

证券代码：300999

证券简称：金龙鱼

编号：202001

## 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 type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>反向路演</u>
参与单位名称及人员姓名	118家机构，详见附件清单
时间	2020年11月04日-2020年11月12日
地点	上海市浦东新区世纪大道8号国金中心二期22楼 上海市浦东新区芳甸路1155号浦东嘉里城办公楼28楼 上海市浦东新区世纪大道1196号世纪汇二座27-30层 上海市浦东新区陆家嘴环路1333号平安金融大厦29楼、31楼 上海市浦东新区陆家嘴环路333号金砖大厦5楼 上海市浦东新区世纪大道8号国金中心二期31楼 上海市浦东新区富城路99号震旦国际大厦20楼 上海市浦东新区博成路1379号金龙鱼大厦 上海市浦东新区陆家嘴环路1233号汇亚大厦 北京市西城区月坛南街1号院7号楼10层 北京市西城区金融大街17号中国人寿中心8层 北京市东长安街1号东方广场C2座15层 北京东城区朝内大街188号鸿安国际大厦 北京市东城区建国门外大街国际俱乐部C座16-18层 深圳市福田区深南大道7088号招商银行大厦32层 深圳市福田区中心四路1号嘉里建设广场第一座21层 深圳平安金融中心72楼 深圳市福田区益田路5999号基金大厦33楼 深圳市福田区益田路5999号基金大厦21楼 深圳市福田区益田路6003-4号荣超商务中心B座22楼 广州市海珠区琶洲大道东1号保利国际广场南塔31楼 广州市天河区珠江新城珠江东路30号广州银行大厦40-43F 远程视频会议
上市公司接待人	公司董事长郭孔丰先生（部分场次）； 董事、总裁穆彦魁先生（部分场次）；

<p>员姓名</p>	<p>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； 集团消费品渠道事业部、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</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p><b>一、介绍公司 2020 年第三季度经营情况</b></p> <p>2019 年第三季度，公司实现营业收入 530 亿元，同比增长 13.70%，归母净利润为 21 亿元；同比增长 10.04%。</p> <p>2020 年 1-9 月，公司实现营业收入 1400 亿元，较上年同期增加 11.71%，归母净利润为 51 亿元，较上年同期增加 45.88%，整体经营业绩较上年同期实现较大增长。</p> <p>主要原因是：一方面，公司 2019 年上半年受到非洲猪瘟的影响，导致饲料原料的销售下降。而今年非洲猪瘟的影响基本已经消除，饲料原料销售已恢复正常；另一方面，2020 年虽然发生疫情，但公司主要产品油、米、面是民生产品，整体受疫情影响不大；另外，疫情期间家庭消费的小包装产品销量有所增长，利润率相对较高，覆盖了餐饮销量下滑的影响。同时，疫情也使得消费者更加注重健康，有利于更多高端产品的销售。</p> <p><b>二、Q&amp;A</b></p> <p><b>1. 公司未来的战略方向是什么？</b></p> <p>答：公司将持续拓展产业布局的深度和广度，以更有竞争力的成本，提供更优质的产品。致力于成为中国最大的农产品食品公司之一。</p> <p>成本方面，基于公司全国布局的综合企业群以及产业链的优势，使得我们在成本控制方面更具优势。</p> <p>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。</p> <p>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。目前米、面行业较为分散，从行业发展历史来看，米、面行业未来也会逐步向头部企业集中，公司正在持续投资米、面产能，预计米、面业务增长较快。</p> <p>另外，公司也会不断开发新的产品，主要会围绕产业链上下游以及与原有产品具有互补性的业务展开，使得现有产品和新产品协同发展，持续降低生产、营销、物流成本。公司已经进入了调味品、酵母行业，也会进入冷冻面团、中央厨房等相关领域。</p> <p><b>2. 公司当前除米面油外，在战略上是否向其他厨房食品业务延伸，例如中央厨房项目？</b></p> <p>答：公司已经在油、米、面等产品领域取得成功，也已经进入调味品领域，这为我们进入中央厨房业务提供了很好的基础。同时，借助于我们的渠道优势以及产业链方面的竞争力，我们有信心在中央厨房领域也取得成功。目前，我们已经在几个城市开始建设中央厨房项目。</p>

