

公司代码：600702

公司简称：舍得酒业

舍得酒业股份有限公司
2020 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

根据公司 2020 年半年度财务报告（未经审计），公司 2020 年 1-6 月份实现归属于上市公司股东的净利润为 164,192,299.85 元，截止 2020 年 6 月 30 日，公司可供股东分配的利润为 2,025,671,028.99 元。公司拟以扣除公司回购库存股份 3,543,359 股后的股份总数 333,100,641.00 股为基数，按每 10 股派发现金 2.00 元（含税）向全体股东分配股利 66,620,128.20 元（含税），公司不进行资本公积金转增股本。

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	舍得酒业	600702	沱牌舍得

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	李强	周建
电话	0825-6618269	0825-6618269
办公地址	四川省射洪市沱牌镇沱牌大道999号	四川省射洪市沱牌镇沱牌大道999号
电子信箱	tpzqb@tuopai.biz	tzgl@tuopai.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	5,836,553,609.30	5,776,505,460.06	1.04
归属于上市公司股东的净资产	3,217,231,024.88	3,038,055,646.48	5.90
	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	-61,450,295.63	-139,245,807.07	55.87
营业收入	1,025,899,267.79	1,220,533,393.03	-15.95
归属于上市公司股东的净利润	164,192,299.85	185,427,895.65	-11.45
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	147,229,911.14	181,006,379.72	-18.66
加权平均净资产收益率(%)	5.24	7.12	减少1.88个百分点
基本每股收益(元/股)	0.4929	0.5556	-11.29
稀释每股收益(元/股)	0.4929	0.5556	-11.29

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)		51,868				
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	
四川沱牌舍得集团有限公司	境内非国有法人	29.91	100,695,768	0	无	0
四川省射洪广厦房地产开发公司	国有法人	3.49	11,736,751	0	无	0
香港中央结算有限公司	境内非国有法人	2.94	9,905,349	0	无	0
云南卓晔投资管理有限公司一卓晔1号基金	其他	2.67	9,000,000	0	无	0
中国银行股份有限公司一招商中证白酒指数分级证券投资基金	其他	1.88	6,344,276	0	无	0
四川省射洪顺发贸易公司	国有法人	1.19	4,018,291	0	无	0
舍得酒业股份有限公司回购专用证券账户	境内非国有法人	1.05	3,543,359	0	无	0
中信证券股份有限公司	其他	0.90	3,034,784	0	无	0
曹立新	境内自然人	0.85	2,852,214	0	无	0
深圳前海珞珈方圆资产管理有限公司一珞珈方圆慎独一期私募基金	其他	0.65	2,177,000	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前10名大股东和前10名无限售条件股东中控股股东沱牌舍得集团与其他股东之间不存在关联关系和一致行动人情况，公司未知其他股东之间的关联关系和一致行动人情况。					

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

（一）公司 2020 年上半年经营情况回顾

2020 年上半年白酒行业一方面面临着中高端白酒阶段性去库存及竞争更加激烈的问题，另外一方面，由于新冠肺炎疫情持续影响，宴席、商务应酬等消费场景减少，导致中高端白酒的终端动销减弱。在报告期内，公司努力克服疫情带来的不利影响，通过降低社会库存、加强宴席促销、拉动终端消费，取得良好效果。具体工作包括：

1、坚定产品定位，不断完善产品线

坚持沱牌舍得双品牌战略，明确公司产品的定位，以消费者需求为基础，持续对公司的产品体系进行梳理和完善，聚焦打造品味舍得、智慧舍得、沱牌特级 T68、沱牌天特优等战略单品，持续推广藏品舍得、藏品沱牌等高端老酒。

积极研发新产品，推出致敬中法联名款舍得、大笑沱牌等创新型产品，通过艺术及跨界的方式，丰富品牌内涵，加速品牌年轻化步伐。

2、加强品牌建设，打造一流品牌

依托“老酒战略、国际化战略、年轻化战略”的指引，创新品牌传播模式，在创意与美学方面实现突破，以高品质内容加强媒体及渠道曝光。

(1)公司继续加大品牌建设力度，“舍得”在央视核心频道及黄金时段持续投放，再度荣获 CCTV 中国智慧高端白酒品牌；

(2)与英国皇室品牌御用导演合作，创作突破传统白酒的 TVC 大片，赞誉度显著；

(3)与流量人物合作，塑造“地表最美酒厂直播”新概念，通过全网直播平台等新媒体传播矩阵打造爆点营销；

(4)践行老酒战略，多视角、全方位整合资源及 IP 合作打造。坚持高端圈层营销策略，联袂凤凰网全方位升级打造自主 IP《舍得智慧人物》，深化老酒战略合作；同时对话国际烈酒，参与 2020ITI 国际顶级美味勋章评选，并荣获诸多大奖。

3、做好第四代品味舍得上市工作

公司加快主导产品品味舍得酒的升级换代工作，推出第四代品味舍得酒，通过双年份标识及包装、酒体升级，有效提升了产品形象及产品内在竞争力。

4、实施聚焦战略，打造核心、重点市场

公司继续按照“聚焦川冀鲁豫、提升东北西北、突破华东华南”的策略，加快品牌的全国化布局。

5、加强价格管控，聚焦终端动销，降低社会库存

公司通过控量保价，持续降低社会库存；通过管控市场费用、加大督导力度、取消批发市场供货等方式，加强货源及价格管理，主导产品终端售价明显回升。

6、导入阿米巴模式，激发组织活力

为培养人才，最大限度激发组织活力。公司自 2020 年起全面推行阿米巴模式，建立了营销公司、大区、办事处的三级阿米巴体系。

7、加强市场调研，构建新型厂商关系

公司高管团队在疫情期间深入 20 余个主要城市，与 300 余家经销商座谈，收集市场信息，宣贯公司战略，提升经销商信心。

8、实施一地一策，提升费用投入产出率

公司针对不同市场的发展周期及区域特色，在价格体系全国统一、监督体系已经基本完善的前提下，充分授权一线团队实施一地一策，确保公司的各项投入政策更加适应市场，提升费用投入产出率。

