

山西杏花村汾酒厂股份有限公司

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 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
副董事长	简易	因公出差	侯孝海
董事	常建伟	因公出差	谭忠豹

4 大华会计师事务所（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

2020 年度，公司计划以实施权益分派股权登记日的总股本为基数，向全体股东每 10 股送 4 股派 2.00 元现金股利（含税）。截至 2020 年 12 月 31 日，公司总股本为 871,528,266 股，以此计算，本次股本增加数量为 348,611,306 股（股本增加数系根据实际计算结果四舍五入所得，最终以中国证券登记结算有限公司实际增加数量为准），共计派发现金股利 174,305,653.20 元，此次分配后，总股本为 1,220,139,572 股，未分配利润余额为 6,115,118,062.89 元，结余留转以后年度分配。（注：若公司总股本发生变化，则按实施权益分派股权登记日的总股本计算）

二 公司基本情况

1 公司简介

股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码
A股	上海证券交易所	山西汾酒	600809

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王涛	王普向
办公地址	山西省汾阳市杏花村	山西省汾阳市杏花村

电话	0358-7329809	0358-7329809
电子信箱	Wang.tao@fenjiu.com.cn	wpx@fenjiu.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），白酒行业属于“酒、饮料和精制茶制造业”（C15）。本报告期内，公司主要业务未发生变化。经营范围主要是汾酒、竹叶青酒及系列酒的生产、销售。

公司清香型白酒国家标准的制订者之一，主要产品汾酒是我国清香型白酒的典型代表，竹叶青酒是著名的保健养生酒，在国内外享誉盛名。

汾酒文化源远流长，酿造历史悠久，清香品质卓越，被誉为“中国白酒产业的奠基者、传承中国白酒文化的火炬手、中国白酒酿造技艺的教科书、见证中国白酒发展历史的活化石”，是“国酒之源，清香之祖，文化之根”，是当之无愧的“中国酒魂”。

公司经营模式为研产供销一体化。

1、科研方面，公司通过深入市场调研和消费者需求分析，形成符合中国消费者的研发方向。产品研发过程中，以项目方式推进产品开发，推进体验式营销。

2、原料采购方面，公司在山西、东北、内蒙、甘肃、河北等地拥有110余万亩原粮种植基地，从原粮基地采购优质高粱、大麦、豌豆等酿酒原材料，确保了酿酒原料绿色健康。

针对酒瓶、纸盒和纸箱等包装材料，公司建立专业高效的采购团队，加强供应商管理，综合采购成本和绩效管理，实现供应链成本、质量、服务和效率的最佳平衡。

3、在生产产品环节，以高粱、大麦、豌豆、水为原料，按照汾酒独特的“固态地缸分离发酵、清蒸二次清”的酿造工艺，采用分级陶坛贮存。酒体经过分析、尝评、勾调、贮存，包装出厂。生产过程、产品检验、标识标签、包装、运输、贮存等方面，严格执行国家相关规定。

4、在销售产品环节，公司实行以厂方为主导、厂商共建的营销模式，地区级、县级经销商为主体，辅以专卖店加盟、直销、电商、新零售方式相结合的销售模式。

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	19,778,534,913.06	16,719,857,543.09	16,067,772,126.06	18.29	12,384,547,251.83
营业收入	13,989,804,850.80	11,892,584,392.29	11,880,073,342.11	17.63	9,444,337,822.85
归属于上市公司股东的净利润	3,079,233,696.58	1,968,933,334.26	1,938,505,451.13	56.39	1,507,044,440.01
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	3,043,462,925.49	1,939,681,576.29	1,909,253,693.16	56.91	1,463,410,811.20
归属于上市公司股东的净资产	9,776,959,788.65	7,641,590,839.15	7,446,945,787.67	27.94	6,456,006,214.16
经营活动产生的现金流量净额	2,009,820,403.80	2,974,066,185.31	3,076,551,084.02	-32.42	955,701,859.75

基本每股收益（元/股）	3.5504	2.2691	2.2339	56.47	1.7405
稀释每股收益（元/股）	3.5366	2.2691	2.2339	55.86	1.7405
加权平均净资产收益率（%）	35.09	27.39	27.42	增加7.7个百分点	24.77

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	4,141,675,266.22	2,758,123,827.40	3,474,513,987.70	3,615,491,769.48
归属于上市公司股东的净利润	1,227,807,757.70	377,045,926.09	856,363,838.97	618,016,173.82
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	1,228,159,011.57	375,734,025.70	857,153,907.74	582,415,980.48
经营活动产生的现金流量净额	145,826,998.73	1,079,356,710.75	555,738,853.88	228,897,840.44

