

公司代码：601086

公司简称：国芳集团

甘肃国芳工贸（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 中喜会计师事务所（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

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 2020 年 12 月 31 日的公司总股本 666,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.20 元（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本。上述事项需提交股东大会审议通过后实施。

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	国芳集团	601086	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	孟丽	马琳
办公地址	兰州市城关区广场南路4-6号	兰州市城关区广场南路4-6号
电话	0931-8803618	0931-8803618
电子信箱	gfzhengquan@guofanggroup.com	gfzhengquan@guofanggroup.com

2 报告期公司主要业务简介

（一）公司主要业务

公司从事以百货业为主，超市、电器为辅的连锁零售业务，目前为甘肃省内最大的连锁零售企业。

公司营业收入主要来自于公司旗下各门店的商品销售收入以及功能商户的租金收入。截至本报告期末，公司已运营门店 12 家，面积合计 33.62 万 m²，其中：百货业态为主的门店 6 家，超市 6 家。不同业态组合，强化了业态间的协同效应，有利于满足顾客的购物需求。

（二）公司经营模式

报告期内，公司主要经营模式未发生变化，经营模式主要包括联营、经销、代销和租赁。其中，联营模式是公司最主要的经营模式。公司主营业务收入占总营业收入的 92.71%，其中主营业务收入业态占比为：百货占比 72.73%、超市占比 26.33%、电器占比 0.3%、租赁占比 0.64%。

公司报告期各经营模式数据与去年同期比较：

业态	经营模式	2020 年			2019 年		
		营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
百货	经销	398,109,966.12	359,022,497.66	9.82%	286,956,287.91	250,022,201.15	12.87%
	联营	249,523,254.39	0.00	100.00%	2,014,543,650.67	1,706,612,167.79	15.29%
	其他				865,325.74	0.00	100.00%
	租赁	41,089,006.89	0.00	100.00 %	602,087.12	0.00	100.00%
小计		688,722,227.40	359,022,497.66	48.87%	2,302,967,351.44	1,956,634,368.94	15.04%
超市	经销	154,447,749.42	137,038,626.75	11.27%	123,113,733.58	107,041,540.74	13.05%
	代销	84,216,342.79	55,052,951.88	34.63%	71,911,483.99	61,190,584.33	14.91%
	联营	6,954,982.86	0.00	100.00%	67,773,085.63	59,366,220.79	12.40%
	租赁	3,726,313.73	0.00	100.00%			
小计		249,345,388.80	192,091,578.63	22.96%	262,798,303.20	227,598,345.86	13.39%
电器	经销	299,589.84	2,599,044.19	-767.53%	993,965.77	1,805,269.55	-81.62%
	联营	2,542,782.28	0.00	100.00%	26,790,360.47	23,860,805.93	10.94%
	租赁	5,504.58	0.00	100.00%			
小计		2,847,876.70	2,599,044.19	8.74%	27,784,326.24	25,666,075.48	7.62%
合计		940,915,492.90	553,713,120.48	41.15%	2,593,549,980.88	2,209,898,790.28	14.79%

1、联营模式

联营是公司供应商的一种合作经营方式，由公司提供营业场地，负责统一营销策划、统一服务规范、统一维护顾客关系，统一的外墙及内部共用面积的装修；供应商负责商品配送、陈列、

推介和现场服务，提供商品在公司商场的指定区域设立品牌专柜，按照公司整体要求负责柜台的设计、装修、装饰、布置、维修及维护，自聘营业员负责销售。商品的采购、销售及存货管理由供应商负责，在商品未售出前，该商品仍属供应商所有，公司不承担商品的跌价损失等风险；实现销售后公司从销售收入中按照约定的比率进行扣点分成。联营方式中，商品销售价格由供应商确定。

2、经销模式

经销是指公司直接向供应商采购商品，并自行销售的经营模式。经销模式下公司的利润来源主要是商品进销差价和返利收入。经销模式下，购进商品验收入库后纳入库存管理。通常，公司与供应商在经销合同中对商品的退货、换货、价格管理、促销管理做出约定，以降低公司库存风险。库存管理中，主要进行安全库存管理，以防止货品缺货、断货、积压。

