

贵州茅台酒股份有限公司招股说明书

发行股票类型：人民币普通股

发行数量：71,500,000 股

其中：新股发行 65,000,000 股 国有股存量发行 6,500,000 股

单位：人民币元

单位	面值	发行价格	发行费用	募集资金
每股	1.00	31.39	0.6772	30.7128
合计	71,500,000	2,244,385,000	48,422,200	2,195,962,800

发行方式：上网定价发行

发行日期：2001 年 7 月 31 日

拟上市地：上海证券交易所

主承销商：南方证券有限公司

【声明】

发行人董事会已批准本招股说明书及其摘要，全体董事承诺其中不存在虚假记载、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。

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的实质性判断或保证。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。

【特别风险提示】

本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的以下投资风险：

1、本公司主导产品使用的“贵州茅台”商标为控股股东所有，在产品销售上对

其存在依赖性，如果出现本公司产品不能使用该商标的情形，将对公司生产经营产生重大影响。

2、本公司目前在生产经营过程中需要购买控股股东的“老酒”，与控股股东之间存在较大的关联交易，并存在一定程度的依赖性，如果控股股东违反有关协议不向本公司供应“老酒”，或本公司关联交易内控措施不力，则可能对本公司的生产经营产生重要影响，并损害中小股东的利益，存在关联交易风险；

3、本公司控股股东目前持有本公司 90.81% 的股权，因此存在控股股东控制风险；

4、本公司主导产品贵州茅台酒的组合商标中因历史原因导致长期使用“飞天”商标，“飞天”商标权属贵州省粮油进出口公司。目前本公司在主导产品中使用“飞天”商标的数量仍然占有相当比例，为此本公司与贵州省粮油进出口公司签订了许可使用“飞天”商标协议，但如果该协议被终止或其他原因导致本公司在“贵州茅台酒”的组合商标中不能使用“飞天”商标，则可能对本公司产品销售产生一定影响。

【特别提示】

按照财政部财会[2001]17 号文的要求，本公司对固定资产、在建工程进行了全面检查，同时公司 2000 年末帐面无无形资产、委托贷款，也未发生债务重组、非货币性交易事项。按公司目前资产状况，没有迹象表明执行财政部财会[2001]17 号文会对公司财务状况、经营结果、财务指标等造成重大影响。

招股说明书签署日期：2001 年 7 月 24 日

目 录

释义	8
第一章 概览	9
一、发行人概况.....	9
二、股东简介.....	10
三、发行人主要财务数据	11
四、本次发行情况	12
五、募集资金的运用	12
第二章 本次发行概况	14
一、本次发行的基本情况	14
二、本次国有股出售情况	15
三、本次发售新股的有关当事人	16
四、预计时间表	21
第三章 风险因素	22
一、对“贵州茅台”商标依赖性的风险	22
二、关联交易风险	23
三、控股股东控制的风险	23
四、对“飞天”商标依赖性的风险	24
五、产品结构相对单一风险	24
六、假冒侵权产品的危害	25
七、人力资源的风险	25
八、原料供应及价格风险	26
九、品牌风险	26
十、募集资金投向风险	26
十一、对主要客户依赖的风险	27
十二、自然生态环境风险	27
十三、经济周期的风险	28
十四、安全风险	28
十五、洪水灾害风险	28
十六、产业政策风险	29
十七、净资产收益率下降引致的风险	29
十八、股市风险	29
第四章 发行人基本情况	31
一、发行人的基本资料	31
（一）发行人概况	31
（二）历次沿革及经历的改制重组情况	31

(三) 历次验资、评估及与公司生产经营有关的资产权属情况	32
(四) 员工及其社会保障情况	34
(五) 公司的独立运营情况	36
二、主要股东的基本情况	37
(一) 控股股东与其他主要股东的情况	37
(二) 本公司股东承诺	41
(三) 本次发行前后本公司股本结构	42
三、公司的内部组织结构	43
(一) 公司的权益投资情况	43
(二) 控股子公司简介	44
(三) 本公司的内部组织结构	45
第五章 业务与技术	47
一、白酒行业有关情况	47
(一) 白酒行业基本情况	47
(二) 影响白酒行业发展的有利与不利因素	48
(三) 公司面临的主要竞争状况	49
二、发行人的业务范围及主营业务	50
(一) 主要业务构成	50
(二) 主要产品生产能力及销售情况	51
(三) 主要产品的工艺流程	51
(四) 关键生产设备情况	54
(五) 主要原材料和自然资源的耗用情况	55
(六) 环保情况	56
(七) 安全生产措施	56
三、主要固定资产与无形资产	57
(一) 主要固定资产情况	57
(二) 主要无形资产	58
四、产品质量控制	58
五、主要客户及供应商	61
六、发行人的核心技术	62
七、研究开发与技术创新情况	62
第六章 同业竞争与关联交易情况	63
一、关于同业竞争	63
二、关联方及关联关系	63
三、关联交易	64
(一) 发生的主要关联交易	64

(二) 本次募股资金运用涉及的关联交易	66
四、避免同业竞争和规范关联交易的制度安排	67
(一) 股东与关联企业的承诺	67
(二) 公司章程对规范关联交易的安排	67
(三) 保护中小股东利益的其他安排	68
五、发行人律师与主承销商的意见	70
第七章 董事、监事、高级管理人员、核心技术人员	72
一、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员简介	72
(一) 董事.....	72
(二) 监事.....	74
(三) 高级管理人员.....	75
(四) 技术负责人和核心技术人员.....	75
二、公司管理层及核心技术人员与发行人之间的关系	76
第八章 公司治理结构	77
一、关于公司股东、股东大会	77
二、关于公司董事会	78
三、关于公司监事会	79
四、高级管理人员的选择、考评、激励和约束机制	80
五、核心管理层和技术人员的变动	81
六、管理层、核心技术人员履行诚信义务的限制性规定	81
七、对外投资等重大投资决策的程序和规则	83
八、公司管理层对内部控制制度的自我评估意见	83
九、发行人会计师与律师对公司内部控制制度的意见	84
第九章 财务会计信息	85
一、会计报表编制基准及注册会计师意见	85
二、合并会计报表范围及变化情况	85
三、简要会计报表	86
四、经营业绩	89
五、资产	90
六、负债	92
七、股东权益	93
八、现金流量	93
九、盈利预测	94
十、资产评估	95
十一、验资情况	96
十二、财务指标	96

十三、公司管理层的财务分析	97
第十章 业务发展目标	100
一、公司发展战略与规划	100
(一) 发展战略	100
(二) 发展目标	100
(三) 市场开发与营销网络建设计划	100
(四) 人员扩充计划	101
(五) 技术开发与创新计划	101
(六) 再融资计划	102
(七) 资产扩张计划	102
(八) 深化改革和调整组织结构的规划	102
(九) 企业文化开发计划	102
(十) 国际化经营的规划	103
二、拟定上述战略与规划的假定条件.....	103
三、公司实现上述目标与战略将面临的主要困难.....	103
四、本次发行股票的作用.....	103
第十一章 募股资金运用.....	105
一、预计本次发行募股资金总量.....	105
二、董事会对本次募股资金投资项目的意见.....	105
三、募股资金项目简介及资金使用计划.....	105
(一) 募股资金投资项目简表.....	105
(二) 募股资金的使用计划.....	106
四、募股资金投资项目的简要可行性分析及立项审批情况.....	107
(一)茅台酒技改及扩建工程项目	108
(二)中低度茅台酒扩建工程.....	110
(三) 2200吨制曲改扩建工程	110
(四) 包装生产线技改工程.....	111
(五) 技术支持体系技改项目.....	113
(六) 仓储设施技改项目.....	114
(七) 1000吨茅台不老酒技改项目	116
(八) 茅台酒及其系列酒扩建配套工程项目.....	117
(九) 企业信息管理系统技改项目.....	119
(十) 营销网络建设项目.....	119
(十一) 酱香型白酒酒糟综合利用项目.....	120
(十二) 投资上海复旦天臣新技术有限公司.....	120
(十三) 投资组建茅台无锡生物技术开发中心.....	123

(十四) 彩印包装和瓦楞纸箱项目.....	124
(十五) 收购习酒公司酱香型酒生产经营性资产及配套技改工程.....	126
(十六) 收购集团公司老酒.....	128
第十二章 发行定价及股利分配政策.....	130
一、发行定价方案.....	130
(一) 发行定价考虑的因素.....	130
(二) 估值方法和结果.....	132
(三) 发行价格的确定.....	136
二、公司股利分配的一般政策.....	136
三、历年股利分配情况.....	137
四、利润共享安排.....	137
五、本次股票发行后，第一个盈利年度派发股利的计划.....	137
第十三章 其他重要事项.....	138
一、信息披露的制度及为投资者服务的计划.....	138
(一) 责任机构与相关人员.....	138
(二) 股东大会信息披露的规定.....	138
(三) 董事会会议信息披露的规定.....	139
(四) 监事会会议信息披露的规定.....	139
(五) 报告的披露.....	139
(六) 公司的通知、公告.....	139
(七) 其他事项.....	140
二、重要合同.....	141
三、重大诉讼或仲裁事项.....	144
第十四章 发行人及各中介机构声明.....	146
第十五章 附录.....	152
附录一：已审会计报表	
附录二：盈利预测报告	
第十六章 备查文件	153

释 义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语具有如下涵义：

本招股书	指本招股说明书
发行人、本公司、公司或股份公司	指贵州茅台酒股份有限公司
主发起人、集团公司	指中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司（现已更名为中国贵州茅台酒厂有限责任公司）
销售公司	指贵州茅台酒销售有限公司
进出口公司	指贵州茅台酒厂进出口公司
公司章程	指本公司的公司章程
董事会、股东大会、监事会	指本公司的董事会、股东大会、监事会
证监会	指中国证券监督管理委员会
交易所	指上海证券交易所
主承销商	指南方证券有限公司
上市推荐人	指南方证券有限公司 北京证券有限责任公司
茅台酒	指贵州茅台酒
贵州、省	指贵州省
仁怀	指贵州省仁怀市
元	指人民币元

致投资者

对本招股说明书有任何疑问，请咨询本次发行主承销商及发行人。投资者应依据本招股说明书所载资料作出投资决定。本公司并未授权任何人士向任何投资者提供与本招股书所载不同的资料。任何未经本公司及主承销商授权刊载的资料或声明均不应成为投资者依赖的资料。本招股说明书的摘要同时刊登于《中国证券报》、《上海证券报》和《证券时报》。

第一章 概览

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

一、发行人概况

1、发行人名称：贵州茅台酒股份有限公司

Kweichow moutai Co.,Ltd.

2、发行人成立日期：1999年11月20日

3、注册地址：贵州省仁怀市茅台镇

4、法定代表人：袁仁国

5、注册资金：壹亿捌仟伍佰万元。

6、经营范围：茅台酒系列产品的生产与销售；饮料、食品、包装材料的生产与销售；防伪技术开发；信息产业相关产品的研制、开发。目前股份公司的主营业务为茅台酒系列产品的生产与销售。

贵州茅台酒股份有限公司经贵州省人民政府黔府函[1999]291号“省人民政府关于同意设立贵州茅台酒股份有限公司的批复”文件的批准，于1999年11月20日，由中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司（现更名为中国贵州茅台酒厂有限责任公司，以下简称集团公司）作为主发起人，并联合中国贵州茅台酒厂（集团）技术开发公司（现更名为贵州茅台酒厂技术开发公司，以下简称技术开发公司）、贵州省轻纺集体工业联社、深圳清华大学研究院、中国食品发酵工业研究所、北京市糖业烟酒公司、江苏省糖烟酒总公司、上

海捷强烟草糖酒（集团）有限公司共同发起设立。

公司是驰名中外“贵州茅台酒”的唯一生产企业和国家 512 户重点企业之一，是我国酱香型白酒的鼻祖和典型代表。“贵州茅台酒”以其酱香突出、幽雅细腻、酒体丰满醇厚、回味悠长、空杯留香持久的完美风格而闻名于世，产品供不应求。

公司还拟在稳步发展主业的同时，适度地多元化，培育新的利润增长点。截至 2000 年年底，股份公司拥有总资产 126,886 万元，净资产 44,397 万元，实现销售收入 111,400 万元，利润总额 44,603 万元，净利润 25,110 万元。

二、股东简介

1、中国贵州茅台酒厂有限责任公司

注册资本：53,000 万元

法定代表人：季克良

经营范围：酒类系列产品的生产与销售、包装材料、饮料的生产与销售；餐饮；住宿；旅游；运输服务。拥有本公司 90.81% 的股份。

2、贵州茅台酒厂技术开发公司

注册资本：1,564 万元

法定代表人：胡本均

经营范围：浓香型白酒的制造与销售、低度浓香型白酒系列产品研制与开发、新型饮料等。拥有本公司 5.41% 的股份。

3、贵州省轻纺集体工业联社

注册资本：350 万元

法定代表人：邱栋臣

经营范围：百货、五金、家电、农副产品等的批零兼营。拥有本公司 0.81% 的股份。

4、深圳清华大学研究院

注册资本：6,000 万元

法定代表人：郭荣俊

经营范围：高新技术成果的开发与转化等应用性研究；协助企业技术改造，参与重大项目评估；培训高层次科技管理人才。拥有本公司 0.81% 的股份。

5、中国食品发酵工业研究所

注册资本：350 万元

法定代表人：孙颀

经营范围：技术转让、技术服务、技术开发、技术咨询、产品质量监督检验、酶制剂、膨化食品技术开发服务等。拥有本公司 0.54% 的股份。

6、北京市糖业烟酒公司

注册资本：7,790 万元

法定代表人：白文祥

经营范围：销售糖酒、饮料、副食品、百货等；制造白酒、包装托运、糖加工等。拥有本公司 0.54% 的股份。

7、江苏省糖烟酒总公司

注册资本：6,402 万元

法定代表人：陈国锁

经营范围：销售糖、烟、酒及其它食品、百货、日用杂品、五金、交电、化工、仓储等。拥有本公司 0.54% 的股份。

8、上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司

注册资本：13,700 万元

法定代表人：董浩林

经营范围：销售烟草制品、酒、南北货、水果、水产品、日用杂品、日用化学品、化妆品、百货、五金交电、化工产品等。拥有本公司 0.54% 的股份。

三、发行人主要财务数据

根据天一会计师事务所有限责任公司（原贵州黔元会计师事务所）出具的审计报告，本公司主要会计资料如下：

1、资产负债表主要数据

单位：万元

项 目	2000.12.31	1999.12.31	1998.12.31
资产总计	126,885.62	91,505.70	74,184.90
负债合计	82,353.19	62,969.51	50,775.75
流动负债	82,353.19	62,969.51	44,739.75
长期负债			6,036.00
股东权益	44,396.54	28,536.19	23,409.15

2、利润表主要数据

单位：万元

项 目	2000.12.31	1999.12.31	1998.12.31
主营业务收入	111,400.08	89,085.82	62,818.44
主营业务利润	71,909.92	58,885.73	43,238.45
利润总额	44,603.13	35,359.26	21,896.57
净利润	25,110.36	21,569.01	14,689.14

四、本次发行情况

- 1、股票种类： 人民币普通股（A股）
- 2、发行数量： 71,500,000股
- 3、每股面值： 1.00元
- 4、每股发行价： 31.39元
- 5、发行总市值： 224,438万元

五、募集资金的运用

本公司预计此次发行扣除国有股存量发行收入后实际筹集资金为199,553万元，将用于（1）茅台酒技改及扩建工程项目（包括1000吨茅台酒技改项目、老区茅台酒改扩建工程、700吨茅台酒扩建工程）；（2）中低度茅台酒扩建工程；（3）2200吨制曲改扩建工程；（4）包装生产线技改工程（包括第一、第二包装生产线技改项目）；（5）技术支持体系技改项目（包括技术中心技改工程、酒体设计中心及检测中心建设项目）；（6）仓储设施技改项目（包括15—80年茅台酒贮存技改项目、上下酒库改扩建工程、年份酒贮存技改工程、原料仓库技改项目）；（7）1000吨茅台不老酒技改项目；（8）茅台酒及其系列酒扩建配套工程项目（包括供热系统、供水系统、输配电系统、综合维修中心

技改项目);(9) 企业信息管理系统技改项目;(10) 营销网络建设项目;(11) 酱香型白酒酒糟综合利用项目;(12) 投资上海复旦天臣新技术有限公司;(13) 投资组建茅台无锡生物技术开发中心;(14) 彩印包装和瓦楞纸箱项目(包括彩印包装生产线和瓦楞纸箱生产线工程);(15) 收购习酒公司酱香型酒生产经营性净资产及配套技改工程;(16) 收购集团公司老酒。

第二章 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类：人民币普通股（A股）

每股面值：1.00元

发行股数：7,150万股，占发行后总股本的28.6%

其中：增量发行6,500万股；存量发行650万股

每股发行价格：31.39元

发行市盈率：(1) 20.30倍（按加权平均法计算）；(2) 23.93倍（按全面摊薄法计算）

盈利预测：2001年度预测净利润为人民币32,791.70万元

每股净利润（按2001年度预测的净利润计算）：(1) 1.546元/股（按加权平均法计算）；(2) 1.312元/股（按全面摊薄法计算）

发行前后每股净资产：(1) 发行前每股净资产为2.40元（按2000年12月31日经审计的数据计算）；(2) 发行后每股净资产为9.76元（按发行价31.39元计算，扣除发行费用和国有股存量发行收入）

发行方式：上网定价

发行对象：法律规定的可以从事股票投资的合格投资者

承销方式：余额包销

本次发行预计实收募股资金：人民币199,602.8万元（扣除国有股存量发行收入）

发行费用概算：

承销费用：	3,703.2万元
审计费用：	128万元
律师费用：	105万元
评估费用：	96万元
上网发行手续费：	785.5万元
股份登记费用：	21.5万元
审核费：	3万元

发行费用合计：

4,842.2 万元

二、本次国有股出售情况

根据国务院发布的《减持国有股筹集社会保障资金管理暂行办法》，并经财政部司局便函“关于贵州茅台酒股份有限公司国有股存量发行有关问题的函”财企便函[2001]56号文批复，公司本次新股发行中，国有控股股东中国贵州茅台酒厂有限责任公司及其它国有法人股东共计出售相当于融资额 10% 的国有股。

1、国有股东持股情况

目前公司股东中，持有国有股的情况如下表所示：

名称	持股（万股）	持股比例	持股性质
中国贵州茅台酒厂有限责任公司	16,800	90.81%	国有法人股
贵州茅台酒厂技术开发公司	1,000	5.41%	国有法人股
深圳清华大学研究院	150	0.81%	国有法人股
中国食品发酵工业研究所	100	0.54%	国有法人股
北京市糖业烟酒公司	100	0.54%	国有法人股
江苏省糖烟酒总公司	100	0.54%	国有法人股
上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司	100	0.54%	国有法人股

2、拟存量发行的国有股数量

公司本次拟发行社会公众股 6500 万股，根据国务院发布的减持办法，本公司拟减持国有股 650 万股。公司各国有股东拟出让的股份数量如下表所示：

股东单位	股权性质	减持数量（股）
中国贵州茅台酒厂有限责任公司	国有法人股	6,293,948
深圳清华大学研究院	国有法人股	56,196
中国食品发酵工业研究所	国有法人股	37,464
北京市糖业烟酒公司	国有法人股	37,464
江苏省糖烟酒总公司	国有法人股	37,464
上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司	国有法人股	37,464

合计		6,500,000
----	--	-----------

注：贵州茅台酒厂技术开发公司的股权结构中，国有股比例为 21%，详细情况请参见招股说明书第四章之“二、主要股东的基本情况”。按财政部财企便函[2001]56 号文批复该公司本次不减持国有股。

3、发行方式及定价

本次国有股存量发行方式及定价与首次公开发行 6500 万股社会公众股完全一致。

4、收入的上缴

(1) 国有股存量发行收入的测算

以公司本次首次发行 A 股融资额的 10% 计，本次国有股存量发行预计收入为 20403.50 万元。

(2) 国有股存量发行费用的测算

承销费用：按筹资额的 1.65% 计算，预计为 336.66 万元

上网发行费：71.41 万元

股份登记费：1.95 万元

合计：410.02 万元

(3) 收入的上缴方式

南方证券有限公司在取得国有股存量发行收入 2 个工作日内按规定扣除发行费用后，使用一般缴款书采取就地缴库方式上缴中央国库。

5、出售国有股份的上市流通

本次出售的 650 万股国有股与首次公开发行的 6500 万股社会公众股同时上市流通。

三、本次发售新股的有关当事人

发行人：贵州茅台酒股份有限公司

法定代表人：袁仁国

注册地址：贵州省仁怀市茅台镇

联系电话：(0852) 2386002 2386239

传 真： (0852) 2386005 2386190

联 系 人： 樊宁屏、赵富良

主承销商： 南方证券有限公司

法定代表人： 沈沛

注册地址： 深圳市嘉宾路 4028 号太平洋商贸大厦 20-28 层

联系电话： (0755) 2138230 2138348

传 真： (0755) 2138227

联 系 人： 陈正旭、周凌云

副主承销商： 华西证券有限责任公司

法定代表人： 司沛文

注册地址： 成都市陕西街 239 号

联系电话： (028) 6158782

传 真： (028) 6148147

联 系 人： 柴亚军

副主承销商： 大连证券有限责任公司

法定代表人： 石雪

注册地址： 大连市中山区人民路 29 号

联系电话： (0755) 3222099

传 真： (0755) 3215816

联 系 人： 周建华

副主承销商： 万通证券有限责任公司

法定代表人： 刘孔青

注册地址： 青岛市市南区东海路 28 号

联系电话：（0532）5022331、5022501

传 真：（0532）5022353

联 系 人： 杨峰江、盖洪波

分销商：福建省闽发证券有限公司

法定代表人：张晓伟

注册地址： 福州市五四路158号环球广场28层

联系电话：（021）68865422

传 真：（021）68866564

联 系 人： 孙晓灵 王时义

分销商：广发证券有限责任公司

法定代表人：陈云贤

注册地址： 广州市天河区天河北路183号大都会广场

联系电话：（020）87555888

传 真：（020）87553538

联 系 人： 陈慧

分销商：长城证券有限责任公司

法定代表人：李仁杰

注册地址： 深圳市深南大道特区报业大厦16楼

联系电话：（028）6252666

传 真：（028）6254401

联 系 人： 邓大悦

分销商：贵州证券公司

法定代表人：宋建生

注册地址：贵州省贵阳市中山东路 139 号

联系电话：（0851）5845458—132

传 真：（0851）5845355

联 系 人：王芳

分销商：东北证券有限责任公司

法定代表人：李维雄

注册地址：长春市长春大街 142 号

联系电话：（0755）3220088-6706

传 真：（0755）3218440

联 系 人：黄梅

分销商：湖南证券有限责任公司

法定代表人：谭载阳

注册地址：长沙市芙蓉路 458 号明源大厦

联系电话：（0755）2080571

传 真：（0755）2080542

联 系 人：陈锁军

分销商：广州证券有限责任公司

法定代表人：吴张

注册地址：广州市先烈中路 69 号东山广场主楼五楼

联系电话：（020）87325081

传 真：（020）87325041

联 系 人：王琴

分销商：光大证券有限责任公司

法定代表人：王明权

注册地址：上海市浦东新区浦东南路 528 号证券大厦南塔

联系电话：(028) 6622007

传 真：(028) 6626127

联系人：唐逸 徐建武 张胜

上市推荐人：南方证券有限公司(同上)

上市推荐人：北京证券有限责任公司

法定代表人：卢克群

注册地址：北京市西阜城门外大街 2 号万通新世界广场 A 座 12 层

联系电话：(010) 68587991

传 真：(010)68587701

联系人：卢盛

发行人法律顾问：北京市竞天公诚律师事务所

法定代表人：张绪生

地 址：北京市朝阳区门外大街 20 号联合大厦 1105 室

联系电话：(010) 65883189、65883190

传 真：(010) 65883200

经办律师：杨小蕾 彭光亚

主承销商法律顾问：北京市金台律师事务所

负责人：林章龙

注册地址：北京广安门外大街南滨河路 1 号高新大厦七层

联系电话：(010) 63288571

传 真：(010) 63288570

经办律师：郭卫东 贺艳菊

会计师事务所：天一会计师事务所有限责任公司

法定代表人：黄俊

注册地址：北京市西城区金融街 27 号 A 座 1804

电 话：(0851) 5802030 5802010

传 真：(0851)5802278

经办会计师：杨雄 李可贞

资产评估机构：北京中企华资产评估有限责任公司

公司负责人：孙月焕

地 址：北京市东城区青龙胡同 35 号

电 话：(010) 65881818-234

传 真：(010) 65882651

估 价 人：刘春茹 孙建忠

股票登记机构：上海证券中央登记结算公司

地址：上海市浦建路 727 号

电话：021-58708888

传真：021-58754185

四、预计时间表

发行公告刊登日期： 2001 年 7 月 27 日

预计发行日期： 2001 年 7 月 31 日

申购期： 2001 年 7 月 31 日

资金冻结日期： 2001 年 8 月 1 日-3 日

预计上市日期：本次股票发行结束后将尽快在上海证券交易所挂牌交

易。

第三章 风险因素

投资于本公司的股票会涉及一系列风险。在购买本公司股票前，敬请投资者将下列风险因素相关资料连同本招股书中其他资料一并考虑。

投资者在评价发行人此次发售的股票时，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。根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，本公司风险如下：

一、对“贵州茅台”商标依赖性风险

本公司主导产品使用的“贵州茅台”商标为控股股东所有，在产品销售上对其存在依赖性，如果出现本公司产品不能使用该商标的情形，将对公司生产经营产生重大影响。

针对上述风险本公司已与集团公司签订了《商标许可使用协议》，其主要条款是：集团公司将其注册的“贵州茅台”、“茅台”、“贵州”、“茅台女王”、“汉帝茅台酒”、“茅台 MOUTAI”、“茅台王子”、“茅台不老”等商标许可给股份公司使用，使用方式为独占许可；商标许可期限为 50 年（自 2001 年 1 月 1 日起至 2050 年 12 月 31 日止），协议期满后集团公司将商标无偿转让给股份公司；协议约定商标许可使用费为：前两年（即 2001 年 1 月 1 日至 2002 年 12 月 31 日），使用费为乙方使用许可商标的酒类产品年销售额的 2%；自 2003 年 1 月 1 日起，使用费将按以下原则由甲乙双方协商确定：每年使用费最低为乙方使用许可商标的酒类产品年销售额的 1%，最高为乙方使用许可商标的酒类产品年销售额的 2%，具体比例在综合考虑双方在保护许可商标方面的贡献和乙方在许可商标品牌宣传和广告投放方面的支出等因素后协商确定，但无论按何种比例收取使用费，每一年的使用费最高均不得超过许可期前二年所收取商标使用费的平均值；上述商标使用费每二年调整一次，每次调整应在上年度结束前的六十日内协商，并以书面方式确定；此外协议还对双方的违约责任进行了严格的约定。

上述协议的签署有效地保证了本公司产品在协议期间有偿使用上述商标不存在法律障碍。

二、关联交易风险

本公司与集团公司之间存在数额较大的关联交易，主要是用于购买集团公司老酒，尽管本公司已经采取了相应的措施来确保关联交易的公平与公正，但由于本公司在短期内还不能完全取消所有的关联交易，有可能对本公司和中小股东的利益构成损害。需要提醒投资者注意的是，本公司在生产经营过程中，对集团公司的老酒具有一定程度的依赖性，集团公司如不按有关协议向本公司供应老酒，则可能会对本公司的生产经营带来一定影响。

本公司《公司章程》在第七十二条、第八十三条中明确规定了关联股东、董事对关联事项表决的回避政策，并按公平合理的原则与关联方签订了相关协议。本公司将按有关法规要求，及时披露存在的关联交易，保证其公平、公正、公开，切实保护本公司广大股东的利益。

为减少对集团公司老酒的依赖性，本公司拟通过多种手段增加自身老酒库存，一是利用本次发行机会用募集资金收购集团公司 1000 吨老酒；二是拟定了在 2005 年前全部收购集团公司老酒的详细计划。集团公司如违反有关协议不向本公司供应老酒，本公司可依据协议要求集团公司赔偿由此造成的一切损失。

三、控股股东控制的风险

本公司的控股股东集团公司在本公司的股票发行后，仍然持有本公司 64.68% 的股份，处于绝对控股地位，对本公司发展战略、生产经营决策和利润分配等重大问题有着决定性的影响，如果本公司法人治理结构不健全，运作不规范，有可能会损害本公司中小股东的利益。

为保护其他股东的权益，本公司控股及关联股东均已承诺不与本公司发生同业竞争，同时，公司控股股东与关联股东还承诺在其经营业务中将不利用其在股份公司中的控股地位或股东地位，转移利润或从事其它行为损害股份公司及其他股东的权益。本公司建立了规范的法人治理结构，并在公司章程中规定了与控股股东关联交易的回避制度。本公司也将严格依据《公司法》、《证券法》

《上市公司章程指引》等法律法规不断完善法人治理结构并规范运行，尽快引入独立董事制度，切实保护中小股东的利益，避免控股股东控制的风险。

四、对“飞天”商标依赖性的风险

贵州茅台酒目前使用的注册商标是两种形式的“贵州茅台”商标，一为左上角为金轮图案的“贵州茅台”，二为左上角空白的“贵州茅台”商标。在实际使用中，部分茅台酒产品的商标标识和包装上同时使用了后者和贵州省粮油进出口公司注册的“飞天”商标（贵州茅台+飞天）。“飞天”是中国粮油食品进出口公司在1958年开始代理出口贵州茅台酒时所注册的商标，现商标权属贵州省粮油进出口公司，本公司与贵州省粮油进出口公司之间签订了许可使用“飞天”商标协议。本公司在主导产品贵州茅台酒的组合商标上使用“飞天”商标由来已久，“飞天”商标作为“贵州茅台”组合商标的一部分已在消费者中有一定影响，鉴于本公司目前仍然在相当比例的贵州茅台酒产品中使用“飞天”商标，如果许可使用“飞天”商标的协议被终止或其他原因导致本公司在“贵州茅台酒”的组合商标中不能使用“飞天”商标，则可能对本公司产品销售产生一定影响。

目前本公司在贵州茅台酒上除使用含有“飞天”商标的“贵州茅台”商标外，还使用含有“金轮”标识的组合商标，这两种标识的贵州茅台酒酒质完全相同。为尽可能地减少对“飞天”商标的依赖性，本公司拟采取如下措施：一是在对外宣传中，逐步淡化“飞天”商标，通过传媒等多种方式加大对“金轮”商标的宣传力度，并加强“金轮”商标的市场开发与推广；二是增大“金轮”牌贵州茅台酒的市场投放量和投放范围。

五、产品结构相对单一风险

本公司目前以酱香型白酒的生产和销售为主，主导产品为贵州茅台酒，产品结构相对单一，主营业务收入和利润也主要来自于该产品，如果消费者对高档名优白酒的需求量下降或消费者品牌偏好发生变化，导致本公司主导产品贵州茅台酒销售量下降，将会对本公司的生产经营产生重要影响。

为改变本公司产品结构相对单一的状况，本公司将按照“做好酒的文章，

走出酒的天地”的发展战略。首先，通过扩大茅台酒的生产规模提高其市场占有率；其次，加大新产品的开发力度，一是积极开发中、低档酱香型白酒，培养酱香型酒消费群体；二是利用茅台地区的微生物环境，积极开发营养保健酒，巩固发展主业；此外，公司还将通过控股、参股等多种方式扩大公司的经营范围，培育公司新的利润增长点，分散行业风险。

六、假冒侵权产品的危害

由于本公司产品--贵州茅台酒是我国著名的名优白酒，深受消费者的喜爱，市场形象好，因此部分不法商人和企业从事假冒茅台酒的生产与销售。尽管本公司在防伪打假方面采取了大量的措施，使假冒茅台酒呈逐年减少的趋势，但在一定时期内由于受高额利润的驱使，假冒茅台酒仍将存在，对本公司产品销售造成一定的影响。

对于假冒侵权问题，公司坚持“以防为主，打防结合”的方针，一方面通过采用最新技术不断改进产品包装，增强防伪功能，加强对本公司产品的宣传；另一方面继续加大打击假冒侵权产品的力度，设立打假奖励专项基金，以各地工商、技监、公安等职能部门为中心，以经销商为纽带，构建茅台酒系列产品打假网络。目前，贵州茅台酒已被国家质量技术监督局认定为原产地域保护产品，这对打击假冒侵权产品无疑也将起到积极作用。

此外，本公司还计划利用本次募集资金进一步完善市场营销网络和管理体制，建立起以专卖店、专卖柜为中心的直销体系，并争取通过控股、参股的方式与重要客户建立起以产权为纽带的紧密型合作关系，厂商联手共同建立打假防伪体系，力争让消费者方便地买到放心的贵州茅台酒。

七、人力资源的风险

本公司作为传统劳动密集型企业，为适应激烈的市场竞争，对知识层次高、创新能力强的人才需求较大，特别是管理、金融、证券、投资和法律等方面的高素质人才。但由于本公司地处西部偏僻山区，地区经济相对落后，难以吸引人才，如果这种状况不能有效地改变，将制约公司的进一步发展。

本公司将切实贯彻“以人为本”的管理思想，大力培养和吸引高层次管理

人才，通过建立有效的激励机制和充分的自我发展空间以增强企业的凝聚力和吸引力。利用公司股东和合作单位的优势，积极与高等院校合作，通过送出去与请进来等方式，加大人才培养力度，形成一支高素质、有活力、爱岗敬业的员工队伍。

八、原料供应及价格风险

本公司生产所需原料为仁怀当地及周边地区所产优质糯高粱和小麦。目前原料供应有稳定的来源，但粮食生产受自然气候、地理环境等因素的影响，如果出现欠收，将会使本公司原料采购成本增加，并有可能导致生产所需原料供应短缺，从而对本公司生产经营和业绩产生影响。

为保障原材料的供应，本公司将进一步加强与当地政府的合作，建立好本公司的原料基地，推行“公司+农户”、“订单农业”模式，并以契约、合同的形式与农户建立长期、稳定、良好的合作关系。此外，本公司还将通过科学合理地制定和实施采购计划，提高原料供应质量，降低供应成本，增强抗风险能力。