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

√适用 □不适用

报告期内，公司收购发展区股份公司 51%股权，根据《企业会计准则——合并财务报表》，公司对 2020 年季度数据进行了追溯调整。

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

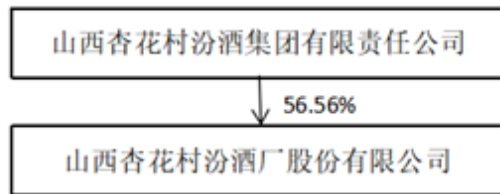
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）							51,494
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							62,837
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	
山西杏花村汾酒集团有限责任公司		492,943,975	56.56	0	0	0	国有法人
華創鑫睿（香港）有限公司		99,154,497	11.38	0	0	0	境外法人
香港中央结算有限公司		24,242,922	2.78	0	0	0	未知
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		18,889,529	2.17	0	0	0	其他
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		9,195,602	1.06	0	0	0	其他

中央汇金资产管理有限责任公司		8,081,700	0.93	0	0	0	国有法人
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		5,800,044	0.67	0	0	0	其他
中国建设银行股份有限公司—银华富裕主题混合型证券投资基金		4,596,179	0.53	0	0	0	其他
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		4,000,000	0.46	0	0	0	其他
中国银行股份有限公司—易方达蓝筹精选混合型证券投资基金		4,000,000	0.46	0	0	0	其他

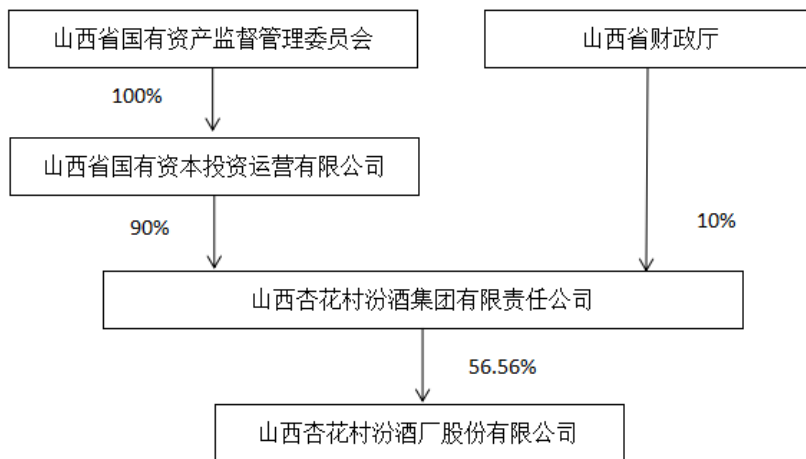
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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

报告期内，公司紧紧围绕年度工作计划，全面推进创新，统筹改革发展，各项业务延续了稳中有进、稳中向好的发展态势，实现营业收入 139.90 亿元，同比增长 17.63%；实现归属于上市公司股东的净利润 30.79 亿元，同比增长 56.39%。

（一）、深化党建引领，全面从严治党的

政治建设方面，公司以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，深入贯彻习近平总书记视察山西重要讲话重要指示、十九届五中全会和省委十一届十次等会议精神，坚持把党的领导有机融入公司治理机制，充分发挥党委“把方向、管大局、保落实”作用。思想建设方面，确定了“211985”汾酒中长期宣传战略，制定了《2020 年宣传思想文化工作要点》，开创了宣传思想文化工作新局面。组织建设方面，结合“六定”改革实际，优化组织架构，推进党支部标准化规范化建设。从严治党方面，坚持全面从严治党向纵深发展，强化政治监督，深化“大监督”体系建设和纪检监察体制改革；认真贯彻落实中央八项规定精神，大力整治“四风”，营造了风清气正的发展环境。

（二）、全面深化改革，优化治理结构

体制改革方面，持续巩固改革发展成果，纵深推进国企改革。收购集团公司所持山西杏花村汾酒集团酒业发展区股份有限公司 51% 股权，大幅减少了关联交易。

机制创新方面，全力推进“六定”改革，精简公司职能部门数量，优化公司治理结构，进一步焕发了组织活力，提升了管理效能。在营销系统深入推行“组阁聘任制”，进一步下放运营自主权，营销动力、活力得到充分释放和激发。明确系列酒公司与相关生产单位定位，进一步理顺运营模式及管理机制，提高了运营质量。引入华润高端技术人才，推进汾酒数字化建设；青花 30·复兴版成功入驻华润高端超市 Ole'，双方在市场层面进一步实现“深度融合”，战略协同效益显现成效。

