

公司代码：600238

公司简称：ST 椰岛

**海南椰岛（集团）股份有限公司**  
**2019 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 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 中审众环会计师事务所（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

经中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司 2019 年度合并报表中归属于母公司股东的净利润为-267,662,253.30 元。鉴于公司 2019 年度合并报表中归属于母公司股东净利润为负，根据《公司章程》、中国证监会《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》、《上海证券交易所上市公司现金分红指引》及相关规定，公司拟 2019 年度不进行利润分配，不进行资本公积金转增股本。

## 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椰岛	600238	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	杨鹏	蔡专
办公地址	海南省海口市秀英区药谷二期药谷二横路2号	海南省海口市秀英区药谷二期药谷二横路2号
电话	089866532987	089866532987
电子信箱	yedaohainan@163.com	yedaohainan@163.com

### 2 报告期公司主要业务简介

#### （一）公司从事的主要业务及产品

公司主营业务为酒类产品的生产和销售，主要产品有健康保健酒“椰岛鹿龟酒”与“椰岛海王酒”，白酒“海口大曲”与“椰岛原浆”等，同时公司布局椰汁类生态饮品和软饮料（非碳酸），

并开展商品贸易与供应链业务协同发展。

## （二）经营模式

### 1、酒类业务

酒类业务的经营模式为“研采产销管”模式，按照上下游产业链，划分为“科技研发—原料采购—成品生产—市场销售—客户管理”等五个环节。

（1）研发模式：公司设立品控中心进行生产工艺及产品研发工作，公司新产品研发以市场需求为导向，通过销售部门的反馈和市场调研，品控中心根据市场需求提出新产品研发方案及计划，负责新产品酒体开发研制与老产品改良，结合椰岛传统中药材酿泡工艺，确定产品配方及技术标准。

（2）采购模式：公司原材料均采取市场采购模式，大部分原料采取合格供应商管理模式，在合格供应商中采取竞标报价进行采购，多种采购模式均以质量、服务及成本的管控为中心进行。酒业公司采购部根据公司生产与销售计划开展相关物资的采购业务，公司建立《供应商选择管理办法》，通过询价、比价及洽谈等方式确定供应商及采购价格，按照《供应商考核奖励管理办法》、《供应商评估管理办法》对供应商实施考核管理，建立奖励与淘汰机制，保证供应商所提供产品的质量、价格和服务。

（3）生产模式：公司成品酒生产流程包括酿造、酒体设计、酒液配制、灌装四个环节。根据酒业公司发展战略和市场需求，制定年度酿酒生产计划，由各酿酒车间组织实施；原酒经过分级后在不锈钢罐中与中药材提取精华融合后，封闭储存四个月以上进行老熟，老熟后开始进行成品酒灌装，公司根据市场订单和销售规划确定成品酒生产计划，由灌装车间负责实施。

（4）销售模式：公司因地制宜，结合市场经销商实力，采取直营+省级代理商、地市级代理商、县级代理商相结合的多元化、灵活的招商布局方式，合理设计经销价格层级和政策，给与合作客户广阔的发展空间。针对传统区域和传统产品，采用直营+省级代理的经销商模式，并由公司牵头以省级代理商为依托开发市级、县级经销商；针对新开拓区域，采用地级或县级代理模式；新开发产品，以地级代理体系面向所有社会经销商招商。在经销商模式下，销售公司在销售区域内选择优质经销商合作，签订经销协议，由经销商负责约定区域内指定产品的仓储、分销、配送、推广，并向终端门店或二级批发商提供配套服务，配合公司落实相关营销政策。除传统渠道外，椰岛鹿龟酒高端产品面向特定大客户实施定制专销策略；在电商平台，与天猫、京东进行战略合作，授权第三方电商专营团队开展电商营销。

（5）经销商管理模式：进一步加强对经销商的目标牵引和考核，根据年度目标，进行季度分

解，根据考核结果，实施调整经销区域、降低经销资质直至取消经销权的奖惩措施。公司全面引入基于产品一瓶一码的二维码管控体系，保证每一瓶产品的防伪和溯源，将过去基于公司前线库的管理推进到经销商的二级库管理，提升了对产品的库存管理水平。实施全国统一渠道价格体系，加强了对物流的管控力度。

