

证券代码: 002568

证券简称: 百润股份

公告编号: 2021-014

# 上海百润投资控股集团股份有限公司

## 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
-----------	-----------	-----------	--------

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:以截至 2020 年 12 月 31 日公司总股本 535,852,426 股扣除公司回购专户上已回购股份 1,020,686 股后的总股本 534,831,740 股为基数,向全体股东每 10 股派发现金红利 5 元(含税),送红股 0 股(含税),以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4 股。

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	百润股份	股票代码	002568
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	耿涛		
办公地址	上海市康桥工业区康桥东路 558 号		
电话	021-58135000		
电子信箱	Angela.geng@bairun.net		

#### 2、报告期主要业务或产品简介

公司主要从事预调鸡尾酒和香精香料的研发、生产和销售业务,根据中国证监会颁布的《上市公司行

业分类指引（2012年修订）》，公司属“C15酒、饮料和精制茶制造业”。报告期内，公司主营业务中，预调鸡尾酒板块主营业务收入占比89.61%，香精香料板块主营业务收入占比10.39%。

### （一）预调鸡尾酒业务

预调鸡尾酒指预先调配并预包装出售的鸡尾酒产品，主要由水、糖、果汁、酒基（伏特加、威士忌、白兰地、朗姆等）、酸料等调制后，充加二氧化碳制成，属于低酒精度饮料，是可供日常饮用的快速消费品。公司预调鸡尾酒业务主要包括“RIO(锐澳)”牌预调鸡尾酒产品的研发、生产和销售。公司通过渠道创新、产品创新、数字营销和综合性业务开拓等，推动行业细分领域发展，引领国内预调鸡尾酒行业的发展。目前，公司预调鸡尾酒在售产品涵盖了不同酒精度的微醺系列、经典系列、清爽系列、强爽系列、夜狮系列、限定/联名/定制系列等多个系列40多种口味，包括275mL、330mL、500mL等不同容量的玻璃瓶装和易拉罐装，可以满足不同消费者和不同消费场景的需求。

（1）采购模式：公司设立采购部负责采购事宜。采购部根据物料技术标准和生产需要，通过对物料的质量、价格、供货周期、技术服务、售后保障、企业资质证明等因素进行合理比较，选择合适的供应商。采购部根据生产计划或生产安排，并结合实际库存等情况制定《采购计划》，按照采购物料技术标准在《合格供方名录》中选择合适的供方，与其签订合同进行具体采购。采购的原材料到货后，质量部门对物料的进货进行检验工作，储运部负责卸货及清点确认工作，切实保障进厂原材料的质量合格，数量及品类与采购所需原材料保持一致。

（2）生产模式：公司拥有上海、天津、成都、佛山四个生产基地，用于自产预调鸡尾酒产品。具体生产模式为：每月末生产计划部编制下个月的月生产计划，并将编制的计划提前发放至采购部、设备部、储运部等部门，以备各部门提前计划，做好部门协调工作安排，组织落实生产任务。生产计划部会根据实际销售情况对已制定的生产计划作动态调整。

（3）销售模式：公司生产的各类预调鸡尾酒产品属于快速消费品，销售模式是以经销模式为主，直销模式为辅，分为线下零售渠道、数字零售渠道、即饮渠道等。经销模式指公司通过广泛的经销商群体将产品延伸至零售终端或平台，系目前主要的销售模式；直销模式指公司在部分大型连锁商超、天猫及京东等第三方网络销售平台进行直接销售，使产品直接面向终端消费者。

经过多年发展，巴克斯酒业目前已成为国内预调鸡尾酒龙头企业，市场占有率持续提升，上海酿酒专业协会的数据显示，按销量计算，“RIO（锐澳）”在鸡尾酒行业市场占有率逐年提升，2019年“RIO（锐澳）”在鸡尾酒行业市场占有率提升至84%，占据绝对领先地位。巴克斯酒业是中国酒业协会《预调鸡尾酒团体标准》的主要起草单位。

### （二）香精香料业务

香料是一种在自然界原生态中能够被嗅觉嗅出香气或味觉尝出香味的物质，是配制香精的主要原料。香精是以天然香料、合成香料和辅料为原料按相应配方混合而成的产品。香精香料产品具有品种多、用量小、作用大、专业性强的特点，主要包括食品香精、日化香精、化工原料等三大类。公司香精香料业务主

要包括“百润（BAIRUN）”牌香精香料的研发、生产、销售和服务。公司的香精香料产品主要是食用香精。食用香精广泛应用于食品工业，包含果汁饮料、冰品乳品、烘焙类食品等众多食品领域，也应用于烟草行业。

