

公司代码：600559

公司简称：老白干酒

**河北衡水老白干酒业股份有限公司**  
**2020 年年度报告摘要**

## 一 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，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 利安达会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

### 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

经利安达会计师事务所(特殊普通合伙)审计，公司2020年度合并实现归属于上市公司股东的净利润为人民币312,603,891.46元，母公司净利润为人民币198,771,686.71元，截至2020年12月31日止，母公司未分配利润合计人民币346,673,795.05元。

为兼顾股东的投资回报和公司的长远发展，公司董事会拟定的2020年度利润分配预案为：以公司总股本897,287,444股为基数向全体股东每10股派现金1.5元（含税），共计分配现金股利134,593,116.60元，剩余未分配利润结转至下年度。不进行送股或公积金转增股本。

## 二 公司基本情况

### 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	老白干酒	600559	裕丰股份

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	刘勇	刘宝石
办公地址	河北省衡水市高新区振华新路酒都大厦	河北省衡水市高新区振华新路酒都大厦
电话	0318-2122755	0318-2122755
电子信箱	hslbg@hengshuilaobaigan.net	lbgzqb600559@126.com

### 2 报告期公司主要业务简介

- 1、报告期内公司所从事的主要业务、主要产品及其用途、经营模式、主要的业绩驱动因素。

报告期内，公司主要从事白酒的生产与销售，主要产品为衡水老白干系列酒、承德乾隆醉系列酒、文王贡系列酒、武陵系列酒、孔府家系列酒。

公司采用“研发+生产+销售”的经营模式，根据市场的需求，研发、生产消费者喜爱的白酒产品，并不断丰富公司的产品结构，采取差异化的市场销售策略，主要销售模式为经销商模式和直销模式。经销商模式下，由公司销售部门根据相关销售区域经销商的经济实力、仓储条件、配送能力以及市场信誉度，择优选择经销商并与其达成经销协议，由其一定区域内经销相关白酒产品。直销模式下，由公司销售部门通过线上或线下渠道以批发或零售的方式直接将白酒产品销售给终端客户。

## 2、报告期内公司所属行业的发展阶段、周期性特点以及公司所处的行业地位。

白酒在我国有着悠久的历史，是世界主要蒸馏酒品种之一，酿酒一直以来都是我国重要的行业之一，根据中国证监会《2016年4季度上市公司行业分类结果》，本公司归属“C15酒、饮料和精制茶制造业”。白酒行业属于充分竞争的行业，市场集中度相对较低，目前尚无一家白酒生产企业在全国市场占据绝对市场份额，白酒行业的消费区域特征也比较明显，白酒消费越来越呈现出理性消费、品质消费的趋势。近年来，白酒企业之间的竞争更加市场化、专业化以及细分化。消费逐渐升级，对白酒企业的品牌、技术、质量要求越来越高，品牌集中度也呈现了越来越高的趋势，“马太效应”凸显，名优白酒强者恒强的态势明显，行业分化加剧，市场呈现了向名优酒、品牌和核心产品集中化的趋势。名优酒企强者恒强趋势加速，一线名酒渠道下沉，与区域名酒的市场竞争加剧，白酒行业已经进入了深度分化期，市场的竞争更加激烈。

白酒行业的周期性特点：(1)生产的周期性：白酒的生产从投料到成品对外销售，主要经历制曲、酿造（发酵、蒸馏）、陈化老熟、勾调和包装等工艺，生产周期较长。经过蒸馏出的原酒必须经过贮藏陈化老熟才能勾调成品酒，相对而言，贮藏时间越长其品质也越高。(2)消费的周期性：从消费的角度而言，白酒属于快速消费品，作为日常饮料具有消费高频次和重复消耗的特点；但其作为非必需消费品，整体受宏观经济波动影响较大，没有明显的周期性。但白酒消费具有较为明显的“节日效应”，节日期间，由于各种社会活动频繁，亲朋好友相聚等因素，使得居民消费白酒量大大增加，白酒消费集中释放并出现高峰。(3)从销售的角度看，白酒生产企业在节日前一般会加大出货量，以保证节日期间的白酒销售，而在节后出货量则有所减少。总体而言，白酒的销售具有节日前升温，节日后回落的“节日效应”。

