

证券代码：300999

证券简称：金龙鱼

编号：202101

益海嘉里金龙鱼粮油股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>股东大会</u>
参与单位名称及人员姓名	138家机构，详见附件清单 参与公司2020年度网上业绩说明会的投资者； 股东大会现场股东97人
时间	2021年3月24日-26日、3月29日、4月7-8日、4月16日
地点	深圳市福田区益田路4088号 腾讯视频会议 上海市浦东新区博成路1379号金龙鱼大厦 全景网公司路演厅
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（部分场次）； 董事、总裁穆彦魁先生； 董事、副总裁牛余新先生（部分场次）； 董事、财务总监陆玟妤女士； 董事会秘书洪美玲女士； 消费品渠道事业部、包装油事业部、调味品事业部总监陈波先生（部分场次）； 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>一、公司财务总监介绍2020年经营业绩及主要财务数据</p> <p>2020年尽管受到新冠疫情影响，公司各业务板块依然保持增长。2020年公司实现营业收入1,949亿元，同比增长14%，实现营业利润89亿元，同比增长26%，实现归属于上市公司股东的净利润60亿元，同比增长11%。</p> <p>财务总监也介绍了具体的分版块业务情况、现金流、关键指标等信息，具体请参见附件2《2021年3月24日-26日、3月29日、4月7-8日、4月16日调研活动附件之演示文稿》的介绍。</p> <p>二、公司董事长及管理层介绍公司情况</p> <p>公司专注于农产品及食品加工相关的业务，因为公司相信未来中国的食品行业潜力巨大，中国粮油食品整体市场规模将持续增长。</p> <p>基于消费升级以及消费者的健康意识不断提升，市场对更营养、更新鲜的产品需求不断提升，而我们遍布全国的生产网络布局，不仅可以使得公司在全国范围内统筹及协调生产，更有效的加工具有当地特色的农产</p>

品，降低物流成本。同时也可以针对各地消费需求偏好，给消费者及时、快速地提供更新鲜，更符合本地化口味的优质产品。另外，现在电商的地位逐渐显著，粮油行业发展电商最主要的问题是产品体积和重量比较大，物流费用较高，但是我们相信公司丰富、齐全的产品品类以及在全国广泛的网络布局，可以迅速保障产品及时且经济的配送，这是公司发展电商渠道的优势。

同时，公司也非常重视研发，坚持研发引领先进消费理念，会持续研发创新适合中国市场的新产品。比如推出了例如零反式脂肪酸油、含51%荞麦含量的荞麦挂面、古法小榨花生油、外婆乡小榨菜籽油、稻米油等更健康、更具独特风味的优质产品。

公司现有的米、面、油业务将继续增长，而且现有业务平台是一个很好的载体，可以推广更高端的优质新产品，比如调味品、酵母、未来的中央厨房业务等，这些都将有助于提升公司的盈利能力。

从业务方面，目前公司在小包装油领域市占率较高，基于消费升级以及消费者的健康意识不断提升，未来将持续推广现有的高端产品及推出更多优质新产品，持续进行产品结构升级。对于油籽压榨业务，原材料占成本较大比重，原材料价格的波动会导致损益的波动。对于公司而言，发展原材料价格波动较小，利润能稳步增长的业务是有利的，例如米、面业务。

我们在米、面产品方面的整体市场占有率还很小，公司在米、面领域有很大的成长空间，预计米、面业务增长较快。目前公司在持续投资加大米、面产能，而且我们探索了很多年精深加工模式，比如水稻循环经济模式，这个模式能够提升产业链的附加值，使得公司更具竞争优势。

关于调味品，调味品与现有的油、米、面等产品都息息相关，是对现有产品类别的补充和丰富。我们可以利用我们建立多年的优质品牌形象和覆盖面广泛的分销网络优势等推广调味品新产品。同时，也通过研发技术，不断开发更安全、更优质、更营养、更美味的产品，我们相信我们的生产、研发、销售等方面的优势可以增强新品类的拓展能力。

关于中央厨房，我们预计未来会发展较快。随着人们生活节奏加快，消费者在家做饭频率减少，会希望能有快捷的餐饮解决方案；同时餐饮行业未来商场租金和人力成本也会越来越高，厨师的流动性强，以酒店、餐馆为例，肯定希望产品质量、口感能够保持稳定水平。

关于中央厨房的运营模式，公司可以依托现有生产基地，建立综合性的食品生产园区，保障产品品质，提供稳定质量的优质产品。在食品生产园区内，公司可以自己加工中央厨房产品，也可以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、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。

