证券代码:000869、200869　　证券简称:张裕A、张裕B　　公告编号:定摘2020-01

烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

2019 年度报告摘要

一、重要提示

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,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

没有董事、监事、高级管理人员对2019年年度报告提出异议。

除下列董事外,其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
奥古斯都·瑞纳	董事	因病去世	—
阿尔迪诺·玛佐拉迪	董事	因新冠肺炎疫情旅行受限	周洪江
恩里科·西维利	董事	因新冠肺炎疫情旅行受限	周洪江

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

√ 适用 □ 不适用

是否以公积金转增股本

□ 是 √ 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:以总股本685,464,000股为基数,向全体股东每10股派发现金红利7元(含税),送红股0股(含税),不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□ 适用 □ 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	张裕A、张裕B	股票代码	000869、200869
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	姜建勋	李廷国	
办公地址	山东省烟台市大马路56号	山东省烟台市大马路56号	
传真	0086-535-6633639	0086-535-6633639	
电话	0086-535-6602761	0086-535-6633656	
电子信箱	jiangjianxun@changyu.com.cn	stock@changyu.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

报告期内,公司从事的主要业务为生产经营葡萄酒和白兰地,从而为国内外消费者提供健康、时尚的酒类饮品;与前期相比,公司所从事的主要业务没有发生重大变化。公司所处的葡萄酒行业尚处于成长期,虽然短期内受各种因素影响,市场竞争激烈,葡萄酒消费量暂时出现下滑,但从长远来看,国内葡萄酒市场总体处于上升趋势。本公司在国内葡萄酒行业位于前列。

3、主要会计数据和财务指标

(1)近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

单位:元

	2019年	2018年	本年比上年增减	2017年
营业收入	5,031,011,489	5,142,244,740	-2.16%	4,932,545,229
归属于上市公司股东的净利润	1,129,735,749	1,042,632,929	8.35%	1,031,695,056
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	892,075,931	965,426,238	-7.60%	986,095,872
经营活动产生的现金流量净额	837,838,024	975,978,746	-14.15%	973,243,027
基本每股收益(元/股)	1.65	1.52	8.55%	1.51
稀释每股收益(元/股)	1.65	1.52	8.55%	1.51
加权平均净资产收益率	11.30%	11.23%	0.07%	12.14%
	2019年末	2018年末	本年末比上年末增减	2017年末
总资产	13,647,932,568	13,117,729,062	4.04%	12,536,755,208
归属于上市公司股东的净资产	10,308,910,198	9,606,099,365	7.32%	8,906,342,299

(2)分季度主要会计数据

单位:元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,667,424,758	890,850,027	968,100,175	1,504,636,529
归属于上市公司股东的净利润	456,381,471	147,022,318	125,557,834	400,774,126
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	450,709,661	101,781,034	119,702,422	219,882,814
经营活动产生的现金流量净额	294,678,342	204,797,664	145,855,707	192,506,311

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

(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

报告期末普通股股东总数	43,856	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	45,626	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0

前10名股东持股情况

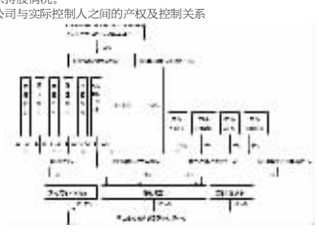
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
烟台张裕集团有限公司	境内非国有法人	50.40%	345,473,856	0	—	0
GAOLING FUND,L.P.	境外法人	3.08%	21,090,219	0	—	0
中国证券金融股份有限公司	国有法人	2.25%	15,440,794	0	—	0
BBH BOS S/A FIDELITY FD - CHINA FOCUS FD	境外法人	2.22%	15,241,828	0	—	0
申万宏源证券(香港)有限公司	境外法人	1.20%	8,243,333	0	—	0
FIDELITY PURITAN TRUST: FIDELITY SERIES INTRINSIC OPPORTUNITIES FUND	境外法人	0.93%	6,350,762	0	—	0
GUOTAI JUNAN SECURITIES (HONGKONG) LIMITED	境外法人	0.70%	4,810,345	0	—	0
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	0.69%	4,761,200	0	—	0
VANGUARD EMERGING MARKETS STOCK INDEX FUND	境外法人	0.55%	3,788,487	0	—	0
FIDELITY CHINA SPECIAL SITUATIONS PLC	境外法人	0.55%	3,779,202	0	—	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	前10名股东中,烟台张裕集团有限公司与9位流通股股东之间无关联关系或一致行动关系,其他股东之间关系不详。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	前十大股东没有参与融资融券业务。					