公司是国内白酒生产骨干企业和老白干香型中生产规模最大的企业，在华北地区具有较高的知名度、美誉度和市场占有率，生产规模和销售收入在河北省白酒行业内处于领先地位，乾隆醉板城烧锅酒、文王贡酒、武陵酒和孔府家酒也均是各自的区域承德、临泉、常德、曲阜的地方知名品牌。

## 3 公司主要会计数据和财务指标

### 3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2020年	2019年	本年比上年 增减(%)	2018年	
				调整后	调整前
总资产	6,465,115,089.32	6,273,298,252.43	3.06	5,479,386,030.89	5,478,659,222.09
营业收入	3,597,786,950.30	4,030,248,448.01	-10.73	3,583,278,771.92	3,583,020,208.74
归属于上市公司股东的净利润	312,603,891.46	404,302,861.13	-22.68	350,417,975.56	350,369,389.58

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	272,966,906.04	363,255,626.24	-24.86	309,236,389.32	309,187,803.34
归属于上市公司股东的净资产	3,465,109,286.05	3,288,567,655.10	5.37	2,751,202,673.14	2,750,507,657.92
经营活动产生的现金流量净额	550,430,836.26	381,909,399.90	44.13	448,608,701.49	448,554,717.07
基本每股收益(元/股)	0.35	0.45	-22.22	0.41	0.54
稀释每股收益(元/股)	0.35	0.45	-22.22	0.41	0.54
加权平均净资产收益率(%)	9.26	12.98	减少3.72个百分点	14.91	14.91

### 3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	756,426,986.85	736,660,759.01	1,003,820,822.28	1,100,878,382.16
归属于上市公司股东的净利润	65,738,401.90	51,561,161.51	115,729,179.10	79,575,148.95
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	62,878,821.55	43,135,087.39	113,543,116.54	53,409,880.56
经营活动产生的现金流量净额	-309,535,197.13	95,643,100.39	698,025,797.38	66,297,135.62

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

## 4 股本及股东情况

### 4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

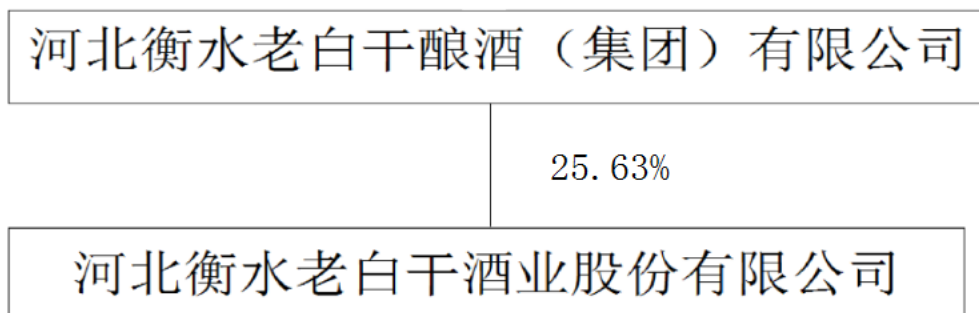
单位：股

截止报告期末普通股股东总数(户)					221,011		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)					225,440		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例 (%)	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
河北衡水老白干酿酒(集团)有限公司	0	229,994,032	25.63	0	无	0	国有法人
佳沃集团有限公司	-8,851,845	45,945,288	5.12	16,439,140	质押	42,151,640	境内非

							国有法人
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	18,565,176	35,681,030	3.98	0	未知	0	其他
魏春木	11,712,200	11,712,200	1.31	0	未知	0	境内自然 人
香港中央结算有限公司	7,331,772	11,252,995	1.25	0	未知	0	其他
衡水京安集团有限公司	-8,334,936	8,500,064	0.95	0	无	0	境内非 国有法 人
西藏君和聚力投资合伙 企业（有限合伙）	-7,411,600	6,187,263	0.69	4,124,839	无	0	其他
北京航天产业投资基金 （有限合伙）	-21,940,400	5,517,600	0.61	0	未知	0	其他
邱严杰	0	5,070,000	0.57	0	未知	0	境内自然 人
招商银行股份有限公司 —兴全合润分级混合型 证券投资基金	-4,448,245	4,448,247	0.50	0	未知	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，老白干集团为公司控股股东，公司董事汤捷为佳沃集团有限公司下属控股上市公司佳沃农业开发股份有限公司董事长、西藏君和聚力投资合伙企业（有限合伙）为原佳沃集团有限公司下属公司管理团队的持股公司。除此之外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《收购管理办法》中规定的一致行动人。						

