

安徽金种子酒业股份有限公司

关于2017年年度报告的事后审核问询函的 回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

安徽金种子酒业股份有限公司（以下简称“公司”）于2018年4月10日收到上海证券交易所《关于对安徽金种子酒业股份有限公司2017年年度报告的事后审核问询函》（上证公函【2018】0289号）（以下简称“问询函”），公司高度重视，对《问询函》关注事项逐一复核和分析，并回复如下：

一、关于主营业务经营情况

1. 年报披露，2017年度公司实现营业收入12.90亿元，同比下降10.14%，实现归属于上市公司股东的净利润为818.98万元，同比下降51.88%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-253.32万元，为近10年首次亏损。公司营业收入及净利润连续五个会计年度同比下降。2016年开始，公司经营活动产生的现金流量净额连续为负，分别为-1.82亿元、-2.48亿元。请公司补充披露：（1）分产品、分地区具体分析公司营业收入、净利润持续5年下降的原因；（2）公司经营业绩情况是否符合公司业务区域同类产品的经营发展趋势及其原因分析；（3）公司已采取及拟采取的改善经营发展措施。

（1）分产品、分地区具体分析公司营业收入、净利润持续5年下降的原因；

回复：公司营业收入主要来自白酒生产与销售。近5年，酒类产品收入占公司营业收入的比重分别为91.20%、89.94%、87.13%、82.60%和78.92%。近5年酒类产品分产品、分地区情况及净利润情况如下：

单位：万元

| 项 目 | | 2013 年 | 2014 年 | 2015 年 | 2016 年 | 2017 年 |
|------------------|------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 分产品 | 中高档酒 | 124,866.63 | 118,472.13 | 982,07.74 | 81,505.07 | 70,414.63 |
| | 普通白酒 | 64,879.12 | 68,156.63 | 52,320.12 | 37,091.79 | 31,404.92 |
| | 合计 | 189,745.74 | 186,628.76 | 52,320.12 | 118,596.86 | 101,819.55 |
| 分地区 | 安徽省内 | 175,594.29 | 165,216.64 | 126,865.95 | 101,633.71 | 84,677.53 |
| | 安徽省外 | 14,151.46 | 21,412.13 | 23,661.91 | 16,963.15 | 17,142.02 |
| | 合计 | 189,745.74 | 186,628.77 | 150,527.86 | 118,596.86 | 101,819.55 |
| 归属于母公司股东的 净利润 | | 13,345.25 | 8,856.17 | 5,208.23 | 1,701.93 | 818.98 |

公司营业收入、净利润持续5年下降的主要原因如下：

1) 近几年来，随着消费的持续升级，市场主流价位上移，公司销售结构中占比较高的柔和种子酒、祥和种子酒等产品已逐渐脱离市场主流价位，导致产品销售出现逐年萎缩；公司当前市场主推产品金种子系列年份酒正处产品培育期，仍未完全突破上量，以上双重因素的叠加，导致公司主营业务收入下降、利润下降。

2) 与本公司产品构成竞争关系的安徽白酒生产企业众多，市场竞争激烈，尤其是柔和种子酒等大众价位产品竞争更加激烈，目前公司正处于产品结构调整期，市场费用投入大，公司新的主推产品尚处于培育期，对公司整体业绩贡献度有限，因此销售收入、利润均出现下滑。

公司近年来加快省外市场拓展步伐，2017年内新增代理商数量19家，并取得一定成效，但省外新开发市场属于培育发展中市场，销售基数较小，对公司整体销售贡献度较低。

(2) 公司经营业绩情况是否符合公司业务区域同类产品的经营发展趋势及其原因分析；

回复：公司产品销售区域主要集中在安徽省内市场，近几年来，安徽省内白酒市场呈现出消费快速升级的态势，白酒主流价格带已从2012年的50-100元/瓶上涨到目前的百元以上，并有持续上涨趋势。百元以下价位产品市场份额大幅萎缩。由于公司销售占比较大的产品以百元以下价位为主，所以公司目前的业绩表现符合省内同类产品的经营发展趋势。

(3) 公司已采取及拟采取的改善经营发展措施。

回复：针对以上问题，公司积极调整应对，主要从以下方面采取措施：

在产品策略上，公司重构了中高档产品体系，形成了以六年金种子、八年金种子、十年金种子为主体的金种子年份酒系列，全面参与安徽省内100元—300元价位段的市场竞争；推出了差异化的复合香型白酒金种子中国力量，积极抢占省内300元以上价位次高端市场；通过产品线的优化调整，将增强公司在百元以上价位的市场竞争力。

在品牌打造上，公司全面聚焦金种子年份酒，通过央视等高端媒体资源传播和新媒体精准传播相结合，不断提升公司品牌知名度、美誉度与客户忠诚度。

在组织架构上，根据公司营销战略，公司对营销组织架构进行变革，将营销组织按产品划分为金种子事业部、种子酒事业部及健康酒事业部进行专项管理，通过分事业部、分产品的管理模式变革，实现市场运作更聚焦，市场决策更高效，营销动作更精准。

在费用管控上，全面推行营销费用的精准投入。对成熟产品实施稳价格、降费用，确保销售利润；对培育型产品通过聚焦核心单品、核心市场，采取费用前置性落地投入，加快市场培育。

在市场拓展上，公司成立了市场发展部，积极加快环安徽空白市场的开发工作。

2. 年报披露，公司在2017年全年及前三个季度营业收入均同比下降的情况下，第四季度营业收入环比大幅增长78%，同比增长16%，同时第四季度营业收入占年度营业收入的比例达到36%，显著高于2015年27%和2016年28%的比例。请公司补充披露：（1）2017年度销售收入前10名经销商名称、销售收入、期末应收账款（含应收票据）余额，截至目前应收账款结算收款及退换货情况；（2）公司2017年度第四季度营业收入大幅增长的原因及合理性，是否与同类产品和相同区域的经营发展趋势及公司经营情况相匹配；（3）公司2017年度第四季度前10名销售客户或经销商名称、季度销售收入、结算方式（现款/银行承兑汇票/商业承兑汇票/赊销或其他）、去年同期销售额，截至目前前述销售客户或经销商销售结算及退换货情况。请会计师核实并发表意见。

