公司代码:603369　　公司简称:今世缘

江苏今世缘酒业股份有限公司

【2020】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 中汇会计师事务所(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

公司以2020年12月31日总股本125450万股为基数,向全体股东按每10股派发现金红利 4.50元(含税),共计分配利润56452万元。以上利润分配预案需提交公司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	今世缘	603369	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王卫东	夏东保
办公地址	江苏省淮安市涟水县高沟镇今世缘大道1号	江苏省淮安市涟水县高沟镇今世缘大道1号
电话	0517-82433619	0517-82433619
电子信箱	jsydmb@163.com	jsydmb@163.com

2 报告期公司主要业务简介

公司主营业务为白酒生产和销售,现有“国缘”“今世缘”和“高沟”三大白酒品牌,其中,“国缘”“今世缘”是“中国驰名商标”,“高沟”是“中华老字号”。国缘品牌定位“中国高端中度白酒”,今世缘品牌突出打造“中国人的喜酒”,高沟品牌定位“正宗苏派老名酒”,公司独创的“清雅酱香型”国缘V9定位“中国酱香新经典”。报告期内,公司主营业务未发生变化。

公司经营模式为“研发+采购+生产+销售型经营模式”。公司根据战略、年度计划及市场需求,做好新产品、新酒体、新工艺研发,并结合库存情况采购原材料;生产按照制曲、酿酒、勾储、灌装的生产计划组织实施;销售模式分为经销模式和直销模式,经销模式针对的渠道为经销商,直销模式针对的渠道为团购、商超、酒店以及零售等。

白酒是中国传统蒸馏酒,在我国历史悠久,是中国传统文化的重要组成部分,是人们生活的重要饮品。根据中国证监会《2020年4季度上市公司行业分类结果》,本公司归属“C15酒、饮料和精制茶制造业”。根据上市公司2020年三季报数据,公司2020年前三季度营收、净利润分别位于第八、第七位。

品质和品牌是白酒竞争的根本保障。伴随着消费升级、分化加快、竞争加剧,白酒行业未来竞争激烈程度及竞争成本将进一步提升,行业马太效应愈加凸显,市场份额逐渐向头部企业集中,企业追求高质量增长将成为竞争的必然要求。

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	11,851,101,844.44	10,062,294,425.83	17.78	8,587,648,943.19
营业收入	5,119,363,385.39	4,869,870,573.62	5.12	3,736,035,833.62
归属于上市公司股东的净利润	1,566,907,817.62	1,458,097,936.32	7.46	1,150,710,683.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,557,945,312.82	1,438,527,916.07	8.30	1,110,287,961.41
归属于上市公司股东的净资产	8,267,340,399.82	7,206,267,606.52	14.72	6,094,667,340.94
经营活动产生的现金流量净额	1,118,767,790.75	1,307,390,439.94	-14.43	1,121,011,778.66
基本每股收益(元/股)	1.2490	1.1623	7.46	0.9173
稀释每股收益(元/股)	1.2490	1.1623	7.46	0.9173
加权平均净资产收益率(%)	20.25	21.93	减少1.68个百分点	20.36

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	1,770,100,967.71	1,142,739,645.00	1,280,362,109.30	926,160,663.38
归属于上市公司股东的净利润	580,347,769.13	439,156,113.75	293,972,135.17	253,432,799.57
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	581,925,823.43	433,503,940.12	287,029,243.95	255,486,305.32
经营活动产生的现金流量净额	-236,420,440.59	210,435,333.31	676,843,069.31	467,909,828.72

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

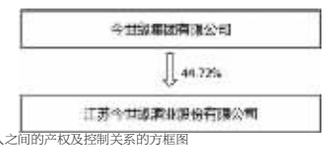
截止报告期末普通股股东总数(户)	51,160
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	61,652
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0

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	
今世缘集团有限公司	0	561,049,038	44.72	0	无	0	国有法人
上海铭大实业(集团)有限公司	-29,626,200	43,843,800	3.49	0	无	0	境内非国有法人
周素明	-1,000,000	41,800,000	3.33	0	无	0	境内自然人
涟水今生缘贸易有限公司	0	41,093,700	3.28	0	无	0	境内非国有法人
涟水吉缘贸易有限公司	0	41,090,400	3.28	0	无	0	境内非国有法人
中国银行股份有限公司-招商中证白酒指数分级证券投资基金	20,185,654	33,856,377	2.70	0	无	0	其他
香港中央结算有限公司	-719,801	30,457,926	2.43	0	无	0	未知
倪从春	-2,251,000	19,000,000	1.51	0	无	0	境内自然人
羊栋	-1,500,000	18,500,000	1.47	0	无	0	境内自然人
吴建峰	-1,000,000	18,000,000	1.43	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.在前述股东中,今世缘集团有限公司与其余股东之间不存在关联关系,也不属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。2.其余股东之间是否存在关联关系,或者是否属于一致行动人未知。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