九、品牌风险

本公司产品所使用的“贵州茅台”品牌为全国驰名商标，具有较高的知名度、美誉度和忠诚度。如果本公司在品牌保护、产品质量控制、打击假冒侵权产品等方面的措施不力，导致人们对本公司产品的信誉度和忠诚度下降，将对本公司产品销售带来重大影响。

针对品牌的风险，本公司将以品牌提升为中心，做好品牌维护工作。一方面，通过加强对茅台酒传统工艺的研究，进一步提高茅台酒的质量；另一方面，充分发掘茅台酒丰富的文化内涵，贯彻实施 CI 战略，提升本企业形象，培育稳定的市场消费群体。

十、募集资金投向风险

本次募集资金投入项目多为本公司成熟产品的技改项目，顺利实施后将有利于提高本公司的生产能力并扩大产品的市场占有率。尽管本公司已会同有关专家对本次募集资金项目的可行性进行了充分的论证，但由于茅台酒生产工艺独特，产品生产周期长，导致部分投资项目的投资回收期较长，而且这些项目

可能会因政策、市场、物价等因素的变化，存在投资收益不确定性的风险。

本公司在项目选择及项目论证阶段已充分考虑了项目投产后产品市场变化给项目效益带来的不利影响，投资项目都充分发挥和利用了本公司的相关优势。面对本次投资项目完工后可能出现的市场变化，本公司将进一步通过提高产品质量，降低生产成本，以增强产品的市场竞争力。

针对公司产品生产周期长，将导致部分投资项目回收期较长的情况，公司将充分利用“八五”期间2000吨改扩建工程的生产能力，加大产品投放市场量，确保公司主营业务稳步增长。此外，公司拟成立募集资金项目建设领导小组，结合市场情况统一安排实施计划，强化工程建设质量管理，尽量缩短项目建设周期，确保新项目按期高质量完成。

十一、对主要客户依赖的风险

本公司产品销售主要依赖于分布全国各地的300多家经销商。2000年，最大的五家经销商的销售额约占本公司销售总额的13%。尽管本公司正在逐步建立自己的营销网络体系，但在较长时间内，产品销售、售后服务和打击假冒侵权产品主要还是依靠经销商来进行，存在对主要客户依赖的风险。

本公司在长期的经营活动中，与国内外的客户建立起了长期、稳定的友好合作关系，厂商联手共同培育市场，积极支持经销商扩大公司产品的销售，公司相信这些客户将会继续保持与本公司的合作关系。此外，公司在现有营销网络基础上，将加快建立和完善自身的市场营销管理体系，在重点地区和城市设立销售网点，不断拓展新的分销渠道，从而分散可能存在的风险。

十二、自然生态环境风险

本公司生产销售的贵州茅台酒，是由酱香、醇甜和窖底香三种典型体，经长期贮存勾兑而成，具有酱香突出、幽雅细腻、酒体丰满醇厚、回味悠长、空杯留香持久的特点。经过异地实验，只有在本公司所处茅台镇独有的生态环境中（包括微生物、地质、水源、气候、温度、湿度等因素）才能生产出茅台酒，因此，如果酿造茅台酒的自然生态环境被破坏，必然给本公司的生产经营造成重大影响。

目前集团公司拥有现代化的污水处理站，本公司已经与其签订了相关协议，由其代为处理污水，排放标准已达国家规定标准。贵州省正在对本公司上游 100 公里之内赤水河进行水源保护，这些保护措施的落实将极大地降低本公司的生态环境风险。此外，本公司还将通过建设现代化的生态工业厂区、加大对“三废”的治理力度等措施加强环境保护，确保酿制茅台酒所需的生态环境不受污染和破坏。

十三、经济周期的风险

本公司产品为白酒知名品牌，售价相对较高，当宏观经济处于不景气的状况时，人们收入水平或收入预期的下降对消费需求产生影响时，有可能导致本公司销售收入下滑，从而影响本公司的盈利水平。

本公司将加强宏观经济形势的分析、预测，根据经济周期的不同阶段，及时调整本公司的营销策略、营销重点和营销方向，通过扩大出口等方式尽可能减少经济周期波动对公司经营活动的影响。

十四、安全风险

本公司生产的酒类产品属易燃品。由于生产工艺要求，本公司酿制的新酒需要陈酿多年，再进行勾兑出厂，因此本公司酒库贮存大量的半成品酒，如果发生火灾等安全风险，将影响公司的连续生产，并可能造成较大的经济损失。

为保证生产安全，本公司建立了强有力的安全管理体系，由公司领导负责，各部门、车间负责人组成的安全管理网，坚持贯彻安全生产“谁主管，谁负责”的原则。公司将进一步健全三级安全管理制度，加强对制度执行的检查，做到专人负责、专项检查与专业检查相结合，及时发现隐患，及时整改，杜绝事故。此外，本公司正在建立安全监控系统，并将进一步加强专职消防队伍的建设，配备先进的消防设施，并加强对广大职工安全生产的宣传和教育工作。

十五、洪水灾害风险

本公司地处赤水河河谷地带，生产厂区毗邻赤水河，如果赤水河发生特大洪水，可能会淹没本公司部分厂房和设施，从而对本公司造成重大损失。针对洪水灾害风险，本公司将通过加大投入，不定期对防洪堤坝进行整修、加高、

加固，以抵御可能发生的洪水灾害的影响，保证公司生产经营活动的正常进行。

十六、产业政策风险

本公司主要以生产与销售白酒系列产品为主，产品结构较为单一，目前所处白酒行业不属于国家鼓励发展的优先产业，如果国家对现行白酒的产业政策进行重大调整，如通过法规、税收、宣传、价格等方面对白酒生产与消费进行限制，则将会对本公司的经营产生影响。

公司主导产品贵州茅台酒是国家级名酒，本公司将利用国家及地方政府支持贵州茅台酒发展的契机，继续巩固提高产品质量，加大新产品的开发力度，并充分利用国家“扶优限劣”的产业政策；另一方面，本公司力求通过加强对国家经济政策决策信息的搜集和宏观经济政策（包括白酒产业政策）的研究与预测，及时掌握国家有关政策动向，谋求与政府、有关部门的有效沟通，积极争取并充分利用优惠政策，争取良好的外部发展空间。同时通过加强企业管理和技术进步，培育企业核心竞争力，增强抗风险能力。

十七、净资产收益率下降引致的风险

发行人完成本次发行后，由于每股发行价高达 31.39 元，扣除发行费用后募集资金约为 20 亿元，发行后净资产将比 2000 年 12 月 31 日的净资产 44,397 万元增长约 5 倍。尽管根据盈利预测，本公司预计 2001 年度的净利润为 31,820 万元，与 2000 年本公司经审计的净利润相比，增长约 26.72%，但本公司 2001 年的净资产收益率仅为 13.04%，较 2000 年度的 68.86% 有大幅下降，存在由于净资产收益率下降引致的相关风险。

十八、股市风险

股票市场是一个高风险市场，主要表现在股票价格上下波动，可预见性差，对发展中的股票市场而言，这种表现更加明显。公司股票的交易价格不仅受公司经营环境、财务状况、经营业绩以及所处行业的发展前景等因素的影响而上下波动，同时还将受到国际国内政治、社会、经济、市场、投资者心理因素及其他不可预见因素的影响。我国股票市场尚处于发展、完善阶段，股票投资是风险最大的投资行为之一。因此投资者在选择投资本公司股票时，还应充分考

虑到涉及股票市场的各种风险，以尽量避免和减少损失。

本公司将严格按照《公司法》、《证券法》、《股票发行与交易管理暂行条例》、《公开发行股票公司信息披露实施细则》等法律、法规、规章规范本公司行为，及时、公开、公正地披露重要信息，加强与投资公众的沟通，树立本公司的良好形象。同时，采取积极而稳健的经营方针，保持本公司资产的优良性和业绩的稳定增长，为股东创造稳定的回报，提高本公司股票在证券市场上的抗风险能力，最大限度地减小本公司股票投资者的风险。

第四章 发行人基本情况

一、发行人的基本资料

发行人是 1999 年 11 月 20 日经贵州省人民政府批准，由中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司（现已更名为中国贵州茅台酒厂有限责任公司）作为主发起人，联合中国贵州茅台酒厂（集团）技术开发公司（现已更名为贵州茅台酒厂技术开发公司）、贵州省轻纺集体工业联社、深圳清华大学研究院、中国食品发酵工业研究所、北京市糖业烟酒公司、江苏省糖烟酒总公司、上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司发起设立的股份有限公司。

（一）发行人概况

名称：贵州茅台酒股份有限公司

Kweichow Moutai Co., Ltd.

发行人成立日期：1999 年 11 月 20 日

注册地址：贵州省仁怀市茅台镇

法定代表人：袁仁国

联系电话：0852-2386001；0852-2386005（传真）

互联网网址：<http://www.moutaichina.com>

电子信箱：fnp@moutaichina.com

本公司主要生产与销售驰名中外的“贵州茅台酒”，是贵州省重点扶持企业，拥有国家经贸委批准的国家级白酒技术开发中心，主导产品贵州茅台酒是酱香型白酒的典型代表，并以其酱香突出、幽雅细腻、酒体丰满醇厚、回味悠长、空杯留香持久的完美风格而闻名于世，深受消费者的喜爱。

（二）历史沿革及经历的改制重组情况

本公司是由中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司（以下简称“集团公司”）部分资产重组改制而来，集团公司将其主要生产经营性资产投入股份公司，该部分资产包括制酒、制曲、酒库、包装生产车间，辅助性的动力、机电维修车间，研究所，检验中心，仁怀茅台贸易公司、贵州茅台酒厂进出

口公司及相关的供应、销售和管理部门的全部资产。

经北京中企华资产评估有限责任公司评估，资产合计 76,809.49 万元，负债 51,978.86 万元，净资产 24,830.63 万元，并经财政部财评字[1999]529 号“关于中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司等企业发起设立股份有限公司资产评估项目审核意见的函”进行了确认。

贵州省国有资产管理局以黔国资企发[1999] 58 号“关于对贵州茅台酒股份有限公司（筹）国有股权管理有关问题的批复”同意股份有限公司的股权处置方案：集团公司以经评估的净资产 24,830.63 万元作为主发起人出资，按 67.658%的比例折为 16,800 万股国有法人股，贵州省轻纺集体工业联社以现金 221.70 万元按 67.658%的折股比例折股为 150 万股法人股，贵州茅台酒厂技术开发公司、深圳清华大学研究院、中国食品发酵工业研究所、北京市糖业烟酒公司、江苏省糖烟酒总公司、上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司分别以现金 1478.22、221.70、147.80、147.80、147.80、147.80 万元人民币出资，按 67.658%的折股比例分别折股为 1000、150、100、100、100、100 万股国有法人股。

经贵州省人民政府审核同意，于 1999 年 11 月 18 日，以黔府函[1999]291 号“省人民政府关于同意设立贵州茅台酒股份有限公司的批复”文件批准了股份有限公司的设立。

本公司成立后没有进行过重大的资产重组或股权转让。

（三）历次验资、评估及公司生产经营有关的资产权属情况

1、历次验资报告

本公司设立以来，进行了一次验资，即在设立时进行的验资，具体情况如下：

贵州黔元会计师事务所（现已变更为天一会计师事务所有限责任公司）受贵州茅台酒股份有限公司（筹）的委托，对公司截至 1999 年 11 月 19 日收到发起股东的资本及其相关的资产、负债的真实性和合法性进行了审验并出具了（99）黔会验字第 096 号验资报告。

2、资产评估

北京中企华资产评估有限责任公司受中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司的委托，对其投入贵州茅台酒股份有限公司（筹）的全部资产进行了评估。并于 1999 年 9 月 18 日出具了中企华评报字（1999）第 021 号资产评估报告，该评估结果经财政部以财评字[1999]529 号文件进行了确认。

3、与公司生产经营有关资产权属情况

1999 年 11 月 19 日，集团公司与本公司签订了《商标许可使用协议》，约定由集团公司将其注册的“贵州茅台”、“茅台”、“贵州”、“茅台女王”、“汉帝茅台酒”、“茅台 MOUTAI”、“茅台王子”、“茅台不老”等商标许可给股份公司使用，使用方式为独占许可。为进一步保障本公司的权益和长远发展，2001 年 5 月 25 日，本公司与集团公司重新签订了《商标许可使用协议》，将许可期限延长至 50 年，并进一步严格约束了双方的权利与义务。50 年期限界满后，集团公司承诺将上述许可商标无偿进入本公司。

为减少关联交易，本公司一次性从母公司购买了以下系列茅台酒酒瓶外观设计专利，专利号分别为：ZL94301252.X、ZL99324243X、ZL99305661X、ZL99324253.7、ZL95307375.0。本公司成立后已经申请获得 ZL00326572.2、ZL00326571.4 两项外观设计专利权。

本公司设立时，集团公司将酿制贵州茅台酒的专有技术、生产工艺、研究开发机构和技术人员随同生产经营性资产一起投入股份公司。本公司完全拥有生产贵州茅台酒的专有技术、生产工艺及持续创新开发能力。

经贵州省对外贸易合作厅“黔贸合发[2001]44 号文件”批复同意，原集团公司所拥有的进出口权已划转给本公司所有。

集团公司发起设立本公司时投入的房产及其相关配套设施已经全部办理了资产转移手续，本公司已经取得了贵州省仁怀市土地管理局下发的上述房屋的所有权证，编号为：仁房权证茅台第 422-516 号。

股份公司的用地以租赁的方式向集团公司租用，面积为 220,227.84 平方米。经贵州省土地估价事务所评估，并经贵州省国土厅确认，集团公司以交

缴土地出让金的方式获得了相关土地的国有土地使用权，取得了《国有土地使用证》。股份公司与集团公司于1999年11月19日签订了《土地使用权租赁协议》，根据土地估价并参考周围地价，双方商定年租金为206万元，并取得了该土地的他项权证。

股份公司的部分办公及生产用房为向集团公司租赁使用，根据双方签订的《房屋租赁协议》，集团公司将其拥有的办公楼、车间办公楼、研究所办公楼、万吨酒库等房屋租赁给股份公司使用，面积为83,990.005平方米，年租赁费为4,392,391.11元。

以上重要资产之权属不存在任何纠纷。

(四) 员工及其社会保障情况

本公司目前在册职工3232人，现有(正)高级职称1人、高级职称10人、中级职称41人、初级职称201人。全体员工的专业、学历、年龄结构见表。

1、公司人员专业结构

专业	人数	比例
生产人员	2594	80.26%
销售人员	140	4.33%
供应业务人员	14	0.43%
仓储	30	0.93%
质量检验	24	0.74%
技术开发、实验员	60	1.86%
警消人员	70	2.17%
公司管理人员	234	7.24%
其它人员	66	2.04%
合计	3232	100%

2、公司人员学历结构

学历	人数	比例
----	----	----

研究生	18	0.56%
本科生	203	6.28%
大专生	459	14.20%
中专高中毕业生	678	20.98%

3、公司人员年龄结构

年 龄	人 数	比 例
25 岁以下	861	26.64%
26 岁—45 岁	1952	60.40%
46 岁以上	419	12.96%
合计	3232	100%

公司 324 名管理人员中 46 岁以下的有 246 人 ,占管理人员总数 75.90% 。

4、执行各种社会保障制度情况

本公司已执行国家关于职工福利、劳保、待业保险及养老保险的有关规定。公司为职工办理了基本养老保险、失业保险、工伤保险，上缴比例严格按国家及地方的标准执行，从未出现拖欠情况。首先根据国家规定按时、足额按工资总额的 24% 交纳职工养老保险（公司交纳 18%，个人交纳 6%，此比例每年调整一次，即：每满一年个人交纳比例上调 1%，公司交纳比例下调 1%），2000 年共计交纳 598 万元，员工达到国家法定的退休年龄及条件，可以从社会保险机构领取养老保险金；其次是按工资总额的 3% 向社会保险机构交纳失业保险金（公司交纳 2%，个人交纳 1%），2000 年共交纳失业保险金 79.9 万元，因公司原因解除、终止劳动合同的职工，经有关劳动部门审核可以享受失业救济金；最后股份公司每年还以员工两个月的工资收入的总额，实行补充养老保险，截止 2000 年共交纳补充养老保险金累计节余 1,028 万，待员工退休后一次性领取。

5、执行医疗改革制度情况

本公司具备实行“医疗制度改革”及“建立职工基本医疗保险制度”的条件，但因贵州省尚未制订出医疗制度改革的具体方案，故本公司仍然采用原有

的模式，目前的医疗制度是：在公费、劳保医疗的基础上，根据员工工龄长短和就诊情况，一般门诊治疗由员工个人承担费用，住院治疗、医疗费由个人负担 10%—5%，公司负担 90%—95%。为了降低不合理的医疗费开支，本公司还制定了相应的管理办法，如转诊制度、报销制度，内诊规定和定点医疗等。本公司将继续做好医疗制度改革的各项准备工作，以确保国家医疗改革制度在本公司如期正式实行。

6、执行的住房制度改革情况

本公司实行住房公积金制度，每位员工建立公积金档案，公司按职工本人收入（应得工资）5%及公司再给员工同样 5%的公积金，一并存入个人账户，用于员工个人购房及购房贷款。目前公司已将房屋产权出售给员工个人，彻底取消了福利分房制度，完全实施住房货币化。

（五）公司的独立运营情况

本公司设立时就建立了独立的运作体系，与主发起人在业务、资产、人员、机构、财务方面完全分开，拥有独立的供应、生产和销售系统。

1、业务独立情况

公司控股股东集团在发起设立本公司时，将主要生产经营性资产全部投入了股份公司，在业务上不与本公司存在同业竞争。本公司拥有独立的产供销系统，独立开展各项生产经营活动。

2、资产完整情况

集团公司投入本公司的资产主要是生产经营性资产和必要的生产辅助机构及两个全资子公司。生产经营性资产包括：制酒车间、低度酒车间、制曲车间、酒库、包装车间；辅助性生产机构包括供应公司、研究所、销售公司、仁怀贸易公司、贵阳进出口公司、检验中心的资产。此外，机电维修公司中的为生产服务的维修部分进入股份公司，动力车间中供气部分的资产进入股份公司。设立后的股份公司具有完整的产、供、销系统和独立的生产经营环境，以及生产经营所需要的工业产权和非专利技术。

3、机构独立情况

本公司设有股东大会、董事会、监事会和总经理等决策、经营管理及监督机构，形成了有效的法人治理结构。在公司内部机构的设置上，不存在与集团公司之间“一套人马、两块牌子”的管理模式，并依据《公司法》、《公司章程》等有关法律法规的要求，不断完善健全公司的组织结构。目前，本公司下设 8 个职能部门，6 类生产车间，2 个控股公司（参见贵州茅台酒股份有限公司组织结构图），明确了各部门的职能，定员定岗，并制定了相应的内部管理和控制制度。

4、人员独立情况

本公司根据《公司法》、《公司章程》的有关规定选举产生本公司董事、监事，由董事会聘用高级管理人员，公司的劳动、人事及工资管理与股东单位完全分离；不存在董事、总经理、副总经理及财务负责人兼任监事的情形；本公司主发起人集团公司的法定代表人没有兼任发行人的董事长；总经理和副总经理等高级管理人员也没有在集团公司及关联企业中兼任高级管理人员。

5、财务独立情况

本公司与集团公司分别设有独立的财务部门，人员完全独立和分地办公，建立有独立的财务核算体系；独立在银行开户；独立纳税；具有规范、独立的财务会计制度和分公司、子公司的财务管理制度。

公司没有以其资产、权益或信誉为各股东的债务提供过担保，公司对其所有资产拥有完全的支配和处置权，不存在资产、资金被其控股股东占用而损害公司利益的情况。

本公司律师发表意见：“发行人拥有完整的生产经营系列茅台酒所需资产，拥有完全独立于股东单位的一套生产、供应、销售、研发系统；发行人与控股股东在人员、财务、资产上已完全分开；发行人有独立的财务部门和财务核算体系，独立建账、开设银行账户和纳税，发行人与控股股东间人员完全分离，没有相互兼职的情形，劳动人事、工资关系独立，发行人拥有独立的决策机构和经营管理班子。因此，发行人是完全独立于控股股东的市场主体，具有自主经营的能力。”

二、主要股东的基本情况

(一) 控股股东与其他主要股东的情况

1、中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司

注册资本：53,000 万元

法定代表人：季克良

公司性质：国有独资

经营范围：酒类产品的生产与销售、包装材料、饮料的生产与销售；餐饮；住宿；旅游；运输服务。

主发起人中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司位于黔北赤水河畔的茅台镇。茅台酒兴旺于清代，1862 年，华联辉在茅台开办“成裕酒房”，使茅台酒得到了进一步发展，这个时期具有特色的“茅春”、“茅台烧春”、“回沙茅酒”等产品由于赤水河航运的发展，川盐入黔等因素使其美名远扬。当时生产茅台酒的烧房主要有三家，分别是成义烧房（原成裕酒房，1862）、荣和烧房（1879）、恒兴烧房（1929）。

1915 年，在美国旧金山举办的“巴拿马万国博览会”期间，北洋军政府农商部把“成义、荣和”两家烧房所产白酒一概以“茅台造酒公司”的名义送出参展，统称“茅台酒”。在本届博览会上，茅台酒被评为世界名酒，获得了金奖和奖章，从此蜚声中外，被称为世界三大名酒之一。

1951 年，仁怀县人民政府通过没收、接管、赎买等方式，将三大烧房国有化，成立了“贵州省专卖事业管理局仁怀茅台酒厂”。1953 年更名为贵州省茅台酒厂。从此，贵州茅台酒及其系列产品获国际金奖十四次，在第一至第六次的白酒评比会上，均获第一名，被评为国家名酒。经过几十年的发展，已经具备年产 4000 多吨茅台酒的生产能力，无论产品质量还是各项经济指标均居同行业前列。在企业发展的历史中，贵州茅台酒沉淀了丰富的酒文化，树立了良好的品牌形象，产品远销欧亚美 100 多个国家和地区。

1996 年 7 月，经贵州省政府批复同意，原贵州省茅台酒厂改制为国有独资公司，并更名为中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司，初步形成了跨

行业、跨地区多元化经营的新格局。

2000年5月18日，中国茅台酒厂（集团）有限责任公司更名为中国贵州茅台酒厂有限责任公司，国有股权由贵州省财政厅持有。集团公司先后被评为国家特大型企业，全国白酒行业国家一级企业、全国优秀企业（金马奖）、全国企业管理杰出贡献奖等，是全国知名度最高的企业之一。包括1个全资子公司--贵州茅台习酒有限责任公司、2个控股公司（贵州茅台酒股份有限公司、贵州茅台啤酒有限责任公司），1个参股公司（贵州茅台酒厂技术开发公司）。

经审计，截止2000年年底，集团公司拥有总资产2,639,864,188.76元，净资产1,338,135,022.43元，实现利润177,008,193.23元。目前集团公司共有员工925人，离退休职工424人。

2、中国贵州茅台酒厂(集团)技术开发公司

注册资本：1,564万元

法定代表人：胡本均

经营范围：浓香型白酒的制造与销售、低度浓香型白酒系列产品研制与开发、新型饮料等。技术开发公司成立于1992年，是经仁怀市政府批准，由原集团公司与集团公司职工共同出资成立的股份合作制企业，其中集团公司出资328万元，占总股本的21%，职工入股1,236万元，占总股本的79%。2000年年底公司净资产为6,143万元，全年共生产浓香型白酒1,614吨，销售1,668吨，完成销售收入5,056万元，实现利润319万元，上缴各种税收1,282万元，以上财务数据未经审计。

3、贵州省轻纺集体工业联社

法定代表人：邱栋臣

注册资本：350万元

经营范围：百货、五金、家电、农副产品等的批零兼营。

贵州省轻纺工业联社成立于五十年代，是贵州省轻纺集体企业的联合经济组织，并于1993年2月10日依法进行了企业法人登记。截止2000年9

月底，资产总额为 6,088 万元，负债总额为 3,518 万元，净资产为 2,570 万元，2000 年共实现销售收入 10,137 万元，利润 87 万元，以上财务数据未经审计。

4、深圳清华大学研究院

法定代表人：郭荣俊

注册资本：6,000 万元

经营范围：高新技术成果的开发与转化等应用性研究；协助企业技术改造，参与重大项目评估；培训高层次科技管理人才。

深圳清华大学研究院是 1998 年 7 月 23 日由清华大学与深圳市政府共同出资组建的深圳市政府直属局级事业单位，实行企业化管理。2000 年末，该院拥有总资产 15,050 万元，全年共实现销售收入 3,422 万元，以上财务数据未经审计。

5、中国食品发酵工业研究所

法定代表人：孙颖

注册资本：350 万元

经营范围：技术转让、技术服务、技术开发、技术咨询、产品质量监督检查、酶制剂、膨化食品技术开发服务等。

中国食品发酵工业研究所始建于 1955 年，是我国规模最大、历史最久的食品研究与开发领域的大型科技企业，是我国食品发酵行业的权威研究机构，1999 年 5 月，国家科学技术部、国家经济贸易委员会联合发文将其直接转为中央直属大型科技企业。2000 年末总资产 5,663 万元，负债 1,847 万元，净资产 3,816 万元，销售收入 1,400 万元，实现利润 110 万元，以上财务数据未经审计。

6、北京市糖业烟酒公司

法定代表人：白文祥

注册资本：7,790 万元

经营范围：销售糖酒、饮料、副食品、百货等，零售烟、包装托运、糖加工。

北京市糖业烟酒公司成立于 1949 年 6 月，是拥有悠久经营历史的国有大型商业企业。公司 1993 年被商业部命名为“中华老字号”企业，同年跻身于商业部、国家统计局公布的“全国百强批发商”行列，位居第 10 位。1994、1995 年被中国副食流通协会评为全国糖酒行业“十佳企业”。公司 2000 年末资产总额 175,901 万元，负债总额 156,779 万元，净资产 19,122 万元，全年共实现销售收入 250,821 万元，利税 4,834 万元，以上财务数据未经审计。

7、江苏省糖烟酒总公司

法定代表人：陈国锁

注册资本：6,402 万元

经营范围：销售糖、烟、酒及其它食品、百货、日用杂品、五金、交电、化工、仓储等。

江苏省糖烟酒总公司前身是 1953 年成立的中国专卖事业公司江苏公司，1992 年正式变更为江苏省糖烟酒总公司，是江苏省最大的商业批发零售企业之一。公司 2000 年末资产总额 31,263 万元，负债总额 22,983 万元，净资产 8,280 万元，全年共实现销售收入 97,044 万元，利税 1,089 万元，以上财务数据未经审计。

8、上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司

法定代表人：董浩林

注册资本：13,700 万元

经营范围：烟草制品、酒、南北货、水果、副食品及制品、粮油制品、水产品、日用杂品、日用化学品、化妆品、百货，五金交电、化工产品等。

1995 年，由上海市糖业烟酒（集团）有限公司和上海烟草（集团）公司共同出资组建上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司，目前是上海市最大的糖、烟、酒批发企业之一。2000 年集团公司总资产 116,937 万元，总负债 38,618 万元，净资产 78,319 万元，全年共实现销售收入 440,433 万元，利税 30,340 万元，以上财务数据未经审计。

（二）本公司股东承诺

本公司所有股票目前均没有被质押或存在其他有争议的情况。

本公司八家股东均分别承诺，在《公司法》规定的对股份有限公司股东持有股份转让限制的期限内，不转让其所持有的本公司股份。

（三）本次发行前后本公司股本结构

本公司设立以来，无股本结构变化、重大资产重组的行为。由于中国贵州茅台酒厂（集团）有限公司、中国贵州茅台酒厂（集团）技术开发公司分别更名为中国贵州茅台酒厂有限责任公司、贵州茅台酒厂技术开发公司，使本公司目前的股东名称发生了变化（见“本章（二）发起人情况之 1、2”）。

本公司发行前股权结构如下：

名称	持股（万股）	股权比例	持股性质
中国贵州茅台酒厂有限责任公司	16,800	90.81%	国有法人股
贵州茅台酒厂技术开发公司	1,000	5.41%	国有法人股
贵州省轻纺集体工业联社	150	0.81%	法人股
深圳清华大学研究院	150	0.81%	国有法人股
中国食品发酵工业研究所	100	0.54%	国有法人股
北京市糖业烟酒公司	100	0.54%	国有法人股
江苏省糖烟酒总公司	100	0.54%	国有法人股
上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司	100	0.54%	国有法人股

公司本次 6500 万社会公众股发行并 650 万股国有股减持完成后，公司的股权结构如下表所示：

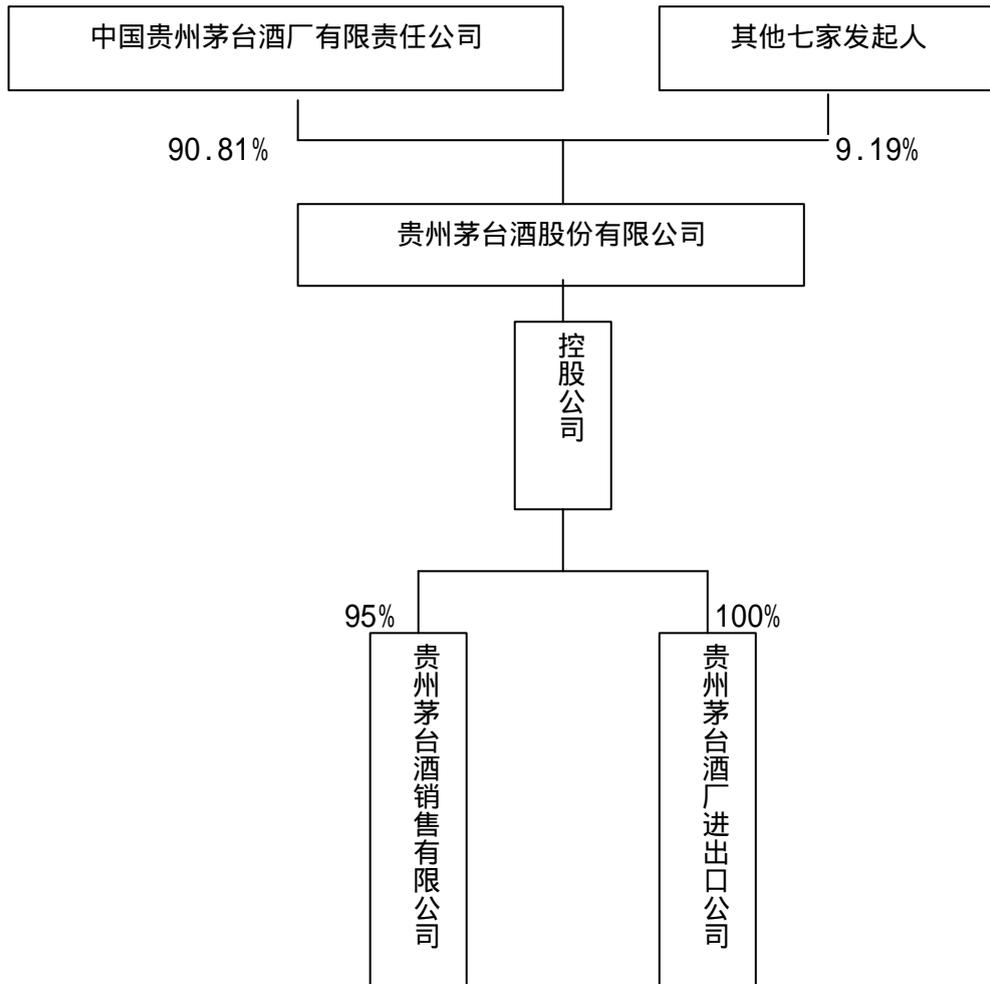
名称	持股（股）	股权比例	持股性质
中国贵州茅台酒厂有限责任公司	161,706,052	64.68%	国有法人股
贵州茅台酒厂技术开发公司	10,000,000	4.00%	国有法人股
贵州省轻纺集体工业联社	1,500,000	0.60%	法人股
深圳清华大学研究院	1,443,804	0.58%	国有法人股
中国食品发酵工业研究所	962,536	0.385%	国有法人股
北京市糖业烟酒公司	962,536	0.385%	国有法人股
江苏省糖烟酒总公司	962,536	0.385%	国有法人股

上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司	962,536	0.385%	国有法人股
社会公众	71,500,000	28.60%	社会公众股

三、公司内部组织结构

（一）公司的权益投资情况

本公司现有两家控股公司，组织结构图如下：



（二）控股子公司简介

本公司拥有控股公司 2 家，分别是贵州茅台酒销售有限公司、贵州茅台酒厂进出口公司。本公司根据现代企业制度的要求，向控股公司派驻了管理人员和财务人员，实行严格的考核奖惩制度，以提高控股公司的管理水平。本公司控股子公司的具体情况如下：

1、贵州茅台酒销售有限公司

贵州茅台酒销售有限公司成立于 2000 年 5 月 18 日，从事茅台酒及其系列产品、啤酒、饮料、包装材料及其他材料的销售。集团公司在改制前设有销售公司、仁怀茅台贸易公司、市场部负责对外销售业务，存在机构设置不合理和权责不清，为进一步加强市场营销管理，理顺管理体制，按股份制改造方案并经公司第一届董事会 2000 年度第二次会议《关于解散清算仁怀茅台贸易公司和投资设立贵州茅台酒销售有限公司的决议》及本公司与集团公司签订的《贵州茅台酒销售有限公司发起人协议》，本公司与集团公司分别投入 950 万元、50 万元人民币，共同组建贵州茅台酒销售有限公司，分别持有 95%、5% 的股权。目前销售公司共有员工 130 余人，在全国共设有 15 个营销片区。

