

公司代码：600597

公司简称：光明乳业

光明乳业股份有限公司
2019 年年度报告摘要

一 重要提示

1.1 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。

1.2 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、准确、完整，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。

1.3 公司全体董事出席董事会会议。

1.4 德勤华永会计师事务所（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。

1.5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经本公司董事会审议，报告期利润分配预案如下：经德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）审计，本公司（母公司）2019 年度实现税后利润 388,613,164 元。本公司拟按母公司 2019 年度实现税后利润之 5.9564516%提取法定盈余公积 23,147,555 元（提取后法定盈余公积余额为 612,243,755 元，占本公司注册资本的百分之五十以上），加上年度未分配利润 1,448,278,374 元，可供分配的利润为 1,813,743,983 元。本公司拟以实施 2019 年度权益分派股权登记日登记的总股本为基数向全体股东每股派现金红利 0.13 元（含税）。

本预案尚需提交公司股东大会审议。

1.6 前瞻性陈述的风险声明

本年度报告中有涉及公司经营和发展战略等未来计划的前瞻性陈述，该计划不构成公司对投资者的实质承诺，请投资者注意投资风险。

二 公司基本情况

2.1 公司简介

股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码
A股	上海证券交易所	光明乳业	600597

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	沈小燕	陈仲杰
办公地址	上海市吴中路578号	上海市吴中路578号
电话	021-54584520转5277	021-54584520转5623
电子信箱	600597@brightdairy.com	chenzhongjie@brightdairy.com

2.2 报告期公司主要业务简介

2.2.1 主要业务及经营模式

公司主要从事各类乳制品的开发、生产和销售，奶牛的饲养、培育，物流配送等业务。公司主要生产销售新鲜牛奶、新鲜酸奶、常温酸奶、乳酸菌饮品、婴幼儿及中老年奶粉、奶酪、黄油、冷饮等产品。

公司主要经营模式为：

1、牧场管理。公司下属子公司光明牧业有限公司拥有悠久的奶牛饲养历史，是国内最大的牧业综合性服务公司之一。牧场管理采用“千分牧场”评价标准体系，对所有牧场兽医保健、繁殖

育种、饲料饲养、生奶质量、防暑降温、安全生产等六大版块进行评分，确保生乳品质安全、可靠、优质。环保千分制考核机制，有效提升牧场废弃物的处理能力及利用率，切实推进“美丽牧场”建设。

2、生产模式。公司工厂遍布全国主要省市。在管理上,实施“千分工厂”审核标准,对乳品生产厂的质量系统、工厂环境、产品控制、工艺控制、员工管理五个版块进行考核评价管理。精确掌握全国各地工厂的质量和生产管理水平和,时时把握产品的安全性。

3、物流配送。坚持“区域物流领袖、食品物流专家”的经营目标,秉承“新鲜、迅捷、准确、亲切”的服务理念,致力于为社会和广大客户提供高品质、多温带的现代食品物流服务。采用WMS、DPS、TMS、车载系统GPS及北斗卫星监控系统等现代化信息系统,对物流运作和管理提供有效支持。

4、销售模式。公司主要采用直销和经销相结合的销售模式,销售渠道遍布全国主要省市。

5、采购模式。公司按采购物料的类型,使用公开招标、邀请招标、竞争性谈判、询价、单一来源及紧急采购相结合的方式,从而提高资金使用效率。

6、海外业务。公司下属子公司新西兰新莱特乳业有限公司(以下简称“新西兰新莱特”)主要从事工业奶粉、婴儿奶粉生产和销售,产品远销世界各地。

2.2.2 公司所属行业的发展阶段、周期性特点及公司所处的行业地位

1、发展阶段

近年来,我国奶业综合生产能力稳步提升,现代奶业建设步伐不断加快,乳品质量安全水平大幅提高,乳品企业竞争力进一步增强,奶业全面振兴迈出坚实步伐。鉴于乳制品消费广阔的市场空间和居民收入水平不断的提高,全产业链的均衡发展将引领乳制品行业进入稳步增长期。

2、行业周期性特点

乳制品属于大众日常消费品,行业周期性特征不明显。

3、行业地位

公司拥有乳业生物科技国家重点实验室,研发实力领先;公司销售规模过200亿,在乳制品行业中名列前茅。

三 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

	2019年	2018年	本年比上年 增减(%)	2017年
总资产	17,637,106,805	17,933,759,421	-1.65	16,911,526,315
营业收入	22,563,236,819	20,985,560,398	7.52	22,022,553,262
归属于上市公司股东的净利润	498,407,011	341,756,709	45.84	619,862,572
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	464,963,469	329,485,659	41.12	583,217,255
归属于上市公司股东的净资产	5,717,938,355	5,336,936,405	7.14	5,433,896,815
经营活动产生的现金流量净额	2,409,715,881	1,453,636,150	65.77	1,642,076,787
基本每股收益(元/股)	0.41	0.28	46.43	0.50
稀释每股收益(元/股)	不适用	不适用	不适用	0.50
加权平均净资产收益率(%)	9.03	6.28	增加2.75个百分点	11.79

