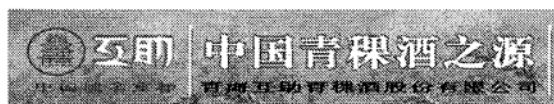


青海互助青稞酒股份有限公司

(Qinghai Huzhu Barley Wine Co.,Ltd.)

(互助县威远镇西大街 6 号)



首次公开发行股票招股说明书 (申报稿)

保荐人（主承销商）



民生证券有限责任公司
MINSHENG SECURITIES CO.,LTD.

(北京市东城区建国门内大街 28 号民生金融中心 A 座 16-18 层)

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

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	不超过6,000万股
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【 】元
预计发行日期	【 】年【 】月【 】日
拟上市证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	不超过 45,000 万股
本次发行前股东所持股份的流通限制及股东对所持股份自愿锁定的承诺	公司控股股东华实投资承诺：自发行人股票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直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。 公司实际控制人李银会承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份；除前述锁定期外，本人担任发行人董事长期间，每年转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的 25%，离职后半年内不转让本人直接和间接持有的发行人股份，离职六个月后的十二个月内转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的 50%。 公司股东浙江联泰、福建劲达、北京天同、深圳嘉木、上海津博承诺：自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。 公司董事王君承诺：自青海互助青稞酒股份有限公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份；除前述锁定期外，

	本人担任发行人董事期间，每年转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的 25%，离职后半年内不转让本人直接和间接持有的发行人股份，离职六个月后的十二个月内转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的 50%。 公司董事黄巍承诺：自青海互助青稞酒股份有限公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份；除前述锁定期外，本人担任发行人董事期间，每年转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的 25%，离职后半年内不转让本人直接和间接持有的发行人股份，离职六个月后的十二个月内转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的 50%。 公司监事卢艳承诺：自青海互助青稞酒股份有限公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份；除前述锁定期外，本人担任发行人监事期间，每年转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的 25%，离职后半年内不转让本人直接和间接持有的发行人股份，离职六个月后的十二个月内转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的 50%。
保荐人（主承销商）	民生证券有限责任公司
招股说明书签署日期	【 】年【 】月【 】日

发行人声明

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、其他政府机关对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对本发行人股票的价值或投资者收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》等的规定，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，在评价本公司本次发行的股票时，应特别关注下列重大事项和风险，并认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容。

一、发行前滚存利润的分配

根据公司 2011 年第二次临时股东大会决议：公司本次发行完成后，公司发行前的滚存未分配利润由公司本次发行后的新老股东按持股比例共享。

二、发行前股东所持股份的限售承诺

本次发行前，公司控股股东、实际控制人、其他股东、董事、监事、高级管理人员均已对其所持股份的限售安排分别出具了承诺，具体情况如下：

公司控股股东华实投资承诺：自发行人股票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直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

公司实际控制人李银会承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份；除前述锁定期外，本人担任发行人董事长期间，每年转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的 25%，离职后半年内不转让本人直接和间接持有的发行人股份，离职六个月后的十二个月内转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的 50%。

公司股东浙江联泰、福建劲达、北京天同、深圳嘉木、上海津博承诺：自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

公司董事王君承诺：自青海互助青稞酒股份有限公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份；除前述锁定期外，本人担任发行人董事期间，每年转让的股

份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的 25%，离职后半年内不转让本人直接和间接持有的发行人股份，离职六个月后的十二个月内转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的 50%。

公司董事黄巍承诺：自青海互助青稞酒股份有限公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份；除前述锁定期外，本人担任发行人董事期间，每年转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的 25%，离职后半年内不转让本人直接和间接持有的发行人股份，离职六个月后的十二个月内转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的 50%。

公司监事卢艳承诺：自青海互助青稞酒股份有限公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份；除前述锁定期外，本人担任发行人监事期间，每年转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的 25%，离职后半年内不转让本人直接和间接持有的发行人股份，离职六个月后的十二个月内转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的 50%。

三、本公司特别提醒投资者关注下列风险

（一）产业政策风险

公司所处行业为白酒行业。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”。根据《国务院关于发布实施〈促进产业结构调整暂行规定〉的决定》（国发[2005]40号），对此类项目，国家有关部门要根据产业结构化升级的要求，遵循优胜劣汰的原则，实行分类指导，允许企业在一定期限内采取措施改造升级。若国家对现行白酒产业政策进行重大调整，如通过税收、土地、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，将会对公司的生产经营产生不利影响。

（二）相对依赖单一市场的风险

青海市场是目前公司青稞酒产品最重要的市场，公司报告期内在青海市场实现的主营业务收入分别占公司当年主营业务收入的95.50%、96.23%、90.80%、82.69%。尽管公司自2008年以来不断开拓省外市场，2010年及2011年上半年省外

市场销售占比亦有明显提升，但如果青海市场对青稞酒的需求量下降或公司在青海白酒市场份额下降，且公司省外市场的开拓效果未达预期，将对公司生产经营活动产生不利影响。

（三）延期缴纳税款风险

2006年3月-2007年12月，青海互助青稞酒有限公司2005和2006年度由于改制初期生产经营尚未步入正轨，造成资金紧张、经营亏损，申请税务机关对其生产的部分白酒给予延期缴纳消费税税款照顾。青海省国家税务局为支持公司渡过难关，决定对公司生产的20元以下低档白酒给予暂缓缴纳部分消费税税款，并要求公司在三年内补缴清所欠税款。2008年2月和2009年2月，公司在经营状况和资金周转情况趋好的情形下，为规范运作，陆续补交了2006年3月-2007年12月所欠的消费税税款共计26,414,104.60元（其中2008年2月补缴1,000,000.00元，2009年2月补缴25,414,104.60元）；上述缓交的税款主管税务机关对其未予行政处罚和加收滞纳金。

青海省国家税务局已出具证明：上述延期缴纳的税款、未予行政处罚、未加收滞纳金诸事已事先报请国税机关，不构成重大违法违规行为。

公司控股股东华实投资及实际控制人李银会先生已出具承诺“若青稞酒股份因上述延期缴纳税款事宜而被税务机关处以罚款或加收滞纳金，我等自愿无条件以自有资金代青稞酒股份及时足额缴纳相应的罚款或滞纳金，并承担个别和连带的责任”。

（四）税收优惠政策风险

根据《西宁经济开发区招商引资优惠政策》（经青海省人民政府以“青政（2001）34号”文印发）的规定：“开发区流通企业，企业自获利年度起，前3年免征企业所得税，第4-5年减半征收企业所得税”，青稞酒销售2005年-2007年免征企业所得税，2008年、2009年享受所得税减半征收的优惠（即12.5%的税负）。

鉴于《西宁经济开发区招商引资优惠政策》系青海省政府规章，青稞酒销售自2005年至2007年所享受的所得税优惠存在被税务机关按照33%的税率追缴的风险；青稞酒销售自2008年-2009年所享受的所得税优惠存在被税务机关按照25%的税率追缴的风险；青稞酒股份西宁分公司2008年-2010年所享受的城市维护建

设税及教育费附加存在被税务机关分别按照7%的税率和3%的费率追缴的风险。

青海省国家税务局已出具证明：“上述税收优惠政策依据于青海省人民政府《关于印发〈西宁经济技术开发区招商引资优惠政策〉的通知（青政（2001）34号）》的规定，已经税务机关批准。享受上述优惠政策不构成重大违法违规行为，不予行政处罚或加收滞纳金。”

公司控股股东华实投资和实际控制人李银会先生已出具承诺：“若因青稞酒销售所享受的税收优惠违法、违规，导致税务机关按照法定税率追缴其在本次发行及上市之日前欠缴的税款或被税务机关处以罚款或加收滞纳金，我等自愿无条件以自有资金代青稞酒销售及时足额缴纳欠缴的税款、罚款或滞纳金，并承担个别和连带的责任”。

目 录

第一节 释 义.....	12
第二节 概 览.....	15
一、发行人基本情况	15
二、发行人控股股东及实际控制人情况	15
三、发行人主要财务数据和财务指标	16
四、本次发行情况	17
五、募集资金用途	18
第三节 本次发行概况	19
一、本次发行基本情况	19
二、本次发行的有关当事人	19
三、与本次发行上市相关的重要日期	21
第四节 风险因素	23
一、产业政策风险	23
二、相对依赖单一市场的风险	23
三、延期缴纳税款风险	23
四、税收优惠政策风险	24
五、主要原材料青稞及主要包装物价格波动及供应短缺的风险	25
六、自然生态环境风险	25
七、品牌风险	25
八、假冒伪劣及侵权产品的风险	25
九、卫生质量风险	26
十、安全生产风险	26
十一、环境保护风险	26
十二、主营业务收入受季节性因素影响的风险	26
十三、募集资金运用项目的市场风险	27
十四、新增固定资产折旧对业绩增长造成的风险	27
十五、公司管理水平无法适应扩大后的经营规模的风险	27
第五节 发行人基本情况	28
一、发行人基本情况	28
二、发行人设立情况	28

三、发行人历史沿革	31
四、发行人设立以来股本的变化和重大资产重组情况	59
五、发行人设立以来历次验资情况及设立时发起人投入资产的计量属性	59
六、发行人组织结构	60
七、发行人控股和参股公司情况	61
八、发起人、持有发行人 5%以上股份主要股东及实际控制人的基本情况	68
九、发行人有关股本情况	77
十、发行人员工及社会保障情况	79
十一、主要股东、实际控制人以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺	82
第六节 业务和技术	84
一、发行人主营业务及其变化情况	84
二、行业基本情况	85
三、公司的竞争状况及变化趋势	107
四、公司主营业务情况	114
五、公司与业务相关的主要固定资产和无形资产	144
六、与经营活动相关的资质和许可	154
七、发行人的技术与研发情况	155
八、发行人产品质量控制情况	162
第七节 同业竞争与关联交易	167
一、同业竞争情况	167
二、关联方、关联关系及关联交易	169
三、《公司章程》、《关联交易决策制度》、《融资与对外担保制度》对关联交易决策权限与程序作出的规定	173
四、公司报告期内关联交易的执行情况	176
五、减少和消除关联交易的措施	177
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员	179
一、公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介	179
二、公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员与其近亲属持有公司股份情况	183
三、公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的对外投资情况	184
四、公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的兼职情况	185
五、公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员之间的亲属关系	186

六、公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员与公司签订协议情况	186
七、公司董事、监事、高级管理人员的任职资格	187
八、公司董事、监事、高级管理人员报告期内变动情况	187
第九节 公司治理	189
一、公司三会、独立董事、董事会秘书制度建立健全及其运行情况	189
二、公司报告期违法、违规情况	192
三、关联方资金占用及对外担保情况	193
四、公司管理层对内部控制制度完整性、有效性、合理性的自我评估及会计师对公司内部控制的鉴证意见	193
第十节 财务会计信息	194
一、公司近三年一期简要财务报表	194
二、审计意见类型、财务报表编制基础及合并财务报表范围及变化情况	200
三、主要会计政策和会计估计	202
四、最近一年及一期重大收购兼并情况	215
五、公司最近三年及一期非经常性损益情况	215
六、最近一期末主要资产情况	217
七、最近一期末主要债项	217
八、所有者权益变动情况	218
九、现金流量情况	219
十、资产负债表日后事项、或有事项和其他重要事项	219
十一、公司最近三年及一期的主要财务指标	220
十二、发行人资产评估情况	222
十三、发行人设立以来历次验资情况	223
第十一节 管理层讨论与分析	224
一、公司最近三年及一期财务状况分析	224
二、公司最近三年及一期盈利能力分析	235
三、资本性支出分析	246
四、公司财务状况和盈利能力的未来趋势	246
第十二节 业务发展目标	248
一、战略发展目标	248
二、发行当年和未来两年发展计划	248
三、拟订上述发展计划所依据的假设条件及面临的主要困难	251

四、上述业务发展计划与现有业务之间的关系	253
第十三节 募集资金运用	254
一、本次募集资金基本情况	254
二、募集资金投资项目具体情况	256
三、募投项目固定资产投资合理性分析	287
四、募集资金运用对财务状况及经营成果的影响	289
第十四节 股利分配政策	291
一、报告期股利分配政策	291
二、报告期实际股利分配情况	291
三、发行后股利分配政策	291
四、本次发行完成前滚存利润的分配安排	292
第十五节 其他重要事项	293
一、信息披露及投资者服务	293
二、重要合同	293
三、发行人对外担保事项	295
四、发行人诉讼或仲裁事项	295
五、发行人的控股股东或实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及的重大诉讼或仲裁事项	296
六、发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况	296
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明.....	297
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明	297
二、保荐人（主承销商）声明	298
三、发行人律师声明	299
四、会计师事务所声明	300
五、资产评估机构声明（一）	301
六、资产评估机构声明（二）	302
七、验资机构声明（一）	303
八、验资机构声明（二）	304
第十七节 备查文件	305
一、文件列表	305
二、附件查阅地点、时间	305

第一节 释 义

在本招股说明书中，除非文中另有所指，下列词语或简称具有如下特定含义：

一、普通术语		
公司、本公司、股份公司、发行人、青稞酒股份	指	青海互助青稞酒股份有限公司
青稞酒有限	指	成立于 2005 年 1 月 27 日的青海互助青稞酒有限公司，系发行人前身
青稞酒集团	指	青海青稞酒业（集团）有限责任公司
互助县国资营运中心	指	互助土族自治县国有资产营运管理中心
控股股东、华实投资	指	青海华实科技投资管理有限公司
青稞酒销售	指	青海互助青稞酒销售有限公司，系发行人全资子公司
北京天佑德	指	北京互助天佑德青稞酒销售有限公司，系发行人全资子公司
互助天佑德	指	互助天佑德青稞酒销售有限公司，原系发行人全资子公司，已于 2010 年 4 月 26 日注销
西宁文和	指	西宁文和互助青稞酒有限公司，原系青稞酒销售控股子公司，已于 2008 年 6 月 20 日注销
鑫融担保	指	青海鑫融信用担保有限责任公司，原系发行人控股子公司，已于 2008 年 12 月转让，目前为华实投资的参股子公司
华融担保	指	互助华融担保有限责任公司，原系发行人控股子公司，2009 年 12 月将其转让予华实投资，目前为华实投资的控股子公司
天府农家乐	指	四川天府农家乐管理有限公司，原系青稞酒销售控股子公司，2010 年 7 月将其转让予华实投资，目前为华实投资的控股子公司
华奥房地产	指	青海华奥房地产开发有限公司，华实投资的全资子公司
青稞城投资	指	青海青稞城科技投资开发有限公司，华实投资的控股子公司
福瑞德医药	指	青海省福瑞德医药有限公司，华实投资的全资子公司
华源油脂	指	青海华源油脂有限公司，华实投资的控股子公司
新丁香粮油	指	青海新丁香粮油有限责任公司，华实投资控制的公司
华实网络	指	青海华实网络技术有限公司，华实投资的控股子公司
华能系统	指	青海华能系统集成有限公司，实际控制人的控股子公司
华奥物业	指	青海华奥物业管理有限公司，华实投资的全资孙公司

浙江联泰	指	浙江联泰投资有限公司，本公司股东之一
福建劲达	指	福建劲达创业投资有限公司，本公司股东之一
北京天同	指	北京天同金源投资管理有限公司，本公司股东之一
深圳嘉木	指	深圳嘉木投资有限公司，本公司股东之一
上海津博	指	上海津博投资发展有限公司，本公司股东之一
三会	指	股东大会、董事会、监事会
股东大会	指	青海互助青稞酒股份有限公司股东大会
董事会	指	青海互助青稞酒股份有限公司董事会
公司章程	指	青海互助青稞酒股份有限公司章程
《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》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
企业会计准则	指	财政部修订后的《企业会计准则—基本准则》及财政部（财会[2006]33号文）印发的《企业会计准则第1号—存货》等38项具体准则
报告期	指	2008年度、2009年度、2010年度、2011年1-6月的会计期间
本次发行	指	公司本次向社会公开发行不超过6,000万股A股的行为
保荐人、主承销商	指	民生证券有限责任公司
发行人律师、公司律师	指	北京市国枫律师事务所
发行人会计师	指	中磊会计师事务所有限责任公司
元	指	人民币元
二、专业术语		
青稞	指	禾本科大麦属的一种禾谷类作物，因其内外颖壳分离，籽粒裸露，故又称裸大麦、元麦、米大麦。主要产自中国西藏、青海、四川、云南等高原无污染地区，有着广泛的药用和营养价值。
β -葡聚糖	指	由葡萄糖单位组成的多聚糖，它能够活化巨噬细胞、嗜中性白血球等，从而提高白细胞素、细胞分裂素和特殊抗体的含量，全面刺激机体的免疫系统。
谷糠	指	谷子在加工小米时脱下的外壳，是酿造白酒过程中的主要辅料。
槐瓢曲	指	将青稞、豌豆精选后按比例配料粉碎，加水搅拌均匀进行制曲，培养时间为17天-20天，在冬春季节最高品温控制在48℃-50℃制得的中低温大曲。

白霜满天星曲	指	将青稞、豌豆精选后按比例配料粉碎，加水搅拌均匀进行制曲，培养时间为 17 天-20 天，在夏秋季节最高品温控制在 50℃-55℃制得的中高温大曲。
清蒸清烧四次清	指	原料清蒸，辅料清蒸，清糟发酵，清蒸流酒，用花岗岩窖池发酵的四次操作，是公司特有的传统酿造工艺。
糖化	指	通过大曲的作用，将青稞等原料中的淀粉转化为以葡萄糖为主的可发酵性糖类的过程。
发酵	指	通过大曲的作用，将以葡萄糖为主的可发酵性糖类转化为以乙醇为主的风味物质的过程。
黄水	指	发酵期间，逐渐渗于窖池底部的棕黄色液体，又称黄浆水。
酒醅	指	已发酵完毕等待配料、蒸酒的物料，又称母糟。
酒糟	指	酒醅经蒸馏取酒后，不再用于酿酒发酵的渣状残留物。
甑	指	蒸粮、蒸酒和清蒸辅料的主要设备，用木材、石材、水泥或金属材料制成，由甑盖、甑桶、甑篦、底锅等部分组成。
冷却器	指	将蒸出的酒蒸汽冷却成酒液的设备，用不锈钢等金属材料制成。
酒海	指	用藤条编制，以鸡蛋清等物质配成粘合剂，用白棉布、麻纸裱糊，再以菜油、蜂蜡涂抹内壁，干燥后用于贮酒的容器。
掐头去尾	指	在蒸馏、接酒时，截取酒头和酒尾，其余作为基酒。
酒头	指	蒸馏初期截取出的酒精度较高的酒-水混合物。
酒尾	指	蒸馏后期截取出的酒精度较低的酒-水混合物。
陈化老熟	指	在贮酒容器中贮存一定时间，使酒体谐调、口感柔和的白酒生产中必要的工艺流程。
勾兑调味	指	把具有不同香气、口味、风格的酒，按不同比例进行调配，使之符合一定标准，保持成品酒特定风格的专门技术。
基酒（原酒）	指	经发酵、蒸馏而得到的未经勾兑的酒。
调味酒	指	采用特殊工艺生产制备的某一种或数种香味成分含量特别高，风格特别突出用于弥补基础酒的缺陷和提高酒体档次的酒，又称精华酒。
成品酒	指	感官、理化和卫生指标全部达到产品标准、经鉴定合格可以出厂销售的酒，又称商品酒。

第二节 概 览

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

一、发行人基本情况

（一）公司概况

中文名称：青海互助青稞酒股份有限公司

英文名称：Qinghai Huzhu Barley Wine Co., Ltd.

注册资本：人民币 39,000 万元

法定代表人：李银会

成立日期：2011 年 01 月 27 日

住 所：互助县威远镇西大街 6 号

（二）公司主营业务概况

公司主营业务为青稞酒的研发、生产、销售，主要产品含互助、天佑德、八大作坊、永庆和等系列。

公司生产的青稞酒属清香型白酒，被中国酿酒工业协会认定为“中国白酒清香型（青稞原料）代表”；2010 年，公司在西北地区白酒市场的占有率为 7.68%。

公司是我国青稞酒行业龙头企业，根据中国轻工业企业信息发布中心的统计，公司 2009 年度青稞酒产销量居全国第一。

二、发行人控股股东及实际控制人情况

公司的控股股东为青海华实科技投资管理有限公司，该公司目前持有发行人 75%的股权。

公司的实际控制人为李银会先生，李银会先生目前持有青海华实科技投资管理有限公司 94%的股权。

青海华实科技投资管理有限公司及实际控制人的基本情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”相关内容。

三、发行人主要财务数据和财务指标

根据发行人会计师出具的“中磊审字[2011]第 0722 号”审计报告，公司主要财务数据及财务指标列示如下：

（一）资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
流动资产合计	57,933	54,270	22,705	16,891
非流动资产合计	17,335	16,487	9,101	7,455
资产总计	75,268	70,757	31,806	24,346
流动负债合计	15,062	22,025	8,612	10,658
非流动负债合计	3,620	3,342	5,000	-
负债合计	18,682	25,367	13,612	10,658
所有者权益合计	56,586	45,390	18,194	13,687
归属于母公司所有者权益合计	56,586	45,390	17,820	13,662

（二）利润表主要数据

单位：万元

项目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
营业收入	43,892	59,692	42,775	24,216
营业成本	13,909	17,965	13,639	8,677
营业利润	14,986	19,208	13,227	5,935
利润总额	14,998	18,283	13,660	5,926
净利润	11,196	13,553	11,385	4,923
归属于母公司所有者的净利润	11,196	13,554	11,358	4,918

（三）现金流量表主要数据

单位：万元

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	10,616	13,368	15,661	306
投资活动产生的现金流量净额	-2,257	-7,222	-3,627	-2,432

筹资活动产生的现金流量净额	-3,704	19,064	-3,828	3,122
现金及现金等价物净增加额	4,655	25,209	8,207	996

（四）主要财务指标

财务指标	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
流动比率	3.85	2.46	2.64	1.58
速动比率	2.76	1.67	1.16	0.52
资产负债率（母公司，%）	26.93	34.43	44.99	59.57
归属于发行人股东的每股净资产（元）	1.45	1.27	0.55	0.42
无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例（%）	0.34	0.48	1.49	2.34
财务指标	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
应收账款周转率（次）	1,069.81	1,381.44	1,612.90	551.27
存货周转率（次）	0.82	1.19	1.14	0.79
息税折旧摊销前利润（万元）	15,714	19,326	14,496	6,622
利息保障倍数	71.35	57.47	68.44	240.57
归属于发行人股东的净利润（万元）	11,196	13,554	11,358	4,918
扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润（万元）	11,187	14,082	9,504	4,122
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.27	0.37	0.48	0.01
每股净现金流量（元）	0.12	0.71	0.25	0.03
基本每股收益（元）	0.29	0.38	0.35	0.15
扣除非经常性损益后基本每股收益（元）	0.29	0.39	0.29	0.13
加权平均净资产收益率（%）	21.96	41.31	58.72	43.90
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率（%）	21.94	42.92	49.14	36.79

四、本次发行情况

股票种类	境内上市人民币普通股（A股）
每股面值	人民币1元
发行股数	不超过6,000万股，占发行后总股本的13.33%
发行价格	【 】元/股

发行方式	网下向询价对象配售和网上向社会投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他方式
发行对象	符合资格的询价对象和在证券交易所开户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销

五、募集资金用途

本次募集资金投向经公司股东大会审议通过，由董事会负责实施，用于：

序号	项目	项目总投资（万元）	备案情况
1	优质青稞原酒酿造技改项目	14,486.00	青经投备案[2011]9号
2	优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目	23,354.00	青经投备案[2011]10号
3	青稞酒研发及检测中心技改项目	4,403.00	青经投备案[2011]8号
4	青稞酒营销网络与物流配送建设项目	6,986.60	青经投备案[2011]7号
合计		49,229.60	-

若实际募集资金不能满足上述拟投资项目的全部资金需求，不足部分由公司自筹解决；若实际募集资金超出上述拟投资项目的全部资金需求，超出部分用于与公司主业相关的营运资金。

为把握市场机遇，尽快完成募集资金投资项目，在本次募集资金到位前，公司将自筹资金投入项目的前期建设，待募集资金到位后，根据交易所相关规定及程序，再以募集资金置换预先已投入募集资金运用项目的自筹资金。

第三节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

股票种类	境内上市人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1 元
发行股数	不超过 6,000 万股，占发行后总股本的 13.33%
发行价格	【 】元/股
发行市盈率	【 】倍（每股收益按照 2010 年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	【 】元（以 2010 年 12 月 31 日经审计的净资产计算）
发行后每股净资产	【 】元（以 2010 年 12 月 31 日经审计的净资产加上募集资金净额计算）
发行市净率	【 】倍（每股净资产按照 2010 年度经审计的净资产加上募集资金净额除以本次发行后总股本计算）
发行方式	网下向询价对象配售和网上向社会投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他方式
发行对象	符合资格的询价对象和在证券交易所开户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
预计募集资金总额	【 】万元
预计募集资金净额	【 】万元
发行费用概算	
承销费用	【 】万元
保荐费用	【 】万元
审计费用	【 】万元
律师费用	【 】万元
发行手续费	【 】万元

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人：青海互助青稞酒股份有限公司

住 所	互助县威远镇西大街 6 号
法定代表人	李银会
联 系 电 话	0972-7316442

传 真	0972-7316442
联 系 人	王兆三

（二）保荐人（主承销商）：民生证券有限责任公司

住 所	北京市东城区建国门内大街 28 号民生金融中心 A 座 16-18 层
法定代表人	岳献春
联 系 电 话	010-85127999
传 真	010-85127940
保荐代表人	魏赛、李艳西
项目协办人	杜思成
联 系 人	陈乾、潮康、林赞

（三）发行人律师事务所：北京市国枫律师事务所

住 所	北京市西城区金融大街一号写字楼 A 座 12 层
单位负责人	张利国
联 系 电 话	010-66090088
传 真	010-66090016
经 办 律 师	张劭、李建民

（四）发行人会计师事务所：中磊会计师事务所有限责任公司

住 所	北京市丰台区桥南科学城星火路 1 号（昌宁大厦 8 层）
单位负责人	谢泽敏
联 系 电 话	010-51120371
传 真	010-51120377
注册会计师	谢青、丁亭亭

（五）资产评估机构（一）：青海中科华资产评估有限公司

住 所	青海省西宁市胜利路 10 号
单位负责人	刘力
联 系 电 话	0971-6142844
传 真	0971-6143844
资产评估师	郭承红、张长银、刘力

（六）资产评估机构（二）：中铭国际资产评估（北京）有限责任公司

住 所	北京市丰台区桥南科学城星火路 1 号昌宁大厦 15 层
单位负责人	黄世新

联系电话	010-51120371
传真	010-51120370
资产评估师	王越、冯光灿

（七）验资机构（一）：国富浩华会计师事务所有限公司

住 所	北京市海淀区西四环中路 16 号院 2 号楼
单位负责人	杨剑涛
联系电话	010-62105068
传 真	010-88210558
注册会计师	范增裕、仲成贵、白惠良、阎立社

（八）验资机构（二）：中磊会计师事务所有限责任公司

住 所	北京市丰台区桥南科学城星火路 1 号昌宁大厦 8 层
单位负责人	谢泽敏
联系电话	010-51120371
传 真	010-51120377
注册会计师	谢青、丁亭亭、辛玉洁

（九）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住 所	深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼
电 话	0755-25938000
传 真	0755-25988122

（十）收款银行：

户 名	
账 号	

发行人与本次发行有关的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任何直接或间接的股权关系或其他权益关系。

三、与本次发行上市相关的重要日期

- （一）刊登发行公告的日期：【 】年【 】月【 】日
- （二）开始询价推介的时间：【 】年【 】月【 】日
- （三）刊登定价公告的日期：【 】年【 】月【 】日

（四）申购日期和缴款日期：【 】年【 】月【 】日

（五）股票上市日期：本次股票发行结束后发行人将尽快申请在深圳证券交易所挂牌上市。

第四节 风险因素

投资者在评价发行人此次股票发行时，除本招股说明书提供的各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下列风险根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，但并不代表风险依排列次序发生。

一、产业政策风险

公司所处行业为白酒行业。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”。根据《国务院关于发布实施〈促进产业结构调整暂行规定〉的决定》（国发[2005]40号），对此类项目，国家有关部门要根据产业结构化升级的要求，遵循优胜劣汰的原则，实行分类指导，允许企业在一定期限内采取措施改造升级。若国家对现行白酒产业政策进行重大调整，如通过税收、土地、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，将会对公司的生产经营产生不利影响。

二、相对依赖单一市场的风险

青海市场是目前公司青稞酒产品最重要的市场，公司报告期内在青海市场实现的主营业务收入分别占公司当年主营业务收入的95.50%、96.23%、90.80%、82.69%。尽管公司自2008年以来不断开拓省外市场，2010年及2011年上半年省外市场销售占比亦有明显提升，但如果青海市场对青稞酒的需求量下降或公司在青海白酒市场份额下降，且公司省外市场的开拓效果未达预期，将对公司生产经营活动产生不利影响。

三、延期缴纳税款风险

2006年3月-2007年12月，青海互助青稞酒有限公司2005和2006年度由于改制初期生产经营尚未步入正轨，造成资金紧张、经营亏损，申请税务机关对其生产的部分白酒给予延期缴纳消费税税款照顾。青海省国家税务局为支持公司渡过难关，决定对公司生产的20元以下低档白酒给予暂缓缴纳部分消费税税款，并要求公司在三年内补缴清所欠税款。2008年2月和2009年2月，公司在经营状况和资金

周转情况趋好的情形下，为规范运作，陆续补交了2006年3月-2007年12月所欠的消费税税款共计26,414,104.60元（其中2008年2月补缴1,000,000.00元，2009年2月补缴25,414,104.60元）；上述缓交的税款主管税务机关对其未予行政处罚和加收滞纳金。

青海省国家税务局已出具证明：上述延期缴纳的税款、未予行政处罚、未加收滞纳金诸事已事先报请国税机关，不构成重大违法违规行为。

公司控股股东华实投资及实际控制人李银会先生已出具承诺“若青稞酒股份因上述延期缴纳税款事宜而被税务机关处以罚款或加收滞纳金，我等自愿无条件以自有资金代青稞酒股份及时足额缴纳相应的罚款或滞纳金，并承担个别和连带的责任”。

四、税收优惠政策风险

根据《西宁经济开发区招商引资优惠政策》（经青海省人民政府以“青政（2001）34号”文印发）的规定：“开发区流通企业，企业自获利年度起，前3年免征企业所得税，第4-5年减半征收企业所得税”，青稞酒销售2005年-2007年免征企业所得税，2008年、2009年享受所得税减半征收的优惠（即12.5%的税负）。

鉴于《西宁经济开发区招商引资优惠政策》系青海省政府规章，青稞酒销售自2005年至2007年所享受的所得税优惠存在被税务机关按照33%的税率追缴的风险；青稞酒销售自2008年-2009年所享受的所得税优惠存在被税务机关按照25%的税率追缴的风险。

青海省国家税务局已出具证明：“上述税收优惠政策依据于青海省人民政府《关于印发〈西宁经济技术开发区招商引资优惠政策〉的通知（青政（2001）34号）》的规定，已经税务机关批准。享受上述优惠政策不构成重大违法违规行为，不予行政处罚或加收滞纳金。”

公司控股股东华实投资和实际控制人李银会先生已出具承诺：“若因青稞酒销售所享受的税收优惠违法、违规，导致税务机关按照法定税率追缴其在本次发行及上市之日前欠缴的税款或被税务机关处以罚款或加收滞纳金，我等自愿无条件以自有资金代青稞酒销售及时足额缴纳欠缴的税款、罚款或滞纳金，并承担个别和连带的责任”。

五、主要原材料青稞及主要包装物价格波动及供应短缺的风险

公司青稞酒生产所需主要原料为青稞。2008年-2011年上半年，青稞占公司成本的比重分别为14.20%、13.69%、11.40%、14.89%。2008年-2010年公司较为稳定的青稞供应来源，且为进一步保证青稞原料供应，提升青稞原料品质，公司与青海省贵南草业开发有限责任公司签署《有机青稞种植基地建设协议》，划定贵南农场一万亩农用地作为种植有机青稞的特定区域，公司按照价格保护政策收购符合要求的青稞。然受自然气候、地理环境、市场供求关系等因素的影响，青稞可能出现歉收或价格上涨的情形，从而对公司生产经营和业绩产生一定的影响。

公司青稞酒生产所需的主要包装物包括酒瓶、酒盒及酒箱。2008年-2011年上半年，上述主要包装物占公司成本的比重分别为48.76%、56.15%、57.66%、55.73%。受经济环境影响，2011年上半年上述主要包装物的平均单价较2010年分别上涨25.67%、23.39%、18.14%。若未来出现包装物价格大幅上涨的情形，将对公司业绩产生一定的影响。

六、自然生态环境风险

公司采用厂区采集的地下水作为酿造用水，以保证白酒产品质量。目前该地的水资源储量能够保证公司在相当长的时间内的正常生产，当地政府在生产力布局规划时亦一直严格禁止建设污染类项目，但如果当地的水资源出现匮乏或遭受污染，将对公司的生产经营造成不利影响。

七、品牌风险

互助、天佑德、八大作坊、永庆和为公司所使用的主要品牌，具有较高的知名度、美誉度，对公司的销售具有一定的促进作用。若公司对产品品牌维护不力，导致消费者对公司品牌的信心下降，将对公司产品销售造成不利影响。

八、假冒伪劣及侵权产品的风险

公司所处的白酒行业属于利润率较高的行业。受利益驱使，部分不法人员或

企业可能生产或销售涉及公司品牌的假冒伪劣及侵权产品。公司在遏制假冒伪劣及侵权产品方面作出了较大的努力，但随着公司品牌知名度的不断提升，遏制假冒伪劣及侵权产品的难度亦将不断加大。若此类违法经营活动未得到有效遏制，将对公司的发展产生不利影响。

九、卫生质量风险

公司生产的青稞酒产品主要供消费者直接饮用，产品的质量、卫生状况关系到消费者的身体健康。如果公司在原材料采购、酿造、陈化老熟、勾兑及包装等工艺环节的质量控制措施不能满足国家法律、法规以及行业规定的要求或消费者的需求，将对公司的生产经营造成不利影响。

十、安全生产风险

公司购进的青稞等原材料、生产的酒类半成品与产成品等均属易燃品，且由于生产工艺要求，公司酿制的基酒需要经过一定时期的陈化老熟，再进行勾兑后包装出厂，对仓储安全性要求较高。如果生产或仓储环节管理不当，发生火灾等安全生产事故，将对公司的发展产生不利影响。

十一、环境保护风险

公司属于白酒酿造行业，在生产过程中会产生一定数量的“废水、废气、废渣”。目前公司已建立了一整套环境保护制度，以处理并防止污染环境的意外事故发生，并通过了环境保护部门的评审和验收，符合国家环境保护标准。然而，随着国家对环保问题的日益重视，环保标准可能更加严格，公司未来仍将面临一定的环境保护风险。

十二、主营业务收入受季节性因素影响的风险

公司属于白酒行业，由于消费者对白酒的消费具有季节性变化，公司营业收入具有一定的季节性波动特点。

每年 10 月前后是中秋节和国庆节，12 月、1 月、2 月前后是元旦、春节，且前述时期均属于青海省及周边省份气温较低的月份，属于青稞酒销售旺季。

2008 年-2010 年，前述四个月的销售收入占当年主营业务收入比例分别为 41.45%、40.33%、42.41%。季节性因素对公司业绩的稳定性存在一定的影响。

十三、募集资金运用项目的市场风险

公司此次募集资金目的是进一步提升公司在白酒行业中的地位，进一步提升公司的品牌知名度。本次募集资金投资项目都是公司在对现有产品市场空间进行充分调研的基础上提出的，市场需求较大。公司未来几年销售和盈利的增长，以及公司核心竞争力的提升，很大程度上取决于能否按计划完成募集资金投资项目的建设。公司已聘请专业机构对上述项目进行了工艺技术、设备选型、投资收益、市场容量等方面的可行性论证，并在人才储备、技术储备、产品研发、市场营销等方面做了充分的准备，然项目建设及运营本身可能出现组织管理、成本控制、销售价格变化等问题，可能直接或间接影响项目的投资回报、公司的预期收益及实现收益的时间。

十四、新增固定资产折旧对业绩增长造成的风险

本次募集资金运用项目实施后，新增固定资产29,052万元，每年将因此而新增固定资产折旧2,297万元，可能对公司业绩造成一定影响。以公司现有综合毛利率和消费税率计算，公司主营业务收入需增长3,960万元，方可弥补前述新增固定资产折旧所造成的影响。

十五、公司管理水平无法适应扩大后的经营规模的风险

随着公司规模扩大，业务不断拓展，特别是发行上市后公司的经营规模将大幅扩大，公司的组织结构和管理体系将更趋复杂。公司规模的迅速扩大对公司的经营管理提出了更高的要求，能否建立起完善的管理体系，保证公司安全有效的运营将至关重要。如果公司的管理水平不能进一步提高，管理体系不能适应公司的进一步发展，将对公司未来的经济效益造成不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称：青海互助青稞酒股份有限公司

英文名称：Qinghai Huzhu Barley Wine Co., Ltd.

注册资本：人民币 39,000 万元

法定代表人：李银会

成立日期：2011 年 01 月 27 日

住 所：互助县威远镇西大街 6 号

邮政编码：810500

电话号码：0972-7316442

传真号码：0972-7316442

电子信箱：w333@vip.163.com

二、发行人设立情况

（一）设立方式

青海互助青稞酒股份有限公司系由原青海互助青稞酒有限公司整体变更而成的股份有限公司，设立过程如下：

2011年1月8日，股份公司取得青海省工商行政管理局颁发的“（青工商）登记名预核变字[2011]第8号”《企业名称变更核准通知书》。

2011年1月8日，中磊会计师事务所有限责任公司出具“中磊审字[2011]第0086号”《审计报告》。青稞酒有限2010年12月31日经审计的净资产为40,064万元。

2011年1月23日，中铭国际资产评估（北京）有限责任公司出具“中铭评报字[2011]第8001号”《资产评估报告书》。青稞酒有限2010年12月31日经评估的净资产为71,873万元。

2011年1月24日，青稞酒有限召开2011年第一次临时股东会，决定：将青稞酒有限整体变更为股份有限公司；将青稞酒有限变更基准日即2010年12月31日经

审计的40,064万元净资产，按1: 0.9734的比例折合为股份公司的股本39,000万元，剩余部分作为股份公司的资本公积；青稞酒有限6名股东华实投资、浙江联泰、福建劲达、深圳嘉木、北京天同、上海津博按原出资比例持有股份公司的股份。同日，青稞酒有限6名股东共同签署《关于青海互助青稞酒有限公司整体变更发起设立青海互助青稞酒股份有限公司的发起人协议》。

2011年1月25日，中磊会计师事务所有限责任公司出具“中磊验字[2011]第0003号”《验资报告》。

2011年1月26日，股份公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过《公司章程》；选举李银会、郭守明、王鹏珍、王君、王兆三、黄巍、贾登勋、索有瑞、胡凯组成股份公司第一届董事会，其中后三人为独立董事；选举卢艳为股东代表监事，与职工代表大会选举的陈得钦、赵鸿录组成股份公司第一届监事会。

2011年1月27日，股份公司取得青海省工商局颁发的《企业法人营业执照》。

（二）发起人

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	华实投资	292,500,000	75.00
2	浙江联泰	45,500,000	11.67
3	福建劲达	19,500,000	5.00
4	深圳嘉木	13,812,500	3.54
5	北京天同	13,812,500	3.54
6	上海津博	4,875,000	1.25
合计		390,000,000	100.00

（三）发行人成立前主要发起人的主要资产和实际从事的主要业务

公司成立前，主要发起人除持有青稞酒有限的股权外，其拥有的主要资产及实际从事的主要业务参见本节“八、（一）发起人基本情况”相关内容。

（四）发行人设立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司设立时拥有的主要资产包括公司发起人股东在公司整体变更时出资投入的房产、土地、机器设备和现金、存货等。上述资产业经“中磊验字[2011]第0003号”《验资报告》验证。

公司设立时实际从事的主营业务为青稞酒的研发、生产和销售。

（五）发行人成立之后，主要发起人拥有的主要资产和从事的主要业务

公司成立之后，主要发起人除持有青稞酒股份的股权外，其拥有的主要资产及实际从事的主要业务参见本节“八、（一）发起人基本情况”相关内容。

（六）改制前原企业的业务流程、改制后发行人的业务流程，以及原企业和发行人业务流程之间的联系

公司系整体变更发起设立，发行人成立前后主营业务均为青稞酒的研发、生产和销售，改制前后业务流程未发生变化。

（七）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系未发生变化。具体的关联交易情况参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之相关内容。

（八）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

公司系整体变更发起设立，发起人用于出资之土地使用权、房屋所有权均已过户到公司名下；发起人用于出资之商标、专利目前正在办理过户。

（九）发行人的独立性

发行人成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等法律、法规和《公司章程》的规定规范运作，在业务、资产、人员、财务、机构等方面与公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业完全独立，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

1、业务独立

公司主营业务为青稞酒的研发、生产和销售，主要包括：互助、天佑德、八大作坊、永庆和等系列产品。公司拥有独立的采购、生产、销售和研发系统，在业务上独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争或显失公平的关联交易。

2、资产完整

公司自成立之日起，即拥有独立完整的采购、生产和销售系统及配套设施，合法拥有与生产经营相关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术

的所有权及使用权。公司资产独立完整，独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

3、人员独立

公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生。公司高级管理人员未在公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领取薪水或担任除董事以外的职务，公司财务人员未在公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业兼职，公司的人事及工资管理与关联公司严格分离；公司与员工签订了劳动合同，制定了《员工聘用管理办法》、《薪资待遇管理办法》等各项管理制度，劳动、人事及工资管理完全独立。

4、财务独立

公司拥有独立的财务会计部门，建立了独立的财务核算体系，具有规范、独立的财务会计制度；公司独立开设银行账户，公司依法独立纳税，系增值税一般纳税人。

5、机构独立

公司按照《公司法》的要求，建立健全了股东大会、董事会、监事会及相应的议事规则和总经理工作细则，形成了完善的法人治理结构和规范化的运作体系。公司为适应生产经营管理需要，设立了生产管理部、采购部、仓储部、财务部等职能部门，公司各职能部门依照规章制度行使各自的职能，独立于实际控制人控制的其他企业。

公司与实际控制人控制的其他企业均拥有各自独立的办公机构和生产场所，不存在机构混同的情形。

三、发行人历史沿革

（一）股份公司设立

参见本节“二（一）设立方式”。

（二）股份公司前身即青稞酒有限的历史沿革

1、2005年1月青稞酒有限成立

青稞酒有限成立于2005年1月27日，系由华实投资与互助县国资营运中心共同出资组建；成立时注册资本为7,500万元，其中：华实投资以4,110万元货币资

金出资（分两期缴纳），互助县国资营运中心以其持有的自青稞酒集团因改制而剥离出的3,390万元净资产出资，具体如下：

（1）青稞酒集团的改制情况

2004年11月15日，青海省政府办公厅印发“青阅[2004]81号”《青海青稞酒业（集团）有限责任公司改制问题专题会议纪要》，同意青稞酒集团进行改制，改制方案由青海省国资委、经委审批后实施。

2004年12月3日，青稞酒集团职工代表大会审议通过《青海青稞酒业（集团）有限责任公司改制方案》。

2004年12月9日，青海省国资委、经委下发“青经企[2004]263号”《关于青海青稞酒业（集团）有限责任公司改制方案的批复》，同意青稞酒集团以剥离生产经营性优良资产、承担部分债权债务的方式进行改制；自青稞酒集团剥离出的净资产作为国有股权，由互助县政府授权的部门持有，尔后由其与投资商共同组建新公司即青稞酒有限。前述改制方案的实施过程如下：

2004年12月8日，五联联合会计师事务所有限公司出具“五联青审字（2004）第440号”《审计报告》。青稞酒集团2004年11月30日经审计的合并报表的资产总计为27,779万元、负债合计为28,791元、净资产为-1,011万元。

2004年12月15日，北京中科华会计师事务所有限公司青海兴华分所出具“中科华青评报字[2004]第074号”《资产评估报告书》。是次评估的范围为青稞酒集团的全部资产及相关负债；青稞酒集团于评估基准日即2004年11月30日经评估的资产总计为26,968万元、负债合计为28,847万元、净资产为-1,879万元。

2004年12月17日，海东地区财政局下发“东财字[2004]801号”《关于核准青海青稞酒业（集团）有限责任公司资产评估结果的批复》。

2004年12月21日，海东地区经贸委、财政局下发“东经贸[2004]239号”《关于互助县经贸局 财政局〈关于界定产权的请示〉的批复》，同意按评估报告由青稞酒集团划予青稞酒有限的资产总计为15,860万元、负债合计为12,469万元、净资产为3,391万元。

2004年12月21日，互助县政府出具《授权书》。青稞酒集团剥离至青稞酒有限的3,390万元净资产，作为国有股权，由互助县政府授权互助县国资营运中心履行出资人职责。

2004年12月24日，互助县经贸局下发“互经贸[2004]88号”《关于成立青海

互助青稞酒有限公司的批复》，同意互助县国资营运中心以自青稞酒集团剥离出的3,390万元净资产作为出资，与华实科技（以4,110万元货币资金作为出资）共同组建青稞酒有限（注册资本为7,500万元）。

2005年1月13日，青稞酒集团与青稞酒有限签署《改制移交表》（青海省经委于2005年3月15日对此表予以确认），前者向后者移交资产总计15,851万元、负债合计12,461万元、净资产3,390万元（净资产涉及的资产负债范围详见下文）。

①截至改制评估基准日即2004年11月30日青稞酒集团及其直接或间接控制企业的概况

企业名称及简称	注册资本或资金	控股股东及其出资	实际从事的主要业务
“青稞酒集团”	3,675万元	国有独资公司	投资管理
青海青稞酒厂，“青稞酒厂”	1,629万元	国有企业	酒的生产、销售
青海京科贸易有限公司，“京科贸易”	100万元	青稞酒厂出资94.90万元	酒的销售
青海青稞酒经销有限责任公司，“经销公司”	510万元	青稞酒厂出资500万元	酒的销售
西宁文和互助青稞酒有限公司，“西宁文和”	50万元	经销公司出资49万元	酒的生产、销售
青海互助青稞酒业有限公司，“酒业公司”	600万元	青稞酒厂出资569.40万元	酒的生产、销售
青海青稞酒物业有限责任公司，“物业公司”	260.9万元	青稞酒厂出资170.15万元	餐饮住宿、养殖屠宰、加油

上述企业均已列入改制评估范围（京科贸易、酒业公司、西宁文和分别作为青稞酒厂和经销公司的资产—长期投资）。

②青稞酒集团改制时投入青稞酒有限的资产、负债的范围

青稞酒集团：部分固定资产（按净值计，下同；该等资产均与酒生产经营相关）；未投入负债。

青稞酒厂：全部存货（均与酒生产经营相关）、无形资产（原无账面值；青稞酒有限成立时，将截至评估基准日青稞酒集团及青稞酒厂拥有的与酒生产经营相关的全部注册商标及商标申请权按其评估值入账），部分长期投资（系对京科贸易即公司子公司青稞酒销售前身的投资），89.20%的固定资产（均与酒生产经营相关），全部货币资金，部分债权；全部应付账款、应付工资，部分其他债务。

经销公司：全部固定资产（均与酒生产经营相关），部分债权；部分债务。

青稞酒集团所控制的其他企业：未投入资产、负债。

③青稞酒集团改制投入资产、负债的明细情况如下：

单位：万元

项 目	2004年 12月末	2004年 11月末	项 目	2004年 12月末	2004年 11月末
货币资金	221	102	短期借款	6,260	6,260
应收账款	-237	520	应付账款	2,887	3,234
其他应收款	337	300	其他应付款	2,645	2,561
预付账款	0.4	0.4	应付工资	91	95
存货	7,293	7,058	应付福利费	138	217
长期投资	81	81	应交税金	425	425
固定资产净值	7,622	7,600	其他未交款	14	14
无形资产	534	534	负债合计	12,461	12,805
资产总计	15,851	16,196	净资产	3,390	3,390

注：青稞酒集团改制评估基准日为2004年11月末，上表2004年11月末各科目余额与下文青稞酒集团剩余资产负债表2004年11月末各科目余额之和与评估报告相一致。青稞酒有限成立于2005年1月，投入该公司的资产、负债的移交基准日为2004年12月末（虽余额有所变动，但资产、负债的范围与2004年11月末相一致），故上表亦同时列出2004年12月末余额。

上表各主要资产的具体内容如下：

(一)存货

单位：万元

类 别	2004年12月末	2004年11月末	具体内容
原材料	542	715	青稞、豌豆、大曲、燃料、修理备件等
包装物	635	719	用于包装成品酒的瓶盖、酒瓶、盒、箱等
自制半成品	2,512	2,577	原酒、散酒等
产成品	3,603	3,048	各系列成品酒
合 计	7,293	7,058	

(二)长期投资

系对京科贸易（公司子公司青稞酒销售前身）94.90%的投资。

(三)固定资产

单位：万元

类 别	2004年12月末	2004年11月末	具体内容
房屋建筑物	4,919	4,919	窖池、自备井、制曲、酿造、精加工、包装车间、成品库、办公楼（2栋）、家属楼营业室（3栋家属楼一层，当时用以临时仓储）、小车库

			(3栋)、酒瓶库(1栋)等52栋(幢)建筑物,面积合计68,080.51平方米
构筑物及其他辅助设施	559	559	粮食钢仓基础、管道、热网地沟、下水道、大门、围墙、地坪、回水池等15处设施
机器、电子设备	1,813	1,800	1,713台(套)(2004年12月末数)
运输设备	331	323	56辆(2004年12月末数)
合 计	7,622	7,600	

上表各项资产均与酒生产经营相关。

(四)无形资产

均系与酒生产经营相关的商标(9项注册商标、5项商标申请权)。

(2) 青稞酒有限的设立情况

2005年1月13日,五联联合会计师事务所有限公司出具“五联青验字(2005)第02号”《验资报告》,验证华实投资、互助县国资营运中心已分别以2,110万元货币资金、3,390万元净资产缴纳出资。

2005年1月27日,青稞酒有限取得青海省工商局颁发的《企业法人营业执照》,该营业执照载明:注册资本7,500万元(实际到位5,500万元)。

2005年7月12日,五联联合会计师事务所有限公司出具“五联青验字(2005)第052号”《验资报告》,验证华实投资已以2,000万元货币资金缴纳出资。

2005年7月15日,青稞酒有限取得变更后的《企业法人营业执照》。

青稞酒成立时的股权结构如下:

股东名称	出资额(万元)	出资比例(%)
华实投资	4,110	54.80
互助县国资营运中心	3,390	45.20
合 计	7,500	100.00

(3) 关于青稞酒有限设立时华实投资分期缴纳出资问题

如上所述,青稞酒有限设立时,华实投资认缴的4,110万元出资系分两期缴纳。虽当时有效的《公司法》(2004年修正)尚未允许分期出资,但鉴于:

①青海省政府规章允许分期出资。青海省人民政府于2003年6月19日印发的“青政[2003]35号”《青海省实施西部大开发战略若干政策措施》第一条第(二)款第1项规定:有限责任公司设立时,股东实缴资本达10,000元即可登记注册。公司章程中的认缴额,可由股东向登记注册机关提交承诺书,分期注入认缴额,期

限为3年。逾期达不到的，登记注册机关按实际投入资金核定公司的注册资本。

②华实投资已依上述规定，于青稞酒有限成立前即2005年1月12日，向青海省工商局提交《出资承诺书》，承诺于2005年7月31日前缴足出资。后华实投资已履行该项承诺。

③在华实投资未缴足出资前，青稞酒有限的《企业法人营业执照》载明注册资本7,500万元（实际到位5,500万元），对其债权人而言处于明示状态，不存在欺骗债权人和社会公众的情形。

④在华实投资未缴足出资前，青稞酒未向其股东分配任何利润。

综上所述，青稞酒有限设立时华实投资分期出资一事，不存在虚报注册资本、虚假出资的情形，不属于重大违法违规行为，对公司本次发行上市不构成障碍。为此，青海省工商局已出具《关于青海互助青稞酒有限公司出资事项的确认函》。就公司因此可能被追究或处以的任何责任或罚款，公司控股股东华实投资、实际控制人李银会先生已出具代为承担的承诺函。

（4）关于青稞酒有限设立时互助县国资营运中心部分出资资产未过户的问题

①车辆

互助县国资营运中心作为出资投入青稞酒有限的车辆共有56辆。截至2007年9月11日，30辆已变更登记至青稞酒有限名下；2辆为厂内用车，无须办理登记手续；24辆未办理变更登记手续，其中：20辆已报废，4辆已转让。

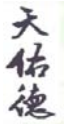
根据公安部“公交管[2000]110号”《关于机动车财产所有权转移时间问题的复函》、最高人民法院研究室“法研[2000]121号”《关于如何认定买卖合同中机动车财产所有权转移时间问题的复函》及《物权法》等相关规定，车辆所有权自交付时起转移。互助县国资营运中心用以出资的部分车辆未过户，不影响所有权的转移，不存在虚报注册资本、虚假出资的情形。

②商标

截至改制评估基准日即2004年11月30日，青稞酒集团共拥有9项商标权、5项商标申请权，均已纳入评估范围（评估值为534万元），均已由互助县国资营运中心按评估值作价出资投入青稞酒有限。截至2006年3月28日，13项商标权（前述5项申请中的商标已有4项获准注册）、1项商标申请权均已变更登

记至青稞酒有限名下（前述 1 项申请中的商标后亦已获准注册）。

前述改制投入的商标明细具体如下：

序号	商标	商标注册号	类别（核定使用商品）	到期日
1		第 3400971 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；葡萄酒；酒（饮料）；酒精饮料（啤酒除外）；清酒；青稞酒；料酒；滋补酒；保健酒	2014. 2. 6
2		第 1122980 号	第 33 类：青稞白酒；青稞清酒；青稞黄酒	2017. 10. 27 （2006 年 2 月 28 日过户，2007 年续展）
3		第 1146985 号	2008 年 1 月 27 日到期，未予续展。	
4		第 124503 号	第 33 类：酒	2013. 2. 28
5		第 3135030 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；葡萄酒；酒（饮料）；白酒；清酒；青稞酒；黄酒；保健酒；滋补酒	2013. 4. 20
6		第 3135031 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；葡萄酒；酒（饮料）；白酒；清酒；青稞酒；黄酒；保健酒；滋补酒	2013. 4. 20
7		第 3400952 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；葡萄酒；酒（饮料）；酒精饮料（啤酒除外）；清酒；青稞酒；料酒；滋补酒；保健酒	2014. 2. 6
8		第 3400953 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；葡萄酒；酒（饮料）；酒精饮料（啤酒除外）；清酒；青稞酒；料酒；滋补酒；保健酒	2014. 2. 6
9		第 3400954 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；葡萄酒；酒（饮料）；酒精饮料（啤酒除外）；清酒；青稞酒；料酒；滋补酒；保健酒	2014. 2. 6
10		第 3708083 号	第 33 类：果酒（含酒精）；鸡尾酒；酒（饮料）；伏特酒（酒）；清酒；青稞酒；黄酒；食用酒精；保健酒；滋补酒	2015. 4. 13
11		第 3708085 号	第 33 类：果酒（含酒精）；鸡尾酒；酒（饮料）；伏特酒（酒）；清酒；青稞酒；黄酒；食用酒精；保健酒；滋补酒	2015. 4. 20

12		第 3726619 号	第 33 类：果酒（含酒精）；鸡尾酒；酒（饮料）；伏特酒（酒）；清酒；青稞酒；黄酒；食用酒精；保健酒；滋补酒	2015. 4. 27
13		第 3726620 号	第 33 类：果酒（含酒精）；鸡尾酒；酒（饮料）；伏特酒（酒）；清酒；青稞酒；黄酒；食用酒精；保健酒；滋补酒	2015. 4. 27
14		第 4038595 号	第 33 类：果酒（含酒精）；鸡尾酒；酒（饮料）；伏特酒（酒）；清酒；青稞酒；黄酒；食用酒精；保健酒；滋补酒	2016. 5. 20

如上所述，青稞酒集团改制时全部商标的评估值为534万元。而2011年1月青稞酒有限整体变更为股份有限公司时全部商标的评估值为3,905万元，该次商标评估增值的原因在于：

（一）行业发展态势、国家产业政策的变化

改制评估前，我国白酒行业尚处于产业调整阶段，产量于1997-2004年期间连续八年下降；国家自2001年5月起对白酒开征从量消费税。

本次评估前，我国白酒行业自2007年起步入繁荣发展阶段，2010年产量已超过1996年；国家自2006年4月起降低白酒从价消费税率（由25%降为20%，从量税率未变）。

（二）发行人盈利状况的变化

根据《资产评估准则—无形资产》及相关规定，商标评估应结合企业历史经营状况，重点分析未来收益的可预测性。

改制评估前，青稞酒集团连续三年亏损（2004年1-11月亏损2,104万元），未来盈利前景不明。

本次评估前，公司已连续四年盈利，2007-2010年度分别实现净利润2,105、4,918、11,358、13,554万元。

除上述行业发展态势、国家产业政策变化因素外，改制后公司盈利水平大幅提升尚得益于其在品牌建设、营销模式转变、产品结构调整、管理效率提高上采取的一系列措施，详见本节“三、（四）”之相关内容。

（三）发行人拥有注册商标数量的变化

如上所述，截至改制评估基准日即2004年11月30日，青稞酒集团仅拥有9项注册商标（含1项中国驰名商标）；而截至本次评估基准日即2010年12月31日，

公司（仅母公司）已拥有33项注册商标（含2项中国驰名商标），并于2010年6月被国家工商总局确定为“国家商标战略实施示范企业”（全国共41家，其中白酒生产企业仅5家：五粮液、茅台、汾酒、伊力特、公司）。

④发行人在商标上的投入情况

根据《资产评估准则—无形资产》及相关规定，商标评估应考虑企业在商标上的投入情况。2008-2010年度，公司共计投入广告宣传费用4,526万元。

③房屋

截至目前，互助县国资营运中心作为出资投入青稞酒有限的房屋均已变更登记至青稞酒有限或公司名下。

鉴于上述商标和房屋自青稞酒有限设立时起，一直为其实际占有、使用并享有收益权；且其后均已办理完毕变更登记手续，故不存在虚报注册资本、虚假出资的情形，不构成重大违法违规行为，不影响青稞酒设立的有效性及其有效存续。青海省工商局为此已出具《关于青海互助青稞酒有限公司出资事项的确认函》。

2、2007年6月青稞酒有限第一次增资

2007年6月21日，青稞酒有限召开股东会，决定将其注册资本由7,500万元增至10,000万元，由华实投资单方以货币资金增资2,500万元。

是次增资的价格为1元/股，青稞酒有限2006年12月31日经审计的、经评估的每股净资产分别为0.49、0.67元/股。前述评估系互助县财政局、青稞酒有限因下文所述股权转让事项而委托评估机构进行，评估结果业经海东地区国资委于2007年6月11日予以核准；是次增资未另行评估。

是次增资事项及增资价格、不另行评估一事，均已经海东地区国资委、经贸委于2007年6月20日以《关于同意青海互助青稞酒有限公司增资的函》批准。

2007年6月22日，北京五联方圆会计师事务所有限公司青海分所出具“五联方圆青验字（2007）54号”《验资报告》，验证华实投资已以2,500万元货币资金缴纳出资。

2007年6月28日，青稞酒有限取得变更后的《企业法人营业执照》。

是次增资完成后，青稞酒有限的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
华实投资	6,610	66.10

互助县国资营运中心	3,390	33.90
合 计	10,000	100.00

3、2007年11月青稞酒有限第一次股权转让

（1）股权转让过程

2007年2月6日，北京五联方圆会计师事务所有限公司青海分所出具“五联方圆青审字[2007]249号”《审计报告》，青稞酒有限于2006年12月31日经审计的净资产为3,706.16万元。

2007年3月24日，青海中科华资产评估有限公司出具“青华评报字[2007]第009号”《资产评估报告书》。是次评估的范围为青稞酒有限所拥有的全部资产及相关负债；青稞酒有限于评估基准日即2006年12月31日经评估的净资产为4,412.69万元，增值706.54万元，增值率为19.06%。

2007年6月11日，海东地区国资委下发“东国资[2007]01号”《关于核准青海互助青稞酒有限公司资产评估结果的通知》，青稞酒有限经核准的评估后净资产为5,004.89万元，增值1,298.73万元，增值率为35.04%。

2007年9月30日，海东地区国资委、经贸委下发“东国资[2007]02号”《关于同意青海青稞酒集团公司职工安置方案和国有股进行转让并用于安置职工的通知》，同意互助县国资营运中心将其所持青稞酒有限的股权予以转让；转让底价为2,262万元（青稞酒有限经核准的评估后净资产与互助县国资营运中心的出资比例之积）；转让采取拍卖方式，委托青海省产权交易市场的会员单位即青海省产权拍卖有限责任公司进行；转让价款中的1,055万元用于偿还对青海中行的借款（含利息），剩余部分用于安置职工、上交财政。

2007年10月11日，互助县经贸局与青海省产权拍卖有限责任公司签订《委托拍卖合同》，合同载明的拍卖底价为2,265万元。

2007年10月12日，青海省产权拍卖有限责任公司于《青海法制报》上发布拍卖公告，展示时间为10月12日-18日。

2007年10月19日，青海省产权拍卖有限责任公司举行拍卖会。华实投资以2,265万元的应价竞得，并与青海省产权拍卖有限责任公司签订《拍卖成交确认书》。

2007年11月14日，青稞酒有限召开股东会，同意互助县国资营运中心将其所持股权按拍卖价转予华实投资。同日，双方签订《股权转让协议》。

2007年11月30日，青稞酒有限取得变更后的《企业法人营业执照》。

是次股权转让完成后，青稞酒有限的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
华实投资	10,000	100.00
合 计	10,000	100.00

（2）股权转让价款的支付情况

①用于偿还对青海中行的借款

2007年12月26日和2008年6月25日、11月7日，华实投资向青海中行分别支付50、510、335万元，共计895万元。

根据上述“东国资[2007]02号”《关于同意青海青稞酒集团公司职工安置方案和国有股进行转让并用于安置职工的通知》，转让价款中的1,055万元用于偿还对青海中行的借款（含利息）。因华实投资实际仅偿还895万元，差额160万元华实投资已于2008年11月12日支付予互助县国资营运中心。

②用于职工安置：2007年10月17日、12月18日，华实投资向互助县经贸局分别支付100、1110万元，共计1,210万元。

③关于评估基准日至股权转让工商变更登记手续完成日之间的期间损益

是次股权转让的评估基准日即2006年12月31日距工商变更登记手续完成日即2007年11月30日间隔11个月，为保障国有股东的利益，由互助县国资营运中心与华实投资协商，并经海东地区国资委于2008年11月11日以“东国资 [2008]125号”《关于青海互助青稞酒有限公司国有股权转让期间损益的通知》批准，除股权转让款外，华实投资向互助县国资运营中心另行支付954万元期间损益（按青稞酒有限2007年度净利润和华实投资增资前互助县国资营运中心的出资比例即45.2%计算，已于2008年11月12日支付完毕）。

（3）关于本次股权转让拍卖前未委托产权交易机构公开披露转让信息以征集受让方的问题

青稞酒有限本次股权转让在拍卖前，未委托产权交易机构公开披露转让信息以征集受让方，与《企业国有产权转让管理暂行办法》第十四条的规定存在不一致之处。但鉴于：

①是次股权转让的信息已由青海省产权拍卖有限责任公司于2007年10月12日在《青海法制报》上以拍卖公告的形式公开披露。

②是次股权转让已按《企业国有产权转让管理暂行办法》第五条、第十七条的规定采取拍卖方式；采取拍卖方式、所委托的拍卖人、转让底价均已经海东地区国资委、经贸委事先批准；拍卖程序符合《拍卖法》的规定。

③是次股权转让已按规定履行审计、评估、评估结果核准、股权转让批准程序，转让价格高于评估结果，符合《企业国有产权转让管理暂行办法》相关规定。

④是次股权转让的受让方已自股权转让协议签订之日起1年内付讫全部转让价款及期间损益，符合《企业国有产权转让管理暂行办法》相关规定。

综上所述，青稞酒有限是次股权转让在拍卖前未委托产权交易机构公开披露转让信息以征集受让方一事，未造成国有资产流失，转让行为有效，对公司本次发行上市不构成障碍。青海省国资委为此已出具《关于青海互助青稞酒有限公司国有股权转让事项的情况说明》。

4、2010年6月青稞酒有限第二次股权转让及第二次增资

2010年6月19日，华实投资作出决定：将其持有的1,000万元出资分别转予浙江联泰（500万元）、福建劲达（200万元）、深圳嘉木（175万元）、北京天同（125万元）；与此同时，将青稞酒有限的注册资本由10,000万元增至12,000万元，浙江联泰、福建劲达、深圳嘉木、北京天同、上海津博分别认缴新增2,000万元注册资本中的900、400、250、300、150万元；转让和增资价格同为8.2元/股（按2009年度净利润和增资后注册资本测算，市盈率为8.66倍）。

2010年6月21日，华实科技与浙江联泰、福建劲达、深圳嘉木、北京天同等4名新增股东签订《股权转让协议》。

2010年6月28日，中磊会计师事务所有限责任公司出具“中磊验字[2010]第8006号”《验资报告》，验证浙江联泰、福建劲达、深圳嘉木、北京天同、上海津博等5名新增股东已以16,400万元货币资金缴纳出资。

2010年6月30日，青稞酒有限取得变更后的《企业法人营业执照》。

是次股权转让及增资完成后，青稞酒有限的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
华实投资	9,000	75.00
浙江联泰	1,400	11.67
福建劲达	600	5.00

深圳嘉木	425	3.54
北京天同	425	3.54
上海津博	150	1.25
合 计	12,000	100.00

（三）与青稞酒集团改制相关的其他事项

1、青稞酒集团改制后剩余的资产、负债明细

单位：万元

项 目	2004年11月末	项 目	2004年11月末
货币资金	709	短期借款	7,333
应收账款	1,479	应付账款	133
其他应收款	3,793	预收款项	1,263
预付账款	160	其他应付款	2,189
存货	558	应付股利	2
待摊费用	49	应付工资	4
待处理流动资产净损失	10	应付福利费	547
长期投资	599	应交税金	2,537
固定资产净值	2,847	其他未交款	100
在建工程	486	预提费用	1,075
固定资产改良支出	83	长期借款	860
		负债合计	16,042
资产总计	10,772	净资产	-5,269

上表各主要资产的具体内容如下：

（1）存货

单位：万元

类 别	2004年11月末	具体内容
原材料	56	玉米、小麦等饲料，劳保、办公用品
低值易耗品	7	主要系餐具、衣架等
产成品	495	其中379万元为各系列成品酒（即经销公司全部存货），其余系畜禽、汽柴油等
合 计	558	

(2) 长期投资

主要系对酒业公司的投资。

(3) 固定资产

剩余固定资产共计2,847万元，其中：与酒生产经营相关、无关的部分各为713万元、2,134万元，各自的具体内容如下：

①与酒生产经营相关

单位：万元

类 别	2004年11月末	具体内容
房屋建筑物	625	窖池（3处）、酿造、糖化酶车间、大曲库、食堂、浴室、服务部等11栋（幢），面积合计11,486.30平方米。后均已由青稞酒有限拍卖取得。
其中：土地使用权	426	面积164,258.30平方米，系划拨地，评估值系改制前支付的征地补偿费。后青稞酒有限于2007年5月通过出让方式取得其中与酒生产经营相关的118,070.08平方米工业用地；余下土地中的17,678.14平方米工业用地由青稞城投资通过出让方式取得，另28,510.08平方米系未拆迁且已房改的职工住宅用地。
构筑物及其他辅助设施	88	道路、地坪、喷泉（石碑人像）等4处。后均已由青稞酒有限拍卖取得。
合 计	713	

注：上表房屋建筑物中，在拍卖资产评估时，有3处窖池重分类为构筑物及其他辅助设施。

②与酒生产经营无关

单位：万元

类 别	2004年11月末	具体内容
房屋建筑物	1,668	酒家、新元加工厂（简易仓库、瓶盖和纸箱车间、畜禽圈舍、屠宰车间、宿舍、食堂）等44栋（幢），面积合计18,509.35平方米，评估净值合计1,621万元。除前述1栋食堂（面积为1,028平方米）外，其余43栋（幢）后均已由华实投资委托拍卖取得。
其中：土地使用权	47	新元加工厂使用的一宗土地，改制当时《国有土地使用证》号为互国用(2000)字第0026961，位于互助县双树乡新元村，面积为64,433.70平方米。后已由华实投资委托拍卖取得。
构筑物及其他辅助设施	126	新元加工厂使用的围墙、大门、地坪、马路等14处。后均已由华实投资委托拍卖取得。
机器、电子设备	259	766台（套）。后由华实投资委托拍卖取得新元加工厂使用的133台（套）生产、办公设备。
运输设备	81	31辆。后由华实投资委托拍卖取得新元加工厂使用的3辆车。
合 计	2,134	

注：上表房屋建筑物中，在拍卖资产评估时，有 1 栋简易仓库重分类为构筑物及其他辅助设施。另，新元加工厂（改制时已非企业法人），除从事养殖、屠宰业务外，尚曾于上表所列瓶盖和纸箱车间中生产酒用包装材料，但改制前即已停止生产，青稞酒有限成立后采取招标方式独立对外采购酒用包装材料，故将瓶盖和纸箱车间列为与酒生产经营无关的资产。

（4）在建工程

单位：万元

类 别	2004年11月末	具体内容
与酒生产经营相关	319	罐体、离心机等13台（套）待安装设备。后由青稞酒有限拍卖取得。
与酒生产经营无关	167	客房部。后由华实投资拍卖取得（拍卖当时已转为固定资产）。
合 计	486	

2、青稞酒集团改制时未投入青稞酒有限且与酒生产经营相关的剩余资产的处理情况

在青稞酒集团改制时剩余的存货、固定资产、在建工程等实物资产、长期投资中，尚有部分与酒生产经营相关的资产（明细情况详见上文）未投入青稞酒有限，包括：青稞酒集团部分固定资产（含一宗划拨土地，系青稞酒有限主要生产场所），青稞酒厂2.29%的固定资产、全部在建工程、对酒业公司的投资，经销公司全部存货、对西宁文和的投资，物业公司部分固定资产。该等资产的后续处理情况如下：

上述固定资产（不含土地）、在建工程于2007年7月由青稞酒有限通过拍卖方式取得；土地于2007年5月由青稞酒有限通过出让方式取得；西宁文和于2005年6月由经销公司转予青稞酒销售。

经销公司全部存货由其自行对外销售，该公司及酒业公司后续状况详见下文。

3、改制后青稞酒集团及其所控制企业（不含京科贸易、西宁文和）的后续状况

青稞酒集团：2008年11月17日因未参加2006、2007年检而被吊销营业执照，2011年3月24日被核准注销工商登记。

青稞酒厂：2008年2月14日因未参加2006、2007年检而被吊销营业执照，2011年7月20日被核准注销工商登记。2005年1月青稞酒有限成立后，青稞酒厂即已停止从事酒的生产、销售。

经销公司：2010年4月21日因未参加2008年检而被吊销营业执照，2011年6

月8日被核准注销工商登记。青稞酒有限成立后，经销公司自2008年7月起全面停止酒的销售（其2005-2008年度销售收入分别为2,760、14、0、18万元，2006年度的14万元销售收入系其于当年3月实现，2008年度的18万元销售收入系其于当年3、6月分别实现8、10万元），于2011年5月16日被批准注销税务登记。

酒业公司：2006年11月22日因未参加2005年检而被吊销营业执照，2011年7月20日被核准注销工商登记。青稞酒有限成立前，酒业公司即已停止从事酒的生产、销售，于2007年1月16日被批准注销税务登记。

物业公司：2006年3月8日被核准注销工商登记。

青稞酒集团破产时，因财产混同，经青稞酒集团破产管理人向互助县法院报告并由后者确认，青稞酒厂、经销公司、酒业公司一并纳入青稞酒集团破产清算范围。2009年12月15日，经互助县法院以“（2008）互民破字第800-5号”《民事裁定书》裁定，青稞酒厂、经销公司、酒业公司破产程序终结。

4、2006年12月青稞酒有限将改制移交的全部银行借款及相关资产划回青稞酒集团

2005年1月青稞酒有限成立时，其承担的青稞酒集团所负债务中含对互助工行的5,760万元借款、对青海中行的500万元借款（于2005年1月26日偿还60万元），相关资产亦由青稞酒集团移交予青稞酒有限。虽青稞酒集团改制时已通知银行，银行亦曾同意将部分贷款由青稞酒集团转移至青稞酒有限，但因担保问题，银行始终未与青稞酒集团、青稞酒有限签订贷款转移协议。

为保证国有股东出资的合法性，青海省国资委、经委于2006年12月23日下发“青经企[2006]354号”《关于青海青稞酒业（集团）有限责任公司调整改制方案的批复》，同意以2006年12月20日为基准日，将转移至青稞酒有限的6,200万元银行借款（互助工行5,760万元、青海中行440万元）及相关的5,731万元资产划回青稞酒集团，差额469万元作为青稞酒有限对青稞酒集团的负债。因未导致青稞酒有限的净资产减少，故不存在股东抽逃出资的问题。青海省工商局为此已出具《关于青海互助青稞酒有限公司出资事项の確認函》。

划回资产的后续处理情况如下：

类别（单位）	改制投入	未划回	划回		
			合计	拍卖取得	未拍卖取得
房屋建筑物（栋或幢）	52	3，成品库等	49	41，窖池、自备井、制曲、酿造、精加工、包装车间、办公楼（1栋）等	8
构筑物及其他辅助设施（处）	15	5，围墙、地坪	10	9，粮食钢仓基础、管道、热网地沟、下水道、大门等	1
机器、电子设备（台或套）	1,713	160	1,553	1,398	155
划回时账面值合计(万元)			5,731	4,930	802

注：上表拍卖取得的划回资产中，在拍卖资产评估时，有4处窖池、4口自备井由房屋建筑物重分类为构筑物及其他辅助设施，另有粮食钢仓基础等4处设施由构筑物及其他辅助设施重分类为2台（套）机器、电子设备。

青稞酒有限未拍卖取得部分划回资产的原因：

（1）1栋办公楼、1栋家属楼营业室（原用以临时仓储）：划回时账面值为358万元；因位于青稞酒有限北厂区外且临街面，土地将由筹建中的青稞城投资出让取得，办公楼由其用以独立办公，故由华实投资委托拍卖取得。

