立了有效的利益约束机制。公司不仅为合作经营方提供了具有较高利润空间的产品，而且在门店装修、运营管理、人员培训等方面给予合作经营方大力支持，充分保障其经营业绩及发展空间。通过建立有效的经济利益约束机制，有效降低合作经营方受短期利益驱使售卖假酒的潜在风险。

3) 公司通过四层运营管理体系实现对酒行门店的全面监控

公司对合作店的运营管理体系由运营经理、省区经理、公司内部督查组及“神秘客户”组成。具体如下：

监察体系	检查范围	检查频率	检查的主要内容
运营经理巡查	每个运营经理专职负责 4-5 家门店	定期巡查每月 1-2 次，日常巡查不定期进行	产品陈列、库存、价格体系、服务等。检查方式包括调阅销售记录、出入库记录、发票，检查库存产品等
省区经理抽检	本省区的门店	不定期	重点检查产品保真以及价格体系
公司内部督查组检查	全国门店	不定期	酒行产品流向、酒行当地的流通市场、酒行运营情况

“神秘顾客”暗访	全国门店	不定期	公司专门聘请第三方专业公司，以顾客身份造访酒行，重点检查酒行的规范经营情况
----------	------	-----	---------------------------------------

上述不同的运营管理方式各有侧重，运营经理的检查相对细致全面；省区经理的检查偏重于产品保真及价格体系；公司内部督察组通过检查产品流向及当地流通市场来检查当地酒行销售的规范性；“神秘客户”暗访较具隐蔽性。四层运营管理手段构成了全面的连锁门店监控体系。

4) “零容忍”的售卖假酒处罚制度。公司制度规定：对于储存、售卖假酒的合作经营方，一经发现立即停止合作，并根据《合作经营合同》没收全部保证金；如发现酒行存在售卖假酒的情形，将给予酒行所在辖区的运营经理、省区经理及区域总监相应处罚。

5) 通过实施店长认证制度，严格控制合作店的人员素质，同时通过对店员进行持续的保真企业文化培训，提升店员的合规意识。

合作店的店长由合作经营方聘任，但需通过公司的面试、考核，获得公司认证证书后才能正式上岗。在酒行运营中，公司非常注重对店长、店员的培训，在进行业务素质培训的同时，公司积极宣传公司的保真经营理念，提升店员的合规意识。目前，公司已经形成一套成熟的培训体系，培训讲师由公司管理层、具有多年酒行运营经验的员工、资深的团购客户经理以及外聘专家、讲师等担任，店长及店员每季度参加一次省区组织的培训，同时每年公司还定期举办全国酒行店长培训。

(2) 直供终端客户及终端供应商的运营管理

公司设立运营管理二部，对直供终端客户及终端供应商进行运营管理。

在客户选择环节，公司全面考察其综合实力、经营的规范性和管理的有效性。公司的直供终端客户及终端供应商通常具备较强的资金实力，经营规模较大，在当地市场具备良好的声誉，进货渠道规范，而且具备较强的品牌影响力。

在运营管理方面，公司对终端供应商的客户实施终端认证和备案管理，要求终端供应商仅向经认证和报备的客户销售，且需要定期报备销售情况。公司的运营经理、省区经理及公司内部督察组通过定期和不定期的检查，通过对其销售流

向进行全面了解、严格的违规处罚以及消费者监督，最大程度保证终端销售的规范性。

5、消费者监督环节

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包括：（1）公司的主要产品均设置了防伪查询系统，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）酒行售出的每瓶产品均须加贴不可重复使用的防伪标签，且防伪标签上印有售出酒行的名称，方便消费者在发现假酒时维护自身权益；（3）公司派专人参与五粮液等公司的打假队伍，借助厂商力量共同合作维护市场秩序；（4）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；（5）公司亦十分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的经营行为，并对在公司流通渠道中发现假酒的消费者给予奖励。

第七节 同业竞争和关联交易

一、同业竞争

（一）公司和控股股东及实际控制人控制的其他企业不存在同业竞争

本公司的主营业务为酒类连锁销售。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融睿高新，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。（以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）。融睿高新除持有本公司 67.08%的股份外，未开展其他业务，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，除融睿高新外，吴向东先生控制的其他公司情况如下：

序号	单位名称	注册资本 (万元)	控股股东	出资比例	经营范围	主营业务定 位及描述
1	华泽集团有限公司	10,000	吴向东	90%	项目投资；化工产品（不含危险品）、金属材料、矿产品的购销。（以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）。	投资管理
2	迪庆香格里拉经济 开发区华泽管理有 限公司	6,000	湖南省金六福酒 业有限公司	100%	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。（以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）。	投资管理
3	云南金六福投资有 限公司	10,000	华泽集团有限公 司	80%	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。（以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）。	投资管理
4	金六福投资有限公 司（BVI）	1 美元（股 本）	云南金六福投资 有限公司	100%	投资管理。	投资管理
5	金六福投资有限公 司（00472.HK）	港币 1,669 万元（股 本）	金六福投资有限 公司（BVI）	50.30%	投资管理。	投资管理
6	迪庆金六福商务咨 询有限公司	港币 100 万 元	香格里拉投资有 限公司	100%	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。（以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）。	投资、咨询
7	香格里拉投资有限 公司	港币 1 元 （股本）	金六福华夏酒业 （BVI）控股有限 公司	100%	投资管理。	投资管理
8	云南华鹏投资有限 公司	58,000	华泽集团有限公 司	86.26%	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。（以上	投资管理

序号	单位名称	注册资本 (万元)	控股股东	出资比例	经营范围	主营业务定 位及描述
					经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）。	
9	云南迪庆香格里拉玉泉投资有限公司	1,000	香格里拉酒业股份有限公司	70%	企业投资、管理、技术咨询、服务等。（以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）。	投资管理
10	中国酒业控股有限公司（香港）	港币 5 万元（股本）	华泽集团有限公司(BVI)	100%	投资控股。	投资控股
11	醴陵华鹏投资有限公司	500	华泽集团有限公司	100%	国家法律、行政法规、政策允许的实业投资及投资管理；投资咨询服务及商业信息咨询（不含金融、证券、期货信息咨询）；市场营销策划；会展会务服务。	投资管理
12	醴陵华鹏投资管理中心（有限合伙）	150	醴陵华鹏投资有限公司、华泽集团有限公司、云南华鹏投资有限公司	100%	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
13	华泽集团有限公司(BVI)	1 美元（股本）	吴向东	100%	投资控股。	投资控股
14	华泽房地产控股有限公司（香港）	港币 1 元（股本）	华泽集团有限公司(BVI)	100%	投资控股。	投资控股
15	金六福华夏酒业(BVI)控股有限公司	1 美元（股本）	金六福投资有限公司(00472.HK)	100%	投资控股。	投资控股
16	湖南湘窖酒业有限公司（以下简称“湘窖酒业”）	10,000	湖南省金六福酒业有限公司	100%	制造销售：白酒、饮料、配制酒（以上经营范围涉及许可项目的，取得许可证后生产经营）。	酒类生产

序号	单位名称	注册资本 (万元)	控股股东	出资比例	经营范围	主营业务定 位及描述
17	安徽临水酒业有限公司	1,000	湖南省金六福酒业有限公司	80%	白酒生产、销售。	酒类生产
18	滕州今缘春酒业有限公司	500	湖南省金六福酒业有限公司	80%	前置许可经营项目：生产经营；白酒（卫生许可证有效期至2012年12月16日）；一般经营项目：农副产品收购（不含国家专控种类）。（以上项目法律法规禁止的不得经营，涉及前置许可的凭法定有效的许可证经营）。	酒类生产
19	四川金六福酒业有限公司	1,500	湖南省金六福酒业有限公司	80%	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
20	广东德庆无比养生酒业有限公司	1,000	湖南省金六福酒业有限公司	80%	酒类生产、销售；配制酒、蒸馏酒、保健食品（酒剂）。	酒类生产
21	吉林省榆树钱酒业有限公司	3,610	湖南省金六福酒业有限公司	100%	白酒生产、销售。	酒类生产
22	湖南雁峰酒业有限公司	1,000	湖南省金六福酒业有限公司	80%	白酒的生产及销售。	酒类生产
23	陕西省太白酒业有限公司	4,982.51	湖南省金六福酒业有限公司	51%	白酒、果露酒酿造、纯净水制造、销售（经营有效期至2013年3月17日）；宾馆；商品贸易（以上经营范围凡涉及国家有专项专营规定的从其规定）。	酒类生产
24	桂林湘山酒业有限公司	2,000	云南金六福投资有限公司	86%	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（凡涉及许可证的项目凭许可证在有效期内经营）。	酒类生产
25	贵州珍酒酿酒有限公司	2,000	云南金六福投资	100%	白酒生产、销售；农产品收购。	酒类生产

序号	单位名称	注册资本 (万元)	控股股东	出资比例	经营范围	主营业务定 位及描述
	公司		有限公司			
26	江西李渡酒业有限公司	港币 1,500 万元	金六福投资有限 公司 (BVI)	100%	蒸馏酒、配制酒的生产、销售 (许可证有效期至 2013 年 12 月 26 日)。	酒类生产
27	香格里拉酒业股份有限公司	5,656	金六福投资有限 公司 (00472.HK)	95%	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。(以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动)。	酒类生产
28	香格里拉 (秦皇岛) 葡萄酒有限公司	4,000	香格里拉酒业股 份有限公司	75%	干红、干白葡萄酒的生产、销售。(食品卫生许可证有效期至 2011 年 12 月 24 日)。	酒类生产
29	黑龙江玉泉酒业有 限责任公司	406	云南迪庆香格里 拉玉泉投资有限 公司	100%	蒸馏酒、配制酒的加工、销售。	酒类生产
30	湖南省金六福酒业 有限公司 (以下简称 “湖南金六福”)	10,000	华泽集团有限公 司	80%	经销酒、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 (不含硅酮胶)、服装、机械设备、电子产品、政策允许的金属材料、农副产品。	配套酒厂的 销售公司
31	北京金六福酒有限 公司	10,000	湖南省金六福酒 业有限公司	100%	许可经营项目：销售酒、包装食品、医疗器械。一般经营项目：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；自营和代理各类商品及技术的进出口业务，但国家限定公司经营或者禁止进出口的商品及技术除外。	配套酒厂的 销售公司
32	云南金六福贸易有	14,000	华泽集团有限公	80%	酒类、副食品、农副产品、各类包装物、日用百货、五金建材、	配套酒厂的

序号	单位名称	注册资本 (万元)	控股股东	出资比例	经营范围	主营业务定 位及描述
	限公司		司		家用电器、机械电子产品照相器材、服装的销售（以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）。	销售公司
33	云南金六福酒业有限公司	5,000	湖南省金六福酒业有限公司	100%	酒类、副食品、日用百货、日用杂品、五金交电、家用电器、照相器材、化工产品、金属材料、建筑材料、装饰材料、服装、机械电子、土畜产品的批发及零售。（以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）。	配套酒厂的销售公司
34	云南香格里拉金六福酒业销售有限公司	7,000	湖南省金六福酒业有限公司	100%	酒类、副食品、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、机械电子、土特产品的批发、零售。（以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）。	配套酒厂的销售公司
35	云南华悦酒业有限公司	5,000	湖南省金六福酒业有限公司	100%	酒类、副食品、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。（以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）。	配套酒厂的销售公司
36	邵阳开口笑酒业有限责任公司	52	湖南省金六福酒业有限公司	100%	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
37	四川陈又陈酒业有限公司	200	四川金六福酒业有限公司	100%	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
38	眉县太白酒业供销有限公司	500	陕西省太白酒业有限公司	100%	太白酒系列产品、纯净水销售（经营有效期至2013年3月17日）；大麦、高粱、杂豆酿造原辅材料及包装物的购进（以上经营范围凡涉及国家有专项专营规定的从其规定）。	配套酒厂的销售公司

序号	单位名称	注册资本 (万元)	控股股东	出资比例	经营范围	主营业务定 位及描述
39	贵州珍酒销售有限公司	200	云南金六福投资有限公司	100%	酒类销售（有效期截止 2012 年 9 月 28 日）。	配套酒厂的销售公司
40	迪庆香格里拉经济开发区藏秘酒业销售有限公司	200	香格里拉酒业股份有限公司	100%	酒类产品批发、零售（以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）。	配套酒厂的销售公司
41	迪庆香格里拉经济开发区天禄酒业有限公司	820	香格里拉酒业股份有限公司	100%	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。（以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）。	配套酒厂的销售公司
42	哈尔滨市鑫龙酒业有限公司	50	黑龙江玉泉酒业有限公司	100%	食品销售（玉泉系列酒销售）。	配套酒厂的销售公司
43	哈尔滨市龙神酒业有限公司	50	黑龙江玉泉酒业有限公司	100%	预包装食品销售（食品卫生许可证有效期至 2012 年 4 月 24 日）。	配套酒厂的销售公司
44	云南金六福联采商贸有限公司	900	云南金六福投资有限公司	90%	酒类、副食品、各类包装、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）、金属材料及建筑材料、装饰材料、服装、机械电子、农副产品销售。（以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）。	经销包装材料等
45	秦皇岛香格里拉葡萄酒种植有限公司	200	香格里拉（秦皇岛）葡萄酒有限公司	100%	葡萄种植、销售。	葡萄种植、销售
46	烟台香格里拉玛桑酒庄有限公司	5,000	迪庆金六福商务咨询有限公司	100%	加工基地，加工销售：果汁、葡萄酒（仅供筹建，筹建期间不得从事生产经营活动，筹建有效期至 2011 年 7 月 30 日）一般经营项目：开发以葡萄为主的水果种植。	葡萄种植、销售
47	香格里拉（德钦）葡萄酒	1,000	香格里拉酒业股份有限公司	100%	葡萄种植、研发及葡萄酒销售；企业生产所需的原辅材料、设	葡萄种植、

序号	单位名称	注册资本 (万元)	控股股东	出资比例	经营范围	主营业务定 位及描述
	萄酒有限公司		份有限公司		备、零配件及相关技术的进出口业务（以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）	销售
48	云南恒生矿业有限公司（以下简称“恒生矿业”）	37,000	华泽集团有限公司	97.30%	项目投资；矿产品、矿山设备的经营（以上经营范围中涉及国家法律、行政法规规定的专项审批，按审批的项目和时限开展经营活动）。	矿产开发
49	湖南醴陵釉下五彩城开发建设有限公司	3,000	华泽集团有限公司	60%	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。（以上项目中需审批的凭批准文件经营）。	工业园的开发建设
50	湘潭华鹏包装有限公司	100	云南华鹏投资有限公司	100%	纸制品及塑料制品包装的生产及销售。	生产包装物
51	北京东方厚地房地产开发有限公司	1,000	云南华鹏投资有限公司	100%	许可经营项目：无，一般经营项目：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
52	湖南开口笑酒业有限公司	港币 1,000 万元	中国酒业控股有限公司	100%	预包装食品批发（食品流通许可证有效期至 2014 年 7 月 24 日）；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。	暂无业务
53	湖南东方瓷典文化艺术有限公司	3,000	华泽集团有限公司	85%	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。	暂无业务

截至本招股说明书签署日，除本公司、本公司的控股子公司以及融睿高新外，吴向东先生控制的其他 53 家公司中，华泽公司等 15 家公司为投资控股型公司，主要业务为股权管理，无经营性业务；恒生矿业等 10 家公司从事包装物、矿业、房地产、种植葡萄等业务，并未涉及酒的生产与销售；湘窖酒业等 14 家公司为从事酒类生产的企业；湖南金六福等 14 家公司为分别配套酒厂的酒类销售公司。

上述公司与本公司在业态、销售方式以及产品方面均不相同，不存在同业竞争情形。具体分析如下：

（1）华泽公司等 15 家投资控股型公司

对于吴向东先生控制的华泽公司等 15 家投资控股型公司，其主营业务为股权管理，无经营性业务，不存在同业竞争。

（2）恒生矿业等 10 家从事非酒产业的公司

对于吴向东先生控制的恒生矿业等 10 家公司分别从事矿业、房地产、包装、葡萄种植等产业，与本公司业务完全不同，不存在同业竞争。

（3）湘窖酒业等 14 家从事酒类生产的企业及与其配套的 14 家销售公司

吴向东先生控制的 14 家酒类生产企业及 14 家酒类销售公司（以下合称“关联酒企”）与本公司不存在同业竞争。具体分析如下：

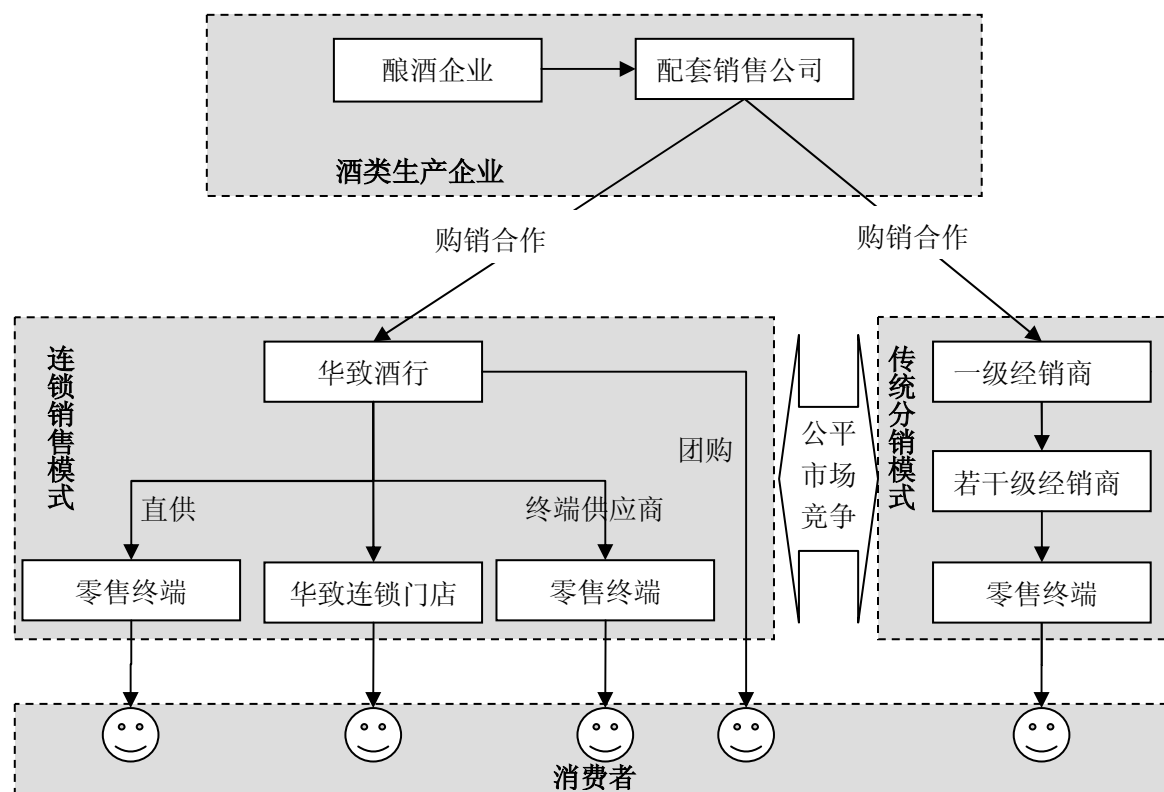
1）本公司与关联酒企处于产业链的不同环节，相互之间为购销合作关系

吴向东先生控制的下属的酒类企业中，湘窖酒业等 14 家公司为酿酒企业，邵阳开口笑等 14 家公司是为酿酒企业设立的配套销售公司，酿酒企业设立配套销售公司是中国酿酒行业一种惯常的安排，配套销售公司的实际功能为酿酒企业销售部，是酿酒企业的一部分，因此，关联酒企处于酒类生产环节。而本公司作为一家酒类连锁销售企业，处于酒类流通环节。本公司作为关联酒企的客户之一，与关联酒企之间为购销合作关系。

2）本公司与关联酒企面对的客户类型不同，不构成竞争关系

本公司采取连锁销售模式，通过华致品牌连锁门店、团购、终端供应商或直

供方式面向零售终端和终端消费者销售自不同供应商采购的多种酒类产品，而关联酒企主要面向包括本公司在内的一级经销商销售自产酒类产品。因此，本公司与关联酒企面对的客户类型不同，不构成竞争关系。



此外，本公司向关联酒企采购产品均采取独家经销模式，即目前本公司自关联酒企采购的产品，关联酒企不通过其他经销商进行销售，不存在面对相同客户销售相同产品的可能性。

3) 本公司具有独立完整的业务经营体系，与关联酒企业务关联程度不大

2008 年至 2011 年 1-6 月，关联酒企向本公司销售产品占其总销售额的比例分别仅为 0.72%、1.43%、4.41%和 5.95%。

关联酒企报告期内的销售收入情况如下：

单位：万元

序号	单位	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
1	金六福酒业	76,022	126,889	108,281	104,860
2	湖南湘窖酒业有限公司	26,432	45,733	40,224	35,968
3	黑龙江玉泉酒业有限责任公司	3,449	10,888	8,279	7,313

序号	单位	2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
4	安徽临水酒业有限公司	3,856	5,235	3,576	2,477
5	桂林湘山酒业有限公司	2,398	4,719	5,817	6,541
6	陕西太白酒业有限责任公司	7,962	15,323	15,068	-
7	贵州珍酒酿酒有限公司	3,325	2,675	12	-
8	香格里拉酒业股份有限公司	5,832	14,366	12,584	10,755
9	香格里拉（秦皇岛）葡萄酒有限公司	2,184	4,206	3,304	2,943
10	吉林省榆树钱酒业有限公司	1,574	2,728	1,323	-
11	江西李渡酒业有限公司	1,239	2,034	1,699	760
12	广东德庆无比养生酒业有限公司	594	1,060	952	853
13	滕州今缘春酒业有限公司	578	953	846	813
14	湖南雁峰酒业有限公司	567	1,062	917	814
	合计	136,011	237,870	202,883	174,097

注：1、由于14家酿酒企业主要通过配套的酒类销售公司销售产品，本公司亦主要通过配套酒类销售公司采购14家酿酒企业生产的产品，因此上述14家酿酒企业的销售收入及向本公司销售占比均按照关联酒企对外销售的口径计算；2、金六福酒业的销售收入包括四川金六福酒业有限公司、云南金六福贸易有限公司等对外销售的金六福系列产品实现的收入；3、陕西太白酒业有限责任公司、贵州珍酒酿酒有限公司和吉林省榆树钱酒业有限公司2009年由华泽公司控制，因此上述3家企业2008年的收入未在上表中反映，本公司2008年亦未自上述3家企业采购产品。

报告期关联酒企向发行人销售金额占其销售收入比例情况如下：

序号	单位	2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
1	金六福酒业	0.41%	0.37%	0.33%	1.13%
2	湖南湘窖酒业有限公司	15.47%	10.86%	3.94%	0.17%
3	黑龙江玉泉酒业有限责任公司	-	0.24%	0.57%	-
4	安徽临水酒业有限公司	-	-	-	-
5	桂林湘山酒业有限公司	-	-	-	-
6	陕西太白酒业有限责任公司	-	-	-	-
7	贵州珍酒酿酒有限公司	83.93%	90.94%	-	-
8	香格里拉酒业股份有限公司	15.41%	17.96%	6.19%	-
9	香格里拉（秦皇岛）葡萄酒有限公司	-	-	-	-
10	吉林省榆树钱酒业有限公司	-	-	-	-
11	江西李渡酒业有限公司	-	1.28%	1.59%	-
12	广东德庆无比养生酒业有限公司	-	-	-	-

序号	单位	2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
13	滕州今缘春酒业有限公司	-	-	-	-
14	湖南雁峰酒业有限公司	-	-0.95%	12.53%	-
占关联酒企合计销售收入的比例		5.95%	4.41%	1.43%	0.72%

注：2010年，本公司决定仅销售由本公司独家经销的关联酒企产品，因此，就之前向衡阳雁峰华运商贸有限公司采购的尚未实现对外销售的产品办理退货。

综上分析，发行人与关联酒企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，发行人与实际控制人控制的其他企业不存在同业竞争。

保荐机构认为，发行人具有独立完整的业务经营体系，与吴向东先生及其控制的关联酒企处于产业链的不同环节，相互之间为购销合作关系，发行人与关联酒企以及实际控制人控制的其他企业不构成同业竞争。

律师认为，鉴于发行人与关联酒企在业态、销售模式等方面的差异，实际控制人控制的其他企业与发行人不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的措施

为避免未来可能出现的同业竞争，2011年2月25日，本公司实际控制人吴向东先生、本公司控股股东融睿高新与本公司签署《避免同业竞争协议》，协议的主要内容如下：

1、吴向东先生、融睿高新之承诺及保证事项

吴向东先生、融睿高新向本公司作出以下不可撤销的承诺及保证：

（1）吴向东先生、融睿高新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、融睿高新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、融睿高新承诺，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、融睿高新之控股企业不会，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、融睿高新或其控股企业、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、融睿高新或吴向东先生、融睿高新之控股企业、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、融睿高新承诺，在协议有效期内，如果吴向东先生、融睿高新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、融睿高新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、融睿高新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、融睿高新承诺，在本协议有效期内，尽最大努力促使其除控股企业外的其它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融睿高新，吴向东先生、融睿高新或吴向东先生、融睿高新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、融睿高新或吴向东先生、融睿高新控股企业经营该等新业务不应损害本公司的利益。

(3) 未来吴向东先生、融睿高新根据前述第(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、融睿高新承诺，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、融睿高新或吴向东先生、融睿高新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、融睿高新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、融睿高新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、融睿高新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双方协商决定。

3、优先受让权

(1) 吴向东先生、融睿高新承诺，在协议有效期内，如果吴向东先生、融睿高新拟向第三方转让、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、融睿高新依照“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、融睿高新或吴向东先生、融睿高新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、融睿高

新拟向第三方转让、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、融睿高新或吴向东先生、融睿高新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、融睿高新或吴向东先生、融睿高新控股企业作出书面答复。吴向东先生、融睿高新或吴向东先生、融睿高新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、融睿高新或吴向东先生、融睿高新控股企业，则吴向东先生、融睿高新或吴向东先生、融睿高新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、融睿高新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、融睿高新或吴向东先生、融睿高新控股企业不接受本公司提出的出让条件，吴向东先生、融睿高新或吴向东先生、融睿高新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、融睿高新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、赔偿责任

若吴向东先生、融睿高新违反《避免同业竞争协议》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、协议有效期

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上市。发生以下情形（以较早为准）时，协议在融睿高新与本公司之间终止：(1)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上市。

二、关联交易

（一）发行人的关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则》的规定，报告期内本公司的关联方情况如下：

1、存在控制关系的关联方

（1）控股股东及实际控制人

融睿高新为本公司的控股股东，吴向东先生为本公司实际控制人。吴向东先生通过融睿高新和华泽公司持有本公司的股份，具体情况如下：

关联方名称	对本公司的持股比例	对本公司的表决权比例
融睿高新	67.08%	67.08%
华泽公司	2.76%	2.76%
合计	69.84%	69.84%

融睿高新和吴向东的情况介绍请见本招股说明书第二节“二、发行人控股股东、实际控制人简介”。

（2）公司控股子公司

公司的控股子公司为公司关联方，公司控股子公司的详细情况请见本招股说明书第五节“六、发行人控股子公司、参股公司的简要情况”。

2、不存在控制关系的关联方

（1）持有本公司 5%以上股份的其他股东

除融睿高新外，持有本公司 5%以上股份的其他股东的具体持股情况如下：

关联方名称	股权关系
李大海	9.78%
CV Wine Investment Limited	8.71%
KKR Liquor Investment Holdings S.à r.l.	7.50%

李大海、CV Wine、KKR 基本情况请见本招股说明书第五节“七、发起人、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”。

(2) 受实际控制人控制的其他企业

吴向东控制的除融睿高新和发行人下属公司外的其他公司如下表所示，该等企业也构成本公司的关联方。

序号	关联方名称	与本公司关系
1	华泽集团有限公司	受同一控制人控制
2	湖南省金六福酒业有限公司	受同一控制人控制
3	北京金六福酒有限公司	受同一控制人控制
4	云南金六福酒业有限公司	受同一控制人控制
5	云南香格里拉金六福酒业销售有限公司	受同一控制人控制
6	云南华悦酒业有限公司	受同一控制人控制
7	迪庆香格里拉经济开发区华泽管理有限公司	受同一控制人控制
8	云南金六福投资有限公司	受同一控制人控制
9	云南金六福联采商贸有限公司	受同一控制人控制
10	贵州珍酒酿酒有限公司	受同一控制人控制
11	贵州珍酒销售有限公司	受同一控制人控制
12	湖南湘窖酒业有限公司	受同一控制人控制
13	邵阳开口笑酒业有限责任公司	受同一控制人控制
14	安徽临水酒业有限公司	受同一控制人控制
15	江西李渡酒业有限公司	受同一控制人控制
16	滕州今缘春酒业有限公司	受同一控制人控制
17	四川金六福酒业有限公司	受同一控制人控制
18	四川陈又陈酒业有限公司	受同一控制人控制
19	桂林湘山酒业有限公司	受同一控制人控制
20	广东德庆无比养生酒业有限公司	受同一控制人控制
21	吉林省榆树钱酒业有限公司	受同一控制人控制
22	湖南雁峰酒业有限公司	受同一控制人控制
23	陕西省太白酒业有限公司	受同一控制人控制
24	眉县太白酒业供销有限公司	受同一控制人控制
25	金六福投资有限公司（BVI）	受同一控制人控制
26	金六福投资有限公司（00472.HK）	受同一控制人控制
27	香格里拉酒业股份有限公司	受同一控制人控制
28	香格里拉（秦皇岛）葡萄酒有限公司	受同一控制人控制
29	秦皇岛香格里拉葡萄种植有限公司	受同一控制人控制
30	迪庆金六福商务咨询有限公司	受同一控制人控制
31	烟台香格里拉玛桑酒庄有限公司	受同一控制人控制
32	迪庆香格里拉经济开发区藏秘酒业销售有限公司	受同一控制人控制
33	迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司	受同一控制人控制
34	云南迪庆香格里拉玉泉投资有限公司	受同一控制人控制
35	黑龙江玉泉酒业有限责任公司	受同一控制人控制
36	哈尔滨市鑫龙酒业有限公司	受同一控制人控制
37	哈尔滨市龙神酒业有限公司	受同一控制人控制

序号	关联方名称	与本公司关系
38	云南恒生矿业有限公司	受同一控制人控制
39	湖南醴陵釉下五彩城开发建设有限公司	受同一控制人控制
40	北京东方厚地房地产开发有限公司	受同一控制人控制
41	云南华鹏投资有限公司	受同一控制人控制
42	云南金六福贸易有限公司	受同一控制人控制
43	湘潭华鹏包装有限公司	受同一控制人控制
44	中国酒业控股有限公司（香港）	受同一控制人控制
45	华泽集团有限公司(BVI)	受同一控制人控制
46	华泽房地产控股有限公司（香港）	受同一控制人控制
47	香格里拉投资有限公司（香港）	受同一控制人控制
48	金六福华夏酒业（BVI）控股有限公司	受同一控制人控制
49	湖南开口笑酒业有限公司	受同一控制人控制
50	醴陵华鹏投资有限公司	受同一控制人控制
51	醴陵华鹏投资管理中心（有限合伙）	受同一控制人控制
52	香格里拉（德钦）葡萄酒有限公司	受同一控制人控制
53	湖南东方瓷典文化艺术有限公司	受同一控制人控制

（3）董事、监事、高级管理人员直接或者间接控制的、或者由本公司董事、监事、高级管理人员担任董事、高级管理人员的除本公司及其控股子公司以外的法人

序号	关联方名称	与本公司关系
1	北京奥瑞安能源技术开发有限公司	董事张迎昊担任董事的法人
2	握奇科技有限公司（watchdata technologies ltd）	董事张迎昊担任董事的法人
3	鑫谷光电股份有限公司	董事李大海担任董事的法人
4	上海博泓低碳节能科技股份有限公司	董事李大海担任董事的法人
5	北京海伦金太科技发展有限公司	董事李大海担任董事长的法人
6	邯郸豪峰投资有限公司	董事李大海担任董事长的法人
7	紫光华宇软件股份有限公司	独立董事施天涛担任独立董事的法人
8	北京汉邦高科数字技术股份有限公司	独立董事施天涛担任独立董事的法人
9	九芝堂股份有限公司	独立董事余应敏担任独立董事的法人
10	广州达意隆包装机械股份有限公司	独立董事余应敏担任独立董事的法人
11	浙江乐叶光伏科技股份有限公司	独立董事余应敏担任独立董事的法人
12	广州宜通世纪科技股份有限公司	独立董事余应敏担任独立董事的法人
13	徐工集团工程机械股份有限公司	独立董事王一江担任外部董事的法人
14	北京国电清新环保技术股份有限公司	独立董事王一江担任独立董事的法人
15	中德证券有限责任公司	独立董事吕本富担任独立董事的法人
16	四川美丰化工股份有限公司	监事张杰担任董事的法人

序号	关联方名称	与本公司关系
17	陕西秦川机床工具集团有限公司	监事张杰担任董事的法人
18	陕西西凤酒集团股份有限公司	监事张杰担任董事的法人
19	湖南省株洲市醴陵市酒行（醴陵市宇恒酒业经营部）	报告期内公司董事、副总经理彭宇清实际控制的酒行（根据醴陵市工商行政管理局2011年2月25日查询的《企业注册登记资料》，醴陵市宇恒酒业经营部已于2010年12月16日注销。）
20	衡阳雁峰华运商贸有限公司	公司副总经理黄飞实际控制的公司（2010年5月24日黄飞的股权已转让给与公司无关联的第三方自然人）

（4）其他关联法人

除以上关联法人外，报告期内与公司发生交易的其他关联法人如下：

序号	关联方名称	与本公司关系
1	长沙海达酒类食品批发有限公司	报告期内公司董事谭志强、监事朱琳和唐玲担任董事的法人（2010年12月20日起上述三人均未再担任职务）
2	新华联控股有限公司	实际控制人有重大影响的、报告期内持有本公司股份超过5%的法人
3	重庆昊晟玻璃股份有限公司	实际控制人有重大影响的法人

注：截至2010年3月1日，新华联控股有限公司持有发行人10.2%的股份，为报告期内持有发行人5%以上股份的关联方。

重庆昊晟玻璃股份有限公司主要从事玻璃制品的生产与销售，报告期内公司向其采购包装物。本公司实际控制人吴向东通过华泽公司和云南华鹏投资有限公司间接持有其20%的股份。

报告期内未与本公司发生交易的其他关联法人如下：

序号	关联方名称	与本公司关系
1	马来西亚新华联集团有限公司（MACRO-LINK SDN.BHD）	实际控制人参股的公司
2	醴陵市桃醴瓷业有限公司	吴向东哥哥控制的公司
3	桃江县桃醴贸易有限公司	吴向东哥哥控制的公司
4	湖南新华联特种材料有限公司	吴向东哥哥控制的公司
5	北京合力同创投资有限公司	吴向东姐姐参股的公司

(5) 本公司其他关联自然人

本公司其他关联自然人包括本公司董事、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员，参见本招股说明书“第八节 董事、监事及高级管理人员”的相关内容。

(二) 关联交易

1、经常性关联交易

(1) 关联采购

1) 基本情况

关联方	2011 年 1-6 月份		2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	金额 (万元)	占同类 业务比 例	金额 (万元)	占同类 业务比 例	金额 (万元)	占同类 业务比 例	金额 (万元)	占同类 业务比 例
湖南湘窖酒业有限公司	70.22	0.09%	4,967.36	4.39%	1,583.88	1.87%	61.48	0.10%
邵阳开口笑酒业有限责任公司	4,019.88	5.19%	-	-	-	-	-	-
四川金六福酒业有限公司	310.68	0.40%	394.18	0.35%	111.33	0.13%	15.38	0.03%
云南金六福酒业有限公司	-	-	72.06	0.06%	242.21	0.29%	1,172.35	1.96%
迪庆香格里拉经济开发区天籟酒业有限公司	898.75	1.16%	2,175.97	1.92%	778.87	0.92%	-	-
香格里拉酒业股份有限公司	-	-	404.66	0.36%	-	-	-	-
贵州珍酒销售有限公司	2,790.86	3.60%	2,432.23	2.15%	-	-	-	-

关联方	2011 年 1-6 月份		2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	金额 (万元)	占同类 业务比 例	金额 (万元)	占同类 业务比 例	金额 (万元)	占同类 业务比 例	金额 (万元)	占同类 业务比 例
江西李渡酒业有限公司	-	-	26.09	0.02%	27.02	0.03%	-	-
衡阳雁峰华运商贸有限公司	-	-	-10.06	-0.01%	114.83	0.14%	-	-
重庆昊晟玻璃股份有限公司	444.49	0.57%	235.19	0.21%	-	-	-	-
阿城市龙神酒业有限责任公司 ¹	-	-	25.74	0.02%	47.38	0.06%	-	-
合计	8,534.89	11.01%	10,723.43	9.47%	2,905.52	3.44%	1,249.21	2.09%

注：2010 年，本公司决定仅销售由本公司独家经销的关联酒企产品，因此，就之前向衡阳雁峰华运商贸有限公司采购的尚未实现对外销售的产品办理退货。

本公司 2008 年度、2009 年度、2010 年度及 2011 年 1-6 月向关联方采购金额分别占公司同类业务的比例为 2.09%、3.44%、9.47%和 11.01%，占比逐年上升，主要原因是：1) 湘窖、香格里拉系列产品市场需求旺盛，为保证供应，公司采购规模有所扩大；2) 2010 年公司开始销售“珍酒”，当年采购量达 2,432.23 万元，2011 年 1-6 月采购量达 2,790.86 万元。

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，关联采购对本公司经营成果无重大影响。

2) 必要性

本公司实际控制人控股多家国内的酒类生产企业，主要生产具有较强地域性特征的酒类产品。因此，除非关联酒企的产品能够满足本公司的特定需求，否则在同等情况下，本公司原则上不会考虑引进关联酒企的产品。本公司目前自关联酒企采购四个系列的酒类产品，其形成原因如下：(1) “香格里拉高原”系列葡萄酒是国产葡萄酒中较有代表性的产品，其品牌特征和产品品质符合公司产品选择

¹ 2011 年 6 月 2 日，阿城市龙神酒业有限责任公司更名为哈尔滨市龙神酒业有限公司

理念，能够填补本公司在国产优质葡萄酒方面的空白；（2）在酱香型白酒市场发展态势良好，代表性产品茅台酒较为稀缺的情况下，本公司从产品历史、饮用特点等方面综合考虑，自关联酒企引入了“珍酒”系列白酒；（3）本公司在湖南省的营销网络最为密集，为充分发挥网络优势，本公司自关联酒企引进了具有较强地域代表性的“湘窖”系列白酒；（4）为丰富婚宴市场的产品选择，本公司自关联酒企引进了“福酒 中国红”系列白酒。上述四个系列的产品具有突出特点，自关联酒企引入上述产品不仅有利于发挥本公司在客户、营销网络方面的优势，而且能够有效改善公司在产品结构方面的不足，为公司带来一定的经营业绩，符合公司全体股东的利益。本公司自关联酒企采购产品遵循市场化原则，价格公允，不存在损害公司利益的情形。

保荐机构、律师认为，发行人自关联方采购酒类产品目的是丰富酒类产品线，占总采购金额的比例较小，自关联酒类生产企业采购产品不会对发行人业务的独立性及完整性构成不利影响。

3) 公允性

报告期内公司销售关联方生产白酒与公司白酒整体销售的毛利率对比如下：

项目	2011 年 1-6 月份			
	销售成本（万元）	销售收入（万元）	占总收入比重	毛利率
销售关联方生产的白酒	6,119.27	11,299.81	11.48%	45.85%
全部白酒	50,094.31	91,471.61	92.90%	45.24%
项目	2010 年			
	销售成本（万元）	销售收入（万元）	占总收入比重	毛利率
销售关联方生产的白酒	7,321.57	12,916.71	9.66%	43.32%
全部白酒	72,017.20	124,731.37	93.28%	42.26%
项目	2009 年			
	销售成本（万元）	销售收入（万元）	占总收入比重	毛利率
销售关联方生产的白酒	2,109.97	3,967.87	4.67%	46.82%
全部白酒	46,896.70	80,909.12	95.29%	42.04%
项目	2008 年			
	销售成本（万元）	销售收入（万元）	占总收入比重	毛利率
销售关联方生产的白酒	472.74	680.33	1.11%	30.51%
全部白酒	29,594.13	58,259.08	95.26%	49.20%

由上表来看，2009 年、2010 年和 2011 年 1-6 月份公司销售关联方生产的白酒产品获得的毛利率与公司销售全部白酒产品的毛利率不存在显著差异。2008 年公司销售关联方生产的白酒的毛利率较低，主要原因是 2008 年公司销售关联方生产的产品主要是金六福系列产品，而金六福系列产品属于中低档产品，毛利率较低。综上分析，公司从关联方采购上述产品的价格公允，不存在损害公司利益的情形。

报告期内公司销售关联方生产的葡萄酒与公司葡萄酒整体销售的毛利率对比如下：

项目	2011 年 1-6 月份			
	销售成本（万元）	销售收入（万元）	占总收入比重	毛利率
销售关联方生产的葡萄酒	819.31	1,961.44	1.99%	58.23%
全部葡萄酒	2,195.94	4,492.97	4.56%	51.12%
项目	2010 年			
	销售成本（万元）	销售收入（万元）	占总收入比重	毛利率
销售关联方生产的葡萄酒	2,115.48	4,138.72	3.09%	48.89%
全部葡萄酒	2,629.79	5,100.90	3.81%	48.44%
项目	2009 年			
	销售成本（万元）	销售收入（万元）	占总收入比重	毛利率
销售关联方生产的葡萄酒	457.98	1,166.03	1.37%	60.72%
全部葡萄酒	637.09	1,614.09	1.90%	60.53%
项目	2008 年			
	销售成本（万元）	销售收入（万元）	占总收入比重	毛利率
销售关联方生产的葡萄酒	122.09	262.02	0.43%	53.40%
全部葡萄酒	205.78	453.00	0.74%	54.57%

由上表来看，最近三年一期公司销售关联方生产的葡萄酒产品获得的毛利率与公司销售全部葡萄酒产品的毛利率不存在显著差异，这表明公司从关联方采购上述产品的价格公允，不存在损害公司利益的情形。

2010 年 6 月 10 日，公司与关联方湖南湘窖酒业有限公司、贵州珍酒销售有限公司、四川金六福酒业有限公司分别签署采购协议，获得“湘窖酒”、“珍酒”、“福酒 中国红”产品的全国总经销权，采购价格按照市场化原则确定，并且约定当市场价格波动时，公司有权要求供应方相应的调整供货价格。2010 年 8 月 27 日，公司与关联方香格里拉酒业股份有限公司签署协议，约定公司将向后者采购葡萄酒及青稞酒及有关服务，产品价格将按照一般商务条款经公平磋商后厘定，

或以不逊于就同类产品同等质量及数量销售给其他方的条款厘定。协议同时还约定，鉴于华致酒行已经同意向香格里拉酒业股份有限公司购买大量产品，并且全面负责有关销售及分销产品涉及所有成本及费用，香格里拉酒业股份有限公司及其旗下子公司将以低于平均批发价 5%-10% 之价格向华致酒行销售产品。

从长期来看，虽然公司与关联方之间的关联采购会持续存在，但是不会损害任何一方利益。

(2) 关联销售

报告期内公司向关联方销售产品的情况如下：

关联方	2011 年 1-6 月份		2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	金额(万元)	占同类业务比例	金额(万元)	占同类业务比例	金额(万元)	占同类业务比例	金额(万元)	占同类业务比例
中信产业投资基金管理有限公司	84.92	0.09%	-	-	-	-	-	-
长沙海达酒类食品批发有限公司	-	-	804.91	0.60%	166.34	0.20%	-	-
湖南省株洲市醴陵市酒行	-	-	180.08	0.13%	49.94	0.06%	76.92	0.13%
新华联控股份有限公司	89.17	0.09%	1,357.26	1.01%	25.50	0.03%	18.49	0.03%
云南金六福酒业有限公司	-	-	-	-	718.21	0.85%	213.55	0.35%
北京金六福酒有限公司	56.54	0.06%	-	-	11.25	0.01%	141.19	0.23%
合 计	230.63	0.24%	2,342.24	1.74%	971.24	1.15%	450.16	0.74%

本公司 2008 年度、2009 年度、2010 年度和 2011 年 1-6 月向关联方销售金额分别占公司同类业务的比例为 0.74%、1.15%、1.74%和 0.24%，占比较低。

本公司向关联方销售酒类产品，按照市场化原则确定销售价格，销售定价公允、合理，不存在损害任何一方利益的情形。

(3) 关联租赁

2009年12月30日，本公司与华泽公司签订租赁合同，根据该合同的约定，公司向华泽公司租赁万通中心1座2101房作为公司北京办公地，面积739.78平方米。租赁期限从2010年01月01日至2011年12月31日，每年租金100万元整。租赁价格完全按照市场化原则确定，未损害任何一方利益。

公司无偿使用北京金六福酒有限公司注册的19个域名、华泽公司注册的2个域名。截至目前上述域名已经全部转至公司名下。

2、偶发性关联交易

(1) 关联担保

报告期内关联担保情况如下：

担保方	被担保方	担保金额 (万元)	担保起始 日	担保到期 日	担保是否已经履 行完毕
借款					
华泽集团有限公司、吴向东	本公司	5,500.00	2010/7/1	2013/7/1	否 [注1]
华泽集团有限公司、吴向东	本公司	6,300.00	2011/2/24	2012/2/24	否 [注1]
华泽集团有限公司、吴向东	本公司	5,200.00	2011/3/22	2012/3/22	否 [注1]
华泽集团有限公司	本公司	2,000.00	2011/3/25	2014/3/24	否 [注2]
华泽集团有限公司	本公司	3,000.00	2011/4/15	2014/4/14	否 [注2]
华泽集团有限公司	本公司	5,000.00	2011/6/24	2014/6/23	否 [注2]
银行承兑汇票					
华泽集团有限公司、吴向东	本公司	24,500.00	2010/7/1	2013/7/1	是 [注1]
华泽集团有限公司、吴向东	本公司	4,410.00	2011/1/24	2013/1/24	否 [注1]
华泽集团有限公司	本公司	560.00	2011/6/30	2013/9/30	否 [注2]

注1：2010年8月3日，公司、华泽集团有限公司与长沙银行德宇支行签订合同编号为 013920101309080001700《最高额保证合同》，公司、吴向东与长沙银行德宇支行签订合同编号为 013920101309080001700《最高额保证合同》，分别由华泽集团有限公司、吴向东为公司在长沙银行德宇支行的债务提供金额30,000万元的担保，期限2010年7月1日至2013年7月1日。

2011年1月20日公司与长沙银行德宇支行签订合同编号为 C201101240006

《人民币综合授信额度合同》，由华泽集团有限公司为公司提供担保、长沙银行德宇支行向公司提供最高授信额度 19,000 万元用于汇票承兑,期限 2011 年 1 月 24 日至 2013 年 1 月 24 日。同日，公司、华泽集团有限公司与长沙银行德宇支行签订合同编号为 C201101240006 《最高额保证合同》，公司、吴向东与长沙银行德宇支行签订合同编号为 C201101240006 《最高额保证合同》，分别由华泽集团有限公司、吴向东为公司在长沙银行德宇支行的债务提供金额 49,000 万元的最高额担保,期限为 2010 年 7 月 1 日至 2013 年 7 月 1 日；原 013920101309080001700 《最高额保证合同》终止。

2010 年度，公司长期借款 5,500 万元（借款期限 2010 年 12 月 8 日至 2012 年 12 月 7 日）、开立票据 35,000 万元（使用风险敞口 24,500 万元，2011 年已到期承兑）。

截止 2011 年 6 月 30 日，公司长期借款余额 5,500 万元（借款期限 2010 年 12 月 8 日至 2012 年 12 月 7 日）、短期借款 11,500 万元（借款期间 2011 年 2 月 24 日至 2012 年 3 月 22 日）、开立票据余额 6,300 万元（使用风险敞口 4,410 万元，最迟到期日 2011 年 12 月 30 日）。

注 2：2011 年 2 月 11 日，华泽集团有限公司与广东发展银行股份有限公司长沙分行签订合同编号为(2011)长八一银最保字第 06005 号《最高额保证合同》，为公司在广东发展银行股份有限公司长沙分行的债务提供金额 20,000 万元的担保，保证期间为公司履行债务期限届满之日起两年。截止 2011 年 6 月 30 日，公司短期借款余额 10,000 万元(借款期间 2011 年 3 月 25 日至 2012 年 6 月 23 日)、开立票据余额 800 万元(使用风险敞口 560 万元,最迟到期日 2011 年 9 月 30 日)。

（2）关联方资金拆借

报告期内，公司与关联方发生的资金拆借情况如下：

单位：万元

关联方	拆借金额	起始日	到期日	说明
拆入				
华泽集团有限公司	10,000.00	2010/4/26	2011/4/25	
吴向东	22,950.00	2009/1/1	2010/10/29	
吴向东	700.00	2009/7/1	2010/10/29	

