

证券代码:603288 证券简称:海天味业 公告编号:2016-012

佛山市海天调味食品股份有限公司关于上海证券交易所对公司2015年年度报告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虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实、准确和完整承担个别及连带责任。

2016年4月8日公司收到上海证券交易所上证公函【2016】0336号《关于对佛山市海天调味食品股份有限公司2015年年度报告的事后审核问询函》，现将问询函所提问题的回复公告如下：

一、关于公司销售情况

报告期内公司销售费用、预收经销商货款项目变化较大，请公司结合相关财务数据，对以下销售相关情况进行补充披露：

1.公司本期销售费用12.27亿元，较上期增长16.82%，其中广告费减少3858.95万元，降幅17.27%，促销费增加1.53亿元，增幅362.37%。结合公司销售策略、销售模式、销售渠道等情況说明公司销售费用结构调整，预收货款大幅增长的原因。

回复：

公司一直专注于调味品的生产和销售，自成立以来主营业务未发生变化。因此多年来公司在销售渠道、产品技术、品牌传播等方面积累了特有的优势，公司生产的调味品涵盖了酱油、调味酱、蚝油、鸡精粉、味精、调味料等各个系列，其中酱油、调味酱、蚝油是目前公司最主要的产品。

调味品是与人民生活密切相关的基本消费品，普通消费者通过KA超市、BC店、农贸市场采购，批发市场满足餐饮企业、二级批发商等大采购量客户的需求。公司采取的经销商销售模式，公司集中力量做好销售终端销售支持，本身不面对终端直接销售。公司经过多年的营销实践，已建立了适合自身发展的销售模式和销售体系，主要特点如下：

第一，公司按不同销售渠道划分经销商，以更有效发挥经销商的特长，使经销商在所负责的渠道做深做透；

第二，公司设立经销商时会根据其市场覆盖能力和市场需求情况来划定经销商区域，而非按城市来简单划定，这样可以使经销商的管理更有效地理化和开发市场；

第三，公司采取经销商、分销商两级架构的销售体系，尽量减少经销商层级，公司将经销商的管理体系，便于全面掌握经销商销售情况。

经销商是公司营销网络的核心，公司根据市场发展的状况通过不断变革和完善对经销商的管理，有力推动了公司产品的销售，增强了公司的市场影响力。公司在建立营销网络的进程中坚持经销商发展和向县级市场发展的原则，建立起对经销商的管理体系，涵盖经销商的管理、信息的反馈、信息的速度，近年来公司高度重视对经销商的信息化管理，通过互联网将经销商的库存、实时的销售情况及时反馈到公司的销售部门，便于公司把握市场的动态，同时对市场变化情况进行分析并尽快制订相应的市场促销政策或提前安排采购及生产发货，实现对市场的动态管理。

调味品是一个充分竞争的行业，市场上有数千家企业的产品，好的渠道建设将提高产品的渗透率，缩短产品与消费者之间的距离。公司只有拥有良好的渠道，才能将现代化生产的农产品销售给普通大众。虽然公司各主要产品均表现出很强的竞争力，酱油、酱类、蚝油等产品市场占有率为保持第一。但是公司仍然要面临激烈竞争，企业在市场竞争中居于有利地位，必须不断的开发产品，提升管理和服务质量。才能保持企业的竞争力。鉴于行业的竞争的环境和企业的未来发展，分析公司销售费用的变动情况如下：

表一 2014年、2015年销售费用明细表

构成	2015年		2014年			
	发生额(亿元)	占比(%)	增减比例(%)	发生额(亿元)	占比(%)	增减比例(%)
人工成本	2.79	22.73	8.20	2.58	24.55	9.01
运费	4.90	39.96	6.97	4.58	43.64	9.69
广告费	1.85	15.67	-17.27	2.23	21.28	30.77
促销费	1.95	15.91	362.37	0.42	4.02	74.65
其他	0.78	6.33	13.50	0.68	6.52	38.50
合计	12.27	100.00	16.82	10.50	100.00	16.85

公司2015年度的销售费用为12.27亿元，较2014年增长16.82%；2015年的销售费用率为10.87%，与2014年10.70%基本持平，整体保持稳定。2015年销售费用结构有所变化，与2014年相比，主要是广告费减少3858.95万元，降幅17.27%；促销费增加1.53亿元，增幅362.37%。

本报告期销售费用结构变化，主要是公司适应新市场环境下的销售策略调整，具体原因如下：(1)报告期，公司更重视前期广告投入的效果，在本期转化为销售。

2014年，公司广告费用投入2.23亿元，增长5259.8万元，同比增加30.77%，公司大幅增加的广告投入，对宣传公司新产品、激活潜力产品及非酱油品类产品的消费需求起到很好的宣传效果。在消费需求得到有效激活之后，如何实现产品的销售，是2015年公司销售的一项重点工作。