（1）2017年度销售收入前10名经销商名称、销售收入、期末应收账款（含应收票据）余额，截至目前应收账款结算收款及退换货情况；

回复：2017 年度销售收入前 10 名经销商名称、销售收入、期末应收账款（含应收票据）余额，截至目前应收账款结算收款情况列示如下：

单位：万元

| 序号 | 经销商名称 | 销售收入 | 期末应收账款 | 期末应收票据 | 截至目前应收账款结算收款 |
|----|------------------|-----------|---------|----------|--------------|
| 1 | 宿州市新时代糖酒有限公司 | 3,674.93 | 960.00 | 1,200.00 | 804.87 |
| 2 | 阜阳市三秋铭久商贸有限公司 | 2,913.22 | 561.62 | 590.00 | 490.36 |
| 3 | 滁州市经典铭酒商贸有限公司 | 2,664.56 | 0.08 | 460.00 | 全额收回 |
| 4 | 永城东城区三禾百文商店 | 2,367.93 | 897.95 | - | 全额收回 |
| 5 | 利辛县天诚商贸有限公司 | 1,873.77 | - | 550.00 | - |
| 6 | 蚌埠五河鸿兴酒业 | 1,739.93 | - | 500.00 | - |
| 7 | 全椒县柔和酒商贸经营部 | 1,694.53 | 465.12 | - | 400.08 |
| 8 | 阜阳盛世祥和商贸有限公司 | 1,570.00 | 948.11 | - | 全额收回 |
| 9 | 广德县翔凯酒业经营部 | 1,518.76 | 0.12 | 680.00 | 全额收回 |
| 10 | 涡阳县城关街道志祥白酒销售门市部 | 1,490.27 | 0.01 | 200.00 | 全额收回 |
| 合计 | | 21,507.89 | 3833.01 | 4,180.00 | - |

注：应收账款结算收款含通过银行承兑汇票付款。截至目前，上述经销商对应的应收票据中，已背书转让 2,343.00 万元，到期解付 240.00 万元，尚有余额 1,597.00 万元，全部为银行承兑汇票。

截至目前，上述经销商 2017 年度销售货物无退换货情况。

(2) 公司2017年度第四季度营业收入大幅增长的原因及合理性，是否与同类产品和相同区域的经营发展趋势及公司经营情况相匹配；

回复：公司 2017 年度第四季度营业收入占比较 2015 年度及 2016 年度大幅增长的原因主要是：一方面春节期间为白酒销售旺季，但一月份恰逢安徽省雨雪天气为应对春节期间的销售旺季，从代理商层面到零售终端层面都积极备货，以预防春节期间销售可能出现的断货情况，所以部分经销商选择 12 月份提前备货。另一方面公司自 2017 年度开始，积极调整产品结构，同时，临近春节公司为抢占市场，采取灵活的销售策略，导致公司四季度销售出现提升。白酒行业相同区域上市公司尚未披露 2017 年年度报告，无法进行比较。根据同行业上市公司伊力特 2017 年年度报告，第四季度营业收入占全年营业收入 32.98%。公司四季度销售占比较高系公司调整产品结构和积极促销所致，符合白酒行业的经营发展趋势及公司自身经营情况。

(3) 公司 2017 年度第四季度前 10 名销售客户或经销商名称、季度销售收入、结算方式（现款/银行承兑汇票/商业承兑汇票/赊销或其他）、去年同期销售额，截至目前前述销售客户或经销商销售结算及退换货情况。

回复：公司 2017 年度第四季度前 10 名销售客户或经销商名称、季度销售收入、结算方式（现款/银行承兑汇票/商业承兑汇票/赊销或其他）、去年同期销售额，截至目前前述销售客户或经销商销售结算情况列示如下：

单位：万元

| 经销商名称 | 2017 年四 季度收入 | 2016 年四 季度收入 | 结算方式 | 期末应 收账款 | 期末应收账 款结算收款 | 期末应收账款 未结算金额 |
|------------------|-----------------|-----------------|---------------------|------------|----------------|-----------------|
| 宿州市新时代糖酒有限公司 | 1,664.22 | 1,238.08 | 银行承兑 汇票、赊销 | 960.00 | 804.87 | 155.13 |
| 永城东城区三禾百文商店 | 1,550.74 | 610.17 | 银行转账、 赊销 | 897.95 | 全部收回 | |
| 安徽华源医药股份有限公司 | 1,449.23 | 1,599.46 | 现款、赊销 | 90.33 | 全部收回 | |
| 阜阳市三秋铭久商贸有限公司 | 1,404.46 | 1,051.16 | 银行承兑 汇票、赊销 | 561.62 | 490.36 | 71.26 |
| 阜阳盛世祥和商贸有限公司 | 1,062.93 | 1,018.50 | 银行承兑 汇票、赊销 | 948.11 | 全部收回 | |
| 全椒县柔和酒商贸经营部 | 959.93 | 47.80 | 银行承兑 汇票、赊销 | 465.12 | 400.08 | 65.04 |
| 安徽盛世欣兴格力贸易有限公司 | 936.04 | - | 银行承兑 汇票、赊销 | 695.17 | 200.00 | 495.17 |
| 当涂县源丰副食商行 | 833.24 | 0.64 | 银行转账、 银行承兑 汇票 | - | - | |
| 涡阳县城关街道志祥白酒销售门市部 | 726.62 | 526.84 | 银行转账、 银行承兑 汇票 | 0.01 | 全部收回 | |
| 利辛天成商贸 | 724.62 | 507.57 | 银行转账、 银行承兑 汇票 | - | - | |
| 合计 | 11,312.03 | 6,600.22 | | 4,618.30 | - | 786.60 |

截至目前，上述客户或经销商 2017 年度销售货物无退换货情况。

3. 年报披露，公司采取经销商为主的销售模式，主要采用先款后货的结算方式，但公司应收账款、应收票据期末余额分别为1.14亿元、1.44亿元，同比分别增长29.16%、32.11%，其中第四季度较第三季度末新增余额分别为0.23亿元、0.94亿元。请公司补充披露：（1）公司营业收入下降，但应收账款、应收

票据期末余额显著增加的具体原因；（2）公司第四季度销售形成的应收账款、应收票据金额，其中金额排名前10名的销售客户或经销商名称及其全年销售金额；（3）报告期内公司销售模式、结算方式和收入确认政策是否发生变化。请会计师核查并发表意见。

（1）公司营业收入下降，但应收账款、应收票据期末余额显著增加的具体原因；

回复：公司酒类产品的销售主要采取现款现货及银行承兑汇票结算的方式，同时针对常年合作且信誉较好的客户，经过区域经理的审核及公司总经理的审批，会给予一定的赊销额度及赊销期。特别是每年年末临近春节，给予部分经销商一定的信用期，有利于公司产品及时把握市场机会。由于公司销售占比较大的产品以百元以下价位为主，随着白酒行业进入深度调整阶段，消费需求结构升级使大众消费者对中高端以上白酒产品的需求不断增加，低端酒消费被中高端白酒挤压。临近春节，公司为了开拓市场，采取了灵活的销售策略，从而使四季度销售收入上升，酒类产品应收账款余额增加，应收票据增加。