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3)以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否在在公开发行并在证券交易所上市,且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

(1)概述

2019年,受我国经济增速放缓和中美贸易摩擦导致的不确定性增加等多种因素影响,国内葡萄酒市场竞争非常激烈,进口葡萄酒和国产葡萄酒销量延续了2018年"双下降"趋势,部分葡萄酒生产经营企业陷入困境。面对诸多不利因素,公司坚持以市场为中心,坚持"聚焦中高端、聚焦高品质、聚焦大单品"的发展战略和"向终端要销量、向培育消费者要增长"的营销理念不动摇,努力促进产品销售,取得了较好效果,全年实现营业收入503,101万元,较上年同比下降2.16%;实现归属于母公司股东的净利润112,974万元,较上年增长8.35%。

(2)主营业务分析

①概述

项目	本期末比上年度末增减	发生重大变动的原因
营业收入	-2.16%	主要是由于本年销量下降导致
营业成本	-0.74%	主要是由于葡萄酒销售下滑导致结转的营业成本减少。
销售费用	-17.37%	主要是由于本期冲回商标使用费所致。
管理费用	-9.22%	主要是由于工资及福利费较上年减少所致。
研发费用	26.27%	主要是2019年技术开发支出增长所致。
财务费用	-1.82%	主要是由于借款利息费用支出减少所致。
经营活动产生的现金流量净额	-14.15%	主要是葡萄酒商品、提供劳务收到的现金减少所致。
投资活动产生的现金流量净额	-59.01%	主要是投资活动支付的现金减少所致。
筹资活动产生的现金流量净额	9.06%	主要是筹资活动现金流入减少所致。

公司回顾总结前期披露的发展战略和经营计划在报告期内的进展情况如下:

报告期内,公司实现营业收入503,101万元,较上年同比下降2.16%,稍低于年初制定的力争实现营业收入不低于53亿元的目标;实现归属于母公司股东的净利润112,974万元,较上年增长8.35%。为此,公司做了以下工作:

一是调整销售架构、理顺营销体系,市场战略得到深入推进。报告期内,公司强化了以酒种为主导的销售架构,理顺了葡萄酒、白兰地、进口酒等各酒种营销体系,销售队伍更加专注,"责、权、利"进一步明确;理顺了张裕母品牌与子品牌关系,初步建立了"品牌经理制度",根据不同品牌定位突出重点,有针对性地研究不同目标消费人群,让专注的人做专业的事,品牌发展规划愈发清晰;各个酒种根据品牌发展态势进行聚焦,明确了各自发力点,白兰地主动转变市场定位,努力学习高端白酒推广经验,切割白酒市场"蛋糕",葡萄酒根据不同酒庄产品特点,以国际竞品为标杆研究市场策略,进口酒优中选优,发力智利魔狮、澳洲歌浓;通过"厂商共建费用池",构建每个骨干经销商体系下的张裕专属团队,确保"向终端要销量,向培育消费者要增长"执行到位。