（2）另2栋家属楼营业室（原用以临时仓储）、3栋小车库：划回时账面值为164万元；因位于青稞酒有限南厂区外，拍卖当时已被列入市政拆迁规划，土地将由筹建中的青稞城投资出让取得，故由华实投资委托拍卖取得。

（3）1栋酒瓶库（简易仓储）、1处回水池（实际未使用）、155台（套）用于办公的电子设备：划回时账面值为280万元（其中电子设备35万元）；未纳入拍卖资产范围。酒瓶库、回水池亦位于青稞酒有限南厂区外（所处土地亦将由筹建中的青稞城投资出让取得）且被列入市政拆迁规划，电子设备于划回前后已基本无使用价值，故拍卖完成后该等资产未由青稞酒有限通过其他方式取得，仍留在青稞酒集团。

5、2007年7月青稞酒有限竞得青稞酒集团司法拍卖的资产

（1）司法拍卖起因及过程

截至2004年12月31日，青稞酒集团共向互助工行借款11,743万元（改制时转移5,760万元至青稞酒有限，后又由青稞酒有限划回青稞酒集团）。

2006年12月30日，互助县法院根据互助工行的申请，发出“（2007）互民督字第1-17号”《支付令》，青稞酒集团应给付互助工行贷款本金11,743万元及

利息 2,083 万元。

上述支付令发出后，互助县法院于 2007 年 4 月 10 日向青稞酒集团发出《执行通知书》，责令青稞酒集团履行给付义务，但青稞酒集团未予履行。后青稞酒集团因无给付能力，同意以其资产抵偿对互助工行的借款本息。为保证《支付令》的执行，互助县法院于 2007 年 4 月 17 日查封青稞酒集团的资产，并委托北京中科华会计师事务所青海兴华分所对该等资产进行评估。

2007 年 4 月 20 日，北京中科华会计师事务所青海兴华分所出具“中科华青评报字[2007]第 014 号”《资产评估报告书》。青稞酒集团被查封资产于评估基准日即 2006 年 12 月 31 日经评估的价值为 8,918 万元，增值 903 万元，增值率为 11.26%。前述《资产评估报告书》送达后，互助工行、青稞酒集团均未提出异议，互助县法院予以确认。

2007 年 4 月 26 日，互助工行、青稞酒集团协商并经互助县法院审查确定，由青海省产权拍卖有限责任公司对青稞酒集团被查封的资产进行公开拍卖。

2007 年 4 月 27 日，青海省产权拍卖有限责任公司在《青海法制报》上刊登《拍卖公告》，第一次拍卖时间为 2007 年 5 月 12 日。

2007 年 5 月 12 日，青海省产权拍卖有限责任公司举行第一次拍卖。根据 2007 年 5 月 25 日互助县法院的《执行笔录》：该次拍卖由于价位过高、无人应拍，导致流拍。

2007 年 5 月 14 日，青海省产权拍卖有限责任公司再次在《青海法制报》上刊登《拍卖公告》，第二次拍卖时间为 2007 年 5 月 29 日。

根据 2007 年 5 月 25 日互助县法院的《执行笔录》：第二次拍卖举行前，互助县法院曾依《最高人民法院关于人民法院民事执行中拍卖、变卖财产的规定》第八条第二款之规定，就保留价征询互助工行、青稞酒集团的意见。青稞酒集团建议第二次拍卖的保留价定为 5,000 万元，互助工行对此表示同意。前述青稞酒集团建议保留价一事，业经海东地区国资委、经贸委于 2007 年 5 月 21 日，以《关于同意青海青稞酒业（集团）有限责任公司所属资产拍卖底价的函》予以批准。

2007 年 5 月 28 日，互助县法院向青海省产权拍卖有限责任公司发出《通知》，将原定于 2007 年 5 月 29 日举行的拍卖延期至 2007 年 6 月 12 日。

2007 年 6 月 12 日，青海省产权拍卖有限责任公司举行第二次拍卖，青稞酒有限以 5,000 万元的应价竞得。同日，双方签订《拍卖成交确认书》。后青稞酒

有限已于 2007 年 6 月 29 日依约付清成交价款。

2007 年 7 月 2 日，互助县人民法院作出“（2007）互执字第 109-1 号”《民事裁定书》，裁定：青海省产权拍卖有限责任公司的《拍卖成交确认书》符合有关法律规定，本院予以确认；被执行人青稞酒集团所属评估资产即属青稞酒有限。

2007 年 7 月 13 日，青稞酒集团、青稞酒有限、互助县人民法院分别作为移交人、接交人、监交人，共同签署《固定资产移交表》。

2007 年 7 月 18 日，互助县人民法院作出“（2007）互执字第 101—117 号《民事裁定书》，因青稞酒集团以 5,000 万元拍卖价款清偿互助工行借款本息后，已无其他财产可供执行，裁定“（2007）互民督字第 1-17 号”《支付令》终结执行。

另，以青稞酒有限名义竞得的 8,918 万元资产中，有 2,770 万元资产系受华实投资委托参与竞拍。该等资产与白酒生产经营无关，华实投资拟以该等资产对青稞城投资进行增资。有鉴于此，互助县人民法院于 2007 年 10 月 17 日作出“[2007]互执字第 109-3 号”《民事裁定书》，裁定：6,148 万元资产（对应成交价款为 3,447 万元）归属青稞酒有限，2,770 万元资产（对应成交价款为 1,553 万元）归属青稞城投资。就青稞酒有限先行垫付的 1,553 万元，后华实投资已予清偿。

（2）关于拍卖保留价问题

本次拍卖资产的评估价为 8,918 万元，而第二次拍卖由互助县人民法院确定的保留价为 5,000 万元，与《最高人民法院关于人民法院民事执行中拍卖、变卖财产的规定》第八条第三款的规定存在不一致之处。但鉴于：

①第二次拍卖举行前，互助县人民法院已依《最高人民法院关于人民法院民事执行中拍卖、变卖财产的规定》第八条第二款的规定，就保留价征询当事人即互助工行、青稞酒集团的意见，并已获债权人即互助工行同意。

②青稞酒有限作为善意第三人，通过司法程序竞得拍卖资产并已全额支付成交价款。

综上所述，青稞酒有限合法拥有所竞得的拍卖资产，无纠纷或潜在纠纷。

（3）关于青稞酒有限租赁竞得资产一事

2006 年 12 月至 2007 年 7 月，竞得资产被青稞酒有限实际占有和使用。2006 年 12 月 23 日，青海省国资委、经委下发“青经企[2006]354 号”《关于青海青稞酒业（集团）有限责任公司调整改制方案的批复》，同意青稞酒有限向青稞酒集团租赁该等资产。2007 年 7 月 20 日，海东地区国资委、经贸委下发《关于退

回青海青稞酒业（集团）有限责任公司资产租赁事项的函》，同意租赁费用为280万元（以该等资产于2006年12月至2007年7月按评估值计提的折旧计算而得）。青稞酒有限已于2007年8月20日向青稞酒集团付清租赁费用。

（4）青稞酒集团被法院查封拍卖资产的明细情况如下表（按评估值列示）：

单位：万元

类 别	与酒生产经营相关			与酒生产经营无关	合计
	改制时集团 剩余资产	划回集团的 资产	小 计		
房屋建筑物	385	3,517	3,902	2,240	6,142
构筑物及 其他辅助设施	110	258	368	108	476
机器、电子、运 输设备	14	1,199	1,213	61	1,274
在建工程	523	-	523	-	523
土地使用权	142	-	142	361	503
合 计	1,174	4,974	6,148	2,770	8,918

拍卖资产的具体内容如下：

①青稞酒有限所得与白酒生产经营相关的6,148万元拍卖资产

类 别	改制时集团剩余资产	划回集团的资产
房屋建筑物	酿造、糖化酶车间、大曲库、食堂、浴室、服务社、青稞大酒店（2栋）等10栋（幢），面积合计6,003.92平方米	制曲、酿造、精加工、包装车间、办公楼（1栋）等33栋（幢），面积合计47,757.53平方米
构筑物与 其他辅助设施	窖池、道路、地坪、喷泉（石碑人像）等7处	窖池、自备井、管道、热网地沟、下水道、大门等13处
机器、电子设备	青稞大酒店所属516台（套）	粮食钢仓基础等1,400台（套）
在建工程	罐体、离心机等13台（套）待安装设备	-
土地使用权	青稞大酒店上的一宗土地，拍卖当时《国有土地使用证》号为“宁国用（2004）第211号”，位于西宁市新宁路，面积为1,747.70平方米。	-

注：青稞大酒店所属资产在改制评估报告中未列为固定资产，系于其他应收款中列示（因改制时由青海青稞贸易有限公司实际经营，该公司股东非青稞酒集团控制的企业）。拍卖前，青稞大酒店已改造为办公场所，故青稞酒有限决定由其拍卖取得。

②华实投资所得与白酒生产经营无关的2,770万元拍卖资产

类 别	具体内容
房屋建筑物	酒家、新元加工厂（瓶盖和纸箱车间、畜禽圈舍、屠宰车间、宿舍）、客房部、办公楼（1栋）、家属楼营业室（3栋）、小车库（3栋）等50栋（幢），面积合计28,437.13平方米

土地使用权	新元加工厂使用的一宗土地，拍卖当时《国有土地使用证》号为“互国用(2000)字第0026961”，位于互助县双树乡新元村，面积为64,433.70平方米
构筑物及其他辅助设施	新元加工厂的简易仓库、围墙、大门、地坪、马路等15处
机器、电子设备	新元加工厂使用的133台（套）生产、办公设备
运输设备	新元加工厂使用的3辆车

③华实投资委托青稞酒有限拍卖其所得 2,770 万元资产的原因

在青稞酒集团所属资产被司法拍卖以清偿其对互助工行所负债务一事中，青稞酒有限、华实投资各自所得资产一并被互助县人民法院查封并共同构成一项拍卖标的，仅可由青稞酒有限、华实投资中的一人参加竞购、签署成交确认书、支付成交价款。拍卖资产中有 69%与青稞酒有限从事白酒生产经营相关，故双方协商由青稞酒有限参与竞购。

6、2009 年 12 月青稞酒集团破产

2008 年 1 月 15 日，青稞酒集团召开董事会，决定向法院提交破产申请。

2008 年 4 月 18 日，海东地区国资委下发“东国资[2008]036 号”《关于同意青海青稞酒业（集团）有限责任公司破产的批复》，同意青稞酒集团依法破产。

2008 年 5 月 28 日，青稞酒集团向互助县人民法院提交《破产申请书》。

2008 年 6 月 10 日，海东地区中级法院下发“（2008）东破通字第 2 号”《通知》，同意互助县人民法院立案受理青稞酒集团的破产申请，将青稞酒集团 2007 年 8 月成立的清算组（由互助县经贸局、财政局、国税局及辉煌律师事务所相关人士组成）指定为管理人。

2008 年 6 月 16 日，互助县人民法院作出“（2008）互民破字第 800-1 号《民事裁定书》，决定立案受理青稞酒集团的破产申请；2008 年 6 月 18 日，互助县人民法院作出“（2008）互民破字第 800-2 号《民事裁定书》，宣告青稞酒集团破产；2008 年 6 月 27 日，互助县人民法院在《人民法院报》上就前述事项予以公告。

2008 年 9 月 25 日，互助县人民法院召集召开第一次债权人会议。

2009 年 11 月 5 日，互助县人民法院作出“（2008）互民破字第 800-3 号《民事裁定书》，确认债权总额为 8,018 万元。

2009 年 12 月 14 日，管理人向互助县人民法院提交《清算工作报告》、《清算终结报告》。

2009 年 12 月 15 日，互助县人民法院作出“（2008）互民破字第 800-4 号”《民

事裁定书》，经管理人清算，青稞酒集团的破产财产不足支付破产清算费用，裁定青稞酒集团破产程序终结，未得到清偿的债权不再清偿。2010年1月4日，互助县法院在《人民法院报》上就前述事项予以公告。

2011年3月24日，青海省工商局下发“（青工商）登记内销字[2011]第05号”《准予注销登记通知书》，准予青稞酒集团注销登记。

7、关于青稞酒集团改制时债务的清偿情况

（1）转移至青稞酒有限的债务

青稞酒有限成立时，自青稞酒集团转移12,461万元（2004年12月末数据，11月末为12,805万元）债务至青稞酒有限，其中：银行债务6,260万元，2005年1月26日向青海中行清偿60万元，剩余6,200万元已于2006年12月20日退回青稞酒集团；其余债务6,201万元（2004年12月末数据，11月末为6,545万元），截至目前仅余39万元因3家债权人原因而尚未清偿。

上述其余债务中含职工集资款813万元，至2007年末即已清理完毕。

（2）关于银行、税务部门未与青稞酒集团、青稞酒有限办理债权债务转移手续的原因

2004年11月15日，青海省政府召开专题会议并印发“青阅[2004]81号”《青海青稞酒业（集团）有限责任公司改制问题专题会议纪要》，青稞酒集团的主要债权金融机构（工商银行和中国银行青海分行）、青海省国税局参加是次会议，原则同意青稞酒集团改制方案和改制方案中就金融债务剥离承担比例及历年未缴税款提出的处理意见，由青海省经委、国资委审批实施和具体落实。

①银行债务

根据青海省经委确认的《改制移交表》，2005年1月27日青稞酒有限成立时，其承担的青稞酒集团所负债务中含银行借款6,260万元（其中：互助工行5,760万元；青海中行500万元，于2005年1月26日偿还60万元）。

根据银行原则同意的改制方案，青稞酒有限成立后，银行要求其及青稞酒集团均应就各自承担的银行借款提供足额担保，但因两者均无力提供（青稞酒有限成立后，青稞酒有限、青稞酒集团分别取得7,600、3,333万元固定资产及在建工程，按银行要求的50%的抵押比例，分别仅可为3,800、1,667万元银行借款提供抵押，与两者分别承担的6,260、7,333万元银行借款相差甚多），故银行未与两者办理贷款转移手续；青稞酒有限遂根据由青海省国资委、经委批准的调整

后的改制方案，于2006年12月将原承担的6,200万元银行借款划回青稞酒集团。

②税收相关债务

根据青海省国税局原则同意的改制方案，改制评估基准日的未缴税费全部留在青稞酒集团。青稞酒有限成立时，实际自青稞酒集团转移439万元未缴税费（应交税金、其他未交款分别为425万元、14万元，其中消费税304万元、增值税99万元、其他税种22万元）至青稞酒有限（已于2005年4月缴清），剩余2,637万元未缴税费（应交税金、其他未交款分别为2,537万元、100万元，其中消费税2,507万元、增值税33万元、其他税种-3万元）留在青稞酒集团。

（3）留在青稞酒集团的银行债务

青稞酒集团改制后实际承担的剩余债务为22,711万元（详见下表；其中实际承担银行债务13,683万元），截至青稞酒集团破产时已清偿10,491万元（详见下表；其中清偿银行债务6,045万元；全部清偿额中未含经互助法院裁定毋须清偿的对互助工行的6,743万元借款），清偿率为46.19%。

青稞酒集团改制时全部债务为28,847万元，截至青稞酒集团破产时已清偿16,588万元（详见下表），清偿率为57.50%。

单位：万元

项 目	金额
A. 青稞酒集团改制时承担的剩余债务（注）	16,511
B. 2006年12月青稞酒有限划回青稞酒集团的银行债务	6,200
C. 青稞酒集团改制后实际承担的剩余债务=A+B	22,711
D. 青稞酒集团实际承担的银行债务=改制时青稞酒集团承担的7,483（互助工行5,983+青海中行1,350+互助建行150）+改制后青稞酒有限划回的6,200（互助工行5,760+青海中行440）	13,683
E. 青稞酒集团以其被法院查封拍卖资产所得款项向互助工行清偿	5,000
F. 华实投资代向青海中行支付	895
G. 青稞酒集团向互助建行清偿	150
H. 青稞酒集团清偿的银行债务=E+F+G	6,045
I. 青稞酒集团清偿的其他剩余债务	4,446
J. 青稞酒集团实际所承担剩余债务的清偿额=H+I	10,491
K. 青稞酒集团实际所承担剩余债务的清偿率=J/C	46.19%
L. 改制时青稞酒有限承担的债务（注）	12,336

M. 青稞酒有限实际承担的债务=L-B	6,136
N. 青稞酒有限清偿的银行债务（青海中行）	60
O. 青稞酒有限未清偿的其他债务	39
P. 青稞酒有限清偿的其他债务=M-N-O	6,037
Q. 青稞酒有限实际承担债务的清偿额=N+P	6,097
R. 青稞酒集团改制时的全部债务=C+M	28,847
S. 青稞酒集团改制时全部债务的清偿额=J+Q	16,588
T. 青稞酒集团改制时全部债务的清偿率=S/R	57.50%
①改制时青稞酒集团承担的互助工行借款	5,983
②改制时青稞酒有限承担的互助工行借款（后划回青稞酒集团）	5,760
③改制后青稞酒集团以其被互助县法院查封拍卖资产所得向互助工行清偿	5,000
④经互助县法院裁定的毋须清偿的互助工行借款=①+②-③	6,743
⑤改制时青稞酒集团承担的青海中行借款	1,350
⑥改制时青稞酒有限承担的青海中行借款	500
⑦改制后青稞酒有限向青海中行清偿	60
⑧改制后青稞酒有限划回青稞酒集团的青海中行借款=⑥-⑦	440
⑨华实投资代向青海中行支付	895
⑩青稞酒集团破产时未清偿的青海中行借款=⑤+⑧-⑨	895

注：根据改制评估报告，2004年11月末，青稞酒集团全部债务为28,847万元。在该等债务中，青稞酒有限、青稞酒集团分别承担12,336、16,511万元，与上表一致。但前文所列投入青稞酒有限、青稞酒集团剩余资产、负债的明细表中，青稞酒有限、青稞酒集团的负债合计分别为12,805、16,042万元，与前述两家公司承担的债务额分别相差469、-469万元，其原因系：投入青稞酒有限的净资产（负债按前述承担额计）较3,390万元（改制方案所确定的投入青稞酒有限的净资产额）大469万元，青稞酒有限遂将该差额记为对青稞酒集团的负债（其他应付款科目，后已清偿），青稞酒集团相应地将该差额作为其他应付款的负数列示（未记为其他应收款系为使两家公司明细表各会计科目之和与评估报告相一致）。

（4）青稞酒集团破产时尚未清偿的债务

青稞酒集团破产程序终结时，尚有8,018万元债务（含上述未清偿的对青海中行的895万元借款），经互助县法院裁定为破产债权。

就上述青稞酒集团破产程序终结时尚未清偿的8,018万元债务，根据最高人民法院《关于审理与企业改制相关的民事纠纷案件若干问题的规定》第七条、青海省高级人民法院于2006年11月29日作出的“（2006）青民一终字第83号”《民事判决书》、海东地区中级人民法院于2006年9月21日作出的“（2006）东经初字第06号”

《民事判决书》、海东地区中级法院于2007年4月19日作出的“（2007）东民二初字第10号”《民事判决书》：青稞酒有限应在其成立时自青稞酒集团接收的财产范围内（即3,390万元净资产），承担连带清偿责任；公司系由青稞酒有限整体变更而成，故亦应承担连带清偿责任。

根据最高人民法院《关于适用〈中华人民共和国公司法〉若干问题的规定（三）》第十九条：公司如须承担上述连带清偿责任，可请求互助县国资营运中心履行出资义务（华实投资对此承担连带责任；如其承担后，可向互助县国资营运中心追偿）。

为化解公司可能面临的潜在纠纷，使公司避免遭致可能的损失，并为保障国有资产的利益，华实投资已于2011年3月25日以3,390万元自有资金在互助农行开立共管账户（账号为28-210001040008769），并由公司、华实投资、互助农行于2011年3月24日签订《资金共管协议》，约定：如依生效判决或裁定，公司须向原青稞酒集团的债权人承担连带清偿责任时，互助农行应凭公司书面指令，自前述共管账户直接支付予相关债权人，而无须华实投资另行同意或授权；在公司所负连带清偿责任免除前，华实投资不得动用前述共管账户内的任何资金，互助农行对此进行全程监控；公司所负连带清偿责任免除后，前述共管账户内的剩余资金由华实投资收回；互助农行就其所提供服务而应收取的报酬或费用，由华实投资承担。

华实投资及发行人实际控制人李银会先生于2011年9月22日再度出具承诺如下：

①若依任何生效判决或裁定，致使青稞酒股份须向青稞酒集团破产债权的债权人承担连带责任的债权数额超过3,390万元，则超过部分华实投资承诺亦由其无条件向相关债权人直接支付，李银会先生承诺对此承担连带责任。

②就华实投资、李银会先生因青稞酒股份须承担连带责任而向青稞酒集团破产债权的债权人支付的任何款项，华实投资、李银会先生承诺不以任何形式向青稞酒股份、互助县国资营运中心追偿。

8、关于青稞酒集团国有身份职工安置问题

2007年11月互助县国资营运中心将所持青稞酒有限国有股权转让后，青稞酒集团国有身份职工共计897人，扣除病退122人、死亡1人后，需安置774人。

通过竞争上岗方式，青稞酒有限录用 693 人，青稞城投资录用 18 人，共安置 711 人，安置比例达 90%以上，符合《青海青稞酒业（集团）有限责任公司改制方案》的要求。

（四）公司改制设立后经营管理的变化及盈利能力大幅提高的原因

1、经营管理的变化

2005 年公司改制设立后，随着华实投资资金的投入、公司管理层的调整，使得公司经营管理发生了重大变革，主要包括以下几个方面：

（1）华实投资资金的投入，有力的促进了公司销售模式的改变，增强了对渠道的控制力，实现了公司与经销商的长期共赢合作

公司 2005 年以前采用的是密集分销模式，通过尽可能多的经销商来推销公司的产品，该模式的优点在于可以充分、快速的覆盖市场，但同时加剧了经销商之间的竞争，出现了经销商之间的串货、砸价等恶性竞争状况，导致市场混乱，降低了经销商以及消费者对公司的品牌忠诚度；2005 年改制后，随着华实投资资金的投入，以及相关管理人员的引进，公司组织专业的销售人员对终端市场进行开发、维护和管理，逐步向深度分销模式转变，保证市场价格和产品质量的稳定，提升消费者对公司产品的信任度，打造产品品牌；同时经销商重新进行整合筛选，将青海省内的经销商数量精简至 49 家，并对经销商进行严格管理，采取划定其销售区域等方法，防止经销商之间的串货、砸价、恶性竞争，稳定了经销商的利润空间，增强了公司对销售渠道的控制力，实现双方长期共赢的合作。

（2）重塑公司的品牌内涵，丰富公司青稞酒所具有的文化历史底蕴，提升消费者对公司的品牌认知度，将产品定位向中高端转变

2005 年以前，公司的主要产品为“互助”单一系列，定位于青海省内的中低端消费市场（且集中于低端），公司的经营状况不太理想；2005 年以来，通过成功挖掘公司青稞酒的文化底蕴、历史内涵（公司传承 400 多年的“清蒸清烧四次清”的酿酒工艺于 2009 年 9 月被认定为青海省非物质文化遗产代表作，公司的“天佑德”商标于 2010 年 1 月被认定为“中国驰名商标”，“互助”商标于 2011 年 3 月被认定为“中华老字号”），并实施多品牌的产品战略，将公司的产品由“互助”单一系列逐步扩大为“互助”、“天佑德”、“八大作坊”、“永庆和”四大系列，提升了消费者对公司的品牌认知度，使得公司的产品定位向中高端转变。

（3）全面推行预算管理和绩效考核体系，由粗放式的管理模式向精细化管理模式转变

2005 年改制以前，青稞酒集团作为一个老国企，管理方式粗放，冗员严重，激励机制不足，存在“吃大锅饭”的现象。

2005 年改制后，公司开始全面推行预算管理体系，以预算编制、评价与考核为主题，通过严谨、合理、科学的实施，将公司战略目标结合各部门费用核算到明细，由预算管理委员会严格控制各项成本费用的支出，通过采购招标降低采购成本，杜绝不合理的开支范围；同时，公司通过职工安置、买断、竞争上岗等方式，精简人员，并推行绩效考核、岗位（职位）管理、薪酬核算等新的管理体系，实行薪点岗位工资制并进行绩效考核，激发了企业活力和员工的积极性，提高了劳动生产率。

2. 盈利能力大幅提高的原因

公司自 2005 年改制设立后，业绩逐年提高，2007 年扭亏为盈，2007 年以后业绩快速增长，其主要原因包括：

（1）调控政策效果的显现及市场需求的上升带来行业的整体复苏

“九五”、“十五”期间，为适应国民经济建设的总体要求，并提高白酒行业的投入产出比和综合经济效益，国家针对白酒行业制定了以调控和调整为基础的产业政策，使得全国白酒产量在 2004 年下降到阶段性低点 311.7 万千升，随后两年略有复苏。随着白酒行业调控政策效果的显现和居民消费结构升级的拉动，2007 年起白酒行业进入繁荣发展阶段，白酒总产量和行业利润水平稳步提升，2010 年产量达到历史最高值 890.83 万千升，实现工业销售产值 2,661.14 亿元。

（2）深度分销模式的建立增强了公司的渠道控制力，保证了公司稳定的利润空间

公司于 2005 年起在青海省内市场采取深度分销模式，同时实施多品牌战略，对区域市场进行精耕，资源前置并且高度聚焦，增强了公司对销售渠道的控制力。通过两年多的努力，公司实现了销售区域覆盖全省各州市县，产品价位涵盖高中低档，销售渠道覆盖酒店、商超、专卖店、团购等全部通路；同时对经销商进行严格管理，对其销售区域等进行限制，防止串货、砸价、恶性竞争，保证公司产品市场价格的稳定，提高了消费者对公司产品的信任度，保证了公司稳定的利润空间。

（3）品牌建设及市场开拓带来市场占有率和认知度的提高

2005 年开始，公司开始重塑品牌内涵，挖掘青稞酒的文化历史底蕴，并通过持续赞助环青海湖国际公路自行车赛、世界攀岩赛、黄河抢渡挑战赛、出资冠名全国业余网球赛等方式和通过中央电视台等知名媒介以及报纸、杂志、户外广告投放、开展产品品鉴会等活动，大力宣传“互助”、“天佑德”等几大品牌，不断提升公司品牌的知名度和美誉度；与此同时，通过工商行政管理部门不断加大保护中国驰名商标力度，严厉打击假冒伪劣产品，维护公司品牌形象。

不断提升的品牌知名度保证了公司长期稳定的市场占有率，促进了公司产品的销售，提升了公司的盈利能力。

公司在品牌建设和市场开拓方面的投入逐年加大，2007 年至 2010 年，公司销售费用分别为 1,243 万元、2,546 万元、4,176 万元、5,933 万元。

受行业复苏、公司营销模式转变、品牌建设及市场开拓力度加强的影响，公司销量逐年增长。公司 2005 年-2010 年销量分别为 6,978 吨、5,837 吨、6,263 吨、6,657 吨、9,743 吨、11,970 吨。

（4）通过产品结构调整转变公司市场定位

自 2005 年开始，公司大力调整产品结构，实施多品牌的产品战略，提高产品档次，相继开发出并大力推广“八大作坊”、“天佑德”等中高档产品系列，逐步将公司的市场定位向中高端转变。经过两年左右的市场培育，从 2007 年开始进入成熟期，同时恰逢白酒行业整体复苏，公司上述中高档产品的销量逐年上升。

受行业整体复苏及公司不断提高中高档产品销售比例等因素的影响，公司产品销售均价不断上升，盈利能力逐年增强。公司 2005 年-2010 年产品销售均价分别为 16,946 元/吨、21,902 元/吨、26,749 元/吨、36,283 元/吨、43,766 元/吨、49,797 元/吨。

（5）税负降低

2006 年 4 月 1 日起，粮食白酒消费税从价税率由 25%降为 20%，从量税率保持 0.5 元/斤不变，且由于公司产品销售均价的不断提升（均价提升使得同等收入对应的从量消费税降低），使得 2005 年-2010 年税负（主营业务税金及附加占母公司主营业务收入的比例）呈下降趋势，盈利能力逐年增强。

公司 2005 年-2010 年税负分别为 36.30%、32.38%、30.57%、27.95%、28.23%、27.85%。

（6）管理效率提高及规模效应显现

公司自 2005 年底在全公司范围内推行全面预算管理体系，管理效率不断提高，且随着公司销售规模的扩大，规模效应逐步显现，盈利能力逐年增强。

公司 2005 年-2010 年管理费用（含资产减值损失）占主营业务收入的比例分别为 27.98%、27.35%、21.61%、12.89%、8.07%、6.40%，逐年降低。

四、发行人设立以来股本的变化和重大资产重组情况

公司成立迄今，股本未发生变化，亦未发生任何重大资产重组行为。

公司成立前青稞酒有限发生的重大资产重组行为参见本节“三、（三）相关内容”。

五、发行人设立以来历次验资情况及设立时发起人投入资产的计量属性

（一）发行人设立以来历次验资情况

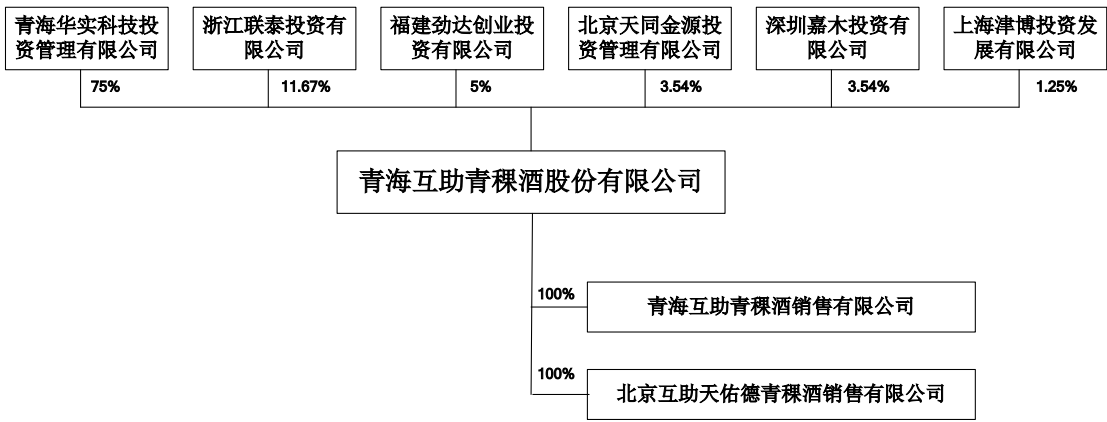
2011 年 1 月 27 日，根据青稞酒有限全体股东签署的《关于青海互助青稞酒有限公司整体变更发起设立青海互助青稞酒股份有限公司的发起人协议》约定，华实投资、浙江联泰、福建劲达、北京天同、深圳嘉木、上海津博作为发起人，整体变更发起设立青海互助青稞酒股份有限公司。中磊会计师事务所有限责任公司于 2011 年 1 月 25 日出具了“中磊验字[2011]第 0003 号”《验资报告》对本次出资进行了审验，验资报告表明截至 2011 年 1 月 25 日，各股东的出资已全部到位。公司成立后，注册资本为 39,000 万元。

（二）设立时发起人投入资产的计量属性

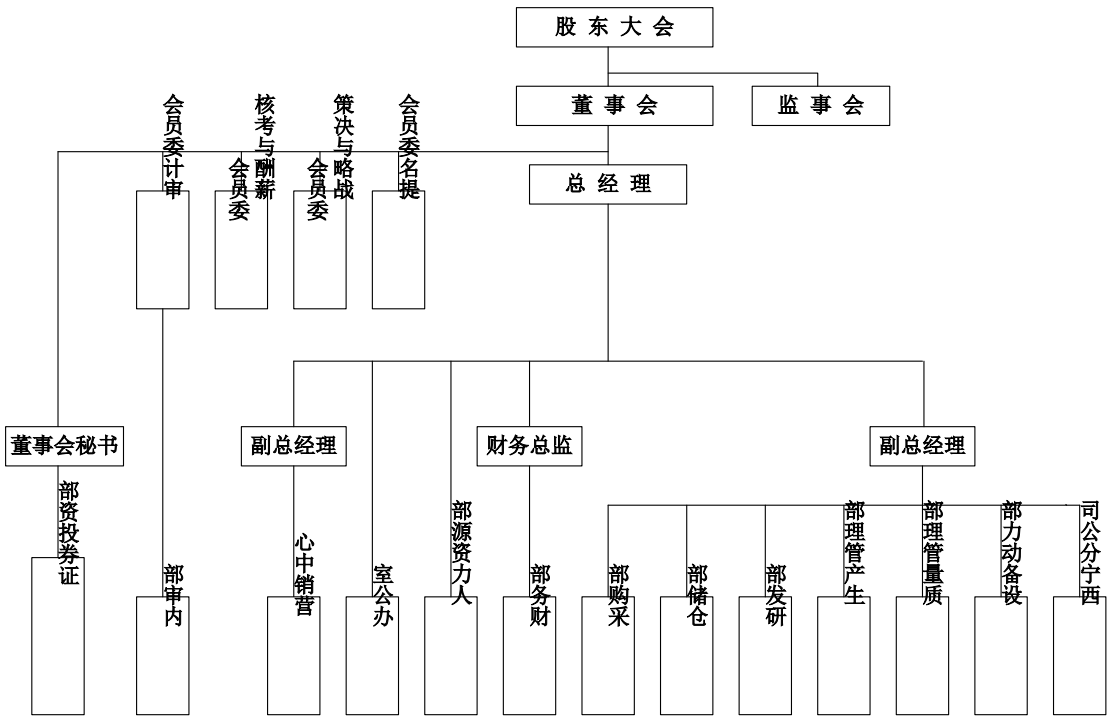
公司设立时发起人投入的资产以经审计的账面值入账。

六、发行人组织结构

（一）发行人股权结构图



（二）发行人内部组织结构图



按照《公司法》和建立现代企业制度的要求，发行人设股东大会、董事会和监事会，实行董事会领导下的总经理负责制，并根据精简、高效的原则设置职能部门。公司部门设置包括：证券投资部、内审部、营销中心、办公室、人力资源部、财务部、采购部、仓储部、研发部、生产管理部、质量管理部、设备动力部、西宁分公司，各部门职责简介如下：

序号	部门名称	职责
1	证券投资部	协助公司进行投融资工作；负责股东大会、董事会、监事会的相关事务；负责对外信息披露工作
2	内审部	对公司财务信息的真实性和完整性、内部控制制度的建立和实施等情况进行检查监督
3	营销中心	负责统一管理青稞酒销售、北京天佑德的销售业务，组织安排市场开拓及推广
4	办公室	负责公司企业文化的建立、对外宣传、对外联系工作；全面负责公司行政工作
5	人力资源部	制定公司统一的人事薪资管理政策，根据公司发展战略制定公司人力资源需求计划和编制定员定编方案，并做好实施和考核工作
6	财务部	参与制定公司财务战略、目标、政策、制度及操作方法，推动和监督实施；负责全公司的财务管理和会计核算工作；组织制定本公司的各项财务会计制度，并监督贯彻执行
7	采购部	及时了解、审核各部门物资需求及各种物资的市场供应情况；依据采购计划指导、组织原辅材料和其他物品的采购工作；建立健全供应商档案，做好供应商优劣评定工作，确定短期和长期的供应商和供应渠道
8	仓储部	负责采购物资的验收入库工作；负责生产车间物资领用和转运，确保生产使用的物资及时到位
9	研发部	负责新产品开发及可行性分析研究；负责公司的技术及其档案的管理工作；具体负责新产品的开发研制工作；负责生产工艺编制和工艺流程优化工作的组织、监控与执行
10	生产管理部	根据销售计划制定公司年度、月度生产计划；根据生产计划合理下达各车间的生产任务，确保生产正常运行；加强生产过程管理和车间现场管理，保证质量体系的有效运行
11	质量管理部	建立健全公司质量管理体系并负责其有效运行；全面负责公司日常性质量决策、质量改进方案的制定和实施；负责组织公司内部质量体系审核和管理评审；负责并组织出库成品酒的感观品评工作；负责对原辅材料、半成品、成品验收入库及对生产过程的品质管理进行检验监督和控制
12	设备动力部	负责公司设备管理，保证设备正常运行；负责公司能源系统管理，确保水、电等的正常供应；负责制定公司设备的大、中修理计划并监督实施；及时处理生产系统出现的设备故障，保证生产正常运行
13	西宁分公司	根据公司生产管理部门的统一调度安排，负责完成公司部分产品的灌装任务

七、发行人控股和参股公司情况

公司控股、参股子公司情况如下：

（一）青稞酒销售

青稞酒销售为发行人的全资子公司，其基本情况如下：

成立时间：2002 年 6 月 20 日

注册资本：1,600 万元

实收资本：1,600 万元

住所：青海生物科技产业园经二路 28 号创业大厦

经营范围：地方土特产品、生物保健食品、农业生产资料、酒类、副食品的国内贸易及批发、零售

1、青稞酒销售的简要历史沿革如下：

（1）公司设立

2002 年 6 月 20 日，青海省京科生物技术开发有限公司与青海青稞酒厂出资设立青海京科贸易有限公司（青稞酒销售前身），注册资本 100 万元，其中：青海省京科生物技术开发有限公司以货币出资 51 万元，青海青稞酒厂以货币出资 49 万元。

前述出资已经西宁海信联合会计师事务所于 2002 年 6 月 12 日出具的“西海会验字（2002）第 045 号”验资报告验证。

（2）第一次股权转让

2004 年 9 月 20 日，经青海京科贸易有限公司股东会决议通过，青海省京科生物技术开发有限公司将其持有的 51 万元出资分别等额转让给青海青稞酒厂（45.9 万元）、青海青稞酒贸易有限公司（5.1 万元）。

（3）第二次股权转让及更名

2005 年 1 月 20 日，经青海京科贸易有限公司股东会决议通过，青海青稞酒厂将其持有的 94.9 万元出资转让给青稞酒有限。

同时，青海京科贸易有限公司更名为青海互助青稞酒销售有限公司。

2005 年 2 月 24 日，青稞酒销售取得变更后的企业法人营业执照。

（4）第一次增资，增资到 1,000 万元

2006 年 1 月 16 日，青稞酒销售股东会决议增资 900 万元，全部由青稞酒有限以货币出资。

2006 年 1 月 26 日，青海江源会计师事务所有限公司出具了“青江会验字（2006）10 号”验资报告，对前述增资进行了验证。

2006 年 3 月 14 日，取得变更后的企业法人营业执照。

（5）第二次增资，增资到 1,600 万元

2006 年 3 月 21 日，青稞酒销售股东会决议增资 600 万元，全部由青稞酒有限以货币出资。

2006 年 3 月 22 日，青海江源会计师事务所有限公司出具了“青江会验字（2006）58 号”验资报告，对前述增资进行了验证。

（6）第三次股权转让

2007 年 12 月 8 日，经青稞酒销售股东会决议通过，青海青稞酒贸易有限公司将其持有的 5.1 万元出资等额转让给华实投资。

（7）第四次股权转让

2010 年 1 月 26 日，华实投资与青稞酒签订股权转让协议，将其持有的 5.1 万元出资等额转让给青稞酒有限。

2、报告期内，发行人持有青稞酒销售的股权比例分别为 99.68%、99.68%、100.00%、100.00%。报告期内，青稞酒销售基本财务状况及盈利情况列示如下：

单位：万元

项目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
资产总计	29,704	25,788	13,462	10,188
所有者权益合计	18,029	10,088	7,081	7,901
项目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
营业收入	43,787	59,394	42,659	24,066
营业利润	10,601	13,431	9,896	4,677
净利润	7,941	9,359	8,826	4,067

上述财务数据已经中磊会计师事务所有限责任公司审计。

（二）北京天佑德

2010 年 12 月，青稞酒有限出资 2,000 万元，成立北京天佑德，注册资本为 2,000 万元，法定代表人为郭守明，公司住所为北京市怀柔区杨宋镇凤翔东大街 9 号 A 座 806 室，经营范围为批发预包装食品。

单位：万元

项目	2011-06-30	2010-12-31
资产总计	10,497	2,000

所有者权益合计	1,997	2,000
项目	2011 年 1-6 月	2010 年度
营业收入	-	-
营业利润	-	-
净利润	-3	-

上述财务数据已经中磊会计师事务所有限责任公司审计。

（三）互助天佑德（已注销）

2008 年 10 月 16 日，青稞酒有限出资 100 万元，成立互助天佑德，主营青稞系列酒的批发、零售。

因该公司成立后一直无经营业务，互助天佑德于 2010 年 4 月 26 日注销，将全部股本金退还原股东。

纳入公司合并范围期间，互助天佑德基本财务状况及盈利情况列示如下：

单位：万元

项目	2010-03-31	2009-12-31	2008-12-31
资产总计	100	101	100
所有者权益合计	100	100	100
项目	2010 年 1-3 月	2009 年度	2008 年 10-12 月
营业收入	-	-	-
营业利润	-	1	-
净利润	-	-	-

（四）西宁文和（已注销）

1、西宁文和的简要历史沿革列示如下：

（1）公司设立

2004 年 3 月 3 日，西宁文和互助青稞酒有限公司成立，注册资本 50 万元，其中：青海青稞酒经销有限责任公司出资 49 万元，青海宏兴彩印股份合作公司出资 1 万元。

前述出资已经青海华翼会计师事务所有限公司于 2004 年 3 月 1 日出具的“青华翼验字（2004）第 145 号”验资报告验证。

（2）股权转让

2005 年 5 月 24 日，经西宁文和股东会同意，青海青稞酒经销有限责任公司与青稞酒销售签订股份转让协议，将其持有的 49 万元出资转让给青稞酒销售。

2005 年 5 月 24 日，经西宁文和股东会同意，青海宏兴彩印股份合作公司与青稞酒有限签订股份转让协议，将其持有的 1 万元出资转让给青稞酒有限。

（3）公司注销

2008 年，因公司内部管理需要，拟将生产环节统一交由青稞酒有限管理，公司决定注销西宁文和。

2008 年 3 月 4 日，经西宁市城南区国家税务局审批，证明西宁文和税款已清，同意西宁文和注销。

2008 年 3 月 10 日，经西宁市城南区地方税务局审批，证明西宁文和税款已清，同意西宁文和注销。

2008 年 3 月 18 日，西宁文和股东会决议注销，并成立清算组。

2008 年 4 月 2 日，西宁文和在青海日报上刊登了注销公告。（2008 年 5 月 31 日，因 2008 年 4 月 2 日漏登清算组成员，西宁文和互助青稞酒有限公司在青海日报上刊登了注销公告予以补登。）

2008 年 5 月 20 日，西宁文和互助青稞酒有限公司股东会审议确认了清算结果：公司已收回全部债权，并清偿了部分债务，截至 2008 年 5 月 19 日，仍剩余 474 万元负债未偿还，分别为：互助江南彩印公司 87 万元、无锡天立彩印包装有限公司 76 万元、安徽桐城红星公司 6 万元、重庆永恒玻璃工艺有限公司 21 万元、陕西勉县瞩目玻璃公司 23 万元、青稞酒销售 250 万元、内蒙河套酒业玻璃公司 13 万元。除内蒙河套酒业玻璃公司的债务由股东青稞酒有限承担外，其他债务均由股东青稞酒销售承担。截至 2010 年 12 月 31 日，前述债务均已清偿完毕。

2008 年 6 月 20 日，青海省西宁市工商行政管理局出具了“（宁工商）登记内销字[2008]第 0022 号”准予注销登记通知书。

2、2008 年初，公司直接和间接合计持有西宁文和 100.00%的股权；2008 年 4 月，西宁文和决议注销。报告期内，西宁文和基本财务状况及盈利情况列示如下：

单位：万元

项目	2008-04-30
资产总计	45
所有者权益合计	-457
项目	2008 年 1-4 月
营业收入	-
营业利润	-
净利润	-

（五）鑫融担保（已转让）

2007 年 12 月 6 日，鑫融担保经青海省海东地区工商行政管理局设立，注册资本 800 万元。其中青稞酒有限出资 760 万元，出资比例为 95%；青海互助松多水电开发有限公司出资 40 万元，出资比例 5%。

2008 年 2 月 20 日，青海互助松多水电开发有限公司将其对鑫融担保的 40 万元出资转让给青稞酒销售；同时，海东地区国资委增资 200 万元，鑫融担保注册资本变更为 1,000 万元。2008 年 3 月 6 日，青海省海东地区工商行政管理局核准该次股权转让的工商变更登记。

2008 年 12 月 16 日，青稞酒有限与海东地区国资委签订《股东转让出资协议》，将对鑫融担保的 700 万元出资等额转让给海东地区国资委（本次转让时，鑫融担保每股出资额对应净资产为 0.97 元）。

2010 年 1 月 11 日、2010 年 1 月 12 日，青稞酒有限、青稞酒销售分别与华实投资签订《股权转让协议》，分别将对鑫融担保的 60 万元出资、40 万元出资等额转让给华实投资（本次转让时，鑫融担保每股出资额对应净资产为 1.01 元）。本次转让后，公司及公司全资子公司青稞酒销售不再持有鑫融担保股权。

截至 2008 年末，发行人直接和间接合计持有鑫融担保 10%股权，不再将鑫融担保纳入公司合并范围。

鑫融担保经营范围为：贷款信用担保、信息咨询、财务顾问、资本营运管理。

纳入公司合并范围期间，鑫融担保基本财务状况及盈利情况列示如下：

单位：万元

项目	2008-12-31
资产总计	1,916

所有者权益合计	966
项目	2008 年度
营业收入	1
营业利润	-34
净利润	-34

（六）华融担保（已转让）

2008 年 12 月 29 日，青稞酒有限出资 500 万元设立华融担保。

2009 年 1 月 21 日，青稞酒有限、青稞城投资分别向华融担保增资 500 万元、10 万元。

2009 年 5 月 15 日，青稞酒有限与青稞酒销售签订《股权转让协议》，将对华融担保的 1,000 万元出资等额转让给青稞酒销售；同时，青稞酒销售公司对华融担保增资 700 万元，华奥房地产对华融担保增资 300 万元。2009 年 5 月 22 日，互助县工商局核准该次股权转让及增资的变更登记。

2009 年 12 月 25 日，青稞酒销售与华实投资签订《股权转让协议》，将对华融担保的 1,700 万元出资等额转让给华实投资（转让时华融担保注册资本 2,010 万元，每股出资额对应净资产为 1.00 元）。2009 年 12 月 30 日，互助县工商局核准该次股权转让的变更登记。本次股权转让完成后，公司全资子公司青稞酒销售不再持有华融担保股权。本次股权转让完成后，华融担保不再纳入公司合并范围。

华融担保经营范围为：为中小企业提供贷款、融资租赁及其他经济合同的担保；个人消费信贷担保；投资咨询；投资管理；财务顾问。

纳入公司合并范围期间，华融担保基本财务状况及盈利情况列示如下：

单位：万元

项目	2009-12-31	2008-12-31
资产总计	2,545	500
所有者权益合计	2,017	500
项目	2009 年度	2008 年 12 月
营业收入	52	-
营业利润	8	-
净利润	7	-

（七）天府农家乐（已转让）

2009年5月13日，青稞酒销售与何卫东签订《股权转让协议》，按出资额以50万元受让何卫东对天府农家乐的50万元出资（占注册资本的50%）。

2009年6月13日，天府农家乐股东会作出决议，同意注册资本由100万元增加至900万元，其中青稞酒销售增资494万元。

2010年7月22日，青稞酒销售与华实投资签订《股权转让协议》，将其对天府农家乐的544万元出资等额转让给华实投资（转让时天府农家乐注册资本900万元，每股出资额对应净资产为0.99元）。

本次股权转让完成后，公司全资子公司青稞酒销售不再持有天府农家乐股权，天府农家乐不再纳入公司合并范围。

天府农家乐经营范围为：商务服务业。

纳入公司合并范围期间，天府农家乐基本财务状况及盈利情况列示如下：

单位：万元

项目	2010-06-30	2009-12-31
资产总计	891	892
所有者权益合计	891	892
项目	2010年1-6月	2009年5-12月
营业收入	-	-
营业利润	-1	-6
净利润	-1	-6

八、发起人、持有发行人5%以上股份主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人基本情况

截至本招股说明书签署之日，公司股东均为发起人股东。

1、华实投资

华实投资持有发行人75%的股权，为发行人控股股东，其基本情况如下：

成立时间：2000年3月8日

注册资本：6,400万元

实收资本：6,400万元

住所：西宁市城中区南大街 17 号

经营范围：科技项目引进及投资；企业管理及投资信息咨询服务；科技产品技术转让、销售；企业合并收购及产权投资、产权交易代理服务；房屋租赁

华实投资股权结构如下：

序号	股东名称（姓名）	出资额（元）	出资比例（%）
1	李银会	60,160,000.00	94.00
2	王高峰	960,000.00	1.50
3	彭福强	960,000.00	1.50
4	卢 艳	960,000.00	1.50
5	王 君	960,000.00	1.50
合计		64,000,000.00	100.00

华实投资 2010 年末总资产为 137,865 万元，净资产为 48,350 万元，2010 年度净利润为 19,759 万元（上述财务数据已经国富浩华会计师事务所有限公司青海分所审计）。

华实投资 2011 年 6 月 30 日总资产为 140,075 万元，净资产为 54,728 万元，2011 年 1-6 月净利润为 7,617 万元（上述财务数据未经审计）。

2、浙江联泰

浙江联泰持有发行人 11.67%的股权，其基本情况如下：

成立时间：2007 年 11 月 27 日

注册资本：6,000 万元

实收资本：6,000 万元

住所：杭州市西湖区教工路 93 号 112 室

经营范围：实业投资；服务：投资咨询

浙江联泰股权结构如下：

序号	股东名称（姓名）	出资额（元）	出资比例（%）
1	胡 坚	45,000,000.00	75.00
2	洪 妍	12,000,000.00	20.00
3	黄 巍	3,000,000.00	5.00
合计		60,000,000.00	100.00

浙江联泰 2010 年末总资产为 12,197 万元，净资产为 5,791 万元，2010 年

度净利润为-176万元；2011年6月30日总资产为12,395万元，净资产为5,717万元，2011年1-6月净利润为-74万元（上述财务数据未经审计）。

3、福建劲达

福建劲达持有发行人5%的股权，其基本情况如下：

成立时间：2007年10月10日

注册资本：22,100万元

实收资本：22,100万元

住所：晋江市英林工业区

经营范围：创业投资业务、代理其他创业投资企业与机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构

福建劲达股权结构如下：

序号	股东名称（姓名）	出资额（元）	出资比例（%）
1	洪金京	132,600,000.00	60.00
2	洪志勇	88,400,000.00	40.00
合计		221,000,000.00	100.00

福建劲达2010年末总资产为22,525万元，净资产为22,525万元，2010年度净利润为345万元；2011年6月30日总资产为22,601万元，净资产为22,600万元，2011年1-6月净利润为127万元（上述财务数据未经审计）。

4、深圳嘉木

深圳嘉木持有发行人3.54%的股权，其基本情况如下：

成立时间：2010年3月24日

注册资本：1,000万元

实收资本：1,000万元

住所：深圳市福田区香梅路与红荔路交界西北香蜜湖水榭花都倚湖居1栋3B

经营范围：投资兴办实业；投资咨询，投资管理；企业形象策划。

深圳嘉木股权结构如下：

序号	股东名称（姓名）	出资额（元）	出资比例（%）
1	杨 华	5,000,000.00	50.00

2	高 红	5,000,000.00	50.00
合计		10,000,000.00	100.00

深圳嘉木 2010 年末总资产为 3,520 万元，净资产为 963 万元，2010 年度净利润为-37 万元；2011 年 6 月 30 日总资产为 3,588 万元，净资产为 1,034 万元，2011 年 1-6 月净利润为 72 万元（上述财务数据未经审计）。

5、北京天同

北京天同持有发行人 3.54%的股权，其基本情况如下：

成立时间：2005 年 8 月 16 日

注册资本：1,000 万元

实收资本：1,000 万元

住所：北京市海淀区彩和坊路 10 号 1 号楼 12 层 1204

经营范围：投资管理；投资咨询

北京天同股权结构如下：

序号	股东名称（姓名）	出资额（元）	出资比例（%）
1	胡卓群	7,500,000	75.00
2	国以民	2,500,000	25.00
合计		10,000,000	100.00

北京天同 2010 年末总资产为 4,553 万元，净资产为 902 万元，2010 年度净利润为-98 万元；2011 年 6 月 30 日总资产为 4,510 万元，净资产为 865 万元，2011 年 1-6 月净利润为-43 万元（上述财务数据未经审计）。

6、上海津博

上海津博持有发行人 1.25%的股权，其基本情况如下：

成立时间：2010 年 3 月 24 日

注册资本：600 万元

实收资本：600 万元

住所：青浦区重固镇北青公路 9138 号 3005 室

经营范围：实业投资，创业投资，销售化工产品及其原料（除危险、监控、易制毒化学品、民用爆炸物品）

上海津博股权结构如下：

序号	股东名称（姓名）	出资额（元）	出资比例（%）
1	郭 维	3,600,000.00	60.00
2	王瑞琦	2,400,000.00	40.00
合计		6,000,000.00	100.00

上海津博 2010 年末总资产为 1,433 万元，净资产为 505 万元，2010 年度净利润为-95 万元；2011 年 6 月 30 日总资产为 1,463 万元，净资产为 521 万元，2011 年 1-6 月净利润为 16 万元（上述财务数据未经审计）。

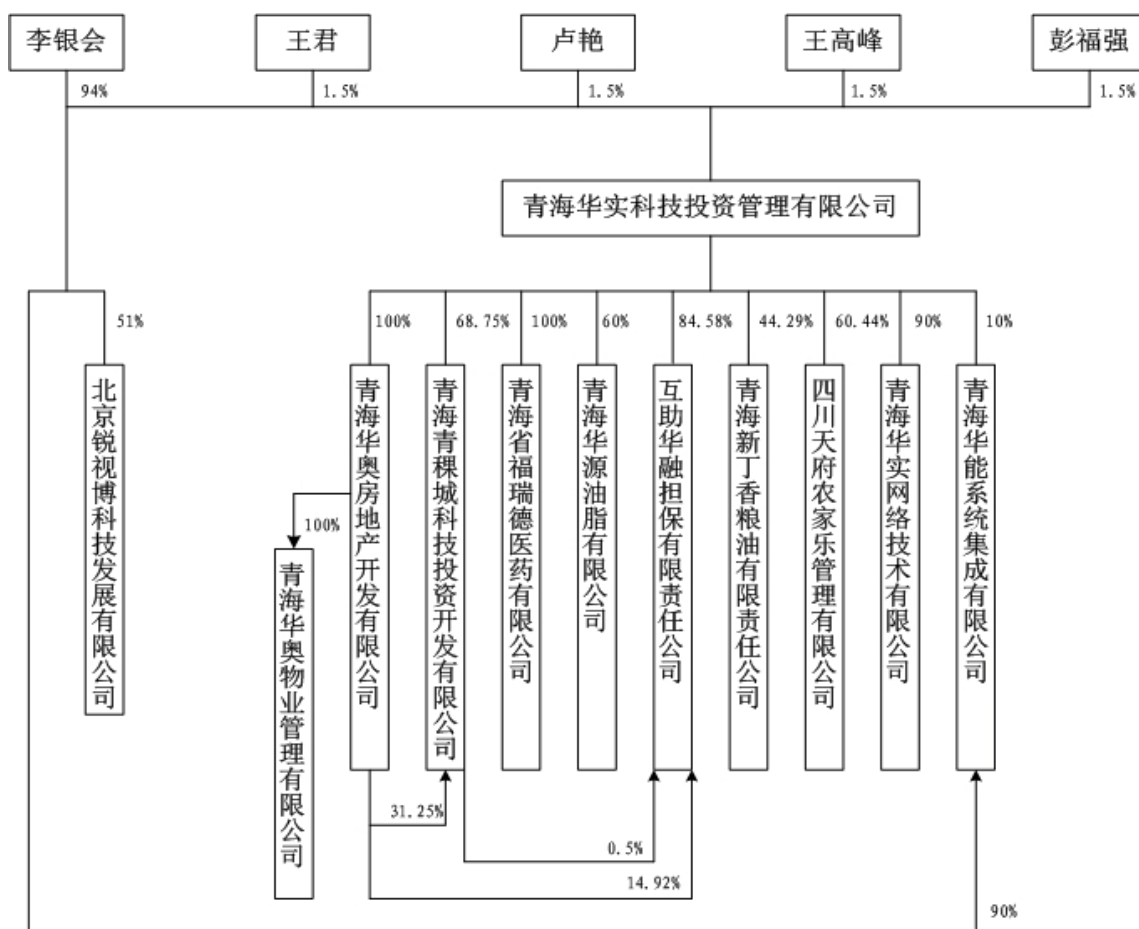
（二）实际控制人基本情况

公司实际控制人为李银会先生，李银会先生目前持有发行人控股股东华实投资 94%的股权。李银会先生的基本情况列示如下：

姓名	国籍	是否拥有永久境外居留权	身份证号码
李银会	中国	否	11010819660923XXXX

控股股东华实投资和实际控制人李银会直接或间接持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情形。

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业



1、华奥房地产

成立时间：2008年4月17日

注册资本：3,000万元

实收资本：3,000万元

住所：西宁市城中区南大街17号

经营范围：房地产开发与经营

华奥房地产2010年末总资产为31,725万元，净资产为6,867万元，2010年度净利润为4,388万元（上述财务数据已经国富浩华会计师事务所有限公司青海分所审计）。

2011年6月30日总资产为22,483万元，净资产为7,511万元，2011年1-6月净利润为469万元（上述财务数据未经审计）。

2、青稞城投资

成立时间：2007年8月23日

注册资本：8,000万元

实收资本：8,000万元

住所：青海省互助县威远镇西街6号

经营范围：旅游开发、经营管理、园林绿化管理、科技项目引进及投资；企业管理及投资、信息咨询服务、餐饮、住宿、房屋租赁、房地产开发；体育组织、体育场馆、其他体育、牛羊养殖

青稞城投资2010年末总资产为21,078万元，净资产为7,502万元，2010年度净利润为507万元（上述财务数据已经国富浩华会计师事务所有限公司青海分所审计）。

2011年6月30日总资产为25,438万元，净资产为7,447万元，2011年1-6月净利润为-55万元（上述财务数据未经审计）。

3、福瑞德医药

成立时间：1998年6月8日

注册资本：1,000万元

实收资本：1,000万元

住所：西宁市城中区南大街17号

经营范围：中成药、化学药制剂、抗生素、生化药品、生物制品、精神药品（限第二类药品）批发；中药材、中药饮片零售；保健食品销售

福瑞德医药2010年末总资产为2,064万元，净资产为855万元，2010年度净利润为-1万元（上述财务数据已经国富浩华会计师事务所有限公司青海分所审计）。

2011年6月30日总资产为2,176万元，净资产为858万元，2011年1-6月净利润为3万元（上述财务数据未经审计）。

4、华源油脂

成立时间：2009年4月24日

注册资本：1,000万元

实收资本：1,000万元

住所：互助县威远镇西街6号

经营范围：食品植物油生产、销售

华源油脂2010年末总资产为1,000万元，净资产为1,000万元，2010年度净利润为0（上述财务数据已经国富浩华会计师事务所有限公司青海分所审计）。

2011年6月30日总资产为1,000万元，净资产为1,000万元，2011年1-6月净利润为0（上述财务数据未经审计）。

5、华融担保

成立时间：2008年12月29日

注册资本：2,010万元

实收资本：2,010万元

住所：互助县威远镇西街6号

经营范围：为中小企业提供贷款、融资租赁及其他经济合同的担保；个人消费信贷担保；投资咨询；投资管理；财务顾问

华融担保2010年末总资产为2,800万元，净资产为2,207万元，2010年度净利润为190万元（上述财务数据已经国富浩华会计师事务所有限公司青海分所审计）。

2011年6月30日总资产为2,818万元，净资产为2,213万元，2011年1-6月净利润为-17万元（上述财务数据未经审计）。

6、新丁香粮油

成立时间：2007年12月14日

注册资本：7,000万元

实收资本：7,000万元

住所：西宁市柴达木路148号

经营范围：食品植物油、小麦粉生产、大米分装；粮食收购。饲料销售；出口本企业自产的粮油产品；进口本企业生产、科研所需的原材料、机械设备仪器、仪表及配件；粮油代加工；粮油兑换；物业管理、物业服务；房屋租赁；化工产品（不含危险化学品）销售；自有铁路专用线管理服务

新丁香粮油2010年末总资产为7,702万元，净资产为7,103万元，2010年度净利润为523万元（上述财务数据已经国富浩华会计师事务所有限公司青海分所审计）。

2011年6月30日总资产为7,854万元，净资产为7,041万元，2011年1-6月净利润为-62万元（上述财务数据未经审计）。

7、天府农家乐

成立时间：2006年8月23日

注册资本：900万元

实收资本：900万元

住所：成都市武侯区玉林北街74号6楼4号

经营范围：商务服务业

天府农家乐2010年末总资产为891万元，净资产为891万元，2010年度净利润为-1万元（上述财务数据已经国富浩华会计师事务所有限公司青海分所审计）。

2011年6月30日总资产为891万元，净资产为891万元，2011年1-6月净利润为0（上述财务数据未经审计）。

8、华实网络

成立时间：2001年3月15日

注册资本：1,000万元

实收资本：1,000万元

住所：西宁市城中区南大街17号

经营范围：网站及网络工程施工；计算机软件开发；网页制作、维护；电子商务信息咨询服务；广告设计、制作、代理发布

华实网络2010年末总资产为1,280万元，净资产为202万元，2010年度净利润为-171万元（上述财务数据已经国富浩华会计师事务所有限公司青海分所审计）。

2011年6月30日总资产为1,280万元，净资产为202万元，2011年1-6月净利润为0（上述财务数据未经审计）。

9、深圳西海电子有限公司（已注销）

成立时间：1993年3月28日

注册资本：1,203万元

实收资本：1,203万元

住所：深圳市罗湖区莲塘工业区七小区709栋1-6层

深圳西海电子有限公司已于2011年5月9日办理完毕注销登记手续。

10、华能系统

成立时间：1997年9月19日

注册资本：500万元

实收资本：500万元

住所：西宁市城中区南大街17号

经营范围：计算机软件开发、系统集成、结构化布线及网络工程施工；计算机系统方案评估及高新技术信息服务；计算机及办公设备、安防产品批复、零售

华能系统2010年末总资产为3,193万元，净资产为680万元，2010年度净利润为-1万元（上述财务数据未经审计）。

2011年6月30日总资产为3,193万元，净资产为680万元，2011年1-6月净利润为0（上述财务数据未经审计）。

11、青海华奥物业管理有限公司

成立时间：2010年6月12日

注册资本：100万元

实收资本：100万元

住所：西宁市城中区南大街17号

经营范围：物业管理，搬家服务，室内装潢服务，家政服务，房屋租赁

华奥物业2010年末总资产为94万元，净资产为94万元，2010年度净利润为-6万元（上述财务数据已经国富浩华会计师事务所有限公司青海分所审计）。

2011年6月30日总资产为377万元，净资产为98万元，2011年1-6月净利润为4万元（上述财务数据未经审计）。

12、北京锐视博科技发展有限公司

成立时间：1998年8月18日

注册资本：200万元

实收资本：200万元

住所：北京市海淀区上地东路29号留学人员创业园512房

北京锐视博科技发展有限公司已停止生产经营，目前正在办理注销过程中，该公司清算组已于2011年3月17日在工商行政管理部门备案，并已于2011年3月19日在《劳动午报》刊登注销公告。

九、发行人有关股本情况

（一）本次发行前后的股本结构

公司本次发行前总股本为39,000万股人民币普通股。根据公司2011年第二次临时股东大会决议，公司本次拟向社会公众公开发行不超过6,000万股人民币

普通股。本次发行前后的股本结构如下：

序号	股东名称	发行前		发行后(按上限 6,000 万股计算)	
		股本(股)	持股比例(%)	股本(股)	持股比例(%)
1	华实投资	292,500,000	75.00	292,500,000	65.00
2	浙江联泰	45,500,000	11.67	45,500,000	10.11
3	福建劲达	19,500,000	5.00	19,500,000	4.33
4	北京天同	13,812,500	3.54	13,812,500	3.07
5	深圳嘉木	13,812,500	3.54	13,812,500	3.07
6	上海津博	4,875,000	1.25	4,875,000	1.08
7	本次发行的股份	-	-	60,000,000	13.33
合计		390,000,000	100.00	450,000,000	100.00

（二）其他

- 1、发行人无自然人股东。
- 2、发行人不涉及国有股份或外资股份。
- 3、发行人不存在战略投资者持股的情况。
- 4、发行人股东间不存在关联关系。
- 5、发行人不存在发行过内部职工股的情况。
- 6、发行人不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情形。

（三）本次发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定股份的承诺

公司控股股东华实投资承诺：自发行人股票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直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

公司实际控制人李银会承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份；除前述锁定期外，本人担任发行人董事长期间，每年转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的25%，离职后半年内不转让本人直

接和间接持有的发行人股份，离职六个月后的十二个月内转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的50%。

公司股东浙江联泰、福建劲达、北京天同、深圳嘉木、上海津博承诺：自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

公司董事王君承诺：自青海互助青稞酒股份有限公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份；除前述锁定期外，本人担任发行人董事期间，每年转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的25%，离职后半年内不转让本人直接和间接持有的发行人股份，离职六个月后的十二个月内转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的50%。

公司董事黄巍承诺：自青海互助青稞酒股份有限公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份；除前述锁定期外，本人担任发行人董事期间，每年转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的25%，离职后半年内不转让本人直接和间接持有的发行人股份，离职六个月后的十二个月内转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的50%。

公司监事卢艳承诺：自青海互助青稞酒股份有限公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份；除前述锁定期外，本人担任发行人监事期间，每年转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的25%，离职后半年内不转让本人直接和间接持有的发行人股份，离职六个月后的十二个月内转让的股份数不超过本人直接和间接持有的发行人股份数总额的50%。

十、发行人员工及社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

随着公司业务的扩大，公司员工人数不断增加。员工人数 2008 年末为 758 人，2009 年末为 798 人，2010 年末为 800 人，2011 年 6 月末为 921 人。

（二）员工结构

截至 2011 年 6 月 30 日，公司在册员工 921 人，员工构成情况如下：

项目	构成（人）			
专业结构	管理及其他人员	生产人员	销售人员	技术人员
	241	472	156	52
教育程度	本科及以上	大专	大专以下	-
	52	175	694	-
年龄分布	51 以上	41—50	31—40	30 以下
	7	226	502	186

（三）执行社会保障制度、住房公积金缴纳、医疗制度的情况

公司根据《中华人民共和国劳动合同法》实行劳动合同制，员工根据与公司签订的劳动合同承担义务和享受权利。

公司根据国务院《社会保险费征缴暂行条例》和青海省人民政府《青海省社会保险费征收暂行办法》有关规定，为员工足额缴纳了养老、医疗、工伤和失业保险。公司根据青海省人民政府《青海省人民政府贯彻国务院关于加强住房公积金管理的通知的实施意见》有关规定，为员工足额缴纳了住房公积金。

截至2008年12月31日，公司在册员工758人，均已签订劳动合同。公司为其其中703人办理和缴纳了养老保险，并于2010年为37人补缴了养老保险；为其中696人办理和缴纳了失业保险，并于2010年为44人补缴了失业保险；为其中628人办理和缴纳了医疗保险，并于2010年为112人补缴了医疗保险；为其中710人办理和缴纳了工伤保险，并于2010年为30人补缴了工伤保险；为其中588人办理和缴纳了住房公积金，并于2010年为152人补缴了住房公积金。公司未替18人办理和缴纳社会保险和住房公积金（于2010年补缴时已离职）。

截至2009年12月31日，公司在册员工798人，均已签订劳动合同。公司为其其中719人办理和缴纳了养老保险，并于2010年为31人补缴了养老保险；为其中716人办理和缴纳了失业保险，并于2010年为34人补缴了失业保险；为其中713人办理和缴纳了医疗保险，并于2010年为37人补缴了医疗保险；为其中718人办理和缴纳了工伤保险，并于2010年为32人补缴了工伤保险；为其中562人办理和缴纳了住房公积金，并于2010年为188人补缴了住房公积金。公司未替48人办理和缴纳社会保险和住房公积金（于2010年补缴时已离职）。

公司于2010年为员工补缴社保及住房公积金时，因前述2008年、2009年员工离职而未完成补缴的金额合计509,880.08元。

截至2010年12月31日，公司在册员工800人，均已签订劳动合同。公司为其其中702人办理和缴纳了养老保险，并于2010年为98人补缴了养老保险；为其中696人办理和缴纳了失业保险，并于2010年为104人补缴了失业保险；为其中697人办理和缴纳了医疗保险，并于2010年为103人补缴了医疗保险；为其中751人办理和缴纳了工伤保险，并于2010年为49人补缴了工伤保险；为其中545人办理和缴纳了住房公积金，并于2010年为255人补缴了住房公积金。

截至2011年6月30日，公司在册员工921人，均已签订劳动合同，公司已为全部员工办理和缴纳了社保及住房公积金。

2011年7月29日，互助土族自治县社会保险事业管理局、互助土族自治县就业服务局分别出具文件，证明本公司（包括前身青稞酒有限及其于2011年前开设社保账户的下属单位）自2008年以来，遵守国家有关社会保障的法律、法规，依法缴清社会保险费（养老、医疗、工伤、失业），没有因违反有关社会保障法律、法规而受到过处罚的记录；公司（包括前身青稞酒有限及其于2011年前开设社保账户的下属单位）因互助县尚未开征生育保险而无法为其职工缴纳生育保险费用，该行为不属于重大违法违规行为，不会受到社会保障主管部门的追究。

2011年7月29日，海东地区住房公积金管理中心互助管理部出具文件，证明本公司（包括前身青稞酒有限及其于2011年前开设住房公积金账户的下属单位）已经依法办理了住房公积金账户设立手续，公司遵守国家及地方住房公积金法律、法规和规范性文件的规定，自2008年以来已足额缴纳全部应缴款项，不存在任何拖欠、少缴、漏缴或其他任何违反住房公积金法律、法规和规范性文件的情形，亦不存在因住房公积金问题而受任何处罚的情形。

发行人控股股东华实投资及实际控制人李银会已出具承诺：如青稞酒股份被社会保障部门或其他有权机关要求补缴以前年度的社会保险费及住房公积金，或青稞酒股份因未足额缴纳以前年度的社会保险费及住房公积金而需缴纳滞纳金或遭受其他处罚，代青稞酒股份补缴该等社会保险费及住房公积金、缴纳滞纳金或承担处罚责任，且不向青稞酒股份追偿。

十一、主要股东、实际控制人以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺

（一）避免同业竞争的承诺

参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“一、（三）”的相关内容。

（二）本次发行前股东自愿锁定股份的承诺

参见本节“九、（三）”之相关内容。

（三）其他承诺

1、关于税收的承诺

参见本招股说明书“第四节 风险因素”之“三”、“四”的相关内容。

2、关于社保的承诺

参见本节“十、（三）”之相关内容。

3、关于分期出资的承诺

参见本节“三、（二）、1、（3）”之相关内容。

4、关于青稞酒集团破产的承诺

参见本节“三、（三）、7、关于青稞酒集团改制时债务的清偿情况”之相关内容。

5、关于不直接或间接将发行人资金用于房地产业务的承诺

（1）公司控股股东华实投资承诺如下：

①本公司将严格遵循相关规定，保证本公司及所控制的股份公司及其所控制企业外的其他企业，不以任何形式占用股份公司及其所控制企业的资金（含募集资金和非募集资金），以直接或间接用于房地产开发等用途。

②本公司将通过行使控股股东权利，保证股份公司履行如下承诺：

（一）股份公司及所控制企业将不以任何形式参与任何房地产开发项目。

（二）股份公司将通过业已建立健全的资金管理制度，保证股份公司及其所控制企业的资金（含募集资金和非募集资金）不被实际控制人和控股股东及其所直接或间接投资企业、股份公司不控制的所直接或间接投资企业等关联方以任何形式占用，以直接或间接用于房地产开发等用途。

（2）公司实际控制人李银会先生承诺如下：

①本人将严格遵循相关规定，保证本人及所控制的除股份公司及其所控制企业外的其他企业，不以任何形式占用股份公司及其所控制企业的资金（含募集资金和非募集资金），以直接或间接用于房地产开发等用途。

②本人将通过行使实际控制人的权利，保证股份公司履行如下承诺：

（一）股份公司及所控制企业将不以任何形式参与任何房地产开发项目。

（二）股份公司将通过业已建立健全的资金管理制度，保证股份公司及所控制企业的资金（含募集资金和非募集资金）不被实际控制人和控股股东及其所直接或间接投资企业、股份公司不控制的所直接或间接投资企业等关联方以任何形式占用，以直接或间接用于房地产开发等用途。

（3）此外，公司承诺如下：

①本公司及所控制企业将不以任何形式参与任何房地产开发项目；

②本公司将通过业已建立健全的资金管理制度，保证本公司及所控制企业的资金（含募集资金和非募集资金）不被实际控制人和控股股东及其所直接或间接投资企业、本公司不控制的所直接或间接投资企业等关联方以任何形式占用，以直接或间接用于房地产开发等用途。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务及其变化情况

公司主营业务为青稞酒的研发、生产和销售，所处行业为酒精及饮料酒制造业，主要产品含互助、天佑德、八大作坊、永庆和等系列青稞酒。根据青海省工商行政管理局核发的企业法人营业执照（注册号：630000100029058），公司的经营范围是：白酒生产、销售（许可证有效期至2012年7月1日）；包装装潢品制造；动物养殖（野生动物除外）；进口本公司生产、科研所需的原材料、机械设备、仪器仪表零配件；出口本公司自产的青稞酒系列；谷物种植；粮食收购；饲料生产、销售（按许可证许可的项目经营）。

公司生产的青稞酒属清香型白酒，被中国酿酒工业协会认定为“中国白酒清香型（青稞原料）代表”；2010年，公司在西北地区白酒市场的占有率为7.68%。

公司是我国青稞酒行业龙头企业，曾被中国食品工业协会评为“2007-2008年度全国食品工业优秀龙头企业”；根据中国轻工业企业信息发布中心的统计，公司2009年度青稞酒产销量居全国第一。

