

公司代码：600696

公司简称：岩石股份

**上海贵酒股份有限公司**  
**2021 年年度报告摘要**

## 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 [www.sse.com.cn](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 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 中兴财光华会计师事务所（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

经中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司2021年度财务报告的审计，2021年度公司实现归属于上市公司股东的净利润 61,928,159.20元，2021年末公司可供股东分配的利润为 26,439,357.94元。由于可供股东分配的利润金额较低，同时，公司正处于白酒业务成长发展期，需要投资项目建设扩大产能，因此，2021年度拟不进行利润分配，也不以公积金转增股本。本预案须经股东大会审批通过方可生效。

## 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	岩石股份	600696	ST岩石

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	孙文	胥驰骋
办公地址	上海市浦东新区银城中路8号39楼	上海市浦东新区银城中路8号39楼
电话	021-80134900	021-80133216
电子信箱	IRM600696@163.com	IRM600696@163.com

### 2 报告期公司主要业务简介

#### （一）报告期内公司所处行业情况

##### 1、消费升级带动高端白酒市场容量扩大

近年来，我国人均 GDP 稳定增长，居民消费已呈现从以物质型消费为主向以服务型消费为主升级的趋势，在物质型产品中融入大量增值服务，成为传统消费向新型消费升级的必要趋势。此外，白酒消费者也逐渐向高品质消费转变。理性饮酒、健康饮酒的消费理念逐渐深入人心，消费者的

品牌意识逐步增强，促使中高端及以上白酒产品的消费比重提升。具有丰富中高端及以上产品体系的白酒企业即将享受消费升级的发展红利。

## 2、中国白酒行业集中度持续提升

数据显示，规模以上企业从 2017 年的 1593 家到 2021 年的 957 家减少了 636 家，占比达到 39.9%。“十四五”期间酱酒的竞争格局将基本定型，白酒品牌集中度会增长到 65%以上，前 30 名酒企将占据 65%以上的市场份额。

## 3、酱酒将持续占领高端和次高端市场份额

未来五年将是酱酒行业前十企业排位的关键窗口期，酱酒将完成主价格带和各细分价格带的切割和占领，每个价格带都将出现龙头企业和领导品牌。

## 4、数字化转型为白酒企业多渠道发力

疫情的到来使得渠道变革刻不容缓，未来五年，全国一半以上的省级市场的酱酒份额将超过 50%，酱酒完成真正的全国化。电商、O2O、直播、社区团购等数字化渠道的渗透使酱酒主力销售覆盖渠道将从团购渠道转向全渠道。随着销售渠道不断扩宽，白酒行业规模不断扩大，酱酒市场前景未来可期。

## 5、多元主体入局酱酒呈现投资热潮

酱酒行业未来会有更多、更大的产业并购和重组，在大产业资本和大金融资本的推动和国有资本的进入下，酱酒产业将会加速扩大规模，酱酒企业的资本价值将更加显性。

### (二) 报告期内公司主要经营情况

2021 年是公司转型发展、夯实主业的突破之年；是聚焦战略、深耕主业的成效之年；更是坚持坚守、砥砺前行的蓄势之年，公司董事会及管理团队围绕“高质量发展”的经营理念，面对不断变化的消费市场环境，以“成为世界一流的融合经典与创新的酒业集团”为愿景；以“酿造更美好生活”为使命；以责任、正念、整合、经营为企业价值观；以客户为中心，用世界一流的消费品品牌运营理念高质量经营酒业，推动传统白酒酿造产业的升级和革新。一年来，公司主动调整和收缩了融资租赁及商业保理业务，全力推进白酒业务发展。报告期内，公司实现营收 6.03 亿元，归母净利润 6,192.82 万元，公司核心主业在转型发展中进一步得到确立，产业价值逐步得到释放。

#### 1、2021 年主要工作特点

一是既定战略坚定执行。公司以白酒为主业的战略坚定不移，公司上下对既定战略目标认知清晰，执行坚定。管理团队不断提升战略领悟力，层层传导目标任务，通过上下齐心，全力推进主业发展，确保既定战略目标的达成。

二是管理团队专业高效。公司围绕白酒主业，根据发展需要，加强组织建设，引入专业人才。目前公司吸纳了一批经验丰富、高效专业的管理人才，推动精益管理，强化风控建设，提高决策质量，提升管理效能。

三是产品矩阵逐步完善。公司夯实白酒主业并向纵深推进，围绕各类消费场景构建产品矩阵；目前公司已基本实现产品价格梯度建设并形成品牌金字塔，重点打造中高端酱香型白酒品牌新格局，提供高性价比酒类产品，满足不同消费需求。