二是坚持产品创新,助力品牌建设,不断扩大市场影响力。报告期内,公司坚持新产品"不惊艳不上市"的总原则,陆续推出新款瑞那城堡、新款卡斯特、新锐五星、派格尔、迷霭、长尾猫、非尼潘达、限量版解百纳等一系列新品,得到了市场好评和消费者认可,使"张裕"品牌国内、外影响力持续提升;新华社瞭望智库数据显示"张裕全球品牌热度比肩拉菲";英国葡萄酒研究机构"酒智"发布的年度全球葡萄酒品牌影响力指数,"张裕"排名中国市场第一。

三是借助数字技术,实施精准营销,提升经营效率。报告期内,公司进一步深入落实订单驱动,对酒庄酒、解百纳、普通酒全面实现在线赋码,产品基本实现订单驱动;"一物一码"标识管理工作落实到位,高端产品防伪工作继续推进;逐步完成营销码改造,深入探讨经销商标识管理和产品追溯,初步规划了物流码、防窜码、营销码等"三码合一"的产品防伪追溯及营销推广系统,环节管控进一步加强;实施"全面数字化转型"战略,助力销售订单线上、线下双驱动,线上借力天猫、京东、苏宁等数字平台,线下携手经销商推行APP下单订货;与腾讯、京东、天猫、苏宁等结成战略伙伴,利用数字化手段逐步实现"用户定位更精准、营销推广更精细、客户转化更高效"。

四是强化质量管理、改进生产工艺,进一步提升产品质量。报告期内,公司战略性布局全球优质原料基地,分别在中国、澳大利亚、智利、法国发展了中长期优质原料基地,为三聚焦战略的实施贮备了足够数量的中高档原酒资源;加强国内外酿酒师技术交流,大力开展新技术、新工艺研究,改进传统工艺,不断提高产品品质,取得显著成效;在各类国际比赛中获得大金奖3项,金奖34项;可雅XO15年在全球白兰地标杆盲品上获得冠军,超过世界五大知名XO品牌;铸就"可雅"中国白兰地高端品牌,可雅酒庄被中国酿酒工业协会授予"中国白兰地第一庄"称号,酿酒师张葆春女士被授予"中国白兰地首席大师"称号,"中国白兰地研究院"正式落户可雅酒庄;张裕解百纳在全球畅销葡萄酒品牌盲品赛上成为"全球TOP5",并被新加坡《联合早报》评为"亚洲TOP1"。

五是强化内部审计,加强风险防控,压缩经营成本。报告期内,公司强化税收筹划;对异地仓库、应收账款、广告费管理及经销商库存等情况进行了全面审计;建立健全了境外企业风险防控体系和预算动态管理体系,有效防范了经营风险,降低了经营成本。

②收入与成本

A、营业收入构成

单位:元

	2019年		2018年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	5,031,011,489	100%	5,142,244,740	100%	-2.16%
分行业					
酒及酒精饮料制造业	5,031,011,489	100%	5,142,244,740	100%	-2.16%
分产品					
葡萄酒	3,833,828,384	76.20%	4,000,233,434	77.79%	-4.16%
白兰地	1,071,623,817	21.30%	999,207,299	19.43%	7.25%
旅游	88,716,296	1.76%	101,978,938	1.98%	-13.01%
其他	36,842,992	0.74%	40,825,069	0.79%	-9.75%
合计	5,031,011,489	100%	5,142,244,740	100%	-2.16%
分地区					
国内	4,482,413,271	89.10%	4,486,387,956	87.25%	-0.09%
国外	548,598,218	10.90%	655,856,784	12.75%	-16.35%
总计	5,031,011,489	100%	5,142,244,740	100%	-2.16%

B、公司实物销售收入是否大于劳务收入

√ 是 □ 否

行业分类	项目	单位	2019年	2018年	同比增减
葡萄酒	销售量	吨	95,902	112,600	-14.83%
白兰地	销售量	吨	38,895	39,315	-1.07%

