

第一节 重要提示

1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到www.sse.com.cn网站仔细阅读半年度报告全文。

1.2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实性、准确性、完整性,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

1.3 公司全体董事出席董事会会议。

1.4 本半年度报告未经审计。

1.5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

无

第二节 公司基本情况

2.1 公司简介

股票简称	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	水井坊	600779	四川制药、全兴股份

联系人和联系方式	姓名	职务
董事长	田冀东	董事长
副董事长	邓彬	副董事长
总经理	田冀东	总经理
副总经理	田冀东	副总经理
财务总监	田冀东	财务总监
董事会秘书	田冀东	董事会秘书

办公地址	电子邮箱
成都市金牛区全兴路9号公司董办	dongshihan@swellfun.com
成都市金牛区全兴路9号公司董办	dongshihan@swellfun.com

2.2 主要财务数据

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	8,400,697,650.73	8,424,916,820.49	-0.29
归属于上市公司股东的净资产	4,119,148,148.82	4,394,354,606.32	-6.26

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	1,718,517,753.21	1,526,606,558.13	12.57
归属于上市公司股东的净利润	242,418,114.76	202,782,545.83	19.55
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	228,031,169.75	200,239,978.38	13.88
经营活动产生的现金流量净额	-293,949,509.91	13,236,853.44	-2,320.69
加权平均净资产收益率(%)	5.41	5.69	减少0.28个百分点
基本每股收益(元/股)	0.4985	0.4165	19.68
稀释每股收益(元/股)	0.4985	0.4165	19.68

证券代码:600132	证券简称:重庆啤酒	公告编号:临2024-019
-------------	-----------	----------------

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。

重庆啤酒股份有限公司(以下简称“公司”)响应国务院《加强监管防范风险推动资本市场高质量发展若干意见》和上海证券交易所《关于开展上市公司“提质增效重回报”专项行动的倡议》,特制定2024年“提质增效重回报”行动方案,共同推动上市公司高质量发展 and 投资价值提升,保护投资者尤其是中小投资者合法权益,切实履行公司的责任和使命。

一、聚焦高质量发展之路,“驱动创新,嘉速增长”

2023年是公司“扬帆27”战略的开局之年,公司持续推进大城市计划,发力新渠道,拓展新场景,实现了开门红,延续了自2018年开始的持续增长势头,连续6年实现销量、营收、利润三大指标的全面增长,再创历史新高。

2024年,公司“扬帆27”战略进入新的发展阶段——“嘉速扬帆”,即在“扬帆27”战略框架的基础上,通过增加可选增长动力的投资和投入,提高了增长目标。这些增长动力包括产品组合、地理位置和能力范畴,以提升供应链效率,培育增长文化,并持续关注成本。

“嘉速扬帆”战略的主要内容如下:

- 产品组合:提升高端产品增长;加速啤酒以外品类增长;
- 地理重点:加快在增长型市场的增长;推动基地市场的利润增长;
- 执行出色:加速能力建设;推动数字化转型;
- 必赢文化:建立增长文化;共同迈向并超越零目标;
- “零”探征程:加速提升供应链效率。

公司将继续以“国际高端品牌+本地强势品牌”的品牌组合为依托,推进产品高端化,推动销售模式的持续革新,推动“扬帆27”和“嘉速扬帆”战略重点项目的深耕和拓展。2024年,公司将重点开展以下工作:

(一)品牌。本地啤酒品牌将继续深化本地连接,打造本地特色和持续焕新品牌,并且通过丰富产品组合,持续推动高端化。重庆品牌将继续挖掘与重庆火锅场景的联系,持续深化与后火锅的创造,打造“吃重庆火锅,喝重庆啤酒”的消费场景和心智,并尝试在重庆外市场有选择性拓展,进一步强化产品组合。大理啤酒和天目湖啤酒将持续提升高端化和市场份额,风花雪月品牌将继续拓展表现良好的风花雪月低醇啤酒,并考虑推出全新产品,在果味酒精饮料领域进一步探索。