四是品牌价值逐渐彰显。一年来，公司加强品牌建设，展示企业形象；发挥新媒体平台优势，传播品牌价值；投身公益活动，彰显品牌担当；通过沉浸式感观体验，打造高端品鉴会，助力市场动销。公司坚持长期主义，为消费者酿造更美好生活的企业使命和品牌诉求为更多消费者所接受和认可。

五是公司治理规范科学。公司进一步加强内控合规管理，细化公司治理架构与职责，将风险防控工作前移。公司梳理和完善了现有的制度体系和内控体系，根据业务转型，对公司组织架构、职责分工、关键管理活动的审批流程和授权体系重新梳理和规范，并加强信息化赋能，做到内控合规事前有预见，问题及时发现处理，事后完善改进的良性循环。

六是坚定履行社会责任。公司积极履行社会责任，秉持“责任、正念、整合、经营”的企业价值观积极投身社会公益活动，年内荣获“助力乡村振兴共建单位”荣誉称号、子公司星辉酒业成为中国退役军人就业创业服务促进会副理事长会员单位。公司携手 LOVE RADIO 开启“一分爱心，一颗苹果”公益活动；子公司贵酒科技“阅读筑梦，点亮未来”公益赠书活动跨越千里，走进山东、江苏、湖南、河南、陕西等省，向贫困地区儿童捐赠图书，积极履行企业的社会责任。

## 2、2021 年公司主要工作回顾

(1) 聚焦主业发展。一年来，公司聚焦白酒业务创新发展，主业的战略定位更加清晰，公司以“成为世界一流的融合经典与创新的酒业集团”为企业愿景，以消费需求为中心，通过嫁接新渠道、新技术等手段，强化品牌与消费者的情感关联，构建新场景、新场域，重塑白酒新消费格局，以创新赋能推动白酒产业发展。为夯实主业发展，年内经董事会审议通过，公司进一步加强了经营班子建设，聘请专业人才充实优化管理团队，推动公司健康发展。通过聚焦战略、深耕主业，公司明确了未来五年酒类业务发展规划，公司核心主业的发展方向得到了进一步确立。

(2) 撤销其他风险警示。从 2019 年开始公司坚定不移地推进酒类业务发展，公司核心业务不断增强。2021 年 6 月 1 日公司向上海证券交易所提交《撤销对公司股票实施其他风险警示的申请》，经上海证券交易所同意，公司股票于 2021 年 6 月 16 日停牌一天，2021 年 6 月 17 日起复牌并撤销其他风险警示，公司证券简称由“ST 岩石”变更为“岩石股份”。

撤销其他风险警示对公司发展具有里程碑意义，改善了公司市场形象，提振了公司员工的工作热情，激发了经销商等利益相关方对公司的信心及对产品的销售热情，同时也增强了广大消费者对公司酒类产品品牌的认知和信任，为公司合规运营、夯实主业提供了良好的外部环境。公司将以此为契机，进一步加强内部管理，完善治理结构，推进内控合规建设，做优做强酒类主业，以上市公司持续健康发展回报广大投资者对公司的信任和支持。

(3) 实现产供销一体化。2021 年一季度公司完成对高酱酒业的合并，白酒营销网络与高酱酒业白酒生产及储存能力相结合形成优势互补，公司也成为产、供、销一体化的酱香型白酒生产企业。公司将继续推动国际化标准酱香和绿色智能制造在高酱酒业落地，对高酱酒业进行产品开发、产能提升、公司治理、规范运营等全方面赋能。

(4) 重塑公司组织架构。一年来，公司根据市场环境和整体战略要求，进行了组织架构优化，以达到清晰职责边界，确定功能定位，改进业务流程，提升管理水平和管理效率的目标。根据业务发展需要，公司完成了定架构、定分工、定职责、定人员的四定工作，实现了组织架构的专业化、精细化，形成了精干高效、快速反应、责权明确、管理到位的组织体系。围绕组织建设，公司加强动态跟踪考核机制，实施“红、黄”业绩警示，分析未完成原因，提出解决方案，将组织建设、目标责任与考核激励机制相结合，奖优罚劣，实现风险共担、价值共创、利益共享的良性动态组织体系。