公司拥有的“互助（及图）”、“天佑德”被国家工商总局商标局认定为中国“驰名商标”；2010年6月，公司被国家工商总局确定为“国家商标战略实施示范企业”（全国共有41家，其中白酒生产企业仅有5家：五粮液、茅台、汾酒、伊力特、公司）。公司生产的“互助”牌青稞酒系列产品被中国国际名牌发展协会、中国品牌企业联合发展促进会授信为“中国著名品牌”。2011年3月，公司“互助”商标被国家商务部认定为“中华老字号”。

公司是中国酿酒工业协会常务理事单位、中国食品工业协会白酒专业委员会会员单位、中国酒类流通协会会员单位。

公司持有中国食品工业协会颁发的“企业信用AAA等级证书”，曾获中国产品质量协会颁发的“质量信用AAA等级证书”、中国食品工业协会颁发的“2005-2006年度中国食品工业质量效益奖”，被青海省海东地区环保局评为“2008-2010年度全区治污减排先进企业”。公司生产的“互助”牌互助头曲酒被中国酿酒工业协会授予“全国酒类产品质量安全诚信推荐品牌”称号。

公司拥有较多白酒生产行业的高端人才，含国家级白酒评委 1 名（连续三届受聘）、高级品酒师 8 名、高级酿酒师 2 名。

公司自设立以来，主营业务和主要产品未曾发生重大变化。

二、行业基本情况

（一）行业概况

白酒是中国特有的一种蒸馏酒，以曲类、酒母为糖化发酵剂，利用淀粉质(糖质)原料，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿和勾兑等环节酿制而成。在《国民经济行业分类和代码表》(GB/T4754-2002)中，白酒制造行业的产业代码为C1521，是“饮料制造业”大类（C15）、“酒的制造”中类（C152）下的细分行业。根据中国证监会2001年4月发布的《上市公司行业分类指引》，公司归属于“C0501 酒精及饮料酒制造业”。

白酒行业是中国特有的传统产业，历史悠久，文化积淀深厚，生命力旺盛，是中华民族宝贵的文化遗产。白酒因其独特的酿造工艺、蒸馏技术和特有的风味，在世界蒸馏酒类产品中独树一帜，与白兰地、威士忌、伏特加、朗姆酒、金酒等并列为世界六大蒸馏酒。由于几千年的文化传统和饮食习惯，白酒已经成为各类社会交往活动和居民日常生活中必不可少的消费品。

按照香型分类，目前我国白酒主要有浓香型、清香型、酱香型等11种香型，其中浓香型代表有五粮液（多粮）、国窖1573（单粮）；清香型代表有汾酒、青稞酒（青稞原料）、红星二锅头（二锅头工艺）；酱香型代表有茅台酒。

白酒行业是我国轻工业中食品工业的重要分支，是农产品深加工行业的重要组成部分，对加快农业结构调整、促进农民增收、推动我国农业现代化等有着重要意义；同时白酒行业能够带动机械制造、包装印刷、物流运输、餐饮消费等二、三产业的发展，具有较强的产业联动效应。

（二）行业主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

1、行业主管部门和监管体制

白酒行业的主管部门是国家发改委以及地方人民政府相应的职能部门，国家其他各部门也根据各自职责对行业实施监管。

白酒行业的行业自律组织为中国酿酒工业协会白酒分会、中国食品工业协会

白酒专业委员会、中国酒类流通协会。

根据国务院2004年9月发布的《关于进一步加强食品安全工作的决定》（国发[2004]23号），食品安全工作按照一个监管环节由一个部门监管的原则，采取分段监管为主、品种监管为辅的方式，进一步理顺食品安全监管职能，明确责任。农业部门负责初级农产品生产环节的监管；质检部门负责食品生产加工环节的监管，将现由卫生部门承担的食品生产加工环节的卫生监管职责划归质检部门；工商部门负责食品流通环节的监管；卫生部门负责餐饮业和食堂等消费环节的监管；食品药品监管部门负责对食品安全的综合监督、组织协调和依法组织查处重大事故。农业、发展改革和商务等部门按照各自职责，做好种植养殖、食品加工、流通、消费环节的行业管理工作。进一步发挥行业协会和中介组织的作用。

根据2009年6月1日起施行的《食品安全法》，国务院卫生行政部门承担食品安全综合协调职责，负责食品安全风险评估、食品安全标准制定、食品安全信息公布、食品检验机构的资质认定条件和检验规范的制定，组织查处食品安全重大事故；国务院质量监督、工商行政管理和国家食品药品监督管理部门依照《食品安全法》和国务院规定的职责，分别对食品生产、食品流通、餐饮服务活动实施监督管理；县级以上地方人民政府统一负责、领导、组织、协调本行政区域的食品安全监督管理工作；各级食品行业协会进行行业自律管理，引导食品生产经营者依法生产经营，推动行业诚信建设，宣传、普及食品安全知识。

我国白酒行业采取的监管体制和目前国家食品行业的监管体制一致。

2、行业主要法律、法规及政策

（1）“十二五”规划纲要

2011年3月，全国人民代表大会审议通过《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》，纲要提出坚持走中国特色新型工业化道路，适应市场需求变化，根据科技进步新趋势，发挥我国产业在全球经济中的比较优势，发展结构优化、技术先进、清洁安全、附加值高、吸纳就业能力强的现代产业体系。支持食品精深加工，加强食品安全检测能力建设，健全食品企业质量诚信体系。

（2）轻工业调整和振兴规划

2009年，国务院审议通过轻工业调整和振兴规划，规划要求“按照保增长、扩内需、调结构的总体要求，采取综合措施，扩大城乡市场需求，巩固和开拓国际市场，保持轻工业平稳发展；通过加快自主创新，实施技术改造，推进自主品

牌建设，淘汰落后产能，着力推动轻工业结构调整和产业升级；走绿色生态、质量安全和循环经济的新型轻工业发展之路，进一步增强轻工业繁荣市场、扩大就业、服务‘三农’的支柱产业地位。”针对酿酒行业提出建立重点行业公共技术创新服务平台，建立发酵、酿酒技术创新联盟；督促酿酒行业重点企业，增加原料检验、生产过程动态监测、产品出厂检测等先进检验装备，特别是快速检验和在线检测设备。完善企业内部质量控制、监测系统和食品质量可追溯体系。

（3）产业结构调整政策

2011年3月27日，国家发展改革委员会发布《产业结构调整指导目录（2011年本）》，自2011年6月1日起施行，在该目录中“白酒生产线”被列为“限制类”投资项目。

根据《国务院关于发布实施〈促进产业结构调整暂行规定〉的决定》（国发〔2005〕40号），对属于限制类的现有生产能力，允许企业在一定期限内采取措施改造升级，金融机构按信贷原则继续给予支持。国家有关部门要根据产业结构优化升级的要求，遵循优胜劣汰的原则，实行分类指导。对属于限制类的新建项目，禁止投资，投资管理部门不予审批、核准或备案，各金融机构不得发放贷款，土地管理、城市规划和建设、环境保护、质检、消防、海关、工商等部门不得办理有关手续。

①成品酒产能

根据《青海省经济委员会关于青海互助青稞酒有限公司生产能力核准的批复》（青经行〔2005〕499号文），公司成品酒经核准的产能为30,000吨，现实际产能为16,000吨/年。

受原酒产量和窖藏量及年份、市场需求等因素制约，2010年公司成品酒产量为12,983吨，实际产能的利用率为81.14%。

公司本次募投项目中的“优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目”，着眼于产品结构优化（提高中高档成品酒的比重、原酒的窖藏量及年份），提高实际产能的利用率，不存在扩大产能的情形，符合国家产业政策。

“优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目”达产后，公司成品酒的实际产能仍为16,000吨/年（预计产量亦为此数，即实际产能得以充分利用），与经核准的产能即30,000吨/年相比，存在一定发展空间。公司未来将根据原酒产量和窖藏量及年份、市场需求，利用自有资金，采取措施改造升级，使成品酒的实际产能达

到经核准的产能，以实现更大发展。

②原酒产能

国家产业政策及主管部门对原酒产能无限制性规定，公司原酒现实产能可为 13,500 吨。

受储存空间、市场需求、省外市场拓展、生产成本等因素制约，2010 年公司原酒产量为 5,472 吨，实际产能的利用率为 40.53%。

公司本次募投项目中的“优质青稞原酒酿造技改项目”，着眼于产品结构优化（提高优质原酒的比重），提高实际产能的利用率，不存在扩大产能的情形。

“优质青稞原酒酿造技改项目”达产后，公司原酒的实际产能仍为 13,500 吨/年（预计产量亦为此数，即实际产能得以充分利用）。如上所述，国家产业政策及主管部门对原酒产能无限制性规定，公司未来将利用自有资金，采取优化厂区布局、增加窖池等措施，提高原酒的实际产能，以满足原酒窖藏、成品酒勾兑所需。

（4）土地政策

根据《国土资源部、国家发展和改革委员会关于发布实施〈限制用地项目目录（2006 年本）〉和〈禁止用地项目目录（2006 年本）〉的通知》（国土资发〔2006〕296 号），“白酒生产线”被列入“禁止用地项目目录”，凡列入该目录的建设项目或者采用所列工艺技术、装备的建设项目，各级国土资源管理部门和投资管理部门一律不得办理相关手续。

公司本次募投项目利用现有土地，未新增土地，符合国家产业政策。

（5）消费税政策

根据《财政部、国家税务总局关于调整和完善消费税政策的通知》（财税〔2006〕33 号），规定从 2006 年 4 月 1 日起，粮食白酒、薯类白酒的比例税率统一为 20%，定额税率为 0.5 元/斤（500 克）或 0.5 元/500 毫升。从量定额税的计量单位按实际销售商品重量确定，如果实际销售商品是按体积标注计量单位的，应按 500 毫升为 1 斤换算，不得按酒度折算。

根据《国家税务总局关于加强白酒消费税征收管理的通知》（国税函〔2009〕380 号）及附件《白酒消费税最低计税价格核定管理办法（试行）》，规定从 2009 年 8 月 1 日起，白酒生产企业销售给销售单位的白酒，生产企业消费税计税价格高于销售单位对外销售价格（不含增值税，下同）70%（含 70%）以上的，税

务机关暂不核定消费税最低计税价格；白酒生产企业销售给销售单位的白酒，生产企业消费税计税价格低于销售单位对外销售价格70%以下的，消费税最低计税价格由税务机关根据生产规模、白酒品牌、利润水平等情况在销售单位对外销售价格50%至70%范围内自行核定；其中生产规模较大，利润水平较高的企业生产的需要核定消费税最低计税价格的白酒，税务机关核价幅度原则上应选择在销售单位对外销售价格60%至70%范围内。已核定最低计税价格的白酒，生产企业实际销售价格高于消费税最低计税价格的，按实际销售价格申报纳税；实际销售价格低于消费税最低计税价格的，按最低计税价格申报纳税。

（6）相关法律法规

白酒行业所涉及的主要法律法规如下表所示：

序号	法律法规名称	发布单位	实施年份
1	《产品质量监督抽查实施规范（白酒）》	国家质量监督检验检疫总局	2010年
2	《食品生产许可审查通则（2010版）》	国家质量监督检验检疫总局	2010年
3	《食品生产许可管理办法》	国家质量监督检验检疫总局	2010年
4	《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例实施办法》（2010年修订）	国家质量监督检验检疫总局	2010年
5	《中华人民共和国食品安全法》	全国人大常务委员会	2009年
6	《中华人民共和国食品安全法实施条例》	国务院	2009年
7	《食品安全整顿工作方案》	国务院	2009年
8	《食品流通许可证管理办法》	国家工商行政管理总局	2009年
9	《流通环节食品安全监督管理办法》	国家工商行政管理总局	2009年
10	《关于加强白酒消费税征收管理的通知》	国家税务总局	2009年
11	《白酒消费税最低计税价格核定管理办法（试行）》	国家税务总局	2009年
12	《食品安全企业标准备案办法》	国家卫生部	2009年
13	《广播电视广告播出管理办法》	国家广播电影电视总局	2009年
14	关于修改《食品标识管理规定》的决定	国家质量监督检验检疫总局	2009年
15	《食品标识管理规定》	国家质量监督检验检疫总局	2008年
16	《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》	国务院	2007年
17	《食品召回管理规定》	国家质量监督检验检疫总局	2007年
18	《外商投资产业指导目录（2007年修订）》	国家发改委、商务部	2007年

19	《关于调整和完善消费税政策的通知》	财政部、国家税务总局	2006年
20	《中华人民共和国农产品质量安全法》	全国人大常委会	2006年
21	《白酒生产许可证审查细则（2006版）》	国家质量监督检验检疫总局	2006年
22	《关于工业产品生产许可证工作中严格执行国家产业政策有关问题的通知》	国家质量监督检验检疫总局 国家发改委	2006年
23	《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则（试行）》	国家质量监督检验检疫总局	2005年
24	《工业产品生产许可证管理条例》	国务院	2005年
25	《酒类流通管理办法》	国家商务部	2005年
26	《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则（试行）》	国家质量监督检验检疫总局	2005年

3、行业经营许可情况

根据《食品安全法》（主席令第9号），国家对食品生产经营实行许可制度，从事食品生产、食品流通、餐饮服务，应当依法分别取得食品生产许可、食品流通许可、餐饮服务许可。因此白酒生产企业需要取得白酒生产许可证、白酒销售企业需要取得食品流通许可证。

根据商务部《酒类流通管理办法》（商务部2005年第25号令），国家对酒类批发、零售、储运在内的酒类流通实行经营者登记备案制度和溯源制度，因此白酒销售企业在取得食品流通许可证的基础上还需要到商务主管部门办理酒类流通备案。

（三）行业发展概况

1、行业竞争格局和市场化程度

白酒是以粮谷为主要原料，用大曲、小曲或麸曲及酒母等为糖化发酵剂，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏而制成的饮料酒。白酒是中国特有的蒸馏酒，也是世界六大蒸馏酒之一。

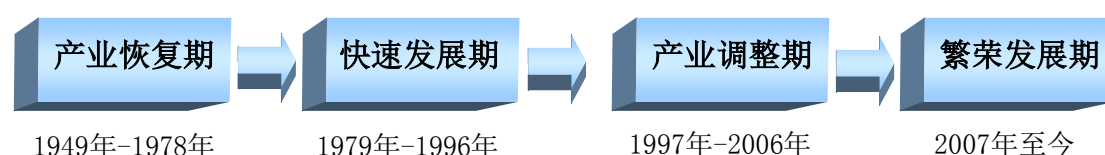
按照香型分类，目前我国白酒主要有浓香型、清香型、酱香型等11种香型，其中浓香型代表有五粮液（多粮）、国窖1573（单粮）；清香型代表有汾酒、青稞酒（青稞原料）、红星二锅头（二锅头工艺）；酱香型代表有茅台酒。

按照曲种分类，白酒主要分为大曲酒、小曲酒、麸曲酒和混合曲酒。

按照工艺分类，白酒主要分为固态法白酒、液态法白酒和固液法白酒三类。固态法白酒以粮食为原料，采用固态（或半固态）糖化、发酵、蒸馏，经陈酿、

勾兑而成，未添加食用酒精及非白酒发酵产生的呈香呈味物质，具有本品固有风格特征的白酒；液态法白酒以含淀粉、糖类的物质为原料，采用液态糖化、发酵、蒸馏所得的基酒（或食用酒精），可用香醅串香或用食品添加剂调味调香，勾调而成的白酒；固液法白酒是以固态法白酒（不低于 30%）、液态法白酒勾调而成的白酒。

新中国成立后，白酒行业经历了恢复、发展、调整、繁荣四个不同阶段。



第一阶段是产业恢复期，1949 年新中国成立时，我国白酒的产量只有 10.8 万千升，到“文革”后的 1978 年，我国白酒产量达到 143.74 万千升，比建国初期增长了近 15 倍。

第二阶段是快速发展期，20 世纪 80 年代起，我国经济体制开始由计划经济向社会主义市场经济转变，白酒产业得到快速发展，1996 年白酒产量达到 801.3 万千升，是建国初期的 80 倍左右。

第三阶段是产业调整期，“九五”、“十五”期间，为适应国民经济建设的总体要求，并提高白酒行业的投入产出比和综合经济效益，国家对白酒行业制定以调控和调整为基础产业政策，白酒产量在 2004 年下降到阶段性低点 311.7 万千升，随后两年略有复苏。

第四阶段是繁荣发展期，随着白酒产业调控政策效果的显现和居民消费结构升级的拉动，白酒行业进入繁荣发展阶段，白酒总产量和利润水平稳步提升，2010 年产量达到历史最高值 890.83 万千升，实现工业销售产值 2,661.14 亿元。

截至 2009 年底，白酒行业约有生产企业 1.8 万家，其中获得生产许可证的企业有 8,821 家，白酒骨干企业业绩优良，排名前 50 位企业实现销售收入总额 1,129.88 亿元，占全行业销售收入的 53.93%；利润总额 187.28 亿元，占全行业利润总额的 79.73%；税金总额 151.07 亿元，占全行业税金总额的 67.89%。上述数据表明，白酒行业是充分竞争的行业，规模企业（年产值超过 500 万元人民币的企业）在行业内占据绝对主导地位。

2、行业内主要企业和主要企业市场份额

白酒行业盈利的上市公司有 12 家，基本涵盖行业内主要生产企业，2008 年-2010 年上市白酒企业的净利润、营业收入、市场份额相关数据如下：

单位：亿元

公司名称	2010 年度		2009 年度			2008 年度		
	净利润	营业收入	净利润	营业收入	市场份额	净利润	营业收入	市场份额
贵州茅台	53.40	116.33	45.53	96.70	4.62%	40.01	82.42	5.23%
五粮液	45.62	155.41	34.67	111.29	5.31%	18.30	79.33	5.04%
洋河股份	22.99	76.19	12.54	40.02	1.91%	7.43	26.82	1.70%
泸州老窖	22.81	53.71	16.91	43.70	2.09%	12.67	37.98	2.41%
山西汾酒	6.02	30.17	4.58	21.43	1.02%	3.15	15.85	1.01%
古井贡酒	3.14	18.79	1.40	13.41	0.64%	0.34	13.79	0.88%
水井坊	2.31	18.18	3.19	16.73	0.80%	3.16	11.79	0.75%
金种子酒	1.69	13.80	0.71	10.46	0.50%	0.24	6.62	0.42%
本公司	1.36	5.97	1.14	4.28	0.20%	0.49	2.42	0.15%
伊力特	1.33	10.85	1.07	8.71	0.42%	1.23	7.31	0.46%
酒鬼酒	0.79	5.60	0.58	3.65	0.17%	0.41	3.27	0.21%
沱牌曲酒	0.76	8.95	0.54	7.23	0.35%	0.41	8.71	0.55%
老白干酒	0.42	11.66	0.36	9.35	0.45%	0.31	6.02	0.38%
行业总额	-	-	-	2,095.17	100.00%	-	1,574.85	100.00%

注 1：2008 年、2009 年行业数据来源于《中国酿酒工业年鉴 2009》。

注 2：上市公司财务数据来源于 WIND 资讯；公司财务数据来源于发行人会计师出具的审计报告；市场份额依据营业收入占比计算。

3、行业进入障碍

（1）生产许可证限制

目前白酒行业实行市场准入制度，根据现行法律法规，白酒生产企业必须满足生产场所、生产设备、产品标准、检验设备等多方面条件，并且取得生产许可证后方能从事生产经营活动。国家质检部门对白酒生产许可证严格管理，根据《关于工业产品生产许可证工作中严格执行国家产业政策有关问题的通知》（国质检监联[2006]632 号），企业在申请办理生产许可证时，需要由省级发展改革委、经委（经贸委）出具符合产业政策的证明文件，使得行业准入门槛大为提高。

（2）行业政策限制

根据现行产业政策，白酒生产线被列为限制类投资项目，国家有关部门要根据产业结构优化升级的要求，遵循优胜劣汰的原则，实行分类指导。根据现行土地政策，白酒生产线被列入禁止用地目录，白酒生产企业进行技术改造应在企业原有土地上实施。

（3）产品品牌限制

随着居民收入的提高和消费结构升级，人们已经从过去重视白酒的价格转变为重视白酒的品牌、质量、安全、营养等。行业竞争从低质竞争逐步过渡到品牌竞争，行业集中度提高，行业龙头企业建立了较强的品牌优势，取得了较高的市场认知度。

“品牌认同”、“产品特色”是企业在白酒行业成功发展的主要因素，新进者需投入大量资金进行广告、促销、产品推广，才有可能打破既有的客户忠诚度，这些努力通常会带来开办初期的费用，耗时费力，风险较大；新进者如脱离品牌的范畴，则只能在传统和低价位的产品中激烈竞争，利润及生存空间较小，被替代性较高。

（4）自然环境限制

白酒的生产对自然环境有特定要求，尤其是中高档白酒的制曲、糖化发酵、陈化老熟等环节对产地的气候、土壤和水资源等自然资源环境有较高的要求，白酒生产企业必须处于适宜的地理位置。随着工业化进程所带来的自然环境破坏程度的加重，适宜酿造优质白酒的自然资源更加成为一项稀缺资源，构成白酒行业的进入门槛。

（5）技术人才限制

目前大型白酒生产企业虽然已经较为广泛地采取机械化生产手段，但是在制曲、糖化发酵、分级贮存、勾兑等重要环节，仍然沿用传统工艺，这些环节很大程度上依赖操作人员的感官认知和经验积累。合格的操作人员不仅需要理论学习，更需要长期的实际操作才能胜任。

（6）外商控股限制

白酒是我国特有的蒸馏酒，在我国有着悠久的酿造历史，已经成为中华文化的重要组成部分，目前我国企业拥有白酒行业完整的知识产权体系。根据国家发改委和商务部于 2007 年联合发布的《外商投资产业指导目录(2007 年修订)》将

白酒列入限制外商投资产业目录，名优白酒要求“中方控股”。

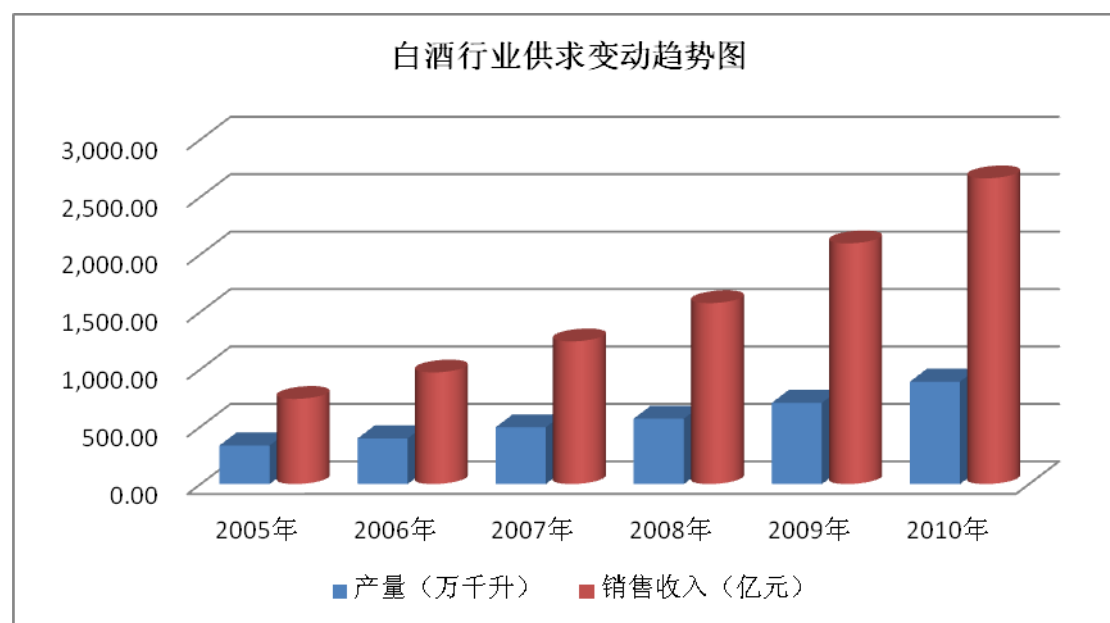
（7）资金实力限制

新酿造的原酒口感辛辣，呈香呈味物质尚未充分产生，故需经历一定时间的陈化老熟期，使原酒在储存容器中发生充分的物理、化学反应，其品质（口感、香气等）得以提升。白酒行业的特殊工艺阶段，使企业在起步阶段很难盈利，而且也导致白酒在陈化老熟阶段占用资金规模较大，对企业的资金实力提出较高要求。

（四）市场供求状况及变动原因

1、市场供求状况

受益于白酒产业结构调整 and 居民消费升级，“十一五”期间白酒行业产量稳步回升，全行业销售收入节节攀升，呈现出供求两旺的态势。2005年-2010年供求状况如下图所示：



数据来源：《中国酿酒工业年鉴》、《中国酿酒工业行业信息》

2005年-2010年白酒产量增长率保持在15%以上，销售收入增长率保持在25%以上，白酒价格由2005年的2.21万元/千升提高到2010年的2.99万元/千升，说明白酒产业结构调整取得初步成效，中高档白酒需求快速增长。为适应需求结构的转变，名优白酒企业纷纷推出中高档产品，但是仍然无法充分满足市场需求，部分超高端产品甚至出现脱销现象。2005年-2010年白酒行业供求状况分析如下表所示：

项目	2010 年	2009 年	2008 年	2007 年	2006 年	2005 年
产量（万千升）	890.83	706.93	569.34	493.95	397.08	335.94
销售收入（亿元）	2,661.14	2,095.17	1,574.85	1,241.96	971.40	741.07
单价（万元/千升）	2.99	2.96	2.77	2.51	2.45	2.21
产量增长率	26.01%	24.17%	15.26%	24.40%	18.20%	-
销售收入增长率	27.01%	33.04%	26.80%	27.85%	31.08%	-

数据来源：《中国酿酒工业年鉴》、《中国酿酒工业行业信息》

2、供给影响因素分析

（1）国家调控政策的影响

受国家加大对食品行业监管力度以及白酒行业本身扶优限劣产业调整思路的影响，短期内白酒供给应该较为稳定，产量大幅波动的概率较低。国家调控政策的相关内容，请参见本招股说明书第六节“二、（三）行业发展概况”中的行业进入障碍。

（2）行业技术特点的影响

目前大多数白酒生产企业仍然采用传统酿造工艺，自动化生产线主要应用在包装环节，由于传统酿造工艺必须经过发酵、蒸馏、陈化老熟、勾兑等生产环节，特别是勾兑中高档白酒所需的优质基酒一般至少要经过1年的储存期，因此白酒供给难以在短期内得到提升。

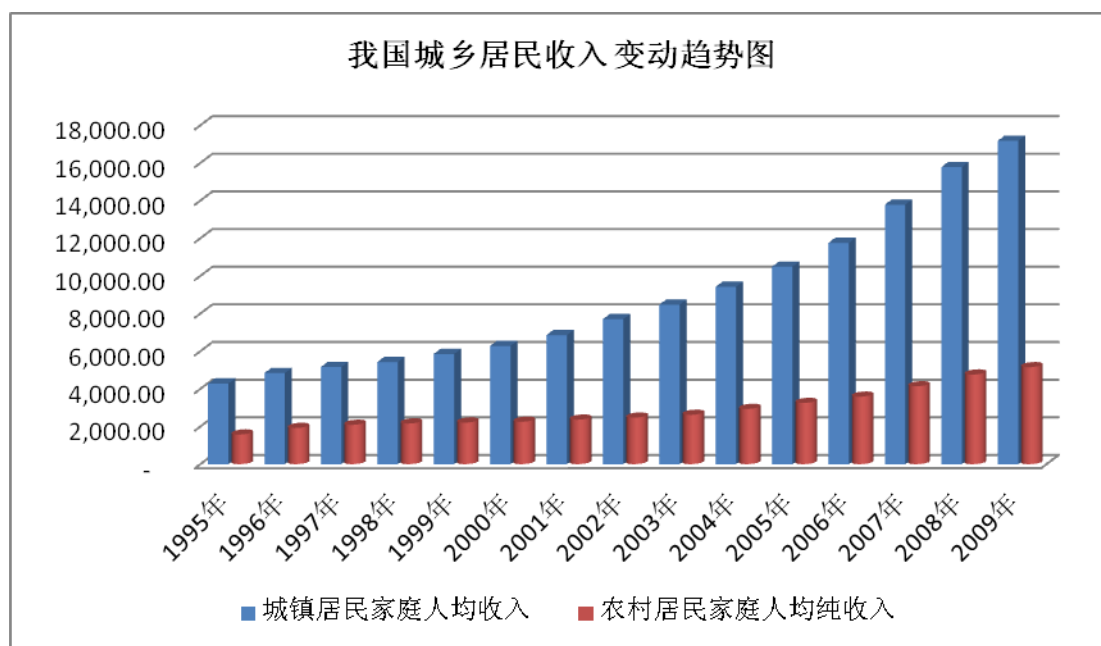
（3）品牌因素的影响

品牌因素是影响中高档白酒供给的特有因素，中高档白酒需要强大的品牌支撑力，而品牌建设需要历史文化的积淀和持续不断的资源投入，因此中高档白酒的供给增长将受到品牌知名度和美誉度的限制。

3、需求影响因素分析

（1）居民收入水平提高带动需求增长

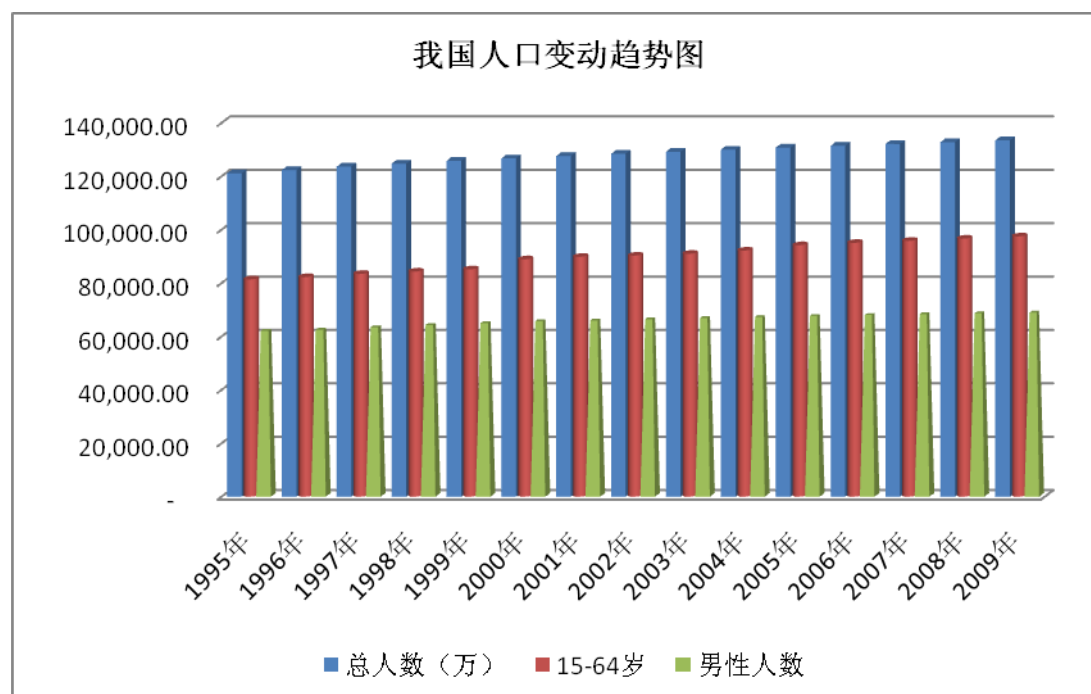
白酒作为社会交往、餐饮聚会的重要饮品，其消费支出与居民收入水平密切相关。改革开放以来，我国城乡居民收入稳步上升，为白酒消费增长奠定了坚实基础。1995年-2009年，我国城镇居民家庭人均收入和农村居民家庭人均纯收入的变化情况如下：



数据来源：历年《中国统计年鉴》

（2）人口基数增长奠定消费基础

我国是世界第一人口大国，庞大的人口基数为白酒消费提供了广阔的市场空间，近年来我国人口仍然保持上升趋势，作为白酒消费主要群体的男性人数以及15-64岁人数都保持增长态势。1995年-2009年，我国人口变动趋势如下：

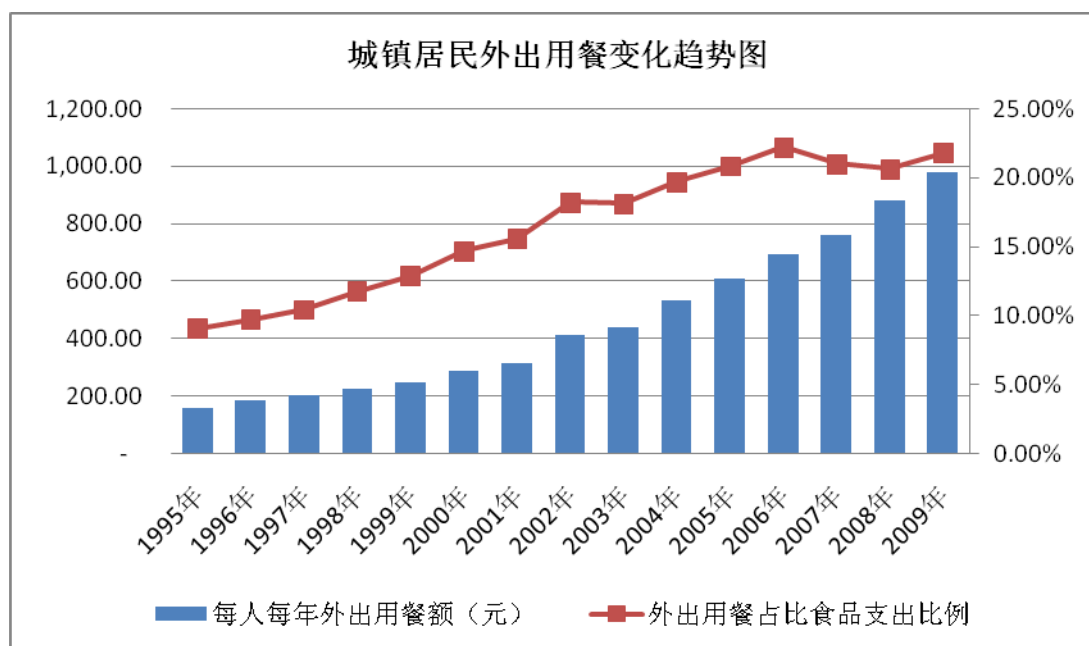


数据来源：历年《中国统计年鉴》

（3）消费结构升级带动中高档白酒消费

随着收入水平的提升，居民消费类型开始逐步由温饱型向享受型转变，每人

每年外出用餐额逐步提升，外出用餐占食品支出的比例达到20%以上。商务宴请、公务活动等外出用餐是白酒消费的主要途径之一，而且用餐时所消费的白酒档次一般要高于居民日常家庭消费用酒，外出用餐金额的提升有望带动中高档白酒需求的持续增长。1995年-2009年，城镇居民每人每年外出用餐额及外出用餐占食品支出比例变动趋势如下：

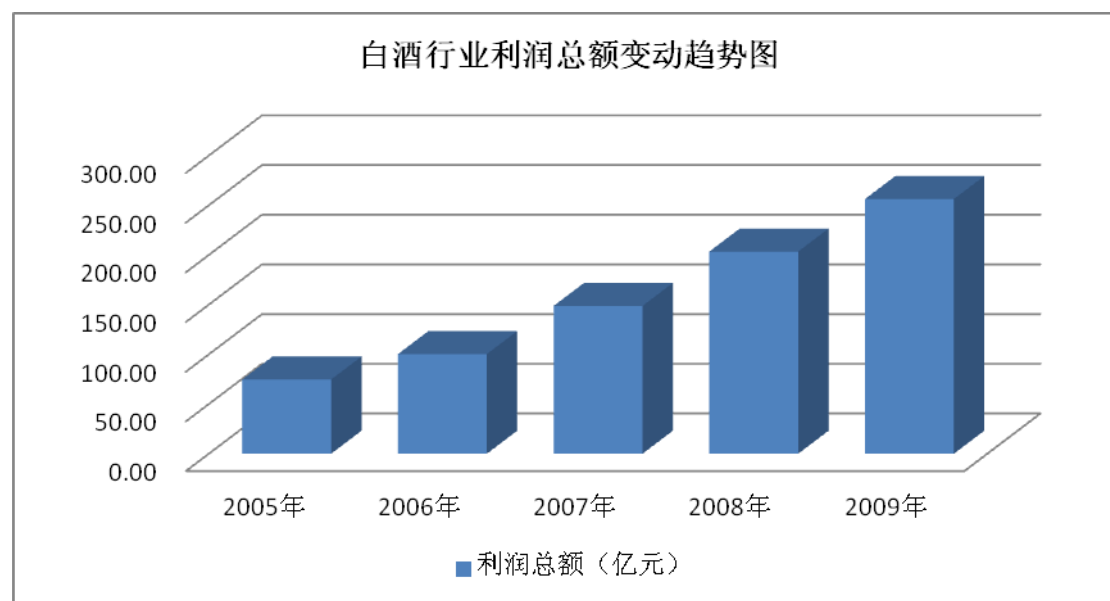


数据来源：历年《中国统计年鉴》

（五）行业利润水平变动趋势及变动原因

1、行业利润水平变动趋势

2005 年以来，在白酒市场供需两旺的态势下，行业利润快速提升，产品售价稳步上涨，抵消了原辅材料、包装成本及其他费用上升带来的负面影响，整体利润增速高于销售收入增速。行业利润总额变动趋势如下图所示：



数据来源：《中国酿酒工业年鉴》，其中 2007 年-2009 年利润总额全年数根据 1-11 月数据推算。

2、行业利润变动原因分析

白酒行业利润总额快速增长的主要原因有：

（1）行业调控政策影响

随着国家对食品行业整治力度的加强，白酒行业准入门槛和运行水平明显提高，行业内企业优胜劣汰速度加快，品牌集中度逐步提高，行业竞争格局得到优化，白酒市场已由价格竞争转向品质、品牌以及产品特色的综合竞争，行业整体利润水平得到提升。

（2）消费结构升级

我国国民经济一直保持较高增速，居民收入水平稳步攀升带动中高档白酒消费需求增长，规模以上生产企业的中高档白酒销售占比不断提高，由于中高档白酒具有较高的利润空间，使得行业总体利润水平得到快速增长。

（3）产品提价因素影响

近年来，白酒行业一线企业凭借较强的品牌效应和市场地位，不断提高产品价格，带动二三线企业白酒价格的提升，行业平均单价也由 2005 年的 2.21 万元/千升提高到 2010 年的 2.99 万元/千升，增长幅度高于同期原辅材料和其他费用的增幅，使得产品毛利率稳步增长。

（六）影响本行业的有利及不利因素

1、有利因素

（1）良好的宏观经济形势

改革开放以来，我国经济实力不断增强，2010 年国民生产总值跃居全球第二，而且仍然保持快速增长态势，良好的宏观经济形势为白酒等消费品行业的增长奠定了坚实基础。

（2）居民消费结构升级

宏观经济的快速发展使得居民收入水平稳步增长，消费档次不断提升，中高档白酒从高端公商务宴请用酒，扩散到居民日常聚会消费用酒，中高档白酒市场容量将持续增长，带动白酒行业持续发展。

（3）扶优限劣的调控政策

奶制品行业的“三聚氰胺”事件爆发后，社会对食品安全问题的关注度不断提升，国家出台系列法律、法规和政策加强食品行业安全监管，加之国家对白酒行业扶优限劣的调控思路，使得小型白酒生产企业的增长空间乃至生存空间都受到极大限制，规模以上白酒企业有望凭借其综合竞争优势得到进一步发展。

（4）“三农”扶持政策

白酒属于农产品深加工行业，白酒酿造的主要原料均来自我国农业提供的杂粮、饲料粮（如高粱、玉米、大麦、青稞等），国家扶持“三农”政策对白酒行业的发展有着积极影响。2004 年开始的每年中央“一号文件”都对解决“三农”问题作出战略部署，特别是在推动农业产业化方面，给予系列优惠政策，大力扶持农业产业化龙头企业的发展，以发挥它们带动农村产业结构调整、促进农民增收、提高农业综合效益等关键作用，中央对“三农”的各项支持政策将间接促进我国白酒行业的发展。

（5）中华传统文化的魅力

随着中国经济实力和国际影响力的提升，中华传统文化吸引了越来越多国际人士的关注，白酒由于其悠久的历史和独特的酿造工艺，使其不仅具有物质属性，而且富含文化底蕴。作为世界六大蒸馏酒之一，白酒有望走向世界，被越来越多国际友人所接触、接受甚至喜爱。

2、不利因素

（1）消费结构多元化

随着人们生活方式的现代化和健康意识的增强，部分消费者开始有节制的饮用含酒精饮料，葡萄酒、啤酒、黄酒以及其他不含酒精饮料的消费份额有所提升；另一方面，随着中国国际化程度的加深，威士忌、白兰地等国外蒸馏酒逐步进入中国市场，对白酒消费构成一定冲击。白酒行业应该在机制改革、科技进步、品牌建设、社会责任、文化传承等方面深刻思考，积极应对消费结构调整。

（2）消费环境的影响

白酒行业一直承受着较大的社会压力，诸如影响身体健康、增加交通事故、消耗粮食等不完全客观的认识影响到白酒消费，国家有关“禁酒令”、“酒后禁驾”、限制广播电视酒类广告发布以及从严征收白酒消费税等政策都对白酒行业发展造成一定影响。白酒行业应该拓展思路，加强行业整体形象建设，主动承担起应有的社会责任，宣传和倡导健康饮酒的理念，弘扬白酒文化的深刻内涵，树立白酒行业良好的社会形象。

（七）行业技术水平、经营模式、周期性和区域性和季节性

1、行业技术水平

白酒酿造在我国具有悠久的历史，已经形成完全独立自主的知识产权体系，但基础研究和新产品开发研究方面却相对滞后，生产工艺中的许多环节缺乏理论基础，酿酒技艺仍然依靠口口相授来传承。新中国成立以来中国白酒科研和技术进步大致分为5个阶段：

第一阶段是新中国建立到20世纪60年代初期，由于当时的经济状况限定，国家粮食短缺，代用料酿酒占相当比例。白酒行业科研和技术进步的方向是以提高出酒率和消除酒的杂味为主。

第二阶段是60年代初期到70年代末期，这个时期主要是以提高白酒品质和出酒率为主。这个阶段代表性成果主要有：酿酒菌种分离、传统白酒的香气成分剖析方面取得突破；液态法白酒串蒸技术、勾兑技术取得较大进步；麸曲法酿酒、人工窖泥技术、以气相色谱为主的分析技术等投入应用。

第三阶段是80年代初期到90年代初期，这个时期是白酒由计划经济向市场经济积极转变的时期，也是白酒市场化的初级阶段。这个阶段的代表性科研成果

有：人工窖泥培养技术、计算机勾兑调味技术的发展；大量先进分析设备、分析方法的应用；确定许多定量分析数据，使白酒工艺过程和产品质量得到有效控制；采用生物技术使传统制曲工艺得到长足进步；开放新技术使低度白酒的生产更加成熟。

第四阶段是 90 年代初期到本世纪初期，这个时期是新工艺白酒大发展的时期，同时传统白酒在酿造工艺、勾调技术、分析技术、特殊工艺制作调味酒等方面的技术也得到全面提升。这个时期代表性科研成果有：生化技术提高白酒质量的研究；白酒生产综合利用的研究；白酒微观形态物理化学特性的研究；白酒品评新方法的研究；白酒中更多微量香味物质定量分析技术的应用等。

第五阶段是本世纪初至今，代表性事件有“中国白酒 169 计划”的实施和酿酒产业技术创新战略联盟的建立。“中国白酒 169 计划”采用微生物生态学、分子酶学、分子生物学等现代生物技术手段，围绕白酒产业共性的、关键的问题进行创新性研究，建立以风味化学物定向的功能微生物和酶技术的平台，在白酒年份酒、微量成分、风味化合物、异味化合物以及风味定向功能微生物等方面研究取得重大突破，填补白酒基础科学研究领域的多项空白。酿酒产业技术创新战略联盟在国家政策与资金引导下，建立以企业为主体，产学研结合，市场化、多元化投融资和促进成果转化的有效机制，成为国家技术创新体系的重要组成部分，酿酒行业前沿、共性、关键技术装备的研发基地，技术创新资源的集成与共享通道。

2、行业经营模式

在采购方面，除从农户或者粮食经纪人收购粮食等酿酒原料外，行业内规模大的企业一般会采取竞标的形式采购生产所用包装物等材料。在销售方面，白酒行业实行市场化定价策略，销售方式多为经销模式和直销模式并存。在生产方面，由于基酒需要存储较长时间才能加工为成品酒对外销售，故其生产并不能简单的以现销定现产，而是基于企业对市场的未来预期来提前计划安排生产。

3、行业的周期性

白酒属于快速消费品，白酒行业对宏观经济波动具有较强的防御性，因此不存在明显的行业周期。

4、行业的区域性

从生产方面看，白酒在我国 30 个省、市、自治区（该统计数据不包含香港、

澳门、台湾地区）都有生产，但是由于白酒酿造对气候环境、自然资源等存在较高要求，因此白酒主要产量一直集中在几个传统区域。2006 年-2010 年白酒传统产区产量占全国总产量的比例逐年上升，2010 年白酒产量超过 20 万千升的地区有 10 个，这 10 个产区的白酒产量占全国总产量的 82.14%。2006-2010 年全国前十大白酒产区产量情况如下表所示：

单位：万千升

名称	2010 年	2009 年	2008 年	2007 年	2006 年
四川	229.80	155.96	111.76	86.18	64.98
山东	96.90	86.87	76.55	83.44	80.21
河南	84.43	71.96	57.90	42.19	32.99
辽宁	64.29	47.32	43.17	35.03	20.43
江苏	56.39	34.14	29.50	27.39	23.70
安徽	47.99	29.71	29.00	24.51	20.74
吉林	46.22	34.48	16.81	14.73	15.62
湖北	42.74	43.54	32.39	20.78	16.60
内蒙古	36.86	34.36	24.29	30.58	16.56
河北	26.14	23.45	19.99	17.52	13.16
传统产区总产量	731.76	561.79	441.36	382.35	304.99
全国总产量	890.83	706.93	569.34	493.95	397.08
主要产区占比	82.14%	79.47%	77.52%	77.41%	76.81%

数据来源：《中国酿酒工业年鉴》、《中国酿酒工业行业信息》

从消费方面看，由于白酒在我国悠久的酿造和饮用历史，白酒消费遍布我国各省、区、市，2009 年全国有 15 个地区白酒销售收入超过 20 亿元，分别是：四川省、山东省、贵州省、江苏省、河南省、湖北省、安徽省、内蒙古自治区、辽宁省、河北省、山西省、吉林省、江西省、陕西省、北京市。消费区域发展与当地人口总数和经济发展水平密切相关，前 15 个消费区域均为人口大省或经济发达省份。

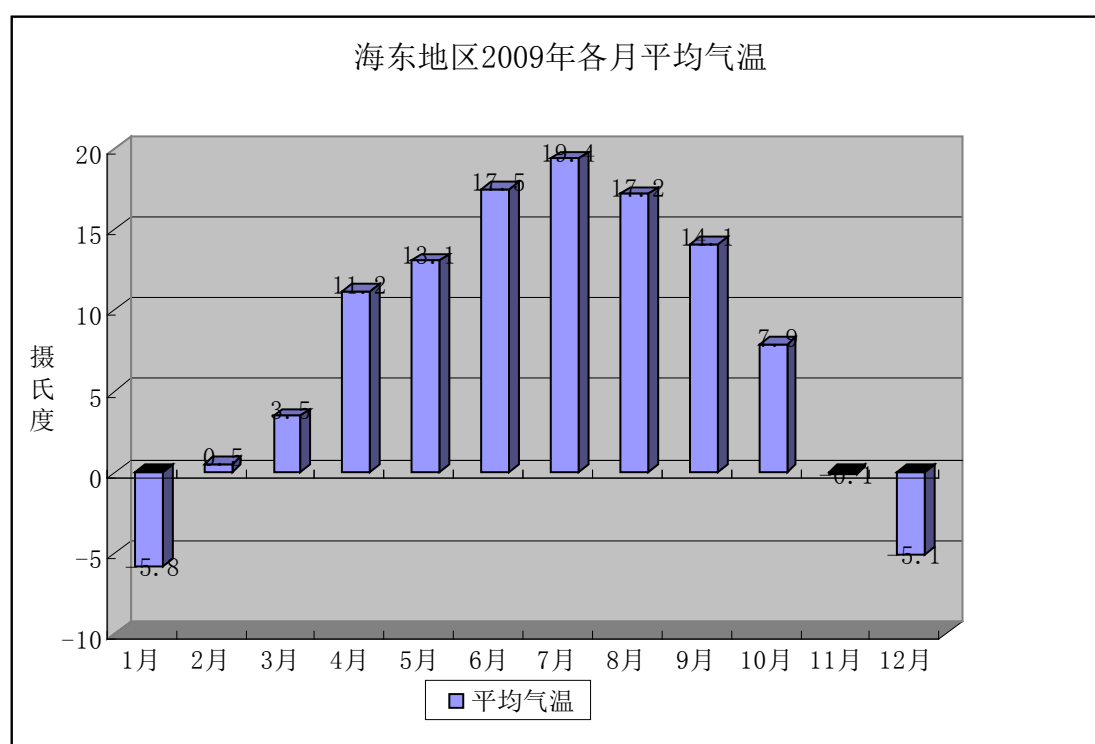
5、行业的季节性

（1）生产的季节性

一般而言白酒生产具有季节性，由于夏季温度超过 35℃，酒醅发酵环境受

到影响，导致有害菌种滋生影响到基酒品质，因此大部分白酒生产企业会从6月份起暂停酿造工序，进行设备检修保养，即所谓“压窖”；到9月份气温降低后，白酒生产企业重新投料开始酿造基酒。

由于公司位于青海省海东地区，海拔高度约为2520米，2009年平均气温7.8℃，全年气温最高的7月份平均气温19.4℃，仍然能够满足白酒发酵要求，因此全年均适宜白酒生产，不存在生产的季节性问题。海东地区2009年各月的平均气温数据如下：



数据来源：《青海统计年鉴2010》

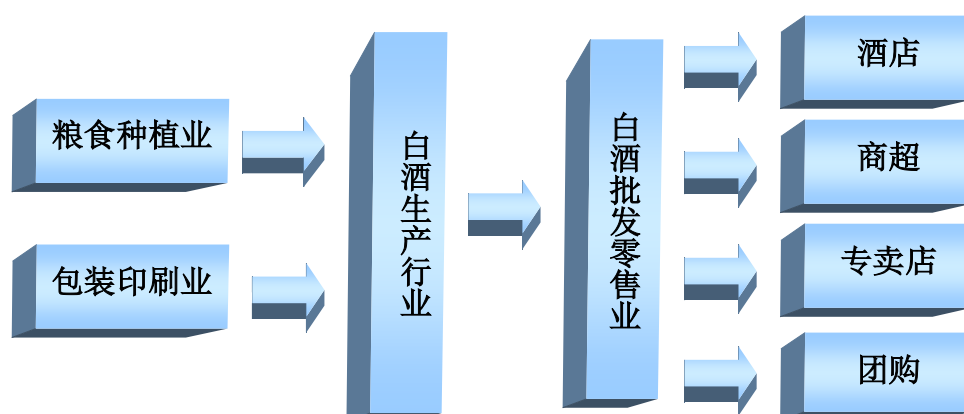
（2）销售的季节性

由于夏季温度相对较高，白酒消费处于低谷期；冬天气温较低，白酒消费进入高峰期，特别是北方地区有饮用白酒御寒的习惯，因此消费量相对较高。另一方面，由于节日期间社会交往频繁，居民消费需求集中释放，使得白酒消费具有较为明显的节日效应，特别是春节之前白酒消费快速升温、春节后销售逐步回落。因此每年12月至次年2月是白酒行业的销售旺季。

（八）行业上下游关系

白酒生产需要高粱、玉米、小麦、糯米、谷糠等原辅材料以及酒瓶、酒盒、酒箱等包装物，因此白酒生产企业的上游行业主要是粮食种植业和包装印刷业；

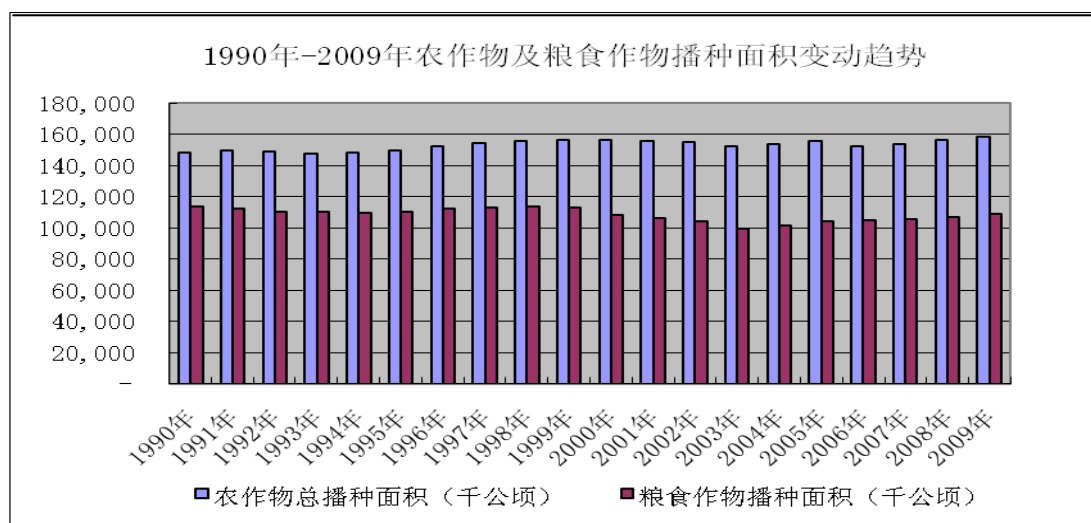
生产的成品酒通过直销或经销方式最终到达消费者，因此下游行业主要是白酒的批发零售业。



1、粮食种植业

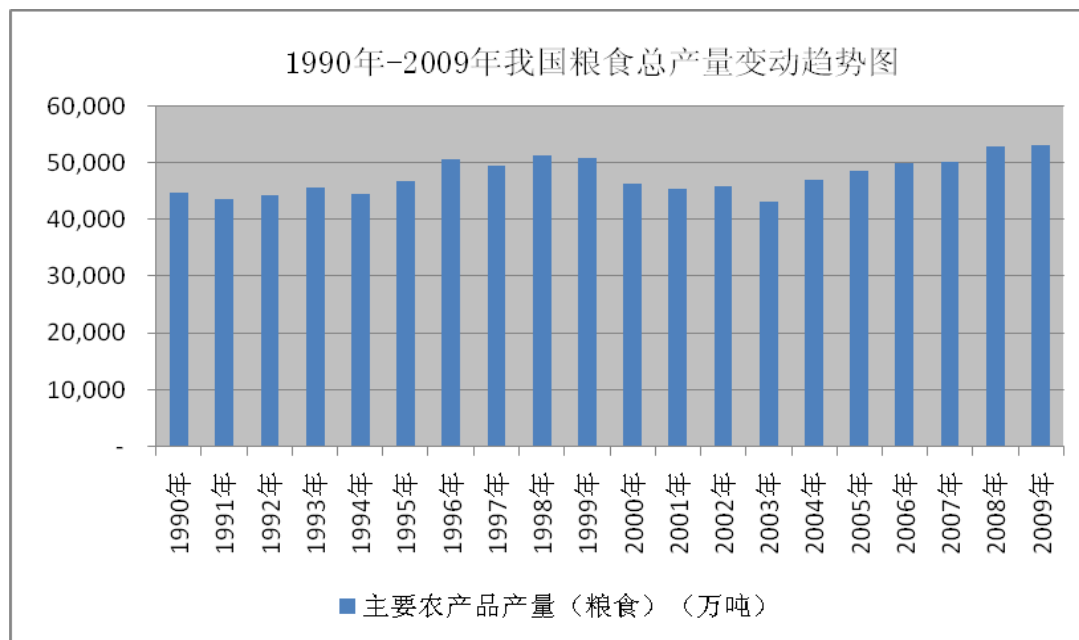
（1）粮食种植业

粮食种植业是我国农业的重要组成部分，而农业是我国的基础产业，关系到国民经济发展、社会安全稳定和满足群众基本生活需要等重大战略性问题，因此整个产业基础相当稳固。近年来，国家不断加大对农业特别是粮食种植业的投入力度，2004年开始的中央“一号文件”均涉及到农业问题，并且出台大量优惠政策，采取最低收购价托市、取消农业税、减免相关税费、建立直补政策、加大农田水利建设等措施，提高农民种粮积极性，保证农业平稳发展。在国家政策扶持下，1990年-2009年农作物和粮食作物播种面积基本保持稳定，其变化趋势图如下：



数据来源：历年《中国统计年鉴》

随着我国农业科学技术的进步、先进种植经验的宣传推广和机械化生产设备的投入，粮食单产稳步提高，在粮食播种面积基本稳定的条件下，我国粮食总产量保持稳中有升的态势，2009年总产量达到53,082万吨。1990年-2009年我国粮食总产量变动趋势如下：



数据来源：历年《中国统计年鉴》

为持续保障我国粮食安全，2008年11月国家发改委发布《国家粮食安全中长期规划纲要（2008-2020年）》，提出强化粮食安全责任、严格保护生产资源、加强农业科技支撑、加大支持投入力度、健全粮食宏观调控、引导科学节约用粮、推进粮食法制建设、制定落实专项规划等八项主要政策和措施，并且提出相关控制指标。预计未来我国粮食生产将保持稳定增长，基本实现供需平衡，能够为白酒行业发展提供充足的原料支持。

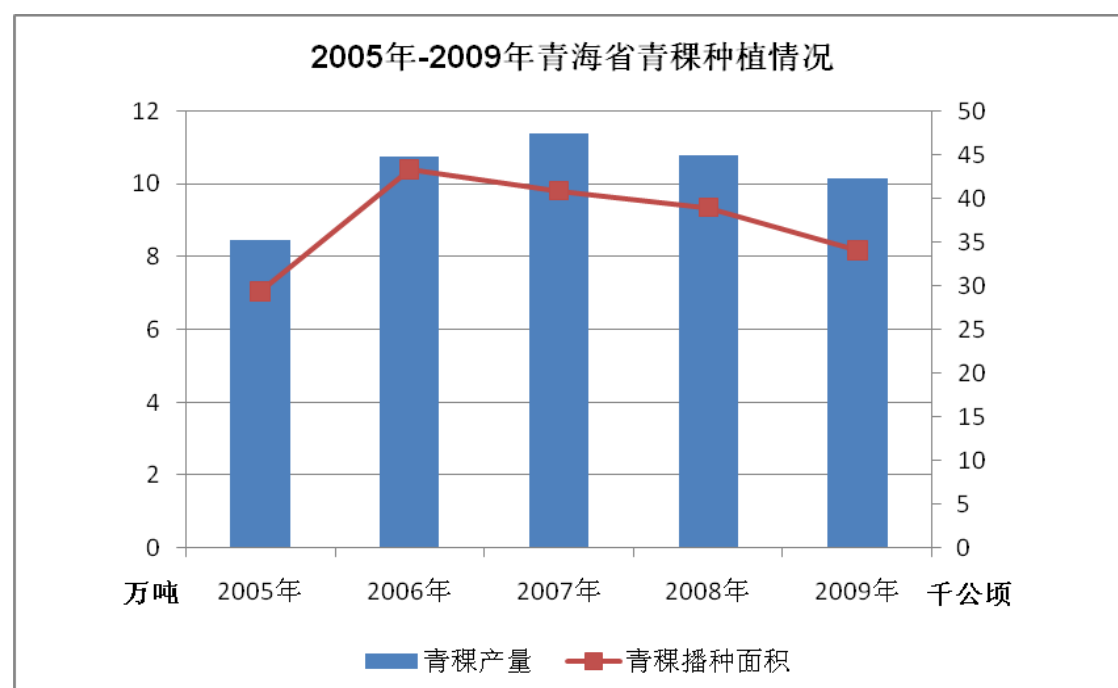
（2）青稞种植业

一般白酒生产企业酿造所用原料主要是高粱、小麦、大麦等谷物，公司酿造的青稞酒在原料上具有独特性，其主要原料为产自高寒高海拔地区的青稞。青稞因耐干旱、耐严寒、生长期短、适应性强、产量稳定、易栽培等特性，在青藏高原具有悠久的栽培历史，目前主要用于制作青稞糌粑和酿造青稞酒，是藏族人民的传统主食之一。

青稞在青藏高原有着广泛的种植基础，西藏自治区是青稞的主要种植区域，根据西藏农牧厅的数据，2010年西藏青稞种植面积达到169.6万亩，产量约为

62 万吨。同时西藏不断加大对青稞种植的政策扶持力度，2010 年自治区农牧厅安排青稞良种补贴 1800 万元，加快推进青稞良种化进程；《西藏自治区“十二五”时期国民经济和社会发展规划纲要》提出，将大力发展特色种植业和特色畜牧业，提高农牧业经济整体效益，加大青稞等高原特色农畜产品和绿色食品生产。上述政策有望促进西藏青稞种植业发展，稳定和提高青稞总产量。

在青海省，青稞是播种面积和产量仅次于小麦的第二大类谷物品种，近年来青稞播种面积和产量保持相对稳定，2005 年-2009 年青海省青稞播种面积和产量如下图所示：



数据来源：《青海统计年鉴2010》

青稞种植业作为藏区主要农业之一，受到国家政策的大力支持，并且出台《全国藏区青稞生产基地建设规划》，安排中央预算内资金扶持青稞种植业。有利的政策环境，以及公司所在地及周边省区青稞种植业的稳定发展状况，为公司未来发展提供了充足的青稞原料保障。

2、包装印刷业

包装印刷业属于充分市场竞争的行业，行业内有众多供应商能够提供成品酒生产企业所需的酒瓶、酒盒、酒箱等包装物，白酒生产企业选择余地较大，能够通过招标或多家谈判等方式采购质优价廉的包装材料。

3、批发零售业

白酒行业的下游客户主要包括酒店、商超、烟酒专卖店和团购客户；近年来，酒店数量稳步发展，商超数量迅速增长，烟酒专卖店持续快速发展，团购市场发展前景良好，下游市场的快速发展有利于推动白酒产品更为广泛的铺货，促进白酒行业整体发展。在各类下游客户中，大中型酒店和中高档烟酒专卖店有利于提升中高档白酒销售，并且带动商超、团购渠道发展；商超有利于提高产品面市率，扩大消费者对产品的认知度。

三、公司的竞争状况及变化趋势

（一）公司竞争状况

1、公司竞争优势

（1）原料优势

公司酿酒的主要原料为青稞，青稞主要种植于我国西藏、青海、甘肃的甘南、四川的阿坝、甘孜、云南的迪庆等高寒高海拔地区，上述地区人口密度和工业化程度相对较低，水源、土壤、空气等自然环境保护较好。另一方面，高寒高海拔地区的病虫害较少，而且当地居民出于文化和信仰的原因，基本不使用农药和化肥，使得青稞种植业具有天然的有机农业特征，保证青稞原料天然无污染的品质。

青稞不仅具有良好的种植环境，而且具有丰富的药用和营养价值。据《本草拾遗》记载：青稞，下气宽中、壮精益力、除湿发汗、止泻，藏医典籍《晶珠本草》更把青稞作为一种重要药物，用于治疗多种疾病。青稞富含β-葡聚糖以及钾、锌、硒等微量元素，β-葡聚糖是一种重要的可溶性膳食纤维，具有降血脂、调节血糖、调节肠道和提高免疫力等保健功能。根据中国科学院西北高原生物研究所的检测结果，公司酿酒所用的肚里黄青稞β-葡聚糖含量为4.06%，黑老鸦青稞17种氨基酸总量达到13.36%，白青稞烟酸含量6.01mg/100g，瓦蓝青稞的硒含量能够达到0.99mg/kg，不同青稞品种具有各自不同的营养特点，为公司深入挖掘和利用青稞的营养价值提供了广泛空间。

（2）产品优势

青稞天然无污染的种植特点和丰富的营养价值为青稞酒的高品质奠定了坚实基础。此外，公司不断运用和改良“清蒸清烧四次清”的传统酿造工艺，从原

辅材料检验入库到成品酒检测出库的整个生产环节都严格执行产品质量标准和管理体系的要求，严格保证青稞酒的产品质量和良好的市场声誉，形成“清雅纯正、怡悦馥合、绵甜爽净、醇厚丰满、香味谐调、回味怡畅”的青稞酒特色。

营养有机的青稞原料、青藏高原特有的地理环境、传统独特的酿造工艺、严格细致的质量控制，形成青稞酒有别于普通白酒的独特性，青稞酒的品类优势使公司能够摆脱普通白酒同质化竞争局面，为公司赢得广阔的市场空间和强大的可持续发展能力。2005 年公司生产的青稞酒获得原产地域产品保护，被国家质量监督检验检疫总局授权使用互助青稞酒原产地域产品专用标志；2006 年被中国酿酒工业协会认定为中国白酒清香型（青稞原料）代表；2007 年公司根据《地理标志产品保护规定》，作为主要起草单位修订《地理标志产品 互助青稞酒》（GB/T 19331-2007）；2009 年公司生产的青稞酒被中国产品质量协会评定为 AAA 等级；2010 年被中国食品工业协会认定为食品安全信用等级 A 级。

（3）品牌优势

从白酒行业的发展趋势来看，当前白酒市场已由价格竞争转向品质、品牌以及产品特色的综合竞争，企业的品牌发展战略将成为决定其成败的关键因素之一。公司成立以来非常重视品牌建设，其生产的青稞酒以其卓越的品质和良好的声誉在西北市场特别是青海市场拥有稳定的消费群体和极高的品牌忠诚度。

2005年以来，公司持续赞助环青海湖国际公路自行车赛，并在2009年组建中国天佑德洲际自行车队积极参与该项亚洲顶级赛事，公司还通过赞助世界攀岩赛、黄河抢渡挑战赛、出资冠名全国业余网球赛、在中央电视台投放广告等多种手段，不断提升公司在全国乃至国际上的品牌影响力。公司生产的青稞酒在2005年被中国酿酒工业协会确定为“全国酒类产品质量安全诚信推荐品牌”；2010年被认定为“中国著名品牌”，并且被国家工商总局确定为“国家商标战略实施示范企业”（全国共有41家，其中白酒生产企业仅有5家：五粮液、茅台、汾酒、伊力特、公司）；公司的“互助”、“天佑德”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，是青海省唯一拥有两件中国驰名商标的企业；2011年3月，公司“互助”商标被国家商务部认定为“中华老字号”。

（4）历史文化优势

白酒由于其悠久的历史 and 独特的酿造工艺，使其不仅具有物质属性，而且富含文化底蕴，名优白酒一般都具有深厚的历史文化积淀。根据《青海通史》记载，

青海以青稞酿酒的历史最早可以追溯到青铜时代齐家文化和卡约文化时期，宋元时期公司所在的互助土族自治县民间就有以青稞为原料土法酿造青稞酒的历史，这种土法酿制的青稞酒叫醪醑酒，具有酒香清雅、绵甜柔和的特点。根据《互助土族自治县县志》记载，明末清初，土族人民在醪醑酒原始工艺的基础上不断改进和完善制曲、发酵、蒸馏等工艺，酿造出清香甘美、醇厚爽口的“威远烧酒”（即今互助青稞酒），并逐步形成实力雄厚的“天佑德”、“永庆和”、“世义德”、“文玉合”、“义永合”、“永胜和”、“文和永”、“义兴成”等酿酒作坊，公司与上述八大作坊有着深厚的历史渊源，400余年的青稞酒酿造历史为公司产品积累了深厚的历史基础。

公司位于青藏高原少数民族文化和东部汉文化交汇融合之地，当地汉族、土族、回族、藏族等多民族聚居，带有强烈的青藏高原特色和土族文化特色，并在长期的历史发展过程中形成独特的青稞酒文化，同时也成为当地民族文化的重要组成部分。2008年，公司所在的互助酒厂作坊旧址被认定为“青海省文物保护单位”；2009年，公司的青稞酒传统酿造技艺被认定为“青海省非物质文化遗产代表作”；目前公司正在积极申报全国重点文物保护单位和国家级非物质文化遗产名录项目，积极保护和弘扬青稞酒传统文化。

（5）自然环境优势

白酒酿造受到水源、土壤、气候等多方面因素影响，特别是优质白酒的酿造对自然环境有着较高的要求。公司地处青藏高原的互助土族自治县，整个区域地形由西北向东南逐渐降低，形成以高山峡谷、低山丘陵为主的地貌特征，县域内自然环境保护良好，根据2005年青海省森林资源二类调查结果，互助县森林覆盖率达到35.7%，居青海省首位；全县地表水总径流量2亿立方米（不含湟水和大通河），境内河川污染较少，水质良好，酸碱度均在7.5—8.6之间；耕地中绝大部分为壤土，占全县土壤的67.2%，壤土质地介于黏土和砂土之间，兼有黏土和砂土的优点，通气透水、保水保温性能都较好，是较理想的农业土壤。良好的自然环境、优质的水源和理想的土壤使公司具备生产优质青稞酒的基础。

此外，由于公司所处海拔较高，夏天凉爽舒适，全年均适宜白酒生产，不存在一般白酒企业的生产季节性问题，具体内容请参见本招股说明书第六节“二、（七）行业技术水平、经营模式、周期性和季节性”中的行业季节性。

（6）细分市场优势

从地域而言，公司在西北白酒市场具有较高的市场地位，2010年公司白酒销售收入占西北市场7.68%。特别是在青海市场，公司凭借高品质、全系列的青稞酒产品和强大的市场营销网络在该区域内占据较高的市场地位，青稞酒的特殊香型和公司良好的品牌形象已经被当地消费者广泛接受，形成具有较高品牌忠诚度的消费群体，使得其他白酒企业很难大规模进入该区域市场。

从品类而言，公司在青稞酒细分品类中占据绝对的优势地位，是青稞酒国家标准《地理标志产品 互助青稞酒》（GB/T 19331-2007）的主要起草单位，根据中国轻工业企业信息发布中心的调查统计，公司生产的青稞酒荣列青稞酒行业2009年度全国产销量第一。

（7）区域政策优势

2000年，国家开始实施西部大开发战略，给予西部省份多项优惠政策，加大西部地区的资源投入力度，促进当地经济发展和人民生活水平提高；2008年10月，国务院常务会议审议并通过《关于支持青海等省藏区经济社会发展的若干意见》，着力解决发展中面临的生态保护与建设、民生改善、经济发展以及维护稳定等方面的突出困难和问题；2010年7月，中共中央、国务院在京召开的西部大开发工作会议启动了第二轮西部大开发战略的深入实施。上述政策为公司发展提供了良好的外部环境，同时区域经济的快速发展和居民收入水平的稳步提高为公司提供了更为广阔的市场空间。

（8）人才优势

公司拥有大量白酒行业的资深人才，包括国家级白酒评委1名，国家高级品酒师8名，国家高级酿酒师2名，高级工程师3名，工程师12名；公司管理层长期任职于本公司，具有丰富的白酒行业生产、销售管理经验，管理团队凝聚力较强，确保公司在技术和管理上的优势地位，公司总经理郭守明先生曾获“全国轻工行业劳动模范”、“中国优秀职业经理人”、“青海省劳动模范”、“青海省优秀企业经营管理人才”、“青海省第五届优秀企业家”等多项荣誉称号。

2、公司的竞争劣势

（1）中高档青稞酒产能不足

随着公司产品结构的调整和品牌影响力的提升，中高档青稞酒销售呈现快速增长态势，原有的优质基酒产能、陈化老熟和包装能力等已经无法满足公司持续

增长的需要，迫切需要通过技术改造，增加中高档青稞酒的生产能力。

（2）营销和物流网络的区域性

公司销售市场主要集中在西北地区，特别是青海市场，虽然在山东、河南等白酒消费大省也有一定的市场基础，但总体而言在其他区域的营销网络辐射力较弱，此外公司目前的自有物流能力也不能完全满足销售区域拓展的需要，销售旺季时无法提供充足运力满足快速增长的市场需求。公司目前正加大市场开拓力度，扩大营销和物流网络布局，努力从区域性名酒发展为全国性名酒。

（3）资本实力制约

公司目前处于快速成长阶段，新产品的研发、优质基酒产量的扩大、基酒陈化老熟的资金占用、营销和物流网络的建设等皆需要大量资金投入。公司发展一直以来主要依靠自我积累和银行贷款，融资渠道比较单一，需要进一步拓宽融资渠道，满足公司快速发展的资金需求。

（二）公司市场占有率及变动趋势

1、全国市场占有率及变动趋势

白酒行业属于充分竞争的行业，目前没有任何一家白酒生产企业在全国市场占据绝对的市场份额，全国性名酒在全国范围内具有较高的知名度和美誉度，区域性名酒在各自优势区域内具有较强的市场影响力。2008年-2010年，公司市场占有率的变动趋势如下：

项目	2010年	2009年	2008年
公司销售收入（亿元）	5.96	4.26	2.42
全国白酒销售收入（亿元）	2,661.14	2,095.17	1,574.85
公司的市场占有率（%）	0.22	0.20	0.15

数据来源：公司数据来源于发行人会计师出具的审计报告，行业数据来源于《中国酿酒工业年鉴》、《中国酿酒工业行业信息》。

2008年-2010年公司销售收入在全国市场的占有率均保持上升态势，随着公司未来中高档白酒销量的提升和全国市场开拓力度的加大，市场占有率有望继续保持增长态势。

2、细分市场占有率及变动趋势

（1）按地域细分

公司白酒销量和销售收入在青海省内处于优势地位，在青海市场有很高的知

名度、美誉度和忠诚度。在整个西北市场，公司同样具有较高的市场影响力和占有率，目前公司从战略上提升甘肃市场的定位，采取全价位、全区域、全渠道覆盖的深度分销策略，同时针对陕西市场采取专卖店捆绑团购的销售策略，上述举措的实施有望进一步提升公司在西北市场的占有率。2008年-2010年，公司在西北市场占有率的变动趋势如下：

项目	2010年	2009年	2008年
公司销售收入（亿元）	5.96	4.26	2.42
西北市场销售收入（亿元）	77.64	59.45	43.56
公司的市场占有率(%)	7.68	7.17	5.56

