

广州珠江啤酒股份有限公司 2020 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
Jan Craps（中文名：杨克）	董事	因事未能参会	陈平

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 2,213,328,480 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.15 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	珠江啤酒	股票代码	002461
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	李宽宽	王建灿	
办公地址	广州市海珠区新港东路磨碟沙大街 118 号	广州市海珠区新港东路磨碟沙大街 118 号	
电话	020-84206636	020-84207045	
电子信箱	zhengquan@zhujiangbeer.com	zhengquan@zhujiangbeer.com	

2、报告期主要业务或产品简介

公司主营业务为啤酒生产销售以及啤酒文化产业，2020年受疫情影响，中国啤酒形势严峻。公司围绕“一个确保、两个提速、三个深化”工作思路，统筹疫情防控和经济社会发展，实现生产经营稳中有进。2020年，公司完成啤酒销量119.94万吨，同比下降4.65%；营业收入42.49亿元，同比增长0.13%；归母净利润5.69亿元，同比增长14.43%。截止2020年12月31日，公司合并报表口径资产总额130.08亿元，同比增长8.21%；净资产总额为89.24亿元，同比增长4.06%。

近年，中国啤酒高端化发展趋势明显，公司顺应高端啤酒发展趋势，不断增强科研创新能力，持续将强大的技术优势转化为市场优势，促进公司产品高端化升级。2020年高端精酿实现销量同比增长34%。高档结构产品销量占比同比提升3个百分点，进一步提升产品盈利水平。其中，纯生啤酒销量占比41%，同比提升2.6个百分点；罐类产品销量占比31%，同比提升1.3个百分点。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	4,249,250,390.03	4,243,607,162.29	0.13%	4,039,298,073.06
归属于上市公司股东的净利润	569,284,120.80	497,483,602.51	14.43%	366,429,368.06
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	523,406,216.05	360,800,816.80	45.07%	131,994,455.54
经营活动产生的现金流量净额	688,681,058.60	758,022,919.30	-9.15%	430,004,010.04
基本每股收益（元/股）	0.26	0.22	18.18%	0.17
稀释每股收益（元/股）	0.26	0.22	18.18%	0.17
加权平均净资产收益率	6.53%	5.97%	0.56%	4.55%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	13,007,899,640.89	12,020,734,610.57	8.21%	12,206,764,972.14
归属于上市公司股东的净资产	8,924,468,627.68	8,576,517,354.88	4.06%	8,232,866,600.37

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	553,221,651.29	1,453,498,070.37	1,500,412,176.20	742,118,492.17
归属于上市公司股东的净利润	20,409,551.97	225,467,971.07	259,345,159.01	64,061,438.75
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-7,955,130.90	194,850,167.65	254,811,617.48	81,699,561.82
经营活动产生的现金流量净	-101,832,420.97	691,526,848.49	406,509,079.79	-307,522,448.71

额				
---	--	--	--	--

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(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

报告期末普通股股东总数	53,371	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	41,824	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	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	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
广州珠江啤酒集团有限公司	国有法人	31.98%	707,781,330				
INTERBREW INVESTMENT INTERNATIONAL HOLDING LIMITED	境外法人	29.99%	663,777,210				
广州国资发展控股有限公司	国有法人	22.41%	495,996,304				
天安人寿保险股份有限公司-万能产品	其他	0.79%	17,566,539				
香港中央结算有限公司	境外法人	0.45%	9,973,611				
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	0.43%	9,516,200				
兴业银行股份有限公司-工银瑞信文体产业股票型证券投资基金	其他	0.42%	9,224,248				
基本养老保险基金一六零二一组合	其他	0.27%	6,004,909				
广州珠江啤酒股份有限公司-第一期 2 号员工持股计划	其他	0.22%	4,765,605				

中国建设银行股份有限公司—富国内需增长混合型证券投资基金	其他	0.21%	4,693,929	4,693,929	
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、广州珠江啤酒集团有限公司是广州国资发展控股有限公司的全资子公司，两者是一致行动人； 2、除上述股东之外的其他股东，公司未获知是否存在关联关系或属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。				
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用				

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2020年，我们坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面学习贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会精神，深入贯彻落实习近平总书记出席深圳经济特区建立40周年庆祝大会和视察广东、深圳重要讲话、重要指示精神，担起国有企业发展责任，围绕“一个确保、两个提速、三个深化”工作思路，统筹疫情防控和经济社会发展，实现生产经营稳中有进。

一年来，主要做了以下工作：

(一) 营销改革取得成效。

市场精耕细作。在组织架构改革方面，对广州大区、东莞大区实施市场管理架构改革，细分管理区域，增强管理力量，每个区域配备专攻餐饮渠道的大区助理，重点突破餐饮渠道；成立华中大区，把分散的资