融睿高新	15,000.00	2011/4/22	2012/4/22	
拆出				
云南金六福酒业有限公司	381.25	2010/4/29	2010/10/29	按照同期银行贷款利率收取利息1,575,933.44元
云南金六福酒业有限公司	5,000.00	2010/7/9	2010/10/29	
云南金六福酒业有限公司	3,500.00	2010/7/16	2010/10/29	
云南金六福酒业有限公司	1,000.00	2010/8/4	2010/10/29	

2011年4月21日公司与长沙银行德宇支行、融睿高新签订长沙银行委托贷款协议书，由融睿高新委托长沙银行德宇支行贷款给本公司金额15000万元，期限2011年4月22日至2012年4月22日，贷款利率6.3096%，用于支付货款。

2010年4月23日公司与华夏银行股份有限公司、华泽公司签订合同编号为km11072100016《委托贷款借款合同》，由华泽公司委托华夏银行股份有限公司贷款给本公司金额10,000万元，期限2010年4月26日至2011年4月25日，贷款利率5.31%，用于流动资金周转。公司于2010年8月12日已经归还该借款。

2008年12月公司股东会决议，按照股权比例分配公司利润45,000万元，其中吴向东应得股利22,950万元；2009年6月公司股东会决议，按股权比例分配公司利润1,000万元，其中吴向东应得股利700万元。上述股利均已于2010年10月29日支付完毕。公司按照银行同期贷款利率5.31%支付利息给吴向东先生，其中2009年度计提利息12,372,300.00元，2010年度计提利息10,390,000.00元。

(3) 关联方资产转让、债务重组情况

2009年12月23日，公司与云南金六福投资有限公司签订股权转让协议，将贵州珍酒销售有限公司100%股权以200万元价格转让给云南金六福投资有限公司，并于2009年12月30日办理了工商变更手续。2009年12月23日，公司与云南金六福投资有限公司签订股权转让协议，将贵州珍酒酿酒有限公司100%股权以2,000万元价格转让给云南金六福投资有限公司，并于2009年12月30日办理了工商变更手续。

除以上事项外，报告期内，公司与关联方未发生其他资产转让、债务重组情况。

(4) 其他关联交易

1) 2009年8月28日，公司经拍卖程序与贵州珍酒厂破产管理人签订了《贵

州珍酒厂破产财产转让合同》，以 8,250 万元的价格拍得原贵州珍酒厂经营性资产，包括流动资产、固定资产、长期投资、土地使用权。此后公司与破产管理人签订了补充协议，协议约定：转让价款需扣减交接日变化额 356.982 万元；同时双方约定由新成立的贵州珍酒酿酒有限公司接收破产企业的全部拍卖资产并将该资产直接过户至贵州珍酒酿酒有限公司名下。根据上述协议，公司于 2009 年向贵阳阳光交易所有限公司支付了 2,640 万元收购款，并向贵州珍酒酿酒有限公司转账 1,650 万元用于该公司支付后续收购款，上述 4,290 万元已于当期期末收回。

2) 2010 年 9 月 29 日，湖南湘窖酒业有限公司、贵州珍酒酿酒有限公司分别无偿授权公司使用注册号为 6423824 的“湘窖”注册商标、注册号为 1715235 的“珍酒”注册商标，授权范围为使用“华致·湘窖”、“华致·珍酒”名称并自营或与他人合作经营专卖店以及用于装修、产品销售。授权期限自 2010 年 9 月 30 日起至 2020 年 9 月 29 日。

3) 关键管理人员任职期间薪酬

单位：万元

项目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
董事	183.88	174.25	65.34	-
监事	18.26	14.19	-	-
高级管理人员	128.35	449.79	118.52	74.78
合计	330.48	638.23	183.86	74.78

3、关联方应收应付款项余额

(1) 公司应收关联方款项

单位：万元

项目名称	关联方	2011/6/30		2010/12/31		2009/12/31		2008/12/31	
		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
应收账款	长沙海达酒类批发贸易有限公司	-	-	92.00	4.60	-	-	-	-
	湖南省醴陵市酒行	-	-	51.60	2.58	-	-	-	-
	新华联控股有限公司	94.60	4.73	-	-	-	-	-	-
	小计	94.60	4.73	143.60	7.18	-	-	-	-
预付款项	迪庆香格里拉经济开发区天籟酒业有限公司	248.47	-	-	-	-	-	-	-
	华泽集团有限公司	50.00	-	-	-	-	-	-	-

	小计	298.47	-	-	-	-	-	-
--	----	--------	---	---	---	---	---	---

2010 年末公司应收关联方的款项为货款。

2011 年 6 月 30 日，公司应收新华联控股有限公司的款项为货款，预付给迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司的款项为采购货款，预付给华泽公司的款项为房屋租赁款。

(2) 公司应付关联方款项

单位：万元

项目名称	关联方	2011/6/30	2010/12/31	2009/12/31	2008/12/31
		账面金额	账面金额	账面金额	账面金额
应付票据	湖南湘窖酒业有限公司	1,000.00	-	-	-
	邵阳开口笑酒业有限责任公司	2,000.00	-	-	-
	迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司	800.00	-	-	-
	贵州珍酒销售有限公司	1,500.00	-	-	-
	小计	5,300.00	-	-	-
应付账款	重庆昊晟玻璃股份有限公司	233.52	157.83	-	-
	云南金六福酒业有限公司	-	-	71.90	1,148.61
	衡阳雁峰华运商贸有限公司	-	-	70.44	-
	四川金六福酒业有限公司	8.97	-	126.71	15.38
	迪庆香格里拉经济开发区天籁酒业有限公司	-	-	895.06	-
	江西李渡酒业有限公司	-	-	30.84	-
	贵州珍酒销售有限公司	801.83	6.17	-	-
	湖南湘窖酒业有限公司	123.20	1,021.20	2,026.13	442.25
	邵阳开口笑酒业有限责任公司	733.85	-	-	-
	小计	1,901.38	1,185.20	3,221.09	1,606.24
预收账款	长沙海达酒类食品批发有限公司	-	-	31.50	-
	湖南省醴陵市酒行	-	-	6.22	2.71
	新华联控股有限公司	-	-	-	0.44
	小计	-	-	37.72	3.16
其他应付款	湖南省醴陵市酒行	-	5.16	3.00	3.00
	云南金六福酒业有限公司	-	-	6,020.78	2,301.35
	小计	-	5.16	6,023.78	2,304.35

截至 2010 年 12 月 31 日，公司应付重庆昊晟玻璃股份有限公司的款项为采购包装物的货款，应付贵州珍酒销售有限公司和湖南湘窖酒业有限公司的款项为

酒类产品采购货款。

截至 2010 年 12 月 31 日，公司不存在预收关联方的款项。

截至 2010 年 12 月 31 日，其他应付款余额 5.16 万元，为向湖南省醴陵市酒行收取的客户保证金。

截至 2011 年 6 月 30 日，公司应付票据和应付账款余额均为应付关联方的采购货款。

2008 至 2010 年，公司与实际控制人下属 4 家公司（指云南金六福酒业有限公司、云南香格里拉金六福酒业销售有限公司、北京金六福酒有限公司、湖南省金六福酒业有限公司）存在无购销背景的资金往来，形成的主要原因是为了满足发行人快速发展对于资金的需求，发行人与实际控制人下属公司之间进行统筹安排使用资金，出于降低融资成本的考虑，发行人接受关联方背书的多笔银行承兑汇票用于支付采购货款，同时发行人亦将自客户收到的票据背书给关联方。报告期内公司与实际控制人下属公司之间的资金往来如下：

单位：万元

项目	2010 年	2009 年	2008 年
期初余额	-6,020.78	-2,301.35	15,300.38
收到货币资金	40,138.54	896.53	1,000.83
付出货币资金	76,706.76	73,192.28	39,143.16
收到承兑汇票	31,534.33	77,946.47	47,785.51
付出承兑汇票	929.30	4,620.83	5,419.30
代付其他供应商采购货款转入	-	-1,000.00	305.14
采购货款转入	-	1,543.14	227.55
销售货款转入	-	-	630.18
应付房租转入	100.00	146.40	135.62
抵付股利	-	-	13,950.00
应收利息转入	157.59	-	-
期末余额	-	-6,020.78	-2,301.35

注：期初和期末为正数表明公司应收关联方款项，为负数表示公司应付关联方款项；付出货币资金、付出承兑汇票、代付其他供应商采购货款转入、销售货款转入、应收利息转入将增加公司应收关联方的款项；收到货币资金、收到承兑汇票、采购货款转入、应付房租转入、抵付股利将增加公司应付关联方的款项。

由上表可知，报告期内各年度本公司向实际控制人下属 4 家公司支付的货币

资金和票据与从实际控制人下属 4 家公司收到的货币资金和票据大体持平。2010 年 4 月起，公司与实际控制人下属 4 家公司之间无票据往来，发行人现已健全公司财务管理制度及内部控制制度，发行人此后未再发生无购销业务基础的票据往来。截至 2010 年 12 月 31 日，本公司与实际控制人下属公司之间其他往来款余额为 0。

本公司与实际控制人下属公司发生资金往来和票据往来行为未基于购销业务，其目的是为了统筹安排使用资金，往来资金和票据均用于正常经营，并未用于其他用途。实际控制人下属公司均及时履行了应承担的票据付款义务且未造成任何经济纠纷及导致当事方经济利益受损，不存在票据逾期情况。

就上述公司与实际控制人下属公司之间的资金与银行承兑汇票往来，实际控制人吴向东出具了《承诺函》：“本人作为贵公司实际控制人，保证本人控制的其他公司未来不会与贵公司发生无购销背景的资金或银行承兑汇票往来。若因历史上本人控制的其他公司与华致酒行发生的无购销背景的资金或银行承兑汇票往来使华致酒行遭受任何经济损失，由本人承担全部赔偿责任。”

律师认为：发行人及关联方上述无购销背景的票据往来并未给相关银行造成任何实际损失，发行人并不因上述无购销背景的票据往来的行为而须对相关银行承担赔偿责任，该等行为不属于《中华人民共和国票据法》第一百零二条所定义的票据欺诈行为，发行人亦未因该等行为遭受民事索赔、行政处罚；也不属于《中华人民共和国刑法》第一百九十四条所述之金融票据诈骗行为，发行人亦未因该等行为而承担刑事责任。此外，就上述发行人与实际控制人下属公司之间的资金与银行承兑汇票往来，实际控制人出具了《承诺函》，保证其控制的其他公司未来不会与发行人发生无购销背景的资金或银行承兑汇票往来。若因历史上其控制的其他公司与发行人发生的无购销背景的资金或银行承兑汇票往来使发行人遭受任何经济损失，由实际控制人承担全部赔偿责任。发行人报告期内无购销背景的票据往来不构成本次发行上市的法律障碍。

保荐人认为：发行人与吴向东控制的其他公司在报告期内发生的资金及银行承兑汇票往来不会对发行人的本次发行上市构成实质性障碍。

（三）关联交易决策权力和程序的规定

公司已在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《独立董事工作规则》及其他有关规定中明确规定了关联交易决策权力与程序的相关规定，主要包括：

1、《公司章程》对于关联交易的规定

《公司章程》第八十条规定：“

股东大会审议有关关联交易事项时，对于日常关联交易事项，公司在提交股东大会审议时，应分别就该等关联交易涉及的产品种类、数量与价格进行分项表决。

公司向实际控制人控制的酒类生产企业及销售公司采购酒类产品的年度关联采购金额占公司年度采购酒类产品总额的比例自 2012 年起每年应不超过 10%。

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；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

关联股东在股东大会表决时，应当自动回避并放弃表决权。关联股东未主动回避时，主持会议的董事长应当要求关联股东回避；如董事长需要回避的，副董事长或其他董事应当要求董事长及其他关联股东回避；无需回避的任何股东均有权要求关联股东回避。

如有特殊情况关联股东无法回避时，公司在征得有权部门的同意后，可以按照正常程序进行表决，并在股东大会决议公告中作出详细的说明。特殊情况是指下情形：

（一）出席股东大会的股东只有该关联股东；

（二）关联股东要求参与投票表决的提案被提交股东大会并经出席股东大会的其他股东以特别决议程序表决通过；

（三）关联股东无法回避的其他情形。”

《公司章程》第一百三十三条规定：“

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。

对于日常关联交易事项，公司在提交董事会审议时，应分别就该等关联交易涉及的产品种类、数量与价格进行分项表决。”

2、《股东大会议事规则》对于关联交易的规定

《股东大会议事规则》第四十六条规定：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；股东大会的决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

公司持有自己的股份没有表决权,且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。

3、《董事会议事规则》中对于关联交易的规定

《董事会议事规则》第二十九条规定：在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受非关联董事的委托。

4、《关联交易管理制度》中对于关联交易的规定

《关联交易管理制度》第九条规定：关联交易决策权限：

1、公司与关联自然人之间发生的低于人民币 30 万元的关联交易，或公司与关联法人之间发生的交易（公司获赠现金资产或对外担保除外）金额低于人民币 300 万元，或低于公司最近一期经审计净资产值绝对值的 0.5%的关联交易，由总经理批准（该关联交易与其本人及亲属有关联关系的除外）。

2、公司与关联自然人之间发生的人民币 30 万元以上，或公司与关联法人之间发生的交易金额在人民币 300 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，应提交董事会审议。

3、公司拟与关联人达成的关联交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在人民币 3,000 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值的 5%以上（含 5%）的，由股东大会作出决议。

《关联交易管理制度》第十一条规定：公司与关联方之间的交易应签订书面协议，协议内容应明确具体。公司应将该协议的订立、变更、终止及履行情况等事项按照《上市规则》的有关规定予以披露。

公司关联人与公司签署涉及关联交易的协议，应当采取的回避措施：

1、任何个人只能代表一方签署协议；

2、关联人不得以任何方式干预公司的决定；

3、公司董事会审议关联交易事项时，关联董事可以参与该关联事项的审议讨论并提出自己的意见，但应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权，其表决权票数不计入有效表决票数总数；该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会会议的非关联董事人数不足 3 人的，公司应当将该交易提交股东大会审议。

4、股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东应当回避表决，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。关联股东因特殊情况无法回避时，在公司按照法律法规规定征得有关部门或证券监管部门同意后，可以参加表决，但公司应当在股东大会决议中做出详细说明，同时对非关联方的股东投票情况进行专门统计，并在决议公告中予以披露。

《关联交易管理制度》第十五条规定：公司与关联人进行购买原材料、燃料、动力；销售产品、商品；提供或者接受劳务；委托或者受托销售的与日常经营相关的关联交易事项，应按照下述规定进行披露并履行相应审议程序：

1、对于首次发生的日常关联交易，公司应与关联人订立书面协议并及时披露，根据协议设计的交易金额适用第九条的规定提交董事会或股东大会审议；协议没有具体交易金额的，应提交股东大会审议。

2、已经公司董事会或股东大会审议通过且正在执行的日常关联交易协议，如执行过程中主要条款未发生重大变化的，公司应在定期报告中按要求披露相关协议的实际履行情况，并说明是否符合协议的规定；如协议在执行过程中主要条款发生重大变化或协议期满需要续签的，公司应将新修订或者续签的日常关联交易协议，根据协议涉及的金额适用第九条的规定提交董事会或股东大会审议；协议没有具体交易金额的，应提交股东大会审议。

3、对于每年发生的数量众多的日常关联交易，因需要经常订立新的日常关联交易协议而难以按照本条第 1 款的规定将每份协议提交董事会或股东大会审议的，公司可在披露上一年度报告之前，对公司当年度将发生的日常关联交易总金额进行合理预计，根据预计金额适用第九条的规定提交董事会或股东大会审议并披露；对于预计范围内的日常关联交易，公司应在年度报告和中期报告中予以披露。如在实际执行中日常关联交易金额超过预计总金额的，公司应根据超出金额适用第九条的规定重新提交董事会或股东大会审议并披露。

4、对于日常关联交易，公司在提交董事会或股东大会审议时，应分别就该等关联交易涉及的产品种类、数量与价格进行分项表决。

《关联交易管理制度》第二十三条规定：公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。公司为关联股东提供担保的，关联股东应当在股东大会上回避表决。

5、《独立董事工作规则》中对于关联交易的规定

《独立董事工作规则》第十三条规定：重大关联交易应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

《独立董事工作规则》第十四条规定：独立董事应当对需要披露的关联交易向董事会或股东大会发表独立意见。独立董事应当就该事项发表以下几类意见之一：同意；保留意见及其理由；反对意见及其理由；无法发表意见及其障碍。

（四）报告期关联交易的执行情况

在报告期内但在公司整体变更为股份公司前发生的关联交易，得到了公司董事会或股东大会的事后确认；在股份公司成立之后发生的关联交易，均已按照《公司法》、《公司章程》和《关联交易管理制度》等的规定履行了相应的决策审批程序。公司最近三年发生的关联交易价格公允、合理，不存在损害公司及其他股东利益的情形。

（五）公司独立董事对关联交易的意见

就报告期内的关联交易，公司独立董事确认：“本人审阅了华致酒行连锁管理股份有限公司近三年的重大关联交易文件，本人认为公司报告期内发生的关联事项均属合理、必要，关联交易定价合理有据、客观公允、公平，关联交易均履行了当时法律法规、公司章程及公司其他规章制度规定的批准程序。”

（六）减少和规范关联交易的措施

1、减少关联交易

为减少关联交易，本公司承诺：（1）除“湘窖”、“珍酒”、“福酒 中国红”、“香格里拉高原”4个系列的产品外，本公司不再经销其他关联酒企产品；（2）本公司将加大产品引进开发力度，并制定切实可行的措施，确保自关联酒企采购产品占本公司总采购金额的比例逐年下降；（3）自2012年起，本公司每年采购关联酒企的产品占本公司年度总采购金额的比例不超过10%；（4）按照公允的市场价格向关联方采购产品，采购价格的增长幅度不超过市场上产品的终端销售价格的增长幅度。

2、进一步规范关联交易

为进一步规范关联交易，本公司在《关联交易管理制度》第十五条中增加第四项，即“（四）对于日常关联交易，公司在提交董事会或股东大会审议时，应分别就该等关联交易涉及的产品种类、数量与价格进行分项表决。”

保荐机构认为，发行人采取了有效措施避免关联交易进一步上升，严格规范关联交易，关联交易对发行人的独立性和完整性不构成不利影响。

第八节 董事、监事及高级管理人员

一、董事、监事及高级管理人员简介

(一) 董事

本公司董事会由 11 名成员组成，其中包括 4 名独立董事。依据公司章程，本公司董事由股东大会选举产生，任期三年，并可连选连任。董事任期自就任之日起算，至本届董事会任期届满为止。董事长经董事会全体董事的过半数同意选举产生。

董事会成员组成情况如下表：

姓名	任职	任职期限
吴向东	董事长	2010.11.24—2013.11.23
谭志强	董事、总经理	2010.11.24—2013.11.23
陈臻	副董事长、董事会秘书	2010.11.24—2013.11.23
彭宇清	董事、副总经理	2010.11.24—2013.11.23
李大海	董事	2010.11.24—2013.11.23
李响	董事	2010.11.24—2013.11.23
张迎昊	董事	2010.11.24—2013.11.23
王一江	独立董事	2010.11.24—2013.11.23
施天涛	独立董事	2010.11.24—2013.11.23
余应敏	独立董事	2010.11.24—2013.11.23
吕本富	独立董事	2010.11.24—2013.11.23

1、吴向东先生

吴向东先生，男，42 岁，中国国籍，毕业于湖南省外贸学校，现任华泽公司以及本公司董事长，湖南省总商会副会长。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，吴向东先生任职于马来西亚新华联集团有限公司（MACRO-LINK SDN.BHD）。吴向东先生是马来西亚新华联集团有限公司的创始人之一，担任马

来西亚新华联集团有限公司董事、董事局副主席等职务直至 2004 年，目前为新华联控股有限公司第三大股东。

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；北京金六福酒业有限公司董事长、总经理。

2005 年 1 月至今，先后担任华泽公司董事、董事长、总经理；本公司董事长；现任华泽公司和本公司董事长。

2、谭志强先生

谭志强先生，男，44 岁，中国国籍，毕业于哈尔滨工业大学。谭志强先生先后在航天七八〇四厂、新华联集团、华泽公司等担任副厂长、副总裁等职。谭志强先生现任本公司董事、总经理。

3、陈臻先生

陈臻先生，男，43 岁，中国国籍，毕业于湖南财经学院。1993 年至 1998 年，就职于长沙银行；1998 至 2005 年就职于中国证监会湖南监管局；2005 年至 2009 年，任财富证券有限责任公司副总裁。陈臻先生现任本公司副董事长、董事会秘书。

4、彭宇清先生

彭宇清先生，男，43 岁，中国国籍，高中学历。彭宇清先生曾就职于华泽公司，自 2005 年起至今，担任本公司副总经理。彭宇清先生现任本公司董事、副总经理。

5、李大海先生

李大海先生，男，40 岁，中国国籍，毕业于北京外国语大学。李大海先生自 1998 年起从事投资业务，投资范围包括贸易、房地产、高科技、餐饮等领域。李大海先生现任本公司董事。

6、李响先生

李响先生，男，42岁，中国国籍，先后获得中国人民大学商学院经济学学士学位和英国南安普顿大学管理学院会计与金融学硕士学位。李响先生曾多年就职于高盛高华证券有限公司，任董事总经理；2009年加入KKR集团，现任KKR亚洲有限公司董事总经理，本公司董事。

7、张迎昊先生

张迎昊先生，男，35岁，中国国籍，先后获得英国曼彻斯特大学商学院和英国兰卡斯特大学管理学院管理学和金融学硕士学位。2009年以前，先后就职于中国国际电视总公司和中国人寿保险股份有限公司；2009年至今就职于中信产业投资基金管理有限公司，任投资总监。张迎昊先生现任本公司董事。

8、王一江先生

王一江先生，男，58岁，美国国籍，获哈佛大学经济学博士学位。王一江先生曾在中国人民银行湖南省分行工作，后任世界银行顾问，并参与起草《世界发展报告》工作，1991年至2007年，任美国明尼苏达大学管理学院助理教授、副教授、教授，后任清华大学教授，并至今担任长江商学院教授。王一江先生同时担任重庆市侨联顾问、湖南省欧美联谊会特邀理事、麦肯锡全球研究院成员、清华大学中国与世界经济研究所、国民经济研究所高级研究员、清华大学财政研究所、政治经济学研究所学术委员会委员、北京大学财政研究所、林肯城市研究所研究员、复旦大学特聘教授、《中国经济研究》联执主编，并兼任多家企业顾问及董事职务。王一江先生现任本公司独立董事。

9、施天涛先生

施天涛先生，男，49岁，中国国籍，先后毕业于西安交通大学外语系英文专业、西北政法大学（原西北政法学院）民商法学专业、中国政法大学民商法专业，获文学学士学位、法学硕士学位、法学博士学位。施天涛先生曾任新加坡东亚政治经济研究所访问研究员，美国斯坦福大学法学院访问教授。曾任北京市第十届政协常委。施天涛先生现任清华大学法学院教授、博士生导师，清华大学法学院副院长、学术委员会副主任、资本金融与法律研究中心主任，并兼任中国法学会证券法学研究会副会长、北京市经济法学研究会副会长、最高人民法院特约

监督员、北京仲裁委员会仲裁员。施天涛先生现任本公司独立董事。

10、余应敏先生

余应敏先生，男，45岁，中国国籍，先后毕业于山西财经大学会计系、中央财政金融学院会计系、中央财经大学会计学院，获经济学学士学位、经济学（西方会计学）硕士学位、管理学（会计学）博士学位。曾先后在亚太会计师事务所、广东穗城审计师事务所从事注册会计师业务多年；现为中央财经大学会计学教授、硕士生导师，中国注册会计师协会会员、中国注册税务师、中国房地产估价师。余应敏先生现任本公司独立董事。

11、吕本富先生

吕本富先生，男，46岁，中国国籍，博士学位。吕本富先生发表过50余篇学术论文，出版著作（包括译著）5部。主持和参与国家级科研课题4项，其中主持2项国家自然科学基金。现任中国科学院研究生院管理学院执行院长、教授、博士生导师。吕本富先生的学术职务有中国信息经济学会的副理事长、中国管理现代化研究会的常务理事、副秘书长，国家科学基金会认定的重要期刊《管理评论》杂志社社长。吕本富先生现任本公司独立董事。

（二）监事

本公司监事会由6名监事组成，其中包括2名职工监事。依据公司章程，监事每届任期届满可连选连任。

公司监事会成员组成情况如下：

姓名	任职	任职期限
颜涛	监事会主席	2010.11.24—2013.11.23
朱琳	监事	2010.11.24—2013.11.23
唐玲	监事	2010.11.24—2013.11.23
张杰	监事	2010.11.24—2013.11.23
张静	职工监事	2010.11.24—2013.11.23
瞿京伟	职工监事	2010.11.24—2013.11.23

1、颜涛先生

颜涛先生，男，47岁，中国国籍，毕业于湖南大学衡阳分校。颜涛先生历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，华

泽公司副总经理、总经理。颜涛先生现任本公司监事会主席。

2、朱琳女士

朱琳女士，女，41岁，中国国籍，北京大学财务管理研究生课程结业，会计师。朱琳女士曾任本公司董事，现任本公司监事。

3、唐玲女士

唐玲女士，女，49岁，中国国籍，湖南师范大学经济管理专业大专毕业。唐玲女士历任湖南省木材公司第十车队出纳、会计，中国石油天然气第六建设公司职工医院会计、财务处会计、财务处综合管理科长，金六福销售公司审计部长、人事部长、物流部长，华泽集团有限公司审计总监。唐玲女士现任本公司监事。

4、张杰先生

张杰先生，男，41岁，中国国籍，研究生学历，中国执业律师。曾任华夏证券西南投资银行部总经理，华夏证券并购业务部董事、北京宣达投资有限公司副总经理、新宏远创基金投资总监，现任四川美丰化工股份有限公司(000731.SZ)董事、陕西西凤酒股份有限公司董事、陕西秦川机床工具集团有限公司董事、北京金隅股份有限公司(2009.HK)监事。张杰先生现任本公司监事。

5、张静女士

张静女士，女，33岁，中国国籍，西安大学专科毕业。历任西安海星现代饮品有限公司出纳、华致有限西北办执行经理，2009年6月起任华致有限重要客户部经理，现任本公司职工监事。

6、瞿京伟先生

瞿京伟先生，男，28岁，中国国籍，北京农学院大学专科毕业。历任北京潇湘大厦财务部计算机中心系统网络工程师、主管，网势广告技术部系统网络管理员。2006年12月至今在本公司物流部工作，现任本公司职工监事。

(三) 高级管理人员

本公司的高级管理人员包括总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书。

公司高级管理人员情况如下：

姓名	任职	任职期限
谭志强	总经理	2010.11.24—2013.11.23
彭宇清	副总经理	2010.11.24—2013.11.23
陈舒羽	副总经理	2010.11.24—2013.11.23
郝岚	副总经理	2010.11.24—2013.11.23
黄飞	副总经理	2010.11.24—2013.11.23
舒曼	副总经理	2010.11.24—2013.11.23
晏卫国	副总经理	2010.11.24—2013.11.23
朱力	副总经理	2010.11.24—2013.11.23
贺会锋	财务总监	2010.11.24—2013.11.23
陈臻	董事会秘书	2010.11.24—2013.11.23

1、谭志强先生

简历见本节之“一、董事、监事及高级管理人员简介”之“（一）董事”。

2、彭宇清先生

简历见本节“一、董事、监事及高级管理人员简介”之“（一）董事”。

3、陈舒羽先生

陈舒羽先生，男，38岁，中国国籍，获山东大学学士学位。先后在宝洁公司、金六福销售公司任区域经理、营销总监等职。陈舒羽先生现任本公司副总经理。

4、郝岚女士

郝岚女士，女，35岁，中国国籍，获天津工业大学学士学位。先后就职于联想、大唐、简伯特、IBM等公司，郝岚女士现任本公司副总经理。

5、黄飞先生

黄飞先生，男，37岁，中国国籍，毕业于湖南郴州综合技术学校。先后在华泽公司担任业务主管、区域经理、大区总监等职，2006年起，黄飞先生加盟本公司，现任本公司副总经理。

6、舒曼先生

舒曼先生，男，38岁，中国国籍，高中学历。舒曼先生先后在郑州市创桂

商贸有限公司、郑州杰创工程招标代理有限公司任总经理等职。舒曼先生 2005 年加盟本公司，现任本公司副总经理。

7、晏卫国先生

晏卫国先生，男，49 岁，中国国籍。晏卫国先生曾在湖南醴陵检察院等单位工作。晏卫国先生现任本公司副总经理。

8、朱力先生

朱力先生，男，49 岁，中国国籍，清华大学工商管理硕士。朱力先生先后在北京葡萄酒厂、保乐力加酿酒有限公司、龙徽酿酒有限公司任工程师、生产部经理、营销总监等职。朱力先生现任本公司副总经理。

9、贺会锋先生

贺会锋先生，男，40 岁，中国国籍，会计师，毕业于陕西财经学院。贺会锋先生先后在中燃伟业投资公司、宅急送总公司、长久实业集团有限公司先后任财务经理、财务副总监等职。贺会锋先生现任本公司财务总监。

10、陈臻先生

简历见本节之“一、董事、监事及高级管理人员简介”之“（一）董事”。

（四）董事、监事的提名和选聘情况

1、董事的提名和选聘情况

2010 年 11 月 24 日，本公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举吴向东、谭志强、彭宇清、陈臻、李大海、李响、张迎昊、王一江、施天涛、余应敏和吕本富为公司董事，其中王一江、施天涛、余应敏和吕本富为公司独立董事

2、监事的提名和选聘情况

2010 年 11 月 18 日，本公司召开职工代表大会，选举张静和瞿京伟为公司第一届监事会职工代表监事。

2010 年 11 月 24 日，本公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举颜涛、朱琳、唐玲和张杰担任公司第一届监事会股东代表监事。

二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有发行人股份的情况

（一）直接持股情况

截至招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接持有本公司的股份的情况如下：

姓名	在本公司任职/亲属关系	直接持股数量（股）	比例
李大海	董事	16,128,750	9.78%

上述董监高及其近亲属人员持有的公司股份不存在质押或冻结及其他权利限制的情况。

（二）间接持股情况

本公司董事吴向东先生通过融睿高新和华泽公司间接持有本公司的股份，具体情况如下：

融睿高新持有本公司股份的比例	67.08%
华泽公司持有本公司股份的比例	2.76%
吴向东先生持有融睿高新股权的比例	100.00%
吴向东先生持有华泽公司股权的比例	90.00%
吴向东先生间接持股比例	69.564%

本公司监事颜涛通过华泽公司间接持有本公司的股份，具体情况如下：

华泽公司持有本公司股份的比例	2.76%
颜涛持有华泽公司股权的比例	10.00%
颜涛间接持股比例	0.276%

上述人员持有的本公司股份无任何质押、冻结及其他权利限制情形。

除以上间接持股外，本公司的董监高不存在其他间接持股情况。

（三）报告期内的持股变动情况

公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属所持本公司股份报告期内增减变动情况如下：

姓名	持股方式	持股比例		
		2010年12月31日	2009年12月31日	2008年12月31日
吴向东	直接和间接持股	69.564%	83.92%	78.97%
颜涛	间接持股	0.276%	0%	0%
李大海	直接持股	9.78%	0%	0%

注：2008年12月31日，华泽公司、新华联控股有限公司分别持有公司19.80%和10.20%的股权，吴向东先生持有华泽公司35.00%的股权，持有新华联控股有限公司20.00%的股权，同时吴向东先生还直接持有公司70.00%的股权，因此吴向东直接和间接持有公司78.97%的股权。

2009年12月31日，华泽公司、新华联控股有限公司分别持有公司19.8%和10.2%的股权，吴向东持有华泽公司60%的股权，持有新华联控股有限公司20%的股权，同时吴向东还直接持有公司70%的股权，因此吴向东直接和间接持有公司83.92%的股权。

2010年12月31日，融睿高新和华泽公司分别持有公司67.08%和2.76%的股权，吴向东持有融睿高新100%的股权，持有华泽公司90%的股权，其间接持有公司的股份为69.564%；颜涛持有华泽公司10%的股权，其间接持有公司的股份为0.276%。截至本招股说明书签署之日，上述情况未发生变化。

三、董事、监事、高级管理人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员的其他对外投资情况如下：

姓名	现任职务	其他对外投资公司	注册资本	持股比例
吴向东	董事长	华泽集团有限公司	5,000万元	90%
		云南华鹏投资有限公司	58,000万元	2.96%
		新华联控股有限公司	20,000万元	20%
		华泽集团有限公司（BVI）	1.00美元	100%
		马来西亚新华联集团有限公司（MACRO-LINK SDN.BHD）	100万马来西亚元	15%
谭志强	董事、总经理	云南华鹏投资有限公司	58,000万元	0.86%
		新华联控股有限公司	20,000万元	1%
李大海	董事	上海博泓低碳节能科技股份有限公司	3,000万元	25%
		邯郸豪峰投资有限公司	2,500万元	30%
		北京海伦金太科技发展有限公司	680万元	20%
颜涛	监事	华泽集团有限公司	20,000万元	10%
		云南华鹏投资有限公司	58,000万元	1.23%

姓名	现任职务	其他对外投资公司	注册资本	持股比例
唐玲	监事	云南华鹏投资有限公司	58,000万元	0.59%

除此以外，本公司董事、监事及高管人员不存在其他对本公司及控股子公司有重大影响的对外投资。

四、董事、监事、高级管理人员的薪酬情况

2010 年度，除独立董事外，本公司的董事、监事、高级管理人员在本公司领取的薪酬（包括工薪、奖金、津贴及其他收入）情况如下：

姓名	职务	2010 年度薪酬（万元）	领薪单位
吴向东	董事长	162.25	本公司
谭志强	董事、总经理	94.86	本公司
陈臻	副董事长、董事会秘书	21.71	本公司
彭宇清	董事、副总经理	78.86	本公司
李大海	董事	-	不在本公司领薪
李响	董事	-	不在本公司领薪
张迎昊	董事	-	不在本公司领薪
颜涛	监事会主席	-	不在本公司领薪
朱琳	监事	-	不在本公司领薪
唐玲	监事	-	不在本公司领薪
张杰	监事	-	不在本公司领薪
张静	职工监事	31.60	本公司
瞿京伟	职工监事	12.85	本公司
陈舒羽	副总经理	54.09	本公司
郝岚	副总经理	11.63	本公司
黄飞	副总经理	61.71	本公司
舒曼	副总经理	53.01	本公司
晏卫国	副总经理	39.73	本公司
朱力	副总经理	7.38	本公司
贺会锋	财务总监	33.46	本公司

注：部分董事、高级管理人员任职时间较短，因此 2010 年在公司领取的薪酬较少。董监高的任职情况请见本节之“十、本公司董事、监事、高级管理人员最近三年的变动情况”。

根据本公司 2010 年年度股东大会通过的《关于董事报酬事项的议案》、《关于监事报酬事项的议案》，本公司独立董事的年度津贴为 12 万元（不含税）、不在本公司担任具体管理职务的董事（独立董事除外）、监事领取年度职务津贴 2 万元（不含税）。

五、本公司董事、监事、高级管理人员兼职情况

公司董事、监事、高级管理人员除在下列公司中担任职务外，均未在其他公司兼职，兼职情况符合《公司法》等相关规定，具体兼职情况如下：

姓名	在本公司担任的职务	兼职单位	兼职职务	与本公司是否存在关联关系
吴向东	董事长	华泽集团有限公司	董事长	关联公司
		湖南省金六福酒业有限公司	董事长、法定代表人	关联公司
		北京金六福酒有限公司	董事	关联公司
		云南金六福酒业有限公司	董事	关联公司
		云南香格里拉金六福酒业销售有限公司	董事	关联公司
		云南华悦酒业有限公司	董事	关联公司
		迪庆香格里拉经济开发区华泽管理有限公司	董事	关联公司
		云南金六福投资有限公司	董事	关联公司
		贵州珍酒酿酒有限公司	董事	关联公司
		贵州珍酒销售有限公司	董事	关联公司
		湖南湘窖酒业有限公司	董事	关联公司
		四川金六福酒业有限公司	董事	关联公司
		湖南雁峰酒业有限公司	董事	关联公司
		华致葡萄酒与烈酒（香港）有限公司	董事长	关联公司
		华泽集团有限公司（BVI）	董事长	关联公司
		金六福投资有限公司	主席、执行董事	关联公司
		云南华鹏投资有限公司	董事	关联公司
		湖南醴陵釉下五彩城开发建设有限公司	董事长	关联公司
		云南金六福贸易有限公司	董事	关联公司
		长沙华致酒业有限公司	法定代表人、执行董事	关联公司
谭志强	董事、总经理	德钦华致高原酒窖连锁管理有限公司	董事	关联公司
		湖南东方瓷典文化艺术有限公司	董事	关联公司
		云南华鹏投资有限公司	董事	关联公司
		长沙华致酒业有限公司	总经理	关联公司
		德钦华致高原酒窖连锁管理有限公司	董事长、法定代表人、总经理	关联公司
		邵阳湘窖酒业销售有限公司	执行董事、法定代表人、总经理	关联公司
		醴陵华致酒业有限公司	执行董事、法定代表人、总经理	关联公司

姓名	在本公司担任的职务	兼职单位	兼职职务	与本公司是否存在关联关系
		杭州华致贸易有限公司	法定代表人、执行董事及经理	关联公司
李大海	董事	鑫谷光电股份有限公司	董事	关联公司
		上海博泓低碳节能科技股份有限公司	董事	关联公司
		北京海伦金太科技发展有限公司	董事长	关联公司
		邯郸豪峰投资有限公司	董事长	关联公司
张迎昊	董事	北京奥瑞安能源技术开发有限公司	董事	关联公司
		中信产业投资基金管理有限公司	投资总监	无
		握奇科技有限公司 (watchdata technologies ltd)	董事	关联公司
李响	董事	KKR亚洲有限公司	董事总经理	无
王一江	独立董事	徐工集团工程机械股份有限公司	外部董事	关联公司
		北京国电清新环保技术股份有限公司	独立董事	关联公司
施天涛	独立董事	紫光华宇软件股份有限公司	独立董事	关联公司
		北京汉邦高科数字技术股份有限公司	独立董事	关联公司
余应敏	独立董事	九芝堂股份有限公司	独立董事	关联公司
		广州达意隆包装机械股份有限公司	独立董事	关联公司
		浙江乐叶光伏科技股份有限公司	独立董事	关联公司
		广州宜通世纪科技股份有限公司	独立董事	关联公司
吕本富	独立董事	中德证券有限责任公司	独立董事	关联公司
颜涛	监事	华泽集团有限公司	董事、总裁、法定代表人	关联公司
		湖南省金六福酒业有限公司	董事	关联公司
		北京金六福酒有限公司	董事长、法定代表人	关联公司
		云南金六福酒业有限公司	董事长、法定代表人	关联公司
		云南香格里拉金六福酒业销售有限公司	董事长、法定代表人	关联公司
		云南华悦酒业有限公司	董事长、法定代表人	关联公司
		迪庆香格里拉经济开发区华泽管理有限公司	董事长、法定代表人	关联公司
		云南金六福投资有限公司	董事长	关联公司
		贵州珍酒酿酒有限公司	董事长	关联公司
		贵州珍酒销售有限公司	董事长	关联公司
		湖南湘窖酒业有限公司	董事	关联公司
		安徽临水酒业有限公司	董事	关联公司
		江西李渡酒业有限公司	董事长	关联公司
		滕州今缘春酒业有限公司	董事	关联公司
		桂林湘山酒业有限公司	董事长、法定代	关联公司

姓名	在本公司担任的职务	兼职单位	兼职职务	与本公司是否存在关联关系
			表人	
		吉林省榆树钱酒业有限公司	董事、法定代表人	关联公司
		金六福投资有限公司	副主席、执行董事	关联公司
		云南华鹏投资有限公司	董事长、总经理、法定代表人	关联公司
		北京东方厚地房地产开发有限公司	执行董事、总经理、法定代表人	关联公司
		陕西省太白酒业有限公司	董事	关联公司
		湘潭华鹏包装有限公司	执行董事、总经理、法定代表人	关联公司
		湖南醴陵釉下五彩城开发建设有限公司	董事	关联公司
		云南金六福贸易有限公司	董事长、总经理、法定代表人	关联公司
		德钦华致高原酒窖连锁管理有限公司	董事	关联公司
		醴陵华鹏投资有限公司	执行董事、总经理、法定代表人	关联公司
		湖南开口笑酒业有限公司	法定代表人、董事	关联公司
		黑龙江玉泉酒业有限责任公司	董事长、法定代表人	关联公司
		醴陵华鹏投资管理中心（有限合伙）	委派代表	关联公司
		湖南东方瓷典文化艺术有限公司	董事长、法定代表人	关联公司
朱琳	监事	华泽集团有限公司	董事	关联公司
		湖南省金六福酒业有限公司	董事	关联公司
		北京金六福酒有限公司	董事	关联公司
		云南金六福酒业有限公司	董事	关联公司
		云南香格里拉金六福酒业销售有限公司	董事	关联公司
		云南华悦酒业有限公司	董事	关联公司
		迪庆香格里拉经济开发区华泽管理有限公司	董事	关联公司
		湖南湘窖酒业有限公司	董事	关联公司
		安徽临水酒业有限公司	董事	关联公司
		江西李渡酒业有限公司	董事	关联公司
		滕州今缘春酒业有限公司	董事	关联公司
		四川金六福酒业有限公司	董事	关联公司
		桂林湘山酒业有限公司	董事	关联公司
		陕西省太白酒业有限公司	监事	关联公司
		云南华鹏投资有限公司	董事	关联公司

姓名	在本公司担任的职务	兼职单位	兼职职务	与本公司是否存在关联关系
		长沙华致酒业有限公司	监事	关联公司
		德钦华致高原酒窖连锁管理有限公司	监事	关联公司
		湖南东方瓷典文化艺术有限公司	监事	关联公司
唐玲	监事	华泽集团有限公司	监事	关联公司
		湖南省金六福酒业有限公司	监事	关联公司
		北京金六福酒有限公司	监事	关联公司
		云南金六福酒业有限公司	监事	关联公司
		云南香格里拉金六福酒业销售有限公司	监事	关联公司
		云南华悦酒业有限公司	监事	关联公司
		迪庆香格里拉经济开发区华泽管理有限公司	监事	关联公司
		云南金六福投资有限公司	监事	关联公司
		安徽临水酒业有限公司	董事	关联公司
		江西李渡酒业有限公司	董事	关联公司
		滕州今缘春酒业有限公司	董事	关联公司
		四川金六福酒业有限公司	董事	关联公司
		桂林湘山酒业有限公司	监事	关联公司
		吉林省榆树钱酒业有限公司	监事	关联公司
		云南华鹏投资有限公司	董事	关联公司
		云南金六福贸易有限公司	监事	关联公司
		醴陵华致酒业有限公司	监事	关联公司
		醴陵华鹏投资有限公司	监事	关联公司
		湖南开口笑酒业有限公司	监事	关联公司
张杰	监事	四川美丰化工股份有限公司	董事	关联公司
		陕西秦川机床工具集团有限公司	董事	关联公司
		陕西西凤酒集团股份有限公司	董事	关联公司
		北京金隅股份有限公司	监事	无
		万达电影院线股份有限公司	监事	无
		新远景成长（天津）股权投资合伙企业（有限合伙）	委派代表	无
瞿京伟	监事	杭州华致贸易有限公司	监事	关联公司

六、本公司董事、监事、高级管理人员之间存在的关系情况

公司董事、监事、高级管理人员中，唐玲为吴向东配偶的姐姐。除上述亲属关系外，公司董事、监事、高级管理人员相互之间不存在亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员与公司签署的协议，以及上述人员做出的重要承诺

公司董事、非职工监事均由股东大会选举产生；公司高级管理人员均与公司签定了《劳动合同》和《聘用合同》。

公司董事长暨实际控制人吴向东与公司签订了避免同业竞争的协议，具体内容请见“第七节 同业竞争和关联交易”之“一、同业竞争”之“（二）避免同业竞争的措施”。

本公司董监高股份锁定的相关承诺具体请见本节“九、本公司董事、监事、高级管理人员的股份锁定安排”。

本公司董监高的其他承诺请见“第五节 发行人基本情况”之“十、持有公司5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺”。

八、本公司董事、监事、高级管理人员的任职资格

发行人的董事、监事和高级管理人员符合法律、行政法规和规章规定的任职资格，且不存在下列情形：

- 1、被中国证监会采取证券市场禁入措施尚在禁入期的；
- 2、最近 36 个月内受到中国证监会行政处罚，或者最近 12 个月内受到证券交易所公开谴责；
- 3、因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见。

九、本公司董事、监事、高级管理人员的股份锁定安排

公司董事长吴向东先生承诺：自华致酒行 A 股股票在深圳证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人已直接和间接持有的华致酒行 A 股股份，也不由华致酒行回购本人直接或间接持有的华致酒行 A 股股份。

公司董事李大海先生承诺如下：自华致酒行 A 股股票在深圳证券交易所上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人已直接和间接持有的华致酒行 A 股股份，也不由华致酒行回购本人直接或间接持有的华致酒行 A 股股份。上述锁定期届满后，在本人担任华致酒行董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持有华致酒行的股份总数的百分之二十五；离职后半年内不转让本人所持有的华致酒行的股份。

十、本公司董事、监事、高级管理人员最近三年的变动情况

（一）董事变动情况

姓名	担任职务	任职时间	离任时间	变动原因
吴向东	董事、董事长	2005年5月	-	未变动
谭志强	董事	2010年9月起担任董事，2007年5月-2008年12月曾任董事	-	正常聘任
陈臻	董事、副董事长	2010年10月	-	完善治理结构聘任
彭宇清	董事	2005年5月进入公司，2010年9月担任董事	-	正常聘任
张迎昊	董事	2010年9月	-	股权变动聘任
李大海	董事	2010年10月	-	股权变动聘任
李响	董事	2010年10月	-	股权变动聘任
吕本富	独立董事	2010年11月	-	完善治理结构聘任
余应敏	独立董事	2010年11月	-	完善治理结构聘任
王一江	独立董事	2010年11月	-	完善治理结构聘任
施天涛	独立董事	2010年11月	-	完善治理结构聘任
颜涛	原董事	2008年以前	2010年10月	担任监事
孙建新	原董事	2008年以前	2010年9月	正常离任
朱琳	原董事	2008年以前	2010年10月	担任监事
李娟	原董事	2008年12月	2010年9月	股权变动离任

江健	原董事	2008年12月	2010年9月	股权变动离任
冯建军	原董事	2008年12月	2010年9月	股权变动离任

吴向东报告期内一直担任公司董事长、未发生变动。

报告期内，因业务关系，总经理谭志强、副总经理彭宇清正常聘任为董事；公司为完善治理结构公司聘任了王一江等四名独立董事和一名兼任董事会秘书的董事陈臻；因股权变动公司聘任了张迎昊等三名董事。

报告期内、公司有六位董事离任，其中李娟等三人因发行人股权变动而离任，颜涛等二人被选举为公司监事，孙建新为正常离任。

（二）监事变动情况

2008年和2009年公司未设监事会，一直由唐玲担任监事。

2010年9月，华致有限股权转让，2010年9月30日，新进股东向华致有限委派监事，监事由唐玲变更为唐玲和张杰。

2010年11月24日，华致有限整体变更为股份有限公司，选举产生了第一届监事会，成员为颜涛、朱琳、唐玲、张杰、张静、瞿京伟。

（三）高级管理人员人员变动情况

姓名	担任职务	任职时间	离任时间	变动原因
谭志强	总经理	2007年5月-2008年12月担任董事， 2009年2月起担任总经理	-	正常工作变动，担任董事或总经理时间超过36个月
陈臻	董事会秘书	2010年11月	-	公司新增岗位聘任
彭宇清	副总经理	2005年5月	-	履职时间超过36个月
舒曼	副总经理，原任助理总经理	2005年7月进入公司，2010年1月起担任现职	-	正常升迁
黄飞	副总经理，原任助理总经理	2006年1月进入公司，2010年1月起担任现职	-	正常升迁
陈舒羽	副总经理	2010年1月	-	公司新增岗位聘任
晏卫国	副总经理	2010年1月	-	报告期正常聘任
朱力	副总经理	2010年11月	-	报告期正常聘任
郝岚	副总经理	2010年11月	-	报告期正常聘任
贺会锋	财务总监	2008年3月	-	履职时间超过36个月
颜涛	原总经理	2005年5月	2008年12月	正常离任

姓名	担任职务	任职时间	离任时间	变动原因
孙建新	原总经理	2008年12月	2009年2月	正常离任
张言志	原副总经理	2010年1月	2010年10月	正常离任

公司高级管理人员中，总经理谭志强在公司担任董事或总经理时间超过 36 个月，副总经理彭宇清、财务总监贺会锋履职时间超过 36 个月；舒曼、黄飞二人在报告期以前即在公司任职，报告期内被聘任为副总经理是正常升迁，该二人在被聘任为副总经理前后所负责的工作未发生变化；陈臻等五人为公司报告期内因业务需要新增岗位聘任或因为强化部门职能引进的专业人才。

