

公司代码：600891

公司简称：\*ST 秋林

# 哈尔滨秋林集团股份有限公司

## 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 重大风险提示

①公司因 2018、2019 年度连续两年经审计的期末净资产为负值且 2018、2019 年财务会计报告均被会计师事务所出具无法表示意见的审计报告，根据《上海证券交易所股票上市规则》第 14.1.1 条、第 14.1.3 条和第 14.1.7 条的规定，公司股票自 2020 年 3 月 18 日起被上海证券交易所暂停上市。

公司 2020 年度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润及期末净资产仍为负值，根据原《上市规则》第 14.3.3 条的相关规定，公司如果触发相关终止上市情形，上海证券交易所将在公司披露年度报告之日后的十五个交易日内，作出是否终止公司股票上市的决定。

②公司存在债务逾期、诉讼及执行案件的影响，公司资产及持有的子公司股权和资产被查封和冻结，且目前涉及的诉讼较多，诉讼结果具有不确定性，如出现不利于公司的生效判决或公司资产被法院强制执行，有可能影响公司的持续经营能力。

③经查询最高人民法院失信执行人信息查询平台，哈尔滨秋林集团股份有限公司因上海市浦东新区人民法院(2021)沪 0115 执 2028 号有履行能力而拒不履行生效法律文书确定义务，被认定为失信被执行人。

3 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。

4 公司全体董事出席董事会会议。

5 大信会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了无法表示意见的审计报告，公司董事会、监事会对相关事项已有详细说明，请投资者注意阅读。

大信会计师事务所（特殊普通合伙）接受委托，审计哈尔滨秋林集团股份有限公司的财务报表，包括 2020 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2020 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表，以及财务报表附注。

大信会计师事务所（特殊普通合伙）不对后附的公司财务报表发表审计意见。由于“形成无法表示意见的基础”部分所述事项的重要性，大信会计师事务所（特殊普通合伙）无法获取充分、适当的审计证据以作为对财务报表发表审计意见的基础。

### 6 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

2020 年度公司实现归属于母公司所有者的净利润-582,475,289.14 元，加公司年初未分配利

润-3,839,745,428.41元,本年度可供股东分配的利润为-4,422,220,717.55元。

因为本年度可供股东分配的利润为-4,422,220,717.55元,所以2020年度不进行利润分配,也不进行资本公积金转增股本。

本议案需提请公司2020年度股东大会审议。

## 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	*ST秋林	600891	ST秋林

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	潘建华(代)	徐超颖
办公地址	哈尔滨市南岗区东大直街319号	哈尔滨市南岗区东大直街319号
电话	0451-53644632	0451-53644632
电子信箱	zqb@qlgroup.com.cn	zqb@qlgroup.com.cn

### 2 报告期公司主要业务简介

#### (一) 黄金珠宝业务

截至目前,公司黄金事业部下辖各公司经营状态已停滞。

鉴于公司控股子公司深圳市金桔莱黄金珠宝首饰有限公司、秋林(深圳)珠宝经营有限公司、哈尔滨秋林彩宝经贸有限公司已严重资不抵债且已停业,至今无法正常经营,为保护公司和股东合法权益,董事会同意公司以债权人身份向人民法院申请对上述控股子公司进行破产清算。该事项已经公司2020年第一次临时股东大会审议通过。目前深圳市公安局正在对该公司涉及的经济犯罪进行立案侦查,因此公司尚未向法院申请破产清算。

#### (二) 百货经营

1、主要业务:秋林公司是零售业态百货传统商业百货,主要经营品类范围以男女服装、服饰(含男女鞋及其他饰品类)、食品、珠宝玉器、钟表、化妆品及季节性商品(羊毛羊绒、皮衣裘皮、羽绒服)为主。

2、经营模式:百货零售业务主要采用自营、联营、定租等经营模式,并结合自身特点大力发展“新零售”电商业务,以多种经营方式促进企业良性发展。

3、行业情况说明:报告期内,传统百货市场依然呈现低迷状态。一方面,由于新冠疫情影响,百货行业在疫情严重时期积极响应号召,采取闭店或半闭店方式配合疫情防控,经营业绩受到较大冲击;另一方面,新零售产业和电商的不断发展,使消费者在购物时面临多重选择,分流传统百货业的部分客群和销售额,对百货业的经营产生的影响较大。

