

证券代码: 300999

证券简称: 金龙鱼

编号: 202105

## 益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	83 家机构, 详见附件清单
时间	2021 年 11 月 1 日
地点	ZOOM 视频会议
上市公司接待人员姓名	董事长郭孔丰先生; 董事潘锡源先生; 董事、总裁穆彦魁先生; 董事、副总裁牛余新先生; 董事、财务总监陆玟妤女士; 董事会秘书洪美玲女士; 公司营销管理中心、消费品渠道事业部及包装油事业部总监陈波先生; 证券事务代表田元智先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、公司财务总监陆玟妤女士介绍 2021 年三季度经营业绩情况</b></p> <p>2021 年 1-9 月, 公司实现营业收入 1,627 亿元, 同比增长 16%; 利润总额 56.5 亿元, 同比下降 19%; 归属于上市公司股东的净利润 36.8 亿元, 同比下降 28%。</p> <p>具体请参见附件 2《2021 年 11 月 1 日调研活动附件之演示文稿》的介绍。</p> <p><b>二、主要 Q&amp;A</b></p> <p><b>1. 请介绍一下今年三季度利润环比下滑的原因?</b></p> <p>答: 今年第三季度利润变化一方面是因为原材料成本上涨, 利润受到挤压; 另一方面今年随着国内疫情逐步好转, 市场竞争加剧, 公司零售渠道产品受到冲击, 导致产品结构有所变化, 毛利较低的餐饮渠道产品销量占比提升; 同时压榨利润处于低位, 在没有流动资金压力的情况下, 我们选择主动降低压榨量, 以减少亏损。</p> <p>不过我们不太担心短期的业绩下滑, 我们看重的是行业前景以及公司本身的竞争力。食品行业是中国最大的生意, 随着国内居民生活水平的提</p>

高，人均食品消费量会增加，同时市场对更优质产品的需求也会提升。公司在食品行业中有非常强的竞争优势。

刚开始在中国开展业务时我们主要加工进口原材料，主要是大豆和食用油加工，之后我们在内陆兴建工厂，主要加工小麦、玉米和水稻等国产原材料。我们还在全国各地建立了许多综合性生产基地，使我们能够更有效地加工国内外原材料及具有当地特色的农产品，能够更快速、更经济地将我们的产品送达客户；并进入相关的下游业务领域。公司在全国布局的综合性生产基地的数量还在增加，这也会进一步加强公司的竞争力。

我们只选择做与现有农产品加工及厨房食品相关的业务，这样就可以共享生产设施、专业的采购团队、品牌、营销和渠道网络。我们现有的业务能够帮助调味品等新产品的推广，新的业务如中央厨房等能够帮助现有业务的进一步发展，中央厨房是现有业务非常好的销售渠道，并且能够帮助现有产品提升品牌知名度。另外，我们建立了行业内领先的研发中心，持续研发创新适合中国市场的新产品，也建立了优秀的烘焙中心、金龙鱼国际烹饪研究院，给客户优质服务。

从公司起步开始，我们不断走在行业前沿，未来也会继续建新工厂，开拓新业务都会需要投入更多的费用，可能会影响公司的短期利润，但从长远来看，这些新项目会给公司带来竞争优势以及不错的回报。我们相信公司的优势足以成功拓展新业务，我们过去的成就也证明了这一点，我们过去发展的新业务基本都非常成功。

## **2. 对大宗原料价格走势的看法，及后期（包括第四季度）压榨业务开机率及经营业绩的展望？**

答：目前国际农产品的价格，特别是油脂的价格，是近年的最高峰。价格主要受供需、政策等多种因素影响，任何人都无法准确判断价格走势，所以在如今价格水平较高的时候我们的采购非常谨慎。

第四季度业绩可能还是具有挑战性的。但压榨业务预计会好一些，目前猪价已从低点恢复不少，同时由于玉米的价格已经有所下降，在饲料配方中用小麦替代玉米进而使得豆粕需求下降的情况会减少。