相关数据同比发生变动30%以上的原因说明

□ 适用 √ 不适用

C、公司已签订的重大销售合同截至本报告期的履行情况

□ 适用 √ 不适用

D、营业成本构成

行业和产品分类

单位:元

行业分类	项目	2019年		2018年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
酒及酒精饮料	配成酒	941,841,689	50.76%	981,838,789	52.42%	-1.66%
	包装材料	632,114,480	34.07%	633,281,194	33.82%	0.26%
	人工工资	65,607,419	3.54%	63,385,522	3.38%	0.15%
	制造费用	215,835,927	11.63%	194,485,534	10.38%	1.25%

单位:元

产品分类	项目	2019年		2018年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
葡萄酒	配成酒	711,784,892	50.79%	759,623,724	52.00%	-1.21%
	包装材料	464,625,885	33.16%	484,791,303	33.19%	-0.03%
	人工工资	56,725,667	4.05%	54,718,770	3.75%	0.30%
	制造费用	168,204,799	12.00%	161,721,616	11.06%	0.93%
白兰地	配成酒	230,056,797	52.66%	217,997,239	54.00%	-1.34%
	包装材料	167,488,595	38.34%	144,272,064	35.74%	2.60%
	人工工资	8,881,752	2.03%	8,666,752	2.14%	-0.11%
	制造费用	30,467,170	6.97%	32,763,918	8.12%	-1.14%

说明

无。

E、报告期内合并范围是否发生变动

√ 是 □ 否

本年度合并财务报表范围变化详细情况参见本报告之财务报告附注六"合并范围的变更"。

F、公司报告期内业务、产品或服务发生重大变化或调整有关情况

□ 适用 √ 不适用

G、主要销售客户和主要供应商情况

公司主要销售客户情况

前五名客户合计销售金额(元)	271,566,418
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	5.40%
前五名客户销售额中关联方销售额占年度销售总额比例	0%

公司前5大客户资料

序号	客户名称	销售额(元)	占年度销售总额比例
1	深圳市长粤鑫贸易有限公司	77,966,257	1.55%
2	重庆芮芳贸易有限公司	68,303,967	1.36%
3	莆田市涵江区新侨诚食品商行	45,629,821	0.91%
4	福州盛世航港贸易有限公司	42,902,091	0.85%
5	佛山市宇坤信息科技有限公司	36,764,282	0.73%
合计	--	271,566,418	5.40%

主要客户其他情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额(元)	602,438,946
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	45.48%
前五名供应商采购额中关联方采购额占年度采购总额比例	10.08%

公司前5名供应商资料

序号	供应商名称	采购额(元)	占年度采购总额比例
1	山东烟台酿酒有限公司醴泉销售部	139,869,748	10.56%
2	烟台神马包装有限公司	133,587,430	10.08%
3	栖霞长裕玻璃有限公司	131,011,805	9.89%
4	新疆裕源酒业有限公司	127,813,447	9.65%
5	新疆天裕葡萄酿酒有限公司芳草湖分公司	70,156,516	5.30%
合计	--	602,438,946	45.48%

主要供应商其他情况说明

□ 适用 √ 不适用

③费用

单位:元

	2019年	2018年	同比增减	重大变动说明
销售费用	1,063,232,024	1,274,599,146	-17.37%	主要是由于本期冲回商标使用费所致。
管理费用	311,904,656	343,580,651	-9.22%	主要是由于工资及福利费和折旧费较上年减少所致。
财务费用	35,290,702	35,945,302	-1.82%	主要是由于借款利息费用支出减少所致。
研发费用	6,041,116	4,784,118	26.27%	主要是2019年技术开发支出增长所致。