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

报告期内,公司坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引,紧紧围绕“聚心聚力谋发展,从实从严高质量,更好更快谱写酒缘大业新篇章”的总体要求,自觉遵循“五大”理念,持续深化“四大”基础战略,用心谋划“三化”方略,认真分析消费升级新形势,准确把握行业分化新趋势,深刻理解自身发展新态势,细化年度经营计划和投资方案,克服新冠肺炎疫情带来的诸多不利影响,砥砺奋进,各项工作取得较好成绩。2020年度实现营业收入51.19亿元,较去年同期增加2.49亿元,增幅5.12%;实现归属于上市公司股东的净利润15.67亿元,较去年同期增加1.09亿元,增幅7.46%;实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润15.58亿元左右,较去年同期增加1.19亿元,同比增加8.30%。

(一) 主营业务分析

1. 利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位:元　币种:人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例(%)
营业收入	5,119,363,385.39	4,869,870,573.62	5.12
营业成本	1,478,674,098.05	1,325,123,027.81	11.59
销售费用	875,395,525.46	852,877,480.68	2.64
管理费用	229,023,989.07	206,900,275.47	10.69
研发费用	22,299,727.16	14,219,823.03	56.82
财务费用	-21,072,447.17	-49,720,219.74	57.62
经营活动产生的现金流量净额	1,118,767,790.75	1,307,390,439.94	-14.43
投资活动产生的现金流量净额	840,166,799.58	-1,163,094,392.40	172.24
筹资活动产生的现金流量净额	-159,367,554.33	-435,867,698.76	63.44

2. 收入和成本分析

√适用　□不适用

报告期,公司白酒营业收入较上年增加24729.94万元,同比增长5.11%;白酒营业成本较上年增加15744.44万元,同比增加12.01%。

(1). 主营业务分行业、分产品、分地区情况

单位:元　币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
白酒	5,084,270,427.94	1,468,594,340.54	71.11	5.11	12.01	减少1.78个百分点
其他	12,200,992.92	8,681,231.99	28.85	-17.95	-13.09	减少3.98个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
特A+类	3,069,208,394.43	572,385,103.97	81.35	13.00	26.30	减少1.96个百分点
特A类	1,502,541,734.33	544,133,024.54	63.79	-1.66	14.10	减少5.00个百分点
A类	253,591,897.41	134,419,526.84	46.99	-19.26	-9.70	减少5.62个百分点
B类	159,186,290.46	122,461,284.51	23.07	-5.24	-4.66	减少0.47个百分点
C类	92,654,590.73	88,268,590.61	4.73	-8.58	-6.82	减少1.80个百分点
D类	7,087,520.58	6,926,810.07	2.27	-25.04	-23.36	减少2.15个百分点
其他	12,200,992.92	8,681,231.99	28.85	-17.95	-13.09	减少3.98个百分点
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
淮安大区	1,076,687,669.67	365,756,791.26	66.03	2.19	7.90	减少1.80个百分点
南京大区	1,317,426,143.34	298,644,767.37	77.33	3.50	20.07	减少3.13个百分点
苏南大区	643,006,218.92	171,608,709.91	73.31	1.22	11.37	减少2.43个百分点
苏中大区	654,439,146.73	202,820,311.91	69.01	9.39	15.85	减少1.73个百分点
盐城大区	658,318,498.60	194,245,723.66	70.49	6.05	5.74	增加0.08个百分点
淮海大区	418,066,995.31	120,050,354.31	71.28	15.61	21.43	减少1.38个百分点
省外	328,526,748.29	124,148,914.11	62.21	6.17	2.01	增加1.54个百分点

主营业务分行业、分产品、分地区情况的说明:

公司白酒类产品按照价位带划分产品档次,特A+类为出厂指导价300元(含税,下同)以上的产品,特A类为100—300元价位带产品,A类为50—100元价位带产品,B类为20—50元价位带产品,C类为10—20元价位带产品,D类为剩余白酒产品,其他为非白酒产品。