(5) 渠道建设初具规模。一是线上发力，公司通过天猫、京东、抖音等平台开设的线上门店，充分利用平台优势开发线上资源，“十七光年”等明星产品直接面向终端客户。二是渠道下沉，深挖经销商资源，把脉经销商痛点，解决经销商实际问题，让经销商和公司实现双赢，公司经销商数量有较大增加。三是资源圈层，对具备分销资质、有一定的分销网络或圈层资源的创业者进行深度赋能、专业培训，以创业促就业，实现多赢格局。四是销售赋能，贵酒匠深入三四线城市，科技赋能基层白酒销售单元，使小店数量和覆盖面迅速提升；同时，贴近团购客户需求，提供全方位服务，在全国各个区域拓展各种类型的企业团购用酒客户。

(6) 展示企业良好形象。公司将愿景、使命、价值观融于企业文化中，将“责任、正念、整合、经营”贯彻到日常工作中，公司深入开展企业文化建设：守初心、担使命，“百年新征程，风华正茂然”上海贵酒庆祝建党 100 周年系列活动成功开展；公司推出以基层优秀员工为榜样的“贵标杆”作为践行企业文化的重要载体之一，使优秀企业文化在全体员工中进行倡导和执行。内建企业文化，外塑企业形象，公司通过多种传播渠道，树立良好社会形象，公司与 CCTV《大国

品牌》签约，宣传企业文化，彰显公司形象，塑造品牌力量。2021 年公司先后获得了“年度成长力上市公司 TOP100”、“中国企业 ESG 最佳社会案例奖”、“中国新经济最具投资价值上市公司”、“上市公司治理奖”等诸多殊荣，还与华为、红旗汽车等国内知名品牌共同亮相“2021 中国品牌日晚会”，展示了中国自主品牌的硬实力。

2021 年是公司树立主业，价值释放的重要之年，公司产品知名度和美誉度在市场上逐步得以提升。管理层坚决执行公司发展战略成果显著，公司员工精神饱满，对实现公司未来发展目标充满信心。

### 3、2021 年公司治理情况

公司按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》和《上海证券交易所股票上市规则》等法律、法规和规章的要求，建立了规范的公司治理结构。

公司加强内控体系建设，严格风险管理控制，从制度、体系上构筑起风险控制的防线。年内，公司组织董事、监事和高级管理人员认真学习了新修订的《证券法》和《上市公司治理准则》，加强风控意识，提高规范治理水平；结合企业实际，公司建立了覆盖经营活动各主要环节的相关制度、规章，以保证公司高效运作。相关规定中对公司各个业务环节的控制标准、控制措施、授权和审批、复核与查证、业务规范与操作程序、岗位权限与职责分工等均有说明。

年内正式发布《公司内部控制手册》和子公司高酱酒业的各项内控管理制度，并开始试运行。一方面确保企业能够制定科学合理的战略目标，另一方面采取切实可行的措施保证战略的有效实施，提升企业可持续发展能力和创造长久的企业价值。目前，公司根据《公司法》、《证券法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等法律法规开展公司治理实践，并严格按照上述法律法规和规章制度的要求规范运作。