#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



#### 4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



#### 4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

#### 5 公司债券情况

适用 不适用

### 三 经营情况讨论与分析

#### 1 报告期内主要经营情况

2020 年，面对新冠肺炎疫情及国内外市场环境变化给白酒行业带来的不利影响，更加激烈的白酒市场竞争形势，公司迎难而上，以打造“中国白酒一流企业”为目标，以顾客价值为核心，以企业文化做引领，不断优化管控模式，实施全员绩效管理，加强基础设施建设，不断壮大公司的整体优势，加快营销体制改革，创新营销模式，实现了持续、健康、稳健的发展。2020 年的主要工作如下：

1、顾客价值年：公司将 2020 年定义为“顾客价值年”，以顾客价值为核心，坚持顾客价值导向，适应顾客价值趋势，最大限度满足消费者价值需求。2020 年，公司以市场为重，客户为先，从技术、质量、采购、生产调度等各方面向市场端前移，关注消费趋势，倾听顾客声音，进一步贴近顾客，贴近市场。在产品研发和管理上持续加大投入力度，不断发挥香型优势与特点，产品特色和消费需求深度匹配。保持战略定力，坚持做好产品，坚持走高质量发展之路，强化全员市场意识，着力提升顾客满意度，通过多维度的品牌传播，不断提升产品品牌的美誉度。

2、文化引领，加强企业管理：2020 年公司深化企业文化建设，以文化凝聚团队力量，以文化引领企业发展，充分发挥团队的能动性和创造性。一是通过强化对下属子公司的战略、财务、人力资源管理，组织技术、质量、营销等各方面的交流活动，建立了常态化的相互借鉴、取长补短的交流机制，通过发扬比、学、赶、帮、超的精神，推动公司间的文化融化，促进了公司的稳健发展。二是实施全员绩效管理，继续深入推进卓越绩效模式，不遗余力提升公司管理水平。把公司战略目标有效落实到每一业务、每一层级、每一员工。不断优化考核标准，增加考核频率，扩大考核范围，引导员工关注过程、重视结果，持续提高绩效水平。打造“考核导向明确、指标体系完整、激励约束有效”的全员绩效管理运作体系，提升公司员工参与绩效管理的积极性，最终实现补短板、抓改进、强优势，提升公司管理水平和运营效率。

3、优化财务管控模式：以财务管理为中心，把财务管理作为企业管理的“纲”，精细管控，合理控制成本，充分发挥财务管理带动各项管理的综合与组织作用，以提高经济效益为主线，把财务管理贯穿于企业管理的各个环节，实现企业价值最大化。

4、加强基础设施建设，不断壮大公司的整体优势：坚持项目建设与自有工艺技术相融合，在自主创新基础上，做到引进、消化、吸收、再创新和集成创新，实现生产设施、体验营销、工业旅游、酒文化传播协同落地，通过项目建设壮大公司整体优势。报告期内，公司对衡水老白干

酒文化旅游景区参观线路进行重新规划，完善了各点位景观质量和文化内涵，文化旅游景区顺利通过 4A 级旅游景区景观质量评审。

5、加强品牌建设,提升品牌形象与影响力：2020 年，公司高度重视新媒体应用，增加互联网精准媒介的定向投放，如目标群体高度关注的朋友圈、头条、垂直类 KOL 等，以新媒体为主对公关事件进行全方面推广，打造高端品牌形象。通过加强品牌建设，围绕目标消费群体，进行精准投放，提升品牌势能。通过举办第二届衡水老白干酒文化节、经销商大会、健康河北行、优秀战略联盟发展大会、百家媒体走进衡水老白干酒，参与疫情公益活动、世界食品品质评鉴大会、亚布力合作等各种活动，强化市场的氛围建设，不断提升公司产品的知名度和美誉度。