公司百货业务中，经销模式下的销售额较小，主要是化妆品和部分服饰。东方红广场店、白银世贸中心店、张掖购物广场店部分商品采购模式为统采和地采相结合，宁夏购物广场店和西宁国芳百货店采购模式为地采。

公司超市业务中，超市业态经销模式下，兰州地区超市采购模式为统采，白银地区超市采购模式为统采和地采相结合，西宁地区超市采购模式为地采。

3、代销模式

代销模式下，商品所有权归供应商所有，公司不承担商品价格下跌、过期、过季等风险。代销模式下的收入、成本确认过程，与经销模式相同。公司仅对超市业务中的部分商品采取代销。

4、租赁模式

租赁模式指商户向公司租赁部分场地开展经营，公司向商户定期收取租金。公司目前采用租赁模式涉及的项目主要是餐饮、美发、健身、院线等。

（三）公司主要发展业态行业趋势

1、社会消费品零售总额情况

2020年度，全国社会消费品零售总额391981亿元，比上年下降3.9%。按消费类型分，商品零售352453亿元，同比下降2.3%，降幅较1-11月份收窄0.7个百分点；餐饮收入39527亿元，同比下降16.6%，降幅较1-11月份收窄2个百分点；商品零售与餐饮收入均呈降幅收窄态势，持续回稳向好。全年全国网上实物商品零售额97590亿元，同比增长14.8%，增速较1-11月份放缓0.9个百分点，占社会消费品零售总额的比重为24.9%；网下实体店消费品零售额同比下降8.8%，降幅较1-11月份收窄1.3个百分点。2020年以百货为主全国百家重点大型零售企业零售额同比下降13.8%，增速低于上年同期13.4个百分点。甘肃省全年社会消费品零售总额3632.4亿元，比上年下降1.8%。增速逐季回升，一季度下降13.0%，二季度下降2.7%，三季度增长2.5%，四季度增长4.8%。宁夏回族自治区全年社会消费品零售总额1301.4亿元，增速从1-2月份的下降16.5%收窄至全年下降7.0%。青海省全年社会消费品零售总额877.34亿元，比上年下降7.5%。

2、行业分类分析

2020年，面对严峻复杂的国内外环境特别是新冠肺炎疫情严重冲击，在国家坚定实施扩大内

需战略、统筹疫情防控和消费促进、推动消费回升和潜力释放、促进形成强大国内市场等一系列政策支撑下，消费呈现稳步复苏态势，社零总额增速由负转正，展现出我国内需市场的强大韧性与活力。

(1) 社会消费品零售总额略有下降，疫情有效控制后零售消费反弹明显。2020 年的新冠肺炎疫情对消费市场造成前所未有的冲击，一季度，除超市等民生业态外，百货、购物中心、奥特莱斯等很多企业被迫停业，1-2 月社零总额同比下降 20.5%，创下最大降幅。随着我国疫情得到有效控制，复工复产有序推进，扩大内需、促进消费等政策措施逐步落地见效，消费市场稳步复苏、持续回升，8 月全国社会消费品零售总额实现本年首次正增长，全年累计跌幅收窄至-3.9%。2020 年全国百家重点大型零售企业零售额同比下降 13.8%，增速低于上年同期 13.4 个百分点。其中，12 月份，全国百家重点大型零售企业零售额同比增长 2.6%，增速较上年同期快 3.1 个百分点，较 11 月份快 1.9 个百分点。消费升级类商品市场情况相对较好，销售增速明显加快，四季度限额以上单位通讯器材类、化妆品类、金银珠宝类商品零售额同比分别增长 26.0%、21.2%、17.3%，分别比三季度加快 16.0%、7.1%、5.0%。