## 2、饮料板块

饮料业务主要采取自主研发、公司直营销售的经营模式，主要销售渠道是餐饮及其它流通渠道，包括副食、商超、便利店及学校等销售渠道。

## 3、贸易与供应链板块

公司以大宗农产品国际国内贸易为主，服务农产品上下游产业链客户；品种有棕榈油、豆油、菜油、玉米等。经营模式为国际贸易与国内贸易相结合，既做国际进口，也在黄埔南沙港、张家港、天津港等国内主要港口进行现货采购销售，范围辐射华南、华东长江流域和华北山东市场。上下游客户以央企（如中粮、中储粮）、外资企业（如益海嘉里、美国嘉吉）及行业内口碑民企为主，信誉良好供求关系稳定，同时利用期货套期保值或套利交易的模式规避市场风险。

### （三）行业情况

根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754—2011）和中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），依据公司主营业务、主要产品的具体情况，公司所处行业大类为“酒、饮料和精制茶制造业”。

#### 1、健康保健酒行业发展情况

从酒类市场规模上看，数据显示，2019年1-12月，全国酿酒行业规模以上企业酿酒总产量5590.13万千升，同比增长0.30%。分酒种看，全国规模以上白酒企业总产量785.95万千升，同比下降0.76%；啤酒企业总产量3765.29万千升，同比增长1.09%；葡萄酒企业总产量45.15万千升，同比下降10.09%；发酵酒精产量691.58万千升，同比下降2.50%。

据《中国养生酒发展白皮书》指出国际上保健酒、养生酒、营养酒的消费量约占酒类（含白酒、葡萄酒、果酒等）消费总量的12%，中国养生酒不足行业销售规模的3%。从保健酒产量来看，2010年全国保健酒产量仅为18.42万千升，2014年全国保健酒产量突破70万千升，达到78.55万千升，同比增长44.66%。2017年全国保健酒产量增长至88.82万千升，同比增长10.23%。截至2018年全国保健酒产量达到97.68万千升，同比增长9.97%。由此可见，健康养生保健酒市场未来存在巨大的增长空间。

从保健酒行业市场规模来看，我国保健酒行业市场规模一直保持稳定的增长趋势。数据显示，

2010-2018 年中国保健酒行业市场规模由 67.5 亿元增长至 356.4 亿元，保健酒行业仍旧处于发展的成长期，市场扩张增长速度很快。预计 2020 年中国保健酒行业市场规模将达 437 亿元。

从消费需求来看，随着社会公众对保健酒的认识及接受度提高，保健酒正受到越来越多人喜爱，且随着人口老龄化程度的加深、亚健康现象的凸显、公共卫生事件引发的健康关注与需求，人们对养生保健酒消费需求日益增加，未来具有健康养生特性、成熟品牌保健酒将迎来最佳的发展期。

## 2、椰子汁及软饮料行业发展情况

椰子汁产品是公司大健康产业的另一重要平台，隶属于植物蛋白饮料，不仅极具海南特色，而且符合健康饮料市场发展潮流和趋势。公司也积极布局市场规模庞大的其他软饮料，寻找新的增长点。

