

公司代码：603027

公司简称：千禾味业

千禾味业股份有限公司  
2018 年半年度报告摘要

## 一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 本半年度报告未经审计。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案  
无

## 二 公司基本情况

### 2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	千禾味业	603027	不适用
可转换公司债券	上海证券交易所	千禾转债	113511	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	吕科霖	王晓锋
电话	028-38568229	028-38568229
办公地址	四川省眉山市东坡区城南岷家渡	四川省眉山市东坡区城南岷家渡
电子信箱	irm@qianhefood.com	irm@qianhefood.com

### 2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	1,744,555,379.51	1,196,126,831.38	45.85
归属于上市公司股东的净资产	1,233,014,354.26	1,062,987,000.38	16.00
	本报告期(1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现	88,257,909.48	100,011,782.10	-11.75

现金流量净额			
营业收入	478,839,461.57	480,446,605.35	-0.33
归属于上市公司股东的净利润	135,481,407.23	75,349,858.65	79.80
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	59,664,708.58	70,893,802.16	-15.84
加权平均净资产收益率(%)	11.98	8.12	增加3.86个百分点
基本每股收益(元/股)	0.4156	0.2355	76.48
稀释每股收益(元/股)	0.4156	0.2355	76.48

### 2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)				19,330		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)						
前10名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量	
伍超群	境内自然人	43.53	141,893,116	141,893,116	质押	25,542,601
伍建勇	境内自然人	12.80	41,711,196	41,711,196	质押	21,610,000
北京宽街博华投资中心(有限合伙)	其他	4.32	14,090,548	0	无	
中国工商银行股份有限公司-富国天惠精选成长混合型证券投资基金(LOF)	其他	1.76	5,737,300	0	无	
伍学明	境内自然人	1.56	5,094,420	0	无	
全国社保基金一一四组合	其他	1.10	3,600,484	0	无	
潘华军	境内自然人	0.98	3,205,416	3,205,416	质押	1,390,000
全国社保基金四一四组合	其他	0.92	2,999,870	0	无	
中海信托股份有限公司-中海聚发-新股约定申购(3)资金信托	其他	0.89	2,909,702	0	无	
招商银行股份有限公司-兴全合宜灵活配置混合型	其他	0.86	2,800,000	0	无	

证券投资基金						
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司第一大股东伍超群是第二大股东伍建勇的叔叔，是第五大股东伍学明的弟弟，是第七大股东潘华军的妻弟。公司未知上述其他股东是否存在关联关系或一致行动关系。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无相关事项					

#### 2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

#### 2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

#### 2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

单位:元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	发行日	到期日	债券余额	利率(%)
千禾味业食品股份有限公司可转换公司债券	千禾转债	113511	2018年6月20日	2024年6月19日	356,000,000	0.30

反映发行人偿债能力的指标:

适用 不适用

主要指标	本报告期末	上年度末
资产负债率	29.32	11.13
	本报告期(1-6月)	上年同期
EBITDA 利息保障倍数	102.70	370.76

关于逾期债项的说明

适用 不适用

### 三 经营情况讨论与分析

#### 3.1 经营情况的讨论与分析

(一) 报告期内主要经营工作

##### 1、强化营销

报告期内，公司进一步确定了以用户体验为中心的体验式营销策略，不断巩固并提升品牌形象，持续提升现代渠道和传统渠道营销实力，同步强化电子商务，积极参与餐饮渠道竞争。

(1)、加强品牌建设。进一步塑造“高品质、健康、美味”的品牌形象，巩固消费者对“千禾”

品牌的认知和忠诚度。一是强化用户体验。大型商超中设置零添加专柜，全面展现千禾高品质形象，让消费者看到、听到、闻到、尝到、摸到的五官统合产生千禾产品真不错的认知。二是继续加强与高权威性、高影响力媒体的合作，优化空中媒体投放和地面广告覆盖；三是探索并尝试新媒体传播，多途径扩大品牌影响力。四是聘请专业品牌顾问对品牌定位再梳理、再塑造。

(2)、细分、优化销售渠道。为全面参与市场竞争，进一步促进产品销售，公司调整了营销中心组织架构，设置零售事业部、餐饮事业部、品牌部和综合服务部，精准营销。

零售渠道。夯实已开发市场，加强铺货和经销商资源配置，强化感官体验式营销，促进调味品业务收入稳步增长。西南市场：继续引导调味品消费升级，进一步扩大渗透率和覆盖率。西南以外的市场更加聚焦以一线、省会城市、主要二线市场为主的根据地市场的核心系统和核心门店，精准投放资源。

电商渠道。一是继续强化公司电商产品及服务优势，上半年公司天猫旗舰店稳居酱油类目旗舰店销量榜首，京东超市销售额快速增长。二是在新零售趋势下，打造“伍裡坊”互联网调味品品牌，自上而下梳理电商生态脉络，依据互联网特性，打造更具性价比的产品，主动迎接市场变化，拥抱新市场新环境。三是依据品牌调性创新思维，整合天猫和京东品牌方资源，淡季热推，开展网络造节（酱油节、周年庆，场景聚享，跨界CP）等活动，在互联网上创造性实现销售的同时增加传播性更扩大品牌影响力。

餐饮渠道。新增设餐饮事业部，从品牌、产品、包装、渠道等全方位规划、深度强化餐饮业务。

(3)、优化产品结构。一是在坚定以零添加产品为主导的基础上，同步拓展高鲜类产品，积极参与高鲜类市场竞争，满足多样的市场需求。二是结合消费者的使用习惯，丰富产品规格。