6、加快营销改革，创新营销模式：一是从文化营销、品质营销、体验营销、数字化营销入手，创新营销手段，坚持顾客驱动，加强和消费者的互动与沟通，开展了名师讲堂、名酒进名企、名企进名酒、周边游、品鉴会、会销等活动，抢占消费者心智，培育了一批忠实的消费群体，引领白酒市场的消费趋势。二是销售模式由“渠道驱动”向“渠道+消费者”双驱动模式转型，构建渠道和消费者一体化关系，加强对核心终端的动销出库考核，保持和加强了公司产品在主要市场的核心竞争优势。三是以聚焦、创新为指导思想，聚焦产品、聚焦网点建设、聚焦宴席推广、聚焦消费者培育，运用新媒体、电商直播等多种方式，创新思路，从各方面为产品赋能，与消费者互动，巩固并扩大核心消费人群，实现公司市场份额的有效提升。

2020 年度，公司全年共实现营业总收入 3,597,786,950.30 元，比 2019 年减少 10.73%；营业利润 434,979,353.60 元，比 2019 年减少 8.38%；净利润 313,021,614.83 元，比 2019 年减少 22.58%，主要原因为：一是报告期内受新冠疫情影响，餐饮、聚会取消，白酒销售终端受阻。二是安徽文王近年来业绩一直未达预期，经对安徽文王资产组进行商誉减值评估测试，商誉减值 24,264,230.30 元。

## （一） 主营业务分析

### 1. 利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位:元 币种:人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	3,597,786,950.30	4,030,248,448.01	-10.73
营业成本	1,268,695,754.34	1,552,697,052.38	-18.29
销售费用	1,022,337,141.10	1,039,643,341.31	-1.66
管理费用	306,864,615.25	366,059,352.99	-16.17
研发费用	12,543,295.26	12,110,482.16	3.57
财务费用	13,586,352.05	5,470,232.67	148.37
经营活动产生的现金流量净额	550,430,836.26	381,909,399.90	44.13
投资活动产生的现金流量净额	-458,238,792.74	-389,113,554.97	17.76
筹资活动产生的现金流量净额	-216,257,853.49	254,118,513.08	-185.10

### 2. 收入和成本分析

适用 不适用

- (1) 财务费用比去年同期增长 148.37%，主要原因是公司利息收入减少所致。
- (2) 经营活动产生的现金流量净额比去年同期增长 44.13%，主要原因是支付费用减少所致。
- (3) 筹资活动产生的现金流量净额比去年同期下降 185.10%，主要原因是偿还银行借款所致。

## (1). 主营业务分行业、分产品、分地区情况

单位:元 币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
酿酒业	3,413,551,342.39	1,263,357,758.72	62.99	-9.23	-18.41	增加 4.17 个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
衡水老白干系列	2,012,019,546.23	766,424,496.42	61.91	-9.14	-20.11	增加 5.23 个百分点
板城烧锅系列酒	505,008,040.55	204,904,313.73	59.43	-27.60	-27.62	增加 0.01 个百分点
文王贡系列酒	296,765,859.82	133,062,056.42	55.16	-11.24	-15.16	增加 2.07 个百分点
孔府家系列酒	148,249,568.57	61,515,000.79	58.51	-8.55	-12.15	增加 1.70 个百分点
武陵系列酒	451,508,327.22	97,451,891.36	78.42	28.19	23.21	增加 0.87 个百分点
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
河北	2,248,014,254.54	796,668,188.54	64.56	-11.63	-26.13	增加 6.95 个百分点
安徽	296,765,859.82	133,062,056.42	55.16	-11.24	-15.16	增加 2.07 个百分点
湖南	451,508,327.22	97,451,891.36	78.42	28.19	23.21	增加 0.87 个百分点
山东	140,568,384.84	58,496,808.37	58.39	-6.21	-10.36	增加 1.93 个百分点
境外	7,681,183.73	3,018,192.42	60.71	-37.22	-36.67	减少 0.34 个百分点
其他省份	269,013,332.24	174,660,621.61	35.07	-26.88	6.50	减少 20.35 个百分点

## 主营业务分行业、分产品、分地区情况的说明

2020 年公司主营业务收入主要来自于白酒,白酒营业收入占营业总收入的 94.87%。

按区域分类,公司的主营业务销售主要在河北省内市场,在河北省内市场的销售收入占公司营业总收入的 62.48%。



## （二）经营计划

适用 不适用

根据公司的发展战略以及今年的行业形势，公司将聚焦核心主业，发力重点区域，强化能力建设，通过更加高效的策略和灵活的销售政策，尽力消除 2021 年第一季度石家庄、邢台新冠疫情给公司带来的不利影响，实现主营业务收入的稳步增长。2021 年公司计划实现主营业务收入 39.57 亿元，营业成本控制在 13.96 亿元以内，费用不超过 14.19 亿元，营业总成本控制在 34.46 亿元以内，主营业务税金及附加实现 6.31 亿元。并重点做好以下工作：