从政策环境来看，我国经济已进入高质量、平稳、健康运行，在扩大内需的大环境下，商务部提出在扩大内需、拉动消费方面，将大力发展食品饮料制造业，以消费促发展。党的“十八大”报告提出“要牢牢把握扩大内需这一战略基点，加快建立扩大消费需求长效机制，释放居民消费潜力”，国家扩大内需的方针为植物蛋白饮料和其他软饮料发展带来新空间。从行业规模来看，根据前瞻产业研究院发布的《2017-2022 年中国植物蛋白饮料行业市场需求与投资规划分析报告》数据显示，2007 年以来各饮料子行业增速最快的是植物蛋白饮料，2007-2016 年复合增速达 24.5%，在整个饮料行业的占比上升 8.79%，达到 18.69%。2011 年植物蛋白饮料行业企业产量仅为 35.65 亿升，2017 年产量达 73.56 亿升，2018 年产量达 82.76 亿升，同比增长 13%。据前瞻产业研究院发布的《中国软饮料行业产销需求与投资预测分析报告》统计数据显示，2012 年我国软饮料行业市场规模已达 4715.92 亿元，并呈现逐年快速增长态势，2016 年我国软饮料行业市场规模增长至高峰为 6553.41 亿元，同比增长 7.45%。截止至 2018 年底我国软饮料行业市场规模达到了 6439.61 亿元，较上年增长 1.20%。从消费需求来看，随着人们对生活品质的追求不断提高，对健康的诉求越来越强，体现在饮料方面，从“好喝”向“喝好”转变，饮料行业未来消费升级的方向是营养和健康，尤其碳酸饮料将面临口感老化、影响骨骼发育和身体健康等因素，植物蛋白饮料和非碳酸类软饮料相比具备明显的优势。随着我国居民收入的不断增长和消费者观念的逐渐转变，植物蛋白饮料和非碳酸类软饮料（如瓶装饮用水等）已经取代碳酸饮料的龙头地位，在中国软饮料市场上占据了最大的份额。从增长空间来看，中国植物蛋白饮料人均消费量低，对比发达市场仍有提升空间。中国目前植物蛋白饮料的人均年消费量只有 3.2kg，对比台湾地区的 5.3kg 和香港地区的 11.3kg 仍存在发展空间。香港台湾地区有较好的植物蛋白饮料消费习惯，且植物蛋白饮料绿色营养健康的形象受到不少素食主义者的青睐。西方社会对植物基产品需求增长强劲，美国植物

性食品在过去一年中增长为 11%，过去两年中增长为 31%，增长迅速。软饮料在 2017、2018 年连续两年产量出现下降，但是销量在 2018 年却并没有延续下降趋势。2018 年，我国软饮料行业销量为 15634.8 万吨，较上年同比增长 6.87%，企业积压库存得到处理，在一定程度上减轻了企业的生产成本和发展压力，销量继续保持增长也证明了下游市场需求依旧庞大。

随着植物蛋白饮料受关注度的提升和软饮料市场规模的稳定爬坡，公司未来将持续发挥椰岛品牌优势，进一步提升产品品质，加强渠道建设和市场投入，将椰岛打造成饮品市场的强有力的竞争者。

### 3、贸易业务行业发展情况

2019 年，中美贸易战硝烟再起，加征关税此起彼伏，中国对美方采取的加征农产品关税措施，加速了部分进口农产品价格的剧烈波动，传导效应也导致了大宗商品市场价格波动幅度扩大。后期随着贸易摩擦的逐步降温，大宗商品的交易也逐步回稳。据海关统计，2019 年，在全球经贸风险和不确定性加剧的背景下，我国不断优化外贸结构和营商环境，企业创新挖潜多元化市场，外贸继续保持稳中提质势头。全年我国外贸进出口总值 31.54 万亿元人民币，同比增长 3.4%，全年出口、进口均创历史新高。其中，出口 17.23 万亿元，增长 5%；进口 14.31 万亿元，增长 1.6%；贸易顺差 2.92 万亿元，扩大 25.4%。

展望未来，外部环境仍是复杂多变的，在全球政治经济及贸易格局不稳定的背景下，加上全球疫情的影响，各经济主体的增长或出现一定的放缓，可能会导致大宗商品贸易的需求端有一定的下滑，供给端受需求影响可能会有出现产能过剩，出现库存高位等情况。而我国正处于加速产业调整期，稳经济、调结构、促增长的改革期，长期稳中向好的发展势头没有根本变化，加上海南自由贸易政策的落地推进，预计能够为大宗商品贸易带来较好的发展机遇。

## 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

	2019年	2018年	本年比上年 增减(%)	2017年
总资产	1,181,621,994.22	1,464,175,615.19	-19.30	1,928,741,261.16
营业收入	625,421,220.55	705,992,536.72	-11.41	1,142,950,384.73
归属于上市公司股东的净利润	-267,662,253.30	40,513,259.96	-760.68	-106,154,174.70
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益	-270,890,794.40	-207,218,832.91		-126,942,043.53