数据来源：公司数据来源于发行人会计师出具的审计报告，行业数据来源于《中国酿酒工业年鉴》、《中国酿酒工业行业信息》。

（2）按品类细分

青稞酒属于白酒行业中的特殊品类，其在酿造原料、大曲、生产工艺、产品风格等方面都与一般的白酒产品存在差异。公司在青稞酒细分品类中占据绝对的优势地位，是青稞酒国家标准GB/T 19331-2007《地理标志产品 互助青稞酒》的起草单位，根据中国轻工业企业信息发布中心的调查统计，公司生产的青稞酒荣列青稞酒行业2009年度全国产销量第一。随着公司整体实力的快速提升，未来公司在青稞酒细分品类中的市场占有率仍然有望保持较高水平。

（三）主要竞争对手的简要情况

在白酒行业扶优限劣产业调控思路的影响下，白酒行业品牌优势凸现，由于公司目前产品销售主要集中在西北地区，因此主要竞争对手包括进入西北市场的部分全国性名酒以及当地区域性名酒，主要竞争对手简要情况如下：

1、贵州茅台酒股份有限公司

该公司是国内白酒行业的标志性企业，主要产品茅台酒是我国酱香型白酒的典型代表，享有“国酒”的美称。2010年实现营业收入1,163,328.37万元，净利润533,976.15万元。

2、宜宾五粮液股份有限公司

该公司以五粮液为主导产品，是我国浓香型白酒的典型代表，现已形成五粮液、五粮春、五粮神、五粮醇等几十种不同档次、不同口味的系列产品。2010

年实现营业收入 1,554,130.05 万元，净利润 456,205.68 万元。

3、山西杏花村汾酒厂股份有限公司

该公司坐落于中国名酒之都——山西杏花村，生产汾酒、竹叶青、玫瑰汾酒、白玉汾酒等系列产品，主导产品汾酒是我国清香型白酒的典型代表。2010 年实现营业收入 301,662.50 万元，净利润 60,192.47 万元。

4、甘肃白酒生产企业

甘肃市场地产白酒品牌较多，但地产酒整体表现不够强势，没有形成一个或几个品牌垄断整个区域市场的情况，主要白酒企业有：甘肃滨河食品工业（集团）有限责任公司，主要产品为九粮王、九粮春、滨河粮液、陇派等系列白酒；金徽酒业公司，拥有金徽、陇南春两大品牌，主导产品有金徽、世纪金徽、陇南春三大系列，均系浓香型白酒；汉武酒业公司，主要产品有汉武御、神州、酒泉等系列白酒。

5、新疆白酒生产企业

新疆市场的主要白酒企业为新疆伊力特实业股份有限公司，其生产的“伊力”牌系列白酒在新疆地区具有较高的知名度和忠诚度，被誉为“新疆第一酒”。2010 年实现营业收入 108,512.90 万元，净利润 13,320.60 万元。

6、陕西白酒生产企业

陕西市场的主要白酒企业有陕西西凤酒股份有限公司和陕西省太白酒业有限责任公司，主导产品分别为西凤酒和太白酒，其中西凤酒是我国凤香型白酒的典型代表。

7、宁夏白酒生产企业

宁夏市场的主要白酒企业有：宁夏沙湖春酿酒集团有限公司，主要产品有塞上春、沙湖春、沙湖原浆、沙湖洞藏、腾飞宁夏等系列白酒；银川昊王酒业有限公司，主导产品为“银川”牌系列白酒；宁夏西夏贡酒业实业有限公司，主导产品为大夏贡酒。

四、公司主营业务情况

（一）公司主要产品用途以及工艺流程

1、主要产品的用途

公司生产的主要产品为互助、天佑德、八大作坊、永庆和等系列青稞酒，是各类社会交往活动和居民日常生活中的重要饮品之一。

公司产品档次较全，覆盖高中低端，各系列产品在色泽、香气、口感、风格等方面各具特点：

产品系列	色泽	香气	口感	风格
互助系列中高档	无色（或微黄），清亮透明，无悬浮物，无沉淀	清雅纯正，香气馥郁	酒体绵甜柔和，醇厚，香味协调，余味长	酒体醇厚
互助系列普通酒	无色（或微黄），清亮透明，无悬浮物，无沉淀	清香纯正，具有乙酸乙酯为主体的优雅、谐调的复合香气	酒体柔和谐调，绵甜爽净，余味净	酒体柔顺
天佑德	无色（或微黄），清亮透明，无悬浮物，无沉淀	清雅纯正，怡悦馥合	酒体淡雅，爽净，香味协调，回味怡畅	酒体柔顺，淡雅，诸味谐调
八大作坊	无色（或微黄），清亮透明，无悬浮物，无沉淀	清雅怡悦，带有陈香	酒体绵甜柔顺，爽净，香味协调，余味绵长	酒体陈味明显，余味绵长
永庆和	无色（或微黄），清亮透明，无悬浮物，无沉淀	清雅纯正，怡悦，有陈香	酒体绵甜，醇和爽净，余味长	酒体有陈香，口味醇甜

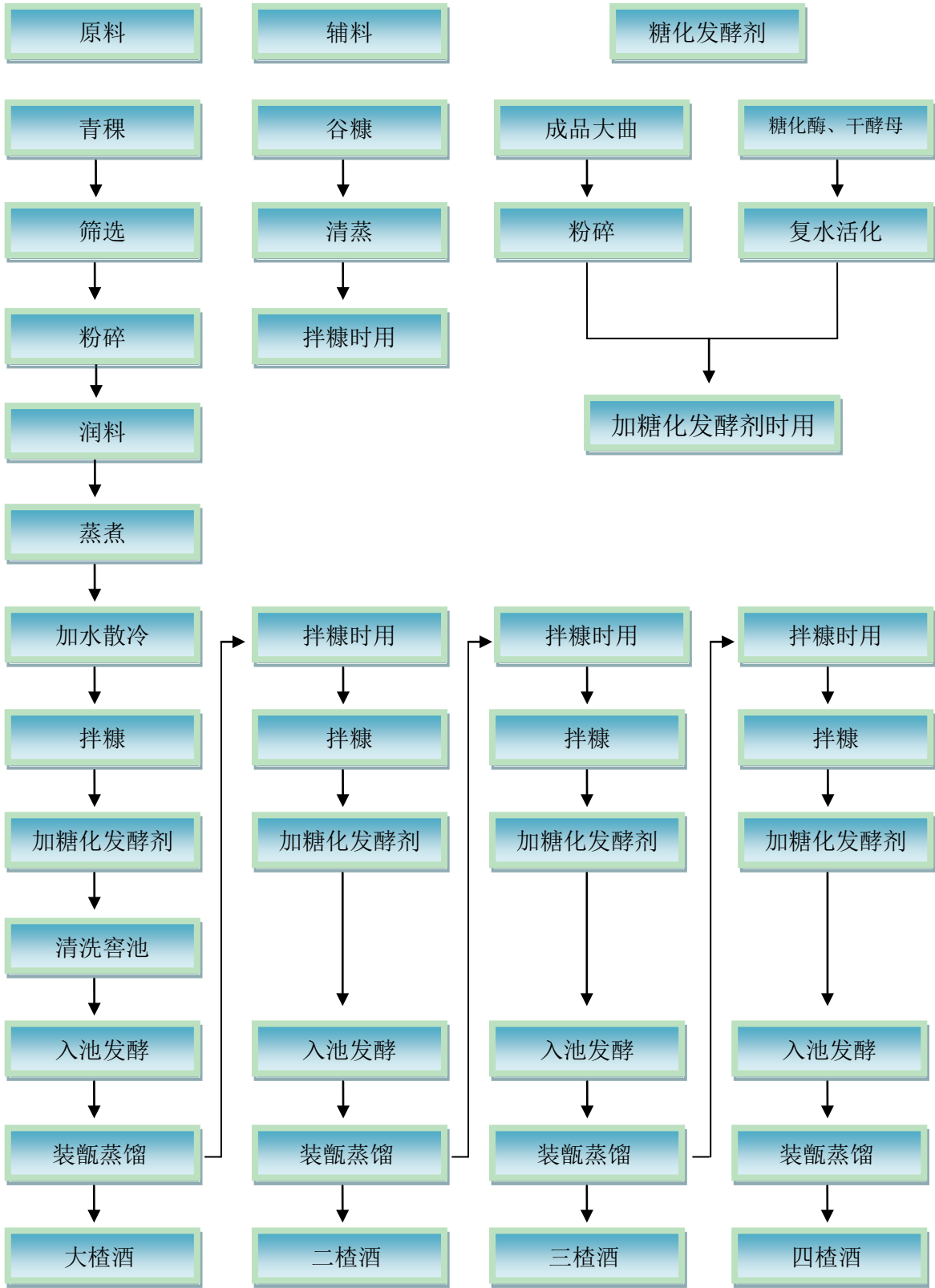
2、主要产品的工艺流程

公司酿造的青稞原酒以优质青稞为原料，加入精心培养的青稞酒大曲，采用“清蒸清烧四次清”的传统酿造工艺，整个发酵遵循“养大楂、保二楂、挤三楂、追四楂”的原则，对达到发酵周期的酒醅进行缓火蒸馏、量质摘酒、分级贮存。公司每轮酿造周期，单个窖池的青稞投入量为3.5吨，大曲投入量为0.715-0.775吨，谷糠用量为0.56吨，经过70-100天纯粮酿造，最终能够生产原酒1.65-1.75吨。

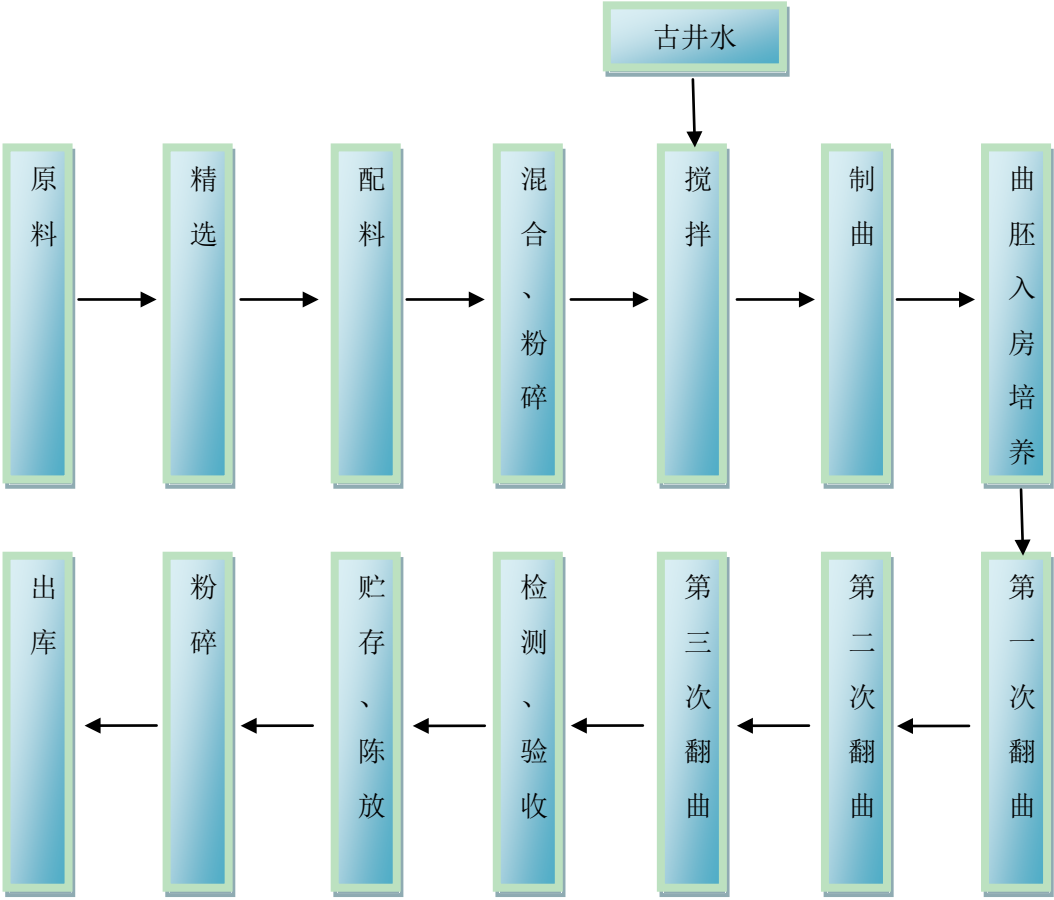
公司酿酒所用的大曲采用青稞、豌豆为原料，制曲原料要求颗粒饱满、无杂质、无霉变的上等青稞和豌豆，经振动筛精选除杂后，以7:3的比例配比，加水搅拌均匀进行制曲。整个培养管理分前期、中期和后期三个阶段，在冬春季节制得的中低温曲名为“槐瓢曲”；在夏秋季节制得的中高温曲名为“白霜满天星曲”，这两种大曲经贮存后按照1:1的比例搭配使用。

综合考虑酿造青稞原酒直接耗用的青稞量以及制曲过程中所耗用的青稞量，公司的综合出酒率（原酒产量占青稞耗用量的比例）在 41%-44%。

(1) 青稞原酒的工艺流程



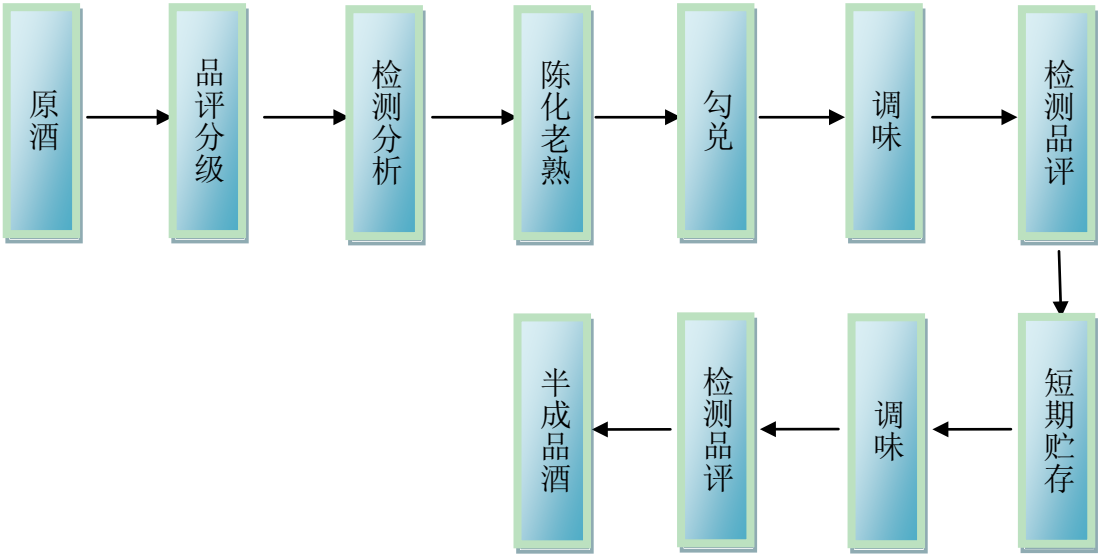
(2) 青稞酒大曲的工艺流程



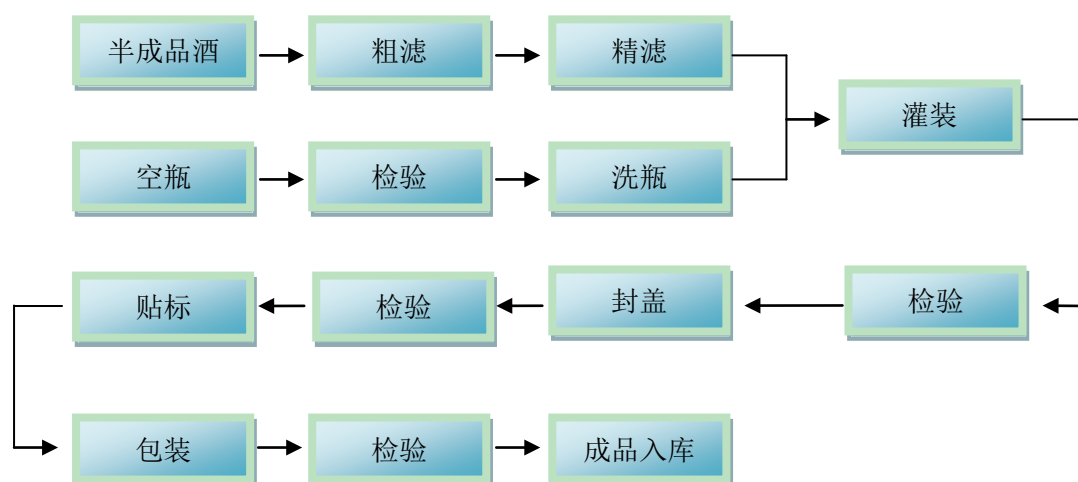
(3) 调味酒的工艺流程

公司生产所使用的调味酒全部自行酿造，酿造方法上仍然采用“清蒸清烧四次清”的传统工艺，但是大曲投入比例要高于基酒酿造，生产出来的调味酒香味成分含量特别高，风格特别突出，能够用于弥补基酒的缺陷和提高成品酒档次。

(4) 青稞原酒陈化老熟工艺流程图



（5）青稞成品酒的工艺流程



（二）主要经营模式

1、采购模式

公司材料采购物资主要有青稞、谷糠等原辅材料和酒瓶、纸箱等包装材料。原辅材料主要根据当地市场行情，综合考虑产品质量、价格等因素确定供应商，采购渠道主要有农户、粮食经纪人¹和粮库轮换三类；包装材料采取合格供应商名录制度，每期根据需要在合格供应商名录下进行采购，并且定期根据供应商的产品质量、交货期、价格、应变能力、地理位置等多重因素进行合格供应商的评价和名录更新工作。

（1）原辅材料采购

物料计划员根据生产管理部 and 仓储部报送的月度或季度生产计划、库存报表，结合原辅材料供货周期，编制月度或季度原辅材料采购计划，确保采购计划与生产计划的衔接。

原辅材料由采购员根据经批准的采购计划组织采购，在订货、采购工作中实行“货比三家”的原则，询价后报领导核准供应商，在重质量、遵合同、守信用的前提下，选购低价原辅材料，做到质优价廉。

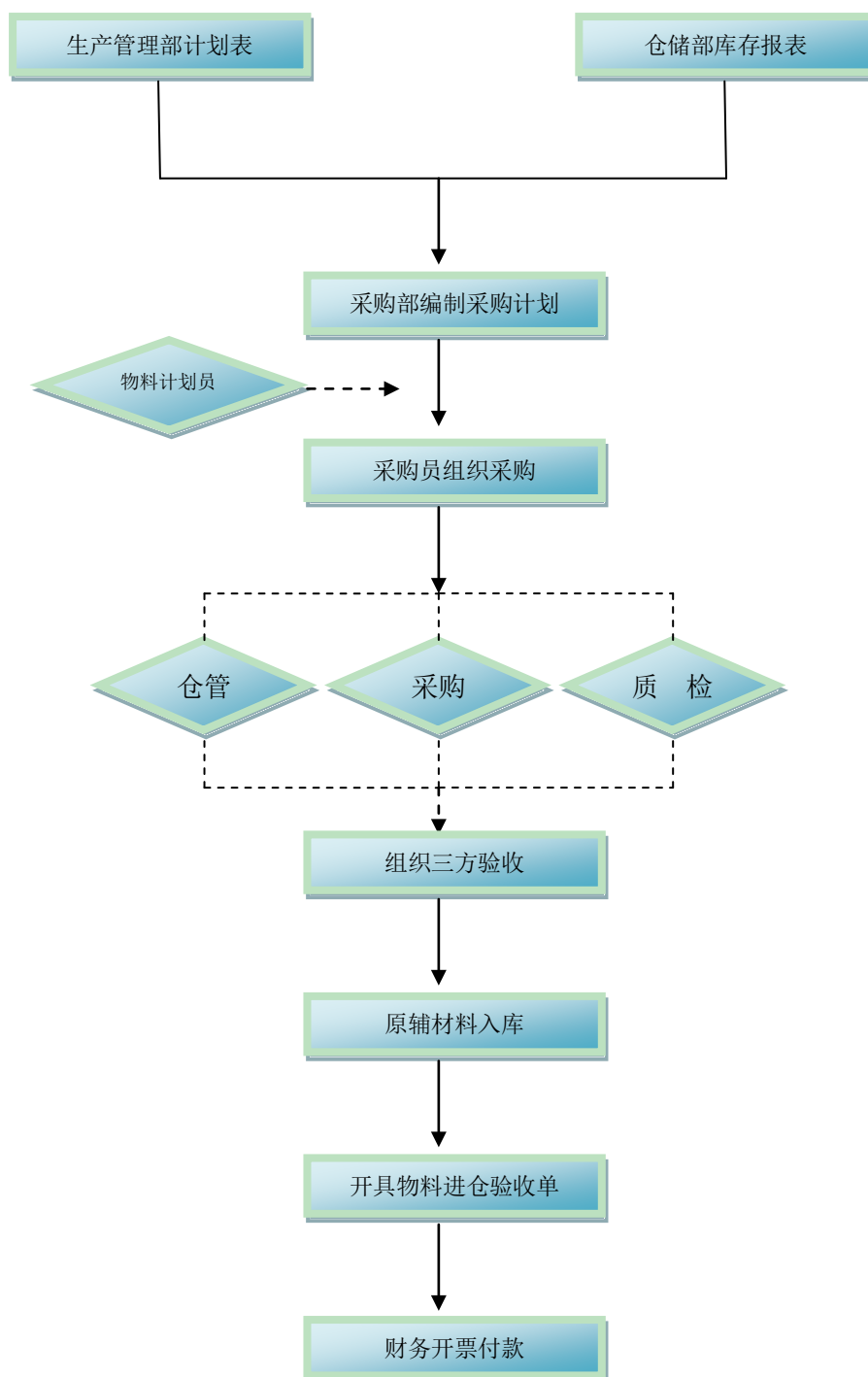
原辅材料到货后由仓管员、采购员、质检员三方联合验收入库，其中仓管员对进仓物料的规格、质量和数量进行检查，对不符合要求的拒绝入库，对符合要求的物资办理入库手续，填制“物料进仓验收单”，仓库据以记帐；采购员根据

¹本公司定义的粮食经纪人是指承包较大面积农用地，并且雇佣农民进行耕种的粮户，并非《经纪人管理办法》认定的经纪人概念。

采购订单跟踪物料质量、数量和进仓情况，对不合格物料以及超计划物料办理退货或索赔手续；质检员负责按照公司质量标准对物资质量进行严格检查，识别和记录进料品质问题并在“物料进仓验收单”上签字确认，质检员有权拒收不合格材料。

原辅材料入库后，采购员将三方联合签字的“物料进仓验收单”交由财务部，财务部填开“农产品专用收购发票”，大宗农产品一般在供应商交货数量满100吨后进行货款结算。

原辅材料采购流程图如下所示：



（2）包装物采购

青稞酒销售根据市场销售情况提前向生产管理部下达销售计划表，生产管理部据此编制生产计划交采购部，物料计划员根据生产计划编制包装物采购计划，并由采购员组织采购。

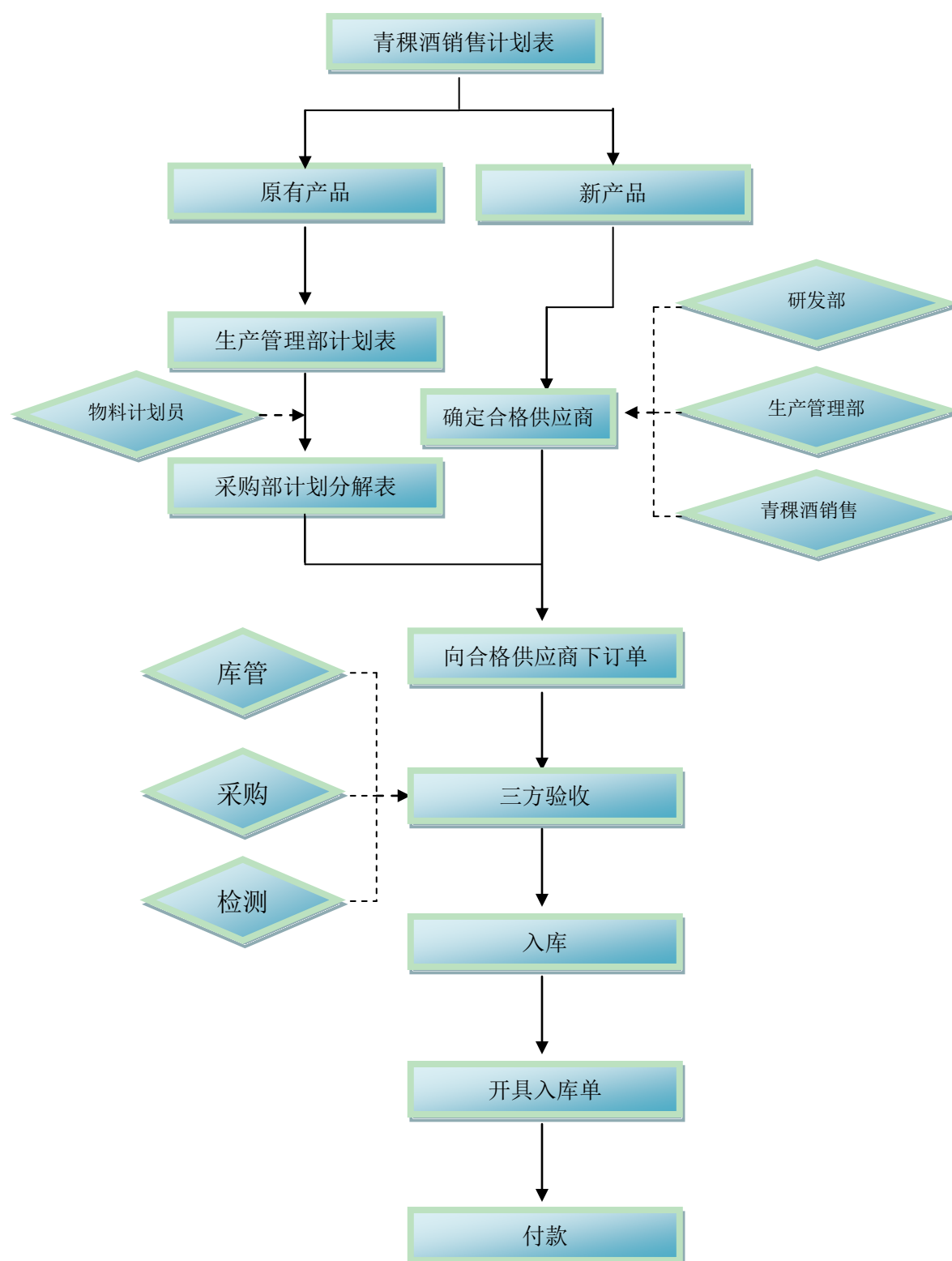
原有产品所需的包装物由采购员根据采购计划，以订单方式向合格供应商确定采购数量和交货时间，实行集中、分批或零星的进货方式，在保证包装物数量充足、品种齐全的基础上尽量控制物资积压。

新产品所需的包装物由青稞酒销售、研发部和采购部三方综合考虑包装物的质量、供货及时性、生产能力等因素，组织三家以上供应商进行招标或者价格谈判，通过比价、议价共同确定合格供应商名单，并且与之签订年度采购合同，在合同中确定产品采购单价。采购员根据采购合同和采购计划，以订单方式向合格供应商确定采购数量和交货时间等信息。

包装物到货后，组织仓管员、采购员和质检员三方联合验收入库，对于合格包装物由三方在“物料进仓验收单”上共同签字确认，并作为财务部付款和仓库记账的依据，三方职责及操作程序同原辅材料验收入库。

采购员将三方签字后的“物料进仓验收单”以及供应商寄送的发票交财务部，财务部实行货款滚动结算制度，一般于交货次月按照应付账款余额支付一定比例货款。

包装物采购流程图如下所示：



2、生产模式

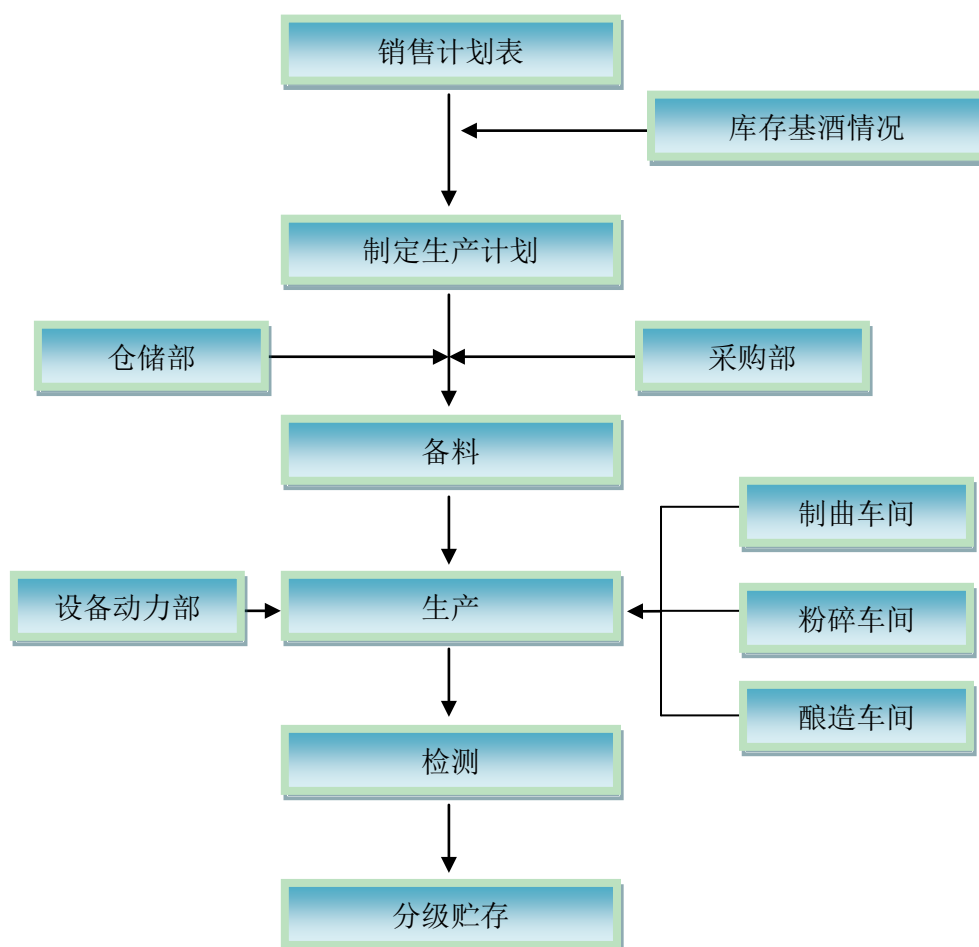
成品酒生产主要分为酿造、老熟、勾兑和包装四个环节，其中决定白酒品质和口味的主要是前三个生产环节，由于白酒酿造受自然地理条件的制约较大，因此公司选择“集中酿造，分散包装”的生产模式。公司本身能够独立完成基酒酿造、老熟、勾兑和成品酒包装整个生产过程；西宁分公司主要负责成品酒包装，

包装所需半成品白酒由公司勾兑后提供，包装材料由西宁分公司独立采购。由于白酒生产需要经过基酒陈化老熟的特殊工艺环节，因此公司对于基酒生产采用滚动计划管理，成品酒采用以销定产的模式。

（1）基酒生产

每个经营年度末，青稞酒销售根据当年的销售状况和下年度市场布局，制定下年度销售的产品结构和数量，并形成年度销售计划；生产管理部据此计划分解核算所需基酒酒龄、酒质、数量，并结合库存基酒状况和库存容量等因素，制定年度基酒生产计划，以满足公司未来持续发展的基酒供应；生产计划生成后由生产管理部按照研发部下发的《作业指导书》组织粉碎车间、制曲车间、酿造车间进行生产，采购部和仓储部负责原料供应，质量管理部及下属检测中心负责质量控制和检测，设备动力部主要负责生产过程中的水电汽供应、设备保障和维修保养工作；酿造完成的基酒经检测后按等级分类入库贮存。

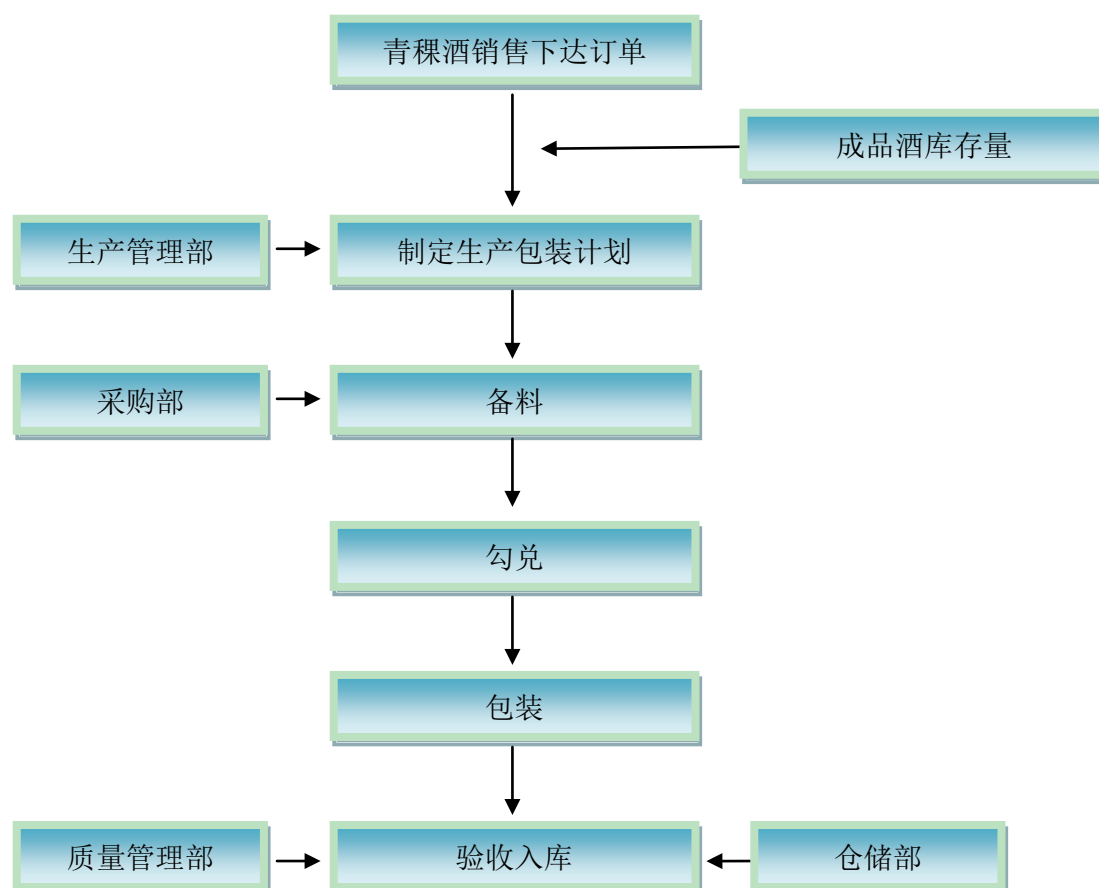
基酒生产模式如图所示：



（2）成品酒生产

青稞酒销售根据市场状况，至少提前一个月向生产管理部下达订单，生产管理部结合成品酒库存情况制定包装生产计划；计划生成后由采购部组织包装物采购，物料备足后由生产管理部组织精加工车间进行半成品酒勾兑，包装车间进行产品包装；成品酒生产完成后由质量管理部和仓储部办理验收入库手续。

成品酒生产模式如图所示：



3、销售模式

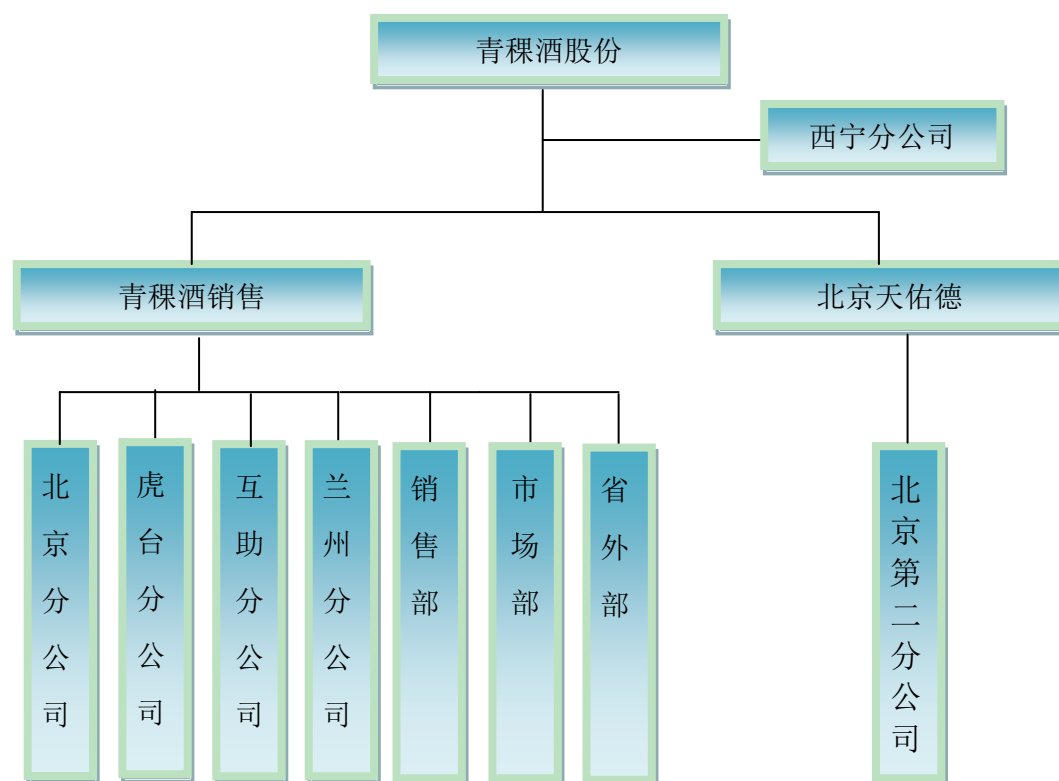
（1）销售机构设置

公司以及西宁分公司生产的成品酒主要由青稞酒销售负责对外批发、零售，青稞酒销售下设北京分公司、互助分公司、虎台分公司、兰州分公司、市场部、销售部、省外部等分公司或职能部门负责销售工作，其中北京分公司为青稞酒销售在北京设立的直营专卖店；互助分公司为青稞酒销售在互助县设立的直营专卖店；虎台分公司为青稞酒销售在西宁市设立的直营专卖店；兰州分公司为青稞酒销售在兰州市设立的直营专卖店；市场部负责品牌建设、产品策划、市场推广、产品打假、市场管理等工作；销售部负责青海、甘肃、西藏、新疆、宁夏、内蒙

古等周边市场的开拓工作；省外部负责上述区域外的其他市场开拓、维护和管理工作。

公司于2010年12月成立北京天佑德，按照公司战略规划，北京天佑德将逐步承接省外部和北京分公司的职能，负责青海、甘肃、西藏、新疆、宁夏、内蒙古等六省区以外的区域市场开拓、维护和管理。目前，北京天佑德已经成立北京第二分公司，进一步加强北京市场的开拓力度。

公司销售机构设置如下图所示：

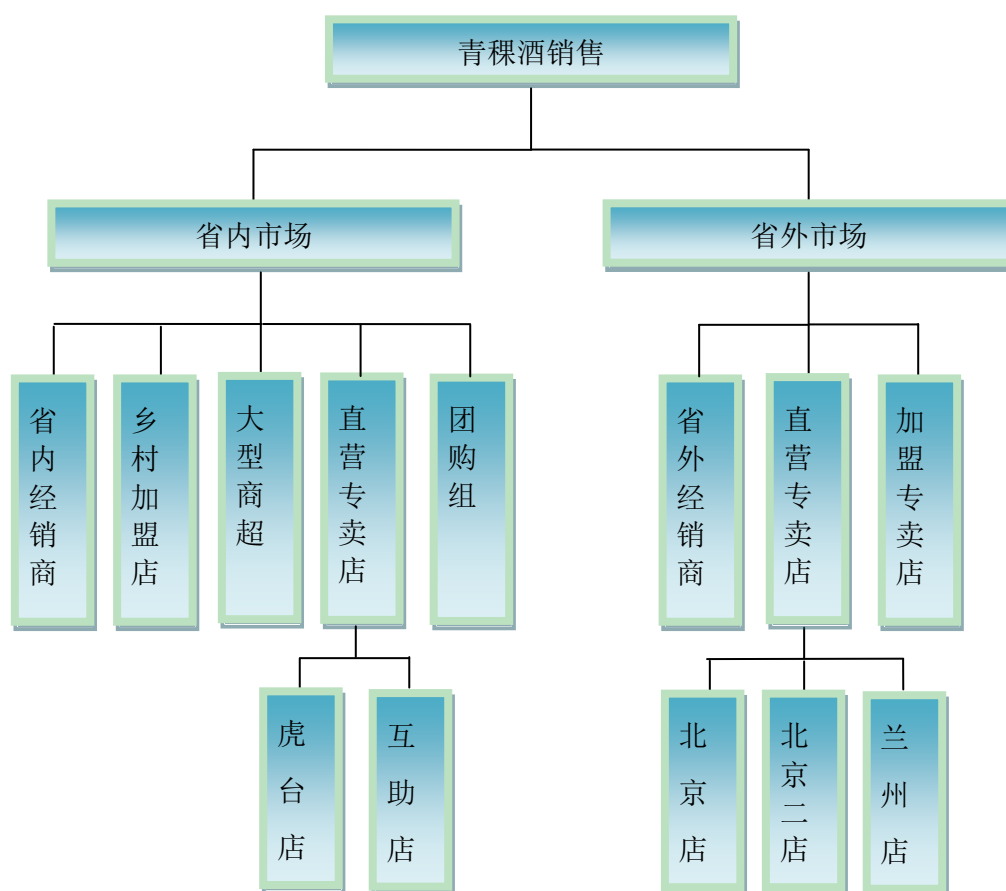


（2）销售渠道设置

青稞酒销售在青海省内市场的渠道设置采用经销商渠道和直营渠道相结合的方式，公司主要负责渠道开发、管理和维护工作，对终端渠道具有很强的掌控能力，经销商协助公司进行终端管理和维护工作；直营渠道主要包括大型连锁超市、团购、散酒乡村加盟店以及互助、虎台两家直营专卖店。

青稞酒销售在青海省外市场的渠道设置主要以经销商渠道为主、直营渠道为辅。公司在省外市场主要利用青稞酒的品类优势，吸引当地优秀经销商和酒类专卖店加盟，共同进行市场开发和资源投入；同时公司在北京、兰州设有直营专卖店，负责当地市场开拓。

销售渠道设置如图所示：



（3）销售策略差异

①深度分销策略

青稞酒销售目前在青海省内市场采取深度分销的市场销售策略，对区域市场进行精耕，资源前置并且高度聚焦。销售区域覆盖全省各州市县，产品价位涵盖高中低档，销售渠道覆盖酒店、商超、专卖店、团购等全部通路，采取厂家控价的操作模式，实现公司在省内市场的较高占有率。目前甘肃、西藏、新疆、宁夏、内蒙古等周边市场正在按照上述销售策略进行操作，利用青海省市场的辐射作用，提升市场占有率。

②专卖店捆绑团购策略

青稞酒销售目前在其他省外市场实行专卖店捆绑团购的销售模式，发挥青稞酒的品类优势，吸引当地优秀经销商加盟，并且对区域市场进行灵活投入。初期主要寻求机会性价位的突破，在专卖店、团购等机会性渠道进行拓展、实现机会性区域的产品覆盖，最终撬动整个省区市场，实现与传统销售渠道的合作。公司已经通过上述销售策略，在陕西、河南、山东、云南等省份取得一定的市场基础。

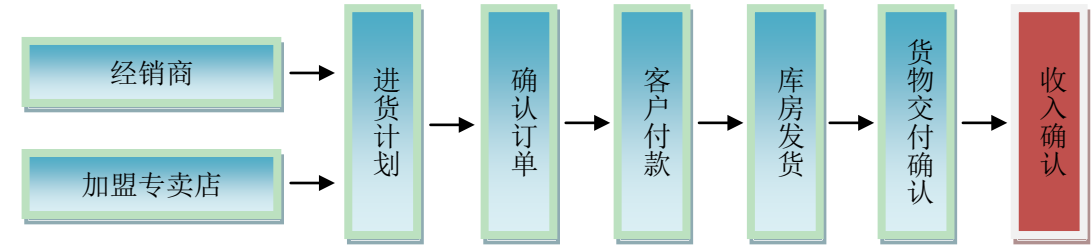
（4）销售流程

公司销售分为经销和直销模式，经销主要针对经销商、加盟专卖店，直销主要针对大型商超、团购以及通过直营专卖店和州县办事处对外销售。具体销售流程如下：

①经销模式的销售流程

经销商或加盟专卖店以书面方式向青稞酒销售报送进货计划，公司核实每项产品是否充足后下达订单；经销商或加盟专卖店根据订单金额将货款汇入公司指定账户；公司核实货款到账后按照订单品项、数量等内容配送货物或者将货物交由第三方物流公司发货；货物交付后，公司根据客户返回的验货单据确认销售收入。

销售流程图如下所示：

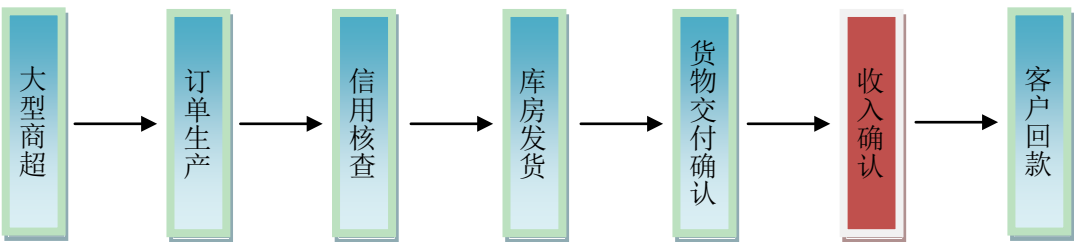


②直销模式的销售流程

(一)大型商超销售流程

青稞酒销售收到客户的产品需求信息后，由数据中心生成销售订单；业务人员持订单收款联至财务部查询订单交易金额是否在客户信用额度范围内；符合信用政策的订单由财务人员在订单提货联盖章，业务员持盖章后的订单提货联至库房提货；库房保管员留存订单提货联后办理发货手续，并生成产品出库单交至公司财务部；运输人员向客户交付货物后，将客户返回的验货单据交至财务部；财务人员根据订单记账联、出库单以及验货单据确认销售收入；客户在信用期内将货款汇至青稞酒销售。

销售流程图如下所示：



（二）团购销售流程

团购客户主要采取现款现货的销售模式，即团购部根据客户需求信息开具订单，客户持订单收款联至财务部缴纳货款，财务人员留存收款联后在订单提货联盖章；客户持盖章后的订单提货联至库房提货，库房保管员留存提货单后办理发货手续，并生成出库单交至财务部；财务人员根据订单记账联、出库单确认销售收入；部分长期客户为滚动结算，但到年底结帐时结清欠款。

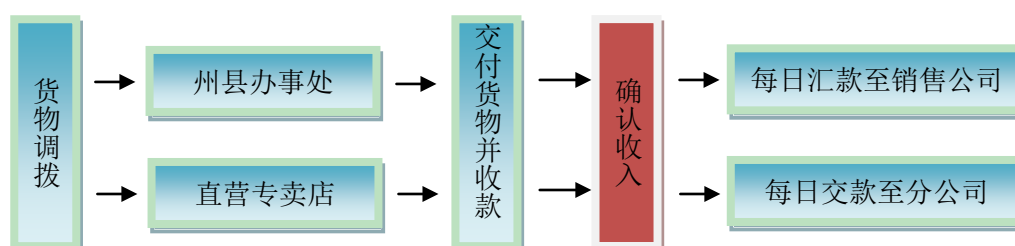
销售流程图如下所示：



（三）通过直营专卖店、州县办事处对外销售流程

青稞酒销售将成品酒和散酒调拨到直营专卖店和州县办事处；直营专卖店将货物直接对外销售，州县办事处将散酒配送到乡村加盟店进行销售；直营专卖店每天至当地分公司财务部交款，并由分公司确认收入，月底分公司按实际收款额汇款至青稞酒销售；办事处每天将散酒货款汇至青稞酒销售的指定帐户中，并由青稞酒销售确认收入；客户月底按照实际销售情况至财务部开票。

销售流程图如下所示：



（三）主要产品生产销售情况和原材料、能源供应及其变动情况

1、报告期内主要产品生产销售及变动情况

（1）报告期内主要产品生产销售情况

产品		2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
原酒	产能（吨）	6,750	13,500	13,500	13,500
	产量（吨）	3,371	5,472	5,201	4,141

	产能利用率（%）	-	40.53	38.53	30.67
中高档青稞酒	产量（吨）	1,317	2,321	1,673	984
	销量（吨）	1,659	2,203	1,541	899
	产销率（%）	125.97	94.92	92.11	91.36
	主营业务收入（万元）	24,363	31,384	19,036	10,850
	平均价格（元/吨）	146,833.63	142,446.70	123,521.71	120,656.73
普通青稞酒	产量（吨）	5,076	10,662	9,044	6,372
	销量（吨）	6,524	9,767	8,202	5,758
	产销率（%）	128.53	91.61	90.69	90.36
	主营业务收入（万元）	19,488	28,225	23,606	13,304
	平均价格（元/吨）	29,872.77	28,897.31	28,780.62	23,105.87
合计或平均	产能（吨）	8,000	16,000	16,000	16,000
	产量（吨）	6,393	12,983	10,717	7,356
	产能利用率（%）	-	81.14	66.98	45.98
	销量（吨）	8,183	11,970	9,743	6,657
	产销率（%）	128.00	92.20	90.92	90.49
	主营业务收入（万元）	43,851	59,609	42,642	24,154
	平均价格（元/吨）	53,588.06	49,796.74	43,765.90	36,282.90

注1：公司生产的原酒在陈化老熟后用于勾兑成品酒，不对外销售。

注2：成品酒产能主要取决于包装工序。包装生产线具柔性特征，可包装不同品质的青稞酒，故成品酒产能难以在中高档和普通青稞酒间予以准确划分。

注3：2011年1-6月产销率超过100%是由于每年1-2月（春节前后）属于青稞酒销售旺季，公司一般会于上一年年末适当增加成品酒储备，因此上半年销量一般高于下半年销量，而上半年产量一般低于下半年产量，导致产销率超过100%。

报告期内，公司按单价细分的主要产品系列和品项如下表所示：

单位：元/公斤

项目	天佑德系列	八大作坊系列	互助系列	永庆和系列
1000 以上	德天下			
500-1000	天之德、福之德、国之德、珍品			
300-500	家之德、礼盒	天赋		
90-300	人之德、织锦、四星	天成、天赐、4A 八大作坊	七彩互助、精品头曲	祥和

40-90			坛头曲、青稞王	泰和、仁和
40 以下			青稞酒、青稞液	嘉和

报告期内，公司分产品（按单价细分）销售收入和销量列示如下：

项目			2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
中高档青稞酒	1000 以上 (元/公斤)	销量 (吨)	0.77	1.15	-	-
		收入 (万元)	150	217	-	-
		单价 (元/公斤)	1,946.17	1,885.29	-	-
		收入占比	0.34%	0.36%	-	-
	500-1000 (元/公斤)	销量 (吨)	16.68	21.92	9.46	4.01
		收入 (万元)	1,055	1,367	516	232
		单价 (元/公斤)	632.47	623.59	545.64	577.96
		收入占比	2.41%	2.29%	1.21%	0.96%
	300-500 (元/公斤)	销量 (吨)	97.33	116.40	49.01	11.44
		收入 (万元)	3,216	3,837	1,561	402
		单价 (元/公斤)	330.39	329.60	318.50	351.29
		收入占比	7.33%	6.44%	3.66%	1.66%
	90-300 (元/公斤)	销量 (吨)	1,544.43	2,063.76	1,482.61	883.78
		收入 (万元)	19,942	25,963	16,958	10,216
		单价 (元/公斤)	129.12	125.81	114.38	115.60
		收入占比	45.48%	43.56%	39.77%	42.30%
	小计	销量 (吨)	1,659.21	2,203.24	1,541.09	899.22
		收入 (万元)	24,363	31,384	19,036	10,850
		单价 (元/公斤)	146.83	142.45	123.52	120.66
		收入占比	55.56%	52.65%	44.64%	44.92%
普通青稞酒	40-90 (元/公斤)	销量 (吨)	1,621.43	2,758.06	2,841.77	1,518.84
		收入 (万元)	9,474	15,469	14,805	7,703
		单价 (元/公斤)	58.43	56.09	52.10	50.71
		收入占比	21.61%	25.95%	34.72%	31.89%

	40 以下 (元/公斤)	销量（吨）	4,902.38	7,009.20	5,360.31	4,238.97
		收入（万元）	10,014	12,755	8,801	5,601
		单价（元/公斤）	20.43	18.20	16.42	13.21
		收入占比	22.84%	21.40%	20.64%	23.19%
	小计	销量（吨）	6,523.81	9,767.26	8,202.08	5,757.81
		收入（万元）	19,488	28,225	23,606	13,304
		单价（元/公斤）	29.87	28.90	28.78	23.11
		收入占比	44.44%	47.35%	55.36%	55.08%
合计或平均		销量（吨）	8,183.02	11,970.50	9,743.17	6,657.03
		收入（万元）	43,851	59,609	42,642	24,154
		单价（元/公斤）	53.59	49.80	43.77	36.28
		收入占比	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

①中高档青稞酒销售分析

报告期内，公司中高档青稞酒销售收入占比分别为 44.92%、44.64%、52.65%、55.56%，自 2010 年起增长较快，其中：报告期内 90-300 元/公斤档产品（公司目前的主打产品）销售收入占比分别为 42.30%、39.77%、43.56%、45.48%。

报告期内，中高档青稞酒中的 300-500 元/公斤档产品销售收入占比分别为 1.66%、3.66%、6.44%、7.33%，增长较快，该档产品销售的持续增长对公司未来利润持续增长具有较为重要的意义；500-1000 元/公斤档产品销售收入占比亦持续增长，报告期内分别为 0.96%、1.21%、2.29%、2.41%；1000 元/公斤以上档产品为公司 2010 年新推出的高档产品，目前销量较低。

报告期内，随着公司省外市场的开拓和产品知名度的不断提升，公司中高档青稞酒的销售收入和销量均呈持续增长态势，使得报告期内公司的业绩增长较快。

②普通青稞酒销售分析

报告期内，公司普通青稞酒销售收入占比分别为 55.08%、55.36%、47.35%、44.44%，整体呈下降趋势，主要原因系公司出于发展战略考虑，主动调整产品结构自 2010 年起逐年降低了 40-90 元/公斤档产品的销售占比（同时增加了 90-300 元/公斤档、300-500 元/公斤档产品的销售占比）。报告期内，40-90 元/公斤档

产品销售收入占比分别为 31.89%、34.72%、25.95%、21.61%。

报告期内，公司40元/公斤以下档产品销售收入占比均保持在20%左右，占比较低，然其销量较高，报告期内该档产品销量占比分别为63.68%、55.02%、58.55%、59.91%，该档产品主要系公司为巩固和提高市场占有率、产品知名度而面向广大普通消费者推出的产品，对公司长期稳定发展具有重要意义。

（2）报告期内原酒产能利用率较低的原因

①受建设规划滞后影响以及生产场地的制约，存货占用了较多普通原酒生产车间，使得公司普通原酒的产能利用率较低

随着白酒行业的复苏，公司产品影响力的逐步扩大，报告期公司业务发展较为迅速（2009、2010年度，公司主营业务收入分别较上年增长77%、40%），公司的建设规划相对滞后，由于业务发展的需要，对包装物等存储空间的需求日益加大。但公司为严格遵守国家关于白酒生产线的产业政策，未新征土地以建设存储设施，代之以将5座普通原酒酿造车间用以存储包装物等存货，从而使得公司普通原酒的产能利用率较低。

②原酒的存储空间制约公司普通原酒产能的释放

酿造后的原酒尚须经过陈化老熟工序（需历一段期间），方可使其呈香呈味物质得以充分生成，以之勾兑的成品酒香气浓厚、口味协调和柔和。现公司原酒产能为13,500吨，而原酒存储容量仅为约10,000吨（实际可存储容量尚受不同年份和楂次所产原酒须分开存储、须留部分容量用以勾兑等因素的影响），故仅就此而言，公司原酒产能亦无法实现高负荷生产（同样出于严格遵守国家产业政策的考虑，公司未新征土地以建设原酒存储设施）。

③市场需求、省外市场拓展、成本因素对普通原酒生产的影响

优质原酒可同时用于勾兑中高档、普通成品酒，但普通原酒仅可用于勾兑普通成品酒。

基于以下因素，公司主动控制普通原酒的产量：

（一）近年及未来，随着我国居民消费结构的升级，中高档成品酒的需求快速上升，公司主动调整产品结构，并无计划大量生产普通原酒。

（二）近年及未来，公司致力于加大青海省外市场拓展力度，以降低对省内市场的依赖程度。从品牌定位及省外市场拓展费用角度考虑，公司将中高档成品酒作为省外市场销售的重点。

（三）公司普通原酒酿造车间的窖池为砖窖，楂场地面、甑桶、蒸馏冷却设备分别采用导热性能较差的水泥、铝合金材质，使得公司普通原酒的发酵、蒸馏效率低，呈香呈味物质生成受影响，口感相对较差，不利于公司品牌形象的树立。

就本次募集资金投资项目，公司将继续严格遵守国家关于白酒生产的产业政策，不新征土地，而系本着提高现有土地使用效率的原则，优化厂区布局，在不影响现有生产和仓储的前提下，拆除2栋原有平层建筑，先行建造1栋5层建筑用以包装成品酒、仓储、1座酒库和80个酒海用以原酒的陈化老熟，逐步对5座原改用于仓储和1座原在用的普通原酒酿造车间进行技改用于生产优质原酒，以适应市场需求，有效拓展省外市场，实现公司发展战略。

（3）产品销售收入变动情况

2008-2010年度，公司主营业务收入分别为24,154万元、42,642万元、59,609万元。2009年度公司主营业务收入较2008年度增加18,488万元，增幅为76.54%；2010年度公司主营业务收入较2009年度增加16,967万元，增幅为39.79%。2011年1-6月，公司主营业务收入为43,851万元，占2010年度的73.56%，主营业务收入总体呈现持续、快速增长态势。

公司的主要产品为互助、天佑德、八大作坊、永庆和等四大系列青稞酒，报告期内其主营业务收入变动情况如下：

单位：万元

类别	2011年1-6月	2010年度		2009年度		2008年度
	收入	收入	增幅（%）	收入	增幅（%）	收入
中高档青稞酒	24,363	31,384	64.87	19,036	75.45	10,850
普通青稞酒	19,488	28,225	19.57	23,606	77.44	13,304
合计	43,851	59,609	39.79	42,642	76.54	24,154

（4）主要客户情况

公司及其西宁分公司所生产的成品酒主要由公司全资子公司青稞酒销售负责对外批发、零售，青稞酒销售在青海省内、省外采用了不同的销售渠道设置：

青稞酒销售在青海省内及周边的甘肃、西藏、新疆、宁夏、内蒙古等市场运用深度分销的市场销售策略，通过经销商将销售渠道覆盖至酒店、中小型商超、零售店等末级终端，同时结合大型商超、团购、直营专卖店及加盟店等直营渠道，以实现酒店、商超、专卖店、团购等终端销售通路的全覆盖；

青稞酒销售在其他省外市场实行专卖店捆绑团购的销售模式，一方面吸引当

地优秀经销商和酒类专卖店加盟，另一方面通过直营专卖店、团购等机会性渠道进行拓展，以达到市场开拓的效果。

通过上述销售渠道的设置，公司的销售渠道主要包括经销商、直营店及加盟店、商超、团购等²，报告期内发行人通过上述销售渠道实现的主营业务收入金额及占比情况如下：

单位：万元

渠道类型	2011年1-6月		2010年度		2009年度		2008年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销商	36,107	82.34%	48,566	81.47%	35,014	82.11%	19,370	80.19%
直营店及加盟店	4,241	9.67%	4,746	7.96%	3,013	7.07%	1,821	7.54%
商超	1,789	4.08%	2,787	4.68%	2,350	5.51%	1,527	6.32%
团购	1,715	3.91%	3,510	5.89%	2,265	5.31%	1,436	5.94%
合计	43,851	100.00%	59,609	100.00%	42,642	100.00%	24,154	100.00%

公司报告期内向前五名经销商（即前五名客户）的销售情况如下：

年度	客户名称	销售商品	销售额（元）	占营业收入比例（%）
2011年1-6月	西宁城东玉军青稞酒经销部	四大系列青稞酒	43,069,284.51	9.81
	西宁城东永春青稞酒经营部	四大系列青稞酒	36,427,274.32	8.30
	西宁城西玉宁食品经营部	四大系列青稞酒	25,407,951.44	5.79
	格尔木联翔商行	四大系列青稞酒	22,670,314.34	5.17
	西宁城北金周食品商行	四大系列青稞酒	22,242,267.15	5.07
	合 计		149,817,091.76	34.13
2010年度	西宁城东玉军青稞酒经销部	四大系列青稞酒	57,793,454.50	9.68
	西宁城东永春青稞酒经营部	四大系列青稞酒	50,501,428.83	8.46
	西宁城西玉宁食品经营部	四大系列青稞酒	35,415,981.17	5.93
	格尔木联翔商行	四大系列青稞酒	31,419,032.29	5.26
	西宁城北金周食品商行	四大系列青稞酒	28,661,928.86	4.80
	合 计		203,791,825.65	34.13

² 因酒店类销售终端的应收账款回款周期较长、形成坏账的风险较高，故发行人极少与酒店类销售终端直接发生业务关系而是通过经销商实现对该类销售终端的覆盖。针对酒店类销售终端，发行人仅向关联方青稞城投资下属酒店直接销售产品；另外通过团购渠道以现款现货方式向个别酒店销售少量产品。

2009 年度	西宁城东玉军青稞酒经销部	四大系列青稞酒	43,994,817.83	10.29
	西宁城东永春青稞酒经营部	四大系列青稞酒	40,290,205.45	9.42
	西宁城西玉宁食品经营部	四大系列青稞酒	27,457,226.70	6.42
	西宁城北金周食品商行	四大系列青稞酒	23,121,005.78	5.41
	格尔木联翔商行	四大系列青稞酒	22,869,236.63	5.35
	合 计		157,732,492.39	36.89
2008 年度	西宁城东永春青稞酒经营部	四大系列青稞酒	28,442,375.27	11.75
	西宁城东玉军青稞酒经销部	四大系列青稞酒	23,438,831.80	9.68
	西宁城西玉宁食品经营部	四大系列青稞酒	19,161,108.89	7.91
	格尔木联翔商行	四大系列青稞酒	18,799,391.66	7.76
	西宁城东金鑫酒业	四大系列青稞酒	15,357,230.37	6.34
	合 计		105,198,937.99	43.44

公司报告期内向直营店及加盟店渠道的销售情况如下：

年度	客户名称	销售商品	销售额（元）	占营业收入比例（%）
2011 年 1-6 月	青稞酒销售虎台专卖店	四大系列青稞酒	16,329,461.69	3.72%
	青稞酒销售互助专卖店	四大系列青稞酒	5,368,165.81	1.22%
	格尔木青稞酒加盟店	四大系列青稞酒	2,769,813.90	0.63%
	湟中青稞酒加盟店	四大系列青稞酒	1,629,868.81	0.37%
	大通青稞酒加盟店	四大系列青稞酒	1,459,691.87	0.33%
	合 计		27,557,002.08	6.28%
2010 年度	青稞酒销售虎台专卖店	四大系列青稞酒	15,228,332.25	2.55%
	青稞酒销售互助专卖店	四大系列青稞酒	6,907,510.39	1.16%
	格尔木青稞酒加盟店	四大系列青稞酒	4,002,905.84	0.67%
	平安青稞酒加盟店	四大系列青稞酒	1,609,302.36	0.27%
	青稞酒销售北京专卖店	四大系列青稞酒	1,215,367.52	0.20%
	合 计		28,963,418.36	4.85%
2009 年度	青稞酒销售虎台专卖店	四大系列青稞酒	12,006,868.47	2.81%
	青稞酒销售互助专卖店	四大系列青稞酒	5,750,490.47	1.34%
	西宁青稞酒加盟连锁店	四大系列青稞酒	2,155,102.20	0.50%

	格尔木青稞酒加盟店	四大系列青稞酒	606,847.59	0.14%
	平安青稞酒加盟店	四大系列青稞酒	586,607.67	0.14%
	合 计		21,105,916.40	4.93%
2008 年度	青稞酒销售虎台专卖店	四大系列青稞酒	7,568,878.47	3.13%
	青稞酒销售互助专卖店	四大系列青稞酒	5,642,419.30	2.33%
	西宁青稞酒加盟连锁店	四大系列青稞酒	3,017,845.29	1.25%
	西宁黄河路青稞酒专卖店	四大系列青稞酒	755,253.72	0.31%
	平安青稞酒加盟店	四大系列青稞酒	390,852.43	0.16%
	合 计		17,375,249.21	7.18%

注：青稞酒销售虎台专卖店、互助专卖店和北京专卖店系发行人直营专卖店，直接面对终端客户，前述统计收入系发行人通过该等渠道直接对外销售实现的收入。

公司报告期内向团购渠道的销售情况如下：

年度	销售商品	客户数量	最大销售额（元）	平均销售额（元）
2011 年 1-6 月	四大系列青稞酒	282	1,351,487.17	60,816.24
2010 年度	四大系列青稞酒	229	756,205.11	153,291.86
2009 年度	四大系列青稞酒	176	1,013,076.95	128,694.30
2008 年度	四大系列青稞酒	97	584,682.04	148,004.44

公司报告期内向商超渠道的销售情况如下：

年度	客户名称	销售商品	销售额（元）	占营业收入比例（%）
2011 年 1-6 月	西宁大十字百货商店有限公司	四大系列青稞酒	5,069,197.99	1.15%
	青海宁食（集团）有限公司	四大系列青稞酒	5,053,378.86	1.15%
	青海百货有限责任公司	四大系列青稞酒	3,268,999.24	0.74%
	青海惠客家超市有限公司	四大系列青稞酒	2,310,702.24	0.53%
	日升超市	四大系列青稞酒	510,447.18	0.12%
	合 计		16,212,725.51	3.69%
2010 年度	西宁大十字百货商店有限公司	四大系列青稞酒	6,775,539.72	1.14%
	青海百货有限责任公司	四大系列青稞酒	5,338,436.77	0.89%
	西宁市食品糖烟酒（集团）有限公司	四大系列青稞酒	4,526,719.11	0.76%
	青海惠客家超市有限公司	四大系列青稞酒	3,634,937.70	0.61%

	青海宁食（集团）有限公司	四大系列青稞酒	2,740,935.12	0.46%
	合 计		23,016,568.42	3.86%
2009 年度	西宁市食品糖烟酒（集团）有限公司	四大系列青稞酒	6,046,735.38	1.41%
	西宁大十字百货商店有限公司	四大系列青稞酒	4,802,991.25	1.12%
	青海百货有限责任公司	四大系列青稞酒	3,481,151.22	0.81%
	青海惠客家超市有限公司	四大系列青稞酒	3,172,103.39	0.74%
	青海青百连锁超市有限责任公司	四大系列青稞酒	1,760,718.63	0.41%
	合 计		19,263,699.87	4.49%
2008 年度	西宁市食品糖烟酒（集团）有限公司	四大系列青稞酒	3,934,666.13	1.62%
	西宁大十字百货商店有限公司	四大系列青稞酒	3,572,673.07	1.48%
	青海青百连锁超市有限责任公司	四大系列青稞酒	3,105,712.27	1.28%
	青海百货有限责任公司	四大系列青稞酒	1,219,409.06	0.50%
	青海惠客家超市有限公司	四大系列青稞酒	1,162,286.96	0.48%
	合 计		12,994,747.49	5.36%

公司报告期内不存在向单个客户销售比例超过总销售额50%的情况。

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方和持有公司5%以上股份的股东未在上述销售客户中拥有任何权益。

上述销售客户未持有公司的权益，与公司及其实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员之间亦没有其它关联关系。

2、主要原材料、能源的供应及变动情况

（1）主要原材料、能源及其采购和供应情况

公司生产所需主要原材料为青稞、包装物和食用酒精，报告期内公司主要原材料的采购情况如下：

单位：万元

项目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
青稞	2,473	2,678	2,377	985
酒瓶	3,331	5,832	3,900	1,965
酒盒	2,099	3,802	2,342	1,934
酒箱	1,533	3,793	1,829	791
食用酒精	666	851	744	665

①青稞采购及供应

青稞在青藏高原广泛种植，国家对藏区种植青稞大力扶持，近年来青稞总产量基本保持稳定，能够满足公司生产需要，具体情况请参见本招股说明书第六节“二、（八）行业上下游关系”中的青稞种植业相关内容。报告期内公司采购青稞的主要渠道为粮食经纪人，补充渠道为农户个人和粮库轮换粮。

报告期内公司通过农户、粮食经纪人和粮库轮换三种途径购买青稞的数量及占比如下：

单位：吨

项目	2011年1-6月		2010年		2009年		2008年	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
粮食经纪人	9,982	100%	13,773.69	97.45%	13,637.03	93.31%	5,144.37	67.26%
农户	-	-	359.94	2.55%	582.21	3.98%	497.71	6.51%
粮库轮换	-	-	-	-	395.14	2.70%	2,006.00	26.23%
合计	9,982	100%	14,133.63	100.00%	14,614.38	100.00%	7,648.08	100.00%

注：粮食经纪人是指承包较大面积农用地，并且雇佣农民进行耕种的粮户，并非《经纪人管理办法》认定的经纪人概念；农户是指耕种自有农地的粮户；粮库轮换是指从互助县粮食购销总公司采购青稞的方式。

从粮食经纪人和农户渠道采购的青稞由公司根据农产品收购的相关管理规定开具农产品收购专用发票，并由主管税务机关监督和确认所开发票的有效性，即公司在青稞入库前事先告知互助土族自治县国家税务局，由该局税源管理科派两位巡查人员监督青稞入库，并核实青稞采购数量、单价和金额，公司根据巡查人员签字确认的《农副产品收购业务监控表》开具农产品收购专用发票，并据此抵扣进项税（按收购金额的13%抵扣）以及进行账务处理；从粮库轮换渠道采购的青稞由互助县粮食购销总公司开具增值税专用发票，公司据以抵扣进项税。

公司购入青稞按采购成本进行计量，包括收购价款（扣除可以抵扣的进项税额）、运输费（扣除可以抵扣的进项税额）、装卸费以及其他可归属于存货采购成本的费用（如入库前的挑选整理费用）；发出时采用月末一次加权平均法确定成本。

青稞目前经备案的收购量及实际采购量如下表所示：

单位：吨/年

备案的收购量	2010 年采购量	募投项目达产后预计采购量
50,000	14,134	38,500

由上表可见，公司现有、募投项目达产后预计的青稞采购量，均未超过公司在粮食主管部门备案的收购量，符合粮食收购相关规定。

根据青海省粮食局出具的说明：青稞并非中央储备粮品种，相关法律法规对青稞收购、加工量亦无限制性规定。青海互助青稞酒股份有限公司可依据自身实际生产经营需要，向粮食主管部门报备后，即可提高青稞收购、加工量。

供求关系上，青稞主要用于制作青稞糌粑、酿造青稞酒，属杂粮。青稞在青藏高原有着广泛的种植基础，2010 年青海、西藏的青稞产量已超过 72 万吨；如未来青稞产量仍保持在现有水平，则募投项目达产后，公司预计采购占比为 5.35%；由于国家不断加大对藏区特色农牧产业的扶持力度，预计未来青稞产量将呈现稳步增长态势。另，甘肃、四川、云南的部分高海拔地区亦大量种植青稞。

综上，青稞采购不会构成公司未来发展的制约因素。

为进一步保证青稞原料供应，提升青稞原料品质，公司与青海省贵南草业开发有限责任公司签署《有机青稞种植基地建设协议》，划定贵南农场一万亩农用地作为种植有机青稞的特定区域，公司按照价格保护政策收购符合要求的青稞。

②其他原材料采购及供应

公司所用包装物主要包括酒瓶、酒盒和酒箱，由于包装印刷业属于充分竞争行业，行业内有众多企业能够提供符合公司内部质量控制标准的包装物，因此公司有一定的选择空间。

公司采购的酒精是以玉米为原料生产的食用酒精，由于我国是酒精生产大国，2010 年全国酒精产量为 825.93 万吨，而同期公司食用酒精采购量为 1,509 吨，因此不存在供应问题。

公司消耗的能源主要为电力和煤炭，其中电力主要由青海省海东供电公司提供，由于公司所在地高耗能企业较少，因此电力供应不存在短缺问题；煤炭主要从青海东阳恒能煤炭有限公司采购，煤炭采购量相比于全国煤炭 25 亿吨以上的年产量而言，占比极其微小，因此煤炭供应不存在问题；报告期内，公司各种能源供应正常。

(2) 主要原材料和能源的价格变动趋势

报告期内公司主要原材料和能源的价格变动趋势如下：

项目	2011 年 1-6 月		2010 年		2009 年		2008 年
	单价	增长率 (%)	单价	增长率 (%)	单价	增长率 (%)	单价
青稞 (元/公斤)	2.48	30.53	1.90	16.56	1.63	26.36	1.29
酒瓶 (元/个)	3.28	25.67	2.61	6.16	2.45	31.01	1.87
酒盒 (元/个)	1.53	23.39	1.24	2.61	1.21	-24.18	1.59
酒箱 (元/个)	5.73	18.14	4.85	29.77	3.73	-6.94	4.01
食用酒精 (元/公斤)	6.41	13.65	5.64	22.84	4.59	-4.87	4.83
电力 (元/度)	0.46	2.22	0.45	9.76	0.41	5.13	0.39
煤炭 (元/吨)	440.81	26.75	347.77	-5.52	368.10	-12.10	418.76

(3) 主要原材料、能源占成本的比重

项目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
青稞	14.89%	11.40%	13.69%	14.20%
酒瓶	24.30%	25.82%	26.56%	20.63%
酒盒	18.83%	15.96%	16.68%	20.59%
酒箱	12.60%	15.88%	12.91%	7.54%
食用酒精	4.88%	4.01%	4.01%	7.31%
燃料及动力	2.84%	3.20%	2.60%	2.42%
合计	78.34%	76.23%	76.21%	72.30%