（2）公司第四季度销售形成的应收账款、应收票据金额，其中金额排名前10名的销售客户或经销商名称及其全年销售金额；

回复：公司第四季度销售形成的应收账款余额为8,390.18万元，第四季度销售形成的应收票据余额为9,421.47万元。其中金额排名前10名的销售客户或经销商名称及其全年销售金额列示如下：

第四季度销售形成的应收账款余额排名前10名的销售客户或经销商及其全年销售额：

单位：万元

| 序号 | 经销商名称 | 第四季度销售形成的应收账款余额 | 2017年度销售额 (不含税) |
|----|----------------|-----------------|--------------------|
| 1 | 宿州市新时代糖酒有限公司 | 960.00 | 3,674.93 |
| 2 | 阜阳盛世祥和商贸有限公司 | 948.11 | 1,570.00 |
| 3 | 永城东城区三禾百文商店 | 897.95 | 2,367.93 |
| 4 | 安徽盛世欣兴格力贸易有限公司 | 695.17 | 936.04 |
| 5 | 阜阳市三秋铭久商贸有限公司 | 561.62 | 2,913.22 |

| | | | |
|-----|-------------|----------|-----------|
| 6 | 庐江县庐江镇金利源商行 | 493.46 | 1,269.70 |
| 7 | 全椒县柔和酒商贸经营部 | 465.12 | 1,694.53 |
| 8 | 阜南县柔和商贸有限公司 | 398.21 | 1,153.60 |
| 9 | 无为金种子酒业有限公司 | 277.32 | 1,144.27 |
| 10 | 巢湖市兴品烟酒商行 | 189.58 | 730.95 |
| 合 计 | | 5,886.53 | 17,455.17 |

第四季度销售形成的应收票据余额排名前10名的销售客户或经销商及其全年销售额：

单位：万元

| 序号 | 经销商名称 | 第四季度销售形成的应收票据余额 | 2017年度销售额 (不含税) |
|-----|------------------|-----------------|--------------------|
| 1 | 宿州新时代糖酒有限公司 | 900.00 | 3,674.93 |
| 2 | 广德县翔凯酒业经营部 | 680.00 | 1,518.76 |
| 3 | 阜阳市三秋铭久商贸有限公司 | 590.00 | 2,913.22 |
| 4 | 淮南市田家庵区龙湖奥利食品经销部 | 560.00 | 911.42 |
| 5 | 利辛天诚商贸有限公司 | 550.00 | 1,873.77 |
| 6 | 蚌埠五河鸿兴酒业 | 500.00 | 1,739.93 |
| 7 | 滁州市经典铭酒商贸有限公司 | 460.00 | 2,664.56 |
| 8 | 安徽盛世欣兴格力贸易有限公司 | 400.00 | 936.04 |
| 9 | 蚌埠经济开发区江盛名酒商行 | 400.00 | 798.72 |
| 10 | 当涂县源丰副食商行 | 350.00 | 944.08 |
| 合 计 | | 5,390.00 | 17,975.43 |

(3) 报告期内公司销售模式、结算方式和收入确认政策是否发生变化。

回复：报告期内公司销售模式主要为经销，经销方式为买断式销售，销售模式未发生变化。

报告期内公司的结算方式主要有：现款现货、银行承兑汇票、赊销三种方式。结算方式没有发生变化。公司收入确认时点为取得客户签收单，报告期内公司收入确认政策未发生变化。

4. 年报披露，公司销售片区以省内为主，营收占比在85%左右，2017年度

省内营业收入同比减少16.68%、省外增加1.05%。经销商数量方面，公司省内省外分别增加27、19名，减少均为2名。请公司补充披露：（1）2016年和2017年末，公司省内经销商按地级市划分的数量分布和对应的销售收入，说明省内经销商和销售收入的地域分布是否发生重大变化；（2）2017年度新增经销商的获取方式、新增经销商的地域分布和销售额占比、公司对新增经销商资金及资产情况的核查情况；（3）截至2017年末，公司存量经销商按持续合作年限（5年内逐年列示）划分的家数及各年限经销商近两年销售收入；（4）2017年度个人经销商数量、销售收入及占比情况，对于个人经销商的结算方式和内部控制流程；（5）2016年和2017年末经销商的库存情况及其合理性；（6）截至2018年一季度末，公司2017年度对经销商销售产品的最终销售实现情况；（7）公司与经销商的合作模式（买断式销售、委托代销等）及其协议主要条款；（8）公司与经销商之间的退换货条款、本期实际退换货情况（包括数量、金额、占比情况及对应的会计处理）及退换货主要原因；（9）2017年度销售中公司经销商是否存在第三方付款情况，若是，请披露所涉经销商第三方支付比例、所涉经销商销售额销售占比及区域分布；（10）2017年度退出经销商是否为公司主要经销商、退出经销商销售额占比及其存货处置方式及公司巩固主要经销业务关系的主要方式；（11）公司经销商销售的折扣或返点政策，对应收入确认和收入冲减的时点、报告期内具体金额及会计处理，公司对经销商的管控及价格体系；（12）结合区域业绩情况及相关区域同品类产品竞争情况说明公司未来的区域经销战略安排。

（1）2016年和2017年末，公司省内经销商按地级市划分的数量分布和对应的销售收入，说明省内经销商和销售收入的地域分布是否发生重大变化；

回复：2016年和2017年末，公司省内经销商按地级市划分的数量分布和对应的销售收入及分析如下：

| 序号 | 区域 | 2017年度 | | 2016年度 | | 经销商变动数 | 区域收入增减变动比% |
|----|-----|--------|----------|--------|----------|--------|------------|
| | | 经销商数量 | 区域收入(万元) | 经销商数量 | 区域收入(万元) | | |
| 1 | 宣城 | 23 | 4,308.61 | 20 | 4,657.04 | 3 | -7.48 |
| 2 | 宿州 | 27 | 8,880.94 | 25 | 9,685.05 | 2 | -8.30 |
| 3 | 芜湖 | 13 | 4,285.40 | 12 | 4,702.76 | 1 | -8.87 |
| 4 | 铜陵 | 6 | 891.61 | 3 | 564.70 | 3 | 57.89 |
| 5 | 马鞍山 | 9 | 3,336.84 | 9 | 3,257.19 | 0 | 2.45 |

| | | | | | | | |
|----|----|-----|-----------|-----|------------|----|--------|
| 6 | 六安 | 17 | 2,216.98 | 17 | 5,625.79 | 0 | -60.59 |
| 7 | 黄山 | 24 | 3,013.51 | 24 | 4,631.77 | 0 | -34.94 |
| 8 | 淮南 | 18 | 5,361.94 | 15 | 5,770.85 | 3 | -7.09 |
| 9 | 淮北 | 4 | 1,685.42 | 4 | 2,401.20 | 0 | -29.81 |
| 10 | 合肥 | 79 | 12,490.79 | 74 | 15,449.63 | 5 | -19.15 |
| 11 | 阜毫 | 92 | 19,863.53 | 85 | 25,522.56 | 7 | -22.17 |
| 12 | 滁州 | 32 | 6,040.15 | 32 | 6,166.12 | 0 | -2.04 |
| 13 | 蚌埠 | 13 | 4,464.59 | 13 | 5,951.90 | 0 | -24.99 |
| 14 | 安庆 | 21 | 6,059.06 | 20 | 7,070.94 | 1 | -14.31 |
| 合计 | | 378 | 82,899.39 | 353 | 101,457.51 | 25 | -18.29 |