同时公司在餐饮渠道有较好的营销网络，餐饮客户对价格的敏感性更高，优质且价格合理的产品会受到更多青睐。他们既是我们粮油产品的重

要客户，也会成为公司调味品、中央厨房等新产品的重要客户，在现有餐饮渠道，我们相信通过产品品类多样化、一站式配送、研发等方面带来的质量、成本及服务优势将会帮助公司很好地发展新业务。

公司开展新业务的策略是围绕现有业务上下游以及有互补性的业务展开，现有项目能帮助新项目的发展，新项目做成功也会协助现有项目做得更好，所以每做一个新的业务，会使得现有业务更强。公司的业务规划都是比较长远的，我们的业务是逐步开展的，先打好基础，研究好产品类型、探索如何生产最好的产品、如何进行新工厂选址、如何进行营销方面的布局等。我们相信，做好规划后再开展更能发挥出优势，只要一步一个脚印地做好我们眼下的工作，自然会有令人满意的结果。

关于三到五年的规划，我们相信现有业务，未来还有很大发展空间。公司食用油的市场占有率不低，随着消费不断升级，预计未来高端产品的量会有较为快速的增长；对于米、面来说，市场是油的4-6倍，公司在米、面市场的份额还非常小，市场潜力非常大；关于调味品业务，我们刚刚起步，相信我们在研发、生产布局、营销等方面的优势也可以使得公司调味品产品会有不错的发展；关于中央厨房等新业务，我们非常看好其未来发展前景，也相信公司能够充分发挥优势将中央厨房等新业务开展好。

希望广大投资者与公司一样，看好中国经济发展前景，支持我们建立一个世界级的农产品和食品加工企业，带给中国消费者质量更好、更美味、更健康、更安全、价格更合理的食品，同时跟我们一起分享公司的经营成果。

三、主要 Q&A

1. 公司在调味品方面的现状，以及未来发展调味品是否需要开发新的经销商和管理团队？

答：公司现已有部分调味品产品，如芝麻油、芝麻酱、花椒油、藤椒油、酱油、醋等，目前业务进展良好。关于酱油和醋，目前公司有两个工厂，酱油厂在泰州，是和台湾知名企业丸庄公司合资建立的，目前主推高端黑豆酱油；醋的工厂在山西，是我们与当地合作伙伴合资建立的。后期调味品也会根据发展规划和市场需求来决定进一步的产能扩张；另外，公司最近也推出了蚝油、料酒等调味品产品。

同时，调味品和粮油产品的经销渠道重叠度比较高，粮油的经销商通常也会经销调味品，同时，我们也会开发专门的调味品经销商进一步开拓市场。关于管理团队，公司也专门成立了调味品事业部来管理调味品相关业务，团队成员除了公司原有米面油业务的同事外，公司也聘请了专业、有经验的人员来推动业务开展。

我们相信公司在研发、生产布局、营销等方面的优势可以帮助我们在调味品市场上占据一席之地。

2. 请介绍一下公司的套保业务？

公司会通过商品套期保值等措施对原料的价格波动风险进行管理。

通俗来讲，公司生产经营需要大豆等原材料现货，公司采购原材料时，以大豆为例，我们从境外采购大豆，从下订单到运输至国内，再进行加工、销售，会有3个月左右的周转期，大豆作为大宗商品之一价格波动比较频

繁，如果这期间公司不做商品套期保值，会隐含较大风险，可能会造成公司的利润波动幅度比较大，因此公司会在期货市场上卖出期货交易合同作为保值，与现货原材料进行风险对冲。在原材料处于涨价行情中，现货会盈利，而衍生品期货会亏损。如果原材料行情突然下行，假设公司没有做商品套保，公司的业绩会受到比较大的负面影响。

从会计角度来看，国内会计准则对套保的处理有严格的要求。当商业套保能够满足会计准则下的套保要求时，已实现的部分计入营业成本，未实现的部分计入库存成本；但是当一些套期保值不能满足会计准则对套保要求时，已实现的部分计入投资收益，未实现的部分计入公允价值变动损益。

在 2020 年末，公司对尚未平仓的套保衍生品按市价计量并将公允价值变动计入损益，而套保对应的部分原材料及存货尚未销售故未计入当期损益，此部分现货销售预计将在 2021 年实现，这部分业绩未来会随现货销售的展开而逐步转回。

