公司代码:600809　　公司简称:山西汾酒

山西杏花村汾酒厂股份有限公司

[2021] 年度报告摘要

第一节 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http://www.sse.com.cn网站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性、准确性、完整性,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 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
董事	余忠良	因公出差	陈 鹰
独立董事	王明成	因公出差	李玉敏

4 大华会计师事务所(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 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

根据公司2022年4月26日召开的第八届董事会第二十三次会议审议通过的《2021年度利润分配议案》,公司拟以实施权益分派股权登记日的总股本为基数,向全体股东每10股派发18.00元现金股利(含税)。截至2021年12月31日,公司总股本为1,220,114,372股,以此计算,共计派发现金股利2,196,205,869.60元,此次分配后,未分配利润余额为8,100,779,192.40元,结余留转以后年度分配。(注:若公司总股本发生变化,则按实施权益分派股权登记日的总股本计算)

第二节 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	山西汾酒	600809	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王涛	王普向
办公地址	山西省汾阳市杏花村	山西省汾阳市杏花村
电话	0358-7329809	0358-7329809
电子信箱	Wang.tao@fenjiu.com.cn	wpx@fenjiu.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

详见本章节六、公司关于公司未来发展的讨论与分析.(一)行业格局和趋势

报告期内,公司主要业务未发生变化。经营范围主要是白酒、竹叶青酒、杏花村酒及系列酒的生产、销售。

公司酒香型白酒国家标准的制订者之一,主要产品汾酒是我国酒香型白酒的典型代表,竹叶青酒是著名的保健养生酒,在国内外享誉盛名。

报告期内,公司主要经营模式、销售方式、盈利模式没有重大变化。

报告期内,公司主要业务未发生重大变化。

2021年,公司实现酒类销售收入合计2,196,205.86亿元,同比增长21.36%,其中:高端酒实现销售收入1,220.11亿元,同比增长32.95%,中端酒实现销售收入763.01亿元,同比增长21.36%,低端酒实现销售收入213.19亿元,同比增长6.43%。

报告期内,公司主要经营模式、销售方式、盈利模式没有重大变化。

3 主要财务数据和财务指标

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

	2021年	2020年	本年比上年增减(%)	2019年
总资产	29,954,563,963.65	19,778,534,913.06	51.45	16,719,857,543.09
归属于上市公司股东的净资产	15,222,725,794.60	9,776,959,788.65	55.70	7,641,590,839.15
营业收入	19,970,986,258.92	13,989,804,850.80	42.75	11,892,584,392.29
归属于上市公司股东的净利润	5,313,612,016.46	3,079,233,696.58	72.56	1,968,933,334.26
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	5,259,285,900.91	3,043,462,925.49	72.81	1,939,681,576.29
经营活动产生的现金流量净额	7,645,105,077.97	2,009,820,403.80	280.39	2,974,066,185.31
加权平均净资产收益率(%)	42.04	35.09	增加6.95个百分点	27.39
基本每股收益(元/股)	4.3749	2.5360	72.51	1.6208
稀释每股收益(元/股)	4.3653	2.5302	72.53	1.6208

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	7,332,071,088.88	4,786,678,185.14	5,138,183,046.62	2,714,053,928.28
归属于上市公司股东的净利润	2,182,053,794.28	1,361,520,845.93	1,335,187,989.94	434,849,386.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	2,180,340,710.13	1,359,846,730.16	1,334,677,306.02	384,421,154.60
经营活动产生的现金流量净额	246,411,587.02	1,912,876,620.86	3,984,703,859.00	1,521,113,011.09

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前10名股东情况

单位:股

截至报告期末普通股股东总数(户)	78,609
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	80,957
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	
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)	