从上表可以看出，省内经销商和销售收入的地域分布未发生重大变化。

(2) 2017 年度新增经销商的获取方式、新增经销商销的地域分布和销售额占比、公司对新增经销商资金及资产情况的核查情况；

回复：公司新增经销商获取方式主要分为四步流程，分别是确定目标开发市场、调研筛选确定目标客户、谈判沟通合作意向、确认合作方案上报审批。

2017年新增经销商销省外19家，实现销售额1,901.45万元，占收售额比1.88%，新增省内经销商27家，退出2家，新增经销商实现销售额5,319.96万元，占收售额比5.22%。

新增经销商能够配置相应的办公、仓储场所及物流配送车辆，符合公司对于区域市场运作的基础硬件要求，并拥有能够满足区域市场启动和持续运营的资金实力。

(3) 截至2017年末，公司存量经销商按持续合作年限（5年内逐年列示）划分的家数及各年限经销商近两年销售收入；

回复：截止2017年末，公司存量经销商按持续合作年限（5年内逐年列示）划分的家数及各年限经销商近两年销售收入情况见下表。

金额单位：万元

| 序号 | 持续合作年限 | 家数 | 2016年销售收入 | 2017年销售收入 |
|----|--------|----|-----------|-----------|
| 1 | 1年 | 46 | 0 | 7,221.41 |
| 2 | 2年 | 40 | 6,339.03 | 8,805.81 |
| 3 | 3年 | 24 | 1,630.77 | 2,398.01 |
| 4 | 4年 | 6 | 2,421.73 | 3,132.52 |

| | | | | |
|---|------|-----|------------|------------|
| 5 | 5年 | 3 | 981.11 | 2,174.05 |
| 6 | 5年以上 | 347 | 106,914.80 | 77,360.77 |
| | 合计 | 466 | 118,287.44 | 101,092.57 |

(4) 2017年度个人经销商数量、销售收入及占比情况，对于个人经销商的结算方式和内部控制流程；

回复：公司选择经销商要求是以单位合作，不存在个人经销商。

(5) 2016年和2017年末经销商的库存情况及其合理性；

回复：2016年末经销商库存约为3亿元，2017年末经销商库存约为3.5亿元。公司对经销商的库存管理制定了相应的管理规定，原则上要求经销商淡季库存数量不得超过年度销售计划的10%，旺季期间（一、四季度）库存数量不得超过年度销售计划的30%，各经销商库存属于合理范围。

(6) 截至2018年一季度末，公司2017年度对经销商销售产品的最终销售实现情况；

回复：经销商为抢抓旺季销售，对渠道终端网点积极下货，市场销售情况良好，截止到2018年一季度末，公司2017年度对经销商销售产品的约90%实现了最终销售。

(7) 公司与经销商的合作模式（买断式销售、委托代销等）及其协议主要条款；

回复：公司与经销商的合作模式为买断经销模式，协议条款包括区域划分、产品种类、结算及付款方式、双方责任、违约责任等内容，主要条款如下：

“一、甲方授权乙方为X市场XX产品特约经销商。

二、合同履行地点、方式

乙方自提或是甲方代为运输、甲方送货，合同的履行地点均为甲方所在地。

三、运输方式及费用负担

1、到岸价产品运输由甲方负担；

2、自提价产品运费由乙方负担（双方另有约定的以约定为准）。

四、验收及提出异议的期限

1、乙方验收甲方的产品后，应向甲方出具盖有乙方印章和收货人签字的验货凭据。

2、乙方验收甲方产品如有异议，应在验收之日起七日内向甲方提出，否则逾期视为合格。

五、结算

1、以乙方付款凭据、甲方出库单货开具的发票和乙方收货回单作为双方结算依据。

2、乙方在经营期间应遵守甲方《市场管理规定》，不得扰乱市场，影响公司产品形象。

六、付款方式

1、现款现货。

2、银行承兑三个月按1.5%贴息，银行承兑六个月按3%贴息。”

(8) 公司与经销商之间的退换货条款、本期实际退换货情况（包括数量、金额、占比情况及对应的会计处理）及退换货主要原因；

回复：因产品质量原因允许退货或换货；因经销商产品结构调整只允许换货，不能退货。

报告期内公司不存在退货的情形，换货总量为103千升，金额为686.3万元，占收入比为0.67%；换货时会计处理是：借：营业收入，贷：预收账款；同时做会计分录借：预收账款/银行存款/现金，贷：营业收入。换货的主要原因是因消费者消费习惯差异，部分产品适销不对路，导致换货。

(9) 2017年度销售中公司经销商是否存在第三方付款情况，若是，请披露所涉经销商第三方支付比例、所涉经销商销售额销售占比及区域分布；

回复：2017年度销售中公司经销商不存在第三方付款情况。

(10) 2017年度退出经销商是否为公司主要经销商、退出经销商销售额占比及其存货处置方式及公司巩固主要经销商业务关系的主要方式；

回复：2017年退出经销商基本为公司主动调整，主要是因为经销商不能按照

公司战略意图进行市场运作或因经销商严重违反公司相关市场管理规定而采取的积极调整措施，以保证公司市场运营秩序的稳定性和健康度。

退出经销商基本为合作规模小，销售处于半停滞状态的客户，其销售规模占比极小，不会对公司销售造成相应影响，取消合作关系后，退出代理商的库存货物一般采取就地消化的方式进行处理，公司强化对于产品消化过程的监管。

公司一方面通过稳定主要经销商销售区域、产品体系的方式稳定合作关系，另一方面，采取“厂商一体化”的合作模式，由公司对经销商实行嵌入式管理，构建厂商利益共同体，同时通过加强市场管控，采取扶优扶强，淘汰弱小的管理措施，保障主要经销商利益。

