

证券代码: 300999

证券简称: 金龙鱼

编号: 202307

## 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	63家机构, 详见附件1
时间	2023年10月31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、常务副总裁牛余新先生; 副总裁邵斌先生; 董事、财务总监陆玟妤女士; 董事会秘书洪美玲女士; 公司市场部总监、包装油事业部总监陈波先生; 证券事务代表田元智先生; 公司IR团队: 陈宣妤女士、余嘉钰女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、公司董事兼财务总监陆玟妤女士介绍2023年第三季度经营业绩情况</b></p> <p>2023年第三季度, 公司实现营业收入698亿元, 同比增长2.1%; 归属于上市公司股东的净利润11.6亿元, 同比增长208.4%; 实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润8.9亿元, 同比增加643.1%。</p> <p>2023年1-9月, 公司实现营业收入1,885亿元, 同比增长0.4%; 归属于上市公司股东的净利润21.3亿元, 同比下降9.5%; 实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润9.1亿元, 同比下降59.8%。</p> <p>其他信息具体请参见附件2《2023年10月31日调研活动附件之演示文稿》的介绍。</p>

## 二、主要 Q&A

**1. 三季度利润率改善,过去几年极端行情对公司业绩造成波动,历史上大豆为代表的大宗原料出现过暴涨暴跌,当时公司的利润率变化情况如何,多久能恢复到正常水平?合理的压榨利润率水平大概是什么范围?**

答:通常情况下,大宗商品比如大豆加工业务的利润情况主要取决于大豆供应和国内需求,如果供应充足、国内需求强,一般会有好的加工利润,如果大豆采购价格低,利润会更好一些。今年前期压榨利润不太好,三季度因为国内大豆供给偏紧,豆粕等产品的价格有所回升,同时大豆价格下跌,所以加工利润好转。关于压榨利润的变化,没有一定的规律,一般合理的压榨利润率预估在 3-4 个百分点左右。

**2. 公司厨房食品业务前三季度在 B 端和 C 端的增长情况如何?**

答:前三季度同比来看,厨房食品 B 端和 C 端销量均有增长,其中 B 端销量同比呈双位数增长。

**3. 请问公司今年零售产品结构和产品升级趋势如何?**

答:第三季度,我们观察到产品结构升级有恢复的趋势,公司高端产品,包括胡姬花花生油、外婆乡小榨菜籽油、六步鲜大米等,销量增长可观。所以虽然市场对经济和消费力复苏有所担忧,但我们认为从总体趋势看是在向好恢复的过程中。

**4. 今年公司餐饮渠道表现不错,请问除了行业本身渠道恢复的原因外,公司是否采取了什么措施,加速了这个渠道的发展?**

答:今年餐饮行业恢复明显,基本已恢复到疫情前的八九成左右,我们全产线产品也与行业恢复基本同步。我们在餐饮渠道具有完整的网点和服务体系,包括经销、直销、餐饮电商、中餐、西餐体系等。虽然过去三年,生意受到一些压力和挑战,但得益于我们健全的网点和服务,市场一旦恢复,我们可以紧跟行业快速响应。

**5. 请问公司未来在餐饮和食品工业渠道方面新的增量来源是什么?**

答:我们认为中国市场未来对产品质量要求会越来越高,行业竞争也会愈加激烈。所以我们相信要取得成功就要坚定提供有价格竞争力的高质量产品。以我们的生意模式,加上研发方面的投入,可以生产更多优质产品满足食品生产商的需求,相信在食品行业中我们有很强的竞争力。

关于餐饮渠道,首先,餐饮行业空间很大,餐饮终端数量超过零售终端,随着公司进一步完善经销商网络,相信在终端的渗透和开拓上会有很大的机会点。其次,目前餐饮行业供应链较为分散,行业内规模化、品牌化的企业市场占有率还不高。未来,随着像我们这样的企业,不断发挥出在品质、供应链、成本和食品安全上的优势,会有更多的生意机会。另外,我们可以提供包括油、米、面、调味品、央厨食材在内的多品类产品,一站式配送的产品越齐全,客户的粘性就越高,我们的生意机会也会更大。总的来说,在终端扩张和品类丰富这两方面的增长,会推动我们整个生意的增长。