(4) 主要供应商情况

公司报告期内向前五名供应商的采购情况如下：

年 度	供应商名称	采购原料名称	采购金额	占原材料采购金额比例
2011 年 1-6 月	四川省隆昌江龙玻璃工业有限公司	包装物	10,198,967.04	8.51%
	西安奴赛特制衣有限公司	包装物	8,582,116.17	7.16%
	闻喜县华隆瓷业有限责任公司	包装物	8,479,444.21	7.08%
	无锡天立彩印包装有限公司	包装物	6,885,096.20	5.75%
	温州市天虹印业有限公司	包装物	5,717,847.80	4.77%
	合 计		39,863,471.43	33.27%

2010 年度	四川省隆昌江龙玻璃工业有限公司	包装物	19,588,492.00	8.59%
	闻喜县华隆瓷业有限责任公司	包装物	17,267,568.56	7.57%
	温州市天虹印业有限公司	包装物	16,982,594.64	7.45%
	无锡天立彩印包装有限公司	包装物	16,073,956.97	7.05%
	无锡金都彩印有限公司	包装物	13,803,051.17	6.06%
	合 计		83,715,663.34	36.72%
2009 年度	闻喜县华隆瓷业有限责任公司	包装物	19,346,684.38	13.21%
	温州市天虹印业有限公司	包装物	12,906,858.79	8.81%
	无锡天立彩印包装有限公司	包装物	10,012,431.63	6.84%
	四川省隆昌江龙玻璃工业有限公司	包装物	9,874,897.83	6.74%
	无锡金都彩印有限公司	包装物	7,112,751.64	4.86%
	合 计		59,253,624.27	40.46%
2008 年度	闻喜县华隆瓷业有限责任公司	包装物	8,494,351.87	9.31%
	无锡天立彩印包装有限公司	包装物	7,619,123.06	8.35%
	温州市天虹印业有限公司	包装物	5,563,294.38	6.10%
	青海东阳恒能煤炭有限公司	煤炭	4,393,733.53	4.82%
	无锡市艺华纸塑包装厂	包装物	4,056,752.69	4.45%
	合 计		30,127,255.53	33.03%

公司报告期内不存在向单个供应商采购比例超过总采购额50%的情况。

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方和持有公司5%以上股份的股东未在上述供应商中拥有任何权益。

（四）公司安全生产情况

1、安全生产情况

公司在生产过程中严格执行食品行业的安全生产标准，并根据安全生产法和行业标准制定了《职业卫生安全操作规程》、《公司消防安全处罚条例》、《厂区流动吸烟管理制度》、《生产系统安全管理条例》、《生产车间安全操作规程》、《检测中心安全操作规程》、《化验室卫生安全管理制度》等各项安全生产制度，公司实行总经理全面负责、奖罚分明的安全生产责任制，实施安全工作层层监管、责任到人，并对重要岗位人员和特种作业人员均要求持证上岗。

2、安全生产投入及未来支出规划

2008年-2010年，公司安全生产投入分别为105万元、138万元、160万元，2011年1-6月投入为75万元，具体包括日常安全管理费用、劳保用品支出、特种设备检验费用、安全生产奖励、安全技术改造等内容。

未来公司将继续严格执行安全生产各项规章制度，并继续加大安全生产投入，通过设备改造、严格奖惩等措施保障生产安全。

3、无违法违规情况

2011年7月，互助土族自治县安全生产监督管理局、西宁市经济技术开发区南川工业园区管理委员会经济发展局出具证明：公司及下属公司自2008年以来，遵守国家安全生产的有关规定，未发生因违反安全生产方面的法律法规而受到行政处罚的情形。

（五）公司环境保护情况

1、环境保护规定

白酒生产企业需要遵从的环境保护法律、法规、规章主要包括：《中华人民共和国环境保护法》、《中华人民共和国水污染防治法》、《中华人民共和国大气污染防治法》、《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》、《中华人民共和国环境噪声污染防治法》、《中华人民共和国清洁生产促进法》、《中华人民共和国环境影响评价法》、《白酒行业清洁生产标准》、《发酵酒精和白酒工业污染物排放标准》等。

2、环境治理情况

公司一向重视污染治理的设备投资和资金投入，严格遵守国家有关环境保护规定对废水、废气、固体废物、噪声等进行处理，积极承担企业的环境保护责任，不断创新内部环保管理体制机制，被青海省海东地区环境保护局评为“海东地区治污减排先进企业”，并于2011年5月取得ISO14001：2004环境管理体系认证证书。公司通过企业环境管理体系的建设，减少各项活动所造成的环境污染，节约资源，改善环境质量，促进了企业和社会的可持续发展。

公司的主要污染物及处理情况如下：

污染物类别	污染物来源	污染物名称	排放标准限值	实际排放均值	标准情况
废水	酿造锅底水	PH	6-9	8.20-8.23	废水排放符合

	洗瓶水	SS	150 mg/l	31.5mg/l	GB8978/1996 中的二级标准
		BOD ₅	30 mg/l	8 mg/l	
		COD _{cr}	70mg/l	63.4 mg/l	
		氨氮	23mg/l	0.473 mg/l	
废气	锅炉	烟尘	76吨/年	达标	废气排放符合 GB13271-2001 二类区 II 时段
		二氧化硫	160.2 吨/年	达标	
固体废物	酿造车间 锅炉 包装车间	酒糟	无	不适用	完全综合利用
		煤渣			
		废包装物			
厂界噪声	机器设备	噪声	60dB	45.2 dB -48.7 dB	噪声监测符合 GB12348-2008 中的 II 类标准

注：污染物排放数据取自互环测字（2010）第108号监测报告。

（1）废水处理

公司自备的污水处理站采用生物法为主、物化处理为辅的工艺手段，处理后的废水能够达到国家二级排放标准，废水处理过程中产生的沼气经专用管道通入锅炉后替代部分煤炭作为燃料使用，可节约一部分燃煤。

（2）废气处理

公司对生产过程中产生的废气按照国家《锅炉大气污染物排放标准》进行除尘和脱硫处理，确保排入大气中的烟尘、二氧化硫等指标达到或者低于国家排放限值，有效防止对空气环境的污染。

（3）固体废物处理

公司对固体废物实行资源性开发处理，其中酒糟主要出售给当地养殖户作为动物饲料；煤渣主要出售给当地砖瓦厂用于制砖；玻璃渣和废纸箱等由专人负责回收进行再生利用。上述措施能够保证公司全部固体废物得到有效处理，并且产生较好的经济和社会效益，实现资源回收利用。

（4）厂界噪声处理

公司对生产车间实行噪声封闭，主要机械设备进行减震处理，并且在夜间停止生产经营活动，经过上述措施处理后，厂界噪声能够符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）中的 II 类标准限值。

3、环保投入及未来支出规划

报告期内公司环保投入持续增长，具体投入情况如下：

单位：元

项目	2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
排污费	68,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00
检测费	275.00	10,110.00	13,145.00	27,115.00
其他投入	357,520.00	410,937.00	336,620.00	294,561.00
合计	425,795.00	521,047.00	449,765.00	421,676.00

募投项目实施后，公司原有产能将得到释放，未来环保投入将进一步增加，公司在确保环保设施正常有效运行的同时，将通过锅炉“煤改气”等技术改进措施降低部分环保支出，努力提高环保设施的使用效率。

4、无违法违规情况

2011年7月，互助土族自治县环境保护局出具证明：公司自2008年以来，遵守国家有关环境保护及防治污染的法律、法规，其生产经营活动中的污染物排放符合国家标准，没有因违反有关环境保护及防治污染的法律、法规而受到过处罚的记录。

2011年3月，西宁市环境保护局出具证明：西宁分公司自2008年设立以来，遵守国家有关环境保护及防治污染的法律、法规，其生产经营活动中的污染物排放符合国家标准，没有因违反有关环境保护及防治污染的法律、法规而受到过处罚的记录。

2011年7月，西宁市环境保护局出具证明：西宁分公司自2011年1月以来，遵守国家有关环境保护及防治污染的法律、法规，其生产经营活动中的污染物排放符合国家标准，没有因违反有关环境保护及防治污染的法律、法规而受到过处罚的记录。

青海省环境保护厅已于2011年3月22日出具《青海省环境保护厅关于青海互助青稞酒股份有限公司申请上市环保核查意见的函》（青环函[2011]98号），证明公司在建设、生产过程中遵守国家环保法律法规，自2008年1月至2010年12月的核查时段内，未接到反映公司有关环境问题的群众信访及投诉，未发生因环境违法行为受到环保部门行政处罚的事件。

青海省环境保护厅于2011年7月27日出具《青海省环境保护厅关于青海互助青稞酒股份有限公司环保守法证明的函》（青环函[2011]237号），证明公司在2011年1月至6月的生产经营活动中，能够遵守国家地方环境保护法律法规和规范性文件规定，未发生因违反环境保护法律法规而受到环境保护行政主管部门处罚的情

形，也未接到社会公众对公司有关环境污染与生态破坏问题的信访投诉。

五、公司与业务相关的主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产情况

1、固定资产基本情况

本公司主要固定资产为研发、生产、检测使用的房屋建筑物、机器设备、运输设备和电子设备。根据发行人会计师出具的审计报告，截止2011年6月30日，公司主要固定资产情况如下：

单位：元

项目	原值	累计折旧	减值准备	净值	成新率(%)
房屋建筑物	101,209,230.76	8,918,652.32	-	92,290,578.44	91.19
机器设备	22,396,449.16	10,102,908.86	-	12,293,540.30	54.89
运输设备	15,608,724.47	4,568,657.01	-	11,040,067.46	70.73
电子设备	4,027,698.33	1,661,650.72	-	2,366,047.61	58.74
合计	143,242,102.72	25,251,868.91	-	117,990,233.81	82.37

截止2011年6月30日，公司各项固定资产总体处于良好状态，总体成新率为82.37%，基本可以满足公司目前生产经营活动的需要。

2、主要经营性房产

（1）自有房产

发行人及其下属子公司共拥有6处房屋产权，建筑面积合计68,294.29平方米，具体如下：

序号	所有权人	房产证编号	房屋坐落	面积m ²	设计用途
1	青海互助青稞酒股份有限公司	互房权证威远字第11699号	互助县威远镇西街6号	56,542.73	工业仓储
2		格房权证西城区字第B-000509号	格尔木市昆仑中路15号	631.61	商业
3		注1	北京市朝阳区京顺东街6号院8号楼1层101-501的房屋	2,878.33	商业办公
4	青海互助青稞酒销售有限公司	宁房权证南(公)字第52008016532(2-1)号	城南新区创业路24号	2,966.62	住宅、公用设施、工业
5		宁房权证南(公)字第52008016532(2-2)号	城南新区创业路24号	3,326.75	仓储、办公、公用设施
6		宁房权证城西区字第004504号	城西区新宁路34号1号楼	1,948.25	商业

注1：2010年11月26日，青稞酒有限与北京国轩房地产开发有限公司签订《商品房现房买卖合同》（合同编号：XF261135、XF261139、XF261164、XF261177、XF261184），目前房屋产权证正在办理过程中。

截止2011年6月30日，上表中1、4、5项房产均用于公司抵押贷款。

（2）租赁房产

①根据青稞酒销售与李鹏于2010年3月24日签署的《北京市房屋租赁合同》，青稞酒销售租赁位于北京市朝阳区芍药居北里320号楼-1层5单元320-11的商品房（房屋所有权证号：X京房权证朝字第822973号），用途为商业，租赁面积262.39平方米，年租金为38万元，租赁期限自2010年3月24日至2015年3月23日。

②根据青稞酒销售与北京市同力制冷设备有限公司于2010年签署的《租赁合同》，青稞酒销售租赁位于北京市西城区展览路丙12号楼的房屋（房屋所有权证号：京房权证西国字第155281号），用途为商业，租赁面积300平方米，年租金为40万元，租赁期限自2010年11月18日至2011年12月31日。该房屋系转租，截止本招股说明书签署日，发行人已取得房屋所有权人北京华方投资有限公司同意转租的书面文件。

③根据青稞酒销售与青海生科中小企业创业有限公司于2011年签署的《租赁合同》，青稞酒销售租赁位于青海生物产业园经四路22号的厂房（房屋所有权证号：宁房权证北（公）字第42008004370号），租赁面积5,912.18平方米，年租金为76.83万元，租赁期限自2011年1月1日至2011年12月31日。

④根据发行人与互助县粮食购销总公司于2011年4月1日签署的《仓库房租赁合同》，发行人租赁互助威远镇北街城关粮库01、03号2座仓库（房屋所有权证号：互房公字第1-164号）用于商品货物存放，年单仓租赁费9.2万元，租赁费合计18.4万元，租赁期限为1年，自2011年4月1日至2012年3月31日。

⑤根据发行人与互助县粮食购销总公司于2011年5月10日签署的《仓库租赁合同》，发行人租赁互助威远镇北街城关粮库05-07号3座仓库（房屋所有权证号：互房公字第1-164号）用于商品货物存放，年单仓租赁费9.2万元，租赁费合计27.6万元，租赁期限为1年，自2011年5月10日至2012年5月10日。

⑥根据青稞酒销售与李翠玲于2011年3月29日签署的《房屋租赁合同》，发行人租赁位于兰州市城关区均家滩364号的房屋用于办公、经销，租赁面积102平方米，租金为人民币5,100元/月；租赁期限为1年，自2011年3月29日至2012年3月

28日。兰州市公安消防支队出具证明：同意将李翠玲所租该支队房屋转租给青稞酒销售，产权证正在办理中。

因上述房屋租赁合同第⑥项下的房产未取得房屋所有权证，该合同存在瑕疵，若该合同被他人主张无效或被有关部门认定无效，将会对公司在兰州的经营产生一定影响。公司控股股东和实际控制人已就此出具《承诺函》，承诺：如因他人主张权利或行政管理机关行使职权致使该租赁关系无效并导致发行人、青稞酒销售遭受经济损失、被有关部门罚款、被有关权利人追索的，发行人控股股东和实际控制人无条件给予全额补偿，且不要求发行人、青稞酒销售支付任何形式的对价。故该租赁房屋瑕疵不会对公司的生产经营产生实质影响。

3、主要生产设备

截止2011年6月30日，发行人及其下属公司拥有的主要生产设备如下：

所有权人	设备名称	设备原值	设备净值	成新率
本公司	储酒罐	5,050,954.60	2,230,310.13	44.16%
	包装流水线	2,883,353.40	2,679,416.17	92.93%
	锅炉	1,090,684.26	126,219.84	11.57%
	粮食成套加工设备	608,022.44	18,240.86	3.00%
	冲瓶机	523,076.40	486,079.65	92.93%
	3320 激光机	512,820.52	473,958.29	92.42%
	硅藻土过滤机	482,232.50	433,506.90	89.90%
	原子吸收分光光度计	479,572.47	450,498.39	93.94%
	灌装线	397,316.58	212,187.44	53.41%
	激光打码机	388,803.42	281,642.20	72.44%
	激光机	384,615.36	341,866.94	88.89%
	立筒仓成套设备	381,810.86	358,663.58	93.94%
	不锈钢过滤罐	207,878.58	26,400.78	12.70%
	污水在线监测设备	190,000.00	132,406.26	69.69%
	10 千伏专线	172,460.11	74,876.17	43.42%
	交换器	137,400.00	94,362.33	68.68%
	纯净水处理设备	126,626.64	3,798.96	3.00%
	分层给煤装置	120,000.00	79,987.50	66.66%

西宁分公司	储酒罐	263,200.00	74,381.14	28.26%
	锅炉	212,333.34	145,826.64	68.68%
	激光打码机	130,000.00	86,653.14	66.66%
	喷码机	130,000.00	46,590.06	35.84%
	电力变压器	101,342.40	78,949.92	77.90%
	监控报警设备	68,087.38	46,526.38	68.33%
	硅藻土过滤机	65,900.00	15,307.60	23.23%

（二）土地使用权

发行人及其下属子公司的土地使用权共4宗，面积139,998.53平方米，具体情况如下：

序号	所有权人	土地证号	土地位置	面积（㎡）	地类（用途）	终止日期	取得方式
1	青海互助青稞酒股份有限公司	互 国 用 (2011) 第 010 号	互助县威远 镇西大街6号	118,070.08	工业用地	2057.5.27	出让
2		格 国 用 (2011) 第0200号	格尔木市昆 仑路15号	287.80	商业用地	2038.8.20	出让
3	青海互助青稞酒销售有限公司	宁 国 用 (2009) 第 276 号	新宁路34号	1,739.68	商服用地	2047.7.17	转让
4		宁南 D 国 用 (2008) 第 039 号	西宁市城南 新区创业路 24号	19,900.97	工业用地	2054.1.12	出让

截止2011年6月30日，上表中第1、4项土地使用权已用于公司抵押贷款。

（三）著作权

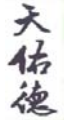
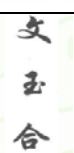
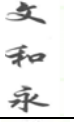
发行人拥有6项著作权，具体情况如下：

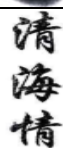
序号	著作权人	作品类型	作品名称	作品登记号	登记日期
1	青海互助青稞酒股份有限公司	美术字	“青稞”美术字	27-2005-H-003	2005.08.22
2	青海互助青稞酒股份有限公司	美术图案	“互助青稞”标识图案	27-2005-H-004	2005.08.22
3	青海互助青稞酒股份有限公司	美术字	“互助青稞”美术字体	27-2005-H-005	2005.08.22
4	青海互助青稞酒股份有限公司	美术图案	“天佑德”标识图案	27-2005-H-006	2005.08.22
5	青海互助青稞酒股份有限公司	美术字	“天佑德”美术字体	27-2005-H-007	2005.08.22
6	青海互助青稞酒股份有限公司	美术图案	环湖赛纪念酒酒盒	27-2005-H-008	2005.08.22

（四）商标

1、发行人注册商标

截止 2011 年 7 月 18 日，发行人拥有的注册商标如下：

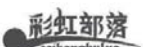
序号	商标	商标注册号	类别（核定使用商品）	到期日
1		第 3400971 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；葡萄酒；酒（饮料）；酒精饮料（啤酒除外）；清酒；青稞酒；料酒；滋补酒；保健酒	2014.2.6
2		第 1122980 号	第 33 类：青稞白酒；青稞清酒；青稞黄酒	2017.10.27
3		第 124503 号	第 33 类：酒	2013.2.28
4		第 3135030 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；葡萄酒；酒（饮料）；白酒；清酒；青稞酒；黄酒；保健酒；滋补酒	2013.4.20
5		第 3135031 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；葡萄酒；酒（饮料）；白酒；清酒；青稞酒；黄酒；保健酒；滋补酒	2013.4.20
6		第 3400952 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；葡萄酒；酒（饮料）；酒精饮料（啤酒除外）；清酒；青稞酒；料酒；滋补酒；保健酒	2014.2.6
7		第 3400953 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；葡萄酒；酒（饮料）；酒精饮料（啤酒除外）；清酒；青稞酒；料酒；滋补酒；保健酒	2014.2.6
8		第 3400954 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；葡萄酒；酒（饮料）；酒精饮料（啤酒除外）；清酒；青稞酒；料酒；滋补酒；保健酒	2014.2.6
9		第 3708083 号	第 33 类：果酒（含酒精）；鸡尾酒；酒（饮料）；伏特酒（酒）；清酒；青稞酒；黄酒；食用酒精；保健酒；滋补酒	2015.4.13
10		第 3708085 号	第 33 类：果酒（含酒精）；鸡尾酒；酒（饮料）；伏特酒（酒）；清酒；青稞酒；黄酒；食用酒精；保健酒；滋补酒	2015.4.20
11		第 3726619 号	第 33 类：果酒（含酒精）；鸡尾酒；酒（饮料）；伏特酒（酒）；清酒；青稞酒；黄酒；食用酒精；保健酒；滋补酒	2015.4.27
12		第 3726620 号	第 33 类：果酒（含酒精）；鸡尾酒；酒（饮料）；伏特酒（酒）；清酒；青稞酒；黄酒；食用酒精；保健酒；滋补酒	2015.4.27
13		第 4038595 号	第 33 类：果酒（含酒精）；鸡尾酒；酒（饮料）；伏特酒（酒）；清酒；青稞酒；黄酒；食用酒精；保健酒；滋补酒	2016.5.20

14		第 4390667 号	第 33 类：果酒（含酒精）；鸡尾酒；酒（饮料）；伏特酒（酒）；清酒；青稞酒；黄酒；食用酒精；保健酒；滋补酒	2017.6.13
15		第 4428410 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；葡萄酒；酒（饮料）；酒精饮料（啤酒除外）；清酒；青稞酒；黄酒；保健酒；滋补酒	2017.6.13
16		第 4768223 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；葡萄酒；酒（饮料）；酒精饮料（啤酒除外）；清酒；青稞酒；黄酒；保健酒；滋补酒	2018.4.6
17		第 4768224 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；葡萄酒；酒（饮料）；酒精饮料（啤酒除外）；清酒；青稞酒；黄酒；保健酒；滋补酒	2018.4.6
18		第 4852169 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；葡萄酒；酒（饮料）；酒精饮料（啤酒除外）；清酒；青稞酒；黄酒；保健酒；滋补酒	2018.7.27
19		第 5717674 号	第 33 类：果酒（含酒精）；烧酒；含酒精浓汁；酒精饮料（啤酒除外）；清酒；青稞酒；黄酒；白酒；保健酒；滋补酒	2019.8.27
20		第 5717675 号	第 33 类：果酒（含酒精）；烧酒；含酒精浓汁；酒精饮料（啤酒除外）；清酒；青稞酒；黄酒；白酒；保健酒；滋补酒	2019.8.27
21		第 6400964 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；鸡尾酒；葡萄酒；酒（饮料）；酒精饮料（啤酒除外）；伏特加酒（酒）；清酒；青稞酒；黄酒；白酒；食用酒精；保健酒；滋补酒	2020.2.20
22		第 6508418 号	第 30 类：可可制品；茶；茶叶代用品；冰茶；茶饮料；非医用营养液；谷类制品；食用冰；食用淀粉；调味品	2020.3.27
23		第 6508419 号	第 32 类：啤酒；果汁；水（饮料）；矿泉水（饮料）；无酒精饮料；汽水；蔬菜汁（饮料）；果汁饮料（饮料）；可乐；植物饮料	2020.3.27
24		第 6604467 号	第 33 类：果酒（含酒精）；烧酒；含酒精浓汁；酒精饮料（啤酒除外）；清酒；青稞酒；伏特加酒；白酒；保健酒；葡萄酒	2020.3.27
25		第 7546610 号	第 33 类：果酒（含酒精）；烧酒；葡萄酒；酒（饮料）；含酒精浓汁；酒精饮料（啤酒除外）；伏特加酒；清酒；青稞酒；黄酒	2020.9.13
26		第 7546619 号	第 33 类：果酒（含酒精）；烧酒；葡萄酒；酒（饮料）；含酒精浓汁；酒精饮料（啤酒除外）；伏特加酒；清酒；青稞酒；黄酒	2020.9.13
27		第 7546625 号	第 33 类：果酒（含酒精）；烧酒；葡萄酒；酒（饮料）；含酒精浓汁；酒精饮料（啤酒除外）；伏特加酒；清酒；青稞酒；黄酒	2020.10.20

28	天佑德	第 7652610 号	第 26 类：绣花饰品；头发装饰品；扣子（服装配件）；假发；针；人造盆景；服装垫肩；修补纺织品用热粘合片；亚麻布标记用数字或字母；茶壶保暖套	2020.11.27
29	天佑德	第 7652603 号	第 27 类：地毯；垫席；人工草皮；汽车毡毯；防滑垫；地垫；橡胶地垫；墙纸；非纺织品挂毯（墙上挂帘帷）；非纺织品壁挂	2020.11.20
30	天佑德	第 7652616 号	第 18 类：（牛、羊等）的生皮；（动物）皮；旅行包（箱）；家具用皮装饰；皮线；裘皮；伞；手杖；宠物服装；香肠肠衣	2020.11.27
31	天佑德	第 7652619 号	第 3 类：香皂；浴盐；去污剂；抛光蜡；研磨材料；香料；化妆品；增白霜；牙膏；香	2020.11.13
32	天佑德	第 7652599 号	第 29 类：肉；肉干；鱼（非活的）；肉罐头；土豆片；干蔬菜；牛奶制品；食用油；精制坚果仁；干食用菌	2020.12.6
33	天佑德	第 7652580 号	第 43 类：住所（旅馆、供膳寄宿处）；饭店；餐馆；假日野营住宿服务；酒吧；茶馆；提供野营场地设施；养老院；日间托儿所（看孩子）；出租椅子、桌子、桌布和玻璃器皿	2020.12.20
34	天佑德	第 7652589 号	第 39 类：运输；运送旅客；汽车运输；汽车出租；货物贮存；能源分配；快递（信件或商品）；旅游安排；旅行预订；旅行社（不包括预订旅馆）	2021.1.6
35	天佑德	第 7652587 号	第 41 类：教育；安排和组织大会；组织体育比赛；组织表演（演出）；出借书籍的图书馆；书籍出版；节目制作；游乐园；娱乐；健身俱乐部	2021.1.6
36	天之德	第 8199858 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；鸡尾酒；葡萄酒；酒（饮料）；酒精饮料（啤酒除外）；伏特加酒；清酒；青稞酒；黄酒	2021.4.13
37	福之德	第 8199807 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；鸡尾酒；葡萄酒；酒（饮料）；酒精饮料（啤酒除外）；伏特加酒；清酒；青稞酒；黄酒	2021.4.13
38	家之德	第 8199833 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；鸡尾酒；葡萄酒；酒（饮料）；酒精饮料（啤酒除外）；伏特加酒；清酒；青稞酒；黄酒	2021.4.13
39	人之德	第 8199846 号	第 33 类：果酒（含酒精）；开胃酒；鸡尾酒；葡萄酒；酒（饮料）；酒精饮料（啤酒除外）；伏特加酒；清酒；青稞酒；黄酒	2021.4.13
40	天佑德	第 7652592 号	第 35 类：广告；数据通讯网络上的在线广告；商业管理和组织咨询；饭店商业管理；特许经营的商业管理；进出口代理；替他人推销；人事管理咨询；商业场所搬迁；计算机数据库信息系统化	2021.4.20

2、青稞酒销售注册商标

截止 2011 年 7 月 18 日，青稞酒销售拥有的注册商标如下：

序号	商标	商标注册号	类别（核定使用商品）	到期日
1		第 6415922 号	第 32 类：啤酒；无酒精果汁；果汁；矿泉水；蔬菜汁（饮料）；无酒精饮料；乳酸饮料（果制品，非奶）；豆类饮料；植物饮料；饮料制剂	2020.3.13
2		第 6415923 号	第 33 类：果酒（含酒精）；烧酒；含酒精浓汁；酒精饮料（啤酒除外）；清酒；青稞酒；黄酒；白酒；保健酒；滋补酒	2020.2.27
3		第 6532050 号	第 41 类：教育；组织文化或教育展览；组织表演（演出）；为娱乐组织时装展览；图书出版；节目制作；娱乐；演出；健身俱乐部；为艺术家提供模特	2020.8.13

3、发行人在维护商标等知识产权方面的具体措施

（1）内部管理制度建设

公司长期注重品牌建设和维护，视商标为公司品牌战略的核心内容。公司制定《知识产权管理制度》，将商标等知识产权的管理纳入日常工作，成立以公司董事长为组长的领导小组，成员还包括总经理、分管副总经理、总经办、研发部、法律部、财务部、青稞酒销售等部门和单位的主要负责人，并设立知识产权管理办公室，负责商标等知识产权的日常申请、保护和维权工作，共同促进公司品牌战略的提升和发展。

（2）实施商标战略

2004 年“互助”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，随后公司在保护和发展“互助”商标的同时，加大对“天佑德”商标的投入力度，2010 年“天佑德”商标被认定为中国驰名商标，使公司成为青海省唯一拥有两项中国驰名商标的企业，并被国家工商总局确定为“国家商标战略实施示范企业”。

（3）开展防御注册

除在与公司主要产品密切相关的第 33 类上进行旧商标的续展和新商标的注册外，公司还扩展“天佑德”系列商标在国内的注册类别，减少他人的恶意抢注和相似使用，防止消费者对商品来源产生混淆，进而确保“天佑德”商标的显著性和唯一性。

（4）积极赞助各项大型赛事

2005 年以来，公司持续赞助环青海湖国际公路自行车赛，并在 2009 年组建中国天佑德洲际自行车队积极参与该项亚洲顶级赛事，公司还通过赞助世界攀岩

赛、黄河抢渡挑战赛、出资冠名全国业余网球赛等措施，不断提升公司品牌的知名度和美誉度。

（5）通过广告活动提升品牌认知度

通过中央电视台等知名媒介以及报纸、杂志、户外广告投放、产品品鉴会等活动，大力宣传“互助”、“天佑德”两大品牌，极大提升了公司品牌的公众认知度和社会影响力。

（6）其他保护措施

公司还在研发创新、产品质量控制等方面投入大量的人力、物力和财力，通过稳定优质的产品质量和自主创新的产品鲜度，保持和吸引广大消费者注意力，促使“互助”、“天佑德”商标成为消费者可以信赖的青稞酒品牌。

（五）专利技术

1、发行人专利技术

截止 2011 年 7 月 21 日，发行人拥有的专利技术如下：

序号	专利名称	专利类别	专利号	专利申请日	授权公告日
1	密封散装酒缸	实用新型	ZL200720182848.6	2007.10.26	2008.10.1
2	酒缸	外观设计	ZL200630032000.6	2006.12.5	2008.1.2
3	酒盒（七彩互助）	外观设计	ZL200730090053.8	2007.1.18	2008.1.2
4	酒盒（新互助头曲）	外观设计	ZL200730090051.9	2007.1.18	2008.1.16
5	酒盒（天赋八大作坊）	外观设计	ZL200730090052.3	2007.1.18	2008.1.16
6	酒盒（青稞王）	外观设计	ZL200730094579.3	2007.6.27	2008.6.11
7	酒盒（雪域魂）	外观设计	ZL200730094581.0	2007.6.27	2008.6.11
8	酒盒（雪域神）	外观设计	ZL200730094580.6	2007.6.27	2008.7.30
9	酒盒（互助青稞雪域情）	外观设计	ZL200730306004.3	2007.12.20	2009.4.1
10	酒盒（五星天佑德）	外观设计	ZL200830072828.3	2008.3.18	2009.5.20
11	酒盒（青稞酒）	外观设计	ZL200830075576.X	2008.6.16	2009.8.5
12	酒盒（互助大曲）	外观设计	ZL200830075577.4	2008.6.16	2009.8.5
13	酒盒（天成八大作坊）	外观设计	ZL200830076314.5	2008.7.10	2009.9.16
14	酒盒（出口型天佑德）	外观设计	ZL200830077278.4	2008.8.5	2009.9.16
15	酒盒（四星青稞酒）	外观设计	ZL200830077281.6	2008.8.5	2009.9.16

16	酒盒（八大作坊青稞酒）	外观设计	ZL200830248724.3	2008.10.28	2009.9.16
17	酒瓶包装袋（1）	外观设计	ZL200830077280.1	2008.8.5	2009.9.16
18	酒盒（坛头）	外观设计	ZL200830248726.2	2008.10.28	2009.11.4
19	酒盒（互助青稞王）	外观设计	ZL200830248727.7	2008.10.28	2009.11.4
20	酒盒（七彩互助青稞酒）	外观设计	ZL200930023195.1	2009.5.18	2010.1.20
21	酒盒（永庆和）	外观设计	ZL200930023194.7	2009.5.18	2010.3.10
22	酒盒（永庆和-仁和）	外观设计	ZL200930023196.6	2009.5.18	2010.3.17
23	酒瓶包装袋（天佑德）	外观设计	ZL200930023193.2	2009.5.18	2010.7.28
24	酒盒（红四星天佑德酒）	外观设计	ZL200930023192.8	2009.5.18	2010.7.28
25	酒盒（天佑德-家之德）	外观设计	ZL200930225307.1	2009.12.4	2010.8.4
26	酒盒（彩虹部落2）	外观设计	ZL200930225309.0	2009.12.4	2010.8.4
27	酒盒（天佑德-国之德）	外观设计	ZL200930225306.7	2009.12.4	2010.8.11
28	酒盒（天佑德-福之德）	外观设计	ZL200930225304.8	2009.12.4	2010.8.18
29	酒盒（天佑德-人之德）	外观设计	ZL200930225305.2	2009.12.4	2010.8.18
30	酒盒（天佑德-天之德）	外观设计	ZL200930225308.6	2009.12.4	2010.8.25
31	酒盒（互助头曲-新口味）	外观设计	ZL201030187869.4	2010.5.31	2010.12.08
32	酒盒（20年窖藏青稞王）	外观设计	ZL201030292888.3	2010.8.24	2011.1.26
33	酒盒（祥和-永庆和）	外观设计	ZL201030292890.0	2010.8.24	2011.1.26
34	酒盒（珍品七彩互助）	外观设计	ZL201030292889.8	2010.8.24	2011.1.26
35	酒瓶（老坛头）	外观设计	ZL201030506655.9	2010.9.4	2011.3.16
36	酒盒（八大作坊15）	外观设计	ZL201030506639.X	2010.9.4	2011.3.16
37	酒盒（八大作坊12）	外观设计	ZL201030506643.6	2010.9.4	2011.3.16
38	酒盒（八大作坊20）	外观设计	ZL201030506671.8	2010.9.4	2011.3.16
39	酒盒（精品互助头曲）	外观设计	ZL201030506687.9	2010.9.4	2011.3.16
40	酒盒（互助头曲-老坛头）	外观设计	ZL201030221242.6	2010.6.27	2011.5.25
41	酒瓶（德天下）	外观设计	ZL201030221252.X	2010.6.27	2011.5.25
42	酒瓶包装袋（紫云锦七彩互助）	外观设计	ZL201030512629.7	2010.9.8	2011.5.25
43	酒瓶包装袋（福韵七彩互助）	外观设计	ZL201030512681.2	2010.9.8	2011.6.1
44	酒瓶包装袋（红云锦七彩互助）	外观设计	ZL201030512708.8	2010.9.8	2011.6.8

2、青稞酒销售专利技术

截止 2011 年 7 月 21 日，青稞酒销售拥有的专利技术如下：

序号	专利名称	专利类别	专利号	专利申请日	授权公告日
1	酒盒（青稞酒神仙酿窖藏）	外观设计	ZL201030571698.5	2010.10.19	2011.3.16
2	酒盒（青稞酒泰和永庆和）	外观设计	ZL201030571700.9	2010.10.19	2011.4.6
3	酒盒（青稞酒神仙酿典藏）	外观设计	ZL201030571699.X	2010.10.19	2011.4.6

六、与经营活动相关的资质和许可

截至本招股说明书签署日，发行人及其下属公司获得的与生产经营活动相关的资质和许可证书具体如下：

序号	所有权人	经营资质	发证机关	有效期限	证书编号
1	青海互助青稞酒股份有限公司	全国工业产品生产许可证（白酒）	青海省质量技术监督局	2012.7.1	QS630015012371
2		全国工业产品生产许可证（黄酒）	青海省质量技术监督局	2011.9.27	QS632115040004
3		饲料生产企业审查合格证	青海省饲料工作办公室	发证日期：2011.2.21	青饲审(2009)D01002号
4		取水许可证	互助土族自治县水务局	2011.2.22 至 2016.2.21	取水(互水)字(2011)第 001 号
5		粮食收购许可证	青海省粮食局	发证日期：2011.4.27	630230004.0
6		排放污染物许可证	青海省海东地区环境保护局	2011.2.14 至 2014.2.13	6321002011001
7		酒类流通备案登记表	互助土族自治县经济和商务局	登记日期：2011.2.21	0001
8	青海互助青稞酒股份有限公司西宁分公司	全国工业产品生产许可证（白酒）	青海省质量技术监督局	2012.7.1	QS630015012371
9		酒类流通备案登记证	西宁市商务局	2011.3.10 至 2012.5.6	630100000017
10		排放污染物许可证	西宁市环境保护局	2011.6.20 至 2012.6.20	宁环污字[2011]21号
11	青海互助青稞酒销售有限公司	食品流通许可证	青海生物科技产业园工商行政管理局分局	2010.8.27 至 2013.8.26	SP6331001010000299
12		酒类流通备案登记证	西宁市商务局	2009.4.1 至 2040.6.19	630100000001
13	北京互助天佑德青稞酒销售有限公司	食品流通许可证	北京市工商行政管理局怀柔分局	2010.12.21 至 2013.12.20	SP1101161010023537
14		酒类流通备案登记表	北京市怀柔区商务委员会	登记日期：2011.1.19	110016105292
15	青海互助青稞酒销售有限公司虎台分公司	食品流通许可证	西宁市工商行政管理局城西分局	2010.8.17 至 2013.8.17	SP6301041010501853
16		酒类流通备案登记证	西宁市商务局	2010.9.26 至 2012.10.16	630101101046
17	青海互助青稞酒销售有限公司	食品流通许可证	海东地区互助县工商行政管理局	2011.3.22 至 2014.3.21	SP6321261110060363

18	司互助分公司	酒类流通备案登记表	互助土族自治县经济和商务局	登记日期：2011.1.6	010069
19	青海互助青稞酒销售有限公司北京分公司	食品流通许可证	北京市工商行政管理局朝阳分局	2010.7.22 至 2013.7.21	SP1101051010053905
20		酒类流通备案登记表	北京市朝阳区商务委员会	登记日期：2010.10.25	110005102588
21	青海互助青稞酒销售有限公司兰州分公司	食品流通许可证	兰州市工商行政管理局兰州高新技术产业开发区分局	2011.2.22 至 2014.2.21	SP6201281110000555
22		甘肃省酒类商品批发许可证	兰州市酒类商品管理局	2011.3.22 至 2014.3.21	XK-P6202792 号
23	北京互助天佑德青稞酒销售有限公司第二分公司	食品流通许可证	北京市工商行政管理局西城分局	2011.4.29 至 2014.4.28	SP1101021110045787
24		酒类流通备案登记表	北京市西城区商务委员会	登记日期：2011.7.5	110002104325

七、发行人的技术与研发情况

（一）主要产品生产技术所处的阶段

公司成立以来，一直高度重视对产品研发的投入和自身综合研发实力的提升，开发出互助、天佑德、八大作坊、永庆和等4个系列70余款青稞酒产品，公司主要产品的生产技术均处于大批量生产阶段，具体情况如下：

产品系列	技术水平	所处阶段
互助	国内领先	大批量生产
天佑德	国内领先	大批量生产
八大作坊	国内领先	大批量生产
永庆和	国内领先	大批量生产

经过公司研发人员长期研究、试验和实践，逐步形成青稞酒有别于其他白酒的独特性，主要表现为大曲配料独特、发酵设备独特、酿造工艺独特、产品风格独特。

1、大曲配料独特

互助青稞酒大曲的制曲原料为青稞和豌豆，青稞原料要求颗粒饱满、无杂质、无霉变；豌豆籽粒富含蛋白质，碳水化合物，矿质元素和维生素等，具有全面均衡的营养。由于豌豆中淀粉含量较高，粘性大，若单独用豌豆制曲，则升温慢，降温也慢，因此制曲时青稞、豌豆两种曲料配合使用，粘度适中，使制出的曲块六面光滑，四角饱满无缺，无白心和干面点，软硬适宜，有利于富集空气和曲房中的霉菌、细菌、酵母菌等有益微生物。曲块在曲房中的培养时间为 17 天~20

天，整个培养管理分前期、中期和后期三个阶段，温度控制遵循“前缓、中挺、后缓落”的升温控制原则。在冬春季节最高品温控制在 48℃-50℃，制得的中低温大曲名为“槐瓢曲”；在夏秋季节最高品温控制在 50℃-55℃，制得的中高温大曲名为“白霜满天星曲”，成品曲断面色泽一致、曲香纯正，在发酵过程中通过微生物代谢产生大量的香兰素和香兰素酸等呈香呈味物质，赋予互助青稞酒独特的香味。

2、发酵设备独特

公司酿造优质青稞基酒所采用的发酵窖池为花岗岩制成的条石窖，窖底铺放当地产松木板，属于特有的发酵容器。条石窖有利于酒醅发酵和特殊香味物质的生成，同时便于窖池清洗和控制杂菌污染，保证互助青稞酒香气清雅纯正，酒体柔顺爽净，香味谐调。

3、酿造工艺独特

公司吸收当地青稞酒400多年传统酿造工艺的精华，并且结合现代生物工程技术，研发出“清蒸清烧四次清”的独特酿酒工艺。整个发酵过程遵循“养大楂、保二楂、挤三楂、追四楂”的原则，对达到发酵周期的酒醅进行缓火蒸馏、量质摘酒、分级贮存、精心勾兑，最终形成青稞酒独特的风格。

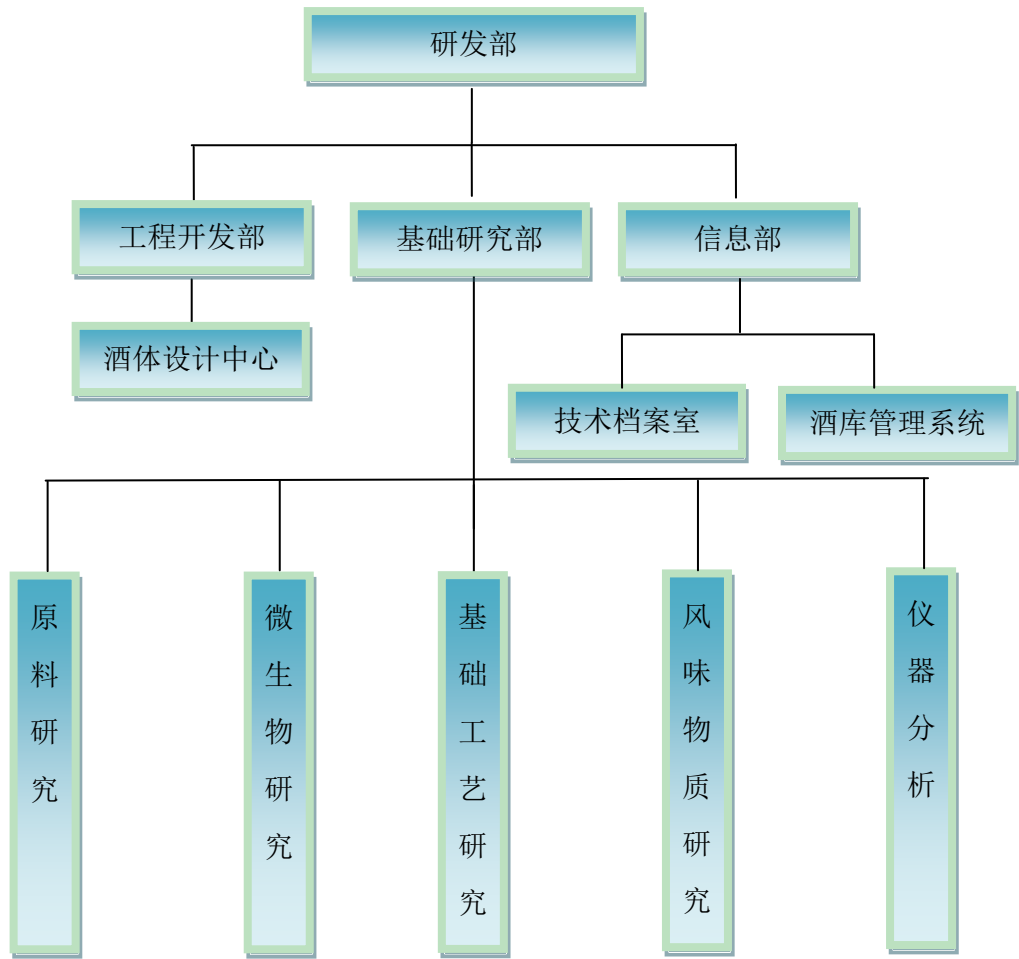
4、产品风格独特

公司生产的青稞酒虽然属于清香型白酒，但在口感、理化指标、微量成分等方面明显不同于其他清香型白酒，其独特的原料、大曲、酿造环境、发酵设备以及工艺流程等，最终形成青稞酒“清雅纯正、怡悦馥合、绵甜爽净、醇厚丰满、香味谐调、回味怡畅”的特有风格，被中国酿酒工业协会评为清香型（青稞原料）代表。

（二）研发机构及人员设置

公司设有专门的研发部，主要负责制订或修订《作业指导书》、技术操作规程、半成品标准和企业产品标准；实施新产品的研制与开发，承担生产工艺技术改进和生产工序完善；开展基础课题研究以及工程成果转化；吸收引进新工艺、新技术、新设备等工作。

研发部的组织架构如下：



截至2011年6月30日，公司拥有技术研发人员52人，技术研发人员占员工人数的5.65%；研发人员专业领域涉及食品科学与技术、发酵工程、生物工程、食品营养与卫生检测、分析化学、农学、植物学等学科。其中国家级白酒评委1名，国家高级品酒师8名，国家高级酿酒师2名，高级工程师3名，工程师12名。公司核心技术人员4名，具体情况如下：

姓名	学历	职业资格及职称	所取得的重要科研成果和获得的奖项
王鹏珍	本科	2000届、2005届、2010届国家级白酒评委、高级品酒师、工程师	主持公司四大系列青稞酒产品设计开发和课题研究，被评为青海省优秀高技能人才，撰写的论文被中国粮油学会、中国微生物学会、中国生物工程学会等评为二等奖。
王兆基	大专	高级品酒师、高级酿酒师、工程师	参与公司四大系列青稞酒产品设计开发和课题研究，担任中国质量检验协会第三届理事会理事、青海省质检协会第二届理事会副理事长，被评为第二届全国白酒品酒职业技能竞赛“优秀选手”。
张世满	大专	高级品酒师、高级酿酒师、高级工程师	参与公司四大系列青稞酒产品设计开发和课题研究，作为主要设计人申请30余项专利，担任全国白酒标准化技术委员会清香型白酒分技术委员会委员，《地理标志产品 互助青稞酒》(GB/T19331-2007)国家标准的主要起草人之一，荣获首届全国品酒大

			赛优秀奖、第二届全国白酒品酒职业技能竞赛“优秀选手”、青海省知识型职工先进个人，主持完成两项海东地区科技成果，撰写的论文被中国粮油学会、中国微生物学会、中国生物工程学会等评为二等奖。
刘岩松	大专	高级品酒师、高级食品检验员、高级工程师	参与公司四大系列青稞酒产品设计开发和课题研究，荣获青海省企业青年创新创效活动技术创新奖，两次获得海东地区科技进步一等奖，主持完成五项海东地区科技成果。

（三）正在从事的研发项目及进展情况、拟达到的目标

为适应未来市场的变化和公司的发展需要，公司未雨绸缪，加大新技术、新产品的研发。目前公司正在从事的技术研究如下：

序号	在研项目	研发阶段	研发目标
1	优质调味酒改进研究	试生产	为进一步提高青稞酒产品质量，研究确定多粮优质调味酒的生产工艺
2	天佑德海拔系列新产品开发	试生产	针对省外市场开发天佑德海拔系列中高档青稞酒，提升省外市场占有率
3	青稞种植规程规范化研究	研究小试	规范青稞原料的种植规程，通过有机食品认证，
4	青稞酒快速检测技术	研究试验	自动、准确、快速的检测及测定成品酒各项理化指标和微量成分比值，逐步实现散酒微机勾兑
5	青稞酒除浊技术开发	研究试验	使公司生产的青稞酒在低温状态下清澈透亮，并保持原有的风格
6	八大作坊系列年份酒开发	研究试验	全面提升八大作坊系列中高档青稞酒的产品竞争力，进一步提升产品结构和市场占有率

（四）研发投入情况

技术创新是公司持续发展的重要支撑，公司历来重视研发人员、设备、资金的投入，报告期内公司研发投入的绝对额保持持续增长态势，报告期内研发投入金额和占比变动趋势如下：

项目	2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
研发投入（元）	2,548,097.19	3,170,045.33	2,556,028.95	1,971,176.18
营业收入（元）	438,919,222.84	596,923,795.50	427,747,224.96	242,164,245.61
占比	0.58%	0.53%	0.60%	0.81%

（五）与其他单位合作开发情况

公司把创新作为持续发展的原动力，在坚持自主创新的同时，与中国科学院

西北高原生物研究所、中国食品发酵工业研究院、江南大学、青海省农科院等高校、科研机构进行研究开发合作，共同进行基础研究、产品开发、科研成果产业化等全方位的合作，达到优势互补的良好效果，为公司产品技术创新提供多方位支撑，使公司能源源不断地开发出具有市场竞争力的产品。公司主要合作协议的具体情况如下：

项目名称	合作方	主要内容	成果分配方案	保密措施
青稞特征风味成分研究	中国食品发酵工业研究院	对形成青稞特殊风味特征的主要成分进行研究	双方共同所有	双方保密
青稞酒低温除浊技术的开发	天津市宝钜净化设备工程有限公司	合作开发青稞酒低温除浊设备，经-15℃除浊后的酒液清澈透明	双方共同所有	合作方保密
互助青稞酒产品成分的检测分析	中国科学院西北高原生物研究所	对互助青稞酒新产品全面分析检测，对新产品的成分和品质进行评价	公司单独所有	合作方保密

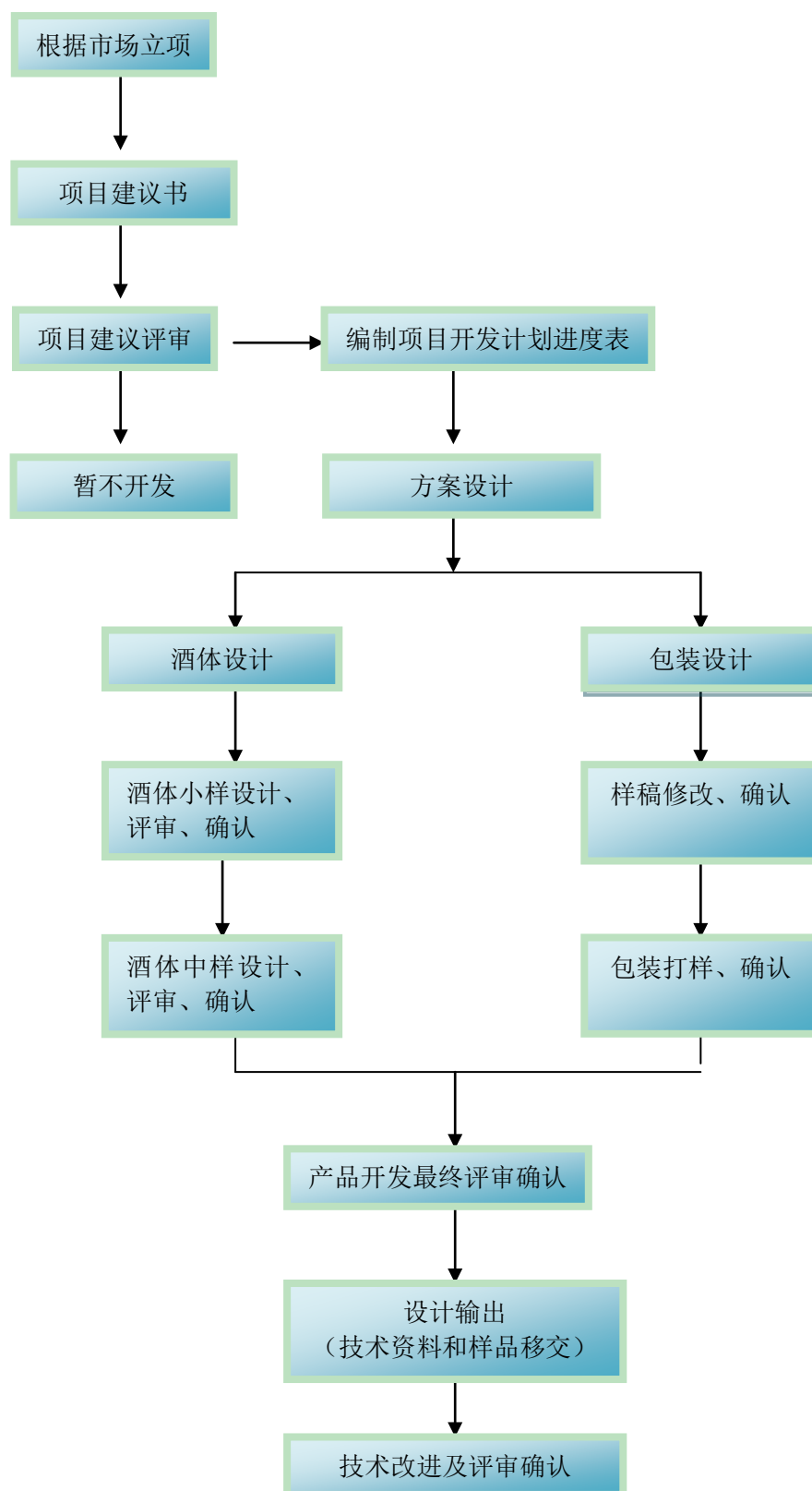
（六）保持技术不断创新的机制

创新是企业发展的原动力，公司通过完善新产品开发流程、科学设计激励机制、加强人才培养和引进力度、积极加入白酒行业科研联盟等措施，促进技术创新及新产品开发活动，以保持技术不断创新的能力：

1、新产品开发流程管理

为规范新产品开发的作业程序，明确各部门的职责，保证新产品开发的正常进行，公司制定了《新产品开发作业规范》，规定青稞酒销售根据市场需求，负责提出新产品开发计划和新产品开发方案；研发部负责新产品酒体开发研制，确定产品配方和生产工艺流程，制定新产品技术标准；生产管理部负责按计划组织生产；财务部负责成本核算、价位功能分析，产品损益分析；质量管理部负责按标准样品和技术标准验收包装；采购部负责按标准样品招投标采购物料。

公司新产品的开发流程如图所示：



2、激励机制设计

公司建立了完备的研发激励和保障制度，积极支持研发人员开展研究工作，给予研发人员高于普通员工的薪酬激励，建立研发经费的持续增长机制，同时公司对研发人员参与协会专业培训、行业技术交流、项目申请、课程进修等给予资

金支持，鼓励研发人员不断提升知识水平和业务能力。

3、人才培养和引进

公司历来重视人才的培养和引进工作，经过多年的发展已经形成一支技术力量雄厚、多学科人才集聚的科研团队。公司委托江南大学生物工程学院举办酿酒培训班，2009年、2010年均选派35人参加为期两年的全脱产酿酒人才培养；公司还积极组织骨干力量参加中国食品工业协会、中国酿酒工业协会等机构组织的各类专业培训；同时公司与多所高校、科研院所进行技术合作，聘请行业技术专家对本公司科研人员进行专业培训，提升公司研发队伍的整体水平。

4、积极参与行业交流

公司积极参与“全国清香类型白酒高峰论坛”、“25种中国名特白酒及贵州茅台酒单体国家标准样品鉴定会”等白酒行业交流活动，把握行业科技发展前沿，借鉴行业先进经验。同时公司争取加入“中国白酒169计划”和酿酒产业技术创新战略，共同参与行业基础性研究，提升公司的技术创新能力，保证公司技术的领先地位。

（七）技术储备及技术创新的安排

为保证公司科学技术水平的先进性和未来发展的可持续性，公司注重行业技术储备，并进行前瞻性的技术创新安排，具体内容如下：

1、开展青稞稀有品种的选育和研究。重点是对传统青稞酒使用的原料黑老鸭、瓦蓝、肚里黄、白浪散等稀有青稞品种进行特殊成分的分析研究，剖析不同青稞品种与青稞酒风格形成的衍生关系和差异性，以此建立不同青稞品种的原料种植基地和青稞酒酿造原料配比特征数据库图谱，形成原料、基酒、产品三者之间的因果衔接，提高青稞酒产品品质 and 解决产品差异化问题。

2、开展青稞酒大曲微生物菌系分析研究。对“白霜满天星曲”和“槐瓢曲”两种青稞酒大曲的微生物菌群以及青稞酒产地的微生物分布状态分析研究，建立青稞酒大曲独特的细菌、霉菌、酵母菌等微生物资源库，选育对形成青稞酒独特风格的特殊微生物菌系并应用于大曲的培养，通过在基酒酿造中的运用提升基酒的品质和优级率。

3、开展青稞酒独特微量成分的分析研究。通过对青稞酒基酒中微量成分和骨架成分的含量及其量比关系的分析研究，分析出形成青稞酒风格的独特微量成

分及量比关系，建立不同品质的青稞酒微量及骨架成分指纹图谱库和年份酒指纹图谱库，对研发新产品和品质控制、质量鉴别提供科学依据。

4、开展青稞酒技术工艺的创新。重点实施大曲的品质提升、基酒优级品率的提升、调味酒的质量提升、基酒的陈化老熟、酒库信息管理系统改进和微机勾兑系统的研究创新，以及产品生产工序的技术改进。

5、酒体设计的研发和技术创新。根据市场消费需求，开展新产品酒体的设计和创新，重点进行不同口味、不同档次产品的酒体差异化设计和产品色、香、味、风格的最佳配比和优化，从产品的香气的优雅度、口感柔顺谐调度、爽净度和风格的典型性方面创新研究，开发出适合不同区域、不同消费群体的产品。

八、发行人产品质量控制情况

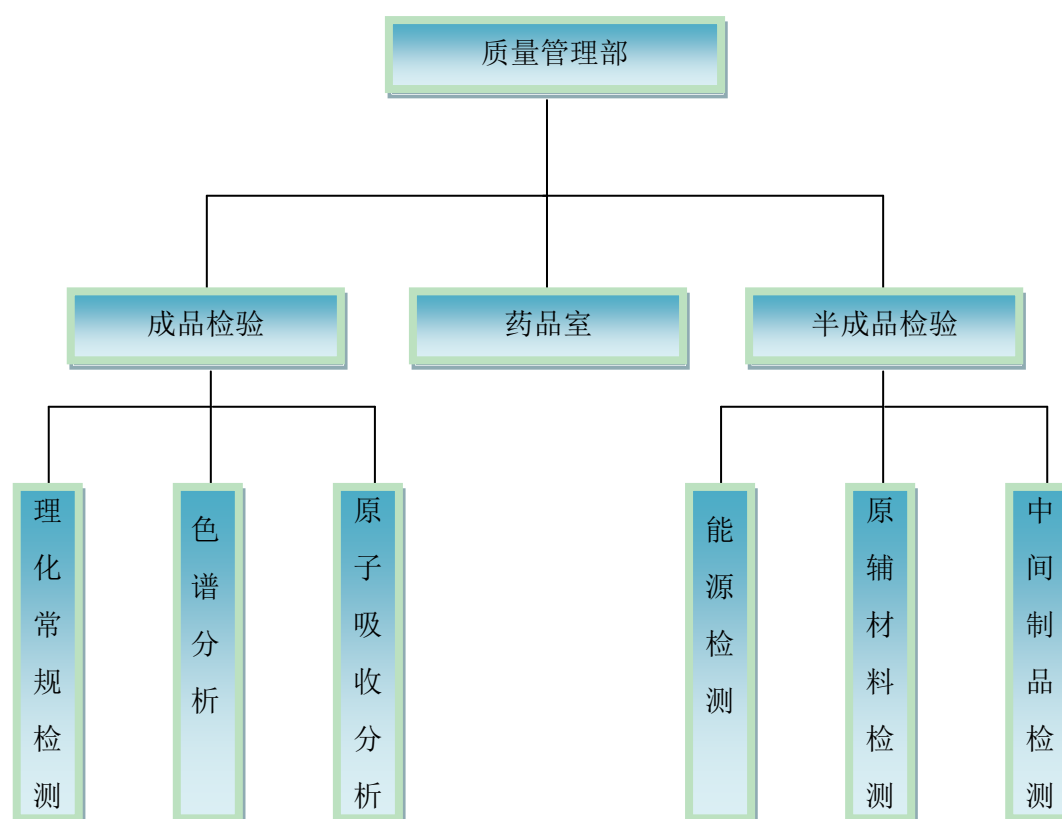
青稞酒生产已经历 400 余年的变迁，尽管在原材料的选取以及制作工艺上都进行了变革和完善，但追求产品品类多元化和产品品质优良的传统一直未变。公司始终坚持食品安全和品质卓越两大原则，严格按照 ISO9001 质量管理体系，建立健全完整、严谨的监督网络，目前已形成以质量管理部为中心、全员参与的质量管理和食品安全制度，制定了完善的程序文件和作业方法，明确企业的质量方针和目标，建立了良好的操作规范和卫生操作规程，强调预防和纠正措施，通过不定期审核监督质量体系中的各个环节，不断改进并完善企业管理，在企业中形成人人关心质量、重视质量的良好氛围，强化员工的品质意识，进一步保证质量管理体系正常、连续有效的运行。

（一）质量控制体系

1、质量管理机构设置

公司设有专门的质量管理部，主要按质量管理体系的总体要求组织开展内审和外审工作，对各部门体系运行情况进行监督检查，对于不合格项进行整改监督；及时处理顾客投诉，对客户抱怨的原因进行调查与分析；严格按照质量体系文件的要求进行生产过程控制，及时掌握过程质量动态。

质量管理部的组织架构如下：



2、质量管理制度建设

公司根据质量管理体系要求,并结合公司实际情况,制定了《物资供应制度》、《生产系统卫生管理条例》、《生产车间质量奖励实施条例》、《包装物印刷管理条例》、《物料、成品转运管理制度》和《检测中心管理制度》等内部制度,并且明确体系监督员、材料检验员、监督巡查员、计量员、生产质检员和售后质检员的职责,设置进货验收台账、生产台账、产品执行标准台账、产品质量自检台账和销售台账,实现采购、生产、销售全流程覆盖,全程都建立密集的质量检验与控制点,以确保原材料、半成品及产成品在每个环节都能符合食品安全卫生的严格要求。

3、ISO9001 质量控制体系认证

公司依据 GB/T19001-2008 质量管理体系要求建立以过程控制为基础的质量控制体系,并形成公司内部的质量手册和程序控制文件,内容覆盖产品研发、采购、生产、储存、销售全过程各环节的质量控制要求。2007 年 5 月,公司通过 ISO9001:2000 国际质量管理体系认证,2011 年 5 月公司顺利通过 ISO9001:2008 国际质量管理体系认证。在质量控制体系运行过程中,公司按照 PDCA (计划、执行、审核、改进) 循环模式持续提高质量管理水平,确保产品质量管理得到不

断地改善和加强。

4、加强食品安全建设

公司注重加强对职工食品安全知识的培训，培训内容包括学习食品安全法律、法规、规章、标准和其他食品安全知识，设有专职的食品安全专业技术人员及管理人员。公司每年组织员工进行体检，严格要求所有生产员工全部办理健康证，并且与当地质量技术监督局签署《食品安全责任书》和《质量安全承诺书》，强化企业法人是食品质量安全第一责任人的责任意识，严格按照承诺书要求提高食品质量水平。

5、开展全员质量管理

公司每年结合“3.15”国际消费者权益日以及9月份的全国质量月开展相关活动，促进公司全体员工积极参与产品质量管理，并且成立“质量俱乐部”，以公司内刊《七彩互助》杂志为平台，组织员工就质量方面问题进行投稿，鼓励员工提出合理化改进建议，形成公司上下共同参与质量管理、关注产品质量、践行质量承诺的良好氛围。

（二）质量控制标准

公司质量控制标准涉及原辅材料采购、包装材料采购、大曲培养、基酒陈化老熟、勾兑品评、灌装生产以及成品酒检测入库等各生产环节，质量标准体系充分体现公司质量管理的方针和目标，确保每一项工作、每一种原材料、半成品、成品都有相应标准加以规范。

公司各部门具体执行的主要质量控制标准如下表所示：

序号	质量控制范围	实施部门	标准代码	标准制定时间	标准实施时间
1	原材料标准（青稞）	采购部、仓储部、质量管理部	QJ/QJ07-01.1-2010	2010-06-26	2010-07-26
2	原材料标准（高粱）		QJ/QJ07-01.2-2010	2010-06-26	2010-07-26
3	原材料标准（豌豆）		QJ/QJ07-01.3-2010	2010-06-26	2010-07-26
4	原材料标准（糯米）		QJ/QJ07-01.4-2010	2010-06-26	2010-07-26
5	辅料标准（糠皮）		QJ/QJ07-02.1-2010	2010-06-26	2010-07-26
6	生活饮用水卫生标准	设备动力部、质量管理部	GB 5749-2006	2006-12-29	2007-07-01

7	食用酒精国家标准	采购部、仓储部、质量管理部	GB 10343-2008	2008-12-29	2009-10-01
8	包装物采购标准（酒瓶）		QJ/QJ07-03.1-2010	2010-06-26	2010-07-26
9	包装物采购标准（包装盒、彩箱、商标、瓦楞纸箱）		QJ/QJ07-03.2-2010	2010-06-26	2010-07-26
10	包装物采购标准（瓶盖）		QJ/QJ07-03.3-2010	2010-06-26	2010-07-26
11	包装物采购标准（陶瓷酒瓶）		QJ/QJ07-03.4-2010	2010-06-26	2010-07-26
12	大曲标准	生产管理部、质量管理部	Q/HQJ03-95	1999-01-01	1999-01-01
13	调味酒	生产管理部、仓储部、质量管理部	Q/HQJ30-2004	2004-08-03	2004-08-10
14	优质酒		Q/HQJ31-2004	2004-08-03	2004-08-10
15	普通酒		Q/HQJ32-2004	2004-08-03	2004-08-10
16	成品酒		GB/T10781.2-2006	2006-07-18	2007-05-01
17			GB/T20822-2007	2007-01-19	2007-07-01
18			GB/T19331-2007	2007-09-19	2008-05-01

（三）产品质量纠纷处理

公司严格执行国家有关质量、计量法律法规以及公司内部的质量管理制度，努力确保产品质量。为应对潜在的产品质量纠纷，公司制定了《关于售后服务工作过程中有质量问题产品的责任界定及退换的决定》，对不同原因导致的产品质量事故处理流程进行明确。

1、由于产品本身质量问题出现的退换，由质量管理部质检人员鉴定确认后运往公司，生产管理部、采购部、质量管理部三方联合确认造成质量问题的责任，由造成质量问题的责任部门领导签字认可后进入相应的兑换流程。

（1）由于生产环节造成产品质量不合格，如瓶内出现杂物等导致的退换货或消费者投诉，均由生产管理部门负责处理。责任部门以现金开据兑换或退货票据，票据交由质检员提货给予消费者兑换。

（2）由于包装材料不合格最终导致产品质量不合格，如瓶身有裂缝、砂眼、内盒开裂、皱褶等导致退货、换货或消费者投诉，均由采购部负责处理。采购部在明晰供方责任后，通知责任供方以现金开据兑换或退货产品的票据，票据交由质检员提货给予消费者兑换。

2、由于销售过程中装卸、运输和库房管理等原因造成的产品破损、包装物损坏等均由青稞酒销售负责处理。处理过的产品确认复包后还能继续销售的，由青稞酒销售向生产管理部提出申请后及时复包，以免错过销售时机造成滞销库存。复包时产生的费用由青稞酒销售 承担。

3、兑换产品由生产管理部负责进行复包处理，质量管理部负责复包过程中的质量监督。

上述制度保证公司产品质量纠纷能够得到快速响应，尽力维护公司声誉和产品形象，将质量问题造成的损失控制在最小范围。

（四）无违法违规情况说明

公司设立至今，未发生重大的产品质量事故及产品质量责任纠纷，未出现因违反有关产品及服务质量和技术监督方面的法律、法规而被有关部门处罚的情况，也未出现因产品质量问题而与客户发生重大法律诉讼的情况。

2011 年 3 月，青海省质量技术监督局、海东地区互助土族自治县质量技术监督局分别出具证明：公司及下属公司自 2008 年以来，遵守国家有关产品质量及技术监督管理的法律、法规；经查验，没有因违反有关产品质量标准及技术监督管理法律、法规而受到过处罚的记录。

2011 年 7 月，青海省质量技术监督局出具证明：公司自 2011 年 1 月以来，遵守国家有关产品质量及技术监督管理的法律、法规；经查验，没有因违反有关产品质量标准及技术监督管理法律、法规而受到过处罚的记录。

2011 年 7 月，青海省工商行政管理局、西宁市商务局、互助土族自治县经济和商务局出具证明：公司及下属公司自 2008 年以来，遵守国家有关食品流通和安全管理法律、法规；经查验，没有因违反有关食品流通和安全管理法律、法规而受到过处罚的记录。

第七节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争情况

（一）与控股股东及其控制的其他企业的同业竞争情况

公司主要从事青稞酒的生产和销售，主要包括互助、天佑德、八大作坊、永庆和四大系列青稞酒。

公司控股股东华实投资目前主要从事实业投资及资产管理，本身不从事具体生产经营活动。目前没有从事与公司相同或类似的业务，与公司之间不存在同业竞争。

目前，华实投资控制的其他企业的主营业务情况如下表所示：

序号	公司名称	华实投资持股比例	经营范围	注册资本（万元）
1	华奥房地产	100.00%	房地产开发与经营	3,000
2	青稞城投资	68.75%	旅游开发、经营管理、园林化管理、科技项目引进及投资；企业管理及投资、信息咨询服务、餐饮、住宿、房屋租赁、房地产开发；体育组织、体育场馆、其他体育、牛羊养殖	8,000
3	福瑞德医药	100.00%	中成药、化学药制剂、抗生素、生化药品、生物制品、精神药品（限第二类药品）批发；中药材、中药饮片零售；保健食品销售	1,000
4	华源油脂	60.00%	食品植物油生产、销售	1,000
5	华融担保	84.58%	为中小企业提供贷款、融资租赁及其他经济合同的担保；个人消费信贷担保；投资咨询；投资管理；财务顾问	2,010
6	新丁香粮油	44.29%	食品植物油、小麦粉生产、大米分装；粮食收购。饲料销售；出口本企业自产的粮油产品；进口本企业生产、科研所需的原材料、机械设备仪器、仪表及配件；粮油代加工；粮油兑换；物业管理、物业服务；房屋租赁；化工产品（不含危险化学品）销售；自有铁路专用线管理服务	7,000
7	天府农家乐	60.44%	商务服务业	900
8	华实网络	90.00%	网站及网络工程施工；计算机软件开发；网页制作、维护；电子商务信息咨询服务；广告设计、制作、代理发布	1,000

公司与上述公司之间主营业务不同、产品不同、生产的技术与工艺不同，面对的客户和市场也完全不同，因此不存在同业竞争。

（二）与实际控制人及其控制的其他企业的同业竞争情况

公司实际控制人是李银会先生，李银会先生控制的和有重大影响的其他企业

的主营业务情况如下表所示：

序号	公司名称	李银会持股比例	经营范围	注册资本（万元）
1	华能系统	90%	计算机软件开发、系统集成、结构化布线及网络工程施工；计算机系统方案评估及高新技术信息服务；计算机及办公设备、安防产品批复、零售	500
2	北京锐视博科技发展有限公司	51%	注	200

注：北京锐视博科技发展有限公司已停止生产经营，目前正在办理注销过程中，该公司清算组已于 2011 年 3 月 17 日在工商行政管理部门备案，并已于 2011 年 3 月 19 日在《劳动午报》刊登注销公告。

公司与上述公司之间主营业务不同、产品不同、生产的技术与工艺不同，面对的客户和市场也完全不同。

综上所述，公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业均未从事与公司相同或相似的业务，与公司不存在同业竞争。

（三）避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，李银会、华实投资分别作为公司的实际控制人、控股股东，作出承诺如下：

1、截至本承诺书出具日，华实投资、李银会未控制任何与青稞酒股份有相同或类似业务的公司、企业或其他经营实体，未经营也没有为他人经营与青稞酒股份相同或类似的业务；华实投资、李银会与青稞酒股份不存在同业竞争。

2、保证自本承诺书出具日起，华实投资、李银会将不在中国境内外投资、收购、兼并、经营与青稞酒股份生产、经营存在有相同或类似业务的公司、企业或其他经营实体，不在中国境内外从事任何与青稞酒股份业务直接竞争或可能竞争的任何活动，以避免对青稞酒股份的生产经营构成直接或间接的业务竞争。

3、保证不会利用青稞酒股份的控股股东、实际控制人地位损害青稞酒股份及青稞酒股份其他股东的合法权益。

4、保证自本承诺书出具日起，若华实投资、李银会控制的公司、企业或其他经营实体从事与青稞酒股份业务相竞争的经营业务时，青稞酒股份可以采取优先收购或受托经营等方式将相关公司、企业或其他经营实体的竞争业务集中到青稞酒股份经营。

5、保证自本承诺书出具日起，若华实投资、李银会控制的公司、企业或其他经营实体在出售或转让与青稞酒股份主营业务相关的资产、业务或权益时，在同等条件下给予青稞酒股份优先购买的权利。

6、如华实投资、李银会及其控制的公司、企业或其他经营实体有任何违反上述承诺的事项发生，华实投资、李银会将赔偿因此给青稞酒股份造成的一切损失（含直接损失和间接损失）。

二、关联方、关联关系及关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则》等相关规定，公司目前存在的关联方及其关联关系如下：

1、存在控制关系的关联方

关联方名称（姓名）	关联关系
李银会	公司实际控制人
华实投资	公司控股股东

2、公司董事、监事、高级管理人员

公司董事、监事、高级管理人员详细情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”。

3、其它不存在控制关系但发生关联交易的关联方

关联方名称	关联关系
华奥房地产	同受实际控制人控制
青稞城投资	同受实际控制人控制
新丁香粮油	同受实际控制人控制
华能系统	同受实际控制人控制
汪俊峰	公司实际控制人配偶

（二）关联交易情况

公司具有独立、完整的产供销体系，对控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在依赖关系，在报告期内与关联方存在以下关联交易。

1、经常性关联交易

（1）销售货物

关联方名称	2011年1-6月		2010年度		2009年度		2008年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
青稞城投资	38	0.09	43	0.07	35	0.08	30	0.12
合计	38	0.09	43	0.07	35	0.08	30	0.12

报告期内，公司与青稞城投资之间发生的销售均采用市场结算价格，价格公允。

（2）向董事、监事、高级管理人员支付报酬

报告期内，公司向董事、监事、高级管理人员合计支付报酬分别为 901,975 元、982,747 元、1,628,093 元、1,111,461 元。该关联交易仍将持续进行。

2、偶发性关联交易

（1）关联方为公司借款提供担保

单位：万元

关联方名称	贷款金融机构	担保借款总额	借款到期日	担保借款余额
华实投资	建设银行青海互助支行	2,000	2011年9月28日	2,000
华能系统	国家开发银行股份有限公司	1,000	2016年7月12日	1,000
李银会 汪俊峰		2,000	2016年11月22日	2,000
合计	-	5,000	-	5,000