（三）、实施“双轮驱动”，全国营销布局

营销布局方面，汾酒统筹全国化市场布局，持续推进“1357”市场布局策略，逐步搭建起“31 个省区+10 个直属管理区”营销组织架构，全国化布局换挡提速。强力推进“打过长江”战略布局，长江以南核心市场增速均超 50%，江、浙、沪、皖、粤等市场实现高速增长，省外市场占比持续上升，收入占比达到 57%。加速启动竹叶青大健康产业项目，逐步完善“631”重点市场布局，长江以南市场增幅超过 150%，广东市场实现亿元突破，汾酒与竹叶青“双轮驱动”初现雏形。杏花村酒持续推进“双百工程”建设，现已成功打造出 100 家百万级区县市场，基本形成了以山西为核心，河北、山东为重点的面状聚合“1+2+N”基础布局。

产品结构方面，继续坚持“抓两头、带中间”产品策略，针对青花系列，对青花 20、青花 30 两款主销产品分离运作，打造出高端化产品的全新运作模式，报告期内，高端产品青花汾酒系列同比增长 30% 以上，销售占比不断提升；针对巴拿马汾酒系列，全力推进巴拿马星火计划，梳理控价模式，筛选出核心市场整合发力，强化腰部产品发展；针对普通汾酒系列，坚持以终端突破、招商育商与推广标准动作的核心原则，山西市场强化渠道共建工程，省外市场聚焦打造新的重点市场，支持增量；配制酒系列，上市全新一代青享版和荣耀版竹叶青酒，完成了产品价格带全覆盖，进一步优化了竹叶青产品结构。

渠道管控方面，加快推进营销信息化建设，渠道动销系统、汾享会系统、汾酒防伪数字验证系统全面上线，营销精细化管理水平大幅提升，全国市场可控终端网点数量突破 85 万家；加快线上渠道建设，创新推动直播带货等线上销售新模式，京东汾酒官方旗舰店增速超过 100%，天猫汾酒官方旗舰店增速超过 60%；制定了《汾酒商超渠道发展规划》，借助数据化管理，增强了汾酒专业化运营能力；竹叶青产业公司通过营销健康链合作、异业联盟战略合作等方式，开启了“传统渠道+大数据+新零售”的全新模式。

（四）、聚焦“活态文化”，提升品牌价值

文化战略定位方面，公司确定了“中国酒魂，活态为魂”的新战略定位，为汾酒发展指明了方向。杏花村汾酒老作坊及酿造区入选第四批国家工业遗产名单，成为汾酒活态的新名片，“活态文化”战略得到进一步发展。

品牌文化提升方面，公司以“中国酒魂信仰管理体系”为指引，持续沉淀品牌价值，将汾酒

“文化”与“品质”深度融合，举办了汾酒封藏大典、“行走的汾酒 2020”文化大巡展等活动，协助汾阳市政府举办第四届（汾阳·杏花村）世界酒文化博览会，参加春糖、秋糖交易会、第十五届中国国际酒业博览会、山西品牌丝路行线上行等活动，高频多点展示汾酒形象。积极履行社会责任，汾酒公益基金为抗疫捐款捐物超 2600 万元，开展精准帮扶工作，全面完成扶贫攻坚任务，汾酒社会影响力和品牌形象力得到进一步增强。

（五）、提升管理效能，夯实复兴基础

战略管理方面，公司坚持“11936”中长期汾酒复兴战略，对“十四五”规划进行了前瞻布局、总体构思，确定了汾酒“十四五”发展目标和实施计划。

基础管理方面，整合优化管理制度、管理标准，推进公司管理体系更加科学规范、运行高效；扎实推进大安全体系建设，有效提升了应急管理能力和应急处置能力；积极推进全面预算管理，强化预算审批，提高了预算管理水平；加强法制建设，并积极开展内控整改工作，不断完善内控体系建设，提升了公司风险管控能力。包装彩印项目效果初显，实现了当年开工、当年建成、当年试产的预定目标。

人才建设方面，持续推进“33344”党员干部素质提升工程和“134”工程，秉持愚公移山的精神，用好“许三多式”干才、“李云龙式”干将、“于成龙式”干部三种人才。大力推行企业新型学徒制，全年线上线下共开展培训 1868 场次，受训人员 9.63 万人次，人才队伍的专业能力和综合素养进一步提高，为改革发展提供了坚强支撑。

板块联动方面，深化国际合作，成功与朝鲜中华总商会签约合作，成为首家进入朝鲜的中国白酒；与国际知名巧克力品牌爱顿博格全球联名推出“汾酒酒心巧克力”。原粮基地建设良性稳步发展，全年共种植三大原粮 110 余万亩，强有力地保障了汾酒原粮的品质和供给。