我们对集团的长远发展很有信心。市场对农产品和食品的需求不会下降，对高质量产品的需求会增加。我们产品种类丰富，生产基地遍布全国，生产设备高效，而且公司的产品质量、品牌形象、营销网络、研发、管理团队等能力也是最好之一，这也是难以复制的优势。公司每年都在进步，包括新工厂规模及业务结构布局、新品牌建设、渠道网络拓展、新项目的加入等，这会使得公司业务模式越来越好。因此，公司不太担心短期的业绩波动，最重要的是每年都要有进步，我们也希望投资者能够着眼于公司长期的发展。

## **3. 公司社区团购业务现状、对原有渠道的影响，以及未来的规划？**

答：社区团购在今年春节前后最为活跃，整体来讲，社区团购仍主要集中在中端、大众型的产品，但目前社区团购行业也在进行整合升级。

目前公司和主要的团购社区平台都有合作，并且合作的规模和深度都在进一步加强。合作的模式主要是采取更多定制化的产品，既能够满足社区团购的需求，同时又减小对现有渠道的冲击。定制化的模式也受到了社

区团购平台的欢迎，所以目前在主要的社区平台上，公司都是主要的供应商之一。另外，随着社区平台自身的发展，由点向全国扩散，公司的众多生产基地、全国性的供应网络、产品种类丰富的优势会越来越明显。

关于社区团购对渠道的影响，大型卖场和连锁商超也有线上销售的部分，虽然其在线下客流量有所下降，但其自身的线上渠道会弥补一部分销售，所以影响不大。而传统渠道，初期受到社区团购的冲击比较大，但社区平台的补贴减少之后，同时公司与社区团购的定制化合作模式的开展，也都会减少此类冲击。总体来看，社区团购对原有渠道的影响是可控的。

从公司组织架构来看，为了使得社区团购业务与传统渠道更好的协同，是由传统渠道部门进行管理，但也专门成立了相关团队负责社区团购业务。

#### **4. 公司的新业务体量相对较小，现有经销模式以及组织架构发展新业务的积极性会不会比较低？**

答：经销商层面，公司有两种经销商。一是传统的粮油经销商，可以利用其现有的渠道网络来承接公司的新业务，切入市场会比较迅速；二是公司也开发了专业经销商，其在某一产品领域有丰富的经营经验，这两种经销商之间也能够互相促进。目前，传统渠道经销商数量占比较高，在八成左右，在餐饮端这一比例会稍低些。

公司内部组织架构层面，以调味品为例，随着公司调味品种类的不断丰富，公司成立了专门的调味品事业部，负责调味品的整体业务管理，从原料采购到生产加工、物流配送、产品品牌推广，都是由专门的部门和专业的团队负责，这个团队结合了调味品专业经验丰富的同事和公司原有粮油业务的同事。在具体的销售执行上，公司也是借助现有的渠道平台来进行销售。

上述模式既充分发挥了公司现有的优势，又兼顾了每个产线的专业性和特殊性。公司的其他业务，比如食用油、大米、面粉起步时也是使用上述的模式，从过往经验以及现状来看，这个模式是可行的。

#### **5. 公司今年的提价情况以及提价策略如何？**

答：以零售端为例，公司在20年底和21年3-4月份调整了不同油种价格，根据各个品种的原料、行情、市场竞争力、消费力多方因素考虑，相对比较谨慎，不同油种涨价幅度不同，整体涨价幅度约为10%-15%，目前价格上涨幅度尚未完全覆盖原料上涨的幅度，后期需要关注原料的走势以及消费情况。

今年3月份之后，整个市场消费力呈现比较弱的状况，同时也出现了消费分级，即高端和低端两级分化较为明显。这些情况的出现实际上加剧了整个上半年的市场竞争。在持续长达一年多的疫情之下，消费者的可支配收入以及储蓄状况都出现了变化，消费者储蓄意愿更强了。整体来看，我们认为这只是阶段性的现象，从8月份之后，市场整体消费力在逐步提升。所以，从中长期来看，高端产品即消费升级仍是一个最大的机会。公司仍坚持升级产品结构，推广中高端产品的整体策略，同时结合目前消费分级的情况，为了更好的满足市场需求，也会加强大众化、流通型产品来满足部分消费者的阶段需求。