报告期内，公司主动调整了销售费用的开支结构，通过增加渠道投入，提高整个销售网络对公司的承载力，实现了产品销售的转化和营收的增长。销售费用的这些结构调整，在行业景气下降的大背景下，为公司2015年度销售收入实现同比增加15.05%产生较大贡献。

(2)加快市场改革和渠道建设

2015年，公司对市场和销售进行了战略性的优化调整和主动变革。通过加大对渠道的投入，通过加快开发乡镇市场和重点渠道下沉，提高经销商网络的覆盖深度和密度。2015年，公司对销售渠道的推广促销费用投入1.9亿元，同比增加1.53亿元。费用的增加投入起到较好的效果，既启动了现代流通渠道的建设，也推动公司新品，潜力产品以及非酱油产品的快速增长，这些变化将为公司未来业绩增长的重要支撑。

2.公司采用先款后货的结算方式，报告期末预收账款11.19亿元，较去年减少9.03亿元。年报披露预收账款大幅减少的原因，公司为进一步提高经销商在市场环境下的再发展，减轻经销商的资金压力，及时调整年末预收款到款点的要求，引导经销商在2016年1月份发货前逐步完成预收款到款操作。结合公司经营模式和行业特点，说明公司与经销商合作模式是否发生重大调整，说明公司发展战略规划。

回复：

公司的销售一直以来采取“先款后货”的收款政策，公司在与经销商合作的过程中，也一直坚持对经销商“共赢”的经营理念，这些政策和核心价值观，在公司多年发展过程中发挥着重要作用，也是经销商愿意一直与公司共同发展的基础。

每年元旦至春节期间为调味品销售旺季，为了便于提前备货以确保经销商在双节期间能获得充足的货源，过去几年，公司要求经销商在当年年底之前预留下一年年初至春节期间的订货量并优先安排发货。2015年，在整体经济环境增长减速情况下，为缓解经销商的资金压力，公司通过调整到款点要求，引导经销商在2016年1月份发货前完成预缴货款。因此，2015年末，公司预收账款规模也相应下降，期末预收账款11.19亿元，较2014年减少9.03亿元。预收账款的水平只是与当年的销售政策有关，公司与经销商的合作模式没有发生调整，公司与经销商合作模式公司发展变化也没有发生调整。预收账款的变化，主要是公司适应新的市场环境的主动调整，也体现公司与经销商“共赢”的核心发展理念。

3.2013年至2015年，公司期末预收账款分别为17.36亿元、20.22亿元、11.19亿元，同比变动幅度分别为5.32%、16.46%、-44.67%，同期营业收入增速分别为18.84%、16.85%、15.05%。在营业收入增长的情况下，公司预收账款波动较大，说明是否合营企业情况，公司是否存在跨期确认收入的情形，会计师是否严格执行了相应审计程序，请公司年审会计师发表意见。

回复：

(1)公司从1998年开始，对经销商一直采取“先款后货”的收款政策，应收账款及应收票据余额为0，该政策一直没有改变，并且随着销售政策的变化和调整，在销售旺季对经销商采用预收账款的方式。

(2)从预收账款的变动情况看：不同企业收款政策各不同，预收账款的款期也不同，存在一定的波动在行业内属正常现象。

(3)从预收账款占当期收入比例看：公司2013年和2014年占比超过20%，2015年出于减

少经销商资金压力的考虑，调整到了款的时间要求。从调整后占比仍有9.91%的比例看，公司预收账款的水平在行业内也比较高。在宏观环境整体疲软的大环境下，通过适当的政策调整支持经销商发展，非常有必要，这也有利于后续公司继续加快渠道的开拓和发展。

(4)公司不存在跨期确认收入的情形。

公司年审会计师毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙)认为：基于已执行的审计程序，就财务报表整体而言，没有发现海天味业的预收账款年末余额及收入在重大方面存在不符合会计准则之处。

二、关于细分市场竞争情况

公司主营调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱和蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

4.公司请结合细分市场竞争格局、竞争对手、竞争优势等竞争情况，以及细分市场供给情况、消费需求等，说明酱油产品营收增速放缓，与总营业收入增速差距大的原因，是否符合行业发展趋势。

5.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

6.公司请结合细分市场竞争格局、竞争对手、竞争优势等竞争情况，以及细分市场供给情况、消费需求等，说明酱油产品营收增速放缓，与总营业收入增速差距大的原因，是否符合行业发展趋势。

7.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

8.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

9.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

10.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

11.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

12.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

13.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

14.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

15.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

16.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

17.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

18.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

19.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

20.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

21.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

22.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

23.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

24.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

25.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

26.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

27.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务数据，对以下内容进行补充披露：

28.公司对调味品行业，报告期内，三大产品酱油、调味酱、蚝油的营业收入分别为67.16亿元、18.13亿元、17.77亿元，占比分别为60.12%、16.23%、15.91%，同比分别增长6.62%、18.23%、32.88%，公司主打产品酱油营收增速放缓。请公司结合前述财务