(11) 公司经销商销售的折扣或返点政策，对应收入确认和收入冲减的时点、报告期内具体金额及会计处理，公司对经销商的管控及价格体系；

回复：公司对经销商没有折扣或返点政策。部分产品在促销活动中采取买赠政策，公司按买赠后的净额确认销售收入。

公司制定了经销商管理制度，通过市场运作方式、价格、产品物流等方面对经销商实施有效监控，公司对产品市场销售价格进行统一的规划与指导，要求各市场经销商严格按照公司指导价格进行市场产品销售，并通过公司制定的产品价格管理办法进行产品价格的日常监控，确保产品销售价格体系的稳定。经销商一经发现违反公司相关管理规定，公司将视情况给予警告、停货整顿等不同程度的处理，直至取消产品经销权。

(12) 结合区域业绩情况及相关区域同品类产品竞争情况说明公司未来的区域经销战略安排。

回复：目前，公司白酒省内市场销售占比超过80%，且省内经销商团队高度稳定，绝大部分经销商与公司合作时间较长，营销理念一致，虽然省内白酒市场竞争异常激烈，但公司依托稳定的省内经销商团队，通过产品结构以及营销模式的变革，未来一个时期内，省内市场依然是公司销售主战场。

从长期发展的角度，公司正积极实施走出去的战略。自2016年以来，公司以环安徽市场为目标，采取“选点运作、打造样板、连片开发、形成板块”的四步走策略，目前已在江西、江苏、河南、湖北等省份形成部分样板市场。公司未来

将依托这些样板市场进一步拓展环安徽市场，力争省外市场占比逐步扩展到50%以上。

5. 年报披露，公司预收款项期末余额9622万元，同比下降40.89%。同时，自2015年第四季度以来，公司经营活动产生的现金流量净额已连续9个季度为负，合计净流出4.77亿元，上述期间公司实现盈利3898万元。请公司补充披露：

(1) 结合公司核心产品的市场定位、主要业务区域的消费趋势及竞争格局等情况，具体说明公司预收款项持续减少的原因；(2) 上述期间公司整体盈利但经营活动产生的现金流量净额持续为负的原因，说明公司基本面是否发生重大变化。

(1) 结合公司核心产品的市场定位、主要业务区域的消费趋势及竞争格局等情况，具体说明公司预收款项持续减少的原因；

回复：公司目前销售的主要产品市场定位偏低，主要业务区域消费结构不断升级，公司的产品已无法适应主流消费需求，产品竞争力下降，现有的生产能力完全能够满足订单需求，经销商付款订货，公司能及时安排生产发货，财务对预收货款的销售收入进行了及时确认，进而表现出预收账款的减少。

(2) 上述期间公司整体盈利但经营活动产生的现金流量净额持续为负的原因，说明公司基本面是否发生重大变化。

回复：公司在上述期间内经营活动现金流入主要来源于营业收入，但在上述期间应付账款余额减少1.9亿元，由于经销商付款订货期间缩短，预收账款减少2.41亿元，存货增加了0.94亿元，应收票据增加了0.18亿元，从而导致经营活动产生的现金流出大于现金流入。公司基本面未发生重大变化。

6. 年报披露，公司应收账款按账龄结构，1年以内和1年以上的期末余额占比分别为57.27%、42.73%，其中3年以上应收账款期末余额为6439万元。请公司补充披露：(1) 公司账龄结构相关比例情况是否与细分行业同类公司一致；(2) 前5名应收账款欠款方的具体名称及对应应收款项形成时间和原因、关联关系、款项回收进展及可能存在的风险。

(1) 公司账龄结构相关比例情况是否与细分行业同类公司一致；

回复：公司账龄结构相关比例情况与细分行业同类公司比较如下：

| 账龄 | 口子窖 | 古井贡酒 | 平均 | 金种子酒 |
|------|--------|--------|--------|--------|
| 1年以内 | 84.97% | 88.76% | 86.87% | 57.27% |
| 1-2年 | 0.74% | 1.57% | 1.16% | 7.19% |
| 2-3年 | 1.03% | 3.62% | 2.33% | 0.82% |
| 3年以上 | 13.26% | 6.05% | 9.66% | 34.72% |

其中，口子窖、古井贡酒尚未披露2017年年度数据，表中数据为2017年半年度数据。

从上表看，可比公司的一年以内应收账款占比86.87%，公司为57.27%，低于同行业平均水平，主要系公司3年以上应收账款中含待核销款项4,840.61万元，扣除该因素后一年以内应收账款占比77.50%，与同行业基本一致。公司已对3年以上应收账款全额计提坏账准备。

(2) 前5名应收账款欠款方的具体名称及对应应收款项形成时间和原因、关联关系、款项回收进展及可能存在的风险。

回复：前5名应收账款及对应应收款项形成时间和原因、关联关系、款项回收进展及可能存在的风险如下：

| 序号 | 单位名称 | 金额(元) | 形成时间 | 形成原因 | 关联关系 | 截止目前收回欠款情况 | 可能存在风险 |
|----|-------------------|---------------|------|------|------|------------|--------|
| 1 | 宿州市新时代糖酒有限公司 | 9,599,978.00 | 1年以内 | 旺季备货 | 不存在 | 804.87万元 | 延期收款风险 |
| 2 | 阜阳盛世祥和商贸有限公司 | 9,481,084.32 | 1年以内 | 旺季备货 | 不存在 | 已还清 | 不存在 |
| 3 | 永城东城区三禾百文商店 | 8,979,490.00 | 1年以内 | 旺季备货 | 不存在 | 已还清 | 不存在 |
| 4 | 安徽盛世欣兴格力贸易有限公司 | 6,951,680.00 | 1年以内 | 延期收款 | 不存在 | 200万元 | 延期收款风险 |
| 5 | 安徽省无为县颜氏工业品仓储有限公司 | 6,415,405.00 | 1-2年 | 延期收款 | 不存在 | 300万元 | 延期收款风险 |
| | 合计 | 41,427,637.32 | | | | | |

7. 年报披露，公司是国内柔和型白酒首创者，同时也是柔和型白酒官方标准的起草单位，公司醉三秋传统酿造技艺被列入省级非物质文化遗产名录，由于抓产品、结构调整等方面原因，2017年度营业收入及利润较上年度下滑。请公司补充披露：(1) 公司柔和型白酒在选料、制曲、发酵等各生产环节的主要工艺标准，以及相关标准对产品品质的影响；(2) 公司醉三秋传统酿造技艺的

主要特点和优势，采用该酿造技艺的主要产品系列和产销量情况；（3）公司2017年度抓产品、结构调整开展的主要工作内容及成果

（1）公司柔和型白酒在选料、制曲、发酵等各生产环节的主要工艺标准，以及相关标准对产品品质的影响；

回复：柔和型白酒是以优质高粱、小麦为主要原料，经传统固态法发酵、蒸馏、陈酿、勾调而成，无色或微黄，清亮透明、无悬浮物、无沉淀，具有窖香幽雅、绵甜柔和、谐调舒适的独特风格的白酒。