公司以行政区域作为分地区标准,淮安大区包括淮安、宿迁,南京大区包括南京、镇江,苏南大区包括苏州、无锡、常州,苏中大区包括扬州、泰州、南通,盐城大区包括盐城、连云港,淮海大区包括徐州;省外指江苏省以外。

(2). 产销量情况分析表

√适用 □不适用

主要产品	单位	生产量	销售量	库存量	生产量比上年增减(%)	销售量比上年增减(%)	库存量比上年增减(%)
白酒	千升	31,037	31,755	6,081	-2.17	0.81	-22.42

产销量情况说明

无

(3). 成本分析表

单位:元

分行业情况						
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)	情况说明
白酒		1,468,594,340.54	99.32	1,311,149,937.72	98.95	12.01	
分产品情况							
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)	情况说明
白酒	原料成本	1,247,003,004.66	84.34	1,118,025,194.39	84.38	11.53	
白酒	人工成本	118,182,045.80	7.99	97,252,898.31	7.34	21.52	
白酒	制造费用	103,409,290.08	6.99	95,871,845.02	7.23	7.86	

成本分析其他情况说明无

(4). 主要销售客户及主要供应商情况

√适用 □不适用

前五名客户销售额94,581.33万元,占年度销售总额18.47%;其中前五名客户销售额中关联方销售额0万元,占年度销售总额0 %。

前五名供应商采购额42,402.25万元,占年度采购总额25%;其中前五名供应商采购额中关联方采购额0万元,占年度采购总额0%。

其他说明无

3. 费用

√适用 □不适用

单位:元

科目	本期数	上年同期数	变动比例(%)	情况说明
销售费用	875,395,525.46	852,877,480.68	2.64	
管理费用	229,023,989.07	206,900,275.47	10.69	
财务费用	-21,072,447.17	-49,720,219.74	57.62	主要系取得的利息收入减少及支付的贷款利息增加所致

4. 研发投入

(1). 研发投入情况表

√适用 □不适用

单位:元

本期费用化研发投入	22,299,727.16
本期资本化研发投入	0.00
研发投入合计	22,299,727.16
研发投入总额占营业收入比例(%)	0.4376
公司研发人员的数量	128
研发人员数量占公司总人数的比例(%)	3.53
研发投入资本化的比重(%)	0.0000

(2). 情况说明

□适用 √不适用

5. 现金流

√适用 □不适用

单位:元

科目	本期数	上年同期数	变动比例(%)	情况说明
经营活动产生的现金流量净额	1,118,767,790.75	1,307,390,439.94	-14.43	
投资活动产生的现金流量净额	840,166,799.58	-1,163,094,392.40	172.24	主要系本期投资到期收回的现金较上年同期增加所致
筹资活动产生的现金流量净额	-159,367,554.33	-435,867,698.76	-63.44	主要系本期取得借款较多及分配股利较多综合影响所致

(二) 资产、负债情况分析

√适用　□不适用

1. 资产及负债状况

单位:元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例(%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例(%)	本期期末金额较上期期末变动比例(%)	情况说明
货币资金	3,401,543,430.74	28.70	1,607,236,902.38	15.97	111.64	主要系本年经营活动和投资活动产生的现金流量净额较多
应收款项融资	9,325,000.00	0.08	62,493,735.37	0.62	-85.08	主要系上年未收到客户的承兑汇票较多
预付款项	6,651,018.01	0.06	23,501,225.97	0.23	-71.70	主要系上期预付央视广告费较多
其他流动资产	568,359.31	0.00	9,597,719.61	0.10	-94.08	主要系上年末子公司留抵的进项税额较多
债权投资	31,781,543.00	0.27	432,282,090.95	4.30	-92.65	主要系委托贷款在本期收回4亿元
其他权益工具投资	29,438,414.22	0.25	18,091,779.98	0.18	62.72	主要系公司入伙的以公允价值计量且变动计入其他综合收益的公司本期公允价值增加
在建工程	489,269,188.42	4.13	96,846,677.64	0.96	405.20	主要系技改项目投入增加
无形资产	171,865,288.52	1.45	129,301,223.35	1.29	32.92	主要系技改项目新增土地使用权
其他非流动资产	3,027,898.00	0.03	7,703,900.00	0.08	-60.70	主要系上期预付的营销分支购房款在本期转入固定资产
短期借款	361,743,750.00	3.05		0.00		主要系本期信用证转让与贴得银行借款
应付票据	134,300,000.00	1.13	79,100,000.00	0.79	69.79	主要系本期开具承兑汇票支付货款增加所致
应付账款	389,707,385.18	3.29	197,313,607.77	1.96	97.51	主要系应付工程款增加
预收款项		0.00	1,304,031,193.33	12.96		主要系本年首次执行新收入准则,原预收款项计入了合同负债与其他流动负债
合同负债	1,096,180,460.46	9.25		0.00		同上
其他流动负债	142,503,459.66	1.20	0.00	0.00		同上
预计负债	3,554,083.19	0.03		0.00		系预计的未结诉讼合同纠纷款
递延所得税负债	103,489,317.92	0.87	71,308,901.76	0.71	45.13	主要系投资理财公允价值增加所确认的递延所得税负债增加
其他综合收益	21,628,810.67	0.18	13,118,834.99	0.13	64.87	主要系公司入伙的以公允价值计量且变动计入其他综合收益的公司本期公允价值增加