（四）董事、高级管理人员变动情况分析

1、报告期内，公司实际控制人一直为吴向东先生，且吴向东先生一直担任发行人董事长。作为公司创立和发展的核心人物，吴向东先生对公司经营战略的制定和日常经营管理具有关键性作用，吴向东先生担任董事长期间公司专注于主营业务，业绩增长迅速，公司经营策略具有延续性和稳定性，未发生重大变化。

2、本公司其他董事中，现任董事谭志强、彭宇清在发行人担任董事或在公司工作时间超过 36 个月，系因业务需要聘任为董事（其中谭志强在 2007 年 5 月至 2008 年 12 月曾担任公司董事职务）；现任董事陈臻兼任公司董事会秘书，系公司因业务需要新聘任的董事；现任董事张迎昊、李大海、李响系因股权变动，代表股东履行职责而担任董事；此外，为完善公司治理结构，公司新聘任了四名独立董事。报告期内离任的六名董事中，原董事颜涛、朱琳被选举为公司监事，以不同身份参与公司经营决策；原董事冯建军、李娟、江健未在公司担任执行职务，仅代表原股东履行职责，因股东发生变化不再担任董事；董事孙建新因工作变动正常离任。上述董事任职及离任出于发行人业务发展需要，有利于完善发行人治理结构，并未对发行人经营战略的一致性及稳定性产生重大不利影响。

3、高级管理人员中，总经理谭志强在负责公司整体日常经营的同时，还分管公司业务核心部门运营管理一部，副总经理彭宇清、副总经理舒曼、副总经理黄飞、财务总监贺会锋分别分管公司业务核心部门酒行开发部、重要客户部、运营管理二部和财务部。其中，谭志强、彭宇清、贺会锋担任公司董事或高级管理人员时间超过 36 个月；报告期内，舒曼、黄飞在未担任副总经理前即在公司任职，且为其目前分管部门的负责人。报告期内，上述五人的职责未发生重大变化。

其他五名高管人员陈臻、陈舒羽、晏卫国、朱力、郝岚分别负责董事会办公室、运营管理三部、酒行开发部（副职）、市场部和人力资源部，其中，陈臻、陈舒羽系公司报告期内因业务需要新设岗位聘任，晏卫国、朱力、郝岚系公司报告期内为强化部门职能引进的专业人才，并非公司人事调整，不会对公司经营稳定性造成不利影响。

综上，保荐机构、律师认为，报告期内发行人董事、高级管理人员的变动不构成董事、高级管理人员的重大变化，符合《首次公开发行股票并上市管理办法》第十二条的要求。

第九节 公司治理

本公司成立以来，依据相关法律、法规的要求，并结合业务经营具体情况，逐步建立、完善了由公司股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间的相互协调和制衡机制，为公司高效、稳健经营提供了组织保证。本公司根据《公司法》、《上市公司章程指引》、《上市公司股东大会规则》等法律、法规的规定，制定了《公司章程》，并制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》及《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》、《对外担保管理制度》等治理文件。此外，本公司还聘任了四名专业人士担任公司独立董事，参与公司的决策和监督，增强董事会决策的科学性、客观性，提高公司的治理水平。

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

股东大会是本公司最高权力机构。2010年11月24日，本公司召开创立大会暨第一次股东大会选举产生了本公司第一届董事会成员和第一届监事会成员，审议通过了《公司章程》及《股东大会议事规则》，对股东大会的权责和运作程序做了具体规定：

1、股东权利和义务

《公司章程》第三十三条规定，公司股东享有下列权利：

（一）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；

（二）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；

（三）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；

（四）依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股

份；

（五）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；

（六）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；

（七）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；

（八）法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

《公司章程》第三十八条规定，公司股东承担下列义务：

（一）遵守法律、行政法规和本章程；

（二）依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；

（三）除法律、法规规定的情形外，不得退股；

（四）不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；

公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任。

公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任。

（五）法律、行政法规及本章程规定应当承担的其他义务。

2、股东大会的职权

《公司章程》第四十一条规定股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

（一）决定公司的经营方针和投资计划；

（二）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的

报酬事项；

- （三）审议批准董事会的报告；
- （四）审议批准监事会报告；
- （五）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （六）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （七）对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- （八）对发行公司债券作出决议；
- （九）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- （十）对修改本章程作出决议；
- （十一）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- （十二）审议批准第四十二条规定的担保事项；
- （十三）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30%的事项；
- （十四）审议批准变更募集资金用途事项；
- （十五）审议股权激励计划；
- （十六）审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

3、股东大会的议事规则

（1）会议的召开

《股东大会议事规则》第十条规定：股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开一次，应于上一个会计年度完结之后的 6 个月之内举行。

《股东大会议事规则》第十一条规定：有下列情形之一的，公司在事实发生

之日起 2 个月以内召开临时股东大会：

- （一）董事人数不足《公司法》规定人数或者《公司章程》所定人数的 2/3 时；
- （二）公司未弥补的亏损达实收股本总额 1/3 时；
- （三）单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东请求时；
- （四）董事会认为必要时；
- （五）监事会提议召开时；
- （六）法律、行政法规、部门规章或《公司章程》规定的其他情形。

《股东大会议事规则》第二十一条规定：召集人应于年度股东大会召开 20 日前（不包括会议召开当日）以公告方式通知各股东，临时股东大会应于会议召开 15 日前（不包括会议召开当日）以公告方式通知各股东。

《股东大会议事规则》第二十四条规定：发出股东大会通知后，无正当理由，股东大会不应延期或取消，股东大会通知中列明的提案不应取消。一旦出现延期或取消的情形，召集人应当在原定召开日前至少 2 个工作日通知全体股东并说明原因。延期召开股东大会的，还应当在通知中说明延期召开股东大会的日期。

（2）提案的提交

《股东大会议事规则》第十九条指出：提案的内容应当属于股东大会职权范围，有明确议题和具体决议事项，并且符合法律、行政法规和《公司章程》的有关规定。

《股东大会议事规则》第二十条规定：公司召开股东大会，董事会、监事会、单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。

单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东，可以在股东大会召开 10 日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后 2 日内发出股东大会补充通知，说明临时提案的内容。

除前款规定外，召集人在发出股东大会通知后，不得修改股东大会通知中已

列明的提案或增加新的提案。

股东大会通知和补充通知中未列明或不符合本规则第十九条规定的提案，股东大会不得进行表决并作出决议。

（3）股东大会的表决和决议

《股东大会议事规则》第四十二条指出：股东大会决议分为普通决议和特别决议。股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数通过。股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过。

《股东大会议事规则》第四十六条指出：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；股东大会的决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

公司持有自己的股份没有表决权,且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。

4、股东大会的运行情况

本公司根据《公司法》、《证券法》等法律法规及《公司章程》制定了《股东大会议事规则》，对股东大会的召集、提案和通知、召开方式、召开条件、表决方式等作出了明确的规定。

自 2010 年 11 月 24 日创立大会以来，公司股东大会严格根据《公司法》、《公司章程》和《股东大会议事规则》等规定规范运作，对公司财务决算、利润分配、重大关联交易、首次公开发行股票和募集资金投向等重大事宜作出了有效决议。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会的构成

依据《公司章程》第一百二十条规定，董事会由 11 名董事组成，其中包括 4 名独立董事。董事会设董事长 1 人，副董事长 1 人。

2、董事会的职权

根据《公司章程》第一百二十一条规定，董事会行使下列职权：

- （一）召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- （二）执行股东大会的决议；
- （三）决定公司的经营计划和投资方案；
- （四）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （五）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （六）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；
- （七）拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；
- （八）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；
- （九）决定公司内部管理机构的设置；
- （十）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；
- （十一）制订公司的基本管理制度；
- （十二）制订本章程的修改方案；
- （十三）制定股权激励计划的方案；
- （十四）管理公司信息披露事项；
- （十五）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
- （十六）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；
- （十七）法律、行政法规、部门规章、本章程或股东大会决议授予的其他职权。

3、董事会议事规则

(1) 会议的召开

《董事会议事规则》第二十二条规定：代表 1/10 以上表决权的股东、1/3 以上董事或者监事会，可以提议召开董事会临时会议。董事长应当自接到提议后十日内，召集和主持董事会会议。

(2) 提案与表决

《董事会议事规则》第三十一条规定：会议主持人应当逐一提请出席董事会会议的董事对各项提案发表明确的意见。

对于根据规定需要独立董事事前认可的提案，会议主持人应当在讨论有关提案前，指定一名独立董事宣读独立董事达成的书面认可意见。

除征得全体与会董事的一致同意外，董事会会议不得就未包括在会议通知中的提案进行表决。

《董事会议事规则》第三十二条规定：提案经过充分讨论后，主持人应当适时提请与会董事对提案逐一分别进行表决。

董事会决议表决方式为：举手表决或记名投票表决。每名董事有一票表决权。

董事的表决意向分为同意、反对和弃权。与会董事应当从上述意向中选择其一，未做选择或者同时选择两个以上意向的，会议主持人应当要求有关董事重新选择，拒不选择的，视为弃权；中途离开会场不回而未做选择的，视为弃权。

《董事会议事规则》第三十四条规定：出现下述情形的，董事应当对有关提案回避表决：

(一) 法律、法规规定董事应当回避的情形；

(二) 董事本人认为应当回避的情形；

(三) 本公司《公司章程》规定的因董事与会议提案所涉及的企业有关联关系而须回避的其他情形。

在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席

即可举行，形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足三人的，不得对有关提案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。

4、董事会运行情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事会运行规范，董事会成员严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使自己的权利。历次会议的召集、提案、出席、议事、表决及会议记录规范。

（三）董事会专门委员会

公司董事会设立如下专门委员会：

1、战略委员会

2010年11月24日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了由吴向东、王一江、李响、张迎昊和彭宇清董事担任董事会战略委员会委员，其中，吴向东担任该委员会召集人。

《董事会战略委员会工作规则》第八条规定战略委员会的主要职责权限为：

- （一）对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；
- （二）对须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；
- （三）对须经董事会批准的重大生产经营决策项目进行研究并提出建议；
- （四）对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；
- （五）对以上事项的实施进行检查；
- （六）法律、行政法规、规范性文件以及董事会授权的其他事宜。

2、提名委员会

2010年11月24日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了由吕本富、施天涛、吴向东董事担任提名委员会委员，其中，吕本富担任该委员会

召集人。

《董事会提名委员会工作细则》第七条规定提名委员会的主要职责权限为：

（一）根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；

（二）研究董事、高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；

（三）广泛搜寻合格的董事、高级管理人员的人选；

（四）对董事候选人人选进行审查并提出建议；

（五）对须提请董事会聘任的高级管理人员进行审查并提出建议；

（六）董事会授权的其他事宜。

3、薪酬与考核委员会

2010年11月24日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了由王一江、施天涛、谭志强董事担任薪酬与考核委员会委员，其中，王一江担任该委员会召集人。

《董事会薪酬与考核委员会工作规则》第九条规定薪酬与考核委员会的主要职责权限为：

（一）研究董事总裁及其他高级管理人员考核的标准，进行考核并提出建议；

（二）研究和审查董事、监事、高级管理人员的薪酬政策与方案。

4、审计委员会

2010年11月24日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了由余应敏、吕本富、陈臻董事担任审计委员会委员，其中，余应敏担任该委员会召集人。

《董事会审计委员会工作规则》第九条规定审计委员会的主要职责权限为：

（一）提议聘请或更换会计师事务所；

- (二) 监督公司的内部审计制度及其实施；
- (三) 负责内部审计与外部审计之间的沟通；
- (四) 审核公司的财务信息及其披露；
- (五) 审查公司的内控制度。

(四) 监事会制度的建立健全及运行情况

1、监事会的构成

依据《公司章程》第一百六十三条规定，公司设监事会。监事会由 6 名监事组成，监事会设主席 1 人。监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事会主席召集和主持监事会会议；监事会主席不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举一名监事召集和主持监事会会议。

监事会应当包括股东代表和适当比例的公司职工代表，其中职工代表的比例不低于 1/3。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生。

2、监事会的职权

《公司章程》第一百六十四条规定，监事会行使下列职权：

- (一) 应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；
- (二) 检查公司财务；
- (三) 对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；
- (四) 当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；
- (五) 提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；
- (六) 向股东大会提出提案；

(七) 依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；

(八) 发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担；

(九) 审议调整公司利润分配政策的议案；

(十) 法律、法规、规范性文件和本章程规定的以及股东大会授予的其他职权。

3、监事会议事规则

《公司章程》第一百六十五条规定：监事会每 6 个月至少召开一次会议。监事可以提议召开临时监事会会议。监事会决议应当经半数以上监事通过。

《监事会议事规则》第二十四条规定：监事会决议时，实行一人一票。监事会决议采取举手、口头或记名投票的方式进行表决。监事会决议应当经半数以上监事通过。

《监事会议事规则》第二十五条规定：出席会议的监事对会议讨论的各项提案，须有明确的同意、反对或弃权的表决意见；未做选择或者同时选择两个以上表决意见的，视为弃权。

4、监事会运行情况

截至本招股说明书签署日，本公司监事会严格按照《公司法》、《公司章程》和《监事会议事规则》的规定，对公司重大事项进行了审议监督，会议通知方式、召开方式、表决方式符合相关规定，会议记录完整规范。

(五) 独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事人数

本公司独立董事 4 人。公司独立董事人数占董事会人数的三分之一以上。

2、独立董事的相关制度安排

公司根据《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《上市公司治理

准则》的相关要求，制定了《独立董事工作规则》，对独立董事工作制度作出了明确规定。

(1) 独立董事的任职资格

《独立董事工作规则》第三条规定：担任独立董事应当符合下列基本条件：

- (一) 根据法律、行政法规及其他有关规定，具备担任公司董事的资格；
- (二) 具有本规则要求的独立性；
- (三) 具备公司运作的基本知识，熟悉相关法律、行政法规、规章及规则；
- (四) 具有五年以上法律、经济或者其他履行独立董事职责所必需的工作经验；

- (五) 法律、行政法规、部门规章以及《公司章程》规定的其他条件。

《独立董事工作规则》第四条规定：下列人员不得担任独立董事：

- (一) 在公司或者其附属企业任职的人员及其直系亲属、主要社会关系（直系亲属是指配偶、父母、子女等；主要社会关系是指兄弟姐妹、岳父母、儿媳女婿、兄弟姐妹的配偶、配偶的兄弟姐妹等）；

- (二) 直接或间接持有公司已发行股份 1%以上或者是公司前十名股东中的自然人股东及其直系亲属；

- (三) 在直接或间接持有公司已发行股份 5%以上的股东单位或者在公司前五名股东单位任职的人员及其直系亲属；

- (四) 最近一年内曾经具有前三项所列举情形的人员；

- (五) 为公司或者其附属企业提供财务、法律、咨询等服务的人员；

- (六) 法律、行政法规、部门规章以及《公司章程》规定的其他人员；

- (七) 有关主管部门认定的其他人员。

(2) 独立董事的提名

《独立董事工作规则》第六条规定：董事会、监事会、单独或合并持有公司

已发行股份 1%以上的股东可以提出独立董事候选人，并经股东大会选举决定。

（3）独立董事的任期

《独立董事工作规则》第八条规定：独立董事每届任期与该公司其他董事任期相同，任期届满，连选可以连任，但是连任不得超过两届。

（4）独立董事的特别职权

《独立董事工作规则》第十三条规定：独立董事除应当具有公司法和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，公司还应当赋予独立董事以下特别职权：

（一）重大关联交易应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以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）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

（三）向董事会提请召开临时股东大会；

（四）提议召开董事会；

（五）独立董事可独立聘请外部审计机构和咨询机构，对公司的具体事项进行审计和咨询，相关费用由公司承担；

（六）可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

对独立董事要求召开临时股东大会的提议，董事会应当根据法律、行政法规和《公司章程》的规定，在收到提议后 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。

《独立董事工作规则》第十四条规定：独立董事除履行上述职责外，还应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

（一）提名、任免董事；

（二）聘任或解聘高级管理人员；

（三）公司董事、高级管理人员的薪酬；

（四）需要披露的关联交易、委托理财、对外提供财务资助、股票及其衍生品种投资等重大事项；

（五）公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于上市公司最近经审计净资产值的 5%的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款，公司重大购买、出售、置换资产是否有利于公司和全体股东；

（六）独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；

（七）公司当年盈利但年度董事会未提出包含现金分红的利润分配预案；

（八）在年度报告中，对公司累计和当期对外担保情况、执行相关规定情况进行专项说明，并发表独立意见；

（九）需要披露的对外担保事项（不含对合并报表范围内子公司提供担保）；

（十）股权激励计划；

（十一）变更募集资金用途；

（十二）公司章程规定的其他事项；

（十三）相关法律法规、证券监管机构、证券交易所要求独立董事发表意见的事项。

独立董事应当就上述事项发表以下几类意见之一：同意；保留意见及其理由；反对意见及其理由；无法发表意见及其障碍。

3、独立董事实际发挥作用的情况

公司独立董事自公司实施独立董事制度以来充分发挥了其在公司运作中的作用，对公司重大事项和关联交易事项的决策，对公司法人治理结构的完善起到了积极的作用，独立董事所具备的丰富的专业知识和勤勉尽责的职业道德在董事会制定公司发展战略、发展计划和经营决策，以及确定募集资金投资项目等方面发挥了良好的作用，有力的保障了公司经营决策的科学性和公正性。

（六）董事会秘书制度的建立及执行

《公司章程》规定公司设董事会秘书。董事会秘书是公司高级管理人员，董事会秘书的聘任或解聘由董事会决定。

根据《董事会秘书工作规则》第六条规定：董事会秘书应当对公司和董事会负责，履行如下职责：

（一）负责公司和相关当事人与有关监管机构之间的沟通和联络；

（二）按照法定程序筹备股东大会、董事会会议及有关专门委员会，准备和提交有关会议文件和资料；

（三）参加董事会会议，制作会议记录并签字；

（四）负责保管公司股东名册、董事和监事及高级管理人员名册、控股股东及董事、监事和高级管理人员持有本公司股票的资料，以及股东大会、董事会会议文件和会议记录等；

（五）促使董事会依法行使职权；在董事会拟作出的决议违反法律、行政法规、部门规章及其他相关规定或者公司章程时，应当提醒与会董事，并提请列席会议的监事就此发表意见；如果董事会坚持作出上述决议，董事会秘书应将有关监事和其个人的意见记载于会议记录；

（六）法律、法规、公司章程或本规则要求履行的其他职责。

二、发行人最近三年违法违规行为情况

本公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，自成立至今，发行人及其董事、监事和高级管理人员严格按照《公司章程》及相关法律法规的规定开展经营活动。公司及其控股子公司最近三年不存在重大违法违规行为，也不存在因重大违法违规行为被相关主管机构处罚的情况。

三、资金占用及对外担保情况

公司有严格的资金管理制度。截至本招股说明书签署日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，也不存在对外担保。

四、内部控制制度有效性的自我评估和鉴证意见

（一）本公司管理层对内部控制制度的自我评估意见

管理层对公司的内部控制制度进行了自查和评估后认为：公司的内部控制制度制定以来，各项制度得到了有效的实施。内部控制制度的制定和运行，确保了公司经营的正常、有效进行，促进了公司的内部管理，使公司的经营业绩显著提高。我们认为，公司的内部控制是合理的、完整的，经运行检验是可行和有效的，能够合理地保证内部控制目标的达成。

（二）注册会计师对发行人内部控制制度的评价报告

福建华兴出具的闽华兴所(2011)审核字 H-013 号《内部控制审核报告》认为：华致酒行按照《企业内部控制基本规范》于 2011 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与会计报表编制相关的有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

福建华兴对公司最近三年一期的财务报表进行了审计，并出具了标准无保留意见的审计报告（闽华兴所[2011]审字 H-039 号）。

以下引用的财务会计信息，非经特别说明，均引自经福建华兴审计的公司财务会计报表。投资者若欲详细了解公司最近三年一期的财务会计信息，请阅读本招股说明书备查文件（三）“财务报表及审计报告”。

一、会计报表

（一）合并资产负债表

合并资产负债表（资产部分）

单位：元

项 目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
流动资产：				
货币资金	141,799,841.83	152,062,905.04	72,904,501.32	3,379,313.70
结算备付金	-	-	-	-
拆出资金	-	-	-	-
交易性金融资产	-	-	-	-
应收票据	1,115,000.00	18,640,343.20	1,310,000.00	3,057,040.00
应收账款	34,313,208.01	36,021,754.83	16,364,602.03	20,962,817.42
预付款项	128,157,353.78	127,979,635.75	99,585,174.03	107,963,993.21
应收保费	-	-	-	-
应收分保账款	-	-	-	-
应收分保合同准备金	-	-	-	-
应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
其他应收款	6,255,499.28	4,523,413.53	4,218,196.36	4,014,171.79
买入返售金融资产	-	-	-	-
存货	1,042,097,918.21	895,980,070.74	612,651,731.31	340,995,805.93
一年内到期的非流动资产	3,526,423.59	2,429,860.32	110,945.45	-
其他流动资产	-	-	-	-
流动资产合计	1,357,265,244.70	1,237,637,983.41	807,145,150.50	480,373,142.05
非流动资产：				
发放委托贷款及垫款	-	-	-	-

项 目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
可供出售金融资产	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	-	-	-	-
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	7,943,021.08	939,335.30	547,176.23	390,079.03
在建工程	-	-	-	-
工程物资	-	-	-	-
固定资产清理	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
无形资产	46,723.41	54,510.64	-	-
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	70,864,903.14	66,366,831.44	48,020,090.51	38,228,500.66
递延所得税资产	10,130,758.24	7,963,313.60	5,168,037.80	192,342.45
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	88,985,405.87	75,323,990.98	53,735,304.54	38,810,922.14
资产总计	1,446,250,650.57	1,312,961,974.39	860,880,455.04	519,184,064.19

合并资产负债表（负债和股东权益部分）

单位：元

项 目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
流动负债：				
短期借款	365,000,000.00	-	-	-
向中央银行借款	-	-	-	-
吸收存款及同业存放	-	-	-	-
拆入资金	-	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-
应付票据	61,000,000.00	350,000,000.00	-	-
应付账款	58,077,909.18	44,644,712.84	86,139,523.80	63,724,541.50
预收款项	84,426,603.25	159,066,158.72	59,357,369.30	68,904,457.98
卖出回购金融资产款	-	-	-	-
应付手续费及佣金	-	-	-	-
应付职工薪酬	19,163,806.08	21,427,708.55	13,493,147.50	4,983,535.12
应交税费	21,300,801.66	44,167,407.70	29,015,481.41	4,612,499.60
应付利息	640,125.00	85,477.51	12,372,300.00	-
应付股利	-	120,000,000.00	236,500,000.00	229,500,000.00
其他应付款	58,865,435.83	60,440,977.98	82,097,966.37	33,933,520.97
应付分保账款	-	-	-	-

项 目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
保险合同准备金	-	-	-	-
代理买卖证券款	-	-	-	-
代理承销证券款	-	-	-	-
一年内到期的 非流动负债	-	-	-	-
其他流动负债	49,653,964.98	48,277,035.57	39,029,778.95	26,604,882.36
流动负债合计	718,128,645.98	848,109,478.87	558,005,567.33	432,263,437.53
非流动负债：				
长期借款	55,000,000.00	55,000,000.00	-	-
应付债券	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
专项应付款	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	55,000,000.00	55,000,000.00	-	-
负债合计	773,128,645.98	903,109,478.87	558,005,567.33	432,263,437.53
所有者权益或股东权益：				
实收资本或股本	165,000,000.00	165,000,000.00	50,000,000.00	50,000,000.00
资本公积	162,451,999.34	162,451,999.34	-	-
减：库存股	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	7,440,899.30	7,440,899.30	25,000,000.00	25,000,000.00
一般风险准备	-	-	-	-
未分配利润	338,359,329.97	75,011,087.97	227,874,887.71	11,920,626.66
外币报表折算差额	-130,224.02	-51,491.09	-	-
归属于母公司所有者 权益合计	673,122,004.59	409,852,495.52	302,874,887.71	86,920,626.66
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	673,122,004.59	409,852,495.52	302,874,887.71	86,920,626.66
负债和所有者权益总计	1,446,250,650.57	1,312,961,974.39	860,880,455.04	519,184,064.19

(二) 母公司资产负债表

母公司资产负债表（资产部分）

单位：元

项 目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
流动资产：				
货币资金	121,027,932.45	138,023,261.43	53,471,156.16	3,379,313.70
交易性金融资产	-	-	-	-
应收票据	1,115,000.00	18,640,343.20	1,010,000.00	3,057,040.00
应收账款	29,197,058.86	36,766,472.48	16,707,691.93	20,962,817.42
预付款项	135,370,847.83	133,116,293.09	99,574,209.03	107,963,993.21
应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
其他应收款	14,721,605.44	9,957,379.40	14,212,861.40	4,014,171.79
存货	1,036,464,434.15	880,271,738.98	612,485,988.19	340,995,805.93
一年内到期的非流动资产	3,526,423.59	2,429,860.32	110,945.45	-
其他流动资产	-	-	-	-
流动资产合计	1,341,423,302.32	1,219,205,348.90	797,572,852.16	480,373,142.05
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	3,882,959.22	3,973,619.21	-	-
长期股权投资	79,000,000.88	67,000,000.88	55,000,000.00	-
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	2,352,548.84	919,884.49	539,890.84	390,079.03
在建工程	-	-	-	-
工程物资	-	-	-	-
固定资产清理	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
无形资产	46,723.41	54,510.64	-	-
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	70,864,903.14	66,366,831.44	48,020,090.51	38,228,500.66
递延所得税资产	8,751,810.05	7,836,379.46	5,142,808.39	192,342.45
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	164,898,945.54	146,151,226.12	108,702,789.74	38,810,922.14
资产总计	1,506,322,247.86	1,365,356,575.02	906,275,641.90	519,184,064.19

母公司资产负债表（负债和股东权益部分）

单位：元

项 目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
流动负债：				
短期借款	365,000,000.00	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-
应付票据	71,000,000.00	350,000,000.00	-	-
应付账款	52,839,996.78	31,999,390.81	86,250,796.17	63,724,541.50
预收款项	169,153,852.41	237,655,915.89	104,440,694.30	68,904,457.98
应付职工薪酬	18,671,485.73	20,916,804.21	13,450,354.29	4,983,535.12
应交税费	19,474,014.74	44,841,490.98	29,159,374.67	4,612,499.60
应付利息	640,125.00	85,477.51	12,372,300.00	-
应付股利	-	120,000,000.00	236,500,000.00	229,500,000.00
其他应付款	54,230,434.10	54,862,870.53	81,462,938.20	33,933,520.97
一年内到期的 非流动负债	-	-	-	-
其他流动负债	49,620,846.65	48,065,688.55	39,017,748.23	26,604,882.36
流动负债合计	800,630,755.41	908,427,638.48	602,654,205.86	432,263,437.53
非流动负债：				
长期借款	55,000,000.00	55,000,000.00	-	-
应付债券	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
专项应付款	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	55,000,000.00	55,000,000.00	-	-
负债合计	855,630,755.41	963,427,638.48	602,654,205.86	432,263,437.53
所有者权益或股东权益：				
实收资本或股本	165,000,000.00	165,000,000.00	50,000,000.00	50,000,000.00
资本公积	162,451,999.34	162,451,999.34	-	-
减：库存股	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	7,440,899.30	7,440,899.30	25,000,000.00	25,000,000.00
一般风险准备	-	-	-	-
未分配利润	315,798,593.81	67,036,037.90	228,621,436.04	11,920,626.66
所有者权益合计	650,691,492.45	401,928,936.54	303,621,436.04	86,920,626.66
负债和所有者权益总计	1,506,322,247.86	1,365,356,575.02	906,275,641.90	519,184,064.19

(三) 合并利润表

单位：元

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
一、 营业总收入	984,638,820.87	1,337,242,430.45	849,057,510.16	611,601,917.58
其中：营业收入	984,638,820.87	1,337,242,430.45	849,057,510.16	611,601,917.58
利息收入	-	-	-	-
已赚保费	-	-	-	-
手续费及佣金收入	-	-	-	-
二、 营业总成本	668,475,492.91	958,047,894.60	596,202,444.12	403,879,400.69
其中：营业成本	537,215,740.74	771,196,646.86	488,142,455.20	310,333,497.44
利息支出	-	-	-	-
手续费及佣金支出	-	-	-	-
退保金	-	-	-	-
赔付支出净额	-	-	-	-
提取保险合同准备金净额	-	-	-	-
保单红利支出	-	-	-	-
分保费用	-	-	-	-
营业税金及附加	5,160,308.40	6,403,271.78	2,349,867.50	759,200.64
销售费用	104,498,284.44	146,816,615.09	83,144,005.27	93,490,922.60
管理费用	15,702,216.94	21,273,581.03	9,896,827.66	6,348,828.70
财务费用	4,817,254.10	10,342,413.94	12,017,312.32	-99,791.99
资产减值损失	1,081,688.29	2,015,365.90	651,976.17	-6,953,256.70
加： 公允价值变动收益	-	-	-	-
投资收益	-	-	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
汇兑收益	-	-	-	-
三、 营业利润	316,163,327.96	379,194,535.85	252,855,066.04	207,722,516.89
加：营业外收入	260,755.53	4,600,000.00	4,177,520.40	3,111,258.95
减：营业外支出	509,346.73	79,714.04	261,644.76	89,980.98
其中：非流动资产处置损失	-	-	-	-
四、 利润总额	315,914,736.76	383,714,821.81	256,770,941.68	210,743,794.86
减：所得税费用	52,566,494.76	50,033,023.23	30,816,680.63	-192,342.45
五、 净利润	263,348,242.00	333,681,798.58	225,954,261.05	210,936,137.31
归属于母公司所有者的净利润	263,348,242.00	333,681,798.58	225,954,261.05	210,936,137.31
少数股东损益	-	-	-	-
六、 每股收益：				
（一）基本每股收益	1.60	4.24	3.69	3.44

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
(二) 稀释每股收益	1.60	4.24	3.69	3.44
七、其他综合收益	-78,732.93	-51,491.09	-	-
八、综合收益总额	263,269,509.07	333,630,307.49	225,954,261.05	210,936,137.31
归属于母公司所有者的综合收益总额	263,269,509.07	333,630,307.49	225,954,261.05	210,936,137.31
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-

(四) 母公司利润表

单位：元

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
一、营业收入	940,051,425.38	1,304,537,184.64	847,781,025.52	611,601,917.58
减：营业成本	525,722,150.05	764,912,835.92	488,296,167.58	310,333,497.44
营业税金及附加	4,616,308.92	5,308,977.80	2,305,168.73	759,200.64
销售费用	93,804,117.75	138,609,055.11	81,033,379.11	93,490,922.60
管理费用	15,142,985.30	21,017,745.75	9,835,646.86	6,348,828.70
财务费用	4,768,231.82	10,508,937.90	12,152,235.18	-99,791.99
资产减值损失	843,400.62	2,010,331.19	585,979.48	-6,953,256.70
加：公允价值变动收益	-	-	-	-
投资收益	-	3,815,645.15	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
二、营业利润	295,154,230.92	365,984,946.12	253,572,448.58	207,722,516.89
加：营业外收入	5,655.53	4,600,000.00	4,177,520.40	3,111,258.95
减：营业外支出	508,595.36	1,766.38	261,644.76	89,980.98
其中：非流动资产处置损失	-	-	-	-
三、利润总额	294,651,291.09	370,583,179.74	257,488,324.22	210,743,794.86
减：所得税费用	45,888,735.18	45,622,979.56	30,787,514.84	-192,342.45
四、净利润	248,762,555.91	324,960,200.18	226,700,809.38	210,936,137.31
五、每股收益：				
(一) 基本每股收益				
(二) 稀释每股收益				
六、其他综合收益	-	-	-	-
七、综合收益总额	248,762,555.91	324,960,200.18	226,700,809.38	210,936,137.31

(五) 合并现金流量表

单位：元

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
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	1,075,273,803.60	1,635,740,501.21	999,068,164.92	673,882,190.38
客户存款和同业存放款项净增加额	-	-	-	-
向中央银行借款净增加额	-	-	-	-
向其他金融机构拆入资金净增加额	-	-	-	-
收到原保险合同保费取得的现金	-	-	-	-
收到再保险业务现金净额	-	-	-	-
保户储金及投资款净增加额	-	-	-	-
处置交易性金融资产净增加额	-	-	-	-
收取利息、手续费及佣金的现金	-	-	-	-
拆入资金净增加额	-	-	-	-
回购业务资金净增加额	-	-	-	-
收到的税费返还	255,000.00	4,580,000.00	4,100,000.00	3,090,000.00
收到其他与经营活动有关的现金	8,096,242.21	31,122,733.49	6,441,065.57	6,689,624.66
经营活动现金流入小计	1,083,625,045.81	1,671,443,234.70	1,009,609,230.49	683,661,815.04
购买商品、接受劳务支付的现金	1,063,841,743.56	586,170,184.80	84,694,572.52	63,893,973.51
客户贷款及垫款净增加额	-	-	-	-
存放中央银行和同业款项净增加额	-	-	-	-
支付原保险合同赔付款项的现金	-	-	-	-
支付利息、手续费及佣金的现金	-	-	-	-
支付保单红利的现金	-	-	-	-
支付给职工以及为职工支付的现金	41,113,440.30	42,849,571.97	22,503,965.79	23,443,196.91
支付的各项税费	135,616,415.88	118,087,793.11	31,261,776.29	26,422,646.34
支付其他与经营活动有关的现金	63,805,718.08	492,751,480.05	775,957,815.60	491,908,241.89
经营活动现金流出小计	1,304,377,317.82	1,239,859,029.93	914,418,130.20	605,668,058.65
经营活动产生的现金流量净额	-220,752,272.01	431,584,204.77	95,191,100.29	77,993,756.39
二.投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金		98,812,500.00	22,000,000.00	3,574,045.70
取得投资收益收到的现金		1,575,933.44	-	-
处置固定资产、无形资产和 其他长期资产收回的现金净额	-	-	-	-
处置子公司及其他营业单位 收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	-	100,388,433.44	22,000,000.00	3,574,045.70
购建固定资产、无形资产和 其他长期资产支付的现金	28,498,881.81	45,348,274.17	22,665,912.67	20,390,814.92
投资支付的现金	-	98,812,500.00	22,000,000.00	-
质押贷款净增加额	-	-	-	-

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-244,819.84	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	28,498,881.81	143,915,954.33	44,665,912.67	20,390,814.92
投资活动产生的现金流量净额	-28,498,881.81	-43,527,520.89	-22,665,912.67	-16,816,769.22
三.筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	250,000,000.00	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	365,000,000.00	255,000,000.00	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	372,514,823.05	187,798,736.34	1,120,000.00	3,150,000.00
筹资活动现金流入小计	737,514,823.05	692,798,736.34	1,120,000.00	3,150,000.00
偿还债务支付的现金	-	200,000,000.00	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	126,022,907.00	613,758,827.51	3,000,000.00	81,000,000.00
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	292,735,097.22	292,536,088.80	2,720,000.00	-
筹资活动现金流出小计	418,758,004.22	1,106,294,916.31	5,720,000.00	81,000,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	318,756,818.83	-413,496,179.97	-4,600,000.00	-77,850,000.00
四.汇率变动对现金及现金等价物的影响	10,997.61	-139,452.65	-	-
五.现金及现金等价物净增加额	69,516,662.62	-25,578,948.74	67,925,187.62	-16,673,012.83
加：期初现金及现金等价物余额	45,725,552.58	71,304,501.32	3,379,313.70	20,052,326.53
六.期末现金及现金等价物余额	115,242,215.20	45,725,552.58	71,304,501.32	3,379,313.70

(六) 母公司现金流量表

单位：元

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
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	1,057,960,455.93	1,578,353,446.16	1,042,680,629.92	673,882,190.38
收到的税费返还	-	4,580,000.00	4,100,000.00	3,090,000.00
收到其他与经营活动有关的现金	8,538,381.89	60,518,320.57	6,304,849.46	6,689,624.66
经营活动现金流入小计	1,066,498,837.82	1,643,451,766.73	1,053,085,479.38	683,661,815.04
购买商品、接受劳务支付的现金	1,063,378,762.19	550,818,867.91	84,694,572.52	63,893,973.51
支付给职工以及为职工支付的现金	38,266,919.39	40,122,889.44	22,351,938.62	23,443,196.91
支付的各项税费	121,976,202.83	108,046,983.25	30,537,700.96	26,422,646.34
支付其他与经营活动有关的现金	58,464,200.63	494,977,390.36	784,762,672.02	491,908,241.89
经营活动现金流出小计	1,282,086,085.04	1,193,966,130.96	922,346,884.12	605,668,058.65
经营活动产生的现金流量净额	-215,587,247.22	449,485,635.77	130,738,595.26	77,993,756.39
二、投资活动产生的现金流量：				

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
收回投资收到的现金	-	98,812,500.00	22,000,000.00	3,574,045.70
取得投资收益收到的现金	-	5,391,578.59	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额		-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	-	104,204,078.59	22,000,000.00	3,574,045.70
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	28,385,111.81	45,342,291.27	22,646,752.80	20,390,814.92
投资支付的现金	12,000,000.00	109,893,760.00	77,000,000.00	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	5,000,000.00	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	40,385,111.81	160,236,051.27	99,646,752.80	20,390,814.92
投资活动产生的现金流量净额	-40,385,111.81	-56,031,972.68	-77,646,752.80	-16,816,769.22
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	250,000,000.00	-	-
取得借款收到的现金	365,000,000.00	255,000,000.00	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	372,514,823.05	187,798,736.34	1,120,000.00	3,150,000.00
筹资活动现金流入小计	737,514,823.05	692,798,736.34	1,120,000.00	3,150,000.00
偿还债务支付的现金	-	200,000,000.00	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	126,022,907.00	613,758,827.51	3,000,000.00	81,000,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	292,735,097.22	292,536,088.80	2,720,000.00	-
筹资活动现金流出小计	418,758,004.22	1,106,294,916.31	5,720,000.00	81,000,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	318,756,818.83	-413,496,179.97	-4,600,000.00	-77,850,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-62.95	-142,730.31	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	62,784,396.85	-20,185,247.19	48,491,842.46	-16,673,012.83
加：期初现金及现金等价物余额	31,685,908.97	51,871,156.16	3,379,313.70	20,052,326.53
六、期末现金及现金等价物余额	94,470,305.82	31,685,908.97	51,871,156.16	3,379,313.70

二、审计意见

本公司聘请福建华兴对本公司财务报表进行审计，包括 2011 年 6 月 30 日、2010 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日的资产负债表及合并资产负债表，2011 年 1-6 月、2010 年度、2009 年度、2008 年度的利润表及合并利润表、所有者权益变动表及合并所有者权益变动表和现金流量表及合并现金

流量表以及财务报表附注。福建华兴出具了标准无保留意见的审计报告（闽华兴所（2011）审字 H-039 号）。

福建华兴认为：“贵公司财务报表已经按照企业会计准则的规定编制，在所有重大方面公允反映了贵公司 2011 年 6 月 30 日、2010 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日的财务状况以及 2011 年 1-6 月、2010 年度、2009 年度、2008 年度的经营成果和现金流量。”

三、财务报表的编制基础与合并报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础及遵循企业会计准则的声明

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则——基本准则》和其他各项具体会计准则、应用指南及准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

公司编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

（二）合并报表范围及变化情况

合并财务报表以公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，按照权益法调整对子公司的长期股权投资后，由本公司编制。

公司统一子公司所采用的会计政策及会计期间，使子公司采用的会计政策、会计期间与公司保持一致。在编制合并会计报表时，遵循重要性原则，抵销母公司与子公司、子公司与子公司之间的内部往来、内部交易及权益性投资项目。

截至 2011 年 6 月 30 日，公司合并财务报表的合并范围如下：

子公司全称	子公司类型	注册地	业务性质	注册资本	期末实际出资额	持股比例
长沙华致酒业有限公司	全资子公司	长沙	酒类销售	5,000万元	5,000万元	100%
德钦华致高原酒窖连锁管理有限公司	全资子公司	德钦	酒类销售	500万元	500万元	100%

子公司全称	子公司类型	注册地	业务性质	注册资本	期末实际出资额	持股比例
华致葡萄酒与烈酒（香港）有限公司	全资子公司	香港	酒类销售	5万港币	1港币	100%
邵阳湘窖酒业销售有限公司	全资子公司	邵阳	酒类销售	500万元	500万元	100%
醴陵华致酒业有限公司	全资子公司	醴陵	酒类销售	200万元	200万元	100%
北京京都华致贸易有限公司	全资子公司	北京	酒类销售	500万元	500万元	100%
天津华致津都酒业贸易有限公司	全资子公司	天津	酒类销售	200万元	200万元	100%
合肥华致酒业贸易有限公司	全资子公司	合肥	酒类销售	200万元	200万元	100%
杭州华致贸易有限公司	全资子公司	杭州	酒类销售	200万元	200万元	100%
广州粤都华致酒业有限公司	全资子公司	广州	酒类销售	200万元	200万元	100%
南昌华致酒行实业有限公司	全资子公司	南昌	酒类销售	200万元	200万元	100%
福州华致酒业有限公司	全资子公司	福州	酒类销售	200万元	200万元	100%

报告期内，合并报表范围变动情况如下：

期间	序号	子公司名称	类型	原因
2008年	1	湖南华致百悦商业发展有限公司	注销转出	2008年5月工商注销
2009年	1	长沙华致酒业有限公司	新设投资转入	2009年4月新设转入
	2	德钦华致高原酒窖连锁管理有限公司	新设投资转入	2009年10月新设转入
2010年	1	华致葡萄酒与烈酒（香港）有限公司	新设投资转入	2009年12月新设转入
	2	邵阳湘窖酒业销售有限公司	新设投资转入	2010年7月新设转入
	3	醴陵华致酒业有限公司	新设投资转入	2010年11月新设转入
	4	北京京都华致贸易有限公司	非同一控制下企业合并	2010年10月收购转入
2011年1-6月	1	天津华致津都酒业贸易有限公司	新设投资转入	2011年6月新设转入
	2	合肥华致酒业贸易有限公司	新设投资转入	2011年6月新设转入

期间	序号	子公司名称	类型	原因
	3	杭州华致贸易有限公司	新设投资转入	2011年6月新设转入
	4	广州粤都华致酒业有限公司	新设投资转入	2011年6月新设转入
	5	南昌华致酒行实业有限公司	新设投资转入	2011年6月新设转入
	6	福州华致酒业有限公司	新设投资转入	2011年6月新设转入

因湖南华致百悦商业发展有限公司在 2007 年末已进入清算，2008 年度无实际运营，故而未将其纳入公司 2008 年度合并报表。

公司 2009 年投资成立贵州珍酒酿酒有限公司、贵州珍酒销售有限公司，同年转让全部股权，两公司在本公司持股期间无实际运营，故而未将其纳入合并报表。

2009 年与 2008 年合并范围的差异为：长沙华致酒业有限公司、德钦华致高原酒窖连锁管理有限公司年内成立并纳入合并范围。

2010 年与 2009 年合并范围的差异为：华致葡萄酒与烈酒（香港）有限公司 2009 年底成立，当年无实际经营，2010 年开始纳入合并范围；邵阳湘窖酒业销售有限公司、醴陵华致酒业有限公司、北京京都华致贸易有限公司于成立或收购当年纳入合并范围。

2011 年 1-6 月与 2010 年合并范围的差异为：天津华致津都酒业贸易有限公司、合肥华致酒业贸易有限公司、杭州华致贸易有限公司、广州粤都华致酒业有限公司、南昌华致酒行实业有限公司、福州华致酒业有限公司于成立当年纳入合并范围。

四、主要会计政策和会计估计

（一）会计期间

公司会计年度自公历每年 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

（二）记账本位币

公司以人民币为记账本位币。

（三）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下的控股合并，合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资的初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积的余额不足冲减的，调整留存收益。

合并方以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资的初始投资成本与所发行股份面值总额之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

同一控制下企业合并进行过程中发生的各项直接相关费用，除以发行债券方式进行的企业合并，与发行债券相关的佣金、手续费等应按照《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》的规定进行会计处理外，应于发生时费用化计入当期损益。

2、非同一控制下的控股合并中，购买方应当按照确定的企业合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。企业合并成本包括购买方付出的资产、发生或承担的负债、发行的权益性证券的公允价值以及为进行企业合并发生除审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用外的各项直接相关费用之和。

购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，应当计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

通过多次交换交易分步实现的企业合并，其企业合并成本为每一单项交换交易的成本之和。

购买方对于企业合并成本与确认的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，应视情况分别处理：

(1) 企业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，应确认为商誉。

(2) 企业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，对合并中取得的资产、负债的公允价值、作为合并对价的非现金资产或发行的权益性证券等的公允价值进行复核，复核结果表明所确定的各项可辨认资产和负债的公允价值确定是恰当的，应将企业合并成本低于取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额之间的差额，计入合并当期的营业外收入，并在会计报表附注中予以说明。

3、企业合并成本或合并中取得的可辨认资产、负债公允价值的调整

(1) 购买日后 12 个月内对有关价值量的调整，应视同在购买日发生，进行追溯调整，同时对以暂时性价值为基础提供的比较报表信息，也应进行相关的调整。

(2) 超过规定期限后的价值量调整，应当按照《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和会计差错更正》的原则进行处理，即对于企业合并成本、合并中取得可辨认资产、负债公允价值等进行的调整，应作为前期差错处理。

(四) 合并财务报表的编制方法

1、合并类型、范围、程序及方法

(1) 合并类型：企业合并分为同一控制下的企业合并和非同一控制下的企业合并

1) 同一控制下的企业合并

公司各项资产、负债，按其账面价值为基础进行编制合并报表。合并利润表包括参与合并各方自合并当期期初至合并日所发生的收入、费用和利润。合并现金流量表包括参与合并各方自合并当期期初至合并日的现金流量。

在合并资产负债表中，对于被合并方在企业合并前实现的留存收益(盈余公积和未分配利润之和)中归属于合并方的部分，按以下原则，自合并方的资本公积转入留存收益和未分配利润：

a.确认企业合并形成的长期股权投资后,合并方账面资本公积(资本溢价或股本溢价)贷方余额大于被合并方在合并前实现的留存收益中归属于合并方的部分,在合并资产负债表中,将被合并方在合并前实现的留存收益中归属于合并方的部分自“资本公积”转入“盈余公积”和“未分配利润”。

b.确认企业合并形成的长期股权投资后,合并方账面资本公积(资本溢价或股本溢价)贷方余额小于被合并方在合并前实现的留存收益中归属于合并方的部分的,在合并资产负债表中,以合并方资本公积(资本溢价或股本溢价)的贷方余额为限,将被合并方在企业合并前实现的留存收益中归属于合并方的部分自“资本公积”转入“盈余公积”和“未分配利润”。

2) 非同一控制下的企业合并

公司以子公司的个别财务报表反映为在购买日公允价值基础上确定的可辨认资产、负债及或有负债在本期资产负债表日的金额进行编制合并报表。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。

(2) 合并范围:合并财务报表的合并范围的确定原则是以控制为基础,即公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位半数以上的表决权;或公司对被投资单位符合下列条件之一的,均将其纳入合并财务报表的范围:

1) 通过与被投资单位其他投资者之间的协议,拥有被投资单位半数以上的表决权;

2) 根据公司章程或协议,有权决定被投资单位的财务和经营政策;

3) 有权任免被投资单位的董事会或类似机构的多数成员;

4) 在被投资单位的董事会或类似机构占多数表决权。

(3) 合并程序及方法:合并财务报表以公司及其子公司的财务报表为基础,根据其他有关资料,按照权益法调整对子公司的长期股权投资后,由公司编制。

公司统一子公司所采用的会计政策及会计期间,使子公司采用的会计政策、会计期间与公司保持一致。在编制合并会计报表时,遵循重要性原则,抵销母公

司与子公司、子公司与子公司之间的内部往来、内部交易及权益性投资项目。

通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并的，在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，应当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其他综合收益的，与其相关的其他综合收益应当转为购买日所属当期投资收益。

子公司中的少数股东权益应与公司的权益分开确定，少数股东权益的账面金额等于初始确认金额加上其享有后续权益变动的份额，在合并财务报表中，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的份额的，其余额仍应当冲减少数股东权益。

公司出售不丧失控制权的股权，在合并报表中处置价与处置长期投资相对应享有子公司净资产的差额列入资本公积。

公司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，在合并财务报表中，对于剩余股权，应当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。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

（五）现金及现金等价物的确定标准

公司在编制现金流量表时所确定的现金等价物，是指公司持有的期限短（一般是指从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

受到限制的银行存款，不作为现金流量表中的现金及现金等价物。

（六）外币业务和外币报表折算

1、外币交易

发生外币业务时，外币金额按交易发生日的即期汇率（中国人民银行授权中

国外汇交易中心公布的中间价)折算为人民币入账,期末按照下列方法对外币货币性项目和外币非货币性项目进行处理:

(1) 外币货币性项目,采用资产负债表日即期汇率折算。因资产负债表日即期汇率与初始确认或者前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额,计入当期损益。

(2) 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。

(3) 对以公允价值计量的外币非货币性项目,按公允价值确定日即期汇率折算,由此产生的汇兑损益作为公允价值变动,计入当期损益。

外币汇兑损益除与购建或者生产符合资本化条件的资产有关的外币专门借款产生的汇兑损益,在资产达到预定可使用或者可销售状态前计入符合资本化条件的资产的成本,其余均计入当期损益。