④现金流

单位:元

项目	2019年	2018年	同比增减
经营活动现金流入小计	4,782,456,490	5,080,363,769	-5.86%
经营活动现金流出小计	3,944,618,466	4,104,385,023	-3.89%
经营活动产生的现金流量净额	837,838,024	975,978,746	-14.15%
投资活动现金流入小计	242,866,775	423,413,326	-42.64%
投资活动现金流出小计	451,029,212	931,261,875	-51.57%
投资活动产生的现金流量净额	-208,162,437	-507,848,549	59.01%
筹资活动现金流入小计	942,134,032	1,114,333,670	-15.45%
筹资活动现金流出小计	1,413,600,451	1,546,641,222	-8.60%
筹资活动产生的现金流量净额	-471,466,419	-432,307,552	9.06%
现金及现金等价物净增加额	168,912,341	25,971,060	511.88%

相关数据同比发生重大变动的主要影响因素说明

√ 适用 □ 不适用

与上年同比,报告期内经营活动产生的现金流量净额下降14.15%,主要是销售商品、提供劳务收到的现金同比下降所致;投资活动现金流入小计下降42.64%,主要是收回投资收到的现金下降所致;投资活动现金流出小计下降51.57%,主要是购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金以及投资支付的现金下降所致;投资活动产生的现金流量净额上升59.01%,主要是投资活动现金流出下降所致;筹资活动现金流入小计下降15.45%,主要是取得借款收到的现金下降所致;现金及现金等价物净增加额上升511.88%,主要是投资活动现金流出下降所致。

报告期内公司经营活动产生的现金净流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明

□ 适用 √ 不适用

⑤资产及负债状况

A、资产构成重大变动情况

公司2019年起首次执行新金融工具准则、新收入准则或新租赁准则且调整执行当年年初财务报表相关项目

√适用 □ 不适用

单位:元

	2019年末		2018年末		比重增减	重大变动说明
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例		
货币资金	1,565,783,980	11.47%	1,475,700,477	11.25%	0.22%	无重大变动
应收账款	266,218,153	1.95%	242,153,083	1.85%	0.10%	无重大变动
存货	2,872,410,407	21.05%	2,724,591,457	20.77%	0.28%	无重大变动
投资性房地产	29,714,586	0.22%	31,572,489	0.24%	-0.02%	无重大变动
长期股权投资	43,981,130	0.32%	0	0%	0.32%	无重大变动
固定资产	5,894,068,898	43.19%	5,749,731,667	43.83%	-0.64%	无重大变动
在建工程	567,478,833	4.16%	759,296,591	5.79%	-1.63%	无重大变动
短期借款	754,313,744	5.53%	688,002,410	5.24%	0.29%	无重大变动
长期借款	128,892,501	0.94%	156,480,662	1.19%	-0.25%	无重大变动

B、以公允价值计量的资产和负债

□ 适用 √ 不适用

C、截至报告期末的资产权利受限情况

报告期末,公司没有资产被查封、扣押、冻结,有关资产被抵押和质押情况,请参见公司分别在2016年、2017年、2018年和2019年在《中国证券报》、《证券时报》和巨潮资询网(http://www.cninfo.com.cn)披露的《关于对外担保的公告》。

(3)公司未来发展的展望

基于我们有限的经验和专业技能,公司对葡萄酒行业和未来发展作以下判断:

①行业竞争格局和发展趋势

受国家宏观经济增速放缓、中美贸易摩擦和新冠疫情引起的不确定性影响,2020年中国葡萄酒市场总体需求仍较为疲软,葡萄酒消费总量很可能保持下降趋势,葡萄酒行业经营形势更加严峻;随着中国电商及互联网一代兴起,人们消费葡萄酒的场景和习惯不断变化,以微信、抖音、今日头条、网红IP等"手机屏"上的移动终端媒介已成为葡萄酒经营者与消费者沟通的重要渠道,葡萄酒市场"碎片化"严重,锁定葡萄酒目标消费者更加困难。但是,无论与国内啤酒、白酒人均消费量相比,还是与国外主要葡萄酒消费国人均葡萄酒消费量相比,中国葡萄酒目前在国内的消费普及率和渗透率都非常低,尽管其发展壮大在短期内遇到一些波折,但从长远看巨大的发展潜力没有改变。在这种机遇和挑战长期共存的情况下,具备强大品牌影响力和营销能力,能够抓住机遇、积极调整,充分利用新兴和传统两类销售渠道,及时满足消费者需求,适时提供较好性价比产品的企业将有机会在竞争中胜出,从而重构未来中国葡萄酒市场新的格局。

