

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 2020 年度合并报表中归属于母公司股东的净利润为 24,308,819.81 元。2020 年末合并报表累积未分配利润-149,730,151.99 元。由于未分配利润为负数，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 2020 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“海酱”、“海口大曲”、“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），并开展大宗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，2020年1-12月数据显示，全国酿酒产业规模以上企业酿酒总产量5400.74万千升，同比下降2.21%。其中，白酒产量740.73万千升，同比下降2.46%；啤酒产量3411.11万千升，同比下降7.04%；葡萄酒产量41.33万千升，同比下降6.00%；发酵酒精产量924.25万千升，同比增长24.26%。

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。市场预测，2020-2024年，保健酒仍将以约8%的平均年增长速度保持增长。且根据国际市场上，保健酒大类的消费量占酒类消费总量的比例约为12%，而我国目前保健酒占比约为3%，仍有较大的增长空间。

加上新冠疫情导致的后疫情时代的来临，大大提升了人民对健康食品的关注度，保健酒正受到越来越多人喜爱，人们对养生保健酒消费需求日益增加，这也直接推动了保健品行业的加速整合与升级发展。未来具有健康养生特性、成熟品牌保健酒预计将迎来加速发展时期。

## 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。公司也积极研究，探索布局市场规模庞大的其他果饮，饮用水等业务，寻找新的增长点。

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，2019 年产量约为 87.84 亿升，2014-2019 年我国植物蛋白饮料产量年复合增长率超过 9%。前瞻产业研究院数据显示，2019 年中国软饮料市场规模达到 9914 亿元，从 2014-2019 年的复合年增长率为 5.9%。

从消费需求来看，随着人们对美好生活的向往，对健康饮品的需求越来越高，促使越来越多的企业对饮品产品的创造与升级，而椰子汁植物蛋白饮品由于富有营养价值、具有健康属性的天然优势，在饮品市场上的份额也逐年提升。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。在盈利方面，我国植物蛋白饮料行业盈利能力较高，养元、承德露露、维他奶集团、达利园食品等头部企业平均毛利率水平约为 39%左右，且近年来基本保持不变。

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，利用战略合作者的渠道优势，强化市场建设，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

2020 年初，受新冠疫情影响上半年国内的油脂市场持续低迷，价格也下跌到近几年新低，消费需求差，因此贸易量比去年同期有大幅的下降。下半年受世界范围的疫情影响和天气因素，全球的油脂油料供应偏紧，随着后疫情需求的恢复油脂油料价格持续上涨，价格涨幅比上半年高达近 70%，需求持续向好，国内国外价格联动，创近五年的新高。

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，加上全球疫情后各经济体或出现一定的恢复，原油涨至 70 美元/桶，各国的通胀预期也在显现，可能会导致大宗商品贸易的需求端有一定的增长，供给端受需求影响可能会有出现短缺或紧张，价格仍在高位徘徊，有进一步上涨的可能。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更好的发展机遇。

### 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

	2020年	2019年	本年比上年 增减(%)	2018年
总资产	1,179,595,601.94	1,181,621,994.22	-0.17	1,464,175,615.19
营业收入	807,900,928.56	625,421,220.55	29.18	705,992,536.72
归属于上市公司股东的净利润	24,308,819.81	-267,662,253.30		40,513,259.96
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	16,313,513.33	-270,890,794.40		-207,218,832.91
归属于上市公司股东的净资产	555,274,890.95	530,702,178.15	4.63	798,428,470.48
经营活动产生的现金流量净额	114,041,025.21	-93,008,995.26		-314,860,341.40
基本每股收益 (元/股)	0.05	-0.60		0.09
稀释每股收益 (元/股)	0.05	-0.60		0.09
加权平均净资产收益率(%)	4.48	-40.27	增加44.75个百分点	5.20

#### 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	100,107,573.70	169,430,099.78	217,253,932.79	321,109,322.29
归属于上市公司股东的净利润	-25,764,383.49	-14,307,642.28	5,256,811.70	59,124,033.88
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-25,346,124.91	-15,650,941.48	4,343,490.03	52,967,089.69
经营活动产生的现金流量净额	-52,774,769.79	34,304,605.17	45,480,745.87	87,030,443.96