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	5,452,163,361	5,638,289,878	6,046,912,276	5,425,871,304
归属于上市公司股东的净利润	141,178,400	226,215,565	76,575,961	54,437,085
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	170,704,626	227,163,756	75,656,324	-8,561,237
经营活动产生的现金流量净额	245,907,469	231,936,009	1,376,419,905	555,452,498

四 股本及股东情况

4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

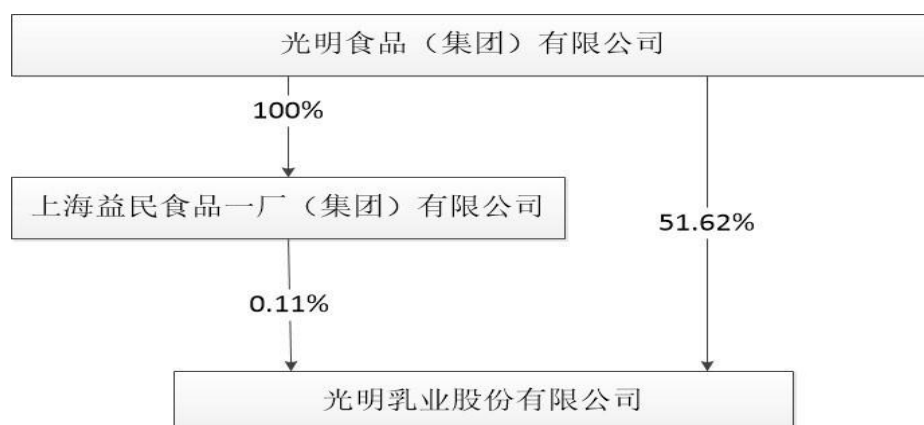
截止报告期末普通股股东总数（户）								39,580
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）								43,591
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）								不适用
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）								不适用
前 10 名股东持股情况								
股东名称 (全称)	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 (%)	持有 有限 售条 件的 股份 数量	质押或冻结情况		股东 性质	
					股份 状态	数量		
光明食品（集团）有限公司	0	632,117,066	51.62	0	无	0	国有法人	
中国证券金融股份有限公司	0	40,165,628	3.28	0	未知		未知	
全国社保基金一零三组合	未知	31,999,674	2.61	0	未知		未知	
邓佑銜	-2,877,621	17,454,701	1.43	0	未知		未知	
香港中央结算有限公司	12,687,193	16,145,251	1.32	0	未知		未知	
中央汇金资产管理有限责任公司	0	15,189,500	1.24	0	未知		未知	
中国人民人寿保险股份有限公司一万能一个险万能	-3,104,800	14,000,026	1.14	0	未知		未知	

杨荣生	3,675,200	8,537,400	0.70	0	未知		未知
中国人民人寿保险股份有限公司一分红一个险分红	-5,898,303	7,793,790	0.64	0	未知		未知
基本养老保险基金八零一组合	未知	6,999,938	0.57	0	未知		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	未知						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

上海益民食品一厂（集团）有限公司（以下简称“益民集团”）为光明食品（集团）有限公司（以下简称“光明食品集团”）一致行动人。益民集团截止 2019 年 12 月 31 日持有公司股份数为 1,350,724 股，两者合计持有公司股份 633,467,790 股，占本公司总股本的 51.73%。