**3. 未来如何看待电商渠道？对线下渠道会有什么冲击？**

答：随着当今越来越多的消费者通过电商平台购买商品，我们相信电商业务将在未来行业内获得更多的市场份额。公司重视电商渠道的发展，与电商平台进行了紧密合作。粮油产品体积和质量比较大，物流费用较高，但是我们相信公司丰富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。我们的电商渠道近几年增长很迅速，也取得了很好的发展。

我们认为，电商渠道将会有一定的发展但不会对传统渠道产生太大的影响，公司在传统的零售渠道也在推广渠道下沉，目标是推广到镇、村，未来四、五线城市还有很大发展空间。

**4. 公司目前高、中、大众的产品结构大概如何？**

答：公司目前小包装油产品结构中，高端产品占比较中端小。过去几年，国内大部分需求集中在中端、大众产品。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。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、含51%荞麦含量的荞麦挂面等更健康、更具独特风味的优质产品。公司也建立了先进的研发中心，配备有千余台科研设备，公司产品基本都是由公司下属工厂生产的，如果公司没有自己的压榨和精炼厂，就很难开发出“零反式脂肪酸油”、稻米油、古法小榨花生油等优质产品，所以公司在生产优质产品方面是比较有优势的。

**5. 公司食用油业务中，小包装、中包装和散装油的销量比例，以及毛利率分别多高？**

答：目前公司小包装油的销量超过中包装，小包装油毛利率比中包装及散装油相对较高，也较为稳定。

**6. 公司在调味品方面的策略？**

答：我们在消费品、餐饮、食品工业等渠道拥有广泛的销售网络，我们很早就进入芝麻油领域，也是芝麻油细分品类的领先品牌，最近也开始生产酱油、醋等调味品。关于酱油，公司与中国台湾知名品牌丸庄公司合作，他们生产高品质黑豆酱油已有百年历史；关于醋，我们推出的“梁汾”品牌山西陈醋采用独特的固态酿造工艺为业务切入点。

公司是国内领先的食用油、大米、面粉等的生产商之一，而油、米、面等产品都与调味品息息相关，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，公司拥有先进的研发技术，正在不断研发更安全、更优质的产品，我们相信我们的综合优势可以增强新品类的拓展能力。

我们在调味品上并没有要超过海天的计划，因为海天在现有市场上已经建立并占据了巨大的市场份额，但是我们相信我们的优质产品可以在调味品市场上占据一席之地。

**7. 公司如何管理经销商？**

答：我们对经销商会有若干方面的考核，比如经营理念、资金实力、物流

仓储能力、市场服务能力、团队管理能力等。同时也向经销商提供培训支持，也提供仓储管理等方面的指导，实现互惠共赢。我们与经销商是互相帮助、共同发展的商业伙伴关系。

很多经销商都与我们保持了长期合作，形成了良好的合作粘性。

#### **8. 公司饲料原料业务未来的成长性如何？**

答：中国肉类消费量仍在不断增加，饲料行业也会随之继续发展，近两年养殖业的集中度越来越高，饲料和养殖行业的标准也在不断提升。

公司是国内最大的饲料原料供应商之一，我们的产品品类丰富包括豆粕、饲料级浓缩蛋白、发酵豆粕、膨化大豆、米糠粕、麸皮、菜粕、椰子粕、棕榈粕、玉米蛋白粉、谷朊粉和饲料油等。随着压榨厂、面粉厂、大米厂等工厂的不断扩大，公司饲料原料的供应优势将进一步提升。另外，公司有遍布全国的供应生产网络，这对发展饲料原料业务是个很大的优势。