源集聚起来，统筹湖北、湖南市场营销工作。21个大区和3个事业部中，海外部、北方事业部、茂名大区等16个区域超额完成任务；市创中心海外部、北方事业部等11个区域实现同比增长。优势渠道促销量，巩固和发挥非现饮优势渠道，增加促销频次，开展9类形式多样的终端促销活动。短板渠道找突破，以97纯生、精品纯生为核心，聚焦资源拓展餐饮渠道，寻找销量突破口。新兴渠道抢销量，积极拓展新兴渠道，发力传统电商、社区电商等线上平台，电商销量同比增长78%。开展“百日开点”劳动竞赛活动，开拓品项点46万个，提高产品覆盖率。开展“冰爽一夏”冰箱陈列活动，在非现饮终端实施冰箱陈列近7万家，助力新品动销。开展“生动化大比武”活动，提高业务员执行力，提升销量。开展“助力复工复产”97纯生免费畅饮活动1346场，提升品牌美誉度。推进“一站一街”形象街建设，建设234条形象街，营造良好销售氛围。拓展高端精酿市场，优化门店管理运营模式，在广州市场积极探索，完成多个“雪堡啤酒”社区门店布局，高端精酿实现销量同比增长34%。

产品结构优化。以产品升级为抓手，聚焦纯生类、罐类等中高端产品，高档结构产品销量占比同比提升3个百分点，进一步提升产品盈利水平。其中，纯生啤酒销量占比41%，同比提升2.6个百分点；罐类产品销量占比31%，同比提升1.3个百分点。突出97纯生高端核心产品，完成销量7.72万吨，同比增长176.77%。推出珠江LIGHT、298ml瓶装纯生1997、珠江0度Pro等升级产品5款，满足消费升级需求。

品牌持续根植。持续提升品牌形象，升级雪堡啤酒品牌设计，与广州塔、中国邮政等跨界合作，联名推出定制产品，实现“1+1≥2”的品牌效应。珠江纯生延续“啤酒+音乐”的基因，开展夜场明星秀等音乐活动83场；联合广东省经济科教频道《美食特工》栏目开展珠三角六城的美食探店，助力餐饮复工复产；开展以“97青年 向上而生”为主题的“双微一抖”活动，线上曝光超6000万人次。在广佛、莞深、中山有序开展珠江0度“0号星球”快闪体验店，线上观看人数超1500万人次。大力推广珠江啤酒“南粤情怀”文案瓶，传承经典广府文化。

（二）科研创新能力不断增强

创新主体持续壮大。保持高新技术企业8家，广西珠啤通过再次认定；对标高企要求，重点培育珠丰公司强化研发管理、开展研发项目。南沙珠啤、湛江珠啤通过广东省工程技术研究中心认定，湖南公司通过湘潭市工程中心和技术中心“双认定”。

基础创新不断夯实。研发投入1.77亿元，同比增长5.28%。加大基础研究，不断开发和应用前沿检测技术，推动科技创新突破；攻克《啤酒生产中难培养污染微生物菌群特征分子解析及防控关键技术》项目难题，科技成果达到国际领先水平。应用GC-MS气质联用仪检测酒液中特征香气风味物质、基于流式细胞仪检测研究啤酒酵母活力等先进技术为提高风味质量稳定性和开发新产品等提供强有力支撑。新增科研项目立项80项，引进中国热带作物加工研究所龚霄博士进站开展《菠萝果啤精酿工艺及其关键香气成分研究》科研项目，在研项目总数达106项，55项完成课题研究，其中《基于酵母性能的啤酒发酵风味调控和饮用舒适度研究》《原料麦芽对酿造性能和啤酒质量的影响研究》分别获中国轻工业联合会科技进步三等奖、广东省轻工业联合会科学技术进步二等奖。

科技成果不断涌现。新获授权专利48件，新申请发明专利16件、实用新型专利22件。完成8款产品开发及品质升级，雪堡比利时烈性艾尔啤酒获青酌奖酒类新品、2020CBC中国国际啤酒挑战赛二星天禄奖；

雪堡啤酒入选中国轻工业联合会《升级和创新消费品指南（轻工 第七批）》创新消费品名单；珠江0度荣获2020年度广东省食品行业名牌产品。

规范化标准化持续提升。参与修订《啤酒》等4项国家标准，促进产品品质标准化。牵头和参与制定《司陶特（世涛）啤酒》《苹果酒》等9项团体标准，其中5项已发布，进一步规范品类市场。不断完善质量管理体系，提升质量管理水平。股份公司通过质量管理体系和HACCP体系年度监督审核，南沙公司通过FSSC22000食品安全管理体系审查，建立并通过诚信管理体系认证。

（三）企业管理水平更加高效

管理效能持续提升。强化绩效管理，工厂KPI指标持续优化，23项指标优化率达73.91%；强化成本管控，吨酒物流运输费、酒液运输费用分别同比下降0.07%、9.43%；完成14项价值工程项目实现效益258.95万元；开展“开源节流、降本增效”专项工作，提出131条措施方案，对年度重点工作开展效能监察33项，有效提升企业管理效能，实现降本增效。