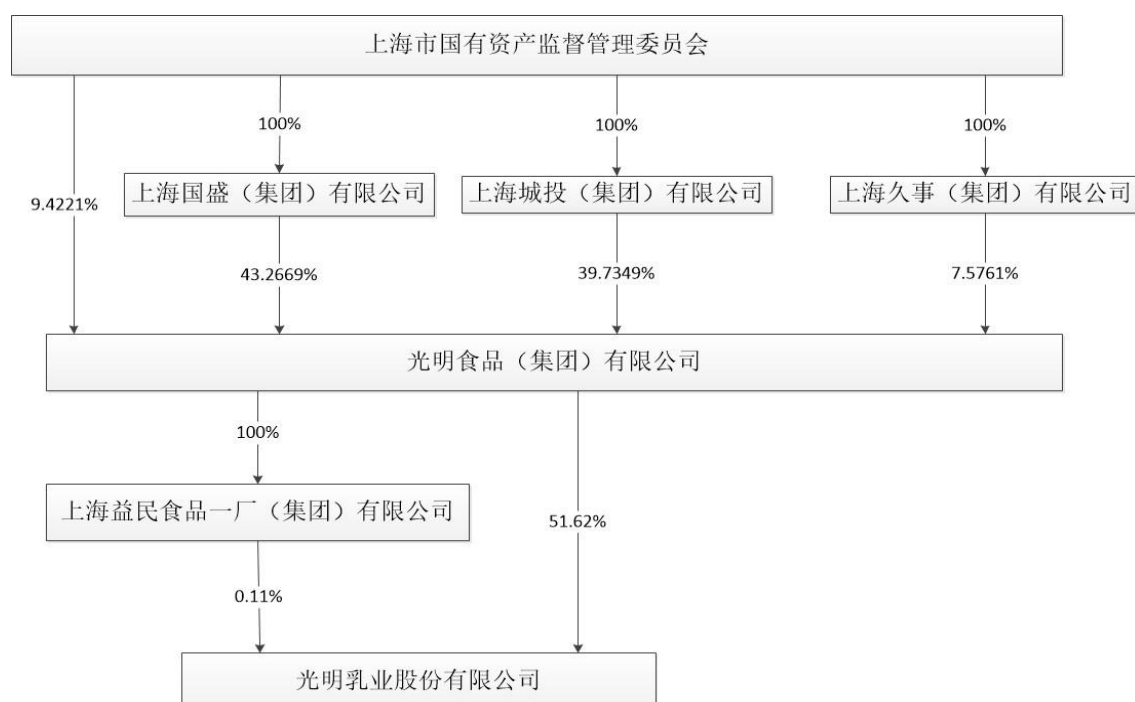
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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



五 经营情况讨论与分析

2019年是新中国成立70周年，是决胜全面建成小康社会第一个百年奋斗目标的关键之年。面对国内外风险挑战明显上升的复杂局面，国内经济在稳中求进的总基调下实现平稳运行、健康增长，经济结构持续优化，消费持续升级，改革创新的红利不断释放。乳制品行业从上游养殖到下游生产加工再到市场销售都进入了紧张的转型升级期，国内乳品市场日渐成熟，稳步发展。

2019年，公司坚持稳中求进总基调，牢牢把握高质量发展的根本要求，不断优化全产业链发展模式，提升市场竞争力，着力打造具有全产业链核心竞争力、技术领先、管理一流的国际化乳品企业。

2019年度，公司坚定贯彻领“鲜”战略，承办首届中国奶业“新鲜峰会”，倡议推动“新鲜巴氏乳”国家标准的出台；围绕“领鲜”关键词重塑品牌力，践行“领鲜创造未来”；坚守匠心，对品质不断挖掘深耕，收获“全球卓越绩效奖”（世界级）殊荣；上海牛奶棚食品有限公司（以下简称“牛奶棚”）及上海益民食品一厂有限公司（以下简称“益民食品一厂”）迅速融合，实现转型升级，共赢增长；成功竞拍辉山乳业发展（江苏）有限公司（以下简称“江苏辉山乳业”）和辉山牧业发展（江苏）有限公司（以下简称“江苏辉山牧业”）相关资产，完善奶源布局，巩固竞争优势；与阿里云达成战略合作，拥抱新零售，推动数字化转型；海外子公司稳步发展，丰富融资渠道，培育长期动能。

5.1 报告期内主要经营情况

2019年，公司实现营业总收入225.63亿元，同比上升7.52%；实现净利润6.82亿元，同比上升29.60%；实现归属于母公司所有者的净利润4.98亿元，同比上升45.84%；实现净资产收益率9.03%，同比增加2.75个百分点。

主要工作情况如下：

1、保持战略定力，坚定贯彻领“鲜”战略

2019年公司坚定贯彻落实领鲜战略，积极践行优质乳工程，并建立了覆盖全产业链的最高新鲜保障标准。1月公司召开“领时代，鲜未来”领鲜成果会分享产业链领鲜优势，4月召开“鲜活新升”光明新鲜品类新品发布会，11月承办首届中国奶业“新鲜峰会”，并成功承办中国奶业D20

峰会。在新鲜峰会上，与多家乳企共同发布上海宣言，倡议推动“新鲜巴氏乳”国家标准的出台，让活性物质指标成为新鲜巴氏乳第一标准。在产品创新升级方面，陆续推出优倍减脂肪 50%鲜牛奶、优倍浓醇鲜牛奶、致优娟姗鲜牛奶等新品。