的净利润				
归属于上市公司股东的净资产	530,702,178.15	798,428,470.48	-33.53	758,106,503.95
经营活动产生的现金流量净额	-93,008,995.26	-314,860,341.40		-217,006,263.74
基本每股收益(元/股)	-0.60	0.09	-766.67	-0.24
稀释每股收益(元/股)	-0.60	0.09	-766.67	-0.24
加权平均净资产收益率(%)	-40.27	5.20	减少45.47个百分点	-13.09

### 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	199,470,542.20	179,540,083.92	193,945,837.08	52,464,757.35
归属于上市公司股东的净利润	-19,045,995.95	-53,748,580.16	-57,190,022.69	-137,677,654.50
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-21,270,796.72	-55,032,703.53	-57,937,691.45	-136,649,602.70
经营活动产生的现金流量净额	-120,036,007.13	1,205,739.23	-48,272,948.07	74,094,220.71

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)		15,631					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)		15,655					
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	
北京东方君盛投资管	0	93,410,473	20.84		冻结	93,410,473	境内非国

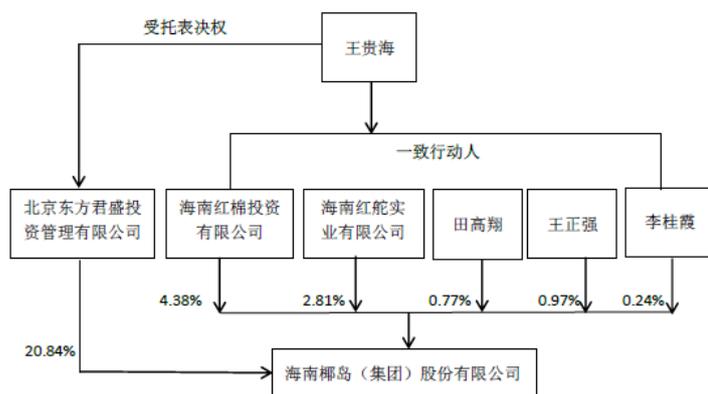
理有限公司							有法人
海口市国有资产经营有限公司	0	78,737,632	17.57		无		国有法人
海南红棉投资有限公司	19,616,055	19,616,055	4.38		无		境内非国有法人
海南红舵实业有限公司	12,584,335	12,584,335	2.81		无		境内非国有法人
肖丽雯	1,264,930	8,717,400	1.94		无		境内自然人
邓亚平	0	5,538,871	1.24		质押	5,538,871	境内自然人
曲锋	0	5,517,004	1.23		质押	5,517,004	境内自然人
张雪		5,508,800	1.23		无		境内自然人
海口汇翔健康咨询服务中心（有限合伙）	0	4,648,381	1.04		质押	4,648,381	境内非国有法人
王正强	4,331,600	4,331,600	0.97		无		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	2019年6月19日，东方君盛与王贵海签署表决权委托协议，将东方君盛持有的93,410,473股海南椰岛表决权委托给王贵海。2019年9月，东方君盛委托其时任法定代表人李桂霞增持海南椰岛股份1,076,000股。公司实际控制人王贵海通过受托东方君盛表决权及控制的海南红棉投资有限公司、海南红舵实业有限公司与一致行动人田高翔、王正强、李桂霞持有的股份合计134,459,814股，占公司总股本的29.9999%。曲锋现任公司董事、常务副总经理；邓亚平现任公司监事会主席；海口汇翔健康咨询服务中心（有限合伙）为公司部分董事、监事、高管增持主体；未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

#### 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

2019 年度公司实现营业收入 62,542.12 万元，同比减少 8,057.13 万元，减幅 11.41%，主要是本期酒类和房地产收入大幅减少所致。其中：酒类收入 16,006.35 万元，同比上年同期 31,594.15 万元减少 49.34%，主要受市场竞争加剧影响，公司酒类业务产品市场销售加剧下滑，新产品市场推广未达预期。同时，公司为优化市场秩序，实现扁平化市场管理，调整经销模式，核心客户发生较大变化，导致酒类业务营收同比大幅下滑；而相较于上年同期 3,651.21 万元销售收入，本期房地产主要是受限购政策影响及存量房较少所致基本未能实现销售；贸易收入 40,011.33 万元，同比上年同期 28,140.19 万元增加 42.19%；饮料收入 6,114.37 万元，同比上年同期 6,483.03 万元减少 5.69%。