智慧运营布局持续完善。信息化管理系统覆盖从采购、订单管理到生产运输管理全流程，服务效能进一步释放，智慧运营再上新台阶。推进O2O项目线上开单支付一体化管理，实现CBS现金管理平台银企直联功能，全面推广B2B订单系统，线上订单金额占营收的89.27%。

推进电子招标采购平台上线运营，实现采购阳光化、规范化管理。实现物资出入厂管理信息系统和下属企业成品入库管理信息系统分别在10多家下属企业上线运行，强化进出厂车辆、产品、原材物料、物资等的全流程、实时管理。优化开发工厂智能设备系统数据处理接口，完成自主开发17项，功能优化22项，显著降低系统运行异常率，其中南沙公司立库运行异常率同比下降60%。

风险管控持续加强。先后新增或修订企业标准192项，企业标准合计2461项，其中管理标准871项，技术标准931项，工作标准659项；完成对13家下属企业及等8个业务部门的法律风险排查工作，出具风险排查整改意见书21份；加强对新的法律法规政策研究，结合公司实际，出具12份专项法律意见书；完成内部审计项目15个，涉及总金额15.96亿元。

（四）转型升级取得进展

重点项目稳步推进。探索新型工程建设模式，有序推进重点项目建设，为企业经济高质量发展提供坚实支撑。汽机锅炉间项目进入收尾阶段；东区地下空间及停车场项目按计划推进；包装车间改造升级项目进入施工设计深化阶段；珠啤大厦及酒店商业综合体项目完成概念方案设计国际竞赛方案评比。东莞产能扩建项目完成土地并证，进入设备招标阶段；湖南污水站项目建设正式竣工。

文化产业提质增效。坚持守正创新，持续推动文化产业发展。制定啤酒厂项目商业营运策略，以“泛博物馆概念”明确各子项目功能定位，联动文化创意产业资源，发展时尚产业，开拓优质IP，落地“广州广计划”，引进奇点艺术节、国际时尚周等活动，推动17个知名品牌的设计创意落地，打造创新型城市综合体。聚焦博物馆升级改造，深挖啤酒文化内涵，明晰博物馆定位，发挥教育、旅游功能，开展全国科技周、科普研学、主题活动等20余场，接待近7000人次；积极探索新媒体传播方式，短视频总流量达30余万人次。琶醍公司丰富园区业态，联动周边旅游配套资源，承办“Young城Yeah市”系列活动，首次成为广州国际灯光节分会场，成为广州国际美食节分会场，文化产业实现营业收入6283万元、利润总额4140万元。

包装配套产业挖潜增效。主动适应消费多样化需求，提升创新能力，优化产品结构，助力企业协同发展。珠丰公司优化内部管理，调整产品结构，提高生产效能。永信公司加大技术攻关和质量管控，拉环盖生产线按期投产。

(五) 党的建设更加有力

强化政治担当和执行。坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的十九届五中全会精神、习近平总书记出席深圳经济特区建立40周年庆祝大会和视察广东重要讲话重要指示精神，切实增强“四个意识”，坚定“四个自信”，坚决做到“两个维护”。进一步理顺党委会、董事会、总办会的关系，修订总经理办公会议事规则，严格执行“三重一大”管理规定，提高决策规范化科学化水平。落实全面从严治党要求，完成问题整改37个。

深化作风和廉洁建设。严格执行中央八项规定及其实施细则精神，修订完善《企业负责人履职待遇、业务支出管理办法》《公务车辆管理规定》《费用报销标准和报账程序》等制度。围绕“开源节流、降本增效”专项工作，开展“严党风抓企风 优作风提效能”专项整治，查摆问题250条，制定整改措施298条，促进干部职工担当作为。聚焦重点工作开展效能监察33项，促进管理效能提升和廉洁风险防范。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
啤酒销售	4,060,993,204.50	1,997,541,298.76	49.19%	0.29%	8.53%	3.74%
酵母饲料销售	21,631,389.63	21,631,389.63	100.00%	-20.68%	-20.68%	0.00%
包装材料	6,821,459.02	1,123,948.92	16.48%	104.35%	85.64%	-1.66%
租赁餐饮服务 等	53,147,053.85	33,642,441.46	63.30%	-25.48%	-15.98%	7.16%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

按业务年度口径汇总的主营业务数据

适用 不适用

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临退市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

财政部于2017年7月5日发布了《企业会计准则第14号——收入》（财会〔2017〕22号），本公司自2020年度起执行新收入准则，本公司首次执行该准则无需调整2020年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额，对可比期间的财务报表未予重述。本公司上述会计政策变更已经第四届董事会第五十九次会议审议通过。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

广州珠江啤酒股份有限公司董事会

法定代表人：王志斌

2021年3月25日