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(%)	持有有限售条件股份数量	质押、标记或冻结情况 股份状态	数量	股东性质
山西杏花村汾酒集团有限责任公司	197,177,590	690,121,565	56.56	0	无	0	国有法人
帝亚维诺(香港)有限公司	39,661,799	138,816,296	11.38	0	无	0	境外法人
香港中央结算有限公司	15,033,419	39,276,341	3.22	0	无	0	未知
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	17,184,791	36,074,320	2.96	0	无	0	未知
中国农业银行股份有限公司-易方达消费行业股票型证券投资基金	-604,687	8,590,915	0.70	0	无	0	未知
中国建设银行股份有限公司-工银瑞信精选平衡混合型证券投资基金	2,153,597	6,749,776	0.55	0	无	0	未知
中国建设银行股份有限公司-工银瑞信消费行业混合型证券投资基金	3,400,042	6,700,086	0.55	0	无	0	未知
中国工商银行股份有限公司-景顺长城新兴成长混合型证券投资基金	4,500,000	6,000,000	0.49	0	无	0	未知
全国社保基金六零一组合	4,454,691	5,012,591	0.41	0	无	0	未知
山西杏花村国际贸易有限责任公司	2,091,388	4,569,258	0.37	0	无	0	国有法人

上述股东关联关系或一致行动的说明	山西杏花村汾酒集团有限责任公司为本公司控股股东,山西杏花村国际贸易有限责任公司系汾酒集团有限责任公司子公司,除此之外,公司未知上述股东是否存在关联关系或一致行动关系。
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

第三节 管理层讨论与分析

一、经营情况讨论与分析

报告期内,公司紧紧围绕年度工作计划,全面推进创新,统筹改革发展,各项业务稳中有进、稳中向好。全年实现营业收入199.71亿元,同比增长42.75%;实现归属于上市公司股东的净利润53.14亿元,同比增长72.56%。

(一)全面贯彻党建引领,扎实迈向酒发展

公司坚持党建引领,促进党建与生产经营深度融合。将党的领导有机融入公司治理,前置研究“三重一大”等事项,以党的理论指导实践、推动工作。高标准开展党史学习教育,推动党员干部学思践作高质效落地。扎实开展“我为群众办实事”实践活动,通过十个民生保障项目进一步凝聚人心,汇集发展力量。全面加强党风廉政建设,贯彻落实国有企业领导干部落示教育大会精神,开展政治惩戒、政治监督专项检查,为公司高质量发展提供有力保障。

(二)全方位加强市场建设、机制酒营销模

优化产品结构,落实汾酒“抓青花、强腰部、稳底沙”的产品策略。进一步调整产品结构,推进产品高端化策略实施,提高高价位酒占比能力,推进腰部酒机制展及市场推广,青花系列中高端产品占比进一步提升,聚焦打造自营文本品,营造杏花村酒市场氛围,不断夯实市场基础。竹叶青酒终“健康因素”定位,稳固构建起青享、荣耀、传统三大系列产品结构,品牌知名度持续提升,收入实现大幅增长。

深化汾酒“1357+10”的市场布局,稳定发展大基地市场,以南方市场发展为契机,规划江、浙、沪、皖、粤等市场的科学发展路径,推动长三角、珠三角市场突破折扇,稳步突破,报告期内,南方市场销售环境明显改善,以上、不断夯实杏花村酒市场发展基础,期准市场定位,机展消费版图,市场营运效率大幅提升。不断开拓国际市场,大力推广“一带一路”国际化系列产品,持续开拓亚太市场,成功在新加坡、泰国整合、柬国标牌开设海外体验店,在东欧市场实现历史性突破。

深耕线下渠道,发力电商平台,持续提升终端基础建设质量,提高精细化管理水平,推动经销商结构优化与分级,增强优质经销商活力,渠道和终端掌控能力进一步加强,全面提升线上营销能力,稳步推进线上品牌运营,公司产品在各大电商平台运营水平稳居行业前列,在618、双11等大型活动中,京东汾酒官方旗舰店在白酒品牌旗舰店中排名第一,天猫汾酒官方旗舰店排名第三,实现量价齐升,与实体渠道实现有效融合。竹叶青酒传统盘出逐扩大终端规模,创新盘概盘全国300多个城里社区。

(三)全链条强化改革创新,深化提质增效

公司制定深化改革工作计划,全面布局改革工作,有序推进“六定”改革,落实进人用人“三公开”,着力探索内部人才发掘与市场化选拥人才相结合的路子。深化企业内部分配制度改革,触全绩效管理办法,开展股权激励考核并完成股权激励首批解禁,有效激发人才活力。继续开展对标世界一流企业管理提升行动,推动公司管理高效运行。