2、外币财务报表的折算

(1) 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。

(2) 利润表中的收入和费用项目,采用年平均汇率折算。

按照上述折算产生的外币财务报表折算差额,在资产负债表中所有者权益项目下单独列示。

(3) 现金流量表采用年平均汇率折算。汇率变动对现金的影响额作为调节项目,在现金流量表中单独列示。

(七) 金融工具

1、分类

金融工具分为下列五类:

(1) 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；

- (2) 持有至到期投资；
- (3) 贷款和应收款项；
- (4) 可供出售金融资产；
- (5) 其他金融负债。

2、确认依据和计量方法

金融工具的确认依据为：当公司成为金融工具合同的一方时，确认与之相关的金融资产或金融负债。

金融工具的计量方法：

(1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债：按照取得时的公允价值作为初始确认金额，相关的交易费用在发生时计入当期损益。支付的价款中包含已宣告发放的现金股利或债券利息，单独确认为应收项目。持有期间取得的利息或现金股利，确认为投资收益。资产负债表日，将其公允价值变动计入当期损益。

(2) 持有至到期投资：按取得时的公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。支付的价款中包含已宣告发放债券利息的，单独确认为应收项目。持有期间按照实际利率法确认利息收入，计入投资收益。实际利率与票面利率差别很小的，可按票面利率计算利息收入，计入投资收益。处置持有至到期投资时，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。

(3) 应收款项：按从购货方应收的合同或协议价款作为初始入账金额。单项金额重大的应收款项持有期间采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量。

(4) 可供出售金融资产：按取得该金融资产的公允价值和相关费用之和作为初始确认金额。支付的价款中包含了已宣告发放的债券利息或现金股利的，单独确认为应收项目。持有期间取得的利息或现金股利，计入投资收益。期末，可供出售金融资产以公允价值计量，且公允价值变动计入资本公积（其他资本公积）。

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，计入当期损益；同时，将原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入当期损益。

（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入账金额，除《企业会计准则第 22 号——金融工具确认与计量》第三十三条规定的三种情况外，按摊余成本进行后续计量。

3、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

存在活跃市场的金融工具，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定期从交易所、经纪商、行业协会、定价服务机构等获得的价格，且代表了在公平交易中实际发生的市场交易额的价格；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。估值技术包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

4、金融资产转移的确认依据和计量方法

金融资产转移的确认

情形		确认结果
已转移金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬		终止确认该金融资产（确认新资产/负债）
既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬	放弃了对该金融资产控制	
	未放弃对该金融资产控制	按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关资产和负债及任何保留权益
保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬		继续确认该金融资产，并将收益确认为负债

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。

（1）金融资产整体转移满足终止确认条件的，应当将下列两项金额的差额计入当期损益：所转移金融资产的账面价值；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之和。

（2）金融资产部分转移满足终止确认条件的，应当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：终止确认部分的账面价值；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之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认所转移的金融资产整体，并将收到的对价确认为一项金融负债。

5、金融负债的终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，才能终止确认该金融负债或其一部分。如存在下列情况：

（1）公司将用于偿付金融负债的资产转入某个机构或设立信托，不应当终止确认该金融负债。

（2）公司与债权人之间签订协议(不涉及债务重组所指情形)，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，应当终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

6、金融资产减值测试和减值准备计提方法

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产不需要进行减值测试。

期末对持有至到期投资的账面价值进行检查，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且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失可予以转回，计入当期损益，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。

期末对应收款项的减值处理见本节“四、主要会计政策和会计估计”之“（八）应收款项”。

期末，如果可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，认定该可供出售金融资产已发生减值，并确认减值损失。在确认减值损失时，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，计入当期损失。该转出的累计损失，为

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销金额、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确认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。可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

7、衍生金融工具

公司利用如远期外汇合约和利率掉期等衍生金融工具规避汇率和利率变动风险。衍生金融工具初始以衍生交易合同签订当日的公允价值计量，并以其公允价值进行后续计量。公允价值为正数的衍生金融工具确认为一项资产，公允价值为负数的衍生金融工具确认为一项负债。

公司根据政策管理衍生金融工具的应用，并以书面方式列明与公司风险管理策略一致的衍生金融工具应用原则。

衍生金融工具的后续计量时，因公允价值变动而产生的利得或损失在利润表中确认。对于符合套期会计处理的衍生金融工具，确认任何产生的利得或损失取决于被套期项目的性质。不符合套期会计处理的衍生金融工具分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产及金融负债。

（八）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：

单项金额重大的判断依据或金额标准	单项金额重大的应收账款指单项金额超过 300 万元人民币（含 300 万元）；单项金额重大的其他应收款指单项金额超过 400 万元人民币（含 400 万元）
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，应当根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额确认减值损失，个别认定计提坏账准备，经减值测试后不存在减值的，应当包括在具有类似风险组合特征的应收款项中计提坏账准备。

2、按组合计提坏账准备应收款项

组合名称	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	账龄状态	账龄分析法
合并报表内公司组合	公司对合并报表范围内的应收款项不计提坏账准备	

组合中，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（含1年）	5%	3%
1至2年（含2年）	10%	10%
2至3年（含3年）	15%	30%
3至4年（含4年）	100%	50%
4至5年（含5年）		80%
5年以上		100%

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	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异。
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，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。

4、公司确认坏账的标准是：

因债务人破产，依照法律程序清偿后，确定无法收回的应收款项；

因债务人死亡，既无遗产可供清偿，又无义务承担人，确定无法收回的应收款项；

因债务人逾期三年未履行偿债义务，并且有确凿证据表明无法收回或收回的可能性不大的应收款项。

（九）存货

1、存货的分类

公司存货是指在生产经营过程中持有以备销售，或者仍然处在生产过程，或者在生产或提供劳务过程中将消耗的材料或物资等，包括各类原材料、包装物、低值易耗品、在产品、产成品（库存商品）等。

2、发出存货的计价方法

存货按照成本进行初始计量。存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。应计入存货成本的借款费用，按照《企业会计准则第17号——借款费用》处理。投资者投入存货的成本，应当按照投资合同或协议约定的价值确定，但合同或协议约定价值不公允的除外。

发出存货的计价方法：采用加权平均法核算。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备计提方法

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。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

（1）存货可变现净值的确定依据：为生产而持有的材料等，用其生产的产成品的可变现净值高于成本的，该材料仍然应当按照成本计量；材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本的，该材料应当按照可变现净值计量。

为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值应当以合同价格为基础计算。企业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应当以一般销售价格为基础计算。

（2）存货跌价准备的计提方法：按单个存货项目的成本与可变现净值孰低法计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货按存货类别计提存货跌价准备。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品及包装物的摊销方法

采用“一次摊销法”核算。

（十）长期股权投资的核算方法

1、投资成本确定

（1）企业合并形成的长期股权投资

1）同一控制下的企业合并，以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。合并方以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得的被合并方所有者权益账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。

同一控制下企业合并形成的长期股权投资，如子公司按照改制时的资产、负债评估价值调整账面价值的，母公司应当按照取得子公司经评估确认净资产的份额作为长期股权投资的成本，该成本与支付对价的差额调整所有者权益。

2) 非同一控制下的企业合并，购买方在购买日应当按照《企业会计准则第20号——企业合并》确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询的中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

(2) 除企业合并形成的长期股权投资以外，其他方式取得的长期股权投资，按照下列规定确定其初始投资成本：

1) 以支付现金取得的长期股权投资，应当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。

2) 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。

3) 投资者投入的长期股权投资，按照投资合同或协议约定的价值作为初始投资成本，但合同或协议价值不公允的除外。

4) 通过非货币性资产交换取得的长期股权投资，其初始投资成本按照《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》确定。

5) 通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照《企业会计准则第12号——债务重组》确定。

6) 企业进行公司制改造，对资产、负债的账面价值按照评估价值调整的，长期股权投资应以评估价值作为改制时的认定成本。

2、后续计量和损益确认方法

(1) 成本法核算：能够对被投资单位实施控制的长期股权投资以及对被投资单位不具有共同控制或重大影响，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资，采用成本法核算。采用成本法核算时，追加或收回投

资调整长期股权投资的成本。采用成本法核算的长期股权投资，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，公司应当按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认投资收益，不再划分是否属于投资前和投资后被投资单位实现的净利润。对子公司的长期股权投资，采用成本法核算，在编制合并财务报表时按照权益法进行调整。

(2) 权益法核算：对被投资单位共同控制或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。采用权益法核算时，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的份额，确认投资损益并调整长期股权投资的账面价值。投资企业按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应分得的部份，相应减少长期股权投资的账面价值。公司确认被投资单位发生的净亏损，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限，公司负有承担额外损失义务的除外。被投资单位以后实现净利润的，公司在收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。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的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整，并且将公司与联营企业及合营企业之间发生的内部交易损益予以抵销，在此基础上确认投资损益。公司与被投资单位发生的内部交易损失，按照《企业会计准则第 8 号——资产减值》等规定属于资产减值损失的则全额确认。如果被投资单位采用的会计政策及会计期间与公司不一致的，按照公司的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资损益。

对于首次执行日之前已经持有的对联营企业和合营企业的长期股权投资，如存在与该投资相关的股权投资借方差额，按原剩余期限直线法摊销，摊销金额计入当期损益。

3、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

对外投资符合下列情况时，确定为投资单位具有共同控制：①任何一个合营方均不能单独控制合营企业的生产经营活动；②涉及合营企业基本经营活动的决策需要各合营方一致同意；③各合营方可能通过合同或协议的形式任命其中的一个合营方对合营企业的日常活动进行管理，但其必须在各合营方已经一致同意的

财务和经营政策范围内行使管理权。

对外投资符合下列情况时，确定为对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；②参与被投资单位的政策制定过程，包括股利分配政策等的制定；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。直接或通过子公司间接拥有被投资企业 20%以上但低于 50%的表决权股份时，一般认为对被投资单位具有重大影响。

4、减值测试和减值准备计提方法

长期股权投资期末按账面价值与可收回金额孰低计价。

采用成本法核算的、在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资发生减值时，公司将该长期股权投资的账面价值，与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之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益。

其他的长期股权投资，公司按长期投资的减值迹象判断是否应当计提减值准备，当长期投资可收回金额低于账面价值时，则按其差额计提长期投资减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间均不再转回。

5、处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款差额，计入当期损益。采用权益法核算的长期股权投资，因被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动而计入所有者权益的，处置该项投资时将原计入所有者权益的部分按相应比例转入当期损益。

（十一）固定资产

1、固定资产的确认条件

固定资产系使用寿命超过一个会计年度，为生产商品、提供劳务、出租或经营管理所持有的房屋及建筑物、机器设备、电子设备、器具及家具、运输设备。

固定资产的计价方法：固定资产按照成本进行初始计量。投资者投入固定资

产的成本，按照投资合同或协议约定的价值确定，但合同或协议约定价值不公允的除外。企业对固定资产使用过程中发生的更新改造支出、大修理费用等，符合固定资产确认条件的，计入固定资产成本，同时将被替换部分的账面价值扣除，不符合固定资产确认条件的计入当期损益。

非货币性资产交换、债务重组、企业合并和融资租赁取得的固定资产的成本，分别按照《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》、《企业会计准则第 12 号——债务重组》、《企业会计准则第 20 号——企业合并》和《企业会计准则第 21 号——租赁》确定。

2、各类固定资产的折旧方法

采用直线折旧法。固定资产按照成本进行初始计量，除已提足折旧仍继续使用的固定资产和单独计价入账的土地外，公司对所有固定资产计提折旧。固定资产从其达到预定可使用状态的次月起，采用年限平均法提取折旧。但对已计提减值准备的固定资产在计提折旧时，按该项固定资产的账面价值，即固定资产原值减去累计折旧和已计提的减值准备以及尚可使用年限重新计算确定折旧率和折旧额。各类固定资产的估计残值率、折旧年限和年折旧率如下：

类别	估计残值率	折旧年限	年折旧率
房屋建筑物	5%	20年	4.75%
办公设备	5%	5年	19%
运输设备	5%	5年	19%

公司于每年年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。使用寿命预计数与原先估计数有差异的，应当调整固定资产使用寿命；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，应当调整预计净残值；与固定资产有关的经济利益预期实现方式有重大改变的，改变固定资产折旧方法。

3、固定资产的减值测试和减值准备计提方法

期末，公司按固定资产的减值迹象判断是否应当计提减值准备，当固定资产可收回金额低于账面价值时，则按单项固定资产可收回金额低于账面价值的差额计提固定资产减值准备。当单项资产的可回收金额难以进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可回收金额。资产减值损失一经确认，在以后会计期间均不再转回。

可回收金额根据固定资产的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。

固定资产的公允价值减去处置费用后的净额，根据公平交易中销售协议价格减去可直接归属于该资产处置费用的金额确定；不存在销售协议但存在资产活跃市场的，按照该资产的市场价格减去处置费用后的金额确定；在不存在销售协议和资产活跃市场的情况下，以可取得的最佳信息为基础，估计资产的公允价值减去处置费用后的净额，该净额可以参考同行业类似资产的最近交易价格或者结果进行估计。按照上述规定仍然无法可靠估计固定资产的公允价值减去处置费用后的净额的，以该资产预计未来现金流量的现值作为其可收回金额。

固定资产预计未来现金流量的现值，按照该等资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，以市场利率为折现率对其进行折现后的金额加以确定。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价方法、折旧方法

公司租赁资产符合下列一项或数项标准的，认定为融资租赁固定资产：

（1）在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给承租人；

（2）承租人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承租人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 75%以上；

（4）承租人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；出租人在租赁开始日的最低租赁收款额现值，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，只有承租人才能使用。

在租赁开始日，公司将租赁开始日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，其差额作为未确认融资费用，融资租入固定资产的折旧政策与自有固定

资产一致。

（十二）在建工程

在建工程以实际成本计价。其中为工程建设项目而发生的借款利息支出和外汇折算差额按照《企业会计准则第 17 号——借款费用》的有关规定资本化或计入当期损益。在建工程在达到预计使用状态之日起不论工程是否办理竣工决算均转入固定资产，对于未办理竣工决算手续的待办理完毕后再作调整。

期末，公司按在建工程的减值迹象判断是否应当计提减值准备，当在建工程可收回金额低于账面价值时，则按单项工程可收回金额低于账面价值的差额计提减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间均不再转回。

（十三）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

借款费用包括因借款发生的利息、折价或溢价的摊销和辅助费用，以及因外币借款而发生的汇兑差额。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，应予以资本化，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，包括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，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）借款费用已发生；

（3）为使资产达到预计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、借款费用资本化的期间

为购建或者生产符合资本化条件的资产发生的借款费用，满足上述资本化条

件的,在该资产达到预定可使用或者可销售状态前所发生的,计入该资产的成本,若资产的购建或者生产活动发生非正常中断,并且中断时间连续超过3个月,暂停借款费用的资本化,将其确认为当期费用,直至资产的购建或者生产活动重新开始;当所购建或生产的资产达到预定可使用或者销售状态时,停止其借款费用的资本化。在达到预定可使用或者可销售状态后所发生的借款费用,于发生当期直接计入财务费用。

3、借款费用资本化金额的计算方法

在资本化期间内,每一会计期间的利息(包括折价或溢价的摊销)资本化金额,按照下列规定确定:

(1) 为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的,以专门借款当期实际发生的利息费用,减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定。

(2) 为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用了一般借款的,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。

(十四) 无形资产

1、无形资产的计价方法

无形资产按取得时的实际成本计量。购入的无形资产,其实际成本按实际支付的价款确定。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。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。

公司内部自行开发的无形资产,在研究开发项目研究阶段的支出,于发生时计入当期损益。开发项目开发阶段的支出,只有同时满足下列条件的,才能确认为无形资产:

(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，应当证明其有用性；

(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。

对于以前期间已经费用化的开发阶段的支出不再调整。

2、无形资产摊销

公司于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命有限的无形资产自无形资产可供使用时起，至不再作为无形资产确认时止，采用直线法分期平均摊销，计入损益。对于使用寿命不确定的无形资产不进行摊销。公司于每年年度终了，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。如果无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计不同的，改变摊销期限和摊销方法。公司在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核。如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，估计其使用寿命，并按上述规定处理。

3、无形资产减值准备

期末，公司按无形资产的减值迹象判断是否应当计提减值准备，当无形资产可收回金额低于账面价值时，则按其差额提取无形资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间均不再转回。

(十五) 长期待摊费用

长期待摊费用是指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，包括以经营租赁方式租入的固定资产发生的改良支出等。长期待摊费用在相关项目的受益期内平均摊销。

(十六) 预计负债

公司如果与或有事项相关的义务同时符合以下条件，则将其确认为负债：(1) 该义务是公司承担的现时义务；(2) 该义务的履行可能导致经济利益的流出；(3)

该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债所需支出全部或部分预期由第三方或其他方补偿时，或者补偿金额在基本确定能收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过所确认负债的账面价值。预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并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。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。

在资产负债表日，公司对预计负债的账面价值进行复核，有确凿证据表明该账面价值不能真实反映当前最佳估计数的，按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

（十七）收入

1、销售商品

在公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；公司既没有保留通常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，确认销售商品收入的实现。

2、提供劳务

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的收入。在资产负债表日提供劳务交易的结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

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，并按相同的金额结转劳务成本。

已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，应当将已经发生的劳务成本转入当期损益，不确认提供劳务收入。

3、让渡资产使用权：提供资金的利息收入，按照他人使用公司货币资金的时间和实际利率计算确定；他人使用公司非现金资产，发生的使用费收入按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。让渡资产使用权收入应同时满足

下列条件的，予以确认：

- （1）相关的经济利益很可能流入企业；
- （2）收入的金额能够可靠地计量。

（十八）政府补助

1、确认原则

政府补助同时满足下列条件，予以确认：

- （1）企业能够满足政府补助所附条件；
- （2）企业能够收到政府补助。

2、计量

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；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

3、会计处理

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。与收益相关的政府补助，分别下列情况处理：

（1）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，并在确认相关费用的期间，计入当期损益。

- （2）用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

（十九）递延所得税资产/递延所得税负债

1、公司在取得资产、负债时，确定其计税基础。资产、负债的账面价值与其计税基础存在的暂时性差异，按照规定确认所产生的递延所得税资产或递延所得税负债。

2、递延所得税资产的确认

- （1）公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异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该项交易不是企业合并；
- 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）。

（2）公司对与子公司、联营公司及合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：

- ①暂时性差异在可预见的未来很可能转回；
- ②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。

（3）对于按照税法规定可以结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，视同可抵扣暂时性差异处理，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

3、递延所得税负债的确认

（1）除下列交易中产生的递延所得税负债以外，公司确认所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债：

- ①商誉的初始确认；
- ②同时满足具有下列特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该项交易不是企业合并；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）。

（2）公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认相应的递延所得税负债。但是，同时满足下列条件的除外：

- ①投资企业能够控制暂时性差异转回的时间；
- ②该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

4、所得税费用计量

公司将当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不

包括下列情况产生的所得税：

- (1) 企业合并；
- (2) 直接所有者权益中确认的交易或事项。

5、递延所得税资产的减值

(1) 在资产负债表日应当对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法取得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。除原确认时计入所有者权益的递延所得税资产部分，其减记金额也应计入所有者权益外，其他的情况应减记当期的所得税费用。

- (2) 在很可能取得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

(二十) 融资租赁、经营租赁

1、融资租赁和经营租赁的认定标准

符合下列一项或数项标准的，认定为融资租赁：

- (1) 在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给承租人。
- (2) 承租人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公司将会行使这种选择权。
- (3) 即使资产的所有权不转让，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分（一般指 75%或 75%以上）。
- (4) 承租人在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于（一般指 90%或 90%以上，下同）租赁开始日租赁资产公允价值；出租人在租赁开始日的最低租赁收款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值。

融资租赁以外的其他租赁为经营租赁。

2、融资租赁的主要会计处理

- (1) 承租人的会计处理

在租赁期开始日，将租赁开始日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（下同），计入租入资产价值。在计算最低租赁付款额的现值时，能够取得出租人租赁内含利率的，采用租赁内含利率作为折现率；否则，采用租赁合同规定的利率作为折现率。无法取得出租人的租赁内含利率且租赁合同没有规定利率的，采用同期银行贷款利率作为折现率。未确认融资费用在租赁期内按照实际利率法计算确认当期的融资费用。

公司采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提租赁资产折旧。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。或有租金在实际发生时计入当期损益。

（2）出租人的会计处理

在租赁期开始日，出租人将租赁开始日最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。

未实现融资收益在租赁期内按照实际利率法计算确认当期的融资收入。

或有租金在实际发生时计入当期损益。

3、经营租赁的主要会计处理

对于经营租赁的租金，出租人、承租人在租赁期内各个期间按照直线法确认为当期损益。出租人、承租人发生的初始直接费用，计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

（二十一）主要会计政策、会计估计的变更

无。

（二十二）其他主要会计政策、会计估计和财务报表编制方法

1、主要资产减值准备确定方法

在资产负债表日，公司判断资产是否存在可能产生减值的迹象，可能发生资产减值的迹象包括：

（1）资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌；

（2）经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响；

（3）市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低；

（4）有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏；

（5）资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置；

（6）企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期；

（7）企业所有者权益的账面价值远高于其市值；

（8）其他表明资产可能已经发生减值的迹象。若存在减值迹象的，公司估计其可收回金额。可收回金额低于其账面价值的，按差额计提资产减值准备。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

2、商誉

商誉是指在同一控制下的企业合并下，购买方的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。初始确认后的商誉，应当以其成本扣除累计减值准备后的金额计量。

公司在每年年度终了对企业合并所形成的商誉进行减值测试。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，则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，则就其差额确认减值损失，资产减值损失一经确认，在以后会计期间均不再转回。

3、职工薪酬

职工薪酬，是指公司为获得职工提供的服务而给予各种形式的报酬以及其他相关支出，包括职工工资、奖金、津贴和补贴；职工福利费；养老保险、失业保险、工伤保险等社会保险费；住房公积金；工会经费和职工教育经费；非货币性福利；因解除与职工的劳动关系给予的补偿；其他与获得职工提供的服务相关支出。

（1）辞退福利

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提出给予补偿的建议，当公司已经制定正式的解除劳动关系计划（或提出自愿裁减建议）并即将实施，且公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议的，确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的预计负债，同时计入当期损益。

（2）其他方式的职工薪酬

公司在职工提供服务的会计期间，将应付的职工薪酬确认为负债，除辞退福利外，根据职工提供服务的受益对象计入相应的产品成本、劳务成本及资产成本。

五、分部信息

（一）营业收入及营业成本按业务类别划分列示如下：

单位：万元

项 目	2011 年 1-6 月			2010 年		
	营业收入	营业成本	营业毛利	营业收入	营业成本	营业毛利
主营业务	98,463.88	53,721.57	44,742.31	133,724.24	77,119.66	56,604.58
其他业务	-	-	-	-	-	-
合 计	98,463.88	53,721.57	44,742.31	133,724.24	77,119.66	56,604.58

项 目	2009 年			2008 年		
	营业收入	营业成本	营业毛利	营业收入	营业成本	营业毛利
主营业务	84,905.75	48,814.25	36,091.51	61,160.19	31,033.35	30,126.84
其他业务	-	-	-	-	-	-
合 计	84,905.75	48,814.25	36,091.51	61,160.19	31,033.35	30,126.84

(二) 营业收入及成本按产品划分列示如下

单位：万元

项目	2011 年 1-6 月			2010 年		
	营业收入	营业成本	营业毛利	营业收入	营业成本	营业毛利
白酒	91,471.61	50,094.31	41,377.30	124,731.37	72,017.20	52,714.17
国产红酒	1,961.44	819.31	1,142.13	4,138.72	2,115.48	2,023.24
黄酒	1,248.84	550.25	698.59	1,593.50	856.90	736.59
进口酒	2,531.53	1,376.72	1,154.81	1,130.96	620.29	510.67
其他	1,250.46	880.99	369.48	2,129.70	1,509.80	619.90
合 计	98,463.88	53,721.57	44,742.31	133,724.24	77,119.66	56,604.58
项目	2009 年			2008 年		
	营业收入	营业成本	营业毛利	营业收入	营业成本	营业毛利
白酒	80,909.12	46,896.70	34,012.42	58,259.08	29,594.13	28,664.95
国产红酒	1,166.03	457.98	708.05	262.02	122.09	139.92
黄酒	1,266.26	610.71	655.54	2,114.66	937.87	1,176.79
进口酒	598.23	289.08	309.15	282.27	144.73	137.54
其他	966.12	559.77	406.34	242.16	234.53	7.63
合 计	84,905.75	48,814.25	36,091.51	61,160.19	31,033.35	30,126.84

(三) 营业收入及成本按地区划分列示如下

单位：万元

项目	2011 年 1-6 月			2010 年		
	营业收入	营业成本	营业毛利	营业收入	营业成本	营业毛利
华北	14,135.57	7,377.56	6,758.01	20,052.05	10,755.05	9,297.00
中南	31,154.47	17,532.47	13,622.00	40,992.24	24,039.99	16,952.25
西南	15,326.57	8,067.87	7,258.70	21,881.67	12,028.69	9,852.99
东北	4,822.86	2,665.34	2,157.52	6,719.99	4,135.83	2,584.16
华东	28,110.88	15,265.54	12,845.34	37,167.82	21,947.05	15,220.77
西北	4,913.53	2,812.80	2,100.74	6,901.60	4,205.35	2,696.25
境外	-	-	-	8.87	7.7	1.17
合计	98,463.88	53,721.57	44,742.31	133,724.24	77,119.66	56,604.58
项目	2009 年			2008 年		
	营业收入	营业成本	营业毛利	营业收入	营业成本	营业毛利
华北	10,183.32	5,795.93	4,387.39	7,951.64	3,986.44	3,965.20
中南	25,848.10	14,851.52	10,996.58	16,637.15	8,358.51	8,278.65
西南	12,683.67	7,198.56	5,485.11	8,014.86	3,949.19	4,065.67

东北	5,295.18	3,002.09	2,293.10	3,635.90	1,900.80	1,735.10
华东	27,044.20	15,771.89	11,272.31	21,661.30	11,044.75	10,616.56
西北	3,851.28	2,194.26	1,657.02	3,259.33	1,793.66	1,465.67
境外	-	-	-	-	-	-
合计	84,905.75	48,814.25	36,091.51	61,160.19	31,033.35	30,126.84

六、经会计师核验的非经常性损益明细报表

本公司报告期内扣除非经常性损益后的净利润情况表：

单位：万元

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
归属母公司所有者的净利润	26,334.82	33,368.18	22,595.43	21,093.61
扣除非经常性损益后的归属于 母公司所有者权益的净利润	23,245.92	28,079.32	18,734.48	14,212.06

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	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
非流动资产处置损益	-	-	-	-
越权审批或无正式批准文件的税 收返还、减免或偶发性的税收返还 减免	3,120.28	4,831.66	3,573.80	6,656.21
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）	25.50	460.00	412.00	309.00
计入当期损益的对非金融企业收 取的资金占用费	-	157.59	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营 企业的投资成本小于取得投资时 应享有被投资单位可辨认净资产 公允价值产生的收益	-	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-	-
因不可抗力因素，如遭受自然灾害 而计提的各项资产减值准备	-	-	-	-
债务重组损益	-	-	-	-
企业重组费用，如安置职工的支 出、整合费用等	-	-	-	-

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-	-
单独进行减值测试的应收账款减值准备转回	-	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-50.36	-7.97	-20.41	-6.87
所得税影响额	-6.52	-152.42	-104.44	-76.78
少数股东权益影响额（税后）	-	-	-	-
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	3,088.90	5,288.86	3,860.95	6,881.55

七、主要资产情况

（一）存货

截至 2011 年 6 月 30 日，公司的存货情况如下：

单位：万元

项目	2011 年 6 月 30 日			2010 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
在途物资	186.51	-	186.51	1,365.06	-	1,365.06
库存商品	104,023.28	-	104,023.28	88,232.94	-	88,232.94
合计	104,209.79	-	104,209.79	89,598.01	-	89,598.01

公司存货不存在减值的情况，无需计提存货跌价准备。2010年8月3日，公司与长沙银行德宇支行签订《最高额抵押合同》，以存货抵押取得银行授信30,000.00万元，期限为2010年7月1日至2013年7月1日。截至2011年6月30日，银行授信额度已使用17,000.00万元。

（二）固定资产

截至2011年6月30日，公司的固定资产情况如下：

单位：万元

项 目	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	折旧年限	年折旧率
房屋、建筑物	559.55	11.07	-	548.48	20	4.75%
办公设备	195.96	63.13	-	132.83	5	19.00%
运输设备	113.00	-	-	113.00	5	19.00%
合计	868.51	74.20	-	794.30	-	-

2011年1-6月，公司固定资产折旧计提额26.16万元。截至2011年6月30日，公司固定资产不存在抵押、质押等担保事项。

（三）对外投资

截至2011年6月30日，除了财务报表合并范围内的控股子公司外，本公司没有其他对外投资。

（四）无形资产

截至2011年6月30日，公司无形资产仅有湘冠商标著作权，具体情况如下：

单位：万元

项 目	取得方式	初始金额	摊销年限	剩余摊销年限	累计摊销额	减值准备	账面价值
湘冠商标著作权	购入	6.10	47个月	36个月	1.43	-	4.67
合计	-	6.10	-	-	1.43	-	4.67

截至2011年6月30日，本公司无形资产为湘冠商标著作权，原值为6.10万元，累计摊销额为1.43万元，账面价值为4.67万元。公司无形资产不存在抵押、质押等担保事项。

（五）预付款项

公司的预付款主要为预付的供应商货款。最近三年一期末，公司预付款项余额分别为 10,796.40 万元、9,958.52 万元、12,797.96 万元和 12,815.74 万元，占总资产的比例分别为 20.79%、11.57%、9.75%和 8.86%。

单位：万元

项 目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内(含 1 年)	12,787.27	99.78%	12,566.02	98.19%	9,802.21	98.43%	10,551.65	97.73%
1-2 年(含 2 年)	28.46	0.22%	231.94	1.81%	56.31	0.57%	149.75	1.39%
2-3 年(含 3 年)	-	-	-	-	100.00	1.00%	95.00	0.88%
合 计	12,815.74	100.00%	12,797.96	100.00%	9,958.52	100.00%	10,796.40	100%

截至 2011 年 6 月 30 日，公司前 5 大预付款项对方的名称、预付金额及占预付款项的比例如下：

单位：万元

序号	单位名称	预付款项金额	占比
1	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	5,301.39	41.37%
2	浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司	786.63	6.14%
3	Jean-Pierre Moueix	681.61	5.32%
4	泸州纳川酒业有限公司	653.72	5.10%
5	四川宜宾市国荣商贸有限公司	430.87	3.36%
合 计		7,854.21	61.29%

八、最近一期末主要债项

截至 2011 年 6 月 30 日，公司负债合计为 77,312.86 万元，主要包括短期借款、应付票据、预收款项、长期借款等。

（一）短期借款

截至 2011 年 6 月 30 日，公司短期借款为 36,500.00 万元，占当期流动负债的比重为 50.83%，其中抵押借款 11,500.00 万元，保证借款 10,000.00 万元，信用借款 15,000.00 万元。公司无已到期未偿还的短期借款。

（二）应付票据

截至 2011 年 6 月 30 日，公司应付票据余额为 6,100.00 万元，占当期流动负债的比重为 8.49%，全部为公司向银行申请开立的银行承兑汇票，主要用于支付邵阳湘窖酒业销售有限公司、贵州珍酒销售有限公司及浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司等公司的货款。截至 2011 年 6 月 30 日应付票据期末余额中应付关联方款项为 5,300.00 万元，占应付总额的 86.89%。

（三）应付账款

截至 2011 年 6 月 30 日，公司应付账款为 5,807.79 万元，占当期流动负债的比重为 8.09%；其中，账龄超过 1 年的金额为 49.44 万元，占应付账款总额的 0.85%，主要为应付酒类产品包装、印刷等的款项。截至 2011 年 6 月 30 日应付账款期末余额中应付关联方款项为 1,901.38 万元，占应付账款总额的 32.74%。

（四）预收款项

截至 2011 年 6 月 30 日，公司预收款项为 8,442.66 万元，占当期流动负债的比重为 11.76%；其中，账龄在 1 年以内的预收款项为 8,413.29 万元，占比为 99.65%。截至 2011 年 6 月 30 日本公司预收款项中无预收持有公司 5%(含 5%)以上表决权股份的股东单位或关联方款项。本公司的预收款项主要是预收客户的采购货款。

截至 2011 年 6 月 30 日，公司前 5 大预收款项客户的名称、预收金额及占预收款项的比例如下：

单位：万元

序号	单位名称	预收款项金额	占比
1	陕西省军区军人服务社	1,689.40	20.01%
2	乐山联政贸易有限公司	137.49	1.63%
3	东胜区华致酒行	127.49	1.51%
4	启东市金尊烟酒销售有限公司	105.62	1.25%
5	南通益统糖酒业有限公司	100.03	1.18%
合 计		2,160.03	25.58%

（五）应付职工薪酬

截至 2011 年 6 月 30 日，公司应付职工薪酬账面余额为 1,916.38 万元，其中

“工资、奖金、津贴和补贴”1,294.81 万元，“工会经费”309.05 万元，“职工教育经费”188.47 万元。

（六）应交税费

截至 2011 年 6 月 30 日，公司应交税费账面余额为 2,130.08 万元，其中企业所得税 2,567.43 万元。报告期内应交税费的明细如下：

单位：万元

税费项目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
增值税	-511.69	-24.02%	771.57	17.47%	-822.03	-28.33%	293.24	63.57%
企业所得税	2,567.43	120.53%	2,832.71	64.14%	3,579.24	123.36%	-	-
个人所得税	40.94	1.92%	641.14	14.52%	123.59	4.26%	131.94	28.60%
城市维护建设税	14.73	0.69%	91.14	2.06%	6.89	0.24%	18.85	4.09%
印花税	6.04	0.28%	8.26	0.19%	8.18	0.28%	2.15	0.47%
教育费附加	7.50	0.35%	53.77	1.22%	4.23	0.15%	11.31	2.45%
地方教育费附加	4.99	0.23%	18.14	0.41%	1.45	0.05%	3.77	0.82%
江海堤防工程维护管理费	0.03	0.00%	-	-	-	-	-	-
市场调价基金	0.11	0.01%	-	-	-	-	-	-
合计	2,130.08	100.00%	4,416.74	100.00%	2,901.55	100.00%	461.25	100.00%

（六）应付利息

截至 2011 年 6 月 30 日，公司应付利息为 64.01 万元，占当期流动负债的比重为 0.09%；主要为短期借款预提利息。

（七）应付股利

截至 2010 年 12 月 31 日，公司应付股利为 12,000.00 万元，主要为根据本公司 2010 年 10 月 31 日召开的投资者会议决议向全体股东宣派的现金股利。截至 2011 年 6 月 30 日，公司应付股利为 0 元。

（八）其他应付款

截至 2011 年 6 月 30 日，公司其他应付款为 5,886.54 万元，占当期流动负债的比重为 8.20%；账龄超过 1 年的金额为 1,535.30 万元，占其他应付款总额的 26.08%。

（九）其他流动负债

截至 2011 年 6 月 30 日，公司其他流动负债余额为 4,965.40 万元。

（十）长期借款

截至 2011 年 6 月 30 日，公司长期借款为 5,500.00 万元，为本公司出于经营需要，向长沙银行申请的长期借款。截至 2011 年 6 月 30 日，本公司无逾期未偿还的长期借款。

（十一）逾期未偿还的债项

截至 2011 年 6 月 30 日，公司没有逾期未偿还的债项。

九、所有者权益变动情况

公司报告期内所有者权益变动情况如下表：

单位：万元

项 目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
实收资本（或股本）	16,500.00	16,500.00	5,000.00	5,000.00
资本公积	16,245.20	16,245.20	-	-
减：库存股	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	744.09	744.09	2,500.00	2,500.00
一般风险准备	-	-	-	-
未分配利润	33,835.93	7,501.11	22,787.49	1,192.06
外币报表折算差额	-13.02	-5.15	-	-
归属于母公司所有者 权益合计	67,312.20	40,985.25	30,287.49	8,692.06
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	67,312.20	40,985.25	30,287.49	8,692.06

（一）实收资本（或股本）

2010 年 10 月，本公司增加注册资本人民币 2,173,913 元，由 2009 年底的 50,000,000 元增加到 52,173,913 元，新增股本全部由 KKR 投入，本次增资经云南天鉴会计师事务所有限公司审验，并出具天鉴验字（2010）第 038 号验资报告。

2010 年 11 月，经云南省商务厅《关于同意华致酒行连锁管理有限公司变更为股份有限公司的批复》（云商资[2010]226 号）批准，公司整体变更为股份有限公司，注册资本由人民币 52,173,913 元变更为人民币 165,000,000.00 元。本次公司整体变更经福建华兴审验，并出具闽华兴所（2010）验字 H-006 号验资报告。

(二) 资本公积

单位：万元

项 目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
股本溢价	16,245.20	16,245.20	-	-
其他资本公积	-	-	-	-
合 计	16,245.20	16,245.20	-	-

华致有限于 2010 年 11 月根据发起人协议和云南省商务厅云商资[2010]226 号文批准整体变更为外商投资股份有限公司，以华致有限截止 2010 年 10 月 31 日的净资产折股投入，折股后的净资产余额 162,451,999.34 元列入股份公司资本公积。

(三) 盈余公积

单位：万元

项 目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
盈余公积	744.09	744.09	2,500.00	2,500.00
合 计	744.09	744.09	2,500.00	2,500.00

2008 年和 2009 年末公司的盈余公积均为 2,500.00 万元，主要原因是 2008 年和 2009 年公司的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。

2010 年末公司的盈余公积变为 744.09 万元，主要原因是 2010 年 11 月公司整体变更为股份有限公司，变更后公司不再有盈余公积。2010 年末，公司根据 2010 年 11-12 月实现的净利润的 10%计提本期盈余公积 744.09 万元。

(四) 未分配利润

单位：万元

项 目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
调整前上年末未分配利润	7,501.11	22,787.49	1,192.06	25,098.45
调整年初未分配利润合计数 (调增+, 调减-)	-	-	-	-
调整后年初未分配利润	7,501.11	22,787.49	1,192.06	25,098.45
加：本期归属于母公司 所有者的净利润	26,334.82	33,368.18	22,595.43	21,093.61
减：提取法定盈余公积	-	852.79	-	-
提取一般风险准备	-	-	-	-
应付普通股股利	-	47,665.27	1,000.00	45,000.00
转作股本的普通股股利	-	136.50	-	-
期末未分配利润	33,835.93	7,501.11	22,787.49	1,192.06

公司报告期末分配利润增减变动原因：

1、最近三年一期，公司实现的净利润分别为 21,093.61 万元、22,595.43 万元、33,368.18 万元和 26,334.82 万元，少数股东损益为 0。

2、根据公司章程，公司每年提取净利润（母公司）的 10%作为法定盈余公积，最近三年一期，母公司报表的净利润分别为 21,093.61 万元、22,670.08 万元、32,496.02 万元和 24,876.26 万元，2008 年和 2009 年公司的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。根据 2010 年 10 月 31 日董事会决议，公司按照实收资本 5,217.39 万元的 50%为限补充计提盈余公积 108.70 万元。公司于 2010 年 11 月根据发起人协议和云南省商务厅云商资[2010]226 号文批准整体变更为外商投资股份有限公司，华致有限以截止 2010 年 10 月 31 日的净资产折股投入，故而减少盈余公积 2,608.70 万元；2010 年末，公司根据 2010 年 11 月和 12 月实现的净利润的 10%计提本期盈余公积 744.09 万元。

3、报告期内，公司分别于 2008 年 12 月、2009 年 4 月、2010 年 10 月实施了分红，分别为 45,000.00 万元、1,000 万元和 47,665.27 万元。此外，2010 年 11 月本公司整体变更为股份有限公司，截至 2010 年 10 月 31 日的未分配利润全部折算为股本和资本公积。

（五）少数股东损益

报告期内，公司少数股东损益为 0。

十、报告期内现金流情况

单位：万元

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
期初现金及现金等价物余额	4,572.56	7,130.45	337.93	2,005.23
经营活动产生现金流量净额	-22,075.23	43,158.42	9,519.11	7,799.38
投资活动产生现金流量净额	-2,849.89	-4,352.75	-2,266.59	-1,681.68
筹资活动产生现金流量净额	31,875.68	-41,349.62	-460.00	-7,785.00
现金及现金等价物净增加额	6,951.67	-2,557.89	6,792.52	-1,667.30
期末现金及现金等价物余额	11,524.22	4,572.56	7,130.45	337.93

十一、报告期内会计报表附注中或有事项、期后事项、承诺事项和其他重要事项

（一）或有事项

2010 年 8 月 3 日，公司与长沙银行股份有限公司德宇支行签订编号为 013920101309080001700《最高额抵押合同》，以存货抵押取得银行授信 30,000.00 万元，期限为 2010 年 7 月 1 日至 2013 年 7 月 1 日。截至 2011 年 6 月 30 日，银行授信额度已使用 17,000.00 万元，抵押存货账面价值 42,033.09 万元。

（二）期后事项

1、2011 年 7 月 12 日，公司与长沙银行股份有限公司德宇支行签署《银行承兑协议》，开具了 6,000.00 万元银行承兑汇票，用于支付供应商货款，票据到期日为 2011 年 10 月 12 日。

2、公司拟新设立孝感华致酒业有限公司及济南华致酒业有限公司两家子公司，并分别于 2011 年 7 月 5 日及 2011 年 7 月 12 日向孝感华致酒业有限公司及济南华致酒业有限公司验资账户各汇款 200.00 万元，子公司设立的各项事宜正在办理过程中。

3、2011 年 7 月 28 日公司第一届董事会第七次会议通过，授权公司向交通银行股份有限公司北京三元支行申请 20,000.00 万元综合授信额度，并由华泽集团有限公司提供连带责任担保，期限一年。

（三）承诺事项

已签订尚未履行完毕的重大财务承诺：

公司在长沙银行股份有限公司德宇支行开具银行承兑汇票，截止 2011 年 6 月 30 日，应付票据余额 6,300.00 万元（含开立支付子公司醴陵华致酒业有限公司 1,000.00 万元），已缴存银行保证金 1,890.00 万元，使用银行授信额度 4,410.00 万元。该批票据最迟于 2011 年 12 月 30 日前到期。

公司在广发银行长沙分行开具银行承兑汇票，截止 2011 年 6 月 30 日，应付

票据余额 800.00 万元，已缴存银行保证金 240.00 万元，使用银行授信额度 560.00 万元。该笔票据于 2011 年 9 月 30 日到期。

（四）其他重要事项

1、根据 2011 年 2 月 9 日第一届董事会第四次会议决议，公司公开发行股票前滚存的未分配利润在公司首次公开发行股票并上市后由公司新老股东按公开发行并上市后的持股比例共享。

2、2009 年 8 月 28 日，公司经拍卖程序与贵州珍酒厂破产管理人签订了《贵州珍酒厂破产财产转让合同》，以 8,250 万元的价格拍得贵州珍酒厂经营性资产，包括流动资产、固定资产、长期投资、土地使用权，并承诺为原企业职工提供不少于 480 个就业岗位。同年公司与破产管理人签订了补充协议，协议约定：转让价款需扣减交接日变化额 356.982 万元，并应在破产管理人收到 8,050 万元收购款后支付给公司；余款 200 万元待破产管理人合同义务全部完成后支付完毕；同时双方约定由新成立的贵州珍酒酿酒有限公司接收破产企业的全部拍卖资产并将该资产直接过户至贵州珍酒酿酒有限公司名下。根据上述协议，公司于 2009 年度向贵阳阳光交易所有限公司支付了 2,640 万元收购款、转款贵州珍酒酿酒有限公司 1,650 万元用于该公司支付后续收购款，上述 4,290 万元已于当期期末收回。该破产资产实际交付与贵州珍酒酿酒有限公司。

十二、发行人主要财务指标

（一）发行人主要财务指标

财务指标	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
流动比率（倍）	1.89	1.46	1.45	1.11
速动比率（倍）	0.43	0.40	0.35	0.32
资产负债率（母公司）	56.80%	70.56%	66.50%	83.26%
资产负债率（合并）	53.46%	68.78%	64.82%	83.26%
应收账款周转率（次）	28.00	51.05	45.49	13.74
存货周转率（次）	0.55	1.02	1.02	1.31
息税折旧摊销前利润（万元）	33,947.15	42,316.90	28,129.66	22,005.33
利息保障倍数（倍）	49.03	29.68	21.75	-
每股经营活动产生的 现金流量净额（元/股）（注）	-1.34	2.62	0.58	0.47
每股净现金流量（元/股）（注）	0.42	-0.16	0.41	-0.10

财务指标	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例	0.01%	0.01%	-	-

计算公式：

流动比率=流动资产 ÷ 流动负债

速动比率=（流动资产 - 存货 - 一年内到期的非流动资产） ÷ 流动负债

资产负债率=（负债总额 ÷ 资产总额）×100%

应收账款周转率=营业总收入 ÷ 应收账款平均余额

存货周转率=营业成本 ÷ 存货平均余额

息税折旧摊销前利润=利润总额 + 利息支出 + 固定资产折旧 + 长期待摊费用摊销额 + 无形资产摊销额

利息保障倍数=税息前利润 ÷ 利息支出

每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动的现金流量净额 ÷ 期末普通股份总数

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额 ÷ 期末普通股份总数

无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例=（无形资产 - 土地使用权） ÷ 期末净资产

注：最近三年一期均以股份公司总股本 165,000,000 股计算

（二）净资产收益率与每股收益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）规定计算的本公司年度的净资产收益率和每股收益如下：

时间	报告期利润	加权平均净资产收益率	每股收益	
			基本每股收益	稀释每股收益
2011年1-6月	归属于公司普通股股东净利润	48.63%	1.60	1.60
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	42.93%	1.41	1.41
2010年度	归属于公司普通股股东净利润	73.70%	4.24	4.24
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	62.02%	3.57	3.57
2009年度	归属于公司普通股股东净利润	116.93%	3.69	3.69

时间	报告期利润	加权平均 净资产收益率	每股收益	
			基本 每股收益	稀释 每股收益
	扣除非经常性损益后归属于 公司普通股股东的净利润	96.95%	3.06	3.06
2008年度	归属于公司普通股股东净利润	48.89%	3.44	3.44
	扣除非经常性损益后归属于 公司普通股股东的净利润	32.94%	2.32	2.32

十三、盈利预测

公司未编制盈利预测报告。

十四、资产评估情况

报告期内，公司进行过两次资产评估，具体情况如下：

（一）2010 年股权转让时的评估

因本公司股份变更事宜，长沙公立资产评估有限公司接受本公司的委托，以 2009 年 12 月 31 日为基准日对公司的全部资产和负债进行了评估，并于 2010 年 9 月 6 日出具了《资产评估报告》（长公立评字（2010）第 4038 号）。根据该评估报告，截至 2009 年 12 月 31 日，公司经评估净资产值为人民币 30,527.84 万元，较账面净资产值增加 172.49 万元，增值率为 0.57%。

（二）整体变更为股份公司时的评估

1、简介

公司前身华致有限整体变更为股份有限公司时，北京中企华资产评估有限责任公司接受委托，以 2010 年 10 月 31 日为基准日对公司的全部资产和负债进行了评估，并于 2010 年 11 月 20 日出具了《资产评估报告》（中企华评报字[2010]第 617 号）。根据该评估报告，截至 2010 年 10 月 31 日，公司经评估的净资产值为人民币 33,887.04 万元。

本次评估仅为公司整体变更设立股份有限公司提供价值参考以及报送财产

评估主管机关审查，公司并未根据评估结果进行账务调整。

2、评估方法和评估结果

本次评估的评估方法为资产基础法。评估结果为：在评估基准日 2010 年 10 月 31 日，在持续经营前提下，企业申报的总资产账面值为 133,524.76 万元，总负债为 100,779.56 万元，净资产为 32,745.20 万元（账面值经福建华兴会计师事务所有限公司审计）；评估后总资产为 134,666.60 万元，总负债为 100,779.56 万元，净资产为 33,887.04 万元，评估增值 1,141.84 万元，增值率 3.49%。资产评估结果汇总表如下：

单位：万元

项目		账面价值	评估价值	增减值	增值率%
		A	B	C=B-A	D=C/A×100%
流动资产	1	120,088.70	120,043.17	954.47	0.79
非流动资产	2	13,436.06	13,623.43	187.37	1.39
长期应收款	3	401.45	401.45	-	-
长期股权投资	4	6,000.00	6,047.62	47.62	0.79
固定资产	5	80.83	79.57	-1.26	-1.56
无形资产	6	5.71	5.71	-	-
长期待摊费用	7	5,928.21	6,069.22	141.01	2.38
递延所得税资产	8	1,019.86	1,019.86	-	-
资产总计	9	133,524.76	134,666.60	1,141.84	0.86
流动负债	10	100,779.56	100,779.56	-	-
负债总计	11	100,779.56	100,779.56	-	-
净资产	12	32,745.20	33,887.04	1,141.84	3.49

十五、验资报告

历次验资情况请参见“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人历次验资情况及投入资产的计量属性”。