公司在中国已深耕超过 30 年，而且我们主要生产的粮油米面是民生产品，所以我们非常关注消费者对于产品的体验和接受度，关于调价，我们要平衡消费者的接受度与公司的成本、利润及长远发展之间的关系，较为稳健的处理调价问题。公司的生意是长期的，是要对消费者、对市场负责。所以，公司首先会通过强化内部经营管理，去消化成本的浮动和上涨，如行情长期维持高价，我们也会考虑调价。因此，我们今年涨价节奏尤其是零售端是慢于行情上涨的，这次行情上涨也比较特别，持续时间长而且幅度较大，所以在短期业绩表现上体现了这点，但是我们觉得公司的价格策略是更长线、更负责的，并且是对品牌发展更有利的。

#### **6. 调味品今年第三季度的发展情况，渠道扩展的重点，以及未来规划？**

答：公司调味品业务正在逐步推进，目前仍处于布局和进入市场的阶段。在零售端，调味品的特点体现在其消费者对口味、品类、品牌等粘性更高，而价格因素偏弱，因此新品牌进入市场要取得消费者的认同需要更长的过程。在餐饮端，价格、服务、供应链水平发挥的作用更大，比如在餐饮渠道，其米面油需求很大，调味品相对较少，那么在产品质量好的基础上，公司在配送、营销方面的优势会更加明显，目前公司调味品业务在餐饮渠道的进展速度也较快。未来，中央厨房项目落地后，预计调味品业务会推广的更快。

关于调味品产品，除了原有的芝麻香油、花椒油等，现在主要有酱油、醋、蚝油和料酒。其中，蚝油和料酒暂时是代加工生产，但随着我们新工厂的建成投产，调味品产品都将以自己生产为主。

我们对调味品业务比较有信心：首先，调味品业务与公司现有业务具有很强的互补性；其次，调味品和粮油同属于厨房食品类别，其渠道的重合度也非常高。今年调味品行业我们观察到也出现了一些变化，我们认为整体市场环境包括原材料价格上涨等众多因素造成的，但预计仍是阶段性的问题，可能在过程中也有洗牌和结构调整，这也带来了一个新的机会。因此我们也十分看好并会抓住机会积极发展调味品业务。

#### **7. 公司如何从国内众多中央厨房项目中脱颖而出，央厨未来的产品及其盈利能力如何？**

答：食品行业是中国最大的生意。我们认为，一项业务要做成功，产品质量、生产成本、营销成本、配送成本等都要具有优势。

关于中央厨房的优势，公司可以依托现有生产基地，建立综合性一流的中央厨房及食品生产园区，园区内的企业能够以最具竞争力的原材料、制造、物流成本，生产出高质量的安全食品。公司会通过自己的中央厨房生产例如学生餐等体量大的产品，同时园区和中央厨房是对外开放的，会引进其他中央厨房加工企业，在园区实现产品仓储、实验研发、公共配套设施、物流运输、销售渠道等资源共享。公司现有工厂的米、面、油等原料可以直接、及时配送至中央厨房，减少运输环节，节省包装成本。同时可以引进产业链上下游的相关企业，打造中央厨房生态体系，通过中央厨房的规模优势，可以集中采购园区内企业共同需求的原材料，也可以共享部分销售渠道，进一步降低生产、物流及营销成本。另外，公司有领先的烘焙中心，烹饪学院，可以提供专业化定制化的服务，创新研究如何利用

	<p>合适的原料以及应用方法开发更优质美味的产品,为园区内客户提供产品研发、创新服务。</p> <p>目前,公司中央厨房项目正在多地筹建中,预计最快今年年底杭州项目会建成投产。</p> <p>公司预计中央厨房业务的前期培育期会比较短。我们认为公司发展中央厨房业务是比较有优势的,因为我们拥有生产、营销、配送等一系列成本优势,且产品质量优质,相信会带来不错的效益。</p> <p><b>8. 今年三季度大豆期货单边小幅下跌,所以导致公司的期货盈利?</b></p> <p>答:从报表来看,披露的公允价值变动损益、投资收益主要包括不满足套期会计要求的商业套保期货交易的未实现、已实现损益。满足套期会计要求的期货损益会计入存货成本,并随着货物的销售计入营业成本,但这部分数据未在财务报表中直接体现。公允价值变动损益主要是期初的转回部分以及本期末实现的部分,就第三季度来看体现了盈利。</p> <p>另外,需要说明的是:不能从大宗商品期货价格的上涨或下降简单推断公司整体的期货经营情况,因为公司经营品种比较多,且头寸也是动态调整的。</p> <p><b>9. 公司发展的最终目标是什么?</b></p> <p>答:公司致力于成为最大的农产品和食品加工企业之一,能够加工品类最多、质量最好的农产品和厨房食品。</p>
附件清单(如有)	<p>请见附件1《2021年11月1日调研活动附件之与会清单》</p> <p>请见附件2《2021年11月1日调研活动附件之演示文稿》</p>
日期	2021-11-1

