

证券代码：002461

证券简称：珠江啤酒

公告编号：2020-015

广州珠江啤酒股份有限公司 2019 年年度报告摘要

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。

全体董事均亲自出席了审议本次年报的董事会会议

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 2,213,328,480 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1 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	珠江啤酒	股票代码	002461
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	朱维彬	王建灿	
办公地址	广州市海珠区新港东路磨碟沙大街 118 号	广州市海珠区新港东路磨碟沙大街 118 号	
电话	020-84206636	020-84207045	
电子信箱	zhengquan@zhujiangbeer.com	zhengquan@zhujiangbeer.com	

2、报告期主要业务或产品简介

公司主营业务为啤酒生产销售以及啤酒文化产业，中国啤酒行业近年增速放缓。

2019年完成啤酒销量125.79万吨，同比增长1.48%；营业收入42.44亿元，同比增长5.06%；归母净利润4.97亿元，同比增长35.77%。

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

追溯调整或重述原因

会计政策变更

单位：元

	2019 年	2018 年		本年比上年增减	2017 年	
		调整前	调整后		调整后	调整前
营业收入	4,243,607,162.29	4,039,298,073.06	4,039,298,073.06	5.06%	3,763,608,334.73	3,763,608,334.73
归属于上市公司股东的净利润	497,483,602.51	366,429,368.06	366,429,368.06	35.77%	185,363,877.36	185,363,877.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	360,800,816.80	131,994,455.54	131,994,455.54	173.35%	34,015,588.05	34,015,588.05
经营活动产生的现金流量净额	758,022,919.30	430,004,010.04	430,004,010.04	76.28%	494,707,526.45	494,707,526.45
基本每股收益（元/股）	0.22	0.17	0.17	29.41%	0.09	0.09
稀释每股收益（元/股）	0.22	0.17	0.17	29.41%	0.09	0.09
加权平均净资产收益率	5.97%	4.55%	4.55%	1.42%	2.59%	2.59%
	2019 年末	2018 年末		本年末比上年末增减	2017 年末	
		调整前	调整后		调整后	调整前
资产总额	12,020,734,610.57	12,193,051,526.29	12,206,764,972.14	-1.52%	11,304,480,677.35	11,304,480,677.35
归属于上市公司股东的净资产	8,576,517,354.88	8,219,683,360.64	8,232,866,600.37	4.17%	7,946,685,416.58	7,946,685,416.58

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

2019 年实施新金融工具准则，会计政策变更追溯调整。

(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	750,787,852.64	1,358,069,651.66	1,379,163,293.56	755,586,364.43

归属于上市公司股东的净利润	29,603,574.74	182,294,543.59	242,476,273.06	43,109,211.12
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-8,029,242.03	149,017,665.13	209,991,229.94	9,821,163.76
经营活动产生的现金流量净额	-51,201,163.22	517,677,190.78	400,331,976.70	-108,785,084.96

