

公司代码：600059

公司简称：古越龙山

浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司
2019 年半年度报告摘要

一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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 本半年度报告未经审计。
- 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
无

二 公司基本情况

2.1 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	古越龙山	600059	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	周娟英	蔡明燕
电话	0575-85158435	0575-85176000
办公地址	浙江省绍兴市北海桥	浙江省绍兴市北海桥
电子信箱	zjy@shaoxingwine.com.cn	zjy@shaoxingwine.com.cn

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	4,557,607,587.30	4,802,066,501.49	-5.09
归属于上市公司股东的净资产	4,089,966,431.87	4,069,331,950.23	0.51

	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增 减(%)
经营活动产生的现金流量净额	-12,433,695.98	-7,420,930.06	-67.55
营业收入	954,594,650.25	971,713,606.51	-1.76
归属于上市公司股东的净利润	101,493,773.35	103,764,961.18	-2.19
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	99,655,911.27	92,249,681.68	8.03
加权平均净资产收益率(%)	2.46	2.58	减少0.12个百分点
基本每股收益(元/股)	0.13	0.13	0.00
稀释每股收益(元/股)	0.13	0.13	0.00

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数（户）				44,813		
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	质押或冻结的股份数量	
中国绍兴黄酒集团有限公司	国有法人	41.39	334,624,117	0	无	0
全国社保基金一零三组合	其他	3.09	24,998,534	0	无	0
中央汇金资产管理有限责任公司	其他	2.87	23,198,500	0	无	0
农银人寿保险股份有限公司一传统保险产品	其他	2.48	20,036,739	0	无	0
卞策	境内自然人	1.83	14,759,853	0	无	0
四川金舵投资有限责任公司	其他	0.74	5,956,200	0	无	0
邓守宽	境内自然人	0.58	4,729,205	0	无	0
吴玉芳	境内自然人	0.58	4,691,200	0	无	0
戴大亮	境内自然人	0.57	4,591,800	0	无	0
中国证券金融股份有限公司	其他	0.51	4,147,291	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		中国绍兴黄酒集团有限公司与其他股东之间不存在关联关系。其他股东之间公司未知其是否存在关联关系，也未知其他股东之间是否属于《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。				

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

☐适用 ☒不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

☐适用 ☒不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

☐适用 ☒不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

2019 年上半年，面对酒类行业激烈的市场竞争环境，公司积极顺应市场形势变化，紧紧围绕年度目标和任务，坚持以经济效益为中心，深化品质品牌打造，加强市场渠道管控，狠抓内部管理，企业保持了平稳的发展势头。

1、加强营销推广工作

（1）开展事件营销。公司参展首届中国—中东欧国家博览会暨国际消费品博览会，花雕产品受到关注和青睐，通过报纸、微信、自媒体等宣传报道，实现花雕产品的较好销售；女儿红公司以“建厂百年庆典”为契机，做好大型宣传推广活动，进一步提升女儿红品牌知名度；与北京卫视合作，除夕夜推出“团年饭”、“黄酒宴”；冠名“第三十五届兰亭书法节书画博览会”；赞助首届“一带一路”税收征管合作论坛及中国排球超级联赛全明星赛指定用酒并亮相央视直播；通过参与系列事件，进行品牌与文化的植入，提高古越龙山知名度。

（2）参展重要节会。与中国知名酒企联合，参展日本第 44 届国际食品与饮料展览会，先后组织参加 2019 春季中国进出口商品交易会、第 100 届全国糖烟酒商品交易会、泸州第十三届中国国际酒业博览会、三亚 2019 中免集团产品订货会、2019 香港国际食品展等十余个大型展会，持续推动黄酒的境内外销售。

（3）举办推广活动。成功举办“国宴荣耀 古越芬芳”绍兴黄酒文化展示活动暨古越龙山·国酿 1959 战略新品发布会，新品于 5 月 16 日正式上市，相继开展国雅荟等活动，作为战略单品在全国市场进行运作，打造黄酒价值新标杆，取得较好效果。

（4）优化产品结构。继续聚焦大单品，淘汰和整合现有产品，对产品进行梳理和瘦身，在聚焦中央库藏金五年、（5A 级）库藏十年大单品基础上，重点布局八年大单品。根据市场情况和营

销战略，对产品进行全方位管理，对五年、六年产品进行适度提价，推动黄酒的价值回归。

2、加大市场拓展力度

（1）完善渠道布局。根据区域性销售市场情况，推出新品，进行有针对性的招商活动；举办“状元红”品牌运作推广活动，利用机制创新，激发渠道资源，孵化“状元红”品牌；与绍兴城市推介相结合，通过品鉴会等活动，推广绍兴黄酒文化；针对日本市场推出单一年份限量版产品，提升在日本市场的产品形象，取得较好效果。

（2）抓好队伍建设。扩招销售队伍，探索并制订销售人员升档定薪方案，进一步提高销售人员工作积极性，开展全员营销助力黄酒销售。

（3）强化市场监管。各销售分公司（分部）明确重点区域、重点市场，实现部分区域重点突破和精细化操作。同时进一步加强市场监管，重点做好冲货问题、终端促销等方面的检查，加强网上产品的价格管控，发现问题及时采取产品下架和价格维权等措施，有力地规范了黄酒市场行为。

3、有序推进企业管理工作

（1）生产管理方面。以效益优先原则组织生产，对箱酒搬运装卸等环节进行招标，生产物流成本有所下降，女儿红公司以“创新”为本，着力提升产品质量与企业效益。沈永和酒厂积极开展“永和杯”劳动竞赛和厂“质量月”活动，在质量、管理、安全等方面都得到较大提升。

（2）安全管理方面。认真开展安全生产基础工作，层层签订安全生产责任书及消防安全责任书，做到安全生产责任全覆盖。大力开展安全生产检查工作，查出各类隐患和问题及时进行整改。开展安全文化建设，营造“安全管理，人人有责”的良好氛围，建立和完善风险管控和隐患排查双预防机制，营造全员防风险、查隐患的安全文化氛围。

（3）内部管理方面。加强财务集中管理及预算管理，通过公司 ERP 系统控制，增强预算的有效性与准确性，进一步推进资金风险管控工作。抓好企业人才工程，参加招才引智推介会，推出黄酒“推介+引才”模式，成效明显。

4、顺利实施技改项目

根据生产实际需要，对设备设施进行相应改造，完成物流箱酒仓库、工艺浮雕酒分公司、沈永和酒厂车间等改造工程，进一步提升了公司产品保障水平。完成古越龙山酒厂三废提标、沈永和酒厂浸米池改造等工作，进一步提高了公司环境保障能力。完成古越龙山灌装线项目前期招标工作、玻璃瓶厂 2 号窑炉防漏料改造、鉴湖酒厂瓶酒车间整体搬迁等系列工作，进一步提高了公司促生产、保安全能力。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

☒适用 ☐不适用

详见 2019 年半年度报告全文第十节财务报告 五、重要会计政策及会计估计 41. 重要会计政策和会计估计的变更 （1）重要会计政策变更。

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

☐适用 ☒不适用

董事长：钱肖华

浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司

董事会批准报送日期：2019 年 8 月 2 日