

公司代码：600616

公司简称：金枫酒业

上海金枫酒业股份有限公司 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	金枫酒业	600616	第一食品

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	张黎云	刘启超
电话	(021) 58352625 (021) 50812727*908	(021) 58352625 (021) 50812727*908
办公地址	上海市普陀区宁夏路777号 (海棠大厦内)	上海市普陀区宁夏路777号 (海棠大厦内)
电子信箱	lily@jinfengwine.com	lqc@jinfengwine.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	2,165,554,138.75	2,339,921,450.23	-7.45
归属于上市公司股东的净资产	1,928,767,313.54	1,958,828,440.41	-1.53
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期 增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	-77,371,598.62	-51,505,397.96	不适用
营业收入	245,903,660.10	349,123,340.38	-29.57
归属于上市公司股东的净利润	-14,622,689.96	16,665,981.65	-187.74
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-16,762,494.01	13,785,330.6	-221.60
加权平均净资产收益率(%)	-0.75	0.86	减少1.61个百分点
基本每股收益(元/股)	-0.03	0.03	-187.74

稀释每股收益（元/股）	-0.03	0.03	-187.74
-------------	-------	------	---------

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）		32,386				
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	
上海市糖业烟酒（集团）有限公司	国有法人	34.88	179,501,795	0	无	
顾鹤富	境内自然人	4.68	24,107,675	0	未知	
王桂英	境内自然人	2.71	13,928,931	0	未知	
上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司	国有法人	1.11	5,707,932	0	未知	
百联集团有限公司	国有法人	0.99	5,100,000	0	未知	
中食发（北京）科技发展有限公司	国有法人	0.96	4,923,900	0	未知	
陈宣炳	境内自然人	0.68	3,500,000	0	未知	
上海益民食品一厂（集团）有限公司	国有法人	0.53	2,707,145	0	未知	
上海海烟投资管理有限公司	国有法人	0.52	2,701,716	0	未知	
上海南上海商业房地产有限公司	国有法人	0.46	2,389,978	0	未知	
上述股东关联关系或一致行动的说明			前十名股东中，上海市糖业烟酒（集团）有限公司为上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司控股股东，上海益民食品一厂（集团）有限公司与上海市糖业烟酒（集团）有限公司同为本公司实际控制人光明食品（集团）有限公司的全资子公司，二者为一致行动人。其他股东之间是否存在关联关系或一致行动人，本公司不详。			

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

2020年，金枫酒业围绕三年战略发展规划，以“优化调整，减负增收，严格管理，创新创效，协同联动”为年度工作主题，积极推进各项重点工作，努力克服疫情影响，不断夯实发展基础，促进企业稳健发展。

（一）实施战略解码，关注疫情动向落实相关政策

年初，根据 2019-2021 年战略发展规划开展“数字化战略解码”，形成具体工作举措。建立业绩回顾机制，定期分析经营成果，对重点工作的开展、执行总结提炼，推动目标完成。

针对“新冠疫情”的爆发，及时分析疫情对公司核心业务的影响，并制定应对策略。积极关注相关政策，对国家和地方已出台的涉及生产单位用气用电降价、社保减半减免、缓缴社保、稳岗补贴等方面的政策，积极梳理，推进落实，努力降低疫情对企业营运的影响。

（二）继续围绕“一个提高，两个占位”的工作方向，寻求业绩增量，强化基础管理

上半年完成 6 个系列核心大单品的价格梳理，严格市场管控，整体提升经销商毛利，恢复渠道信心，提高团队斗志。继续提升“高端餐饮”和“高端酒行”的铺货率，重塑公司产品形象，增加市场曝光率。着力强化终端管理，全面开展终端网点的摸查和分析，推进终端分级分类，建立并执行终端服务规范制度。

在疫情的严重冲击下，各渠道积极寻求突破，努力寻找增量点。南通地区加大公交车身广告投放，品牌知名度日益提升；淮安区域引入夏季黄酒冰饮概念，锦绣经典的铺货和冰和产品的推广卓有成效，成为市外首个冰饮概念成功案例；新零售及商超渠道把握时机，打破线上线下边界，与光明随心订、饿了么、盒马等线上平台合作，拓展销售渠道；积极参加“五五购物节”，尝试形式多样的直播带货，促进销售提升。

公司将于 8、9 月份在江西、安徽、苏南等区域召开招商订货会，努力拓展市外市场，提升业绩增量。

（三）实施品牌优化升级，强化品牌市场效应

为应对疫情的不利影响，公司对原有传播内容重新策划，寻找传播点；将部分线下宣传活动转为线上传播，加大落地消费端及互联网端的投入，维持品牌能见度。上半年在上海电视台新闻综合频道晚间《新闻报道》中，播出陈辰代言石库门新版锦绣 TVC 广告，提升本土的曝光度与活跃度，收获较好效果；和酒通过“文化+品牌”的跨界合作，实现品牌共赢；冰和升级版跳脱传统黄酒概念，彰显活泼个性，拉近与年轻消费群体距离。实施跨品牌、跨行业的合作联动，提升金枫品牌整体影响力。