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）					16,647		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					14,970		
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理 有限公司	0	93,410,473	20.84		冻结	93,410,473	境内 非国 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	0	19,616,055	4.38		无		境内 非国 有法 人
海南红舵实业有限公 司	0	12,584,335	2.81		无		境内 非国 有法 人
肖丽雯	-726,500	7,990,900	1.78		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	-360,000	5,148,800	1.15		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	其他
高勇	367,100	4,367,100	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，委托期限24个月。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、王正强持有的股份合计133,383,814股，占公司总股本的29.76%。东方君盛原法定代表人李桂霞已于2020年2月不在担任东方君盛法定代表人，不再为王贵海一致行动人。曲锋现任公司董事；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。						

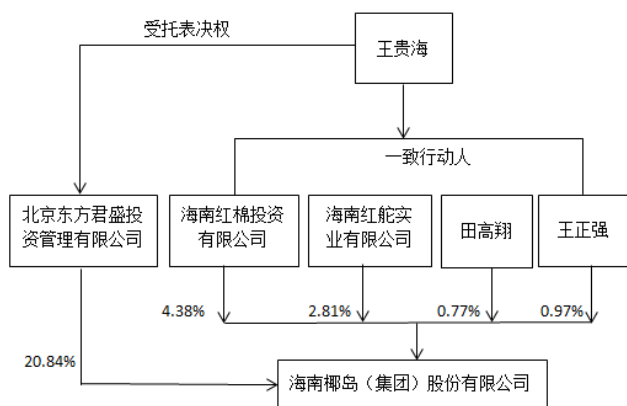
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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

2020 年度公司实现营业收入 80,790.09 万元，同比增加 18,247.97 万元，增幅 29.18%，其中：酒类收入 32,666.52 万元，同比增加 104.08%，主要是对酒类产品升级开发、经销模式的改变及渠道创新，酒类销售实现良好增长；饮料收入 7,199.35 万元，同比增加 17.74%，通过对产品的升级和开发、渠道的深化与巩固、合作模式的改变使饮料业务实现稳步增长；贸易收入 40,733.39 万元，与上年基本持平。

本年度酒业销售良好实现收入大幅增加同时费用控制效果显著，公司实现主营业务盈利。

#### 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执行新收入准则导致的会计政策变更

财政部于2017年7月5日发布了《企业会计准则第14号——收入（2017年修订）》（财会[2017]22

号) (以下简称“新收入准则”)。经本公司第七届董事会第四十八会议审议通过, 本集团于2020年1月1日起开始执行前述新收入准则。

新收入准则为规范与客户之间的合同产生的收入建立了新的收入确认模型。为执行新收入准则, 本集团重新评估主要合同收入的确认和计量、核算和列报等方面。根据新收入准则的规定, 选择仅对在2020年1月1日尚未完成的合同的累积影响数进行调整。首次执行的累积影响金额调整首次执行当期期初(即2020年1月1日)的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集团的具体影响为将因转让商品而预先收取客户的合同对价从“预收款项”项目变更为“合同负债”项目列报。

①对2020年1月1日财务报表的影响

单位: 元

报表项目	2019年12月31日(变更前)金额		2020年1月1日(变更后)金额	
	合并报表	公司报表	合并报表	公司报表
预收款项	126,010,023.43	9,822,729.17		
合同负债			111,513,295.07	8,692,680.68
其他流动负债			14,496,728.36	1,130,048.49

②对2020年12月31日财务报表的影响

报表项目	2020年12月31日 新收入准则下金额		2020年12月31日 旧收入准则下金额	
	合并报表	公司报表	合并报表	公司报表
预收款项			111,766,123.45	6,509,234.99
合同负债	93,048,420.10	6,199,271.42		
其他流动负债	18,717,703.35	309,963.57		

本集团在报告期内无其他会计政策变更事项。

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2020年12月31日, 本集团纳入合并范围的子公司共34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3户, 减少7户, 详见本附注八“合并范围的变更”。