#### **9. 如何看待公司毛利率较低的问题？**

答：在多数行业，产品的毛利率会随着行业不断发展成熟而随之降低。我们刚进入油籽压榨和包装油业务时，毛利率要比现在高很多。由于公司体量大，销量不断增加、成本不断降低都能带来不错的效益。对公司而言，量大利薄的生意会是一个较高的竞争壁垒，减少其他潜在竞争者进入行业的机会，因为如果一个行业利润率高，就会吸引更多竞争者加入。公司通过不断优化产品结构，积极拓展更高端、更优质的产品，进一步拓宽销售渠道，持续优化生产、物流等成本来提升毛利率。同时，公司的优势也使得新业务能够从现有业务中借力，现有业务依托新业务的发展也会得到进一步的提升，互相协同共进。例如公司的面粉产品，客户包括方便面厂、烘焙店等可以促进现有棕榈油等油脂、特油、酵母、糖、大米等的共同发展；对于小包装面粉，也可以通过已经搭建的小包装油的销售渠道平台进行推广，面粉的副产品麸皮也可以作为饲料原料，进一步丰富饲料原料业务的产品品类。

依托这些产品在渠道、品牌、供应链等方面建立的竞争力，我们更有条件推出更多高附加值、高毛利率的产品，持续提升公司的盈利能力。

#### **10. 如何应对原材料价格波动？**

答：由于公司采购体量大，我们更有条件聘请到非常专业的采购管理人员，这对我们的采购工作非常有好处。

同时，公司也进行集中的采购管理，并进行套期保值风险管理。公司在芝加哥期货交易所（CBOT）以及国内有关期货市场进行套期保值，对原材料价格的波动风险进行管理。而且，我们的控股股东丰益国际是全球综合性农产品集团，能够向我们提供及时、充分的市场供需信息，协助公司更好的开展采购业务。

公司也持续进行产品结构调整、产品升级，增加更多高附加值、高毛利率的产品，以减少原料价格波动对公司利润的影响。

同时，产品价格通常会根据原材料价格波动进行一定程度的调整，尤其是在原料行情波动比较巨大或波动趋势较为长期化的情况下。近期受到

	<p>原材料价格上涨的影响，公司部分产品价格有一定程度的提升。但在行情没有巨大变动的情况下，我们会尽可能维持较为稳定的价格。</p> <p><b>11. 非经常性损益、投资收益、公允价值变动科目波动较大的原因？</b>  答：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。  国内会计准则对套保的处理有严格的要求。当商业套保满足国内套保的会计准则要求时，已实现的部分进入营业成本，未实现的部分进入库存成本；但是当一些套期保值不能满足国内套保会计准则时，已实现的部分进投资收益，未实现的部分进公允价值变动损益。因此，建议不能只看个别的会计科目，而应该把整个业务当做一个整体来看，期货与现货利润需要相互结合来看。  除了商业套保，也进行了汇率套保，也会影响到非经常性损益、投资收益、公允价值变动科目。从商业角度，这些交易的目的是为了应对公司的现货所面临的价格波动风险，是公司日常业务经营中不可或缺的一部分。</p> <p><b>12、如何评价公司管理效率？</b>  答：公司建立了矩阵式的管理模式，事业部总监对相关业务领域的原料采购、生产、品控、销售等进行全面管理，下属工厂具体执行集团层面的要求，保证了管理的有效性及效率。同时，各个下属公司也会有一定的自主权，例如每个营销分公司都可以根据当地情况制定本地化的销售策略。</p> <p><b>13. 国家对外资控股、民生产品定价是否有限制</b>  答：从产业政策的角度来看，过去确实有过对部分粮食收购及食用油加工的外资准入限制，目前的外资产品负面清单中已经没有这些项目。  另外，终端产品价格是市场调节价，不是政府指导价。</p> <p><b>14. 公司分红计划</b>  答：我们会依据在招股文件和《公司章程》中的规定，在满足现金分红条件下，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的百分之十。同时，公司近三年以现金方式累计分配利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十。后期也可能会基于公司业务的发展及资金状况进行调整。</p>
附件清单（如有）	请见附件1《2020年11月04日-11月12日调研活动附件之与会清单》 请见附件2《2020年11月04日-11月12日调研活动附件之演示文稿》
日期	2020-11-13