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

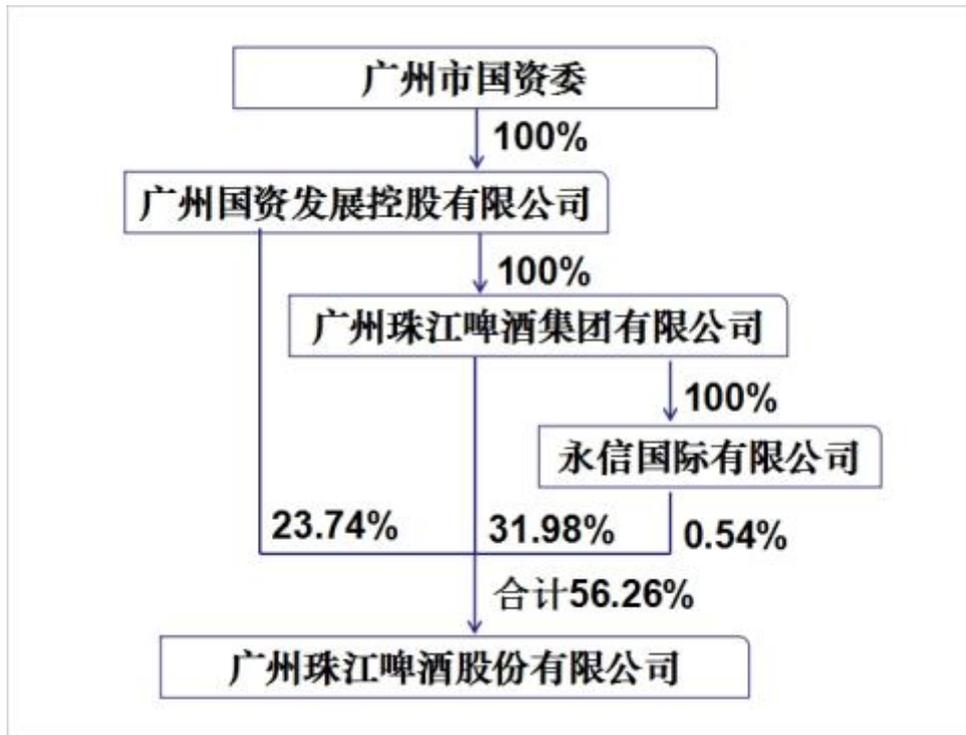
报告期末普通股股东总数	27,395	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	27,065	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
广州珠江啤酒集团有限公司	国有法人	31.98%	707,781,330	0			
INTERBREW INVESTMENT INTERNATIONAL HOLDING LIMITED	境外法人	29.99%	663,777,210	315,283,880			
广州国资发展控股有限公司	国有法人	23.74%	525,351,354	525,351,354			
香港中央结算有限公司	境外法人	0.61%	13,541,349	0			
永信国际有限公司	国有法人	0.54%	12,000,000	0			
广州珠江啤酒股份有限公司—第一期 2 号员工持股计划	其他	0.43%	9,531,016	9,531,016			
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	0.43%	9,516,200	0			
兴业银行股份有限公司—工银瑞信文体产业股票型证券投资基金	其他	0.29%	6,439,900	0			
中国农业银行股份有限公司—交银施罗德品质升级混合型证券投资基金	其他	0.24%	5,399,287	0			
中信银行股份有限公司—交银施罗德策略回报灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.21%	4,629,706	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、永信国际有限公司是广州珠江啤酒集团有限公司的全资子公司，广州珠江啤酒集团有限公司是广州国资发展控股有限公司的全资子公司，三者是一致行动人； 2、除上述股东之外的其他股东，公司未获知是否存在关联关系或属于《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。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	股东刘存的股票均为通过信用证券帐户持有。						

(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

公司是否存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

2019年，公司坚持稳中求进工作总基调，以供给侧结构性改革为主线，巩固“三去一降一补”成果，增强企业创新主体活力，提升产业链水平，围绕“一深化、一提高、一促进”的工作思路，统筹推进啤酒酿造产业和啤酒文化产业“双主业”协同发展，促进企业高质量发展之路走深走实。

随着中国啤酒行业进入总量缩减、结构优化的调整期，珠江啤酒继续保持良好发展势头，2019年完成啤酒销量125.79万吨，同比增长1.48%；营业收入42.44亿元，同比增长5.06%；归母净利润4.97亿元，同比增长35.77%。2019年主要工作情况如下：

(一) 坚持深化营销改革，不断推进啤酒主业向中高端价值链延伸

(1) 推进销售模式转型，有序统筹各市场发展。围绕市场大局聚力，有效聚集营销资源，实现区域资源要素的科学合理配置和最大效用，在市场调研和竞争者分析的基础上，结合各区域的优劣势，制定符合市场实际的创新营销方案，持续推进以掌控终端为目的的销售模式转型，实现销量稳步增长。精耕细作优势市场，激发事业部桥头堡发展潜能，大力扭转薄弱市场。