其他说明无

(三) 行业经营性信息分析

√适用　□不适用

详见以下“酒制造行业经营性信息分析”

酒制造行业经营性信息分析

1 行业基本情况

√适用　□不适用

2020年1-12月,全国规模以上白酒企业产量740.73万千升,同比下降2.46%;实现销售收入5836.39亿元,同比增长4.61%;实现利润总额1585.41亿元,同比增长13.35%。(数据来源:国家统计局、中国酒业协会)

2 产能状况

现有产能

√适用　□不适用

主要工厂名称	设计产能	实际产能
包装工厂	85000千升	40000千升

在建产能

√适用 □不适用

单位:万元　币种:人民币

在建产能名称	计划投资金额	报告期内投资金额	累积投资金额
智能化灌装中心	44,000	1,376	1,440

经公司2019年10月7日召开的第三届董事会第二十四次会议审议批准,公司新建“智能化灌装中心”,以进一步提升成品酒灌装产能及个性化供应保障能力,新建的智能化灌装中心设计产能8万吨/年,投资概算约为人民币4.4亿元,目前项目正在建设中。

产能计算标准

√适用　□不适用

设计产能按生产工艺要求,结合厂房规格、生产线数量等计算,实际产能按正常工况下实际成品酒产量计算。

3 产品期末库存量

√适用　□不适用

单位:千升

成品酒	半成品酒(含基础酒)
6,081	99,899

存货减值风险提示

□适用 √不适用

4 产品情况

√适用　□不适用

单位:万元　币种:人民币

产品档次	产量(千升)	同比(%)	销量(千升)	同比(%)	产销率(%)	销售收入	同比(%)	主要代表品牌
TA+类	7,690.72	17.30	7,559.10	19.51	98.29	306,920.84	13.00	国缘
TA类	10,532.77	8.52	11,177.56	3.95	106.12	150,254.17	-1.66	国缘、今世缘
A类	3,478.63	-32.73	3,470.62	-14.54	99.77	25,359.19	-19.26	今世缘
B类	3,789.18	-8.42	3,894.12	-1.98	102.77	15,918.63	-5.24	今世缘
C类	4,936.11	-6.67	4,975.27	-9.80	100.79	9,265.46	-8.58	今世缘
D类	609.72	-29.49	678.26	-22.17	111.24	708.75	-25.04	高沟
其他	214.72	74.65	1,253.77	7.30	583.90	1,220.10	-17.95	

产品档次划分标准

√适用　□不适用

公司白酒类产品按照价位带划分产品档次,特A+类为出厂指导价300元(含税,下同)以上的产品,特A类为100—300元价位带产品,A类为50—100元价位带产品,B类为20—50元价位带产品,C类为10—20元价位带产品,D类为剩余白酒产品,其他为非白酒产品。

产品结构变化情况及经营策略

√适用　□不适用

产品结构变化情况:2020年度,公司按照既定目标策略稳步推进,产品结构进一步优化,尤其是“特A+类”产品销售增长较好,收入增速超过13%,占公司收入比重也进一步提高,达到60%。

经营策略:报告期内,公司牢牢把握“543”酒缘大业发展方向,全力聚焦白酒主业,加速构建品牌全国化新格局,深化“五力工程”,“品牌+渠道”双驱动营销体系建设成效明显,符合消费升级需求的“特A+类”产品销量快速增长。