乌苏品牌发展将进入新阶段。2024年,公司将持续投资品牌,确保有竞争力的媒体投放,并升级内容营销进一步強化社交声量,推动产品创新,在2023年成功上市乌苏白啤的基础上,进一步推出更多符合市场需求的创新产品;打造品牌活动升级,与各地美食节、食饮、烧烤连销紧密合作;依托大城市2.0项目,积极拓展分销网络,强化门店管控,提升焦点动销,让公司的市场拓展计划更加稳健有序地推进。

国际品牌方面,1664将强化法式基因,加强产品沟通,继续扩大产品组合,不断进行高端化升级,并持续深耕场景建设,打造法式生活方式品牌,巩固超高端品牌地位。

在2024年新春,嘉士伯品牌以龙年新春限定包装开局,“接龙运 启顺年”。同时,嘉士伯品牌将围绕全新品牌定位开展一系列营销活动。第二、三季度结合赞助商赞助足球俱乐部,围绕消费者推出全方位夏季足球营销战役。此外,嘉士伯品牌将升级派对体验,打造全新“好奇宇宙”派对巡演,再度把前高端的品牌体验带给消费者。

乐堡啤酒将继续围绕“放开玩 WHY NOT”,紧密围绕代言人开展更具创意和乐趣性的营销活动,提升年轻潮酷的国际品牌形象,将WHY NOT品牌文化传递给全国年轻消费群体。乐堡还将围绕“年轻人的纯生,高级的乐堡”持续

证券代码:002749	证券简称:国光股份	公告编号:2024-096号
-------------	-----------	----------------

本公司董事会及全体董事保证信息披露的内容真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

特别提示:

1.截止本公告披露日,公司已在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司办理完成上述限制性股票回购注销手续。

2.本次回购注销限制性股票涉及21名激励对象,回购价格为4.60元/股,回购注销数量为140,221股,回购资金总金额为648,662.35元。本次回购注销数量占2023年度限制性股票激励计划限制性股票授予总数的2.56%,占回购注销前公司总股本468,418,621股的0.0209%。

3.本次回购完成后,公司总股本为468,278,400股。公司根据2023年度股东大会决议,向中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司(以下简称“中国结算深圳分公司”)提交公告的2021年限制性股票激励计划部分限制性股票回购注销事项已办理完毕,现公告如下:

一、概述

公司2021年2月24日第四届董事会第二十四次(临时)会议、2021年3月17日2021年第一次临时股东大会审议通过了《关于公司(2021年限制性股票激励计划(草案))及其摘要的议案》等相关议案,公司实施限制性股票激励计划获得批准。

2021年3月22日公司第四届董事会第二十五次(临时)会议审议通过了《关于向公司2021年限制性股票激励计划激励对象授予限制性股票的议案》,确定以2021年3月22日为授予日,向符合授予条件的激励对象授予限制性股票,授予价格为5.54元/股。

公司于2021年3月26日完成了2021年限制性股票激励计划限制性股票的授予登记工作,共计向208名激励对象合计授予548.373万股限制性股票。2022年4月14日第五届董事会第三次会议、2022年5月9日2021年度股东

证券代码:600979	证券简称:广安爱众	公告编号:2024-054
-------------	-----------	---------------

四川广安爱众股份有限公司2024年1-6月生产经营数据公告

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法律责任。

根据《上海证券交易所上市公司行业信息披露指引》的相关规定,现将四川广安爱众股份有限公司2024年1-6月生产经营数据(未经审计)公告如下:

一、水务板块

项目	2023年1-6月	2024年1-6月	增减变动幅度(%)
购水量(万立方米)	5120.76	5337.58	4.23
售水量(万立方米)	4167.16	4454.29	6.89
其中:广安水务	1424.20	1563.54	9.78
前锋水务	317.32	339.82	7.09
岳池水务	775.85	796.62	2.68
华蓥水务	410.99	425.90	3.63
武胜水务	575.66	611.54	6.23
邻水水务	663.13	716.87	8.10