公司在2005年推出柔和型白酒，2010年12月30日由安徽省质量技术监督局发布的柔和型白酒安徽省地方标准 DB34/T1315-2010 由公司起草制订。柔和型白酒按产品的酒精度分为高度酒（41%vol-68%vol）和低度酒

（25%vol-40%vol），高度酒和低度酒的理化指标要求符合下表之规定：

| 项目 | 高度酒 | | 低度酒 | |
|----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 优级 | 一级 | 优级 | 一级 |
| 酒精度/（%vol） | 41~68 | | 25~40 | |
| 总酸（以乙酸计）/（g/L） ≥ | 0.40 | 0.30 | 0.30 | 0.25 |
| 总脂（以乙酸乙酯计）/（g/L） ≥ | 2.00 | 1.50 | 1.50 | 1.00 |
| 己酸乙酯/（g/L） | 1.00~2.50 | 0.60~2.00 | 0.50~2.00 | 0.40~2.00 |
| 杂醇油（g/L，以异丁醇与异戊醇计） ≤ | 0.60 | 0.50 | 0.60 | 0.50 |
| 固形物（g/L） ≤ | 0.40 | | 0.70 | |

注：酒精度实测值与标签示值允许差为±1.0%vol。

（2）公司醉三秋传统酿造技艺的主要特点和优势，采用该酿造技艺的主要产品系列和产销量情况；

回复：公司醉三秋传统酿造技艺的主要特点是采用“四高一中”（润料水温高、堆积淀粉高、堆积温度高、入池水分高、中温入池）和“一控三清一配”（控浆减水、辅料清蒸、原料清蒸、酒醅清蒸、配糟发酵）的独特工艺，辅为辅以“强化双轮底”发酵工艺、分级存放、先期陶坛贮存，随之地下恒温窖藏，生产出的白酒酒体纯净、口感绵柔、品质稳定。

公司采用醉三秋传统酿造技艺的主要产品为“醉三秋”品牌系列酒，该系列产品在报告期内总产量为1,121千升，报告期总销量为1,287千升。

(3) 公司2017年度抓产品、结构调整开展的主要工作及成果。

回复：2017年公司积极开展产品结构调整工作。主要做了三方面工作：

一是重新构建金种子系列年份酒产品体系，在100元--300元价位形成了以六年金种子、八年金种子、十年金种子为主体的产品矩阵；

二是在300元以上次高端价位推出了差异化金种子中国力量产品；

三是积极推广健康白酒和泰苦荞酒，满足消费者差异化的消费需求。

通过以上工作的开展，公司百元以上价位产品市场认可度得到有效提升，消费者口碑持续向好。

二、关于公司发展战略

8. 2017年11月23日，公司披露非公开发行预案，拟募集6.96亿元用于优质基酒技术改造及配套工程等项目，其中由公司部分优秀经销商相关人员认购的金种子1号和金种子2号资产管理计划拟分别认购1.9亿元和1亿元。同时，公司于2017年4月28日披露公告，决定关于变更部分募集资金用途，并将1.82亿元剩余和节余募集资金永久补充流动资金。请公司补充披露：（1）参与认购上述资产管理计划的优秀经销商选择标准，公司是否与相关经销商签订与本次非公开发行相关联的经销协议；（2）前次募集资金使用情况，并说明募投项目是否达到预期效益。

(1) 参与认购上述资产管理计划的优秀经销商选择标准，公司是否与相关经销商签订与本次非公开发行相关联的经销协议；

回复：参与认购资产管理计划的优秀经销商选择系基于稳定合作关系，认同公司发展理念，并具有长期持续合作意向且具有认购能力的标准。

公司未与相关经销商签订与本次非公开发行相关联的经销协议。

(2) 前次募集资金使用情况，并说明募投项目是否达到预期效益。

回复：前次募集资金使用情况如下：

1) 前次募集资金使用情况

截至2017年12月31日止，公司实际投入相关项目的募集资金款项共计人民币42,651.33万元，具体如下：

前次募集资金使用情况对照表

截至 2017 年 12 月 31 日

编制单位：安徽金种子酒业股份有限公司

金额单位：人民币万元

| 募集资金总额（扣除发行费用后）：53,892.00 | | | | | | | | | | |
|---------------------------|--------------|--------------|------------------|------------------|------------------|-----------------------|------------------|------------------|---------------------|---------------|
| 变更用途的募集资金总额：13,666.96 | | | | | | 已累计使用募集资金总额：42,651.33 | | | | |
| 变更用途的募集资金总额比例：25.36% | | | | | | | | | | |
| 投资项目 | | | 募集资金投资总额 | | | 截止日募集资金累计投资额 | | | | 项目达到预定可使用状态日期 |
| 序号 | 承诺投资项目 | 实际投资项目 | 募集前承诺投资金额*1 | 募集后承诺投资金额 | 实际投资金额 | 募集前承诺投资金额 | 募集后承诺投资金额 | 实际投资金额 | 实际投资金额与募集后承诺投资金额的差额 | |
| 1 | 优质基酒酿造技改项目 | 优质基酒酿造技改项目 | 21,176.00 | 21,176.00 | 23,602.29 | 21,176.00 | 21,176.00 | 23,602.29 | 2,426.29 | - |
| 2 | 优质酒恒温窖藏技改项目 | 优质酒恒温窖藏技改项目 | 17,421.00 | 17,421.00 | 5,415.96 | 17,421.00 | 17,421.00 | 5,415.96 | -12,005.04 | - |
| 3 | 营销与物流网络建设项目 | 营销与物流网络建设项目 | 10,355.00 | 10,355.00 | 8,395.32 | 10,355.00 | 10,355.00 | 8,395.32 | -1,959.68 | 2014/12/31 |
| 4 | 技术研发及品控中心建设项 | 技术研发及品控中心建设项 | 6,048.00 | 6,048.00 | 5,237.76 | 6,048.00 | 6,048.00 | 5,237.76 | -810.24 | - |
| 承诺投资项目小计 | | | 55,000.00 | 55,000.00 | 42,651.33 | 55,000.00 | 55,000.00 | 42,651.33 | -12,348.67 | — |

