

贵州茅台酒股份有限公司

2011 年年度报告摘要

§1 重要提示

1.1 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性负个别及连带责任。

本年度报告摘要摘自年度报告全文，报告全文同时刊载于 www.sse.com.cn。投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读年度报告全文。

1.2 公司全体董事出席董事会会议，其中，亲自出席的 9 人，授权委托其他董事出席的 2 人（独立董事林涛先生因健康原因、陈红女士因工作原因未能亲自出席会议，分别授权委托独立董事程文鼎先生、梁蓓女士代为出席并行使表决权）。

1.3 公司年度财务报告已经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计并被出具了标准无保留意见的审计报告。

1.4 公司董事长袁仁国先生、财务总监何英姿女士及财务部主任汪智明先生声明：保证年度报告中财务报告的真实、完整。

§ 2 公司基本情况

2.1 基本情况简介

股票简称	贵州茅台
股票代码	600519
上市交易所	上海证券交易所

2.2 联系人和联系方式

	董事会秘书	证券事务代表
姓名	樊宁屏	汪智明
联系地址	贵州省仁怀市茅台镇	贵州省仁怀市茅台镇
电话	0852-2386002	0852-2386002
传真	0852-2386005	0852-2386005
电子信箱	fnp@moutaichina.com	fnp@moutaichina.com

§ 3 会计数据和财务指标摘要

3.1 主要会计数据

单位：元 币种：人民币

主要会计数据	2011 年	2010 年	本年比上年增 减 (%)	2009 年
营业总收入	18,402,355,207.30	11,633,283,740.18	58.19	9,669,999,065.39
营业利润	12,336,164,425.08	7,160,906,229.50	72.27	6,075,520,510.72
利润总额	12,334,660,473.80	7,162,416,731.37	72.21	6,080,539,884.64
归属于上市公司股东的 净利润	8,763,145,910.23	5,051,194,218.26	73.49	4,312,446,124.73
归属于上市公司股东的 扣除非经常性损益的净 利润	8,764,693,473.02	5,050,226,243.98	73.55	4,308,114,570.85
经营活动产生的现金流 量净额	10,148,564,689.53	6,201,476,519.57	63.65	4,223,937,144.19
	2011 年末	2010 年末	本年末比上年 末增减 (%)	2009 年末
资产总额	34,900,868,975.41	25,587,579,940.69	36.40	19,769,623,147.72
负债总额	9,497,489,364.12	7,038,190,246.07	34.94	5,118,057,753.51
归属于上市公司股东 的所有者权益	24,991,179,971.03	18,398,774,060.80	35.83	14,465,982,842.81
总股本 (股)	1,038,180,000.00	943,800,000.00	10.00	943,800,000.00

3.2 主要财务指标

主要财务指标	2011 年	2010 年	本年比上年增减 (%)	2009 年
基本每股收益 (元 / 股)	8.44	4.87	73.49	4.15
稀释每股收益 (元 / 股)	8.44	4.87	73.49	4.15
扣除非经常性损益后的基本每 股收益 (元 / 股)	8.44	4.86	73.55	4.15
加权平均净资产收益率 (%)	40.39	30.91	增加 9.48 个百分点	33.55
扣除非经常性损益后的加权平 均净资产收益率 (%)	40.40	30.91	增加 9.49 个百分点	33.51
每股经营活动产生的现金流量 净额 (元 / 股)	9.78	6.57	48.86	4.48
主要财务指标	2011 年末	2010 年末	本年末比上年末增减 (%)	2009 年末
归属于上市公司股东的每股净 资产 (元 / 股)	24.07	19.49	23.50	15.33
资产负债率 (%)	27.21	27.51	减少 0.30 个百分点	25.89

注：公司 2009 年度、2010 年度基本每股收益、稀释每股收益、扣除非经常性损益后的基本每股收益均按照公司根据 2010 年度股东大会决议实施 2010 年度利润分配方案后的股本总数 103,818 万股重新计算。

2009 年度、2010 年度每股经营活动产生的现金流量净额及 2009 年末、2010 年末归属于上市公司股东的每股净资产按规定不需重新计算，如按照公司根据 2010 年度股东大会决议实施 2010 年度利润分配方案后的股本总数 103,818 万股重新计算，相关指标如下：

主要财务指标	2011 年	2010 年	本年比上年增减 (%)	2009 年
每股经营活动产生的现金流量净额 (元 / 股)	9.78	5.97	63.65	4.07
主要财务指标	2011 年末	2010 年末	本年末比上年末增减 (%)	2009 年末
归属于上市公司股东的每股净资产 (元 / 股)	24.07	17.72	35.83	13.93