②公司发展战略

公司将坚持"聚焦中高端、聚焦高品质、聚焦大单品"的三聚焦发展战略和"向终端要销量、向培育消费者要增长"的营销理念不动摇,继续完善葡萄酒、白兰地、进口酒、海外业务等四个板块相对独立的营销体系建设,做强葡萄酒、做大白兰地、做靓进口酒、做稳海外业务,推动多酒种全面发展。

③新一年经营计划

2020年,公司将力争实现营业收入不低于37亿元,将主营业务成本及三项期间费用控制在28亿元以下。

④公司将采取的措施

为了更好地抓住机遇,应对挑战,公司将立足当前,着眼长远,开拓进取,坚持以市场工作为导向,以利润考核为手段,以创新、重点工作为驱动,持之以恒抓管理,坚持不懈抓落实,在2020年全力做好以下主要工作,努力实现全年经营目标。

一是进一步深化和落实"三聚焦"战略。国产葡萄酒明确"主攻酒庄酒、做强解百纳、做大普通酒"的发展方向,继续聚焦在国内七个酒庄、解百纳、醉诗仙等品牌上,在保持总投入基本不变的前提下,从线下投入转出一部分用于线上,进一步提高线上投入的比重;白兰地坚持"高举高打,以高带低"的发展战略,聚焦可雅、五星、迷霭、派格尔四个主推品牌;主推品牌进一步聚焦可雅XO15和珍藏五星两支单品,通过可雅品牌做大白兰地品类,进而带动白兰地各品牌的全面发展;进口酒将聚焦六大收购品牌,特别是聚焦于歌浓和魔狮两大重点品牌。

二是继续落实"以客户为中心,以奋斗者为本、以结果为导向"的经营方针。公司将采取有效措施,把"让更少的人管理经销商,更多的人与经销商一起服务终端和消费者"的市场策略全面落实到位,继续通过减员增效和完善薪酬制度等措施,提高销售人员薪酬水平,增强市场一线人员工作积极性;全员倡导"人人都是产品体验官"、"人人都是服务体验官"、"人人都是自媒体",全面提升公司的产品意识、服务意识和营销意识。

三是努力拓展新的营销渠道。公司将加强线上渠道、新零售渠道、大商渠道和个性化订购团购渠道的开发,建立"品牌小组"+"外协品牌顾问公司"体系,提供更精准有效的营销支持;通过营销体制创新,推进1-2个酒庄品牌组建大商联盟公司,做大市场规模;推动全国2000多家重点经销商,开设自己的智慧零售商城;引导经销商做好"社区合伙人"招募工作;推动经销商充分利用美团、饿了么、58同城、抖音、京东到家、小红书等同城平台,在各种新业态开店销售产品;推动经销商利用自有配送体系或同城快递,实现无接触将葡萄酒送到消费者手中,提高无接触配送能力,打通销售通路;发动全员进行短视频营销和直播带货。

四是推动公司传统业务全面向数字化业务转型。公司将努力全面实现种植、生产、销售、营销等数字化,进而对客户精准服务、对消费者精准化营销;2020年将通过背印防伪码及一次性营销码改造,全面推行经销商联动订单,推出经销商环节的出入库标识管理和产品追溯;与腾讯等公司合作完成营销数字化集成,推动公司数字化营销上水平。