(2) 品质消费提升，文娱占比增加。在国内社会消费规模不断扩大，增速放缓的同时，消费结构也在发生着重大的变化，食品类的消费占比在减少，而品质升级类的消费在提高。在消费发展变化过程中，消费结构呈现更加多样化，消费者更加注重品质体验和时尚生活，百货、购物中心、奥特莱斯等仍然有较大的发展机遇。近年来改造或新建的百货店普遍增加了文娱互动项目，除了引进餐饮项目，增加引入了儿童娱乐、电子数码、影城院线、室内单项体育馆等项目，在节假日期间，这些消费项目普遍为门店增加了可观的客流。

(3) 高端百货业绩突出，消费前景未来可期。2020 年，百货行业仍有很多亮眼的数字，其中一些企业都呈现奢侈品占比较大，而且对周边辐射能力较强的特点，形成了所在城市的商业地标，吸引了所在城市及周边城市，乃至周边省份的消费者前往，受益于奢侈品消费回流，销售业绩明显提升。对于百货行业，优势在于品类组合能力强、对消费者的信誉度较高、品牌形象较好，这些特点与高端消费品的形象和定位相匹配。加之近年来，百货行业普遍进行了升级改造，增强了互动体验，提升了品质感、时尚度，开展了富有成效的全渠道营销，包括小程序、社群、直播等，在更多维度上宣传了企业品牌、延伸了服务，通过全渠道营销、专柜到家、深度联营等，深化了与品牌供应商的合作关系，改善了商场经营和商品销售两张皮的情况，促使百货业态更好的吸引高端品牌进驻，承载起高端品牌扩大消费的重要渠道。由于国际市场的出行限制，高端消费品终端市场回归国内高端百货店消费，同时国内消费者仍存持续升级消费需求，未来将延续 2020 年国内高端消费品市场供需两旺的场景。

(4) 新型消费快速发展，数字化进程明显加速。2020 年，网络购物、无接触配送、直播带货、在线教育、在线医疗、在线文娱、线上健身等新业态新模式快速发展，在防疫保供、助力复工复产、推动消费复苏和经济企稳等方面发挥了重要作用。年初突如其来的疫情加速了实体零售企业数字化转型，百货业态应用小程序商场、社群营销、直播带货和超市普遍上线的到家业务最为突出，结合私域流量和社群化管理，在消费者无法到店或不愿到店的情况下，促进线上线下的加

快融合，在保持销售业绩、满足消费需求等方面做出了贡献。

(5) 市场供给不断优化，境外消费加速回流。国产商品品质不断提升，进口渠道不断拓宽，免税购物政策不断完善，加之疫情影响居民出境，境外消费回流势头明显。跨境电商零售进口持续保持快速增长，海南实施离岛免税购物新政增速扩大明显，全年免税店销售额达 327.4 亿元，比上年增长 1.27 倍。

(数据来源：国家统计局网站，商务部网站，甘肃省统计局网站，宁夏回族自治区统计局网站，青海省统计局网站，中华全国商业信息中心，中国百货商业协会)

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	2,615,669,869.89	2,765,468,036.53	-5.42	2,629,307,755.26
营业收入	1,021,450,203.74	2,765,901,220.08	-63.07	2,927,239,172.26
归属于上市公司股东的 净利润	100,833,560.91	114,918,448.98	-12.26	131,696,720.72
归属于上市公司股东的 扣除非经常性损益的净 利润	93,684,189.9	101,654,410.11	-7.84	118,918,664.56
归属于上市公司股东的 净资产	1,866,170,703.68	1,813,664,625.18	2.90	1,786,043,809.85
经营活动产生的现金流 量净额	177,866,086.73	180,301,726.66	-1.35	245,448,527.55
基本每股收益(元/股)	0.15	0.17	-11.76	0.20
稀释每股收益(元/股)	0.15	0.17	-11.76	0.20
加权平均净资产收益率 (%)	5.55	6.31	减少0.76个 百分点	7.44