注 1：华实投资与建设银行青海互助支行签订编号为 2009BZ001 的《保证合同》，根据该合同，华实投资为公司向建设银行青海互助支行所借期限为 2009 年 9 月 29 日至 2011 年 9 月 28 日金额为 2,000 万元贷款提供保证担保。

注 2：2010 年 7 月 1 日，青稞酒有限与国家开发银行股份有限公司签订了编号为 6300151482010110160 的《人民币资金借款合同》，借款金额 3,000 万元，分两次提取：金额 1,000 万元，借款期限自 2010 年 7 月 13 日起至 2016 年 7 月 12 日止；金额 2,000 万元，借款期限自 2010 年 11 月 23 日起至 2016 年 11 月 22 日止。该笔借款由青稞酒销售、华能系统分别提供抵押担保，青稞酒销售、华能系统于 2010 年 7 月 1 日分别与国家开发银行股份有限公司签订了《国家开发银行股份有限公司人民币资金贷款抵押合同》。同时，该笔借款由李银会、汪俊峰（系李银会配偶）提供个人连带责任担保，李银会、汪俊峰与国家开发银行股份有限公司于 2010 年 7 月 1 日签订了《国家开发银行股份有限公司人民币资金贷款保证合同》。

关联方为公司的银行借款提供担保，有利于公司从银行获得发展所需的资金，促进公司的发展。

（2）关联方往来

报告期各期末，关联方往来余额情况如下表所示：

单位：万元

关联方名称	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
华实投资	-	-	-	3,841
青稞城投资	-	-	2	1
合计	-	-	2	3,842

如上表所示，2008 年末公司控股股东华实投资对公司的欠款余额为 3,841 万元，主要原因系其于当年度进行如下投资：对新丁香粮油、青稞城投资分别增资 1,400 万元、800 万元，投资 1,000 万元设立华奥房地产。

截至 2009 年 6 月末，华实投资已向公司归还全部欠款，且已按银行同期贷款利率向公司支付 252 万元资金占用费，未损害公司权益。2009 年 7 月迄今，公司已健全资金管理等内部控制制度并得以有效执行，未再发生华实投资等关联方占用其资金的情形。

青稞城投资同公司的关联方往来余额为年末未结算之水电费。

（3）收取资金占用费

本公司根据华实投资占用公司资金金额并参照同期贷款利率向华实投资收取资金占用费，2008 年度向华实投资收取资金占用费 1,542,231.14 元，2009 年度向华实投资收取资金占用费 978,818.78 元。

（4）提供劳务

单位：元

关联方名称	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度	劳务内容
青稞城投资	83,884.48	159,574.74	101,565.40	224,443.54	供水、供电

青稞城投资经营有青稞酒家、佑宁府酒店等餐饮、住宿实体，因与发行人毗邻，故上述餐饮、住宿实体经营用水由发行人统一供应、用电由发行人统一对外结算，发行人已为上述餐饮、住宿实体安装有单独的水表、电表，每月底根据实际使用的水、电数量，并按照市场价格结算。2008 年因前述餐饮、住宿实体进行大规模装修使得用电增多而导致该年关联交易金额较高。

目前，上述餐饮、住宿实体已开立独立的用电账户，不再由公司统一对外结算。因公司与上述餐饮、住宿实体所在区域未铺设城市供水管网而需通过抽取地下水解决生产经营用水，故上述餐饮、住宿实体的经营用水继续由发行人统一供应。

（5）接受劳务

单位：元

关联方名称	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度	劳务内容
青稞城投资	715,283.00	932,240.00	270,816.30	308,143.00	餐饮、住宿服务

报告期内，青稞城投资通过前述餐饮、住宿实体向公司提供餐饮、住宿服务，上述服务系按照市场价格结算。

（6）租赁物业

根据本公司与新丁香粮油签订的《房屋租赁协议》，本公司 2009 年、2010 年向新丁香粮油租赁其位于柴达木路 148 号的库房，其中：2009 年四座库房，建筑面积共计 3,857 平方米，租赁期间为 2009 年 1 月 1 日至 2009 年 12 月 31 日，租金合计 370,272 元；2010 年六座库房，建筑面积共计 5,562 平方米，租赁期间为 2010 年 1 月 1 日至 2010 年 12 月 31 日，租金合计 576,668.16 元。

为规范运作，公司自 2011 年起不再租赁新丁香粮油的库房。同时，为保证生产经营的正常运转，公司自 2011 年 1 月 1 日起向青海生科中小企业创业有限公司租赁其厂房用于存放公司产品。

（7）转让鑫融担保股权

2010 年 1 月 11 日、2010 年 1 月 12 日，青稞酒有限、青稞酒销售分别与华实投资签订《股权转让协议》，分别将对鑫融担保的 60 万元出资、40 万元出资等额转让给华实投资（转让时点鑫融担保每股出资额对应净资产为 1.01 元）。

（8）转让华融担保股权

2009 年 12 月 25 日，青稞酒销售与华实投资签订《股权转让协议》，将对华融担保的 1,700 万元出资等额转让给华实投资（转让时点华融担保每股出资额对应净资产为 1.00 元）。2009 年 12 月 30 日，互助县工商局核准该次股权转让的变更登记。

（9）转让天府农家乐股权

2010 年 7 月 22 日，青稞酒销售与华实投资签订《股权转让协议》，将其对

天府农家乐的 544 万元出资等额转让给华实投资（转让时点天府农家乐每股出资额对应净资产为 0.99 元）。

（10）受让青稞酒销售少数股东股权

2010 年 1 月 26 日，华实投资与青稞酒有限签订股权转让协议，将其持有青稞酒销售的 5.1 万元出资等额转让给青稞酒有限。2010 年 2 月 21 日，取得变更后的企业法人营业执照，发行人持股 100%。青稞酒销售 2009 年每股净资产为 4.43 元，青稞酒有限以 5.1 万元受让华实投资持有的 5.1 万元出资系单方收益行为，未损害青稞酒有限利益。

三、《公司章程》、《关联交易决策制度》、《融资与对外担保制度》对关联交易决策权限与程序作出的规定

（一）《公司章程》对关联交易决策权限与程序作出的规定

公司章程第四十二条规定：股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

（十八）审议批准如下关联交易：1、与关联自然人发生的金额在 300 万元以上的关联交易；2、与关联法人发生的金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）；3、虽属总经理、董事会有权批准并实施的关联交易，但独立董事或监事会认为应当提交股东大会审核的；4、对公司可能造成重大影响的关联交易；5、应提交股东大会审议的其他关联交易。

公司章程第四十三条规定：股东大会在审议为股东、实际控制人或其关联人提供担保的议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决须经出席股东大会的其他股东所持表决权的过半数通过。

公司章程第八十二条规定：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；股东大会决议公告中应当充分披露非关联股东的表决情况。

股东大会审议关联交易事项时，应当遵守国家有关法律、法规的规定，与该关联事项有关联关系的股东（包括股东代理人）可以出席股东大会，并可以依照大会程序向到会股东阐明其观点，但在投票表决时应当回避，而且不得以任何方式干预股东大会的决定。

公司章程第一百一十二条规定：股东大会根据有关法律、行政法规及规范性文件的规定，按照谨慎授权原则，就前款所述对外投资、收购和出售资产、融资、资产抵押和质押、对外担保、委托理财、关联交易、对外捐赠对董事会授权如下：

（七）关联交易：审批公司与关联自然人发生的金额在 30 万元以上、低于 300 万元，与关联法人发生的交易金额在 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，但低于 3,000 万元或低于公司最近一期经审计净资产绝对值 5%（以 3,000 万元或公司最近一期经审计净资产绝对值 5%两个数据的较大值为限）的关联交易（公司提供担保除外）。

公司章程第一百二十一条规定：董事与董事会会议审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三人的，应将该事项提交股东大会审议。

公司章程第一百三十二条规定：总经理对董事会负责，行使下列职权：（九）审批公司与关联自然人发生的金额低于 30 万元，与关联法人发生的金额低于 300 万元或低于公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%（以较大值为限）的关联交易（公司提供担保除外）。

（二）《关联交易决策制度》对关联交易决策权限与程序作出的规定

公司《关联交易决策制度》对关联方及关联交易的认定、关联交易的定价原则、关联交易的决策权限以及关联交易回避制度等内容进行了具体规定，以保证公司关联交易的公允性，确保公司的关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。《关联交易决策制度》对关联交易决策权限与程序作出的规定如下：

第八条 关联交易的审批权限如下：

1、总经理有权批准的关联交易：

（1）与关联自然人发生的金额低于 30 万元的关联交易（公司提供担保除外）；

（2）与关联法人发生的金额低于 300 万元或低于公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%（以较大值为限）的关联交易（公司提供担保除外）。

上述由总经理有权审批的关联交易由公司总经理办公会讨论通过，董事会秘

书列席会议，但总经理本人或其关系密切的家庭成员为交易对方的除外。

2、董事会有权批准的关联交易

（1）与关联自然人发生的金额在 30 万元以上、低于 300 万元的关联交易（公司提供担保除外）；

（2）与关联法人发生的交易金额在 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，但低于 3,000 万元或低于公司最近一期经审计净资产绝对值 5%（以 3,000 万元或公司最近一期经审计净资产绝对值 5%两个数据的较大值为限）的关联交易（公司提供担保除外）。

上述董事会有权批准的关联交易应由二分之一以上的独立董事事前认可后提交董事会讨论审议；由董事会在关联董事回避表决的情况下决议批准。

3、股东大会批准的关联交易：

（1）与关联自然人发生的金额在 300 万元以上的关联交易；

（2）与关联法人发生的金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）；该交易应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或审计（但与日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的，可以不进行审计或评估）。

（3）虽属总经理、董事会有权批准并实施的关联交易，但独立董事或监事会认为应当提交股东大会审核的；

（4）对公司可能造成重大影响的关联交易；

（5）应提交股东大会审议的其他关联交易。

董事会审议规定应当提交股东大会审议的重大关联交易事项（日常关联交易除外），应当以现场方式召开全体会议，董事不得委托他人出席或以通讯方式参加表决。

除前述规定外，有关法律、行政法规、部门规章以及《公司章程》等相关规定对关联交易所涉及事项的审批权限及程序有特别规定的，依据该等特别规定执行。

第九条 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，有关股东应当在股东大会上回避表决。

第十九条 董事、监事和高级管理人员应当避免与公司发生交易。对于确有

需要发生的交易，董事、监事和高级管理人员在与公司订立合同或进行交易前，应当向公司董事会声明该交易为关联交易，并提交关于交易的必要性、定价依据及交易价格是否公允的书面说明，保证公司和全体股东利益不受损害。

公司董事会就关联交易事项进行表决时，关联董事应当回避表决，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非关联董事出席即可举行，董事会会议所做决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，公司应当将该交易提交股东大会审议。

（三）《融资与对外担保制度》对关联交易决议权限与程序作出的规定

《融资与对外担保制度》对关联担保的决策权限以及关联担保回避制度等内容进行了具体规定，以保证公司关联担保的公允性，确保公司的关联担保行为不损害公司和全体股东的利益。《融资与对外担保制度》对关联担保决策权限与程序作出的规定如下：

第二十条 股东大会在审议为股东、实际控制人或其关联人提供担保的议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决须经出席股东大会的其他股东所持表决权的过半数通过。

第二十三条 公司董事会或股东大会在就对外担保事项进行表决时，与该担保事项有关联关系的董事或股东应回避表决。

董事会审议有关公司为公司股东、实际控制人及其关联方提供担保的议案时，关联董事应当回避表决；董事会审议通过该等议案后，还应将该等对外担保事项提交公司股东大会在关联股东回避的情况下审议并做出决议。

四、公司报告期内关联交易的执行情况

（一）报告期内关联交易履行程序情况

2008年-2010年履行完毕的关联交易发生在青稞酒有限存续期间，鉴于当时青稞酒有限的章程及相关制度中并无关联交易决策程序的规定，公司独立董事、董事会、股东大会对该等关联交易进行了确认。

2011年3月2日召开的青稞酒股份第一届董事会第二次会议、2011年3月18日召开的2011年第二次临时股东大会审议通过了《关于公司2008年度、2009年度、2010年度关联交易确认的议案》，确认：本公司2008年度、2009年度、

2010 年度及 2011 年截至 1 月 26 日发生的关联交易均有其客观原因，遵循了自愿的原则，交易价格及条件公允，履行了决策程序，没有损害公司及中小股东的利益；股份公司成立后的关联交易履行了关联交易决策程序，较好地保护了公司和其他非关联股东的利益。审议过程中，关联董事李银会、控股股东华实投资回避表决。

青稞酒股份设立后，制定了相关的关联交易决策程序，其后发生的关联交易均严格履行了《公司章程》规定的程序。2011 年 3 月 2 日召开的青稞酒股份第一届董事会第二次会议审议通过了《关于公司 2011 年度预计日常关联交易的议案》，确认：以市场化为原则，关联交易双方在参考市场公允价格的情况下确定价格，预计 2011 年公司发生的关联交易总额不超过 200 万元。审议过程中，关联董事李银会回避表决。

（二）独立董事意见

公司独立董事对关联交易履行的审议程序合法性及交易价格的公允性发表了如下意见：

公司 2008 年度、2009 年度、2010 年度及 2011 年截至 1 月 26 日发生的关联交易的发生均有其客观原因，遵循了自愿的原则，交易价格及条件公允，履行了决策程序，没有损害公司及中小股东的利益；股份公司成立后的关联交易履行了关联交易决策程序，较好地保护了公司和其他非关联股东的利益。

公司 2011 年关联交易是公司及其下属企业与部分关联方发生的正常和必要的业务往来，交易事项真实、准确的反映了公司日常关联交易情况。所预计的关联交易，定价公允，按照市场价格执行，不存在损害公司及其他股东特别是中小股东利益的情形。此类交易是一种完全的市场行为，不会影响公司独立性，不会对公司的持续经营能力产生影响。

五、减少和消除关联交易的措施

公司依照《公司法》等法律、法规建立了规范、健全的法人治理结构，公司制定的《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易决策制度》等规章制度，对关联交易决策权力和程序作出了详细的规定，有利于公司规范和减少关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正。

公司董事会成员中有 3 名独立董事，有利于公司董事会的独立性和公司治理

机制的完善，公司的独立董事将在避免同业竞争、规范和减少关联交易方面发挥重要作用，积极保护公司和中小投资者的利益。

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介

（一）董事会成员

公司董事会由9名董事组成，其中独立董事3名。

序号	姓名	职务	选举情况	提名人	任职时间	2010年从公司领取的收入（元）
1	李银会	董事长	创立大会暨第一次股东大会选举	股东	2011.1-2014.1	420,000.00
2	郭守明	董事、总经理	创立大会暨第一次股东大会选举	股东	2011.1-2014.1	316,000.00
3	王鹏珍	董事、副总经理	创立大会暨第一次股东大会选举	股东	2011.1-2014.1	317,700.00
4	王 君	董事、副总经理	创立大会暨第一次股东大会选举	股东	2011.1-2014.1	343,500.00
5	王兆三	董事、董事会秘书、财务总监	创立大会暨第一次股东大会选举	股东	2011.1-2014.1	120,030.00
6	黄 巍	董事	创立大会暨第一次股东大会选举	股东	2011.1-2014.1	-
7	贾登勋	独立董事	创立大会暨第一次股东大会选举	股东	2011.1-2014.1	-
8	索有瑞	独立董事	创立大会暨第一次股东大会选举	股东	2011.1-2014.1	-
9	胡 凯	独立董事	创立大会暨第一次股东大会选举	股东	2011.1-2014.1	-

注：黄巍在发行人股东浙江联泰领取薪酬；独立董事自2011年1月起任职，2010年未在公司领取薪酬。

上述董事简历如下：

1、李银会先生：中国国籍，无境外永久居留权，生于1966年9月，北京大学理学硕士。曾任青稞酒有限董事、副董事长、董事长，鑫融担保监事、董事，青海生物产业园孵化创业有限公司董事，西宁华能电子有限责任公司执行董事，深圳西海电子有限公司董事；现任青稞酒股份董事长；兼任华实投资、华实网络、华能系统、北京锐视博科技发展有限公司董事长，青稞酒销售、华奥房地产、福瑞德医药、华融担保、新丁香粮油董事，天府农家乐执行董事、总经理。

2、郭守明先生：中国国籍，无境外永久居留权，生于1963年4月，兰州大

学经济管理学院经济学专业研究生，清华大学 EMBA，高级工程师。曾任青稞酒有限董事长、董事，华奥房地产董事长、总经理，新丁香粮油董事长，鑫融担保、华融担保董事，华源油脂执行董事；现任青稞酒股份董事、总经理；兼任青稞酒销售董事，北京天佑德执行董事。

3、王鹏珍先生：中国国籍，无境外永久居留权，生于 1970 年 10 月，青海大学工商企业管理专业学士，工程师，高级品酒师，先后被中国酿酒工业协会聘为 2000 届、2005 届及 2010 届国家级白酒评酒委员。主持公司四大系列青稞酒产品设计开发和课题研究，被评为青海省优秀高技能人才，撰写的论文被中国粮油学会、中国微生物学会、中国生物工程学会等评为二等奖。曾任青稞酒有限董事、副总经理、常务副总经理、总经理，鑫融担保董事，华融担保总经理，青稞城投资执行董事、监事；现任青稞酒股份董事、副总经理。

4、王君先生：中国国籍，无境外永久居留权，生于 1965 年 1 月，毕业于西安矿业学院。曾任青稞酒有限董事，天府农家乐执行董事、总经理，华奥房地产监事；现任青稞酒股份董事、副总经理；兼任青稞酒销售董事长、总经理，北京天佑德总经理。

5、王兆三先生：中国国籍，无境外永久居留权，生于 1972 年 1 月，陕西财经学院学士，首都经贸大学在职会计研究生，中级会计师。曾任西藏奇正藏药股份有限公司董事及财务总监、青稞酒有限财务总监；现任青稞酒股份董事、董事会秘书、财务总监。

6、黄巍先生：中国国籍，无境外永久居留权，生于 1972 年 7 月，浙江大学能源系学士。曾任浙江省机电设备公司销售经理及信息部主管、浙江西景石化成套设备有限公司计算机分公司经理、阿里巴巴网络技术有限公司项目经理；杭州比特信息技术有限公司副总经理、青稞酒有限董事；现任青稞酒股份董事；兼任杭州比特信息技术有限公司董事长、浙江联泰董事、总经理。

7、贾登勋先生：中国国籍，无境外永久居留权，生于 1954 年 12 月，兰州大学法学院教授，博士研究生导师。现任青稞酒股份独立董事；兼任兰州大学法学院民商法研究所所长、中国民事诉讼法研究会理事、甘肃省民商法研究会副会长、甘肃省房地产法研究会副会长、兰州市仲裁委员会仲裁员、浩丰种业公司法律顾问、未来四方集团拍卖公司法律顾问。

8、索有瑞先生：中国国籍，无境外永久居留权，生于 1960 年 7 月，中国科

学院兰州化学物理研究所理学博士，中国科学院研究生院教授、博士生导师，中国科学院西北高原生物研究所二级研究员、纪委副书记、研究所学术委员会和学位委员会委员。现任青稞酒股份独立董事；兼任国家科技部重点新产品计划评委、国家自然科学基金评委、国家食品药品监督管理局保健食品评委、国家科技奖评审专家、《分析测试技术与仪器》杂志副主编、《广东微量元素科学》杂志编委、中国生物化学与分子生物学会理事、中华微量元素与健康学会理事、青海省化学会理事、青海康普生物科技股份有限公司独立董事。

9、胡凯先生：中国国籍，无境外永久居留权，生于1964年12月，中国人民大学管理学硕士，兰州商学院教务处处长兼MBA教育中心主任、教授、硕士生导师，中注协非执业会员。现任青稞酒股份独立董事；兼任甘肃省审计学会常务理事、中国商业会计学会理事、甘肃省人民政府督学、兰州三毛实业股份有限公司独立董事、甘肃宏良皮业有限公司独立董事。

（二）监事会成员

公司监事会由3名监事组成，其中职工监事2名。

序号	姓名	职务	选举情况	提名人	任职时间	2010年从公司领取的收入（元）
1	卢艳	监事会主席	创立大会暨第一次股东大会选举	股东	2011.1-2014.1	-
2	陈得钦	职工监事	青稞酒股份（筹）职工代表大会选任	-	2011.1-2014.1	62,462.00
3	赵鸿录	职工监事	青稞酒股份（筹）职工代表大会选任	-	2011.1-2014.1	48,401.00

注：卢艳在发行人关联方华实投资领取薪酬。

上述监事简历如下：

1、卢艳女士：中国国籍，无境外永久居留权，生于1968年8月。曾任青稞酒有限监事会主席，鑫融担保执行董事、董事长、总经理，青海生物产业园孵化创业有限公司董事长，华奥房地产董事、总经理，华融担保、青稞城投资监事，深圳西海电子有限公司监事；现任青稞酒股份监事会主席；兼任华实投资副总经理、财务总监，华奥房地产董事长，华奥物业董事长，福瑞德医药、青海生物产业园孵化创业有限公司董事，青稞酒销售、北京天佑德、青稞城投资、华融担保、新

丁香粮油、华实网络监事。

2、**陈得钦先生**：中国国籍，无境外永久居留权，生于1967年9月。曾任青稞酒有限监事、工会主席；现任青稞酒股份职工监事、工会主席。

3、**赵鸿录先生**：中国国籍，无境外永久居留权，生于1970年8月。曾任青稞酒有限仓储部经理；现任青稞酒股份职工监事、仓储部经理。

（三）高级管理人员

根据公司章程的相关规定，公司高级管理人员包括公司总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监。

序号	姓名	职务	聘任情况	任职时间	2010年从公司领取的收入（元）
1	郭守明	董事、总经理	2011年1月第一届董事会第一次会议聘任	2011.01-2014.01	316,000.00
2	王鹏珍	董事、副总经理	2011年1月第一届董事会第一次会议聘任	2011.01-2014.01	317,700.00
3	王君	董事、副总经理	2011年1月第一届董事会第一次会议聘任	2011.01-2014.01	343,500.00
4	王兆三	董事、董事会秘书、财务总监	2011年1月第一届董事会第一次会议聘任	2011.01-2014.01	120,030.00

上述高级管理人员简历如下：

- 1、**郭守明先生**：总经理，简历见董事会成员之郭守明简历。
- 2、**王鹏珍先生**：副总经理，简历见董事会成员之王鹏珍简历。
- 3、**王君先生**：副总经理，简历见董事会成员之王君简历。
- 4、**王兆三先生**：董事会秘书、财务总监，简历见董事会成员之王兆三简历。

（四）核心技术人员

公司核心技术人员包括王鹏珍、张世满、王兆基、刘岩松，上述核心技术人员简历如下：

- 1、**王鹏珍先生**：简历见董事会成员之王鹏珍简历。

2、**张世满先生**：中国国籍，无境外永久居留权，生于1970年1月，毕业于中央民族学院食品营养与卫生检测专业，大专学历，高级工程师、高级品酒师，高级酿酒技师，全国白酒标准化技术委员会清香型白酒分技术委员会委员。曾任青

海互助青稞酒有限公司研发部经理；现任青海互助青稞酒股份有限公司研发部经理。参与公司四大系列青稞酒产品设计开发和课题研究，作为主要设计人申请30余项专利，《地理标志产品 互助青稞酒》（GB/T19331-2007）国家标准的主要起草人之一，荣获首届全国品酒大赛优秀奖、第二届全国白酒品酒职业技能竞赛“优秀选手”、青海省知识型职工先进个人，主持完成两项海东地区科技成果，撰写的论文被中国粮油学会、中国微生物学会、中国生物工程学会等评为二等奖。

3、王兆基先生：中国国籍，无境外永久居留权，生于1968年4月，毕业于无锡轻工大学发酵工程专业，大专学历。工程师、高级品酒师、高级酿酒技师，参与公司四大系列青稞酒产品设计开发和课题研究，担任中国质量检验协会第三届理事会理事、青海省质检协会第二届理事会副理事长，被评为第二届全国白酒品酒职业技能竞赛“优秀选手”。现任青海互助青稞酒股份有限公司总经理助理。

4、刘岩松女士：中国国籍，无境外永久居留权，生于1970年11月，毕业于石河子农学院农产品贮藏与加工专业，大专学历，高级工程师、高级品酒师、高级食品检测师。参与公司四大系列青稞酒产品设计开发和课题研究，担任国家职业技能鉴定考评员，荣获青海省企业青年创新创业活动技术创新奖，两次获得海东地区科技进步一等奖，主持完成五项海东地区科技成果。

二、公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员与其近亲属持有公司股份情况

（一）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员持有公司股份情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员未直接持有公司股份。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员间接持有公司股份的情况如下：

姓名	时间	直接出资或持股的企业	出资比例（%）	直接出资或持股的企业持有本公司的股权（%）
李银会	2008 年末	华实投资	60.00	100.00
	2009 年末	华实投资	60.00	100.00
	2010 年末	华实投资	94.00	75.00
	2011 年 6 月末	华实投资	94.00	75.00

王 君	2008 年末	华实投资	-	100.00
	2009 年末	华实投资	1.66	100.00
	2010 年末	华实投资	1.50	75.00
	2011 年 6 月末	华实投资	1.50	75.00
黄 巍	2008 年末	浙江联泰	10.00	-
	2009 年末	浙江联泰	5.00	-
	2010 年末	浙江联泰	5.00	11.67
	2011 年 6 月末	浙江联泰	5.00	11.67
卢 艳	2008 年末	华实投资	7.84	100.00
	2009 年末	华实投资	7.84	100.00
	2010 年末	华实投资	1.50	75.00
	2011 年 6 月末	华实投资	1.50	75.00

除前述情形外，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员未通过任何方式直接或间接持有公司任何股份。

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员持有公司股份不存在质押或冻结的情况。

（二）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员之近亲属持有公司股份情况

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员之近亲属未通过任何方式直接或间接持有公司股份。

三、公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的对外投资情况

（一）公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员除公司以外的其他投资情况

单位：万元

序号	姓名	在本公司职务	投资对象	投资金额	持股比例
1	李银会	董事长	华实投资	6,016	94.00%
			华能系统	450	90.00%
2	王 君	董事、副总经理	华实投资	96	1.50%
3	黄 巍	董事	浙江联泰	300	5.00%

			杭州比特信息技术有限公司	124.7511	20.451%
			上海普利特复合材料股份有限公司	450	4.50%
4	卢 艳	监事会主席	华实投资	96	1.50%

除上述投资外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均不存在其他对被投资单位具有实际控制力、实施重大影响或与发行人存在利益冲突的股权投资情况。

（二）公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员持有权益的企业与公司的关系

除上海普利特复合材料股份有限公司（A股上市公司）、杭州比特信息技术有限公司外，前述公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员持有权益的公司均为发行人关联方，系发行人股东或同受实际控制人控制的企业，其具体情况详见“第五节 发行人基本情况”之“八、（一）”及“八、（三）”的相关内容。

公司和上述公司间不存在同业竞争或其他可能损害公司利益的情形。

四、公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的兼职情况

序号	姓名	兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司关系
1	李银会	华实投资	董事长	控股股东
		华实网络	董事长	同受实际控制人控制
		华能系统	董事长	同受实际控制人控制
		北京锐视博科技发展有限公司	董事长	同受实际控制人控制
		青稞酒销售	董事	公司全资子公司
		华奥房地产	董事	同受实际控制人控制
		福瑞德医药	董事	同受实际控制人控制
		华融担保	董事	同受实际控制人控制
		新丁香粮油	董事	同受实际控制人控制
		天府农家乐	执行董事、总经理	同受实际控制人控制
2	郭守明	青稞酒销售	董事	公司全资子公司
		北京天佑德	执行董事	公司全资子公司
3	王君	青稞酒销售	董事长、总经理	公司全资子公司
		北京天佑德	总经理	公司全资子公司
4	黄 巍	浙江联泰	董事、总经理	发行人股东

		杭州比特信息技术有限公司	董事长	公司董事担任董事长企业
5	贾登勋	兰州大学法学院民商法所	所长	无关联关系
6	索有瑞	青海康普生物科技股份有限公司	独立董事	无关联关系
		中科院研究生院	教授、博士生导师	无关联关系
		中国科学院西北高原生物研究所	二级研究员、纪委副书记	无关联关系
7	胡 凯	兰州商学院	教务处处长兼 MBA 教育中心主任、教授、硕士生导师	无关联关系
		兰州三毛实业股份有限公司	独立董事	无关联关系
		甘肃省宏良皮业有限公司	独立董事	无关联关系
8	卢 艳	华实投资	副总经理、财务总监	控股股东
		华奥房地产	董事长	同受实际控制人控制
		华奥物业	董事长	同受实际控制人控制
		福瑞德医药	董事	同受实际控制人控制
		青海生物产业园孵化创业有限公司	董事	控股股东投资企业 公司监事担任董事企业
		青稞酒销售	监事	公司全资子公司
		北京天佑德	监事	公司全资子公司
		青稞城投资	监事	同受实际控制人控制
		新丁香粮油	监事	同受实际控制人控制
		华融担保	监事	同受实际控制人控制
		华实网络	监事	同受实际控制人控制

除上述兼职情况外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在其他在公司以外企业的兼职情况。

五、公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员之间的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员之间不存在亲属关系。

六、公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员与公司签订协议情况

公司已按照《中华人民共和国劳动法》的要求，与公司全部董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订了劳动合同或聘用合同。

七、公司董事、监事、高级管理人员的任职资格

公司的董事、监事和高级管理人员符合《公司法》和国家法律法规及相关规范性文件规定的任职资格，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；
- 2、最近36个月内受到中国证监会行政处罚，或者是最近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。

八、公司董事、监事、高级管理人员报告期内变动情况

2007年11月14日，青稞酒有限召开股东会，选举李银会、郭守明、王西功、王鹏珍、王君为董事。

2007年11月14日，青稞酒有限召开职工代表大会，选举陈得钦为职工代表监事。同日，青稞酒有限召开股东会，选举卢艳、陈金福为股东代表监事。

2007年11月14日，青稞酒有限董事会决定任命王西功为总经理，王鹏珍为副总经理。

1、报告期内，公司董事变动情况如下：

（1）2010年6月18日，青稞酒有限的唯一股东华实投资作出决定，原董事王西功因个人原因辞去董事职务，任命黄巍为董事。

（2）2011年1月26日，发行人召开创立大会暨第一次股东大会，选举李银会、郭守明、王鹏珍、王君、王兆三、黄巍、贾登勋（独立董事）、索有瑞（独立董事）、胡凯（独立董事）为发行人董事，共同组成发行人第一届董事会。

2、报告期内，公司监事变动情况如下：

2011年1月24日，青稞酒有限召开职工代表大会，选举陈得钦、赵鸿录为发行人职工代表监事。2011年1月26日，发行人召开创立大会暨第一次股东大会，选举卢艳为股东代表监事，与职工代表监事陈得钦、赵鸿录共同组成发行人第一届监事会。

3、报告期内，公司高级管理人员变动情况如下：

（1）2008年9月13日，青稞酒有限董事会决定免去王西功总经理职务，任命

郭守明为总经理，王君为副总经理。

（2）2010年7月2日，青稞酒有限董事会决定聘任王兆三为公司财务总监。

（3）2011年1月26日，发行人第一届董事会决定聘任郭守明为总经理，王鹏珍、王君为副总经理，王兆三为董事会秘书和财务总监。

第九节 公司治理

公司已按照《公司法》、《证券法》及中国证监会、深圳证券交易所的相关规定，建立健全了公司治理结构。公司审议通过了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《董事会秘书工作细则》、《独立董事工作制度》等公司治理基本制度，并建立了《投资决策管理制度》、《融资与对外担保制度》、《关联交易决策制度》及《募集资金管理办法》等专门制度。

一、公司三会、独立董事、董事会秘书制度建立健全及其运行情况

（一）股东大会制度建立健全及运行情况

股东大会是公司的权力机构，公司制订了《股东大会议事规则》。公司股东大会严格按照《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定行使权利。

公司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，召开时间为上一个会计年度结束后的六个月内。

报告期内，公司股东大会严格按照《公司法》、《证券法》及其他相关法律法规、《公司章程》、《股东大会议事规则》的规定，对《公司章程》的修订、董事与监事的任免、利润分配、主要管理制度的制订和修改、关联交易、首次公开发行股票并上市和募集资金运用等重大事宜进行了审议并作出了有效决议。

（二）董事会制度建立健全及运行情况

公司制订了《董事会议事规则》，董事会严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利。

公司董事会由9名董事组成，其中独立董事3名，设董事长1名。董事任期为3年，任期届满后可连选连任。

报告期内，公司董事会严格按照《公司法》、《证券法》及其他相关法律法规、《公司章程》、《董事会议事规则》的规定，对公司生产经营方案、管理人员任命、内部机构的设置、基本制度的制定、关联交易、首次公开发行股票并上市和募集资金运用等事项进行审议并作出了有效决议；同时，对需要股东大会审议的事项提交股东大会审议决定，切实发挥了董事会的作用。

公司董事会下设战略与决策委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会4个专门委员会，并制定了各专门委员会的议事规则。专门委员会成员全部由董事组成，其中审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事占半数以上并担任召集人，审计委员会的召集人必须为会计专业人士。

战略与决策委员会成员：李银会（召集人）、郭守明、王鹏珍、王君、王兆三、索有瑞

提名委员会成员：贾登勋（召集人）、索有瑞、郭守明

薪酬与考核委员会成员：索有瑞（召集人）、贾登勋、胡凯、李银会

审计委员会成员：胡凯（召集人）、贾登勋、王兆三

（三）监事会制度建立健全及运行情况

公司制定了《监事会议事规则》，监事会严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权利。公司监事会由3名监事组成，设监事会主席1名。公司监事会设职工代表监事2名，由公司职工代表大会选举产生；股东代表监事1名，由公司股东大会选举产生。

报告期内，公司监事会严格按照《公司法》、《证券法》及其他相关法律法规、《公司章程》、《监事会议事规则》的规定，对公司财务工作、公司董事及高级管理人员的工作、公司重大生产经营决策等重大事宜实施了有效监督，切实发挥了监事会的作用。

（四）独立董事制度建立健全及运行情况

1、独立董事制度的建立健全及独立董事的聘任情况

为完善公司治理结构，促进公司规范治理，根据《公司法》、《上市公司治理准则》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》及其他相关法律法规，公司股东大会通过了《独立董事工作制度》，明确了独立董事的职责及工作规程。公司董事会现包括3名独立董事，占董事会人数的1/3。公司独立董事中，胡凯先生为会计专业人士。独立董事出席了当选后公司历次董事会并参与表决，积极履行独立董事的义务。

2、独立董事的职权

根据《公司章程》、《独立董事工作制度》的规定，公司独立董事具有以下

职权：

（1）重大关联交易（公司拟与关联自然人之间交易金额在30万元以上、公司与关联法人发生的交易金额在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、与关联人达成的总额高于300万元人民币或高于公司最近经审计净资产的5%的关联交易）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；

（2）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

（3）向董事会提请召开临时股东大会；

（4）提议召开董事会；

（5）独立聘请外部审计机构和咨询机构；

（6）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由二分之一以上独立董事同意。

同时，独立董事还应当对公司以下重大事项向董事会或股东大会发表独立意见：

（1）提名、任免董事；

（2）聘任或解聘高级管理人员；

（3）公司董事、高级管理人员的薪酬；

（4）重大关联交易、对外担保（不含对合并报表范围内子公司提供担保）、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；

（5）关联方拟用非现金资产清偿占用的公司资金的，独立董事应当就该等关联方以资抵债方案发表独立意见，或者聘请有证券期货相关业务资格的中介机构出具独立财务顾问报告；

（6）重大资产重组方案、股权激励计划；

（7）独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；

（8）《公司章程》规定的其他事项。

3、独立董事制度运行情况

公司独立董事自任职以来，均依据《公司法》、《证券法》、《公司章程》、《独立董事工作制度》等法律法规和公司规定的要求，积极参与公司决策，发挥了在财务、战略决策等方面的专业特长，维护了全体股东的利益，促使公司治理结构有了较大改善。

（五）董事会秘书制度建立健全及运行情况

1、董事会秘书制度建立健全及董事会秘书聘任情况

公司董事会已审议通过了《关于董事会秘书工作细则的议案》，建立了董事会秘书制度。2011年1月，公司聘任王兆三先生担任董事会秘书一职。

2、董事会秘书的职权

《公司章程》规定，董事会秘书是公司的高级管理人员。根据《董事会秘书工作细则》，公司董事会秘书主要负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理，办理信息披露事务等事宜，具体包括：

（1）负责公司信息披露和股东资料管理工作，协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、保荐人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；

（2）组织筹备董事会会议和股东大会会议，参加股东大会、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字；

（3）组织董事、监事和高级管理人员进行证券法律法规、股票上市规则及相关规定的培训；

（4）督促董事、监事和高级管理人员遵守法律、行政法规、部门规章、规范性文件及公司章程，切实履行其所作出的承诺；在知悉公司做出或可能做出违反有关规定的决议时，应予以提醒，并提请列席会议的监事就此发表意见；如果董事会坚持做出上述决议，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上；

（5）《公司法》、《公司章程》所要求履行的其他职责。

3、董事会秘书履行职责情况

公司董事会秘书王兆三先生自任职以来，依法筹备了历次董事会会议及股东大会会议，确保了公司董事会和股东大会的依法召开，在改善公司治理上发挥了重要作用，促进了公司的规范运作。

二、公司报告期违法、违规情况

公司报告期内一直按照国家法律法规和公司章程的规定开展经营活动，不存在违法违规行为，也不存在被土地、环保、工商、税务、海关等主管机关处罚的情况。

三、关联方资金占用及对外担保情况

报告期内关联方资金占用余额列示如下：

单位：万元

关联方名称	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
华实投资	-	-	-	3,841
合计	-	-	-	3,841

截至 2009 年 6 月，前述关联往来款已结清。2009 年 7 月至今，公司未再发生关联方占用公司资金的情形。

报告期内公司不存在对外担保情况。

四、公司管理层对内部控制制度完整性、有效性、合理性的自我评估及会计师对公司内部控制的鉴证意见

（一）公司管理层对内部控制完整性、有效性、合理性的自我评估

公司管理层认为：本公司已根据实际情况建立了满足公司管理需要的各种内部控制制度，本公司的内部控制制度是完整的、合理的，整体运行是有效的，随着公司业务的不断发展，本公司将不断改进和完善内部控制制度，使其更好地发挥监督与制约作用。

（二）发行人会计师对内部控制的鉴证意见

发行人会计师出具的“中磊鉴证字[2011]第 0372 号”《内部控制鉴证报告》，认为公司董事会按照财政部颁布的《企业内部控制基本规范》的标准于 2011 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

以下引用的财务数据，非经特别说明，均引自本公司经发行人会计师审计的财务报告。本节的财务会计数据及有关说明反映了本公司报告期内经审计财务报表及附注的主要内容，本公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报表和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、公司近三年一期简要财务报表

（一）简要合并资产负债表

单位：元

报表项目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
货币资金	396,806,928.31	350,260,431.38	98,169,670.21	16,098,459.14
应收账款	334,134.37	444,671.54	375,179.31	127,142.30
预付款项	12,896,400.16	15,720,827.51	847,705.81	915,097.75
其他应收款	227,382.40	89,300.00	27,946.26	38,431,939.39
存货	163,808,870.03	174,722,839.98	127,042,011.61	113,179,427.62
其他流动资产	5,251,500.00	1,465,249.99	589,166.67	155,000.00
流动资产合计	579,325,215.27	542,703,320.40	227,051,679.87	168,907,066.20
长期股权投资	-	-	1,000,000.00	1,000,000.00
固定资产	117,990,233.81	119,737,845.30	49,449,057.48	49,987,046.78
在建工程	11,281,630.30	988,990.00	4,258,575.00	-
无形资产	31,616,341.39	32,019,902.17	33,001,875.30	18,741,276.92
递延所得税资产	12,462,843.84	12,120,010.59	3,300,435.25	4,820,266.17
非流动资产合计	173,351,049.34	164,866,748.06	91,009,943.03	74,548,589.87
资产总计	752,676,264.61	707,570,068.46	318,061,622.90	243,455,656.07
短期借款	-	-	-	20,000,000.00
应付账款	60,754,372.48	68,385,906.74	49,869,436.76	32,434,217.71
预收款项	2,347,581.11	1,471,916.53	1,433,707.64	1,317,189.89
应付职工薪酬	4,268,030.11	4,402,740.20	3,949,220.86	3,278,929.30

应交税费	32,264,807.26	61,015,655.23	16,187,407.72	30,292,156.82
应付股利	-	24,000,000.00	-	-
其他应付款	10,984,800.68	10,973,060.48	14,679,796.04	19,260,857.72
一年内到期的其他非流动负债	40,000,000.00	50,000,000.00	-	-
流动负债合计	150,619,591.64	220,249,279.18	86,119,569.02	106,583,351.44
长期借款	30,000,000.00	30,000,000.00	50,000,000.00	-
其他非流动负债	6,200,000.00	3,420,000.00	-	-
非流动负债合计	36,200,000.00	33,420,000.00	50,000,000.00	-
负债合计	186,819,591.64	253,669,279.18	136,119,569.02	106,583,351.44
实收资本（股本）	390,000,000.00	120,000,000.00	100,000,000.00	100,000,000.00
资本公积	10,808,154.11	144,163,466.99	-	-
盈余公积	-	23,264,468.72	10,738,979.17	-
未分配利润	165,048,518.86	166,472,853.57	67,461,399.34	36,620,472.01
归属于母公司所有者权益合计	565,856,672.97	453,900,789.28	178,200,378.51	136,620,472.01
少数股东权益	-	-	3,741,675.37	251,832.62
所有者权益合计	565,856,672.97	453,900,789.28	181,942,053.88	136,872,304.63
负债及所有者权益总计	752,676,264.61	707,570,068.46	318,061,622.90	243,455,656.07

（二）简要合并利润表

单位：元

报表项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
一、营业收入	438,919,222.84	596,923,795.50	427,747,224.96	242,164,245.61
减：营业成本	139,088,357.95	179,646,844.50	136,388,914.23	86,766,620.06
营业税金及附加	76,342,825.50	125,094,404.58	81,934,153.75	41,086,492.95
销售费用	48,441,835.27	59,333,729.15	41,763,611.62	25,461,199.26
管理费用	23,665,029.63	38,115,574.67	34,407,411.80	28,295,100.79
财务费用	1,517,628.09	2,695,942.60	901,303.58	-1,383,093.94
资产减值损失	1,449.75	9,335.34	13,840.07	2,846,842.38
投资收益	-	54,584.82	-68,675.20	261,310.34

二、营业利润	149,862,096.65	192,082,549.48	132,269,314.71	59,352,394.45
加：营业外收入	121,031.88	2,474,952.49	4,417,902.77	561,557.91
减：营业外支出	897.53	11,723,341.25	85,997.47	649,339.12
其中：非流动资产处置损失	897.53	1,550,236.25	72,997.47	18,865.70
三、利润总额(亏损总额以“-”号填列)	149,982,231.00	182,834,160.72	136,601,220.01	59,264,613.24
减：所得税费用	38,026,347.31	47,300,146.27	22,754,854.12	10,031,624.42
四、净利润(净亏损以“-”号填列)	111,955,883.69	135,534,014.45	113,846,365.89	49,232,988.82
归属于母公司所有者的净利润	111,955,883.69	135,536,943.78	113,579,906.50	49,183,887.81
少数股东损益	-	-2,929.33	266,459.39	49,101.01

（三）简要合并现金流量表

单位：元

报表项目	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	514,461,083.03	708,063,333.23	507,709,455.04	292,189,301.73
收到的其他与经营活动有关的现金	3,665,737.57	6,786,961.39	48,745,010.75	764,475.46
现金流入小计	518,126,820.60	714,850,294.62	556,454,465.79	292,953,777.19
购买商品、接受劳务支付的现金	148,017,058.09	247,899,565.25	166,255,175.95	125,663,444.36
支付给职工以及为职工支付的现金	27,055,816.21	47,545,390.14	35,919,269.08	28,901,565.83
支付的各项税费	198,962,841.80	205,014,407.20	168,431,502.57	73,572,527.15
支付的其他与经营活动有关的现金	37,931,229.01	80,712,476.57	29,235,037.82	61,752,316.70
现金流出小计	411,966,945.11	581,171,839.16	399,840,985.42	289,889,854.04
经营活动产生的现金流量净额	106,159,875.49	133,678,455.46	156,613,480.37	3,063,923.15
二、投资活动产生的现金流量				
收到投资收回的现金	-	1,000,000.00	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产而收回的现金净额	4,000.00	4,500.00	531,090.64	320,493.79
收到的其他与投资活动有关的现金	-	5,438,273.57	-	-
现金流入小计	4,000.00	6,442,773.57	531,090.64	320,493.79
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	22,574,848.56	78,616,365.29	29,083,842.57	12,101,142.12
投资支付的现金	-	51,000.00	-	400,000.00

取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	499,001.26	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	7,213,688.30	12,143,450.21
现金流出小计	22,574,848.56	78,667,365.29	36,796,532.13	24,644,592.33
投资活动产生的现金流量净额	-22,570,848.56	-72,224,591.72	-36,265,441.49	-24,324,098.54
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资所收到的现金	-	164,000,000.00	6,160,000.00	11,500,000.00
取得借款所收到的现金	-	30,000,000.00	50,000,000.00	20,000,000.00
现金流入小计	-	194,000,000.00	56,160,000.00	31,500,000.00
偿还债务所支付的现金	10,000,000.00	-	20,000,000.00	
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	26,202,530.00	3,363,102.57	74,436,827.81	275,275.00
支付的其他与筹资活动有关的现金	840,000.00	-	-	-
现金流出小计	37,042,530.00	3,363,102.57	94,436,827.81	275,275.00
筹资活动产生的现金流量净额	-37,042,530.00	190,636,897.43	-38,276,827.81	31,224,725.00
四、现金及现金等价物净增加额	46,546,496.93	252,090,761.17	82,071,211.07	9,964,549.61
加：期初现金及现金等价物余额	350,260,431.38	98,169,670.21	16,098,459.14	6,133,909.53
五、期末现金及现金等价物余额	396,806,928.31	350,260,431.38	98,169,670.21	16,098,459.14

（四）简要母公司资产负债表

单位：元

报表项目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
货币资金	183,132,808.52	188,326,884.66	5,705,580.28	1,877,185.24
应收账款	89,467,692.58	53,736,211.46	38,419,193.48	-
预付款项	9,874,273.00	711,143.71	381,143.71	706,758.65
应收股利	-	60,000,000.00	-	-
其他应收款	139,032.40	-	26,446.26	19,632.95
存货	129,873,899.50	137,614,043.03	113,712,448.40	104,819,381.69
其他流动资产	368,000.01	-	-	-
流动资产合计	412,855,706.01	440,388,282.86	158,244,812.13	107,422,958.53
长期股权投资	35,853,435.27	35,853,435.27	17,402,435.27	22,402,435.27
固定资产	102,193,463.68	103,624,080.93	37,200,032.67	40,045,969.53

在建工程	11,281,630.30	988,990.00	3,181,150.00	-
无形资产	28,451,506.74	28,806,527.04	29,728,554.29	16,366,053.40
递延所得税资产	1,758,788.28	1,386,758.65	358,920.08	3,759,993.81
非流动资产合计	179,538,824.27	170,659,791.89	87,871,092.31	82,574,452.01
资产总计	592,394,530.28	611,048,074.75	246,115,904.44	189,997,410.54
短期借款	-	-	-	20,000,000.00
应付账款	58,035,599.62	64,123,543.88	42,868,357.66	30,493,838.61
预收款项	-	-	-	29,463,547.26
应付职工薪酬	2,551,037.41	2,772,120.71	2,867,145.82	2,139,638.46
应交税费	22,625,251.01	35,967,723.04	10,680,674.32	22,124,831.94
应付股利	-	24,000,000.00	-	-
其他应付款	120,500.00	120,000.00	4,309,934.97	8,953,729.65
一年内到期的非流动负债	40,000,000.00	50,000,000.00	-	-
流动负债合计	123,332,388.04	176,983,387.63	60,726,112.77	113,175,585.92
长期借款	30,000,000.00	30,000,000.00	50,000,000.00	-
其他非流动负债	6,200,000.00	3,420,000.00	-	-
非流动负债合计	36,200,000.00	33,420,000.00	50,000,000.00	-
负债合计	159,532,388.04	210,403,387.63	110,726,112.77	113,175,585.92
实收资本（股本）	390,000,000.00	120,000,000.00	100,000,000.00	100,000,000.00
资本公积	10,644,687.12	144,000,000.00	-	-
盈余公积	-	23,264,468.72	10,738,979.17	-
未分配利润	32,217,455.12	113,380,218.40	24,650,812.50	-23,178,175.38
所有者权益合计	432,862,142.24	400,644,687.12	135,389,791.67	76,821,824.62
负债及所有者权益总计	592,394,530.28	611,048,074.75	246,115,904.44	189,997,410.54

（五）简要母公司利润表

单位：元

报表项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
一、营业收入	274,559,812.67	449,983,223.72	291,059,846.44	147,616,536.33
减：营业成本	136,278,089.54	206,014,389.06	141,700,732.92	76,748,746.74

营业税金及附加	73,756,246.05	122,548,657.00	79,567,540.47	39,747,179.92
管理费用	19,203,800.36	29,547,303.48	27,342,548.67	22,594,930.63
财务费用	1,921,067.19	3,020,660.36	2,073,938.73	234,865.06
资产减值损失	7,317.50	-522.15	-114.51	3,087,344.70
加：投资收益（损失以“-”号填列）	-	60,005,255.56	99,681,250.00	-136,800.59
二、营业利润	43,393,292.03	148,857,991.53	140,056,450.16	5,066,668.69
加：营业外收入	104,631.17	1,667.74	1,447,552.77	1,929.00
减：营业外支出	897.53	1,483,069.85	85,997.47	334,095.32
其中：非流动资产处置损失	897.53	1,483,069.85	72,997.47	18,865.70
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	43,497,025.67	147,376,589.42	141,418,005.46	4,734,502.37
减：所得税费用	11,279,570.55	22,121,693.97	10,850,038.41	1,700,425.21
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	32,217,455.12	125,254,895.45	130,567,967.05	3,034,077.16

（六）简要母公司现金流量表

单位：元

报表项目	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	285,437,072.69	514,430,824.68	273,805,120.39	183,873,647.54
收到的其他与经营活动有关的现金	3,229,034.86	3,977,736.74	1,571,207.26	253,515.84
现金流入小计	288,666,107.55	518,408,561.42	275,376,327.65	184,127,163.38
购买商品、接受劳务支付的现金	142,473,259.99	229,383,507.01	149,567,223.38	99,780,419.16
支付给职工以及为职工支付的现金	20,051,924.19	35,182,613.67	27,336,729.03	22,074,072.99
支付的各项税费	126,451,889.82	165,568,116.36	128,108,883.52	61,733,262.90
支付的其他与经营活动有关的现金	6,636,861.69	6,951,937.20	3,081,897.17	10,492,060.61
现金流出小计	295,613,935.69	437,086,174.24	308,094,733.10	194,079,815.66
经营活动产生的现金流量净额	-6,947,828.14	81,322,387.18	-32,718,405.45	-9,952,652.28
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	-	1,600,000.00	10,000,000.00	7,000,000.00
取得投资收益收到的现金	60,000,000.00	5,255.56	99,681,250.00	-

处置固定资产、无形资产和其他长期资产而收回的现金净额	4,000.00	4,500.00	141,090.64	30,969.62
现金流入小计	60,004,000.00	1,609,755.56	109,822,340.64	7,030,969.62
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	21,207,718.00	70,896,735.79	24,157,462.34	10,482,883.64
投资支付的现金	-	20,051,000.00	5,000,000.00	6,000,000.00
现金流出小计	21,207,718.00	90,947,735.79	29,157,462.34	16,482,883.64
投资活动产生的现金流量净额	38,796,282.00	-89,337,980.23	80,664,878.30	-9,451,914.02
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资所收到的现金	-	164,000,000.00	-	-
取得借款所收到的现金	-	30,000,000.00	50,000,000.00	20,000,000.00
现金流入小计	-	194,000,000.00	50,000,000.00	20,000,000.00
偿还债务所支付的现金	10,000,000.00	-	20,000,000.00	-
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	26,202,530.00	3,363,102.57	74,118,077.81	275,275.00
支付的其他与筹资活动有关的现金	840,000.00	-	-	-
现金流出小计	37,042,530.00	3,363,102.57	94,118,077.81	275,275.00
筹资活动产生的现金流量净额	-37,042,530.00	190,636,897.43	-44,118,077.81	19,724,725.00
四、现金及现金等价物净增加额	-5,194,076.14	182,621,304.38	3,828,395.04	320,158.70
加：期初现金及现金等价物余额	188,326,884.66	5,705,580.28	1,877,185.24	1,557,026.54
五、期末现金及现金等价物余额	183,132,808.52	188,326,884.66	5,705,580.28	1,877,185.24

二、审计意见类型、财务报表编制基础及合并财务报表范围及变化情况

（一）审计意见类型

本公司聘请中磊会计师事务所有限责任公司对2008年12月31日、2009年12月31日、2010年12月31日、2011年6月30日的母公司和合并资产负债表，2008年度、2009年度、2010年度、2011年1-6月的母公司和合并利润表、现金流量表、所有者权益变动表，以及财务报表附注进行了审计。中磊会计师事务所有限责任公司出具了“中磊审字[2011]第0722号”标准无保留意见的审计报告。

（二）财务报表编制基础

本公司于2007年1月1日起开始执行中华人民共和国财政部于2006年颁布的《企业会计准则》，本公司已按上述相关规定，对2008年度、2009年度和2010年度、2011年1-6月的财务报表进行了编制。

（三）合并会计报表范围及变化情况

本公司合并财务报表是按照新修订的《企业会计准则第33号—合并财务报表》的规定，以母公司和纳入合并范围的子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司编制。子公司的主要会计政策参照母公司会计政策，公司间的重大交易、资金往来等，在合并时相互抵销。

公司目前合并财务报表范围列示如下：

被投资单位	注册资本 (万元)	经营范围	公司 持股比例
青稞酒销售	1,600	地方土特产品、生物保健食品、农业生产资料、酒类、副食品的国内贸易及批发、零售	100.00%
北京天佑德	2,000	批发预包装食品	100.00%

注：2010年12月，本公司投资设立全资子公司北京天佑德，该公司纳入2010年度财务报表合并范围。

报告期内合并财务报表范围变化及合并比例变化情况列示如下：

被投资单位	2011年6月末		2010年末		2009年末		2008年末	
	注册资 本(万 元)	持股比 例(%)	注册资 本(万 元)	持股比 例(%)	注册资 本(万 元)	持股比 例(%)	注册资 本(万 元)	持股比 例(%)
青稞酒销售	1,600	100.00	1,600	100.00	1,600	99.68	1,600	99.68
北京天佑德	2,000	100.00	2,000	100.00	-	-	-	-
西宁文和	-	-	-	-	-	-	-	-
鑫融担保	-	-	-	-	-	-	-	-
华融担保	-	-	-	-	-	-	500	100.00
互助天佑德	-	-	-	-	100	100.00	100	100.00
天府农家乐 (注)	-	-	-	-	900	60.44	-	-

注：天府农家乐系由发行人子公司青稞酒销售控股。

报告期内合并财务报表范围减少原因列示如下：

被投资单位	合并范围减少原因
西宁文和	2008年6月，西宁文和注销

鑫融担保	2008年12月，本公司将鑫融担保转让予青海省海东地区国资委
华融担保	2009年12月，销售公司将华融担保转让予华实投资
互助天佑德	2010年4月，互助天佑德注销
天府农家乐	2010年7月，青稞酒销售将四川农家乐转让予华实投资

三、主要会计政策和会计估计

（一）收入

1、销售商品收入

销售商品收入同时满足下列条件的，予以确认：

- （1）本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
- （2）本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；
- （3）收入的金额能够可靠地计量；
- （4）相关的经济利益很可能流入本公司；
- （5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

2、提供劳务收入

本公司在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。同时满足下列条件时，提供劳务交易的结果能够可靠估计：

- （1）收入的金额能够可靠地计量；
- （2）相关的经济利益很可能流入本公司；
- （3）交易的完工进度能够可靠地确定；
- （4）交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

如果资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

- （1）已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；
- （2）已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，则将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

本公司与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时，销售商品

部分和提供劳务部分能够区分且能够单独计量的，将销售商品的部分作为销售商品处理，将提供劳务的部分作为提供劳务处理。销售商品部分和提供劳务部分不能够区分，或虽能区分但不能够单独计量的，则将销售商品部分和提供劳务部分全部作为销售商品处理。

3、让渡资产使用权收入

让渡资产使用权收入包括利息收入、使用费收入等。让渡资产使用权收入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本公司；
- （2）收入的金额能够可靠地计量。

利息收入金额按照他人使用公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入金额按照合同、协议约定的收费时间和方法计算确定。

（二）金融资产和金融负债

金融资产在初始确认时划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、贷款和应收款项以及可供出售金融资产；金融负债在初始确认时划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和其他金融负债。初始确认金融资产或金融负债，按照公允价值计量。

1、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债

包括交易性金融资产和金融负债及初始确认时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和金融负债。

初始确认时将某金融资产或某金融负债划分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后，不能重分类为其他类金融资产或金融负债；其他类金融资产或金融负债也不能重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或金融负债。

初始确认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时，相关交易费用直接计入当期损益。

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，按照公允价值进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产或结清该金融负债时可能发生的交易费用；公允价值变动形成的利得或损失，计入当期损益。

持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产期间取得的利息或

现金股利，确认为投资收益。

2、持有至到期投资

指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。

初始确认持有至到期投资时，相关交易费用计入初始确认金额。

持有至到期投资采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

实际利率法是指按照金融资产或金融负债（含一组金融资产或金融负债）的实际利率计算其摊余成本及各期利息收入或支出的方法。实际利率是指将金融资产或金融负债在预期存续期间或适用的更短期间内的未来现金流量，折现为该金融资产或金融负债当前账面价值所使用的利率。

在计算实际利率时，本公司将在考虑金融资产或金融负债所有合同条款的基础上预计未来现金流量（不考虑未来的信用损失），同时还将考虑金融资产或金融负债合同各方之间支付或收取的、属于实际利率组成部分的各项收费、交易费用及折价或溢价等。

3、贷款和应收款项

指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。

初始确认贷款和应收账款时，相关交易费用计入初始确认金额。

贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

4、可供出售金融资产

包括初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、贷款和应收款项、持有至到期投资以外的金融资产。

初始确认可供出售金融资产时，相关交易费用计入初始确认金额。

可供出售金融资产采用公允价值进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资、以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产按照成本计量。公允价值变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产的汇兑差额计入当期损益外，直接计入所有者权益，在该金融资产终

止确认时转出，计入当期损益。

可供出售金融资产持有期间取得的利息或现金股利，计入投资收益。

5、其他金融负债

初始确认其它金融负债时，相关交易费用计入初始确认金额。

不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，以公允价值进行初始确认，在初始确认后按照《企业会计准则一或有事项》确定的金额和初始确认金额扣除按照《企业会计准则一收入》的原则确定的累计摊销额后的余额之中的较高者进行后续计量。

其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，但与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债按照成本计量。

6、金融资产减值

除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司在每个资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明金融资产发生减值的，计提减值准备。

（1）以摊余成本计量的金融资产

以摊余成本计量的金融资产发生减值时，该金融资产的账面价值减记至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。短期应收款项的预计未来现金流量与其现值相差很小的，在确定相关减值损失时，不对其预计未来现金流量进行折现。

本公司对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，单独进行减值测试或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。

以摊余成本计量的金融资产在确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，该金融资产转回减值损失后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。

（2）可供出售金融资产

在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该

权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生减值时，将该权益工具投资或衍生金融资产的账面价值，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。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，将原直接计入资本公积的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入当期损益，该转出的累计损失为该资产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。

在确认减值损失后，期后如有客观证据表明该可供出售金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，可供出售权益工具投资的减值损失转回计入权益，可供出售债务工具的减值损失计入当期损益。

在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，发生的减值损失不予转回。

7、金融资产转移

本公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产。

本公司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的，分别下列情况处理：

（1）放弃了对该金融资产控制的，应当终止确认该金融资产。

（2）未放弃对该金融资产控制的，应当按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

8、金融资产与金融负债的抵销

当本公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且目前可执行该种法定权利，同时本公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

9、金融资产和金融负债的终止确认

满足下列条件之一的金融资产，予以终止确认：

（1）收取该金融资产现金流量的合同权利终止；

（2）该金融资产已转移，且将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；

（3）该金融资产已转移，虽然企业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，但是放弃了对该金融资产控制。

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。

金融负债全部或部分终止确认的，本公司将终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

（三）应收款项

本公司将下列情形作为应收款项坏账损失确认标准：

（1）债务人已撤销、破产或死亡，以其破产财产或者遗产清偿后仍无法收回的部分；

（2）债务人逾期未履行清偿义务，且具有明显特征表明无法收回。

对于有确凿证据表明确实无法收回的应收款项，经本公司按规定程序批准后作为坏账损失，冲销提取的坏账准备。

本公司对于可能发生的坏账损失采用备抵法核算。对单项金额重大的应收款项，本公司单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，确认减值损失并计入当期损益。单项金额不重大的应收款项，以及经单独测试未发生减值的单项金额重大的应收款项，本公司一般按信用风险特征划分资产组合进行减值测试。

本公司对单项金额在100万元以上的单项应收款项，认定为单项金额重大的应收款项。

本公司通常以资产负债日应收款项账龄作为判断信用风险特征的主要依据并藉此划分资产组合，根据本公司经验，确定各账龄段坏账准备计提比例为：

账龄	计提比例
1年以内	5%
1-2年	20%

2-3年	50%
3年以上	100%

（四）存货

存货主要包括原材料、自制半成品及在产品、库存商品、周转材料等。

存货按成本进行初始计量，存货成本包括采购成本、加工成本和其他使存货达到目前场所和使用状态所发生的其他支出。

存货发出时，采用加权平均法确定发出存货的实际成本。

周转材料为能够多次使用、逐渐转移其价值但仍保持原有形态但未确认为固定资产的材料，包括包装物和低值易耗品等，周转材料采用一次摊销法进行摊销。

存货盘存制度为永续盘存制。

资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备；对在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，合并计提存货跌价准备；其他存货按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取存货跌价准备。

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

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。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

（五）长期股权投资核算方法

长期股权投资包括：

- （1）本公司能够对被投资单位实施控制的权益性投资，即对子公司的投资；
- （2）本公司与其他方对被投资单位实施共同控制的权益性投资，即对合营企业的投资；
- （3）本公司能够对被投资单位施加重大影响的权益性投资，即对联营企业的投资；

（4）以及本公司持有的对被投资单位不具有控制、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权益性投资。

共同控制是指按合同约定对某项经济活动所共有的控制。共同控制的确定依据主要为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；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等。

重大影响是指对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能控制或与其他方一起共同控制这些政策的制定。重大影响的确定依据主要为本公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位20%（含）以上但低于50%的表决权股份，如果有明确证据表明该种情况下不能参与被投资单位的生产经营决策，则不能形成重大影响。

本公司对下列长期股权投资采用成本法核算：

（1）能够对被投资单位实施控制的长期股权投资；

（2）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。

成本法核算下，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，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。

本公司采用权益法核算对被投资单位具有共同控制或重大影响的长期股权投资：

（1）长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整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小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

（2）本公司在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。被投资单位采用的会计政策及会计期间与本公司不一致的，按照本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。本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，但本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，本公司在其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。确认对联营企业及合营企业的投资损益时，对于发生的内部交易损益（资产减值损失除外）按照持股比例予以抵销。

（3）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分，相应减少长期股权投资的账面价值。

（4）对于被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期投资收益。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投资收益。

（六）固定资产的计价和折旧方法

固定资产指同时具有下列特征的有形资产：

- （1）为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的；
- （2）使用寿命超过一个会计年度。

固定资产的各组成部分具有不同使用寿命或者以不同方式为本公司提供经济利益，适用不同折旧率或折旧方法的，本公司分别将各组成部分确认为单项固定资产。

与固定资产有关的后续支出，如果与该固定资产有关的经济利益很可能流入且其成本能可靠地计量，则计入固定资产成本，同时终止确认被替换部分的账面价值，除此以外的其他后续支出在发生时计入当期损益。

以融资租赁方式租入的固定资产采用与自有固定资产一致的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。

本公司固定资产采用年限平均法按月计提折旧（已提足折旧仍继续使用的固定资产除外）。根据本公司生产经营特征，在不考虑减值准备的情况下，固定资产具体分类及各类固定资产的使用寿命、净残值率、年折旧率如下：

固定资产的类别	使用寿命	预计净残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	20—40年	3	2.43—4.85

机器设备	5—8年	3	12.13—19.40
运输设备	5—8年	3	12.13—19.40
电子设备	3—5年	3	19.40—32.33

本公司至少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，如果使用寿命预计数、预计净残值预计数与原先估计数有差异的，根据复核结果调整固定资产使用寿命和预计净残值；如果与固定资产有关的经济利益预期实现方式发生重大改变的，则改变固定资产折旧方法。

固定资产满足下列条件之一的，予以终止确认：

- （1）该固定资产处于处置状态。
- （2）该固定资产预期通过使用或处置不能产生经济利益。

固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（七）无形资产

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。

与无形资产有关的支出，如果相关的经济利益很可能流入本公司且其成本能可靠地计量，则计入无形资产成本。除此以外的其他无形项目的支出，在发生时计入当期损益。

本公司内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；本公司内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产。无形资产按成本进行初始计量。

取得的土地使用权通常作为无形资产核算。自行开发建造厂房等建筑物，相关的土地使用权支出和建筑物建造成本则分别作为无形资产和固定资产核算。如为外购的房屋及建筑物，则将有关价款在土地使用权和建筑物之间进行分配，难以合理分配的，全部作为固定资产处理。

无形资产使用寿命的确定原则：

- （1）来源于合同性权利或者其他法定权利的无形资产，其使用寿命按不超过合同性权利或者其他法定权利的期限；
- （2）合同性权利或者其他法定权利到期时因续约等延续、且有证据表明延续不需要付出大额成本的，续约期一并计入使用寿命；

（3）合同或者法律没有使用寿命的，综合各方面情况判断，如与同行业情况进行比较、参考历史经验、聘请专家论证等，以无形资产能为本公司带来经济利益的期限确定使用寿命；

（4）按照上述方法仍无法确定无形资产为本公司带来经济利益期限的，作为使用寿命不确定的无形资产。

对于使用寿命为有限的无形资产，本公司在无形资产使用寿命内按直线法进行摊销，无形资产的摊销一般计入当期损益，但如果某项无形资产包含的经济利益通过所生产的产品或者其他资产实现的，其资产摊销金额计入相关资产价值；无法预计无形资产为公司带来经济利益期限的，作为使用寿命不确定的无形资产，不摊销但每年进行减值测试。

本公司至少应当于每年年度终了，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。无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计不同的，应当改变摊销期限和摊销方法。

本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，则估计其使用寿命，并于其使用寿命内按直线法进行摊销。

出售无形资产时，将取得的价款与该无形资产账面价值的差额计入当期损益。当无形资产预期不能为本公司带来经济利益的，则将该无形资产的账面价值予以转销。

（八）所得税

1、当期所得税

本公司将当期和以前期间应交未交的所得税确认为负债，将已支付的所得税超过应支付的部分确认为资产。资产负债表日，对于当期和以前期间形成的当期所得税负债（或资产），本公司按照税法规定计算的预期应交纳（或返还）的所得税金额计量。

2、递延所得税资产和递延所得税负债

本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）。

本公司对与子公司、联营企业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。

本公司对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，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。

本公司在取得资产、负债时，确定其计税基础，如果资产、负债的账面价值与其计税基础存在差异的，按照后述规定确认所产生的递延所得税资产或递延所得税负债。

除下列交易中产生的递延所得税负债以外，本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）同时具有下列特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：

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）。

本公司对与子公司、联营企业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）本公司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。

资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，本公司根据税法规定，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

资产负债表日，本公司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获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。

3、所得税费用

本公司采用资产负债表债务法核算所得税费用。

本公司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者事项。

与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的当期所得税和递延所得税，计入所有者权益。

（九）税收政策

1、增值税

本公司销售酒类商品适用税率为17%，销售酒糟免征增值税。

本公司分公司西宁分公司适用税率为17%。

子公司青稞酒销售及其分公司虎台分公司、互助分公司适用税率均为17%。

子公司北京天佑德适用税率为17%。

2、消费税

本公司及分公司西宁分公司销售酒类商品缴纳消费税：

（1）从价计征：白酒类商品按应税收入的20%征收，其他酒类商品按应税收入的10%征收。

（2）从量计征：白酒类商品按应税数量依1元/公斤征收。

3、城市维护建设税及教育费附加

本公司城市维护建设税、教育费附加适用税（费）率分别为5%、3%。

分公司西宁分公司按照《西宁经济技术开发区招商引资优惠政策》（青政[2001]34号）的规定享受税收优惠，2008年度至2011年度免征城市维护建设税及教育费附加。

子公司销售公司城市维护建设税、教育费附加适用税（费）率分别为7%、3%。

销售公司分公司虎台分公司城市维护建设税、教育费附加适用税（费）率分别为7%、3%。

销售公司分公司互助分公司城市维护建设税、教育费附加适用税（费）率分别为5%、3%。

子公司北京天佑德城市维护建设税、教育费附加适用税（费）率分别为7%、3%。

注：根据青地税政一函字[2011]06号文的规定，自2011年2月1日起，青海省

地方教育费附加征收率统一调整为2%，本公司及西宁分公司、销售公司、销售公司虎台分公司、销售公司互助分公司均按照此规定执行，在此之前，除销售公司2008年度至2010年度免征以外，前述单位适用费率均为0.5%。

4、企业所得税

本公司及分公司西宁分公司适用税率为25%。

子公司青稞酒销售适用税率为25%。2008年度、2009年度，销售公司按照《西宁经济技术开发区招商引资优惠政策》（青政[2001]34号）的规定享受税收优惠，减半（即依12.5%的税率）征收企业所得税。

青稞酒销售分公司虎台分公司、互助分公司适用税率均为25%。2008年度，该两分公司均按小型微利企业依20%的税率征收企业所得税。

子公司北京天佑德适用税率为25%。

（十）会计政策、会计估计变更

1、会计政策变更

报告期内，本公司无会计政策变更事项。

2、会计估计变更

报告期内，本公司无会计估计变更事项。

四、最近一年及一期重大收购兼并情况

发行人最近一年及一期内不存在重大收购兼并其他企业资产（或股权）的情况。

五、公司最近三年及一期非经常性损益情况

（一）经发行人会计师核验的非经常性损益明细表

公司报告期内经发行人会计师核验的非经常性损益情况如下：

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，包括已计提资产减值准备的冲销部分	2	-150	-12	30
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	215	1,442	649

计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	10	246	438	43
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	98	154
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-	-1,016	-	-55
非经常性损益合计	12	-704	1,966	821
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	3	-176	107	22
扣除所得税影响后的非经常性损益	9	-528	1,859	799
扣除所得税影响后归属于发行人股东的非经常性损益	9	-528	1,854	796
归属于发行人股东的净利润	11,196	13,554	11,358	4,918
扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润	11,187	14,082	9,504	4,122

（二）非经常性损益对经营成果的影响

项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
扣除所得税影响后归属于发行人股东的非经常性损益（万元）	9	-528	1,854	796
归属于发行人股东的净利润（万元）	11,196	13,554	11,358	4,918
扣除所得税影响后的非经常性损益占净利润的比例（%）	0.08	-3.90	16.32	16.19
扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润（万元）	11,187	14,082	9,504	4,122

2008年、2009年，公司非经常性损益占公司净利润的比重较大。2008年、2009年公司非经常性损益中“越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免”较高的原因主要系公司全资子公司青稞酒销售根据“青政（2001）34号”《关于印发〈西宁经济技术开发区招商引资优惠政策〉的通知》的规定享受所得税减半征收的优惠。2008年、2009年，青稞酒销售享受的所得税优惠分别为626万元、1,342万元。

2010年，非经常性损益为负的原因主要系公司因玉树地震而捐赠1,017万元。

2011年1-6月，公司非经常性损益为9万元，对公司业绩影响较小。

六、最近一期末主要资产情况

（一）固定资产

截至2011年6月30日，公司固定资产原值为14,324万元，累计折旧为2,525万元，固定资产净值为11,799万元，具体情况如下：

单位：万元

类别	折旧年限（年）	原值	累计折旧	净值
房屋建筑物	20-40 年	10,121	892	9,229
机器设备	5-8 年	2,240	1,010	1,229
运输设备	5-8 年	1,561	457	1,104
电子设备	3-5 年	403	166	237
合计	-	14,324	2,525	11,799

（二）无形资产

截至2011年6月30日，公司无形资产原值为3,722万元，累计摊销为560万元，摊余价值为3,162万元，具体情况如下：

单位：万元

类别	取得方式	原值	摊销期限	累计摊销	摊余价值	剩余摊销期限
土地使用权	出让	2,791	50 年	170	2,621	45 年 10 个月
土地使用权	出让	38	28 年	1	37	27 年 1 个月
土地使用权	出让	180	50 年	27	153	42 年 6 个月
土地使用权	转让	173	40 年	13	160	36 年
商标	股东投入	534	10 年	347	187	3 年 6 个月
软件	外购	4	3 年	2	2	1 年 4 个月
软件	外购	3	3 年	1	2	2 年 3 个月
合计	-	3,722	-	560	3,162	-

前述无形资产中，商标系以评估值入账。2004年12月15日，北京中科华会计师事务所有限公司青海兴华分所出具了“中科华青评报字[2004]第074号”《资产评估报告书》，对前述商标按照收益现值法进行了评估。

七、最近一期末主要债项

截至2011年6月30日，公司负债合计18,682万元，其中流动负债15,062万元，非流动负债3,620万元。

（一）银行借款

1、短期借款

截至2011年6月30日，公司不存在短期借款。

2、一年内到期的非流动负债

截至2011年6月30日，公司一年内到期的非流动负债余额为4,000万元，均系2009年向中国建设银行股份有限公司青海互助支行借入的两年期长期借款。具体情况参见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之“二、（三）银行借款及担保合同”。

3、长期借款

截至2011年6月30日，公司长期借款余额为3,000万元，系2010年向国家开发银行股份有限公司借入的六年期长期借款。具体情况参见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之“二、（三）银行借款及担保合同”。

