

证券代码：000929

证券简称：兰州黄河

公告编号：2020-1

兰州黄河企业股份有限公司 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。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，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	兰州黄河	股票代码	000929
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	魏福新	呼星	
办公地址	兰州市城关区庆阳路 219 号金运大厦 22 层	兰州市城关区庆阳路 219 号金运大厦 22 层	
传真	0931-8449005	0931-8449005	
电话	0931-8449039	0931-8449039	
电子信箱	wfx0523@sina.com	huxing99yan@163.com	

2、报告期主要业务或产品简介

报告期内，公司继续从事啤酒、麦芽、饮料的生产与销售，主营业务范围未发生变化，主要产品为“黄河”、“青海湖”系列啤酒和“黄河”系列麦芽等，啤酒和麦芽的产销占全部主营业务的90%以上。公司经营模式为从产品研发到原料采购再到啤酒和麦芽生产，最后到产品销售。

2014年以来，我国啤酒行业年产量就进入了下滑通道，2019年全国规模以上啤酒企业累计产量3765.3万千升，较2018年的3812.2万千升下降1.23%（数据来源：国家统计局），但降幅较去年同期大幅收窄，表明我国啤酒产业高速发展期已经结束，行业进入整合末期，行业发展继续呈现出量平价升的趋势。啤酒市场从增量时代转入到存量时代，产品竞争逐步从大众类、同质化向高品质、个性化的竞争格局转变，企业市场竞争程度进一步加剧。

公司作为区域性品牌啤酒生产企业，产品主要在甘肃和青海两省进行销售。2019年甘肃省啤酒市场容量较去年同期下降

约20%，青海省啤酒市场容量较去年同期下降约18%，公司主要竞品仍为雪花啤酒和青岛啤酒，三家合计销量约占甘青市场总容量的近91%。多年来，公司虽然凭借中国驰名商标“黄河”系列产品和“青海湖”品牌系列新品以及良好的品牌影响力和产品质量，顶住压力，在甘青两省啤酒市场一直占据着近三分之一的市场份额，但近两年来，与全国性品牌啤酒相比，由于广告投放覆盖范围与销售投入能力等方面的限制，公司啤酒市场份额有所下滑。2019年公司麦芽产销量在西北地区仍名列前茅。

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

单位：元

	2019 年	2018 年	本年比上年增减	2017 年
营业收入	455,471,710.12	508,598,280.71	-10.45%	596,118,026.56
归属于上市公司股东的净利润	15,632,294.39	-67,550,377.71	123.14%	16,235,994.95
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-8,750,707.47	-452,518.27	-1,833.78%	4,418,204.16
经营活动产生的现金流量净额	-14,325,199.18	31,001,351.48	-146.21%	27,304,222.85
基本每股收益（元/股）	0.0842	-0.3636	123.14%	0.0874
稀释每股收益（元/股）	0.0842	-0.3636	123.14%	0.0874
加权平均净资产收益率	2.32%	-9.66%	11.98%	2.20%
	2019 年末	2018 年末	本年末比上年末增减	2017 年末
总资产	1,371,956,538.82	1,377,441,972.12	-0.40%	1,465,869,079.51
归属于上市公司股东的净资产	681,257,704.08	665,625,409.69	2.35%	733,175,787.40

(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	118,403,319.51	134,099,404.93	109,825,793.36	93,143,192.32
归属于上市公司股东的净利润	25,405,530.21	-2,702,003.69	-6,053,800.50	-1,017,431.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-1,726,243.09	4,533,502.49	1,103,306.52	-12,661,273.39
经营活动产生的现金流量净额	31,798,502.59	43,919,357.98	-52,019,379.08	-38,023,680.67

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	15,972	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	15,288	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		