因此，应该把整个业务当做一个整体，期货与现货利润需要相互结合起来看。从公司的经营业绩来看，利润趋势表现还是较为稳定增长的。

3. 公司对未来大米、面粉业务的展望？

答：我们在米、面产品方面的整体市场占有率还很小，公司在米、面领域有很大的成长空间。

从采购方面看，公司在优质原料产地布局了多个生产加工企业，可以收购当地新鲜优质的水稻、小麦原料，同时综合企业群的规模效益使得公司可以在企业群内共用先进的仓储设备，共用采购团队统筹负责采购水稻、小麦等多种原料，降低采购成本。同时，由于公司稻谷、小麦原料的采购规模较大，可以聘请到更多优秀的人才组成采购团队，使得我们整体的采购工作更加具有优势。

从行业内米、面工厂的分布来看，过去很多米、面工厂主要集中于产区，将产品从产区运输到销区有很大一段距离。公司在很多销区也建立了综合加工基地，可以给消费者提供更新鲜的、更多品类的产品，同时接近销区可以更好的服务市场，提供定制化需求的产品，从这几年的发展来看，这些工厂的效益都是不错的。

从生产模式来看，公司遍布全国的生产网络，辐射范围广，可以在全国范围内统筹及协调生产，满足客户在不同地区、不同时间的产品需求；另外，公司拥有先进的精深加工模式——水稻循环经济模式，基于优质原料，加工品牌化优质大米，提高溢价能力；作为主要的副产品，稻壳用来发电，稻壳灰用来提取白炭黑等高附加值产品；另一项副产品米糠用来榨取高营养价值的稻米油，可以进一步深加工为多种食品、保健品原辅料，米糠粕可以销售给饲料客户。这一模式可以充分利用水稻的价值，提升产业链的附加值，实现经济效益和社会效益最大化。这也是需要在具备规模优势基础上才能采用的模式，也比较难以被复制。

未来，关于米、面产品的家庭消费趋势也会是包装化、品牌化。而且米、面的产品粘性会更高，因为消费者对米、面产品的体验更直接。比如，米饭的好坏经品尝后马上就能感知和分辨；而面粉产品，甚至不用品尝，和面过程中就能感受到产品的差异，且不同面粉做出产品的效果差异

	<p>很大。因此，米、面产品消费者的忠诚度更高，更容易获得品牌溢价。</p> <p>基于米、面的市场规模和发展机会，公司利用既有的全国网络优势、生产加工模式、品牌运作经验、资金实力、工厂布局等，未来预计米、面业务会有较快增长。</p> <p>4. 渠道下沉的进展？</p> <p>答：公司三年前就开始积极推动渠道下沉，目前渠道已基本在全国范围内覆盖到县一级，在部分沿海经济发达地区，网点能触及到镇、村一级。随着公司产品类型的不断丰富，比如日化、调味品等产品的持续推出，公司会持续进行深度渠道下沉，在一些较为发达的区域，会进一步细分市场。未来村、镇一级市场的管理也会细化，我们的众多产品渠道都会进一步下沉。</p> <p>5. 如何看待原材料价格波动的问题？</p> <p>答：原材料价格的变化是针对全行业的，如果原材料价格上涨，行业内所有企业都面临同样的问题。但如果我们原材料采购的好，同时我们的加工成本、物流成本受益于遍布全国的综合性企业群，营销成本受益于多品类可以共用渠道、品牌的优势，同时产品溢价能力强，我们就不会在原材料价格波动环境中处于劣势。</p> <p>6. 公司如何定义高端产品？</p> <p>答：如果以售价来区分高端产品，假设市场均价我们定义其为中位数 50 分，即 50 分为中端产品，那 75 分以上的产品为高端产品。公司目前小包装油产品结构中，高端产品占比较小，整个比例还不大，但是高端产品的增速是较快的。随着中国经济的发展，也随着越来越多的消费者意识到健康食品的重要性，国内对更优质、更健康产品的需求正在快速增长。近几年，公司也开发了例如“零反式脂肪酸”油、古法小榨花生油、外婆乡小榨菜籽油、稻米油、乳玉皇妃五常稻花香、金龙鱼小鲜米、含 51% 荞麦含量的荞麦挂面、发酵挂面、河套平原雪花粉等更健康、更优质的高端产品。未来，公司也会顺应不断升级的消费趋势，持续推出更多优质的产品。</p> <p>四、业绩说明会</p> <p>公司在 2021 年 4 月 8 日 15:00-17:00 在全景网举行了 2020 年度业绩说明会，具体问答可以参考 https://ir.p5w.net/c/300999.shtml。</p>
附件清单（如有）	<p>请见附件 1《2021 年 3 月 24 日-26 日、3 月 29 日、4 月 7-8 日、4 月 16 日调研活动附件之与会清单》</p> <p>请见附件 2《2021 年 3 月 24 日-26 日、3 月 29 日、4 月 7-8 日、4 月 16 日调研活动附件之演示文稿》</p>
日期	2021-04-20