五是持续提升产品品质。公司将稳定合同基地总量,提升自有葡萄基地种植水平,根据国内不同地理、气候等特点培育酿酒葡萄新品种;对葡萄酒与白兰地分别建立长期稳定的高、中、低原料基地,满足不同产品需求;站在全球视角完成葡萄酒和白兰地海外葡萄基地布局;增加橡木桶进口数量,制定酒庄酒、可雅白兰地等高档产品的橡木桶三年采购计划,改进橡木桶使用方式和方法;进一步建立健全"品牌酿酒师队伍评价体系",调动酿酒师深入生产一线,提高产品质量,深入市场一线,了解消费者需求,更好地发挥酿酒师队伍技术水平和工作能力;支持和鼓励新技术、新工艺研发投入,保证产品质量稳步提升。

六是进一步改进用人机制。公司将继续执行"严控进口,放开出口"的总方针,努力实现"管住总量,收入不减"的总目标;加快选入用人机制、薪酬分配和激励机制改革,开辟员工职业发展及薪酬激励双通道;对管理、酿酒、设备、营销、生产等各类人员制定三年人才发展规划;建立"留住生"和"导师带徒"制度,形成"人人前面有导师,后面有梯队"的人才培养模式;建立奖励创新成功和宽容创新失败二者并存的良好机制,营造鼓励创新,容忍失败的有利氛围,为公司各方面创新工作顺利开展,提供可靠保障。

七是加强审计监督和内控制度建设。公司将进一步加强对各个经营单位的审计监督,强化审计、财务、纪委三位一体的监督体系;加大追责处罚力度,对审计发现的问题必查必究,责任人员不提拔、不任用;进一步完善印章、关联交易、销售广告费、物资采购、项目建设、存货等易发生严重舞弊领域的内控制度,及时消除重大隐患,防范经营风险。

八是加强财务管理。公司将改进预算编制模式,根据公司内外重大变化,及时动态调整和完善年度预算,增强预算管理的时效性和针对性。完善对二级公司的模拟利润考核制度,提升整体盈利能力;充分利用国家减税降费政策,合理进行税收筹划;加强对境外企业财务管理,防范重大风险。

上述经营计划、经营目标并不代表上市公司对2020年度的盈利预测,能否实现取决于市场状况变化、经营团队的努力程度等多种因素,存在很大的不确定性,请投资者特别注意。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

□ 是 √ 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润10%以上的产品情况

√ 适用 □ 不适用

单位:元

		营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业							
酒及酒精饮料制造业		5,031,011,489	1,887,495,991	62.48%	-2.16%	-0.74%	-0.54%
分产品							
葡萄酒		3,833,828,384	1,401,341,243	63.46%	-4.16%	-4.07%	-0.03%
白兰地		1,071,623,817	436,894,314	59.23%	7.25%	8.22%	-0.37%
旅游		88,716,296	27,251,750	69.28%	-13.01%	-12.93%	-0.03%
其他		36,842,992	22,008,684	40.26%	-9.75%	282.20%	-45.63%
合计		5,031,011,489	1,887,495,991	62.48%	-2.16%	-0.74%	-0.54%
分地区							
国内		4,482,413,271	1,523,524,727	66.01%	-0.09%	3.11%	-1.05%
国外		548,598,218	363,971,264	33.65%	-16.35%	-14.16%	-1.69%
合计		5,031,011,489	1,887,495,991	62.48%	-2.16%	-0.74%	-0.54%

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下,公司最近1年按报告期末口径调整后的主营业务数据

□ 适用 √ 不适用

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

□ 适用 √ 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

□ 适用 √ 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1)与上年度财务报告相比,会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融准则,根据准则衔接规定要求,对新金融工具准则施行日(即2019年1月1日)未终止确认的金融工具的分类和计量(含减值)进行追溯调整。本公司未调整比较财务报表数据,将金融工具的原账面价值和在新金融工具准则施行日的新账面价值之间的差额计入2019年年初留存收益或其他综合收益;执行上述新金融准则不会对公司财务报表产生重大影响。