第十一节 管理层讨论与分析

本公司董事会提请投资者注意：以下讨论与分析应结合公司经审计的财务报表及报表附注和本招股说明书揭示的财务及其他信息一并阅读（财务数据尾数差异为四舍五入引起）。

本公司主要从事酒类产品的连锁销售，目前 A 股市场尚无此类上市公司，本公司选取专业连锁类 A 股上市公司作为同行业可比公司。

一、财务状况分析

（一）资产的主要构成及减值准备提取情况

1、资产的构成及其变化

（1）报告期内公司主要资产结构分析

报告期内公司主要资产结构表

单位：万元

项 目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
流动资产：								
货币资金	14,179.98	9.80	15,206.29	11.58	7,290.45	8.47	337.93	0.65
应收票据	111.50	0.08	1,864.03	1.42	131	0.15	305.7	0.59
应收账款	3,431.32	2.37	3,602.18	2.74	1,636.46	1.90	2,096.28	4.04
预付款项	12,815.74	8.86	12,797.96	9.75	9,958.52	11.57	10,796.40	20.79
其他应收款	625.55	0.43	452.34	0.34	421.82	0.49	401.42	0.77
存货	104,209.79	72.06	89,598.01	68.24	61,265.17	71.17	34,099.58	65.68
一年内到期的非流动资产	352.64	0.24	242.99	0.19	11.09	0.01	-	-
流动资产合计	135,726.52	93.85	123,763.80	94.26	80,714.52	93.76	48,037.31	92.52
非流动资产：								
固定资产	794.30	0.55	93.93	0.07	54.72	0.06	39.01	0.08
无形资产	4.67	0.003	5.45	0.004	-	-	-	-
长期待摊费用	7,086.49	4.90	6,636.68	5.05	4,802.01	5.58	3,822.85	7.36
递延所得税资产	1,013.08	0.70	796.33	0.61	516.80	0.60	19.23	0.04
非流动资产合计	8,898.54	6.15	7,532.40	5.74	5,373.53	6.24	3,881.09	7.48
资产总计	144,625.07	100.00	131,296.20	100.00	86,088.05	100.00	51,918.41	100.00

最近三年一期末，公司的资产总计分别为 51,918.41 万元、86,088.05 万元、131,296.20 万元和 144,625.07 万元。

2009 年末和 2010 年末公司的资产总计分别较年初增长 65.81%和 52.51%，增长的主要原因是：1) 经营规模的迅速扩大和效益的显著提升带来了盈利的循环投入，使资产大规模增加；2) 为支持业务的高速扩张，本公司通过股权及债权融资的方式解决资金需求，导致总资产规模相应扩大。

报告期内，公司资产结构未发生重大变化。最近三年一期末，公司流动资产占总资产的比例分别为 92.52%、93.76%、94.26%和 93.85%，非流动资产占总资产的比例分别为 7.48%、6.24%、5.74%和 6.15%，流动资产在公司资产结构中所占比例较高，符合零售连锁行业的行业特征。

公司与可比上市公司资产结构比较表：

证券代码	公司名称	流动资产占总资产比重			
		2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
300022	吉峰农机	96.45%	95.99%	96.79%	89.80%
002251	步步高	49.77%	55.63%	54.60%	66.58%
600361	华联综超	72.41%	67.74%	65.49%	65.14%
002264	新华都	60.87%	62.88%	58.94%	72.17%
000759	中百集团	51.58%	53.42%	48.35%	45.03%
002024	苏宁电器	75.16%	78.52%	84.25%	79.51%
601933	永辉超市	65.16%	70.74%	62.43%	71.20%
600827	友谊股份	63.96%	64.58%	57.48%	62.59%
002336	人人乐	79.70%	82.69%	75.51%	77.78%
行业平均		68.34%	70.24%	67.09%	69.98%
本公司		93.85%	94.26%	93.76%	92.52%

数据来源：万得资讯

2、流动资产

报告期内公司流动资产构成如下表所示：

单位：万元

项 目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
货币资金	14,179.98	10.45	15,206.29	12.29	7,290.45	9.03	337.93	0.70
应收票据	111.50	0.08	1,864.03	1.51	131	0.16	305.7	0.64

项 目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
应收账款	3,431.32	2.53	3,602.18	2.91	1,636.46	2.03	2,096.28	4.36
预付款项	12,815.74	9.44	12,797.96	10.34	9,958.52	12.34	10,796.40	22.48
其他应收款	625.55	0.46	452.34	0.37	421.82	0.52	401.42	0.84
存货	104,209.79	76.78	89,598.01	72.39	61,265.17	75.90	34,099.58	70.99
一年内到期的非流动资产	352.64	0.26	242.99	0.20	11.09	0.01	-	-
流动资产合计	135,726.52	100.00	123,763.80	100.00	80,714.52	100.00	48,037.31	100.00

公司的流动资产主要包括货币资金、预付款项、存货等，最近三年一期末，三者合计占流动资产的比例分别达到 94.16%、97.27%、95.02%和 96.67%。

公司 2009 年末流动资产较 2008 年末增加 32,677.20 万元，主要是货币资金和存货增加所致。2010 年末流动资产较 2009 年末增加 43,049.28 万元，主要是货币资金、存货和预付账款增加所致。

(1) 货币资金

单位：万元

项 目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
现金	7.27	0.05	56.45	0.37	49.43	0.68	14.51	4.29
银行存款	11,516.96	81.22	4,516.11	29.70	7,081.02	97.13	323.42	95.71
其他货币资金	2,655.76	18.73	10,633.74	69.93	160.00	2.19	-	-
货币资金合计	14,179.98	100.00	15,206.29	100.00	7,290.45	100.00	337.93	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。最近三年一期末，本公司合并财务报表的货币资金分别为 337.93 万元、7,290.45 万元、15,206.29 万元和 14,179.98 万元，占流动资产的比例分别为 0.70%、9.03%、12.29%和 10.45%。2009 年末的货币资金比 2008 年末增加 6,952.52 万元，主要是公司业务规模增长带来收入增长所致；2010 年末的货币资金比 2009 年末增加 7,915.84 万元，主要原因是：1) 业务规模扩张带来收入增长；2) KKR 对本公司进行现金增资；3) 公司从银行借入长期借款。

2009 年末的其他货币资金主要是信用证保证金，2010 年末和 2011 年 6 月末的其他货币资金主要为银行承兑汇票保证金。

(2) 应收票据

最近三年一期末，本公司的应收票据余额分别为 305.70 万元、131.00 万元、1,864.03 万元和 111.50 万元，占流动资产的比重分别为 0.64%、0.16%、1.51%和 0.08%。报告期末本公司应收票据均为银行承兑汇票。

(3) 应收账款

最近三年一期末，本公司的应收账款净额分别为 2,096.28 万元、1,636.46 万元、3,602.18 万元和 3,431.32 万元，占流动资产的比例分别为 4.36%、2.03%、2.91%和 2.53%。应收账款占比较小且保持相对稳定，主要原因是公司除给少数优质客户信用支持外，其余客户均是先付款后发货。

单位：万元

账龄结构	2011 年 6 月 30 日				
	账面余额		坏账准备		净额
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	
1 年内 (含 1 年)	3,590.43	99.37%	179.52	5.00%	3,410.91
1-2 年 (含 2 年)	22.68	0.63%	2.27	10.00%	20.41
2-3 年 (含 3 年)	-	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-	-
合计	3,613.11	100.00%	181.79	5.03%	3,431.32
账龄结构	2010 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		净额
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	
1 年内 (含 1 年)	3,676.87	96.81%	183.84	5.00%	3,493.03
1-2 年 (含 2 年)	121.28	3.19%	12.13	10.00%	109.15
2-3 年 (含 3 年)	-	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-	-
合计	3,798.15	100%	195.97	5.16%	3,602.18
账龄结构	2009 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		净额
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	
1 年内 (含 1 年)	1,721.74	99.95%	86.09	5.00%	1,635.65
1-2 年 (含 2 年)	0.9	0.05%	0.09	10.00%	0.81
2-3 年 (含 3 年)	-	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-	-
合计	1,722.64	100%	86.18	5.00%	1,636.46

账龄结构	2008年12月31日				
	账面余额		坏账准备		净额
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	
1年内(含1年)	2,201.86	99.77%	110.09	5.00%	2,091.76
1-2年(含2年)	3.13	0.14%	0.31	10.00%	2.82
2-3年(含3年)	2	0.09%	0.3	15.00%	1.7
2-3年(含3年)	-	-	-	-	-
3年以上	-	-	-	-	-
合计	2,206.99	100.00%	110.71	5.02%	2,096.28

从账龄构成来看，2008年末、2009年末、2010年末和2011年6月末公司95%以上的应收账款账龄在1年以内，应收账款结构健康合理、坏账风险较小、质量较高。

截至2011年6月30日，公司应收账款前5名明细如下：

单位：万元

序号	单位名称	应收账款金额	占比	与本公司关系	账龄
1	北京万思缘商贸有限公司	431.72	11.95%	本公司客户	1年以内
2	湖南中泰致远贸易有限公司	285.47	7.90%	本公司客户	1年以内
3	长沙祥光糖酒贸易有限公司	266.19	7.37%	本公司客户	1年以内
4	重庆瓯越惠商贸有限公司	199.81	5.53%	本公司客户	1年以内
5	衡阳市金达华致酒行有限公司	178.30	4.93%	本公司客户	1年以内
合 计		1,361.49	37.68%	-	-

(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。最近三年一期末，公司预付款项余额分别为10,796.40万元、9,958.52万元、12,797.96万元和12,815.74万元，占流动资产的比例分别为22.48%、12.34%、10.34%和9.44%，预付账款余额处于合理水平。

公司2009年末预付款项余额与2008年末基本持平。公司2010年末预付款项余额较2009年末增加2,839.45万元，同比增长28.51%，主要原因是随着公司经营规模的扩大，公司的采购规模相应扩大，预付货款增加。

公司的预付款项按账龄分布如下：

单位：万元

项 目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内（含 1 年）	12,787.27	99.78	12,566.02	98.19	9,802.21	98.43	10,551.65	97.73
1-2 年（含 2 年）	28.46	0.22	231.94	1.81	56.31	0.57	149.75	1.39
2-3 年（含 3 年）	-	-	-	-	100	1.00	95	0.88
合计	12,815.74	100.00	12,797.96	100.00	9,958.52	100.00	10,796.40	100.00

最近三年一期末，按照款项性质，公司预付账款构成如下：

单位：万元

性 质	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
商品和劳务采购款	12,052.94	11,669.95	9,515.27	10,676.77
装修及固定资产采购款	762.80	1,128.01	443.25	119.63
合 计	12,815.74	12,797.96	9,958.52	10,796.40

最近三年一期末，公司前五大预付账款明细如下：

单位：万元

单位名称	与本公司关系	金额	占预付账款 总额的比例	时间	未结算原因
2011-06-30					
宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	酒类供应商	5,301.39	41.37%	1 年 以内	先款后货
浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司	酒类供应商	786.63	6.14%	1 年 以内	先款后货
Jean-PierreMoueix	酒类供应商	681.61	5.32%	1 年 以内	先款后货
泸州纳川酒业有限公司	酒类供应商	653.72	5.10%	1 年 以内	先款后货
四川宜宾市国荣商贸有限公司	酒类供应商	430.87	3.36%	1 年 以内	先款后货
合 计		7,854.21	61.29%		
2010-12-31					
宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	酒类供应商	3,430.40	26.80%	1 年 以内	先款后货
泸州纳川酒业有限公司	酒类供应商	3,296.44	25.76%	1 年 以内	先款后货
人民大会堂管理局纪念品服务部	酒类供应商	2,064.00	16.13%	1 年 以内	先款后货

单位名称	与本公司关系	金额	占预付账款总额的比例	时间	未结算原因
湖南省浦建房产开发有限公司	固定资产供应商	568.89	4.45%	1年以内	店面尚未交付
Jean-PierreMoueix	酒类供应商	401.26	3.14%	1年以内	先款后货
合 计		9,760.99	76.27%		
2009-12-31					
四川省宜宾五粮液销售有限公司	酒类供应商	5,617.69	56.41%	1年以内	先款后货
泸州纳川酒业有限公司	酒类供应商	1,047.46	10.52%	1年以内	先款后货
北京中食金樽酒业有限责任公司	酒类供应商	865.60	8.69%	1年以内	先款后货
广州市清平药业有限公司(广州益建)	保健品供应商	472.50	4.74%	1年以内	先款后货
湖南九裕物流有限公司	承运方	316.48	3.18%	1年以内	运费预付款
合 计		8,319.73	83.54%		
2008-12-31					
泸州纳川酒业有限公司	酒类供应商	9,109.03	84.37%	1年以内	先款后货
北京百号广大生物科技有限公司	保健品供应商	293.15	2.72%	1年以内	先款后货
广州市清平药业有限公司(广州益建)	保健品供应商	217.50	2.01%	1年以内	先款后货
湖南九裕物流有限公司	承运方	136.41	1.26%	1年以内	运费预付款
神州电视有限公司	广告发布者	126.30	1.17%	1年以内	广告费预付款
合 计		9,882.38	91.53%		

由于公司支付预付款项的单位主要是一些实力强且经营状况良好的供应商，并且账龄大都在一年以内，因此回收风险较小。

(5) 其他应收款

最近三年一期末，公司其他应收款分别为 401.42 万元、421.82 万元、452.34 万元和 625.55 万元，占流动资产的比例分别为 0.84%、0.52%、0.37%和 0.46%，占比较小。

其他应收款按账龄分布的具体情况如下：

单位：万元

项 目	2011-06-30			
	账面余额	比例	坏账准备	净额
1 年以内	548.42	56.39%	16.45	531.96
1-2 年（含）	8.72	0.90%	0.87	7.85
2-3 年（含）	3.31	0.34%	0.99	2.32
3-4 年	3.34	0.34%	1.67	1.67
4-5 年	408.75	42.03%	327.00	81.75
合计	972.54	100.00%	346.99	625.55
项目	2010-12-31			
	账面余额	比例	坏账准备	净额
1 年以内	149.64	22.10%	4.54	145.09
1-2 年（含）	105.6	15.60%	10.56	95.04
2-3 年（含）	6.69	0.99%	2.01	4.69
3-4 年	415.05	61.31%	207.52	207.52
合计	676.98	100.00%	224.64	452.34
项目	2009-12-31			
	账面余额	比例	坏账准备	净额
1 年以内	110.68	19.95%	3.33	107.35
1-2 年（含）	18.24	3.29%	1.82	16.41
2-3 年（含）	425.8	76.76%	127.74	298.06
3-4 年				
合计	554.71	100.00%	132.89	421.82
项目	2008-12-31			
	账面余额	比例	坏账准备	净额
1 年以内	18.44	4.15%	0.55	17.88
1-2 年（含）	426.15	95.85%	42.61	383.53
2-3 年（含）	-	-	-	-
3-4 年	-	-	-	-
合计	444.59	100.00%	43.17	401.42

2008 年末账龄在 1-2 年、2009 年末账龄在 2-3 年、2010 年末账龄在 3-4 年和 2011 年 6 月末账龄在 4-5 年的其他应收款占其他应收款总额的比重分别为 95.85%、76.76%、61.31%和 42.03%，这部分应收款主要为应收浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司的市场保证金。2011 年 6 月 30 日，账龄在 1 年以内的其他应收款主要为应收贵州茅台酒销售有限公司和宜宾五粮液酒类销售有限公司的市场保证金。

截至 2011 年 6 月 30 日，公司不存在单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收账款，具体如下：

单位：万元

种 类	2011 年 6 月 30 日			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收账款	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收账款	972.54	100%	346.99	35.68%
其中:账龄组合	972.54	100%	346.99	35.68%
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收账款	-	-	-	-
合 计	972.54	100%	346.99	35.68%

截至 2011 年 6 月 30 日，公司其他应收款前五大客户情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	与本公司关系	性质	金额	账龄	占其他应收款总额的比例
1	浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司	供应商	市场保证金	400.00	4-5 年	41.13%
2	贵州茅台酒销售有限公司	供应商	市场保证金	130.00	1 年以内	13.37%
3	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	供应商	市场保证金	100.00	1 年以内	10.28%
4	湖北全洲房地产开发公司	营业场所出租方	房租押金	20.00	1 年以内	2.06%
5	贺平	员工	备用金	17.18	1 年以内	1.77%
	合 计	-	-	667.18	-	68.61%

2011 年 6 月 30 日，公司其他应收款中无持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东欠款。

（6）存货

最近三年一期末，公司的存货余额分别为 34,099.58 万元、61,265.17 万元、

89,598.01 万元和 104,209.79 万元，占流动资产的比重分别为 70.99%、75.90%、72.39%和 76.78%，基本保持稳定。公司的存货主要为库存商品，2008 年末、2009 年末、2010 年末和 2011 年 6 月末库存商品占存货的比例分别为 99.72%、97.18%、98.48%和 99.82%，具体如下表：

单位：万元

项目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
在途物资	186.51	0.18	1,365.06	1.52	1,728.06	2.82	93.97	0.28
库存商品	104,023.28	99.82	88,232.94	98.48	59,537.11	97.18	34,005.61	99.72
合计	104,209.79	100.00	89,598.01	100.00	61,265.17	100.00	34,099.58	100.00

最近三年一期末，公司存货余额具体构成如下：

单位：万元

项 目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
白酒	96,576.73	92.68%	82,814.63	92.43%	57,650.24	94.10%	29,908.40	87.71%
国产葡萄酒	952.30	0.91%	938.39	1.05%	503.80	0.82%	88.87	0.26%
黄酒	904.65	0.87%	1,283.43	1.43%	2,030.38	3.31%	2,294.59	6.73%
进口酒	4,355.88	4.18%	2,530.82	2.82%	176.84	0.29%	326.12	0.96%
其他	1,420.22	1.36%	2,030.74	2.27%	903.91	1.48%	1,481.59	4.34%
存 货	104,209.79	100.00%	89,598.01	100.00%	61,265.17	100.00%	34,099.58	100.00%
存货周转率	0.55		1.02		1.02		1.31	

由上表可知，最近三年一期末，公司的存货余额分别为 34,099.58 万元、61,265.17 万元、89,598.01 万元和 104,209.79 万元，存货周转率分别为 1.31、1.02、1.02 和 0.55。报告期内公司存货大幅增长，存货周转率基本稳定，符合公司经营模式。主要分析如下：

1) 报告期内公司存货增长率和收入增长率一致，存货结构和收入结构匹配

① 最近三年一期，公司存货增长率和收入增长率一致

项 目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	平均增长率	复合增长率
存货增长率	16.31% ¹	46.25%	79.67%	47.41%	45.12%
项 目	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	平均增长率	复合增长率
营业收入增长率	83.65% ²	57.50%	38.83%	59.99%	58.94%

由上表可知，报告期内公司存货增长率和营业收入增长率基本一致，符合公

¹ 与 2010 年 12 月 31 日存货数额相比

² 与 2010 年上半年同期相比

司实际发展状况。

② 最近三年一期，公司存货结构和销售结构匹配

报告期内，公司销售结构情况如下：

项 目	2011 年上半年		2010 年		2009 年		2008 年	
	存 货	营业收入	存 货	营业收入	存 货	营业收入	存 货	营业收入
白酒	92.68%	92.90%	92.43%	93.28%	94.10%	95.29%	87.71%	95.26%
国产葡萄酒	0.91%	1.99%	1.05%	3.09%	0.82%	1.37%	0.26%	0.43%
黄酒	0.87%	1.27%	1.43%	1.19%	3.31%	1.49%	6.73%	3.46%
进口酒	4.18%	2.57%	2.82%	0.85%	0.29%	0.70%	0.96%	0.46%
其他	1.36%	1.27%	2.27%	1.59%	1.48%	1.14%	4.34%	0.40%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

由上表可知，最近三年一期，公司存货构成和营业收入构成结构基本匹配，符合公司经营模式。

2) 公司销售模式及业务流程分析

作为酒类连锁销售企业，公司以“保真酒品经营”为宗旨，主要采取连锁门店、团购、直供终端和终端供应商等四种销售模式。基于上述经营特点和销售模式，公司主要业务流程如下：上游向酒类厂商直接采购产品，下游通过门店及各种渠道将产品直接提供给消费者或零售终端。

经过近几年的发展，公司逐渐形成“上游集中采购（全国总经销）、下游扁平化销售”的经营模式和特点；从而为公司保证产品品质、稳定货源供应、占领细分市场、维护市场秩序、打造“华致”品牌提供保障，实现产业链环节的减少和产品成本的降低，提高公司盈利水平。

在提升公司盈利能力的同时，上述经营模式也对公司存货水平提出高要求：

① 公司与上游厂商建立互利共赢的长期业务合作关系，目前已成为“五粮液”年份酒、“华致特供酒”、“古越龙山”年份酒、“湘窖”、“珍酒”以及“福酒 中国红”的全国总经销商。作为全国总经销商，公司结合全国市场的需求，通过较高水平的存货储备，保证货源充足供应，维持销售渠道健康运转，维护市场秩序，巩固、促进品牌发展，占领细分市场，进而提升公司盈利水平。

② 公司积极推进销售渠道扁平化，通过分布在 400 个县级以上城市、合计超过 1,000 家的连锁门店、团购客户、直供终端和终端供应商，将产品直接提供

给消费者或零售终端。为保障扁平化销售渠道的供货安排，公司已在全国 18 个区域设置了配送仓库，通过较高水平的存货储备，快速响应终端客户需求，目前已实现从接受客户订单到仓库发货、配送在 3-5 天内完成。通过最大限度的减少流通环节，提升公司盈利水平。

综上，基于“集中采购、扁平化销售”的经营模式和业务流程，公司形成了盈利能力高、存货水平高的特点。报告期内，公司综合毛利率分别为 49.26%、42.51%、42.33%和 45.44%，明显高于行业平均水平；公司存货周转率分别为 1.31、1.02、1.02 和 0.55，保持稳定，符合公司经营需要，为公司近年来业务迅速发展作出重要贡献。

3) 应对产品采购价格波动，公司合理调整存货储备政策

随着我国酒类市场迅速发展，公司主导产品价格逐年上涨。为维持终端零售市场价格平稳，在市场竞争中取得优势地位，公司对产品终端零售价格的调整，通常滞后于上游酒厂出厂价的上涨。基于此，公司合理调整存货储备政策，通过适度扩大存货储备，平滑存货采购价格波动对公司经营业绩的影响。

综上分析，通过较高水平的存货储备，以减少流通环节、降低产品成本，提升公司盈利水平，符合公司“集中采购、扁平化销售”的业务流程和特点。另一方面，在迅速发展的市场中，公司通过适度扩大存货储备，以平滑产品采购价格波动对公司经营业绩的影响。因此，报告期内公司存货余额合理，存货周转率维持稳定，符合公司发展需要。

本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。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。为生产而持有的材料等，用其生产的产成品的可变现净值高于成本的，该材料仍然应当按照成本计量；材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本的，该材料应当按照可变现净值计量。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值应当以合同价格为基础计算。企业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应当以一般销售价格为基础计算。

报告期内，本公司未计提存货跌价准备的主要原因是公司的存货主要是酒类

产品，这类产品近年来的销售情况良好，产品的可变现净值高于账面成本。

(7) 一年内到期的非流动资产

公司一年内到期的非流动资产是可在次年摊销完毕的装修费用。最近三年一期末，公司一年内到期的非流动资产的余额分别为 0 元、11.09 万元、242.99 万元和 352.64 万元，占流动资产的比重分别仅为 0.00%、0.01%、0.20%和 0.26%，占比较小。

3、非流动资产

公司最近三年的非流动资产构成如下：

单位：万元

项目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
固定资产	794.30	8.93	93.93	1.25	54.72	1.02	39.01	1.01
无形资产	4.67	0.05	5.45	0.07	-	-	-	-
长期待摊费用	7,086.49	79.64	6,636.68	88.11	4,802.01	89.36	3,822.85	98.50
递延所得税资产	1,013.08	11.38	796.33	10.57	516.8	9.62	19.23	0.50
非流动资产合计	8,898.54	100.00	7,532.40	100.00	5,373.53	100.00	3,881.09	100.00

公司的非流动资产主要是长期待摊费用。2008 年末、2009 年末、2010 年末和 2011 年 6 月末非流动资产占总资产的比重分别为 7.48%、6.24%、5.74%和 6.15%，符合零售连锁行业的行业特征。

公司 2009 年末和 2010 年末非流动资产同比增长分别为 38.45%和 40.18%，2011 年 6 月末非流动资产较 2010 年末增长 18.14%，主要是因为随着公司经营规模的扩大，合作店数量不断增加，公司为合作店进行装修的支出不断扩大。

(1) 固定资产

2008 年至 2010 年公司的固定资产主要为办公设备，进入 2011 年随着公司直营店业务的开展，公司的房屋和建筑物类资产增加。最近三年一期末，公司固定资产净额分别为 39.01 万元、54.72 万元、93.93 万元和 794.30 万元，占非流动资产的比重分别为 1.01%、1.02%、1.25%和 8.93%。

单位：万元

项 目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
房屋、建筑物	548.48	69.05	-	-	-	-	-	-
办公设备	132.83	16.72	93.93	100.00	54.72	100.00	39.01	100.00
运输设备	113.00	14.23	-	-	-	-	-	-
固定资产合计	794.30	100.00	93.93	100.00	54.72	100.00	39.01	100.00

2009 年和 2010 年公司固定资产绝对额分别增加 15.71 和 39.22 万元，同比增长 40.27%和 71.67%，主要原因是：1）随着公司规模扩大，员工数量增加，相应增加了办公设备；2）为了改善办公环境对部分办公设备进行更新。

2011 年 6 月末公司的固定资产较 2010 年末增加了 700.37 万元，增长幅度达 745.63%，大幅增长的主要原因是：1）2011 年 1-6 月公司为开设直营店购买了部分物业，截至 2011 年 6 月末，公司的房屋、建筑物类固定资产账面价值为 548.48 万元；2）因开展业务需要，公司采购了部分运输设备。

截至 2011 年 6 月 30 日，公司不存在闲置或暂时不用的固定资产，且固定资产未出现减值情形，无须计提减值准备。

单位：万元

项 目	原值	累计折旧	净值	成新率
房屋、建筑物	559.55	11.07	548.48	98.02%
办公设备	195.96	63.13	132.83	67.78%
运输设备	113.00	-	113.00	100.00%
合 计	868.51	74.20	794.30	91.46%

截止 2011 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

最近三年一期末，公司无形资产分别为 0 元、0 元、5.45 万元和 4.67 万元，占非流动资产的比重分别为 0%、0%、0.07%和 0.05%。

单位：万元

项 目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	净额	比例	净额	比例	净额	比例	净额	比例
湘冠商标著作权	4.67	100%	5.45	100%	-	-	-	-
合计	4.67	100%	5.45	100%	-	-	-	-

截至 2011 年 6 月 30 日，公司拥有的无形资产不存在减值的情况，故未计提减值准备。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

最近三年一期末，公司长期待摊费用分别为 3,822.85 万元、4,802.01 万元、6,636.68 万元和 7,086.49 万元，占非流动资产的比重分别为 98.50%、89.36%、88.11%和 79.64%，占比相对较大。公司长期待摊费用的主要构成如下：

单位：万元

项 目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	净额	比例	净额	比例	净额	比例	净额	比例
酒行装修费	7,086.49	100%	6,636.68	100%	4,802.01	100%	3,822.85	100%
长期待摊费用合计	7,086.49	100%	6,636.68	100%	4,802.01	100%	3,822.85	100%

公司的长期待摊费用由酒行装修费构成。最近三年一期，公司的酒行装修费逐年上升，主要原因是：1）随着公司门店数量的增加，公司的装修费用支出增加；2）为了提升消费者的购物体验，对于部分装修过时的门店进行重新装修；3）为了突出公司品牌形象，完善酒行功能，酒行门店的装修标准不断提高。

公司长期待摊费用具体核算原则、内容和依据如下：

1）公司长期待摊费用科目核算已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在 1 年以上的装修支出，主要包括经营性租入固定资产改良支出（即办公楼装修、直营店装修）以及公司为合作店酒行发生的装修支出。装修改良支出含主体装修工程（土建装修工程、吊顶工程、墙漆工程、水电工程）、铝材工程（含背景墙装饰、橱窗装饰、门头装饰）、家具及其他等。

2）装修费资本化的依据：

能同时满足以下条件的经营租赁方式租入固定资产的装修费以及公司为合作店酒行发生的装修支出予以资本化，并计入长期待摊费用：① 与该固定资产装修费有关的经济利益很可能流入企业；② 该固定资产装修费的成本能够可靠地计量。

公司根据合同约定为合伙人承租或购买的门店按照统一装修风格进行装修，包括主体装修工程（土建装修工程、吊顶工程、墙漆工程、水电工程）、铝材工

程（含背景墙装饰、橱窗装饰、门头装饰）、家具及其他，以使该物业的使用功能符合华致酒行门店营业要求，并由合作方作为营销公司指定专卖产品的经营场所使用。可见，该项支出形成的装修可使用年限超过一年，且是公司为与合伙人确立经销关系、以带来合作期内营销收入流入而发生的支出，属于资本性支出；根据权责发生制原则和配比性原则，应按照受益期予以分期摊销计入损益。同时公司根据合同约定在装修之前向合作方收取一定金额的装修保证金，在合作期间有条件的、分期返还合伙人，也降低了因合作方经营不善而使公司无法收回装修投入的风险。

3) 经营性租入固定资产发生的装修费以及公司为合作店酒行发生的装修支出的核算原则：

① 简单装修产生的维修费用或零星修复费用直接计入当期费用；

② 满足资本化条件的，在装修完毕并达到预计可使用状态时，根据验收报告确认长期待摊费用增加，并在剩余租赁期与装修尚可使用年限两者中较短的期间内进行平均摊销；

③ 经营性租入固定资产发生的装修支出在解除经营租赁关系时，将长期待摊费用摊余价值一次性计入当期损益；合作店酒行关闭时，将长期待摊费用摊余价值一次性计入当期损益。

（4）递延所得税资产

公司的递延所得税资产主要因递延收益引起。最近三年一期末，公司递延所得税资产分别为 19.23 万元、516.80 万元、796.33 万元和 1,013.08 万元，占非流动资产的比重分别为 0.50%、9.62%、10.57%和 11.38%。

单位：万元

项 目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	净额	比例	净额	比例	净额	比例	净额	比例
资产减值准备引起的可抵扣暂时性差异	82.43	8.14%	63.80	8.01%	28.21	5.46%	19.23	100%
存货未实现内部利润引起的可抵扣暂时性差异	185.83	18.34%	8.37	1.05%	0.72	0.14%	-	-
递延收益引起的可抵扣暂时性差异	744.81	73.52%	724.16	90.94%	487.87	94.40%	-	-

递延所得税资产合计	1,013.08	100.00%	796.33	100.00%	516.80	100.00%	19.23	100%
-----------	----------	---------	--------	---------	--------	---------	-------	------

最近三年一期公司的递延所得税资产逐年增加，主要系由递延收益和存货未实现内部利润增加引起。

(5) 资产减值准备

公司的资产减值准备由应收账款坏账准备和其他应收款坏账准备构成。最近三年一期末，公司资产减值准备分别为 153.87 万元、219.07 万元、420.61 万元和 528.78 万元。

单位：万元

项 目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
应收账款坏账准备	181.79	195.97	86.18	110.71
其他应收款坏账准备	346.99	224.64	132.89	43.17
合 计	528.78	420.61	219.07	153.87

公司应收款项（包括应收账款和其他应收款等）按合同或协议价款作为初始入账金额，并按下列标准确认坏账损失：

1) 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的判断依据或金额标准	单项金额重大的应收账款指单项金额超过 300 万元人民币（含 300 万元）； 单项金额重大的其他应收款指单项金额超过 400 万元人民币（含 400 万元）
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，应当根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额确认减值损失，个别认定计提坏账准备，经减值测试后不存在减值的，应当包括在具有类似风险组合特征的应收款项中计提坏账准备

2) 按组合计提坏账准备应收款项

组合名称	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	账龄状态	账龄分析法
合并报表内公司组合	公司对合并报表范围内的应收款项不计提坏账准备	-

组合中，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（含 1 年）	5%	3%
1 至 2 年（含 2 年）	10%	10%
2 至 3 年（含 3 年）	15%	30%
3 至 4 年（含 4 年）	100%	50%
4 至 5 年（含 5 年）		80%

5年以上		100%
------	--	------

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	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试, 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

公司应收账款和其他应收款的坏账准备计提水平如下:

单位: 万元

项 目	2011-06-30		
	账面余额	坏账准备	计提比例
应收账款坏账准备	3,613.11	181.79	5.03%
其他应收款坏账准备	972.54	346.99	35.68%
合 计	4,585.65	528.78	11.53%
项 目	2010-12-31		
	账面余额	坏账准备	计提比例
应收账款坏账准备	3,798.15	195.97	5.16%
其他应收款坏账准备	676.98	224.64	33.18%
合 计	4,475.12	420.61	9.40%
项 目	2009-12-31		
	账面余额	坏账准备	计提比例
应收账款坏账准备	1,722.64	86.18	5.00%
其他应收款坏账准备	554.71	132.89	23.96%
合 计	2,277.35	219.07	9.62%
项 目	2008-12-31		
	账面余额	坏账准备	计提比例
应收账款坏账准备	2,206.99	110.71	5.02%
其他应收款坏账准备	444.59	43.17	9.71%
合 计	2,651.57	153.87	5.80%

公司管理层认为, 公司流动资产占比较大, 资产变现能力强, 整体资产质量优良。公司按照稳健性原则, 根据《企业会计准则》的要求、自身的业务特点和资产实际情况, 制定各项资产减值准备计提的政策, 并对各类资产在资产负债表日进行审慎核查, 严格按制定的会计政策计提各项减值准备。计提的各项资产减值准备是公允和稳健的、与公司资产质量的实际状况相符, 公司未来不会因资产突发减值而导致经营或财务风险。

（二）负债的主要构成

1、负债结构分析

报告期内，公司负债结构未发生重大变化。最近三年一期末，公司流动负债占总负债的比例分别为 100%、100%、93.91%和 92.89%，非流动负债占总负债的比例分别为 0%、0%、6.09%和 7.11%，流动负债在负债结构中所占比例较高，符合零售连锁行业的行业特征。

公司 2009 年末和 2010 年末的负债总计分别较上年末增长 29.09%和 61.85%，主要原因是随着公司经营规模的扩大，流动负债的规模随之增加，另外 2010 年公司还从银行借入 5,500 万元的长期借款。2011 年 6 月末公司的负债总计较 2010 年末减少了 12,998.09 万元，主要是由于公司的应付票据和应付股利金额下降。

公司报告期内主要负债构成如下：

单位：万元

项目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
流动负债：								
短期借款	36,500.00	47.21	-	-	-	-	-	-
应付票据	6,100.00	7.89	35,000.00	38.75	-	-	-	-
应付账款	5,807.79	7.51	4,464.47	4.94	8,613.95	15.44	6,372.45	14.74
预收款项	8,442.66	10.92	15,906.62	17.61	5,935.74	10.64	6,890.45	15.94
应付职工薪酬	1,916.38	2.48	2,142.77	2.37	1,349.31	2.42	498.35	1.15
应交税费	2,130.08	2.76	4,416.74	4.89	2,901.55	5.20	461.25	1.07
应付利息	64.01	0.08	8.55	0.01	1,237.23	2.22	-	-
应付股利	-	-	12,000.00	13.29	23,650.00	42.38	22,950.00	53.09
其他应付款	5,886.54	7.61	6,044.10	6.69	8,209.80	14.71	3,393.35	7.85
其他流动负债	4,965.40	6.42	4,827.70	5.35	3,902.98	6.99	2,660.49	6.15
流动负债合计	71,812.86	92.89	84,810.95	93.91	55,800.56	100.00	43,226.34	100.00
非流动负债：								
长期借款	5,500.00	7.11	5,500.00	6.09	-	-	-	-
非流动负债合计	5,500.00	7.11	5,500.00	6.09	-	-	-	-
负债合计	77,312.86	100.00	90,310.95	100.00	55,800.56	100.00	43,226.34	100.00

2、流动负债

公司最近三年的流动负债构成如下表所示：

单位：万元

项目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
短期借款	36,500.00	50.83	-	-	-	-	-	-
应付票据	6,100.00	8.49	35,000.00	41.27	-	-	-	-
应付账款	5,807.79	8.09	4,464.47	5.26	8,613.95	15.44	6,372.45	14.74
预收款项	8,442.66	11.76	15,906.62	18.76	5,935.74	10.64	6,890.45	15.94
应付职工薪酬	1,916.38	2.67	2,142.77	2.53	1,349.31	2.42	498.35	1.15
应交税费	2,130.08	2.97	4,416.74	5.21	2,901.55	5.20	461.25	1.07
应付利息	64.01	0.09	8.55	0.01	1,237.23	2.22	-	-
应付股利	-	-	12,000.00	14.15	23,650.00	42.38	22,950.00	53.09
其他应付款	5,886.54	8.20	6,044.10	7.13	8,209.80	14.71	3,393.35	7.85
其他流动负债	4,965.40	6.91	4,827.70	5.69	3,902.98	6.99	2,660.49	6.15
流动负债合计	71,812.86	100.00	84,810.95	100.00	55,800.56	100.00	43,226.34	100.00

(1) 短期借款

2008 年至 2010 年公司无短期借款。2011 年 6 月末公司的短期借款金额为 36,500.00 万元，具体情况如下：

单位：万元

项 目	金 额	银 行
抵押借款	11,500.00	长沙银行股份有限公司德宇支行
保证借款	10,000.00	广东发展银行股份有限公司
信用借款	15,000.00	融睿高新委托长沙银行股份有限公司德宇支行贷款给本公司
合 计	36,500.00	-

2011 年 6 月末公司短期借款规模增大，一方面是由于公司规模扩大，资金需求量增大，另一方面是由于公司减少银行承兑汇票融资支付货款的方式，更多的采用银行短期借款融资方式。

(2) 应付票据

2008 年和 2009 年公司无应付票据余额。2010 年公司取得银行授信，开始向银行申请开立银行承兑汇票用于结算采购货款。公司采取票据结算货款主要是为了利用远期付款，以有限的资本购进更多货物，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。2010年12月31日，公司的应付票据余额为35,000.00万元，占流动负债的比例为41.27%；全部为公司向银行申请开立的银行承兑汇票，用于支付宜宾五粮液酒类销售有限责任公司货款。2011年6月30日，公司的应付票据余额为6,100.00万元，占流动负债的比例为8.49%；全部为公司向银行申请开立的银行承兑汇票，其中应付关联方款项5,300.00万元，应付古越龙山采购款800.00万元。

（3）应付账款

公司的应付账款主要为应付酒类产品供应商、广告商、包装物供应商的货款。

最近三年一期末，公司应付账款余额分别为6,372.45万元、8,613.95万元、4,464.47万元和5,807.79万元，分别占当期流动负债的比重为14.74%、15.44%、5.26%和8.09%。2009年末公司应付账款较期初增加2,241.50万元，同比增长35.17%，主要是公司规模扩张所致。2010年底公司的应付账款较期初减少4,149.48万元，同比下降47.17%，主要原因是部分供应商加强了货款回收力度，公司对部分应付账款进行了结算。2011年6月末公司的应付账款较期初增加1,343.32万元，主要是规模扩张所致。

报告期内，公司应付账款的账龄结构如下：

单位：万元

账 龄	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内（含1年）	5,758.35	99.15%	4,165.12	93.29%	6,508.85	75.56%	5,688.46	89.27%
1-2年（含2年）	48.49	0.83%	292.05	6.54%	1,423.32	16.52%	683.99	10.73%
2-3年（含3年）	0.63	0.01%	6.29	0.14%	681.78	7.91%	0	0.00%
3-4年（含4年）	0.31	0.01%	1.01	0.02%	-	0.00%	-	0.00%
合 计	5,807.79	100.00%	4,464.47	100.00%	8,613.95	100.00%	6,372.45	100.00%

从账龄结构来看，公司应付账款的账龄绝大多数在1年以内。最近三年一期末，公司1年以内应付账款占总应付账款的比例分别为89.27%、75.56%、93.29%和99.15%。

截至2011年6月30日，公司的应付账款前5大构成如下：

单位：万元

项 目	款项性质	金额	时间	占期末总额的比例
贵州珍酒销售有限公司	货款	801.83	1 年以内	13.81%
邵阳开口笑酒业有限责任公司	货款	733.85	1 年以内	12.64%
北京联合趋势国际广告有限公司	广告费	318.24	1 年以内	5.48%
深圳市域出印包装纸制品有限公司	包装物款	297.93	1 年以内	5.13%
重庆昊晟玻璃股份有限公司	包装物款	233.52	1 年以内	4.02%
合 计	-	2,385.38		41.08%

2011 年 6 月 30 日应付账款期末余额中应付关联方款项为 1,901.38 万元，占应付账款总额的 32.74%。2011 年 6 月 30 日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款项。

（4）预收款项

最近三年一期末，公司预收款项分别为 6,890.45 万元、5,935.74 万元、15,906.62 万元和 8,442.66 万元，分别占当期流动负债的比重为 15.94%、10.64%、18.76%和 11.76%，其中，账龄在 1 年以内的预收款项占比较大，最近三年一期末分别为 97.59%、98.31%、99.97%和 99.65%。

公司主要采取先款后货的销售政策，预收款项主要是预收客户的采购货款。最近三年一期末，公司预收款项占营业收入的比重分别为 11.27%、6.99%、11.90%和 8.57%，占比基本稳定，与公司的销售策略相符。

单位：万元

账 龄	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内(含 1 年)	8,413.29	99.65%	15,901.73	99.97%	5,835.65	98.31%	6,724.40	97.59%
1-2 年(含 2 年)	29.37	0.35%	3.77	0.02%	80.81	1.36%	132.08	1.92%
2-3 年(含 3 年)	-	-	1.13	0.01%	19.28	0.32%	33.96	0.49%
3 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
合 计	8,442.66	100.00%	15,906.62	100.00%	5,935.74	100.00%	6,890.45	100.00%

公司 2010 年末预收款项同比增加 9,970.88 万元，增幅为 167.98%，主要是由于：1）2010 年度收入比 2009 年度收入增长了 57.50%，随着收入规模的增加相应增加了预收账款；2）2011 年春节时间较早，使得 2010 年末的春节销售旺季相对提前，客户因销售旺季提前支付增加；3）2010 年末预收账款第一大客户直供终端客户陕西省军区军人服务社于年末集中预付款 3,597.08 万元。

公司 2011 年 6 月末的预收款项较 2010 年末下降 7,463.96 万元，降幅为 46.92%，主要原因是 2010 年末临近春节，较多客户采用预付款方式购买产品。

2011 年 6 月 30 日预收款项中无预收持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位或关联方款项。

（5）应付职工薪酬

最近三年一期末，公司应付职工薪酬分别为 498.35 万元、1,349.31 万元、2,142.77 万元和 1,916.38 万元，分别占当期流动负债的比重为 1.15%、2.42%、2.53%和 2.67%。公司 2009 年末和 2010 年末应付职工薪酬分别增加 850.96 万元和 793.46 万元，同比增长分别为 170.75%和 58.80%，主要原因是：1）公司经营规模扩大，员工数量增加，相应年末计提的应付职工薪酬增加；2）员工薪酬水平提高。公司应付职工薪酬明细如下：

单位：万元

项 目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
工资、奖金、津贴和补贴	1,294.81	67.57%	1,628.98	76.02%	1,024.92	75.96%	305.6	61.32%
职工福利费	0.04	0.00%	-	-	-	-	-	-
社会保险费	117.28	6.12%	99.71	4.65%	76.86	5.70%	51.44	10.32%
住房公积金	6.74	0.35%	-	-	-	-	-	-
工会经费	309.05	16.13%	239.2	11.16%	143.05	10.60%	141.31	28.36%
职工教育经费	188.47	9.83%	174.89	8.16%	104.49	7.74%	-	-
合 计	1,916.38	100.00%	2,142.77	100.00%	1,349.31	100.00%	498.35	100.00%

（6）应交税费

最近三年一期末，公司应交税费分别为 461.25 万元、2,901.55 万元、4,416.74 万元和 2,130.08 万元，占当期流动负债的比例为 1.07%、5.20%、5.21%和 2.97%。

公司 2009 年末应交税费较 2008 年末增加 2,440.30 万元，同比增长 529.06%，主要原因是 2008 年公司处于企业所得税免税期，2009 年公司开始按 12.5%的税率缴纳企业所得税。

公司 2010 年末应交税费较 2009 年末增加 1,515.19 万元，同比增长 52.22%，主要原因是：1）公司经营规模扩大，应交增值税、城市维护建设税、地方教育

附加费增加；2）由于 2010 年分红以及员工薪酬水平提高，应交个人所得税增加。

公司 2011 年 6 月末的应交税费较 2010 年末下降 2,286.66 万元，降幅为 51.77%，主要原因是：1）2011 年上半年公司进行存货采购，进项税集中抵扣，使得应付增值税为-511.69 万元；2）2010 年应交个人所得税中包含了股东分红和股改时公司代扣的所得税，该部分款项于 2011 年支付，因此 2011 年 6 月末公司应交个人所得税大幅下降。

单位：万元

税费项目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
增值税	-511.69	-24.02%	771.57	17.47%	-822.03	-28.33%	293.24	63.57%
企业所得税	2,567.43	120.53%	2,832.71	64.14%	3,579.24	123.36%	-	-
个人所得税	40.94	1.92%	641.14	14.52%	123.59	4.26%	131.94	28.60%
城市维护建设税	14.73	0.69%	91.14	2.06%	6.89	0.24%	18.85	4.09%
印花税	6.04	0.28%	8.26	0.19%	8.18	0.28%	2.15	0.47%
教育费附加	7.50	0.35%	53.77	1.22%	4.23	0.15%	11.31	2.45%
地方教育费附加	4.99	0.23%	18.14	0.41%	1.45	0.05%	3.77	0.82%
江海堤防工程维护管理费	0.03	0.001%	-	-	-	-	-	-
市场调价基金	0.11	0.01%	-	-	-	-	-	-
合 计	2,130.08	100.00%	4,416.74	100.00%	2,901.55	100.00%	461.25	100.00%

（7）应付利息

最近三年一期末，公司应付利息分别为 0 元、1,237.23 万元、8.55 万元和 64.01 万元，占当期流动负债的比重为 0%、2.22%、0.01%和 0.09%。

公司 2009 年末的应付利息为占用吴向东的股利款而计提的利息。根据公司 2008 年 12 月的股东会决议，公司分红 45,000 万元，其中向吴向东分红 22,950 万元；根据公司 2009 年 6 月的股东会决议，公司分红 1,000 万元，其中向吴向东分红 700 万元。以上吴向东所获分红按银行同期贷款利率 5.31%计提利息。公司 2009 年末应付吴向东的股利款已于 2010 年支付完毕。

2010 年末公司应付利息为长期借款计提利息。2011 年 6 月末公司应付利息为短期借款和长期借款计提利息。

(8) 应付股利

报告期内，公司的应付股利明细如下：

单位：万元

项 目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
吴向东	-	-	-	-	23,650.00	100.00%	22,950.00	100.00%
融睿高新	-	-	12,000.00	100.00%	-	-	-	-
合计	-	-	12,000.00	100.00%	23,650.00	100.00%	22,950.00	100.00%

最近三年一期末，公司应付股利分别为 22,950.00 万元、23,650.00 万元、12,000.00 万元和 0 元，分别占当期流动负债的比重为 53.09%、42.38%、14.15% 和 0%。

2008 年末的应付股利主要为本公司根据 2008 年 12 月 1 日召开的股东大会决议向全体股东宣派的现金股利中应付吴向东的股利 22,950.00 万元。2009 年末的应付股利除包含 2008 年底应付股利外，还新增了公司根据 2009 年 4 月 15 日召开的股东大会决议向全体股东宣派的现金股利中应付吴向东的股利 700 万元。2009 年底的应付股利已于 2010 年支付完毕。2010 年 10 月 31 日，华致有限召开董事会，决定分配公司的累计未分配利润 47,665.27 万元。截至 2011 年 6 月 30 日，公司向融睿高新分配的 12,000 万元股利已支付完毕。

(9) 其他应付款

最近三年一期末，公司其他应付款分别为 3,393.35 万元、8,209.80 万元、6,044.10 万元和 5,886.54 万元，占当期流动负债的比重分别为 7.85%、14.71%、7.13%和 8.20%。其他应付款主要项目如下：

单位：万元

项 目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
云南金六福酒业有限公司资金往来	-	-	-	-	6,020.78	73.34%	2,301.35	67.82%
客户保证金	5,136.59	87.26%	4,565.28	75.53%	1,692.20	20.61%	1,092.00	32.18%
预提费用-运费	638.41	10.85%	1,117.50	18.49%	433.31	5.28%	-	-
预提费用-年会费	-	-	200.00	3.31%	-	-	-	-
预提费用-差旅费	73.22	1.24%	80.00	1.32%	-	-	-	-
合计	5,848.22	99.35%	5,962.78	98.65%	8,146.29	99.23%	3,393.35	100.00%