3.3 非经常性损益项目

√适用 □不适用

单位：元 币种：人民币

非经常性损益项目	2011 年金额	2010 年金额	2009 年金额
非流动资产处置损益	888,534.94	-617,857.77	-227,122.97
计入当期损益的政府补助，但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	734,576.00	1,579,730.00	2,250,000.00
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回			1,744,325.53
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-3,127,062.22	548,629.64	2,996,496.89
少数股东权益影响额	-419,599.33	-164,902.12	-741,220.71
所得税影响额	375,987.82	-377,625.47	-1,690,924.86
合计	-1,547,562.79	967,974.28	4,331,553.88

§ 4 股东持股情况和控制框图

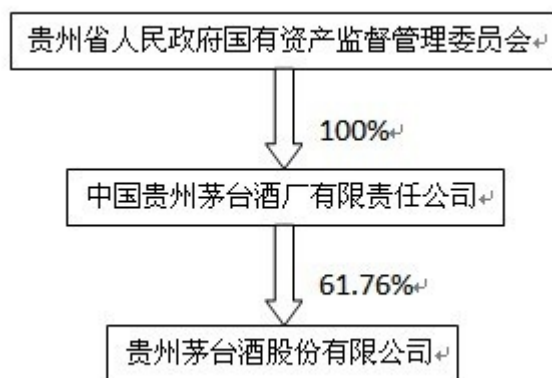
4.1 前 10 名股东、前 10 名无限售条件股东持股情况表

单位：股

2011 年末股东总数	45,694 户	本年度报告公布日前一个月末股东总数			40,079 户		
前十名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例 (%)	持股总数	报告期内 增减	持有有限 售条件股 份数量	质押或冻 结的股份 数量	
中国贵州茅台酒厂有限责任公司	国有法人	61.76	641,163,362	58,287,578		无	
贵州茅台酒厂集团技术开发公司	其他	2.92	30,356,695	1,547,487		无	
中国工商银行－广发聚丰股票型 证券投资基金	其他	0.92	9,500,000	-1,500,000		未知	
中国人寿保险股份有限公司－分 红－个人分红－005L－FH002 沪	其他	0.56	5,840,845	-4,110,124		未知	
中国银行－大成蓝筹稳健证券投 资基金	其他	0.43	4,500,000	-1,239,918		未知	
UBS AG	其他	0.43	4,477,913	1,420,200		未知	

中国工商银行－上证 50 交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.41	4,220,170	712,919		未知
交通银行－富国天益价值证券投资基金	其他	0.40	4,170,000	392,001		未知
中粮集团有限公司	其他	0.40	4,105,610	2,031,180		未知
中国建设银行－华夏优势增长股票型证券投资基金	其他	0.36	3,721,544			未知
前十名无限售条件股东持股情况						
股东名称				持有无限售条件股份的数量	股份种类及数量	
中国贵州茅台酒厂有限责任公司				641,163,362	人民币普通股	
贵州茅台酒厂集团技术开发公司				30,356,695	人民币普通股	
中国工商银行－广发聚丰股票型证券投资基金				9,500,000	人民币普通股	
中国人寿保险股份有限公司－分红－个人分红－005L－FH002 沪				5,840,845	人民币普通股	
中国银行－大成蓝筹稳健证券投资基金				4,500,000	人民币普通股	
UBS AG				4,477,913	人民币普通股	
中国工商银行－上证 50 交易型开放式指数证券投资基金				4,220,170	人民币普通股	
交通银行－富国天益价值证券投资基金				4,170,000	人民币普通股	
中粮集团有限公司				4,105,610	人民币普通股	
中国建设银行－华夏优势增长股票型证券投资基金				3,721,544	人民币普通股	
上述股东关联关系或一致行动的说明	在上述股东中，中国贵州茅台酒厂有限责任公司与贵州茅台酒厂集团技术开发公司之间存在关联关系，除此之外，本公司未知其它股东之间的关联关系、是否为一致行动人。					

4.2 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



§ 5 董事会报告

5.1 管理层讨论与分析概要

1、报告期内公司总体经营情况

2011 年，是公司“十二五”规划的开局之年，是茅台国营六十周年，也是公司积极应对国际国内经济形势复杂多变、保持又好又快发展的一年。这一年，公司董事会紧紧围绕战略目标，在全体股东和社会各界的关心支持下，深入贯彻落实科学发展观，严格按照《公司法》、