**6. 请问公司目前在食用油产品上的定价策略如何？行业内是否存在低价竞争的现象？**

答：公司对于食用油的定价策略分为两部分。零售端业务覆盖了高、中、大众全价格段产品，其定价根据行情变化、未来趋势和自身头寸，再加上行业竞争情况综合来进行判断，其中公司的高、中端食用油产品在行业内具有优势，且占公司整体食用油的比重较大，大众型产品市场参与者众多，我们作为市场的积极参与者，也具有一定的体量。餐饮端行业集中度较低，价格竞争更加激烈，我们主要采用随行就市的定价策略，目前公司品牌餐饮油市场占有率第一。

**7. 今年线上业务增长比较快，请问公司线上业务是怎么定位和运作的？**

答：公司线上业务有几种类型，一是京东、天猫等传统电商，规模和体量大，目前增速较前几年稍有放缓；二是以抖音为例的兴趣电商，增长速度相对较快，不过对粮油产品来说成本比较高；三是 O2O（离线商务模式），即原有的线下现代渠道或者连锁渠道的部分卖场业务，现在也有通过线上化的电商模式开展，其成长速度也非常快；四是公司自营的旗舰店、专卖店等私域电商。整体来说，我们在这些领域中的市场份额都比较领先。

线上渠道除了销售功能外，也作为新产品、新品牌推广的窗口，承载着和消费者沟通的功能。我们对电商渠道的定位和部分公司有所差异，我们把电商作为和其他渠道一样的生意平台进行经营，不会为了电商渠道的增量而进行大量补贴。我们把电商作为一个新兴的销售渠道，进行稳定、健康地发展。

**8. 请问公司怎么统筹管理线上和线下的销售价格？是否会有窜货的现象？**

答：整个行业都会面临这个问题。对于公司来说，我们会针对不同渠道推出一些不同的产品。所以整体来看，我们的各个渠道都可以找到各自的增长空间和机会，齐头并进共同发展。

**9. 食用油线上销售占比如何？**

答：公司和行业的整体比例差不多，公司食用油的电商销售占比约为10%左右。

**10. 近期十月稻田在港股上市，请问公司如何看待小包装米的市场竞争格局？公司在小包装油市场拥有领先的占有率，未来在小包装米方面有没有明确的市占率目标？**

答：十月稻田在港股上市，从市值来看，市场对它的业务模式、业务成果给予了认可，说明大米产品品牌化趋势被市场看好，我们很高兴看到友商得到市场认可，我们也获得了鼓舞。从产品品类来看，十月稻田的大米产品主要聚焦东北米，从渠道来看，十月稻田主要在京东、天猫等电商渠道销售。

前几年，由于电商行业迅速发展，包括我们在内的不少企业都享受到了电商渠道的红利，但随着电商行业增速放缓，一些友商也正逐步转向线下业务。我们认为，大米生意体量大，主战场仍为线下渠道，线上渠道可以起到补充作用，所以公司的战略是线上线下全渠道发展。

根据尼尔森的数据，公司的包装大米现代渠道的市场占有率约为 20% 左右，位列第一。另外，公司对于水稻的加工是全产业链的循环经济模式，除了大米产品，我们还生产稻米油、用稻壳发电、产出副产品白炭黑等。总体来说，从我们自身业务优势、市场对行业认可度和大米市场的广阔空间来看，我们对大米业务的发展前景更加乐观了。