其他应付款按账龄分布如下：

单位：万元

项目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年内（含 1 年）	4,351.24	73.92%	4,803.10	79.47%	7,117.80	86.70%	2,556.35	75.33%
1-2 年（含 2 年）	359.30	6.10%	340.00	5.63%	255.00	3.11%	207.50	6.11%
2-3 年（含 3 年）	293.00	4.98%	187.00	3.09%	207.50	2.53%	629.50	18.55%
3-4 年（含 4 年）	183.00	3.11%	182.50	3.02%	629.50	7.67%	-	-
4-5 年（含 5 年）	181.50	3.08%	531.50	8.79%	-	-	-	-
5 年以上	518.50	8.81%	-	-	-	-	-	-
合 计	5,886.54	100.00%	6,044.10	100.00%	8,209.80	100.00%	3,393.35	100.00%

账龄超过 1 年的大额其他应付款主要系收取的客户保证金。

2009 年末其他应付款较 2008 年末增加 4,816.44 万元，同比增长 141.94%，主要是因为公司与云南金六福酒业有限公司的发生资金往来。

2010 年末其他应付款较 2009 年减少 2,165.70 万元，同比减少 26.38%，主要原因是公司与云南金六福酒业有限公司之间的资金往来已于 2010 年清理完毕。具体情况请见“第七节 同业竞争和关联交易”之“（二） 关联交易”之“3、关联方应收应付款项余额”。

2011 年末其他应付款主要为收取的客户保证金。截至 2011 年 6 月 30 日，其他应付款中无应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位或关联方款项。

（10）其他流动负债

最近三年一期末，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净损益。

最近三年一期末，公司其他流动负债分别为 2,660.49 万元、3,902.98 万元、4,827.70 万元和 4,965.40 万元，分别占当期流动负债的比重为 6.15%、6.99%、5.69%和 6.91%。

公司 2009 年底其他流动负债较 2008 年增加 1,242.49 万元，同比增长 46.70%，2010 年底其他流动负债较 2009 年增加 924.73 万元，同比增长 23.69%，主要是公司的经营规模扩大、包装物销售未确认损益所致。

3、非流动负债

2008 年末和 2009 年末，公司不存在非流动负债。2010 年末和 2011 年 6 月末，公司的非流动负债为向长沙银行德字支行的长期借款，具体明细如下：

贷款单位	借款起始日	借款终止日	币种	年利率（%）	借款金额（万元）
长沙银行德字支行	2010-12-08	2012-12-07	人民币	5.6004	5,500.00
合 计	-	-	-	-	5,500.00

（三）偿债能力分析

1、偿债能力指标

项 目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
流动比率	1.89	1.46	1.45	1.11
速动比率	0.43	0.40	0.35	0.32
资产负债率（母公司）	56.80%	70.56%	66.50%	83.26%
资产负债率（合并）	53.46%	68.78%	64.82%	83.26%
项 目	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
利息保障倍数	49.03	29.68	21.75	-
息税折旧摊销前利润（万元）	33,947.15	42,316.90	28,129.66	22,005.33

报告期内，公司与同行业可比上市公司偿债能力指标比较如下：

（1）资产负债率（合并）

证券代码	公司名称	资产负债率（合并）			
		2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
300022	吉峰农机	75.55%	68.54%	42.68%	59.29%
002251	步步高	60.51%	59.00%	48.68%	47.25%
600361	华联综超	60.32%	71.24%	67.76%	66.17%
002264	新华都	65.37%	68.24%	62.14%	51.88%
000759	中百集团	56.88%	57.25%	62.60%	61.90%
002024	苏宁电器	55.37%	57.08%	58.36%	57.85%
601933	永辉超市	35.87%	42.25%	66.22%	54.96%
600827	友谊股份	72.99%	76.10%	73.60%	73.34%
002336	人人乐	44.51%	44.28%	70.39%	73.18%
行业平均		58.60%	60.44%	61.38%	60.65%
本公司数据		53.46%	68.78%	64.82%	83.26%

数据来源：万得资讯

(2) 流动比率

证券代码	公司名称	流动比率			
		2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
300022	吉峰农机	1.28	1.40	2.27	1.51
002251	步步高	0.85	0.97	1.12	1.41
600361	华联综超	1.43	1.15	1.23	0.99
002264	新华都	0.93	0.92	0.95	1.39
000759	中百集团	0.92	0.94	0.79	0.80
002024	苏宁电器	1.39	1.41	1.46	1.38
601933	永辉超市	1.93	1.82	1.02	1.30
600827	友谊股份	0.89	0.86	0.80	0.88
002336	人人乐	1.79	1.87	1.07	1.06
行业平均		1.27	1.26	1.19	1.19
本公司数据		1.89	1.46	1.45	1.11

数据来源：万得资讯

(3) 速动比率

证券代码	公司名称	速动比率			
		2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
300022	吉峰农机	0.71	0.92	1.76	0.79
002251	步步高	0.58	0.58	0.73	0.97
600361	华联综超	1.18	0.86	0.97	0.78
002264	新华都	0.55	0.52	0.57	0.98
000759	中百集团	0.60	0.54	0.40	0.35
002024	苏宁电器	1.01	1.02	1.15	0.98
601933	永辉超市	1.34	1.30	0.63	0.92
600827	友谊股份	0.73	0.68	0.60	0.66
002336	人人乐	1.38	1.45	0.70	0.67
行业平均		0.90	0.87	0.83	0.79
本公司数据		0.43	0.40	0.35	0.32

数据来源：万得资讯

2、偿债能力及风险分析

(1) 资产负债率与行业平均水平相当

酒类连锁销售企业的业务规模受资产规模影响较大，最近三年一期本公司在净资产规模有限的情况下充分利用财务杠杆有效扩张资产规模，为业务快速增长做出重要贡献，同时注重控制经营风险，公司资产负债率和行业平均水平相当，保持合理水平。

2008 年末,公司资产负债率为 83.26%,高于行业平均水平,主要是由于 2008 年 12 月公司向股东分红 45,000.00 万元,公司净资产大幅减少所致。

(2) 流动性指标符合公司经营模式

最近三年一期末,公司流动比率分别为 1.11、1.45、1.46 和 1.89,逐年提高,2009 年以来流动比率高于行业平均水平,反映了公司较好的偿债能力。

最近三年一期末,公司速动比率分别为 0.32、0.35、0.40 和 0.43,亦保持逐年提高的趋势;速动比率低于行业平均水平,主要是因为基于公司“集中采购、扁平化销售”的经营模式,公司存货水平较高。报告期末公司的存货分别为 34,099.58 万元、61,265.17 万元、89,598.00 万元、和 104,209.79 万元,占流动资产比例分别为 70.99%、75.90%、72.39%和 76.78%。公司的存货主要是酒类产品,而酒类产品近几年的价格不断增长,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。

(3) 公司的盈利能力保证了公司具备较强的偿债能力

最近三年一期,公司盈利能力逐步增强,息税折旧摊销前利润分别为 22,005.33 万元、28,129.66 万元、42,316.90 万元和 33,947.15 万元,利息保障倍数(2008 年无利息支出)分别为 21.75 倍、29.68 倍和 49.03 倍,公司具备较强的偿还当期借款利息的能力。

(4) 资金收支安排符合公司发展状况

① 销售回款充沛

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。最近三年一期,公司销售商品收到的现金分别为 67,388.22 万元、99,906.82 万元、163,574.05 万元和 107,527.38 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以及公司丰沛的存货储备水平,为公司偿还负债提供了充足的资金来源。

② 公司以销定采,合理拓展连锁门店,资金支出和收入匹配

作为酒类连锁销售企业,报告期内公司资金支出主要包括产品采购和连锁门

店的装修。每年年初，公司根据去年销售成果和当年销售计划、连锁门店经营状况和拓展计划，合理安排产品采购资金和资本性支出资金，并根据实际经营发展状况和市场状况，定期进行复核调整，保证资金支出和销售收入、融资安排相匹配。

③ 公司资信良好，债务不存在逾期情形

公司流动负债主要用于产品采购，而还款资金主要来源于销售货款的回笼。根据经营特点、生产周期及货款回收期等因素，公司对短期借款的期限结构、到期日等做了合理的安排，还款期限前后衔接有序。由于公司应收账款金额较小、账期较短，销售货款回笼及时，从而保证了能够按期归还银行借款，未曾出现债务逾期的情形。

④ 公司银行授信额度较高，融资渠道畅通

报告期内本公司严格控制对外担保，没有发生对外担保事项，无因担保等引起的或有负债。公司近年来资信情况良好，与银行保持着良好的长期合作关系。截至 2011 年 6 月 30 日，公司取得长沙银行德宇支行 49,000 万元人民币授信额度，广发银行股份有限公司长沙分行 20,000 万元人民币授信额度；尚有 37,030 万元的额度未使用。2011 年 8 月，公司取得交通银行股份有限公司三元桥支行 20,000 万元的综合授信额度。与银行良好的合作关系、充足的授信额度，保障公司融资渠道畅通。

综上，报告期内公司资产负债率与行业平均水平相当，流动比率、速动比率符合公司经营模式和特点，盈利能力和利息保障倍数较高；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。

3、资产负债结构

综上分析，作为流通企业，公司资产负债结构中以流动资产、流动负债为主。最近三年一期末，公司主要资产负债构成如下：

单位：万元

项 目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	比例 %	金额	比例 %	金额	比例 %	金额	比例 %
总资产	144,625.07	100.00	131,296.20	100.00	86,088.05	100.00	51,918.41	100.00
流动资产	135,726.52	93.85	123,763.80	94.26	80,714.52	93.76	48,037.31	92.52
货币资金	14,179.98	9.80	15,206.29	11.58	7,290.45	8.47	337.93	0.65
存货	104,209.79	72.06	89,598.01	68.24	61,265.17	71.17	34,099.58	65.68
总负债	77,312.86	100.00	90,310.95	100.00	55,800.56	100.00	43,226.34	100.00
流动负债	71,812.86	92.89	84,810.95	93.91	55,800.56	100.00	43,226.34	100.00
短期借款	36,500.00	47.21	-	-	-	-	-	-
应付票据	6,100.00	7.89	35,000.00	38.75	-	-	-	-
应付账款	5,807.79	7.51	4,464.47	4.94	8,613.95	15.44	6,372.45	14.74
预收款项	8,442.66	10.92	15,906.62	17.61	5,935.74	10.64	6,890.45	15.94
资产负债率	53.46%		68.78%		64.82%		83.26%	
流动比率	1.89		1.46		1.45		1.11	
速动比率	0.43		0.40		0.35		0.32	

公司资产负债结构与同行业可比上市公司比较如下：

(1) 流动资产占总资产比例

证券代码	公司名称	流动资产占总资产比例			
		2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
300022	吉峰农机	96.45%	95.99%	96.79%	89.80%
002251	步步高	49.77%	55.63%	54.60%	66.58%
600361	华联综超	72.41%	67.74%	65.49%	65.14%
002264	新华都	60.87%	62.88%	58.94%	72.17%
000759	中百集团	51.58%	53.42%	48.35%	45.03%
002024	苏宁电器	75.16%	78.52%	84.25%	79.51%
601933	永辉超市	65.16%	70.74%	62.43%	71.20%
600827	友谊股份	63.96%	64.58%	57.48%	62.59%
002336	人人乐	79.70%	82.69%	75.51%	77.78%
行业平均		68.34%	70.24%	67.09%	69.98%
本公司数据		93.85%	94.26%	93.76%	92.52%

(2) 流动负债占总负债比例

证券代码	公司名称	流动负债占总负债比例			
		2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
300022	吉峰农机	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
002251	步步高	97.10%	97.17%	99.95%	99.97%
600361	华联综超	83.86%	82.97%	78.75%	99.30%
002264	新华都	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

		流动负债占总负债比例			
000759	中百集团	98.92%	98.83%	97.69%	90.67%
002024	苏宁电器	97.48%	97.89%	99.06%	99.78%
601933	永辉超市	94.11%	91.93%	92.42%	100.00%
600827	友谊股份	98.73%	98.86%	98.17%	97.54%
002336	人人乐	100.00%	100.00%	99.92%	100.00%
行业平均		96.69%	96.41%	96.22%	98.58%
本公司数据		92.89%	93.91%	100.00%	100.00%

由上表可知，公司作为流通企业，资产负债以流动资产和流动负债为主，固定资产等非流动资产和长期借款等非流动负债较少，和可比上市公司特点一致，资产负债结构合理。

（四）资产周转能力分析

最近三年一期，公司应收账款周转率和存货周转率情况表

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
应收账款周转率（次）	28.00	51.05	45.49	13.74
存货周转率（次）	0.55	1.02	1.02	1.31

最近三年一期，公司应收账款周转率分别为 13.74 次、45.49 次、51.05 次和 28.00 次，存货周转率分别为 1.31 次、1.02 次、1.02 次和 0.55 次。

1、公司与同行业上市公司的应收账款周转率指标对比如下：

证券代码	公司名称	应收账款周转率（次）			
		2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
300022	吉峰农机	3.49	10.30	22.13	37.10
002251	步步高	145.17	341.12	370.19	416.77
600361	华联综超	963.80	2,049.78	1,379.97	1,071.10
002264	新华都	326.49	478.18	511.75	753.88
000759	中百集团	61.32	137.20	176.33	585.66
002024	苏宁电器	34.94	104.03	255.06	457.83
601933	永辉超市	139.81	228.09	191.93	225.11
600827	友谊股份	119.78	298.76	333.77	381.49
002336	人人乐	1,162.99	2,871.19	8,814.71	2,618.44
行业平均		328.64	724.29	1,351.70	727.49
本公司数据		28.00	51.05	45.49	13.74

数据来源：万得资讯

报告期内公司的应收账款周转率明显低于同期行业平均水平，主要是因为公司对于部分酒行门店给予一定的信用额度，允许这部分酒行在信用额度内先提货后付款。

2、公司与同行业上市公司的存货周转率指标对比如下表：

证券代码	公司名称	存货周转率（次）			
		2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
300022	吉峰农机	1.81	6.11	8.80	9.27
002251	步步高	4.54	7.60	8.17	8.57
600361	华联综超	4.42	9.13	9.92	10.91
002264	新华都	4.83	8.59	9.13	10.12
000759	中百集团	4.68	7.82	7.65	8.35
002024	苏宁电器	3.78	7.85	8.58	8.74
601933	永辉超市	5.01	9.47	12.32	15.44
600827	友谊股份	5.02	8.85	8.58	8.73
002336	人人乐	4.09	7.66	8.29	9.17
行业平均		4.24	8.12	9.05	9.92
本公司数据		0.55	1.02	1.02	1.31

数据来源：万得资讯

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。分析详见本节之“一、财务状况分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“（6）存货”。

（五）公司最近一期末持有交易性金融资产、可供出售的金融资产等财务性投资情况的说明

截至 2011 年 6 月 30 日，公司未持有交易性金融资产、可供出售金融资产等财务性投资情形。

二、盈利能力分析

酒类产品的销售是公司最主要的利润来源，最近三年一期公司酒类产品销售收入分别为 60,918.03 万元、83,939.64 万元、131,594.55 万元和 97,213.42 万元，占营业收入比例分别为 99.60%、98.86%、98.41%和 98.73%，公司利润来源稳定。

（一）报告期内公司营业收入构成及变化情况

1、报告期内公司营业收入构成及比例

公司主营业务收入主要是酒类产品的销售收入。最近三年一期，公司营业收入合计分别为 61,160.19 万元、84,905.75 万元、133,724.24 万元和 98,463.88 万元，其中主营业务收入占当期营业收入的比重均为 100%。

单位：万元

项 目	2011 年 1-6 月		2010 年		2009 年		2008 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	98,463.88	100%	133,724.24	100%	84,905.75	100%	61,160.19	100%
其他业务收入	-	-	-	-	-	-	-	-
营业收入合计	98,463.88	100%	133,724.24	100%	84,905.75	100%	61,160.19	100%

2、报告期内营业收入的变化情况

2009 年、2010 年和 2011 年上半年公司营业收入分别较同期增加 23,745.56 万元、48,818.49 万元和 44,847.93 万元，同比增长 38.83%、57.50%和 83.65%，主要原因系：1）公司营业规模扩大，营销网点数量增加；2）随着经济发展，人民生活水平提高，酒类产品需求旺盛；3）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。

3、公司主营业务收入分析

（1）报告期内公司主营业务收入按商品品类划分的构成如下：

公司经营的商品主要包括白酒、国产葡萄酒、黄酒、进口酒等。其中白酒比重最大，最近三年一期分别占同期主营业务收入的比例分别为 95.26%、95.29%、93.28%和 92.90%。公司的白酒、国产葡萄酒和进口酒销售增长较快。

单位：万元

项 目	2011 年 1-6 月		2010 年		2009 年		2008 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
白酒	91,471.61	92.90%	124,731.37	93.28%	80,909.12	95.29%	58,259.08	95.26%
国产葡萄酒	1,961.44	1.99%	4,138.72	3.09%	1,166.03	1.37%	262.02	0.43%
黄酒	1,248.84	1.27%	1,593.50	1.19%	1,266.26	1.49%	2,114.66	3.46%
进口酒	2,531.53	2.57%	1,130.96	0.85%	598.23	0.70%	282.27	0.46%
其他	1,250.46	1.27%	2,129.70	1.59%	966.12	1.14%	242.16	0.40%
主营业务收入	98,463.88	100.00%	133,724.24	100.00%	84,905.75	100.00%	61,160.19	100.00%

(2) 报告期内公司主营业务收入按区域分布划分的构成如下:

单位: 万元

地 区	2011 年 1-6 月		2010 年		2009 年		2008 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华北	14,135.57	14.36%	20,052.05	15.00%	10,183.32	11.99%	7,951.64	13.00%
中南	31,154.47	31.64%	40,992.24	30.65%	25,848.10	30.44%	16,637.15	27.20%
西南	15,326.57	15.57%	21,881.67	16.36%	12,683.67	14.94%	8,014.86	13.10%
东北	4,822.86	4.90%	6,719.99	5.03%	5,295.18	6.24%	3,635.90	5.94%
华东	28,110.88	28.55%	37,167.82	27.79%	27,044.20	31.85%	21,661.30	35.42%
西北	4,913.53	4.99%	6,901.60	5.16%	3,851.28	4.54%	3,259.33	5.33%
境外	-	-	8.87	0.01%	-	-	-	-
主营业务收入	98,463.88	100.00%	133,724.24	100.00%	84,905.75	100.00%	61,160.19	100.00%

4、公司其他业务收入分析

报告期内公司没有其他业务收入。

(二)报告期内公司利润的主要来源及可能影响公司盈利能力连续性和稳定性的主要因素

1、公司报告期内净利润主要来源

酒类产品的销售是公司最主要的利润来源,最近三年一期公司酒类产品销售收入分别为 60,918.03 万元、83,939.64 万元、131,594.55 万元和 97,213.42 万元,占营业收入比例分别为 99.60%、98.86%、98.41%和 98.73%,公司利润来源稳定。

2、可能影响公司盈利能力连续性和稳定性的主要因素

(1) 宏观经济环境

酒类连锁销售行业与国民经济整体发展水平、区域经济发展水平、人口结构、居民人均可支配收入、以及居民的消费习惯有着很大的关联性。宏观经济的健康发展、不断增加的居民人均可支配收入、城市化进程、人口红利等将有利于酒类连锁销售行业的发展和公司盈利的稳定性;反之,若宏观经济出现较大的不确定性,企业和居民信心受到影响时,则不利于酒类连锁销售行业的发展,同时也会给公司的盈利能力带来消极影响。

(2) 管理团队

拥有一支优秀的管理团队将有利于提高企业的盈利能力，保持竞争优势。本公司的管理团队是一支经验丰富、充满朝气、富有创新和竞争意识的优秀团队，他们是公司稳定和持续发展的重要保障。未来是否可以保持管理团队的竞争力，将影响公司的盈利能力。

（3）销售网络的规模及效率

对于酒类连锁销售企业来说，拥有稳定可控的销售网络是赢得市场的关键，同时，由于我国酒类消费地域性和分散性特点，客观上又要求销售网络必须具备相当广度和深度。能否保持公司营销网络的规模和效率将直接影响公司的盈利能力。

（4）新产品引进

为了满足市场需求，公司将不断引入新的酒类产品，而新产品是否可被市场接受存在较大不确定性。

（三）经营成果变化分析

最近三年一期公司利润表主要科目情况如下：

单位：万元

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
一、营业收入	98,463.88	133,724.24	84,905.75	61,160.19
减：营业成本	53,721.57	77,119.66	48,814.25	31,033.35
营业税金及附加	516.03	640.33	234.99	75.92
销售费用	10,449.83	14,681.66	8,314.40	9,349.09
管理费用	1,570.22	2,127.36	989.68	634.88
财务费用	481.73	1,034.24	1,201.73	-9.98
资产减值损失	108.17	201.54	65.20	-695.33
加：公允价值变动收益	-	-	-	-
投资收益	-	-	-	-
汇兑收益	-	-	-	-
二、营业利润	31,616.33	37,919.45	25,285.51	20,772.25
加：营业外收入	26.08	460.00	417.75	311.13
减：营业外支出	50.93	7.97	26.16	9.00
其中：非流动资产处置损失	-	-	-	-
三、利润总额	31,591.47	38,371.48	25,677.09	21,074.38
减：所得税费用	5,256.65	5,003.30	3,081.67	-19.23
四、净利润	26,334.82	33,368.18	22,595.43	21,093.61
归属于母公司所有者的净利润	26,334.82	33,368.18	22,595.43	21,093.61
少数股东损益	-	-	-	-

1、营业收入变动分析

公司的营业收入分析详见本节之“二、盈利能力分析”之“（一）报告期内公司营业收入构成及变化情况”。

2、营业成本变动分析

公司最近三年一期的营业成本分别为 31,033.35 万元、48,814.25 万元、77,119.66 万元和 53,721.57 万元。最近三年一期公司营业成本提高，主要是由于公司经营规模迅速扩大，营业成本相应增加。

3、报告期内公司利润波动的原因分析

单位：万元

项 目	2011 年 1-6 月		2010 年		2009 年		2008 年
	金额	同比增长	金额	同比增长	金额	同比增长	金额
营业利润	31,616.33	108.63%	37,919.45	49.97%	25,285.51	21.73%	20,772.25
利润总额	31,591.47	108.44%	38,371.48	49.44%	25,677.09	21.84%	21,074.38
归属于母公司所有者的净利润	26,334.82	99.29%	33,368.18	47.68%	22,595.43	7.12%	21,093.61

2010 年和 2011 年上半年公司营业利润、利润总额和归属于母公司所有者的净利润同比大幅增长，主要原因是：1）受全球经济危机影响，2009 年我国酒类消费市场开始受到冲击，使得 2009 年公司盈利增速较低；2）2008 年公司处于所得税免税期，2009 年公司开始减半缴纳企业所得税，税赋的提高导致 2009 年盈利较 2008 年增速较低；3）随着公司发展，公司品牌知名度不断提高，保真酒的销售模式越来越受市场认可。

4、营业毛利变动分析

报告期内，公司营业毛利（营业收入 - 营业成本）全部为主营业务毛利，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2011 年 1-6 月		2010 年		2009 年		2008 年
	金额	同比增长	金额	同比增长	金额	同比增长	金额
营业收入	98,463.88	83.65%	133,724.24	57.50%	84,905.75	38.83%	61,160.19
营业成本	53,721.57	70.75%	77,119.66	57.99%	48,814.25	57.30%	31,033.35
营业毛利	44,742.31	101.96%	56,604.58	56.84%	36,091.50	19.80%	30,126.84
毛利率	45.44%		42.33%		42.51%		49.26%

报告期内，公司营业收入和营业毛利持续增长，毛利率水平保持稳定。

5、营业税金及附加分析

最近三年一期，公司的营业税金及附加分别为 75.92 万元、234.99 万元、640.33 万元和 516.03 万元。最近三年一期公司营业税金及附加提高，主要是由于经营规模迅速扩大，各项税费相应增加。

公司的营业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。

单位：万元

项 目	2011 年 1-6 月		2010 年		2009 年		2008 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
城市维护建设税	263.80	51.12%	360.92	56.36%	130.53	55.55%	42.18	55.56%
教育费附加	152.92	29.63%	206.56	32.26%	78.27	33.31%	25.31	33.33%
地方教育费附加	99.31	19.24%	72.85	11.38%	26.19	11.15%	8.44	11.11%
合 计	516.03	100.00%	640.33	100.00%	234.99	100.00%	75.92	100.00%

6、销售费用变动分析

最近三年一期，公司销售费用分别为 9,349.09 万元、8,314.40 万元、14,681.66 万元和 10,449.83 万元，占营业收入的比重分别为 15.29%、9.79%、10.98%和 10.61%，基本维持稳定。

2009 年公司的销售费用较上年减少 1,034.69 万元，同比下降 11.07%，主要是市场支持费下降所致。2010 年公司的销售费用较上年增长 6,367.26 万元，同比增加 76.58%，主要是公司的经营规模扩大所致。

销售费用明细如下：

单位：万元

项 目	2011 年 1-6 月		2010 年		2009 年		2008 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	3,012.84	28.83%	4,125.45	28.10%	2,489.56	29.94%	1,777.82	19.02%
运杂费	1,455.71	13.93%	2,970.56	20.23%	1,517.09	18.25%	1,338.56	14.32%
市场支持费	2,180.62	20.87%	2,151.20	14.65%	1,275.10	15.34%	3,813.73	40.79%
酒行装修及维修费	1,669.41	15.98%	2,523.96	17.19%	1,205.92	14.50%	924.55	9.89%
办公费	96.67	0.93%	129.54	0.88%	111.20	1.34%	175.19	1.87%
会务费	161.46	1.55%	459.23	3.13%	283.00	3.40%	130.86	1.40%
房租仓储费	689.23	6.60%	296.63	2.02%	253.75	3.05%	222.15	2.38%

项 目	2011年1-6月		2010年		2009年		2008年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
交通差旅费	792.79	7.59%	1,491.10	10.16%	1,001.78	12.05%	839.29	8.98%
招待费	319.94	3.06%	404.24	2.75%	156.81	1.89%	113.89	1.22%
折旧费	16.86	0.16%	9.39	0.06%	6.99	0.08%	6.71	0.07%
其他	54.28	0.52%	120.36	0.82%	13.21	0.16%	6.34	0.07%
合计	10,449.83	100.00%	14,681.66	100.00%	8,314.40	100.00%	9,349.09	100.00%
占营业收入比例	10.61%		10.98%		9.79%		15.29%	

7、管理费用变动分析

最近三年一期，公司管理费用分别为 634.88 万元、989.68 万元、2,127.36 万元和 1,570.22 万元，占营业收入的比重分别为 1.04%、1.17%、1.59%和 1.59%，基本维持稳定。

2009 年公司的管理费用同比增长 55.88%，快于同期营业收入的增长水平，主要原因是 2009 年公司聘请咨询公司进行经营管理方面的咨询，支付中介费用 126.13 万元。2010 年公司的管理费用同比增长 114.95%，快于同期营业收入的增长水平，主要原因是：1) 2010 年公司员工数量增加，同时提高管理人员薪酬水平，导致管理人员职工薪酬支出增加，同比增长 67.08%；2) 2010 年公司员工数量增加，且根据业务需要出差频率提高，交通差旅费支出增加；3) 为筹备上市，2010 年中介机构费用增加，同比增长 179.63%。

单位：万元

项 目	2011年1-6月		2010年		2009年		2008年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	780.88	49.73%	967.06	45.46%	578.79	58.48%	430.92	67.87%
办公费	42.39	2.70%	66.45	3.12%	8.57	0.87%	3.27	0.51%
会务费	17.13	1.09%	64.25	3.02%	2.90	0.29%	2.20	0.35%
房租物业	120.32	7.66%	157.28	7.39%	168.61	17.04%	135.62	21.36%
交通差旅费	131.60	8.38%	277.11	13.03%	43.28	4.37%	30.23	4.76%
咨询费	198.19	12.62%	352.70	16.58%	126.13	12.74%	-	-
税金	45.96	2.93%	61.50	2.89%	31.14	3.15%	23.35	3.68%
研发设计费	59.68	3.80%	44.62	2.10%	4.23	0.43%	0.18	0.03%
招待费	62.44	3.98%	51.09	2.40%	4.48	0.45%	3.23	0.51%
折旧摊提费	34.79	2.22%	80.08	3.76%	5.34	0.54%	3.59	0.57%
其他	43.51	2.77%	5.20	0.24%	16.21	1.64%	2.30	0.36%
董事会费	33.33	2.12%	-	-	-	-	-	-
合计	1,570.22	100.00%	2,127.36	100.00%	989.68	100.00%	634.88	100.00%
占营业收入比例	1.59%		1.59%		1.17%		1.04%	

8、财务费用变动分析

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。最近三年一期，公司财务费用分别为-9.98 万元、1,201.73 万元和 1,034.24 万元和 481.73 万元，财务费用占营业收入比重分别为-0.02%、1.42%、0.77%和 0.49%，占比较低。

公司 2009 年度财务费用较 2008 年增加 1,211.71 万元，主要为公司对未支付给股东的股利款而产生的利息费用。2010 年度财务费用较 2009 年减少 167.49 万元，主要系公司的利息收支净额降低所致。

单位：万元

项目	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
利息支出	657.76	1,338.05	1,237.23	-
利息收入	205.21	359.74	38.37	11.84
汇兑损失	-14.70	11.70	-	-
银行手续费	43.88	44.23	2.87	1.86
合 计	481.73	1,034.24	1,201.73	-9.98

9、三项费用率分析

最近三年一期，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 16.31%、12.37%、13.34%和 12.70%。与同行业可比上市公司的对比如下：

股票代码	公司名称	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
300022	吉峰农机	10.12%	9.30%	9.21%	9.09%
002251	步步高	14.86%	16.41%	15.18%	15.21%
600361	华联综超	18.99%	18.06%	17.76%	17.28%
002264	新华都	15.76%	17.23%	15.71%	14.72%
000759	中百集团	15.05%	15.70%	14.90%	15.00%
002024	苏宁电器	10.38%	10.20%	10.17%	10.71%
601933	永辉超市	14.36%	15.51%	13.63%	12.46%
600827	友谊股份	17.39%	18.52%	18.03%	18.58%
002336	人人乐	16.38%	17.29%	17.20%	15.98%
行业平均		14.81%	15.36%	14.64%	14.34%
本公司		12.70%	13.34%	12.37%	16.31%

由上表可知，报告期内公司三项费用率略低于行业平均水平。

10、营业利润率水平分析

最近三年一期，公司的营业利润率分别为 32.83%、29.86%、28.51%和 32.22%。

与同行业可比上市公司的对比如下：

股票代码	公司名称	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
300022	吉峰农机	2.80%	3.10%	4.37%	4.36%
002251	步步高	4.72%	3.32%	3.84%	4.03%
600361	华联综超	0.81%	0.24%	0.84%	1.54%
002264	新华都	3.28%	2.29%	2.59%	3.75%
000759	中百集团	3.20%	2.64%	2.60%	2.61%
002024	苏宁电器	7.88%	7.28%	6.71%	6.05%
601933	永辉超市	4.34%	3.23%	3.91%	5.04%
600827	友谊股份	3.33%	2.69%	2.37%	1.81%
002336	人人乐	3.23%	2.76%	2.85%	3.84%
行业平均		3.73%	3.06%	3.34%	3.67%
本公司		32.22%	28.51%	29.86%	32.83%

注：营业利润率 = (营业收入 - 营业成本 - 营业税金及附加 - 三项费用) / 营业收入

从上述表格看，报告期内公司的营业利润率明显高于同期行业平均水平，主要原因是目前选择的可比公司多从事综合性、低毛利产品的销售，而本公司主要从事酒类产品的连锁销售。

11、销售净利率水平分析

最近三年一期公司的销售净利率(净利润/营业收入)分别为 34.49%、26.61%、24.95%和 26.75%。与同行业可比上市公司的对比如下：

股票代码	公司名称	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
300022	吉峰农机	2.34%	2.49%	3.57%	3.68%
002251	步步高	3.60%	2.52%	2.90%	3.14%
600361	华联综超	0.80%	0.53%	0.66%	1.36%
002264	新华都	2.70%	1.48%	2.11%	2.85%
000759	中百集团	2.11%	2.11%	2.12%	1.98%
002024	苏宁电器	5.72%	5.44%	5.13%	4.53%
601933	永辉超市	3.36%	2.48%	3.03%	3.82%
600827	友谊股份	3.35%	2.67%	2.10%	1.83%
002336	人人乐	2.52%	2.36%	2.62%	3.30%
行业平均		2.94%	2.45%	2.69%	2.94%
本公司		26.75%	24.95%	26.61%	34.49%

注：万得资讯、各上市公司年报

由上表可知，报告期内公司的销售净利率明显高于连锁行业的平均水平。

12、资产减值损失变化分析

报告期内公司的资产减值损失全部为坏账准备，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
坏账准备	108.17	201.54	65.20	-695.33
合 计	108.17	201.54	65.20	-695.33

2008 年公司的资产减值损失为-695.33 万元，主要是坏账准备转回所致。

13、营业外收入和营业外支出

(1) 报告期内公司营业外收入情况

公司营业外收入主要为政府补助。最近三年一期，公司营业外收入分别为 311.13 万元、417.75 万元、460.00 万元和 26.08 万元。

单位：万元

项 目	2011 年 1-6 月		2010 年		2009 年		2008 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
政府补助	25.50	97.79%	460.00	100.00%	412.00	98.62%	309.00	99.32%
其他	0.58	2.21%	-	-	5.75	1.38%	2.13	0.68%
营业外收入合计	26.08	100.00%	460.00	100.00%	417.75	100.00%	311.13	100.00%

(2) 报告期内公司营业外支出情况

最近三年一期，公司营业外支出分别为 9.00 万元、26.16 万元和 7.97 万元和 50.93 万元，具体明细如下：

单位：万元

项 目	2011 年 1-6 月		2010 年		2009 年		2008 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
滞纳金	50.93	100.00%	0.04	0.51%	26.16	100.00%	-	-
其他	-	-	7.93	99.49%	-	-	9.00	100.00%
营业外支出合计	50.93	100.00%	7.97	100.00%	26.16	100.00%	9.00	100.00%

2009 年滞纳金为公司自查补缴增值税所致。2011 年滞纳金为公司审计调整补缴所得税所致。

(3) 公司最近三年营业外收支对经营成果的影响

单位：万元

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
营业外收入	26.08	460.00	417.75	311.13
营业外支出	50.93	7.97	26.16	9.00
营业外收支净额	-24.86	452.03	391.59	302.13
营业外收入/营业收入	0.03%	0.34%	0.49%	0.51%
营业外收支净额/利润总额	-0.08%	1.18%	1.53%	1.43%

公司最近三年一期营业外收入、营业外支出对公司利润总额的影响较小，并呈下降趋势。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。

14、所得税费用

公司所得税采用资产负债表债务法核算，所得税费用包括当期所得税费用和递延所得税费用。

单位：万元

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
按税法及相关规定计算的当期所得税	5,473.39	5,280.26	3,579.24	-
递延所得税调整	-216.74	-276.96	-497.57	-19.23
合 计	5,256.65	5,003.30	3,081.67	-19.23

2008 年公司处于免税期，因此按照税法及相关规定计算当期所得税为 0。

15、加权净资产收益率水平分析

最近三年一期，公司的扣除非经常性损益的加权净资产收益率分别为 32.94%、96.95%、62.02%和 42.93%。与同行业可比上市公司的对比如下：

股票代码	公司名称	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
300022	吉峰农机	6.41%	11.76%	27.83%	45.96%
002251	步步高	9.05%	10.00%	10.39%	17.35%
600361	华联综超	1.96%	2.06%	3.27%	6.02%
002264	新华都	11.83%	14.26%	13.03%	21.01%
000759	中百集团	5.67%	9.15%	11.62%	9.81%
002024	苏宁电器	12.82%	24.58%	28.07%	31.75%
601933	永辉超市	6.79%	26.25%	27.00%	40.32%
600827	友谊股份	8.02%	10.01%	7.82%	4.53%
002336	人人乐	4.30%	7.08%	23.69%	34.52%
行业平均		7.43%	12.79%	16.97%	23.47%
本公司		42.93%	62.02%	96.95%	32.94%

由上表可知，公司的扣除非经常性损益的加权净资产收益率明显高于行业平均水平，主要原因是公司主要从事酒类产品的连锁销售，净资产规模较小。

（四）毛利率分析

1、报告期内公司分项目毛利率

报告期内，本公司毛利率指标如下：

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
白酒	45.24%	42.26%	42.04%	49.20%
国产葡萄酒	58.23%	48.89%	60.72%	53.40%
黄酒	55.94%	46.23%	51.77%	55.65%
进口酒	45.62%	45.15%	51.68%	48.73%
其他	29.55%	29.11%	42.06%	3.15%
主营业务毛利率	45.44%	42.33%	42.51%	49.26%
综合毛利率	45.44%	42.33%	42.51%	49.26%

最近三年一期，公司的综合毛利率保持基本稳定。分产品来看白酒、国产葡萄酒、黄酒和进口酒的毛利率相差不大，国产葡萄酒的毛利率略高。

报告期内，本公司不同销售模式下的总体经营和毛利情况如下：

单位：万元

2011年1-6月						
销售模式	合作店（包括试销合作经营方）	直营店	团购业务	直供终端业务	终端供应商业务	合计
营业收入	56,451.56	1,142.94	5,622.50	18,102.61	17,144.27	98,463.88
营业成本	31,202.13	562.72	2,846.92	9,875.96	9,233.84	53,721.57
营业毛利	25,249.43	580.22	2,775.58	8,226.65	7,910.43	44,742.31
营业毛利率（%）	44.73%	50.77%	49.37%	45.44%	46.14%	45.44%

单位：万元

2010年						
销售模式	合作店（包括试销合作经营方）	直营店	团购业务	直供终端业务	终端供应商业务	合计
营业收入	75,448.33	371.58	7,384.69	25,520.20	24,999.45	133,724.24
营业成本	44,645.75	194.44	3,202.79	14,631.13	14,445.55	77,119.66
营业毛利	30,802.58	177.14	4,181.90	10,889.07	10,553.90	56,604.59
营业毛利率（%）	40.83%	47.67%	56.63%	42.67%	42.22%	42.33%

单位：万元

2009年						
销售模式	合作店（包括试销合作经营方）	直营店	团购业务	直供终端业务	终端供应商业务	合计
营业收入	47,991.03	-	2,649.90	16,468.28	17,796.55	84,905.75
营业成本	27,879.60	-	1,582.15	9,201.69	10,149.98	48,814.26
营业毛利	20,111.43	-	1,067.75	7,266.59	7,646.57	36,091.50
营业毛利率（%）	41.91%	-	40.29%	44.12%	42.97%	42.51%

单位：万元

2008年						
销售模式	合作店（包括试销合作经营方）	直营店	团购业务	直供终端业务	终端供应商业务	合计
营业收入	31,293.56	-	2,424.88	10,728.00	16,713.76	61,160.19
营业成本	15,747.73	-	1,216.91	5,437.45	8,631.27	31,033.35
营业毛利	15,545.83	-	1,207.97	5,290.55	8,082.49	30,126.85
营业毛利率（%）	49.68%	-	49.82%	49.32%	48.36%	49.26%

最近三年一期，受产品采购价格变动及产品结构变化的影响，公司的整体毛利率略有波动，但总体基本保持稳定。最近三年一期，公司合作店、直供终端业务及终端供应商业务的毛利率水平基本持平，直营店和团购业务的毛利率相对较高，盈利能力较强，但亦存在一定波动，主要原因系公司的直营店和团购业务的发展时间较短，业务稳定性有待加强。随着公司直营业务（包括直营店和团购业务）的规模化发展，未来其盈利水平将趋于稳定。

2、毛利率波动分析

2009年度，公司综合毛利率较2008年略有下降，主要原因是白酒采购价格上升，成本提高所致。

3、与同行业上市公司同期综合毛利率的比较分析

公司与同行业上市公司综合毛利率的对比情况如下：

股票代码	公司名称	2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
300022	吉峰农机	12.99%	12.45%	13.63%	13.52%
002251	步步高	20.33%	20.48%	19.61%	19.73%
600361	华联综超	20.55%	18.99%	19.34%	19.54%
002264	新华都	19.62%	20.07%	18.84%	19.01%
000759	中百集团	18.92%	19.02%	18.15%	18.23%
002024	苏宁电器	18.64%	17.83%	17.35%	17.16%

股票代码	公司名称	2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
601933	永辉超市	19.11%	19.12%	17.90%	17.88%
600827	友谊股份	21.38%	21.89%	21.08%	20.97%
002336	人人乐	20.40%	20.81%	20.80%	20.50%
行业平均		19.11%	18.96%	18.52%	18.50%
本公司		45.44%	42.33%	42.51%	49.26%

由上表可知，公司最近三年的综合毛利率明显高于行业平均水平，主要原因如下：1）公司主要从事毛利率较高的酒类产品的销售；2）公司拥有多种产品的总经销权，具有很强的市场掌控能力。

（五）少数股东损益

报告期内公司没有少数股东损益。

（六）非经常性损益

单位：万元

项 目	2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
非流动资产处置损益	-	-	-	-
越权审批或无正式批准文件的税收返还、减免或偶发性的税收返还减免	3,120.28	4,831.66	3,573.80	6,656.21
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）	25.50	460.00	412.00	309.00
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	157.59	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-	-
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-	-
债务重组损益	-	-	-	-
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-	-

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
单独进行减值测试的应收账款减值准备转回	-	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-50.36	-7.97	-20.41	-6.87
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-	-
所得税影响额	-6.52	-152.42	-104.44	-76.78
少数股东权益影响额（税后）	-	-	-	-
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	3,088.90	5,288.86	3,860.95	6,881.55

（七）报告期内公司收入和利润增长情况说明

1、报告期内营业收入同比增长较快的原因

最近三年一期，公司营业收入分别为 61,160.19 万元、84,905.75 万元、133,724.24 万元和 98,463.88 万元，公司的营业收入全部为主营业务收入。2009 年、2010 年和 2011 年上半年公司营业收入分别同比增长了 38.83%、57.50%和 83.65%。营业收入增长较快的主要原因：1）公司的营业规模扩大，营销网点数量增加；2）随着经济发展，人民生活水平提高，酒类产品需求旺盛；3）公司品牌知名度提高，保真酒的销售模式得到消费者广泛认同。

2、报告期内利润同比增长的原因

公司的净利润主要来自主营业务，净利润的增长主要是由于主营业务收入的增长。最近三年一期，公司净利润分别为 21,093.61 万元、22,595.43 万元、33,368.18 万元和 26,334.82 万元。2009 年、2010 年和 2011 年上半年净利润分别同比增长 7.12%、47.68%和 99.29%。

公司 2009 年度净利润和归属于母公司所有者的净利润增长低于同期营业收入的增长，主要原因是：1）2008 年部分产品采购价格上升，导致营业成本同比增加 57.30%，高于营业收入的增长；2）2008 年公司处于所得税免税期，2009 年公司开始按 12.5%的税率缴纳企业所得税，税赋的提高导致 2009 年盈利较 2008 年增速较低。

2010 年和 2011 年上半年净利润和归属于母公司所有者的净利润同比大幅增长，主要原因是：1) 受全球经济危机影响，2009 年我国酒类消费市场受到冲击，这导致 2009 年公司盈利增速较低；2) 2008 年公司处于所得税免税期，2009 年公司开始按 12.5% 的税率缴纳企业所得税，税赋的提高导致 2009 年盈利较 2008 年增速较低；3) 随着公司发展，公司品牌知名度不断提高，保真酒的销售模式越来越受市场认可。

三、现金流量分析

单位：万元

项 目	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
经营活动净现金流量	-22,075.23	43,158.42	9,519.11	7,799.38
投资活动净现金流量	-2,849.89	-4,352.75	-2,266.59	-1,681.68
筹资活动净现金流量	31,875.68	-41,349.62	-460.00	-7,785.00
现金及现金等价物净增加额	6,951.67	-2,557.89	6,792.52	-1,667.30
净利润	26,334.82	33,368.18	22,595.43	21,093.61
归属于母公司所有者的净利润	26,334.82	33,368.18	22,595.43	21,093.61
经营活动净现金流量/净利润	-0.84	1.29	0.42	0.37
经营活动净现金流量/ 归属于母公司所有者的净利润	-0.84	1.29	0.42	0.37

最近三年一期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 7,799.38 万元、9,519.11 万元、43,158.42 万元和-22,075.23 万元，与同期净利润之比分别为 0.37、0.42、1.29 和-0.84。2008 年和 2009 年，随着公司营业规模扩大，公司分别增加存货储备 27,165.59 万元和 28,332.83 万元；2010 年，公司获得银行授信，采用银行承兑汇票支付货款，从而使得公司经营活动净现金流量和净利润之比大于 1。2011 年上半年，公司经营活动净现金流量为负，一方面是由于公司营业规模扩大，2011 年 6 月末公司存货相比 2010 年末增加 14,611.78 万元；另一方面根据公司前期采购计划和支付方式，公司开具的银行承兑汇票陆续到期承兑，2011 年 6 月末公司应付票据相比 2010 年末减少 28,900.00 万元。

最近三年一期，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-1,681.68 万元、-2,266.59 万元、-4,352.75 万元和-2,849.89 万元，主要系由酒行装修支出构成。2009 年和 2010 年公司投资活动产生的现金净流出较上年大幅增加，主要原因是：1) 随着公司门店数量的增加，公司的装修费用支出增加；2) 为了提升消费者的

购物体验，对于部分装修过时的门店进行重新装修；3）为了突出公司品牌形象，完善酒行功能，酒行门店的装修标准不断提高。

最近三年一期，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-7,785.00 万元、-460.00 万元、-41,349.62 万元和 31,875.68 万元。2008 年公司筹资活动产生的现金流出主要是分红支付股利所致。2010 年公司筹资活动产生的现金流出主要是利润分配产生的现金支出和因开具银行承兑汇票向银行支付的保证金。2011 年上半年公司筹资活动产生的现金流入主要是由于公司增加短期借款，以及公司开具银行承兑汇票到期承兑，缴存银行保证金返还所致。

四、资本性支出分析

（一）报告期内重大的资本性支出

最近三年一期，本公司合并报表口径下的重大资本性支出总额分别为 1,673.22 万元、2,221.30 万元、4,718.60 万元和 2,956.98 万元。根据公司的发展计划，本公司的资本性支出主要用于门店的装修。报告期内，公司重大资本性支出的明细如下：

单位：万元

项 目	2011 年 1-6 月		2010 年		2009 年		2008 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
购置固定资产：	726.53	24.57%	58.21	1.23%	28.03	1.26%	5.18	0.31%
办公设备	53.98	1.83%	58.21	1.23%	28.03	1.26%	5.18	0.31%
房屋建筑物	559.55	18.92%	-	-	-	-	-	-
运输设备	113.00	3.82%	-	-	-	-	-	-
无形资产增加	-	-	6.10	0.13%	-	-	-	-
商标著作权	-	-	6.10	0.13%	-	-	-	-
装修支出	2,230.45	75.43%	4,654.29	98.64%	2,193.27	98.74%	1,668.04	99.69%
合计	2,956.98	100%	4,718.60	100.00%	2,221.30	100%	1,673.22	100%

报告期内，公司一直保持较快的发展速度，对资金的需求也较为迫切，发展过程中实际控制人通过在控制的公司之间统筹安排资金，很大程度上缓解了公司的资金压力。报告期内公司在满足公司正常经营的情况下，出于股权转让以及顺利改制为股份有限公司的目的进行了较高比例的分红。

2010 年，在合作店模式逐步成熟，在连锁门店整体数量较少、对一线城市

布局不足的情况下，公司提出发展直营店以完善布局、加快发展，同时，为适应连锁零售行业的发展趋势，公司亟待完善信息系统以提高门店复制能力和运营管理能力，这些项目均需要较大规模的资本性支出。因此，通过发行上市募集资金满足未来资本性支出是十分必要的，有利于公司业务继续保持较快的增长和长远发展。

（二）未来可预见的资本性支出及对公司的影响

本公司计划使用本次发行股票募集的资金在部分城市发展直营店和合作店以及对公司信息管理系统进行升级，以完善公司的销售网络和运营平台。本次发行股票募集资金投资项目详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”。

五、重大会计政策、会计估计的变化情况

参见“第十节 财务会计信息”之“四 主要会计政策和会计估计”之“（二十一）主要会计政策、会计估计的变更”。

六、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项

截至本招股说明书签署之日，公司不存在对财务状况、盈利能力及持续经营产生重大影响的重大担保、未决诉讼或其他或有事项和重大期后事项。

七、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）公司的主要财务优势和困难分析

1、公司的主要财务优势

公司的资产负债结构、资产构成及负债构成均与公司的经营模式相符，财务资本结构合理，资产变现能力强，偿债风险较小；公司产品利润率高、保持较高的盈利能力；公司具有较好的成长性，未来发展空间巨大。

2、公司面临的主要财务困难

扩大规模可以为公司带来成本优势、品牌影响力，使企业保持先行者的竞争优势，但是经营规模的扩大和市场网络的增加都需要大量的资金投入，尽管公司已有一定的实力基础，但仅依靠自有资金积累或银行贷款，无法满足公司快速发展的需求，公司亟需搭建自身融资平台，拓宽融资渠道。

（二）未来影响公司财务和盈利能力的因素

1、宏观经济的影响

受益于我国宏观经济的长期稳定增长、居民可支配收入提高、城市化进程加快、消费观念转变、上游行业产能供给充足以及国家产业政策支持等因素，我国酒类连锁销售行业将迎来黄金发展期。

