

公司代码：603711

公司简称：香飘飘

香飘飘食品股份有限公司
2020 年半年度报告摘要

香飘飘

一 重要提示

- 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 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、准确、完整，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。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 本半年度报告未经审计。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
无

二 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	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	香飘飘	603711	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	邹勇坚	嵇曼昀
电话	0571-28801027	0571-28801027
办公地址	浙江省杭州市下城区杭州新天地商务中心4幢西楼13楼	浙江省杭州市下城区杭州新天地商务中心4幢西楼13楼
电子信箱	ir@chinaxpp.com	ir@chinaxpp.com

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	3,985,807,454.29	3,915,618,538.94	1.79

归属于上市公司股东的净资产	2,413,796,556.84	2,534,120,339.13	-4.75
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	-735,384,707.68	-136,242,005.43	-439.76
营业收入	991,191,922.37	1,376,721,206.92	-28.00
归属于上市公司股东的净利润	-63,882,404.43	23,529,618.08	不适用
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-92,526,400.77	22,775.07	不适用
加权平均净资产收益率(%)	-2.54	1.05	减少3.59个百分点
基本每股收益(元/股)	-0.17	0.06	不适用
稀释每股收益(元/股)	-0.16	0.06	不适用

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)		9,690				
截止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	质押或冻结的股份数量	
蒋建琪	境内自然人	56.42	235,946,520	235,946,520	无	0
蒋建斌	境内自然人	8.61	36,000,000	36,000,000	质押	12,640,000
宁波志同道合投资管理合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	8.36	34,965,720	34,965,720	质押	9,800,000
陆家华	境内自然人	6.89	28,800,000	28,800,000	无	0
蒋晓莹	境内自然人	4.30	18,000,000	18,000,000	质押	18,000,000
蔡建峰	境内自然人	1.97	8,230,000	2,711,500	质押	5,040,000
香港中央结算有限公司	其他	0.44	1,843,223	0	无	0
中国工商银行—中银收益混合型证券投资基金	其他	0.41	1,718,900	0	无	0
招商银行股份有限公司—鹏华稳健回报混合型证券投资基金	其他	0.40	1,671,085	0	无	0
中国建设银行股份	其他	0.22	923,100	0	无	0

有限公司—宝盈新兴产业灵活配置混合型证券投资基金						
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司实际控制人蒋建琪与陆家华为夫妻关系，蒋建琪与蒋建斌为兄弟关系，蒋晓莹系蒋建琪与陆家华之女，陆家华担任宁波志同道合的执行事务合伙人。蒋建琪与陆家华为公司实际控制人，蒋建琪、陆家华与蒋晓莹为一致行动人。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无					

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十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 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

（一）行业形势分析

我国饮料行业经过近 30 年的高速增长，在不同的发展过程中曾出现了不同的主流品类，如上世纪 80 年代碳酸饮料是市场上的主流产品，90 年代瓶装饮用水兴起并成为市场主流，而进入 21 世纪后市场主流饮料品类变化明显加快。首先是茶饮料异军突起，然后是果汁饮品大放异彩，功能性饮料日渐被消费者认同和接受；而近年来人们对饮料消费诉求的差异化 and 个性化，更加促进了国内饮料市场品类的丰富，饮料产品呈现多元化、细分化、年轻化的发展趋势。

目前国内饮料行业遵循市场化发展模式，各企业面向市场自主经营，政府职能部门进行监管，行业协会进行自律规范。为贯彻落实《“健康中国 2030”规划纲要》，国务院 2017 年 6 月印发了《国民营养计划（2017-2030 年）》，特别提到要发展营养健康产业，对饮料行业提出了新的要求，也为饮料行业带来了新的机遇。在这一指引及要求下，国内饮料行业积极践行健康中国战略，以智能制造和绿色制造为饮料行业发展的重点和抓手，加强产品的研发、创新、原料控制和过程管理，向营养健康转型升级。同时，国内饮料行业积极参与饮料相关政策、标准体系建设，推动饮料行业生产规范化及转型升级。社会各界及广大媒体进一步加强对中国食品安全和对饮料产品的监督，共同努力来提升饮料的质量安全，为广大消费者提供安全放心的饮料产品，以营养健康的饮料产品来满足人民群众对美好生活的需求。

2019年国务院公布修订后的《中华人民共和国食品安全法实施条例》自2019年12月1日起施行。本次修订细化了生产经营者主体责任、政府监管职责和问责措施，依法按程序加大对违法违规企业及其法定代表人等相关责任人的处罚力度，并完善了食品安全标准、风险监测等制度，将有力推动我国食品安全整体水平的提升。公司认为随着国家及消费者对食品安全卫生的日益关注，未来食品饮料行业的国家标准和行业标准将逐步建立并完善，资金实力雄厚、工艺设备精良的企业将积极参与液体奶茶行业标准制定，并在未来行业发展过程中保持竞争优势。

（二）经营情况回顾

公司继续看好奶茶及饮料行业的发展前景，坚持“双轮驱动”策略，在持续稳固及拓展固体杯装奶茶市场的同时，积极进入液体奶茶及其他非奶茶类饮品市场，形成了固体冲泡、果汁茶类、液体奶茶三个主要业务板块。

2020年上半年虽然业务受新冠肺炎疫情影响，公司收入、净利润均同比下降，但公司积极应对市场形势变化，灵活调整经营策略，快速响应消费者需求。得益于公司全体成员的积极努力，二季度公司实现主营销售收入5.54亿元，同比增长3.58%，实现净利润2,168.63万元，同比增加5,012.08万元(去年同期亏损2,843.45万元)，二季度收入及利润情况环比均明显改善。

上半年，固体冲泡奶茶业务发展比较稳定。尽管因春节提前及疫情因素的影响，公司固体冲泡奶茶一季度同比下降50.14%，但自3月下旬开始，随着公司复工复产稳步推进，公司实施了以固体冲泡奶茶淡季销售翻一番为挑战目标的“F计划”，二季度实现冲泡产品销售收入2.40亿元，同比增长169.90%，且渠道库存质量及周转速度同比更加良性，实现了稳定发展固体冲泡奶茶的目标。

公司即饮业务持续推进。上半年，公司果汁茶销售同比下降39.25%（其中一季度同比下降49.83%，二季度同比下降34.92%，二季度环比增长2.17倍），主要因疫情原因对饮料消费的影响较大，学校延迟开学，特别是大学开学时间严重低于预期，以及聚集性的文化、旅游及体育活动未能正常开展等因素的影响所致；液体奶茶由于定位高端，市场及渠道更为聚焦，受疫情影响较小，上半年实现销售收入6,866.87万元，同比增长9.72%，在一季度同比下降23.24%的情况下，二季度实现销售收入4,217.29万元，同比增长50.24%。

公司上半年累计实现即饮类销售收入4.26亿元，同比下降34.54%（其中一季度同比下降45.36%、二季度同比下降29.55%），销售收入与预期虽存在一定差异，二季度环比增长1.80倍，已有明显改善。公司认为，即饮饮料业务板块目前仍处在创业推进阶段，机遇与挑战并存。面对疫情的影响，公司坚持在产品创新、强化终端冰冻化管理、加大门店铺货及终端维护、创新品牌推广、优化经销商管理等环节扎实推进，并积极总结评估，改进提升。公司目前在即饮类业务的运营探索，必将为未来公司即饮业务的开拓积累更多优势。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

详见“第十节财务报告 五、重要会计政策及会计估计 44.重要会计政策和会计估计的变更”之说明。

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用