公司持续构建可追溯系统,逐步完善从田间到餐桌全链条可追溯体系,积极推动功酒生态产业链闭环运行,截至目前,公司原粮种植面积达到10万亩,绿色高粱基地认证产能深化22万吨。

坚持传统酿造工艺,强化规场管理,狠抓生产效率,合理调配资源,能源供应紧密配合,实现了生产系统高效运转,保障了优质原酒生产储备。加强大数据运用,通过与华为、华润数字化转型战略合作,进一步提高公司内部数智化应用水平。

建构酒香型白酒酿造标准化试点,牵头推进酒香型白酒、黄酒国家标准的制订,修订工作,助推行业发展。深化与产学研单位的战略合作关系,依托江南大学、中国科学研究院、中国食品发酵工业研究院等科研平台,加快推进项目研发。2021年末,公司以优异成绩通过双攻委“国家企业技术中心”评审,科技创新实力再上新台阶。

(四)全渠道传播价酒文化,提升品牌价值

2021年,公司先后参加104届春季糖酒会、105届秋季糖酒会、中部博览会、国际进口博览会等众多大型展览活动,成功举办“背花沙酒40·中国龙”上市发布会、“2021年汾酒封藏大舞”、高粱展示酒形象、高粱过、高粱度加强品牌宣传,为的酒文化深入人心,和相开展与国际品牌的顶级客户合作,与开发经销商格酒心元龙力量出“中国的酒酒心”巧克力、与格鲁吉亚独格幻洞酿葡酒联名推出“中格联名酒”,实现中西方文化融合,着力打造“竹叶青·健康”活动品牌,组织全国消费者、经销商等广泛开展健康活动,传递健康理念。

报告期内,公司主要经营业务未发生变化。

(五)坚持以市场为导向,加强品牌形象力得到进一步增强。

二、报告期内公司所处行业情况

详见本章节六、公司关于公司未来发展的讨论与分析.(一)行业格局和趋势

三、报告期内公司从事的业务情况

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》(2012年修订),白酒行业属于“酒、饮料和精制茶制造业”(C15)。

本报告期内,公司主要业务未发生变化。经营范围主要是汾酒、竹叶青酒、杏花村酒及系列酒的生产、销售。

公司酒香型白酒国家标准的制订者之一,主要产品汾酒是我国酒香型白酒的典型代表,竹叶青酒是著名的保健养生酒,在国内外享誉盛名。

报告期内,公司主要经营模式、销售方式、盈利模式没有重大变化。

报告期内,公司主要业务未发生变化。

公司酒香型白酒国家标准的制订者之一,主要产品汾酒是我国酒香型白酒的典型代表,竹叶青酒是著名的保健养生酒,在国内外享誉盛名。

公司经营模式为研产供销一体化。

1.科研方面,公司通过深入市场调研和消费者需求分析,形成符合中国消费者的研发方向。产品研发过程中,以项目方式推进产品开发,推进体验式营销。

2.原料采购方面,公司在山西、东北、内蒙、甘肃、河北等地拥有110余万亩原粮种植基地,从原粮基地采购优质高粱、大麦、豌豆等酿酒原材料,确保了酿酒原料绿色健康。

针对酒瓶、纸盒和纸箱等包装材料,公司建立专业高效的采购团队,加强供应商管理,综合采购成本和绩效管理,实现供应链成本、质量、服务和效率的最佳平衡。

3.在生产产品环节,以高粱、大麦、豌豆、水为原料,按照汾酒独特的“固态地缸分离发酵、清蒸二次酒”的酿造工艺,采用分级陶坛贮存,酒体经过分析、尝评、勾调、贮存,包装出厂,生产过程、产品检验、标识标签、包装、运输、贮存等方面,严格执行国家相关规定。