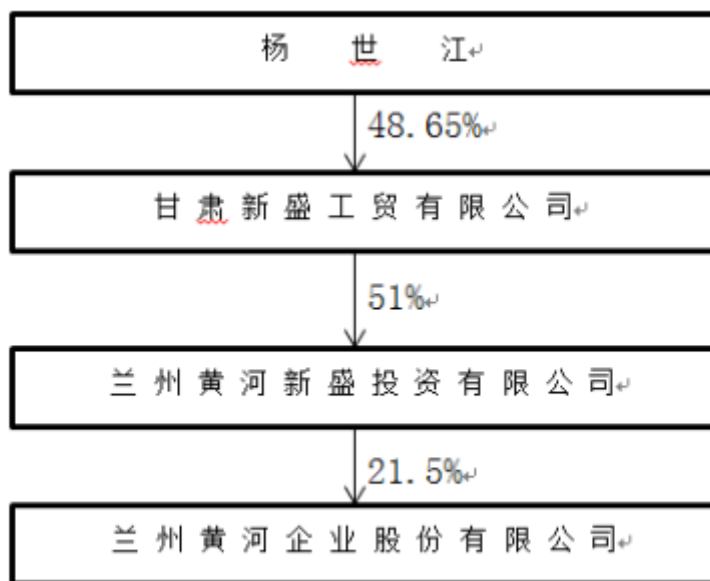
					股份状态	数量
兰州黄河新盛投资有限公司	境内非国有法人	21.50%	39,931,229		0	
湖南昱成投资有限公司	境内非国有法人	6.90%	12,822,658		0	
甘肃省工业交通投资公司	国有法人	3.76%	6,978,947		0	
宁琛	境内自然人	1.98%	3,680,000		0	
兰州富润房地产开发有限公司	境内非国有法人	1.83%	3,398,588		0	
周宇光	境内自然人	1.74%	3,234,811		0	
张奕	境内自然人	1.55%	2,887,519		0	
邹红梅	境内自然人	1.17%	2,164,482		0	
深圳顺合盛国际投资有限公司	境内非国有法人	0.79%	1,468,010		0	
陈育民	境内自然人	0.75%	1,395,000		0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中：“兰州黄河新盛投资有限公司”、“兰州富润房地产开发有限公司”和“深圳顺合盛国际投资有限公司”同受公司实际控制人杨世江先生控制，属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人；“张奕”通过其信用证券账户持有公司股票，“邹红梅”所持公司股票中的一部分通过其信用证券账户持有；其他股东之间未知是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

（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

自2014年开始，我国啤酒行业年产量就进入了下滑通道，2019年我国规模以上啤酒企业累计产量3765.3万千升，较2018年的3812.2万千升下降1.23%（数据来源：国家统计局），但降幅较去年同期大幅收窄，表明我国啤酒产业高速发展期已经结束，行业进入整合末期，行业发展继续呈现出量平价升的趋势，国内啤酒消费量缺乏增长动力，市场从增量时代转入到存量时代，产品竞争逐步从大众类、同质化向高品质、个性化的竞争格局转变，叠加进口啤酒冲击，啤酒生产企业市场竞争程度进一步加剧。2019年公司所属甘肃、青海两省啤酒市场容量较去年同期平均下降约19%，公司主要竞争对手仍为华润雪花和青岛啤酒，三家啤酒销量约占甘青市场总容量的近91%。

2019年，为应对日益激烈的市场竞争和多种不利因素带来的挑战，按照年初制定的经营方针和计划，公司啤酒主业继续采用集团化运营模式，由“黄河啤酒集团”按照“产销分离、资源统一调配、业务垂直管理、职责明确、分工负责”的原则，对作为产品中心的各啤酒生产工厂进行管理，统一调配资源、安排生产，统筹调配各类产品销售、满足市场需求，重点开展了以下几个方面的工作：