落实石库门锦绣 12、经典 20 的外盒包装升级、冰和 2.0 酒体、包装改版等，通过对品牌的不断优化升级，明确品牌档次定位差异，提升公司产品高端品牌的形象。

上半年通过与筑地海幸三代目、上海商情联手打造的“双鱼秀”；参加“金山如画”全国乡村春晚千人大联欢乡村集市；冠名赞助“2020 年金山购物节”，积极参与上海市“五五购物节”；市内餐饮渠道开展刮刮卡兑奖、商超买赠、产品进社区推广等多渠道多形式的推广活动，提升品牌效应。

（四）加大新品开发，持续开展产学研项目合作

上半年聚焦“泛米酒”战略，开发了撑腰开运酒、清酒、米酒浊酒等新产品，丰富产品结构 with 品类。不断探索新工艺、新技术、新包装，打造新口味、新卖点，对新产品开发进行创新储备。

积极推进产学研合作项目，与江南大学、中国食品发酵研究院等高校科研院所分别签订项目合作协议，对原料、品控、及黄酒新口味等项目开展深入研究。与中国食品工业发酵院和上海化工院合作的课题《黄酒“后酿造”关键技术开发及应用》荣获中国酒业协会科技进步三等奖。

（五）强化精细管理，促进降本降耗增效。

进一步强化精益生产，优化产能布局，推进集约化生产。通过整合流水线，实现大线专业化、小线多功能化，降低运行成本，提升生产效率。加强三地生产企业之间的学习交流，对食品安全及生产安全工作定期开展抽查，总结交流相关经验，持续做好安全管理工作。完善安全标准体系建设，密切关注相关法律法规、国家标准、公告等，动态组织相关人员开展学习。

（六）加强内部管理和风险管控，确保企业健康持久发展。

一是在公司内部开展对标先进企业的活动，全面实践标杆企业的优秀方法和经验，提高经济运行质量，增强企业核心竞争力。二是积极开展各项管理制度、流程控制的全面梳理，抓住内部控制关键环节，修改和优化内部业务流程，修订内控手册。三是通过对内部需求的梳理与外部供应商的

管理，建立供应商评估与管理体系，从源头上做到“好米酿好酒、好酒塑品质”。四是为配合公司战略规划的总体布局，通过全面调研，详细了解公司人员结构，对未来几年的人员结构调整进行部署，探索人员优化途径。

报告期公司实现营业收入 24,590.37 万元，同比下降 29.57%；实现利润总额-1,956.82 万元，同比下降 189.43%；实现归属于上市公司股东的净利润-1,462.27 万元，同比下降 187.74%。

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

1、执行《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 年修订）（以下简称“新收入准则”）

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 14 号——收入》。修订后的准则规定，首次执行该准则应当根据累积影响数调整当年年初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。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。根据准则的规定，本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累积影响数调整 2020 年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额，比较财务报表不做调整。执行该准则的主要影响详见本报告全文第十节、五、44、重要会计政策和会计估计的变更。

2、执行《企业会计准则解释第 13 号》

财政部于 2019 年 12 月 10 日发布了《企业会计准则解释第 13 号》（财会〔2019〕21 号，以下简称“解释第 13 号”），自 2020 年 1 月 1 日起施行，不要求追溯调整。

①关联方的认定

解释第 13 号明确了以下情形构成关联方：企业与其所属企业集团的其他成员单位（包括母公司和子公司）的合营企业或联营企业；企业的合营企业与企业的其他合营企业或联营企业。此外，解释第 13 号也明确了仅仅同受一方重大影响的两方或两方以上的企业不构成关联方，并补充说明了联营企业包括联营企业及其子公司，合营企业包括合营企业及其子公司。

②业务的定义

解释第 13 号完善了业务构成的三个要素，细化了构成业务的判断条件，同时引入“集中度测试”选择，以在一定程度上简化非同一控制下取得组合是否构成业务的判断等问题。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行解释第 13 号，比较财务报表不做调整，执行解释第 13 号未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

3、执行《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》

财政部于 2019 年 12 月 16 日发布了《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》（财会〔2019〕22 号），适用于按照《碳排放权交易管理暂行办法》等有关规定开展碳排放权交易业务的重点排放单位中的相关企业（以下简称重点排放企业）。该规定自 2020 年 1 月 1 日起施行，重点排放企业应当采用未来适用法应用该规定。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行该规定，比较财务报表不做调整，执行该规定未对本公司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