4.在销售产品环节,公司实行以“厂方为主导、厂商共建的营销模式,地区级、县级经销商为主体,辅以专卖店加盟、直销、电商、新零售方式相结合的销售模式。

3.1 报告期内主要经营情况

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	19,970,986,258.92	13,989,804,850.80	42.75
营业成本	5,010,580,087.91	3,895,511,990.82	28.62
销售费用	3,160,087,855.34	2,276,161,790.77	38.83
管理费用	1,166,660,087.77	1,089,080,994.50	7.12
财务费用	-33,120,152.46	-68,024,211.20	不适用
研发费用	22,994,706.69	16,666,449.46	37.97
经营活动产生的现金流量净额	7,645,105,077.97	2,009,820,403.80	280.39
投资活动产生的现金流量净额	-4,836,538,611.75	-739,801,027.06	不适用
筹资活动产生的现金流量净额	-183,191,223.78	-1,369,402,076.58	不适用
税金及附加	3,729,986,292.01	2,503,306,673.40	49.00
其他收益	14,057,473.75	2,604,241.76	439.79
投资收益	72,159,194.84	-48,775,854.25	不适用
公允价值变动收益	27,525,824.03	—	不适用
信用减值损失	1,674,664.38	3,949,892.93	-57.60
营业外收入	70,888,800.37	5,516,516.35	1,185.03
营业外支出	9,828,438.53	3,779,665.21	160.03
所得税费用	1,700,851,211.00	1,120,754,493.37	51.76
营业利润	7,029,460,068.03	4,234,870,445.26	65.99
利润总额	7,000,520,429.87	4,236,616,296.40	67.36
净利润	5,389,669,218.87	3,115,861,803.03	72.98
归属于母公司所有者的净利润	5,313,612,016.46	3,079,233,696.58	72.56
综合收益总额	5,389,538,048.55	3,115,862,976.35	72.96
归属于母公司所有者的综合收益总额	5,313,480,843.14	3,079,364,869.90	72.55
少数股东损益	76,057,202.41	36,628,106.45	107.65
归属于少数股东的综合收益总额	76,057,202.41	36,628,106.45	107.65
基本每股收益	4.3749	2.5360	72.51
稀释每股收益	4.3653	2.5302	72.53
销售商品、提供劳务收到的现金	25,048,091,975.76	13,594,921,471.08	84.25
收到其他与经营活动有关的现金	273,524,746.18	139,807,485.96	95.64
支付的各项税费	8,709,398,074.61	4,733,990,922.66	83.98
支付其他与经营活动有关的现金	1,011,846,766.50	668,276,460.76	51.41
收回投资所收到的现金	11,246,070,000.00	5,168,700,000.00	117.58
取得投资收益收到的现金	98,035,908.81	50,103,401.30	95.67
投资支付的现金	16,033,570,000.00	5,763,200,000.00	178.21
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	174,302,053.20	789,852,452.71	-77.93
支付其他与筹资活动有关的现金	8,889,170.58	579,549,623.87	-98.47