#### 4、主要业绩驱动因素：

##### （1）狠抓经营管理，力保主业经营

不断提升企业的经营管理水平是集团一直以来的重要工作目标。2020年，秋林集团从多方面入手，加强企业经营管理，力求为消费者和供应商提供更优质的服务。秋林商场业务部门重点在营运现场管理、供应商及品牌管理、消费者管理三方面开展工作。在营运现场管理方面，为了对商场内25个品类、348个品牌进行有效的管理，业务部门虚心学习优秀企业的先进管理经验，根据商场的实际情况将适合的管理理念和办法运用到实际工作中。同时通过对销售进行分区落实、实行奖励机制的方式，推动和鼓励人员主动关注业绩，提升销售积极性，促进销售业绩的提升。在供应商及品牌管理方面，业务部门在稳定现有供应商外，开发有实力、有发展前景的新供应商和品牌，持续为企业发展注入新生机。为了调动各供应商、各品牌的销售积极性，业务部门定期参照销售业绩及行业发展趋势，综合评价供应商实力、产品风格、市场分布，进行品类末位淘汰，促进品牌提档升级。在消费者管理方面，认真倾听顾客意见，热诚受理顾客投诉，做好产品售前、售中和售后服务，最大限度满足顾客需求，保证消费者的合法权益。

##### （2）多渠道营销，提升宣传推广能力

2020年通过各种社交媒体、自媒体和新媒体宣传推广等手段，推进企业品牌营销战略的落实，积极寻求品牌宣传形式的突破，带动企业品牌形象和社会影响力的提升。引进如抖音、快手等新媒体平台，借助线上模式加大企业宣传力度。同时加大利用微信等网络平台推广节日及企业主题文化，加大品牌营销传播，不断提升企业的知名度和美誉度。整合各类营销资源，根据实际情况有针对性的策划营销方案，把握好营销活动推出的时间、形式、规模和力度，放大营销资源的促销功能。

2020年借政府发放“促消费补贴资金”暖企惠民政策之势，秋林商场积极联动并开展借势宣传、吸引人口的企划活动，进一步拉动销售业绩。

##### （3）坚守品质经营，夯实企业长远发展基石

诚信经营、货真价实是企业长远发展需要坚守的根本原则。秋林商场在日常的经营管理中格外注重商品品质和顾客满意度，努力做到以服务提升企业形象，以品质赢得消费者口碑，力求为消费者提供最优质的商品和最舒心的服务。2020年，秋林商场各部门共同协助，统计供应商进货渠道，跟进货品货量，在保证销售量供应的同时，充分了解货品来源，为消费者严把货品质量关。加大商品质量检查力度，加强商品抽检频次，真正将商品质量管控落到实处。商场内全年推行“三心”服务，通过定期的培训与学习，逐步增强现场管理人员及导购人员的主动服务意识，提升整体服务水平。

### （三）秋林食品

1、哈尔滨秋林食品有限责任公司主要业务范围：以生产、销售极具俄式传统工艺特色的秋林食品：烘焙产品（面包糕点）、肉灌制品、饮料、果酒、啤酒、果酱、糖果、速冻汤圆、冰制品等主要经营范围。

2、主要产品：共分为九大类，200余种产品，销售烘焙类面包糕点产品（包括以秋林大列巴为代表的的面包系列产品、秋林西式糕点和中式点心产品、月饼），以秋林公司百年特色伊雅牌红肠为代表的肉灌产品，以伊雅牌大列巴格瓦斯为代表的系列饮品，以秋林黑豆蜜酒为代表的果酒、伊雅秋林系列果酱、列巴郎精酿系列啤酒、秋林糖果、新天地秋林速冻汤圆及以秋林冰棍为代表的冰制品等诸多极具国际特色的秋林食品。

3、经营模式：秋林食品公司是哈尔滨历史最悠久的烘焙食品加工企业之一，已有120年的历史，在继承了“前店后厂、即做即卖”的经营特色的同时，加强销售连锁发展，同时建立电商销售店铺，实现线上线下同步销售。2020年公司拓展营销新路，开发新店面建立秋林西餐厅，带动新的体验式消费。

#### 4、主要业绩驱动因素：

##### （一）打造企业品牌形象

（1）创建历史博物馆。围绕企业120周年，自主创建了秋林食品公司历史博物馆，弘扬百年品牌文化，传承进取，再谱华章，实现了企业品牌突破。

继2019年公司开发并修建了秋林公司时期俄籍高管办公和居住地，先后又创建了秋林西餐厅、秋林食品公司历史博物馆，形成极具哈尔滨的历史、文化、建筑、旅游、餐饮特色的城市新名片，积极推动企业品牌化发展之路。