2、贵州茅台酒厂进出口公司

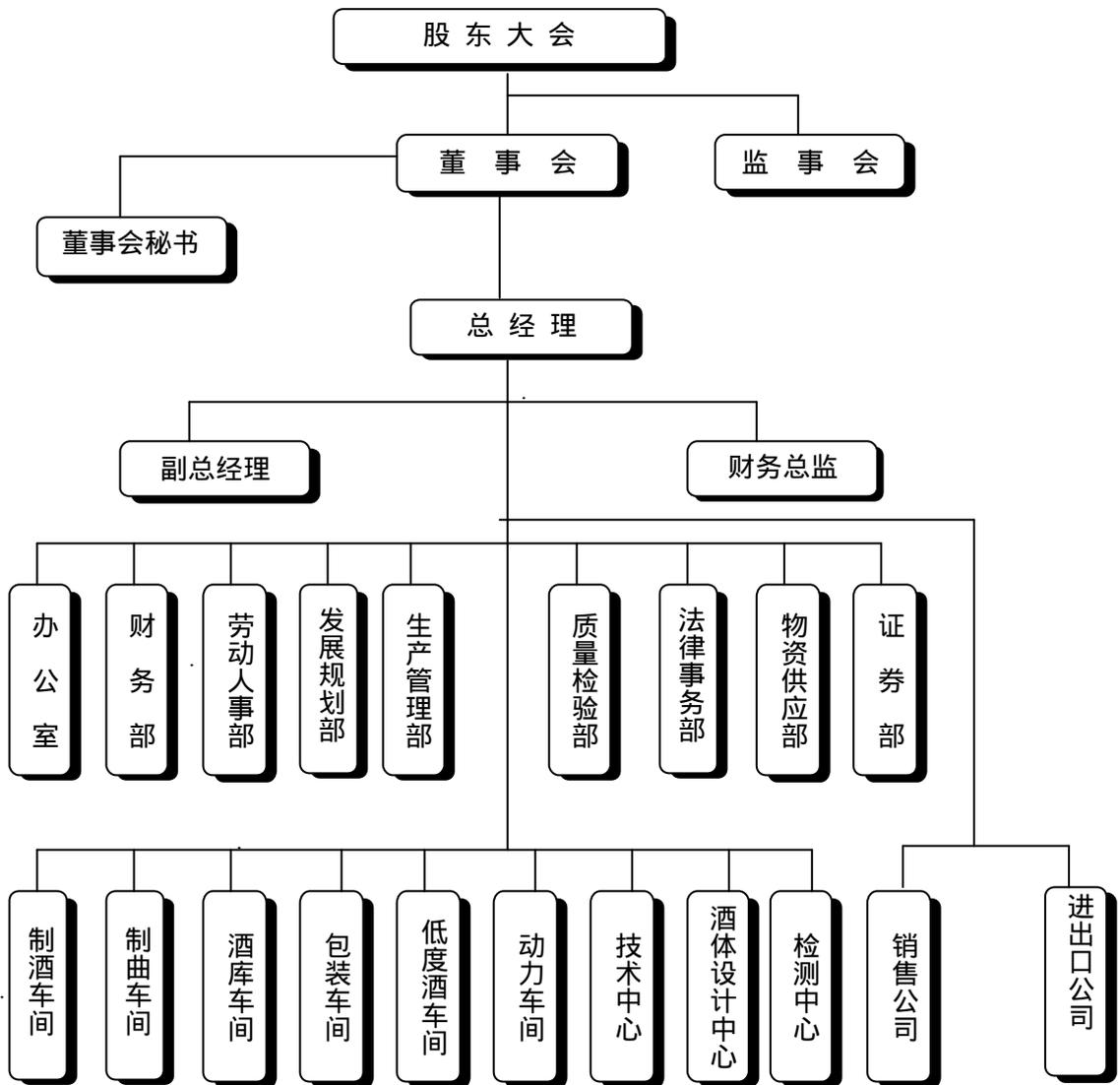
贵州茅台酒厂进出口公司原系本公司主发起人于 1992 年设立的全资下属公司，主要经营茅台酒的出口，设备与技术引进等进出口业务。1999 年，在集团公司发起设立本公司时，将该公司全部资产注入本公司，系本公司的全资子公司。目前进出口公司注册资本 150 万元，截止 2000 年年底，公司拥有总资产 1,929 万元，净资产 1,050 万元，出口茅台酒到 100 多个国家和地区，年自营出口创外汇收入近 200 万美元。随着我国加入 WTO，将给本公司产品的出口带来新的市场机会，本公司拟进一步加强对进出口公司的管理，吸引优秀外贸人才加盟，进一步选择实力强、信誉好的海外代理商合作，充分利用贵州茅台酒的良好声誉，大力开拓海外市场。

为进一步健全进出口公司的法人治理结构，本公司在 2000 年年度股东

大会上讨论了进出口公司的改制规范事宜，并通过股东大会决议，同意由股份公司将持有的进出口公司 30% 的股权转让给集团公司，转让价格为进出口公司经审计后的净资产价值的 30%。股权转让后，进出口公司将同时变更为由本公司控股 70% 和集团公司持股 30% 的有限责任公司，就上述股权转让事宜本公司已于 2001 年 3 月 28 日与集团公司签署了《贵州茅台酒厂进出口公司股权转让协议》，目前正在办理有关股权转让与工商变更注册登记手续。

(三) 本公司的内部组织结构

本公司的内部组织结构图如下所示：



本公司的权力机构是股东大会，实行董事会领导下的总经理负责制，监事会中有适当的员工代表。公司经理层由总经理、副总经理和财务总监组成，负

责公司日常的生产与经营管理。

公司的主要业务及职能管理部门为：生产部门，包括制曲、制酒等生产车间管理、产品质量检测与控制，产品的贮存与包装；销售部门，负责公司的市场营销管理，经过重组，目前该职能由本公司控股的销售公司和进出口公司承担；科研开发部门，由技术中心、酒体设计中心组成，负责产品的开发、工艺与技术研究管理；财务管理部门，负责会计核算与财务管理职能。

第五章 业务和技术

一、白酒行业有关情况

(一) 白酒行业基本情况

1、白酒行业管理体制

本公司所处白酒行业，长期归类于轻工产品行业，目前主要由国家经贸委等有关政府部门会同全国轻工业总会负责进行产业政策的制定、行业管理和业务指导，全国酿酒工业协会、各地方协会主要负责进行行业自律性管理与市场研究。

2、市场容量

改革开放以来，我国白酒工业得到了快速的发展，在产品数量、质量、结构、包装、技术装备水平、企业的组织结构及整体素质等方面都发生了重大的变化。据中国酿酒工业协会统计，我国现有白酒企业 3.7 万家，其中乡以上独立核算白酒企业约 4870 家，从业人员 200 万人，2000 年全国白酒产量约为 500 万吨，工业总产值约为 350 亿元，利税近 130 亿元。从市场供求来看，随着我国的白酒产量的增长，90 年代中期以后，市场已经从根本上摆脱了短缺状况，基本实现了由卖方市场向买方市场的转变，并呈现出明显的结构调整，具体表现为总量增长有限，名优白酒市场销量上升，低档酒的市场出现萎缩的调整趋势，随着人们消费水平的提高，这种产品消费结构的调整还将进一步深化。

3、技术水平

白酒行业是传统劳动密集型产业，技术含量不高，但随着现代科学技术的发展，我国白酒工业的整体技术水平有了明显的提高，机械化生产得以大量推广，出现了以提高出酒率为特征的液态工艺和固液结合的液态法白酒酿造技术，白酒的单位耗粮水平有了大幅度的降低，同时在生产工艺、制曲技术、微机应用、微波老熟等新技术和现代化测试手段的应用方面都得到了重大的进展。

4、行业发展前景与趋势

白酒是中国特有的、具有悠久历史和丰富文化内涵的传统酒种，自古以来就深受广大群众的喜爱。随着我国经济的发展，人们生活水平的提高，白酒产业也将进一步得到发展。综合各方面因素，白酒市场有以下发展趋势：

(1) 名优高档白酒将有更大的发展市场空间。八十年代中期以来，中国白酒行业中名牌白酒发展势头迅猛，目前名牌白酒已占到每年白酒产量的10%左右，其中贵州茅台、五粮液、古井贡等中国名酒约占2%。高档白酒以其精湛的酿制工艺及高质量、高品味受到人们的青睐，成为人们礼尚往来和馈赠的佳品，基本处于供不应求状况。随着人们消费水平的提高，对酒的档次需求必然由低向高发展，而目前国内生产高档酒的企业在工艺、质量、营销、规模经营、产品开发和社会影响等方面都处于优势地位，高档酒的市场份额将随着市场规模的扩大而扩大。

(2) 白酒产品向低度化、营养保健化演变。随着人们更加重视自身的营养和保健，白酒的市场消费行为也发生了重要的变化，为适应消费者的需求，大型企业将加大对低度化、营养保健新产品的研究与开发，随着人们生活水平的提高，这一消费发展趋势将进一步得以体现。

(3) 酿酒工艺进一步创新，劳动生产率不断提高。随着现代科学技术的进一步发展和行业集中度的提高，有利于降低生产成本，提高产品质量的新工艺、新技术将不断出现，市场竞争将进一步激烈。

(二) 影响白酒行业发展的有利和不利因素

1、产业政策

由于白酒是一种较为特殊的产品，国家的产业政策是“控制总量、调整结构、扶优限劣、降耗节粮”。因此只有那些能适应结构调整，有能力进行技术进步与创新的白酒企业才能进一步发展，否则将被淘汰。

2、产品的特性和技术替代

白酒是我国人民的传统消费品和劳动密集型产品，容易生产，部分白酒生产成本较低，行业进入壁垒低，此外白酒还作为一种经常性的消费食品和

饮料，存在大量的替代品，如啤酒、葡萄酒、果酒以及功能性饮料等，因此产品的品质、品牌等无形资产是企业最重要的资产。

3、消费趋向与购买力

随着生活水平的提高，人们在购买白酒消费时将更加重视产品的质量以及保健和营养功能，因此高档名优白酒的消费量将呈上升趋势。

4、国际市场冲击

加入 WTO 将对我国传统名优白酒带来重要影响。中国白酒属于蒸馏酒，它同酿造酒、配制酒在生产方式、口味等方面都有很大的区别，而且它还符合中国人的口味和消费习惯，具有特定的消费对象；世界上其它种类的蒸馏酒如白兰地、威士忌、兰姆酒、金酒及伏特加等由于生产原料不同，口味差别非常大，难以瓜分中国白酒市场；再者中国人的饮酒习俗具有民族特色，不会轻易改变，而且白酒可以消除疲劳、杀菌等其他酒种所没有的功效。因此，有中国民族特色的白酒市场将不会因入世而受很大的影响，相反，由于加入了世界贸易组织，国内白酒生产企业出口的门路和渠道得以扩展，带来了新的发展机遇。

（三）公司面临的主要竞争状况

1、同行业竞争状况

目前白酒市场竞争基本上是国内企业之间的竞争，由于市场趋于饱和，白酒企业之间的市场竞争日趋激烈，大中型白酒企业之间在市场营销、宣传策划、技术、工艺、白酒文化等方面展开了全方位的竞争，白酒市场加快了向优势企业集中的趋势，涌现出一批生产规模大、产品市场覆盖面广、经济效益好的企业和集团公司。

2、自身的竞争优势与劣势

本公司生产的驰名中外的“贵州茅台酒”，是我国酱香型白酒的典型代表，自 1915 年巴拿马万国博览会获得金奖以来先后十四次获得国际金奖，在历年的国内名酒评比中名列榜首，具有独特的风格和品质，在多年的市场竞争中树立了良好的形象和信誉。公司不仅具有良好的经济效益，而且在我国白

酒行业中具有很强的基础研究能力和开发能力，是我国白酒五大香型划分标准的提出者，最早阐明了微生物在白酒酿造中的作用，目前白酒行业必不可少的勾兑工艺理论也是本公司率先提出的，技术上的领先和质量管理的加强确保了本公司产品的市场竞争力。

本公司产品为国内白酒市场上唯一获“绿色食品”称号的天然优质白酒产品，随着人民生活水平和消费水平的提高，消费观念的改变，对优质白酒的需求量日益增大，这将进一步提高本公司的市场竞争力。

目前国家加大了对名优白酒的支持力度，随着茅台酒生产能力的提高和国家西部大开发战略的实施，必将进一步增强和保持企业行业领先地位。

本公司目前的劣势主要为：公司地处黔北山区，交通不便，各项基础设施相对落后，吸引人才困难，给公司的生产经营带来了较大的制约因素；茅台酒因特殊的工艺原因，所生产的白酒需要 5 年后才能出厂，制约了短期投资利润的实现和规模经济效益的实现。

3、市场份额变动的情况与趋势

根据中国酿酒工业协会的统计资料，由于人们对传统工艺酿制的名优白酒消费量的需求上升，本公司产品销售收入大幅增长，市场占有率近年来呈上升趋势。尽管如此，由于受可供销售量的限制，本公司产品的产销量还不足全国白酒总量的 1‰，全国名优白酒产销量的 1%，拥有很大的发展空间。

二、发行人的业务范围及主营业务

本公司的经营范围包括：生产经营以茅台酒为龙头的系列酒类产品；饮料、食品、包装材料的生产与销售；防伪技术开发；信息产业相关产品的研制、开发。

本公司目前实际从事的主营业务是贵州茅台酒系列产品的产品研制、酿造生产、包装和销售。

（一）主要业务构成

目前，本公司主要产品为 53、43、38、33 度“贵州茅台酒”，80、50、30、15 年陈年“贵州茅台酒”，“茅台王子酒”等茅台酒系列产品。按产品分类，

其 2000 年收入构成为：

品 种	销售量（吨）	销售收入(元)
高度茅台酒	2,376.79	765,792,080.68
低度茅台酒	898.52	227,136,293.23
陈年茅台酒	79.35	101,482,745.11
茅台王子酒	158.11	18,284,992.31
其它	18.64	1,304,701.93
合 计	3,531.41	1,114,000,813.26

（二）主要产品生产能力及销售情况

由于本公司注重保持并提高产品质量，同时加快新产品的研究与开发，重点向精品化、保健化、低度化方向发展，产品始终供不应求。目前，本公司年白酒生产能力为 4000 多吨，不足全国 500 万吨产量的千分之一。根据中国酿酒工业协会和《中国酒业信息快报》有关资料的统计，本公司在国内白酒市场的占有率为 9.1%。

本公司在国内的销售由公司控股的销售公司和经销商共同进行。目前，销售公司在北京、上海、广州、厦门等地设有销售办事处，拥有销售人员 130 余人，经销商、代理商 300 多家。公司与重点客户建立了长期稳定的合作关系，根据企业发展的需要，本公司拟在全国建立三个销售分公司和区域配送中心，并在重点城市建立专卖店与专卖柜，以形成以我为主的营销网络管理体系。本公司产品目前在国内的主要市场集中在山东、河南、辽宁、江苏、贵州，2000 年，上述几个市场销售占本公司销售收入的 37.41%。公司产品远销 100 多个国家和地区，产品出口主要是通过本公司下属子公司贵州茅台酒厂进出口公司和贵州省粮油进出口公司进行，出口的品种主要是 53、43、38 度贵州茅台酒及部分陈年茅台酒，年创外汇收入近 1000 万美元。

（三）主要产品的工艺流程

本公司主要生产销售贵州茅台酒，它的生产工艺是历代酒师在长期的生产实践中，巧妙地利用酿酒的基本原理，结合当地特殊的自然条件创造出来的。近年来，本公司不断利用现代科学技术对传统工艺进行改造、继承、创新，使之更加科学和规范。其主要特点是：

（1）选料讲究。茅台酒的原料为高粱和小麦，高粱必须是本地或周边

地区的优质糯高粱，小麦也以本地品种为主，对原料不仅要进行感官检查，还要进行物理和化学分析以确保质量。此外，酿酒所用的水必须是符合卫生标准，适合饮用要求，无色透明、微甜爽口、溶解物少，不浑浊、煮沸后无沉淀的赤水河水。

(2) 高温制曲。茅台酒的高温制曲，是每年在端午节开始，重阳节结束，选择气温高、湿度大、空气中微生物的种类和数量多且活跃的炎热的夏天踩曲，曲块发酵温度较高，俗称高温大曲，它是我国首创的高温大曲。高温制曲对形成茅台酒独特的风格有重要的作用。

(3) 高温堆积发酵。高温堆积发酵是历代酒师在实践中总结出来的，有别于其他白酒酿制的独特工艺，因为高温制曲，曲药中仅存活耐高温的细菌，而酵母则几乎绝迹，采用与一般大曲酒类似的工艺则无法产酒，因此，为了弥补这一不足，历代工人在实践中摸索发明了“堆积发酵”这一工艺。在堆积发酵过程中，通过网罗、繁殖、筛选微生物，使各种适宜酿酒的微生物在品种、数量及其量比关系上趋于合理，实质是起二次制曲的作用，这不仅弥补了高温制曲的不足，而且增加了茅台酒的香味。

(4) 高温接酒。茅台酒的接酒温度在 40-50 度，高温接酒可以挥发部分对人体有刺激性的低沸点物质，同时增加香味物质，经过贮存后，使酒的酱香更加突出，香味更加幽雅。

(5) 生产周期长。茅台酒的生产从投料到出商品酒约须经六年时间，制曲及贮存一年，制酒生产一年，生产的“新酒”陈酿三年，勾兑后贮存一年，茅台酒经过陈酿，在贮存过程中发生一系列物理化学变化，能使茅台酒的风格更加突出。

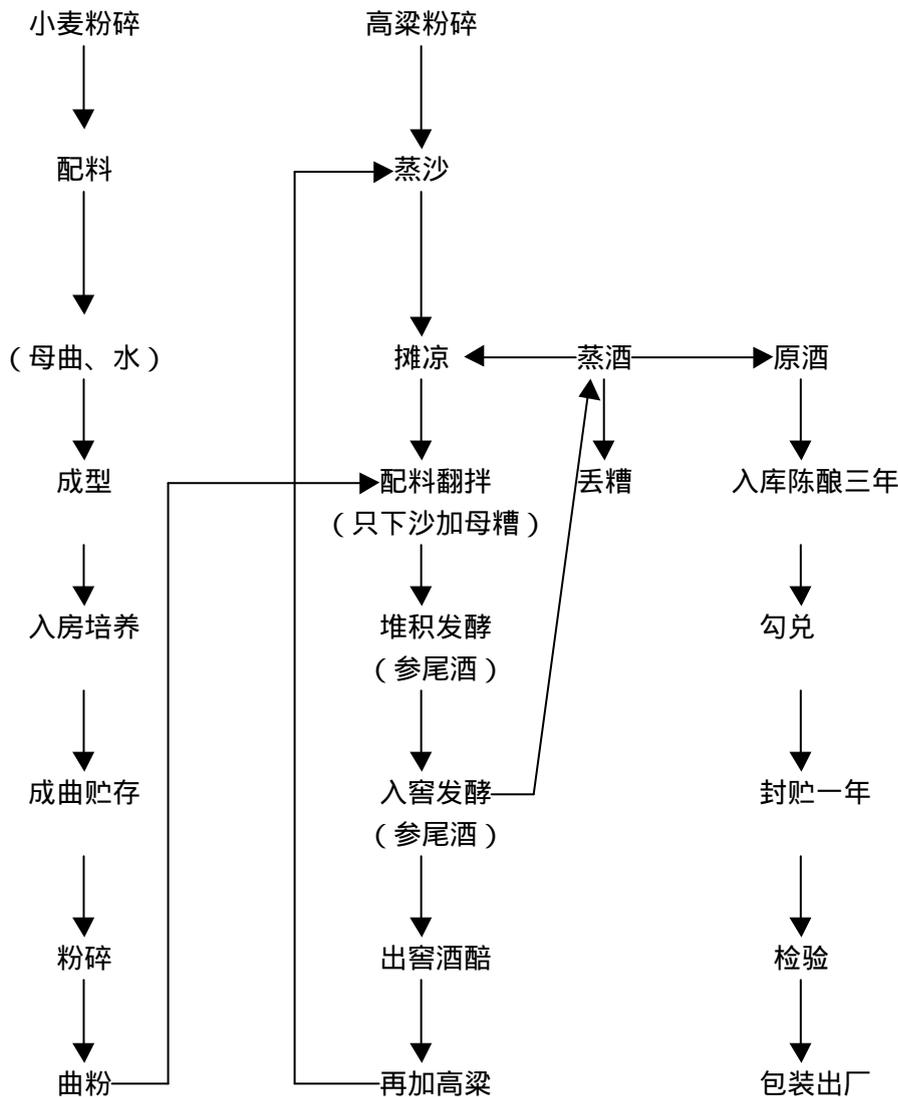
(6) 精心勾兑。茅台酒勾兑是保证茅台酒特有风格的重要一环，不加任何添加物，全部用不同酒龄、不同轮次、不同香型、不同酒度的半成品酒勾兑而成，是科学与艺术的完美结合。

茅台酒的生产工艺流程分为制曲与制酒二道工序。茅台酒的制曲生产工艺大致是：用优质小麦为原料，经破碎、加水、加母曲，经过踩曲后，经过

培养与贮存一定时间，最后磨成粉状，即可投入制酒生产。制酒的生产工艺是：用纯净小麦制成的高温大曲和高粱作酿酒原料，经二次投料，九次蒸煮，八次摊凉、加曲、堆积、八次发酵，七次摘酒，分型贮存，勾兑出厂。茅台酒的生产时间是：端午踩曲、重阳投料，一月一个小周期，一年一个中周期，六年一个大周期。

从茅台酒的生产工艺和特点可以明显看出，茅台酒的工艺既古老又科学，是我国民族酿酒工业的一朵奇葩。

茅台酒工艺流程如下：



(四) 关键生产设备情况

本公司为传统白酒生产企业，主要生产设备经过改造，其成新度较高，能够保证连续性生产，主要有：行车、打糟机、粉碎机、搅拌机、提升机、洗瓶机、灌装机、压盖机、自动捆扎机、冷凝机、过滤机、净水设备、锅炉、防火防水设备、不锈钢酒罐、酒甑等。下面以车间部门为单位作进一步说明：

(1) 动力部分设备：共有锅炉 9 台，负责 5000 吨/年茅台酒的供汽，购置时间为 1987-2000 年，其中 3 台大修期已到的锅炉已进行了大修，其安全运行时间可达 10 年以上。

(2) 制酒生产设备：共有不锈钢活动酒甑、冷却器 180 套，行车 94 台，其生产能力为 5000 吨/年，购置时间为 1990—2000 年，还可安全使用 8 年以上。

(3) 包装生产设备：共有包装生产线 4 条，生产能力为 4000 吨/年，此 4 条生产线设备在全国白酒行业处于领先水平，其购置日期为 1991—2000 年，其安全运行时间可达 5—8 年。

(4) 制曲生产设备：共有曲块粉碎机组 7 套、磨粉机 11 台、制曲搅拌机 6 套，生产能力 15000 吨/年，购置日期为 1993 年—2000 年，其安全运行时间平均可达 10 年以上。

(5) 低度酒生产设备：共有低度酒生产线一条，生产能力为 1200 吨/年，购置日期为 1989 年，还可安全运行 5 年时间。

(6) 科研检测设备：共有色谱仪 2 台、质谱仪 1 台、动态预空进样器 1 台、白酒过滤器 3 台、生态培养箱 2 台，上述设备全为进口设备，在本行业处先进水平，购置日期为 1993—2000 年，其安全运行时间可达 7 年以上。

以上关键设备的账面价值与重置成本见下表

设备名称	账面价值	重置成本
动力锅炉系统	10,938,876.32	11,437,280.00
酒甑	3,430,285.20	5,272,200.00
行车	10,969,353.50	11,308,200.00
包装生产线	4,086,868.52	5,145,600.00
磨粉机	149,945.51	671,550.00
曲块	702,535.61	1,995,182.00
搅拌机	247,350.00	330,992.00
低度酒生产线	1,685,286.00	1,685,286.00
科研、检测设备	1,362,518.18	1,754,200.00

(五) 主要原材料和自然资源的耗用情况

茅台酒的主要生产原料是高粱、小麦和水。高粱和小麦主要是仁怀市周

围沿赤水河河谷及周边山区所产优质糯高粱和小麦。各区乡由当地政府组织形成茅台酒原料基地。仁怀当地所产高粱具有颗粒小、皮厚、坚实、耐蒸煮、耐翻造的特点。小麦成熟早，颗粒饱满多粉。茅台酒属高粮耗白酒，约五公斤粮食酿一公斤酒，其中高粱占 2.4 公斤，小麦占 2.6 公斤。目前，仁怀市及其周边地区的高粱和小麦生产基地能充分地保障茅台酒生产所用的原料消耗。

本公司酿造茅台酒所用的水取自于赤水河上游。赤水河水质优良，宜于白酒酿造。为保护水源，贵州省政府正在制订规划，将本公司上游 100 公里赤水河定为水源保护区，这将更有利于公司的可持续发展。目前，公司有专用取水设施，日供水能力 2 万吨。

（六）环保情况

本公司的生产过程属粮食发酵生产，会产生污水、固体酒糟，易影响和污染环境。本公司高度重视环境治理项目的实施，采取积极的环境保护措施，改进工艺，降低消耗，推行清洁工艺，实行 100% 的污水处理，利用酒糟生产高蛋白饲料，使生产工艺中的污染排放最大限度的降低并且增加了经济效益。同时，公司还大力提高装备水平，深挖节水、节能、降耗潜力，通过加强管理，杜绝不合理的物料流失。目前集团公司建立了污水处理站，设计日处理污水 100 吨，治理后的废水排放经环保部门监测，达到国家污水综合排放标准（GB8978—1996）一级，经过协商并签署正式协议，由集团公司污水处理站代处理本公司的污水。

（七）安全生产措施

本公司产品为易燃物品，为保证生产安全，公司目前有一支专职消防队伍和先进的消防灭火系统。在安全管理方面，本公司建立了相应的安全保卫部门和规章制度，制定了由公司领导负责，与各部门、车间签订安全生产责任制，在各级管理人员及职工中开展安全教育和宣传，加强对驻公司武警、消防和保安的领导和队伍建设，加强对安全生产管理制度执行和落实的检查，做到专人负责，专项检查与专业检查相结合，及时发现隐患及时整改，

杜绝事故。此外，为加强职工生产安全和健康防护，本公司还定期对职工进行健康检查。

三、主要固定资产及无形资产

(一) 主要固定资产情况

本公司的固定资产主要为机器设备和建筑物，本公司成立时，全部固定资产共 1428 项，固定资产原值 238,569,852.02 元；其中机器设备 1131 台套，设备原值 53,814,199.00 元，房屋建筑物 62 项，价值 173,428,153.73 元。自公司成立截止 2000 年 12 月 31 日，共报竣工固定资产 8,958,607.80 元，其中包括新购置设备 331 台套，价值 6,391,837.49 元，原有固定资产改造增值价值为 162,371.56 元。有关明细见下表所示。

生产设备、固定资产增加一览表

序号	启用日期	名称	数量	单位	金额(万元)
1	99 年 5 月	冷凝器	34	套	11.05
2	99 年 7 月	华德过滤器	1	台	4.31
3	99 年 7 月	储酒罐	33	套	121.60
4	99 年 10 月	电脑喷码机	2	台	25.20
5	99 年 10 月	不锈钢酒罐	4	台	7.78
6	99 年 11 月	水处理设备	3	套	21.00
7	99 年 12 月	水膜除尘器	1	套	14.96
8	2000 年 3 月	多米诺喷码机	1	套	13.33
9	2000 年 3 月	电子汽车衡	1	台	7.90
10	2000 年 6 月	酒曲粉碎及除尘成套设备	1	套	27.14
11	2000 年 6 月	自动洗瓶机	1	台	10.98
12	2000 年 6 月	自动浸瓶机	1	台	7.28
13	2000 年 6 月	水膜除尘器	1	台	14.96
14	2000 年 7 月	底锅	24	套	15.98
15	2000 年 7 月	冷凝器	25	套	8.77
16	2000 年 7 月	不锈钢纯水罐装机	1	台	12.44
17	2000 年 7 月	王子酒生产房改造			16.24
18	2000 年 8 月	五十铃双排座车	1	台	13.29
19	2000 年 8 月	远程访问服务器	2	台	7.76
20	2000 年 8 月	多媒体投影仪	1	台	8.6
21	2000 年 11 月	档案密集架	1	套	50.92
22	2000 年 11 月	精量灌装机	1	台	12.80
23	2000 年 11 月	不锈钢酒罐	24	台	37.34
24	2000 年 12 月	不锈钢酒甑	16	套	68.72
25	2000 年 12 月	营销电脑设备		套	56.93
其他					298.58
合计					895.86

截止 2000 年 12 月 31 日，本公司固定资产原值 246,125,655.82 元，累计折

旧 65,805,266.73 元，固定资产净值 180,320,389.09 元，成新率 73%。由于本公司主要固定资产为一般建筑物和生产设备，加之本公司属传统劳动密集型生产企业，除质量检测、科研设备部分固定资产技术程度较高外，其它生产设备技术含量不高，如果存在报废或更新的情况，重置成本将与原所购成本无大的变化。

（二）主要无形资产

本公司目前拥有的无形资产为专利。

为减少关联交易，本公司与集团公司于 1999 年 9 月 19 日签署“专利权转让协议”，一次性从集团公司购买了以下系列茅台酒酒瓶外观设计专利，专利号分别为：ZL94301252.X、ZL99324243X、ZL99305661X、ZL99324253.7、ZL95307375.0，专利权转让费合计为 102 万元，以上专利权转让已经国家专利局 2000 年 9 月 27 日公告确认。

本公司成立后，生产经营所需专利全部由本公司自行申报，并于 2000 年 12 月 15 日取得国家知识产权局颁发的 80 年茅台酒包装盒外观设计专利证书，专利号为：ZL00326571.4；2000 年 12 月 22 日取得国家知识产权局授予的 80 年茅台酒酒瓶外观设计专利证书，专利号为：ZL00326572.2。

四、产品质量控制

本公司所酿造产品均严格执行国家质量考核标准并接受国家技术监督部门的检测。本公司在生产过程中，坚持推行全面质量管理，按 ISO9002 国际标准，建立了从原料、酿制生产、检验、出厂、售后服务全过程的质量保证体系。

本公司产品理化卫生指标等按国家强制性标准 GB2757（蒸馏酒及配制酒卫生标准）、GB10344（饮料酒标签标准）的规定执行。目前贵州茅台酒所执行的标准代号为 Q/MTJ02.25—2000。

本公司长期以来，始终坚持把质量作为企业管理的中心来抓，长期奉行“以质求存，以人为本，继承创新”的宗旨，坚持预防为主的思想，强化生产全过程的质量控制和质量改进。从原辅材料进厂到制曲、制酒、贮存、勾兑、包装等全过程实施严格的质量控制，每个过程均制定有严格的工艺规程和操作作业

指导书，并严格要求操作人员精心操作，一丝不苟，实行全面监控，整个生产过程设立了 14 个 A 级质量控制点、20 个 B 级质量控制点和九十道质量防线，进行全方位的质量把关和监控，原料进厂实行严格的抽检制度，真正作到精心选料、精心制曲、精心制酒、精心勾兑、精心包装，坚决执行质量否决制度，质量与工资、奖金、评优等挂钩，以质论奖，保证了整个生产过程的工序质量。

本公司出厂产品质量控制采取内在质量控制和外观质量控制两种措施进行。内在质量控制一方面依靠科学仪器进行控制，如采用气相色谱仪、酒精计、光度计等对各项指标进行检测把关，另一方面由具备省级评酒委员资格的人员组成的公司评委进行口感等感观质量的品评把关，经内在质量检测和品评合格后，才能放行进行包装；外观质量控制主要是对外观包装过程的质量进行控制，由包装操作人员、包装巡检人员、质检部专职检验人员采取自检、互检和专检相结合的方式控制把关，使整个产品形成过程没有不合格的产品流入下道工序，没有不合格产品流入市场，长期保持出厂产品 100% 的合格率。

本公司产品的售后服务工作主要由销售公司负责，在全国各省会及大中城市均设有营销和售后服务网点，配备有专门的营销人员负责销售市场的监管和售后服务工作，在公司内还设有专门的服务热线，为消费者提供咨询、查询等事宜。同时，公司还专门设置了假冒产品的鉴定部门，协助消费者和打假执法部门搞好真假产品的鉴定工作。到目前为止，本公司未出现过重大的产品质量责任纠纷。

以上质量控制措施有效地保证了茅台酒的品质，使公司获得了良好的经济及社会效益，茅台酒蝉联历届全国白酒评比会第一名，获“中国名酒”称号及国家质量金质奖。具体获奖情况见下表：

附：茅台酒主要国际获奖情况一览表：

年份	获奖名称
----	------

- 1915 获美国巴拿马万国博览会金奖
- 1985 获国际旅美食品大奖赛金桂叶奖
- 1986 获法国巴黎第十二届国际食品博览会金牌奖
- 1986 获香港“亚洲之星”包装奖
- 1987 获香港第三届世界广告大会、中国出口广告一等奖
- 1989 获首届北京国际博览会金奖
- 1991 获第二届北京国际博览会金奖
- 1992 获首届美国国际名酒大赛金奖
- 1992 获香港国际博览会最高金质奖
- 1992 获日本东京第四届国际名酒博览会金奖
- 1992 汉帝茅台酒在法国巴黎获“92世界之星”包装奖
- 1993 获法国波尔多葡萄酒烈性酒展览会特别奖
- 1994 获第五届亚太国际贸易博览会金奖
- 1994 美国纪念巴拿马万国博览会 80 周年名酒品评会特别金奖第一名

茅台酒主要国内获奖情况一览表：

年份	获奖名称
1930	贵州实业展览会特等奖
1935	四川西南各省物资展览会特等奖
1952	全国土产交流会名酒
1953	全国第一届评酒会国家名酒
1963	全国第二届评酒会国家名酒
1979	全国第三届评酒会上获国家质量金质奖
1979	全国食品优质产品奖
1984	全国第四届评酒会上获国家质量金质奖
1984	“飞天牌”贵州茅台酒获国家质量金质奖
1984	轻工部酒类质量大赛金杯奖
1986	低度茅台酒获贵州省优质产品奖
1988	国家轻工部产品展览会“金龙腾飞”金质奖
1988	贵州省第四届名酒金尊奖
1988	首届中国食品展览会金奖
1989	评为第五届评酒会国家名酒
1989	“飞天牌”贵州茅台酒获国家质量金质奖
1989	首届中国酒类包装装璜特级金杯奖
1990	39 度茅台酒获首届轻工博览会金奖
1991	茅台酒系列获全国出口优质产品称号
1992	获中华百艳博览会特别奖
1993	53 度、43 度茅台酒荣获中国白酒精品称号
1994	“飞天牌”茅台酒获“消费者购物—首选优质产品”荣誉称号
1994	茅台酒系列被中国保护消费者基金会推选为 94 年消费者满意商品
1994	“飞天牌”53 度茅台酒获中国国际名酒博览会“酒王”和“王中王”称号
1994	“飞天牌”53 度茅台酒获中国名酒精品金奖
1994	全国亿万民众最喜爱的家用产品（酒类）特级金奖
1994	贵州茅台酒（内、外销）荣获贵州省名牌产品称号
1994	茅台酒获 94 年全国最畅销国产商品“金桥奖”
1995	贵州茅台酒被国家内贸部推选为“95 全国市场认可名酒”
1996	贵州茅台酒被中国名牌商品组委会推选为九五一九六年度全国名牌轻工产品