*1 公司募集前承诺投资金额为未扣除发行费用金额，扣除发行费用后募集资金总额为 53,892.00 万元。

*2 公司“优质基酒酿造技改项目”实际投资金额与募集后承诺投资金额的差额来源于募集资金产生的利息收入。

2) 前次募集资金实际投资项目变更情况说明

① 募集资金投资项目实施地点变更情况

根据 2012 年 6 月 1 日实施的国家标准《酒厂设计防火规范》(GB50694—2011) 新的规范要求, 公司厂区现有空间已无法满足三个募投项目同时实施的条件。2013 年 9 月 26 日, 经公司第四届董事会第二十四次会议审议通过了《关于变更部分募投项目实施地点的议案》, 决议将募投项目“优质酒恒温窖藏技改项目”部分工程和“优质基酒酿造技改项目”中原在阜阳市河滨路 302 号实施的项目, 变更为在阜阳市颍州区经济开发区进行。阜阳市经济和信息化委员会下发《关于安徽金种子酒业股份有限公司申请变更增发项目实施地点的复函》(经信技改函【2013】57 号), 同意公司部分增发项目实施地点变更。

② 变更募集资金用途及将剩余和结余募集资金永久性补充流动资金具体情况

由于受宏观经济形势和政府“三公消费”、“禁酒令”等政策的影响, 结合公司生产实际情况, 在充分考虑股东及公司利益最大化的基础上, 一定程度上放缓了对优质酒恒温窖藏技改项目的投入进度, 考虑该项目已满足公司当前生产经营需要, 公司根据实际情况, 终止优质酒恒温窖藏技改项目, 并将尚未投入的募集资金永久补充流动资金。另鉴于营销与物流网络建设项目和技术研发及品控中心建设项目已基本建设完毕, 为了充分发挥资金的使用效率, 实现公司和股东利益最大化, 公司将募投项目剩余资金永久补充公司流动资金。

2017 年 4 月 26 日, 公司第五届董事会第九次会议审议通过了《关于变更部分募集资金用途及将剩余和节余募集资金永久补充流动资金的议案》并进行了公告。依据《上市公司监管指引第 2 号-上市公司募集资金管理和使用的监管要求》和公司《募集资金管理制度》等有关规定, 上述事项已经公司独立董事、监事会和保荐机构华西证券发表明确同意意见, 并于 2017 年 5 月 26 日获公司股东大会审议通过。截至 2017 年 12 月 31 日, 募集资金专户活期存款户均已销户。

除上述事项外, 本公司前次募集资金项目未发生其他变更情况。

3) 前次募集资金投资项目实现效益情况

截至 2017 年 12 月 31 日, “优质基酒酿造技改项目”主体工程已完工, 部分酿造车间已进入试生产状态, 其他车间设备安装调试及窖池培育等生产条件准备

工作正在稳步推进，尚未达到预定可使用状态。不适用比较预期收益。

“优质酒恒温窖藏技改项目”由于受宏观经济形势与政府“三公消费”、“禁酒令”等政策的影响，同时考虑该项目已满足当时生产经营需要，公司决定终止对该项目的实施。

“技术研发及品控中心建设项目”主体工程已完工，内部技术研发及品控设备正在安装调试中。通过该项目加强公司在酿酒技术方面的基础研究和新工艺、新产品的研究开发，强化产品质量控制，推进产品创新和技术创新，促进产品更新换代，提高产品附加值，增强企业核心竞争力。该项目不单独产生直接的经济效益，因此无法单独核算实现效益情况。

“营销与物流网络建设项目”已于2014年12月31日达到预定可使用状态。通过公司营销与物流网络建设项目的实施，逐步形成营销与物流运营中心、营销网点、经销商、终端之间相互支撑、协同运作、快速响应的营销、服务和信息体系，提升公司的营销管理能力、市场反应能力和终端服务能力，支撑公司稳步扩大产品的市场占有率，提高公司持续盈利能力和核心竞争力。该项目并不单独产生直接的经济效益，无法单独核算实现效益情况。

9. 年报披露，公司中高档酒、普通白酒占酒业营业收入的比重分别为69.16%、30.84%，其毛利率同比分别减少2.14、0.35个百分点，公司目前设计产能40000千升，实际产能13,728.60千升。非公开发行方案披露，公司目前的优质基酒产能不能满足产品结构调整后的需求。请公司补充披露：（1）中高档酒、普通白酒毛利率下降的原因；（2）公司目前设计产能的类别，各类别产能的设计产能和实际产能，实际产能低于设计产能的原因。

（1）中高档酒、普通白酒毛利率下降的原因；

回复：报告期内，公司白酒产品出厂价未做调整。受通货膨胀、环保整治及销量下降的影响，直接材料单位成本上升2.37%，直接人工单位成本上升5.86%，制造费用单位成本上升18.98%，报告期综合单位成本上升3.72%，从而导致中高档酒、普通白酒毛利率下降。成本对比分析情况如下：

| 成本构成项目 | 报告金额(万元) | 单位成本(元) | 同期金额(万元) | 单位成本(元) | 单位成本变动% |
|--------|-----------|---------|-----------|---------|---------|
| 直接材料 | 27,402.83 | 1.92 | 31,016.11 | 1.88 | 2.37 |
| 直接人工 | 8,672.31 | 0.61 | 9,491.51 | 0.58 | 5.86 |

| | | | | | |
|------|-----------|------|-----------|------|-------|
| 制造费用 | 1,445.26 | 0.10 | 1,407.35 | 0.09 | 18.98 |
| 合计 | 37,520.40 | 2.63 | 41,914.97 | 2.54 | 3.72 |

(2) 公司目前设计产能的类别，各类别产能的设计产能和实际产能，实际产能低于设计产能的原因。

回复：公司设计产能 40000 千升为成品酒产能，不存在产能类别的划分。实际产能低于设计产能的原因系公司生产以“订单+合理库存”确定产量，近年来随着消费结构的升级，公司产品结构不能适应市场需求，整体销量出现下降。2017 年实际产量为 13,728.60 千升，低于设计产能。

10. 年报披露，公司在建工程期末余额 1.75 亿元，其中优质酒恒温窖藏技改项目期末余额 2258 万元。2017 年 4 月 29 日，公司披露更正公告称，拟终止优质酒恒温窖藏技改项目。请公司补充披露：(1) 优质酒恒温窖藏技改项目进展，技改项目终止后依然作为在建工程的原因；(2) 补充重要在建工程项目本期变动情况表中工程累计投入占预算比例、工程进度等项目。

(1) 优质酒恒温窖藏技改项目进展，技改项目终止后依然作为在建工程的原因；

回复：优质酒恒温窖藏技改项目系技改项目，项目终止后，公司对已投入满足生产需要部分工程已转入了固定资产。由于恒温窖藏项目部分工程位于金种子生态酿酒基地，该基地的优质基酒酿造技改项目正在进行生产条件准备工作，影响了优质酒恒温窖藏技改项目相关配套设施及安装调试工作，导致该部分尚未达到预定可使用状态，根据会计准则相关规定，仍作为“在建工程”进行处理。