《证券法》等法律规定及《公司章程》赋予的职权，严格执行股东大会各项决议，带领管理层和全体员工，坚定信心，团结拼搏，抢抓机遇、乘势而上，进一步深化改革，强化管理，坚守质量，巩固市场，追求卓越，公司呈现出了"发展加速、效益显著、环境优化、后劲增强"的良好态势，实现了上市十年来的持续跨越式发展。

2011 年，公司共生产茅台酒及系列产品基酒 39,532.62 吨，同比增长 21.22%；实现营业收入 1,840,235.52 万元，同比增长 58.19%；营业利润 1,233,616.44 万元，同比增长 72.27%；实现净利润 876,314.59 万元，同比增长 73.49%。

2、经营中存在的问题与困难及解决方案

(1) 中国白酒市场，特别是高端产品市场竞争将更加激烈。

随着国内各大白酒企业纷纷推出高档白酒产品并加大推广力度，以及政策面对高档白酒的影响，高档白酒市场的竞争将可能会更加激烈。

针对当前的激烈竞争，我们将进一步坚定推动茅台继续保持跨越式发展的信心，坚持打造世界蒸馏酒第一品牌，坚持"崇本守道，坚守工艺，贮足陈酿，不卖新酒"的质量观，确保茅台酒卓越品质，确保食品卫生安全；坚持以市场和顾客为中心，深度践行"八个营销"，努力夯实市场基础，不断改进、创新市场营销工作，通过公司独特的营销手段来应对市场风险，稳步提升茅台酒及系列产品市场占有率。

(2) 假冒侵权现象依然存在。受高额利润的驱使，假冒侵权行为屡禁不止，且有向专业化、智能化、集团化的方向发展，影响了公司形象和产品形象。公司一方面将不断引进先进防伪技术，如通过建设茅台酒流通追溯体系，进一步提升系列产品的防伪功能；另一方面将进一步加强与工商等执法部门的联合打假力度，增加打假队伍力量，打造一流的国酒知识产权保护卫士队伍。

(3) 国酒酿造区及赤水河生态环境保护形势不容乐观。茅台镇至习酒厂的赤水河沿岸聚集有大小酒厂 500 多家，这些酒厂规模小、管理差、乱排放，赤水河流域生态环境发展趋势存在危机，生态环境面临巨大的压力和挑战。我们将进一步加大对厂区生态环境的绿化、监控和保护力度，保护好茅台酒酿造核心区域内的微生物环境，呼吁由地方政府牵头建立赤水河中上游流域生态保护控制区，建立西南三省（川、滇、黔）的赤水河生态环境保护对话机制，及时协调解决可能出现的各种污染苗头和事件。

(4) 茅台酒及系列产品所需原料的需求保障压力大。按公司“十二五”战略规划，公司对有机原料的需求将快速增长，加上仁怀及遵义地区其他酒业呈膨胀式发展也加大了对原料的需求量，使公司所需有机原料的需求保障压力增大。为此，我们将进一步拓展赤水河中上游沿岸有机原料基地的建设，保障公司发展所需有机原料的供应。

3、2012 年工作展望和计划

(1) 行业现状及发展趋势

近年来，白酒行业处于持续上升阶段，产销量、销售收入快速提升，行业盈利能力持续增强。2011 年，白酒行业产量突破 1,000 万千升，行业销售收入突破 3,000 亿元，利润等指标再创历史新高。许多白酒企业开始大规模扩产，很多省市都出现了由政府主导的白酒工业园区，从长远来看白酒产能会供大于求，白酒行业将会经历从竞争淘汰、整合规范到相对集中的过程。

(2) 未来发展的机遇、挑战及应对措施

当前，我们面临的发展机遇有：

1) 我国经济发展继续向好的基本面没有变，居民消费水平和可支配收入快速提高；

2) 贵州省委、省政府对公司的重视程度、支持力度前所未有，为公司加快发展提供了强大动力；

3) 白酒行业继续保持高景气发展态势，资源进一步向优势企业集中，酱香白酒的影响力、

竞争力、市场份额不断提升。

同时，我们面临的挑战主要有：

1)世界经济复苏的不确定性、不稳定性，可能对我国的经济发展产生不利影响；

2)国内经济增长下行压力和物价上涨压力并存；

3)白酒行业竞争将更加白热化。当前，我国白酒行业在产能规模、产品数量、品牌种类、生产厂家等方面，出现严重过剩、过多、过杂、过乱的现象，各类资本竞相进入白酒行业，行业泡沫风险加大，行业竞争更加激烈，从小企业到大企业，从地方政府主导的白酒产业园到区域化品牌全国性扩张，全国白酒进入了新一轮产能扩张期，加剧行业产能泡沫风险和竞争激烈程度，未来白酒市场在价格、品牌、渠道、消费群体、资本结构等方面将会有较大的变动，中国白酒行业可能会出现重新洗牌的格局。