注：公司首次执行新收入准则，收入采用净额法，收入成本同时下降，除该因素，将上年数据按新准则调整后，收入增长4.65%。

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	203,856,979.84	197,678,894.11	254,958,423.20	364,955,906.59
归属于上市公司股东的 净利润	12,631,374.86	7,200,822.50	35,444,191.19	45,557,172.36
归属于上市公司股东的 扣除非经常性损益后的 净利润	10,341,375.74	14,667,029.86	26,623,965.21	42,051,819.09
经营活动产生的现金流 量净额	-74,375,630.05	-46,771,139.69	154,561,673.97	144,451,182.50

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

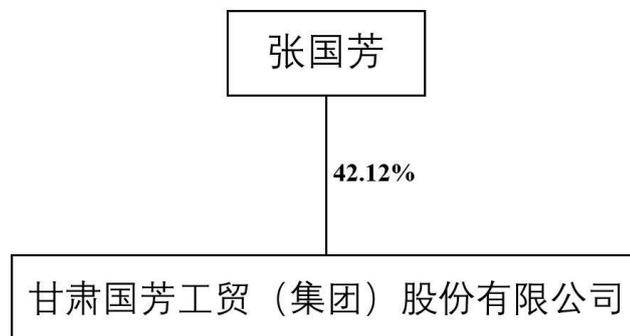
4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					28,692		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					26,213		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
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	
张国芳	0	280,500,000	42.12	0	质押	180,000,000	境内自 然人
张春芳	0	139,400,000	20.93	0	无	0	境内自 然人
张辉阳	0	40,050,000	6.01	0	质押	32,100,000	境内自 然人
张辉	0	40,050,000	6.01	0	质押	32,100,000	境内自 然人
吕月芳	0	4,000,000	0.60	0	无	0	境内自 然人
蒋勇	0	2,000,000	0.30	0	无	0	境内自 然人
陈泽翠	1,067,900	1,067,900	0.16	0	无	0	境内自 然人
刘绍	718,100	868,000	0.13	0	无	0	境内自 然人
张梦莹	817,700	817,700	0.12	0	无	0	境内自 然人
石佳灵	0	627,200	0.09	0	无	0	境内自 然人
上述股东关联关系或一 致行动的说明	1、公司前十名股东中，张国芳先生与张春芳女士为夫妻关系，张辉女士系张国芳先生、张春芳女士之女，张辉阳先生系张国芳先生、张春芳女士之子。张国芳、张春芳、张辉、张辉阳为一致行动人。 2、除上述说明外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知其他股东之间是否属于规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股 东及持股数量的说明	无						

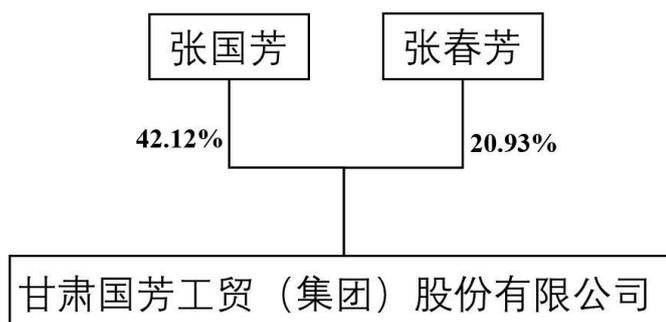
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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

报告期内，公司在董事会领导下，全力克服新冠疫情影响下的经济形势变化，积极响应国家政策及号召，落实“六保”、“六稳”工作；经营层以务实、求真，努力创新的精神与决心积极应对市场变化，紧抓公司各项运营。

（一）确保商品供应，稳定消费价格，积极响应努力拉动消费活跃度

疫情期间公司积极响应政府号召，践行社会责任，超市各门店坚守运营保障民生，百货各经

营门店先后阶段性闭店，各公司切实做好抓生产经营与社会责任相结合。复工复产期间，公司积极配合各级政府部门，开展各项安全保障工作，积极为广大消费者与员工提供安全的工作及购物环境。积极参与各地区政府部门组织的消费促进活动，结合自身营销特点与顾客需求，制定多维度、线上线下结合多种方式的大力度消费促进方案，确保消费者享受到更实惠的让利优惠，提供性价比更高的商品服务；公司的带头表率作用得到了各地方政府的好评与奖励。疫情期间，公司携手合作伙伴共克时艰，为供应商累计减免租金达一千三百余万元；疫情闭店期间，百货各门店率先开展线上业务，组织优质货源，积极拓展线上销售渠道，直播带货业务，满足疫期不同消费群体“个性化”、“差异化”的消费需求。