年份	获奖名称
1996	飞天牌、茅台牌系列茅台酒获 96 产品质量、售后服务“双优”商品
1997	贵州茅台酒系列产品获中华人民共和国第八届运动会指定产品
1997	质量体系认证续认通过
1998	金轮牌茅台酒被中国食品工业协会推选为“跨世纪中国著名白酒品牌”
1998	贵州茅台酒被国家统计局推选为“97 中国市场畅销品牌”
1998	贵州茅台酒被国家统计局认定为“97 中国市场同类产品销量第二名”
2000	茅台王子酒被国家经贸委评为国家级新产品
2000	贵州茅台酒获国家农业部颁发的“绿色产品”称号
2001	贵州茅台酒被国家技术监督局认定为原产地域保护产品

五、主要客户及供应商

本公司前五名供应商及采购额（2000 年） 单位：万元

名称	采购量	占总采购量的比例（%）	采购物质类型
仁怀市粮油收储总公司	2,960	15.35	高粱、小麦
上海凹凸彩印总公司	2,858	14.80	包装材料
昆明市斑铜厂	1,880	9.74	包装材料
上海人民印刷八厂	1,762	9.13	包装材料
上海复旦天臣新技术有限公司	755	2.91	防伪材料

本公司 2000 年度向前五名供应商采购金额共计 10,251 万元，占年度采购总额 19,309 万元的 52.90%。

本公司前五名客户及销售额（2000 年） 单位：万元

名称	销售额(万元)	占总销售的比例（%）
河南亿星商业副食有限公司	3,758.77	2.88%
上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司	3,745.45	2.87%
北京市糖业烟酒公司	3,629.98	2.79%
辽宁享逸糖酒有限公司	2,893.37	2.22%
天津贵川酒销售中心	2,630.84	2.02%

与本公司有关联关系的产品经销商为北京市糖业烟酒公司、江苏省糖烟酒总公司和上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司，2000 年度，上述三家公司经销本公司产品的金额分别为：3,629.98、1,406.04、3,745.45 万元，占总销售金额的比例分别为：2.79%、1.08%、2.87%。

六、发行人的核心技术

本公司是我国传统白酒酿制企业，拥有全部酿制贵州茅台酒的核心技术和相关人员。集团公司在发起设立本公司时，相关技术和人员全部进入了股份公司，保证了核心技术的完整性。本公司的核心技术分为两个部分：一是贵州茅台酒生产依据的传统生产工艺，二是贵州茅台酒成型勾兑技术，两者均为企业自有的技术资源，茅台酒生产及勾兑技术，具有较强的特殊性，配合独有的地域、气候等特征，形成模仿者不可逾越的技术壁垒。目前茅台酒已被国家质量

技术监督局认定为原产地域保护产品，这将对茅台酒品质及生产技术起到很好的保护作用，具有独特的竞争优势。

七、研究与技术创新情况

本公司拥有国家经贸委批准的国家级技术中心，下设新产品开发部、微生物研究室、情报色谱研究室等机构。拥有各类工程技术人员 30 余人，其中高级职称 3 人，中级技术职称 10 人，在 1999 年在继开发出 80、50、30 年茅台酒的基础上，又开发出了茅台王子酒（获 2000 年度国家经贸委颁发的国家级新产品证书）、15 年茅台酒，产品投放市场供不应求。目前正在进行的研发项目有：

1、53%（v/v）茅台迎宾酒：该酒属普通酱香型酒，配合不同酒度的茅台酒、茅台王子酒形成高中低三个层次，针对多个细分市场，进一步优化产品结构，满足不同消费者的需求。

2、贵州省省长专项资金资助项目：主要研究茅台酒与地域微生物关系的探索，研究地域微生物消长情况，以进一步探索茅台酒发酵机理，揭示地域微生物对茅台酒产量和质量的影响。

3、茅台酒微机勾兑技术：为进一步提高劳动生产率，利用气相色谱技术结合电脑程序模拟勾兑茅台酒，可提高茅台酒勾兑率及生产量。

本公司股票发行后，将进一步利用国家的有关政策，与国内著名科研院所技术创新、新产品开发和人才培养等方面加强合作，以确保本公司的研究开发能力始终处于国内同行业的先进水平。

第六章 同业竞争与关联交易

一、关于同业竞争

本公司与关联企业之间目前不存在同业竞争。本公司的关联企业中，集团公司、贵州茅台酒厂技术开发公司、贵州茅台习酒有限责任公司（以下简称“习酒公司”）、贵州茅台啤酒有限责任公司（以下简称“啤酒公司”）与本公司同属酒类生产企业（以下统称“关联酒类企业”）。

上述关联酒类企业中集团公司在股份公司设立时已将与茅台酒生产和销售相关的主要经营性资产（制酒车间、制曲车间、包装车间等）投入股份公司，因此在股份公司成立后集团公司已失去继续从事酒类产品生产和销售的能力，其主要为股份公司生产提供配套服务，因此与发行人不存在同业竞争。

技术开发公司、习酒公司生产的是系列浓香型白酒，市场定位为面向普通消费者，从事的是与本公司相似的业务，但鉴于目前本公司主要生产以贵州茅台酒为主的高中档酱香型白酒，面向中高收入的消费阶层，与上述公司产品在香型、酒精度数、价格、消费群体上有很大差异，因此目前与发行人不存在同业竞争。

啤酒公司目前只生产啤酒，不生产白酒，属于与本公司相近的业务，鉴于啤酒与白酒完全属于两种类别的酒，在口味、消费习惯、市场定位方面上有极大的差别，因此与发行人不存在同业竞争。

以上企业均向本公司作出了不同业竞争的承诺。

本公司律师审查认为，发行人与关联企业之间不存在同业竞争。本次发行主承销商经审查认为，发行人与关联企业之间不存在同业竞争。

二、关联方及关联关系

按照中国证监会证监发[2001]41号文规定的范围，本公司目前存在的关联方及关联关系如下：

关联方名称	与本公司关系	关联交易
中国贵州茅台酒厂有限责任公司	控股股东，持有本公司 90.81% 股权	存在

贵州茅台酒厂技术开发公司	持有本公司 5.41% 的股权，属同一集团	存在
贵州茅台习酒有限责任公司	属同一集团	存在
贵州茅台啤酒有限责任公司	属同一集团	存在
贵州省轻纺集体工业联社	持有本公司 0.81% 的股权	不存在
深圳清华大学研究院	持有本公司 0.81% 的股权	不存在
中国食品发酵工业研究所	持有本公司 0.54% 的股权	不存在
北京市糖业烟酒公司	持有本公司 0.54% 的股权，子公司经销商	存在
江苏省糖烟酒总公司	持有本公司 0.54% 的股权，子公司经销商	存在
上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司	持有本公司 0.54% 的股权，子公司经销商	存在

三、关联交易

（一）发生的主要关联交易

股份公司在筹建期间就与主发起人中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司签订了关联交易的有关协议，2000 年 5 月 18 日中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司更名为中国贵州茅台酒厂有限责任公司后，其权利义务全部由中国贵州茅台酒厂有限责任公司承继。存在的关联交易情况如下：

1、1999 年 9 月 19 日，集团公司与股份公司（筹）签订《综合服务协议》，约定集团公司为股份公司有偿提供动力（水、电）、货物运输、职工上下班用车、生产公共设施（包括但不限于道路、围墙、上下水和绿化）和职工的后勤服务及必要的生活设施服务（包括但不限于食堂、医院、幼儿园、子弟学校、理发室、浴室的使用、消防、环保、保卫服务等）等综合服务。股份公司向集团公司支付的动力费用按实际用量计算；运输费用按市场价向集团公司下属公司结算；其他综合服务费用每半年支付一次，每年共计 2,025,268.00 元，协议有效期二年。1999 年 11—12 月支付综合服务费 337,544.67 元，2000 年 1—12 月实际支付综合服务费 2,025,268.00 元。

2、1999 年 9 月 19 日集团公司与股份公司（筹）签订了《土地使用权租赁

协议》，约定集团公司将其以出让方式取得的面积为 220,227.84 平方米的土地租与股份公司使用，股份公司每年向集团公司支付租金 206 万元（含税），协议有效期至集团公司以出让方式获得的《国有土地使用权证》规定的期满之日止。1999 年 11—12 月支付租赁费 343,333.33 元，2000 年 1—12 月实际支付租赁费 2,060,000.00 元。

3、1999 年 9 月 19 日集团公司与股份公司（筹）签订了《房屋租赁协议》，约定集团公司将办公大楼、车间办公楼、科研大楼、万吨酒库租赁给股份公司使用，总面积为 83,990.005m²，每年租金总计 4,392,391.11 元，协议有效期二年。1999 年 11—12 月支付租赁费 732,065.17 元，2000 年 1—12 月实际支付租赁费 4,392,391.11 元。

4、1999 年 9 月 19 日集团公司与股份公司（筹）签订了《老酒供应协议》，约定集团公司向股份公司按第一年 184,193.28 元/吨（含税），从第二年起每年递增 4% 的价格销售老酒，购买老酒款项由股份公司以现金方式定期向集团公司支付，每半年支付一次，协议有效期二年。1999 年 11—12 月没有交易发生；2000 年 1—12 月购入老酒 343.13 吨，支付购入老酒费用 63,202,240.17 元。

该协议规定集团公司应根据本公司的要求随时供应老酒。协议约定的供应方式为严格的排他性独家供应方式，集团公司只向本公司供应老酒，不得向任何第三方以任何方式供应老酒，供应方式既包括直接的销售，也包括作价入股、抵债等引致老酒所有权发生转移的其他方式；同时规定集团公司及其关联公司也不得利用老酒进行任何酒类产品的研制、开发、生产。协议约定如果集团公司向第三方以任何方式供应老酒，或其自身利用老酒进行酒类产品开发、生产，则应将其因此所得的全部收入作为违约金支付给本公司，并赔偿由此给本公司造成的所有实际损失。

5、1999 年 9 月 19 日集团公司与股份公司（筹）签订了《专利权转让协议》，约定集团公司将其拥有的专利号为 ZL94301252.X、ZL95307375.0、ZL99305661.X、ZL99324253.7、ZL99324243.X 的五项酒瓶外观设计专利权转让给股份公司，并由股份公司向集团公司以现金方式支付，股份公司实际支付专

利权转让费 102 万元。

6、1999 年 9 月 19 日集团公司与股份公司（筹）签订了《商标许可使用协议》，约定集团公司将注册号分别为第 284519、284526、101902、907292、707443、918339、1331991、1444922 号的注册商标许可给股份公司使用，使用费为股份公司使用许可商标的酒类产品年销售额的 2%，每半年支付一次。1999 年 11—12 月支付使用费 495,499.07 元，2000 年 1—12 月支付使用费 14,367,587.77 元。2001 年 5 月 25 日本公司与集团公司重新签订了《商标许可使用协议》，参见本章“四、避免同业竞争和规范关联交易的制度安排之第（三）条第 2 款”。

7、1999 年 11 月 20 日中国贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司（现已更名为贵州茅台习酒有限责任公司）与股份公司签订了《茅台王子酒基酒供应协议》，约定习酒公司以 50,000 元/吨（含税）向股份公司供应酱香白酒、以 30,000 元/吨（含税）向股份公司供应浓香白酒，股份公司根据每年生产计划向中国贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司购买基酒。1999 年购入基酒 327.1907 吨，支付基酒费用 16,198,330.00 元；2000 年购入基酒 214.7452 吨，支付基酒费用 10,139,034.57 元。

8、与本公司有关联关系的产品经销商为北京市糖业烟酒公司、江苏省糖烟酒总公司和上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司。2000 年度，上述三家公司从本公司控股公司—贵州茅台酒销售有限责任公司购进产品，经销产品的金额分别为：3,629.98、1,406.04、3,745.45 万元，占本公司总销售金额的比例分别为：2.79%、1.08%、2.87%。上述股东与销售公司之间的关联交易完全按市场化的原则进行，关联交易公正、公平。

9、本公司与集团公司下属习酒公司、技术开发公司和啤酒公司之间签订有“贵州”、“茅台”商标再许可使用协议，此项关联交易详细情况请参见本节“避免同业竞争和规范关联交易的制度安排”。

本公司董事会认为上述关联交易中对本公司有重大影响的是老酒购买交易，集团公司可以利用其控股股东的地位，在是否严格按协议约定方式，出售老酒给股份公司等方面对本公司施加重大影响，直接影响本公司的生产经营和

经济效益。

（二）本次募股资金的运用涉及的关联交易

本次募股资金运用所涉及的关联交易一是本公司收购习酒公司酱香型资产，二是收购集团公司 1000 吨库存老酒，详细情况请参见本章“四、避免同业竞争和规范关联交易的制度安排之第（三）条第 4 款、第 5 款”。通过收购达到了减少本公司与关联股东之间关联交易、控制同业竞争的目的。

四、避免同业竞争和规范关联交易的制度安排

（一）股东及关联企业的承诺

集团公司于 1999 年 10 月 28 日向发行人出具了《关于不进行同业竞争的承诺函》，保证自身不再从事酒类产品的研制、生产，不以直接或间接的方式从事任何与本公司相竞争的业务，并且保证在其控制之下的任何子公司（包括上述关联酒类企业）也不从事与本公司有竞争的业务和活动。

本公司于 2000 年 3 月 20 日分别与技术开发公司、习酒公司、啤酒公司三家关联酒类企业签订了《避免同业竞争协议》。三份协议均约定：（1）三家关联酒类企业就其现有的与发行人产品有部分类似或近似的酒类产品，其销售维持在原有区域，其生产经营保持原有的规模；（2）明确只能由发行人研制、生产酱香型白酒，三家关联企业只能生产此外的酒类产品；（3）协议期间三家关联酒类企业开发、生产新的酒类产品，亦不能与发行人已有产品产生竞争；（4）三家关联酒类企业承诺在发行人业务扩展，需要生产与其相同或相近产品时，发行人有权选择收购其相关资产和产品，或要求三家关联酒类企业在限定时间内停止生产相关产品。协议有效期均为发行人成立之日起五年。

（二）公司章程对规范关联交易的安排

本公司《公司章程》在第七十条、第八十一条中明确规定了关联股东、董事对关联事项表决的回避制度。

1、《公司章程》第七十条规定：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东可以出席股东大会会议，并就该关联交易作出必要的说明，但该关联股东在股东大会就有关关联交易事项进行表决时关联股东应当自行回避，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；如有特殊情况关联股东无法回避时，公司在征得法定部门的同意后，可以按照正常程序进行表决。”

2、《公司章程》第八十一条规定：“董事个人或其任职的其他企业直接或者间接与公司已有的或者计划中的合同、交易、安排有关联关系时（聘任合同除外），不论有关事项在一般情况下是否需要董事会批准同意，均应当尽快向董事会披露其关联关系的性质和程度。除非有关联关系的董事按照本条前款的要求向董事会作了披露，并且董事会在不将其计入法定人数，该董事亦未参加表决的会议上批准了该事项，公司有权撤销该合同、交易或者安排，但在对方是善意第三人的情况下除外。董事会在就本条所规定的事项进行表决时，该关联董事可以以书面形式事先向董事会提供有关上述事项的 necessary 解释并可以参加会议。董事会对本条所规定事项的批准，应在不将上述关联董事计入法定人数的情况下以决议形式作出。”

（三）保护中小股东利益的其他安排

为了避免和消除可能出现的控股股东利用其控股地位损害中小股东利益的情况出现，本公司除以上制度安排外，还采取了以下措施：

1、在招股说明书中对目前已经存在的关联交易和有关的合同、协议进行充分的披露。

2、1999年11月19日，集团公司与本公司签订了《商标许可使用协议》，约定由集团公司将其注册的“贵州茅台”、“茅台”、“贵州”、“茅台女王”、“汉帝茅台酒”、“茅台 MOUTAI”、“茅台王子”、“茅台不老”等商标许可给股份公司使用，使用方式为独占许可。为进一步保障本公司的权益和长远发展，2001年5月25日，本公司与集团公司重新签订了《商标许可使用协议》，进一步严格约束了双方的权利与义务。重新签订的《商标许可使用协议》的主要条款是：

（1）商标许可期限为50年（自2001年1月1日起至2050年12月31日止）。

（2）本公司有权在其存续期间在公司注册名称、公司简称、公司股票简称

中永久使用“茅台”、“贵州茅台”、“MOUTAI”等与许可商标相同或相似的文字，且此项权利不受协议商标许可期限的约束。

(3) 协议约定商标许可使用费为：前两年（即2001年1月1日至2002年12月31日），使用费为本公司使用许可商标的酒类产品年销售额的2%。

(4) 自2003年1月1日起，使用费将按以下原则由本公司与集团公司双方协商确定：

每年使用费最低为本公司使用许可商标的酒类产品年销售额的1%，最高为本公司使用许可商标的酒类产品年销售额的2%，具体比例由双方在综合考虑双方在保护许可商标方面的贡献和本公司在许可商标品牌宣传和广告投放方面的支出等因素后在上述年销售额的1%至年销售额的2%之间协商解决；无论按何种比例收取使用费，每一年的使用费最高均不得超过许可期前二年所收取商标使用费的平均值。

上述商标使用费每二年调整一次，每次在上年度结束前的六十日内协商，并以书面方式确定。

(5) 本协议50年期限届满后，集团公司承诺将许可商标无偿转让给本公司拥有。

3、本公司于2000年3月20日分别与技术开发公司、习酒公司、啤酒公司三家关联酒类企业签订了《商标许可使用协议》。根据这些协议：(1) 发行人将茅台、贵州等商标再许可给三家关联企业使用，上述企业使用茅台、贵州等商标均被严格限定在与发行人产品没有竞争的特定的产品范围内；(2) 三家关联酒类企业使用茅台、贵州等商标的方式是非独占的，且只能限于本企业使用；(3) 三家关联酒类企业保证其使用贵州、茅台等许可商标的产品保持现有的市场定位，不与发行人产品形成竞争，否则，发行人可终止许可使用协议。

4、目前，三家关联酒类企业中仅有习酒公司具备生产酱香型酒的能力，为解决同业竞争，本公司与习酒公司于2001年1月10日签订了《酱香型酒生产经营性资产收购协议》，协议约定由本公司以上市募集资金一次性收购贵州茅台习酒有限责任公司的酱香型酒生产经营性资产（包括酱香型酒生产线相关资产

和库存全部酱香型老酒)，收购价格为 22,926 万元，收购完成后，本公司解决了同业竞争的问题，也不再存在由于生产茅台王子酒而购买习酒公司酱香型基酒的关联交易。

5、为避免集团公司使用库存酱香老酒生产与本公司可能构成同业竞争的产品，本公司与集团公司于 2001 年 3 月 28 日签订了《老酒收购协议》，协议约定由发行人以上市募集资金一次性收购集团公司库存 1,000 吨老酒，收购价格为 18.4193 万元/吨。收购完成后，集团公司的库存老酒进一步减少，降低了本公司对老酒的依赖性，减少了关联交易与同业竞争发生的可能性。本次收购后集团公司剩余老酒约 4,300 吨，本公司计划自筹资金在 2005 年前分次购入，具体收购方案如下表：

年 份	数 量(吨)	金 额 (万 元)
2001	800	15,325
2002	1,200	23,907
2003	1,200	24,863
2004	1,100	23,703

6、目前由于本公司使用“贵州茅台”等商标为集团公司所拥有，为保护公司权益，本公司与集团公司、公司控股销售公司之间就有关广告费用负担问题约定如下：(1) 集团公司与股份公司在宣传推广各自的产品时，分别由该产品所属公司对外签订有关协议，根据协议约定投入的广告费用亦由签订协议方承担。不得相互借用名义对外签订协议，不得由非协议方承担与其产品无关的广告费用；(2) 集团公司和股份公司、销售公司在参加展销会、交易会或进行公司整体形象宣传时，亦应由实际参会或进行宣传的公司承担费用，如确系两家或三家共同参加的宣传活动的，则由参加方共同承担，费用在事先协商议定；(3) 销售公司在经销股份公司生产的产品时进行的各种促销和市场推广、广告等费用均由销售公司自行负责。

五、 发行人律师与主承销商的意见

北京市竞天公诚律师事务所经尽职调查后认为：“本招股说明书中对发行人的关联方、关联交易全面的披露。以上关联交易均经交易双方充分平等协商后，

依据公开、公平和公正的原则签订书面协议详细约定交易方式、价格等具体内容。发行人在与其关联企业签订关联交易协议时已采取了保护中小股东利益的必要措施，关联交易协议均经发行人股东大会专项决议通过，并且在表决时涉及关联交易的关联股东均进行了回避。发行人所披露的关联交易不会损害发行人及中小股东的利益，关联交易决策程序合法有效，交易价格公允，关联交易协议的履行符合发行人和全体股东的利益。”

南方证券有限公司认为本招股说明书所披露的关联方、关联交易予以了全面的披露，不存在损害发行人及中小股东利益的情形，决策程序合法有效，交易价格公允，采取减少关联交易的措施可行有效。

第七章 董事、监事、高级管理人员、核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介

本公司的高级管理人员基本能适应现阶段企业发展的需要，本公司将尽一步吸引优秀人才加盟，使企业管理更加科学，法人治理结构更加规范。

（一）董事

1、袁仁国先生，中国国籍，45岁，中共党员，大学专科毕业，在读研究生，高级经济师。曾任贵州茅台酒厂办公室主任、制酒车间主任、厂长助理、副厂长；1996年12月至1998年5月，任中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司董事、副总经理、党委委员；1998年5月起任中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司副董事长、党委副书记、总经理；1999年11月至2000年12月期间任贵州茅台酒股份有限公司总经理。1995年被评为贵州省十大杰出青年，1998年当选为贵州省政协第八届委员会委员，1998年、2000年两度被评为全国轻工系统“全心全意依靠职工办企业优秀经营者”，2000年荣获全国质量管理先进工作者称号。2000年12月至今，任贵州茅台酒股份有限公司董事长，兼任中国贵州茅台酒厂有限责任公司副董事长、党委副书记、总经理，贵州茅台酒销售有限公司董事长。年薪134,000元。

2、季克良先生，中国国籍，62岁，中共党员，大学本科毕业，工程技术应用研究员、高级工程师、国家级白酒评酒委员、全国白酒考评专家组成员。曾任贵州茅台酒厂副厂长、厂长、总工程师；1996年12月至1998年5月期间，任中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司董事长、总经理、总工程师；1999年11月至2000年12月期间，任贵州茅台酒股份有限公司董事长。季克良先生是1992年、1995年全国优秀企业家、全国“五一”劳动奖章获得者；全国劳动模范、全国绿化先进模范、贵州省有突出贡献的优秀专家；1997年当选为中共十五大代表；贵州省有突出贡献的国企经营管理者；享受国务院特殊津贴，是贵州省第九届人大代表。现任中国贵州茅台酒厂有限责任公司董事长、党委书记、总工程师。季克良先生未在本公司领薪。

3、乔洪先生，中国国籍，48岁，中共党员，大专文化，高级经济师。曾任共青团贵州省毕节地委书记、毕节地区纳雍县县长、毕节地区轻纺工业局局长、贵州省轻纺工业厅副厅长。现任贵州茅台酒股份有限公司总经理，中国贵州茅台酒厂有限责任公司董事、党委副书记。乔洪先生去年在本公司工作未满一年。

4、谭绍利先生，中国国籍，54岁，中共党员，大专文化，高级工程师。曾任贵州茅台酒厂副厂长、中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司党委委员、董事、副总经理。谭绍利先生被评为1997年度全国绿化先进个人、轻工部轻工能源节约先进个人、贵州省“八五”期间技术改造优秀管理工作。现任贵州茅台酒股份有限公司副总经理、中国贵州茅台酒厂有限责任公司董事、党委委员，享受贵州省政府特殊津贴。年薪102,000元。

5、吕云怀先生，中国国籍，45岁，中共党员，大专文化，工程师、国家级白酒评酒委员。曾任贵州茅台酒厂副厂长、中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司副总经理、董事，现任贵州茅台酒股份有限公司副总经理、中国贵州茅台酒厂有限责任公司董事、党委委员。年薪99,170元。

6、戴传典先生，中国国籍，49岁，中共党员，大学文化，政工师。曾任贵州茅台酒厂副厂长、中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司副总经理、董事。现任中国贵州茅台酒厂有限责任公司董事、副总经理。戴传典先生未在本公司领薪。

7、谭定华先生，中国国籍，47岁，中共党员，大专文化，高级会计师。曾任贵州茅台酒厂财务处处长、中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司总会计师；现任贵州茅台酒股份有限公司财务总监、中国贵州茅台酒厂有限责任公司董事。年薪109,000元。

8、丁德杭先生，中国国籍，51岁，大专文化，高级经济师，中共党员。曾任贵州茅台酒厂厂长助理、副厂长；中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司党委委员、副总经理、董事；现任中国贵州茅台酒厂有限责任公司董事、副总经理、贵州茅台啤酒有限责任公司董事长。丁德杭先生未在本公司领薪。

9、胡本均先生，中国国籍，48岁，中共党员，大专文化，助理经济师。曾任贵州茅台酒厂供销科经理、茅台酒厂贵阳进出口公司副经理；现任贵州茅台酒厂技术开发公司董事长、总经理，胡本均先生未在本公司领薪。

10、王莉女士，中国国籍，29岁，大学本科毕业，工程师，国家级白酒评酒委员。1999年度公司科技标兵。现任贵州茅台酒股份有限公司技术中心分析室主任。年薪18,200元。

11、严安林先生，中国国籍，52岁，大专文化，中共党员，审计师，非执业注册会计师。曾任贵州省轻纺工业厅财务审计处处长、副厅长；现任贵州省轻纺国有资产经营有限责任公司总经理、贵州省轻纺集体工业联社副主任。严安林先生未在本公司领薪。

12、张德春先生，中国国籍，49岁，中共党员，大专学历，曾任北京市茶叶加工厂副书记；北京市丰台糖业烟酒公司书记兼副经理；北京市糖业烟酒公司经理助理；现任北京市糖业烟酒公司总经理经济师，北京市糖业烟酒酒类经营公司经理。张德春先生未在本公司领薪。

13、陈新先生，中国国籍，34岁，硕士研究生，中共党员。现任广东恒丰投资集团有限公司董事、副总裁，深圳同康投资发展有限公司董事、常务副总裁。陈新先生未在本公司领薪。

（二）监事

1、刘和鸣先生，中国国籍，52岁，中共党员，高中文化，高级政工师。曾任贵州茅台酒厂组织部部长、中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司党委委员、纪委书记。曾获贵州省四化建设标兵称号和奖章。现任贵州茅台酒股份有限公司监事会主席，中国贵州茅台酒厂有限责任公司党委副书记、纪委书记。刘和鸣先生未在本公司领薪。

2、张毅先生，中国国籍，46岁，中共党员，大专文化，高级会计师。曾任贵州茅台酒厂财务审计处、财务处副处长；中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司财务部主任；现任中国贵州茅台酒厂有限责任公司副总会计师、财务处处长、贵州茅台啤酒有限责任公司董事。张毅先生未在本公司领薪。

3、仇国相先生，中国国籍，28岁，中共党员，大专文化。现任贵州茅台酒股份有限公司制酒六车间干事。年薪17,400元。

4、李明彦先生，中国国籍，30岁，中共预备党员，大专文化，助理会计师。现任本公司派驻贵州茅台酒销售有限公司内蒙古、河北片区副经理。李明彦先生未在本公司领薪。

5、潘昌枢先生，中国国籍，58岁，大学文化，中共党员，曾任省二轻厅团工委书记、贵州省轻纺工业厅处长、纪检组组长；现任贵州省轻纺集体工业联社副主任。潘昌枢先生未在本公司领薪。

（三）高级管理人员

樊宁屏女士，中国国籍，27岁，中共党员，大学本科毕业，在读研究生。曾任中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司办公室秘书科副科长。现任贵州茅台酒股份有限公司董事会秘书。年薪18,100元。

（四）技术负责人和核心技术人员

1、陈兴晞女士，中国国籍，46岁，中共党员，大专学历，高级工程师，国家级白酒评酒委员。1985年至1988年期间任茅台酒厂职工学校副校长；1988年至2000年期间曾任茅台酒厂科研所所长、技术中心副主任、新产品开发部主任；现任贵州茅台酒股份有限公司副总工程师。主要成果有：承担茅台威士忌、茅台女王酒、43%V/V茅台酒、33%V/V茅台酒、茅台王子酒等工艺设计、标准、技术文件的起草，参与中型生产及产品鉴定等工作，主持开展《开发43%V/V茅台酒》QC小组论文，获国优QC成果奖。年薪36,200元。

2、张仕华先生，中国国籍，49岁，中共党员，副总工程师，生产管理部主任。曾任贵州茅台酒厂车间主任、生产管理处处长。负责主持或参与公司技术标准的修订工作组织；参与和指导的《如何提高酱香型酒产量》、《降低投料水分控制一、二次酒产质量》、《强化车间管理、促进优质高产》QC小组活动，获得国家优秀质量管理奖。1988年被聘任为助理工程师，1999年被聘任为工程师，2000年被聘任为副总工程师。年薪33,200元。

3、杨代永先生，中国国籍，38岁，中共党员，大专学历，工程师，贵州

省白酒评酒委员。1986 年至 1996 年期间曾任贵州茅台酒厂一车间副主任、二车间副主任、主任；1998 年 9 月任技术中心副主任。

主要成果有：在二车间担任副主任、主任期间，主持开展 QC 小组活动，获得省、部优成果奖；1998 年 9 月担任技术中心副主任后参与开发了茅台王子酒、茅台迎宾酒等系列产品，并编制了有关产品标准文件；参与起草与编制茅台酒原产地域产品保护产品的相关工作，使茅台酒成为全国第三个，白酒行业第一个原产地域保护产品；参与贵州茅台酒国家标准的起草、申报工作，现该标准已通过中国质量标准协会的审定。年薪 32,100 元。

二、公司管理层及核心技术人员与发行人之间的关系

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与发行人之间不存在有关借款和担保协议；所有人员及其家属均不持有本公司的股份；上述人员之间也不存在配偶、三代以内直系和旁系亲属关系。

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员除以上简介中已经披露的任职和兼职情况外，不存在其他应披露而没有披露的任何兼职事项。

第八章 公司治理结构

本公司于 1999 年 11 月 19 日召开了贵州茅台酒股份有限公司创立大会暨第一次股东大会，通过了公司章程，选举了公司董事会、监事会成员，并在以后的股东大会和董事会会议上对公司章程进行了修改，增选了部分董事和监事，解决了双重任职问题，初步建立起了符合上市要求的公司法人治理结构。

一、关于公司股东、股东大会

按照本公司章程的规定：股东按其所持有股份的种类享有权利，承担义务；持有同一种类股份的股东，享有同等权利，承担同种义务。公司股东享有下列权利：依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；参加或者委派代理人参加股东会议；依照其所持有的股份份额行使表决权；对公司的经营行为进行监督，提出建议或者质询；依照法律、行政法规及公司章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；依照法律、公司章程的规定获得有关信息；缴付成本费用后得到公司章程；缴付合理费用后有权查阅和复印；本人持股资料；股东大会会议记录；中期报告和年度报告；公司股本总额、股本结构；公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；法律、行政法规及公司章程所赋予的其他权利；股东大会、董事会的决议违反法律、行政法规，侵犯股东合法权益的，股东有权向人民法院提起要求停止该违法行为和侵害行为的诉讼。

公司股东承担下列义务：遵守公司章程；依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；除法律、法规规定的情形外，不得退股；法律、行政法规及公司章程规定应当承担的其他义务；持有公司百分之五以上有表决权股份的股东，将其持有的股份进行质押或以其他方式处分的，应当自该事实发生之日起三个工作日内，向公司作出书面报告；公司的控股股东在行使表决权时，不得作出有损于公司和其他股东合法权益的决定。

公司章程规定股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：决定公司经营方针和投资计划；选举和更换董事，决定有关董事的报酬事项；选举和更

换由股东代表出任的监事，决定有关监事的报酬事项；审议批准董事会的报告；审议批准监事会的报告；审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；对公司增加或者减少注册资本作出决议；对发行公司债券作出决议；对公司合并、分立、解散和清算等事项作出决议；修改公司章程；对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；审议代表公司发行在外有表决权股份总数的百分之五以上的股东的提案；审议法律、法规和公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东可以出席股东大会会议，并就该关联交易作出必要的说明，但该关联股东在股东大会就有关关联交易事项进行表决时关联股东应当自行回避，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；如有特殊情况关联股东无法回避时，公司在征得法定部门的同意后，可以按照正常程序进行表决。

本公司经创立大会依法设立后，按《公司章程》的要求，分别于 2000 年 4 月 2 日召开了 1999 年年度股东大会；在 2000 年召开了二次临时股东大会，审议并通过了有关中期利润分配与募集资金投向等的议案，2001 年 4 月 19 日本公司召开了 2000 年年度股东大会。董事会秘书进行了会议记录，形成了大会决议，并经股东单位代表签字。会议通知方式、召开方式、表决方式均符合《公司法》、《公司章程》的规定，会议记录完整规范。

二、关于公司董事会

公司设董事会，由十三名董事组成，设董事长一人。董事依法享有《公司法》规定的权利与义务。董事会制定董事会议事规则，以确保董事会的工作效率和科学决策；董事会应当确定其运用公司资产所作出的投资权限，建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审；董事会根据前款规定进行投资时，单一项目的投资额不得超过公司最近经审计的净资产的百分之十，单一年度的项目投资总额不得超过公司最近经审计的净资产的百分之三十。超过上述比例的投资，应由董事会报经股东大会批准后方可实施。