营业收入变动原因说明:主要系本期产品销量增加及产品结构提升所致。

销售费用变动原因说明:主要系本期广告及业务宣传费用增加所致。

财务费用变动原因说明:主要系本期结构性存款产品性质发生变化,产生的利息列报调整。

研发费用变动原因说明:主要系本期投入的研发支出增加所致。

经营活动产生的现金流量净额变动原因说明:主要系本期收入增加,收到的现金增加所致。

投资活动产生的现金流量净额变动原因说明:主要系本期购买的结构性存款和理财产品增加所致。

筹资活动产生的现金流量净额变动原因说明:主要系本期分配的现金红利减少所致。

税金及附加变动原因说明:主要系本期销售收入增加,销售的消费税等税费增加所致。

其他收益变动原因说明:主要系本期政府补助增加所致。

投资收益、公允价值变动收益变动原因说明:主要系本期结构性存款产品性质发生变化,产生的利息列报调整。

信用减值损失变动原因说明:主要系本期收回以前欠款所致。

营业外收入变动原因说明:主要系本期存货损失赔偿款增加所致。

所得税费用变动原因说明:主要系本期收入增加,利润总额增加所致。

营业利润、利润总额、净利润、归属于母公司所有者的净利润、综合收益总额、归属于母公司所有者的综合收益总额变动原因说明:主要系本期销售收入增加所致。

少数股东损益、归属于少数股东的综合收益总额变动原因说明:主要系本期发展区股份公司净利润比同期增加所致。

基本每股收益、稀释每股收益变动原因说明:主要系本期净利润增加所致。

销售商品、提供劳务收到的现金变动原因说明:主要系本期收入增加,收到的现金增加所致。

收到其他与经营活动有关的现金变动原因说明:主要系本期收到的保证金和押金增加所致。

支付的各项税费变动原因说明:主要系本期营业收入增加,缴纳的消费税等税费增加所致。

支付其他与经营活动有关的现金变动原因说明:主要系本期支付的市场费用比增加所致。

收回投资所收到的现金变动原因说明:主要系本期收到的结构性存款和理财产品增加所致。

取得投资收益收到的现金变动原因说明:主要系本期到期收回的结构性存款和理财产品的利息同比增加所致。

投资支付的现金变动原因说明:主要系本期购买的结构性存款和理财产品增加所致。

分配股利、利润或偿付利息支付的现金变动原因说明:主要系本期分配的现金红利减少所致。

支付其他与筹资活动有关的现金变动原因说明:主要系本期未进行收购资产等筹资活动所致。

本期公司业务类型、利润构成或利润来源发生重大变动的详细说明

2. 收入和成本分析

详见下表

(1). 主营业务分行业、分产品、分地区、分销售模式情况

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(%)
食品制造业	19,808,265,065.53	4,954,829,976.29	74.99	43.04	29.17	增加2.69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(%)
汾酒	17,920,305,412.77	4,201,953,924.74	76.55	41.90	25.32	增加3.10个百分点
系列酒	637,927,231.62	299,194,324.85	53.10	12.73	11.75	增加0.41个百分点
配制酒	1,250,032,421.14	453,681,726.70	63.71	91.39	110.75	减少3.33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(%)
省内	8,070,359,649.94	2,080,420,795.50	74.22	34.60	20.20	增加3.09个百分点
省外	11,737,905,415.59	2,874,409,180.79	75.51	49.48	36.54	增加2.32个百分点

(2). 产销量情况分析表

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(%)
酒类	千升	173,603.76	151,263.35	90,481.08	45.73	24.19	32.79

(3). 重大采购合同、重大销售合同的履行情况:无

(4). 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(%)
食品制造业	原料成本	2,785,965,523.58	56.60	2,246,932,355.43	57.68	23.99
食品制造业	人工成本	1,682,978,239.95	33.59	1,198,525,238.64	30.77	40.42
食品制造业	制造费用	172,630,559.36	3.45	139,817,970.58	3.59	23.47
食品制造业	燃料动力	313,255,653.40	6.25	250,634,541.96	6.43	24.99

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(%)
汾酒	-	4,201,953,924.74	83.86	3,352,899,530.16	86.07	25.32
系列酒	-	299,194,324.85	5.97	267,740,897.62	6.87	11.75
配制酒	-	453,681,726.70	9.05	215,269,678.83	5.53	110.75

(5). 报告期主要子公司股权变动导致合并范围变化:无

(6). 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:无

(7). 主要销售客户及主要供应商情况

A.公司主要销售客户情况

前五名客户销售额160,345.12万元,占年度销售总额0.03%;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 %。

报告期内向单个客户的销售比例超过总额的50%,前5名客户中存在新增客户的或严重依赖于少数客户的情形

B.公司主要供应商情况

前五名供应商采购额158,898.86万元,占年度采购总额30.78%;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%。

报告期内向单个供应商的采购比例超过总额的50%,前5名供应商中存在新增供应商的或严重依赖于少数供应商的情形

其他说明

无

3. 费用

详见第三节“管理层讨论与分析”之五、(一)主营业务分析

4. 研发投入

(1).研发投入情况表

单位:元

本期费用化研发投入	22,994,706.69
本期资本化研发投入	0
研发投入合计	22,994,706.69
研发投入总额占营业收入比例(%)	0.12
研发投入资本化的比重(%)	0