一是在市场营销方面，坚决贯彻差异化的市场竞争策略，明确提出要以突出产品地方特色与独特地域优势为原则来提高产品力，持续推进产品结构优化与调整。在对原有“黄河”和“青海湖”双品牌系列中高档产品进行品项优化与升级的基础上，又研发推出“丝路全麦”、“全麦精酿”等高档及中高档系列新品，使双品牌下所有系列产品融入了更多的地域特色，产品结构更加趋于完整、合理，产品力得到有效提升。以兰州市场为试点，建立了以信息化为基础的销售管理体系，为有效提升销售力奠定了基础。结合线上与线下，借助新媒体营销、短视频营销等新型营销模式的强势崛起，通过新媒体软文投放、腾讯新闻闪屏和微信朋友圈效果展示、黄河微信公众号和抖音账户运营、以及销售官网改版并增加京东、天猫店铺引流等方式，加强与年轻消费群体的品牌沟通，在一定程度上弥补品牌宣传覆盖率低、形象陈旧的短板。电商销售渠道持续发力，京东自营、京东旗舰店和天猫旗舰店三家网店销售的均为双品牌中高端系列产品，销量较去年同期大幅提高，完成年度计划销量的近150%，其中“青海湖”品牌产品占比超过八成。

二是在供应链方面，主要抓好生产管理、质量管理、瓶箱管理和安环管理等4个方面的相关工作。通过产品配方和工艺调整，改善部分产品口感，提升再饮率；克服产品品项较多，配套包材种类繁多带来的困难，严格把控各生产环节，降低不匹配率、提高线效率；利用集中检修时机，彻底解决生产包装线关键部件技术问题，完善产品新鲜度检测和感官评价体系，对影响产品质量的关键物料供应商实行动态管理，定期评审并及时剔除不合格供应商，修订玻璃瓶质量验收标准，提升耐内

压力和抗冲击指标，从源头改善瓶源质量，完善以职能部门联合检查和部门自查为主的食品GMP（生产质量管理规范）保障体系，坚持开展季度质量评比活动，进行互查、自查、对标，产品质量管理水平有效提升，因生产责任而造成的市场投诉数量较2018年同比下降约56%；部分工厂完成了排污许可证到期换证工作；各生产工厂持续加强涉氨系统、防火防爆、预防机械伤害、不安全行为、危险作业许可等现场安全管理，及时对消防设施进行了升级改造，持续关注员工职业健康管理，对新进厂员工进行职业危害体检。报告期内，各工厂特种作业人员持证率，接触职业危害员工体检率和安全隐患整改率三项指标以及其他各项安全生产目标均100%达成。

三是在人力资源方面，紧紧围绕销售业务与人力成本管控，调整优化总体销售组织架构，引进关键管理岗位人才，落实关键管理岗位竞聘上岗制度，严格按照企业员工干部队伍年轻化、知识化、专业化、技能化的要求招收、储备人才，优化用工结构，调整完善并全面贯彻落实动态目标绩效管理制度，加强新进员工安全教育培训和安全意识灌输工作，全年各生产工厂培训新进员工305人，全年接受安全教育等各类培训的员工近5700人次。

尽管公司全体员工秉承兰州黄河自力更生、艰苦创业，求真务实的企业精神，严格按照年初制定的经营方针与计划，努力推进了上述各项经营管理工作，但与全国性啤酒品牌相比，作为区域性品牌，公司在广告投放覆盖范围与销售投入能力等方面劣势依旧非常明显，市场竞争压力巨大，再加上原辅材料价格持续上涨、人力资源成本逐年上升、中高端餐饮消费拉动能力下降等因素影响，公司啤酒产销量仍较去年有所下滑，市场份额有所下降。2019年全年，公司啤酒销量11.5万千升，实现销售收入3.1亿元。

2019年，公司麦芽生产企业紧紧围绕年初制定的各项任务指标，通过实施6S管理活动和安全隐患排查治理与作业环境风险控制活动，不断深化全面质量管理，进一步强化了各项基础性管理工作和执行力，生产采购管理与质量安全管理水平有效提升，同时国内麦芽销售价格有所回升，公司麦芽主业基本完成了年初制定的经营目标，全年销售麦芽3.3万吨，实现销售收入9590万元。

2019年，公司证券投资实现账面收益3001.4万元，较去年同期大幅增长。

截止本报告期末，公司总资产13.72亿元，归属于上市公司股东的净资产6.81亿元，较年初增长2.35%；报告期营业收入4.55亿元，同比下降10.45%；归属于上市公司股东的净利润1563.23万元，累计纳税6051万元。