## 附件 1：2020 年 11 月 04 日-11 月 12 日调研活动附件之与会清单

交银施罗德	华泰资产	WT	前海瑞园
兴全基金	万家基金	中信建投自营	前海安康
富国基金	海富通基金	中信建投资管	盈泰投资
平安资产	长盛基金	中信资管	中广核
中欧基金	工银安盛	弘毅	万方
华安基金	招商基金	中金资管	摩根华鑫
汇添富基金	光大保德信	华夏久盈	富荣基金
GIC	海通资管	方正自营	信达澳银
华夏基金	中银基金	阳光保险	进化论
国寿资产	建信保险资管	宝盈基金	东方阿尔法
银华基金	诺安基金	平安大华	港丽投资
嘉实基金	淡水泉	安信基金	凯纳资本
大成基金	中信证券	大摩华鑫	九霄投资
景顺长城基金	润晖投资	明达资产	誉辉投资
南方基金	华泰柏瑞基金	中欧瑞博投资	招商证券
博时基金	华宝基金	融通基金	深圳健易
广发基金	惠理基金	金鹰基金	丰岭资本
易方达基金	富达基金	前海开源	裕晋投资
永赢基金	煜德投资	蓝藤	领骥资本
海富通	BlackRock	高盛资管	善道投资
银河基金	碧云资本 Green Court	Kadensa	上海华泓
华泰柏瑞	光大永明	星泰	创金合信
睿远基金	渤海人寿	东方	
涌金资本	大家资产	point 72	
正心谷资本	民生加银	宏利	
NCC	方正富邦	PAG	
Norges Bank	人保养老	manulife	
Neuberger Berman	天弘基金	point	
国君自营	泰达宏利	高毅资产	
Elephas	中邮基金	源乘投资	
太平洋资产	新华资产	长城基金	
长信基金	阳光资产	上海健顺	

附件 2：2020 年 11 月 04 日-11 月 12 日调研活动附件之演示文稿



益海嘉里是国内最大的农产品和食品加工企业之一  
——主营厨房食品、饲料原料及油脂科技产品



公司致力于通过合理布局高标准的综合性生产基地，持续研发创新，  
以具有竞争力的生产、销售和物流成本，向客户提供更丰富、更多元、更优质的产品组合

<p><b>1,400</b> 亿元<sup>1</sup></p> <p>2020年1-9月收入</p>	<p><b>50.90</b> 亿元<sup>1</sup></p> <p>2020年1-9月归母净利润</p>	<p><b>65</b> 个<sup>1</sup></p> <p>在全国已投产的生产基地数量</p>
<p><b>1991</b> 年</p> <p>第一瓶“金龙鱼”小包装食用油面世，推动散装油到小包装油消费革命</p>	<p><b>398.54</b> 亿元<sup>1</sup></p> <p>《中国500最具价值品牌》金龙鱼品牌价值</p>	<p><b>第1</b> 名<sup>2</sup></p> <p>小包装食用油、包装面粉、包装米市场份额排名第一</p>
<p><b>4,406</b> 家<sup>1</sup></p> <p>分布全国的经销商网络</p>	<p><b>428</b> 项<sup>1</sup></p> <p>2019年末专利数量，其中发明专利196项</p>	<p><b>29,079</b> 名员工<sup>1</sup></p> <p>矩阵式管理模式，4大渠道平台、10大业务平台、9大职能平台</p>