（1）采购模式，公司严格执行原材料供应的预算管理制度。公司以销售预测和客户订单为基础编制年度经营计划，安排全年的生产和销售。

（2）生产模式：由于公司生产的香精属于非标准化产品，需根据客户的具体要求进行研发与生产，因此公司在日常经营中采用了“以销定产”的生产模式，即根据公司业务承接安排和组织生产，生产方式为自产。

（3）销售模式：公司的香精香料业务制定了“以大客户为依托，以中小客户为辅助”的销售策略，主要采用了直销和经销相结合，以直销为主的销售模式。

经过多年的发展，公司已成为国内一流的香精研发、制造、销售和服务的高科技公司，也是中国香精香料行业中极具创新活力和进取精神的行业领先者。公司凭借前瞻性的市场需求分析能力、雄厚的研发实力、先进的生产工艺、稳定的产品质量及高效的管理团队，得到了市场及客户的广泛认同。公司被中国轻工业联合会评定为中国轻工业科技百强企业、中国香料香精行业十强企业。

### 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	1,926,643,196.25	1,468,439,608.33	31.20%	1,229,991,312.76
归属于上市公司股东的净利润	535,507,699.76	300,330,286.74	78.31%	123,760,929.10
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	460,761,592.65	278,580,629.87	65.40%	86,621,154.90
经营活动产生的现金流量净额	723,366,906.29	530,492,224.04	36.36%	342,336,665.10
基本每股收益（元/股）	1.03	0.58	77.59%	0.20
稀释每股收益（元/股）	1.03	0.58	77.59%	0.20
加权平均净资产收益率	23.82%	15.08%	8.74%	6.77%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	3,886,865,771.98	2,561,519,233.85	51.74%	2,425,091,649.80
归属于上市公司股东的净资产	3,216,299,711.48	2,001,136,585.23	60.72%	1,921,232,304.59

#### （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	338,312,810.29	449,980,066.01	536,590,761.88	601,759,558.07
归属于上市公司股东的净利润	61,734,861.46	150,229,496.08	171,196,229.32	152,347,112.90
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	56,081,101.20	125,052,430.74	132,873,871.06	146,754,189.65
经营活动产生的现金流量净额	98,187,491.97	177,789,955.35	252,310,258.11	195,079,200.86

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

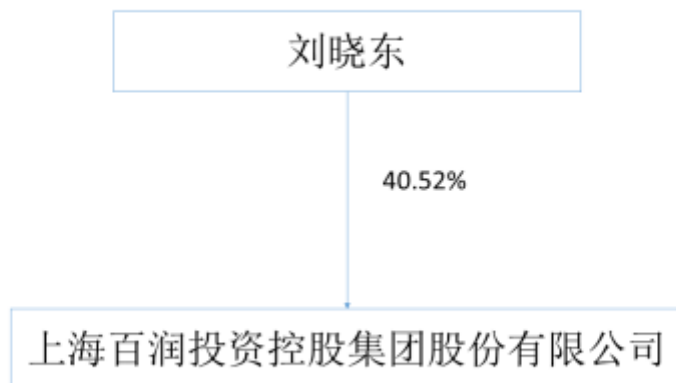
报告期末普通股股东总数	12,708	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	16,231	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
刘晓东	境内自然人	40.52%	217,136,991	162,852,743	质押	35,350,000	
柳海彬	境内自然人	7.34%	39,307,324	0	质押	400,000	
香港中央结算有限公司	境外法人	3.78%	20,241,341	0			
刘晓俊	境内自然人	3.69%	19,760,000	0			
招商银行股份有限公司－东方红睿泽三年定期开放灵活配置混合型证券投资基金	其他	2.20%	11,764,310	827,885			
中国农业银行股份有限公司－易方达消费行业股票型证券投资基金	其他	2.19%	11,752,653	7,638,005			
中国银行股份有限公司－易方达中小盘混合型证券投资基金	其他	1.83%	9,800,053	4,582,803			
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	其他	1.64%	8,800,095	0			
喻晓春	境内自然人	1.48%	7,929,700	0			
上海旌德投资合伙企业（有限合伙）	其他	1.14%	6,093,685	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	刘晓东与刘晓俊为兄弟关系。除上述情况外，公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系或一致行动关系。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	柳海彬通过信用账户持有公司股份 16,000,000 股；喻晓春通过信用账户持有公司股份 2,764,100 股。						