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	265,673,992.35	161,185,884.91	39.33%	-22.25%	-20.51%	-1.67%
饮料	41,683,211.76	30,812,988.52	26.08%	56.87%	118.62%	-20.92%
大麦麦芽	95,899,782.05	70,929,418.32	26.04%	17.27%	14.74%	2.04%

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

报告期内，由于公司证券投资处置及持有收益较去年同期大幅增长，导致公司归属于上市公司普通股股东的净利润总额较去年同期扭亏为盈。

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

1、2017年财政部修订发布了《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》、《企业会计准则第24号——套期会计》、《企业会计准则第37号——金融工具列报》，并要求境内上市的企业自2019年1月1日起施行新金融工具相关会计准则。2018年6月15日，财政部发布《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15号），对一般企业财务报表格式进行了修订。2019年1月30日，公司第十届董事会第六次会议、第十届监事会第六次会议审议通过了公司《关于会计政策变更的议案》，同意公司根据财政部修订及颁布的最新会计准则进行次会计政策变更，公司独立董事对于此次会计政策变更会发表了同意的独立意见。有关情况详见公司于2019年1月31日披露于指定媒体的《关于会计政策变更的公告》（公告编号：2019（临）-04）。

2、2019年4月30日，财政部发布了《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）（以下简称“《6号通知》”），对一般企业财务报表格式进行了修订，要求执行企业会计准则的非金融企业应当按照企业会计准则和《6号通知》要求编制2019年度中期财务报表和年度财务报表及以后期间的财务报表。公司据此对原会计政策进行了相应变更，并自2019年半年度报告开始执行。公司2019年8月8日召开的第十届董事会第八次会议和第十届监事会第八次会议审议通过《关于会计政策变更的议案》，同意根据财政部修订及颁布的有关准则、通知进行的此次会计政策变更，独立董事对此发表了同意的独立意见。有关情况详见公司于2019年8月10日披露于指定媒体的《关于会计政策变更的公告》（公告编号：2019（临）-31）。

3、2019年9月19日，财政部发布了《关于修订印发合并财务报表（2019版）的通知》（财会[2019]16号）（以下简称“《16号通知》”），对合并财务报表格式进行了修订，要求执行企业会计准则的企业按照企业会计准则和《16号通知》的要求编制2019年度合并财务报表及以后期间的合并财务报表。公司据此对原会计政策进行相应变更，2019年第三季度财务报表及以后期间的合并财务报表均执行《16号通知》规定的合并财务报表格式。2019年10月30日，公司召开第十届董事会第九次会议和第十届监事会第九次会议审议通过了《关于会计政策变更的议案》，同意根据财政部修订及颁布的有关准则、通知进行的此次会计政策变更，独立董事对此发表了同意的独立意见。有关情况详见公司于2019年10月31日披露于指定媒体的《关于会计政策变更的公告》（公告编号：2019（临）-38）。

4、2019年10月30日，公司召开第十届董事会第九次会议及第十届监事会第九次会议，审议通过了《关于变更会计师事务所的议案》，为保持公司审计工作的独立性、客观性和公允性，根据公司业务发展和年度审计工作的安排，公司将2019年度财务报告和内部控制审计机构由瑞华会计师事务所变更为大华会计师事务所，聘期一年，审计费用人民币60万元，公司已就此次变更与瑞华会计师事务所进行了事先沟通和友好协商，征得了其理解和支持，瑞华会计师事务所对此次变更无异议，有关情况详见公司于2019年10月31日披露于指定媒体的《关于变更会计师事务所的公告》（公告编号：2019（临）-39）。2019年12月20日，公司召开2019年第一次临时股东大会，审议通过了《关于变更会计师事务所的议案》，有关情况详见公司于2019年12月21日披露于指定媒体的《2019年第一次临时股东大会决议公告》（公告编号：2019（临）-49）。

(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

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。