#### （三）报告期内公司从事的业务情况

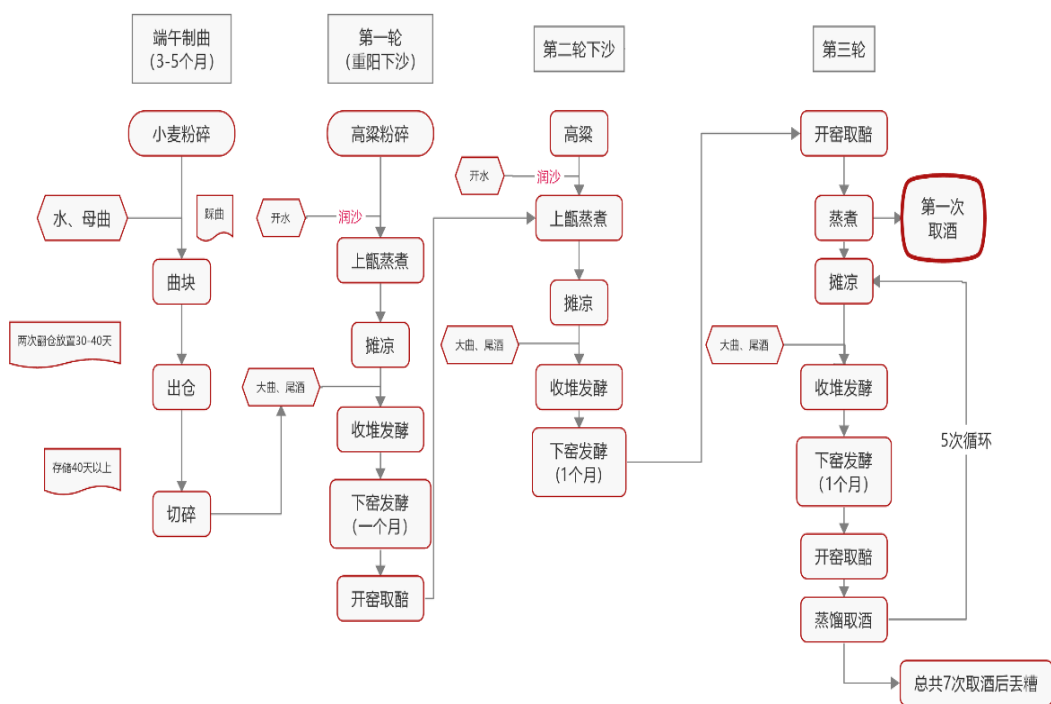
##### 1、公司目前白酒销售业务模式

公司已成立全资子公司上海贵酒科技有限公司、上海星辉酒业有限公司、上海军酒有限公司、上海事聚贸易有限公司、上海光年酒业有限公司和上海君道贵酿酒业有限公司。贵酒科技致力于用“好酒直供+四大赋能”的创新商业模式，帮助传统烟酒店实现数字转型与营收提升；星辉酒业构建以“体验店+服务商”为业务载体,以深度分销+社群运营为业务发展策略，助力退役军人创业就业，实现线上线下融合发展的创新业务模式；事聚贸易主要拓展企业团购商和经销商，通过线上线下结合的圈层营销和创新化场景营造，构建客户粘性的渠道与品牌关系，推动业务发展。光年酒业聚焦低度酒电商及新零售发展，同时布局商超、CVS、餐饮线下销售网络。君道贵酿主要是以服务区域大商并与其形成稳定合作关系，通过服务合作伙伴和圈层营销拓展团购销售；积极同大商和合作伙伴一起搭建有效的消费场景，推动业务发展，同时通过产品数字化和信息化手段提升运营管理效率。公司目前白酒销售业务流程如下：



##### 2、公司白酒生产业务流程

高酱酒业位于酱香型白酒生产核心产区贵州省仁怀市名酒工业园区，选用当地优质高粱为原料，严格按照节气，端午采曲、重阳投料。基酒生产周期长达一年，共分二次投料，一至七个烤酒轮次，概括为一年一个生产周期，二次投料、九次蒸煮、八次发酵、七次取酒，历经春、夏、秋、冬一年时间。特点是生产周期长，资金占用大。工艺流程图如下：



### 3 公司主要会计数据和财务指标

#### 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
		调整后	调整前		
总资产	1,106,660,609.00	1,014,319,453.53	403,008,583.79	9.10	452,455,831.28
归属于上市公司 股东的净资产	482,400,591.21	417,758,333.93	309,921,166.25	15.47	254,827,359.95
营业收入	603,308,422.10	79,717,679.97	79,717,679.97	656.81	109,278,519.63
归属于上市公司 股东的净利润	61,928,159.20	8,021,898.87	8,021,898.87	671.99	12,385,608.65
归属于上市公司 股东的扣除非 经常性损益	59,277,187.44	7,095,037.07	7,095,037.07	735.47	10,103,466.10

的净利润					
经营活动产生的现金流量净额	248,962,046.02	56,664,550.46	56,664,550.46	339.36	-26,579,865.92
加权平均净资产收益率(%)	13.78	3.10	3.10	增加10.68个百分点	4.35
基本每股收益(元/股)	0.19	0.02	0.02	850.00	0.04
稀释每股收益(元/股)	0.19	0.02	0.02	850.00	0.04

### 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	87,392,723.92	139,454,222.31	225,409,455.47	151,052,020.40
归属于上市公司股东的净利润	9,526,886.28	25,303,188.38	47,720,218.19	-20,622,133.65
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	8,417,787.46	22,663,089.34	38,872,136.09	-10,675,825.45
经营活动产生的现金流量净额	186,487,316.92	-19,989,744.31	-61,950,662.23	144,415,135.64

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)	26,364
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	24,133
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	不适用