科研发展方面，成立专门科研小组，专注研究将智能化、信息化融入传统酿造工艺生产，优化智能化酿酒车间装备。积极推进与江南大学、中国科学院微生物研究所等机构的合作，提升酒体口感和智能化酿酒水平。“青享竹叶青酒项目”“酵母菌与乳酸菌的平衡关系定向调控汾酒发酵的新模式研发项目”分别获得“中国食品工业协会科学技术奖一等奖”、“二等奖”，汾酒荣获“2020 全国食品工业科技竞争力优秀企业”称号。

报告期内主要经营情况

公司 2020 年实现营业收入 139.90 亿元，同比增加 17.63%；实现利润总额 42.37 亿元，同比增加 44.55%，实现归属于母公司股东净利润 30.79 亿元，同比增加 56.39%。

（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	13,989,804,850.80	11,892,584,392.29	17.63
营业成本	3,895,511,990.82	3,167,698,589.76	22.98
销售费用	2,276,161,799.77	2,544,234,901.18	-10.54
管理费用	1,089,080,994.50	891,383,836.00	22.18
研发费用	16,666,449.46	22,261,634.53	-25.13
财务费用	-68,024,211.20	-102,873,976.34	不适用
经营活动产生的现金流量净额	2,009,820,403.80	2,974,066,185.31	-32.42
投资活动产生的现金流量净额	-739,801,027.06	28,055,553.51	-2736.91
筹资活动产生的现金流量净额	-1,369,402,076.58	-908,907,868.29	不适用
投资收益	-48,775,854.25	-97,798,371.62	不适用
营业利润	4,234,879,445.26	2,929,338,262.47	44.57
利润总额	4,236,616,296.40	2,930,979,956.98	44.55
所得税费用	1,120,754,493.37	814,908,049.67	37.53

净利润	3,115,861,803.03	2,116,071,907.31	47.25
归属于母公司所有者的净利润	3,079,233,696.58	1,968,933,334.26	56.39
少数股东损益	36,628,106.45	147,138,573.05	-75.11
综合收益总额	3,115,992,976.35	2,116,932,732.21	47.19
收到的税费返还	24,172,281.32	4,325,117.16	458.88
收到其他与经营活动有关的现金	139,807,485.96	86,324,520.73	61.96
支付给职工以及为职工支付的现金	2,197,862,351.97	1,652,466,095.70	33.00
收回投资所收到的现金	5,168,700,000.00	1,412,503,372.79	265.92
取得投资收益收到的现金	50,103,401.30	92,847,592.83	-46.04
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	417,704.22	20,995,812.08	-98.01
投资支付的现金	5,763,200,000.00	1,341,453,372.79	329.62
支付其他与筹资活动有关的现金	579,549,623.87	387,187,737.40	49.68