四 公司关于公司未来发展的讨论与分析

(一) 行业格局和趋势

√适用　□不适用

一是消费需求持续升级。在经济发展新格局背景下,消费需求的持续升级,庞大中等收入群体对美好生活的不断追求,都将助推消费对经济增长的贡献,为白酒产业成长提供有利条件。伴随着消费对经济发展的基础性作用的增强,人们对包括白酒在内的消费品的需求将保持持续性增长。

二是品牌集中特征明显。白酒行业马太效应愈加突出,规模以上酒企数量逐年减少,市场份额向优势品牌、优势产区集中的趋势加快,并将最终回到“品牌+品质”这一白酒竞争的本质。

白酒企业应以实际的行动把握消费升级机遇,注重营销方式变革,强化酒文化宣贯,塑造提升自身独特的品牌文化优势和品牌影响,打造健全的渠道网络和销售规模。注重产品品质的创新与提升,以适应未来人们对身心健康愉悦的需求,同时要做好新生代白酒品牌的培育工作,以创新的方式适应社会变化,创造消费,实现高质量发展。

(二) 公司发展战略

√适用　□不适用

未来五年(2021年—2025年),公司将高举习近平新时代中国特色社会主义思想伟大旗帜,自觉遵循新发展理念,以“发展高质量,酒缘新跨越”为主题,以好中求快为工作基调,以改革创新为根本动力,深化营销与管理变革,坚持和完善公司治理,大力弘扬“追求卓越,缘结天下”的企业精神,践行“酿美酒,结善缘”的企业使命,按照“市场引领工厂,工厂保障市场”的思路,统筹推进市场开拓和工厂建设工作,抢抓机遇,创新实干,做实做优管理,做美做亮工厂,做强做大市场。2025年营收目标超百亿(争取150亿),在今世缘高质量跨越发展新征程上,再酿新辉煌,谱写新篇章。

为保证战略目标的实现,公司确立了由“白酒”+“缘文化”两大业务战略,并将从八个方面谋划发力、狠抓落实,即:以文化酒,拓展市场营销新天地;追求卓越,谋划运营管理新思路;以质取胜,创立产品品质新标杆;紧扣政策,实现资本价值新增长;人才强企,创新人力管理新方法;两化融合,构建产业互联新平台;党企融合,搭建党建管理新体系;奋斗为本,建设幸福企业新样本。

(三) 经营计划

√适用　□不适用

2021年,是公司全面开启“发展高质量,酒缘新跨越”的起步之年。根据市场形势、公司战略目标及2020年经营绩效情况,2021年营收目标59亿元,争取66亿元;净利润目标18亿元,争取19亿元。为保障公司经营目标顺利实现,公司将深入贯彻“五大”发展理念,以战略目标为引领,全力落实好市场营销“四大战役”、南厂区技改扩能等一批重点项目,为“发展高质量,酒缘新跨越”开好局,高质量谱写酒缘大业新篇章。重点做好六项工作:

(一)坚决打好“四大战役”,培育市场增长动能

以顾客视角,明晰分品牌竞争战略及市场运作策略,增强“四大战役”前瞻性、系统性研究,驱动市场营销再上新台阶。注重分类提升,用心组织四大战役。抢抓消费升级新机遇,抢占市场竞争好赛道,做足缘文章,激发酒活力。以“国缘V系攻坚战”培育增长极,以“国缘开系提升战”夯实基本盘,以“今世缘品牌激活战”打造大单品,以“省外市场突破战”拓展新天地。升级模式体系,高效推进四大战役。规范品牌管理,持续优化多品牌传播策略;优化渠道建设,提升终端精细化管理水平,实现渠道覆盖率、产品动销率、市场占有率协同有序提升,促进线上线下一体融合发展;创新消费培育,深耕企业团购,组织化、项目化、流程化推进“结缘万企”行动,系统化、规范化、标准化的推进会员运营管理,打造沉浸式营销。深化资源配称,全力保障四大战役。注重放大文化优势,做活缘文化研究院载体,让产品更具文化内涵;建立以内容为根本、网络技术为支撑、创新管理为保障的全媒体文化传播体系,形式多样传播今世缘好声音;充分发挥市场建设领导小组的统管职能,建立高效高质的客户价值服务体系;加强营销后台专业化建设。