注：（1）以上数据为2020年Q1-Q3/2020年9月30日数据；（2）益海嘉里小包装食用油、包装面粉、包装米在2017年、2018年、2019年现代渠道市场份额排名均为第一。数据来源为尼尔森对中国小包装食用油市场、包装面粉、包装米的零售研究数据。

### 通过位于战略要点的综合企业群模式降低成本 ——在全国布局了广泛的生产网络



公司在全国24个省、自治区、直辖市拥有651个已投产的生产基地。  
多个生产基地临近原材料产地、港口、铁路或终端市场，降低生产成本，保证产品质量，节约运输成本



注：以上数据为2019年/2019年12月31日数据。

### 通过位于战略要点的综合企业群模式降低成本 ——以产业链为轴心的规模效应最大化



大型综合企业群模式覆盖全国多个战略要点



泰州  
秦皇岛  
上海  
连云港  
防城港



#### 生产优势

产业链上下游环环相扣，不断推进精深加工和副产品综合利用，使产业链附加价值显著提升

#### 物流仓储优势

一个生产基地集合产业链上下游工厂，一间工厂的产成品是另一间工厂的原材料，降低整体物流和库存成本

#### 管理优势

企业群内部基础设施共享，建立统一的能源、原辅料供应以及仓储物流体系，行政管理、后勤保障等方面统一管理

以产业链为轴心的规模效应最大化



### 拥有完整且全覆盖的产品品类

——零售、餐饮、食品工业、饲料原料及油脂科技




<b>食用油</b>	 <p>全品类 中高低端全覆盖 引领消费升级</p>	 <p>10L、16L和22L等规格</p>
<b>米</b>	 <p>精品 进口 原产地 生态</p>	 <p>10KG、15KG、25KG等规格</p>
<b>面粉及挂面</b>	 <p>精品 健康 家常</p>	 <p>15KG、25KG等规格</p>
<b>调味品</b>	 <p>小包装 健康 全品类</p>	 <p>5L、1.8L等规格</p>
<b>食品工业</b>	 <p>起酥油 代可可脂 烘焙油脂 营养油脂</p>	 <p>猪油 牛油</p>
<b>饲料原料及油脂科技产品</b>	 <p>蛋白质产品 纤维类产品 能量类产品</p>	 <p>适合食品工业的食品辅料 适合食品工业的面粉产品 油脂基础化学品 营养品 油脂衍生化学品 日化用品</p>

零售渠道 餐饮渠道

6

### 综合品牌矩阵覆盖多品类产品，核心品牌优势明显

——“金龙鱼”价值高达398.54亿元



**从始至终注重品牌维护，采取多样化品牌运作方式**


- 媒体广告投放
- 娱乐营销
- 美食场景营销
- 信息获取碎片化
- 文化营销
- 体育营销
- 新媒体营销

金龙鱼牵手冬奥会定义食品健康新高度

胡姬花入选非物质文化遗产

**高端品牌**

利用品牌不同侧重点精准覆盖消费者




覆盖高端、中端、大众的综合品牌矩阵

**核心品牌优势明显**

- 根据世界品牌实验室《中国500最具价值品牌》，金龙鱼品牌价值高达398.54亿元
- 根据欧睿国际2019年《Top 100 Megabrands》白皮书，金龙鱼位列全球快速消费品第21位
- 通过不断嫁接新产品、新品类，已从单一食用油品牌发展成为综合厨房食品品牌，产品类型覆盖食用油、大米、面粉、面条、调味品等

**中端及大众品牌**

多元化渠道和多层次品牌策略



**其他品牌**

(油脂科技及饲料品牌) 循环经济与产业链延伸

7

## 多元化的渠道网络布局，长期稳定的客户关系 ——积极拓展新零售和渠道下沉



### 全渠道销售布局

零售渠道：经销、直销

餐饮渠道：餐馆和酒店集团

食品工业及其他渠道：食品工业、面粉、饲料原料渠道



传统渠道

新零售渠道

渠道下沉

### 探索餐饮新零售模式

借助优质产品和经销商网络，通过数字化转型升级，致力于打造国内领先的餐饮供应链平台

### 全国性的经销网络和销售终端

- 拥有**超过1万名**<sup>1</sup>经验丰富的销售人员
- 完善的经销管理体系和双向打通的信息系统建设
- 2019年公司经销商数量**超过4,400**<sup>1</sup>家