(2) 推进产品结构升级，有效提升产品盈利能力。集中资源稳定“三线”产品，形成“3+N”的产品组合，不断增强产

品结构层次性、互补性，促进消费提档升级。以珠江纯生为利润增长点，以珠江0度为规模拓展点，以雪堡、精酿、原浆等高端特色差异化产品为效益突破点，产品盈利能力持续提升，2019年，中高端产品占比达90%，吨酒毛利同比增长19.15%，比销量增长率高17.68个百分点。

(3) 加大各渠道产品差异化开拓力度，高端化布局基本实现。坚持市场导向，电商渠道推出黑金罐装纯生、高端罐装精酿、节日纪念版纯生及礼盒套装0度等差异化产品，全面提升利润空间；高端渠道打造雪堡啤酒系列全麦芽酿造的概念，围绕文化、体育、艺术等高端核心人群开展个性化瓶标定制，实现精准化和族群化传播。各渠道高端化产品布局基本形成，满足消费升级多元化需求，进一步推进品牌高端化。

(4) 优化品牌传播模式，推进老品牌新活力。遵循“三条主线、两个IP、一种情怀”的品牌传播策略，注重赋予产品个性化内涵和文化附加值，围绕“啤酒+音乐、啤酒+体育、啤酒+美食”三条主线，打造音乐IP和痛快IP，彰显南粤情怀。进一步优化精酿门店管理运营模式，在白云机场T2航站楼开设雪堡精酿体验馆的基础上，总结运营管理推广经验，在多个优选领域摸索新零售精酿体验店新模式、社区店合作模式、店中店合作模式等新型门店合作模式，以各类消费场景的创造引发文化和情感的共鸣，奏响品牌最强音。

(5) 以大数据不断赋能“互联网+营销”。拥抱“互联网+”，继续深入电商运营探索，在形成“平台旗舰店+微商城+网络商城合作”的电商运营模式的基础上，找准各电商平台的定位和发展思路，利用微淘、人群促销和内容营销等手段打通消费者线上从推广到成交再到运营的全链路，迈开珠江啤酒线上品销合一的第一步。在布局京东、天猫等旗舰店的基础上，积极与苏宁易购、拼多多、酒小二等电商平台合作，并试水社区电商、2B新零售、企业线上定制团购等创新商业业态，实现品牌的线上全渠道布局。通过大数据收集和分析，实现精准追溯、查询、互动、引流等功能，促进品牌传播与销量增长的双赢，电商销售同比增长13%。

(二) 推进自主创新，核心竞争力持续增强

(1) 增强科技合作能级，技术创新取得新成果。继续加大科研投入，2019年研发费用投入1.68亿元，同比增长17.34%，占营业收入比重3.96%。2019年新增项目106项，全年项目总数170项，在研科技项目147个，其中对外合作项目6项，包括发酵院合作项目5项、慕尼黑工业大学合作项目1项，广州市科技计划项目《广州市创新型企业》和南沙区科技项目《原料麦芽对酿造性能和啤酒质量的影响研究》通过验收，获科技奖励3项，《酵母精准性能评价与提高》项目获广东省轻工联合会科学技术进步二等奖。新获授权专利22件，授权专利数累计达153件，其中发明专利33件。

(2) 大力筑牢科创基础，平台孵化取得新进步。加快培育核心技术能力突出、创新能力强的高新技术企业集群和创新平台，2019年高新技术企业达9家，新增省级创新平台、广东省创新型企业各1个；珠江啤酒检测分析中心获得中国合格评定国家认可委员会（CNAS）认可评定资格转版复审，保持全国啤酒行业持有CNAS认可证书的两家企业之一。