注：1、财务费用变动主要系本期收到的利息收入减少所致；

2、投资收益变动主要系本期票据贴现减少所致；

3、营业利润、利润总额、净利润增加主要系本期营业收入增加以及税金及附加减少所致；

4、所得税费用增加主要系本期收入增加、利润总额增加所致；

5、归属于母公司所有者的净利润、综合收益总额增加主要系本期营业收入增加、税负降低，净利润增加及上年度收购少数股东权益所致；

6、少数股东损益减少主要系上年收购汾酒销售公司、竹叶青公司 10%股权，少数股东损益减少所致；

7、收到的税费返还增加主要系本期产品出口退税增加所致；

8、收到其他与经营活动有关的现金增加主要系本期收到保证金增加所致；

9、支付给职工以及为职工支付的现金增加主要系本期职工人数增加、薪酬增加以及支付上年度年终绩效薪酬所致；

10、收回投资所收到的现金增加主要系本期以总额法列示收到的结构性存款，同期以净额法列示收到的结构性存款所致；

11、取得投资收益收到的现金减少主要系本期到期收回的利息同比减少所致；

12、处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额减少主要系本期处置资产减少所致；

13、投资支付的现金增加主要系本期以总额法列示购买的结构性存款，同期以净额法列示购买的结构性存款所致；

14、支付其他与筹资活动有关的现金增加主要系本期山西杏花村汾酒集团酒业发展区股份公司支付汾酒集团公司减资款所致。

15、经营活动产生的现金流量净额减少主要系本年度购买商品接受劳务及支付职工薪酬增加，票据贴现同比减少所致；

16、投资活动产生的现金流量净额减少主要系购买结构性存款和理财产品增加所致；

17、筹资活动产生的现金流量净额减少主要系支付现金分红及支付其他与筹资活动有关的现金所致。

2. 收入和成本分析

适用 不适用

(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 (%)
食品制造业	13,848,044,783.54	3,835,910,106.61	72.30	18.03	24.87	减少 1.52 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 (%)
汾酒	12,629,035,337.67	3,352,899,530.16	73.45	22.64	34.54	减少 2.35 个百分点
系列酒	565,886,742.45	267,740,897.62	52.69	-36.22	-30.59	减少 3.84 个百分点
配制酒	653,122,703.42	215,269,678.83	67.04	19.23	10.97	增加 2.45 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 (%)
省内	5,995,685,483.72	1,730,765,286.67	71.13	3.88	1.82	增加 0.58 个百分点
省外	7,852,359,299.82	2,105,144,819.94	73.19	31.74	53.43	减少 3.79 个百分点

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新修订的《企业会计准则第 14 号—收入》。按照新收入准则要求，运输费用列入主营业务成本，同时对 2019 年同比期间信息不予调整，因此公司本期营业成本相应增加，毛利率同比略有下降。

(2). 产销量情况分析表

适用 不适用

主要产品	单位	生产量	销售量	库存量	生产量比上年增减 (%)	销售量比上年增减 (%)	库存量比上年增减 (%)
汾酒	千升	102,721.32	100,455.30	56,958.40	-7.98	18.19	4.14
系列酒	千升	8,572.36	14,273.56	5,092.85	-50.64	-57.35	-52.82
配制酒	千升	7,829.99	7,068.83	6,089.42	-5.81	-2.79	14.29

产销量情况说明：

报告期内，公司对系列酒公司进行停产整顿、重新定位，产品架构进一步梳理调整，产销量有所减少，营业收入和营业成本同比减少；公司收购发展区股份公司后合并报表发生变化，系列酒产品期初库存量增加，故库存量较上期发生较大变化。

(3). 成本分析表

单位：元

分行业情况						
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本	本期金额较上年同

					比例(%)	期变动比例(%)
食品制造业	原料成本	2,246,932,355.43	57.68	1,808,701,623.78	57.10	24.23
食品制造业	人工成本	1,198,525,238.64	30.77	940,262,337.29	29.68	27.47
食品制造业	制造费用	139,817,970.58	3.59	92,974,364.09	2.94	50.38
食品制造业	燃料动力	250,634,541.96	6.43	229,906,583.33	7.26	9.02
分产品情况						
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)
汾酒	-	3,352,899,530.16	86.07	2,492,126,505.45	78.67	34.54
系列酒	-	267,740,897.62	6.87	385,732,092.66	12.18	-30.59
配制酒	-	215,269,678.83	5.53	193,986,310.39	6.12	10.97

(4). 主要销售客户及主要供应商情况

适用 不适用

前五名客户销售额 121,586.75 万元，占年度销售总额 8.69%；其中前五名客户销售额中关联方销售额 0 万元，占年度销售总额 0%。

前五名供应商采购额 84,439.31 万元，占年度采购总额 32.68%；其中前五名供应商采购额中关联方采购额 0 万元，占年度采购总额 0%。

3. 费用

适用 不适用

详见“经营情况讨论与分析”之主营业务分析

4. 研发投入

(1). 研发投入情况表

适用 不适用

单位：元

本期费用化研发投入	16,666,449.46
研发投入合计	16,666,449.46
研发投入总额占营业收入比例(%)	0.12
公司研发人员的数量	442
研发人员数量占公司总人数的比例(%)	3.50

(2). 情况说明

适用 不适用

5. 现金流

适用 不适用

详见经营情况讨论与分析”之主营业务分析

(二) 非主营业务导致利润重大变化的说明

适用 不适用

(三) 资产、负债情况分析

适用 不适用

1. 资产及负债状况

单位：元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例 (%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例 (%)	本期期末金额较上期期末变动比例 (%)	情况说明
应收账款	1,682,997.20	0.01	6,417,017.73	0.04	-73.77	主要系本期收回前期货款所致。
应收款项融资	4,280,178,031.48	21.64	2,784,575,398.97	16.65	53.71	主要系本期收入增加,收到的银行承兑汇票增加所致。
其他应收款	140,781,985.58	0.71	34,741,548.71	0.21	305.23	主要系因业务合作关系,应收合作方款项增加所致。
其他流动资产	308,356,521.53	1.56	529,580,717.12	3.17	-41.77	主要系期末理财产品余额减少所致。
递延所得税资产	1,126,833,910.87	5.70	834,612,281.47	4.99	35.01	主要系预收货款确认的递延所得税资产增加所致。
应交税费	1,795,736,202.57	9.08	1,238,745,252.75	7.41	44.96	主要系本期销售增加产生的税费增加所致。
递延收益	28,090,000.00	0.14	12,050,000.00	0.07	133.11	主要系本期收到政府新动能专项资金补助所致。
递延所得税负债	30,571,179.78	0.15	15,340,372.19	0.09	99.29	主要系对固定资产一次性计入成本所确认的递延所得税负债增加所致。
资本公积	204,081,023.91	1.03	337,159,577.58	2.02	-39.47	主要系同一控制下向汾酒集团公司购买的山西杏花村汾酒集团酒业发展区股份公司 51%股权所致。
未分配利润	8,288,572,591.88	41.91	5,993,714,334.70	35.85	38.29	主要系本期销售收入增加,净利润增加所致。