由于营业收入下滑毛利贡献下降，同时计提存货跌价准备和确认应收款项信用减值，公司本年度归属母公司股东的净利润-26,766.23 万元。

#### 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执行新金融工具准则导致的会计政策变更

财政部于2017年3月31日分别发布了《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量（2017年修订）》（财会〔2017〕7号）、《企业会计准则第23号——金融资产转移（2017年修订）》（财会〔2017〕8号）、《企业会计准则第24号——套期会计（2017年修订）》（财会〔2017〕9号），于2017年5月2日发布了《企业会计准则第37号——金融工具列报（2017年修订）》（财会〔2017〕14号）（上述准则统称“新金融工具准则”），要求境内上市企业自2019年1月1日起执行新金融工具准则。

经本公司第七届董事会第三十六次会议于2019年4月22日决议通过，本集团于2019年1月1日起开始执行前述新金融工具准则。

在新金融工具准则下所有已确认金融资产，其后续均按摊余成本或公允价值计量。在新金融工具准则施行日，以本集团该日既有事实和情况为基础评估管理金融资产的业务模式、以金融资产初始确认时的事实和情况为基础评估该金融资产上的合同现金流量特征，将金融资产分为三类：按摊余成本计量、按公允价值计量且其变动计入其他综合收益及按公允价值计量且其变动计入当期损益。其中，对于按公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资，当该金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失将从其他综合收益转入留存收益，不计入当期损益。

在新金融工具准则下，本集团以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、租赁应收款及财务担保合同计提减值准备并确认信用减值损失。

本集团追溯应用新金融工具准则，但对于分类和计量（含减值）涉及前期比较财务报表数据与新金融工具准则不一致的，本集团选择不进行重述。因此，对于首次执行该准则的累积影响数，本集团调整2019年年初留存收益或其他综合收益以及财务报表其他相关项目金额，2018年度的财务报表未予重述。

执行新金融工具准则对本集团的主要变化和影响如下：

——本集团于2019年1月1日及以后将持有的部分非交易性股权投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，列报为其他非流动金融资产。

##### A、首次执行日前后金融资产分类和计量对比表

###### a、对合并财务报表的影响

2018年12月31日（变更前）			2019年1月1日（变更后）		
项目	计量类别	账面价值	项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	196,064,260.28	货币资金	摊余成本	196,064,260.28

2018年12月31日(变更前)			2019年1月1日(变更后)		
项目	计量类别	账面价值	项目	计量类别	账面价值
应收票据	摊余成本	55,300,206.00	应收票据	摊余成本	55,300,206.00
应收账款	摊余成本	74,927,181.45	应收账款	摊余成本	74,927,181.45
其他应收款	摊余成本	122,925,512.03	其他应收款	摊余成本	122,925,512.03
可供出售金融资产	以成本计量(权益工具)	6,349,540.00	其他非流动金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	6,349,540.00

b、对公司财务报表的影响

2018年12月31日(变更前)			2019年1月1日(变更后)		
项目	计量类别	账面价值	项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	152,033,633.40	货币资金	摊余成本	152,033,633.40
应收账款	摊余成本	67,534,321.61	应收账款	摊余成本	67,534,321.61
其他应收款	摊余成本	670,078,140.68	其他应收款	摊余成本	670,078,140.68
可供出售金融资产	以成本计量(权益工具)	349,540.00	其他非流动金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	349,540.00

B、首次执行日，原金融资产账面价值调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新金融资产账面价值的调节表

a、对合并报表的影响

项目	2018年12月31日(变更前)	重分类	重新计量	2019年1月1日(变更后)
<b>摊余成本:</b>				
<b>应收票据</b>	55,300,206.00			
减: 转出至应收款项融资				
重新计量: 预计信用损失准备				
按新金融工具准则列示的余额				55,300,206.00
<b>应收账款</b>	74,927,181.45			
减: 转出至应收款项融资				
重新计量: 预计信用损失准备				