(3) 坚持品类创新，科研成果取得新转化。坚持“一提高”，破解从技术突破、产品制造、营销模式到产业发展的科技成果转化系统瓶颈，提高科技创新优势转化为市场优势的能力，以市场需求为导向，研发水果小麦啤酒、英式淡色艾尔啤酒、金色拉格啤酒、新英格兰IPA、酸啤酒等五款精酿新品种的开发实验，优化雪堡黑啤酒、咖啡世涛、燕麦世涛、季节IPA、德式小麦、酒花拉格啤酒等精酿品种的工艺配方和口感质量，加速产品升级换代，提升消费体验。珠江纯生1997荣获2019年新品青酌奖、2019年比利时布鲁塞尔啤酒挑战赛淡爽拉格品类铜奖；雪堡美式IPA、明月苹果酒分别荣获2019年新品青酌奖、2019年中国国际啤酒挑战赛（CBC）天禄奖。珠江0度精品啤酒和雪堡啤酒分别荣获广东省食品行业优秀新产品一等奖和二等奖。目前，已储备新产品近30种。

(4) 推进品质革命，品质管控取得新成效。引领国家行业标准化建设，参与制定的团体标准《工坊啤酒及其生产规范》已发布，牵头制定《司陶特（世涛）啤酒》《果蔬汁啤酒》《苹果酒》等团体标准正在公开征求意见，参与制定的《无醇啤酒》《酸啤酒》等团体标准已完成立项，打造行业品质标杆。强化质量意识，进一步加强质量管理体系工作，推广运用精益制造、全面质量管理、卓越绩效等先进质量管理技术和方法，纵深实施质量对标提升工程、对标达标专项行动，开展质量攻关、质量改进、质量培训等活动，继续研究流式细胞仪评价酵母的相关方法在实际生产中的应用等新型前沿检测项目的开发和应用研究，提高质量控制水平；继续开展啤酒风味一致性课题研究，全面提升品质，让“珠啤制造”成为高品质的代

名词。

（三）坚持管理出效益，推进管理创新

（1）创新管理手段，促进提质增效。以智能制造、智慧运营为主攻方向，着力智能制造和数据化运营“双引擎”共同驱动，加强人工智能、工业互联网、物联网等应用。推进工业化和信息化“两化”融合创新，稳步有序推进CRM管理平台（一物一码）建设、设备管理系统升级等信息化平台建设项目，并自主研发智能程序支撑南沙立（平）库、柔性生产线、桶装线等系统智能集成，打造智能工厂数据交互及业务协同平台，持续升级智能制造，实现智慧运营。大力推进020项目建设，不断完善满足客户需求的系统功能，推进业务与管理无缝对接，实现数据“多走路”、客户“零跑动”的一网通营销模式，线上订单平台省内全覆盖，2019年累计成交额26.78亿元。自主研发银企直联支付数据平台，推行B2B订单系统，完整构建企业与银行交易的数据链条和线上业务协作，实现账务自动处理，高效推动数字营销，切实支撑智慧运营，劳动生产率同比提升超4%。

（2）夯实内部管理，促进降本增效。在全球经济下行压力不断积累、行业竞争日益激烈、生产成本持续上涨的情况下，珠江啤酒绩效管理、工厂成本管理方面持续加强，依托全自动立体仓库，推进物流运作标准化、智能化，仓储运作费、物流运输费等比年度目标值节约近800万元。面临麦芽、玻璃瓶等价格大幅上涨压力，积极采取措施控制采购成本，2019年实际吨酒费用较预算节支3.87%。大力推进技术改造，实现生产效率优化2.72%。推进标杆管理，不断优化各项绩效指标，生产绩效指标优化率达82.61%，水耗、电耗分别优化3.58%、2.24%。

（四）推进转型升级，促进“双主业”协同发展

（1）优化啤酒酿造产业产能布局，提升发展质量。进一步释放柔性生产线和精酿啤酒生产线产能，实现低成本、多品种、小批量的高效灵活生产，快速响应市场多元化需求。推进东莞新增年产酿造30万吨和灌装10万吨项目建设，高标准设计规划，拟引入新一代信息技术打造整线管理控制系统，致力于打造“两化”融合的标杆工厂。