董事会会议应当由二分之一以上的董事出席方可举行。每一董事享有一票表决权。董事会作出决议，必须经出席会议的全体董事的过半数通过。董事可亲自到场开会，或者通过电话、广播、电视或其他通讯方式或者能使董事会的所有人士听到和被其他参加者听到的听觉或视听等即时通讯方式进行。此种通过电讯方式进行的会议的法定人数应与本条规定的相同。尽管董事未在开会时聚集在一起出席会议，但此种会议通过的决议应视为在此种会议举行之时所举行董事会会议所通过的决议。除非明确此种会议是在其他地点举行，否则此种会议应被视为在公司注册地召开的会议，并且参加此种会议的所有董事（或其代理人）应被视为按本章程目的而出席董事会会议。

董事会会议可以以签署书面决议方式进行，即由董事长或董事会秘书起草建议的董事会决议的文本，并以当时情况下可行的快捷方式送交所有董事。此种书面董事会决议的分别文本可由董事分别签署。在达到了法定人数的董事签署了此种决议（不论是共同签署还是在多个相对应的文本上分别签署）送达公司的时候，此种决议就应当视为经过妥当召集的董事会通过的决议，其通过的日期为达到法定人数的最后一名董事签署的日期。

董事应当在董事会决议上签字并对董事会的决议承担责任。董事会决议违反法律、法规或者章程，致使公司遭受损失的，参与决议的董事对公司负赔偿责任。但经证明在表决时曾表明异议并记载于会议记录的，该董事可以免除责任。

公司成立以来共召开 7 次董事会，会议通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》的规定，会议记录完整规范，董事会依法忠实履行了《公司法》、《公司章程》赋予的权利和义务。公司董事会会议坚持提前 10 天通知董事会议时间和有关议题，会议主要讨论公司经营战略、利润分配方案、投资方案、管理人员任免等事项。

本公司将尽快引进独立董事，以健全公司法人治理结构。

三、关于公司监事会

公司设监事会。监事会由五名监事组成，其中二名监事由公司职工代表担

任；监事会设召集人即主席一名。监事会行使下列职权：检查公司的财务；对董事、总经理和其他高级管理人员执行公司职务时违反法律、法规或者章程的行为进行监督；当董事、总经理和其他高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求其予以纠正，必要时向股东大会或国家有关主管机关报告；提议召开临时股东大会；监事会行使职权时，如果必要，可以聘请律师事务所、会计师事务所等专业性机构给予帮助，由此发生的费用由公司承担。

公司成立以来共召开 3 次监事会，会议通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》的规定，会议记录完整规范，监事会依法忠实履行了《公司法》、《公司章程》赋予的责任。公司监事会在监事会主席的领导下，监督董事会和公司经营管理情况，协助完善公司的法人治理结构。

股份公司成立后，还解决了双重任职的有关问题，建立了规范的法人治理结构，运作规范，符合《公司法》等法规要求和《公司章程》的规定。

四、高级管理人员的选择、考评、激励和约束机制

本公司对高级管理人员的选拔和任用是参照《公司法》、《公司章程》及选拔合格人才的原则进行的，考核时注重工作绩效，通过民主推荐 - 组织考察 - 董事会研究决定等几个程序来确定。

本公司对高级管理人员的考评，除定期、不定期的接受董事会的考核考评外，还充分发挥职工代表大会的民主监督作用，职工代表大会每年对高管人员进行一次民主评议与政绩考核工作，每位高管人员进行书面述职，公司组织公司中层干部、专业技术人员代表和职工代表参加述职大会，测评结果报公司董事会备案，作为是否续聘的重要依据。

本公司还拟建立一套较为完善的激励和约束机制。在收入方面将对高级管理人员试行年薪制，根据工作绩效和成果设定年终奖、特殊贡献奖，以提高高级管理人员工作积极性；公司还根据中央、贵州省政府、贵州省纪委、贵州省委组织部对干部工作管理的有关要求，参照《公司法》、《公司章程》、《中国共产党党员领导干部廉洁从政若干准则（试行）》条例，制定了本公司《关于新形势下加强廉政建设搞好党员干部廉洁自律的意见》、《关于领导干部廉

洁自律的规定》、《党风廉政建设责任制》等，形成了上级党组织管理、党委监督、同级纪委监督、职工民主监督、班子间相互监督、高级管理人员自我监督和约束机制，要求高管人员廉洁从政，实行廉政建设责任制。

五、核心管理层和技术人员的变动

本公司为进一步规范法人治理结构，解决双重任职问题，2000年10月20日本公司董事会审议通过了有关董事长、经理层变动的相关决议，同意季克良先生辞去董事长职务的决议，选举袁仁国先生为本公司董事长，同意袁仁国、戴传典先生分别辞去股份公司总经理、副总经理职务，聘用乔洪先生担任本公司总经理；2000年12月1日召开的临时股东大会审议通过了增补乔洪、丁德杭、严安林、王莉四位董事和增补潘昌枢、李明彦两名监事的决议。

六、管理层和核心技术人员履行诚信义务的限制性规定

为保证本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员履行诚信义务，本公司依据《公司法》、《证券法》、《档案法》、《保密法》等法律、法规的有关规定，通过公司管理制度、聘任合同和保密协议对上述人员的诚信义务进行了规定，并在公司章程中进行规定，现摘录如下：

董事应当遵守法律、法规和公司章程的规定，忠实履行职责，维护公司利益。当其自身的利益与公司 and 股东的利益相冲突时，应当以公司和股东的最大利益为行为准则，并保证：在其职责范围内行使权利，不得越权；除经公司章程规定或者股东大会在知情的情况下批准，不得同本公司订立合同或者进行交易；不得利用内幕信息为自己或他人谋取利益；不得自营或者为他人经营与公司同类的营业或者从事损害本公司利益的活动；不得利用职权收受贿赂或者其他非法收入，不得侵占公司的财产；不得挪用资金或者将公司资金借贷给他人；不得利用职务便利为自己或他人侵占或者接受本应属于公司的商业机会；未经股东大会在知情的情况下批准，不得接受与公司交易有关的佣金；不得将公司资产以其个人名义或者以其他个人名义开立账户储存；不得以公司资产为本公司的股东或者其他个人债务提供担保；未经股东大会在知情的情况下同意，不得泄漏在任职期间所获得的涉及本公司的机密信息；但在下列情形下，可以向法院或者其

他政府主管机关披露该信息：

- 1、法律有规定；
- 2、公众利益有要求；
- 3、该董事本身的合法利益有要求。

董事应当谨慎、认真、勤勉地行使公司所赋予的权利，以保证：公司的商业行为符合国家的法律、行政法规以及国家各项经济政策的要求，商业活动不超越营业执照规定的业务范围；公平对待所有股东；认真阅读公司的各项商务、财务报告，及时了解公司的业务经营管理状况；亲自行使被合法赋予的公司管理处置权，不得受他人操纵；非经法律、行政法规允许或者得到股东大会在知情的情况下批准，不得将其处置权转授他人行使；接受监事会对其履行职责的合法监督和合理建议。未经公司章程规定或者董事会的合法授权，任何董事不得以个人名义代表公司或者董事会行事。董事以其个人名义行事时，在第三方会合理地认为该董事在代表公司或者董事会行事的情况下，该董事应当事先说明其立场和身份。

董事个人或其所任职的其他企业直接或者间接与公司已有的或者计划中的合同、交易、安排有关联关系时（聘任合同除外），不论有关事项在一般情况下是否需要董事会批准同意，均应当尽快向董事会披露其关联关系的性质和程度。

除非有关联关系的董事按照本条前款的要求向董事会作了披露，并且董事会在不将其计入法定人数，该董事亦未参加表决的会议上批准了该事项，公司有权撤销该合同、交易或者安排，但在对方是善意第三人的情况下除外。

董事会就在本条所规定的事项进行表决时，该关联董事可以以书面形式事先向董事会提供有关上述事项的 necessary 解释并可以参加会议。董事会对本条所规定事项的批准，应在不将上述关联董事计入法定人数的情况下以决议形式作出。

如果公司董事在公司首次考虑订立有关合同、交易、安排前以书面形式通知董事会，声明由于通知所列的内容，公司日后达成的合同、交易、安排与其有利益关系，则在通知阐明的范围内，有关董事视为做了本章前条所规定的披露。

董事连续二次未能亲自出席，也不委托其他董事出席董事会会议，视为不能履行职责，董事会应当建议股东大会予以撤换。

董事可以在任期届满以前提出辞职。董事辞职应当向董事会提交书面辞职报告。

如因董事的辞职导致公司董事会低于法定最低人数时，该董事的辞职报告应当在下任董事填补因其辞职产生的缺额后方能生效。余任董事会应当尽快召集临时股东大会，选举董事填补因董事辞职产生的空缺。在股东大会未就董事选举作出决议以前，该提出辞职的董事以及余任董事会的职权应当受到合理的限制。

董事提出辞职或者任期届满，其对公司和股东负有的义务在其辞职报告尚未生效或者生效后的合理期间内，以及任期结束后的合理期间内并不当然解除，其对公司商业秘密保密的义务在其任职结束后仍然有效，直至该秘密成为公开信息。其他义务的持续期间应当根据公平的原则决定，视事件发生与离任之间时间的长短，以及与公司的关系在何种情况和条件下结束而定。

任职尚未结束的董事，对因其擅自离职使公司造成的损失，应当承担赔偿责任。

公司不以任何形式为董事纳税。

有关董事义务的规定，适用于公司监事、总经理和其他高级管理人员。

七、对外投资等重大投资决策的程序和规则

按照公司《章程》第九十四条的规定，为确保董事会的工作效率和科学决策，公司董事会制定了董事会议事规则。在该规则和公司《章程》第九十五条中都规定，董事会应当确定其运用公司资产所作出的投资权限，建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审。授权董事会决定单一项目的投资额不得超过公司最近经审计的净资产的百分之十，单一年度的项目投资总额不得超过公司最近经审计的净资产的百分之三十。超过上述比例的投资，应由董事会报经股东大会批准后方可实施。为督促董事在决策中勤勉尽责，公司《章程》第一百零九条规定，董事应当在董事会决议上签

字并对董事会的决议承担责任。董事会决议违反法律、法规或者章程，致使公司遭受损失的，有关董事对公司负赔偿责任。

八、公司管理层对内部控制制度的自我评估意见

本公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》及《公司章程》等法规的要求，建立了企业内部控制制度，经过一年多的运行，本公司管理层认为该制度保证了公司各项业务活动的顺利进行，保护了资产的安全和完整，保证了本公司会计资料的真实、合法、完整，促进了本公司经营效率的提高和经营目标的实现，内控制度是健全和有效的。

九、发行人会计师与律师对公司内部控制制度的意见

本公司会计师认为：“发行人已经建立了相应的内部控制制度，未发现发行人存在不合理或有严重缺陷的内控制度，也未发现未按内部控制制度执行的情况”。

本公司律师认为：“发行人建立了符合法律法规及中国证监会有关规定的公司治理结构，未发现违法违规行为。发行人的股东大会、董事会、监事会的议事规则、决策程序和职权范围等均符合有关法律法规和《公司章程》的规定；发行人历次股东大会、董事会、监事会的召开、决议内容的形成和表决方式等均是合法合规和有效的，上述会议的记录完整；部分发行人董事、监事和高级管理人员在前一年发生变动完全符合法律法规和《公司章程》规定，并履行了必要的法律程序。董事、监事及高级管理人员不存在《公司法》第五十七条、第五十八条所列示的情形；也不存在董事、总经理、副总经理及财务负责人兼任监事的情形；发行人控股股东茅台酒厂的法定代表人没有兼任发行人的董事长；发行人总经理和副总经理等高级管理人员也没有在发行人控股股东茅台酒厂兼任高级管理人员；发行人董事中兼任总经理、副总经理、财务总监等高级管理人员的人数为 4 名，符合发行人章程中关于董事兼任高级管理人员的不超过董事人数的二分之一的规定。”

第九章 财务会计信息

一、会计报表编制基准及注册会计师意见

本报告所载会计报表的编制基准，系假设本公司依重组方案确立的现时结构自1998年1月1日至1999年10月31日（以下称有关期间）业已存在且无改变，并于整个有关期间按股份公司要求运作。此期间本公司的会计报表是以中国贵州茅台酒厂有限责任公司的合并会计报表为基础（合并范围为贵州茅台酒厂进出口公司、仁怀茅台贸易公司及公司本部），根据剥离方案并按《股份有限公司会计制度》及有关补充规定进行编制。自股份有限公司成立建账之日起至2000年12月31日按股份公司真实发生额编制。

本公司聘请天一会计师事务所有限责任公司对本公司及其下属公司于1998-2000年12月31日的合并资产负债表及资产负债表、自1998—2000年12月31日止三个会计年度的合并利润表及利润表、合并利润分配表及利润分配表与2000年度的合并现金流量表及现金流量表进行了审计。审计机构出具了标准无保留意见的审计报告。

以下引用的财务数据和资料，非经特别说明，均引自经审计的财务报表。本章的财务会计数据及有关分析说明反映了公司过往三年的经审计的会计报表、经审核的盈利预测报告及有关附注的重要内容。

二、合并会计报表范围及变化情况

本公司的合并会计报表编制方法是按照财政部[1995]11号文《合并会计报表暂行规定》，对拥有超过50%以上股权并具有实质控制权，或虽然拥有不足50%以上股权，但具有实质控制权的被投资单位，纳入合并范围，所有重大的公司内部交易及金额已经在合并时冲抵。母公司与子公司执行的会计政策一致。

2000年12月31日被纳入合并范围的控股子公司的详细情况如下：

被投资 单位名称	注册资本 (人民币元)	投资额	拥有权 益比例
		2000年12月31日 (人民币元)	

贵州茅台酒销售有 限责任公司	10,000,000	9,500,000	95%	注
贵州茅台酒厂进出 口公司	1,500,000	1,500,000	100%	

注：该公司是本公司 2000 年新投资组建的控股子公司，以 2000 年 6 月 1 日为设立基准日。

三、简要会计报表

本公司的简要合并会计报表反映了本公司的基本财务状况、经营成果和现金流量情况，故在本节中仅披露了本公司的简要合并会计报表。若想详细了解本公司过往三年的财务状况、经营成果和现金流量情况，请阅读本招股说明书附录一。

(一) 简要合并利润表 (单位：人民币元)

项 目	2000 年	1999 年
一、主营业务收入	1,114,000,813.26	890,858,185.64
主营业务收入净额	1,114,000,813.26	890,858,185.64
减：主营业务成本	196,863,443.99	129,133,236.27
主营业务税金及附加	198,038,168.43	172,867,651.11
二、主营业务利润	719,099,200.84	588,857,298.26
加：其他业务利润	-981,258.35	379,143.87
营业费用	134,826,000.83	101,900,556.98
管理费用	129,669,631.27	122,410,821.54
财务费用	6,680,065.67	11,277,315.43
三、营业利润	446,942,244.72	353,647,748.18
补贴收入	31,789.00	
营业外收入	17,635.96	1,500.00
减：营业外支出	960,375.10	56,614.31
四、利润总额	446,031,294.58	353,592,633.87
减：所得税	189,201,780.34	137,902,505.22
少数股东损益	5,725,933.61	
五、净利润	251,103,580.63	215,690,128.65
加：年初未分配利润	5,763,120.42	5,833,092.34
六、可供分配利润	256,866,701.05	221,523,220.99
减：提取盈余公积	57,501,083.39	6,166,053.19
七、可供股东分配利润	199,365,617.66	215,357,167.80
应付普通股股利	92,500,000.00	209,594,047.38
八、未分配利润	106,865,617.66	5,763,120.42

(二) 简要合并资产负债表 (单位：人民币元)

合并资产负债表 (资产)

资 产	2000年 12月31日	1999年 12月31日
流动资产：货币资金	460,983,583.46	198,390,615.12
应收票据	2,500,000.00	13,412,198.00
应收账款	50,406,779.45	58,760,152.62
其他应收款	10,044,273.67	16,920,539.60
减：坏账准备	2,773,953.32	3,331,198.47
应收账款净额	57,677,099.80	72,349,493.75
预付账款	15,247,081.70	8,745,548.24
应收补贴款	1,807,921.64	
存 货	512,332,818.61	423,401,102.17
存货净额	512,332,818.61	423,401,102.17
待摊费用	19,421,406.15	3,757,667.96
待处理流动资产净损失		22,679.23
流动资产合计	1,069,969,911.36	720,079,304.47
固定资产：固定资产原值	246,125,655.82	241,360,642.36
减：累计折旧	65,805,266.73	56,423,776.46
固定资产净值	180,320,389.09	184,936,865.90
在建工程	5,776,136.63	25,290.00
待处理固定资产净损失	449,993.46	
固定资产合计	186,546,519.18	184,962,155.90
无形资产及其他资产：无形资产	765,000.00	935,000.00
开办费	506,000.00	638,000.00
长期待摊费用	11,068,814.36	8,442,496.95
无形资产及其他资产合计	12,339,814.36	10,015,496.95
资产合计	1,268,856,244.90	915,056,957.32

合并资产负债表(负债及所有者权益)

负债及股东权益	2000年 12月31日	1999年 12月31日
流动负债：短期借款	129,000,000.00	117,100,000.00
应付账款	29,849,878.67	30,919,891.95
预收账款	385,340,199.56	86,012,360.84
应付福利费	6,706,990.10	890,294.04
应付股利	5,617,043.56	
应交税金	162,256,601.28	279,994,490.42
其他应交款	-827,815.94	-1,643,514.17
其他应付款	105,580,857.90	59,024,931.40
预提费用	8,163.87	36,647.61
一年内到期的长期负债		57,360,000.00
流动负债合计	823,531,919.00	629,695,102.09
长期负债：长期借款		
长期负债合计		
负债合计	823,531,919.00	629,695,102.09
少数股东权益	1,358,890.07	
股东权益：股本	185,000,000.00	185,000,000.00
资本公积	88,432,681.62	88,432,681.62
盈余公积	63,667,136.55	6,166,053.19
其中：公益金	21,222,378.85	2,055,351.06
未分配利润	106,865,617.66	5,763,120.42

净资产		
股东权益合计	443,965,435.83	285,361,855.23
负债和股东权益合计	1,268,856,244.90	915,056,957.32

(三) 简要合并现金流量表 (单位: 人民币元) 2000 年度

一、经营活动产生的现金流量	
销售商品、提供劳务收到的现金	1,322,877,029.52
收到的增值税销项税额和退回的增值税额	1,564,800.49
收到的除增值税以外的其他税费返还	3,361,751.25
收到的其他与经营活动有关的现金	2,896,894.07
现金流入小计	1,330,700,475.33
购买商品、接受劳务服务支付的现金	295,132,285.09
经营租赁所支付的现金	4,543,591.11
支付给职工以及为职工支付的现金	55,344,800.61
支付的增值税款	106,078,695.69
支付的所得税款	91,894,063.07
支付的除增值税、所得税以外的其他税费	173,708,089.59
支付的其他与经营活动有关的现金	160,874,304.49
现金流出小计	887,575,829.65
经营活动产生的现金流量净额	443,124,645.68
二、投资活动产生的现金流量	
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	33,823,984.46
现金流出小计	33,823,984.46
投资活动产生的现金流量净额	-33,823,984.46
三、筹资活动产生的现金流量	
吸收少数股东投资所收到的现金	500,000.0
借款所收到的现金	129,000,000.00
现金流入小计	129,500,000.00
偿还债务所支付的现金	174,460,000.00
分配股利或利润所支付的现金	91,750,000.00
偿还利息所支付的现金	9,997,692.88
现金流出小计	276,207,692.88
筹资活动产生的现金流量净额	-146,707,692.88
四、汇率变动对现金的影响	
五、现金及现金等价物净增加额	
	262,592,968.34

四、经营业绩

本公司前三年主要经营业绩情况如下表所示： 单位：万元

	1998年	1999年	增长率	2000年	增长率
主营业务收入	62,818	89,086	42%	111,400	25%
主营业务成本	7,673	12,913	68%	19,686	52%
主营业务利润	43,238	58,886	36%	71,910	22%
营业利润	21,897	35,365	62%	44,694	26%
利润总额	21,897	35,359	61%	44,603	26%
净利润	14,689	21,569	47%	25,110	16%

本公司成立后，通过理顺营销管理体制，使本公司主导产品贵州茅台酒销

售量大幅增长，取得了良好的经营业绩。

本公司主营业务收入均来源于酒类销售收入。其中：茅台酒销售收入109,441万元，占主营业务收入比重98.24%；茅台王子酒销售收入1,828万元，占主营业务收入比重1.64%；其他酒类销售收入130万元，占主营业务收入0.12%。本公司主营业务成本均为酒类销售成本。

本公司的营业费用主要为广告及宣传费、营销费用、打假费用及营销人员工资及福利费。1999年度营业费用比1998年度增加4,547.37万元，上升比例为80.59%，2000年度营业费用比1999年度增加3,292.54万元，上升比例为32.31%，主要是由于本公司为了加大促销力度，增加了企业形象宣传费用和广告费用的支出。

本公司的管理费用主要为研究及开发费用、管理人员的工资及福利费。1998、1999和2000年度，公司管理费用分别为11,610.41万元、12,241.08万元和12,966.96万元，年增长率分别为5.43%、5.93%。

从前三年本公司的盈利趋势并结合产品市场情况分析，本公司的主营业务收入、净利润均呈逐年增长的态势，随着企业基础管理的加强，成本的下降，销售收入的增长，本公司盈利水平将会进一步提高。

本公司2000年主营业务收入的主要构成见下表：

品 种	销售量(吨)	销售收入(元)
高度茅台酒	2,376.79	765,792,080.68
低度茅台酒	898.52	227,136,293.23
陈年茅台酒	79.35	101,482,745.11
茅台王子酒	158.11	18,284,992.31
其它	18.64	1,304,701.93
合 计	3,531.41	1,114,000,813.26

本公司适用的所得税税率为33%，没有享受任何有关财政税收优惠政策。

五、资产

截止2000年12月31日，本公司的资产总计为126,858.62万元，包括流动资产、长期投资、固定资产、无形资产及其他资产。

(一) 流动资产

流动资产主要包括货币资金、应收账款、其他应收款和待摊费用、具体情

况如下：

1998、1999和2000年末，本公司的货币资金分别为12,476.54万元、19,839.06万元和46,098.36万元，分别占当年末流动资产的23.95%、27.55%和43.08%

本公司1998、1999和2000年末的应收账款分别为2,935.09万元、5,876.02万元和5,040.68万元，其中1999年为58,760,152.62元，1999年较1998年上升100.20%。增加原因是由于受亚洲金融危机大气候影响，使我国的白酒行业受到了冲击，白酒行业竞争激烈，各个商家的资金周转困难，为了巩固市场占有率和拓展市场，我公司作出了相应对策，对信誉好、偿债能力强、多年经销我公司产品单位，以及对新发展的一部分有实力的经销商采用先货后款的销售办法。通过上述措施，我公司1999年销售大幅度上升，1999年较1998年上升42%。2000年12月31日，本公司的应收帐款余额中，并无持本公司5%或以上的股份的主要股东欠款。

本公司1998、1999、2000年末的其他应收款为4,323.80万元、1,692.05万元和1,004.43万元。其他应收款余额主要为外单位的代垫货款和预付差旅费等。其他应收款中，本公司5%以上的股东欠款单位为中国贵州茅台酒厂有限责任公司，欠款金额731,317.96元。

本公司1998、1999和2000年末的坏账准备为362.94万元、333.12万元和277.40万元，上述三年末的应收款账项净额为6,895.94万元、7,234.95万元和5,767.71万元。

2000年12月31日，本公司的待摊费用为1,942.14万元，主要为根据合同在2000年支付2001年的广告费用，根据受益原则将在2001年摊销。

（二）长期投资

截止2000年12月31日本公司的母公司会计报表中，长期投资为长期股权投资。初始投资为1,100万元，期末投资额为3,631.98万元。期末投资额占净资产的比例为7.75%。

单位：元

公司名称	注册资本	投资成本	本公司所占权益	核算方法
贵州茅台酒销售有限责任公司	10,000,000	9,500,000	95%	权益法

贵州茅台酒厂进出口公司	1,500,000	1,500,000	100%	权益法
-------------	-----------	-----------	------	-----

(三) 固定资产

截至 2000 年 12 月 31 日本公司固定资产情况如下：

1、 固定资产 单位：万元

固定资产原值	1999-12-31 余额	2000 年增加	2000 年减少	2000-12-31 余额
房屋及建筑物	17,609.31	16.24	0.00	17,625.55
通用设备	5992.48	575.77	139.38	6428.88
运输设备	525.18	21.11	0.00	546.29
其他	9.09	2.76	0.00	11.85
合 计	24,136.06	615.88	139.38	24,612.56

说明：用固定资产中的房屋进行抵押贷款，抵押金为 4,240 万元。

2、 累计折旧 单位：万元

项目	1999-12-31 余额	2000 年增加	2000 年减少	2000-12-31 余额
房屋及建筑物	3,195.76	491.10	0.00	3,686.86
通用设备	2,039.53	465.80	72.72	2,432.61
运输设备	400.35	53.80	0.00	454.15
其他	6.73	0.18	0.00	6.91
合 计	5,642.38	1,010.88	72.72	6,580.53
净值	18,493.68	-395.00	66.66	18,032.03

3、 固定资产的分类、计价与折旧方法

- (1) 固定资产分类：房屋及建筑物、通用设备、运输设备、其他设备。
- (2) 固定资产计价：按实际成本计价。
- (3) 固定资产折旧方法：采用直线法

各类资产的使用年限、年折旧率如下：(残值率3%)

资产类别	使用年限	年折旧率
房屋及建筑物	25-35	3.88%-2.771%
通用设备	5-15	19.4%-6.467%
运输设备	8	12.13%

4、 有形净值

截止 2000 年 12 月 31 日，本公司有形净值为：1,237,601,024.39 元。

(四) 无形资产

截止 2000 年 12 月 31 日，本公司账面反映的无形资产为公司向中国贵州茅台酒厂有限责任公司购入外观设计专利权所致，如下表所示。

类别	取得方式	确定依据	摊销期限	原始金额	期末数	剩余摊销 期限

专利权	外购	实际支出额	6年	1,020,000.00	765,000.00	54月
-----	----	-------	----	--------------	------------	-----

六、负债

截至2000年12月31日，本公司的负债合计为82,353.19万元，全部为流动负债，主要包括短期借款、预收账款、应交税金、其他应付款和应付股利。

截至2000年12月31日的短期借款余额为12,900万元，详见下表：

借款单位	金额(元)	借款期限	月利率	借款类别
仁怀市工行	20,000,000.00	2000.02.29---2001.02.28	4.875‰	信用
仁怀市工行	24,000,000.00	2000.10.20---2001.10.19	4.875‰	信用
仁怀市农行	15,000,000.00	2000.12.28---2001.06.28	4.650‰	信用
仁怀市农行	28,000,000.00	2000.10.26---2001.10.25	4.875‰	抵押
仁怀市建行	22,000,000.00	2000.12.22---2001.12.21	4.875‰	信用
仁怀市建行	20,000,000.00	2000.12.11---2001.12.10	4.875‰	信用
合计	129,000,000.00			

1998、1999和2000年末，本公司的预收账款分别为9,384.51万元、8,601.24万元和38,534.02万元，2000年12月31日，本公司的预收账款中并无持本公司5%或以上股份的主要股东的款项。

1998、1999和2000年末，本公司的应交税金分别为15,796.93万元、27,999.45万元、16,225.66万元。2000年12月31日，本公司的应交税金中，主要包括应交增值税3,450.37万元、应交消费税3,852.07万元和应交企业所得税8,972.29万元。

1998、1999和2000年末，本公司的其他应付款分别为1,861.32万元、5,902.49万元、10,558.09万元。2000年12月31日，其他应付款中有持本公司5%以上股份的主要股东中国贵州茅台酒厂有限责任公司的款项6,407.78万元。

1998、1999和2000年末，本公司的应付股利分别0万元、0万元和561.70万元。

截至2000年12月31日，本公司无重大或有负债和逾期未偿还款项。

七、股东权益

本公司股东权益如下表所示：

单位：元

股东权益	2000年12月31日	1999年12月31日	1998年12月31日
------	-------------	-------------	-------------

股本	185,000,000.00	185,000,000.00	
资本公积	88,432,681.62	88,432,681.62	
盈余公积	63,667,136.55	6,166,053.19	
其中：公益金	21,222,378.85	2,055,351.06	
未分配利润	106,865,617.66	5,763,120.42	
股东权益合计	443,965,435.83	285,361,855.23	234,091,527.98

八、现金流量

本公司 2000 年度的经营活动产生的现金流量净额为 44,312.46 万元，其中，销售商品、提供劳务收到的现金为 132,287.70 万元，收到的增值税销项税额和退回的增值税额为 156.48 万元，购买商品、接收劳务支付的现金为 29,513.23 万元，支付给职工以及为职工支付的现金为 5,534.48 万元，实际缴纳的增值税为 10,607.87 万元，实际缴纳的所得税额为 9,189.41 万元；投资活动产生的现金流量净额为-3,382.40 万元，为购建固定资产和其他长期资产所支付的现金；筹资活动产生的现金流量净额为-14,670.77 万元，其中，取得借款收到的现金为 12,900 万元，偿还借款所支付的现金为 17,446 万元，分配利润所支付的现金为 9,175 万元；现金及现金等价物净增加额为 26,259.30 万元。

说明：无不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

公司提醒投资者关注本招股说明书附录一会计报表附注中的关联交易、期后事项和其他重要事项。

九、盈利预测

本公司 1998 年 1 月至 2000 年 12 月经注册会计师审计的实际经营业绩为基础，并根据 2001 年度企业内外经济与市场状况，以及本公司 2001 年度的生产经营计划，编制了 2001 年度的盈利预测报告。本公司盈利预测报告的编制遵循了谨慎性原则，但由于盈利预测所依据的各种假设具有不确定性，故投资者进行投资决策时不应过分依赖该项资料。

天一会计师事务所已对本公司编制的 2001 年度的盈利预测报告进行了审核，并出具了无保留意见的盈利预测审核报告。以下资料摘录自本公司的盈利预测报告。

合并盈利预测表

单位：万元

项目	上年已审实际数	预测数	增长率
主营业务收入	111,400	139,250	25.00%
主营业务利润	71,910	87,723	21.99%
营业利润	44,694	54,348	21.60%
利润总额	44,603	54,308	21.76%
净利润	25,110	32,792	30.59%

本公司预计与 2000 年度经审计的实际净利润相比，2001 年度的净利润将增长 30.59%，这主要来源于主营业务收入的增长和成本费用下降。

根据国家财政部、税务总局《关于调整酒类产品消费税政策的通知》的规定，从 2001 年 5 月 1 日起调整酒类产品消费税计税办法，粮食白酒、薯类白酒计税办法由从价定率计算应纳税额调整为实行从量定额和从价定率相结合计算应纳税额的复合计税办法。对每斤白酒在从价征收 25% 的消费税后，再从量征收一道消费税，即对每斤白酒（500 克）再按 0.5 元从量征收一道消费税，同时，取消现行的以外购酒勾兑生产的企业可抵扣其购进酒已纳消费税的政策。上述税负政策变化后，将在一定程度上影响公司的收益，对 2001 年度盈利情况的影响已经反映在盈利预测报告书中。

本公司以上盈利预测数据主要根据本公司产品可供销售量、以及产品销售趋势来确定的。此外、根据国家财政部、税务总局《关于调整酒类产品消费税政策的通知》的规定，从 2001 年 5 月 1 日起调整酒类产品消费税计税办法，粮食白酒、薯类白酒计税办法由从价定率计算应纳税额调整为实行从量定额和从价定率相结合计算应纳税额的复合计税办法。对每斤白酒在从价征收 25% 的消费税后，再从量征收一道消费税，即对每斤白酒（500 克）再按 0.5 元从量征收一道消费税，同时，取消现行的以外购酒勾兑生产的企业可抵扣其购进酒已纳消费税的政策。本次白酒消费税的调整将有利于提高行业集中度，为有竞争实力和知名品牌的企业提供更好的发展机会。由于本公司产销总量很小，而且主要是高档产品，因此对公司收益的影响很小，预计减少本年度公司净利润 900 多万元，并已经反映在盈利预测报告书中，有关详细资料请投资者关注本招股说明书附录二盈利预测报告。

十、资产评估

根据北京中企华资产评估有限责任公司中企华评报字(1999)第021号《资产评估报告书》，并经财政部财评字[1999]529号文确认，截止1999年2月28日，本公司总资产为76,809.49万元，负债为51,978.86万元，净资产评估值为24,830.63万元，评估增值为2,593.45万元，增值率为11.66%，本公司设立时进行了相应的账务调整。

以下摘自北京中企华资产评估有限责任公司中企华评报字(1999)第021号资产评估报告。

资产评估结果汇总表

金额单位：人民币万元

项目	账面价值	调整后账面值	评估值	增减值	增值率(%)
流动资产	52,214.49	52,214.49	56,975.10	4,760.61	9.12
固定资产	21,135.13	21,135.13	19,060.05	-2,075.08	-9.82
其中：建筑物	17,064.08	17,064.08	14,844.27	-2,219.81	-13.01
机器设备	4,071.05	4,071.05	4,215.78	144.73	3.56
其他资产	774.34	774.34	774.34	0.00	0.00
资产总计	74,123.96	74,123.96	76,809.49	2,685.53	3.62
流动负债	46,150.77	46,150.77	46,242.86	92.09	0.20
长期负债	5,736.00	5,736.00	5,736.00	0.00	0.00
负债合计	51,886.77	51,886.77	51,978.86	92.09	0.18
净资产	22,237.19	22,237.19	24,830.63	2,593.45	11.66

十一、验资情况

中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司以经营性净资产出资，其余七家发起人以现金出资。北京中企华资产评估有限责任公司对集团公司投入的净资产进行评估并出具中企评报字(1999)第021号资产评估报告书，评估结果经财政部以财评字[1999]529号“关于中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司等企业发起设立股份有限公司资产评估项目审核意见的函”进行了确认。贵州黔元会计师事务所出具了(99)黔会验字第096号验资报告。

十二、财务指标

项目	2000年	1999年	1998年
流动比率	1.30	1.15	1.16
速动比率	0.68	0.47	0.46
存货周转率(次)	0.42	0.34	0.26
应收账款周转率(次)	20.41	20.22	42.09
资产负债率(母公司)	0.40	0.68	0.64
资产负债率(合并)	0.64	0.68	0.68