2、行业政策的影响

近年来，国家以及各省市政府出台了大量的优惠政策鼓励促进商贸流通企业的发展，如《商务部关于“十二五”期间加强酒类流通管理的指导意见》、《关于促进流通业发展的若干意见》、《国务院关于加快发展服务业的若干意见》、《国内贸易发展“十一五”规划》等。这些产业政策及相关优惠政策不仅有利于行业的稳定持续发展，也为行业内企业提供了一个稳定优良的发展环境。

3、股票发行上市的影响

股票发行上市有利于提高公司的品牌影响力，同时所募资金将用于营销网络、信息系统的建设，这些都将强化公司市场地位，提升公司的盈利能力。另外，随着发行上市，公司将会吸引更多优秀人才加入，这将是保持竞争力的有利因素。

（三）财务状况的发展趋势

1、资产、负债状况发展趋势

随着公司经营规模扩大，公司的流动资产和固定资产规模都将增加。同时由于公司所处行业的特点，公司的资产以流动资产为主，未来这种状况仍将持续。

公司的应付票据、应付账款、预收账款一起构成了公司流动负债的主体，预计此种负债结构仍将保持。本次发行募集资金到位后将降低公司资产负债率，公司未来将根据生产经营需要，保持合理的资产负债结构。

2、所有者权益发展趋势

公司近年来所有者权益增加较快，除了股东增资外，其主要原因在于公司快速增加的经营利润。在本次股票发行上市完成后，公司的所有者权益将在短期内有较大幅度的增加，此外，随着募集资金项目逐渐产生效益，较强的盈利能力也将进一步增加公司的所有者权益。

3、盈利能力的发展趋势

本公司截止 2011 年 6 月 30 日，已经发展了 307 家连锁门店，形成了全国网点的战略布局。截至目前，酒类连锁销售行业内，具有全国性网络覆盖的只有少数企业，与这些公司相比，本公司在产品资源、营销网络、运营管理以及品牌方面等均较为突出。随着酒类连锁销售行业的快速发展，公司的盈利能力将不断增强。此外，公司发行上市后，通过募投项目的实施，公司的盈利能力将得到进一步加强。

八、股东未来分红回报规划

公司重视对投资者的合理投资回报，保持股利分配政策的连续性、稳定性。在充分考虑了上述自身经营发展实际，未来盈利及现金流情况，以及外部融资环境等因素，公司董事会制定了《华致酒行连锁管理股份有限公司股东未来分红回报规划》，其要点如下：

1、明确现金分红为主的基本原则，在保证公司正常经营业务和长期发展的前提下，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 30%。在确保年度现金分配股利不低于当年实现的可分配利润的 30%的前提下，公司董事会可以根据公司资金状况提议进行中期现金分配。若公司董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出股票股利分配预案。

2、未来三年，公司每年向股东现金分配股利不低于当年实现的可分配利润的 30%。且如果未来三年公司净利润保持增长，则公司每年现金分红金额的增幅将至少与净利润增长幅度保持一致。

3、公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红议案，并交付股东大会通过网络投票的形式进行表决。公司接受所有股东对公司分红的建议和监督。

本公司从事酒类连锁销售业务。日常经营方面，公司需要储备一定规模的存货以及预付供应商货款，对于流动资金的需求较高。截至 2011 年 6 月 30 日，公司合计取得了 8.9 亿元人民币的银行授信额度，能够利用银行承兑票据、短期借款等满足正常的周转资金需求。由于公司主营业务具有较高的毛利率和净利率水平，且对客户主要采取先款后货结算方式，因此，在满足流动资金需求情况下，只要产品销售正常，公司现金流情况通常较好。投资发展方面，目前公司正处于营销网络快速扩张的发展机遇期，在连锁门店整体数量较少、对一线城市布局不足的情况下，公司提出建设直营店和合作店以完善布局、加快发展。同时，为顺应连锁零售行业的发展趋势，公司亟待完善信息系统以提高门店复制能力和运营管理能力，这些项目均需要较大规模的资本性支出。公司通过本次发行能够较好的解决上述投资资金需求。综上，公司未来具备实施上述《股东未来分红回报规划》、向投资者提供连续、稳定分红回报的能力。

第十二节 业务发展目标

一、发行当年及未来两年的发展计划

公司的中长期发展目标是通过践行“真品、精品、服务、环境”的经营理念，使华致连锁门店成为消费者购买酒类产品的重要渠道，将“华致”打造为值得消费者信赖的酒类连锁销售品牌。

公司的未来 2-3 年的发展目标包括：

- 1) 扩大门店数量，完善营销网络布局，巩固渠道优势；
- 2) 广泛引进国内外知名厂商优质酒类产品；
- 3) 引进多层次人才，升级信息系统，提升运营管理能力；
- 4) 升级门店软硬件设施，提升购物环境和服务能力，增强公司品牌知名度。

二、主要业务计划

（一）合作店扩张计划

酒类连锁销售行业作为一种新型的酒类销售模式，具有良好的发展前景和巨大的发展空间，目前正处于快速增长期。公司计划抓住行业发展有利时机，迅速扩大合作店的数量和规模，覆盖空白市场，使已有市场店铺的覆盖密度达到合理的水平，经营业绩和公司品牌知名度大幅提升，从而形成先发优势。

开设合作店具有投入少、复制快的特点，公司计划使用募集资金在未来 3 年开设 300 家合作店。在过去的经营中公司积累了丰富的合作店开发和运营的经验，为未来的快速发展打下了良好的基础。

（二）直营店开拓计划

目前华致酒行的营销网络已初步形成全国布局，在开设有华致酒行门店的城市，通过精准营销，抓住了核心消费群体，取得了较高的市场份额。但是，合作

店主要布局在地、县级城市，在消费水平和增长潜力更大的一线城市和省会城市布局相对薄弱。未来公司计划大力开拓一线城市和省会城市市场，公司拟在一线城市和省会城市投资建设直营店，完善营销网络的布局，优化终端结构。通过在目标城市购买或长期租赁店铺开设高品质直营店，不仅能够占领空白市场，而且能够迅速扩大公司的知名度，提升品牌形象，也能够通过直营店的形象展示、人员培训等功能，发挥对合作店的辐射带动作用。并且，直营店进一步缩短了酒水生产厂商到消费者之间的距离，有助于提升公司的盈利能力。

公司拟通过发行股票募集资金投资建设直营店，将有助于保证公司在各城市的黄金商业位置拥有稳定的店铺资源，抓住核心消费群体，增强公司经营稳定性。

（三）广泛引进国内外知名厂商优质酒类产品

本公司未来产品发展规划的核心是：发挥门店网络全国性布局的优势，广泛引进国内外知名厂商优质酒类产品，形成品种丰富、结构均衡的业务布局。

1、加大引进产品的速度和力度，保持新产品销售占比不低于总销售额的 30%

为充分发挥覆盖全国的门店网络优势，充分满足消费者需求，本公司将加大引进产品的速度和力度，计划未来 3 年内经销超过 200 个厂家的优质酒类产品，未来 3 年新产品（统计时指销售时间未达 3 个完整会计年度的产品）每年实现的销售额占总销售额的比例均超过 30%。本公司将着重选择与国内外的知名酒类厂商和供应商合作，将供应商的产品优势和本公司连锁门店的信誉优势相结合，不断扩大消费群体。

继 2010 年本公司与贵州茅台签订经销协议后，本公司又陆续与若干国内知名酒类生产企业签订了一系列合作协议。其中，2011 年 10 月，本公司和泸州老窖签订了《合作经销协议》，双方共同合作开发“国窖 1573”红宝石、蓝宝石系列产品，由本公司负责独家经销，协议生效后三个年度内，泸州老窖分别将向本公司供货 500 吨、600 吨和 1000 吨；2011 年 10 月，本公司和西凤销售公司签订了《合作经销协议》，双方共同合作开发“西凤酒-大师”系列产品，由本公司负责独家经销，协议生效后三个年度内，陕西西凤分别将向本公司供货 300 吨、500 吨和 1000 吨。此外，本公司还分别与汾酒销售公司、水井坊销售公司签订了战

略合作意向书。

2、抓住葡萄酒市场的发展机会，大力发展葡萄酒业务

随着消费者消费习惯和理念的变化，我国葡萄酒市场快速发展，进口葡萄酒消费增长尤为迅速。据海关统计，2010年1-11月我国进口葡萄酒的量和金额分别比2009年同期增长58%和53.9%。2011年1-6月，本公司进口酒业务采购额和销售额同比分别增长617%和621%。公司计划在未来3年内将葡萄酒业务发展为公司的支柱性业务之一，实现葡萄酒年销售额占公司总销售额比例上升到15%。

3、增加产品可选品类，能够更好地满足消费者的个性化需求

公司选择引进产品时，将全面考虑产品品类的丰富性，保证产品结构均衡，以满足消费者的个性化需求。国产酒方面，在进一步巩固与五粮液公司和贵州茅台合作的基础上，引入清香型、凤香型以及其他香型名、优白酒，同时加强黄酒的消费群体培育。进口酒方面，公司计划将与更多世界范围的知名酒商和知名酒厂建立合作关系，引入不同类型的葡萄酒及烈酒产品。公司计划未来3年内实现自单一供应商采购额不超过总采购额的40%，并在未来5年内降至30%。

（四）全面提升购物环境和服务

目前的酒类零售终端，无论是商超、百货还是名烟名酒店，大部分终端功能仅限于起到销售点、配送点的作用，部分兼有一定的形象展示功能。随着酒类连锁销售行业的发展，酒类连锁销售企业开始朝着集酒品销售、展示、品鉴、酒文化宣传和酒知识培训等多功能方向发展，不仅能够提供有品质保障的优质酒品，而且能够提供全方位的服务和优良环境，能够使消费者获得良好的消费体验。

本公司的核心经营理念除了突出“真品、精品”，更注重“服务、环境”，公司拟利用公开上市的契机，全面提升服务水平。本次募集资金拟投资新建的门店将体现出大面积、精装修，多功能的特点，一般设有会客区、品鉴区和葡萄酒恒温存储室等专业设施和服务，同时公司还将对部分原有门店进行装修升级和改造。此外，公司还将继续通过对员工进行系统化的酒类知识、酒文化学习和社交礼仪培训等提高员工综合素质，提升公司整体专业化服务水平。

（五）升级信息管理系统

在连锁行业蓬勃发展的今天，行业内的企业面临来自各个层面的竞争，拥有一套适合现代企业的信息管理系统，可以使连锁企业处于一个信息灵敏、管理科学、决策准确、高效运行的良性循环之中，为企业带来更高的经济效益。本公司当前的信息管理系统具有客户管理、财务管理、存货管理以及办公管理等功能，是公司有效运作的重要一环，但从连锁行业发展的态势来看，仅有这些基础功能无法满足公司长期发展对信息系统的要求。因此，公司将在原有的基础上，利用本次募集资金搭建更为完善与强大的信息管理系统平台，将公司目前仅具有数据汇总功能的信息系统，拓展至具有数据分析、决策支持和执行控制等多功能、全方位的信息管理系统，为公司营销网络的扩张、产品品质的保障、运营和客户服务能力的提升、对市场情况分析与把握能力的增强等业务发展需求提供强有力的支持。

（六）优化物流配送体系

公司目前的物流采取外包给第三方物流提供商的模式，随着公司业务规模的扩张，客户服务水平的提升，现有的物流服务水平和物流网络体系将不能满足公司的物流配送需要。

公司将整合现有物流中心，优化区域物流中心的布局，同时引入具有区域优势地位的第三方物流公司，分区域外包华致物流业务，加强相对薄弱地区的物流服务水平，提高物流服务的信息化水平。优化物流配送体系将对公司小批量、多频次的物流配送需求提供有效支持，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。

（七）人员发展

公司将进一步加强人力资源管理，通过制定有竞争力的薪酬与福利体系、科学完善的考评及激励机制，建立高效、灵活、完善的人才培养和管理机制，通过培养和引进等方式，扩充公司发展所需的各种人才，尤其是运营管理人员和市场营销人员，同时加强公司高级管理人员的管理技能培训，进一步提高员工的整体素质。

三、拟订并实施计划的假设条件及主要困难

（一）假设条件

公司上述的发展计划是基于本公司现有业务规模、市场地位、发展趋势等各方面因素综合制定的，其拟定依据了以下假设条件：

- 1、本次公开发行能够顺利完成，募集资金能及时到位。
- 2、本公司所处的国内外政治、经济、社会环境稳定，宏观经济保持良好的发展态势，不会对公司发展构成重大影响。
- 3、本公司各项经营业务遵循的国家和地区现行法律、法规和政策等无重大改变。
- 4、公司所在行业及领域的市场处于正常发展的状态，未出现重大的调整和波动。
- 5、无其它人力不可抗拒因素及不可预见因素造成的重大不利影响。

（二）主要困难

- 1、酒类连锁销售行业正处于快速发展阶段，公司具有良好的行业地位和成熟的运营经验，面临着难得的发展机遇期，需要充足的资金用于扩大和完善营销网络、提升管理水平，继续保持在行业内的领先优势；
- 2、公司营销网络建设、信息系统改进以及新产品的设计和开发等都离不开人才的支持，因此能否稳定公司现有的专业团队并及时根据业务的发展聘用到合适人才对公司上述计划的实施至关重要。

四、业务计划与现有业务的关系

本公司的上述发展计划是充分考虑了现有业务的实际情况、公司在酒类连锁销售行业的经验和资源、在酒类销售市场的地位、公司的融资能力等诸多因素拟

定的。本公司的组织架构和人力资源也为实现业务发展计划提供了相应的运营体系和人才保证。

上述发展计划有利于实现公司的规模扩张、提高品牌知名度和提升专业化服务水平等目标，为公司继续保持在酒类连锁销售行业的领先地位奠定基础。

第十三节 募集资金运用

为了增加本公司总体规模实力、扩大品牌知名度和市场占有率、增强公司核心竞争力，本公司制定了以下募集资金运用方案。

一、本次募集资金规模及拟投资项目概览

经公司第一届董事会第四次会议及公司 2010 年年度股东大会批准，公司拟公开发行 5,500 万股 A 股，本次发行的募集资金总量将视询价确定的发行价格确定。本次发行募集资金扣除发行费用后，将投资于营销网络建设项目、信息管理系统升级项目，以及用于其他与主营业务相关的营运资金，具体如下：

项目名称	募集资金投资额（万元）	项目审批情况
营销网络建设项目	174,887.93	云发改经贸[2011]210号文核准
信息管理系统升级项目	19,462.35	迪区经发[2011]1号文核准
其他与主营业务相关的 营运资金	【】	—

若本次发行募集资金净额大于投资项目的资金需求，剩余资金将用于其他与主营业务相关的营运资金；若本次发行募集资金净额小于投资项目的资金需求，资金缺口由公司自筹方式解决；根据市场及项目情况，如果本次募集资金到位前公司需要对上述拟投资项目进行先期投入的，则公司将先用自筹资金投入，待募集资金到位后用募集资金置换先期投入的自筹资金。

二、募集资金投资项目简介

（一）营销网络建设项目

1、项目概况

根据本公司的发展战略，本项目计划在全国新建合作店 300 家，新建直营店 45 家，对公司 64 家原合作店进行装修升级。新建店铺情况如下表：

店铺类型		数量	面积（平方米）			
			公司购买	公司租赁	合作方购买/租赁	合计
直营店	华致酒会	12	11,961.97	521.00	-	12,482.97
	华致酒窖	8	4,109.31	704.97	-	4,814.28
	华致酒行	25	6,315.55	2,422.02	-	8,737.57
合作店	华致酒窖	30	-	-	9000.00	-
	华致酒行	240	-	-	48000.00	-
	华致·[区域品牌]专卖店	30	-	-	3000.00	-
合计		345	22,386.83	3,647.99	60,000.00	86,034.82

本次募集资金部分用于投资新建 300 家合作店，合作店由合作经营方负责店铺的购买和租赁，公司负责店铺的装修投入。该 300 家合作店分省区规划分布情况如下表：

省/直辖市	华致酒窖	华致酒行	华致·[区域品牌]专卖店	合计
湖南	3	17	10	30
四川	3	19	4	26
江苏	2	20	2	24
河南	2	18	2	22
湖北	2	16	2	20
山东	2	16	2	20
安徽	1	11	-	12
福建	1	11	-	12
广东	1	8	3	12
河北	1	11	-	12
辽宁	1	9	-	10
山西	1	6	3	10
陕西	1	9	-	10
浙江	1	9	-	10
广西	1	7	-	8
江西	1	7	-	8
内蒙古	1	7	0	8
北京	1	5	-	6
黑龙江	1	5	-	6
上海	1	5	-	6
重庆	1	4	1	6
天津	1	4	-	5
新疆	-	5	-	5
云南	-	4	1	5

海南	-	3	-	3
吉林	-	3	-	3
宁夏	-	1	-	1
合计	30	240	30	300

本次募集资金部分用于投资新建 45 家直营店的具体位置、面积和用途如下表所示：

店铺类型	城市	面积(平方米)	取得方式
华致酒会	北京	1,004.89	购买
	北京	901.41	购买
	广州	1,736.31	购买
	深圳	755.76	购买
	合肥	799.24	购买
	武汉	521.00	租赁
	长沙	1,283.31	购买
	沈阳	1,251.00	购买
	呼和浩特	758.00	购买
	济南	1,636.43	购买
	太原	1,100.00	购买
	青岛	735.62	购买
华致酒窖	北京	741.06	购买
	长沙	803.17	购买
	南京	252.01	租赁
	沈阳	452.96	租赁
	济南	1,046.10	购买
	乌鲁木齐	658.64	购买
	杭州	446.34	购买
	温州	414.00	购买
华致酒行	上海	189.51	购买
	合肥	270.00	租赁
	重庆	212.50	购买
	福州	277.45	租赁
	兰州	298.00	租赁
	南宁	455.11	购买
	哈尔滨	381.16	购买
	武汉	287.25	购买
	南京	280.02	购买
	长春	347.28	购买
	济南	373.92	租赁
	西安	405.00	购买
	成都	255.85	购买

店铺类型	城市	面积(平方米)	取得方式
	天津	270.00	租赁
	昆明	453.11	购买
	杭州	388.82	购买
	厦门	193.92	购买
	苏州	256.26	购买
	大连	209.41	购买
	洛阳	325.65	租赁
	大庆	396.02	购买
	孝感	607.00	租赁
	常德	646.37	购买
	温州	283.00	购买
	邹城	674.96	购买
合计		26,034.82	

本次募集资金除了用于新建店铺外，由于公司部分合作店成立时间较长，为完善合作店的服务功能，改进购物环境，提升公司品牌形象，还计划部分用于64家现有合作店的升级，具体情况如下：

省份	数量	店铺名称
湖南	14	醴陵店、长沙县店、望城店、新化店、郴州店、湘潭市店、湘潭县店、耒阳店、衡阳店、株洲店、益阳店、湘乡店、张家界店、宁乡店
广东	7	新兴店、兴宁店、江门店、台山店、开平店、汕头店、珠海店
河南	6	濮阳店、淇县店、西峡店、新乡店、郑州中原店、永城店
江苏	5	海门店、宝应店、盐城店、江都店、高邮店
四川	5	达州店、旺苍店、德阳店、绵阳店、自贡店
安徽	4	宁国店、来安店、天长店、涡阳店
陕西	3	延安店、榆林店、咸阳店
浙江	3	乐清店、余杭店、温州店
山东	2	滨州店、淄博店
辽宁	2	阜新店、鞍山店
福建	2	福州店、石狮店
云南	2	昆明店、曲靖店
河北	2	沙河店、张家口店
内蒙	2	包头店、通辽店
上海	1	上海虹口店
北京	1	燕郊店
天津	1	天津塘沽店
湖北	1	汉口店
广西	1	玉林店
合计	64	

本项目的预计总投资额为 174,887.93 万元，其中建设投资 124,960.41 万元，流动资金 49,927.53 万元。

2、项目实施的必要性分析

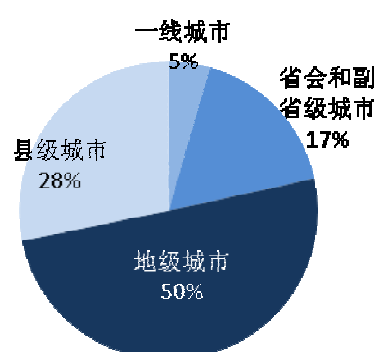
(1) 营销网络建设是进一步完善全国性网点布局的必然要求

本公司现有连锁门店已覆盖全国 29 个省级行政区。其中，公司在湖南、四川、湖北、江苏、河南等省份的店铺数量较多，店铺密集度相对较高。但是在除上述省份以外的其他省市地区，公司的店铺网点密度不高，市场覆盖明显不足。此外，公司目前的店铺大部分位于地、县级城市，在经济发展水平和居民消费能力更强的一线城市、省会城市等经济发达地区，公司的店铺数量较少，市场覆盖能力不强。

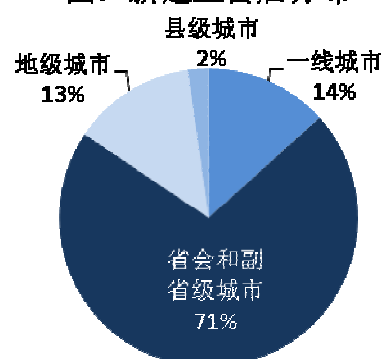
本项目通过新建合作店，在公司具有网络优势的地区，能够充分利用公司已形成的品牌知名度和客户基础，充分开发市场，延续并扩大良好的经营业绩。在公司网络覆盖相对薄弱的地区，通过开设店铺加强网络密集度，占领空白市场。

本项目通过增加在一线城市、省会城市和经济发达城市的直营店建设，克服合作经营方式下合作经营方资金实力不足的缺陷，加强对重点消费区域的营销网络建设，发挥直营店的辐射带动作用，完善整体营销网络布局。

图：现有合作店分布



图：新建直营店分布



(2) 增加店面建设是迅速占领市场、获取竞争优势的必要手段

由于酒类连锁销售具有渠道扁平化的特点，能够降低成本、实现规模化经营，符合酒类连锁销售行业发展的趋势和方向。近几年酒类连锁销售行业进入快速增

长期。作为国内领先的酒类连锁销售企业，本公司在过去取得了令人瞩目的快速发展，公司希望抓住行业发展的大好机遇，通过营销网络的建设在竞争中占据更有利的地位。本项目的执行，能够帮助公司获取先发优势，是公司保持并加大营销网络竞争优势的有效措施。

(3) 营销网络建设是公司提升品牌形象及消费者体验的必然要求

对于酒类连锁销售行业，消费者对品牌形象的认知很大程度依赖于销售终端——酒行门店。一方面，规划布局合理、商业位置优越、且拥有一定的密度的门店网络能够增加公司与消费者互动的频率，提高消费者对公司品牌的认知度；另一方面，酒行的面积、装修风格及陈列布局等外在形象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。

有关研究表明随着可支配收入的增加，消费者在消费过程中，越来越注重消费时的体验而非产品本身。酒行门店通过增加品鉴室、恒温酒窖等设施，可以增强消费体验、引导消费者需求，最终达到培养消费者对公司品牌忠诚度的作用。

本项目通过投资新建和升级门店，特别是直营店，在门店面积、结构设计、货品陈设、营销宣传及管理服务等方面更能体现酒类连锁销售行业的发展趋势，提升公司品牌形象。

(4) 购买店铺是公司直营店获取稀缺优质地段店面、应对租金上涨、保障经营稳定性有力措施

国内一线二线城市的核心商圈基本为城市的商业中心或者区域性中心，一般一个城市只有 3-5 个核心商圈。核心商圈一般具有商业发达、交通便捷和人流量大等特征，是零售企业的必选之地，质量高且价格适合的店铺已成为成为酒类连锁销售企业最核心的核心资源。公司作为国内领先的酒类连锁经营企业，通过在经济发达城市的核心商圈的开设门店，才能掌握优质核心客户，提高经营稳定性，在激烈的行业竞争中持续保持领先优势。

租金作为连锁经营企业的重要营运成本是影响公司门店盈利能力的关键因素。近年来，随着我国经济持续快速增长、房产价格持续上升，推动优质商铺的租金持续增长。一些城市的租金年增长率较快。面对持续上涨的店铺租金，公司

通过长期租赁和购买店铺，能够减少租金快速上升带来的成本压力，确保盈利能力的可持续性。

3、募投项目可行性

(1) 国家对酒类流通行业发展的的大力支持

2011年12月，商务部发布《商务部关于“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，着力推进连锁化、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，酒类连锁化率提高到20%，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》还提出酒类流通行业管理的主要任务是调整优化行业结构，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。

(2) 酒水消费市场空间巨大

酒水自古以来就是人们进行文化传递和感情交流的重要媒介。近年来，除了餐饮行业的繁荣带动直接饮用酒水持续增长外，团购、节日礼品等酒水消费需求增长更为迅速。随着中国经济持续发展，社会交往活动增多，酒水消费需求正在向追求多样化、高品质方向发展，酒类销售行业呈现巨大空间。

由于社会交往活动增多带来酒水消费需求的持续上升，为本项目的建设提供稳定坚实的市场基础。

（3）公司品牌影响和良好的经营业绩为快速扩张奠定了基础

公司自 2005 年设立起秉承“真品、精品、服务、环境”的经营理念，建立起货源稳定、品牌统一、管理规范、服务专业、覆盖全国的值得消费者信赖的酒品的连锁销售系统。公司于 2010 年获得“中国 500 最具价值品牌证书”，通过 5 年多的发展，华致酒行已成为值得消费者信赖的保真酒品连锁销售的知名企业。目前公司 307 家连锁门店遍布全国 29 个省区，公司 2008 年至 2010 年收入年均复合增长率超过 40%，良好的历史业绩为公司本项目的建设奠定了基础。

（4）公司积累了酒类连锁经营的丰富经验，使门店扩张具备可复制性

在酒行开发方面，经过五多年的发展，公司积累了丰富的门店开发经验，形成了一套完整的门店开发的流程和制度，包括市场分析、合作经营方选择、门店选择、租赁、工程管理、物流配送、结算等完整的管理制度和体系，公司开发人员有丰富的门店开发经验，这是本项目顺利实施的基础保证。

在酒行运营方面，公司通过实施标准化、系统化、流程化的运营管控方法，来实现连锁门店运营的高度统一，做到统一装修、统一设计、统一标志、统一服务规范、统一指导价，使门店运营具备了可复制性。基于以上经验保证了门店规模扩张具有较强的可复制性和经营的可控性。

（5）公司可靠稳定的资源平台为募投项目的实施提供了物质保证

在产品采购方面，公司本着“互利共赢”的原则，与供应商建立了稳定的合作关系，保证了公司拥有稳定的具有竞争力的酒品供应。

在物流方面，公司遵循行业惯例将物流外包给专业的第三方物流公司，公司物流部负责协调与物流公司的合作，具有丰富的经验，能够借助物流公司的网络资源和仓储配送体系向客户提供优质的服务。

在信息系统方面，公司拥有独立的 ERP 系统以及相配套的其他信息管理软件，对于财务核算、采购、销售、库存以及物流等核心业务能够进行良好的控制。公司同时拟使用部分募集资金对信息系统进行升级，升级后的信息管理系统将能够充分满足公司业务发展对信息系统的需求。

(6) 公司拥有经验丰富，稳定的管理团队

公司目前的管理团队中多数人员是随公司发展成长起来的，具备丰富的管理经验和极高的忠诚度。公司的经营管理团队对酒类销售方面拥有丰富的经验，对连锁经营的各个环节有清晰的了解。多年来，本公司的高级管理人员在有关酒类产品的消费者习惯、市场需求和市场趋势方面等积累了丰富的知识。管理层具有现代化的经营意识，按市场发展趋势，创建了合乎市场规律的全新经营模式和管理体制，使公司在激烈的市场竞争中保持了较强的竞争力。

(7) 公司拥有超过 200 家处于试销阶段的合作经营方

公司开设合作店有一套严格的程序规定，按照公司相关选拔流程选定合作经营方后，该合作经营方将进入试销程序，在试销期内，酒行试销客户的销售也仅限于零售和团购销售。酒行试销客户在满足试销期合格的基本标准后，可以向公司申请开设实体酒行门店。目前动态的拥有超过 200 家处于试销阶段的合作经营方。随着公司品牌知名度的提升及酒行开发体系的逐步完善，吸引合作经营方能力及试销合作方的开店成功率将稳步提升，这是本项目中合作店建设的基础及保障。

(8) 公司为保证募投项目的顺利实施已签订了相当数量的直营门店的购买意向或租赁合同

为保障本项目中建设直营店购买门店的如期进行，公司已经为本项目实施所涉及购买或租赁的房产签订了相应的意向书或合同，以保障资金到位后项目可以顺利执行。

4、市场前景分析

(1) 中国已成为全球销量最大的烈酒市场

按消费额计算，目前亚太地区已成为全球最大烈酒消费市场。从 2004 年至 2009 年，亚太地区的烈酒消费额的年复合增长率为 9.9%，同期销量的年复合增长率为 6.8%。相比之下，同期北美市场的烈酒消费额年复合增长率为 5.7%，销量年复合增长率仅为 2.2%。其中，根据 Euromonitor International 的数据显示，按照销量计算，2007 年中国已经成为全球销量最大的烈酒市场。国际葡萄酒烈

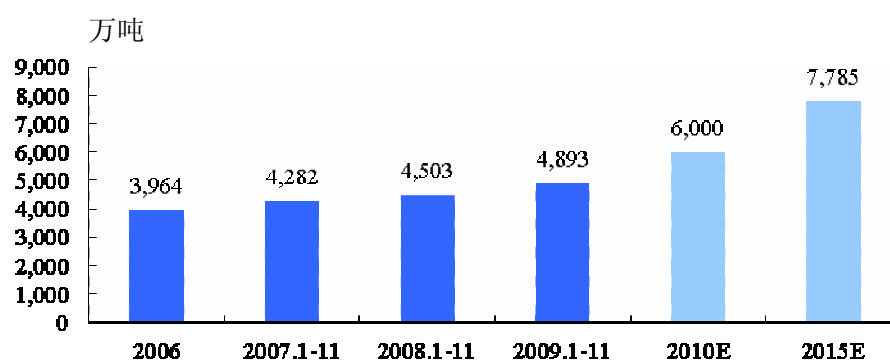
酒研究机构 IWSR 预计，未来 5 年，中国和印度将成为全球增长最快的烈酒市场。

（2）宏观经济快速发展、居民收入水平持续提升以及城市化率不断加快共同推动国内酒类产品消费稳步增长

近年来中国经济持续快速发展，自 2000 年以来，年均 GDP 增长率维持在 10% 左右。伴随中国经济总量的不断增长，人均国民收入水平也不断提升。根据国家统计局统计，2006-2010 年，城镇居民人均可支配收入从 11,760 元增长至 19,109 元，年平均增长率约为 12.77%；农村居民家庭人均纯收入从 3,587 元增长至 5,919 元，年平均增长率约为 12.74%。同时，中国城市化进程不断加快，2009 年全国城市化率已达 46.59%。根据国务院发展研究中心宏观经济研究部预测，到 2030 年，中国的城市化率将达到 65% 左右。

在宏观经济快速发展、中国居民收入持续提升以及城镇化率不断加快的背景下，居民消费能力快速上升，酒类消费量增长较快。与此同时，随着西方酒文化逐步融入中国社交生活，以及进口关税的持续下调，酒类产品进口量亦增幅明显。自 2007 年 1-11 月至 2009 年 1-11 月，国内酒类表观消费量从 4,282 万吨增长至 4,893 万吨。中国酿酒工业协会预计，2010 年中国饮料酒的消费量将超过 6,000 万吨，到 2015 年中国饮料酒的消费量将达到 7,785 万吨。

图：中国酒类表观消费量及预测情况



数据来源：《2010 年酿酒行业风险分析报告》，中国酿酒工业协会

注：2006-2009 年消费量为表观消费量数据

（3）消费者对酒品需求结构的变化

居民消费层次的提升、消费观念的变化，使包括酒类产品规模销售成为可能。同时，消费升级的时代大环境中，消费者的饮食越来越要求营养和膳食平衡，追

求高品位的饮食方式，食品安全问题也更加受到消费者的关注。饮酒从原来的只求能喝到酒，偏重色、香、味等物理属性，向注重品牌、文化、安全、交际等精神文化需求方面转变。科学饮酒、健康饮酒、快乐饮酒的文化理念逐渐被中国酒类消费者所认同，消费者逐渐由感性消费转为理性消费，对酒质量、品味的要求将越来越高，理性消费方式对酒类消费产生了积极影响。而这些转变会影响酒类销售行业的发展思路，并对酒类零售企业提出了更高的要求。

（4）酒类连锁销售行业快速发展

在以下几种主要因素的推动下，酒业连锁销售行业发展迅速：

1) 我国的酒类流通较长时间内一直实行“批发分销”经营模式，“批发分销”经营模式因流通环节多带来诸多弊病，已明显不适应市场发展需要，酒类经销渠道已经逐步呈现出“渠道扁平化”的趋势。酒类连锁销售经营模式很好地契合了市场发展的需要，该模式下，酒类连锁销售商一方面能够利用规模化优势直接建立与厂商的联系，获取产品经销权；一方面通过终端网络将产品直接销售给消费者，减少流通环节，并且能够在销售过程中提供更多的专业的增值服务，具有很好的发展前景。

2) 随着酒类销售市场的规范化发展及消费者需求的不断升级，餐饮、名烟名酒店等传统酒类零售业态的市场份额逐步下降，酒类专卖店的发展亦存在局限性，给专业连锁业态带来了较大的发展空间。

3) 酒类连锁销售企业采用连锁经营形式，实施标准化管理，其商业模式可复制性强、运营效率相对较高，可实现低成本的快速扩张。

4) 酒类连锁销售企业的品牌化、专业化运营更加凸显差异化优势。酒类连锁销售企业正逐步建立起超越于酒类产品品牌的“酒类销售商品牌”，类似于家电零售市场的“国美”、“苏宁”，消费者认知度较高、品牌优势明显。

同时，专业连锁注重终端客户资源的培育，通过提供定制服务（通过研究客户口感偏好、品牌偏好、价格档次等，有针对性地开发定制酒）、酒文化推广、灵活配送等个性化服务，可有效满足消费者的个性化需求，提升消费者忠诚度，增强自身品牌形象。

5、项目投资概算

本项目的预计总投资额为 174,887.93 万元，其中建设投资 124,960.41 万元，流动资金 49,927.53 万元。

建设投资具体情况如下：

项目	总价
1 直营店	
1.1 店面购买投资	73,292.82
1.2 店面租赁投资	2,240.27
1.3 店面装修投资	13,027.32
2 合作店	
2.1 现存合作店装修费用	6,400.00
2.2 新建合作店装修费用	30,000.00
合计	124,960.41

流动资金按分项详细估算法估算。按照发行人历史上的所需流动资金项目的周转率水平,参考酒类连锁经营的特点, 计算每一项目的金额, 得出第三年末正常周转所需流动资金为 49,927.53 万元。

6、项目实施方案或要点

(1) 总体目标和原则

本项目计划用三年时间在全国采用购买店铺及租赁店铺的方式设立 45 家直营店、新建 300 家合作店, 同时升级改造 64 家原有合作店。总投资资金拟通过公司上市募集, 如募集资金不能满足投资项目的需要, 不足部分则由企业自筹资金解决。

(2) 营销网络店铺选址的主要考虑因素

公司在开设店铺前将进行谨慎的评估, 在对各种影响因素进行充分的市场调研和可行性论证之后, 才决定是否在某城市、某地区、某一商圈开设新店。公司建立了一套完善的店铺选址评估机制, 开发经理在进行调研和初步评估后, 提交《华致酒行拟开店地区情况调查表》, 经开发总监审核后提交公司管理层讨论审批后方可开店。对于店铺选址, 公司主要考虑的因素如下:

序号	选址原则	主要内容
1	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
2	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）
3	商业分布情况	城市现存商圈，商圈位置，商圈定位，各商圈组成情况（商业街、商场、酒类连锁商店等）
4	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）
5	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

（3）店铺面积的选择原则

在店铺的面积上，对于新建的直营店，公司将选择在核心商圈、面积宽敞的门店。一方面宽敞舒适、装修精美的大型店铺可以为顾客提供愉快的购物体验，也能起到良好的品牌和产品宣传效果；另一方面，随着公司业务的扩张，公司产品线将进一步丰富，这对店铺的面积提出更高的要求，公司需要开设更多面积较大的门店，才能满足对产品进行全面展示的需求。此次募集资金建设的直营店总面积将达到 26,034.82 平方米，正是为了适应这一战略需要。公司合作店的租赁及面积选择由合作经营方确定，预计新增 300 家合作店面积将达约六万平方米。本项目建设完成后，店铺总面积将增加超过八万平方米。

（4）建设方案

本项目计划投资开设直营店 45 家，合作店 300 家。直营店铺将发挥公司资金优势，重点主动布局经济发达、消费能力强的一线城市和省会城市，合作店建设将充分利用公司已形成区域优势和品牌知名度，以及丰富的开发运营经验，突出对地级和县级城市的快速覆盖。直营店和合作店的在运营模式如下表所示：

		直营店	合作店
店铺建设	公司	- 负责购买或租赁店铺 - 负责店铺形象设计及装修 - 负责店铺设备安装 - 负责店铺信息化系统建设	- 负责店铺形象设计及装修 - 负责店铺设备安装 - 负责店铺信息化系统建设

	合作经营方	- 不涉及	- 协助选择店址 - 协助办理店铺购买和租赁的相关手续 - 协助店铺装修和安装工程管理
经营管理	公司	- 培训和派驻管理和销售人员 - 负责商品采购和订货 - 负责店铺销售活动 - 负责品牌的形象宣传、新品发布等	- 提供销售、陈列、促销、管理等方面的培训 - 提供销售商品 - 提供信息化服务 - 提供物流配送服务 - 提供形象宣传、新品发布活动
	合作经营方	- 不涉及	- 负责店铺的日常运营管理 - 从公司采购商品 - 招聘管理人员和销售人员并接受公司的统一培训
销售收益	公司	- 商品零售收入为公司的销售收入	- 合作经营方的进货成本为公司的销售收入
	合作经营方	- 无	- 商品零售收入为合作方的销售收入

针对消费者日益多样化的消费需求以及对生活品质的追求，公司计划新建店铺形式为华致酒会、华致酒窖、华致酒行和华致•[区域品牌]专卖店，针对不同市场，提供差异化服务，充分满足顾客的消费需求。不同形式的店铺功能划分如下：

类型	华致酒会	华致酒窖 (直营)	华致酒行 (直营)	华致酒窖	华致酒行	华致•[区域 品牌]专卖 店
性质	直营店	直营店	直营店	合作店	合作店	合作店
数量	12	8	25	30	240	30
面积	一般700平方米以上	一般300-700平方米	100-700平方米	一般300平方米以上	一般100-700平方米	一般80-200平方米
布局位置	全国布局，一线城市黄金地段	全国布局，一、二线城市	全国布局，地、县级城市黄金地段	全国布局，一、二线城市	全国布局，地、县级城市黄金地段	区域布局，各级城市
产品	全面展示和销售	葡萄酒为主、其他酒为辅	白酒为主、其他酒为辅	葡萄酒为主、其他酒为辅	白酒为主、其他酒为辅	湘窖、珍酒等区域品牌为主、其他酒为辅
功能	办公	区域管理中心、综合办公、培训	专门办公室、一般办公	专门办公室、一般办公	专门办公室、一般办公	无专门办公室、一般收付款

类型	华致酒会	华致酒窖 (直营)	华致酒行 (直营)	华致酒窖	华致酒行	华致·[区域 品牌]专卖 店
消费	品鉴室、会 客室、餐 厅、恒温酒 窖	品鉴室、会 客室、恒温 酒窖	会客室、部 分带餐厅	品鉴室、会 客室、恒温 酒窖	会客室、部 分带餐厅	无

(5) 项目建设进度

本项目共需 3 年完成，计划第一年完成 150 个合作店的建设、25 个直营店的建设及 64 个老店的装修升级；计划第二年完成 90 个合作店的建设及 12 个直营店的建设；计划第三年完成 60 个合作店的建设及 8 个直营店的建设。

项目 \ 建设内容		第一年				第二年				第三年			
		■ 直营店25家 ■ 合作店 150 家 ■ 升级合作店 64 家				■ 直营店12家 ■ 合作店 90 家				■ 直营店8家 ■ 合作店 60 家			
		3	6	9	12	3	6	9	12	3	6	9	12
1	购置或租赁店铺												
2	店铺装修、设备采购												
3	人员培训												
4	验收和试运行												

7、项目预期实现效益的定量分析

本公司对营销网络建设项目进行广泛的市场调研，并聘请咨询机构对本项目进行了严谨的可行性分析，编制了本项目的《可行性研究报告》。

(1) 营业收入测算

预计新建门店在三年内达到稳定经营状态的销售额。第一年销售额达到门店稳定经营后的 50%，第二年销售额达到门店稳定经营后的 80%，第三年达到稳定经营状态。保守估计，门店自第四年起销售额以每年 5% 的速度增长。

直营店营业收入全部记入项目营业收入，加盟店营业收入按公司向合作店供应价估算。本项目合作店由公司负责统一装修，由合作经营方购买或租赁店铺，由合作经营方聘请的店长负责日常运营管理，产品供应价按零售价 58.82% 计算营业收入；升级店铺在完成装修改造后销售额按 5% 的增长率增长，谨慎起见，

仅将升级后预计的增长作为升级店的投资回报。

营业收入=新建直营店营业收入+新建合作店营业收入+升级合作店的营业收入增长。

本项目计算期内实现的销售收入情况如下：

单位：万元	T+1	T+2	T+3	T+4		T+10
营业收入	35,078.19	76,799.26	116,682.28	136,983.05		193,938.58

（2）总成本费用测算

公司为商品流通企业，项目直接成本为公司的进货成本即各种酒类产品的进货价。测算时公司的销货成本按照历史上各种酒类产品进货成本占销售收入的比例估算，项目间接成本为店铺的折旧及装修的摊销；企业的店面购买投资按照20年计提折旧，残值率5%；店铺装修费用按照5年进行摊销。

公司运营合作店的销售和管理费用根据公司历史销售费用率和管理费用率进行估算，考虑到直营店较合作店增加销售人员，且直营店除酒品销售外还兼具品牌形象推广等作用，因此，公司直营店的测算销售费用率略高于合作店。

项目城建税税率5%，教育费附加税率3%，地方教育费附加税率1%。

本项目计算期内各项成本费用情况如下：

单位：万元	Y+1	Y+2	Y+3	Y+4		Y+10
销货成本	16,501.94	36,148.44	55,000.68	64,659.20		92,133.74
折旧及摊销	6,981.32	10,833.23	13,366.87	13,366.87		13,366.87
营业税金及附加	177.40	456.21	739.22	902.04		1,353.10
销售费用	4,939.81	10,214.42	15,171.92	17,561.30		24,242.47
管理费用	1,436.65	2,273.61	3,101.20	3,543.46		4,883.88
总成本	30,037.12	59,925.92	87,379.89	100,032.87		135,980.07

（3）项目财务指标

本项目计算期内各年销售收入、成本、利润及相关财务指标情况如下：

单位：万元	Y+1	Y+2	Y+3	Y+4		Y+10
营业收入	35,078.19	76,799.26	116,682.28	136,983.05		193,938.58

总成本费用	30,037.12	59,925.92	87,379.89	100,032.87		135,980.07
营业税金及附加	177.40	456.21	739.22	902.04		1,353.10
利润总额	5,041.07	16,873.35	29,302.39	36,950.18		57,958.52
净利润	3,780.80	12,655.01	21,976.79	27,712.63		43,468.89

序号	指标名称	指标值	备注
1	总投资金额	174,887.93 万元	固定资产与流动资金
2	投资收益率	16.49%	募投资金到位后10年平均净利润除以总投资金额
3	建设总工期	36 个月	
4	固定资产投资	124,960.41 万元	
5	流动资金	49,927.53 万元	流动资金总额
6	项目年增加销售收入	138,926.38 万元	募投资金到位后10年平均
7	总成本费用	100,482.72 万元	募投资金到位后10年平均
8	利润总额	38,443.66 万元	募投资金到位后10年平均
9	净利润	28,832.75 万元	募投资金到位后10年平均
10	内部收益率	26.91%	税后
11	投资回收期	5.65 年	税后
12	净现值	94,652.55 万元	税后

8、新增店铺与公司采购、销售量的关系

本公司的快速发展依赖于营销网络的迅速扩张，一方面，酒行门店是创造销售收入的最终来源，营销网络数量和质量增长驱动销售规模增长；另一方面，本公司的营销网络向消费者有效传达了公司“酒品保真”的核心价值观，公司品牌知名度和客户认可度大幅提高，从而促进公司规模进一步扩大和盈利能力提升。本公司自成立以来一直注重营销网络的建设，报告期内营销网络快速扩张，截至2011年6月30日，本公司的店铺总数为307家。本次募集资金拟投资的营销网络建设项目拟新建店铺345家，其中直营店45家、合作店300家。建筑面积合计超过八万平方米。店铺的主要取得方式为购买和租赁相结合。募投项目投产后，公司预计每年新增销售额如下表所示：

	Y+1	Y+2	Y+3	Y+4		Y+10	平均
直营店	17,092.19	37,340.46	56,402.04	65,845.80		90,783.62	66,050.97
合作店	17,986.00	39,458.80	60,280.24	71,137.25		103,154.96	72,875.41
合计	35,078.19	76,799.26	116,682.28	136,983.05		193,938.58	138,926.38

根据上表,该项目投产后本公司平均每年新增销售额为 13.89 亿元,公司业绩将显著增长。

9、环保问题及采取的措施

本项目建设内容属于商品流通环节建设,属于污染因素简单、污染物种类少和产生量较小及毒性低的对环境无特别影响的建设项目,日常经营符合环境保护的相关要求。

(二) 信息系统建设项目

1、项目概况

本项目总投资 19,462.35 万元,拟升级公司现有 ERP 系统,并结合公司发展规划增加信息管理相关软硬件设施,内容如下:

根据公司信息化建设和运营的现状,结合公司长期发展战略对信息化建设的需求,本项目拟完成以下建设内容:核心业务(包括采购业务、销售业务与工程管理等)、物流管理、控制及分析、门店管理、客户服务、配套系统和设备工程。

在这些项目建设过程中,公司需要新增一些必要的人员,并对新增人员进行培训,同时也需要对现有员工进行业务上的升级培训,这些也属于项目的建设内容。

表: 信息化系统建设内容

业务范围	信息系统	推荐厂商	募投后功能	系统优点
核心业务	采购业务	SAP	- 供应商管理: 评估供应商信息、供应商网络服务, 供应商往来管理 - 采购管理: 采购计划管理、采购流程管理。	- 提高采购业务效率; - 提供了多维度的采购分析; - 改进和供应商沟通方式, 提高沟通效率; - 提高采购支出透明度; - 提高了风险监控能力, 降低采购成本。
	销售业务	SAP	客户网站服务、销售计划管理、销售政策管理、销售流程管理、客户往来管理、客户分析。	- 加强费用控制, 促进业绩考核; - 有效地控制了坏账的风险。
	工程管理	SAP	项目管理、项目分析、工程计划管理。	- 工程项目的管理规范性、透明度和时效性大大提高; - 对项目的范围、成本、人员以

业务范围	信息系统	推荐厂商	募投后功能	系统优点
				及采购实现有效管理与控制； - 项目经理的管理幅度得到了提高，项目范围管理更严谨，成本管理更精确及时，降低了项目风险。
	财务管理	SAP	财务核算管理、财务计划管理、固定资产管理、成本核算管理、财务分析。	- 为会计师提供用于管理和进行财务报告的强大、整合平台； - 简化客户到现金流程，改进现金流控制并减少运营资本； - 更好地控制现金、流动资金和财务风险以提高获利能力及合规性； - 削减实现合规性的管理成本。
	人力管理	SAP	薪资、差旅、工时、招聘、发展计划、人事成本等管理功能。	- 支持整个招聘、部署、潜能开发、激励并最终留下有价值员工的过程，从头到尾对这些流程进行改善。
	产品生命周期管理（“PLM”）	SAP	提供产品及流程构造功能，帮助公司对需求、资料数据以及相关的技术文档进行管理。	- 加快产品投入市场的过程，同时确保产品合乎行业、质量和监管标准； - 最高效的设备利用率，降低设备维护费用并不断提高公司效率； - 实现了对电子集市、数据仓库、客户关系管理、供应链管理的集成。
物流管理	仓储管理	Manhattan ¹	计划与预测、库存优化、订单周期管理。	- 与供应商共享数据，供应商可及时出货和进行生产管理，提高客户满意度； - 让合作伙伴共享库存数据、补货事件以及货物买卖相关的其它数据。
	运输管理	Manhattan	运输周期管理、配送管理、车辆管理及跟踪，实现即时反馈销售终端收货时间、品种、数量和状态。	- 有效地管理运输与配送； - 让配送中心和第三方物流服务商及时了解订货、出货和库存状态。通过管理合作伙伴端对端出货，简化运输和库存流程。
	电子标签系统		- 基于RFID技术构建的仓库管理系统（“WMS”）可以实现实时的、高效的仓储方案； - 基于RFID构建的运输管理系统（“TMS”）可以实现精确的配送管理。	- 非接触式射频标签，可大幅度缩短商品的盘点时间，实现库存、物流及营销情况的实时追踪及分析； - 建立质量跟踪体系，提高食品安全管理水平； - “保真”和防串货管理。