2. 截至报告期末主要资产受限情况

适用 不适用

3. 其他说明

适用 不适用

(四) 行业经营性信息分析

适用 不适用

详见酒制造行业经营性信息分析

酒制造行业经营性信息分析

1 行业基本情况

适用 不适用

根据国家统计局数据，2020年全国规模以上白酒企业完成酿酒总产量740.73万千升，同比下降2.46%；实现销售收入5,836.39亿元，同比增长4.61%；实现利润总额1,585.41亿元，同比增长13.35%。

2 产能状况

现有产能

适用 不适用

主要工厂名称	设计产能	实际产能
公司本部	160,000 千升	120,000 千升
系列酒公司等	33,000 千升	25,000 千升

在建产能

适用 不适用

单位：万元 币种：人民币

在建产能名称	计划投资金额	报告期内投资金额	累积投资金额
保健酒联合包装车间及成品物流中心	41,130.30	4,446.86	32,626.72

产能计算标准

适用 不适用

根据公司车间现有的固定资产配备情况以及设备性能、工作时间测算成品酒产能。

3 产品期末库存量

适用 不适用

单位:千升

成品酒	半成品酒（含基础酒）
68,140.67	150,846.76

报告期内，公司中国汾酒城原酒生产项目开始投入运营，原酒产量和存储量大幅增加，为公司持续高质量发展提供了有力保障。

存货减值风险提示

适用 不适用

4 产品情况

适用 不适用

单位:万元 币种:人民币

产品档次	产量 (千升)	同比 (%)	销量 (千升)	同比 (%)	产销率 (%)	销售收入	同比 (%)	主要代表品牌
汾酒	102,721.32	-7.98	100,455.30	18.19	97.79	1,262,903.53	22.64	青花汾酒系列、巴拿马金奖系列、老白汾酒系列、普通汾酒系列
系列酒	8,572.36	-50.64	14,273.56	-57.35	166.51	56,588.67	-36.22	杏花村酒系列、杏花村清酒、杏花村福酒、杏花源等
配制酒	7,829.99	-5.81	7,068.83	-2.79	90.28	65,312.27	19.23	竹叶青酒系列

产品档次划分标准

适用 不适用

产品结构变化情况及经营策略

适用 不适用

5 原料采购情况

(1). 采购模式

适用 不适用

酿酒原材料通过合作模式采购，由原粮基地供应；包装材料通过市场模式采购。

(2). 采购金额

适用 不适用

单位:万元 币种:人民币

原料类别	当期采购金额	上期采购金额	占当期总采购额的比重 (%)
酿酒原材料	97,680.28	97,983.41	37.80
包装材料	137,534.78	153,854.43	53.22
能源	22,063.45	23,196.23	8.54
其他	1,140.01	1,108.03	0.44

6 销售情况

(1). 销售模式

适用 不适用

公司实行以厂方为主导、厂商共建的营销模式，地区级、县级经销商为主体，辅以专卖店加盟、直销、电商、新零售方式相结合的销售模式。

(2). 销售渠道

适用 不适用

单位：万元 币种：人民币

渠道类型	本期销售收入	上期销售收入	本期销售量 (千升)	上期销售量 (千升)
直销(含团购)	75,636.28	138,828.09	6,515.12	13,616.70
批发代理	1,233,218.91	1,005,307.22	108,235.94	109,522.72
电商	75,949.29	29,106.75	7,046.63	2,593.17

注：本期直销收入减少主要系公司根据业务整合需要，撤销子公司部分专卖店直销渠道，并划入批发代理渠道进行统一管理。

(3). 区域情况

适用 不适用

单位：万元 币种：人民币

区域名称	本期销售收入	上期销售收入	本期占比 (%)	本期销售量 (千升)	上期销售量 (千升)	本期占比 (%)
省内	599,568.55	577,197.39	43.30	50,003.93	66,219.42	41.05
省外	785,235.93	596,044.67	56.70	71,793.76	59,513.17	58.95