##### (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，公司运行稳健，管理更加高效，业绩保持较快增长。面对新冠肺炎疫情带来的严峻考验，公司快速响应、积极应对，坚决贯彻落实各项决策部署，全面管控风险，在严格做好防疫防控工作的前提下，较好的完成了年初制定的经营目标和计划。报告期内，实现营业总收入192,664.32万元，同比增长31.20%，实现归属于上市公司股东的净利润53,550.77万元，同比增长78.31%。预调鸡尾酒板块实现主营业务收入171,199.23万元，同比增长33.82%，实现净利润39,973.37万元，同比增长86.87%。

#### （一）预调鸡尾酒业务

报告期内，预调鸡尾酒业务板块部分业务受疫情影响较大，但整体业务仍然实现较快增长，经营业绩相应大幅增长。

1. 品牌建设方面：公司保持持续投入，不断提升各子品牌影响力，积极拓展细分市场，针对相应的细分市场实施有节奏、有重点的营销计划，大力推进数字化精准营销投放，更高效地触达目标消费者。

2. 渠道建设方面：线下零售渠道积极向新零售转型，其中现代零售渠道方面，顺应线上线下融合趋势，调整资源投放重点，提高投入产出效率，实现稳健增长；传统零售渠道方面，优化渠道分销结构，夯实基层组织建设，同时通过各新零售平台，加强渠道下沉和渗透，不断提升渠道覆盖率和覆盖质量。数字

零售渠道方面，逐渐变成公司营销主阵地，公司持续强化传统电商平台运营优势，积极拥抱各种新兴渠道，保持数字零售渠道的高速增长。即饮渠道方面，受新冠疫情影响较严重，终端场所恢复营业后，公司快速开展正常经营活动，同时有序培养和拓展新的即饮渠道商业模式。

3. 新产品方面：公司通过消费者研究中心，进行多维度消费者研究，反复验证产品，对多品类发展提供了有效的指引和支持。报告期内，公司分阶段有步骤地推出新产品，并对原部分系列产品进行了升级，按计划积极推进重点新产品铺市，新品推广取得良好效果。

## （二）香精香料业务

报告期内，香精香料业务板块，第一季度受疫情的影响较大；第二季度随着疫情形势转好，下游需求恢复；第三季度开始，由于食品饮料消费需求强势反弹，下游客户新品需求旺盛，香精香料业务快速增长。一方面，公司继续大力推进大客户战略，满足客户升级需求，为客户研发前瞻性的新产品，持续提升客户服务能力，部分优质项目取得较好的成果；另一方面，公司持续加大在细分市场的投入，针对下游多元化需求，提供多样化产品，已逐步产生效益；此外，随着食品饮料行业消费升级，健康、安全、个性化的消费需求推进下游客户产品日趋个性化、多元化，公司持续加大技术研发投入，在技术创新方面不断提升，加快科技成果转化。

## （三）非公开发行股票募投项目

报告期内，公司2020年度非公开发行股票工作顺利推进，本次非公开发行股票募集资金总额不超过100,600万元，用于烈酒（威士忌）陈酿熟成项目。2020年11月23日，本次发行新增股份16,049,776股上市，公司2020年度非公开发行股票事项实施完毕。截至本报告披露日，募投项目建设正常推进。

## 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
预调鸡尾酒（含气泡水）	1,711,992,331.61	514,138,961.47	65.37% <sup>(1)</sup>	33.82%	76.32%	-3.18%
食用香精	198,529,796.13	157,609,608.21	66.27% <sup>(2)</sup>	9.68%	50.50%	-0.67%

注：（1）本报告期适用新收入准则，将预调鸡尾酒运输费 73,209,037.19 元调整至营业成本，影响毛利率 4.28%。

（2）本报告期适用新收入准则，将食用香精运输费 2,353,048.29 元调整至营业成本，影响毛利率 1.19%。

## 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

## 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

1. 报告期内，公司营业收入较上年同期增幅为31.20%，主要系公司预调鸡尾酒业务及香精香料业务产品销售情况良好所致。

2. 报告期内，公司营业成本较上年同期增幅为42.63%，主要系随销售量增长相应增长。

3. 报告期内，公司归属于上市公司普通股股东的净利润较上年同期增幅为78.31%，主要系公司预调鸡尾酒业务及香精香料业务产品销售情况良好、盈利能力增强所致。

## 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

详见全文“第十二节、五、29、重要会计政策和会计估计变更”。

### (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

本报告期新增合并单位1家，具体为：

2020年5月，公司子公司上海巴克斯酒业有限公司新设其全资子公司巴克斯烈酒文化传播（成都）有限公司，注册资本5000万元。