

公司代码：600238

公司简称：ST 椰岛

海南椰岛（集团）股份有限公司
2020 年半年度报告摘要

一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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 本半年度报告未经审计。
- 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
无

二 公司基本情况

2.1 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
电话	089866532987	089866532987
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
电子信箱	yedaohainan@163.com	yedaohainan@163.com

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	1,198,693,821.36	1,181,621,994.22	1.44
归属于上市公司股东的净资产	490,566,787.78	530,702,178.15	-7.56
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增

	(1-6月)		减(%)
经营活动产生的现金流量净额	-18,470,164.62	-118,830,267.90	
营业收入	269,537,673.48	379,010,626.12	-28.88
归属于上市公司股东的净利润	-40,072,025.77	-72,794,576.11	
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-40,997,066.39	-76,303,500.25	
加权平均净资产收益率(%)	-7.85	-9.55	增加1.70个百分点
基本每股收益(元/股)	-0.09	-0.16	
稀释每股收益(元/股)	-0.09	-0.16	

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)				15,512		
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	质押或冻结的股份数量	
北京东方君盛投资管理有限公司	境内非国有法人	20.84	93,410,473		冻结	93,410,473
海口市国有资产经营有限公司	国有法人	17.57	78,737,632		无	
海南红棉投资有限公司	境内非国有法人	4.38	19,616,055		无	
海南红舵实业有限公司	境内非国有法人	2.81	12,584,335		无	
肖丽雯	境内自然人	1.79	8,000,900		无	
邓亚平	境内自然人	1.24	5,538,871		质押	5,538,871
曲锋	境内自然人	1.23	5,517,004		质押	5,517,004
张雪	境内自然人	1.23	5,508,800		无	
海口汇翔健康咨询服务中心(有限合伙)	境内非国有法人	1.04	4,648,381		质押	4,648,381
高勇	境内自然人	0.97	4,367,100		无	

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%。未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动。
------------------	---

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

(一) 酒业板块

1、客户管理

2020年销售公司对于江西、福建两大市场省级代理商进行调整，原省代由于多年经营海王产品，事业重心转移，对于市场投入、渠道建设、网点铺市等方面均未达到公司要求，2020年初对江西大区调整为地级经销商模式，取消原省代模式，充分调动经销商积极性，取得良好效果；福建大区取消原省代模式，由原两大地级经销商共同成立福建椰岛公司，积极进行新客户招商，新产品导入，取得良好效果。

2、区域管理

2020年销售公司对各大区进行整体调整，原16个大区，调整至现有9个大区，分为4个重点销区及5个一般销区，其中重点销区为：江西大区、福建大区、海南大区，华中大区；一般销区为：华东大区、华南大区、鲁皖大区、招商部、特渠部；销售公司重点核心工作、人员投入，市场投入均重点放在4个重点销区，在应对疫情带来的整体影响下，保持住了上半年销售业绩。

3、产品管理

2020年销售公司针对现有产品进行梳理，制定海王酒、鹿龟酒、类白酒系列的产品组合策略，打造终端网点建设，形成产品系列，强化产品竞争力，对于公司及经销商库存消化及产品动销取得不错成果。

2020年下半年销售公司推出宝岛白新品，重点投放华东大区，仅2个月发货2.7万件，市场反馈良好，并借此市场推广经验已快速布局全国市场。

4、市场费用管理

2020年销售公司对于市场费用进行重新规划，对客户反馈往年市场费用核销复杂繁琐等问题，重新制定2020年价格体系及市场政策方案，有效管控市场费用，并解决客户问题；对于往年海王150费用进行重新规划，制定海王150剩余费用兑现专案，解决客户遗留问题及产品动销等问题。

(二)饮料板块

报告期内，饮料业务实现销售收入2,517.73万元，与上年同期基本持平。

1、产品管理：

(1) 主打产品：2020年公司主打1.25L瓶装和1L利乐包装，同时大力推广245ml铁罐装和椰岛小鲜，形成在5元、8元、15元的价格带占位。

(2) 老产品升级：2020年完成了所有老产品升级，其中包括老产品品质工艺升级、文字图案升级、标签印刷工艺及利乐瓶盖升级等。

(3) 新产品开发：2020年上半年开发了椰汁类新产品：310ml椰岛黄金椰、960ml黄金椰、250g小鲜果、245ml益生元椰汁等。

(4) 新品类开发：为满足不同消费群体需求，拓宽公司销售渠道，公司2020年上半年在食品饮料大品类的范围下，开发近水饮料椰汁柠檬水，火山岩矿泉水，辣椒酱等新品。

2、品牌推广：

(1) 海报宣传：引用节庆、话题、时节性热点联合产品进行海报设计，利用朋友圈、抖音、公众号等渠道进行软文植入宣传，引起消费者情感共鸣，同时加深消费者对于产品外观的视觉印象。

(2) 建立产品数据库，以月度为单位采集数据录入，规范数据体系。

(3) 完善市场、渠道定义，分类产品梳理渠道，重新规划年度销售节奏。

(4) 以大区为单位，根据单个销区不同特点开展产品宣传和陈列等重点基础工作，逐步培育产品销售重点渠道。

3、招商活动：

(1) 因疫情影响，成都春季糖酒会未能如期举行，市场招商工作就改为线上招商（主要利用食品招商网）。

(2) 在原有已开发客户基础上，不断开发空白区域的市场，引入优质客户，共同精耕市场，为老产品基础存量和新产品导入市场夯实基础。

4、渠道拓展：

坚持客户多元化需求发展方针，不断创新和突破。在定制开发业务上，公司全面开放定制开发业务。

5、营销活动：

(1) 通过品牌推介及订货会的形式，组织经销商及其下游核心客户联谊，形成厂商联动、厂商联盟，以此扩大品牌影响力，提升产品销量；

(2) 打造样板市场：在湖南、福建、广东打造一批样板市场，形成板块联动效应，进而影响周边市场，逐步扩大销售规模。

(三) 贸易与供应链板块

贸易与供应链板块主要从事大宗农产品贸易为主旨，品种有棕榈油、豆油、菜油、白糖等。经营模式为国际贸易与国内贸易相结合，既做国际进口，也在国内主要港口进行采购销售，上下游客户稳定并与多家公司长期合作建立了良好的供求关系。上半年受疫情影响，需求下降明显，整体销售收入比去年同期减少，上半年实现营业收入 17,718.96 万元。报告期内，贸易与上游优质合作伙伴进行联营棕榈油贸易，使其在行业内更具话语权。上半年采购的货物严格采用套期保值的模式，因此盈利稳定，同时根据市场行情在期货上进行套利交易，也取得了较好的收益。

未来由于中美贸易战的不确定性和农产品的周期库存平衡表偏紧等因素，食用油又关系到民生，下半年国际国内市场联动，在供需上可能会有弥补性消费，因此一旦市场需求有所好转，贸易的业务量也会增加。结合自贸港新政红利，贸易业务也在寻找新项目与合作伙伴，探索产业链由贸易向加工延伸的可行性。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

财政部于 2017 年 7 月 5 日修订发布了《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”)，要求境内上市企业自 2020 年 1 月 1 日起施行。经公司第七届董事会第四十八次会议审议通过，公司于 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。按照新收入准则的要求，公司将根据首次执行新收入准则的累积影响数，调整 2020 年年初财务报表相关项目金额，对可比期间数据不予调整。根据新收入准则，公司对原确认为预收账款的项目数据调整至合同负债项目。

采用该准则未对本集团的财务状况和经营成果产生重大影响。

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用