（2）加快啤酒文化产业规划布局，挖潜发展动能。加速推进总部开发建设工作，2019年9月珠江啤酒完成了土地出让金的缴纳，总部开发建设工作取得突破性进展，正式进入建设阶段。持续推进第三产业发展，坚持围绕广州“构建湾区文化中心”的城市发展定位，以啤酒为媒、文化为魂、商业为依，培育更加丰富的综合性业态，大力推进啤酒厂（Beer Cube）品牌项目，结合“文化+科技”“文化+创意”“文化+产业”等，落地“广州广计划”，联动广州文化创意等产业资源，推动文化产业链各环节赋能，引进teamlab生命之森与未来游乐园、2019广州文化交易会重点项目等国内外文创类优秀品牌、时装周、艺术节、街舞大赛等城市文化活动70余场，成功举办2019广州亚洲美食节暨“醉享花城”——广州亚洲啤酒文化节活动，打造城市文化展示推广、文化商业化运营项目推广等综合服务平台，着力打造大湾区内的重要城市名片。2019年啤酒文化产业实现利润总额3667万元，同比增长16.32%。

（五）聚焦企业党建，以党的建设促进企业高质量发展

（1）政治生态进一步优化。不断强化党的领导核心和政治核心作用，坚持以政治建设为统领，坚决贯彻中央、广东省委、广州市委的决策部署，严格规范党内政治生活，坚持民主集中制，将党委会讨论研究作为董事会决策的前置程序。将市委巡察及落实上级巡察检查整改作为重要政治任务，认真落实市纪委不断巩固和拓展落实中央八项规定精神成果集中检查等三项专项检查反馈问题整改工作。

（2）理论学习进一步深化。坚持将学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想作为一项重要政治任务，深入学习宣传贯彻党的十九届四中全会精神、习近平总书记系列重要讲话精神及视察广东重要指示批示精神，强化党委中心组理论学习，以集体学习、自学、讲党课的形式，强化理论武装。

（3）“不忘初心、牢记使命”主题教育扎实开展。聚焦守初心、担使命，找差距、抓落实的总要求，高标准高质量推进主题教育。深入开展学习研讨，深刻检视剖析问题。

（4）基层党组织组织力进一步提升。制定公司党委加强党的基层组织建设三年行动计划，推进基层党组织规范化建设和组织力提升。进一步落实“三会一课”制度，基层党组织政治功能进一步发挥。继续推进第一品牌建设书记项目，打造党建品牌项目，有效促进了“第一品牌建设”目标的完成。

(5) 干部队伍建设进一步加强。不断完善动议、民主推荐、考察、讨论决定、任职的选拔任用程序，突出选人用人的政治标准。研究制定公司《789年轻干部培养计划》，以各基层党组织为单位初步建立起公司后备人才库。成立珠江啤酒党校，开展党校培训。

(6) 全面从严治党进一步向基层延伸。落实“两个责任”，修订完善公司《全面从严治党主体责任考核办法》，细化指标考核、增加量化考核指标，提升考核的可操作性。开展形式主义官僚主义专项整治工作，推进市纪委三项专项检查反馈意见整改工作，开展物资管理专项治理工作，推进制度完善和风险防控。

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

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
啤酒销售	4,049,120,854.66	1,840,506,895.00	45.45%	4.77%	22.16%	6.46%
酵母饲料销售	27,269,796.67	27,269,796.67	100.00%	5.47%	5.47%	0.00%
包装材料	3,338,180.76	605,459.62	18.14%	87.94%	76.94%	-1.12%
租赁餐饮服务	71,320,464.78	40,041,467.92	56.14%	12.83%	22.67%	4.50%

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

相关会计政策变更如下：

A、财政部于2019年4月30日发布了《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6号）对一般企业财务报表格式进行了修订，本公司按照相关规定采用追溯调整法，对可比会计期间的比较数据进行相应调整。