附件1：2021年3月24日-26日、3月29日、4月7-8日、4月16日调研活动附件之与会清单

Azimut	沅京资本	翎展投资	腾跃基金
Anatole	沅沛投资	领骥资本	天风证券
CLSA	富国基金	麦格理证券	天弘基金
Comgest	高盛高华证券	美银证券	同犇投资
FountainCap	高毅投资	民生证券	武汉美阳投资
GIC	工银瑞信	民生加银基金	西部证券
Green Court	广发基金	明达资产	新华资产
Jefferies	广发证券	铭海投资	星展证券
Manulife	国海证券	摩根士丹利华鑫基金	兴业基金
Millennium	国君资管	南方基金	兴业证券
Pinpoint	国联安基金	诺安基金	旭松资本
Point 72	国盛证券	鹏华基金	雪湖资本
TX Capital	国寿资产	千禧年基金	衍航资本
WT Capital	国泰君安	前海开源	易同投资
安信基金	国投瑞银	前海联合基金	银华基金
安信证券	国信证券	前海人寿	永赢基金
奥陆资本	海通国际自营投资	青岛国信金控	甬兴资管
榜样投资	泓德基金	人保资产	裕晋投资
宝盈基金	华安基金	融创智富	长城基金
博道基金	华宝基金	融通基金	招商基金
博鸿资产	华美投资	融泽投资	喆颢资产
博时基金	华泰柏瑞基金	瑞华基金	浙商证券
才华资本	华西证券	睿远基金	中海基金
澄金资产	汇添富基金	润晖投资	中金财富
大成基金	惠理基金	上海顶天投资	中金公司
大和証券	惠正投资	上海和谐汇	中泰证券
大和资本	加拿大鲍尔	上海彤源投资	中信建投
大家资产	嘉实基金	上海希瓦资产	中信证券
大朴资产	交银施罗德	申万宏源证券	中意资产
大象资产	景林资产	深圳民森投资	中银基金
淡水泉投资	景顺长城基金	深圳综彩投资	
鼎晖投资咨询	景泰利丰投资	拾贝投资	
东北证券	巨杉资产	世诚投资	
东方证券	开源证券	锶钟投资	
东方资管	蓝墨投资	太平洋证券	
方正证券	林园投资	泰康资产	

附件 2: 2021 年 3 月 24 日-26 日、3 月 29 日、4 月 7-8 日、4 月 16 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 2020 年年度业绩交流会



二〇二一年三月

主要财务数据



项目	2020年	2019年	增减幅度
营业收入 (千元)	194,921,555	170,743,420	14%
营业利润 (千元)	8,918,559	7,068,674	26%
利润总额 (千元)	8,945,812	6,958,111	29%
归属于上市公司股东的净利润 (千元)	6,000,874	5,408,025	11%
基本每股收益 (元/股)	1.21	1.11	9%

经营情况:

2020年, 尽管受到新冠疫情影响, 公司各业务板块依然保持增长, 公司实现营业收入 1,949.2 亿元, 营业利润 89.2 亿元, 利润总额 89.5 亿元, 归属于上市公司股东的净利润为 60.0 亿元。

分产品的销量与收入



项目	2020年			2019年			增减幅度	
	销量 (千吨)	收入 (千元)	毛利率	销量 (千吨)	收入 (千元)	毛利率	销量	收入
厨房食品	20,005	121,202,388	13.0%	19,327	108,783,363	12.6%	4%	11%
饲料原料及油脂科技	25,168	72,490,178	10.7%	22,353	60,954,476	8.7%	13%	19%
其他	-	1,228,989	44.9%	-	1,005,581	42.6%		22%
合计	45,173	194,921,555	12.3%	41,680	170,743,420	11.4%	8%	14%

厨房食品:

- 占总收入的 62%，2020年收入比2019年增长11%
- 公司依托食用油已有的品牌运营及渠道经营优势，持续拓展产品销售网络，强化市场营销工作，加大对大米、面粉、醋、酱油等产品的推广与销售力度。同时，公司进一步增加工厂布局，满足市场对优质且营养的产品不断增长的需求，推动销量增长。另外，2020年新冠疫情也促进了零售产品的销量增长。
- 在销量增长的同时，基于消费升级以及消费者的健康意识不断提升，公司持续推广现有的高端产品及更多优质新产品，产品结构得到升级，利润也相应增长。