（2）自媒体宣传。以自媒体宣传推广为主体，2020年品牌宣传紧密结合抗疫消费需求，积极传递企业正能量。全年通过官方微信、抖音短视频，号召全员参与品牌营销，转发朋友圈，引爆品牌推广，全面扩大品牌知名度和社会影响力。

（3）携手网红大咖。2020年秋林食品官方抖音吸粉和点赞量不断增长，秋林食品百年品牌魅力成为网红食客争相打卡的美食地，与抖音平台众多网红主播短视频合作，带货直播，努力促进销量提升。在新经济形势下，勇于探索品牌营销新渠道，提升品牌价值，把品牌效益转化成经济效益。

（4）主题文化节推广。全年抢抓节日和节气热点，全力推动品牌推广，同时组织开展自创主题文化节，120周年店庆、蛋糕DIY大赛、欧式面包节、肉灌节、啤酒节、新品上市活动，已然成为企业品牌特色化营销的新载体，打造出企业品牌百年风华，香飘四方的新魅力。

(5) 企业品牌荣誉。2020 年荣获了行业协会颁发的“中国名饼”、黑龙江省级第六批“格瓦斯”、“果酱制作技艺”省级非物质文化遗产、黑龙江省著名品牌月饼、哈尔滨市品牌月饼伴手礼诚信企业、哈尔滨市首届直播销售职业技能大赛贡献奖，展现了企业良好的行业口碑，提升了社会美誉度。

## (二) 线上线下合力推动业绩

(1) 实体店逆行坚守。2020 面对疫情，秋林营业发挥了销售主渠道先锋模范作用，不惧艰险，坚持不间断营业保障民生供应，树立了行业抗疫复工企业的标杆形象。疫情期间在实体店纷纷倒闭的情况下，连锁销售渠道逆行坚守，保障运营，尤其是商超渠道，作为疫情期间民生物资保障的主要渠道，为消费者提供安全放心的产品，2020 年全力开拓新的连锁商超系统，为助力全年业绩起到积极的拉动作用。

(2) 电商渠道业绩增长。2020 年受疫情影响，线上购买力增长，秋林食品电商平台全年销售业绩有所增长，为今后电商平台的发展积累了经验。

## (三) 开发新产品

(1) 2020 年新品开发紧密结合渠道经营，更注重展示产品特色和亮点，重点开发烘焙类产品，伴手礼产品、肉制品、啤酒产品，其中烘焙类产品以独特的传统工艺制胜，因真材实料受到消费者好评，为消费者提供多样化选择；伴手礼产品迎合时下健康新标志“减糖”趋势，多款无添加蔗糖产品，成为市场新宠。为满足疫情时期市场消费需求，重点开发了适合电商平台销售的肉制品小包装产品，即适合休闲速食又可佐餐食用，获得消费者的好评。

(2) 秋林果酒开发。2020 年秋林果酒经反复调制试验，成为今年黑豆蜜酒最大的亮点和卖点，一口醇香，回味百年。秋林果酒传承百年酿造工艺，为消费者提供更高品质的享受。

## 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
总资产	1,076,398,092.48	1,417,373,098.86	-24.06	1,443,287,892.80
营业收入	144,166,836.32	334,989,774.90	-56.96	4,724,279,377.09
扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入	144,166,836.32	/	/	/
归属于上市公司股东的净利润	-582,475,289.14	-530,584,942.62	-9.77	-4,131,336,967.83
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-566,174,703.05	-220,390,258.62	-156.90	-4,137,591,770.68
归属于上市公司股东	-2,214,232,660.15	-1,631,757,371.01	-35.69	-1,101,172,428.39

的净资产				
经营活动产生的现金流量净额	27,039,799.87	38,928,260.18	-30.54	194,287,907.62
基本每股收益(元/股)	-0.94	-0.86	-9.30	-6.69
稀释每股收益(元/股)				
加权平均净资产收益率(%)	-30.29	-38.83	增加8.54个百分点	-428.72

### 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	29,090,798.32	20,480,084.31	29,701,042.65	64,894,911.04
归属于上市公司股东的净利润	-38,875,923.17	-44,097,684.46	-36,704,397.16	-462,797,284.35
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-38,839,358.37	-44,188,313.64	-36,709,751.22	-441,003,312.17
经营活动产生的现金流量净额	12,104,953.95	-11,597,583.88	15,099,624.94	11,432,804.86