### 积极推动渠道下沉

经销渠道	电商/生鲜	社区零售电商
自有经销网络下沉	京东、天猫、美菜、快驴	阿里零售通、京东新通路

与众多国内外知名企业建立了长期稳定的客户关系

连锁超市	酒店集团	餐饮集团	食品加工企业	日化企业	电商平台	生鲜电商	零售电商
京东 Walmart 沃尔玛	P&G 麦当劳	YumChina KFC Mandarin	NESCAFÉ 雀巢咖啡 Cargill 嘉吉	日化企业	永辉超市 TMALL 天猫	生鲜电商	零售电商 零售通 美菜

注：以上数据为2019年12月31日数据。

## 技术领先、研发优势带来强大的新产品开发能力 ——拥有专利428项，其中发明专利196项



专利**428**项<sup>1</sup>，其中发明专利**196**项<sup>1</sup>

研发人员**317**<sup>1</sup>人，70%<sup>1</sup>以上拥有硕士以上学位

与上海交通大学、江南大学、扬州大学等高校建立联合培养基地，并在多个研究项目上开展深入合作

与政府科研院所、美国油脂化学家协会、中国粮油学会、中国营养学会等机构保持着密切合作和交流



烹饪油脂    专用油脂    谷物

食品    油脂科技

粮油预研平台    生物技术预研平台

中国粮油学会科学技术奖特、一、二等奖

中国营养学会科学技术奖二、三等奖、营养促进贡献奖

上海市科技进步二、三等奖


湖北省科技进步奖一等奖

不断推出创新产品，推动厨房食品的品种革新


							高分散性大豆分离蛋白 .....
--	--	--	--	--	--	--	---------------------

注：以上数据为2019年/2019年12月31日数据。

## 通过循环经济模式提升产业链附加值 ——创新“水稻循环经济”




以循环经济理念为指导，创新研发“水稻循环经济”、“大豆循环经济”等产业模式




粮食资源价值得以充分利用和开发，带动传统农业和农产品升级，**使产业链领域更宽、附加值更高、产业链条更长**

### 新型循环经济产业模式

订单种植 → 精深加工 → 产品品牌化 → 副产品综合利用 → 高科技产品研发



中国粮油学会科学技术奖  
一等奖  
大米产业链创新技术



水稻加工循环经济  
标准化试点单位  
发改委正式批准

### 水稻循环经济

- 高营养米糠油
- 多种食品、保健品原料
- 二次提取高附加值产品（白炭黑、活性炭等）
- 稻壳发电
- 品牌大米
- 米糠粕等饲料原料

### 大豆循环经济

- 脂肪酸、大豆磷脂、大豆分离蛋白、皂角等可进行精深加工的产品
- 豆浆粉、豆乳、蛋糕等食品
- 酱油
- 大豆油
- 豆皮、素食豆腐花等
- 大豆浓缩蛋白、发酵豆粕、食用豆粕粉等饲料原料