(二)持续深化卓越管理,提高企业治理高度

坚持以“精耕基础管理、做亮特色管理、追求卓越管理”的目标定位,通过卓越过程、服务高质发展。深化卓越管理,强化培训、对标和融合,持续推进年度重点项目。健全“商法规”及产业政策收集体系,继续做好资产管理业务的实施和良好的风控,做好价值营销和产品营销有机融合。推进企业治理,健全企业治理结构,用心谋划蓝图设计,形成既有效制约又高效协同的运作机制。升级精益管理,启动精益管理工程,营造全员精益氛围。打造数字经济,以服务需求为出发点,加速数字营销,赋能业务发展。提升全链路质量追溯能力,做好智慧化技改规划设计,打造数字工厂,赋能提质增效。强化品质提升,注重风味及功能因子研究,促进原酒产质量提升。

(三)不断优化队伍结构,激发人才创造效能

坚持问题和需求导向,梳理明晰关键人才资源需求,扩大人才队伍,加快人才培养,保障企业发展。靶向施策,突出重点招人才。结合“十百千”精英人才引进计划,细化招聘计划,丰富招聘形式,明确责任主体,完善人才引进激励考核机制,主动创新招引人才。立足实际,多措并举育人才,有效发挥今世缘学院功能,完善干部管理、骨干精英人才孵化基地“轮岗”机制,建立规范性先进培育体系,激发创先争优的主观能动性。丰富载体,优化环境留人才。文化感召留人才,激发员工热情,滋养奋进力量。创新活动留人才,引导员工快乐工作、健康成长。

(四)创新完善政策机制,激发改革发展活力

持续深化全方位、多维度改革,为今世缘发展增添动力。深化营销机制变革,全力提升市场质量。深化流程变革,完善厂商联责,深化“1+1+N”利益共同体建设,深化考核变革,分级下放考核权限,提高考核灵活性。深化督察变革,建立潮源检查机制,确保市场运营质量稳步提升。深化管理模式创新,全面提升运转效率。开展创新变革专项活动,完善部门协同机制。深化三项制度改革,全心激发干事热情。完善人事制度,有序培养后备人才,建立健全干部担当作为的激励和保护机制。优化薪酬机制,有序提升一线员工收入,提高重点岗位人才薪酬竞争力。

(五)全面加强党的建设,放大红色基因资源

全面加强党的思想、组织、作风以及能力建设,不断提高政治判断力、政治领悟力、政治执行力。深化特色活动,强化理想信念教育。以中国共产党成立100周年为主线,开展党史学习教育,把“党费建厂”红色故事传播好。把党建融入公司运营关键环节,分类开展“思想大解放,发展高质量,酒缘新跨越”大讨论。落实主体责任,强化作风纪律保障。春任关键节点、抓住关键事项、盯住关键岗位,做好廉洁风险防控,形成联动监督合力,提升党员干部的道德修养。

(六)努力践行使命担当,模范履行社会责任

注重整合资源,注重补链强链,注重循环经济,注重文旅融合。提升环境保护治理能力,推动绿色发展。压实安全生产主体责任,加强隐患排查治理。建立“绿色供应链”体系,防范食品安全风险。积极主动作为,践行“酿美酒,结善缘”的企业使命,把公益事业纳入发展战略。

(四) 可能面对的风险

√适用　□不适用

1. 宏观经济波动风险

宏观经济环境直接影响居民消费能力,间接影响白酒消费需求。我国面临百年未有之大变局,宏观经济走向具有不确定性。

2. 消费环境变化风险

新冠疫情外防输入、内防反弹的压力仍然较大且可能持续较长一段时间,这对白酒需求总量与结构、消费场景和消费习惯可能产生较大影响,该不确定性可能导致公司销售规模增速放缓甚至下滑,从而影响经营目标的实现。

此外,随着消费者偏好的变化以及健康饮酒、理性消费观念深入人心,啤酒、葡萄酒、保健酒和果酒等低度酒的市场需求可能相应增加,白酒的消费量将有可能下降,这将加大公司进一步拓展市场的难度。

3. 省内市场竞争风险

江苏仍是目前公司最重要的市场,公司2018年、2019年和2020年在江苏市场实现的营业收入分别占公司当年营业收入的94.63%、93.62%和93.56%。如果江苏市场竞争加剧或对白酒的消费需求下降,且公司未能及时有效拓展其他市场,将对公司的生产经营活动产生不利,从而影响战略目标的实现。