(4)、提升团队质量。报告期内，公司销售队伍进一步扩大，为保障销售队伍高效运转，为精耕全国市场打下基础。公司一是加强思想建设，强化销售人员对企业文化的融入和核心价值观的践行；二是加强能力建设，通过专业技能培训和过程管理，全面提升专业能力和员工素养；三是加强薪酬体系建设，强化绩效考核，激发价值创造活力。

## 2、增强技术储备

公司按照“生产一代、研发一代、储备一代”的总体思路，持续强化企业研发竞争力。一是引进高水平微生物专业技术人才，积极推动博士后进站工作，壮大研发人才队伍。二是积极推动科研项目，在资金和人才上给予充分支持。三是加强与高等院校和科研院所合作，促进以“企业为主体、市场为导向、产学研相结合”的技术创新体系建设。四是以市场需求为导向积极开发新产品，满足了广大消费者对调味品极致口味的需求。

## 3、强化创新能力

公司积极营造“人人思创新”的氛围，持续引导各级员工转变发展理念，增强企业自主创新的紧迫感和主动性，逐步提升自主创新能力。报告期，公司修订完善了《合理化建议管理制度》，生产、销售、研发、后勤员工积极踊跃提出合理化建议，上半年经评审通过的合理化建议逾 50 项，合理化建议的组织实施有效提高了生产效能、节约了生产成本。

## 4、促进资源整合

一是强化供应链管理，持续开发与共同成长战略合作伙伴作为长期供应商，保证原料供应、质量和成本的多重稳定。二是积极推动再融资项目，成功发行可转换公司债券，募集资金 3.56 亿元，确保“年产 25 万吨酿造酱油、食醋生产线扩建项目”建设资金需求。

## 5、坚持绿色生产

一是产品绿色健康，公司坚决高标准、严要求落实食品安全主体责任，不断创新和完善食品安全管理体系，巩固和提升“健康又美味”的产品优势，更好地满足了消费者对健康与美味的综合需求；二是生产绿色安全，公司持续加大环保投入和技术开发，加强环保数据监测、建立健全应急管理机制，强化员工对环保的认识和管理水平。报告期内，公司组织推动了绿色工厂项目申

报。

## （二）2018 年下半年经营举措

### 1、产品为王

（1）、调味品。一是进一步发挥研发优势，把产品做到极致无可替代，巩固产品“健康、美味、高品质”的竞争优势；二是以消费者为中心，将带有消费者个人属性的独特需求融入产品生产过程，强化产品研发与用户服务的针对性和精准度；三是结合数据化、信息化时代特征，创新创造契合当前新消费模式的产品。

（2）、焦糖色。一是持续提升酿造焦糖色技术水平，满足客户对着色效果的个性化需求，强化在酿造焦糖色领域的领先地位；二是加强在双倍、粉末焦糖色领域的技术和产品开发，力争取得更大突破。

### 2、强化营销

继续强化以用户为中心、以体验为核心的价值营销。

（1）、零售渠道。一是西南市场进一步引导调味品消费升级，全渠道再精耕；西南以外聚焦以一线、省会城市、主要二线市场为主的已开发核心市场的核心系统和核心门店，精准投放资源。二是强化零添加产品竞争优势的同时，全面参与高鲜类产品竞争。三是推广队伍再强化，增加专职推广员的同时强化专业技能培训和过程管理。四是创造性开展社区体验推广活动。

（2）、餐饮渠道。一是分地域分阶段推进市场布局，率先利用团队渠道资源开拓华北、华中、华南餐饮市场。二是以餐饮用户需求为导向，从产品口味、包装、规格等方面着手重新规划，全方位塑造适合餐饮渠道的产品。三是搭建餐饮渠道营销体系，积极开发餐饮经销商，对应配备餐饮营销团队，以拜访、产品测试、推广会等形式推进市场开拓。

（3）、电商渠道。一是进一步提升现有电商平台的运营质量，整合天猫和京东平台资源，扩大渠道销量；二是积极挖掘、尝试网络直播、网络造节等多样的创新营销活动；三是继续探索 O2O 新零售模式，把握新老零售模式切换、过渡的窗口期，与未来的新消费模式顺利接轨，汇聚并留住客户；四是强化电商渠道独有的品牌展示和传播功能，进一步提升消费者对千禾品牌的认知。

### 3、强化品质与产能保障

（1）、品质：一是保持内部常态化培训，牢固树立员工品质意识，高标准、严要求；二是在供应、生产、检测、仓储等方面持续推进自动化、信息化建设，逐步实现主要设备现场人机界面互动、设备与设备信息互通和多点信息集成、中央控制，最大限度实现设备自动化控制，提升公司工业化和信息化融合水平；三是强化 QA 与 QC 管理，持续引进、创新先进检测方法和设备，提升产品品质及稳定性。

（2）、产能：继续高效、高质量推进“年产 25 万吨酿造酱油、食醋生产线扩建项目”建设，力争项目一期工程于本年年底投入使用。

### 4、强化团队建设和执行力

一是强化团队素质建设，明确“忠诚干净、责任担当，敬业奋斗，自我激励”的人才培育方向；二是建立高质量人才录用标准和入职审核机制，从严审核入职条件，严格把关每一位入职者，确保人才质量。三是科学规范岗位、薪酬绩效体系，坚决优胜劣汰。

## 3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

## 3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用