二、电力板块

项目	2023年1-6月	2024年1-6月	增减变动幅度(%)
发电量(万千瓦时)	66537.46	86864.34	30.55
四九滩电站	5276.03	4758.64	-9.81
潼南电站	5059.19	4539.84	-10.27
富源滩电站	9890.10	7168.38	-27.52
龙风电站	1797.52	978.16	-44.54
西河滩电站	16553.00	17601.20	6.33
新源电站	27924.75	42778.58	53.19
发电售电量	55215.16	76456.44	38.47

四川水井坊股份有限公司

公司代码:600779	公司简称:水井坊
-------------	----------

2.3 前10名股东持股情况表	单位:股
-----------------	------

截至报告期末股东总数(户)	89,778				
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0				
前10名股东持股情况					
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结的股份数量
四川成都水井坊集团有限公司	境内非国有法人	39.72	193,996,444	0	无
GRAND METROPOLITAN INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED	境外法人	23.44	114,469,776	0	无
中国银行股份有限公司-招商中证白酒指数分级证券投资基金	未知	3.20	15,637,984	0	无
香港中央结算有限公司	未知	2.94	14,339,745	0	无
中国建设银行股份有限公司-鹏华中证白酒交易型开放式指数证券投资基金	未知	0.56	2,722,780	0	无
四川水井坊股份有限公司回购专用证券账户	其他	0.53	2,605,800	0	无
周启增	境内自然人	0.38	1,845,900	0	无
成都金牛国鑫粮油销售有限公司	未知	0.32	1,547,426	0	无
招商银行股份有限公司-泓德香港混合证券投资基金	未知	0.30	1,464,208	0	无
张鹏	境内自然人	0.17	826,701	0	无

上述股东关联关系或一致行动的说明:上述股东中,第一大股东四川成都水井坊集团有限公司及第二大股东GRAND METROPOLITAN INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED的实际控制人均为Diago Pte.,公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系,也未知是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。

表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明:不适用

重庆啤酒股份有限公司关于2024年“提质增效重回报”行动方案的公告

发力高端化,带给年轻人不同的品牌体验,满足不同消费群体的需求。夏日的果味啤酒将加深与品牌代言人的年度合作,推出代言人焕新限量包装,进一步圈粉年轻消费群体。夏日还将围绕都市新锐白领群体的“情绪”需求和饮酒场景进行新营销场景沟通,并推出迷你罐、纤维罐等更多创新包装和新口味,持续打造年轻高端的品牌形象和果酒体验。

京A、布鲁克林等精品品牌在2024年将专注于精英人群的深耕,在延续产品创新,加强生产、消费者互动,扩大啤酒人群的圈层,投入更多的资源,通过部落营销、消费者及行业活动,招募和转化更多的精酿爱好者和啤酒爱好者,提升品牌在精酿圈层的美誉度,拉动更多的品牌尝试及购买。

(二)销售。2024年公司将秉承既定战略,在核心市场持续推进产品高端化并巩固核心啤酒的份额;大城市计划将制定精准打法,优化产品组合,强化落地执行;开发差异化产品来适应不同渠道、不同区域的发展;继续开发推动销售数字化工具,全面推进销售通路数字化。

公司将继续在餐饮、娱乐等现饮渠道持续发力,建立和强化与全国大客户的联系,强化品牌溢价,进一步提升现饮渠道的份额。在非现饮渠道,在继续推进现代渠道业务增长的同时,积极拥抱线上及线下新零售渠道,并进一步扩大与O2O平台的合作。

公司内部一直致力于做大做强经销商伙伴,继续升级对经销商的能力建设,为经销商内部各级人员提供丰富、差异化的培训内容,强化针对经销商的加油站学习平台。

(三)供应链。公司将进一步提升产能,从而实现产品就近供给,提升物流运输的运作效率。在安全方面,持续推动零事故文化,提升安全三级培训复训的质量,将“专注工作,避免失误”作为安全工作的优先级。继续推行口味品评“百人计划”,强化酒厂口味品评能力。启动零碳排放酒厂的试点,将综合运用储能、太阳能、电锅炉、热泵等技术,实现零碳排放。继续推动嘉士伯卓越化进程,覆盖“区域管理、绩效管理”和组织管理。