**11. 请问公司目前零售渠道覆盖了多少网点？**

答：目前公司直接覆盖 C 端的终端数量超过 120 万个，加上二批商及中间商间接覆盖的终端数量合计预计超过 150 万个。

**12. 饲料板块，三季度行业表现不错，7-8 月生猪价格有反弹，双节过后又需求不足，请问公司如何展望未来饲料需求和价格？**

答：最近猪价有所下跌。从市场调研来看，目前母猪存栏有下降趋势，未来存栏回升需要一段时间，可能会持续到明年春天，但饲料需求比较难预测，因为一般存栏低的时候，猪价会上涨，养殖厂可能会更愿意多用豆粕这类高蛋白饲料，所以未来饲料需求情况还需要进一步观察。

**13. 请问三季度压榨产能利用率的表现，以及如何展望四季度的趋势？**

答：第三季度压榨产能利用率超过 50%，第四季度预计能够保持这个产能利用率水平。

**14. 关于油脂，如何展望第四季度的价格趋势？**

答：今年阿根廷和美国的油脂供应比较紧张，但因为很多国家经济不好，需求较弱，同时美元强势又加大了负面影响，所以油脂需求也较低。

后续油脂价格需要观察南美天气，如果天气好，巴西和阿根廷的大豆产量会增加，价格会承压；同时也需要观察中东局势，如果石油大涨也会间接影响油脂价格，如果天气和中东局势一切正常，大豆价格预计会在目前价格带附近波动，在波动过程中价格偏下行的可能性更大。

**15. 如何看待北美大豆及豆油的价格？**

答：目前美国大豆的产量少于阿根廷、巴西等南美地区。美豆油价格受美国国内因素的影响更大，因为美国政府规定生物柴油用量增加，导致美国豆油价格的上涨幅度超过了国际豆油价格上涨的幅度。

**16. 央厨中杭州、周口、重庆等地的最新的产能利用率以及明年建设规划？**

答：目前公司的央厨业务还处于发展初期。央厨是一个新的业务模式，需要时间去探索，公司有信心也有优势，相信客户接受度会越来越高。长远看，公司央厨模式一定是未来食品加工的发展方向。我们已投产的央厨取得了不错的进步。

**17. 亚运会对杭州中央厨房项目产能爬坡起到促进作用，它在亚运中**

	<p><b>表现如何？</b></p> <p>答：杭州亚运会期间，杭州央厨作为供餐单位之一，提供果蔬净菜、便当产品，反响不错。亚运会结束后，我们正在与团餐公司进一步洽谈合作；另外，我们也在探索 B2B 方面的业务，比如供应春节礼包等，目前项目进展良好。</p> <p><b>18. 公司三季报中购买商品支付的现金比去年同期少了很多，请问是否是公司对于后市原料行情看法比较谨慎？</b></p> <p>答：公司购买商品、接受劳务支付的现金下降主要是由于原料价格同比下降幅度较大，以及今年更多使用票据结算导致的。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及应披露重大信息
附件清单（如有）	请见附件 1《2023 年 10 月 31 日调研活动附件之与会清单》 请见附件 2《2023 年 10 月 31 日调研活动附件之演示文稿》
日期	2023-11-2

## 附件1《2023年10月31日调研活动附件之与会清单》

Credit Suisse	广发证券	久战久胜	天治基金
Crisil Investment	国华兴益保险资管	开思基金	西安交辉创投
DBS	国联证券	开源证券	西部证券
Jefferies	国盛证券	林园投资	西藏合众易晟
KS FUND	国信证券	民生银行	兴业证券
Macquarie	海通国际	明达资产	银河证券
RSCH APAC	瀚伦投资	摩根士丹利	长江证券
SAC Fund Management	颢科私募	平安海阔投资	招商证券
Schroder	华安证券	人保资产	浙江盐业
UBS	华安资管	润邦投资	浙商证券
UOB Kay Hian	华创证券	上海人寿	中金公司
财通证券	华福证券	石智基金	中信建投
递归私募	华泰证券	首创证券	中信证券
东财基金	华西证券	丝路基金	中意资产
东方证券	华鑫证券	韬睿实业	中邮证券
东海证券	汇丰前海	天风证券	