（二）强化安全保卫，护航安全运营

疫情期间，公司迅速成立防疫防控领导小组，科学研判，精准施策，有效指挥各地区经营单位防控工作的有序开展。公司疫情防控作业规范、线上员工动态信息网格化管理等各项工作经验，多次被主管部门推广运用，得到好评。2020年，公司落实“严制度，严管理，严考核，严处理”的总体方针，确保了年度各项安全管理目标的实现。公司强化企业安全经营主体责任到个人，加强企业安全经营制度建设。拟定疫情防控手册制度、应急响应管理制度等，健全完善了消防安全管理制度、突发事件处理制度等，要求各经营单位从员工安全学习入手，狠抓安全经营管理培训，实行培训考核制与年终评定挂钩。年内公司接待各级主管部门安全应急检查83次，组织七千余人次消防安全再教育与应急模拟演练。突出超前预防、消除隐患，严格遵守和执行开闭店、设备运行规章制度，熟悉安全应急处理行为规范，筑牢了安全经营的基础，确保了全年安全运行无事故。

（三）丰富商业形态，推进主业升级调整与品牌优化，提升消费体验

2020年，国芳百货东方红广场店启动地下G层经营改造，扩增经营面积，筹划与城市轨道交通地铁接轨，利用交通动线导入新的人流引擎，形成地铁商业与原商业的联动，丰富业态组合，强化硬件主题场景打造，增加年轻化消费元素，丰富生活中心功能。综超广场店配合轨道交通、地下商业改造缩减经营规模，调整经营定位，更加满足中产阶级的新兴消费需求。国芳百货东方红广场店完成中厅及双侧扶梯改造项目，改善升级店堂形象；西宁、银川餐饮业态配套改造工程完成，形成餐饮+体验多功能组合；国芳G99购物中心试营业期间受疫情影响进行二次招商调整，门店下调购物业态占比，增加儿童教育、益智娱乐、餐饮娱乐等体验类项目提升至50%以上，增强门店年轻化消费场景，为顾客提供更好的消费体验。

公司着力于持续进行中高端品牌升级和购物中心化转型，2020年各公司品牌新进引入211家、装修升级调改72家，其中以Tom Ford、73小时、蹀愫、RE'VAN、Edition、哥文花园等为代表的37首店品牌，在品牌新颖度和市场号召力方面有效提升。公司喜获茅台酒2020年度KA客户资格，在为广大消费者提供便捷平价的高档国酒购买渠道的同时，也增强了更优的服务体验，提高了公司品牌美誉度。

（四）加强零售多元业态发展，积极发展连锁，合作经营奥特莱斯项目，加强单店产出，关停低绩效门店

公司强化区域深耕，稳固地区优势，发挥和保持百货主业优势的基础上，优化存量网点，与

杉杉商业联合发展城市奥特莱斯业态，弥补城市发展空窗期，公司在招商、运营、资金及开业支持等多方面给予协助，积极筹备项目如期开业，市场反应良好。合理处置低绩效门店，关停国芳百货西固店亏损门店，及时安置供应商后续经营及结算事项，有效安置百名员工工作岗位，妥善处置顾客团购及积分业务正常使用及消费，未造成社会负面影响。在发展连锁方面，公司已锁定三线市场部分商业地产项目，进入商务谈判阶段。

