

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
2022 年年度报告摘要

第一节 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 www.sse.com.cn 网站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。
- 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 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

经利安达会计师事务所(特殊普通合伙)审计，公司2022年度合并实现归属于上市公司股东的净利润为人民币707,596,714.46元，母公司净利润为人民币375,785,455.75元，截至2022年12月31日止，母公司未分配利润合计人民币494,764,549.23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2022年度利润分配预案为：以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数实施利润分配，向全体股东每10股派3元（含税）。截至2022年12月31日，公司总股本914,747,444股，以914,747,444股为基数计算，合计拟派发现金红利274,424,233.20元（含税），占2022年度合并报表实现归属上市公司股东净利润的38.76%，剩余未分配利润结转至下年度。本年度不实施资本公积转增股本。

如在本预案披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，因回购股份、股权激励授予等致使公司总股本发生变动的，公司拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额。

第二节 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	河北省衡水市振华大街999号酒都大厦	河北省衡水市振华大街999号酒都大厦

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

2.1 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，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，市场呈现了向全国名酒、区域白酒龙头以及特色白酒企业集中的趋势，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。

2.2 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、勾调和包装等生产过程，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，作为日常饮用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，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”。衡水老白干酒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区域（承德、临泉、常德、曲阜）的地方知名品牌。

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，由其在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。

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

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	8,917,638,472.35	7,605,087,716.43	17.26	6,465,115,089.32
归属于上市公司股东的净资产	4,346,512,314.10	3,724,513,607.13	16.70	3,465,109,286.05
营业收入	4,653,101,198.15	4,027,152,026.78	15.54	3,597,786,950.30

归属于上市公司股东的净利润	707,596,714.46	389,206,340.64	81.81	312,603,891.46
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	477,816,701.67	347,397,738.72	37.54	272,966,906.04
经营活动产生的现金流量净额	621,399,859.56	1,126,257,402.66	-44.83	550,430,836.26
加权平均净资产收益率(%)	17.47	10.83	增加6.64个百分点	9.26
基本每股收益(元/股)	0.78	0.43	81.40	0.35
稀释每股收益(元/股)	0.78	0.43	81.40	0.35

注：根据公司2022年4月16日第七届董事会第九次会议、2022年5月19日召开的2021年年度股东大会审议通过的《〈2022年限制性股票激励计划（草案）〉及其摘要的议案》，公司向董事、高级管理人员、下属子公司领导班子成员、总部及下属子公司核心员工207名股权激励对象授予限制性股票共计人民币普通股（A股）17,460,000股，每股面值1元，授予激励对象限制性股票的价格为10.34元/股。上述股权激励事项，2022年度股份支付费用45,140,647.50元计入当期损益，并同时确认资本公积

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	908,101,383.71	1,117,510,615.47	1,429,718,676.63	1,197,770,522.34
归属于上市公司股东的净利润	265,968,933.25	96,729,360.93	170,692,620.45	174,205,799.83
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	70,490,373.38	84,040,952.94	161,528,401.61	161,756,973.74
经营活动产生的现金流量净额	584,042,735.46	-406,796,304.83	567,825,024.27	-123,671,595.34

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					135,514		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					88,615		
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、标记或冻 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	8,269,800	229,894,032	25.13	0	无	0	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	3,922,241	44,804,333	4.90	0	无	0	其他
香港中央结算有限公 司	9,522,673	33,874,312	3.70	0	无	0	其他
交通银行股份有限公司—汇添富中盘价 值精选混合型证券投资 基金	8,000,023	16,000,023	1.75	0	无	0	其他
中国建设银行股份有限公司—汇添富消 费行业混合型证券投资 基金	13,000,095	13,000,095	1.42	0	无	0	其他
华安基金—江苏银行 —华安基金—大消费 精选集合资产管理计 划	3,790,260	11,642,277	1.27	0	无	0	其他
中国工商银行股份有 限公司—华安安信消 费服务混合型证券投 资基金	5,438,700	7,551,300	0.83	0	无	0	其他
百年人寿保险股份有 限公司—传统保险产 品	7,209,767	7,209,767	0.79	0	无	0	其他
衡水京安集团有限公 司	0	6,465,064	0.71	0	无	0	境内 非国 有法 人
中国建设银行股份有 限公司—鹏华中证酒 交易型开放式指数证	783,445	6,102,827	0.67	0	无	0	其他

券投资基金							
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，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

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露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。