B、财政部于2017年3月31日分别发布了《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量（2017年修订）》（财会〔2017〕7号）、《企业会计准则第23号——金融资产转移（2017年修订）》（财会〔2017〕8号）、《企业会计准则第24号——套期会计（2017年修订）》（财会〔2017〕9号）；于2017年5月2日发布了《企业会计准则第37号——金融工具列报（2017年修订）》（财会〔2017〕14号）（上述准则以下统称“新金融工具准则”），本公司自2019年度起执行新金融工具准则。

C、财政部于2019年5月9日发布了《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》（财会〔2019〕8号）对原准则进行了修订，本公司本年度未涉及相关事项。

D、财政部于2019年5月16日发布了《企业会计准则第12号——债务重组》（财会〔2019〕9号）对原准则进行了修订，本公司本年度未涉及相关事项。

根据财政部发布的上述规定，公司进行了会计政策变更。具体如下：

A、在资产负债表中，将“应收票据及应收账款”重分类至“应收票据”、“应收账款”，将“应付票据及应付账款”重分类至“应付票据”、“应付账款”。

本公司按照相关规定采用追溯调整法，对可比会计期间的比较数据进行相应调整。其中：应收票据及应收账款减少19,151,709.01元，应收票据增加5,380,000.00元，应收账款增加13,771,709.01；应付票据及应付账款减少682,334,927.12元，应付票据增加233,387,783.53元，应付账款增加448,947,143.59元。

B、根据财政部于2017年3月31日分别发布了《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量（2017年修订）》（财会〔2017〕7号），本公司对于首次执行该准则的累积影响数调整2019年年初留存收益，以及应收账款、其他应收款、递延所得税资产等对应科目。执行本准则，产生的调整主要是应收款项坏账计提方式改变所产生的调整。执行本准则前，公司应收款项按账龄为主要风险特征、设定不同的坏账比率，从而计提坏账；执行本准则后，公司按预期信用损失为基础计提坏账。执行本准则具体调整如下：盈余公积调整增加289,410.59元，未分配利润调整增加12,893,829.14元，少数股东权益调整增加530,206.12元，以上所有者权益科目合计调整增加13,713,445.85元；应收账款调整增加17,880,681.39元，其他应收款调整增加312,160.49元，递延所得税资产调整减少4,479,396.03元，以上资产科目合计调整增加13,713,445.85元。

本公司自2019年度起执行新金融工具准则，对照修订前金融工具准则，经测算影响2019年度当期收益减少5,568,629.97元。

C、本公司执行上述准则，相关列报科目调整情况汇总如下：

单位：元

序号	列报科目	2018年12月31日 (调整前)	重分类金额	调整金额	2019年1月1日 (调整后)
1	应收票据		5,380,000.00		5,380,000.00
2	应收账款		13,771,709.01	17,880,681.39	31,652,390.40
3	应收票据及应收账款	19,151,709.01	-19,151,709.01		0.00
4	其他应收款	68,701,505.91		312,160.49	69,013,666.40
5	递延所得税资产	383,877,311.29		-4,479,396.03	379,397,915.26
6	应付票据		233,387,783.53		233,387,783.53
7	应付账款		448,947,143.59		448,947,143.59
8	应付票据及应付账款	682,334,927.12	-682,334,927.12		0.00
9	盈余公积	194,671,978.52		289,410.59	194,961,389.11
10	未分配利润	1,375,406,163.94		12,893,829.14	1,388,299,993.08

11	少数股东权益	46,002,100.40	530,206.12	46,532,306.52
----	--------	---------------	------------	---------------

(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

本公司已于2020年9月完成注销汕头珠江啤酒分装有限公司的全部手续，已将其期初至注销完成截止日报表进行合并。

广州珠江啤酒股份有限公司董事会

法定代表人：王志斌

2020年3月25日