(2).研发人员情况表

公司研发人员的数量	361
研发人员数量占公司总人数的比例(%)	2.8

研发人员学历结构

学历结构类别	学历结构人数
博士研究生	2
硕士研究生	21
本科	201
专科	137

研发人员年龄结构

年龄结构类别	年龄结构人数
30岁以下(不含30岁)	134
30-40岁(含30岁,不含40岁)	126
40-50岁(含40岁,不含50岁)	85
50-60岁(含50岁,不含60岁)	16

5. 现金流

详见第三节“管理层讨论与分析”之五、(一)主营业务分析

(二) 非主营业务导致利润重大变化的说明

(三) 资产、负债情况分析

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	6,145,803,124.58	20.52	4,606,714,042.74	23.29	33.41	主要系本期收入增加,收到的现金增加所致。
交易性金融资产	6,030,525,824.03	20.13	-	-	-	主要系本期结构性存款产品性质发生变化,进行列报调整。
预付款项	162,980,503.46	0.54	116,692,359.44	0.59	39.67	主要系本期预付天然气、广告费用等货款增加所致。
长期股权投资	76,355,697.78	0.25	39,427,869.84	0.20	93.66	主要系本期对山西万易达包装科技有限公司增加投资额所致。
在建工程	246,822,877.57	0.82	527,105,766.16	2.67	-53.17	主要系本期部分项目转固所致。
使用权资产	35,505,632.14	0.12	0	0.00	不适用	根据新租赁准则进行调整列示。
递延所得税资产	1,554,799,491.08	5.19	1,126,833,910.87	5.70	37.96	主要系本期未实现内部损益形成的递延所得税资产增加所致。
合同负债	7,375,876,205.87	24.62	3,106,945,277.56	15.71	137.40	主要系本期预收的货款增加所致。
应交税费	769,033,949.34	2.57	1,795,736,202.57	9.08	-57.17	主要系本期缴纳上期税费所致。
其他应付款	1,411,047,340.57	4.71	942,506,641.87	4.77	49.71	主要系本期尚未支付的市场费、广告费用增加所致。
一年内到期的非流动负债	13,225,596.86	0.04	0	0.00	不适用	根据新租赁准则进行调整列示。
其他流动负债	711,662,375.00	2.38	403,902,886.08	2.04	76.20	主要系本期预收货款产生的税费增加所致。
租赁负债	15,868,149.73	0.05	0	0.00	不适用	根据新租赁准则进行调整列示。

2. 境外资产情况

3. 截至报告期末主要资产受限情况

详见附注七、1货币资金

4. 其他说明;无

(四) 行业经营性信息分析

详见森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

根据国家统计局数据,2021年全国规模以上白酒企业完成酿酒总产量715.63万千升,同比微降0.59%;实现销售收入6033.48亿元,同比增长18.6%;实现利润总额1701.94亿元,同比增长32.95%。

2 产能状况

现有产能

主要工厂名称	设计产能	实际产能
公司成装分厂	207,000千升	180,000千升

注:报告期内,公司保健酒联合包装车间及成品物流中心项目建成达产,增加了商品酒灌装产能。

3 产品购买库存量

单位:千升

成品酒	半成品酒(含基础酒)
90,481.08	145,200.90

存货减值风险提示

4 产品情况

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
汾酒	144,545.98	40.72	129,072.06	28.49	89.29	1,792,030.54	41.90	青花汾酒系列、巴拿马金奖系列、老白汾酒系列、普通汾酒系列
系列酒	14,074.29	64.18	10,880.16	-23.77	77.31	63,792.72	12.73	杏花村酒系列、杏花村清酒、杏花村福酒、杏花源等
配制酒	14,983.49	91.36	11,311.13	60.01	75.49	125,003.24	91.39	竹叶青酒系列

5 原料采购情况

(1). 采购模式

酿酒原材料通过合作模式采购,由原粮基地供应;包装材料通过市场模式采购。

(2). 采购金额

单位:万元 币种:人民币

原料类别	当期采购金额	上期采购金额	占当期总采购额的比重(%)
酿酒原材料	207,400.47	97,680.28	42.49
包装材料	248,251.07	137,534.78	50.85
能源	30,754.28	22,063.45	6.30
其他	1,754.71	1,140.01	0.36