(2) 补充重要在建工程项目本期变动情况表中工程累计投入占预算比例、工程进度等项目。

回复：重要在建工程项目本期变动情况表中工程累计投入占预算比例、工程进度等项目具体如下表：

单位：元

| 项目名称 | 预算数 | 期初余额 | 本期增加金额 | 本期转入固定资产金额 | 期末余额 | 工程累计投入占预算比例(%) | 工程进度 | 资金来源 |
|---------------|----------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|--------|------|
| 优质基酒酿造技改项目 | 211,760,000.00 | 138,440,765.31 | 18,874,611.50 | 59,515,263.32 | 97,800,113.49 | 136.80% | 主体工程完工 | 募集 |
| 技术研发及品控中心建设项目 | 60,480,000.00 | 46,154,672.69 | 7,252,614.85 | | 53,407,287.54 | 92.81% | 主体工程完工 | 募集 |
| 优质酒恒温窖藏技改项目 | 174,210,000.00 | 1,375,133.96 | 21,206,865.39 | | 22,581,999.35 | 33.92% | 主体工程完工 | 募集 |
| 合计 | 446,450,000.00 | 187,244,453.96 | 47,555,261.01 | 59,515,263.32 | 175,284,451.65 | | | |

11. 年报披露，公司本期广告宣传费用2.05亿元、促销费用8422.74万元，公司计划推进营销创新，聚集金种子确保突破。请公司补充披露：（1）广告宣传主要媒介渠道及各渠道费用金额，促销的主要形式及费用金额；（2）结合相关费用情况，说明公司销售策略是否发生重大变化，公司“推进营销创新”的具体措施。

（1）广告宣传主要媒介渠道及各渠道费用金额，促销的主要形式及费用金额：

回复：广告宣传主要情况如下：

| 序号 | 项目类别 | 2017年度 | | 2016年度 | | 增减变动比例（%） |
|----|--------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|
| | | 累计金额（万元） | 占比（%） | 累计金额（万元） | 占比（%） | |
| 1 | 户外广告 | 5,629.90 | 27.80 | 2,596.10 | 11.70 | 116.86 |
| 2 | 宣传/策划 | 36.00 | 0.18 | 12.78 | 0.06 | 181.77 |
| 3 | 冠名/演出 | 577.48 | 2.85 | 1,131.45 | 5.10 | -48.96 |
| 4 | 报刊/杂志 | 282.88 | 1.40 | 533.72 | 2.41 | -47.00 |
| 5 | 网络/媒体 | 5,597.14 | 27.63 | 5,726.76 | 25.81 | -2.26 |
| 6 | 门头/生动化 | 8,131.50 | 40.15 | 12,187.91 | 54.93 | -33.28 |
| 合计 | | 20,254.91 | 100.00 | 22,188.73 | 100.00 | -8.72 |

公司促销的形式主要是人员促销、陈列展示宣传、赠品促销；报告期促销员费用 6,271 万元，展示宣传及赠品费用 2,152 万元。

（2）结合相关费用情况，说明公司销售策略是否发生重大变化，公司“推进营销创新”的具体措施。

回复：近年来，公司销售策略未发生重大变化。2018年公司将持续推进营销创新，主要做以下几方面工作：

一是加大新媒体渠道宣传力度，加强线上线下互动对于金种子年份酒的聚焦传播；

二是积极开展金种子年份酒消费者定制工作，满足核心消费者个性化需求，提升金种子年份酒口碑；

三是积极组织消费者进行金种子工厂体验式消费，加强与消费者的沟通；

四是大力拓展封坛私藏业务，持续提升金种子年份酒品牌形象；

五是围绕金种子年份酒全面启动消费群体的品鉴营销工作，做好消费者的团购工作。

三、财务信息披露及其他

12. 年报披露，公司货币资金期末余额10.04亿元，其中母公司报表货币资金期末余额8.5亿元，母公司报告期内支付与其他经营活动有关的现金2.04亿元。请公司补充披露：（1）公司账面长期留存大额现金的原因；（2）公司货币资金管理政策，报告期内货币资金管理方式及取得的收益；（3）母公司报告期内支付的其他与经营活动有关的现金主要项目及金额。

（1）公司账面长期留存大额现金的原因；

回复：2017年公司账面货币资金期末余额10.04亿，主要原因系：公司根据未来营销战略，结合大宗原材料市场价格的走势、存货的储备及订货周期情况，为确保订单按计划生产，满足市场需求，公司留存现金主要用于原材料采购、固定资产投资及必要的税费等款项支付，市场营销及广告宣传投入也需要大量资金，因此需要备用充足的现金，也符合行业惯例。

（2）公司货币资金管理政策，报告期内货币资金管理方式及取得的收益；

回复：公司货币资金包括：现金、银行存款及其他货币资金，货币资金管理采取统一调度，集中管理政策，公司根据内控要求制定了相关管理制度。财务每年根据公司发展战略，做好年度的资金预算，根据年度预算做好资金月度需求计划，根据资金的长短期使用规划对账面留存资金采取长期银行定存、滚动短期银行定存、流动资金相结合的方式进行管理，2017年度公司5年期协议定期存款为5.8亿元，取得收益2,948.14万元，短期定存1.7亿元及流动资金存款2.5亿元，取得收益1,174.88万元，报告期内货币资金管理共取得收益为4,123.02万元。

（3）母公司报告期内支付的其他与经营活动有关的现金主要项目及金额。

回复：母公司支付的其他与经营活动有关现金

单位：元

| 序号 | 主要项目 | 金额 |
|----|-----------|----------------|
| 1 | 往来款（净额列示） | 93,449,293.40 |
| 2 | 广告费用 | 87,075,896.17 |
| 3 | 研发费用 | 6,559,040.95 |
| 4 | 车辆运杂费用 | 4,332,602.99 |
| 5 | 中介机构费 | 1,146,007.60 |
| 6 | 业务宣传费 | 2,865,112.58 |
| 7 | 办公管理费 | 3,577,708.62 |
| 8 | 修理费 | 1,435,038.86 |
| 9 | 差旅费 | 943,337.67 |
| 10 | 业务招待费 | 725,849.25 |
| 11 | 其他支出 | 2,228,754.05 |
| | 合计 | 204,338,642.14 |

13. 公司年报附注标号与财务报表附注编号不对应，请予以更正。

回复：针对年报附注标号与财务报表附注编号不对应情况，公司已按要求对2017年年度报告进行相应修订，请参阅《2017年年度报告》（修订版）。

特此公告。

安徽金种子酒业股份有限公司

董事会

2018年4月16日

附件：华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）关于上海证券交易所下发的《关于对安徽金种子酒业股份有限公司2017年年度报告事后审核问询函》中关注问题的答复