（五）激活线上价值，持续全渠道零售建设，培育数字化营销驱动能力

疫情期间公司利用自媒体公众号、线上商城、云 POS 支付、小程序等线上平台，打造“在线购物云逛街”消费平台，满足在线购物、在线支付、线下配送的居家消费需求。百货板块上线公众号小程序线上商城，结合社群营销、直播推广等方式打通线上线下交互引流，精准营销的有效推广。2020 年，公司覆盖直播营销及社群营销的客户数逾 20 万人次，品牌店铺在企业微信中活跃客户群 425 个，吸纳企业微信群成员数 12 万余人，开展直播活动近 200 场次，有效提升线上获客能力，为公司持续发展全渠道零售能力奠定良好的基础。

通过有效打造企业私域流量平台，持续培育员工精准营销、精细化运营的专业技能；通过顾客标签管理及社群营销的个性化服务，精准把握顾客需求；通过顾客生命周期管理，全方位进行会员数据分析，提取线下、线上顾客消费大数据，精准开展营销复盘，精准制定目标客群招新、唤醒、回购策略，制定品牌招商策略，制定线上商城小程序等技术平台的开发策略；通过数据中心分析建模及业务优化，不断建设数据化运用的中枢功能。

（六）调动员工广泛参与疫期防控，增强员工业务能力培育，适应新环境

疫情期间，各公司密切配合形成联动效能，在百货门店关闭期间，收银、采购、配送等岗位员工全线驰援超市，保障超市运营秩序；全面调动物业专业人员保障经营环境消杀规范，保障顾客进店测温等安全措施；公司党委号召全体党员及先进份子，赴一线岗位自主上岗，帮助门店排忧解难，帮助辖区街道劝返点开展志愿服务工作；号召全体员工参与防疫紧急物资的捐助；通过《致全体员工的一封信》广而告之，加强员工责任感、使命感，热心投入于本职工作。在疫期大环境的压力下，百货员工积极参与线上业务的学习与实践，开展线上营销推广业务；超市员工超负荷完成门店搬迁调整、茅台酒直销等新业务的展开。公司仍坚持人才结构优化，展开部分公司中层干部竞争上岗工作，干部轮岗调整工作，应届管理培训生招录工作。绩效管理与激励方面，以目标责任考核为主线，结合公司发展目标调整优化 KPI 关键绩效结构；推广超市店长月度利润挂钩激励试点工作，局部带动团队积极性及激励有效性。

（七）传承企业文化建设，践行社会责任，助力疫期提振信心

公司企业文化从社会责任承担、公司正向文化宣导及员工文化层面努力坚持展开各项社会实践工作。集团公司捐赠人民币 60 万元用于疫情防控医疗领域，宁夏国芳、国芳 G99 购物中心、国芳综超向各地区疫情防控志愿者捐赠上万元速食品，并于 6 月国芳综超被甘肃省慈善总会与兰州晨报社联合授予“甘肃省抗击疫情社会责任感企业”称号。公司通过“国芳文化”微信公众号平台、公司官网、微信朋友圈媒介大力宣传防疫防控、企业社会责任，宣传疫情期间做出突出贡献的优秀员工、优秀团队，通过社会事件，引导员工树立正确的价值观与社会责任。

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) 财政部于 2017 年 7 月 5 日发布了《关于修订印发〈企业会计准则第 14 号——收入〉的通知》(财会【2017】22 号), 要求境内上市企业, 自 2020 年 1 月 1 日起施行。由于上述收入会计准则的修订, 公司需对原采用的相关会计政策进行相应调整。

(2) 本次变更后, 公司将执行财政部于 2017 年修订并发布的《企业会计准则第 14 号——收入》。其他未变更部分, 仍按照财政部前期颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定执行。

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

截止2020年12月31日, 本公司合并财务报表范围内子公司及孙公司如下:

子公司名称
兰州国芳百货购物广场有限责任公司
兰州国芳商业投资管理有限公司
张掖市国芳百货购物广场有限责任公司
宁夏国芳百货购物广场有限公司
甘肃国芳综合超市有限公司
孙公司名称
白银国芳商业投资管理有限公司
兰州和怡贸易有限公司

本公司合并财务报表范围及其变化情况见本附注六