区域划分标准

适用 不适用

(4). 经销商情况

适用 不适用

单位：个

区域名称	报告期末经销商数量	报告期内增加数量
省内	645	3
省外	2,251	404

情况说明

适用 不适用

经销商管理情况

适用 不适用

公司经销商实行分类管理，并根据公司的考核办法进行年度考核。

(5). 线上销售情况

适用 不适用

单位：万元 币种：人民币

线上销售平台	本期销售收入	上期销售收入	同比(%)
电商	75,949.29	29,106.75	160.93

注：报告期内，公司加大线上渠道建设，创新推动直播带货与线上销售新模式，带动电商收入大幅增加。

未来线上经营战略

适用 不适用

7 公司收入及成本分析

(1). 按不同类型披露公司主营业务构成

适用 不适用

单位：元 币种：人民币

划分类型	营业收入	同比 (%)	营业成本	同比 (%)	毛利率 (%)	同比 (%)
按产品档次						
汾酒	12,629,035,337.67	22.64	3,352,899,530.16	34.54	73.45	减少 2.35 个百分点
系列酒	565,886,742.45	-36.22	267,740,897.62	-30.59	52.69	减少 3.84 个百分点
配制酒	653,122,703.42	19.23	215,269,678.83	10.97	67.04	增加 2.45 个百分点
小计	13,848,044,783.54	-	3,835,910,106.61	-	-	-
按地区分部						
省内	5,995,685,483.72	3.88	1,730,765,286.67	1.82	71.13	增加 0.58 个百分点
省外	7,852,359,299.82	31.74	2,105,144,819.94	53.43	73.19	减少 3.79 个百分点
小计	13,848,044,783.54	-	3,835,910,106.61	-	--	-

情况说明

适用 不适用

(2). 成本情况

适用 不适用

单位：元 币种：人民币

成本构成项目	本期金额	上期金额	本期占总成本比例(%)	同比 (%)
原料成本	2,246,932,355.43	1,808,701,623.78	57.68	24.23
人工成本	1,198,525,238.64	940,262,337.29	30.77	27.47
制造费用	139,817,970.58	92,974,364.09	3.59	50.38
燃料动力	250,634,541.96	229,906,583.33	6.43	9.02
合计	3,835,910,106.61	3,071,844,908.49	98.47	-

情况说明

适用 不适用

8 其他情况

适用 不适用

(1) 销售费用

单位：元

项目	本期发生额	上期发生额
职工薪酬	519,402,189.44	381,870,353.86
低值易耗品摊销	1,003,872.03	2,088,142.70
差旅费	55,240,042.12	57,668,830.25
综合服务费	79,893,422.21	69,443,264.07
会议费	25,985,519.69	19,948,486.65
租赁费	26,661,437.03	31,424,112.68
劳务费	190,872,717.34	155,353,256.45
业务招待费	6,421,747.18	7,251,476.35
销售奖励费	5,490.00	93,965.00
折旧费	381,763.95	353,407.39
办公费	4,409,905.53	4,876,148.16
广告及业务宣传费	1,275,400,711.20	1,605,638,792.57

展览费	12,901,738.68	9,668,368.76
售后服务费	1,415,827.64	930,773.92
运输费		131,282,886.61
装卸费	396,882.38	1,247,750.90
仓储费	64,657,371.85	54,883,723.19
其他	11,111,161.50	10,211,161.67
合计	2,276,161,799.77	2,544,234,901.18

(2) 广告费用

单位：万元

广告费用构成项目	本期金额	本期占广告费用比例 (%)
全国性广告费用	11,413.26	44.50
地区性广告费用	14,233.81	55.50
合计	25,647.07	100.00

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

1. 会计政策变更

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
2017年7月5日，财政部修订并发布了《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”），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。	公司第八届董事会第四次会议	

会计政策变更说明：

本公司自2020年1月1日起执行财政部2017年修订的《企业会计准则第14号-收入》，变更后的会计政策详见公司2020年年度报告财务附注四。

根据新收入准则的衔接规定，首次执行该准则的累计影响数调整首次执行当期期初（2020年1月1日）留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

执行新收入准则对本期期初资产负债表相关项目的影响列示如下：

项目	2019年12月31日	累积影响金额			2020年1月1日
		重分类	重新计量	小计	
预收款项	2,840,154,240.34	-2,840,154,240.34		-2,840,154,240.34	

项目	2019年12月31日	累积影响金额			2020年1月1日
		重分类	重新计量	小计	
合同负债		2,513,410,832.16		2,513,410,832.16	2,513,410,832.16
其他流动负债		326,743,408.18		326,743,408.18	326,743,408.18