无形资产（不含土地使用权）占总资产比例（%）	0.06	0.10	
无形资产（不含土地使用权）占净资产比例（%）	0.17	0.33	
净资产收益率（%）	68.86	83.05	68.12
每股净资产（元）	2.40	1.54	
每股收益（元）	1.36	1.1658	
每股经营活动现金流量（元）	2.40		
研究开发费占主营业务收入比例（%）	0.10	0.15	0.16

发行后净资产收益率为 13.04%，较 2000 年末的 68.86% 有较大幅度下降。

（注：发行后净资产收益率=2001 年预测净利润/按发行价格计算的发行后净资产

发行后净资产=2000 年 12 月 31 日净资产+本次发行扣除发行费用后的募集资金）

上述财务指标的计算方法如下：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=速动资产/流动负债

应收账款周转率=主营业务收入/应收账款平均余额

存货周转率=主营业务成本/存货平均余额

无形资产占净资产的比例=无形资产（土地使用权除外）/净资产

资产负债率=总负债/总资产

每股净资产=期末净资产/期末股本总额

研究及开发费用占主营收入的比例=研究及开发费用/主营业务收入

净资产收益率=净利润/期初、期末平均净资产

每股收益=净利润/期末股本总额

每股经营活动的现金流量=经营活动产生的现金净流量净额/期末股本总额

本公司按《公开发行证券信息披露规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》计算的 2000 年净资产收益率和每股收益如下：

报告期利润	净资产收益率（%）		每股收益（元）	
	全面摊薄	加权平均	全面摊薄	加权平均
主营业务利润	161.97	197.20	3.89	3.89

营业利润	100.67	122.56	2.42	2.42
净利润	56.56	68.86	1.36	1.36
扣除非经常性损益后的净利润	56.77	69.12	1.36	1.36

十三、公司管理层的财务分析

公司董事会成员和管理层结合过往三年经审计的相关财务会计资料做出如下财务分析：

(一)关于经营成果、盈利能力及前景分析

本公司自成立以来，通过资产重组与经营机制转变，理顺了市场营销管理体制，加强了企业基础管理工作，控制了成本和费用的增长。2000年度公司实现利润44,603.13万元，净利润25,110.36万元，主营业务利润71,909.92万元，资产净利率为23.00%，净资产收益率68.86%，每股收益1.36元，应收账款周转次数为20.41次/年，存货周转次数为0.42次/年。对比1998年、1999年的模拟指标，利润、净利润、主营业务利润呈持续、稳定增长，每股收益逐年上升。

本公司主导产品“贵州茅台酒”品质卓越，产品质量可靠，信誉良好，市场竞争力强，有较高的盈利能力，公司管理层认为，随着人们消费水平的提高，本公司通过加强企业管理，巩固并提升企业产品的核心竞争力，预期盈利有可靠的保证，企业发展前景广阔。

(二)关于本公司资产质量及资产负债结构

截止2000年12月31日，本公司资产负债率为64%，流动比率为1.29，资产负债结构较为合理。

本公司的流动资产主要为货币资金和存货，截止2000年12月31日，本公司的货币资金和存货分别占流动资产的43%和48%。存货余额较大，主要原因是：

1、公司生产周期是当年10月至次年9月，故在当年年末要为下年生产储备大量的原辅材料。

2、次年年初为公司销售旺季，所以本年年末要为次年包装生产购进大批的

包装材料。

3、根据公司产品生产工艺特点，当年生产出的自制半成品，要经过长期存放（至少五年），因此，滚存下来的自制半成品数量大。

固定资产和无形资产均为本公司所拥有并已取得有关权属证明，为本公司正常生产经营所必需的资产，不存在产权纠纷。

截止2000年12月31日，本公司总负债计为人民币82,353.19万元，全部为流动负债，无已到期仍未偿还之债务。

结合本公司生产工艺及白酒行业的特点分析，公司管理层认为：本公司无不良资产或呆坏帐，资产质量状况良好，随着发行股票融资到位后，资产负债率将下降到合理的水平，资产负债结构趋于合理。

（三）关于本公司现金流量及偿债能力

2000年度公司经营性现金净流量为44,312.46万元，每股为2.40元，现金流量比较理想，主要得益于本公司业务规模不断扩大，主营业务收入大幅增长，无大额应收账款发生，依过往三年及目前本公司业务经营与现金流量情况，本公司有充足的营运资金清偿到期债务。

到目前为止，公司从未有过逾期未还债务及延迟付息的情况。中国工商银行贵州分行对本公司的信用评级为AAA级，表明金融机构对本公司资产质量的高度认可。公司公开发行股票融资到位后，上述指标将进一步好转，再融资能力强。

（四）本公司主要财务优势及困难

依据本公司过往三年的财务状况，经营成果与现金流量情况，本公司主要的财务优势如下：

1、本公司是传统名优白酒“贵州茅台酒”的生产企业，目前企业年可供市场销售量不足4000吨，随着产量的增长、公司通过打假防伪，提高产品市场竞争力与占有率，将能确保公司良好经营业绩的连续性与稳定性。

2、本公司知名度高，信誉度好，现金流量充足，融资能力强，将有助于公司及时筹措生产发展资金，并可利用银行借款，以优化资本结构，充分发挥财

务杠杠的功能。

3、由于茅台酒的工艺独特，酿制的白酒存放时间愈长愈好，增值潜力大。因此尽管本公司存货中自制半成品白酒占用资金量大，但不会存在存货跌价损失。

尽管有以上优势，但本公司也还存在一定的财务困难与风险。一是茅台酒酿制时间长，资金占用量大，存货周转慢，特别是随着公司生产规模的扩张，所需流动资金量将会非常巨大，如何尽快使资金产生效益，本公司急需大量高级财务管理人才来提高资金使用效益，以使投资者有满意的回报；二是本次发行可募集资金199,552.80万元，按2001年盈利预测，发行后的净资产收益率将由2000年度的68.86%大幅下降至13.04%，存在净资产收益率大幅下降引致的相关风险。

第十章 业务发展目标

一、公司发展战略与规划

本公司将利用此次发行股票并上市的机会，募集资金重点投向茅台酒生产技术改造和营销网络建设，加强管理创新、市场开发、人才培育和资产营运，充分发挥股份公司已有的品牌优势、环境优势、技术优势、质量优势、管理优势，立足主业茅台酒及系列酒的发展，同时慎重涉及相关产业，推行资本扩张战略，逐步形成多元化经营格局，增强整体实力、提升企业形象、维护国酒品牌、巩固行业地位，使企业成为业绩优良、管理科学、运作规范的上市公司。

（一）发展战略

坚持“做好酒的文章，走出酒的天地”的发展战略，坚持以茅台酒为主业的发展方向，开发更多的系列产品满足市场需求，同时慎重涉及相关产业，有选择地引进高新技术，充分发挥国酒茅台的品牌优势，逐步培育新的利润增长中心，形成多元化经营格局，增强企业整体实力，提升企业形象和品牌形象。

（二）发展目标

稳步提高茅台酒质量，适度扩大茅台酒生产规模，提高茅台酒在同类产品中的市场占有率，巩固行业第一的主盈利能力；坚持技术进步，加强技术改造，开发保健型、低度化系列产品，满足市场消费需求，培育新的利润增长点；实施适度资本扩张，选择性进入相关产业，实现跨行业、跨地区经营。到 2005 年，实现销售收入 29 亿元，利税 18 亿元。

（三）市场开发与营销网络建设计划

加强市场开发，强化营销管理，重组企业营销网络。面对严重供过于求的白酒市场，通过建立竞争淘汰机制，组建一支高素质的营销队伍，切实贯彻公司的营销策略，突出零售和终端消费，抢占市场，提高贵州茅台酒及其系列产品的市场占有率；把有实力、有营销手段、重合同、守信用的经销商同公司独立的专卖系统结合起来，建立快捷、畅通、高效的营销网络，厂商联合，共同培育和开拓市场，促进终端消费；根据区域市场的特殊性，细分市场，以满足

不同地区、不同消费层次的需求，提高产品市场覆盖率；在坚守并扩大高档消费市场的基础上，重点推出 2-3 个中低档酱香型系列品牌，抓好中低档市场消费；在充分发挥原有出口经销网络的同时，利用电子商务等现代信息技术，强化茅台酒系列产品的出口宣传，加强茅台酒系列产品的出口销售，进一步提升茅台酒系列产品在国际上的品牌形象和企业知名度。

针对本公司产品销售中一定程度上存在的对“飞天”商标的依赖性，本公司拟订了以下对策：一是在对外宣传中，逐步淡化“飞天”商标，通过传媒等多种方式加大对“金轮”商标的宣传力度，并加强“金轮”商标的市场开发与推广；二是增大“金轮”牌贵州茅台酒的市场投放量，计划在 2003 年底以前使“金轮”牌贵州茅台酒占销售总量的 50%，2005 年底以前达到 70%，2010 年底以前达到 90%；三是在适当时机，收购贵州省粮油进出口公司所拥有的“飞天”商标。

（四）人员扩充计划

本公司推行“以人为本”的管理理念。随着企业规模的扩张、市场竞争的加剧、经济全球化步伐的加快，公司管理层将进一步改革现行的人才招聘、培训和考核制度，为企业进一步发展提供合适的人才，打破区域限制，不拘一格纳人才，同时建立有效的人才激励和约束机制，提高员工士气，创造有利于人才成长的良好环境。

（五）技术开发与创新计划

通过技术改造，扩大茅台酒系列产品的生产规模，以主业规模巩固公司品牌的竞争优势。目前本公司茅台酒生产规模仅 4000 吨/年，与茅台酒的国酒地位、与其与日俱增的品牌形象、极大的市场需求，以及本公司要成为酒类上市公司中高成长绩优企业的要求极不相称，因此募集资金重点投向茅台酒及其系列酒的技术改造，力争在 2005 年前形成茅台酒 10000 吨/年、系列酒 5000 吨/年的生产规模。同时加大新产品的开发研究，调整系列产品结构，向保健型、低度化方向发展，引导和普及酱香型白酒的市场消费，提高酱香型白酒的市场覆盖率。注重产品的深度研究与开发，通过对茅台酒在质量、工艺、包装、防伪、

香型等五个方面注入高新技术，保持产品的国酒地位和与其地位相称的竞争实力，形成能代表国酒形象，有鲜明的民族文化及个性色彩的品牌结构，使产品的内在质量、包装设计、防伪措施、香型风格、文化内涵与企业形象、品牌形象形成完美的统一。

（六）再融资计划

公司将不断拓展新的融资渠道，优化资本结构，降低筹资成本，一方面与银行之间进一步保持长期广泛的合作关系；另一方面，公司将以本次股票公开发行为契机，积极利用资本市场的直接融资能力，为公司的长远发展筹措资金。

目前，公司在巩固发展主业的同时，正在积极培育新的利润增长点。同时公司也将加强资本运作力度，提高资金使用水平，保证股东权益最大化。

（七）资产扩张计划

坚持“酒业为主、多元探索、稳健发展”的资产扩张战略，扩大企业规模，增强企业实力，强化企业形象，提升品牌优势。公司将本着理性而慎重的态度进行跨地区、跨行业、跨领域的产业探索和扩张，坚持主业稳健、高速地发展，积极培育新的支柱产业，形成企业新的利润增长中心。在注重有形资产扩张的同时，加强品牌、企业文化等无形资产的保护和管理，并充分发挥无形资产的价值，有重点、有策略地进行低成本扩张。

（八）深化改革和调整组织结构的规划

本公司将在股份制企业制度的要求和公司章程规定范围内，引进国内外先进的管理理论和经验，进一步深化企业改革，彻底转换企业经营机制，把改革与加强基础管理相结合，根据公司实际情况，进一步完善科学决策机制、投资管理机制、科研开发机制、生产管理制度和法人治理制度，加强企业管理，努力降低生产、营销和管理成本，不断增强产品的市场竞争力，为公司创造更高的经济效益。在生产管理上，坚持“优质、高效、低耗”的方针，降低粮耗、能耗，提高出酒率；在原材料供应上，实行报价竞争制度，降低库存，提高资金使用率；在营销服务上，重组营销网络，建立快捷、高效、完善的服务体系。进一步理顺管理体制，优化组织结构，发挥基层团队的工作积极性和创造力。

（九）企业文化开发计划

悠久的历史内涵和丰厚的文化底蕴构成的国酒文化，是公司企业文化的核心，同时也是国酒茅台品牌优势的一个重要组成部分。把完善管理制度、塑造企业精神与弘扬悠久灿烂的酒文化结合起来，共同推动公司企业文化的建设，进一步丰富企业文化内涵，升华品牌价值，增强企业凝聚力。在企业中培养尊重知识、尊重人才的氛围，建立科学合理的人才激励机制，以此吸引优秀人才加盟。同时加强对员工企业文化培育和素质技能培训，全面提高企业整体素质和管理水平。

（十）国际化经营的规划

本公司将充分利用经济全球化和贸易自由化给公司带来的市场机会，发挥贵州茅台酒在国际上的品牌优势，增加现有产品的出口，同时有针对性地开发适合不同区域消费者的绿色天然饮品；此外，本公司还将加大吸引外贸人才的力度，同时在重点地区开设市场营销办事机构，建立好茅台酒进出口公司-国外区域代理商-零售商的国际营销网络。

二、拟定上述战略与规划的假定条件

- 1、本公司所遵循的现行的法律、法规和国家白酒产业政策无重大变化。
- 2、本公司所依据的国家的主要税率无大的调整。
- 3、本公司股票发行能够在 2001 年上半年完成。
- 4、本公司所处的宏观经济、政治和社会环境处于正常的发展状态，没有出现对本公司发展有重大影响的不可抗力的现象发生。

三、公司实现上述目标与战略将面临的主要困难

本公司如何在激烈的市场竞争中提高市场竞争力，保护并提升品牌价值，实现经营机制的转换，吸引优秀人才加盟是公司当前发展中需要迫切解决的重要问题。

四、本次发行的作用

公司本次股票发行有利于实现上述的目标和战略规划。本公司发行 A 股并上市，可以更好地接受社会监督，有利于经营机制的转换，建立有效的法人

治理结构，增加决策的科学性和透明度，充分发挥企业潜力，适应现代市场经济的竞争要求，巩固行业领先地位；本次募股完成后，公司将利用募集资金重点投入技术改造，走内涵扩大再生产的路子，形成规模效应，有效地降低成本，巩固行业地位，增加综合抗风险能力，并进一步提升本公司的白酒酿造技术，提高自身的产品开发能力、技术含量和市场占有率，利用现代科学技术改造传统工业，降低粮耗，提高出酒率，使酿酒工艺在效率、成本、质量、产量各方面都有大的提高，以确保企业的核心竞争力；本次发行上市后，公司品牌价值将进一步提高，对企业的生产和销售将有明显的促进作用，有利于企业进行低成本的扩张，实施品牌经营和资本运作，进一步提升企业形象，吸引优秀人才的加盟；通过 A 股发行与上市，本公司还可以充分利用茅台酒的世界美誉和我国加入 WTO 的机遇，大力开拓国际市场，提升我国民族酿酒工业的国际竞争力，迎接经济全球化所带来的挑战。

第十一章 募股资金运用

一、预计本次发行募股资金总量

本公司拟发行人民币普通股 7,150 万股，发行价格为 31.39 元，若本次股票发行成功，本公司预计此次募集资金 224,438 万元，扣除国有股存量发行收入及本次发行费用后，实际筹集资金 199,602.8 万元。

二、董事会对本次募股资金投资项目的意见

贵州茅台酒股份有限公司董事会全体成员一致认为：本次发行的募集资金运用可行性分析无任何重大遗漏或者误导，并承诺对本次发行募集资金运用可行性分析的准确性、真实性负个别和连带责任。

三、募股资金投资项目简介及资金使用计划

(一) 募股资金拟投资项目简表

序号	项目名称	投资总额 (万元)	年利润 (万元)	投资回收期 (年)	内部投资收 益率(%)
一	茅台酒技改及扩建工程				
1	1000 吨茅台酒技改工程	27,268	8,817	11.7	10.7
2	老区茅台酒改扩建工程	9,986	7,540	9.7	14.3
3	700 吨茅台酒扩建工程	9,430	6,174	10	14.7
二	中低度茅台酒改扩建工程	13,776	217,63	3.7	58.2
三	2200 吨制曲改扩建工程	7,741			
四	包装生产线技改工程				
1	第一包装生产线技改工程	3,881			
2	第二包装生产线技改工程	3,578			
五	技术支持体系工程				
1	技术中心技改工程	2,825			
2	酒体设计及检测中心工程	4,535			
六	仓储设施配套工程				
1	15—80 年茅台酒贮存技改工程	5,442	3,814	5.4	27.2
2	上下酒库改扩建工程	5,374			
3	年份成品酒贮存技改工程	5,828	2,310	14.6	9.1
4	原料仓库技改工程	2,912			
七	1000 吨茅台不老酒技改工程	3,763	2,000	5.2	28.7
八	茅台酒及其系列酒扩建配套技改工程				
1	供热系统技改	2,527			
2	供水系统技改	2,986			
3	输配电系统技改	2,881			
4	综合维修中心技改	2,502			
九	企业信息管理系统技改工程	2,835			

十	营销网络建设	12,421	3,072		
十一	酱香型白酒酒糟综合利用项目	3,660	1,697	6.3	10.7
十二	投资上海复旦天臣新技术有限公司	4,500	4,500		
十三	茅台无锡生物技术开发中心	2,031			
十四	彩印包装和瓦楞纸箱项目				
1	彩印包装生产线工程	3,468	2,192	4.6	31.9
2	瓦楞纸箱生产线工程	3,346	1,796	4.8	29.0
十五	收购习酒公司酱香型资产及配套技改	25,796	4,205	6.5	35.2
十六	收购集团公司老酒	18,419	2,502		
	合 计	193,711	72,382		

上述项目预计共投资 193,711 万元，其中技改建设总投资 94,644 万元，需铺底流动资金 50,352 万元，收购并技改需资金 44,215 万元，对外投资需投入资金 4,500 万元。本次 A 股发行扣除发行费用后预计可募集资金 199,602.8 万元，多于已批准项目所需资金的 5,891.8 万元将全部用于补充公司流动资金。

(二) 募集资金的使用计划

如本次股票发行成功，拟投资项目的投资计划进度并按项目轻重缓急排序如下表所示（其中技改项目投资为建设投资，不含流动资金），2001 年、2002 年、2003 年的所需投资总额分别为 104,771 万元(含补充流动资金 8,000 万元)、69,908 万元(含铺底流动资金 29,352 万元)、19,032 万元(含铺底流动资金 13,000 万元)。

序号	项目名称	投资额	2001 年	2002 年	2003 年
1	企业营销网络建设	2,654	2,654		
2	收购习酒公司酱香型资产	25,796	25,796		
3	收购集团公司老酒	18,419	18,419		
4	投资上海复旦天臣新技术有限公司	4,500	4,500		
5	茅台无锡生物技术开发中心	2,031	2,031		
6	1000 吨茅台酒技改工程	19,768	6,919	9,884	2,965
7	老区茅台酒改扩建工程	4,856	1,500	2,000	1,356
8	700 吨茅台酒改扩建工程	4,930	1,800	2,300	830
9	中低度茅台酒改扩建工程	4,876	2,500	2,376	
10	2200 吨制曲改扩建工程	4,841	2,500	2,341	
11	第一包装生产线技改工程	2,921	1,000	1,921	
12	第二包装生产线技改工程	2,858	900	1,958	
13	技术中心技改工程	2,825	300	2,525	
14	酒体设计及检测中心工程	4,535	2,000	2,535	
15	企业信息资源管理系统	2,835	1,418	1,417	
16	酱香型白酒酒糟综合利用项目	2,360	2,360		
17	1000 吨茅台不老酒技改工程	2,803	2,803		
18	15—80 年茅台酒贮存技改工程	2,877	2,877		
19	彩印包装生产线工程	2,988	2,988		
20	瓦楞纸箱生产线工程	2,976	2,976		

序号	项目名称	投资额	2001 年	2002 年	2003 年
21	上下酒库改扩建工程	4,974	2,100	2,874	
22	年份成品酒贮存工程	2,228	2,228		
23	原料仓库技改工程	2,912	300	2,612	
24	供热系统技改	2,527	500	2,027	
25	供水系统技改	2,986	1,000	1,986	
26	输配电系统技改	2,881	200	1,800	881
27	综合维修中心技改工程	2,202	2,202		
	合 计	143,359	96,771	40,556	6,032

本公司的主导产品茅台酒由于生产工艺复杂，生产周期长，茅台酒的生产从投料到出商品酒需要六年时间，制曲及贮存一年，制酒生产一年，生产的“新酒”陈酿三年，勾兑后贮存一年，资金占用量大。随着本公司生产规模的不断扩大，对流动资金的需求也日趋增加，尽管本次募集资金的 5,891.8 万元用于补充流动资金，但公司的流动资金缺口仍然较大，因此当项目运用出现资金闲置时，该项资金将用于补充流动资金，并在国家规定允许的范围内进行短期投资，在保证资金安全性的前提下，提高资金使用效益。

四、募股资金投资项目的简要可行性分析及立项审批情况

白酒酿造是我国具有悠久历史和文化内涵的民族工业，各种名优白酒自古以来就深受广大人民的喜爱。近年来，虽然受到洋酒、啤酒与果酒的冲击，加之行业内的激烈竞争，全国白酒总产量与销量有下降的趋势，但是根据国内酿酒部门预测分析，白酒行业目前正处于结构调整之中，一些产销量小，产品质量差，市场竞争能力弱的企业有进一步萎缩趋势，而一些大型白酒酿造企业的产销量却出现大幅增长，行业集中度进一步提高。国家对该行业的产业政策是：控制总量，调整产品结构，大力扶持名优白酒，逐步形成以低粮耗、低度酒为主体的产品结构，积极开发营养保健酒，改进酿酒工艺，减少粮耗，扶持大型白酒企业走集团化、规模化之路。此外，随着我国加入世界贸易组织，世界经济一体化、全球化的进程加快，将会为我国名优白酒打开新的市场空间，带来新的发展机遇。根据《全国酿酒行业信息》、中国酿酒工业协会的统计，2000 年全国白酒产销量为 500 万吨左右，本公司 2000 年共销售茅台酒及其系列产品 3,440 吨，不足千分之一，公司产品还有很大的市场开拓空间。

根据贵州省的 2010 年远景规划，白酒是重点发展的支柱产业，本公司则被列为重点发展的白酒酿造龙头企业。中共贵州省委、省政府在关于实施西部大开发战略的意见中强调：“酿酒工业要重点发展名优白酒，低度饮料酒和保健酒，发挥国酒茅台的名牌效应，组建酒业集团，扩大经营规模，增强市场竞争力”。本公司处于贵州与四川交界的山区，坡地多，主产小麦和高粱。发展以小麦和高粱为主要原料的优质白酒，进行农副产品深加工，有利于发挥山区的资源优势，促进革命老区经济发展。

综合以上因素并结合企业的实际情况，本公司决定进一步提高贵州茅台酒的生产能力，发挥规模经济效益，提高市场竞争能力，以不断满足消费者的需求，加快企业发展步伐。经认真分析论证，公司决定利用本次股票发行募集资金投资以下项目：

（一）茅台酒技改及扩建工程

本公司是由传统手工作坊发展起来的老国有企业，原有的厂房设施已经不能满足企业进一步发展的需要，为提高生产能力，公司拟对原有的制酒车间进行更新改造，翻建制酒车间、制曲车间、购置酿酒设备，新增污水处理、化验室、存储设施及辅助生产车间等。本项目充分利用企业现有条件进行技术改造，以调整产品结构，提高现有产品质量和档次，增加新品种，提高出酒率，降低粮耗。茅台酒具有独特的酿制方法，每次原料从投入到生产，从生沙（高粱经磨碎）到丢糟，要经过九次蒸煮，并在生沙、糙沙中泼入大量的酒尾，以酒养糟，发酵周期长，每次发酵一个月以上，八次发酵约需一年，每次蒸出的基酒经鉴定，分酱香、醇甜和窖底香等分别用陶坛贮存起来，以达到陈酿目的，贮存期越长，其芳香、醇香和回味越好。经过三年的贮存后，再将不同轮次、不同香型、不同浓度、不同酒龄的酒经过精心勾兑，使各香味成分更协调，使香气和口味更为丰满适口，这是茅台酒酿造技术的重要特点之一，这也决定了提高茅台酒的生产量需要大量的资金投入，因此，本公司茅台酒技改及扩建工程共需投资 46,684 万元，其中固定资产投资 29,554 万元，铺底流动资金 17,130 万元。项目投产后，可新增 2,500 吨茅台酒生产能力，新增销售收入 61,435 万

元，利润 23,133 万元。

1、1000 吨茅台酒技改项目

该项目计划总投资 27,268 万元。其中：建筑工程费 5,518 万元，设备购置费 7,440 万元，设备安装工程费 2,710 万元，工器具生产家具购置费 30 万元，其他工程费 4,070 万元，铺底流动资金 7,500 万元。技改工程投资全部通过发行股票募集资金。项目建设期三年。主要生产 53%（v/v）500ml、375ml、250ml 内外销珍品茅台酒。项目建成投产后可达到年产茅台酒 1,000 吨的标准。

项目生产技术方案采用“高温制曲、高温堆积、高温接酒、两次投料、七次蒸馏、长期陈酿、精心勾兑”的工艺流程。在各生产环节应用高科技技术使茅台酒的质量指标达到 MJQ/J2.1—88 标准，卫生指标达到 GB2757—81 标准。

项目正常生产期年销售收入为 24,575 万元，年均销售税金 8,820 万元，年均销售利润 8,817 万元，投资利润率为 19.7%，投资利税率为 39.4%，财务内部收益率为 10.7%，静态投资回收期 11.7 年（包括建设期、贮存期）。

该项目已经国家经济贸易委员会国经贸投资[2000]1031 号文批准。

2、老区茅台酒改扩建工程

该项目计划总投资 9,986 万元。其中：建筑工程费 1,846 万元，设备购置费 1,740 万元，安装工程费 373 万元，工器具生产家具购置费 9 万元，其他工程费 888 万元，铺底流动资金 5,130 万元。工程投资全部通过发行股票募集资金。项目建设期三年。主要生产 53%（v/v）500ml、375ml、250ml 内外销珍品茅台酒。项目建成投产后可达到年产茅台酒 800 吨的标准。

项目投产后可年增销售收入 19,660 万元，年均销售税金及附加 7,056 万元，年均利润 7,540 万元，投资利润率为 34.3%，投资利税率为 66.5%，财务内部收益率 14.3%，静态投资回收期 9.7 年（含建设期、贮存期）。

该项目已经贵州省发展计划委员会黔计产业[2001]208 号文批准。

3、700 吨茅台酒扩建工程

该项目计划总投资 9,430 万元。其中：建筑工程费 1,768 万元，设备购置费 1,550 万元，安装工程费 357 万元，工器具生产家具购置费 8 万元，其他费用 1,247

万元，铺底流动资金 4,500 万元。工程投资全部通过发行股票募集资金。项目建设期三年。主要生产 53% (v/v) 500ml、375ml、250ml 内外销珍品茅台酒。项目建成投产后可达到年产茅台酒 700 吨的标准。

项目建成投产后可年增销售收入 17,200 万元，年均销售税金及附加 6,174 万元，年均利润 6,776 万元，投资利润率为 34.0%，投资利税率为 65.0%，财务内部收益率 14.0%，静态投资回收期 10 年（含建设期、贮存期）。

该项目已经贵州省发展计划委员会黔计产业[2001]207 号文批准。

（二）中低度茅台酒技改工程

近年来，随着人们生活水平的提高，国内白酒消费呈低度化的发展趋势，因此国家在白酒生产消费的指导性意见中也要求发展低度化白酒。从本公司目前生产销售的低度（43%、38%、33%（V/V））茅台酒情况分析，低度茅台酒只满足了部份消费者的需求，产品供不应求。2000 年，本公司共销售低度茅台酒 903 吨，实现销售收入 14,430 万元，实现利润 6,299 万元。为此，公司拟对现有的低度酒车间进行改扩建，利用现代科学技术改造传统工艺，提高低度茅台酒的质量，提高劳动生产率，进一步丰富茅台酒品牌的文化内涵，优化品种结构。

本项目总投资 13,776 万元，其中：建筑工程费 1,140 万元，设备购置费 2,350 万元，安装工程费 850 万元，工器具生产家具购置费 5 万元，其他费用 531 万元，铺底流动资金 8,900 万元。工程投资全部通过发行股票募集资金。项目建设期两年。项目投产后，可新增 2100 吨低度茅台酒生产能力，年增销售收入 60,858 万元，年均销售税金及附加 18,866 万元，年均利润 15,130 万元，投资利润率为 43.8%，投资利税率为 98.4%，财务内部收益率 36.4%，静态投资回收期 4.7 年。

该项目已经贵州省发展计划委员会黔计产业[2001]203 号文批准。

（三）2200 吨制曲改扩建工程

茅台酒的香味迷人，是与特殊的酿酒工艺分不开的。茅台酒因发酵取酒次数多，用曲量也较大，曲药作为酿酒原料使用，实际是高粱与小麦各占一半酿

制而成的，这与成品酒的风味有密切的关系，因此，制曲的好坏直接关系到茅台酒的质量。本公司现有的制曲车间大部分都是由解放前的小作坊发展而来，虽经多次改造但目前已经难以满足企业进一步发展的需要，特别是随着本公司制酒生产能力的扩大，现有的曲药生产能力将远远不能满足生产需要。为此，公司决定利用募集资金进行制曲生产车间改扩建，提高曲药生产能力和质量，降低生产成本。

本项目总投资 7,741 万元，其中：建筑工程费 2,100 万元，设备购置费 1,240 万元，安装工程费 340 万元，工器具生产家具购置费 12 万元，其他费用 1,149 万元，铺底流动资金 2900 万元。工程投资全部通过发行股票募集资金。项目建设期两年。全部为固定资产投资。项目投产后，可新增 2,200 吨曲药生产能力。该项目属制酒配套项目，其效益体现在企业整体经济效益之中。

该项目已经贵州省发展计划委员会黔计产业[2001]205 号文批准。

（四）包装生产线技改工程

九十年代以来，随着白酒市场竞争的加剧，各厂家迅速调整产品结构，积极实施名牌战略，竞相推出新包装或对老包装进行换代，包装质量已成为产品最直接的广告形式。高品质的酒再辅以高品位的包装形式，将会使产品占领更大的市场份额。

由于茅台酒品位独特、品质优良，其品牌在市场上享有崇高声望，长期以来产品供不应求。鉴于市场的巨大潜力和企业雄厚的实力，拟加快技改步伐，增加投资，扩大生产规模，到 2002 年茅台酒及其系列酒达到年产 10,000 吨的生产能力。

目前企业已具有 5000 吨生产能力，但包装能力不够，绝大部分需手工包装。包装是生产中的最后一道重要环节，直接关系到产量和产品质量。然而企业现仅有一个包装车间，并且无论是包装设备还是内外装修都已显落后和陈旧，即使在超负荷运转的情况下，也只能达到年包装 3,000 吨酒的生产能力，并且包装质量不高，给不法分子留下可乘之机，严重制约了茅台酒销售的增长势头。为解决包装能力不足的问题，并降低劳动强度和物料消耗，提高工作效率及成

品率，走机械化生产的道路，保证并提高茅台酒的包装质量，满足现代化大规模生产的需要，公司根据茅台酒传统的灌装包装工艺和新产品的包装要求，对现有包装生产线技改是十分必要的。

该技改项目分为两个子项：第一包装生产线技改工程和第二包装生产线技改工程。

第一包装生产线年设计生产能力为 5,000 吨，主要用于 53% (v/v) 茅台酒的包装，采用两条包装生产线，可灌装 500ml、250ml 和 125ml 等不同规格的瓶子。该项目总投资 3,881 万元，其中固定资产投资 2,921 万元，铺底流动资金 960 万元，建设期为两年。固定资产投资中建筑工程费 996 万元，设备购置费 860 万元，安装工程费 310 万元，工器具生产家具购置费 12 万元，其他费用 743 万元。本项目已经贵州省经济贸易委员会、贵州省轻纺工业厅黔经贸改字[2000]521 号文批准。

第二包装生产线年设计生产能力为 5,000 吨，主要用于包装茅台酒股份有限公司生产的精品茅台酒和茅台女王酒、茅台王子酒、茅台威士忌、汉帝茅台酒、43% (v/v)、38% (v/v)、33% (v/v) 低度茅台酒等系列酒，采用两条包装生产线，可灌装 500ml、250ml 和 125ml 等不同规格的瓶子。该项目总投资 3,578 万元，其中固定资产投资 2,858 万元，铺底流动资金 720 万元，建设期为两年。固定资产投资中建筑工程费 896 万元，设备购置费 860 万元，安装工程费 310 万元，工器具生产家具购置费 12 万元，其他费用 780 万元。本项目已经贵州省经济贸易委员会、贵州省轻纺工业厅黔经贸改字[2000]530 号文批准。

上述两项工程建成后，以茅台酒现有成熟、可靠的成品灌装工艺为基础，采用不干胶标签代替传统生产中的水标签，可用机器进行贴标，无需烘标过程，这不仅可以稳定茅台酒及系列酒酒体质量和包装外观质量，提高机械化程度，降低劳动强度，而且可使车间包装线总长由传统工艺的 60 米缩短为 45 米，使车间布局更趋紧凑、合理，同时节约占地面积。

虽然本项目仅为茅台酒这个系列名牌产品的一个生产环节，无法单独计算投资效益，仅能在全厂技术经济分析、评价中所确定的投资回收期及总效益的

框架上体现出来，但该技改项目能显著提高企业包装能力，并通过良好的包装形式，为茅台酒及其系列酒的销售插上翅膀，取得良好的经济效益和回报。

（五）技术支持体系工程

贵州茅台酒誉满全球，是世界三大蒸馏名酒之一。茅台酒是以优质高粱、小麦为原料，巧妙地利用茅台镇得天独厚的地理、气候等自然条件，采用“高温制曲，高温堆积，高温流酒，两次投料，八次发酵，长期陈酿，精心勾兑”传统工艺酿制而成，其酿酒工艺独一无二，其独特的风格、优良的品质享誉全球。茅台酒的特殊质量和风味，是由传统工艺生产酱香、醇甜和窖底香三种单型酒，经贮存勾兑而成。但由于企业现有技术水平较低，科研设备和检验手段尚不适应发展的需要，茅台酒的发酵机理、发酵生产物、香味、成份、产香机理有待进一步研究。在入世在即，白酒行业市场竞争日趋激烈的今天，为了适应市场的激烈竞争，满足企业自身技术进步和增强我国民族工业技术含量的要求，继续加大对科技的投入，对现有的技术支持体系进行改造、加强势在必行。