2022年，受国内名优酒企渠道下沉的影响，白酒竞争形势也更加激烈。在激烈的市场竞争中公司迎难而上，以打造“中国白酒一流企业”为目标，以机制、体制改革为抓手，贯彻“市场为重，客户为先”的企业文化经营理念，优化管控模式，不断提升组织的效率和执行力；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，实现了持续、健康、稳健的高质量发展。

品牌方面：报告期内，结合公司战略、消费趋势、行业现状等情况，提炼确定了衡水老白干“更健康的高端白酒”品牌定位以及“甲等·健康”的品牌核心价值；通过开展衡水老白干酒文化节、举办“甲等金奖、大国品质”衡水老白干品牌战略升级发布会等活动不断提升品牌知名度、美誉度。在央视、地方卫视、高铁、机场、梯媒等传统媒体投放的基础上，加强公关和自媒体的渠道宣传，在自媒体上重视图文、短视频等内容创作和传播，不断提升品牌声量和知名度、美誉度，运用新媒体、电商直播、圈层营销、网红餐饮引领、流量主播带货等多种方式为产品赋能。通过多维度的价值表达体系，实现公司品牌价值的有效触达。

营销方面：公司在不断提升品牌知名度的基础上深度运营市场，聚焦产品、聚焦渠道、聚焦资源、聚焦核心区域市场，强化终端市场建设，以客户为中心，深入推进营销转型，从经销商渠道向零售终端动销进行转变，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，加大文化营销、品质营销、体验营销、数字化营销的投入，有效提升市场占有率；同时加强与消费者的互动与沟通，建立消费者培育体系，通过名酒进名企、名企进名酒建立共品美酒、共谋发展的交流平台，与目标消费群形成持续互动，创新消费者互动体验，进一步提升了核心消费者忠诚度和产品美誉度。

产品方面：秉承“质量为本，品高为范”的质量理念，持续优化产品结构，聚焦核心产品，不断的优化产品体系。根据市场需求，通过工艺优化升级和酒体创新，不断的提升产品品质。同时加强对酿酒工艺的传承和创新，加强科研队伍建设，通过对酒体风味物质的研究，生产口感更好，入口更顺，饮后更舒适、更健康的白酒产品。以衡水老白干“1·9~3·5”质量管理模式为框架，优化过程管理，筑牢质量管理基础，打造质量管理标杆，同时规范产品生产信息，推进防伪标签升级，不断的提升产品质量。

企业管理方面：不断优化调整绩效考核体系，匹配组织优化，以传递压力、增强动力、激发活力、提高能力为目标，抓机制、激活力，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；科学制定考核指标及考核评价办法，完善各类职工的薪酬制度，开展薪酬试点改革，将绩效考核结果运用于薪酬发放。报告期内，公司建立起一套员工转岗-学习-试用-再上岗的有效用工机制及不适岗人员的退出机制，有助于引导员工高标准、高质量的开展工作，不断提升工作水平，有效激发员工活力，激发内生动力，提高经营效率。

项目建设方面：2022年公司以提升优质白酒产能为目标，加快项目建设力度。武陵酒业完成一期二标项目建设，并于2022年9月9日正式投产；孔府家酒退城进区项目正在建设中。2022年，公司还完善了中国地缸发酵博物馆配套设施及周边景点的建设，于2022年7月26日被确定

为 4A 级旅游景区。

贯彻新发展理念方面：认真贯彻绿色发展理念，狠抓环保工作，将绿色发展向纵向延伸，推动企业经营与自然环境的和谐统一，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；二是认真落实“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。

股权激励机制方面：为进一步完善公司法人治理结构，有效的将股东利益、公司利益和员工个人利益结合在一起，2022 年，公司实施了限制性股票激励计划，向 207 名激励对象授予限制性股票 1746 万股，健全公司的激励机制，同时完善激励与约束相结合的分配机制，使经营者和股东形成利益共同体，充实了公司的发展资金，促进了公司健康、稳定、快速的发展。

2022 年，在行业品牌集中度不断提高和激烈的市场竞争环境下，公司积极调整营销策略，围绕消费需求，聚焦市场建设，优化产品体系，推行精细化管理。2022 年度，全年共实现营业收入 4,653,101,198.15 元，比 2021 年增加 15.54%；营业利润 934,693,102.59 元，比 2021 年增加 83.59%；净利润 707,596,714.46 元，比 2021 年增长 81.81%；扣除非经常性损益的净利润 477,816,701.67 元，比 2021 年增长 37.54%；营业收入与利润等主要经营指标创公司历史新高，利润增长幅度居同行前列。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用