6 销售情况

(1). 销售模式

公司实行以厂方为主导、厂商共建的营销模式,地区级、县级经销商为主体,辅以专卖店加盟、直销、电商、新零售方式相结合的销售模式。

(2). 销售渠道

单位:万元 币种:人民币

渠道类型	本期销售收入	上期销售收入	本期销售量(千升)	上期销售量(千升)
直销(含团购)	44,238.06	75,636.28	3,857.92	6,515.12
批发代理	1,841,321.29	1,233,218.91	138,579.20	108,235.94
电商	95,267.16	75,949.29	8,826.24	7,046.63

(3). 区域情况

单位:万元 币种:人民币

区域名称	本期销售收入	上期销售收入	本期占比(%)	本期销售量(千升)	上期销售量(千升)	本期占比(%)
省内	807,035.96	599,568.55	40.74	56,142.19	50,003.93	37.12
省外	1,173,790.54	785,235.93	59.26	95,121.16	71,793.76	62.88

区域划分标准

(4). 经销商情况

单位:个

区域名称	报告期末经销商数量	报告期内增加数量
省内	728	83
省外	2,796	545

经销商管理模式

公司经销商实行分类管理,并根据公司的考核办法进行年度考核。

(5). 线上销售情况

单位:万元 币种:人民币

线上销售平台	本期销售收入	上期销售收入	同比(%)
电商	95,267.16	75,949.29	25.44

未来线上经营战略

7 公司收入及成本分析

(1). 按不同类型酿酒公司主营业务构成

单位:元 币种:人民币

划分类型	营业收入	同比(%)	营业成本	同比(%)	毛利率(%)	同比(%)
按产品档次						
汾酒	17,920,305,412.77	41.90	4,201,953,924.74	25.32	76.55	3.10
系列酒	637,927,231.62	12.73	299,194,324.85	11.75	53.10	0.41
配制酒	1,250,032,421.14	91.39	453,681,726.70	110.75	63.71	-3.33
小计	19,808,265,065.53	-	4,954,829,976.29	-	-	-
按地区分部						
省内	8,070,359,649.94	34.60	2,080,420,795.50	20.20	74.22	3.09
省外	11,737,905,415.59	49.48	2,874,409,180.79	36.54	75.51	2.32
小计	19,808,265,065.53	-	4,954,829,976.29	-	--	-

情况说明

(2). 成本情况

单位:元 币种:人民币

成本构成项目	本期金额	上期金额	本期占总成本比例(%)	同比(%)
原料成本	2,785,965,523.58	2,246,932,355.43	55.60	23.99
人工成本	1,682,978,239.95	1,198,525,238.64	33.59	40.42
制造费用	172,630,559.36	139,817,970.58	3.45	23.47
燃料动力	313,255,653.40	250,634,541.96	6.25	24.99
合计	4,954,829,976.29	3,835,910,106.61	98.89	-

情况说明

8 其他情况:无

第四节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则,披露报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

详见下表

2 公司在报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的,应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

□适用 √不适用

证券代码:600809　　证券简称:山西汾酒

山西杏花村汾酒厂股份有限公司

[2022] 第一季度报告

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。

重要内容提示:

公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证季度报告内容的真实、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。

公司负责人袁清茂、主管会计工作负责人谭忠豹及会计机构负责人(会计主管人员)高明保证季度报告中财务报表信息的真实、准确、完整。

第一季度财务报表是否经审计

□是 √否

一、主要财务数据

(一)主要会计数据和财务指标

单位:元 币种:人民币

项目	本报告期	本报告期比上年同期增减变动幅度(%)
营业收入	10,538,300,854.04	43.62
归属于上市公司股东的净利润	3,710,105,976.27	70.03
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	3,707,164,570.08	70.03
经营活动产生的现金流量净额	3,538,501,188.66	1,336.01
基本每股收益(元/股)	3.04	69.83
稀释每股收益(元/股)	3.04	69.83
加权平均净资产收益率(%)	21.71	增加21.7个百分点

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减变动幅度(%)
总资产	30,907,569,647.20	29,954,563,963.65	3.18
归属于上市公司股东的所有者权益	18,943,541,046.69	15,222,725,794.60	24.44