1、加快技术和产品创新。技术开发中心主要从事白酒工业的基础研究和茅台酒的应用研究，致力于茅台酒系列产品以及新产品研究开发。

2、总结和发扬茅台酒的独特工艺。茅台酒的发酵机理、香味成分、产香机理尚待继续总结研究，它的传统工艺也亟待让科技使其焕发新春。同时通过建设一个现代化的酒体设计中心，配备必要的设备，以进行茅台酒和新产品开发的酒体设计。

3、质量是企业赖以生存之根本，而产品质量的保持和发展，需要管理和科技并举，两者不可或缺。在对产品质量管理常抓不懈的同时，不断加大在产品质量检测上的投入，建设一支高素质的检测队伍，是茅台酒常盛不衰的根本保证。

4、应对入世后洋酒的冲击。贵为“国酒”的贵州茅台，有理由、有责任在与世界名酒抗衡中充当主力军，这需要强大的科技力量作后盾。

技术支持体系项目包括两个子项：技术中心技改工程、酒体设计和检测中心工程。

1、技术中心技改工程

该项目总投资 2825 万元，全部为固定资产投资。其中：建筑工程费 670 万元，设备购置费 1,550 万元，安装工程费 310 万元，工器具生产家具购置费 13 万元，其它费用 282 万元。项目建设期为一年。

该技术中心技改工程分为两大部分，一是致力于新产品开发的中试车间，内含制曲、制酒、勾兑等内容；另一部分为修建技术中心大楼，包括基础研究实验室、专业研究实验室、微生物分析实验室、酒体分析实验室、微机监控中心等。

本项目已经贵州省经济贸易委员会、贵州省轻纺工业厅黔经贸改[2000]第 531 号文批准。

2、酒体设计及检测中心工程

建设规模为一栋八层建筑，包括原材料检验室、制曲质量检验室、半成品检验室、成品质量检验室、微生物分析实验室、感官品评室、包装材料检测室、环境质量监测室、酒体设计实验室、勾调室、微机数据综合分析室、综合实验室、情报资料档案室以及办公室、会议室、展示厅和多功能厅等，上述各部门分工协作，进行全公司原辅料及半成品、成品的检测和生产区域环境的监控管理以及茅台酒、系列酒和新产品的酒体设计工作。

该项目总投资为 4,535 万元，全部为固定资产投资，其中：建筑工程费 920 万元、设备购置费 2,250 万元、安装工程费 470 万元；工器具生产家具购置费 20 万元；其它费用 575 万元，包括不可预见费 97 万元。项目建设期两年。

该项目已经贵州省发展计划委员会黔计产业[2001]204 号文批准。

技术支持体系工程产生的经济效益，主要体现在技术进步和技术创新上，一是增强企业开发适销对路新产品的能力；二是通过新技术、新工艺的开发运用，实现茅台酒生产的优质高产低消耗；三是确保企业产品质量的稳步提高，从而进一步提高经济效益。同时该项目也具有显著的社会效益，它对于推动白酒工业的基础研究和应用研究，改变白酒行业技术含量低的现状，具备十分重要的意义。

（六）仓储设施配套工程

根据茅台酒生产工艺的特点，其酒库既是制约生产能力提高的瓶颈，又是提高酒质的重要一环。为适应公司生产规模不断扩大的需要，必须新建配套酒库及原料仓库以巩固技改扩建的成果，满足消费市场对茅台酒日益增长的需要。同时可以增加对茅台酒的科技投入，稳定和提高茅台酒的质量以确保在市场竞争中立于不败之地，不断提高市场份额和竞争力。

1、十五—八十年茅台酒贮存技改项目

本公司近年来推出 15 年、30 年、50 年、80 年等档次陈年茅台酒，很受消费者欢迎。随着人民群众生活水平的提高，对陈年茅台酒、精品酒的需求量将越来越大。然而公司因建厂时间较长，原贮存酒库房多为危旧建筑，且设备陈旧，科技含量低。因此，公司急需增建酒库一栋用于贮存陈年茅台酒，并运用先进的科学技术和微机管理，使茅台酒在贮存过程中，提高酒的质量，降低酒的损耗率。

项目总投资 5442 万元，其中固定资产投资 2,877 万元，配套流动资金 2,565 万元。该项目建成达产后，新增销售收入 8,642 万元，新增利润 3,814 万元，投资利润率为 33.4%，财务内部收益率 27.2%，投资回收期 5.4 年（含建设期一年）。

本项目已经贵州省经济贸易委员会黔经贸投资[2000]835 号文批准。

2、上下酒库配套改扩建工程

项目总投资 5,374 万元，其中：建筑工程费 1,960 万元，设备购置费 2,060 万元，安装工程费 485 万元，工器具生产家具购置费 8 万元，其它工程费 461 万元，铺底流动资金 400 万元。项目建设期两年。

该工程建成后可年贮存 3,892 吨酒，其半成品酒执行原茅台酒厂厂标 MJQ/J3.12—88，经贮存、勾兑合格后的茅台酒质量达到原茅台酒厂企业标准 MJQ/J2.1—88。本项目可以稳定和提高茅台酒的质量并降低酒耗，具有较好的效益。

该项目已经贵州省发展计划委员会黔计产业[2001]206 号文批准。

3、年份成品酒贮存工程

为更进一步提高产品的知名度和提升企业品牌形象，本公司计划从 2001 年起推出年份酒。

项目总投资 5,828 万元。其中：建筑工程费 1,321 万元，设备购置费 480 万元，安装工程费 200 万元，工器具生产家具购置费 5 万元，其他费用 222 万元，铺底流动资金 3,600 万元。项目建设期一年。主要生产 53% (v/v) 500ml 年份茅台酒。建成后可达贮存量为 1,000 吨成品茅台酒的标准。

本成品酒库利用微机自动化监控系统对酒库的环境如温度、湿度、光度等进行监控和调整，以保证库内的温度、湿度、光度等控制在最佳范围内，确保茅台酒库适合年份茅台酒贮存环境。

项目正常生产期年均销售收入 4,825 万元，年均销售税金及附加 1,750 万元，年均销售利润 2,310 万元，投资利润率为 16.2%，投资利税率为 28.5%，财务内部收益率 9.1%，静态投资回收期 14.6 年。

本项目已经贵州省经济贸易委员会黔经贸投资[2000]938 号文批准。

4、原料仓库技改工程

本公司酿酒所需原料量较大，由于长期依赖政府农业部门的仓库贮存，经常出现质量和数量难以满足企业生产的需要，随着公司生产规模的扩大，必须尽快解决原料的贮备问题。本项目将新增原料仓库、辅料房、烘干及运输设备等。项目总投资 2,912 万元，全部为固定资产投资。项目建设期一年。本项目系本公司“十五”期间一系列技改工程的必不可少的配套工程，其效益体现在整个工程的效益中。

本项目已经贵州省经济贸易委员会黔经贸投资[2000] 796 号文批准。

(七) 1000 吨茅台不老酒技改工程

茅台不老酒是原茅台酒厂与其他有关单位技术合作成功研制出的一种保健酒，自投放市场试销以来，曾被中国性学会批准为性学会推荐产品，被卫生部批准为国产保健食品且先后在国内多次获奖。

随着国民生活水平的提高，对健康也越来越重视，对酒类消费来说，保健

酒的消费市场日趋扩大。近期《糖酒快讯》专门对保健酒消费市场容量进行调查显示：常饮用的有 13%，曾经饮用过的有 41%。由此可知，我国存在一个庞大的保健酒消费群体。然而目前茅台不老酒的生产能力仅为年产 200 吨，这与近年来贵州茅台酒股份有限公司把发展茅台酒作为工作重心，使得茅台不老酒在生产、广告宣传及销售等方面发展较缓慢有关。因此为实现公司的“一品为主、多品开发，一业为主、多种经营”的可持续发展战略，“十五”期间拟通过技改新增年产 1000 吨茅台不老酒的生产能力。本项目将采用传统与创新并重的科学生产工艺：“一年两个周期，四次泡制，低温冷冻”，采用计算机控制、微机管理等方式，精心勾兑，包装出厂。

项目总投资 3,763 万元，其中固定资产投资 2,803 万元，铺底流动资金 960 万元，项目建设期一年。项目投产后，年生产成本 5,922 万元，年销售收入 11,000 万元，年销售税金及附加 3078 万元，年销售利润 2,000 万元，投资利润率 33.3%，投资利税率 84.9%，均高于国内同行业项目评价指标，其财务内部收益率为 28.7%，静态投资回收期为 5.2 年，盈亏平衡点 49.6%。

本项目已经贵州省经济贸易委员会黔经贸投资[2000]793 号文批准。

（八）茅台酒及其系列酒扩建配套工程项目

本项目的宗旨是为保证茅台酒技改及扩建工程、中低度酒技改项目等项目的顺利实施，必须新建与之配套的环保、供热、供电、供水等公用工程及对维修服务中心进行技改。

1、供热系统技改项目

本公司现有供热锅炉房两处，总容量为 68T/H。现有的锅炉，由于工艺技术水平低、设备老化，年久失修，原有规划布局滞后等多种原因导致热效率低、热力不足，影响供热系统的正常运转，为满足公司生产经营需要和促进环保，需对供热系统进行技改。

项目总投资 2,527 万元，其中：建筑工程费 355 万元，设备购置费 800 万元，安装工程费 1,080 万元，工器具生产家具购置费 5 万元，其它费用 287 万元。项目建设期一年。

本项目的实施一方面能从根本上减少公司因停热或供热不足而造成的损失，另一方面它为公司进一步扩大生产规模提供保证，综合效益显著。

本项目已经贵州省经济贸易委员会、贵州省轻纺工业厅黔经贸改[2000]534号文批准。

2、供水系统技改项目

茅台酒生产用水来源于赤水河，茅台酒的独特品质与取用誉为“美酒河”的赤水河水是分不开的，公司的供水能力与供水质量直接影响到茅台酒及其系列酒的产量和品质。随着本公司生产规模的扩大，需要对现有供水系统进行改造。

项目总投资为 2,986 万元，其中：建筑工程费 660 万元，设备购置费 410 万元，安装工程费 1,210 万元，工器具生产家具购置费 3 万元，其它费用 703 万元。项目建设期两年。

本项目的实施对保证公司生产经营的正常运行和提高产品质量有着十分重要的作用，整体效益可观。

本项目已经贵州省经济贸易委员会、贵州省轻纺工业厅黔经贸改字[2000]524号文批准。

3、输配电系统技改项目

随着公司生产规模的不断扩大，用电负荷不断增加，公司现有的装机容量 8529KW 已不能满足生产需要。经测算，新增生产规模需新增装机容量 5529KW（考虑 3000KW 预留容量），届时总装机容量将达到 17286KW。为此，需要对现有的输配电系统进行技术改造，以保障公司的持续发展。

项目总投资为 2,881 万元，全部为固定资产投资，包括建筑工程费 45 万元，设备购置费 700 万元，安装工程费 1870 万元，工器具生产家具购置费 10 万元，其它费用 256 万元。项目建设期两年。

项目投产后，将从根本上减少因停电或供电不足而造成的损失。同时，它为公司“十五”期间技改工程的顺利完成提供了必要的保障，为公司利润增长奠定了坚实的基础。

本项目已经贵州省经济贸易委员会、贵州省轻纺工业厅黔经贸改字[2000]527号文批准。

4、综合维修中心技改项目

随着公司生产规模的不断扩大，要保持投入一线生产和辅助生产部门的各类设备正常运转，这就使得设立一个综合维修中心成为必要，而且该项目可以保持本企业设备装备水平的稳定和提高，并在此基础上增大其科技投入，从而稳定和增强本企业的生产能力，利于生产成本一定程度的降低，减少设备故障对正常生产的干扰和影响。

项目总投资 2,502 万元，其中固定资产投资 2,202 万元，包括建筑工程费 923 万元，设备购置费 850 万元，安装工程费 200 万元，工器具生产家具购置费 10 万元，其它费用 219 万元；配套流动资金 300 万元。项目建设期一年。本项目属于配套技改工程，其效益体现在企业总体效益之中。

本项目已经贵州省经济贸易委员会黔经贸投资[2000]945号文批准。

(九) 企业信息管理系统技改工程

为适应现代企业管理的需要，提高企业管理水平，推动企业的发展，特别是在全球信息化革命浪潮中，为参与世界范围内的竞争，现代企业要求信息必须快速、准确、有效的生成和传递，速度和效率将成为企业市场竞争力的重要组成部分，信息是企业进行科学决策的基础，因此有必要在企业内部建立信息管理系统。

项目总投资 2,835 万元，其中：硬件设施费用 1,820 万元，占投资总额的 64%；软件费用 1,015 万元（商品软件费用 215 万元，软件开发费用 800 万元），占投资总额的 36%。项目建设期两年。

本项目的建立可以促使供应链、生产链、销售链业务合理化，提高企业的管理水平和工作效率，加强客户服务，掌握市场主动权，促进企业资源合理配置，提高企业综合经济效益。

本项目已经贵州省经济贸易委员会黔经贸投资[2000]836号文批准。

(十) 营销网络建设

为配合业务的扩大和新产品的推出，打击假冒侵权产品，在巩固现有营销网络的同时，本公司决定采用现代营销方式，建设安全可靠、功能强大的全国一体化营销网络，以充分发挥茅台酒的品牌优势，进一步扩大市场占有率和提高企业的经济效益。根据市场分布状况，公司拟在全国设立北部、东部、西部三大片区营销网络，开办片区销售分公司，设立中转库和配送中心，调整经销商，发展特许经营，最终建立起企业自主控制、覆盖全国范围和目标市场的营销网络。

项目总投资 12,421 万元，其中：固定资产投资 2,654 万元（建筑工程费 1,929 万元，设备购置费 604 万元，安装工程费 30 万元，其它费用 91 万元），配套流动资金 9767 万元。项目建设期为两年。

本项目达成后，公司依据自主营销渠道，采用特许经营等方式，创造良好经营品牌；中转库和配送中心的建立，可加快资金周转，增加利润，减少经营风险。品牌效应和快速流通必然促进企业销售收入的提高。营销网络的建设使得销售收入年平均增长 24,981 万元，销售税金及附加年平均增加 1,584 万元，利润总额年平均增加 3,072 万元，投资利润率为 24.73%，投资利税率为 37.48%。

本项目已经贵州省经济贸易委员会黔经贸投资[2000] 834 号文批准。

（十一）酱香型白酒酒糟综合利用项目

酒糟的综合利用一直是我国白酒行业发展的重要课题。本公司酱香型酒糟综合利用项目的拟定产品为生产翻砂酒和高蛋白饲料，这两类产品具有较高的科技含量，有显著、优良的产品特色，较强的市场竞争力和广泛的市场。本项目设施投产后，在防假冒的同时又可变废为宝，减轻环境污染，并且还可以实现“一品为主、多品开发，一业为主、多种经营”的公司可持续性发展战略，具有较好的经济效益。

项目总投资 3,660.2 万元，其中固定资产投资 2,359.8 万元，配套流动资金 1,300.4 万元，项目建设期为一年。

项目达成后正常产销情况下，年销售收入 7,575 万元，年总成本费用 3,773.53 万元，年销售税金及附加 2,104.34 万元，利润 1,697.13 万元，所得税 560.05 万

元，净利润 1,137.08 万元，投资利润率 25.4%，投资利税率 56.8%，投资回收期 6.30 年。

本项目已经贵州省经济贸易委员会黔经贸投资[2000] 792 号文批准。

(十二) 投资上海复旦天臣新技术有限公司

上海复旦天臣新技术有限公司是一家主要从事防伪技术服务、产品的开发、研制、生产和销售的企业，注册资本 1,200 万元。公司自 1999 年 4 月成立以来，在复旦大学校产办的直接领导与关怀下，依托复旦大学雄厚的科技实力，坚持“科技为本，创新为先”的宗旨，在无机纳米功能材料的研发方面取得了长足的进展，并率先将无机纳米功能材料应用于防伪领域，已申报相关发明专利 5 项，并且具有自主知识产权的“基于纳米光学材料的防伪标识项目”已通过上海市高新技术成果转化服务中心认定，已投入生产，并与 20 多家国内名优企业签订了合同。截止 2000 年 12 月 31 日，该公司净资产为 1,283 万元，2000 年实现销售收入 912 元，实现利润 135 万元；而有关无机纳米功能材料在反光膜、汽车太阳膜及电致发光膜的应用研究也都处于中试或试生产阶段。公司已进入研、产、销的良性循环。

本公司从 2000 年开始使用上海复旦天臣新技术有限公司所生产的天臣 FDTC-n 防伪标识，消费者反映良好。为了加大对本公司所用防伪标识的控制，同时也为了介入市场巨大的防伪产品市场，培育新的利润增长点，本公司决定利用募集资金出资 4,500 万元控股上海复旦天臣新技术有限公司，投资建设“用于防伪标识的无机纳米光学材料技改项目”。增资扩股后上海复旦天臣新技术有限公司注册资本金由原来的 1,200 万元增资到 10,000 万元，其中本公司以现金方式向上海复旦天臣新技术有限公司出资人民币 4,500 万元，拥有新公司 45% 的股权；上海复旦天臣新技术有限公司原股东出资合计为 5,500 万元，分别以其在公司增资扩股前在公司持有的股权比例所对应的经评估确认后的净资产价值作为出资，不足部分以现金方式补足，增资扩股后上海复旦天臣新技术有限公司原股东拥有新公司合计 55 % 的股权。同时增资扩股后公司名称由“上海复旦天臣新技术有限公司”变更为“上海复旦茅台新技术有限公司”。上海复旦

天臣新技术有限公司股东会已于 2000 年 11 月 20 日通过本公司向该公司增资，并投资上述项目的议案，股份公司已与该公司股东签订《上海复旦天臣新技术有限公司增资扩股协议书》。

“用于防伪标识的无机纳米光学材料技改项目”是以无机纳米光学材料为技术核心，涉及有机化学、功能高分子、纳米新材料、非线性光学、磁学、电学、现代印刷工艺等多学科技术范畴，旨在研发、生产集多种尖端技术为一体的综合防伪标识—天臣 FDTC - n 防伪标识。该产品的优势：一是拥有自主知识产权；二是技术创新，某些技术属国内领先；三是与竞争对手的产品相比，本产品具有成本优势。目前该防伪标识已通过上海市产品质量监督检验所的技术鉴定和上海市高新技术成果转化论证，产品市场前景广阔。天臣 FDTC - n 防伪标识是一种由新型光或电驱动的纳米级发色或发光材料复合而成的防伪新产品，所涉及的材料 I 具有低电压驱动的变色效果，同时材料 在电化学驱动下发射红外光，在该红外光激发上，材料 具有双光子吸收行为而发出可见荧光。这样，由材料 、 和 按一定条件和工艺构成了一种完全不同于现有的紫外光致荧光技术和单一的电致发色/发光技术的复杂复合体，由该复合结构制作的防伪标识将具有技术难度高、工艺复杂、鉴别容易、极难假冒的特征。天臣 FDTC-n 防伪标识天臣具有 5 项专利，具备以下性能可供选择和组合：表面图文、背胶特性、镂空基材、反光水印、动感秘文、荧光、热敏记忆、热敏显色、手感变色和双层结构。在市场同类产品中最具竞争性和独特性的性能是反光水印、动感秘文、荧光、热敏记忆、热敏显色、手感变色，这些性能均涉及功能纳米微胶囊材料的制作。

在纳米光学材料制造过程中，为了使纳米微胶囊具有特定的光学、电学、磁学功能，需要对纳米微胶囊进行表面修饰，即在纳米微胶囊表面镀上厚度只有 20 纳米左右的无机纳米层，该项制造流程的难点在于镀层的厚度及均匀度（厚度误差）控制。公司原有设备以及国内生产的所有卷绕式镀膜设备均不具备在线检测和反馈控制特点，生产的无机纳米光学材料光学功能指标不理想、质量不稳定；同时使用原有设备时纳米微胶囊的光学功能只能在形成最终防伪产品

后，才能依靠人工检测，造成费时、费力、费料。

增资后的上海复旦天臣新技术有限公司将投资建设“用于防伪标识的无机纳米光学材料技改项目”，在利用上海复旦天臣新技术有限公司现有无机纳米光学材料科研技术与生产设备的基础上，引进德国 Leybold 公司制造的 Topbeam2200 镀膜机设备，该镀膜设备采用在线检测控制、卷绕式电子束激发真空镀膜技术，该项技术的先进性在于可精确控制纳米级厚度，兼备热蒸发镀膜技术的高速度优点和离子溅射镀膜技术的高质量镀层优点，是目前国际上最先进的镀膜机。TOPBEAM 镀膜设备年最大镀膜能力为 1.5 亿 m^2 ，以提高无机纳米光学材料的产量，扩大天臣 FDTC - n 防伪标识的生产规模，满足市场需求。项目总投资 4,972 万元，其中固定资产投资 4,113 万元（折合 496 万美元），无形资产投资 309 万元，铺底流动资金 550 万元。项目建成投产后，公司可年产 4,500 千克的无机纳米功能微胶囊材料，生产天臣 FDTC - n 防伪标识产品 15,000 万枚，市场占有率将达到 20% 左右，年销售收入 18,000 万元，利润 2750 万元，项目投资利润率达 55%，投资回收期 2.3 年。该项目符合国家发展计划委员会、国家经济贸易委员会于 2000 年 8 月 31 日联合发布的第 7 号令《当前国家重点鼓励发展的产业、产品和技术目录（2000 年修订）》中第十六大类——“化工”中的第 19 条——“无机纳米材料生产”，已经上海市经济委员会沪经技（2001）164 号文批准。该项目的建成，将大大提高高科技防伪技术产品的国产化能力，节约国家外汇支出，同时也有力地支持政府和企业打击和制止肆意假冒名特优产品的行为。

（十三）投资组建茅台无锡生物技术开发中心

茅台酒的生产工艺技术仍属传统的发酵技术。从其生产工艺、生产方法属性来看是自然发酵。茅台酒环境和历史渊源，在它特定的自然环境中有相当丰富的微生物资源，有待开发和利用；从茅台酒生产工艺来讲有待进一步利用生物技术认识茅台酒形成的发酵机理，进一步提高生产率，稳定其质量，使这一民族工业技术得以发扬光大。就贵州茅台酒股份有限公司的发展来看，在做好酒的文章，同时如何走出酒的天地，进入高新技术领域，特别是本公司行业相

关性较大的生物技术领域，寻求更广阔的发展空间，提高企业形象和竞争力迫在眉睫。因此，为了改善科研条件，充分培养和吸纳人才，提高传统产业的技术含量，加大科技创新力度，为本公司的持续快速发展奠定技术基础，公司本着严谨、科学、求实、求精、创新的精神，利用自己的资金、资源、品牌优势，按照产、学、研一体化思路，在生物技术的研发能力方面依托无锡轻工业大学，走产学研一体化的道路，开辟具有自主研究能力的领域，力争形成具有生物技术研究开发能力的技术开发中心，在生物技术领域寻求新的利润增长点，十分必要。为此本公司拟在无锡建立生物技术开发中心。

本项目需征地 5 亩，建设生物技术研究开发实验室和中试车间。生物技术开发实验室为生物高新技术研究开发的基地，实验室应具备生物技术发酵工程方面在国内领先的人员配备、设备、仪器、数据处理控制系统，具有在研究极端微生物、食品、优良微生物菌株的选育等方面具有较强的应用开发能力。中试车间是生物技术开发中心的配套工程，其条件应满足实验室的项目成果的中试要求，具有中试的场所、主要设备动力供应系统及适当的库房。

茅台无锡生物技术开发中心可充分利用茅台的品牌资源和资金优势与无锡的地理、人才、信息、技术优势实现产学研一体化。开发中心的任务是按照开放式研究与开发中心的发展模式，广泛吸收社会力量参与研究与开发，使其成为国内一流的产学研交流中心，促使本公司的技术创新、新产品开发和员工再教育等工作再上一个新台阶，对通过中试的高薪技术成果进行孵化，以积极培育新的利润增长点。

开发中心的研究内容主要有：

1、茅台酒微生物的研究

- (1)茅台酒生产过程微生物的区系及消长；
- (2)茅台酒主要有关微生物的确定及主要功能与环境的关系；
- (3)茅台特殊微生物应用前景的研究；
- (4)茅台酒糟的综合利用及有效成分的研究与提取。

2、治疗用酶及诊断用酶的研究开发

- 3、新工程菌的研究开发和利用
- 4、发酵法生产系列氨基酸技术的开发和应用
- 5、引进人才与员工交流和培训

本项目总投资 2,031 万元，全部为固定资产投资，其中建筑工程费 315 万元、设备购置费 1,285 万元、安装工程费 130 万元、工器具备品备件 5 万元、其他费用 296 万元。

该项目已经贵州省发展计划委员会黔计工业[2000]1217 号文批准。

(十四) 彩印包装和瓦楞纸箱项目

茅台酒作为中国名酒，其市场影响正在日益扩大，为此需要不断提高作为产品形象重要组成部分的产品包装的质量，同时随着本公司的进一步发展，生产规模不断扩大，对包装材料的需求有所加大。公司现用的彩印和包装材料都从外省市采购而来，不仅成本高，运输远，而且往往存在产品质量不佳和供应不及时等问题。为了缩短运输距离、降低包装成本、提高印制和包装质量，带动贵州彩印包装行业的发展，投资新建彩印包装和瓦楞纸箱生产线十分必要。

1、彩印包装生产线项目

本项目用于建造生产车间和仓库、购置生产设施、供配电等，固定资产投资为 2,988 万元，其中建筑工程费 314.3 万元、设备购置费 2,067 万元、安装工程费 208.7 万元、工器具备品备件 21 万元、其他费用 337 万元，铺底流动资金 480 万元，总投资为 3,468 万元。项目建设期一年。设计生产能力为年产高档彩印包装酒盒 2,000 万个、年产瓶贴商标 2.2 亿套，投产第一年达产率 70%，第二年为 90%，第三年以后达到设计生产能力。

项目建成达产后年销售收入可达 8,200 万元，年利润总额为 2,192 万元，投资利润率 47.8%，投资利税率 62.6%，财务内部收益率 31.9%，静态投资回收期 4.6 年（包括建设期 1 年）。

该项目符合国家计委制定下发的《当前国家产业政策鼓励发展的产业、产品和技术目录》中有关包装行业的“全自动高速多色印刷”项目，已经贵州省发展计划委员会黔计工业[2000]1216 号文批准。

2、瓦楞纸箱生产线项目

本项目用于建造生产车间和仓库、购置生产设施、供配电等固定资产投资为 2,976 万元，其中建筑工程费 371.12 万元、设备购置费 2,050.88 万元、安装工程费 214 万元、工器具备品备件 20 万元、其他费用 320 万元，铺底流动资金 370 万元，总投资为 3,346 万元。项目建设期一年，设计生产能力为年产七层或五层瓦楞纸箱 2,000 万平方米，投产第一年达产率 60%，第二年为 80%，第三年以后达到设计生产能力。

项目建成达产后年销售收入可达 8,400 万元，年利润总额为 1,796 万元，投资利润率 42.7%，投资利税率 58.1%，财务内部收益率 29.0%，静态投资回收期 4.8 年（包括建设期 1 年）。

该项目符合国家计委制定下发的《当前国家产业政策鼓励发展的产业、产品和技术目录》中有关包装行业的“新型高速五层以上瓦楞纸箱”、“高档包装纸制品”项目，已经贵州省发展计划委员会黔计工业[2000]1218 号文批准。

（十五）收购贵州茅台习酒有限责任公司酱香型白酒生产经营性资产及配套技改工程

贵州茅台习酒有限责任公司（习酒公司）是中国贵州茅台酒厂有限责任公司在 1998 年以承担债务方式兼并贵州习酒总公司而设立的全资子公司。

习酒公司现存的酱香型酒生产车间，始建于 1988 年。虽然其生产的酱香型酒“习酒”品质优良，先后荣获国内外各种大奖多次，但由于原贵州习酒总公司规模扩张过快，管理不善，经营状况不佳，酱香型酒于 1994 年起停止生产，并库存大量老酒。1999 年，茅台酒厂利用习酒公司的酱香型老酒，加部分茅台轮次酒，勾兑出茅台王子酒。该酒通过省级新产品鉴定及省级科技成果鉴定，并被国家经贸委评为国家级新产品，具有较大市场发展空间。

为了培养酱香酒消费群体，调整股份公司产品结构，解决同业竞争，提高企业盈利水平，本公司拟出资收购习酒公司酱香型酒生产经营性资产并对之进行技改，使之成为本公司酱香型中档产品茅台王子酒的基酒生产基地。其意义如下：

（1）解决同业竞争

习酒公司是本公司控股股东的全资子公司，属本公司关联企业，生产销售同一种香型白酒势必将造成本公司和关联企业的同业竞争，本公司将其酱香型酒生产经营性资产收购后，可解决同业竞争问题，同时也有利于习酒公司集中精力搞好浓香型酒的生产经营。

（2）盘活国有存量资产，促使资产增值

习酒公司酱香车间已形成了一定的生产规模，只要公司对现有厂房和设备加以改造就能投入使用。与新建酱香型车间相比，收购可缩短建设周期和基酒陈酿周期，同时库存酱香老酒也是极好的茅台王子酒基酒。本公司收购完成后，利用库存酱香老酒开发中档酱香产品茅台王子酒，有利于盘活国有资产存量，促使资产增值。

（3）增强市场竞争力，创造更大效益

本公司收购完成后，以股份公司的品牌优势、技术优势和营销网络，开发中档酱香产品，能形成规模优势，扩大市场占有率，增强企业的市场竞争能力，创造更大的价值。茅台王子酒定位为中档产品，该产品从酒度上又分为 53%（V/V）、46%（V/V）、39%（V/V）三个品种，质优价廉，适合广大工薪阶层消费习惯，满足更广泛消费群体的需求，销售潜力较大，其经济效益较为可观。同时作为国际名牌贵州茅台酒的延伸，该酒也可创造出积淀深厚文化内涵的社会效益。

（4）调整企业产品结构，满足广大消费者的需求

本公司主要产品为贵州茅台酒，销售收入和利润也主要来自上述产品，产品结构相对单一。茅台王子酒的推出，对本公司调整企业产品结构，创建高、中、低档产品规模化发展的战略奠定了基础。三个层次的产品结构一旦建立，将形成由点及面的强大供应阵营，创造尽可能大的利润。通过此项收购，可为本公司中档产品提供质量过硬的基酒保证。

（5）有利于培养酱香型酒消费群，为茅台酒争取潜在的消费群

茅台酒作为酱香型酒的一员，近年来一直供不应求，但由于种种原因，国

内酱香型酒的生产企业并不多，该酒种所占市场份额也较小。而茅台酒是白酒中的高档产品，价格不低，无形中给大多数消费者设置了消费障碍。茅台王子酒的推出延续了贵州茅台酒酱香幽雅等传统风格，已形成贵州茅台酒品质的延伸，可争取到相当数量的茅台酒推崇者，并由该人群产生辐射作用，为酱香型酒争取到更多的消费者和喜好者，时机成熟，该人群均极有可能成为茅台酒的直接消费者，从而为茅台酒争取潜在的消费群。

本公司拟以经评估确认后的价值对该部分资产进行收购。经黔元会计师事务所评估，并经贵州省财政厅黔财评字[2000]11 号文确认，习酒公司酱香型酒生产经营性资产价值共计 22,926 万元，其中，酱香型老酒 20,475 万元，生产设施 2,451 万元。收购后本公司将对该部分资产进行适当的技术改造，技改总投资 2,870 万元，其中固定资产投资 350 万元，铺底流动资金 2,520 万元。项目总投资 25,796 万元。

募集资金到位后三个月内完成收购重组，在此基础上对现有生产经营设施进行技改投入，同时利用库存酱香型老酒生产茅台王子酒。因此，预计本项目当年投入便可产生效益，并可实现年生产 1,000 吨酱香型白酒的生产能力。

茅台王子酒具有物美价廉的特点，深受广大消费者的厚爱，公司收购习酒公司的酱香型白酒的生产经营性资产，并注入资金进行技改后，能迅速盘活存量资产，具有很好的经济效益。预计可实现年均利润 4,143.15 万元，投资利润率 13.08%，财务内部收益率 14.68%，静态投资回收期 7.4 年。

主承销商认为，发行人用募股资金收购关联企业酱香型白酒生产经营性资产，有利于调整股份公司产品结构，解决同业竞争问题，提高企业盈利水平，培养酱香型酒消费群体。该关联交易是以评估确认值为作价基准，确保不损害股份公司非关联股东的利益。该项关联交易对发行人和非关联股东是公平、公正的。2000 年 12 月 1 日召开的临时股东大会上对该关联交易进行表决时，中国贵州茅台酒厂有限责任公司和贵州茅台酒厂技术开发公司放弃了投票权，其他股东以 700 万股同意、占有表决权总股数的 100%，0 股反对、0 股弃权予以通过。

（十六）收购中国贵州茅台酒厂有限责任公司老酒

贵州茅台酒具有独特的酿酒制造方法，不同于其它香型白酒，每次原料从投入到生产，要经过二次投料，其间八次发酵，八次蒸馏，八次烤酒，每次蒸出的成品酒经鉴定，分酱香、醇甜和窖底香等三种香型分别用陶坛贮存起来，进行陈酿，贮存期越长，其芳香、醇香和回味越好；经过三年的贮存后，再将不同轮次、不同香型的半成品酒加入适当比例的酒龄更长的老酒精心勾兑，使各种香味成分更协调，更为丰满适口，从而勾兑出成品茅台酒；在勾兑过程中加入一定比例以前年份盘勾贮存的半成品酒俗称老酒，其贮存期一般在五年以上。根据茅台酒的工艺要求，公司每年需留存一定量酒用于以后年度的勾兑，因此在历年的生产过程中积累形成了较大数量的老酒。目前老酒属集团公司所有，本公司每年根据生产的需要量向其购买。