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

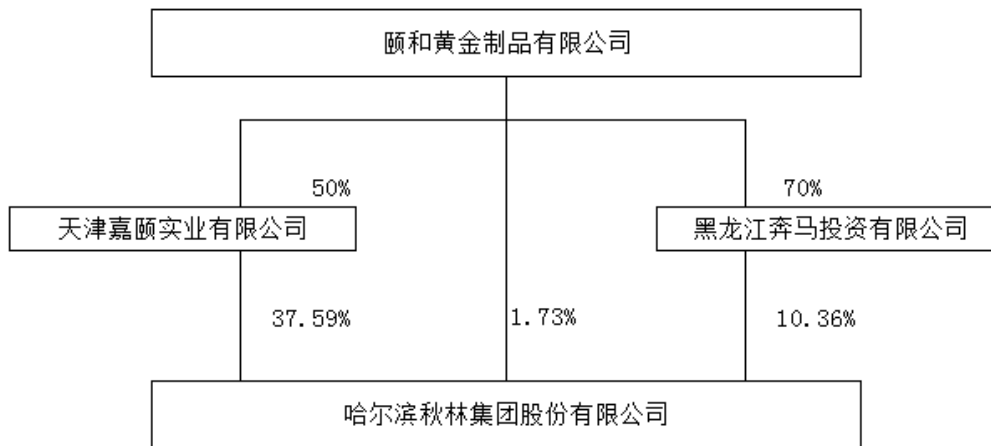
单位：股

截止报告期末普通股股东总数(户)					30,552		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)					30,552		
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	
天津嘉颐实业有限公司	0	232,136,752	37.59	232,136,752	冻结	232,136,752	境内非国有法人
黑龙江奔马投资有限公司	0	63,987,826	10.36	0	冻结	63,987,826	境内非国有法人
延吉市吉叶农业发展有限公司	0	17,745,127	2.87	0	未知	17,745,127	其他
颐和黄金制品有限公司	-2,096,889	10,707,517	1.73	0	冻结	10,707,517	境内非国有法人
王燕军	0	5,000,000	0.81	0	未知	0	其他
黄祝凯	320,000	4,248,000	0.69	0	未知	0	其他
骆勇强	0	3,100,530	0.50	0	未知	0	其他

代树华	373,700	1,673,700	0.27	0	未知	0	其他
王卯	1,582,600	1,582,600	0.26	0	未知	0	其他
谢励平	318,000	1,562,500	0.25	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,在本公司知情范围内知悉嘉颐实业、颐和黄金、奔马投资为一致行动人。除此之外,本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《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

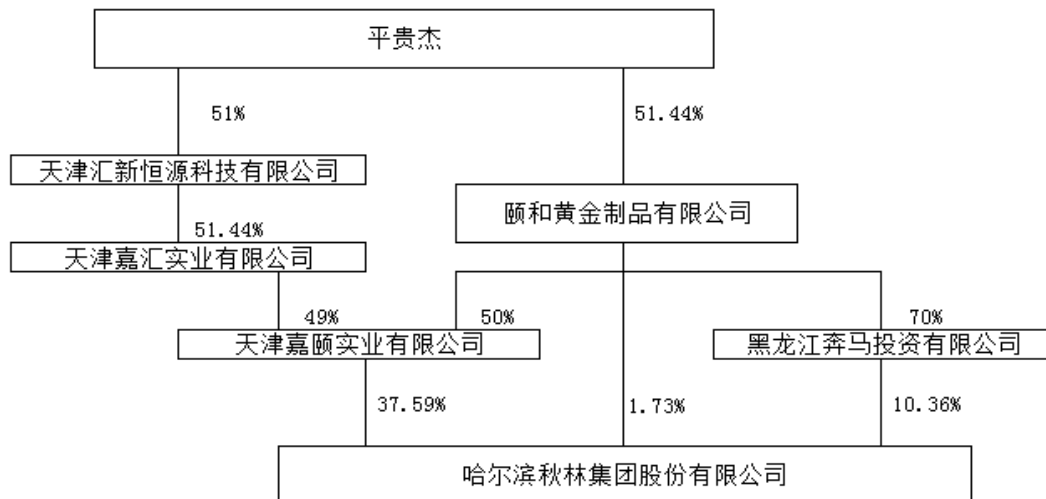
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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



## 5.1 公司债券基本情况

单位:亿元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	发行日	到期日	债券余额	利率	还本付息方式	交易场所
哈尔滨秋林集团股份有限公司非公开发行 2016 年公司债券(第一期)	16 秋林 01	145041	2016 年 10 月 17 日	2019 年 10 月 17 日	3.676	8.50	每年付息一次,到期一次还本	上海证券交易所
哈尔滨秋林集团股份有限公司非公开发行 2016 年公司债券(第二期)	16 秋林 02	145140	2016 年 11 月 7 日	2019 年 11 月 7 日	3.36	8.50	每年付息一次,到期一次还本	上海证券交易所
哈尔滨秋林集团股份有限公司非公开发行 2018 年公司债券(第一期)	18 秋林 01	150922	2018 年 11 月 27 日	2021 年 11 月 27 日	5.00	8.0	每年付息一次,到期一次还本	上海证券交易所