## 附件 1：2021 年 11 月 1 日调研活动附件之与会清单

3WFund	沅沛投资	璟恒投资	世纪证券
Crisil	富瑞金融集团	久战久胜	双安资产
Grand Alliance	高盛	君道量化	太平洋证券
Point72	歌斐资产	开源证券	天治基金
安信证券	光大证券	凯读投资	同犇投资
博笃投资	广发证券	里昂证券	温莎资本
长江证券	国海证券	林园投资	西安交辉
晨曦投资	国华兴益	麦格理证券	新加坡政府投资
呈瑞投资	国金证券	美林证券	星展银行
崇哲投资	国泰君安	民生证券	兴业证券
大成基金	国信证券	明达资产	兴亿投资
大和证券	海通证券	摩根士丹利	永赢基金
大华继显	恒安标准人寿	平安基金	泽添基金
大朴资产	泓德基金	瑞信方正	招商证券
淡泰资本	华西证券	润邦投资	挚信资本
德邦证券	华鑫基金	润晖投资	中金公司
东北证券	华鑫证券	善道投资	中欧瑞博
东方证券	交银施罗德	申九资产	中泰证券
东吴基金	精至资产	申万宏源	中信建投
方正证券	景林资产	神农投资	中信证券
丰琰投资	景顺长城	世诚投资	

附件 2：2021 年 11 月 1 日调研活动附件之演示文稿



## 益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司 2021年三季度业绩交流会

二〇二一年十一月



### 主要财务数据—利润（年度）



项目	2021. 1-9	2020. 1-9	增减幅度
营业收入（千元）注1	162,725,084	139,993,241	16%
利润总额（千元）	5,654,926	6,970,156	-19%
所得税费用（千元）	1,627,955	1,527,354	7%
归属于上市公司股东的净利润（千元）注2	3,681,093	5,089,839	-28%
基本每股收益（元/股）注3	0.68	1.04	-35%
加权平均净资产收益率（ROE）注3	4.33%	7.60%	-3.27%

注1：收入的增加主要因为行情上涨带动的销售价格上涨。

注2：公司归属于上市公司股东的净利润降幅大于利润总额的降幅，主要是因为：

- 2021年1-9月公司实际所得税率较高，主要由于不同子公司的税率差异，部分高税率公司盈利较好，部分低税率公司亏损。
- 2021年1-9月部分合资公司利润较好，归属于少数股东的损益有所增加。

注3：2020年四季度IPO募集资金增加了股本，导致每股收益和加权平均净资产收益率的变动幅度与归属于上市公司股东净利润的变动幅度不一致。

1

## 主要财务数据—利润（季度）



项目	2021. Q3	2020. Q3	增减幅度
营业收入（千元）注1	59,495,079	53,020,102	12%
利润总额（千元）注2	1,029,056	3,144,236	-67%
所得税费用（千元）	321,275	871,804	-63%
归属于上市公司股东的净利润（千元）注2	710,793	2,082,151	-66%
基本每股收益（元/股）注3	0.13	0.43	-70%
加权平均净资产收益率（ROE）注3	0.83%	3.06%	-2.23%

注1：收入的增加主要因为行情上涨带动的销售价格上涨。

注2：税前利润和归属于上市公司股东的净利润的减少，主要是因为：

- 1、报告期内，原材料成本上涨幅度较大，公司生产经营成本面临较大压力。虽然公司上调了部分产品的售价，但并未完全抵消原材料成本上涨的影响，利润受到挤压。
- 2、今年随着国内疫情逐步好转，市场竞争加剧，公司零售渠道产品受到冲击，同时随着餐饮市场快速恢复，公司产品结构中毛利率较低的餐饮渠道产品销量占比提升。
- 3、报告期内公司的大豆采购量和压榨量较去年同期有所下降，虽然大豆压榨利润逐步恢复，但去年同期利润水平较高，因此本报告期压榨利润低于去年同期。