(四)人才储备。2024年,公司将继续实施多种人才发展项目,将员工价值观、专业能力和绩效表现作为培养和发展员工的主要依据,同时升级内部学习系统平台,为员工持续成长提供更多资源和机会。在优秀人才引进方面,公司将持续推进多种形式的雇主品牌建设,深化招聘渠道,在不同市场的拓展,加强区域性人才的招募发展和培养;文化建设方面,公司将继续推动多元、平等、包容(DEI)下的责任与担当的文化建设,对内推动组织运营效率提升,打造增长文化,助力公司“嘉速扬帆”战略落地。

二、落实“TIZAB”ESG计划,积极承担社会责任

2022年,公司把可持续发展计划升级为“共同迈向并超越零目标”(TIZAB)ESG环境、社会和公司治理计划。TIZAB计划是公司“扬帆27”战略不可或缺的重要组成部分,也是公司对不平等、气候变化和水资源短缺、社会健康福祉提升等全球挑战的回应。

TIZAB计划围绕“零碳足迹”“零农业足迹”“零包装浪费”“零水浪费”“零非理性饮酒”“零事故文化”六个“零目标”制定了解决重要ESG问题的路线图,并设定了2030年和2040年的目标里程碑,包括实现全价值链净零排放,100%原材料来自可再生农业和可持续资源采购,包装回收循环利用,高风险地区啤酒厂100%水回收,100%市场推出无醇啤酒,零损失工时事故等颇具挑战性和领先性的目标。其中,气候目标与巴黎协定中将全球平均气温上升幅度控制在比工业化前水平高出1.5°C以内的目标一致。同时,TIZAB计划使公司在加强负责任采购、多元、平等和包容,以人为本,根据指南行事,社区参与五个重点领域的努力更具战略意义。

公司已连续披露2022年和2023年ESG报告,向各利益相关方汇报各项ESG

2024 半年度 报告摘要

2.4 截至报告期末的优先股股东总数、前10名优先股股东情况表
□适用 √不适用
2.5 控股股东或实际控制人变更情况
□适用 √不适用
2.6 在半年度报告批准报出日存续的债券情况
□适用 √不适用
第三节 重要事项

公司应当根据重要性原则,说明报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项

□适用 √不适用

证券代码:600779	证券简称:水井坊	编号:临2024-045号
-------------	----------	---------------

四川水井坊股份有限公司2024年半年度经营数据公告

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法律责任。

根据《上海证券交易所上市公司行业信息披露指引第十二号—酒制造》的相关规定,现将公司2024年半年度主要经营数据(未经审计)公告如下:

一、公司2024年半年度主要经营情况:

1. 2024年1-6月酒类产品按销售渠道:	单位:万元	币种:人民币
------------------------	-------	--------

渠道类型	本期销售收入	上期销售收入	本期销售量(千升)	上期销售量(千升)
新渠道	20,681.62	20,272.00	577.94	565.41
批发代理	140,722.89	131,274.99	3,156.71	2,980.90
合计	161,404.51	151,546.99	3,734.65	3,546.31

《公司章程》进一步完善了分红政策,细化了现金分红的定量安排,为公司提高分红额度创造了便利条件。

五、加强投资者沟通,丰富投资者体验

公司持续探索丰富多元的投资者沟通方式,给投资者带来更多互动性强、形式多样的体验。除通过工厂参观、接待现场调研、参加券商策略会、反路演、上证e互动平台等方式和投资者建立了多元化、立体化的沟通方式。同时,为了便投资者更好地了解公司产品、品牌以及品牌和销售场景的链接,公司充分发挥场站优势,通过开展特色品鉴活动,在精酿吧里召开股东大会等最直接的现场感受方式,让机构投资者以及中小股东、个人投资者可以亲身临其境地感受公司文化和品牌调性,同时也进一步拉近了管理层和投资者的距离,实现了与投资者交流深度的有效拓展。公司也持续尝试提升报告可读性,总裁直击、可视化财报、“一图读懂定期报告”,设计版年报及ESG报告成为公司形象宣传新名片。