4.公司经营决策失误或组织不力风险

公司的营销效果很大程度上取决于决策的科学性和组织落实情况,如果公司出现经营决策失误、组织落实不力或未能对行业中的变化及时反应,将对公司的经营目标实现产生不利影响。

5.食品安全风险

公司生产的白酒产品主要供消费者直接饮用,产品的质量安全、卫生状况关系到消费者的生命健康。公司多年来不断完善生产技术,优化生产工艺流程,强化体系保障,使公司产品品质不断提高。如果国家相关法律、法规以及行业规定的要求发生变化,本公司在原材料采购、酿造、勾兑及包装等环节的质量控制措施须相应地进行改变,否则将对公司的生产经营带来影响,进而影响公司的未来发展。

6.政策合规风险

公司白酒在生产过程中会产生一定数量的“三废”。目前公司已建立了一整套环境保护制度,以处理并防止污染环境的意外事故发生,并通过了环境保护部门的评审和验收,符合国家标准。随着国家对环保问题的日益重视,对行业监管持续加强,公司、各部门或全体员工可能因不合规行为而面临一定的风险。

五 其他事项

1 导致暂停上市的原因

□适用　√不适用

2 面临终止上市的情况和原因

□适用　√不适用

3 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

财政部于2017年7月5日颁布了《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”),要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业,自 2018年1月1日起施行;其他境内上市企业,自2020年1月1日起施行。

公司于2020年1月1日起执行新收入准则,根据新旧准则转换的衔接规定,企业无需重述前期可比数,但应当对首次执行该准则的累积影响数调整期初留存收益及财务报表其他相关项目金额。变更所涉及的财务报表调整相关情况如下表:

项目	2019年12月31日	2020年1月1日	调整数
流动负债-预收款项	1,304,031,193.33		-1,304,031,193.33
流动负债-合同负债		1,154,009,905.60	1,154,009,905.60
流动负债-其他流动负债		150,021,287.73	150,021,287.73

4 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

5 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

本公司2020年度纳入合并范围的子公司共10家,详见附注九“在其他主体中的权益”。与上年度相比,本公司本年度合并范围减少1家,详见附注八“合并范围的变更”。

证券代码:603369　证券简称:今世缘　公告编号:2021-012

江苏今世缘酒业股份有限公司第四届董事会第七次会议决议公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

江苏今世缘酒业股份有限公司(以下简称“公司”)第四届董事会第七次会议于2021年4月17日以现场结合通讯表决方式召开,会议通知已于2021年4月7日以电子邮件、专人送达或电话通知等方式发出。本次会议应参与表决董事11人,实际参与表决董事11人。会议的通知及召开程序符合《公司法》及公司《章程》的要求。

本次会议由董事长周素明先生主持,与会董事形成决议如下:

一、审议通过了《2020年度总经理工作报告》。

表决结果:11票赞成,0票反对,0票弃权。

二、审议通过了《2020年度董事会工作报告》,并将提交公司股东大会审议。

表决结果:11票赞成,0票反对,0票弃权。

三、审议通过了《公司2020年年度报告全文及摘要》,并将提交公司股东大会审议。

表决结果:11票赞成,0票反对,0票弃权。

具体内容详见与本公告同日刊载于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《江苏今世缘酒业股份有限公司 2020年年度报告》与《江苏今世缘酒业股份有限公司2020年年度报告摘要》

四、审议通过了《2020年度内部控制评价报告》,并将提交公司股东大会审议。

表决结果:11票赞成,0票反对,0票弃权。

具体内容详见与本公告同日刊载于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《江苏今世缘酒业股份有限公司2020年度内部控制评价报告》。

五、审议通过了《2020年度利润分配预案》,并将提交公司股东大会审议。

公司拟以2020年12月31日总股本125450万股为基数,每10股派发现金4.50元(含税),不进行送股或公积金转增股本。

表决结果:11票赞成,0票反对,0票弃权。

具体内容详见与本公告同日刊载于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《江苏今世缘酒业股份有限公司关于2020年度利润分配预案的公告》。

六、审议通过了《关于高管团队2020年度考核薪酬的议案》。

涉及相关利益的董事周素明、顾祥悦先生、吴建峰先生、王卫东先生回避表决,其他7名董事参与表决。

表决结果:7票赞成,0票反对,0票弃