公司根据财会(2019)6 号的相关要求编制财务报表,仅对财务报表格式和部分科目列示产生影响,对公司净资产、净利润等相关财务指标不会产生重大影响。

有关本次会计政策变更的其他情况,请参见公司在《证券时报》、《中国证券报》和巨潮咨询网披露的《关于会计政策变更的公告》。

(2)报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3)与上年度财务报告相比,合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

本年度合并财务报表范围变化详细情况请参见本报告之财务报告附注六"合并范围的变更"。

烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

董事会

二〇二〇年四月二十四日

证券代码:000869、200869　　证券简称:张裕A、张裕B　　公告编号:2020-临08

烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司关于2020年度日常关联交易的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、预计全年日常关联交易的基本情况

(一)日常关联交易概述

关联交易类别	交易事项	关联人名称	预计2020年度总金额(万元)	2019年度实际发生金额(万元)	董事会审议情况	是否须股东大会批准
租赁资产	租赁场地	烟台张裕集团有限公司	557	557	已于2020年4月22日经公司第八届董事会第四次会议以5票同意、0票反对和0票弃权的结果审议通过,陈毅欣、阿尔迪诺·玛佐拉迪、恩里科·西维利、尉安宁、周洪江、冷斌、孙健、李记明等8名关联董事回避了表决。	否
	租赁房屋及设施	烟台张裕集团有限公司	161	161		否
出租资产	出租房屋及设施	烟台中亚医药保健酒有限公司	52	52		否
	出租房屋及设施	烟台神马包装有限公司	149	149		否
销售产品	酒类产品	烟台张裕酒文化博物馆有限公司	660	831		否
	酒类产品	烟台张裕酒城之窗有限公司	620	772		否
	酒类产品	烟台张裕文化旅游产品销售有限公司	300	384		否
	酒类产品	烟台张裕文化旅游发展有限公司	750	969		否
	酒类产品	烟台中亚医药保健酒有限公司	0	447		否
	供水电气	烟台神马包装有限公司	35	35		否
	供水电气	烟台中亚医药保健酒有限公司	260	0		否
	包装材料	烟台中亚医药保健酒有限公司	120	0		否
购买和委托加工包装材料	包装材料	烟台神马包装有限公司	10,200	13,359		否
购买产品或服务	酒类产品的衍生品	烟台张裕酒文化博物馆有限公司	860	1,083		否
		烟台张裕酒城之窗有限公司	680	856		否
		烟台张裕文化旅游产品销售有限公司	40	57		否
		烟台张裕文化旅游发展有限公司	200	282		否
	酒类产品	烟台中亚医药保健酒有限公司	0	124		否
		蜜合花酒庄农业民事公司	900	643		否
		拉斯酒庄农业民事公司	410	163		否
无形资产许可使用	商标许可使用	烟台张裕集团有限公司	2,700	3,594		否
合计			19,654	46,373	-	-

(二)预计日常关联交易类别和金额

单位:万元

关联交易类别	关联人	关联交易内容	关联交易定价原则	合同签订金额或预计金额	截至披露日已发生金额	上年发生金额
租赁资产	烟台张裕集团有限公司	租赁场地	协议定价	557	-	557
	烟台张裕集团有限公司	租赁房屋及设施	协议定价	161	-	161
	小计	-	-	718	-	718
出租资产	烟台中亚医药保健酒有限公司	出租房屋及设施	协议定价	52	-	52
	烟台神马包装有限公司	出租房屋及设施	协议定价	149	-	149
	小计	-	-	201	-	201
销售产品	烟台张裕酒文化博物馆有限公司	酒类产品	协议定价	660	-	831
	烟台张裕酒城之窗有限公司	酒类产品	协议定价	620	-	772
	烟台张裕文化旅游产品销售有限公司	酒类产品	协议定价	300	-	384
	烟台张裕文化旅游发展有限公司	酒