饲料原料及油脂科技:

- 占总收入的 37%，2020年收入比2019年增加19%
- 2020年，非洲猪瘟对饲料原料业务的负面影响逐渐消退，国内生猪存栏量明显回升，饲料原料需求增长，收入增加。
- 2020年随着生猪养殖行业的复苏，以豆粕为主的饲料原料业务量价齐升，推动利润增长。

主要财务数据—主要资产负债表项目



项目	2020年	2019年	增减幅度
总资产 (千元)	179,177,322	170,684,965	5%
归属于上市公司股东的所有者权益 (千元) 注1	83,533,600	64,799,182	29%
股本 (千股)	5,421,592	4,879,432	11%
归属于上市公司股东的每股净资产 (元/股)	15.4	13.3	16%
加权平均净资产收益率 (ROE) 注2	8.6%	8.7%	-0.1%

注1:2020年公司经营业绩增长，及首次公开发行股票增加股本和资本公积，使得归属于上市公司股东的所有者权益增加。

注2:虽然归属于上市公司股东的净利润增加11%，但是2020年IPO募集资金增加了所有者权益，导致净资产收益率略有下降。

主要财务数据—本季度



项目 (千元)	2020 Q4	2019 Q4	增减变动幅度
营业收入	54,928,314	45,427,635	21%
营业利润	1,853,563	2,625,295	-29%
利润总额	1,975,656	2,518,546	-22%
归属于上市公司股东的净利润	911,035	1,918,915	-53%

四季度利润同比有所下降，主要因为：

- 1、2021年春节对比2020年，时间较晚，消费品春节旺季销售和利润的实现，更多体现在2021年1月。
- 2、2020年第四季度原材料价格上涨，公司基于套期保值的衍生品产生一定损失，而现货的利润会在后期随着销售逐步实现，因此存在一定的时间性差异。

归属于上市公司股东的净利润的波动比例，较大幅度超过了营业利润和利润总额的波动幅度，主要是因为：

- 1、2020年度第四季度的实际所得税率较高，主要因为不同子公司的税率差异，部分高税率公司盈利较好，而部分低税率公司亏损。
- 2、2020年度第四季度公司部分合资公司利润较好，归属于少数股东的损益较高。

现金流量表



项目 (千元)	2020年	2019年	增减幅度
经营活动现金流入小计	224,759,160	198,945,501	13%
经营活动现金流出小计	223,560,472	185,417,320	21%
经营活动产生的现金流量净额	1,198,688	13,528,181	-91%
投资活动现金流入小计	62,387,026	64,105,255	-3%
投资活动现金流出小计	75,405,078	65,563,077	15%
投资活动产生的现金流量净额	-13,018,052	-1,457,822	793%
筹资活动现金流入小计	116,989,909	115,732,350	1%
筹资活动现金流出小计	104,431,014	129,438,405	-19%
筹资活动产生的现金流量净额	12,558,895	-13,706,055	-192%
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-75,645	15,895	-576%
现金及现金等价物净增加额	663,886	-1,619,801	-141%

经营活动产生的现金流量净额同比下降91%，主要是为购买原材料支付的现金增加，2020年公司综合考虑市场融资环境和利率水平，对于采购更多采取即期支付。

投资活动产生的现金流量净额同比下降793%，主要为投资支付的现金增加，首次公开发行股票取得的募集资金及累计盈利的未分配利润增加，公司2020年资金更为充足，加大了理财投资。

筹资活动产生的现金流量净额同比上升192%，主要为首次公开发行股票取得的募集资金流入，2019年偿还债务金额较大。

关键指标



项目	2020年	2019年	增减
流动比率	1.40	1.18	0.22
资产负债率	0.51	0.60	-0.09
应收账款及票据周转天数（天）	14	15	-1
存货及预付账款周转天数（天）	88	94	-6
应付账款及票据周转天数（天）	18	24	-6

流动比率及资产负债率：主要是因为首次公开发行股票取得的募集资金及累计盈利的未分配利润，公司2020年资金更为充足，归还了短期借款。

存货及预付账款周转天数：2020年国内粮油产品和饲料原料市场需求良好，存货周转较快。

应付账款及票据周转天数：主要因为公司2020年综合考虑市场融资环境和利率水平，较多采用即期支付，票据支付显著减少，因此周转天数下降。



谢谢！