## 附件 2 《2023 年 10 月 31 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 2023年三季度业绩交流会

二〇二三年十月



### 主要财务数据—利润（累计）



项目	2023. 1-9	2022. 1-9	增减幅度
营业收入（千元）注1	188,522,239	187,839,677	0.36%
归属于上市公司股东的净利润（千元）	2,129,072	2,353,284	-9.53%
扣除非经常性损益后的 归属于上市公司股东的净利润（千元）注2	909,131	2,258,877	-59.75%
基本每股收益（元/股）	0.39	0.43	-9.30%
加权平均净资产收益率（ROE）	2.37%	2.69%	-0.32%

注1：收入略有增长，主要是因为销量增加和单价下降互相抵减后的结果。

销量的上涨，主要是因为随着国内经济逐步恢复，公司厨房食品、饲料原料和油脂科技产品的销量较去年同期有所上涨。单价下跌主要受大豆、大豆油及棕榈油等主要原材料价格下跌的影响。

注2：扣除非经常性损益后的归属于上市公司股东的净利润下降，主要因为未完全满足套期会计要求的衍生金融工具损益的影响。从业务角度，所有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而同步计入主营业务成本。

1

## 主要财务数据—利润（季度）



项目	2023. Q3	2022. Q3	增减幅度
营业收入（千元）注1	69,808,607	68,356,750	2.1%
归属于上市公司股东的净利润（千元）	1,163,325	377,190	208.4%
扣除非经常性损益后的 归属于上市公司股东的净利润（千元）注2	894,704	-164,726	643.1%
基本每股收益（元/股）	0.21	0.07	200.0%
加权平均净资产收益率（ROE）	1.29%	0.43%	0.86%

注1：收入略有增长，主要是因为销量增加和单价下降互相抵减后的结果。

销量的上涨，主要是因为随着国内经济逐步恢复，公司厨房食品、饲料原料和油脂科技产品的销量较去年同期有所上涨。单价下跌主要受大豆、大豆油及棕榈油等主要原材料价格下跌的影响。

注2：扣除非经常性损益后的归属于上市公司股东的净利润增加，主要因为未完全满足套期会计要求的衍生金融工具损益的影响。从业务角度，所有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而同步计入主营业务成本。

2

## 业绩分析



### 1、营业收入

2023年第三季度及1-9月，营业收入较去年同期略有上涨。随着国内经济逐步恢复，公司厨房食品、饲料原料和油脂科技产品的销量较去年同期有所上涨，但是产品的价格随着大豆、大豆油及棕榈油等主要原材料价格下跌有所回落，价格下跌部分抵消了销量上涨带来的营收增长。

### 2、厨房食品

2023年第三季度及1-9月，公司餐饮和食品工业渠道产品的销量随着市场逐步恢复有较大幅度增长，其销量在厨房食品中的占比提升，而该部分产品的毛利相对较低，导致厨房食品的利润同比减少。上半年面粉产品利润降幅较大，小麦、面粉及副产品的价格整体下行，公司消耗前期的高价小麦库存导致业绩下滑。第三季度，公司小麦的库存成本已恢复到正常水平，面粉业务利润同比上涨。另一方面，原材料成本的下降带动零售渠道产品的毛利率和利润同比有所增长。总体来看，零售渠道产品利润的增长未能完全抵消餐饮和食品工业渠道产品利润下降的影响，使得厨房食品利润同比下降。

### 3、饲料原料及油脂科技

2023年第三季度，饲料原料及油脂科技产品的利润同比增幅较大，一方面，饲料原料业务因国内大豆供给偏紧，豆粕等产品的价格有所回升，销量同比上涨，压榨利润同比大幅增长。另一方面，随着价格回升和销量同比增加，油脂科技产品的利润同比明显增长。由于前述原因，2023年1-9月饲料原料及油脂科技产品的利润同比有所增加。