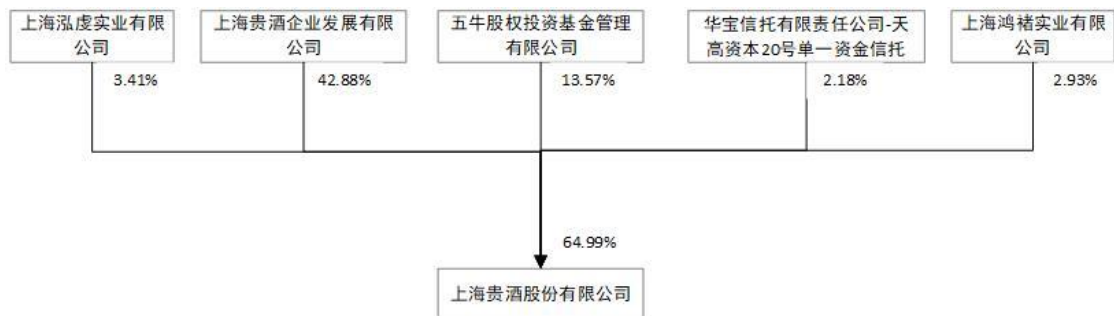
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）						不适用	
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 (%)	持有 有限 售条 件的 股份 数量	质押、标记或冻结 情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
上海贵酒企业发展有 限公司	7,863,477	143,433,141	42.88	0	冻结	6,684,575	境内 非国 有法 人
五牛股权投资基金管 理有限公司	3,979,901	45,395,707	13.57	0	无		境内 非国 有法 人
上海泓虔实业有限公 司	11,414,404	11,414,404	3.41	0	无		境内 非国 有法 人
上海鸿褚实业有限公 司	9,807,593	9,807,593	2.93	0	无		境内 非国 有法 人
华宝信托有限责任公 司一天高资本 20 号单 一资金信托	0	7,307,239	2.18	0	无		其他
白松	25,300	2,135,457	0.64	0	无		境内 自然 人
郑永祥	-	1,933,501	0.58	0	无		境内 自然 人
黄炜	153,401	1,409,701	0.42	0	无		境内 自然 人
马玲阁	811,800	1,001,800	0.30	0	无		境内 自然 人
谭海燕	-171,765	990,035	0.30	0	无		境内 自然 人
上述股东关联关系或一致行动的说		上述股东中,上海贵酒企业发展有限公司与五牛股权投资基					



明	金管理有限公司、上海泓虔实业有限公司、上海鸿褚实业有限公司、华宝信托有限责任公司一天高资本 20 号单一资金信托为一致行动人；公司未知其他股东是否存在关联关系或为一致行动人。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用

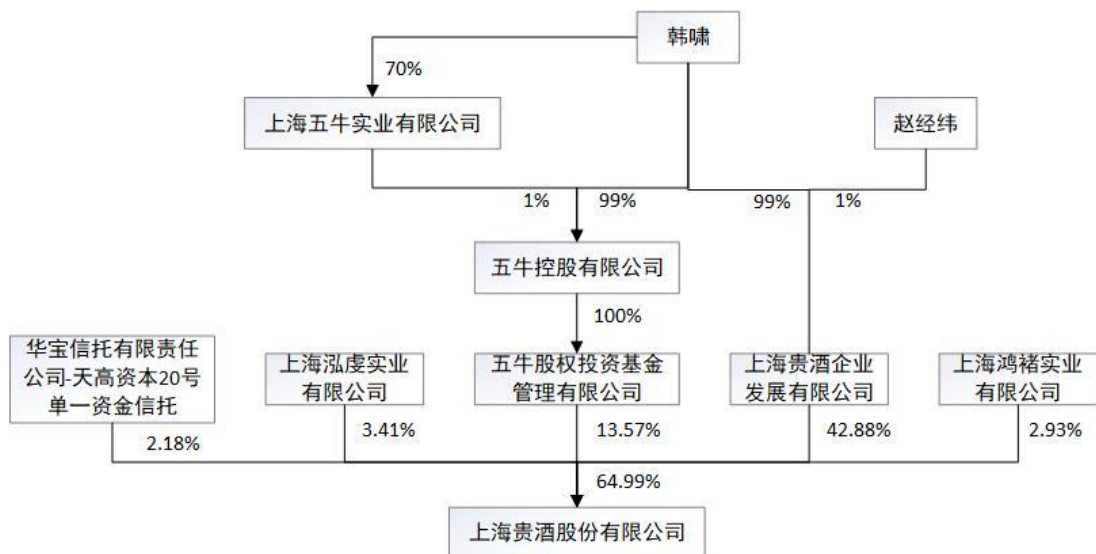
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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 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。

2021 年公司实现营业收入 603,308,422.10 元，较 2020 年增加了 656.81 %；2021 年公司实现归属于上市公司股东的净利润 61,928,159.20 元，较 2020 年增加了 671.99 %。

2 公司年度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