4)影响白酒行业发展的政策性因素在增加。

5)各路资本“热炒”酱香酒，知名白酒企业纷纷加入到酱香白酒的生产销售，竞争越来越激烈。

公司的应对措施：公司将进一步进行体制和机制方面的改革，做强茅台酒，做足系列产品，巩固完善茅台酒销售网络，进一步开拓国际市场，扩大市场占有率。加快新产品开发，调整产品结构，加快“汉酱酒”的市场开拓和“仁酒”的市场导入工作，开拓系列产品营销网络和终端市场，建立立体的、多层次、多渠道，高端酒、中端酒、低端酒相对分离的新营销网络体系，逐步淡出带有“茅台”字样的系列产品品牌，提升茅台品牌的集中度；同时进一步加强终端网络渠道的建设，加大直销力度，加快自营店的建设进程，进一步增强终端影响力和控制力。

(3)公司未来发展战略及规划

公司将坚持“酿造高品位的生活”使命及“打造世界蒸馏酒第一品牌”的目标，致力于为消费者提供高品位的产品、服务和文化，为员工创造高品位人生，为股东提供丰厚的回报，努力成为各利益相关方最信赖的合作伙伴，奉行“大品牌有大担当”理念，塑造值得尊敬的企业公民形象。

未来 5—10 年，公司将坚持“质量兴企”、“环境立企”的战略规划，牢牢把握发展酱香酒这一主导产业地位不动摇，继续稳步提升高端，快速发展中端，保持高端白酒优势地位，进一步坚定茅台酒高品质、高品位、高品牌的路线。计划到 2015 年，茅台酒基酒产量达到 45,000 吨，系列产品产量达到 60,000 吨以上；在资源能力允许的条件下，迅速扩大中档和中高档酱香产品的市场占有率，不断提升酱香酒在全国白酒市场的比例，最终形成品牌占优、价格领先、销量抗衡的市场格局。

(4)2012 年度经营计划

1) 加大直销力度，加快自营店的建设进程；

2) 进一步推进企业信息化建设；

3) 加快系列产品“汉酱酒”的市场开拓和“仁酒”的市场导入工作；

4) 做好重点项目的建设。

(5)公司未来发展资金需求、使用计划及资金来源情况

“十二五”期间，根据公司发展战略规划及贵州省委、省政府的要求，公司将进一步加大对茅台酒和系列产品技改项目及配套设施、交通及环境保护等项目的建设。2012 年，公司计划实施的重点项目主要包括：建成投产 2,500 吨/年茅台酒生产能力及配套设施；建成投产新增 2,800 吨茅台王子酒制酒技改工程及配套设施；环山酒库项目、开工建设多功能会议中心、购置土地等 16 个项目，上述项目共计需要资金约 36 亿元，公司将采用自筹或其它方式来解决所需资金。

5.2 主营业务分行业、产品情况表

单位:元 币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
酒类	18,402,055,500.21	1,551,126,515.63	91.57	58.20	47.34	增加 0.62 个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
高度茅台酒	15,727,731,152.89	993,566,368.92	93.68	59.87	45.63	增加 0.62 个百分点
低度茅台酒	1,223,481,116.09	101,429,811.88	91.71	21.03	11.96	增加 0.67 个百分点
其他系列酒	1,450,843,231.23	456,130,334.83	68.56	85.19	62.96	增加 4.29 个百分点

§ 6 财务报告

6.1 本报告期无会计政策、会计估计的变更

6.2 本报告期无前期会计差错更正

§ 7 备查文件目录

7.1 载有公司董事长、财务总监、财务部主任签名并盖章的会计报表。

7.2 载有会计师事务所盖章、注册会计师签名并盖章的审计报告原件。

7.3 报告期内，本公司在《上海证券报》、《中国证券报》上公开披露过的公司文件正本及公告的原稿。

贵州茅台酒股份有限公司

董事长：袁仁国

2012 年 4 月 9 日