近年来,公司投资者关系工作广受监管方及资本市场的认可及肯定。公司年报业绩说明会两次荣获中国上市公司协会最佳实践案例;在国际权威金融杂志Institutional Investor Asia (ex-Japan) Executive Team“评选中,公司连续两年荣获“亚洲最受尊崇企业——消费品”,用品类”等诸多奖项,公司总裁Lee Chee Kong、财务副总裁Chin Wei Hua连续两年荣膺“最佳首席执行官”、“最佳首席财务官”;在亚洲权威公司治理杂志Corporate Governance Asia举办的“Asian Excellence Award”评选中,公司连续两年摘得“最佳投资者关系企业”等多项大奖,公司总裁Lee Chee Kong、财务副总裁Chin Wei Hua连续两年被评为“亚洲最佳首席执行官”,“亚洲最佳首席财务官”。此外,还包括《证券时报》“中国上市公司投资者关系管理年度回报天马奖”、中国证券报“金牛最具投资价值奖”、证券时报“主板上市公司价值百强”等多项奖项。

今后,公司也将坚持对投资者关系工作模式的持续探索,主动、及时、深入了解投资者诉求,为投资者创造更加便捷、高效、丰富的交流互动方式。

六、保障信息披露质量,提升公司治理水平

公司严格遵守中国证监会、上海证券交易所以及公司《信息披露管理制度》等相关规定,真实、准确、完整、及时地完成各项定期报告和临时公告,建立健全公司治理体系,积极履行社会责任,切实履行上市公司责任和使命,增强投资者信心,实现公司持续高质量发展,为“打造一个安全、规范、透明、开放、有活力、有韧性的资本市场”贡献力量。

此外,佛山酒厂将落成嘉士伯集团在欧洲以外的第一个研发中心,为中国及亚洲市场提供新产品研发、包材设计和检测的服务,为公司高质量发展持续赋能。

四、关切股东利益,共享经营成果

公司一直秉持与全体股东共享经营成果的理念,在保证经营稳健、健康成长的前提下,公司保持高分红率积极回报股东。自重大资产重组实施完毕后,公司近三年现金分红稳步提升,从2021年每股2.00元提升至2023年每股2.80元,累计三年现金分红35.81亿元,达到2021年至2023年年均归属于上市公司股东净利润的2.85倍,彰显了公司的长期投资价值。

2024年1月,为落实关于鼓励上市公司分红的政策指导思想,持续与投资者分享公司的发展成果,重点保障中小投资者的权益,公司修订

不再具备激励资格以及18名激励对象因个人层面年度考核部分已获授的限制性股票未达解除限售的条件,根据《公司(2021年限制性股票激励计划(草案))》的规定进行回购注销。

公司本次回购注销21名2021年限制性股票激励计划激励对象已获授但尚未解除限售的限制性股票共计140,221股,详细情况如下:

1. 2021年限制性股票激励计划授予的3名激励对象因不再具备激励资格,需对其已获授但尚未解除限售的限制性股票25,280股由公司回购并注销。

2. 根据公司(2021年限制性股票激励计划(草案))和(2021年限制性股票激励计划实施考核管理办法),经对公司层面及个人层面考核,需对2021年限制性股票激励计划授予的18名激励对象已获授但尚未解除限售的部分限制性股票回购并注销,共计114,941股(详见公司于2024年4月25日披露于巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)等指定信息披露媒体的相关公告《关于回购注销2021年限制性股票激励计划部分限制性股票的公告》)。

(二)限制性股票回购注销的价格及其确定依据

公司实施了两次权益分派,根据公司(2021年限制性股票激励计划(草案))规定,本次2021年限制性股票激励计划的回购价格调整为4.60元/股。

限制性股票回购注销价格调整情况详见公司于2024年4月25日披露于巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)等指定信息披露媒体的《关于调整2021年限制性股票激励计划限制性股票回购注销数量及回购价格的公告》。