为了降低对集团公司老酒的依赖性，本公司计划收购集团公司老酒 1,000 吨。收购价格根据现行股份公司向集团公司购买老酒的价格确定（参考评估价格），即每吨人民币 18.4193 万元，本次收购 1,000 吨老酒收购价共计 18,419.3 万元。募集资金到位后三个月内完成收购。本公司将利用本次收购加大老酒的贮存，并开发较高档次和附加值高的新产品。

此项收购能带来较高的投资回报，预计年均销售收入 7,472.5 万元、年均总成本 4,668.71 万元、年均税金及附加 301.41 万元、年均利润 2,502.28 万元、投资利润率 64.5%、投资回收期 3.87 年。

主承销商认为，发行人用募股资金收购集团公司的老酒，不仅有较高的投资回报，而且还可以减少发行人对集团公司老酒的依赖性，减少关联交易。该关联交易不会损害发行人非关联股东的利益，对发行人和非关联股东是公平、公正的。发行人 2000 年年度股东大会上对该关联交易进行表决时，中国贵州茅台酒厂有限责任公司和贵州茅台酒厂技术开发公司放弃了投票权，其他股东以 700 万股同意、占有表决权总股数的 100%，0 股反对、0 股弃权予以通过。

第十二章 发行定价及股利分配政策

一、发行定价方案

(一) 发行定价考虑的因素

本公司股票发行定价主要考虑了以下因素：

1、公司所属行业概况及发展前景

虽然国内白酒行业前几年由于宏观政策调控以及国人消费习惯的改变出现较大幅度的萎缩，但目前已经基本上渡过了最低迷的阶段，白酒行业整体下滑可望会跟随国家宏观经济形势的向好进入复苏阶段；由于国内白酒行业产业结构和产品结构的调整，数量众多的小酒厂则在激烈的市场竞争中明显处于劣势，而一些有经济规模、技术含量较高、市场品牌知名度较高的企业发展良好，面临全新的发展机遇。

2、公司现状及发展前景

(1) 公司在同行业中的地位

以本公司 1999 年度的财务资料作对比，1999 年 12 月 31 日，公司总资产 91,506 万元，净资产 28,536 万元，实现销售收入 89,086 万元，净利润 21,569 万元，每股收益 1.166 元，净资产收益率 83.05%，每股收益和净资产收益率均高于同行业平均水平。

	每股收益(元)	净资产收益率(%)
贵州茅台	1.166	83.05
五粮液	1.352	26.81
全兴股份	0.841	41.66
宁城老窖	0.3	10.48
伊力特	0.304	10.05
沱牌曲酒	0.341	8.71
兰陵陈香	0.254	10.90
山西汾酒	0.0086	0.48
泸州老窖	0.257	10.86
古井贡	0.63	14.33

湘酒鬼	0.50	11.90
大龙泉	0.26	10.52
皇台酒业	0.27	17.63

公司不仅具有良好的经济效益，而且在我国白酒行业中具有很强的基础研究能力和开发能力。本公司是我国白酒五大香型划分标准的提出者，最早阐明了微生物在白酒酿造中的作用，目前白酒行业必不可少的勾兑工艺理论也是本公司率先提出的。企业在研究和管理上的不断创新不仅使茅台酒的质量保持数百年不变，同时也使公司的管理不断走上新台阶，1994 年一次性通过了 GB/T19002-ISO9002 质量认证体系，在白酒行业中率先与国际质量标准接轨。

(2) 公司的资产流动性和财务安全性

指标	2000/12/31	1999/12/31	1998/12/31
流动比率	1.29	1.15	1.16
速动比率	0.67	0.47	0.46
资产负债率	65%	68%	68%

从上述财务指标看，公司的资产负债率偏高，流动比率、速动比率相比偏低，主要是因为生产工艺要求茅台酒在勾兑出厂前需要贮存 3-5 年，使得公司库存大量半成品酒，因此这样的指标水平也较正常，而且公司的各项财务指标基本上保持合理，公司的资产流动性和财务安全性较高。

(3) 公司盈利能力和发展潜力

公司近三年的经营业绩如下表：

单位：万元

项 目	2000 年	1999 年	1998 年
主营业务收入	111,400	89,086	62818
主营业务利润	71,910	58,886	43238
利润总额	44,603	35,359	21897
净利润	25,110	21,569	14689
每股收益	1.36	1.17	0.79
净资产收益率(%)	68.86%	83.05%	68.12%

从上表可以看出，本公司 1998-2000 年的每股收益分别为 0.79 元、1.17

元、1.36 元，净资产收益率分别为 68.12%、83.05%、68.86%，与深沪白酒业上市公司相比处于上等水平，公司近几年经营业绩发展趋势呈稳健上升的态势，各项财务指标都能保持均衡增长，说明本公司经营业绩稳定，发展潜力巨大。

在保持快速、持续、健康发展的基础上，本公司将以建立现代企业制度和西部大开发为契机，以深化改革为动力，以技术进步为先导，以科学管理为保证，坚持“做好酒的文章，走出酒的天地”的发展战略，以茅台酒为主业发展方向，充分发挥国酒茅台的品牌优势、技术和管理优势，开发更多的系列产品满足市场需求，同时审慎涉足相关产业，逐步培育新的利润增长点，增加企业整体实力和竞争力，提升企业形象和品牌形象。

（二）估值方法和结果

在对本公司的股票进行估价时采取了以下四种方法：

1、市盈率倍数法

市盈率倍数法主要通过选择市场中与目标公司具有较强可比性的公司，参照其目前的市盈率水平，同时结合分析二级市场的接受能力和大盘的近期走势，选择适用于目标公司的市盈率水平，同时估算出公司预期的每股收益水平，间接的测算公司的股票价格。

在采用市盈率倍数法对公司股票进行估价时，我们共选择了 10 家同行业的上市公司作为可比公司参考其市盈率。以 12 月 28 日为最近交易日可比公司基本状况和市盈率情况如下表：

可比上市 公司名称	总股本 (万股)	流通股本 (万股)	主营业务	上年每股收 益(元)	上年净资产 收益率(%)	平均市盈率	
						最近15日	最近30日
五粮液	48000	12000	白酒生产与销售	1.352	26.81	21.25	21.71
湘酒鬼	30305	10725	白酒生产与销售	0.503	11.90	56.34	56.64
古井贡	23500	2000	白酒生产与销售	0.63	14.33	68.95	67.42
大龙泉	6000	2246	白酒生产与销售	0.262	10.52	101.56	96.91
皇台酒业	14000	4000	白酒生产与销售	0.26	17.63	69.59	68.92
泸州老窖	48893	12313	白酒生产与销售	0.257	10.86	61.07	61.53
山西汾酒	43292	7668	白酒生产与销售	0.0086	0.48	390.08	397.10
沱牌曲酒	33730	14862	白酒生产与销售	0.341	8.71	51.93	51.03

宁城老窖	20800	5200	白酒生产与销售	0.3024	10.48	107.87	107.63
伊力特	22050	7500	白酒生产与销售	0.304	26.81	55.43	52.68
平均值	29057	7851.4		0.422	13.853	95.99	95.04

在对公司所适用的市盈率区间进行估计时，我们既结合了本行业的特点，又对我国资本场所反映的信息可靠性审慎考虑。根据国内市场新股首次发行时一、二级市场差价较大的实际情况，选取了略高的折扣率，发行市盈率确定在 20-30 之间。发行人 2000 年的每股收益为 1.36 元，利用公式计算的股票价格：

$$P1=1.36*20=27.20 \text{ 元/股}$$

$$P2=1.36*30=40.80 \text{ 元/股}$$

则公司股票价格区间为:[27.20,40.80]元/股.

2、收入倍数法

在采用收入倍数法对公司股票进行估价时，我们共选择了 10 家同行业的上市公司作为可比公司参考其收入倍数。收入倍数情况如下表：

公司	净债务(万元)	股票市值(万元)	收入(万元)	收入倍数
五粮液	-29649	1827840	395364	4.55
湘酒鬼	2153	448069	49902	9.02
古井贡	36945	677270	91578	7.80
大龙泉	2011	175500	10553	16.8
皇台酒业	17096	233800	15841	15.8
泸州老窖	54796	585249	101802	6.28
山西汾酒	29470	408676	30329	14.4
沱牌曲酒	2722	506624	94091	5.41
宁城老窖	3022	331888	28686	11.6
伊力特	-21904	364266	42239	8.10
平均值				9.98

在对公司所适用的收入倍数进行估计时，我们根据国内市场的实际情况，也确定了略高的折扣率，我们最终选取 5.0-6.5 作为收入倍数的上下限。

发行人 2000 年的收入是 111,140 万元，净债务是 36,391 万元，股本是 18,500 万股，以 5.0-6.5 作为收入倍数的上下限，则公司股票价格区间是 [28.14-37.17] 元。

3、现金流折现法

根据现金流量折现股票定价模型，股票的现价为

$$P_0 = D_1 / (1+r) + D_2 / (1+r)^2 + \dots + D_t / (1+r)^t$$

$$= D_t / (1+r)^t$$

式中： P_0 表示股票的现值，即股票的现价；

D_1 、 D_2 、……、 D_t -表示第 t 年的每股收益；

r -为折现率，即持有股票的预期收益率。

假定股票每股收益按某一固定的增长率 g 增长，则 $D_t = D_0(1+g)^t$

$$\text{故：} P_0 = D_t / (1+r)^t = D_1 / (r-g)$$

1) 确定折现率 r

我们通过近些年股票二级市场的平均收益水平来作为确定 r 的依据。大盘指数的变化可以反映市场平均收益情况的变化，考虑到发行人计划在上海交易所发行上市，我们以沪市近年来的年线值(250日均值)为参考数据作出判断：

年份	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	平均值
上证指数 250 日均	672.85	657.86	758.81	1168.11	1257.82	1367.77	1860.1	1178.4
增长率(%)		-2.23	15.35	53.94	7.68	8.74	35.99	19.91

从上表可以看出，上证指数近六年来的平均回报率为 19.15%，考虑到市场的不稳定性因素—1995 年和 1997 年变动幅度过大的干扰，我们排除了上述二年的数据，以其余四年的增长平均值 16.94%作为参考，我们选取 $r=16\%$ 。

2) 股票每股收益增长率 g 的确定

发行人前三年的盈利情况为：

	1998 年	1999 年	2000 年
利润总额(万元)	21896.57	35359.26	44603.13
增长率(%)		61.48	26.14
净利润(万元)	14689.14	21569.01	25110.36
增长率(%)		46.84	16.41

公司近几年经营业绩发展趋势呈稳健上升的态势，各项财务指标都能保持均衡增长，说明本公司经营业绩稳定，发展潜力巨大。从稳健性原则出发，我们选取 $g=11.5\%-12.5\%$ 。

3) 发行价格的计算

发行人 2000 年每股盈利即 D_1 为 1.36 元， $r=16%$ ， $g_1=11.5%$ ， $g_2=12.5%$ ，则股票的价格应为：

$$P_1 = D_1 / (1+r)^t = D_1 / (r-g_1) = 1.36 / (16\% - 11.5\%) = 30.22 \text{ 元/股};$$

$$P_2 = D_1 / (1+r)^t = D_2 / (r-g_2) = 1.36 / (16\% - 12.5\%) = 38.86 \text{ 元/股}$$

因此发行价格区间为：[30.22-38.86]元/股。

4、近期新发股票的市盈率比较法

代码	名称	发行价	中签率	市盈率	流通股数	发行时间
600382	广东明珠	5.50	0.2958	39.28	6000	2001-1-4
600386	巴士股份	9.92	0.9844	35.81	8000	2001-1-4
600033	福建高速	6.66	2.5279	26.43	2亿	2001-1-5
600310	桂东电力	8.80	0.328	35.2	4500	2001-1-12
600550	天威保变	9.10	0.4001	40.8	6000	2001-1-12
600376	天鸿宝业	10.40	0.5801	28.05	4000	2001-1-15
600312	平高电气	12.45	1.1998	40.16	6000	2001-1-15
600383	金地股份	9.42	1.0497	31.2	9000	2001-1-15
600466	迪康药业	10.25	0.4594	36.79	5000	2001-1-15
600558	大西洋	7.50	0.2078	34.72	4500	2001-2-5
600335	中发展	6.00	0.1528	21.43	3500	2001-2-5
600367	红星发展	12.66	0.2514	24.35	3000	2001-2-6
600250	南纺股份	8.12	0.2618	22.75	5500	2001-2-5
600319	亚星化学	9.20	0.1924	34.07	8000	2001-2-14
600010	钢联股份	5.18	0.7282	18.5	35000	2001-2-14
600315	家化股份	9.18	0.2431	34.28	8000	2001-2-20
600360	华微电子	8.42	0.1284	40.1	5000	2001-2-20
600518	康美药业	12.57	0.0629	30.83	1800	2001-2-26
600321	国栋建设	12.28	0.1541	32.56	7000	2001-3-16
600377	宁沪高速	4.2	1.3734	35.9	1.5亿	2000-12-22
600313	中农资源	6.3	0.7847	53	8000	2000-12-22
600378	天科股份	6.58	0.26	40.12	4500	2000-12-25
发行市盈率加权平均值				29.24		

上述新发股票的加权平均发行市盈率均值为 29.24 倍。发行人申请发行 65,000,000 股，发行后总股本为 250,000,000 股。发行人 2001 年预测净利润为 32,791.70 万元，全面摊薄每股盈利 1.312 元，按上述市盈率均值 29.24 倍计算，得到发行价为 38.36 元。

以上是对贵州茅台酒股份有限公司的股权价值评估，不同的估值方法测算出的每股价值区间如下：

可比公司市盈率倍数法：	27.20—40.80 元
可比公司收入倍数法：	28.14—37.17 元
现金流折现法：	30.22—38.86 元
近期新发股票的市盈率比较法：	38.36 元

定价分析的目的在于寻求当前情况下公司股权的未来价值，并用不同的估值方法对比不同的测算结果，以互相印证，为市场推介提供一个可供参考的尺度。结合贵州茅台的实际情况和行业特征，我们在此采用了市盈率法、收入倍数法、现金流折现法、近期新发股票的市盈率比较法等四种方法对公司未来股票价值进行了估值分析，并得到了基本接近的结论。

（三）发行价格的确定

根据《证券法》第二十八条的规定，本次发行价格由发行人与主承销商共同协商确定为 31.39 元/股，按该发行价格区间及公司发行当年盈利预测数据计算，全面摊薄发行市盈率为 23.93 倍，预计 2001 年 7 月发行，加权发行市盈率 20.30 倍。贵州茅台酒股份有限公司股票的发行价格不仅符合公司实质价值和发展前景，同时也充分考虑了投资者利益。

二、公司股利分配的一般政策

本公司股票全部为普通股，股利分配将遵循“同股同利”的原则，按股东持有的股份数额，以现金股利、股票或其他合法的方式进行分配。

在每个会计年度结束后的六个月内，由本公司董事会根据盈利情况和企业发展的需要提出股利分配政策，经股东大会批准后执行。

本公司的利润按以下顺序进行分配：弥补上一年度的亏损；提取法定公积金百分之十；提取法定公益金百分之五；提取任意公积金；支付股东股利。

公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的，可以不再提取。提取法定公积金、公益金后是否提取任意公积金由股东大会决定。公司不得在弥补公司亏损和提取法定公积金、法定公益金之前向股东分配利润。

股东大会决议将公积金转为股本时，按股东原有股份比例派送新股，但法定公积金转为股本时，所留存的该项公积金不得少于注册资本的百分之二十五。

公司股东大会对利润分配作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两

个月内完成股利的派发事宜。

三、历年股利分配情况

本公司成立于 1999 年 11 月 20 日，本公司成立日至 1999 年 12 月 31 日实现净利润为 1193 万元，提取法定公积金 411 万元、法定公益金 206 万元，年度末可供股东分配的利润为 576 万元，根据 1999 年度股东大会决议，本年度利润不分配。

2000 年上半年，公司共实现合并净利润为 14,843 万元，本公司及其下属公司按 10%比例共提取法定公积金 1624 万元，按 5%比例共提取法定公益金 812 万元，可供股东分配的利润为 13,167 万元。经 2000 年度第一次临时股东大会表决通过，每股分配现金股利 0.50 元。

(5) 本公司 2000 年 12 月 31 日前完成的可供分配的利润全部由发行前股东所有。

四、利润共享安排

本次发行如能按计划完成，2001 年 1 月 1 日至发行股票之前所实现可供分配的期间利润，由新老股东享有。

五、本次股票发行后，第一个盈利年度派发股利的计划

本公司将在 2002 年 6 月 30 日前进行上市后的第一次分配。

第十三章 其他重要事项

一、信息披露的制度及为投资者服务的计划

本公司已经根据《公司法》、《证券法》、中国证监会《上市公司章程指引》、证券交易所上市规则及公司章程等法律法规制订了公司信息披露制度和投资人服务计划，主要内容如下：

（一）责任机构及相关人员

本公司负责信息披露和投资者关系的部门是公司董事会秘书办公室和证券部，负责人为董事会秘书樊宁屏；联系电话为：0852-2386002 2386239 2386191；传真为：0852-2386005 2386190。

公司董事会秘书应当履行的职责：准备和递交国家有关部门要求的董事会和股东大会出具的报告和文件；准备董事会会议和股东大会，并负责会议的记录和会议文件，记录的保管；负责公司信息披露事务，保证公司信息披露的及时、准确、合法、真实和完整；保证有权得到公司有关记录和文件的人及时得到有关文件和记录；及公司章程和公司股票上市的证券交易所上市规则所规定的其他职责。

（二）股东大会信息披露的规定

公司召开股东大会，董事会应当在会议召开三十日之前通知登记股东。

公司召开股东大会，应当于股东大会召开前三十日刊登召开股东大会的通知并列明讨论的议题，临时股东大会不得对通知中未列明的事项作出决议。在股东大会结束后二个工作日内将股东大会决议公告文稿和会议纪要报送证券交易所备案，经证券交易所审查后在指定报刊上公布。

股东大会因故延期，应当在原股东大会召开前至少五个工作日发布延期通知，延期通知中应当说明原因并公布延期后的召开日期。

董事会应当依据交易所上市规则的规定，对拟提交股东大会审议的有关事项是否构成关联交易作出判断，在作出此项判断时，股东的持股数额应以股权登记日为准。如经董事会判断，拟提交股东大会审议的有关事项构成关联交易，

则董事会应当以书面通知股东，并就其是否申请豁免回避获得其书面答复。董事会应在发出股东大会通知前完成上述工作，并在股东大会通知中对此项工作的结果予以公告。

（三）董事会会议信息披露的规定

公司召开董事会会议，应当在两个工作日内将董事会决议和会议纪要报送证券交易所备案。

公司的董事会决议涉及分红派息、公积金转增股本预案、配股预案和公司收购或出售资产、证券交易所规定的应当及时披露的关联交易的事项的，必须公告。

（四）监事会会议信息披露的规定

公司召开监事会会议，应当在会后两个工作日内将监事会决议报送交易所备案，交易所认为有必要披露的，经交易所审查后在指定报刊上公布。

监事会会议通知应载明：举行会议的日期、地点和会议期限，事由及议题以及发出通知的日期。

（五）报告的披露

公司披露的信息包括定期报告和临时报告。定期报告包括年度报告和中期报告，其他报告为临时报告。

公司在每一会计年度前六个月结束后六十日内编制公司的中期财务会计报告，并披露中报摘要。按照中国证监会证监发[2001]55号文规定，本公司将于2002年度起编制季报。

在每一会计年度结束后一百二十日内编制公司年度财务会计报告并披露年报摘要。上市公司应当于每个会计年度结束后一百二十日内编制完成年度报告，并披露年报摘要。

（六）公司的通知、公告

公司的通知通过专人送出、邮件方式送出、公告或公司章程规定的其他形式发出。

公司发出的通知，以公告方式进行的，一经公告，视为所有相关人员收到

通知。

公司召开股东大会的会议通知，以公告方式进行。

公司召开董事会、监事会的会议通知，以专人送出方式或邮件方式或传真方式进行。

公司通知以专人送出的，由被送达人在送达回执上签名（或盖章），被送达人签收日期为送达日期；公司通知以邮件送达的，自交付邮局之日起第五个工作日为送达日期；公司通知以公告方式送出的，第一次公告刊登日为送达日期。

因意外遗漏未向某有权得到通知的人送会议通知或者该等人没有收到会议通知，会议及会议作出的决议并不因此无效。

公司公开披露的信息必须在公开披露前第一时间报送证券交易所。

公司指定《中国证券报》、《上海证券报》和《证券时报》为刊登公司公告和其他需要披露信息的报刊。公司公开披露的信息应当在至少一种指定报刊上公告，在其他公共传媒披露的信息不得先于指定报刊。公司不得以新闻发布或答记者问等形式代替信息披露义务。

公司自公告刊登之日起一周内，应当将公告文稿的电脑文件（文本文件格式）寄送交易所，并随附董事会确认电脑文件与公告文稿一致的函件。

公司自行联系公告事宜，未按规定日期公告的，应当在预定公告日开市前通知交易所。

（七）其他事项

公司在交易所上市规则规定的涉及的金额超过公司最近一次经审计的净资产的 10%时，应当自事实发生之日起两个工作日内向交易所报告，由交易所审查后决定是否公告。

公司涉及关联交易、重大资产销售或收购事宜，按交易所上市规则规定的内容进行披露。

公司的董事会全体成员必须保证信息披露内容真实、准确、完整、没有虚假、严重误导性陈述或重大遗漏，并就其保证承担个别和连带的责任。

公司及其董事、监事、高级管理人员不得利用内幕交易和操纵市场。

公司已经提醒披露文件涉及的会计师事务所、律师事务所、资产评估机构及相关人员对公司尚未公开的信息负有保密义务，不得利用内幕信息为自己或他人谋取利益。

二、重要合同

本公司目前执行的重要合同如下所示：

1、1999年9月19日，集团公司与股份公司（筹）签订《综合服务协议》，约定集团公司为股份公司有偿提供动力（水、电）、货物运输、职工上下班用车、生产公共设施（包括但不限于道路、围墙、上下水和绿化）和职工的后勤服务及必要的生活设施服务（包括但不限于食堂、医院、幼儿园、子弟学校、理发室、浴室的使用、消防、环保、保卫服务等）等综合服务。股份公司向集团公司支付的动力费用按实际用量计算；运输费用按市场价向集团公司下属公司结算，其他综合服务费用每半年支付一次，年共计2,025,268.00元。1999年11—12月支付综合服务费337,544.67元，2000年1—12月实际支付综合服务费2,025,268.00元

2、1999年9月19日集团公司与股份公司（筹）签订了《土地使用权租赁协议》，约定集团公司将其以出让方式取得的面积为220,227.84平方米的土地租与股份公司使用。股份公司每年向集团公司支付租金2,060,000元。1999年11—12月支付租赁费343,333.33元，2000年1—12月实际支付租赁费2,060,000.00元。

3、1999年9月19日集团公司与股份公司（筹）签订了《房屋租赁协议》约定集团公司将办公大楼、车间办公楼、科研大楼、万吨酒库租赁给股份公司使用，总面积为83,990.005m²，每年租金总计4,392,391.11元。1999年11—12月支付租赁费732,065.17元，2000年1—12月实际支付租赁费4,392,391.11元。

4、1999年9月19日集团公司与股份公司（筹）签订了《老酒供应协议》，约定集团公司向股份公司按第一年184,193.28元/吨（含税），从第二年起每年递增4%的价格销售老酒，购买老酒款项由股份公司以现金方式定期向集团公司支付，每半年支付一次。1999年11—12月未购入；2000年1—12月购入老酒

343.13 吨，支付购入老酒费用 63,202,240.17 元。。

5、1999 年 9 月 19 日集团公司与股份公司（筹）签订了《商标许可使用协议》，约定集团公司将注册号分别为第 284519、284526、101902、907292、707443、918339 号的注册商标许可给股份公司使用，使用费为股份公司使用许可商标的酒类产品年销售额的 2%，每半年支付一次。1999 年 11—12 月支付使用费 495,499.07 元，2000 年 1—12 月支付使用费 14,367,587.77 元。

2001 年 5 月 25 日，本公司与集团公司重新签订了《商标许可使用协议》，进一步明确了双方的权利与义务，其主要条款是：

（1）商标许可期限为 50 年（自 2001 年 1 月 1 日起至 2050 年 12 月 31 日止）。

（2）本公司有权在其存续期间在公司注册名称、公司简称、公司股票简称中永久使用“茅台”、“贵州茅台”、“MOUTAI”等与许可商标相同或相似的文字，且此项权利不受协议商标许可期限的约束。

（4）协议约定商标许可使用费为：前两年（即 2001 年 1 月 1 日至 2002 年 12 月 31 日），使用费为本公司使用许可商标的酒类产品年销售额的 2%。

（5）自 2003 年 1 月 1 日起，使用费将按以下原则由本公司与集团公司双方协商确定：

每年使用费最低为本公司使用许可商标的酒类产品年销售额的 1%，最高为本公司使用许可商标的酒类产品年销售额的 2%，具体比例由双方在综合考虑双方在保护许可商标方面的贡献和本公司在许可商标品牌宣传和广告投放方面的支出等因素后在上述年销售额的 1%至年销售额的 2%之间协商解决；但无论按何种比例收取使用费，每一年度的使用费最高均不得超过许可期前二年所收取商标使用费的平均值。

上述商标使用费每二年调整一次，每次在上年度结束前的六十日内协商，并以书面方式确定。

（6）本协议 50 年期限界满后，集团公司应将许可商标无偿进入本公司。

6、本公司与贵州省粮油食品进出口公司（以下称“粮油公司”）签订的有

关商标使用的合同：

该合同约定粮油公司将其注册的第 237040 号飞天牌商标许可给本公司使用在其贵州茅台酒产品上，许可期限为 2000 年 1 月 1 日至 2002 年 1 月 1 日，期满后，根据需要双方可协商续订商标使用许可合同。为此，本公司与粮油公司签订了联合经营出口“飞天”牌贵州茅台酒协议，该协议作为上述商标使用许可合同的补充协议，对粮油公司许可发行人使用飞天商标的有关事宜进行了进一步明确：合同双方均向对方承诺不将飞天商标向任何第三方转让或许可给第三方使用，合同还约定发行人以向粮油公司按优惠价格供应 50 吨出口茅台酒的方式向粮油公司支付商标使用费。

7、发行人与有关金融机构签订的尚未履行完毕的借款合同：

A、发行人与中国建设银行仁怀市支行签订的（2000）仁建工流贷字 002 号人民币资金借款合同，借款金额：2000 万元；借款用途：资金周转；借款期限：2000 年 12 月 11 日—2001 年 12 月 10 日。

B、发行人与中国建设银行仁怀市支行签订的（2000）仁建工流贷字 003 号人民币资金借款合同，借款金额：2200 万元；借款用途：资金周转；借款期限：2000 年 12 月 22 日—2001 年 12 月 21 日。

C、发行人与中国工商银行仁怀市支行签订的 2000 年仁工字第 010 号流动资金借款合同。借款金额：2400 万元；借款用途：进原材料；借款期限：2000 年 10 月 20 日—2001 年 10 月 19 日。

D、发行人与中国工商银行仁怀市支行签订的 2000 年仁工字第 001 号流动资金借款合同，借款金额：2000 万元；借款用途：购进原材料；借款期限：2000 年 2 月 29 日—2001 年 2 月 28 日。

E、发行人与中国农业银行仁怀市支行茅台酒厂分理处签订的（B 怀分）农银借字（2000）第 03 号借款合同，借款金额：2800 万元；借款用途：购原材料；借款期限：2000 年 10 月 21 日—2001 年 10 月 20 日。

F、发行人与中国农业银行贵州省仁怀市支行茅台酒厂分理处签订的（B 怀分）农银借字（2000）第 07 号借款合同，借款金额：1500 万元；借款用途：

购原材料；借款期限：2000年12月28日—2001年6月28日。

G、发行人与中国农业银行贵州省仁怀市支行茅台酒厂分理处签订的抵押合同，抵押权人：中国农业银行贵州省仁怀市支行茅台酒厂分理处；抵押人：发行人；抵押物所担保的债权：发行人与中国农业银行贵州省仁怀市支行茅台酒厂分理处签订的(B怀分)农银借字(2000)第03号借款合同项下的贷款2800万元及其利息；抵押物：发行人所拥有的位于茅台镇河岸街的车间生产房、综合楼、粮库等5幢房产(房产证号分别为：第483号、第509号、第510号、第514号、第515号。)抵押人尚未按照合同规定办理抵押登记。

8、股权转让及收购资产协议

A、本公司与集团公司于2001年3月15日签订了《贵州茅台酒厂进出口公司股权转让协议》，协议约定本公司将其下属全资子公司进出口公司的30%的股权转让给集团公司，转让价为经具有证券从业资格的会计师事务所审计的账面净资产的30%，股权转让款由集团公司以现金方式在协议生效后七日内支付，股权转让生效后进出口公司变更为由本公司控股70%、集团公司参股30%的有限责任公司。

B、本公司与控股股东下属公司贵州茅台习酒有限责任公司间的酱香型酒生产经营性资产收购协议。本公司与贵州茅台习酒有限责任公司于2001年1月10日签订了《酱香型酒生产经营性资产收购协议》，协议约定由本公司以上市募集资金一次性收购贵州茅台习酒有限责任公司的酱香型酒生产经营性资产，协议履行期为募集资金到账后三个月内，收购价格为经贵州黔元会计师事务所评估后的价值22,926万元。

C、本公司与控股股东集团公司之间的老酒收购协议。本公司与集团公司于2001年3月28日签订了《老酒收购协议》，协议约定由发行人以上市募集资金一次性收购集团公司库存的1000吨老酒，协议履行期为募集资金到账后三个月内，收购价格为每吨18.4193万元。

三、重大诉讼或仲裁事项

截止本招股说明书签署之日，本公司无重大诉讼、仲裁或行政处罚。不存

在针对本公司或与集团公司投入本公司之资产有关的尚未了结的或者可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

涉及主发起人集团公司的诉讼案件有《九月九的酒》著作权侵权纠纷案：

歌曲《九月九的酒》的词作者陈树于 2000 年 10 月 25 日以中国贵州茅台酒厂有限责任公司和歌曲《九月九的酒》的曲作者朱德荣为共同被告向广州市中级人民法院提起民事诉讼，并以中国贵州茅台酒厂有限责任公司和朱德荣侵犯其《九月九的酒》歌词著作权为由，要求中国贵州茅台酒厂有限责任公司和朱德荣共同赔偿其损失 300 万元。该案已于 2001 年 1 月 10 日进行了第一次开庭审理，至今尚未判决。

该案是因集团公司和朱德荣创办的公司联合开发生产的浓香型酒“九月九的酒”引起的著作权侵权纠纷，由于集团公司未将与“九月九的酒”相关的业务和资产投入本公司，本公司自身也不生产和经销“九月九的酒”，因此，本案对本公司公开发行股票和上市没有任何影响。

第十四章 发行人及各中介机构声明

一、发行人声明

本公司全体董事承诺本招股说明书及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、完整性承担个别的和连带的法律责任。

全体董事:季克良、袁仁国、乔洪、谭绍利、丁德航、吕云怀、戴传典、谭定华、严安林、胡本均、张德春、陈新、王莉

(签名)

贵州茅台酒股份有限公司

2001年7月24日

二、主承销商声明

本公司已对贵州茅台酒股份有限公司招股说明书及其摘要进行核查,确认不存在任何虚假、严重误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

项目负责人:陈正旭(签字)

法定代表人或授权代表:任起峰(签字)

南方证券有限公司

2001年7月24日

三、发行人律师声明

本所及经办律师保证由本所同意发行人贵州茅台酒股份有限公司在其招股说明书及其摘要中引用的法律意见书的内容已经本所审阅,确认招股说明书不致因上述内容出现虚假记载、误导性陈述及重大遗漏引致的法律风险,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:杨小蕾、彭光亚(签字)

北京市竞天公诚律师事务所

2001年7月24日

四、审计机构声明

本所及经办会计师保证由本所同意发行人贵州茅台酒股份有限公司在招股

说明书及其摘要中引用的财务报告已经本所审计，盈利预测已经本所审核，确认招股说明书不致因上述内容出现虚假记载、误导性陈述及重大遗漏引致的法律风险，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办注册会计师签字：杨雄、李可贞（签字）

天一会计师事务所有限责任公司

2001年7月24日

五、资产评估机构声明

本机构保证由本机构同意发行人贵州茅台酒股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的资产评估数据已经本机构审阅，确认招股说明书不致因上述内容出现虚假记载、误导性陈述及重大遗漏引致的法律风险，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目负责人：刘春茹（签字）

北京中企华资产评估有限责任公司

2001年7月24日

六、验资机构对招股说明书的签署意见

本机构保证由本机构同意发行人贵州茅台酒股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的验资报告及有关数据已经本机构审阅，确认招股说明书不致因上述内容出现虚假记载、误导性陈述及重大遗漏引致的法律风险，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办注册会计师签字：杨雄、李可贞（签字）

天一会计师事务所有限责任公司

2001年7月24日

第十五章 附录

附录作为本招股说明书的有机组成部分，包括已审会计报表及盈利预测报告。

附录一：已审会计报表

附录二：盈利预测报告

第十六章 备查文件

投资者可查阅与本次发行有关的所有正式法律文件，具体如下：

（一）本次发行的招股说明书及其摘要，中国证监会对本次发行的核准文件

1、政府部门和证券监管机构对本次发行有关的文件

（二）招股说明书的附录文件

1、为本次发行而编制的财务报告及审计报告原件

2、发行人律师对本次股票发行的法律意见书及其他有关法律意见

3、盈利预测报告及其审核报告原件

4、发行人历次验资报告

5、历次资产评估报告及有关确认文件

（三）其他向中国证监会报送的发行申请文件

1、发行人设立的注册登记文件

2、发行人的公司章程及其他有关内部规定

3、发行人的营业执照

4、发行人的发起人协议

5、关于本次发行事宜的股东大会决议

6、与本次发行有关的重大合同

7、本次承销的有关协议

8、历次股利分配的决议及记录

9、有关关联交易协议

（四）其他相关文件

查阅时间：工作日上午 8:30-11:30，下午 2:30-5:00。

查阅地点：公司及主承销商的法定住所。