¹咨询公司 Frost & Sullivan 机构将曼哈顿软件公司评为“2009 年度亚太地区最佳 WMS 系统供应商。”

业务范围	信息系统	推荐厂商	募投后功能	系统优点
	系统集成		将WMS、TMS以及ERP系统高效集成,并为公司物流网络提供应用基础。	- 监控物流的整个流转过程; - 自动地生成仓储和物流方案; - 提升仓库的工作效率。
控制及分析类	预算管理	SAP	预算控制、预算控制、预算流程管理、预算分析及调整管理。	- 提升公司预算管理水平; - 能够灵活地建立复杂的业务和财务模型,并且其预算模型能够适应不断变化的管理需求和业务逻辑。
	商业智能	IBM	- 人工智能(“BI”)分析、数据仓库(“DW”)、数据挖掘(“DM”)、辅助决策分析; - 财务模型、物流模型、门店模型、销售模型。	- 发挥公司的综合优势,实现灵活多变的市场营销策略; - 最大限度使自己的资源得到合理配置和优化; - 增强公司的核心竞争力,保持公司持续发展。
门店管理类	设备投入	Lenovo	PC机、收款机、网络接入、视频设备、华致查询终端。	- 规范公司的经营活动,加强对终端的控制制度。
	软件投入		零售终端管理系统、视频监控系統。	- 规范公司的经营活动,加强对终端的控制制度。
	非门店手持终端		设置于各代理商、授权经销点的手持通讯终端。	- 销售数据的及时上报,便于管理层第一时间掌握市场动态,做出决策的重要依据; - 加强销售渠道的规范性,提升控制制度。
客户服务类	呼叫中心(“Call Center”)	OKI ¹	可提供24小时×7天的自动声讯服务以及工作时间的人工声讯服务	- 采用单一结构模式,可以随意扩大呼叫中心系统规模; - 实现对客户主动、有效的服务,为有关经营决策部门和管理者及时、准确地获取各种相关信息。
	CRM系统		按照客户细分情况有效的组织公司资源,培养以客户为中心的经营行为以及实施以客户为中心的业务流程。	- 提高公司的获利能力、收入以及客户满意度; - 加强售后服务,防伪验真。
	营销管理平台		- 经营行为管理、重要客户行为分析等; - 终端数据分析、终端监控信息发布、	- 提高营销管理系统的运行速度,并使其全线数据营销业务的策划、分析、评估等能力获得大幅提升。

¹ 冲电气工业株式会社(“OKI”)创立与1881年,是日本最早电子通信产品生产厂家,总公司在东京。

业务范围	信息系统	推荐厂商	募投后功能	系统优点
			督查管理。	
	电子商务平台		在线支付、在线销售、防伪查询。	- 增强零售渠道； - 方便零售客户订购； - 增强公司的售后服务。
公司信息化配套系统	网络教育平台		有效地宣传公司文化，加大开发酒类市场的力度、并提升客户体验、。	- 通过网络手段、可实现交互式教育； - 提高公司员工和门店职员知识。
	工作流管理(“OA”)		完善公司内部办公平台的建设	- 提高信息共享效率
	企业信息门户(“EIP”)平台		将各种信息资源集成到公司信息门户下，根据不同用户形成个性化的应用界面，并通过对事情和消息的处理传输把客户有机地联系在一起。	- 个性化的服务； - 高度的可扩展性； - 强大的内容管理能力。
	视频会议系统		达到即时且互动的沟通，以完成会议目的之系统设备。	- 提供更高性能的沟通方式。
	操作系统、办公软件		完善办公流程、维护日常运营流畅。	- 现代化办公环境的基本设备。
	企业网站		完善公司外部网站系统的建设。	- 加强公司品牌形象宣传，提高内外部信息交流的效率，并建立电子商务平台，拓宽公司的销售形式，提升利润。
设备工程	服务器及存储设备		建设保障软件系统正常运行的硬件设备	- 为公司未来业务发展提供良好的配套设施。
	网络通讯及安全设备		介于公司全国布局的特点，绝大部分软件都会通过浏览器等网络环境下运行。	- 提升业务效益； - 保护公司和客户信息。
	机房扩容及配套设备		保障系统提供7×24运行，并在异地建立容灾备份系统。	- 保障公司核心业务数据安全。
	服务器相关支持软件		支持软件系统运行的操作系统、数据库、中间件、监控系统等。	- 确保设备工程在高效的环境下运营。
人力培训	/	/	- 公司员工：建立完善、覆盖面广的培训体系； - 店面职员：做好客户培训，让客户尽快熟悉和使用各种系统。	- 通过面对面、视频等多种培训手段，对信息系统的推行意义巨大； - 可快速体现公司收益，快速回收投资成本。

2、项目实施的必要性分析

（1）项目建设符合国内酒类连锁销售业信息化建设的发展趋势

国际酒类连锁销售业越来越注重打造“多品种、小批量、高质量、快交货”的生产组织能力，这要求公司在产品设计、生产、运输配送和销售的过程中需要有同时具备高度自动以及快速反应的能力，而这一切的实现则有赖于完善的信息管理系统。领先的酒类连锁销售企业在信息管理系统和相关技术领域已走在了行业前列。

随着国内酒类销售行业竞争的日益激烈，业内企业应用信息化的需求也持续上升。对已建立自主品牌的企业而言，信息化将为其实现规模快速扩张和企业管理水平提高提供重要的技术支持。越来越多的国内酒类连锁销售企业也开始紧跟国际步伐，加大力度改善其信息管理系统，本项目的建设不仅符合国家有关“以信息化带动工业化，大力推动企业信息化建设”的政策导向，也是公司顺利实现其长期战略发展的需要。

（2）公司业务发展对信息系统提出更高要求

公司未来的发展中，信息管理系统将是其中重要的动力之一，需要对信息管理系统结合公司的战略发展进行升级改造。通过对现有信息管理系统的升级、部分功能软件的应用、硬件设施的加强和相关人员的培训，拓展信息管理的广度及深度，将信息管理系统同公司业务更紧密的结合，提高管理的规范化、流程化，是实现公司营销网络快速复制、公司健康发展的客观要求，同时也是加强内部管理与控制，提高公司管理效率、成本控制、产品质量监控的有效手段。

（3）项目建设有助于提高公司的决策能力

公司在发展过程中，准确和快速的做出商业决策直接地决定了公司的运营质量。公司现有信息系统中积累了大量信息，但是未有系统对这些信息进行分析和系统管理，这对公司在做决策时带来许多不便。当今市场竞争激烈，公司面临更复杂更加快速多变的经营环境，这对公司的应变能力、决策能力、创新能力都提出了更高的要求。

本项目中将公司利用数据仓库（“DW”）、联机分析处理（“OLAP”）工具和

数据挖掘(“DM”)等技术手段将日常经营中的信息进行深加工,把原始数据变成指导业务决策的有用信息和宝贵知识,以帮助管理层把握商机和提高决策能力。

(4) 信息化有助于提高公司对供应商的管理能力

目前,公司现有的供应商管理系统功能较为单一、集成度不高,系统中缺少对供应商的量化评估机制和网络服务平台。作为华致酒行未来发展的核心之一,公司将致力丰富产品种类,增加供货渠道,这也相应地对供应商管理提出了更高的要求。

本项目将针对此情况,将对现有的采购控制模版升级改造,实现对货品管理、库存控制、质量控制和流程监督的有效手段。改进后的信息系统能够实现对供应商进行科学的管理,使公司库存保持在一个合理的水平,减少库存对流动资金不必要的占用。此外,信息化的升级可以使公司对产品质量进行统一规范化监督检查,提高准确性与效率,能够对外包生产的供应商进行有效地跟踪和监控,实现与供应商之间更为及时的沟通与信息反馈,从而及时了解供应商的产能和进度,制定符合实际情况的生产计划,改善公司对上游企业的整体控制力。

(5) 信息化有助于公司提高对销售终端的管理能力

公司截止 2011 年 6 月 30 日已在全国各地拥有 307 家连锁门店,并且还将在未来建设更多的店铺。店铺地理分布范围的广度、产品销售的强季节性,给本公司对这些网点的集中管理、信息共享以及分析预测提出更高的要求。

本项目中包括的“门店销售系统升级及整合”内容,利用新信息技术改进店铺运作销售,可使公司充分利用互联网络优势达到全国连锁体系的资源共享。此外,增加电子商务平台、公共防伪查询、客户关系管理(“CRM”)软件为开展网上经营业,拓展零售渠道,将有效地提升公司的售后服务,从而增加整体销售能力和服务水平。

(6) 信息化可更有效地整合公司供应链

随着公司连锁化经营的发展与扩大以及现代化信息技术的不断进步,传统的内部信息管理系统已经不能适应复杂的经营模式以及公司跨区域扩张的要求。

本项目将促进公司在管理流程与信息技术方面的有机结合,逐步实现企业的商流、物流、资金流、信息流的充分综合,使公司的管理体系能够更有效地配合酒类连锁销售业的发展趋势,实现对供应链上的信息系统以及在整条供应链上企业之间合作机制和相互关系的整合,改善售前、售中和售后服务体系,从而达到共赢效应。

3、募投项目可行性

(1) 国家鼓励企业信息化的政策为项目的建设提供政策保障

党中央、国务院一直高度重视信息化工作,在过去几年间相继颁布了多个指导方案,加强企业的信息化发展。党的十五届五中全会把信息化提到了国家战略的高度;2007年11月召开的党的十七大会议中提出信息化与工业化融合,进一步明确了信息化对促进现代产业体系建设,加快结构调整,转变发展方式的作用;2008年3月,工业和信息化部颁布的《关于印发强化服务促进中小企业信息化意见的通知》中强调三方面的内容,包括:1.高度重视和务实推进中小企业信息化;2.强化政府对中小企业信息化的公共服务;3.完善中小企业信息化社会服务体系。本项目将有效改善公司目前的信息系统,符合国家的宏观政策导向。

(2) 公司现有信息系统以及技术为项目建设提供借鉴经验和有效支持

公司十分重视信息化建设,在资金、人员不足等条件限制的情况下,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OA系统,HR系统,营销管理平台及电子邮箱以及短信平台服务。公司已经具备了实施信息化升级基本运营经验,将为本项目实施提供了宝贵的经验借鉴和有效的支持。

(3) 完善的管理制度为信息化升级提供了保证

作为酒类连锁销售企业,公司对酒行店面设计进行统一规划、统一设计。同时公司所有的产品采用统一采购、统一物流配送、统一价格政策等流程,保持连锁经营的优势。公司目前已经建立了一系列科学的、执行力度大的管理规章和制度,确保信息系统稳定、有效运行。公司目前的管理体系和健全的内部控制制度,为项目的顺利实施提供了有利保证。

(4) 公司为项目的建设提供了人才保障

公司经过多年的，培养了一批精通信息技术、熟悉公司业务的技术团队。该团队人员已经积累了一定的信息系统管理和维护的经验，基本具备组织执行大规模的信息化建设的能力，可为本项目的建设提供技术支持。项目实施过程中，技术人员会凭借对现有业务的了解及业务部门的充分参与，从而保证在不影响现有业务的基础上，完成本项目的建设。

综上所述，公司的募投项目是充分考虑了现有业务的实际情况、公司在连锁行业的经验和资源、在国内酒类市场上的地位、公司的融资能力等诸多因素拟定的。公司的组织架构和人力资源也为实现业务发展计划提供了相应的制度和人才保证。

4、项目投资概算

本项目总投资共计 19,462.35 万元，具体投资构成详见下表：

序号	投资类别	投资金额（万元）	所占比例(%)
1	核心业务类	2,645.60	13.59
2	物流管理类	5,695.50	29.26
3	控制和分析类	1,422.90	7.31
4	门店管理类	3,632.00	18.66
5	客户服务类	1,628.00	8.36
6	配套系统类	1,546.60	7.95
7	设备工程类	2,306.75	11.85
8	人力及培训类	585.00	3.01
投资合计		19,462.35	100

随着公司规模的不不断扩大，对公司信息化建设提出更高的要求，带动公司系统不断的升级。本项目将为公司硬件设施和软件升级两方面对现有信息系统进行改造，完善系统功能，提高其稳定性和安全性，进一步提高整个业务链的运行效率。募集资金主要用于信息系统规划、核心业务系统升级改造、顾客关系与服务平台建设和电子商务建设。硬件设备、软件系统投资单价和金额按照提供商的报价和市场价格估算，员工相关费用根据市场价格估算，详细内容见下表：

（1）主要硬件的选型和配置

本项目硬件投资共计 2,306.75 万元，具体投资构成详见下表：

单位：万元

序号	项目（设备）名称	推荐厂商（计算依据）	设备数量	单价	实施费用	合计
						2,306.75
1	服务器及存储设备					
	IBM X3850		12	8.00	1.20	97.20
	IBM P590 小型机		3	280.00	42.00	882.00
	IBM DS8000		2	150.00	22.50	322.50
	服务器监控系统		1	37.00	5.55	42.55
2	网络及安全设备					
	网络带宽	100M带宽	1	100.00	0.00	100.00
	网络监控设备		1	42.00	0.00	42.00
	网络负载均衡设备		1	36.00	0.00	36.00
3	终端设备					
	PC机		50	0.60	4.50	34.50
	笔记本电脑		150	1.00	22.50	172.50
	移动终端设备		150	0.50	11.25	86.25
4	机房设备					
	机房扩建	300平米机房	1	60.00	0.00	60.00
	机房电气系统		1	75.00	11.25	86.25
	机房KVM系统		1	30.00	4.50	34.50
	机房空调		1	100.00	15.00	115.00
	机房UPS		1	120.00	18.00	138.00
	机房安防		1	50.00	7.50	57.50

（2）主要软件的选型和配套设备

本项目软件及配套设备工程投资共计 16,570.60 万元，分为核心业务管理、物流管理类、控制及分析类、门店管理类、客户服务类和配套系统类六个模块。具体投资构成详见下表：

单位：万元

序号	软件名称	推荐厂商	软件许可费用	第一年技术支持费用	操作系统、数据库等费用	软件集成实施费用	合计
1	核心业务管理类	SAP	1,480.00	325.60	100.00	740.00	2,645.60
1.1	采购业务		300.00	66.00		150.00	516.00
1.2	销售业务		400.00	88.00		200.00	688.00
1.3	工程管理		200.00	44.00		100.00	344.00
1.4	财务管理		400.00	88.00		200.00	688.00
1.5	人力资源		100.00	22.00		50.00	172.00
1.6	产品生命周期管理		80.00	17.60		40.00	137.60
2	物流管理类	Manhattan	3,775.00	720.50	200.00	1,000.00	5,695.50
2.1	仓储管理		500.00	110.00	100.00	250.00	960.00
2.2	运输管理		500.00	110.00	100.00	250.00	960.00
2.3	电子标签 ("RFID") 系统		2,775.00	500.50		200.00	3,475.50
2.4	系统集成	物流环节及终端设备				300.00	300.00
3	控制及分析类		445.00	97.90	80.00	800.00	1,422.90
3.1	预算管理	SAP	150.00	33.00	40.00	300.00	523.00
3.2	商业智能	IBM	295.00	64.90	40.00	500.00	899.90
4	门店管理类		2,736	396	0	500	3,632
4.1	设备投入	500个门店规模					
	PC机	lenovo, 0.6万元/台	300.00				300.00
	收款机	0.5万元/台	250.00				250.00
	网络接入费		136.00				136.00
	视频设备	0.2万元/台	100.00				100.00
	华致查询终端	0.3万元/台	150.00				150.00
4.2	软件投入						
	零售终端管理系统		1,000.00	220.00		500.00	1,720.00
	视频监控系统		500.00	110.00			610.00
4.3	非门店手持终端		300.00	66.00			366.00

序号	软件名称	推荐厂商	软件许可费用	第一年技术支持费用	操作系统、数据库等费用	软件集成实施费用	合计
5	客户服务类		600.00	88.00	200.00	740.00	1,628.00
5.1	CallCenter	OKI	200.00		40.00	100.00	340.00
5.2	客户关系管理("CRM")系统		300.00	66.00	80.00	240.00	686.00
5.3	营销管理平台	外包开发	0.00	0.00	40.00	300.00	340.00
5.4	电子商务平台		100.00	22.00	40.00	100.00	262.00
6	配套系统类		830.00	166.60	180.00	370.00	1,546.60
6.1	网络教育平台		100.00	22.00	40.00	50.00	212.00
6.2	workflow管理("OA")		180.00	39.60	40.00	90.00	349.60
6.3	企业信息门户("EIP")平台		50.00	11.00	20.00	100.00	181.00
6.4	视频会议系统		200.00	44.00	40.00	30.00	314.00
6.5	操作系统、办公软件		300.00	0.00	0.00	0.00	300.00
6.6	企业网站	外包开发		50.00	40.00	100.00	190.00

(3) 人员配置与培训

在项目建设过程中，新增技术人员的薪金和培训，以及对其他部门职员的信息化培训需要一定的费用。募集资金包括了职员培训的费用，以及新增技术人员第一年的薪金（职员后期的薪金将列为日常开支，不列入本次募集资金范围），所需金额如下表所示：

单位：万元

序号	内容	计算依据	人数	费用(人/年)	其他费用	合计
						585.00
1	人力投入					
	系统管理员		5	20.00		100.00
	需求分析员		3	25.00		75.00
	软件开发员		3	20.00		60.00
	外包维护				50.00	50.00
2	培训费用					
	公司员工培训	400人/次，每人每年2次培训	200	0.30		120.00

	门店员工培训	每人每年一次培训	600	0.30		180.00
--	--------	----------	-----	------	--	--------

5、项目建设进度

本项目将遵循“不影响门店正常营业、总体规划、分期进行”的原则，拟分 两 年四个阶段逐步完成，具体建设进度详见下表：

项目实施进度

序号	项目	第一年		第二年	
		上半年	下半年	上半年	下半年
1	第一阶段				
2	第二阶段				
3	第三阶段				
4	第四阶段				

（1）第一阶段

根据公司战略发展的需求，第一阶段以建设采购、销售和财务系统模块为主，配合建立商业智能（财务、物流、门店和销售）模型并实现上线，建立商务平台、完善公司网站，实现形成完整供应链管理和财务管理一体化。

（2）第二阶段

基于募投项目第一阶段核心业务系统的建设，第二阶段将导入人力资源管理系统；建设数据仓和数据挖掘系统，加强对销售数据、项目的建设的管理和分析；基于 RFID 系统，建立 WMS 并实现与 RFID 系统的整合；对 OA 等系列配套管理系统的升级完善，提升对公司以及各门店运营的管理。

（3）第三阶段

导入工程管理系统；导入预算分析，加强公司对未来建设预算分析能力；基于前期对物流系统的建设建立 TMS，并与前期建立的物流系统进行整合；建立 CRM 系统。

（4）第四阶段

第四阶段核心业务主要加强公司的产品规划管理，导入 PLM 系统；将物流系统与公司 ERP 系统有机的整合，全面实现物流信息化；继续完善客户服务，建立 Call Center；构建网络教育平台和视频会议系统。

6、项目效益分析

本项目作为公司战略发展的一部分，它的作用主要体现在终端服务的后台，并不能直接产生效益，其效益主要体现在对公司运营能力、管理效率的提高上，因而不进行单独的财务测算。项目完成后，将为公司的进一步发展搭建更为高效的信息管理系统，对公司的长远发展将产生深远而积极的影响。

7、环保问题及采取的措施

本项目建设内容主要为信息系统改进，与生产型项目不同，无污染源。

三、募集资金运用对公司业务发展、财务状况和经营成果的影响

（一）对公司整体竞争力的影响

本项目实施后，公司的门店数量将大幅增加，提高公司营业网点的覆盖密度及广度，保障公司继续占领行业领先地位；通过在一线城市和省会城市的布局，公司的营销网络布局更加完善，对于占据核心消费市场具有长远的战略意义；通过加大对门店形象方面和内在服务方面的投入，公司的形象和品牌知名度将得到进一步提升；信息管理系统是公司加强管理、有效运营的手段。总体而言，通过运用募集资金投资上述项目，将全面的提高公司的整体竞争力。

（二）对净资产收益率和盈利能力的影响

本次募集资金到位后，公司的净资产将大幅增加。而募集资金投资项目尚有一定的建设期，难以在短期内取得效益，因此净资产收益率在短期内会有一定下降；随着募集资金投资项目的建成，公司的营业收入和利润水平将会增加，净资

产收益率也将回升。

（三）对财务状况的影响

本次募集资金到位后，公司的资产负债率（母公司）将由目前的约 70%的水平大幅下降，资产负债结构得到显著改善，公司偿债风险将大大降低，利用财务杠杆融资的能力将进一步提高。由于自有资金实力和银行负债能力的增强，将全面提升公司竞争力，有助于推动公司快速发展。本次募集资金到位后，公司的经营规模和实力将大幅增加，增强公司持续融资能力和抗风险能力。

（四）折旧摊销的影响

本次募集资金项目涉及投资固定资产等非流动资产共计 139,802.89 万元，非流动资产将有较大规模增长。按照公司现行的折旧摊销政策，在本项目建成投产后，年增加折旧摊销情况如下表所示：

项目	房屋建筑物、 设备年折旧额 (万元)	无形资产年摊 销额 (万元)	长期待摊费年 摊销额 (万元)	小计 (万元)
营销网络建设项目	3,481.41		9,885.46	13,366.87
信息化系统升级项目	461.35	2,955.20		3,416.55
合 计	3,942.76	2,955.20	9,885.46	16,783.42

根据上表分析，本次募集资金投资项目建成后固定资产、无形资产和长期待摊费大幅增长对公司经营业绩的影响主要表现为：

1、固定资产折旧额、无形资产及长期待摊费均有较大幅度增加，增加额分别为 75,599.57 万元、14,776.00 万元、49,427.32 万元，相应增加固定资产折旧额 3,942.76 万元/年、无形资产年摊销额 2,955.20 和长期待摊费摊销额 9,885.46 万元/年。

2、项目建成后，公司将平均年新增营业收入 138,926.38 万元，相应增加年均息税折旧摊销前利润（EBITDA）50,918.61 万元/年，完全可以消化本项目新增长期投资带来的折旧摊销费用，确保公司利润不会因新增非流动资产带来的折旧摊销而下降。

四、对公司业务模式的影响

公司现有的营销网络以合作店为主、兼有直营店。本次拟使用募集资金投资的营销网络建设项目主要在现有门店基础上通过建设直营店和合作店的方式进一步扩大和完善营销网络，本项目建成后，公司的合作店网络优势将得到进一步巩固，直营店重点布局相对薄弱的一二线城市，具有较强的区域辐射能力和突出的品牌宣传效果，整体的营销网络布局、门店层次结构逐步平衡、并趋于完善。该项目为在公司原有业务基础上对于营销网络的拓展，不会改变公司现有的经营模式。

第十四节 股利分配政策

一、报告期股利分配一般政策

根据《公司法》及《公司章程》的相关规定，本公司利润分配有以下一般政策：

- 1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。
- 2、公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。
- 3、公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。
- 4、公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。股东会违反前述规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。
- 5、公司持有的本公司股份不参与分配利润。
- 6、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。
- 7、法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于注册资本的25%。

二、发行人报告期内股利分配情况

报告期内发行人的利润分配情况如下：

- 1、2008年12月，云南香格里拉金六福酒业销售有限公司分别向吴向东、华泽公司、新华联控股转让19%、19.8%和10.2%的股权，在本次转让前发行人应股东要求宣布分红4.5亿元。
- 2、2009年4月，发行人向股东进行正常分红1,000万元。

3、2010 年 10 月进行分红：

华泽公司向 CV Wine 转让部分华致有限股权的《股权转让协议》约定：目标公司（华致有限）截至 2010 年 6 月 30 日以前形成的目标公司未分配利润属原股东享有。

KKR 向华致有限增资的《股权认购协议》，及华泽公司向 KKR、Pullock 和新远景成长转让部分华致有限股权的《股权转让协议》约定：目标公司在 2010 年 7 月 1 日起至交易完成日形成的利润由原股东和 CV WINE 按照 CV WINE 协议的规定比例享有，目标公司在交易完成日起形成的利润由原股东、CV WINE 和投资方按照本次认购完成后的各股东的持股比例享有。

由于上述协议对发行人未分配利润归属进行了清晰的约定，使得本次分红前各股东在华致有限占有的净资产与其股权比例并不一致，因此，在华致有限拟以 2010 年 10 月 31 日为改制基准日以账面净资产改制为股份有限公司时，发行人将截至引资交易完成日之前的未分配利润根据引资协议的规定进行了分配，以确保股份公司各发起人股权比例与其在华致有限的股权比例一致。

三、本次发行后的股利分配政策

2011年3月1日，本公司召开2010年年度股东大会，审议通过了《公司章程》（草案），将在公司发行并上市后生效施行。2011年11月12日，公司第一届董事会第十次会议审议并通过了《关于公司修改<华致酒行连锁管理股份有限公司章程>（草案）有关利润分配政策规定的议案》。

根据修改后的《公司章程》（草案），发行后本公司股利分配具体政策如下：

1、公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报；

2、公司可以采取现金、股票或者其他合法方式分配股利。公司可根据资金状况进行中期现金分红；

3、公司实施积极的利润分配办法，主要采取现金分红的股利分配政策：1）、

公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围；2)、在保证公司正常经营业务和长期发展的前提下，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的30%；3)、在确保年度现金分配股利不低于当年实现的可分配利润的30%的前提下，公司董事会可以根据公司资金状况提议进行中期现金分配；4)、若公司董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出股票股利分配预案；5)、公司在经营活动现金流量连续两年为负数时，不进行高比例现金分红；

4、报告期内盈利但公司董事会未做出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露原因，以及未用于分红的资金留存公司的用途。独立董事应当对此发表独立意见；

5、股东违规占用公司资金情况的，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；

6、公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展等需要确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定，有关调整利润分配政策的议案需要事先征求独立董事及监事会意见并经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。

保荐机构认为：发行人的利润分配政策注重给予投资者稳定回报，有利于保护投资者合法权益。《公司章程》（草案）及本招股说明书对利润分配事项的规定和信息披露符合有关法律、法规、规范性文件的规定。发行人股利分配决策机制健全、有效，有利于保护公众股东权益。

四、本次发行完成前滚存利润分配政策

2011年3月1日，公司2010年年度股东大会决议，本次公开发行股票前公司滚存的未分配利润由本次公开发行股票后登记在册的新老股东共享。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露和投资者关系相关情况

本公司的信息披露工作由董事会统一领导和管理，董事会秘书负责具体的协调和组织信息披露事宜，证券事务代表协助董事会秘书工作，相关人员的联系方式如下：

信息披露工作联系人：陈臻（董事会秘书）、宋波（证券事务代表）

地址：北京市朝阳区大街甲6号万通中心A座21层

邮政编码：100020

电话：010-59071769

传真号码：010-59071980

电子信箱：dongmiban@vatsliquor.com

二、重要合同

本公司的重大合同除特别说明外，是指截至本招股说明书签署日正在履行或将要履行的金额较大（合同金额在500万元以上，含500万元）的商务合同，或者虽然金额不大但对本公司生产经营、未来发展或财务状况有较大影响的合同。

（一）借款合同

本公司正在履行或将要履行的重大借款合同如下：

1、授信合同

2010年8月3日，华致有限与长沙银行股份有限公司德宇支行签订了合同编号为 013920101309080001700《最高额抵押合同》，以存货抵押取得银行授信30,000万元，期限为2010年7月1日至2013年7月1日。截止2010年12月

31 日，银行授信全部使用。吴向东先生和华泽公司为本次授信提供连带责任保证。

2011 年 1 月 20 日，本公司与长沙银行股份有限公司德宇支行签订合同编号为 C201101240006《人民币综合授信额度合同》，由吴向东先生和华泽公司为公司提供担保，长沙银行股份有限公司德宇支行向公司提供最高授信额度 19,000 万元用于汇票承兑,期限 2011 年 1 月 24 日至 2013 年 1 月 24 日。

2011 年 2 月 11 日，本公司与广东发展银行股份有限公司长沙支行签订了合同编号为“(2011)长八一银授字第 06902 号”的《授信业务总合同》，由华泽公司为公司提供担保，广东发展银行股份有限公司长沙分行向本公司提供敞口最高限额为 20,000 万元的授信额度,期限 2011 年 2 月 11 日至 2012 年 2 月 10 日。

交通银行股份有限公司北京三元支行于 2011 年 8 月 16 日向发行人签发《授信证明》，向发行人授予人民币 2 亿元的人民币综合授信额度，其中一般短期流动资金贷款额度不超过人民币 1.5 亿元，银行承兑汇票额度不超过人民币 2 亿元。授信期限为 1 年，自 2011 年 7 月 28 日至 2012 年 7 月 28 日。

2、人民币借款合同

2010 年 12 月 7 日，华致有限与长沙银行股份有限公司德宇支行签订编号为 013920101309080003000《人民币借款合同》，合同约定，贷款人向华致有限提供本金为 5,500 万元人民币的借款，用途为流动资金周转，期限自 2010 年 12 月 8 日至 2012 年 12 月 7 日。

2011 年 2 月 20 日，本公司与长沙银行股份有限公司德宇支行签订了《人民币借款合同》，合同约定，贷款人向本公司提供本金为 6,300 万元人民币的借款，用途为流动资金周转、采购货物，期限为 12 个月。

2011 年 3 月 18 日，本公司与长沙银行股份有限公司德宇支行签订了《人民币借款合同》，合同约定，贷款人向本公司提供本金为 5,200 万元人民币的借款，用途为流动资金周转、采购货物，期限为 12 个月。

2011 年 4 月 15 日，本公司与广发银行股份有限公司长沙分行签订了《人民币短期贷款合同》，合同约定，贷款人向本公司提供本金为 3,000 万元人民币的

借款，用途为流动资金周转、仅限用于采购酒类以及高档保健品，期限为 1 年。

2011 年 6 月 24 日，本公司与广发银行股份有限公司长沙分行签订了《人民币短期贷款合同》，合同约定，贷款人向本公司提供本金为 5,000 万元人民币的借款，用途为流动资金周转、仅限用于采购酒类以及高档保健品，期限为 12 个月。

2011 年 8 月 29 日，本公司与交通银行股份有限公司北京三元支行签订了《流动资金借款合同》，合同约定，贷款人向本公司提供本金为 5,000 万元人民币的借款，用途为置换委托贷款形式的股东借款，期限为 12 个月。

2011 年 10 月 9 日，公司与广发银行股份有限公司长沙分行签订了《人民币短期贷款合同》，合同约定，贷款人向本公司提供本金为 2,000 万元人民币的借款，用途为流动资金周转、仅限用于采购酒类以及高档保健品，期限为 1 年。

3、银行承兑协议

截至本招股说明书签署之日，本公司与银行签订的未到期的银行承兑协议情况如下：

序号	协议名称	时间	承兑银行	金额
1	银行承兑协议	2011年6月30日	长沙银行德宇支行	3,000万元
2	银行承兑协议	2011年6月30日	长沙银行德宇支行	1,500万元
3	银行承兑协议	2011年11月15日	长沙银行德宇支行	2,000万元

（二）经销采购合同

2010 年 12 月 20 日，本公司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》，约定由本公司作为“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。

2010 年 12 月 28 日，本公司与贵州茅台酒销售有限公司签订了《国酒茅台特约经销合同》，贵州茅台酒销售有限公司授权本公司为国酒茅台（特约）经销商，合同有效期自 2011 年 1 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日止。2010 年 12 月 28 日公司与贵州茅台酒销售有限公司签订了《茅台王子酒经销合同》和《茅台迎宾酒（嘉宾）经销合同》，同意本公司在自有网络中销售茅台王子酒茅台迎宾酒（嘉宾）产品，合同有效期自 2011 年 1 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日止。

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》，约定由古越龙山授权华致酒业自2006年12月21日至2016年12月31日作为其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》，对双方于2006年12月21日签署的原协议相关条款进行修改并进行补充约定。该补充协议主要调整了公司2008年的合同保底销量，并约定自原协议签署之日起每隔两年，双方对年份酒供价进行调整。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》，双方就2008年、2009年及2010年度的古越龙山年份酒销量以及以后年度的目标结算金额进行了约定，并对价格进行了调整。

2010年1月1日，泸州纳川酒业有限公司与华致有限签署了《“华致特供酒”总经销协议》，约定由泸州纳川酒业有限公司向宜宾五粮液酒类销售有限责任公司申请生产“华致特供酒”系列白酒产品，由本公司完成销售任务。泸州纳川酒业有限公司将“华致特供酒”系列白酒产品的中国国内独家总经销权转让给本公司，泸州纳川酒业有限公司及其关联公司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。该协议有效期自2010年1月1日至2014年12月31日。

2010年6月10日，四川金六福酒业有限公司与华致有限签署了《酒采购合同》，四川金六福酒业有限公司授予华致有限“福酒 中国红”的全国总经销权，合同有效期为5年，自2010年6月10日至2015年6月9日。

2010年6月10日，湖南湘窖酒业有限公司与华致有限签署了《酒采购合同》，湖南湘窖酒业有限公司授予华致有限“湘窖酒”的全国总经销权，合同有效期为5年，自2010年6月10日至2015年6月9日。

2010年6月10日，贵州珍酒销售有限公司与华致有限签署了《酒采购合同》，贵州珍酒销售有限公司授予华致有限“珍酒”的全国总经销权，合同有效期为5年，自2010年6月10日至2015年6月9日。

2010年8月27日，香格里拉酒业股份有限公司与公司签订了《协议书》，约定公司以非独家形式采购香格里拉酒业股份有限公司旗下品牌之葡萄酒及青

稞酒。合同有效期自 2010 年 10 月 1 日起三年。

2011 年 5 月 9 日,泸州纳川酒业有限公司与醴陵华致签订了《关于“五粮陈”1 号、2 号和 3 号系列酒供货协议》,约定由泸州纳川酒业有限公司(泸州纳川酒业有限公司已与宜宾五粮液酒类销售有限责任公司签订了《供货协议》)向宜宾五粮液酒类销售有限责任公司申请生产“五粮陈”1 号、2 号、和 3 号系列白酒产品。泸州纳川酒业有限公司将“五粮陈”1 号、2 号、和 3 号系列白酒产品的中国国内独家总经销权授权给醴陵华致,泸州纳川酒业有限公司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。该协议有效期自 2011 年 5 月 9 日至 2016 年 5 月 8 日。

2011 年 8 月 4 日,公司与重庆昊晟玻璃股份有限公司签订了《购销合同》,约定公司向重庆昊晟玻璃股份有限公司采购十年五粮液烤花瓶,合同有效期自 2011 年 8 月 4 日至 2012 年 3 月 25 日。

2011 年 10 月 10 日,公司与泸州老窖股份有限公司签订了《合作经销协议》,约定公司与泸州老窖股份有限公司共同合作开发“国窖 1573”红宝石、蓝宝石系列产品,由公司独家销售“国窖 1573”红宝石、蓝宝石系列产品,泸州老窖股份有限公司不得自行或由其关联方销售“国窖 1573”红宝石、蓝宝石系列产品。该协议有效期自 2011 年 10 月 10 日至 2014 年 10 月 10 日。

2011 年 10 月 31 日,公司与陕西西凤酒营销有限公司签订了《合作经销协议》,约定公司与陕西西凤酒营销有限公司共同合作开发“西凤酒—大师”系列产品,由公司独家销售“西凤酒—大师”系列产品,陕西西凤酒营销有限公司不得自行或由其关联方销售“西凤酒—大师”系列产品。该协议有效期自 2011 年 10 月 31 日至 2026 年 10 月 30 日。

2011 年 11 月 11 日,公司与陕西西凤酒营销有限公司签订《产品经销合同》,约定由陕西西凤酒营销有限公司授予公司凤香经典系列产品的经销权,经销期限自 2011 年 11 月 11 日至 2011 年 12 月 31 日,经销指标为 1,000 万元。

2011 年 11 月 16 日,公司与上海金易久大酒业有限公司(该公司拥有法国原产“DYNASTY(王朝)”牌红酒在中国大陆地区的独家销售代理权)签订《购

销合同》，约定公司向上海金易久大酒业有限公司采购指定产品，合同期限自 2011 年 11 月 14 日至 2013 年 11 月 13 日。

2011 年 10 月 21 日，公司与成都聚锦商贸有限公司签订了《战略合作意向书》，约定公司与成都聚锦商贸有限公司（成都聚锦商贸有限公司为四川水井坊有限公司的控股子公司，专营四川水井坊股份有限公司生产的‘水井坊’品牌白酒产品）合作开发一类“水井坊”品牌酒类产品，由公司独家销售。

2011 年 10 月 21 日，公司与山西杏花村汾酒销售有限责任公司签订了《战略合作意向书》，约定公司与山西杏花村汾酒销售有限责任公司合作开发一类“汾酒系列”品牌酒类产品，由公司独家销售。

2011 年 10 月 30 日，公司与酒鬼酒股份有限公司签订了《合作经销框架协议》，约定公司与酒鬼酒合作开发“酒鬼—大师”（暂定名）系列产品，由公司独家销售。

（三）合作经营合同、试销合作协议、直供协议、待开店客户协议

截至本招股说明书签署日，本公司与 313 家合作经营方签订了《合作经营合同》，合作经营方在指定区域内经营华致酒行门店。本公司与合作经营方签订的《合作经营合同》均采用公司制定的统一格式合同，合同对公司与合作经营方的合作营销关系以及合作经营方式等内容作了具体约定。

截至本招股说明书签署日，本公司与 217 家试销合作经营方签订了《试销合作协议》，试销合作经营方在制定区域内开展试销经营，合同期满后，如试销合作经营方达到合同约定的标准，方可进入试销评估阶段。公司通过对试销合作经营方的综合评估来决定其是否符合开店条件。

截至本招股说明书签署日，本公司与 271 家零售终端客户签订了《直供协议》，客户承诺在协议规定的店内以零售或团购形式销售，不得将华致酒行产品批发进入沟通渠道。

截至本招股说明书签署日，本公司与 394 家客户签订了《待开店客户经销协议》，客户在满足特定的条件时，可向本公司申请开设酒行实体门店。

（四）物流合同

2010年12月26日，发行人与九裕物流签署了《物流服务合同书》，约定发行人将其经营货物的物流业务交由九裕物流承担。双方在该协议中主要就九裕物流提供的物流服务的具体价格、服务标准及服务期限进行了约定。

（五）广告合同

2010年3月19日，华致有限与贵州高速广告有限公司签署《户外广告发布合同》，约定贵州高速广告有限公司为本公司提供媒体广告发布服务，广告费用为人民币207万元/年，合同期限自2010年5月22日至2013年5月21日。

2011年9月26日，公司与北京新雷明顿广告有限公司签订了《电视广告发布合同》，约定北京新雷明顿广告有限公司为本公司提供电视广告发布服务，广告费用为人民币1,121.745万元，合同期限自2012年1月1日至2012年12月31日。

（六）房屋购买合同

1、2011年6月1日，醴陵华致与湖南省浦建房产开发有限公司签订《商品房买卖合同》，购买位于醴陵市李畋西路-青云北路的商铺113号，建筑面积共119.59平方米，合同金额为226.02万元。

2、2011年6月1日，醴陵华致与湖南省浦建房产开发有限公司签订《商品房买卖合同》，购买位于醴陵市李畋西路-青云北路的商铺114号，建筑面积共108.17平方米，合同金额为247.08万元。

3、2011年6月1日，醴陵华致与湖南省浦建房产开发有限公司签订《商品房买卖合同》，购买位于醴陵市李畋西路-青云北路的商铺115号，建筑面积共27.05平方米，合同金额为86.45万元。

（七）承销保荐协议

2011年3月25日，本公司与中信证券签订了《华致酒行连锁管理股份有限公司与中信证券股份有限公司关于首次公开发行人民币普通股并上市之承销及保荐协议》，协议约定，聘请中信证券作为公司本次发行与上市的主承销商和保

荐人，负责推荐公司股票发行上市，负责公司股票发行的主承销工作，并持续督导本公司履行相关义务。

三、对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，本公司无正在履行或将要履行的向第三方提供担保的合同。

四、诉讼、仲裁和处罚情况

截至本招股说明书签署之日，本公司无正在履行或将要履行的向第三方提供担保的合同。

五、关联方的重大诉讼或仲裁事项

截止本招股说明书签署之日，未发生本公司的控股股东和实际控制人、本公司的控股子公司、本公司的董事、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。

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员涉及刑事诉讼的情况

截至本招股说明书签署之日，本公司的董事、监事及高级管理人员和其他核心人员均未涉及刑事诉讼。

第十六节 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及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

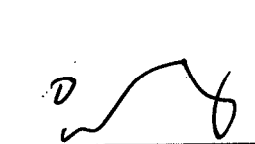
全体董事签名：

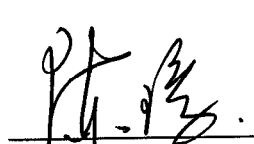
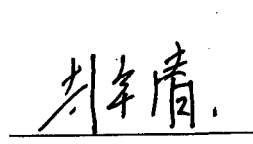
吴向东

谭志强

陈 臻

彭宇清

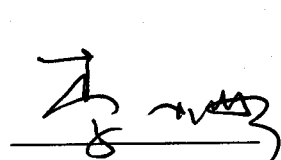
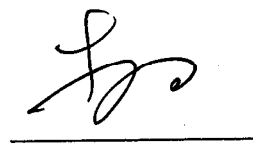
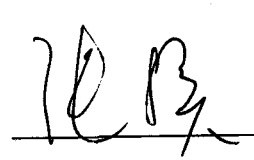


李大海

李 响

张迎昊

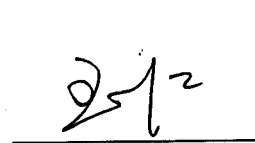
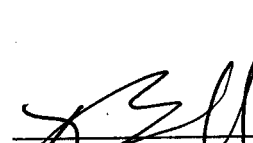




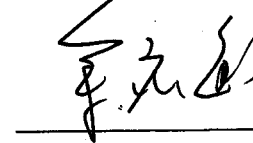

王一江

施天涛

吕本富

余应敏



华致酒行连锁管理股份有限公司



全体监事签名：

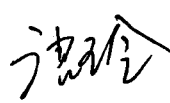
颜 涛



朱 琳



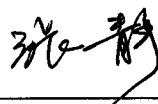
唐 玲



张 杰



张 静



瞿京伟

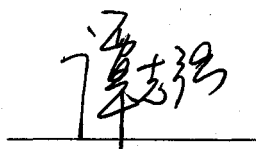


华致酒行连锁管理股份有限公司

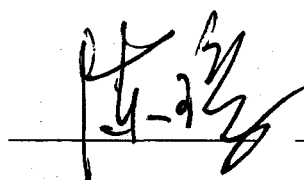


全体高级管理人员签名：

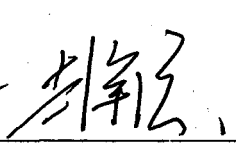
谭志强



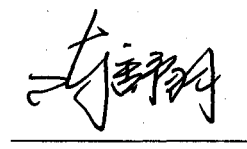
陈臻



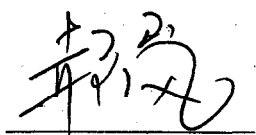
彭宇清



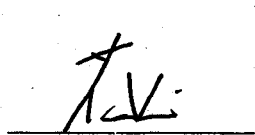
陈舒羽



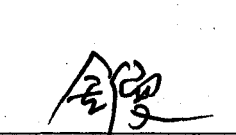
郝岚



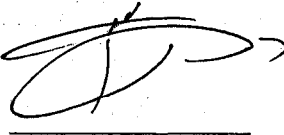
黄飞



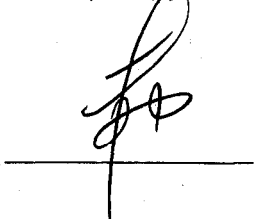
舒曼



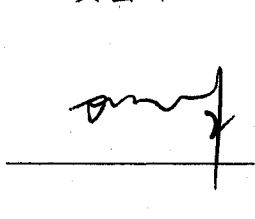
晏卫国



朱力



贺会锋



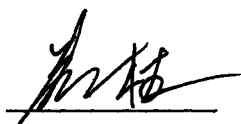
华致酒行连锁管理股份有限公司



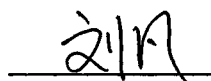
保荐人（主承销商）声明

本公司已对华致酒行连锁管理股份有限公司招股说明书及其摘要进行了核查，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、完整性承担相应的法律责任。

保荐代表人：

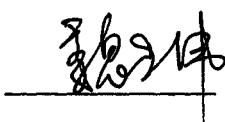


秦成栋



刘凡

项目协办人：



魏忠伟

法定代表人：



王东明



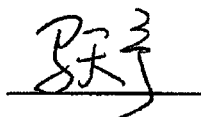
发行人律师声明

本所及经办律师已阅读华致酒行连锁管理股份有限公司招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要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及其摘要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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师：



唐丽子



马天宁

律师事务所负责人：



王玲

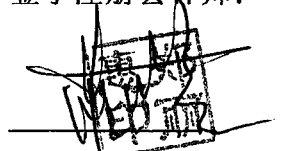


2011年10月14日

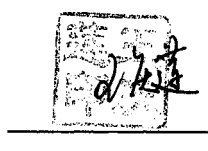
审计机构声明

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及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



郑丽惠

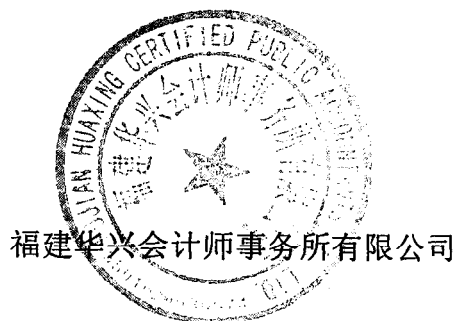


王庆莲

会计师事务所负责人：



林宝明



2011 年 12 月 14 日

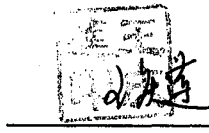
验资机构声明

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及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



郑丽惠

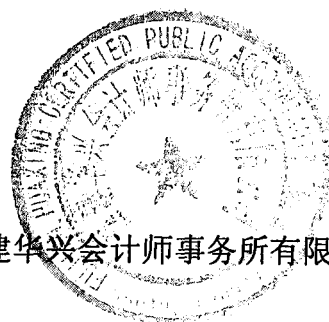


王庆莲

会计师事务所负责人：



林宝明



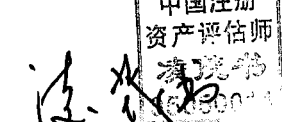
福建华兴会计师事务所有限公司

2011 年 12 月 14 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华致酒行连锁管理股份有限公司招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具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及其摘要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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师：

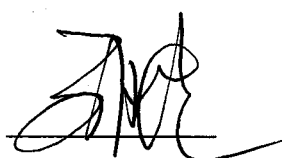

中国注册
资产评估师
凌茂书
1103500044

凌茂书


中国注册
资产评估师
余文庆
11035070037

余文庆

资产评估机构负责人：



孙月焕

北京中企华资产评估有限责任公司

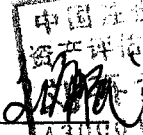


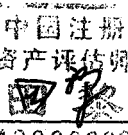
2011年12月14日

资产评估机构声明

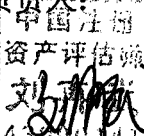
本机构及签字注册资产评估师已阅读华致酒行连锁管理股份有限公司招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师：

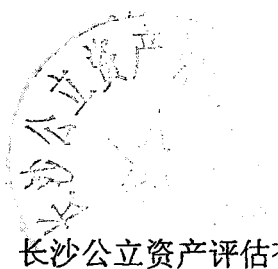

中国注册
资产评估师
430000001
刘再武


中国注册
资产评估师
430000002
田黎

资产评估机构负责人


中国注册
资产评估师
430000001
刘再武

刘再武



2011年12月14日

第十七节 备查文件

一、备查文件

- （一）发行保荐书；
- （二）发行保荐工作报告；
- （三）财务报表及审计报告；
- （四）内部控制鉴证报告；
- （五）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （六）法律意见书及律师工作报告；
- （七）公司章程（草案）；
- （八）中国证监会核准本次发行的文件；
- （九）其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件查阅

（一）备查文件的查阅期间

除法定节假日以外的每日上午 9:30-11:30，下午 1:30-4:30

（二）备查文件的查阅地点

1、发行人：华致酒行连锁管理股份有限公司

法定代表人：吴向东

联系地址：北京市朝阳区朝外大街甲 6 号万通中心 2 座 21 层

电话：010-59071769

传真：010-59071980

发行人网址：<http://www.vatsliquor.com/>

发行人电子邮箱：dongmiban@vatsliquor.com

2、保荐人（主承销商）：中信证券股份有限公司

法定代表人：王东明

联系地址：北京朝阳区亮马桥路 48 号中信证券大厦

电话：010-60838888

传真：010-60833254