（二）对内部人员和关联方的负债

1、对内部人员的负债

截至2011年6月30日，公司应付职工薪酬为427万元，主要系应付职工2011年6月的工资。

2、对关联方的负债

截至2011年6月30日，公司不存在对关联方的负债。

八、所有者权益变动情况

报告期内，公司资产负债表中股东权益的项目明细如下：

单位：万元

项目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
实收资本（股本）	39,000	12,000	10,000	10,000
资本公积	1,081	14,416	-	-
盈余公积	-	2,326	1,074	-
未分配利润	16,505	16,647	6,746	3,662
归属于母公司所有者权益合计	56,586	45,390	17,820	13,662
少数股东权益	-	-	374	25
所有者权益合计	56,586	45,390	18,194	13,687

2009 年末，公司所有者权益较 2009 年初增加 4,507 万元，其主要原因系：2009 年度经营所得净利润 11,385 万元。

2010 年末，公司所有者权益较 2010 年初增加 27,196 万元，其原因系：（1）2010 年度经营所得净利润 13,553 万元；（2）新增股东以每元出资 8.2 元的价格现金增资 16,400 万元，增加公司注册资本 2,000 万元、资本公积 14,400 万元。

2011 年 6 月末，公司所有者权益较 2011 年增加 11,196 万元，全部系 2011 年 1-6 月经营所得。公司所有者权益内部科目其他变化主要原因为公司 2011 年 1 月整体变更为股份公司所致，具体情况参加本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之相关内容。

九、现金流量情况

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

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	10,616	13,368	15,661	306
投资活动产生的现金流量净额	-2,257	-7,222	-3,627	-2,432
筹资活动产生的现金流量净额	-3,704	19,064	-3,828	3,122
现金及现金等价物净增加额	4,655	25,209	8,207	996

报告期内，公司不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动事项。

十、资产负债表日后事项、或有事项和其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

公司没有需要披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至本招股说明书签署之日，公司无需要披露的或有事项。

（三）其他重要事项

请参见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之相关内容。

十一、公司最近三年及一期的主要财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
流动比率	3.85	2.46	2.64	1.58
速动比率	2.76	1.67	1.16	0.52
资产负债率（母公司，%）	26.93	34.43	44.99	59.57
归属于发行人股东的每股净资产（元）	1.45	1.27	0.55	0.42
无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例（%）	0.34	0.48	1.49	2.34
财务指标	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
应收账款周转率（次）	1,069.81	1,381.44	1,612.90	551.27
存货周转率（次）	0.82	1.19	1.14	0.79
息税折旧摊销前利润（万元）	15,714	19,326	14,496	6,622
利息保障倍数	71.35	57.47	68.44	240.57
归属于发行人股东的净利润	11,196	13,554	11,358	4,918
扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润（万元）	11,187	14,082	9,504	4,122
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.27	0.37	0.48	0.01
每股净现金流量（元）	0.12	0.71	0.25	0.03

主要财务指标计算公式：

- 1、流动比率=流动资产合计÷流动负债合计
- 2、速动比率=速动资产÷流动负债合计
- 3、资产负债率=负债合计÷资产总计
- 4、归属于发行人股东的每股净资产=所有者权益合计÷股本
- 5、无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例=无形资产（土地使用权除外）÷所有者权益合计
- 6、应收账款周转率=主营业务收入÷应收账款平均余额
- 7、存货周转率=主营业务成本÷存货平均余额
- 8、息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧+摊销
- 9、利息保障倍数=（利润总额+利息支出+折旧+摊销）÷利息支出

10、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额÷股本

11、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加（减少）额÷股本

（二）发行前净资产收益率和每股收益

根据中国证券监督管理委员会《公开发行证券公司信息编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）的规定，公司加权平均净资产收益率及基本每股收益和稀释每股收益如下：

项目	报告期间	加权平均 净资产收益率（%）	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2011年1-6月	21.96	0.29	0.29
	2010年度	41.31	0.38	0.38
	2009年度	58.72	0.35	0.35
	2008年度	43.90	0.15	0.15
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2011年1-6月	21.94	0.29	0.29
	2010年度	42.92	0.39	0.39
	2009年度	49.14	0.29	0.29
	2008年度	36.79	0.13	0.13

上述指标的计算过程如下：

项目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
归属于公司普通股股东的净资产（万元）	56,586	45,390	17,820	13,662
股本（万股）（注）	39,000	39,000	32,500	32,500
稀释性潜在普通股（万股）	-	-	-	-
项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
归属于公司普通股股东的净利润（万元）	11,196	13,554	11,358	4,918
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润（万元）	11,187	14,082	9,504	4,122
归属于公司普通股股东的加权平均净资产（万元）	50,988	32,812	19,341	11,203
加权平均股本（万股）	39,000	35,750	32,500	32,500
加权平均净资产收益率（%）	21.96	41.31	58.72	43.90

扣除非经常性损益后 加权平均净资产收益 率（%）	21.94	42.92	49.14	36.79
基本每股收益（元）	0.29	0.38	0.35	0.15
扣除非经常性损益后 基本每股收益（元）	0.29	0.39	0.29	0.13
稀释每股收益（元）	0.29	0.38	0.35	0.15
扣除非经常性损益后 稀释每股收益（元）	0.29	0.39	0.29	0.13

注：2011年1月27日，青稞酒有限整体变更为青稞酒股份，股本为39,000万元。

上述指标的计算公式如下：

1、加权平均净资产= $E0+NP \div 2+Ei \times Mi \div M0-Ej \times Mj \div M0$

2、加权平均股本= $S0+S1+Si \times Mi \div M0-Sj \times Mj \div M0$

3、加权平均净资产收益率= $P \div \text{加权平均净资产}$

4、基本每股收益= $P \div \text{加权平均股本}$

5、稀释每股收益= $P0 / (\text{加权平均股本} + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购或缩股等减少股份数；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数或增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数或减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

十二、发行人资产评估情况

2011年1月27日公司整体变更发起设立时，聘请了中铭国际资产评估（北京）有限责任公司对青稞酒有限全部资产进行了评估，根据其出具的“中铭评报字[2011]第8001号”资产评估报告，评估情况如下：

项目	账面值（万元）	评估值（万元）	增值率
流动资产	44,039	54,683	24.17%
非流动资产	17,066	38,230	124.01%

其中： 长期股权投资	3,585	15,827	341.45%
固定资产	10,362	12,262	18.34%
无形资产	2,881	9,902	243.75%
资产总计	61,104	92,914	52.06%
流动负债	17,698	17,698	-
非流动负债	3,342	3,342	-
负债合计	21,040	21,040	-
净资产	40,064	71,873	79.39%

此次评估采用资产基础法和收益法进行评估，并最终确定取资产基础法评估结果。

公司净资产评估增值较多，其主要原因系：（1）长期股权投资采用成本法核算，账面值较低，评估增值较多；（2）无形资产评估增值较多。

公司长期股权投资包括青稞酒销售100%股权（青稞酒销售2010年末净资产为10,088万元）、北京天佑德100%股权（北京天佑德2010年末净资产为2,000万元）。假设按权益法计算，公司长期股权投资账面值为12,088万元，评估增值率为30.93%，较为合理。

2008年-2010年，公司利用广告、展览等形式积极开拓市场，公司品牌知名度得以较大提升，且由于工业用地需求增加使得土地使用权增值较多，无形资产合计评估增值7,021万元。

十三、发行人设立以来历次验资情况

公司历次验资情况见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来历次验资情况及设立时发起人投入资产的计量属性”相关内容。

第十一节 管理层讨论与分析

公司管理层结合报告期经审计的财务报告，对公司的盈利能力、现金流量及财务状况在报告期内的情况及未来趋势分析如下：

一、公司最近三年及一期财务状况分析

（一）资产的主要构成及变化情况

1、报告期内各年末总资产构成及变动情况

截至 2011 年 6 月 30 日，公司资产总额为 75,268 万元，其中 76.97%为流动资产，23.03%为非流动资产。报告期内流动资产占资产总额的比重分别为 69.38%、71.39%、76.70%、76.97%，流动性逐年增强。

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	57,933	76.97	54,270	76.70	22,705	71.39	16,891	69.38
非流动资产	17,335	23.03	16,487	23.30	9,101	28.61	7,455	30.62
资产总计	75,268	100.00	70,757	100.00	31,806	100.00	24,346	100.00

2、报告期内流动资产情况

公司流动资产主要由货币资金和存货构成，报告期内流动资产情况如下：

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（%）
货币资金	39,681	68.49	35,026	64.54	9,817	43.24	1,610	9.53
应收账款	33	0.06	44	0.08	38	0.17	13	0.08
预付款项	1,290	2.23	1,572	2.90	85	0.37	92	0.54
其他应收款	23	0.04	9	0.02	3	0.01	3,843	22.75
存货	16,381	28.28	17,472	32.19	12,704	55.95	11,318	67.01
其他非流动资产	525	0.91	147	0.27	59	0.26	16	0.09
流动资产合计	57,933	100.00	54,270	100.00	22,705	100.00	16,891	100.00

（1）货币资金

2009 年末，公司货币资金余额为 9,817 万元，较 2008 年末增加 8,207 万元，其主要原因系当年经营所得现金流入，2009 年公司经营活动产生的现金流量净额为 15,661 万元。

2010 年末，公司货币资金余额为 35,026 万元，较 2009 年末增加 25,209 万元，其主要原因系：①2010 年公司经营所得产生的现金流量净额 13,368 万元；②2010 年新增股东以每元出资 8.2 元的价格现金增资 16,400 万元。

2011 年 6 月末，公司货币资金余额为 39,681 万元，较 2009 年末增加 4,655 万元，其主要原因系：2011 年 1-6 月经营所得产生的现金流量净额 10,616 万元（投资及筹资净支出 5,961 万元）。

（2）应收账款

报告期内，公司应收账款余额较低，主要是由于公司的行业特性和销售模式决定的。报告期内，公司主要采取“款到发货”的模式，因而公司应收账款余额始终保持在较低水平，且多为应收超市或百货商场等客户。

（3）预付款项

2010 年末，公司预付款项较 2009 年末增加 1,487 万元，其主要原因系公司 2010 年 12 月就公司天佑德青稞酒系列产品于 2011 年在中央电视台播出广告事宜与北京载诚天下广告有限公司签订《广告发布业务合同》，按照合同约定预付 1,300 万元广告费用。

相关合同具体情况参见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之“二、重要合同”。

（4）其他应收款

2008 年末，公司其他应收款余额为 3,843 万元，主要系应收控股股东华实投资往来款 3,841 万元。

2009 年末，公司其他应收款余额为 3 万元，较 2008 年末降低 3,840 万元，主要原因系 2009 年 6 月收回华实投资往来款 3,841 万元。

（5）存货

①存货构成

报告期内，公司存货余额分别为 11,318 万元、12,704 万元、17,472 万元、16,381 万元，主要系为满足公司销售订单的不断增长的需求，存货储备呈上升

趋势。

报告期末存货的主要构成情况列示如下：

单位：万元

项目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	4,659	28.44%	3,951	22.62%	2,270	17.87%	2,177	19.23%
其中：青稞、豌豆、大曲等原辅材料	1,800	10.99%	1,203	6.89%	1,023	8.05%	542	4.79%
包装物	2,397	14.63%	2,335	13.37%	618	4.87%	1,065	9.41%
其他（燃料动力等）	462	2.82%	413	2.36%	629	4.95%	570	5.03%
产成品	5,586	34.10%	8,345	47.76%	5,437	42.80%	3,892	34.39%
低值易耗品	13	0.08%	16	0.09%	21	0.16%	25	0.22%
自制半成品	6,123	37.38%	5,161	29.54%	4,976	39.17%	5,224	46.16%
其中：原酒	4,972	30.35%	4,239	24.26%	4,395	34.60%	4,636	40.96%
生产成本	1,151	7.03%	921	5.27%	580	4.57%	588	5.20%
合计	16,381	100.00	17,472	100.00%	12,704	100.00%	11,318	100.00%

注：产成品全部为成品酒。

报告期末原酒、成品酒数量及金额列示如下：

单位：吨、万元

项目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
原酒	5,933	4,972	5,619	4,239	6,560	4,395	7,185	4,636
成品酒	2,309	5,586	4,126	8,345	3,199	5,437	2,309	3,892

2008-2010 年度，公司原酒库存量呈下降趋势，主要是由于 2008 年-2010 年成品酒产量增长 76.50%，而原酒产量仅增长 32.14%。2011 年公司加大原酒生产力度，原酒库存量略有上升，但是受原酒产能结构限制，中高档青稞酒所需的优质原酒产量短期内难以大幅增长，而市场对于中高档青稞酒的需求呈现快速增长态势，因此短期内原酒库存量难以大幅上升。从未来发展角度考虑，公司迫切需要实施优质青稞原酒酿造技改项目，尽快提高优质原酒产量，满足未来持续快速发展的要求。

2008-2010 年度，公司成品酒库存量逐年上升，主要是由于公司为满足销售

订单不断增长的需求，增加成品酒储备，2009 年、2010 年，公司销量分别较上年增长 46.36%、22.86%，而同期成品酒库存量分别较上年增长 38.54%、28.98%。2010 年末公司成品酒库存量较大，主要原因系：每年 1-2 月（春节前后）属于青稞酒销售旺季，公司一般会于上一年年末适当增加成品酒储备，以满足集中释放的市场需求。

2011 年 6 月末，公司成品酒库存量较期初大幅减少，主要是由于 1-2 月（春节前后）为销售旺季，公司消化上年末库存所致。

②存货周转

报告期内，公司整体存货处于较高水平，存货周转率较低，这是由公司的行业特性决定的。

报告期内，公司与同行业可比上市公司存货周转率对比列示如下：

公司名称	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
洋河股份（002304）	1.31	2.34	2.14	2.40
伊力特（600197）	1.00	1.33	1.29	1.25
金种子酒（600199）	0.91	1.82	1.65	1.13
古井贡酒（000596）	0.82	1.22	1.14	1.66
本公司	0.82	1.19	1.14	0.79
五粮液（000858）	0.76	1.18	1.37	1.85
泸州老窖（000568）	0.73	1.21	1.19	1.04
山西汾酒（600809）	0.69	0.76	0.71	0.61
老白干酒（600559）	0.59	1.13	1.08	0.85
酒鬼酒（000799）	0.22	0.27	0.15	0.18
沱牌舍得（600702）	0.17	0.30	0.36	0.46
水井坊（600779）	0.15	0.78	0.63	0.24
贵州茅台（600519）	0.15	0.22	0.26	0.29
行业平均	0.64	1.06	1.01	0.98

由上表可见，公司存货周转率略高于行业平均水平。

2008 年-2010 年，公司存货周转率呈上升趋势，其主要原因系随着公司销售规模的快速增长，公司主营业务成本的增长速度高于存货平均储备（期初期末平均数）增长速度。2009 年、2010 年，公司主营业务成本分别较上年增长 57.18%、

31.75%；而同期存货平均储备分别较上年增长 9.66%、25.62%。

公司存货主要由包装物、原酒、成品酒组成，其具体构成及占存货的比重如下表所示：

单位：万元

项目	2011-06-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
包装物	2,397	14.63%	2,335	13.37%	618	4.87%	1,065	9.41%
原酒	4,972	30.35%	4,239	24.26%	4,395	34.60%	4,636	40.96%
成品酒	5,586	34.10%	8,345	47.76%	5,437	42.80%	3,892	34.39%
合计	12,955	79.08%	14,919	85.39%	10,450	82.27%	9,593	84.76%

报告期内，公司存货周转速度主要受包装物周转速度、原酒周转速度、成品酒周转速度影响，并不完全取决于原酒周转速度，具体如下表列示：

单位：次、年

项目	2011 年 1-6 月		2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	周转率	周转年限	周转率	周转年限	周转率	周转年限	周转率	周转年限
包装物	3.32	0.15	9.69	0.10	11.41	0.09	5.54	0.18
原酒	0.51	0.97	1.06	0.95	0.85	1.18	0.50	2.01
其中：普通原酒	1.37	0.37	2.31	0.43	1.22	0.82	0.71	1.40
优质原酒	0.38	1.31	0.77	1.30	0.73	1.37	0.42	2.35
优质调味酒	0.16	3.20	0.31	3.24	0.30	3.31	0.12	8.67
成品酒	2.00	0.25	2.61	0.38	2.92	0.34	2.61	0.38
存货	0.82	0.61	1.19	0.84	1.14	0.88	0.79	1.27

③原酒周转

现我国尚无行业标准限定原酒的最短陈化老熟期，但原酒的陈化老熟期愈长，以其勾兑的成品酒的品质愈好。故国内白酒生产企业均将新酿造的原酒储存数月乃至数年后再次以其勾兑成品酒，部分企业所产高档成品酒勾兑时加以一定的储存十数年或数十年的原酒。

目前公司用以勾兑普通成品酒的普通原酒和部分优质原酒的陈化老熟期在 3 个月以上，用以勾兑中高档成品酒的优质原酒的陈化老熟期在 1 年以上（优质调味酒在 3 年以上），勾兑部分高档成品酒时加以一定的储存十数年或数十年的优

质原酒。

2008-2010年度，公司各类原酒的周转时间均有所缩短，其因在于：2008-2010年度，成品酒的产量、销量均持续增长，对原酒的需求快速上升。但受储存空间、产能结构（普通原酒产能较大，优质原酒产能则不足）、市场需求、省外市场拓展、生产成本等因素制约，原酒产量的增长滞后于成品酒产量的增长，使得原酒的陈化老熟期缩短、窖藏量下降。

综上，公司亟需增加优质原酒的产能和原酒的储存空间，以实现未来可持续发展。通过本次募投项目的实施，公司将在淘汰年产9,000吨普通原酒产能的基础上，代之以年产7,800吨优质原酒、1,200吨优质调味酒的产能；原酒储存能力得以增加15,600吨。

（6）其他流动资产

报告期内，公司其他流动资产余额分别为16万元、59万元、147万元、525万元，均系待摊广告费及房屋租金。

3、报告期内非流动资产情况

报告期各期末，公司非流动资产结构如下表所示：

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(%)
长期股权投资	-	-	-	-	100	1.10	100	1.34
固定资产	11,799	68.06	11,974	72.63	4,945	54.33	4,999	67.05
在建工程	1,128	6.51	99	0.60	426	4.68	-	-
无形资产	3,162	18.24	3,202	19.42	3,300	36.26	1,874	25.14
递延所得税资产	1,246	7.19	1,212	7.35	330	3.63	482	6.47
非流动资产合计	17,335	100.00	16,487	100.00	9,101	100.00	7,455	100.00

（1）长期股权投资

报告期内，公司曾参股鑫融担保。2010年3月，公司将其持有的鑫融担保100万元出资等额转让给华实投资。

鑫融担保具体转让事宜参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、（二）关联交易”的相关内容。

（2）固定资产

2010年末，公司固定资产较2009年末增加7,029万元，其主要原因系：①

新建包装车间和办公楼装修完工转入固定资产合计 1,575 万元；②2010 年末公司在北京购得一栋办公楼 4,590 万元；③2010 年新增包装车间流水线等机器设备 778 万元。

（3）在建工程

2009 年末，公司在建工程较 2008 年末增加 426 万元，其主要系新建包装车间支出和办公楼装修支出。

2010 年末，公司在建工程余额为 99 万元，较 2009 年末减少 327 万元，其主要原因系新建包装车间和办公楼装修完工转入固定资产；同时，本年对原大曲车间进行技术改造等新增在建工程 99 万元。

2011 年 6 月末，公司在建工程余额为 1,128 万元，较 2010 年末增加 1,029 万元，其主要原因系公司实施募投项目预先投入 951 万元，具体包括：大曲车间改造 102 万元、研发中心 153 万元、生产（酿造、包装及陈化老熟等）车间技改 696 万元。

（4）无形资产

2009 年末，公司无形资产较 2008 年末增加 1,426 万元，主要原因系公司现有土地上已建有职工住宅，为充分利用土地，使该职工住宅所占用的土地达到可使用状态（用于建造生产加工车间），2009 年将职工住宅拆除，并支付职工拆迁款 1,429 万元，同时增加土地使用权价值 1,429 万元。

（5）递延所得税资产

报告期内，公司递延所得税资产分别为 482 万元、330 万元、1,212 万元、1,246 万元。公司递延所得税资产主要系内部未实现利润形成的。

2010 年末，公司递延所得税资产较 2009 年末增加 882 万元，主要原因系：①2010 年末内部未实现内部利润余额为 4,236 万元，较 2009 年末增加 3,108 万元；②2010 年公司收到技改资金 342 万元，因技改工作尚未启动，该笔 342 万元计入其他非流动负债（递延收益），增加递延所得税资产 86 万元。

2011 年 6 月末，公司递延所得税资产主要包括：递延收益（2010 年公司收到技改资金 342 万元、2011 年收到技改资金 278 万元）引起的递延所得税资产 155 万元；内部未实现利润引起的递延所得税资产 1,090 万元。

（二）资产减值准备情况

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	2	2	2	1
其他应收款坏账准备	1	1	-	693
资产减值准备合计	3	3	2	694

报告期内，公司严格按照坏账准备政策计提坏账准备，公司采用的坏账准备计提标准是审慎的、符合会计准则要求和公司实际状况的。

2008 年，公司其他应收款坏账准备余额较高，其主要原因系公司对应收青稞酒集团的 693 万元款项全额计提了坏账准备（账龄为 3 年以上），前述应收款项于 2009 年青稞酒集团破产时作为破产债权申报（未获偿还），青稞酒集团破产程序终结后，公司已将该应收款项核销。

报告期各期末，公司固定资产、无形资产等其他资产均不存在任何减值迹象，未计提减值准备。

（三）负债的主要构成及变化情况

报告期内公司各项负债及占合计负债的比例情况如下表：

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(%)
短期借款	-	-	-	-	-	-	2,000	18.76
应付账款	6,075	32.52	6,839	26.96	4,987	36.64	3,243	30.43
预收款项	235	1.26	147	0.58	143	1.05	132	1.24
应付职工薪酬	427	2.29	440	1.74	395	2.90	328	3.08
应交税费	3,226	17.27	6,102	24.05	1,619	11.89	3,029	28.42
应付股利	-	-	2,400	9.46	-	-	-	-
其他应付款	1,098	5.88	1,097	4.33	1,468	10.78	1,926	18.07
一年内到期的非流动负债	4,000	21.41	5,000	19.71	-	-	-	-
流动负债合计	15,062	80.62	22,025	86.83	8,612	63.27	10,658	100.00
长期借款	3,000	16.06	3,000	11.83	5,000	36.73	-	-

其他非流动负债	620	3.32	342	1.35	-	-	-	-
非流动负债合计	3,620	19.38	3,342	13.17	5,000	36.73	-	-
负债合计	18,682	100.00	25,367	100.00	13,612	100.00	10,658	100.00

报告期内，随着公司经营规模的不断扩大，对资金的需求日益增长，公司负债增长较快，公司负债主要由应付账款、银行借款（短期借款、一年内到期的非流动负债、长期借款）、应交税费组成。报告期内，前述负债占公司负债合计的比例分别为 77.62%、85.26%、82.55%、87.26%。

（1）银行借款相关

公司银行借款具体情况参见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“七、（一）银行借款”相关内容。

（2）应付账款

报告期内，公司应付账款余额分别为 3,243 万元、4,987 万元、6,839 万元、6,075 万元，2009 年末、2010 年末分别较上年末增长 53.78%、37.14%，增长较快，其主要原因系随着公司销售规模的不断扩大，原材料采购逐年增加，应付账款同步增加。公司 2009 年、2010 年购买原材料支出分别较上年增长 37.58%、25.68%。

（3）应交税费

报告期内，公司应交税费余额分别为 3,029 万元、1,619 万元、6,102 万元、3,226 万元，变动较大。

2009 年末，公司应交税费余额较 2008 年末降低 1,410 万元，其主要原因系：2005 和 2006 年度由于企业改制初期生产经营尚未步入正轨，造成资金紧张、经营亏损，公司申请税务机关对其生产的部分白酒给予延期缴纳消费税税款照顾。为扶持公司发展，青海省国家税务局为支持企业渡过难关，决定对公司生产的 20 元以下低档白酒给予暂缓缴纳部分消费税税款，并要求公司在三年内补缴清所欠税款。2008 年 2 月和 2009 年 2 月，公司在经营状况和资金周转情况趋好的情形下，为规范运作，陆续补交了 2006 年 3 月-2007 年 12 月所欠的消费税税款共计 26,414,104.60 元（其中 2008 年 2 月补缴 1,000,000.00 元，2009 年 2 月补缴 25,414,104.60 元）。

2010 年末，公司应交税费余额较 2009 年末增加 4,483 万元，其主要原因系

本年青稞酒销售所得税税率由 12.5% 的优惠税率变为 25% 且当期预缴较少，期末应交所得税余额较高，为 4,274 万元。

2011 年 6 月末，公司应交税费余额较 2010 年末减少 3,016 万元，其主要原因系 2011 年上半年青稞酒销售已预缴所得税 2,182 万元，使得公司 2011 年 6 月末应交所得税余额较 2010 年末减少 2,701 万元。

（4）应付股利

2010 年末，公司应付股利 2,400 万元，系 2010 年底对股东进行利润分配，前述应付股利已支付完毕。

（5）其他应付款

报告期内，公司其他应付款余额分别为 1,926 万元、1,468 万元、1,097 万元、1,098 万元，其变动原因主要系：2008 年末、2009 年末存在应付互助县国土资源局土地出让金，截至 2010 年末该土地出让金已支付完毕。

2008 年末，公司其他应付款余额主要包括应付互助县国土资源局土地出让金 839 万元、收取经销商的保证金 1,030 万元。

2009 年末，公司其他应付款余额主要包括应付互助县国土资源局土地出让金 139 万元、应付职工住宅拆迁款 279 万元、收取经销商的保证金 1,031 万元。

2010 年末、2011 年 6 月末，公司其他应付款余额主要为收取经销商的保证金 1,085 万元。

（6）其他非流动负债

2010 年末，公司其他非流动负债 342 万元，主要系收到的各项政府补助，因与其相关的项目尚未完工，暂确认为递延收益。具体包括：项目贴息补助资金 160 万元、企业技术创新资金 100 万元、重点产业振兴和技术改造资金 82 万元。

2011 年 6 月末，公司其他非流动负债 620 万元，较 2010 年末增加 278 万元，主要系收到中小企业技术改造资金 278 万元，因与其相关的项目尚未完工，暂确认为递延收益。

（四）偿债能力分析

1、偿债能力指标分析

报告期内，公司资本结构和偿债能力指标如下表所示：

项目	2011-06-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
流动比率	3.85	2.46	2.64	1.58
速动比率	2.76	1.67	1.16	0.52
资产负债率（母公司，%）	26.93	34.43	44.99	59.57
项目	2011年1-6月	2010年度	2009年度	2008年度
息税折旧摊销前利润（万元）	15,714	19,326	14,496	6,622
利息保障倍数	71.35	57.47	68.44	240.57

报告期内，公司流动比率、速动比率整体呈上升趋势，短期偿债能力不断增强。2010年，公司流动比率较2009年有所降低，其主要原因系本年为满足不断增长的订单需求而增加了存货储备，2010年公司速动比例继续保持快速增长的趋势。

2008年-2010年，随着公司经营业绩的不断增长，息税折旧摊销前利润逐年提高，公司债务融资能力逐年增强；随着公司银行借款规模的不断加大，利息保障倍数呈下降趋势，但整体仍处于较高的水平，偿债能力较强。

2011年上半年，公司息税折旧摊销前利润为15,714万元，已达到2010年全年的81.31%，利息保障倍数亦提高至71.35。

2、现金流状况对偿债能力的影响

报告期内，公司现金流情况列示如下：

单位：万元

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	10,616	13,368	15,661	306
投资活动产生的现金流量净额	-2,257	-7,222	-3,627	-2,432
筹资活动产生的现金流量净额	-3,704	19,064	-3,828	3,122
现金及现金等价物净增加额	4,655	25,209	8,207	996

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额较高，短期偿债风险较小。

3、可能影响偿债能力的其他因素

截至本招股说明书签署之日，公司不存在或有负债、未决诉讼及对外担保等可能影响公司未来偿债能力的情形。

（五）资产周转能力分析

报告期内，公司资产周转能力指标如下表所示：

财务指标	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
应收账款周转率	1,069.81	1,381.44	1,612.90	551.27
存货周转率	0.82	1.19	1.14	0.79

1、应收账款周转率分析

报告期内，公司应收账款周转率波动较大，但整体处于较高水平。公司销售收款方式一般采取款到发货的形式，应收账款余额较低，报告期各期末应收账款余额分别为 13 万元、39 万元、47 万元、35 万元。

2、存货周转率分析

报告期内，随着公司经营规模的快速增长，公司存货周转速度逐年提高。2010 年，公司为应对不断增长的销售订单，增加了原材料等库存储备，存货周转率增长速度有所下降。

报告期内，公司存货周转率与同行业可比上市公司的对比分析参见本节“一、（一）、2、（5）存货”的相关内容。

二、公司最近三年及一期盈利能力分析

（一）报告期内营业收入结构分析

报告期内，公司营业收入分别为 24,216 万元、42,775 万元、59,692 万元、43,892 万元，2009 年、2010 年分别比上年增长 76.64%、39.55%，2011 年上半年实现营业收入已达 2010 年的 73.53%。报告期内，公司从事的主营业务为青稞酒的研发、生产和销售，公司营业收入主要为主营业务收入，主营业务突出。

1、按产品类别分析

报告期内，主营业务收入按产品类别分类列示如下：

单位：万元

类别	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（%）
中高档	24,363	55.56	31,384	52.65	19,036	44.64	10,850	44.92
普通	19,488	44.44	28,225	47.35	23,606	55.36	13,304	55.08
合计	43,851	100.00	59,609	100.00	42,642	100.00	24,154	100.00

报告期内，公司主营业务收入增长较快，2009 年、2010 年公司主营业务收

入分别较上年增长 76.54%、39.79%。报告期内公司主营业务收入的快速增长的主要原因系：（1）由于公司通过广告、宣传等形式不断加强市场开拓，销量快速增长；（2）报告期内，不断调整产品结构，扩大中高档青稞酒的销售比重，使得产品单位售价不断提升。

报告期内，公司中高档青稞酒、普通青稞酒的销量及结构占比列示如下：

单位：吨

类别	2011 年 1-6 月		2010 年		2009 年		2008 年	
	销量	比例（%）	销量	比例（%）	销量	比例（%）	销量	比例（%）
中高档	1,659	20.28	2,203	18.41	1,541	15.82	899	13.51
普通	6,524	79.72	9,767	81.59	8,202	84.18	5,758	86.49
合计	8,183	100.00	11,970	100.00	9,743	100.00	6,657	100.00

2009 年、2010 年，公司销量分别较上年增长 46.36%、22.86%。

报告期内，公司产品单位售价列示如下：

单位：元/吨

类别	2011 年 1-6 月		2010 年		2009 年		2008 年
	单价	增长比例（%）	单价	增长比例（%）	单价	增长比例（%）	单价
中高档	146,833.63	3.08	142,446.70	15.32	123,521.71	2.37	120,656.73
普通	29,872.77	3.38	28,897.31	4.05	28,780.62	24.56	23,105.87
合计	53,588.06	7.61	49,796.74	13.78	43,765.90	20.62	36,282.90

2009 年、2010 年，公司单位售价分别较上年增长 20.62%、13.78%。

2009 年，公司普通青稞酒价格增长较多，主要原因系公司 2008 年下半年推出的 08 版坛头曲（档次较高的普通青稞酒）于 2009 年销量大增，当年该单品即实现销售收入 4,419 万元，使得普通青稞酒的单价增长较多。

2010 年，公司中高档青稞酒价格增长较多，主要原因系本年推出“天佑德”系列高档青稞酒，价位较高，当年该系列青稞酒实现销售收入 2,153 万元。

2008 年-2010 年，公司收入增长率与同行业可比上市公司对比列示如下：

公司名称	2010 年度	2009 年度	2008 年度
洋河股份（002304）	91.08%	48.88%	52.54%
酒 鬼 酒（000799）	53.61%	11.74%	54.50%
古井贡酒（000596）	42.21%	-10.31%	21.61%

山西汾酒（600809）	40.65%	36.25%	-14.77%
本公司	39.79%	76.54%	44.18%
五 粮 液（000858）	39.18%	39.93%	8.72%
金种子酒（600199）	28.00%	58.66%	-16.49%
老白干酒（600559）	25.19%	55.64%	29.73%
伊 力 特（600197）	24.79%	21.41%	12.44%
泸州老窖（000568）	23.05%	13.97%	44.23%
贵州茅台（600519）	20.30%	17.33%	13.88%
水 井 坊（600779）	8.76%	46.42%	13.46%
沱牌舍得（600702）	3.18%	-19.06%	-3.48%
行业平均	33.83%	30.57%	20.04%

自 2007 年起，随着白酒产业调控政策效果的显现和居民消费结构升级的拉动，白酒行业进入繁荣发展阶段。除个别公司外，同行业上市公司 2008 年-2010 年主营业务收入均出现不同程度的增长，且由于公司主动调整产品结构，报告期内主营业务收入增长始终高于行业平均增长速度。

2、按地区类别分析

报告期内，主营业务收入按地区类别分类列示如下：

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（%）
省内	36,261	82.69%	54,125	90.80	41,035	96.23	23,066	95.50
省外	7,590	17.31%	5,485	9.20	1,607	3.77	1,088	4.50
合计	43,851	100.00%	59,609	100.00	42,642	100.00	24,154	100.00

报告期内，公司不断开拓省外市场，省外销售收入逐年提高。2010 年，公司省外销售收入 5,485 万元，占全部主营业务收入的 9.20%。2011 年上半年，公司省外市场的开拓效果继续显现，实现省外销售收入 7,590 万元，占全部主营业务收入的 17.31%。

3、季节性因素对经营成果的影响

每年 10 月前后是中秋节和国庆节，12 月、1 月、2 月前后是元旦、春节，

且前述四个月均属于青海省及周边省份气温较低的月份，属于青稞酒销售旺季。报告期内，前述四个月的销售收入占当年主营业务收入比例分别为 41.45%、40.33%、42.41%。

青海省全年温度较低，除前述四个月受节日及气温等因素影响外，全年其他月份不存在明显的季节性因素。2008 年-2010 年，全年销售额最低的两个月（4 月、5 月）合计销售收入占当年主营业务收入的比分别为 11.07%、10.60%、10.14%。

由于季节性因素的存在，公司销售收入在各月(季)存在一定的波动，但随着公司省外市场的拓展、中高档酒销售在产品结构中比例的提高，报告期内公司业绩稳步增长，受季节性因素影响较小。

（二）报告期内毛利率变动分析

报告期内，公司毛利率列示如下：

主要产品	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
中高档	76.13%	79.79%	79.57%	75.90%
普通	58.48%	58.82%	58.72%	54.45%
综合毛利率	68.29%	69.86%	68.03%	64.08%

报告期内，公司综合毛利率分别为 64.08%、68.03%、69.86%、68.29%，保持较高的水平。

1、分品种毛利率

（1）中高档青稞酒

报告期内，公司中高档青稞酒毛利率分别为 75.90%、79.57%、79.79%、76.13%，毛利率稳定且维持在较高水平。2009 年，公司中高档青稞酒毛利率较 2008 年增长较多，主要系由于 2009 年中高档青稞酒销售上升使得单位成本下降。

2011 年上半年中高档青稞酒毛利率较 2010 年略有下降，主要原因系 2011 年上半年主要包装物酒瓶、酒盒及酒箱的价格较上年有明显上涨所致，上述主要包装物的涨幅分别达到 25.67%、23.39%及 18.14%。

（2）普通青稞酒

报告期内，公司普通青稞酒毛利率分别为 54.45%、58.72%、58.82%、58.48%。2009 年，公司普通青稞酒毛利率较 2008 年增长较多，主要系由于 2008 年下半

年推出的 08 版坛头曲（档次较高的普通青稞酒，毛利率较高）于 2009 年销量大增，当年该单品即实现销售收入 4,419 万元，使得普通青稞酒的毛利率增长较多。

2、与可比上市公司毛利率对比

2008 年-2010 年，公司与同行业可比上市公司毛利率对比列示如下：

公司名称	2010 年度	2009 年度	2008 年度
贵州茅台（600519）	90.95%	90.17%	90.30%
山西汾酒（600809）	76.73%	75.14%	76.70%
酒 鬼 酒（000799）	73.91%	78.21%	75.34%
古井贡酒（000596）	72.34%	62.31%	41.96%
本公司	69.86%	68.03%	64.08%
五 粮 液（000858）	69.16%	65.52%	54.40%
泸州老窖（000568）	68.68%	66.41%	65.67%
洋河股份（002304）	56.80%	59.04%	52.65%
水 井 坊（600779）	55.69%	64.34%	79.72%
伊 力 特（600197）	50.96%	48.81%	46.49%
沱牌舍得（600702）	49.60%	46.68%	50.45%
金种子酒（600199）	43.48%	37.50%	33.16%
老白干酒（600559）	41.17%	36.48%	40.18%
行业平均	63.03%	61.43%	59.32%

由上表可见，公司目前毛利率高于行业平均水平，反映出公司较强的市场竞争力。

（三）利润来源及其连续性和稳定性分析

报告期内公司利润总额和净利润保持快速增长的态势，每年均有较大增幅。

报告期内公司营业收入、营业利润、利润总额及净利润增长情况如下表：

项目	2011 年 1-6 月		2010 年度		2009 年度		2008 年度
	金额（万元）	占 2010 年比例（%）	金额（万元）	增长比例（%）	金额（万元）	增长比例（%）	金额（万元）
营业收入	43,892	73.53	59,692	39.55	42,775	76.64	24,216
营业利润	14,986	78.02	19,208	45.22	13,227	122.85	5,935
利润总额	14,998	82.03	18,283	33.85	13,660	130.49	5,926
净利润	11,196	82.61	13,553	19.05	11,385	131.24	4,923

1、报告期公司利润总额的主要构成

报告期内，公司营业利润和营业外收支以及各自占当期利润总额比重情况如下表：

单位：万元

项目	2011 年 1-6 月		2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
营业利润	14,986	99.92	19,208	105.06	13,227	96.83	5,935	100.15
营业外收支	12	0.08	-925	-5.06	433	3.17	-9	-0.15
合计	14,998	100.00	18,283	100.00	13,660	100.00	5,926	100.00

报告期内，公司的利润主要来源于公司主营业务产品的营业收入及其产生的营业利润。报告期内，公司营业利润占利润总额的比例分别为 100.15%、96.83%、105.06%、99.92%。因而，公司利润来源的稳定性与连续性很大程度上取决于公司主营业务的持续性与稳定性。

2、利润增长的原因分析

2009 年、2010 年公司营业利润分别较上年增长 122.85%、45.22%，主要原因系：（1）2009 年、2010 年公司营业收入分别较上年增长 76.64%、39.55%；（2）报告期内，随着公司经营规模的不断扩大，规模效益逐渐体现，公司管理费用占营业收入的比例逐年降低，报告期内该比例分别为 11.68%、8.04%、6.39%。

2009 年、2010 年公司利润总额分别较上年增长 130.49%、33.85%，2010 年利润总额增幅低于当期营业利润的增幅，主要原因系：公司 2010 年因玉树地震而捐赠 1,017 万元。

2009 年、2010 年公司净利润分别较上年增长 131.24%、19.05%，2010 年净利润增幅低于当期利润总额的增幅，主要原因系：公司全资子公司青稞酒销售 2009 年享受所得税减半征收（12.5%）的优惠，2010 年起执行 25% 的所得税税率，使得 2010 年所得税费用较 2009 年增长 107.87%。

3、可能影响公司盈利能力连续性和稳定性的因素分析

（1）行业发展

白酒作为社会交往、餐饮聚会的重要饮品，其消费支出与居民收入水平密切相关。改革开放以来，我国城乡居民收入稳步上升，为白酒消费增长奠定了坚实基础。

随着收入水平的提升，居民消费类型开始逐步由温饱型向享受型转变，每人每年外出用餐额逐步提升，外出用餐占食品支出的比例达到 20%以上。商务宴请、公务活动等外出用餐是白酒消费的主要途径之一，而且用餐时所消费的白酒档次一般要高于居民日常家庭消费用酒，外出用餐金额的提升有望带动中高档白酒需求的持续增长。

（2）产能情况

随着公司产品结构的调整和品牌影响力的提升，中高档青稞酒销售呈现快速增长态势，原有的优质基酒产能、库存容量和包装能力等已经无法满足公司持续增长的需要，迫切需要通过技术改造，增加中高档青稞酒的生产能力。

（3）营销和物流网络的区域性

公司销售市场主要集中在西北地区，特别是青海市场，虽然在山东、河南等白酒消费大省也有一定的市场基础，但总体而言在其他区域的营销网络辐射力较弱，此外公司目前的自有物流能力也不能完全满足销售区域拓展的需要，销售旺季时无法提供充足运力满足快速增长的市场需求。公司目前正加大市场开拓力度，扩大营销和物流网络布局，努力从区域性名酒发展为全国性名酒。

（4）资本实力

公司目前处于快速成长阶段，新产品的研发、优质基酒产量的扩大、基酒陈化老熟的资金占用、营销和物流网络的建设等皆需要大量资金投入。公司发展一直以来主要依靠自我积累和银行贷款，融资渠道比较单一，需要进一步拓宽融资渠道，满足公司快速发展的资金需求。

（四）利润表逐项分析

报告期内，公司利润表简表如下：

单位：元

报表项目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
一、营业收入	438,919,222.84	596,923,795.50	427,747,224.96	242,164,245.61
减：营业成本	139,088,357.95	179,646,844.50	136,388,914.23	86,766,620.06
营业税金及附加	76,342,825.50	125,094,404.58	81,934,153.75	41,086,492.95
销售费用	48,441,835.27	59,333,729.15	41,763,611.62	25,461,199.26
管理费用	23,665,029.63	38,115,574.67	34,407,411.80	28,295,100.79
财务费用	1,517,628.09	2,695,942.60	901,303.58	-1,383,093.94
资产减值损失	1,449.75	9,335.34	13,840.07	2,846,842.38
投资收益	-	54,584.82	-68,675.20	261,310.34
二、营业利润	149,862,096.65	192,082,549.48	132,269,314.71	59,352,394.45
加：营业外收入	121,031.88	2,474,952.49	4,417,902.77	561,557.91
减：营业外支出	897.53	11,723,341.25	85,997.47	649,339.12
其中：非流动资产处置损失	897.53	1,550,236.25	72,997.47	18,865.70
三、利润总额(亏损总额以“-”号填列)	149,982,231.00	182,834,160.72	136,601,220.01	59,264,613.24
减：所得税费用	38,026,347.31	47,300,146.27	22,754,854.12	10,031,624.42
四、净利润(净亏损以“-”号填列)	111,955,883.69	135,534,014.45	113,846,365.89	49,232,988.82
归属于母公司所有者的净利润	111,955,883.69	135,536,943.78	113,579,906.50	49,183,887.81
少数股东损益	-	-2,929.33	266,459.39	49,101.01

1、营业收入及营业成本分析

2008 年-2010 年，营业收入持续快速增长，2009 年、2010 年营业收入分别较上期增长 76.64%、39.55%；2011 年上半年实现营业收入占 2010 年的 73.53%。营业收入具体分析详见本节“二、（一）”之相关内容。

报告期内，营业成本随营业收入变动而变动。

2、营业税金及附加分析

报告期内，营业税金及附加主要系消费税，随发行人母公司主营业务收入变动而变动。报告期内，营业税金及附加占发行人母公司主营业务收入的比例分别为 27.95%、28.23%、27.85%、27.85%。

3、期间费用分析

报告期内，期间费用以及期间费用占营业收入的比重情况如下表所示：

单位：万元

项目	2011年1-6月		2010年度		2009年度		2008年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
销售费用	4,844	11.04	5,933	9.94	4,176	9.76	2,546	10.51
管理费用	2,367	5.39	3,812	6.39	3,441	8.04	2,830	11.68
财务费用	152	0.35	270	0.45	90	0.21	-138	-0.57
合计	7,362	16.78	10,015	16.78	7,707	18.01	5,237	21.62

（1）销售费用

报告期内，公司销售费用随着营业收入的不断增长而增长，其占当期营业收入的比例分别为10.51%、9.76%、9.94%、11.04%。

报告期内，公司销售费用明细列示如下：

单位：元

项目	2011年1-6月	2010年	2009年	2008年
广告费	21,566,615.57	12,231,814.08	7,927,727.33	4,479,832.20
职工薪酬支出	7,109,590.10	12,914,159.49	8,538,196.95	7,299,933.99
运输及物流费用	5,975,414.18	8,601,129.73	6,108,060.64	3,544,650.59
展览及宣传费	5,858,806.13	9,551,182.23	7,242,137.69	3,824,423.65
包装费	3,259,830.00	8,795,880.13	6,456,129.08	3,913,173.15
市场调研与维护费	1,996,523.88	3,946,798.26	2,953,400.30	1,578,002.47
差旅及会务费	1,385,047.66	2,066,888.18	1,845,490.59	414,367.68
租金	757,783.33	865,001.50	370,272.00	-
其他	532,224.42	360,875.55	322,197.04	406,815.53
合计	48,441,835.27	59,333,729.15	41,763,611.62	25,461,199.26

报告期内，公司销售费用增长较快，主要系由于公司营业收入的快速增长，相应的职工薪酬支出、广告费、展览及宣传费、运输及物流费用、包装费、市场调研与维护费同步增长所致。

2008年-2010年，公司销售费用占营业收入的比例较为稳定。2010年，公司销售费用占营业收入的比例略有增长，其主要原因系2010年公司加薪所致，

2010 年职工薪酬支出较上年增长 51.25%，高于营业收入增长比例。

2011 年 1-6 月，公司销售费用占营业收入的比例较 2010 年增加 1.10%，其主要原因系 2011 年 1-6 月广告费用 2,157 万元（主要包括央视广告费用 1,980 万元），占当期营业收入的比例为 4.91%，而 2010 年公司广告费用占当期营业收入的比例为 2.05%。

2011 年 1-6 月，公司包装费占营业收入的比例较 2010 年减少 0.73%，其主要原因为 2011 年起公司对部分产品（主要包括天佑德等中高端产品）采取“随箱附包装袋”的形式，该等包装物直接计入生产成本。

（2）管理费用

报告期内，公司管理费用随着公司经营规模的扩大和规模经济效益的体现，其占当期营业收入的比例分别为 11.68%、8.04%、6.39%、5.39%，逐年下降。

报告期内，公司管理费用明细列示如下：

单位：元

项目	2011 年 1-6 月	2010 年	2009 年	2008 年
职工薪酬支出	6,863,542.33	11,365,891.24	9,469,286.77	8,436,879.96
折旧及摊销	3,629,950.62	4,952,831.16	4,469,671.95	4,231,704.39
中介机构费用	2,829,080.00	2,641,410.00	847,836.00	522,058.60
业务招待费	2,590,962.46	2,637,035.65	1,481,445.62	948,864.25
办公费	1,782,579.97	3,928,357.35	3,622,183.31	3,303,615.91
取暖及水电费	1,782,496.86	3,392,154.63	5,290,030.02	5,407,589.24
公共设施维护及维修支出	1,002,249.57	3,550,417.19	3,797,968.61	2,970,974.23
检测与试验费	867,996.32	584,654.93	330,402.93	146,056.70
差旅及会务费	660,075.80	1,861,192.50	291,160.10	220,241.26
车辆使用费	553,585.67	542,222.29	530,514.63	350,049.10
税费	727,811.91	1,337,889.00	1,193,609.52	1,044,061.05
存货报废、盘盈及盘亏	53,626.24	1,014,922.98	2,860,873.03	595,985.51
其他	321,071.88	306,595.75	222,429.31	117,020.59
合计	23,665,029.63	38,115,574.67	34,407,411.80	28,295,100.79

2010 年，取暖及水电费较 2009 年下降较多，其主要原因系公司取暖方式由“汽暖”改“水暖”，其成本下降较多。

2010 年起，公司正式启动上市工作，使得 2010 年、2011 年上半年业务招待

费、中介机构费用、差旅及会务费较 2009 年增长较多。

2010 年起，公司加强了存货管理，2010 年、2011 年上半年存货报损较 2009 年有较大幅度下降。

（3）营业外收入

报告期内，公司营业外收入分别为 56 万元、442 万元、247 万元、12 万元，主要系各项财政补助。

报告期内各项财政补助明细及其占当期利润总额的比例如下表所示：

序号	项目	财政补助依据	金额（元）	比例（%）
2011 年 1-6 月				
1	纳税大户奖励资金	青政[2011]7 号	50,000.00	0.04%
2	纳税大户奖励资金	宁开南管[2011]7 号	50,000.00	0.04%
小计		-	100,000.00	0.07%
2010 年度				
1	财政扶持企业发展资金	宁开生财字[2010]50 号	1,491,000.00	0.82
2	财政扶持企业发展资金	宁开生财字[2010]83 号	970,000.00	0.53
小计		-	2,461,000.00	1.35
2009 年度				
1	财政扶持企业发展资金	宁开生财字[2009]86 号	2,028,000.00	1.48
2	财政扶持企业发展资金	宁开生财字[2009]61 号	941,000.00	0.69
3	节能技术改造财政奖励	青经资[2009]241 号	500,000.00	0.37
4	工业项目投资补助	东财建字[2009]624 号	350,000.00	0.26
5	企业技术创新补助资金	青财建字[2008]1477 号	300,000.00	0.22
6	财政扶持基金	宁开南管财[2009]011 号	262,300.00	0.19
合计		-	4,381,300.00	3.21
2008 年度				
1	财政扶持企业发展资金	青生园财字（2008）75 号	430,000.00	0.73
小计		-	430,000.00	0.73

由上表可以看出，报告期内公司财政补贴对公司经营成果影响较小。

（4）营业外支出

2010 年，公司营业外支出 1,172 万元，较 2008 年、2009 年增加较多，其主要原因系：①2010 年公司因玉树地震而捐赠 1,017 万元；②处置固定资产损失 155 万元。

（五）主要原材料青稞价格波动对公司毛利率的敏感性分析

假定在产品售价、销量、其他成本等因素不变的情况下，就青稞的均价变动对公司毛利率的影响作敏感性分析如下：

项目	2011 年 1-6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
青稞占产品成本的比例	14.89%	11.40%	13.69%	14.20%
青稞均价变动率	1%	1%	1%	1%
毛利率变动	0.10%	0.08%	0.09%	0.09%

三、资本性支出分析

（一）报告期内重大资本性支出情况

公司报告期内重大资本性支出主要系购建固定资产和无形资产支出。报告期内，购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金分别为 1,210 万元、2,908 万元、7,862 万元、2,257 万元。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需要量

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金计划投资的项目外，公司无可预见的重大资本性支出计划。本次募集资金投资项目对公司主营业务和经营成果的影响详见“第十三节 募集资金运用”的有关内容。

四、公司财务状况和盈利能力的未来趋势

（一）公司主要优势

公司是我国青稞酒行业龙头企业，是清香型（青稞原料）白酒代表。根据中国轻工业企业信息发布中心的统计，公司 2009 年青稞酒产销量全国第一。公司是青稞酒国家标准《地理标志产品 互助青稞酒》（GB/T 19331-2007）的主要起草单位，中国酿酒工业协会常务理事单位、中国食品工业协会白酒专业委员会会

员单位、中国酒类流通协会会员单位。

公司主要产品包括互助、天佑德、八大作坊、永庆和四大系列青稞酒，公司将 400 余年传统酿造工艺与微生物生态学、分子酶学、分子生物学等现代生物技术手段相结合，形成青稞酒“清雅纯正、怡悦馥合、绵甜爽净、醇厚丰满、香味谐调、回味怡畅”的独有特色。

报告期内，通过不断研发新产品、开拓新市场，公司营业收入与净利润呈持续高速增长趋势。

（二）公司主要困难

公司扩大生产规模和进行技术改造均需要投入大量资金，尽管公司经营状况良好，经营活动产生的现金流量净额较高，但仅依靠公司自身积累很难满足公司快速发展的需要。若本次股票能成功发行，可为公司扩大业务规模提供充足的项目建设资金，从而有力地提升公司竞争地位和盈利能力。

（三）财务状况和盈利能力的未来趋势分析

公司所处行业具有广阔的发展前景和市场容量，目前公司主营业务经营业绩良好，预计公司财务状况和盈利能力将保持持续向好趋势；通过本次上市和募集资金项目的投资，公司将获得更好的发展机遇，产品的结构更加合理，从而推动公司快速、稳定的可持续发展。截至 2011 年 6 月 30 日，公司已使用自有资金预先投入 951 万元实施本次募集资金项目。

第十二节 业务发展目标

公司业务发展目标是基于当前经济形势与市场环境下，对可预见的将来作出的发展计划和安排。提请投资者注意，公司不排除将根据经济形势和实际经营状况对本业务发展目标进行调整和完善的可能。

一、战略发展目标

公司未来将继续专注于青稞酒的研发、生产和销售，积极借助产业结构调整 and 居民消费升级的发展契机，紧紧围绕青稞特色、高原特色、生态特色、民族特色，实行差异化竞争策略，努力打造青稞酒高端品牌形象，让青稞酒文化走向全国。

公司将秉承“艰苦创业，团结拼搏，求实创新，质量为纲”的企业精神，以产品创新、技术进步为动力，以精心酿造、渠道拓展为支撑，以品牌提升、文化传播为依托，巩固和拓展行业领先优势，借助资本市场实现跨越式发展，努力打造中国青稞酒第一品牌。

二、发行当年和未来两年发展计划

（一）提高竞争能力的具体计划

1、技术开发与创新计划

研发和技术创新能力是市场经济条件下企业赖以生存和发展的基础，是企业核心竞争力的集中体现。未来公司将立足现有技术优势，继续加大研发投入力度，开展工艺改进、新产品开发等应用性研究，努力将现有研究成果转化为企业经济效益；另一方面，公司将加强青稞领域、酿酒领域的基础性研究，同时争取参与“中国白酒 169 计划”和酿酒产业技术创新战略联盟，围绕白酒产业共性的、关键的问题进行创新性研究，提升公司的技术创新能力，保证公司技术的领先地位。

公司计划利用募集资金建设青稞酒研发及检测中心技改项目，开展青稞稀有品种的选育和培养、青稞酒大曲微生物菌系的分析、青稞酒独特微量成分的研究、青稞酒技术工艺的创新、酒体设计的研发和技术创新等内容，努力成为青稞酒研

究领域的领军企业，推进青稞酒产业的健康发展。具体情况参见本招股说明书第十三节“二、（三）青稞酒研发及检测中心技改项目”之相关内容。

2、产品开发计划

（1）打造高原生态系列青稞酒

未来三年，公司将针对青海省外市场推出“天佑德”高原生态系列青稞酒，突出公司酿酒原料——青稞种植区域的海拔概念，开发多款以海拔高度命名的中高档青稞酒，积极借助青藏高原文化，使公司青稞酒走向全国。

（2）持续创新现有青稞酒系列

公司将继续围绕现有互助、天佑德、八大作坊、永庆和四大系列青稞酒开展持续创新工作，根据市场需求变化创新酒体设计，保持产品新鲜度，促进产品升级换代，使现有青稞酒系列能够在口感、香味、包装、酒精度等方面满足各类消费者的需求，保持和增强现有青稞酒系列的市场竞争力。

（3）扩大中高档青稞酒生产规模

公司计划利用募集资金实施优质青稞原酒酿造技改项目以及优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目，募投项目实施后，公司能够实现年产中高档青稞酒9,000吨，基本满足产品结构调整和全国市场扩展的需要。具体情况请参见本招股说明书第十三节“二、（一）优质青稞原酒酿造技改项目”以及“二、（二）优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目”之相关内容。

（4）充分挖掘青稞营养价值

公司未来将加强青稞原料的基础性研究，充分挖掘青稞的营养价值，分析黑老鸭、瓦蓝、肚里黄、白浪散等不同品种青稞的营养成分特点，将葡萄酒的运作思路应用到高端青稞酒产品开发，根据青稞原料的营养价值差异，研发多款青稞酒新品。

3、人力资源开发计划

人才是企业发展的基石，公司一贯重视人才的自主培养与引进工作，并与中国科学院西北高原生物研究所、中国食品发酵工业研究院、江南大学等知名高校、科研院所保持良好的合作关系，未来公司将继续与其开展多项科研合作项目和人才培养计划，挖掘公司现有员工的潜力，努力提升员工的专业技能。

公司将继续鼓励高级管理人员、技术人员及营销人员参加国内知名高等院校的进修和行业协会组织的相关培训，同时定期或不定期对管理人员、技术人员、

生产人员和营销人员进行公司内部培训，不断提升员工的职业素养，适应公司快速发展的需要。

随着未来业务的拓展，公司对优秀人才的需求将会更加迫切，公司最近三年内将引进一定数量的核心技术人才、高级营销人才以及各类管理人员，并聘请技术合作单位的骨干科研人员担任本公司技术顾问，通过引进行业内的优秀人才，在短时间内迅速提升公司的管理水平、技术能力和营销力量。

4、收购兼并及扩充计划

目前白酒行业仍然处于群雄竞争的市场格局，扶优限劣的产业结构调整政策为公司提供了良好的发展契机。未来公司将紧紧围绕做大做强青稞酒主营业务的战略目标，在青海、西藏等青稞原产地审慎选择收购兼并目标，利用公司现有的研发实力、管理能力和区域市场优势，整合区域内小型白酒企业，巩固和提高公司在青稞酒行业的领导地位。

（二）市场与业务开发计划

1、实施营销网络建设项目

根据公司目前的产品销售市场分布和未来市场拓展战略，公司拟在甘肃、西藏设立专业从事销售业务的分公司，加强两大市场的开拓力度和渠道管理维护工作，同时辐射周边宁夏、内蒙古、新疆市场；在陕西、河南、山东、云南四省分别设立一家直营专卖店，并且发展约150家加盟专卖店，扩展上述四省的产品覆盖范围；在浙江、东北三省等市场，利用青稞酒的品类优势吸引优秀经销商合作，共同开拓当地市场。

（1）进攻战市场

公司将在巩固青海根据地市场的基础上，加大对甘肃、宁夏、新疆、西藏、内蒙古等进攻战市场的资源投入力度，实行区域市场密集主导增长战略，进行全区域、全价位、全渠道覆盖，采取厂家控价或者半控价的操作模式，实现公司在上述市场的规模性成长。

（2）侧翼战市场

公司将在陕西、河南、山东、云南等侧翼战市场实行专卖店捆绑团购的销售模式，发挥青稞酒的品类优势，吸引当地优秀经销商加盟，并且对区域市场进行灵活投入，通过初期机会性价位突破、机会性渠道拓展、机会性区域覆盖，最终

撬动整个区域市场，实现与传统销售渠道的合作。

2、优化营销管理架构

随着公司在全国市场拓展力度的加大，未来公司将优化营销管理架构，逐步实现“西北营销指挥中心”和“北京全国运营中心”分区域进行市场操作。

（1）西北营销指挥中心

公司将在青稞酒销售的基础上，在西宁成立西北营销指挥中心，负责青海根据地市场以及周边甘肃、宁夏、新疆、西藏、内蒙古板块市场的运营和销售工作，建立青稞酒稳固的销售基地。

（2）北京全国运营中心

公司将在北京天佑德的基础上，成立北京全国运营中心，负责除上述省份外的其他区域市场开发和市场管理工作，充分发挥北京的人才优势和地域优势，实现青稞酒在广泛意义上的全国市场占有。

3、积极推进品牌战略

公司将自身定位为全国青稞酒第一品牌，未来三年公司将继续加大对“互助”、“天佑德”两大中国驰名商标的投入力度，通过中央电视台、目标市场卫视、纸媒广告等线上传播方式以及青稞酒品鉴会、重大事件营销等线下传播方式相结合，提升公司品牌知名度和美誉度，带动公司销售市场拓展。

（三）资金筹措及运用计划

公司将以本次发行上市为契机，采取产业经营和资本运作相结合的发展方式，实现公司持续健康发展。一方面，公司将重点做好募集资金投资项目的建设 and 运营；另一方面，公司将根据实际业务发展状况和资金需求，在股东利益最大化的前提下，合理使用增发、配股、发行可转换公司债以及银行借款、自身积累等多种方式，保持公司健康合理的资本结构，为实现公司持续、健康发展提供资金保障。

三、拟订上述发展计划所依据的假设条件及面临的主要困难

（一）拟订上述发展计划所依据的假设条件

公司拟订发行当年及未来两年内的发展规划所依据的假设条件是：

1、公司所处的宏观经济、政治、法律和社会环境比较稳定，在计划期内没

有出现对公司发展产生重大不利影响的事件。

2、本公司所处的白酒行业处于正常发展状态，没有出现对行业发展产生重大不利影响的不可抗力事件。

3、公司本次股票发行能够顺利完成并且募集资金及时到位。

4、本公司计划的募集资金投资项目能如期完成并投产。

5、公司能够基本保持现有管理团队、核心技术人员稳定性。

6、公司产品的市场需求、经营所需原辅材料和能源供应不出现重大不利影响。

7、公司未因本招股说明书“第四节 风险因素”所描述的任何事件而受到重大不利影响。

（二）面临的主要困难

1、中高档青稞酒的产能压力

随着居民消费结构升级和公司营销网络的建设，预计市场对公司中高档青稞酒的需求会快速增长，由于公司生产的青稞酒采取传统酿造工艺，需要经过至少一年的陈化老熟期，因此短期内公司中高档青稞酒的产能压力较大。

2、快速发展的资金压力

公司目前处于快速发展阶段，实施整体发展战略和落实各项具体发展计划需要雄厚的资金支持。根据市场需求和公司的发展规划，公司将进行优质青稞原酒酿造技改项目、优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目、青稞酒研发及检测中心技改项目、青稞酒营销网络与物流配送建设项目等，上述项目的实施如果仅仅依靠公司自身积累将存在较大的资金压力，需要借助资本市场拓宽融资渠道，解决发展所需的资金问题。

3、高素质人才引进的压力

人才是企业发展的关键因素，公司虽然已经通过自身经营和发展，培养、锻炼出一批管理、科研、生产和销售人才，但是随着公司发展战略的实施和业务规模的扩大，对高素质人才的需求将大幅上升。由于公司所处区域在生活条件、收入水平、教育质量等方面与经济发达地区存在一定的差距，因此在吸引适合公司发展需要的高素质人才方面存在一定压力。

4、规模扩张对管理水平的挑战

随着公司业务规模的持续快速增长，特别是本次发行上市后募集资金投资项目的实施，公司在资产规模、员工总数、营销网络等方面的规模都将快速扩大，对公司战略规划、技术开发、财务管理、制度建设、资源配置、内部管理和控制等方面都将提出更大的挑战。

四、上述业务发展规划与现有业务之间的关系

上述业务发展规划是以现有业务为基础，是现有业务规模的扩大和业务水平的提升；公司现有的科研储备、生产条件、营销网络、人员储备、管理经验、品牌影响力等有利因素，为上述业务发展战略目标的实现奠定了坚实的基础。公司未来业务发展规划充分考虑公司发行上市后的发展情况，与公司现有业务形成良性互动关系，有助于从整体上提高公司的经营管理水平，实现产品的技术升级，提高产品的市场占有率，扩大公司整体经营规模，巩固和提高公司的行业地位。

第十三节 募集资金运用

一、本次募集资金基本情况

（一）本次募集资金规模及投向

经 2011 年第二次临时股东大会审议通过，公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股不超过 6,000 万股，发行价格及具体募集资金数额将根据询价结果和市场情况确定。募集资金到位后，公司将按照轻重缓急顺序依次投入以下项目：

序号	项目名称	项目资金预算（单位：万元）		
		建设资金	流动资金	合计
1	优质青稞原酒酿造技改项目	12,666.00	1,820.00	14,486.00
2	优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目	12,811.00	10,543.00	23,354.00
3	青稞酒研发及检测中心技改项目	4,383.00	20.00	4,403.00
4	青稞酒营销网络与物流配送建设项目	4,986.60	2,000.00	6,986.60
合计		34,846.60	14,383.00	49,229.60

（二）本次募集资金投资项目概况

1、优质青稞原酒酿造技改项目

优质青稞原酒酿造技改项目由公司直接实施，通过结构调整，将 9,000 吨普通青稞原酒产能技改为年产优质青稞原酒 7,800 吨、优质调味酒 1,200 吨的生产能力。

2、优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目

优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目由公司直接实施，通过优化厂区布局 and 淘汰落后包装生产线，实现 15,600 吨的优质青稞原酒陈化老熟能力和年产 9,000 吨青稞酒的包装能力。

3、青稞酒研发及检测中心技改项目

青稞酒研发及检测中心技改项目由公司直接实施，项目建成后能够进一步提升公司的研发实力和质量控制能力，为公司持续健康发展奠定坚实的基础。

4、青稞酒营销网络与物流配送建设项目

青稞酒营销网络与物流配送建设项目由公司根据项目资金需求预算情况，以募集资金 6,986.60 万元向全资子公司青稞酒销售增资，由该公司具体负责实施。项目在西宁建设西北营销指挥中心，在西藏、甘肃成立 2 家分公司，在西藏、甘肃、陕西、云南、山东、河南共建设 8 家直营专卖店和 150 家加盟专卖店，并且为销售网点安排租赁库房和周转库存，扩大公司营销和物流网络的覆盖范围。

（三）募集资金投入的时间进度

公司本次发行募集资金投资项目投入计划如下表：

单位：万元

项目名称	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年
优质青稞原酒酿造技改项目	4,512.00	4,842.00	4,512.00	620.00	-	-
优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目	5,165.00	7,646.00	2,109.00	4,744.00	2,636.00	1,054.00
青稞酒研发及检测中心技改项目	1,827.00	2,576.00	-	-	-	-
青稞酒营销网络与物流配送建设项目	3,486.60	1,500.00	440.00	890.00	440.00	230.00
合计	14,990.60	16,564.00	7,061.00	6,254.00	3,076.00	1,284.00
占投资总额比例	30.45%	33.65%	14.34%	12.70%	6.25%	2.61%

上述项目投入计划是对拟投资项目的大体安排，实施过程中可能根据实际情况作适当调整。

（四）投资项目履行的审批、核准或备案情况

上述投资项目已经通过了公司董事会的可行性分析及论证，并经公司 2011 年第二次临时股东大会批准。募集资金投资项目的备案情况和环评批复情况见下表：

序号	项目名称	项目备案情况	环评批复情况
1	优质青稞原酒酿造技改项目	青经投备案[2011]9 号	青环发[2011]143 号
2	优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目	青经投备案[2011]10 号	青环发[2011]145 号
3	青稞酒研发及检测中心技改项目	青经投备案[2011]8 号	青环发[2011]144 号
4	青稞酒营销网络与物流配送建设项目	青经投备案[2011]7 号	——

（五）实际募集资金与项目投资所需资金不一致的安排

上述项目全部使用募集资金投入；若实际募集资金不能满足上述拟投资项目的全部资金需求，不足部分由公司自筹解决；若实际募集资金超出上述拟投资项目的全部资金需求，超出部分用于与公司主业相关的营运资金。如本次发行上市募集资金到位时间与项目资金需求的时间要求不一致，本公司可视实际情况用自筹资金对部分项目作先行投入，待募集资金到位后，以募集资金对前期投入部分进行置换。

二、募集资金投资项目具体情况

（一）优质青稞原酒酿造技改项目

1、项目概况

本项目拟通过技术改造，调整公司原酒结构，即对北厂区原1号、2号、4号、5号酿造车间和南厂区原6号、7号酿造车间进行技术改造，建成优质青稞原酒酿造车间5座和优质调味酒酿造车间1座，项目达产后能够在淘汰9,000吨普通原酒产能的基础上，实现年产优质青稞原酒7,800吨、优质调味酒1,200吨。同时，公司对生产配套的制曲系统、供热系统、供电系统、供水系统、原粮储藏系统、机修车间、水汽管网、公共环境卫生及道路进行改造，满足优质原酒和调味酒酿造需要。

本项目主要包括以下部分：

序号	建（构）筑物名称	底层平面（m ² ）	建筑面积（m ² ）	建筑高度（M）	层数
1	1 # 酿造车间技改	2,795	2,795	13	1
2	2 # 酿造车间技改	2,795	2,795	13	1
3	4 # 酿造车间技改	2,795	2,795	13	1
4	5 # 酿造车间技改	2,795	2,795	13	1
5	6 # 酿造车间技改	2,795	2,795	13	1
6	7 # 酿造车间技改	2,795	2,795	13	1
7	制曲车间	1,000	6,000	19.9	6
8	曲库改造	710	2,840	14	4

9	粮仓储备及粉碎技改	1,600	1,600	8	1
10	辅料储藏库	800	800		1
11	机修车间技改	200	400		2
12	锅炉车间技改		1,000		
13	管网改造				
合计		21,080	29,410		

2、项目实施背景

（1）居民消费结构升级

改革开放以来，我国国民经济持续快速发展，经济总量跃升全球第二，居民收入水平稳步提高，消费类型已经由温饱型向享受型转变，居民外出就餐、公务、商务宴会消费金额呈现上升态势。居民聚会、商务宴请、公务活动等外出用餐是白酒消费的主要途径之一，用餐时所消费的白酒档次一般高于居民日常家庭消费用酒，消费结构升级有望带动中高档白酒需求的持续增长。为适应需求结构的转变，名优白酒企业纷纷推出中高档产品，但是仍然无法充分满足市场需求，部分超高端产品甚至出现脱销现象。

（2）白酒行业结构优化

受国家加大对食品行业监管力度以及白酒行业本身扶优限劣产业调整思路的影响，白酒行业准入门槛和运行水平明显提高，行业内企业优胜劣汰速度加快，品牌集中度逐步提高，行业竞争格局得到优化，白酒市场已由价格竞争转向品质、品牌以及产品特色的综合竞争，行业整体利润水平得到提升。

（3）公司在区域市场占有优势地位

凭借青稞酒独有的产品特点、良好的品质管理和经营团队的高效运作，近年来公司在西北地区取得了较高的市场地位，“互助”、“天佑德”两大中国驰名商标的市场影响力不断扩大。特别是在青海市场，公司凭借高品质、全系列的青稞酒产品和强大的市场营销网络在该区域内占据较高的市场地位，青稞酒的特殊香型和公司良好的品牌形象已经被当地消费者广泛接受，培育了具有较高品牌忠诚度的消费群体，使得其他白酒企业很难大规模进入该区域市场。

3、项目建设的必要性

（1）中高档青稞酒销售增长带动优质原酒的需求

随着国民经济发展和居民收入水平的提高，中高档青稞酒的市场需求呈现快

速增长态势，2008年-2010年公司中高档青稞酒销售收入分别为10,850万元、19,036万元、31,384万元，占公司整体销售收入的44.92%、44.64%、52.65%。中高档青稞酒需要以优质原酒和调味酒为基础进行勾兑调味，市场销售的快速增长带动公司对优质原酒和调味酒的需求。

（2）公司现有设备无法满足优质原酒生产要求

公司北厂区原1号、2号、4号、5号酿造车间建于1992年，南厂区原6号、7号酿造车间建于1995年，车间内生产设备老化，总体成新率较低。上述6个酿造车间的发酵窖池为砖窖，楂场地面为水泥材质，导致酒醅发酵效率较低，香味物质生成受到影响；现有通风晾楂设备落后，影响生产效率；蒸馏冷却设备材质为铝合金，甑桶为水泥池，整体导热性较差，使得冷却水消耗量大，而且蒸馏效率较低。上述6个普通原酒酿造车间的现有设备无法满足优质原酒和调味酒的酿造要求，迫切需要通过技术改造提升产品结构。

4、项目建设的具体实施方案

（1）酿造车间技改

对北厂区原1号、2号、4号、5号酿造车间和南厂区原6号、7号酿造车间进行技术改造，建成排架结构的各年产1,560吨优质青稞原酒酿造车间5座和年产1,200吨优质调味酒酿造车间1座。每个车间建筑面积2,795m²，改建花岗岩条石窖池210个，窖底和窖顶用5厘米厚的松木板铺放和封窖，并作加固处理；楂场铺大理石材质的地板；参观通道、接酒室地面、墙面贴瓷，实施半封闭管理；车间内外墙面用涂料进行粉刷或粘贴有色瓷砖。同时，每个车间将配备不锈钢蒸馏冷却器和不锈钢甑锅各4台，高效晾楂机和风机各4座，航车2台（含抓斗），运酒车8台，50公斤的酒笼20个，确保酿造设备在国内的领先性，满足优质青稞原酒和调味酒的酿造需要。

（2）制曲系统技改

优质青稞原酒和调味酒酿造车间技改完成后，每年需要“槐瓢曲”和“白霜满天星曲”两种互助青稞酒大曲共4,700吨，酿造时按照1:1的比例搭配使用。由于现有制曲车间是1座1994年建成的四层框架结构曲房，其中两层用于制曲、两层作为曲库，主体结构长期受潮和腐蚀，墙面泥土脱落，已不能完全满足未来制曲需要。

作为酿造车间技改的配套工程，公司拟将现有制曲车间北边的一座废弃曲房

改建为长50米、宽20米的6层框架结构曲房，建筑面积6,000m²，并且配备制曲、粉碎、提升、配料、发料计量系统各2套以及载货电梯1部。新曲房项目完成后，将对现有制曲车间进行修缮加固，并且更新粉曲和除尘系统各4套以及载货电梯1部，改建为可储存2,000吨成品大曲的曲库。制曲系统技改项目完成后能够实现年产成品大曲4,700吨，可满足9,000吨青稞原酒和调味酒的酿造需要。

（3）原辅材料储藏系统

公司拟在北厂区技改建设4座（2,500吨/座）不锈钢材质的原粮储备库，并且配备输送、风干、粉碎、计量、温控等系统；同时在现制曲车间东侧建设一座长40米、宽20米（占地800m²）钢架结构的辅料储藏库，配备两套谷糠清蒸排杂系统。上述配套项目建成后，能够新增原料储备能力10,000吨，辅料储备能力6,000吨，满足酿造项目所需的原辅材料储存和初加工需要。

（4）水电汽系统改造

公司厂区内现有3口取水井，优质原酒酿造车间技改项目达产后，需要在北厂区喷泉位置新建1口用于原酒酿造和包装车间洗瓶的取水井，届时年供水能力可达到240万立方米，水质符合《生活饮用水卫生标准》GB 5749-2006标准规定，能够充分满足公司生产用水需要。

公司电力由青海省海东供电公司提供，厂区内目前配有2台1,000KVA变压器、1台2,000KVA变压器。为配合酿造车间技改项目建设，公司拟改建供电房及配电系统，在现有基础上增加1台2,000KVA变压器，并对供电线路进行改造，满足项目达产后的电力需求。