注3：2020年四季度IPO募集资金增加了股本，导致每股收益和加权平均净资产收益率的变动幅度与归属于上市公司股东净利润的变动幅度不一致。

2

## 非经常性损益项目



项目(千元)	2021. 1-9	2020. 1-9	说明
非流动资产处置损益（包括已计提资产减值准备的冲销部分）	-47,954	-28,992	
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	162,605	263,016	
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	-588,603	-1,729,955	这些损益主要产生于本公司正常经营活动中用来管理其商品价格和外汇风险的衍生工具，因未完全满足套期会计的要求，因此在会计角度属于非经常损益。从业务角度，这些期货损益的已实现部分应计入主营业务成本，未实现部分应随着未来现货销售的展开而同步计入主营业务成本。
其中：商品衍生金融工具的损益	-666,144	-1,351,930	
外汇衍生金融工具的损益	-9,033	-296,707	
对外委托贷款取得的损益	-	2,963	
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	67,689	-65,284	
其他符合非经常性损益定义的损益项目	2,145	205,736	处置子公司取得的损益及关联方拆出资金取得的损益
<b>小计</b>	<b>-404,118</b>	<b>-1,352,516</b>	
减：所得税影响额	75,123	-180,131	
少数股东权益影响额	-3,319	-1,042	
<b>扣除少数股东损益和所得税影响后的非经常性损益金额</b>	<b>-475,922</b>	<b>-1,171,344</b>	
<b>归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润</b>	<b>4,157,015</b>	<b>6,261,182</b>	

3



## 主要财务数据—主要资产负债表项目



项目	2021. 09. 30	2020. 12. 31	增减幅度
总资产(千元)注1	195,905,876	179,177,322	9%
归属于上市公司股东的所有者权益(千元)	86,580,704	83,533,600	4%
股本(千股)	5,421,592	5,421,592	-
归属于上市公司股东的每股净资产(元/股)	16.0	15.4	4%

注1: 总资产规模的增长, 主要来自长期存款、固定资产、在建工程 and 无形资产等长期资产的增长。

4

## 现金流量表



项目(千元)	2021. 1-9	2020. 1-9	增减幅度
经营活动现金流入小计	185,756,978	161,364,901	15%
经营活动现金流出小计	181,153,040	151,371,240	20%
经营活动产生的现金流量净额	4,603,938	9,993,661	-54%
投资活动现金流入小计	33,314,214	48,939,208	-32%
投资活动现金流出小计	57,819,199	56,168,769	3%
投资活动产生的现金流量净额	-24,504,985	-7,229,561	-239%
筹资活动现金流入小计	103,658,465	106,198,500	-2%
筹资活动现金流出小计	92,908,314	98,126,201	-5%
筹资活动产生的现金流量净额	10,750,151	8,072,299	33%
汇率变动对现金及现金等价物的影响	58,113	-21,548	370%
现金及现金等价物净增加额	-9,092,783	10,814,851	-184%

经营活动产生的现金流量净额同比下降, 主要因为公司业务规模扩张及原材料价格上涨, 采购额增加。

投资活动产生的现金流量净额同比下降, 主要是因为净投资支付的现金及新项目投资的增加。

筹资活动产生的现金流量净额同比上升, 主要是借款的净现金流入增加。随着2021年公司新项目投资及采购额的增加, 相应的融资增加。

5

### 关键指标



项目	2021.09.30	2020.12.31	增减
流动比率	1.27	1.40	-0.13
速动比率	0.87	0.93	-0.06
资产负债率	0.54	0.51	0.03
项目	2021.1-9	2020.1-9	增减
应收账款及票据周转天数(天)	15	14	1
存货及预付账款周转天数(天)	81	83	-2
应付账款及票据周转天数(天)	12	22	-10

流动比率、速动比率：随着公司业务增长，流动资产和流动负债规模同时扩张，流动比率和速动比率有所下降。

资产负债率：2021年公司融资规模增加，资产负债率上升。

应付账款及票据周转天数：2021年公司综合考虑市场融资环境和利率水平，对进口采购更多地采用直接支付，应付票据余额下降，因此周转天数下降。

6



谢谢！



7