10

## 利用强大的平台优势不断推出新品 ——在厨房食品领域具有强大的产品拓展能力





**小包装食用油系列**  
(1991年上市)

- 推动中国小包装食用油消费革命，改变厨房食品在消费者心目中印象
- 2003年，小包装油年销量突破100万吨



**包装大米**（2006年推出）

- 将小包装食用油品牌化发展经验成功推广到大米品类
- 2011年，水稻年加工量突破100万吨



**面粉**（2009年推出）

- 推出专业化、差异化的包装面粉
- 2015年，小麦年加工量突破450万吨



**产品迭代升级及新品类拓展**

- 抓住消费升级机遇，积极开拓挂面、调味品以及日化用品等新品类

丰富的产业链运营管理经验+纵向一体化平台优势

成本端





销售端



**生产加工优势**

高效协同的生产网络，可在全国范围内统筹及协调生产

**原材料采购优势**

原材料采购高度集约，凭借专业及规模优势获得最优成本

**技术研发优势**

强大的研发实力，致力于行业前沿的营养安全和技术工艺研究

**品牌推广优势**

众多市场知名、深受消费者喜爱的品牌，全面布局厨房食品多个领域

**市场营销优势**

依托小包装食用油既有销售渠道和品牌优势，进行多品类产品整合营销

**销售网络优势**

多元化、全渠道的销售网络，保障产品快速到达消费终端

在拓展其他厨房食品新品类的过程中更有竞争力，从而持续保持市场领先地位

11

## 持续完善的质量控制体系，高度重视食品安全 ——全流程和多层次的质量控制



**覆盖产业链各环节的质量控制措施**

**采购**



- 严格的供应商审核制度，形成供应商准入机制
- 严格验收程序，确保源头风险管控

**生产加工**



- 提升自动化水平，实现质量长期稳定
- 先进的检测设备，过程检验和成品检验

**物流配送**



- 对流通环节有完整的监督和管理体系
- 对所有渠道进行质量跟踪

**产品追溯**



- 完善的产品追溯管理系统，严格批次信息管理
- 逐渐建立电子追溯系统，实现快捷、准确追溯

**益海嘉里全过程的质量与食品安全管理体系**



生产工厂均按照要求获得国家对于食品安全的准入许可（SC食品安全许可证）



全面导入ISO 9001质量管理体系、ISO 22000食品安全管理体系、ISO 14001环境管理体系，在部分工厂检测中心推行ISO 17025实验室认证



约60家<sup>1</sup>工厂通过了AIB（美国烘焙学院（American Institute of Baking））食品安全全球统一标准审核



主动开放多家透明工厂，接受社会各界的监督

注：以上数据为2019年12月31日数据。

## 经验丰富的管理团队，专业化的人才队伍 ——四大渠道平台、十大生意平台、九大职能平台



管理层团队

<p><b>郭孔丰</b> 董事长</p> <p>丰益国际董事长兼首席执行官 曾任Kuok Oils &amp; Grains总经理，负责在中国筹建南海油脂；1991年开始在中国进行投资及开展粮油相关业务 新加坡国立大学工商管理学士</p>	<p><b>潘锡源</b> 董事</p> <p>丰益国际首席运营官兼执行董事 曾任CapitaLand Retail、DLF International、Perennial Real Estate等首席执行官 新加坡国立大学学士、美国麻省理工学院硕士</p>	<p><b>穆彦魁</b> 董事、总裁</p> <p>曾任河北油脂总经理、河北省粮油集团副总裁、秦皇岛金海粮油总经理等 郑州粮食学院油脂工程专业</p>	<p><b>牛余新</b> 董事、副总裁</p> <p>曾任山东济南油脂副总经理、康惠油脂总经理、益海（烟台）粮油总经理等 新加坡南洋理工EMBA</p>	<p><b>陆致好</b> 董事、财务总监</p> <p>曾任毕马威会计师事务所及普华永道会计师事务所审计、Wilmar Trading财务经理 特许会计师公会ACCA</p>	<p><b>洪美玲</b> 董事会秘书</p> <p>曾任普华永道会计师事务所审计经理、Wilmar Trading财务经理 新加坡南洋理工大学会计学专业</p>
--	---	--	---	--	---

**四大渠道平台**

- 消费品渠道
- 餐饮渠道
- 食品工业渠道
- 烘焙渠道

**十大生意平台**

包装油	米业	油脂	饲料原料	酱油
特种食品	面粉	油脂科技	粮食	花生芝麻

**九大职能平台**

研发中心	供应链管理	人事行政	公共事务	品管
	财务	物流	生产	IT