9、掌控核心渠道，培养忠实用户

加强消费者培育，通过宴席推广、名酒进名企、品鉴会、赠酒等方式，培育忠实用户；聚焦烟酒店及团购渠道，拓展餐饮及现代零售渠道、电商渠道；优化烟酒店联盟体模式，维护终端价格。公司积极拓展电商、KA、新零售等渠道，新渠道布局取得突破性进展。

10、加快信息化建设，以大数据为营销赋能

加速营销数字化转型升级步伐。消费者会员系统全新上线，渠道进货扫码及消费者扫码的 BC 联动方式基本形成。通过网络云店、C2M 终端扫码购买业务模式的导入，为上万家终端门店赋能。

公司初步完成了中长期数字化建设蓝图规划。

（二）公司 2020 年下半年经营计划

2020 年公司将按照“打造老酒品类第一品牌”的战略目标,大力发展优质经销商,不断加强市场基础建设、消费者培育与品牌提升,不断加强生产系统自动化改造、智能制造与品质提升,确保企业实现持续、健康与快速发展。主要做好以下几方面的工作:

1、实施舍得、沱牌双品牌运作。按照经典老酒、藏品老酒、艺术老酒三大老酒产品线实施老酒战略。将“舍得”打造为次高端价位龙头品牌和老酒品类第一品牌,聚焦打造品味舍得和智慧舍得等战略单品;进一步加强沱牌天特优、沱牌特级 T68 的运作,恢复沱牌大众白酒的市场规模,做好天子呼、吞之乎、舍不得在超高端市场的布局。

2、进一步加强质量管理,提升产品品质。加快实施立体仓库及酿酒车间、包装车间、储酒车间的技术改造,通过引进先进的技术与设备,优化公司现有酿酒和成品酒生产配套设施设备,提高生产效率,推行智能化生产,降低能源消耗。通过绿色原粮基地,完善生态酿酒产业链。

3、加强品牌建设。通过舍得智慧人物、舍得艺术中心、大国芬芳、舍得玩酒节、舍得老酒论坛等品牌 IP 的建设,以及央视、各大网络平台、高铁、户外、头条、抖音等传媒手段,提升品牌影响力。

4、贯彻老酒战略。以打造老酒品类第一品牌为目标,将老酒战略贯彻到营销的每个环节,通过老酒品鉴、老酒培训、老酒传播、老酒展览、老酒论坛、老酒拍卖等系列活动,以“老酒”占领消费者心智。

5、加强产品研发工作。按照成为生活美学领导品牌的愿景,整合全球资源,加强产品及配套物料的研发,形成使用一代、储备一代的产品研发体系。下半年重点做好高端产品舍不得、建厂 80 周年纪念酒的研发。

6、提升客户服务水平,构建新型厂商关系。全面转变思想,持续改进各项工作,提升对经销商及消费者的服务水平。通过全国化的仓库前置、营销战略顾问委员会、经销商表彰活动、经销商联谊会、经销商关爱行动、经销商盈利提升行动等一系列举措,激励经销商,构建新型厂商关系。

7、加强市场的全国化布局。通过招商恳谈会、名商进名企、参加秋季糖酒会等方式,加快大商优商的发展,积极推动舍得的全国化战略,尤其是加强高端白酒大容量市场的布局,力争湖南、环太湖等市场形成有效突破;通过艺术老酒全面拓宽电商及新零售渠道,让年轻消费者爱上中国白酒。进一步拓宽终端渠道,在坚持做好传统烟酒店渠道的基础上,积极拓展企业团购,高度重

视线上及新零售渠道、餐饮渠道的开发，以免税店渠道的导入为突破口，布局国际市场。

8、推行阿米巴模式，打造优秀团队。通过优化架构、强化培训、深入推进绩效考评，实行“能者上、庸者下、劣者汰”的优化激励和选人、用人机制；加强培训，通过“内部注智、外部引智”，着力提升员工技能水平。通过推行阿米巴体系、内部晋升体系、人才梯队化建设、员工关爱体系，打造优秀团队，提升团队战斗力。

9、加快数字化转型升级步伐。计划下半年完成业务中台建设，按照全渠道、全链条的方式加速营销数字化转型，提升服务水平、加强货源管理、实施精准营销。

10、加强督察督办工作，对腐败现象、乱价现象、窜货现象零容忍，为公司市场拓展工作保驾护航。

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

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注(受重要影响的报表项目名称和金额)
财政部 2017 年 7 月 5 日发布《企业会计准则第 14 号—收入》（财会〔2017〕22 号），在境内外同时上市的企业自 2018 年 1 月 1 日起执行新金融工具系列准则，其他境内上市企业自 2020 年 1 月 1 日起执行。本公司批准自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，对会计政策相关内容进行了调整。	第九届董事会第四十次会议	追溯调整年初合并报表数据： 调减预收款项：253,446,633.62 元 调增合同负债：253,446,633.62 元

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：刘力

舍得酒业股份有限公司

董事会批准报送日期：2020 年 8 月 28 日