3

## 主要财务数据—费用



项目 (千元)	2023. 1-9	2022. 1-9	增减幅度
销售费用	4,561,839	4,561,483	0.01%
管理费用	2,666,555	2,457,525	8.51%
研发费用	174,258	154,797	12.57%
费用小计	7,402,652	7,173,805	3.19%

管理费用的增加，主要是人工费用的增加。

研发费用的增加，主要是人工、委外研发费用、差旅的增加。

4

## 非经常性损益项目



项目(千元)	2023. 1-9	2022. 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)	-26,760	162,655	2022年的收益，主要来自工厂搬迁收益。
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)	243,729	232,087	
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益		765	
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、交易性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、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	1,258,325	15,769	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，及结构性存款。其中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性损益。从业务角度，所有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而同步计入主营业务成本。
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	1,175	367	
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	25,989	65,159	
其他符合非经常性损益定义的损益项目	660	1,620	关联方拆出资金取得的损益。
减：所得税影响额	274,734	346,006	
少数股东权益影响额	8,443	38,009	
<b>扣除非少数股东损益和所得税影响后的非经常性损益金额</b>	<b>1,219,941</b>	<b>94,407</b>	

5

## 主要财务数据—主要资产负债表项目



项目	2023. 09. 30	2022. 12. 31	增减幅度
总资产(千元)注1	238,785,447	227,943,209	4.76%
归属于上市公司股东的所有者权益(千元)	90,756,946	88,707,081	2.31%
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)	16.74	16.36	2.32%

注1: 总资产规模的增长, 主要是来自公司利润累积形成的自有资金和外部融资的增加; 固定资产、在建工程和无形资产等项目也有所增长。

6

## 现金流量表



项目(千元)	2023. 1-9	2022. 1-9	增减幅度
经营活动现金流入小计	202,601,898	204,140,452	-0.8%
经营活动现金流出小计	183,089,010	192,142,165	-4.7%
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>19,512,888</b>	<b>11,998,287</b>	<b>62.6%</b>
投资活动现金流入小计	45,659,054	40,139,789	13.8%
投资活动现金流出小计	61,376,564	54,235,535	13.2%
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-15,717,510</b>	<b>-14,095,746</b>	<b>-11.5%</b>
筹资活动现金流入小计	111,337,095	112,751,326	-1.3%
筹资活动现金流出小计	103,087,332	97,009,279	6.3%
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>8,249,763</b>	<b>15,742,047</b>	<b>-47.6%</b>
汇率变动对现金及现金等价物的影响	102,344	-436,934	-123.4%
<b>现金及现金等价物净增加额</b>	<b>12,147,485</b>	<b>13,207,654</b>	<b>-8.0%</b>

经营活动产生的现金流量净额同比上升, 主要是采购节奏及支付节奏变化的影响。

投资活动产生的现金流量净额同比下降, 主要是因为经营性现金净流入后, 现金管理支出增加。

筹资活动产生的现金流量净额同比下降, 主要是因为融资净流入下降。

7

### 关键指标



项目	2023.09.30	2022.12.31	增减
流动比率	1.16	1.17	-0.01
速动比率	0.87	0.71	0.16
资产负债率	0.60	0.59	0.01
项目	2023.1-9	2022.1-9	增减
应收账款及票据周转天数(天)	16.9	14.4	2.5
存货及预付账款周转天数(天)	76.3	71.8	4.5
应付账款及票据周转天数(天)	16.2	10.8	5.4

应收账款及票据周转天数：2023年公司更多的使用票据结算，因此周转天数有所上升。

存货及预付账款周转天数：考虑市场环境变化，部分原材料采购策略有所变化，因此周转天数有所上升。

应付账款及票据周转天数：2023年公司综合考虑市场融资环境和利率水平，对采购更多地采用票据支付，应付票据余额上升，因此周转天数有所上升。

8



## 感谢聆听！

二〇二三年十月



9