## 5.2 公司债券付息兑付情况

适用 不适用

2019 年 3 月 1 日及 2019 年 3 月 22 日,公司未能按时偿付“16 秋林 01”及“16 秋林 02”合计 2.15 亿元的当期回售本金及应付利息,造成“16 秋林 01”和“16 秋林 02”违约,并触发“16 秋林 01”及“16 秋林 02”加速清偿条款,根据“16 秋林 01”和“16 秋林 02”2019 年第一期债券持有人会议通过的决议,“16 秋林 01”及“16 秋林 02”两期债券已于 2019 年 4 月 15 日全部到期,并已全部违约。

2019 年 11 月 27 日,公司未能按时偿付“18 秋林 01”当期应付利息。2020 年 11 月 27 日,公司未能按时偿付“18 秋林 01”当期应付利息,同时该债券未执行回售条款,已构成实质违约。

## 5.3 公司债券评级情况

适用 不适用

## 5.4 公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

适用 不适用

主要指标	2020 年	2019 年	本期比上年同期增减(%)
资产负债率(%)	305.06	214.63	90.43
EBITDA 全部债务比	-0.1079	-0.1074	-0.05
利息保障倍数	-1.6942	-1.8723	17.81

## 三 经营情况讨论与分析

### 1 报告期内主要经营情况

项目	2020 年金额	2019 年金额	本期比 2019 年增减	
			增减金额	增减比例
主营业务收入	111,455,495.76	283,109,760.93	-171,654,265.17	-60.63%
利润总额	-576,576,280.66	-529,196,847.33	-47,379,433.33	-8.95%
净利润	-582,534,916.94	-530,155,917.17	-52,378,999.77	9.88%
归属于上市公司股	-582,475,289.14	-530,584,942.62	-51,890,346.52	9.78%

东净利润				
------	--	--	--	--

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

公司因 2018、2019 年度连续两年经审计的期末净资产为负值且 2018、2019 年财务会计报告均被会计师事务所出具无法表示意见的审计报告，根据《上海证券交易所股票上市规则》第 14.1.1 条、第 14.1.3 条和第 14.1.7 条的规定，公司股票自 2020 年 3 月 18 日起被上海证券交易所暂停上市。

公司 2020 年度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润及期末净资产仍为负值，根据原《上市规则》第 14.3.3 条的相关规定，公司如果触发相关终止上市情形，上海证券交易所将在公司披露年度报告之日后的十五个交易日内，作出是否终止公司股票上市的决定。

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

1. 会计政策变更及依据

财政部于 2017 年颁布了修订后的《企业会计准则第 14 号—收入》（以下简称“新收入准则”）。本公司于 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，本公司执行新收入准则在报告期无重大影响。

新收入准则取代了财政部于 2006 年颁布的《企业会计准则第 14 号—收入》及《企业会计准则第 15 号—建造合同》（统称“原收入准则”）。在原收入准则下，本公司以风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准。新收入准则引入了收入确认计量的“五步法”，并针对特定交易或事项提供了更多的指引，在新收入准则下，本公司以控制权转移作为收入确认时点的判断标准，具体收入确认和计量的会计政策参见附注三、（二十四）。

2. 会计政策变更的影响

（1）执行新收入准则导致的会计政策变更

根据财政部 2017 年 7 月 5 日发布关于修订印发《企业会计准则第 14 号—收入》（财会[2017]22 号）（以下简称“新收入准则”）的通知，公司自 2020 年 1 月 1 日起开始执行新收入准则公司，公司对已收到客户对价而应向客户转让商品或服务的义务，按不含税金额重分类为合同负债，税金确认为待转销项税作为其他流动负债列式，营业收入中的联营收入按照净额法核算。

本公司根据首次执行新收入准则的累计影响数，调整 2020 年 1 月 1 日的留存收益及财务报表

相关项目金额，对可比期间信息不予调整，本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累计影响数进行调整。

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

公司 2020 年度纳入合并范围的子公司详见附注“九、在其他主体中的权益”。

董事、总裁（代行董事长职责）：潘建华

董事会批准报送日期：2021 年 2 月 23 日