(三)限制性股票回购注销数量及回购比例

本次2021年限制性股票激励计划回购注销的股份数量占公司总股本的比例为0.0209%。

三、本次回购注销限制性股票的验资情况

(一)回购资金来源

公司本次回购注销限制性股票共140,221股,回购价格为4.60元/股,共支付回购资金总金额为648,662.35元,回购资金全部为公司自有资金。

(二)验资情况

四川华信(集团)会计师事务所(特殊普通合伙)出具的川华信验(2024)第0029号验资报告的验资情况为:“经我们审验,截至2024年6月7日止,贵公司已回购注销上述激励对象已获授但尚未解除限售全部限制性股票共计140,221.00股,股份回购款人民币648,662.35元均以货币支付”。

股份性质	变动前股本	本期增减	变动后股本		
一、限售条件流通股/非流通股	45,741,124.00	9.77%	-140,221.00	45,600,903.00	9.74%
高管锁定股	38,013,903.00	8.12%		38,013,903.00	8.12%
股权激励限售股	7,727,221.00	1.65%	-140,221.00	7,587,000.00	1.62%
二、无限售条件流通股	422,677,497.00	90.23%		422,677,497.00	90.26%
三、总股本	468,418,621.00	100.00%	-140,221.00	468,278,400.00	100.00%

注:变动前总股本为2024年7月10日的数据,本次解除限售后的股本结构以中国结算深圳分公司最终办理结果为准。

五、备查文件

- 本次2023年度股东大会决议;
- 北京市竞天达律师事务所关于四川国光农化股份有限公司2021年限制性股票激励计划调整回购价格、回购注销部分限制性股票、第三个限售期解除限售条件成就相关事项之法律意见书。

议案序号	议案名称	同意	反对	弃权		
A股	19,385,777	98.7931	198,019	1,0091	38,800	0.1978

(三)关于议案表决的有关情况说明

无

三、律师见证情况

1. 本次股东大会见证的律师事务所:北京市竞天达律师事务所

2. 律师:郭崇、吴景

2. 律师见证结论意见:

公司2024年第二次临时股东大会的召集、召开程序符合《公司法》、《股东大会规则》及《公司章程》的有关规定;出席会议的人员资格、召集人的资格合法有效;本次股东大会的表决程序和表决结果合法有效。

股东类型	同意	反对	弃权			
A股	19,385,777	98.7931	198,019	1,0091	38,800	0.1978

2. 北京竞天达律师事务所关于广东世运电路科技股份有限公司2024年第二次临时股东大会的法律意见书

- 备查文件
- 世运电路2024年第二次临时股东大会会议决议

备注:销售量口径为成品酒销售量(不含料酒投放量)。

2、2024年1-6月酒类产品按区域情况

区域名称	本期销售收入	上期销售收入	本期占比(%)	本期销售量(千升)	上期销售量(千升)	本期占比(%)
国内	158,579.33	149,536.45	98.25	3,649.30	3,503.19	97.71
国外	2,825.18	2,010.54	1.75	85.35	43.12	2.29
合计	161,404.51	151,546.99	100.00	3,734.65	3,546.31	100.00

3. 2024年1-6月酒类产品按经销商情况	单位:个
------------------------	------

区域名称	报告期末经销商数量	报告期内增加数量	报告期内减少数量
国内	45	1	0
国外	5	0	6
合计	50	1	6

4、2024年1-6月酒类产品收入及成本分析	单位:万元	币种:人民币
------------------------	-------	--------

细分市场	营业收入	同比(%)	营业成本	同比(%)	毛利率(%)	同比(%)
高档档档	151,699.78	6.13	21,956.05	-3.53	85.53	1.45
中档	9,704.73	12.78	3,579.32	12.66	63.12	0.04
小计	161,404.51	6.50	25,535.37	-1.55	84.18	1.29

按地区分部	营业收入	同比(%)	营业成本	同比(%)	毛利率(%)	同比(%)
国内	20,681.62	2.02	4,342.92	-0.46	79.00	0.52
批发代理	14					