公司生产所需蒸汽和建筑物供暖均由锅炉车间负责保障，目前厂区拥有10吨蒸汽锅炉3台、6吨和4吨蒸汽锅炉各2台。为配合酿造车间技改需要，公司拟将现有上锅炉车间改建为1座1,000平方米钢结构锅炉车间，同时淘汰能耗高、热效率低的2台4吨旧锅炉，新增2台10吨蒸汽锅炉，满足项目达产后的蒸汽和供暖需要。

公司现有厂区的地下管网建成时期较早，设施布局不合理，供暖、供汽、供排水等管网相互交错，不便于正常维修，且部分管路存在老化腐蚀、漏汽、漏水的现象，资源浪费问题突出。公司拟结合酿造车间技改项目，对生产区内的供排水管网和供汽管网进行改造，提高资源利用率。

（5）其他配套项目

在完成上述技改项目的基础上，公司拟在厂区内建设4座公共消毒洗手间、1座机修车间，并在酒糟堆场旁配备1套酒糟烘干设备；对上述车间周围的道路进行整治维修，采用混凝土修筑，提高道路承压能力和抗震水平；同时沿生产车间和道路两侧建立绿化带，美化厂区环境，建成技术先进、布局合理、环境优美的现代化厂区。

5、项目市场前景分析

酿造车间技改项目实施后，生产的优质青稞原酒和调味酒不对外直接销售，主要是在陈化老熟后用于勾调包装中高档青稞酒，因此本项目的市场前景取决于中高档青稞酒的销售情况，具体内容请参见本招股说明书第十三节“二、（二）优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目”之项目市场前景分析。

6、投资概算及运用计划

本项目预计投资规模为14,486万元，其中建设投资12,666万元，铺底流动资金1,820万元，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	金额	占比
建筑工程费	6,456.90	44.57%
设备购置费	3,011.68	20.79%
安装工程费	1,184.42	8.18%
其他费用	2,013.00	13.90%
项目铺底流动资金	1,820.00	12.56%
合计	14,486.00	100.00%

7、产品的质量标准和技术方案

（1）技术水平和质量标准

本项目是将公司现有6座普通原酒酿造车间技改为5座优质原酒酿造车间和1座优质调味酒酿造车间，项目沿用“清蒸清烧四次清”的传统酿造工艺，遵循“养大楂、保二楂、挤三楂、追四楂”的原则，对达到发酵周期的酒醅进行缓火蒸馏、量质摘酒、分级贮存。上述生产技术经过多年的应用和完善，已处于成熟阶段，达到国内领先水平。本项目产品执行标准为《地理标志产品 互助青稞酒》（GB/T 19331-2007），该标准是以公司为主要起草单位制定的国家标准。

（2）生产方法、工艺流程和生产技术选择

本项目系对现有生产设备的技术改造，生产工艺流程同现有产品，详见本招股说明书第六节“四、（一）公司主要产品用途以及工艺流程”之相关内容。

（3）主要设备选择

本项目主要设备选择情况如下：

序号	项目名称	设备名称	单位	数量	设备规格
1	酿造车间技改	行车	台	2x6	含抓斗
2		甑锅	台	4x6	
3		蒸馏冷却器	台	4x6	不锈钢
4		晾楂机	台	4x6	
5		运酒车	部	8x6	
6		鼓风机	台	4x6	
7		酒笼	个	20x6	50 千克
8	制曲系统技改	斗提机	部	2	
9		粉碎系统	套	2	
10		配料系统	套	2	
11		压曲机	台	2	
12		发料计量系统	套	2	
13		电梯	部	1	
14	原料粉碎系统	原粮储备库	座	4	2500 吨/座
15		原粮输送系统	套	1	
16		磨粉机	台	2	
17		除尘系统	套	1	

（4）核心技术及其取得方式

本项目涉及的核心技术均为公司拥有自主知识产权的专利技术及专有技术；具体情况，参见本招股说明书第六节之“七、公司核心技术情况”。

8、主要原辅材料及能源供应

本项目主要原辅材料包括：

序号	名称	规格及质量	单位	全年消耗量
1	青稞		吨	25,570
2	豌豆		吨	1,510
3	谷糠		吨	3,530

4	糖化酶	5 万单位	吨	115
5	干酵母		吨	25

本项目所在地青海省海东地区以及周边的青海省海北藏族自治州、海南藏族自治州、海西蒙古族藏族自治州等高海拔地区均可种植酿酒所需的青稞原料，货源供应有充分保障。此外，为进一步保证青稞原料供应，提升青稞原料品质，公司与青海省贵南草业开发有限责任公司签署《有机青稞种植基地建设协议》，划定贵南农场一万亩农用地作为种植有机青稞的特定区域，公司按照价格保护政策收购符合要求的青稞。豌豆主要用于互助青稞酒大曲的生产，整体用量较少，公司所在的海东地区可提供足够的货源。因此项目所需的主要原料青稞和豌豆的供应不存在短缺问题。

辅料谷糠可在临近的宁夏、陕西等地区采购解决，由于谷糠利用渠道较少，因此供应不存在问题。用于糖化发酵辅助制剂的糖化酶和干酵母，可以从国内数量众多的酶制剂厂采购，货源供应有较好保障。

本项目用电由青海省海东供电公司提供，由于公司所在地高耗能企业较少，因此电力供应不存在短缺问题；本项目供汽供暖主要由公司自备锅炉提供，锅炉燃煤主要从青海东阳恒能煤炭有限公司采购，煤炭全年用量较少，因此供应不存在问题。

9、项目产出和营销情况

（1）投资项目的竣工时间和产量情况

本项目建设总工期为 27 个月，项目主要产品为青稞原酒，设计生产能力为 9,000 吨/年，其中优质青稞原酒 7,800 吨/年，调味酒 1,200 吨/年。根据同类型白酒生产企业达产经验及本次建设规划，本项目拟计划在建设期第一年即可完成 1,500 吨/年的产量，占设计生产负荷为 16.67%；第二年为 4,500 吨 占 50.00%；第三年为 6,000 吨，占 66.67%；从计算期第四年开始至计算期末，每年均 100% 满负荷生产。

本项目投资进度安排如下：

单位：万元

资金类别	第一年	第二年	第三年	第四年	合计
建设投资	4,222	4,222	4,222	—	12,666
流动资金	290	620	290	620	1,820
合计	4,512	4,842	4,512	620	14,486

（2）原酒产能产量变化及可行性分析

优质青稞原酒酿造技改项目完成后，原酒产能产量变化情况如下：

单位：吨

项目	第一年	第二年	第三年	第四年
原酒产能	13,500	13,500	13,500	13,500
预计产量	7,500	10,500	12,000	13,500

公司原酒的总体设计产能为13,500吨/年，目前共有4座酿造车间正常生产，剩余5座酿造车间用于存货仓储。根据项目可行性研究报告，公司计划在建设期第一年、第二年分别技改2座目前用于仓储的酿造车间，第三年技改1座目前用于仓储的酿造车间和1座普通青稞原酒酿造车间。募投项目主要是通过原酒结构调整，充分释放现有的原酒产能，但13,500吨/年的总体产能将保持不变。

优质青稞原酒酿造技改项目完成后，生产的青稞原酒不直接对外销售，而是陈化老熟后用于勾兑包装中高档青稞酒以及提升普通青稞酒品质，结余部分用于窖藏，以提升公司窖藏原酒的品质和数量，为公司未来持续发展奠定坚实基础。

2010年末，公司库存原酒5,619吨，且随着公司中高档产品销量的快速增长，短期内原酒存量将进一步下降。而优质青稞原酒酿造技改项目达产后，公司每年可生产原酒13,500吨，每年生产成品酒16,000吨（需使用原酒约11,500吨左右），每年增加原酒库存约2,000吨，有利于公司未来持续发展。

（3）产品销售方式及营销措施

本项目达产后的产品为优质青稞原酒和优质调味酒，上述产品需要经过陈化老熟才能投入成品酒生产，属于公司生产青稞酒过程中的在产品，因此销售方式及营销措施请参见本节“二、（二）优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目”之项目产出和营销情况。

10、环境保护

（1）环境保护标准

酿造产生的锅底水经处理后排放符合《污水综合排放标准》（GB8978-1996）中的二级标准；燃煤锅炉产生的工业废气经处理后排放符合《锅炉大气污染物排放标准》（GB13271-2001）二类区II时段；厂界噪声监测符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）中的II类标准；固体废物采取综合处理手段，实现资源回收利用。

（2）项目可能存在的环保问题及处理方案

①废水处理

公司酿造车间产生的锅底水通过污水管网汇集到自备污水处理站，采用生物法为主、物化处理为辅的工艺手段，处理后的废水能够达到国家二级排放标准，废水处理过程中产生的沼气经专用管道通入锅炉后替代部分煤炭作为燃料使用，可节约一部分燃煤。

②废气处理

公司燃煤锅炉产生的废气按照国家《锅炉大气污染物排放标准》进行除尘和脱硫处理，确保排入大气中的烟尘、二氧化硫等指标达到或者低于国家排放限值，有效防止对空气环境造成污染。

③固体废物处理

公司对固体废物实行资源性开发处理，其中酒糟是主要饲料之一，当地养殖业完全有能力消化项目达产后每年产生的1.8万吨酒糟。为预防禽畜疾病等突发情况可能对当地养殖业造成的短期冲击，公司拟在酒糟堆场旁增加1套烘干设施，在危机发生时将湿酒糟烘干后作为锅炉燃料。锅炉燃烧产生的煤渣主要出售给当地砖瓦厂用于制砖，实现资源回收利用。上述措施能够保证公司全部固体废物得到有效处理，并且产生较好的经济和社会效益。

④厂界噪声处理

公司对生产车间实行噪声封闭，主要机械设备进行减震处理，并且在夜间停止生产经营活动，经过上述措施处理后，厂界噪声能够符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）中的II类标准限值。

（3）环保部门的意见

青海省环境保护厅对本项目的环保情况出具批复意见，同意本项目建设。

11、项目选址

本技改项目在公司现有厂区内安排实施，主要建筑用地情况如下：

序号	项目内容	项目选址	占地面积 (m ²)	取得 方式	土地用途
1	酿造车间技改	现6个酿造车间土地	16,770	出让	工业仓储
2	制曲系统技改	现制曲车间及其北侧土地	1,710		
3	原辅料储藏库	现包装4车间及曲库东侧土地	2,400		
4	其他配套工程	公司厂区内			

12、项目的组织方式及实施进展情况

（1）组织方式

为保证项目的顺利完成，公司成立项目建设领导小组，负责重大问题的审议和决策；项目实行法人负责制、招投标制、监理制、合同制、财务管理制、项目奖惩制，使项目从建设到生产全部严格按照有关制度的要求和市场经济规律运作；项目建设资金采取“封闭”运营方式，同时聘用会计师事务所对项目建设的预决算和资金使用情况审查；基本建设实行招投标，遴选有资质的专业建筑公司承担项目的土建施工工程，并在项目实施过程中不断加强监督、检查，以确保项目按时、按质、按量完成。

（2）实施进展情况

截至本招股说明书签署日，本项目已完成可行性论证、项目备案、项目环评等前期工作，目前已开工建设。

13、项目经济效益分析

本项目实施后，项目主要经济效益财务指标如下：

项目	指标
财务内部收益率（所得税后）（%）	32.12
投资回收期（税后）（年）	5.11
年均销售收入（万元）	16,551
年均税后利润（万元）	3,010

（二）优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目

1、项目概况

本项目拟通过技术改造，提升青稞原酒陈化老熟和青稞成品酒包装能力，即对精加工1车间2号酒库（1989 年建成）和精加工2车间2号酒库（1995年建成）进行技改，建成两座优质青稞原酒陈化老熟贮存库，增加青稞原酒贮存能力15,600吨；项目引进2条纯净水处理设备和8套陈化老熟处理设备，并配备原酒中央控制系统、酒库消防报警系统、恒温控制系统，增加两个精加工车间勾兑容器的搅拌匀化装置，满足公司未来发展所需的半成品散酒勾兑能力；按GMP认证要求建设一座5层框架结构的综合包装车间，建筑面积14,080m²，引进12条具有国内先进水平的包装生产线，配套建设车间物流输送系统设施，实现年包装青稞酒9,000吨的生产能力。

本项目主要包括以下部分：

序号	建（构）筑物名称	底层平面 (m²)	建筑面积 (m²)	建筑高度 (M)	层数
1	精加工 1 车间技改项目	2,600	2,600	21	1
2	精加工 2 车间技改项目	648	648	9	1
3	包装技改项目	2,816	14,080	21.5	5
合计		6,064	17,328		

2、项目实施背景

（1）白酒行业产品结构升级

2005 年-2010 年我国白酒产量增长率保持在 15%以上，销售收入增长率保持在 25%以上，呈现供需两旺态势。白酒产品结构逐步升级，行业平均价格由 2005 年的 2.21 万元/千升提高到 2010 年的 2.99 万元/千升，中高档白酒需求呈现快速增长态势，全国性名优白酒企业纷纷推出中高档产品，但是仍然无法充分满足市场需求，部分超高端产品甚至出现产品脱销的现象。

（2）中高档青稞酒市场需求稳步增长

近年来公司中高档青稞酒的市场需求呈现快速增长态势，2008 年-2010 年公司中高档青稞酒销售收入分别为 10,850 万元、19,036 万元、31,384 万元，2009 年比 2008 年增长 8,186 万元，2010 年比 2009 年增长 12,348 万元。随着公司主要销售区域经济水平的持续增长和公司目标市场的逐步扩大，预计未来中高档青稞酒的市场需求仍然保持增长态势。2010 年，公司中高档青稞酒产能已经满负荷运作，迫切需要对现有青稞酒陈化老熟和包装能力进行技改升级，满足未来市场需要。

3、项目建设的必要性

（1）陈化老熟能力制约产能释放

公司酿造的优质青稞原酒需要至少 1 年存储期，优质调味酒需要至少 3 年存储期，公司目前的原酒陈化老熟能力无法适应优质青稞原酒酿造车间技改项目达产后的需要。此外，白酒生产企业的原酒库存量是决定企业未来发展空间的重要因素，从长远发展角度考虑，公司也迫切需要通过实施优质原酒陈化老熟技改项目，为公司可持续发展奠定坚实的基础。

（2）包装效率影响中高档青稞酒生产

公司本部现有 7 个包装车间，其中 1 个包装车间为 2010 年建成投产，配备了技术水平较为领先的自动化包装生产线，剩余 6 个包装车间均建于 1995 年之前，其配备的生产线自动化程度较低，由于中高档青稞酒多采用非标准化的陶瓷酒瓶，上述生产线的包装效率无法满足大规模生产中高档青稞酒的需要。

（3）省外市场拓展的需要

公司目前在西北市场拥有较高市场占有率，特别是在青海省具有较高的市场地位，未来公司将逐步加大省外市场的开拓力度，努力从区域性名酒发展为全国性名酒。由于省外市场物流配送距离较远，而且市场开拓的资源投入力度较大，从经济效益角度考虑，只能以利润空间较大的中高档青稞酒作为省外市场的主攻产品。因此公司有必要通过实施优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目，增加中高档青稞酒的供应能力，满足省外市场拓展的需要。

4、项目建设的具体实施方案

（1）优质青稞酒陈化老熟技改

为满足优质青稞酒酿造技改项目达产后的库容需求，公司拟对北厂区精加工 1 车间的 2 号酒库进行技术改造，建成 1 座占地面积 2,600m²，能够储存 14,400 吨优质青稞原酒的酒库。同时为酒库配套建设消防报警系统和恒温控制系统各 1 套、原酒中央控制系统套、勾调计量系统 4 套、老熟处理设备 5 台；新增 1 条年产 2,000 吨纯净水生产线，并对 1 号酒库 20 个 50m³ 的不锈钢贮存罐进行改造，配备搅拌均匀化装置，形成年勾兑调味 11,000 吨青稞酒的生产能力。

此外，公司拟对南厂区精加工 2 车间的 2 号酒库进行技术改造，建成集原酒陈化老熟和酒体鉴评于一体的优质调味酒贮存库 1 座。技改后酒库建筑面积 648m²，按有效利用面积 80%、每个酒海（藤条酒笼）占地 6.25m² 计算，可容纳 15m³ 的酒海 80 个，满足优质调味酒 1,200 吨的存储要求。同时为酒库配套建设消防报警系统和恒温控制系统各 1 套、勾调计量系统 2 套、老熟处理设备 3 台；新增 1 条年产 2,000 吨纯净水生产线，对 1 号酒库 10 个 50 m³ 的不锈钢贮存罐进行改造，配备搅拌均匀化装置，形成年勾兑调味 5,500 吨青稞酒的生产能力。

（2）包装技改项目

除 1 座 2010 年建成的容纳 10 条生产线的包装车间外，公司其余包装车间均建于 1995 年之前，设备机械化程度低，包装效率不能满足企业发展需要。公司拟在

现有厂区内按照GMP要求建成1座5层框架结构的综合包装车间，该项目占地2,816 m²，建筑面积14,080 m²，其中1层作为酒瓶暂存库，2层安装6条先进的包装生产线，3层作为包装材料库和预包装半成品酒周转库，4层安装6条先进的包装生产线，5层作为包装材料库和预包装半成品酒周转库。同时购置硅藻土过滤机、膜精滤机、洗瓶机、灌装机、检验机、封盖机、烘干机、喷码机、贴标机、封箱机和自动化物流系统等国内最新的自动化包装设备，提高包装效率和质量控制能力。包装技改项目达产后，可实现年包装9,000吨青稞酒的生产规模。

（3）其他配套项目

优质青稞原酒酿造技改项目所建的供水、供电、供暖设施能够满足本技改项目新增的水、电、暖气等需求，具体内容请参见本节“二、（一）”的相关内容。此外，公司拟对酒库及包装车间周围的道路进行整治维修，采用混凝土修筑，提高防腐蚀能力和抗震性能；同时沿车间和道路两侧建立绿化带，美化厂区环境，建成技术先进、布局合理、环境优美的现代化厂区。

5、项目市场前景分析

（1）青稞酒独特的品类优势

公司生产的青稞酒以产自青藏高原无污染地区的青稞为原料，采用“清蒸清烧四次清”的传统酿造工艺，形成“清雅纯正、愉悦馥合、绵甜爽净、醇厚丰满、香味谐调、回味怡畅”的青稞酒特色。营养有机的青稞原料、青藏高原特有的地理环境、传统独特的酿造工艺、严格细致的质量控制，形成青稞酒有别于普通白酒的独特性，青稞酒的品类优势使公司能够摆脱普通白酒同质化竞争局面，为公司赢得广阔的市场空间和强大的可持续发展能力。

（2）中高档青稞酒需求稳步增长

随着国民经济持续快速发展和居民收入水平的提高，产品消费结构升级趋势明显，市场对高品质产品的需求日益增长。就公司而言，近年来中高档青稞酒的需求呈现快速增长态势。根据《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》，未来5年我国国民经济增长预期目标是在明显提高质量和效益的基础上年均增长7%，居民可支配收入的预期增长目标年均大于7%，上述目标的实现有望带动中高档青稞酒市场需求的持续增长，因此本次技改项目具有良好的市场前景。

（3）区域发展政策的有利支撑

公司地处青藏高原，目前的主要销售区域集中在西北地区。2000年国家开始

实施西部大开发战略，给予西部省份多项优惠政策，加大西部地区的资源投入力度，有效促进了当地经济发展和居民生活水平的提高；2008年10月，国务院常务会议审议并通过《关于支持青海等省藏区经济社会发展的若干意见》，着力解决发展中面临的生态保护与建设、民生改善、经济发展以及维护稳定等方面的突出困难和问题。上述政策为公司发展提供了良好的外部环境，同时目标市场的经济发展和居民收入水平提高为本次技改项目提供了更为广阔的市场空间。

6、投资概算及运用计划

本项目预计投资规模为23,354万元，其中建设投资12,811万元，铺底流动资金10,543万元，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	金额	占比
建筑工程费	3,413	14.61%
设备购置费	6,269	26.84%
安装工程费	1,128	4.83%
其他费用	2,001	8.57%
铺底流动资金	10,543	45.14%
合计	23,354	100.00%

7、产品的质量标准和技术方案

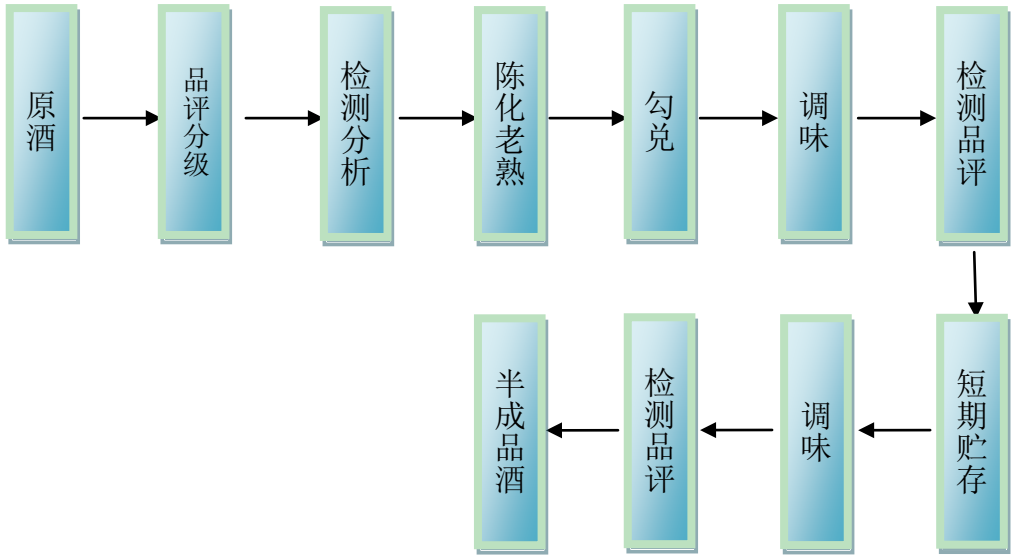
（1）技术水平和质量标准

本项目沿用公司原有优质青稞酒陈化老熟和青稞酒包装的全套生产技术，上述生产技术经过多年的应用和完善，已处于成熟阶段，达到国内领先水平。本项目产品执行标准为《地理标志产品 互助青稞酒》（GB/T 19331-2007），是公司作为主要起草单位制定的国家标准。

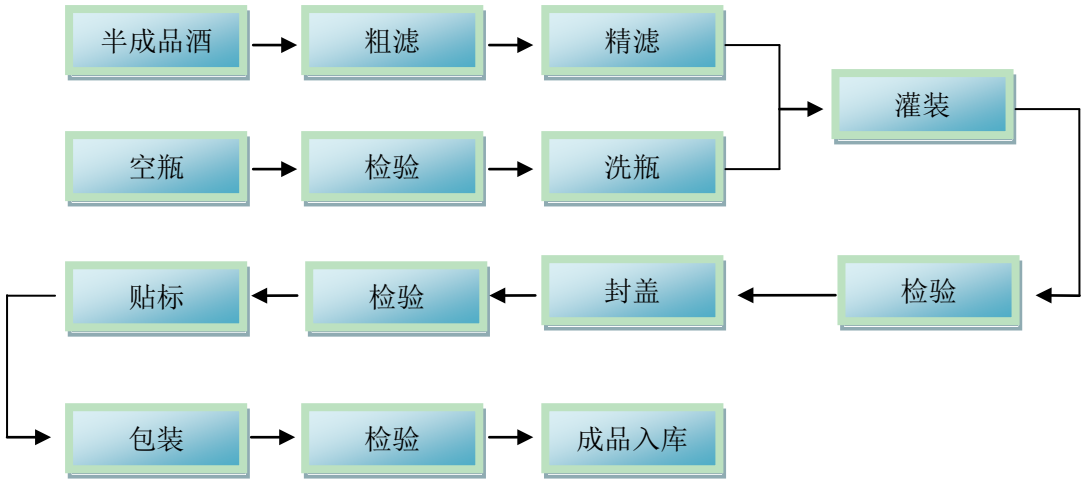
（2）生产方法、工艺流程和生产技术选择

本项目系对现有普通青稞酒生产能力的改造升级，生产方法和技术选择同现有青稞酒，具体工艺流程如下：

①优质青稞酒陈化老熟工艺流程图



②青稞酒包装流程图



(3) 主要设备选择

本项目主要设备选择情况如下：

序号	项目名称	设备名称	单位	数量
1	优质青稞酒陈化老熟技改项目	不锈钢酒罐	1600m³	9
2		酒海	15m³	80
3		搅拌匀化装置	台	30
4		空气净化系统	套	2
5		老熟处理设备	5 m³/小时	8
6		纯净水生产线	条	2
7		勾调计量系统	套	6
8		原酒中央控制系统	套	1
9		酒库喷淋消防系统	套	2

10	包装技改项目	酒库浓度报警系统	套	2
11		酒库恒温控制系统	套	2
12		灌装流水线	条	12
13		成品自动物流输送系统	套	12
14		原材料输送系统	台	8
15		周转运输车	台	18
16		电动叉车	台	22

8、主要原辅材料及燃料供应

本项目主要原辅材料包括：

序号	名称	单位	全年消耗量
1	优质青稞原酒	吨	7,800
2	优质调味酒	吨	1,200
3	半成品散酒	吨	9,000
4	酒瓶	万只	1,800
5	酒盒	万套	1,800
6	酒箱	万套	300
7	配套包装材料	万套	1,800

本项目所用的优质青稞原酒、优质调味酒和半成品散酒全部由本公司自行酿造、勾兑调味而成。项目所需的酒瓶、酒盒、酒箱以及配套包装材料严格按照 ISO9001 质量管理体系规定，向合格供应商进行公开招投标，根据优质优价原则选定具体供方，目前已选定和备选的合格供应商有能力满足项目需求。

本项目用电由青海省海东供电公司提供，由于公司所在地高耗能企业较少，因此电力供应不存在短缺问题；本项目供暖主要由公司自备锅炉提供，锅炉燃煤主要从青海东阳恒能煤炭有限公司采购，煤炭全年用量较少，因此供应不存在问题。

9、项目产出和营销情况

（1）投资项目的竣工时间和产量情况

本项目建设期为 21 个月，项目主要产品为青稞成品酒，设计生产能力为 9,000 吨/年。根据建设及生产计划，由酿造车间生产出来的原酒，平均陈化 2 年后，进入陈化老熟和包装车间加工制成青稞成品酒。所以，本项目在计算期第

一年即开始将酿造车间生产出来的原酒进行封存陈化，在工程建设期满后，可立即投入生产。

根据同类型白酒生产企业达产经验及本次建设规划，本项目拟计划在投产后第一年即可完成2,000吨/年的产量，占设计生产负荷为22.22%；第二年为6,000吨，占66.67%；第三年为8,000吨，占88.89%；从第四年开始至计算期末，每年均100%满负荷生产。

本项目投资进度安排如下：

单位：万元

资金类别	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年	合计
建设投资	5,165	7,646	-	-	-	-	12,811
流动资金	-	-	2,109	4,744	2,636	1,054	10,543
合计	5,165	7,646	2,109	4,744	2,636	1,054	23,354

（2）成品酒产能产量变化

优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目完成后，成品酒产能产量变化如下表：

单位：吨

项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年
成品酒产能	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000
预计产量	普通青稞酒	10,800	10,500	10,000	10,000	8,500
	中高档青稞酒	2,700	3,300	4,500	6,000	7,500
产量合计	13,500	13,800	14,500	16,000	16,000	16,000

公司成品酒的设计产能 16,000 吨/年，目前除 3 座老包装车间用于存货仓储外，其余包装车间均正常生产。优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目完成后，公司将根据原酒库存和市场需求情况逐步释放成品酒生产能力，提高中高档青稞酒的产量，但成品酒 16,000 吨/年的总产能保持不变。由于包装生产线具有柔性特征，公司能够根据市场需求变化和产品研发情况，随时调整所需包装的青稞酒品项，因此生产能力难以在中高档青稞酒和普通青稞酒之间准确划分，只能根据预计的未来产品结构进行大致区分。

（3）产品销售方式和营销措施

优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目完成后，公司整体的普通青稞酒产量将逐步下降，中高档青稞酒产量稳步上升，在总产能不变的基础上实现结构调整。

2010 年公司普通青稞酒销量即达到 9,767 吨，募投项目达产后，公司普通青稞酒产量稳中有降，因此普通青稞酒市场前景乐观。2010 年公司中高档青稞酒销量 2,203 吨，募投项目达产后，中高档青稞酒产量将有较大幅度上升，公司拟通过下述措施实现产品销售：

①产品策略

针对市场需求差异，公司将进一步延升天佑德系列中高档青稞酒的产品线。目前已经针对青海省外市场开发出天佑德高原生态系列产品，突出青稞酒的高原特色、生态特色和民族特色。未来公司还将深入研究青稞的营养成分，根据不同品种青稞的营养价值差异，研发多款中高档青稞酒新品，突出青稞酒的健康、绿色、自然概念，带动中高档青稞酒销售。

②价格策略

公司在深入研究不同市场竞争格局和主流价格段的基础上，确定在青海省内市场实现中高档青稞酒所有价格段的全面覆盖，巩固公司在青海市场的优势地位；省外市场销售的中高档青稞酒将在 200 元-400 元、600 元-1000 元价格段进行密集配置，前一价格段侧重于实现中高档青稞酒销售规模的增长，后一价格段侧重于产品高端形象塑造和品牌影响力的提升。

③渠道策略

中高档青稞酒在省内市场的销售采用经销商和公司直营相结合的方式，通过酒店、商超、专卖店、团购等多种渠道实现对最终消费者的销售。其中团购渠道能够占据省内政务、商务高端市场；商超渠道有利于提高产品面市率，扩大消费者对产品的认知度；大中型酒店和中高档烟酒专卖店是实现中高档青稞酒销售的重要渠道，并且能够带动商超、团购等渠道的发展。上述销售渠道互利互补，最终实现中高档青稞酒的规模化销售。

中高档青稞酒在省外市场的销售采用以经销商为主、公司直营为辅的方式。公司利用青稞酒的品类优势和中高档青稞酒的价格空间，吸引具备优良基础的经销商作为区域性合作伙伴，利用经销商的网络和资金优势宣传、销售公司产品；同时在公司确定的重点省份开设分公司，加强市场管理、维护力度，通过拓展专卖店、团购等渠道，开展体验式营销，宣传和展示公司产品形象，培育中高端消费者对产品的美誉度、认知度和忠诚度，带动中高档青稞酒销售。

④销售区域

公司中高档青稞酒将在省内和省外市场共同消化，其中省内市场重在产品结构调整，利用青海省经济快速发展的契机，提高省内市场中高档青稞酒的销售占比，发展和巩固当地政务、商务、家庭中高端宴请首选酒的地位，同时通过当地旅游产业发展拉动中高端青稞酒销售；省外市场重点是在甘肃、西藏、新疆、宁夏、内蒙古、陕西、云南、山东以及河南等销售基础较好的区域加强销售网点覆盖密度，提高中高端青稞酒在当地市场的销售规模，同时关注其他省份的销售机会，实现中高端青稞酒广泛意义上的市场占有。

⑤品牌策略

公司未来将持续加大对“互助”、“天佑德”两大中国驰名商标的资源投入力度，依靠上述两大品牌的知名度和美誉度带动中高端青稞酒销售。“互助”品牌立足于产品结构提升，通过新产品开发和原有产品的升级换代，扩大中高端青稞酒产品占比，将原有的普通青稞酒消费群体发展为中高端青稞酒消费群体；“天佑德”品牌主攻高端青稞酒市场，通过中央电视台投放广告、全国性大型活动赞助或冠名、青稞酒高端品鉴会等多种宣传形式，提升该品牌在全国范围内的知名度和影响力，带动高端青稞酒的省外市场销售。

10、环境保护

（1）环境保护标准

包装车间产生的洗瓶水排放符合《污水综合排放标准》（GB8978/1996）中的二级标准；燃煤锅炉产生的工业废气排放符合《锅炉大气污染物排放标准》（GB13271-2001）二类区Ⅱ时段；厂界噪声监测符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）中的Ⅱ类标准；固体废物采取综合处理手段，实现资源回收利用。

（2）项目可能存在的环保问题及处理方案

本技改项目中的优质原酒陈化老熟基本不会产生环境污染，包装技改项目中产生的环保问题及处理方案如下：

①废水处理

包装车间产生的洗瓶水通过污水管网汇集到自备污水处理站，采用生物法为主、物化处理为辅的工艺手段，处理后的废水能够达到国家二级排放标准，废水处理过程中产生的沼气经专用管道通入锅炉后替代部分煤炭作为燃料使用，可节

约一部分燃煤。

②废气处理

公司燃煤锅炉产生的废气按照国家《锅炉烟尘排放标准》进行除尘和脱硫处理，确保排入大气中的烟尘、二氧化硫等指标达到或者低于国家排放标准，有效防止对空气环境的污染。

③固体废物处理

公司对固体废物实行资源性开发处理，玻璃渣和废纸箱等由专人负责回收进行再生利用，上述措施能够保证公司全部固体废物得到有效处理，并且产生较好的经济效益。

④厂界噪声处理

公司对生产车间实施封闭处理，主要机械设备进行减震处理，并且在夜间停止生产活动，经过上述措施处理后，厂界噪声能够符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）中的II类标准限值。

（3）环保部门的意见

青海省环境保护厅对本项目的环保情况出具批复意见，同意本项目建设。

11、项目选址

本技改项目在公司现有厂区内安排实施，具体情况如下

序号	项目内容	项目选址	取得方式	土地用途
1	优质青稞酒陈化老熟技改项目	现精加工1、2车间土地	出让	工业用地
2	青稞酒包装技改项目	现包装车间土地		
3	配套绿化和道路修整	公司厂区内		

12、项目的组织方式及实施进展情况

（1）组织方式

为保证项目的顺利完成，公司成立项目建设领导小组，负责重大问题的审议和决策；项目实行法人负责制、招投标制、监理制、合同制、财务管理制、项目奖惩制，使项目从建设到生产全部严格按照有关制度的要求和市场经济规律运作；项目建设资金采取“封闭”运营方式，同时聘用会计师事务所对项目建设的预决算和资金使用情况审查；基本建设实行招投标，遴选有资质的专业建筑公司承担项目的土建施工工程，并在项目实施过程中不断加强监督、检查，以确保项目按时、按质、按量完成。

（2）实施进展情况

截至本招股说明书签署日，本项目已完成可行性论证、项目备案、项目环评等前期工作，目前已开工建设。

13、项目经济效益分析

本项目实施后，项目主要经济效益财务指标如下：

项目	指标
财务内部收益率（所得税后）（%）	38.56
投资回收期（税后）（年）	5.89
年均销售收入（万元）	73,451
年均税后利润（万元）	20,564

（三）青稞酒研发及检测中心技改项目

1、项目实施背景

（1）白酒行业科技水平得到较大提升

白酒酿造在我国具有悠久的历史，但是生产工艺中的许多环节缺乏理论基础，酿酒技艺依靠口口相授来传承。新中国建立以来，白酒行业重视自身科技水平提升，将现代生物工程、化学工程、计算机科学、食品营养学等学科的研究成果应用到传统白酒生产工艺中；2007年白酒行业开始实施“中国白酒169计划”，围绕白酒产业共性的、关键的问题进行创新性研究，填补了我国白酒基础科学研究领域的多项空白；2009年白酒行业落实国务院轻工业调整和振兴规划精神，成立了酿酒产业技术创新战略联盟，建立以企业为主体，产学研结合，市场化、多元化投融资和促进成果转化的有效机制，成为国家技术创新体系的重要组成部分，酿酒行业前沿、共性、关键技术装备的研发基地，技术创新资源的集成与共享通道。上述举措有效带动我国白酒行业科技水平提升，为行业持续健康发展奠定了坚实的基础。

（2）食品安全问题受到广泛关注

奶制品行业的“三聚氰胺”事件爆发后，社会对食品安全问题的关注度不断提升，国家出台系列法律、法规和政策加强食品行业安全监管。食品安全事关人民群众身体健康和生命安全，白酒行业化危机为契机，不断完善白酒标准体系，健全食品安全检测检验体系，健全事故预防和应急处置机制，加快食品安全诚信体系建设，积极构建科学的食品安全体系。

2、项目建设的必要性

（1）研发实力是公司可持续发展的基础

研发实力是公司可持续发展的基础，随着居民消费理念的转变，酒类消费的健康化、高档化、时尚化已成为主流趋势。公司需要通过加大研发投入力度，挖掘青稞原料和青稞酒的营养价值成分，完善生产工艺流程和技术水平，不断开发高品质、个性化的青稞酒新品，提升产品结构，满足消费者的需求变化。

（2）检测水平是高品质青稞酒的重要保障

公司始终坚持食品安全和品质卓越两大原则，严格按照 ISO9001 质量管理体系要求，建立了覆盖青稞酒生产全过程的质量管理和品质监控体系，并且引进先进技术设备实现对成品青稞酒的色谱分析、原子吸收分析和理化指标常规检测。但是近年来白酒行业的标准建设进程加快，行业内勾兑调味、酒库管理、分析检测等领域的新技术不断出现，公司有必要进一步加大检测力量投入，提高检测精度和效率，解决不同批次间产品质量稳定性的问题，为高品质青稞酒提供检测技术保障。

3、项目投资概算

本项目计划总投资 4,403 万元，其中项目建设投资 4,383 万元，铺底流动资金 20.00 万元，具体构成情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资金额（万元）	占比
1	建筑工程费	1,604	36.43%
2	设备购置费	1,865	42.36%
3	安装工程费	223	5.06%
4	其他费用	691	15.69%
5	铺底流动资金	20	0.45%
合计		4,403	100.00%

4、青稞酒研发及检测中心的定位及主要任务

公司研发中心按照省级企业技术中心的要求进行建设，主要任务是开展青稞原料的营养成分分析、青稞大曲培育的微生物环境研究、青稞酒特有微量成分的分析、青稞酒传统酿造工艺改进和青稞酒新产品开发等工作，通过自主研发和技术合作，为公司未来可持续发展提供技术保障。

公司检测中心的主要任务是为青稞酒生产全过程的品质监控和质量检测提供技术支持，通过增加原料检验、生产过程动态监测、产品出厂检测等先进检验装备，并且配备高素质的专业检测人员，为青稞酒生产的每一道工序、每一件产品提供检测力量支持，最终为消费者提供健康、安全的高品质青稞酒。

5、青稞酒研发及检测中心的主要技术平台建设内容

为保证公司科学技术水平的先进性，进一步提高公司的质量管理水平，本项目拟建设以下六个主要技术平台：

（1）青稞原料研究平台

该平台重点开展青稞稀有品种的选育和研究，对传统青稞酒使用的原料黑老鸭、瓦蓝、肚里黄、白浪散等稀有青稞品种进行特殊成分的分析研究，剖析不同青稞品种与青稞酒风格形成的衍生关系和差异性，以此建立不同青稞品种的原料种植基地和青稞酒酿造原料配比特征数据库图谱，形成原料、原酒、产品三者之间的因果衔接，提高青稞酒产品品质 and 解决产品差异化问题。

（2）青稞大曲研究平台

该平台重点是对“白霜满天星曲”和“槐瓢曲”两种互助青稞酒大曲的微生物菌群以及青稞酒产地的微生物分布状态分析研究，建立青稞酒大曲独特的细菌、霉菌、酵母菌等微生物资源库，选育对形成青稞酒独特风格的特殊微生物菌系并应用于大曲的培养，通过在原酒酿造中的运用提升原酒的品质和优级出酒率。

（3）青稞酒成分研究平台

该平台重点是对青稞酒原酒中微量成分和骨架成分的含量及其量比关系的分析研究，分析出形成青稞酒风格的独特微量成分及量比关系，建立不同品质的青稞酒微量及骨架成分指纹图谱库和年份酒指纹图谱库，对研发新产品和品质控制、质量鉴别提供科学依据。

（4）酿造工艺研究平台

该平台重点实施大曲的品质提升、原酒优级品率的提升、调味酒的质量提升、原酒的陈化老熟、酒库信息管理系统的改进和微机勾兑系统的研究创新，以及产品生产工序的技术改进。

（5）新产品研究平台

该平台主要是根据市场需求变化，开展新产品酒体的设计和创新，重点进行

不同口味、不同档次产品的酒体差异化设计和产品色、香、味、风格的最佳配比和优化，从产品的香气的优雅度、口感柔顺谐调度、爽净度和风格的典型性方面创新研究，开发出适合不同区域、不同消费群体的产品。

（6）品质监控平台

该平台主要是学习研究国内外品质监控与质量检测领域的先进技术和方法，完善从原辅材料检测、包装材料验收、大曲培养、原酒陈化老熟、散酒勾兑品评、灌装生产以及产品售后服务等环节的产品质量动态监控体系，提高质量检测精度和效率，为青稞酒的高品质提供强大技术支撑。

6、拟重点研发的项目

序号	项目名称	所属平台
1	青稞稀有品种的选育和研究	青稞原料研究平台
2	青稞酒大曲微生物菌系分析研究	青稞大曲研究平台
3	青稞酒独特微量成分的分析研究	青稞酒成分研究平台
4	青稞酒技术创新	酿造工艺研究平台
5	酒体设计的研发和技术创新	新产品研究平台

7、建设方案

公司拟在厂区中央原职工食堂的地基上，建设一座五层框架结构的研发及检测中心大楼，项目占地面积896m²，建筑面积4,480m²；同时购置研发、分析、检测和实验设备，用于青稞原料分析研究、产品酒体设计、新品研发、技术工艺实验、酿酒微生物分离鉴定、青稞酒特征成分指纹图谱研究和品控、感官评定、清洁生产检测、原辅材料和包装物进货检测、中间制品检测、半成品酒检测和成品酒检测等。为实施新技术、新工艺、新产品等科技成果转化，公司拟建设1座占地面积2,700m²的青稞酒中试试验车间，并配备用于试验的窖池、甑锅、冷却器、航车等设备，为公司可持续发展提供有利支撑。

8、主要仪器设备

（1）研发试验设备

序号	名称	单位	数量	备注
1	发酵风味物质提取设备	套	1	山东汉博
2	破碎机	台	2	

3	筛选机	台	2	
4	清洗机	台	2	
5	混合机	台	2	
6	冷冻箱	台	3	青岛海尔
7	蒸煮锅	台	1	
8	蒸馏釜	台	2	
9	发酵罐	0.5m³	3	
10	萃取交换机	台	2	
11	培养箱	台	2	
12	干燥箱	台	2	
13	超净台	台	2	
14	陈酿老熟机	台	1	天津宝钜
15	硅藻土过滤机	台	2	湖南林海
16	膜过滤机	台	2	湖南林海
17	瞬时高温杀菌机	台	1	
18	500L 澄清调配罐	台	3	
19	灌装机	台	2	
20	水浴锅	台	3	
21	热水器	台	3	
22	高速离心机	台	2	
23	加热反应釜	台	2	
24	电子分析天平	台	2	塞利多斯
25	空气交换循环系统	套	1	
26	真空抽滤系统	套	1	
27	磁力搅拌机	台	2	陕西爱信
28	全二位气质联用仪	套	1	日本岛津
29	毛细管气相色谱仪	台	1	惠普公司
30	填充柱气相色谱仪	台	2	安捷伦
31	原子力显微镜	台	1	Asylum Research

32	全自动微生物鉴定仪	台	1	Biolog
33	感官评定系统	套	1	酿酒协会
34	分子结构分析仪	台	1	日本岛津
35	玻璃器皿、试剂及管道		若干	
36	样品柜及操作台		若干	
37	中试车间试验设备	窖池	个	180
		晾楂机	台	2
		航车	台	2
		冷却器	台	2
		甑锅	台	2
		运酒车	部	4
		酒笼	只	10

(2) 检测分析设备

序号	名称	单位	数量	备注
1	毛细管气相色谱仪	台	2	惠普公司
2	高效原子吸收仪	台	2	日本岛津
3	高效液相色谱仪	台	2	日本岛津
4	气质联用检测仪	台	1	日本岛津
5	纯水制备机	台	3	
6	傅里叶红外分光光度计	台	2	日本岛津
7	填充柱气相色谱仪	台	5	安捷伦
8	电子分析天平	台	4	塞利多斯
9	预处理消化缸	台	3	
10	原辅材料物检测设备	套	1	CEM
11	包装材料检验设备	套	2	CEM
12	糖化发酵剂检测设备	套	2	
13	旋转蒸发仪	台	4	上海予华
14	微波干燥箱	台	3	CEM
15	高速管式离心机	台	2	

16	多功能膜分离设备	台	2	
17	超声波清洗消毒机	台	3	CEM
18	空气交换循环系统	套	1	
19	干燥箱	台	4	
20	冷冻箱	台	3	青岛海尔
21	玻璃器皿及试剂		若干	
22	分析操作台		若干	
23	其它配套设施		若干	

9、项目环保

（1）环境保护标准

实验室和中试车间废水排放符合《污水综合排放标准》（GB8978/1996）中的二级标准；工业废气排放符合《锅炉大气污染物排放标准》（GB13271-2001）二类区Ⅱ时段；厂界噪声监测符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）中的Ⅱ类标准；固体废物采取综合处理手段，实现资源回收利用。

（2）项目可能存在的环保问题及处理方案

本项目生产活动主要为研发和中试，总体对环境影响微小。

本项目运营期间主要污染源及环保措施如下表所示：

污染源	防治措施
实验室、中试车间废水	废水引入公司内部污水处理站进行处理后达标排放。
工业废气	废气经除尘、脱硫等环保处理后达标排放。
设备噪声	对大型中试设备安装减震垫，并进行车间封闭运行。
中试废品	酒糟出售给当地养殖户作为饲料，酒液采用分子筛、活性炭等措施进行处理，检测合格后由精加工车间按档次分级贮存。

（3）环保部门的意见

青海省环境保护厅对本项目的环保情况出具批复意见，同意本项目建设。

10、项目的选址

本项目在公司现有厂区内进行，其中青稞酒研发及检测中心在公司原职工食堂的基础上建设，中试车间在南厂区现3号酿造车间南侧建设。本项目不新增建设用地，符合国家土地法律法规要求。

11、项目实施进度安排

本项目建设期为18个月，具体投资进度安排如下：

单位：万元

项目名称	资金类别	第一年	第二年	合计
青稞酒研发及检测中心技改项目	建设资金	1,827	2,556	4,383
	流动资金		20	20
合计		1,827	2,576	4,403

截至本招股说明书签署日，本项目已完成可行性论证、项目备案、项目环评等前期工作，目前已开工建设。

（四）青稞酒营销网络与物流配送建设项目

1、项目概况

该项目由公司根据项目资金需求预算情况，以募集资金6,986.60万元向全资子公司青稞酒销售增资，由该公司具体负责实施。项目在西宁建设西北营销指挥中心、在西藏、甘肃成立2家分公司、在西藏、甘肃、陕西、云南、山东、河南共建设8家直营专卖店和150家加盟专卖店，并为销售网点安排租赁库房和周转库存，扩大公司营销和物流网络的覆盖范围。

本项目总投资6,986.60万元，其中项目建设资金4,986.60万元，铺底流动资金2,000.00万元，具体投资进度安排如下表所示：

单位：万元

资金类别	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年	合计
建设资金	3,486.60	1,500.00	-	-	-	-	4,986.60
流动资金	-	-	440.00	890.00	440.00	230.00	2,000.00
合计	3,486.60	1,500.00	440.00	890.00	440.00	230.00	6,986.60

2、项目建设的必要性

（1）加大省外市场开拓的需要

经过多年的发展，公司在西北白酒市场取得了较高的市场地位，特别是在青海市场，公司凭借高品质、全系列的青稞酒产品和强大的市场营销网络在该区域内具有较高的市场占有率。但是随着公司战略定位的调整和生产经营规模的扩大，现有营销网络已经无法完全满足公司未来进一步发展的需要，迫切需要加强营销网络建设，增强青稞酒的市场覆盖范围，逐步从区域性名酒发展为全国性名

酒。

（2）缓解物流压力的需要

随着公司管理运营能力的提升和市场开拓力度的加大，青稞酒市场销售呈现快速增长态势，2008年-2010年分别实现主营业务收入24,154万元、42,642万元、59,609万元。目前公司自有物流配送能力的发展速度滞后于青稞酒市场销售规模的扩大，销售旺季时无法提供充足运力满足快速释放的市场需求，更无法满足公司未来销售区域拓展的需要。因此公司有必要加大自有物流配送能力建设，同时充分利用第三方物流公司的专业化和规模化优势，在短时间内解决制约公司销售规模扩大的瓶颈环节。

（3）增强市场竞争力的需要

白酒行业在扶优限劣产业调控政策的引导下，大型白酒企业凭借品牌影响力、规模经济优势、渠道控制力等综合优势，取得快速发展，行业集中度逐步提高。公司需要以产业结构调整为契机，加快营销网络布局，扩大公司在全国市场的影响力和占有率，利用青稞酒的品类优势逐步发展成全国性名酒。

（4）加强品牌建设的需要

公司历来重视品牌建设，公司拥有的“互助”、“天佑德”两大商标先后被国家工商行政管理总局商标局认定为中国驰名商标，是青海省唯一拥有两件中国驰名商标的企业。但是受制于公司销售的区域性，现有品牌的知名度和美誉度主要集中在西北市场，公司必须不断拓展营销渠道，加大市场营销力度，进行全国范围内的宣传推广，提高“互助”、“天佑德”两大品牌在全国市场的销售额，提升品牌价值和产品溢价能力。

3、项目主要建设内容

根据整体营销战略，公司拟在西宁成立西北营销指挥中心，负责青藏市场（青海、西藏）和周边板块市场（甘肃、宁夏、内蒙古、新疆）的运营和销售管理工作，建立青稞酒稳固的销售基地；甘肃、西藏两省区是公司近期首选的进攻战市场，陕西、河南、山东、云南等省为公司侧翼战市场，公司计划在上述两个进攻战市场设立销售分公司和直营专卖店，进一步带动当地和周边市场对青稞酒的品类认知度、产品美誉度，提升公司在上述市场的基础销售量，形成互助青稞酒的渠道壁垒；在侧翼战市场公司拟设立互助青稞酒直营专卖店及加盟专卖店，加大青稞酒在当地市场的品类认知和产品形象建立，扩大销售规模和市场影响力，为

公司全面进入上述区域奠定坚实基础。

项目建设的总体预算情况如下：

单位：万元

项目	西北营销指挥中心	甘肃、西藏分公司	四省专卖店	其他费用	合计
建设投资	1,520.00	1,097.20	2,018.40	351.00	4,986.60
流动资金	-	1,200.00	800.00	-	2,000.00
合计	1,520.00	2,297.20	2,818.40	351.00	6,986.60

（1）西北营销指挥中心项目

公司拟在现青稞酒销售的基础上设立西北营销指挥中心，加大根据地市场的管理力度，同时对周边板块市场的分公司进行营销管理以及跟进。中心人员由销售总经理、市场部、财务部、销售部、各级办事处、人力资源部等部门构成，负责青海市场以及周边板块市场的营销策划、销售服务和资金结算，以及西北区域市场的新产品开发、产销协调、物流配送等，同时指挥、管理甘肃销售分公司和西藏销售分公司业务运作。其核心作用是发展和稳固西北根据地市场，在青海省内及周边板块市场内占据领导地位。

（2）分公司项目

公司拟在甘肃省兰州市和西藏自治区拉萨市分别设立分公司以及直营专卖店，对周边重点的板块市场（甘肃市场和西藏市场）进行销售管理以及跟进。西藏销售分公司和甘肃销售分公司人员由业务经理、财务人员、企划人员、销售人员、直营专卖店人员构成，负责西藏自治区和甘肃省市场的产品销售和营销网络建设；分公司设立有财务结算、仓储和物流体系，可以快速的满足当地经销商和消费者对产品的需要。在市场运作上使用多产品密集销售，进入当地流通产品渠道，主攻当地主流白酒市场，争取做到当地领导品牌的产品地位。

（3）四省专卖店项目

公司拟在西安、郑州、济南、昆明各建立一家直营专卖店，并建立营销管理团队，重点开展对陕西省、河南省、山东省、云南省的经销商和加盟专卖店进行营销管理以及市场跟进。

西安、郑州、济南、昆明直营专卖店由销售经理、驻区业务员、企划人员、订单管理人员和直营专卖店人员构成，分别负责陕西省、河南省、山东省、云南省的加盟专卖店的开发和产品销售、品牌形象维护、产品订单追踪、物流配送监

管等；在市场运作上采取加盟专卖店捆绑团购的销售策略，专卖店建立产品形象，主要以团购来进行销售。业务人员主要负责在当地区域内发展合格的加盟专卖店，并指导各加盟专卖店进行产品形象展示和团购销售工作。直营专卖店设有订单及仓储物流管理人员，仓储物流配送是与全国物流公司合作，直接租用物流公司库房，加盟专卖店的订单和货款直接发至西北营销指挥中心，由西北营销指挥中心生成配送单至物流公司，并由物流公司将产品配送至加盟店，当地直营专卖店订单管理人员负责监督和追踪。目标是 21 个月内在上述四省设立加盟专卖店 150 家，从而形成目标市场较为完备的产品销售网络和物流配送能力覆盖。

上述四省的加盟专卖店的开设目标如下：

时间安排	山东	河南	陕西	云南
2011 年第二季度	7	5	4	6
2011 年第三季度	5	5	6	4
2011 年第四季度	7	6	6	5
2012 年第一季度	5	6	4	5
2012 年第二季度	5	5	6	6
2012 年第三季度	4	6	6	6
2012 年第四季度	5	5	5	5
合计	38	38	37	37

4、投资概算

本项目预计投资规模为 6,986.60 万元，其中固定资产投资 4,986.60 万元，铺底流动资金 2,000.00 万元，具体构成情况如下：

序号	项目名称	投资金额（万元）	占比
1	店面形象支持费	1,500.00	21.47%
2	办公场所租赁费	1,344.00	19.24%
3	店面装修费	850.00	12.17%
4	办公设备及商务用车	812.00	11.62%
5	物流库房租赁费	129.60	1.85%
6	其他费用	351.00	5.02%
7	铺底流动资金	2,000.00	28.63%
合计		6,986.60	100.00%

5、项目效益评价

青稞酒营销网络和物流配送建设项目的经济效益包括直接效益和间接效益，其中直接效益主要体现在营销网络扩张带来的青稞酒销售收入提升以及物流仓储基地建设带来的单位运输成本降低，间接效益主要体现在青稞酒品类认知度的提升和“互助”、“天佑德”两大品牌知名度、美誉度的提高。

（1）直接效益

本项目建成后，将进一步巩固公司在西北五省和西藏自治区的市场地位，有效提升公司营销体系的综合运营效率，同时加大山东、河南、云南等省区的青稞酒覆盖范围，为未来上述市场的深度开发奠定坚实基础。

本项目与优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目形成良好的协同效应，确保该项目释放的 9,000 吨青稞酒产能实现预期的经济效益，预计本项目与上述产品结构调整技改项目对接后，2015 年公司能够实现销售收入突破 15 亿元的目标。

本项目实施后能够增加公司可控终端数量，给公司提供不同市场的产品需求信息，进一步提高公司的市场研究能力，快速响应市场需求变化，开发出更能满足客户需求的新产品，提高青稞酒销售收入。

本项目建成所实现的物流配送能力，将大大缓解现有物流能力不足制约销售规模扩大的情况，进一步解决公司未来产能释放后的物流仓储压力，全面提升市场服务和营销的反应效率，及时解决各销售区域的物流配送服务问题，使配送更有灵活性和机动性，通过快速响应终端市场需求，扩大青稞酒的市场销售规模。

（2）间接效益

公司通过营销网络扩大，能够进一步提升现有“互助”、“天佑德”两大品牌在全国范围内的知名度和美誉度，增加品牌价值；同时公司能够通过品牌影响力和品牌拉力实现产品销售溢价，带动销售收入快速增长，最终形成销售规模扩大和品牌价值提升之间的良性互动关系。

6、项目实施进度安排

截至本招股说明书签署日，本项目已完成可行性论证、项目备案等前期工作，目前已开始实施。

三、募投项目固定资产投资合理性分析

（一）固定资产变化与收入变化的匹配分析

根据募集资金投资项目的可行性分析，本次募投项目中的优质青稞原酒酿造技改项目建成达产后，新增固定资产 12,228 万元，可年产优质青稞原酒 7,800 吨、优质调味酒 1,200 吨；陈化老熟和包装技改项目建成达产后，新增固定资产 11,900 万元，可年产青稞酒 9,000 吨；青稞酒研发及检测中心技改项目项目建成后，增加固定资产投资 4,112 万元，将提高公司生产工艺水平、提升公司产品档次及质量，从根本上提升公司核心竞争力；青稞酒营销网络与物流配送建设项目达产后，新增固定资产 812 万元，将提高公司营销和物流网络的覆盖范围，使公司生产的青稞酒逐步从区域性名酒发展为全国性名酒。

优质青稞原酒酿造技改项目达产后生产的优质青稞原酒和调味酒，属于公司生产过程中的在产品；青稞酒研发及检测中心技改项目是提升公司研发能力和检测水平，为公司未来可持续发展提供坚实基础，并不直接产生经济效益；青稞酒营销网络与物流配送建设项目主要服务于公司产品销售，本身并不直接产生经济效益。因此项目全部达产后的年销售收入按照优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目实现的年销售收入计算，即达产后实现年销售收入 80,100 万元。

项目名称	固定资产（万元）	销售收入（万元）	销售收入/固定资产
优质青稞原酒酿造技改项目	12,228		
优质青稞酒陈化老熟和包装技改项目	11,900		
青稞酒研发及检测中心技改项目	4,112		
青稞酒营销网络与物流配送建设项目	812		
合计	29,052	80,100	2.76
公司 2010 年情况（合并口径原值）	14,076	59,609	4.23

公司募投项目达产后实现销售收入与固定资产之比为 2.76，较现有水平 4.23 为低，其原因主要系：公司为了提高生产效率、实现自身产品档次及质量的提升，本次募投项目的建设过程中使用了大量较以往更好的材料，如优质青稞原酒酿造技改项目中使用大理石材质替代原有的砖质、水泥材质，对发酵窖池、楂场地面进行改造；使用不锈钢材质替代原有的水泥材质，对甑桶进行改造；此外，为保证研发水平的先进性及检测的精确性，青稞酒研发及检测中心技改项目

选用了较多高档次设备和进口设备，导致了投资额的上升。

（二）新增固定资产折旧对公司未来经营成果的影响

上述募集资金投资项目新增的固定资产投资总额为 29,052 万元，以公司现行固定资产折旧政策——直线法计算（即房屋建筑物按 40 年计提折旧；机器设备按 8 年计提折旧；其他固定资产按 5 年计提折旧），项目达产后新增固定资产年折旧 2,297 万元，若本次募集资金投资项目能够顺利投产并实现预定收益，上述新增折旧不会对公司盈利能力构成影响。

四、募集资金运用对财务状况及经营成果的影响

（一）对净资产和每股净资产的影响

本次募集资金到位后，公司净资产和每股净资产将大幅增加，公司规模和资金实力将得到快速提升，增强公司的抗风险能力和可持续发展能力。

（二）对资产负债率的影响

本次募集资金到位后，公司资产总额将大幅增加，资产负债率将有所降低，对优化公司财务结构起到积极作用，公司利用财务杠杆融资的能力将进一步提高。本次募集资金项目投入生产后，预计流动资金需求会相应增加，公司可能通过贷款来补充生产流动资金。

（三）对净资产收益率和每股收益的影响

由于募集资金不可能在短期内产生经济效益，因此发行后全面摊薄每股收益和净资产收益率的将有所下降。但是随着募集资金投资项目的达产和获利，公司净资产收益率和每股收益将得到有效提升。

（四）对盈利能力的影响

本次募集资金投资项目经过公司详细的市场调研和可行性研究，具有较高的市场前景；项目顺利实施后，对于公司的市场开拓、技术提升、生产能力、产品质量都有较大幅度的提高，从而进一步改善公司的产品结构，提高公司盈利能力。

（五）研发支出变化对未来经营成果的影响

1、募投项目收益可以消化研发支出增加

根据可行性研究报告，青稞酒研发及检测中心技改项目建成后每年产生的成本费用主要包括人员工资及福利费、员工培训及学术交流费、研发人员差旅费、研发设备维护费用以及其他费用。项目建成后，中心全年费用共需约 891 万元，其中：工资及福利费约 205 万元，员工培训及学术交流费约 38 万元，差旅费约 29 万元，设备维护费用约 63 万元，新增固定资产折旧 306 万元，其他费用包括实验所需试剂等耗材及水电汽等约 250 万元。

募投项目达产后，公司年均新增销售收入和新增净利润足以满足前述研发支出，公司未来经营业绩不会因研发支出增加产生重大不利影响。

2、研发及检测中心投资回报方案

青稞酒研发及检测中心技改项目主要目标是加强公司科学技术储备和产品质量动态监控能力，增强公司未来的可持续发展能力。该项目本身并不直接产生经济效益，其投资回报主要来源于研发新产品所带来的销售收入增长和生产工艺流程改造节约的生产成本，公司未来新增利润将按照一定比例提取后作为中心的收益，调动研发人员积极性，实现研发投入的持续增长。

研发中心的具体效益体现在以下几个方面：不断研发符合市场需求、高品质、低成本、具有市场竞争力的青稞酒新产品，获得更高市场占有率，得到丰厚回报；对生产和市场提供直接技术支持，促进成本控制能力的提升和销售收入的持续增长；进行原有产品的升级改造，保持产品新鲜度，获得较高的利润水平。研发成果如果能够实现产业化，将给企业带来可观的经济效益，研发中心也将通过科研成果转化取得较好的经济效益。

综上所述，公司研发支出增加不会对公司盈利造成重大不利影响，反而能够促进公司经营效率提高。

第十四节 股利分配政策

一、报告期股利分配政策

报告期，公司所采用的利润分配政策如下：

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。

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。

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。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股权比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东会违反前款规定，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。

公司持有的本公司股权不参与分配利润。

二、报告期实际股利分配情况

2009 年 12 月 25 日，根据青稞酒有限股东决定，公司分配现金股利 7,200 万元。

2010 年 12 月 24 日，根据 2010 年临时股东会决议，公司分配现金股利 2,400 万元。

前述股利均已实际派发。

三、发行后股利分配政策

根据公司2011年第二次临时股东大会决议通过的《公司章程》（草案），公司本次发行后，除保留发行前的股利分配政策条款外，还在股利分配政策中增加以下条款：

公司股东大会对利润分配方案做出决议后，公司董事会须在股东大会召开后

两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司可以采取现金或者股票等方式分配股利。在现金流满足公司正常经营、投资规划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百分之十。公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，可以进行中期现金分红。

四、本次发行完成前滚存利润的分配安排

根据公司 2011 年第二次临时股东大会决议：本次公开发行股票前实现的可供分配利润，由新老股东按发行后的股权比例共享。根据发行人会计师出具的审计报告，截至 2011 年 6 月 30 日，发行人未分配利润为 16,505 万元。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露及投资者服务

为保护投资者的合法权利，加强公司信息披露工作的管理，规范公司信息披露行为，根据有关法律法规的要求，公司制订了《信息披露管理制度》，并设立证券投资部作为公司信息披露和投资者关系管理的负责部门。部门负责人为公司董事会秘书王兆三先生，对外咨询电话为 0972-7316442，传真为 0972-7316442，电子信箱为 w333@vip.163.com。

二、重要合同

截至本招股说明书签署之日，公司正在履行和将要履行的交易金额超过 1,000 万元的重要合同有：

（一）重大销售合同

公司目前正在履行和将要履行的交易金额超过 1,000 万元的重要销售合同如下：

序号	经销商	合同金额（万元）	合同期限
1	西宁市城东玉军青稞酒经销部	6,800	2011.01.01-2011.12.31
2	西宁市城东永春青稞酒经营部	5,900	2011.01.01-2011.12.31
3	西宁市城中区玉宁食品经营部	4,200	2011.01.01-2011.12.31
4	格尔木市联翔商行	3,700	2011.01.01-2011.12.31
5	西宁市城北金周食品商行	3,400	2011.01.01-2011.12.31
6	西宁市城东金鑫酒业	3,000	2011.01.01-2011.12.31
7	民和三兄批发部	2,500	2011.01.01-2011.12.31
8	西宁市城东名扬白酒经销部	2,500	2011.01.01-2011.12.31
9	银海超市	2,000	2011.01.01-2011.12.31
10	威远镇顺通批发部	1,300	2011.01.01-2011.12.31
11	乐都永旺食品批发部	1,000	2011.01.01-2011.12.31

12	大通县蓝天酒业	1,000	2011.01.01-2011.12.31
13	湟源县聚源食品批发部	1,000	2011.01.01-2011.12.31
合计		38,300	-

（二）重大采购合同

公司目前正在履行和将要履行的交易金额预计超过 1,000 万元的重要采购合同如下：

序号	供应商	采购内容	合同期限
1	四川省隆昌县江龙玻璃工业有限公司	包装物	2011.2.5-2011.12.31
2	闻喜县华隆瓷业有限责任公司	包装物	2011.1.4-2011.12.31
3	无锡天立彩印包装有限公司	包装物	2011.2.20-2011.12.31
4	温州市天虹印业有限公司	包装物	2011.2.20-2011.12.31
5	无锡金都彩印有限公司	包装物	2011.2.20-2011.12.31
6	青海江南彩印包装有限公司	包装物	2011.2.20-2011.12.31
7	内蒙古河套酒业集团同泰玻璃制品有限责任公司	包装物	2011.1.4-2011.12.31
8	深圳市柏星龙创意包装股份有限公司	包装物	2011.2.20-2011.12.31
9	西安奴赛特制衣有限公司	包装物	2011.2.20-2011.12.31
10	景德镇市隆祥陶瓷有限公司	包装物	2010.10.26-2011.12.31

（三）银行借款及担保合同

1、2009 年 12 月 31 日，青稞酒有限与中国建设银行股份有限公司青海互助支行签订了编号为 2009LDZJ002 的《人民币资金借款合同》，借款金额 2,000 万元，用于原辅材料的采购和储备，借款期限自 2009 年 12 月 31 日至 2011 年 12 月 30 日止，浮动利率（即起息日基准利率上浮 10%），每十二个月根据利率调整当日的基准利率调整一次。

该笔借款由青稞酒有限提供最高额抵押担保。青稞酒有限与中国建设银行股份有限公司青海互助支行签订的《最高额抵押合同》有效期为 2009 年 9 月 29 日至 2011 年 12 月 30 日止，最高额抵押项下担保责任的最高限额为人民币 7,000 万元。

2、2010 年 7 月 1 日，青稞酒有限与国家开发银行股份有限公司签订了编号

为 6300151482010110160 的《人民币资金借款合同》，借款金额 3,000 万元，用于互助青稞酒传统酿造技艺非物质文化遗产保护及综合开发项目建设，分两次提取：金额 1,000 万元，借款期限自 2010 年 7 月 13 日起至 2016 年 7 月 12 日止；金额 2,000 万元，借款期限自 2010 年 11 月 23 日起至 2016 年 11 月 22 日止，浮动利率（合同生效日中国人民银行公布的五年期以上人民币贷款基准利率基础上上浮 10%），每年 6 月 21 日调整一次，调整后的借款利率为调整日中国人民银行公布的五年期以上人民币贷款基准利率基础上上浮 10%。

该笔借款由青稞酒销售、华能系统分别提供抵押担保，青稞酒销售、华能系统于 2010 年 7 月 1 日分别与国家开发银行股份有限公司签订了《国家开发银行股份有限公司人民币资金贷款抵押合同》。

同时，该笔借款由李银会先生、汪俊峰女士提供个人连带责任担保，李银会先生、汪俊峰女士与国家开发银行股份有限公司签订了《国家开发银行股份有限公司人民币资金贷款保证合同》。

（四）其他重要合同

2010 年 12 月 21 日，青稞酒销售与北京载诚天下广告有限公司签订《广告发布业务合同》，合同金额合计 3,000 万元，合同主要内容如下：

广告发布时间：2011 年 1 月 24 日起至 2011 年 12 月 31 日止；

广告发布媒体：CCTV-1、CCTV-2、CCTV-3、CCTV-4、CCTV-新闻；

广告内容：天佑德青稞酒系列产品。

三、发行人对外担保事项

截至本招股说明书签署之日，公司不存在对外担保事项。

四、发行人诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

五、发行人的控股股东或实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员没有涉及任何重大诉讼或仲裁事项。

六、发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况

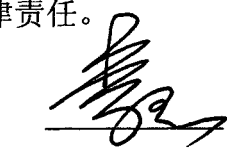
公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未涉及任何刑事诉讼事项。

第十六节 董事、监事、高级管理人员 及有关中介机构声明

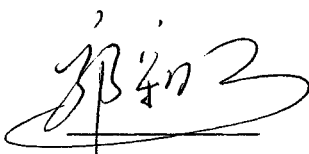
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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。

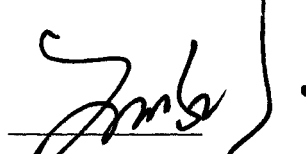
董事：



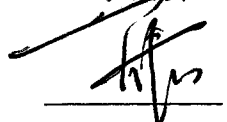
李银会



郭守明



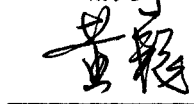
王鹏珍



王 君



王兆三

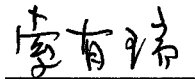


黄 巍

独立董事：



贾登勋

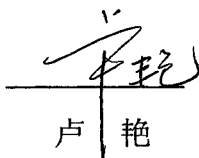


索有瑞

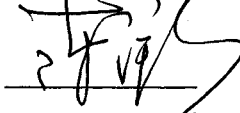


胡 凯

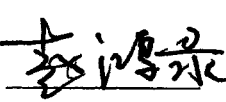
监事：



卢 艳

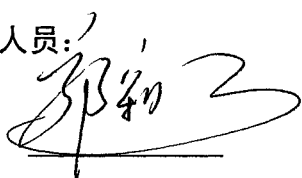


陈得钦

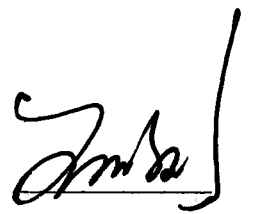


赵鸿录

高级管理人员：



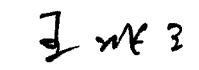
郭守明



王鹏珍



王 君



王兆三

青海互助青稞酒股份有限公司

2011年9月29日



二、保荐人（主承销商）声明

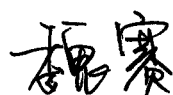
本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人：



杜思成

保荐代表人：



魏 赛



李艳西

公司法定代表人：



岳献春

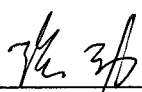
民生证券有限责任公司

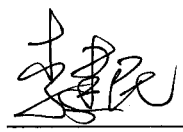
2011年 9月 29日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读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。本所及经办律师对公司在招股说明书中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。

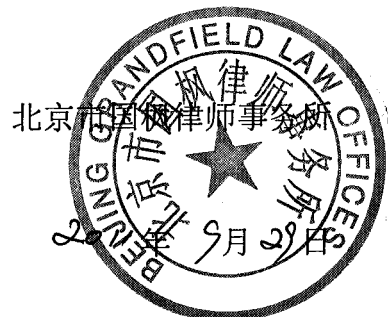
经办律师签名：


张 劼


李建民

律师事务所负责人：


张利国



四、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读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： 谢青
谢 青

丁亭亭
丁亭亭

会计师事务所负责人： 谢泽敏
谢泽敏



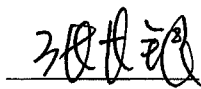
五、资产评估机构声明（一）

本机构及签字注册资产评估师已阅读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。

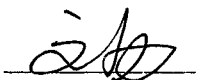
签字注册资产评估师：



郭承红



张长银



刘 力

资产评估机构负责人：



刘 力



六、资产评估机构声明（二）

本机构及签字注册资产评估师已阅读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：


王越



冯光灿

资产评估机构负责人：


黄世新



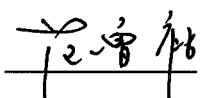
中国资产评估(北京)有限公司

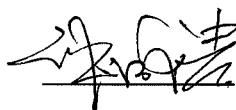
2011年9月29日

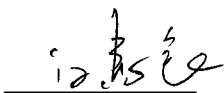
七、验资机构声明（一）

本机构及签字注册会计师已阅读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：

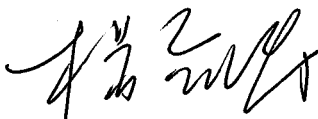

范增裕


仲成贵


白惠良


闫立社

验资机构负责人：


杨剑涛



注：2009年9月，北京五联方圆会计师事务所有限公司、万隆亚洲会计师事务所有限公司、中磊会计师事务所有限公司总部部分执业团队及部分分所经合并成立国富浩华会计师事务所有限公司，公司现任负责人为杨剑涛。

八、验资机构声明（二）

本机构及签字注册会计师已阅读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

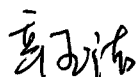
签字注册会计师：



谢 青

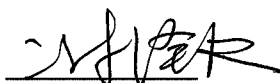


丁亭亭

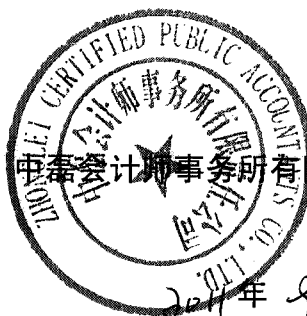


辛玉洁

验资机构负责人：



谢泽敏



中会会计师事务所有限公司

2017年9月29日

第十七节 备查文件

一、文件列表

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文书，该等文书也在深圳证券交易所指定网站 <http://www.cninfo.com.cn> 上披露，具体如下：

- （一）发行保荐书及发行保荐工作报告；
- （二）财务报表及审计报告；
- （三）内部控制鉴证报告；
- （四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （五）法律意见书及律师工作报告；
- （六）公司章程（草案）；
- （七）中国证监会核准本次发行的文件；
- （八）其他与本次发行有关的重要文件。

二、附件查阅地点、时间

（一）查阅时间

工作日上午 9：00-11：00，下午 2：30-4：30

（二）查阅地点

发行人：青海互助青稞酒股份有限公司

联系地址：互助县威远镇西大街 6 号

董事会秘书：王兆三

电话：0972-7316442 传真：0972-7316442

保荐人（主承销商）：民生证券有限责任公司

联系地址：北京市东城区建国门内大街 28 号民生金融中心 A 座 16-18 层

联系人：陈乾、潮康、林贇

电话：010-85127999 传真：010-85127940