1、营销方面：一是在品牌建设上运用新媒体、电商直播、圈层营销等方式为产品赋能，与消费者互动，巩固并扩大核心消费人群，不断提升公司品牌的知名度和美誉度。二是在营销渠道建设上，以聚焦、创新为指导思想，从经销商渠道向零售终端的动销进行转变，推动营销模式升级，构建“品牌+渠道”为动能的双驱动模式，建立“厂家+经销商+核心终端+核心消费者”的一体化关系，聚焦网点建设、宴席推广、消费者培育，根据不同档次产品匹配特色运作模式，有效提升市场占有率，促进公司业务的稳步增长。

2、企业管理方面：继续实施全员绩效管理，匹配组织优化，提升公司管理水平。通过持续的体制机制改革和人才激励，大力提升员工的积极性和能动性，不断提升运营效率、市场活力，打造“考核导向明确、指标体系完整、激励约束有效”的全员绩效管理运作体系，科学制定考核指标及考核评价办法，为“员工收入能增能减”提供有力支撑，最终实现补短板、抓改进、强优势，提升公司管理水平。

3、生产方面：认真践行“质量为本，品高为范”的质量理念，以传承千年匠心，酿造美好生活为企业使命，严格质量管控，提升产品质量。以消费需求为创新起点，持续开展风味物质、微生物、工艺等项目研究，持续提升产品生产工艺水平，发挥现有技术平台优势，广泛与高校、科研院所开展合作，提升科研竞争力。通过智能设备与信息化系统的结合，加强数据的科学分析和过程精准管理，确保持续优质稳产。

4、安全管理方面：实行全员安全生产责任制，明确安全生产职责内容、要求及考核标准，持续组织安全员复训、应急救援人员消防知识学习和灭火技能训练，严格开展外来施工人员的入厂安全教育，规范用火、用电、登高作业的安全管理，提高员工的安全意识和应急处置能力。加强对重点领域和环节的隐患排查治理，切实防范重大安全风险，提升安全管理水平。

5、项目建设方面：2021 年公司将加快衡水老白干四期制酒车间项目、孔府家退城进区工程、武陵酒扩建工程等项目建设，以提升优质产能为目标，将公司打造为工业生产、体验营销、景区建设为一体的 4A 级景区。通过项目建设，不断壮大公司的整体优势，实现生产设施、体验营销、工业旅游、酒文化传播的协同落地。

6、贯彻新发展理念方面：认真贯彻新发展理念，将环保工作作为重要工作抓紧抓好，一是坚持“严控源头、严管过程、严防后果”的环保管理工作方法，认真落实“三级监管机制、四级检测体系”，重点做好对环境管理体系运行、污染治理设施运行以及制度落实的监督、检查工作，确保公司治理设施的正常运行和污染物的达标排放，打造绿色生产企业。

以上经营计划并不构成公司对投资者的业绩承诺，公司实际经营情况受多种内外部因素影响，存在不确定性，敬请投资者理解经营计划与业绩承诺之间的差异，注意投资风险。

## 2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

2017年7月5日,中华人民共和国财政部颁布了《关于修订印发<企业会计准则第14号—收入>的通知》(财会(2017)22号)(以下简称“新收入准则”),要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业,自2018年1月1日起施行;其他境内上市企业,自2020年1月1日起施行。公司根据相关法律法规要求自2020年1月1日起执行新收入准则。

2020年8月26日,公司召开第七届董事会第二次会议审议通过了《关于执行新收入准则并变更相关会计政策的议案》。本次会计政策变更是公司按照财政部发布的相关企业会计准则而进行的变更,不会对公司损益、总资产、净资产等相关指标产生实质性影响。

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 与上年度财务报告相比,对财务报表合并范围发生变化的,公司应当作出具体说明。

适用 不适用

本公司2020年度纳入合并范围内子公司共计19家,详见本附注“八、在其他主体中的权益”。

本公司本年度合并范围比上年度增加2家,减少1家。