执行新收入准则对2020年12月31日合并资产负债表的影响如下：

项目	报表数	假设按原准则	影响
预收款项		3,510,848,163.64	-3,510,848,163.64
合同负债	3,106,945,277.56		3,106,945,277.56
其他流动负债	403,902,886.08		403,902,886.08

执行新收入准则对2020年度合并利润表的影响如下：

项目	报表数	假设按原准则	影响
营业成本	3,895,511,990.82	3,753,983,385.99	141,528,604.83
销售费用	2,276,161,799.77	2,417,690,404.6	-141,528,604.83

2. 会计估计变更

本报告期主要会计估计未发生变更。

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

本期纳入合并财务报表范围的子公司共30户，具体包括：

序号	子公司名称	子公司类型	级次	持股比	表决权
1	山西杏花村汾酒销售有限责任公司	全资子公司	一级	100.00	100.00
1-1	山西汾酒创意定制有限公司	控股子公司	二级	51.00	70.00
1-2	上海杏花村汾酒销售有限责任公司	控股子公司	二级	55.00	55.00
1-3	上海杏花村汾酒企业管理有限公司	参股子公司	二级	40.00	51.00
1-4	山西杏花村汾酒商贸有限责任公司	全资子公司	二级	100.00	100.00
2	山西杏花村竹叶青产业有限责任公司	全资子公司	一级	100.00	100.00
2-1	竹叶青酒（北京）有限公司	全资子公司	二级	100.00	100.00
3	山西杏花村汾酒厂系列酒有限公司	全资子公司	一级	100.00	100.00
3-1	山西杏花村宝泉涌有限责任公司	控股子公司	二级	51.00	51.00
4	山西杏花村汾酒原粮基地管理有限责任公司	控股子公司	一级	95.55	95.55

5	山西杏花村包装有限责任公司	全资子公司	一级	100.00	100.00
6	山西沁汾农牧科技开发有限公司	全资子公司	一级	100.00	100.00
7	山西杏花村汾酒科技开发有限责任公司	全资子公司	一级	100.00	100.00
8	山西酒类产品质量检测中心（有限责任公司）	全资子公司	一级	100.00	100.00
9	山西杏花村汾酒国际贸易有限责任公司	全资子公司	一级	100.00	100.00
9-1	山西长风国茂汾酒销售有限公司	全资子公司	二级	100.00	100.00
9-2	山西龙城国茂汾酒销售有限公司	全资子公司	二级	100.00	100.00
9-3	大同长风汾酒销售有限公司	全资子公司	二级	100.00	100.00
9-4	朔州国茂汾酒销售有限公司	全资子公司	二级	100.00	100.00
9-5	北京华夏三晋杏花村汾酒专卖店有限公司	全资子公司	二级	100.00	100.00
9-6	大连杏花村酒业有限公司	全资子公司	二级	100.00	100.00
10	山西杏花村酒销售有限责任公司	全资子公司	一级	100.00	100.00
11	山西杏花村酒家连锁管理有限公司	全资子公司	一级	100.00	100.00
12	山西杏花村金安商贸有限责任公司	控股子公司	一级	80.00	80.00
12-1	吕梁汾玉商贸有限公司	控股子公司	二级	98.00	98.00
12-1-1	汾阳市涌泉商贸有限公司	控股子公司	三级	70.00	70.00
13	山西杏花村汾酒厂汾青有限公司	全资子公司	一级	100.00	100.00
13-1	孝义市金杏林商贸有限责任公司	全资子公司	二级	100.00	100.00
14	山西杏花村汾酒集团酒业发展区股份有限公司	控股子公司	一级	51.00	51.00
14-1	山西杏花村汾酒集团酒业发展区人力资源有限公司	控股子公司	二级	90.00	90.00

子公司的持股比例不同于表决权比例的原因、以及持有半数或以下表决权但仍控制被投资单位的依据说明详见公司 2020 年年度报告“附注九、在其他主体中的权益（一）在子公司中权益”。

本期纳入合并财务报表范围的主体较上期相比，增加 2 户，其中：

1. 本期新纳入合并范围的子公司、特殊目的主体、通过受托经营或承租等方式形成控制权的经营实体

名称	变更原因
山西杏花村汾酒集团酒业发展区股份有限公司	同一控制下企业合并
山西杏花村汾酒集团酒业发展区人力资源有限公司	同一控制下企业合并

2. 本期不再纳入合并范围的子公司、特殊目的主体、通过委托经营或出租等方式丧失控制权的经营实体：无