项目	2018年12月31日 (变更前)	重分类	重新计量	2019年1月1日 (变更后)
按新金融工具准则列示的余额				74,927,181.45
<b>其他应收款</b>	122,925,512.03			
重新计量：预计信用损失准备				
按新金融工具准则列示的余额				122,925,512.03
<b>可供出售金融资产（原准则）</b>	6,349,540.00			
减：转出至其他非流动金融资产		6,349,540.00		
按新金融工具准则列示的余额				
<b>其他非流动金融资产</b>				
加：自可供出售金融资产（原准则）转入		6,349,540.00		
按新金融工具准则列示的余额			5	6,349,540.00

b、对公司财务报表的影响

项目	2018年12月31日 (变更前)	重分类	重新计量	2019年1月1日 (变更后)
<b>摊余成本：</b>				
<b>应收账款</b>	67,534,321.61			
减：转出至应收款项融资				
重新计量：预计信用损失准备				
按新金融工具准则列示的余额				67,534,321.61
<b>其他应收款</b>	670,078,140.68			
重新计量：预计信用损失准备				
按新金融工具准则列示的余额				670,078,140.68
<b>可供出售金融资产（原准则）</b>	349,540.00			
减：转出至其他非流动金融资产		349,540.00		
按新金融工具准则列示的余额				
<b>其他非流动金融资产</b>				
加：自可供出售金融资产（原准则）转入		349,540.00		
按新金融工具准则列示的余额				349,540.00

C、首次执行日，金融资产减值准备调节表

a、对合并报表的影响

计量类别	2018年12月31日(变	重分类	重新计量	2019年1月1日(变
------	---------------	-----	------	-------------

	变更前)			变更后)
摊余成本:				
应收账款减值准备	33,897,307.78			33,897,307.78
其他应收款减值准备	62,119,374.19			62,119,374.19

b、对公司财务报表的影响

计量类别	2018年12月31日(变更前)	重分类	重新计量	2019年1月1日(变更后)
摊余成本:				
应收账款减值准备	1,350,735.18			1,350,735.18
其他应收款减值准备	41,679,425.48			41,679,425.48

D、对2019年1月1日留存收益和其他综合收益的影响

项目	合并未分配利润	合并盈余公积	合并其他综合收益
2018年12月31日	93,623,281.50	131,272,609.98	-2,153,475.67
1、将可供出售金融资产重分类为其他非流动资产并重新计量			
2、应收款项减值的重新计量			
应收账款			
其他应收款			
2019年1月1日	93,623,281.50	131,272,609.98	-2,153,475.67

②财务报表格式变更

财政部于2019年4月、9月分别发布了《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6号)、《关于修订印发合并财务报表格式(2019版)的通知》(财会[2019]16号),对一般企业财务报表、合并财务报表格式作出了修订,根据本公司第七届董事会第四十二次会议决议通过,本集团已根据要求按照一般企业财务报表格式(适用于已执行新金融准则、新收入准则和新租赁准则的企业)、合并财务报表格式编制财务报表。主要变化如下:

A、将“应收票据及应收账款”行项目拆分为“应收票据”行项目及“应收账款”行项目;将“应付票据及应付账款”行项目拆分为“应付票据”行项目及“应付账款”行项目;B、新增“应收款项融资”行项目;C、列报于“其他应收款”或“其他应付款”行项目的应收利息或应付利息,仅反映相关金融工具已到期可收取或应支付,但于资产负债表日尚未收到或支付的利息;基于实际利率法计提的金融工具的利息包含在相应金融工具的账面余额中;D、将“资产减值损失”、“信用减值损失”行项目自“其他收益”行项目前下移至“公允价值变动收益”行项目后,并将“信用减值损失”行项目列于“资产减值损失”行项目之前;E、“投资收益”行项目的其中项新增“以摊余成本计量的金融资产终止确认收益”行项目。本集团根据上述列报要求相应追溯重述

了比较报表。

③其他会计政策变更

本集团自2019年6月10日起执行经修订的《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》，自2019年6月17日起执行经修订的《企业会计准则第12号——债务重组》。该项会计政策变更采用未来适用法处理。

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

截至2019年12月31日，本集团纳入合并范围的子公司共38户，详见本附注九“在其他主体中的权益”。本集团本年合并范围比上年增加6户，减少0户，详见本附注八“合并范围的变更”。