2、聚力打造品牌影响力，品牌形象显著提升

2019年，公司市场营销围绕“领鲜”关键词展开，重塑品牌力，将大品牌宣传与重点品牌推广紧密结合，使各品牌形象属性上均有提升。新中国成立七十周年之际，光明乳业独家特约赞助央视《故事里的中国》栏目，致敬时代经典，重温鲜活故事，社会反响热烈，在全国范围内重磅释放光明品牌价值。公司重点品牌莫斯利安在2019年通过产品及营销升级推进品牌焕新，5月，签约全新代言人刘昊然；7月，结合莫斯利安品牌宣言“源味纯正，只在莫斯利安”，召开莫斯利安新品发布会，产品线全面升级；12月，携手代言人刘昊然揭幕莫斯利安首款即饮旋盖包装“米其林星厨甜品系列”新品。

3、深耕品质，守护百年匠心

2019年，公司本着追求卓越、改善无止境的管理理念，通过对标国际先进，打造质量核心竞争力，将“光明PAI”体系升级为光明EQMS卓越质量管理体系，开启了公司质量治理体系建设的新篇章。2019年10月，在亚太质量组织（APQO）第25届国际会议暨2019年全球卓越绩效奖颁奖典礼上，公司一举摘夺2019年度“全球卓越绩效奖”（世界级），成为中国乳制品行业中首家获此殊荣的企业，让世界看到了光明乳业追求质量零缺陷的匠心精神，也看到中国乳业对质量管理的执着追求。

4、加强联动，实现共赢增长

公司收购牛奶棚66.27%股权和益民食品一厂100%股权后，各板块迅速融合，逐步发挥“品牌融合、产业链整合、优势联合”的强劲动力，进一步丰富产品线、拓展市场，实现“老牌新貌”的品牌再升级。2019年，牛奶棚全面转型升级，9月旗下首家高端烘焙店——“悠焙”开业，是上海首家采用窑炉直火烘烤的烘焙店，主打产品包括用公司明星产品优倍鲜奶和面、不添加一滴水的“优倍鲜奶面包系列”，莫斯利安酸奶泡芙等。益民食品一厂先后推出跨界产品莫斯利安冰淇淋、冰淇淋风味牛奶及酸奶、大白兔牛奶等引发关注，同时稳步推进工厂产能提升及产品升级规划，期待焕发新生机。

5、谋划新格局，投资并购重新起航

基于公司的奶源战略布局以及为巩固华东区域竞争优势，公司于12月底成功竞拍江苏辉山乳业及江苏辉山乳业相关资产。此次并购能快速获取射阳的牧业资源和工厂资源，有利于公司增加奶牛存栏数，完善华东、华北地区奶源基地布局，有利于公司继续优化产能，完善华东、华北地区生产基地布局，有利于公司拓展江苏、山东、安徽等市场，进一步做大做强乳制品产业。

6、拥抱新零售，推动数字化转型

公司积极布局谋划，拥抱新零售商业未来，为全面引领新零售标杆而迈出信息化建设进程全新一步。各营销中心利用新营销的思路积极融合线上资源，全面打造全渠道新营销模式。光明乳业专属的送奶上门系统——“随心订”取得突破，打开全国布局序幕，“随心订”平台结合自身优势，不断丰富平台品类，全面开展多品种、多品类的送到家服务。2019年11月，公司与阿里云计算有限公司正式达成战略合作，共同推动光明乳业的数字化转型，旨在通过大数据驱动赋能，实现公司全产业链的数字化管理系统搭建，为更好地迎接新零售时代做好准备。

7、海外业务稳步发展，落实多元化战略

2019年，新西兰新莱特主营业务稳步发展，关键财务指标保持稳定，实现营业收入49.55亿元，净利润2.97亿元。产品结构方面，新西兰新莱特在保持较高婴儿配方奶粉业务比重的同时，增加了其他日用乳制品并进入本国商超渠道，进一步拓展丰富产品线。新建的液态乳品生产线及位于北岛的婴儿奶粉生产线已经部分投入运营，新西兰新莱特正在积极开辟新客户，期待尽快满产提升整体毛利。为优化资本结构，多元化融资渠道，降低融资成本，新西兰新莱特在新西兰完

成债券发行，通过锁定较低的融资成本，降低利率波动影响，有利于其长远发展。

5.2 主营业务分析

5.2.1 利润表及现金流量表相关科目变动分析表主营业务分析

单位:元 币种:人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	22,563,236,819	20,985,560,398	7.52
营业成本	15,504,696,954	13,993,223,213	10.80
销售费用	4,860,231,451	4,994,995,363	-2.70
管理费用	695,581,365	668,331,651	4.08
研发费用	68,140,427	58,513,339	16.45
财务费用	104,565,511	201,113,144	-48.01
经营活动产生的现金流量净额	2,409,715,881	1,453,636,150	65.77
投资活动产生的现金流量净额	-1,828,589,554	-1,734,552,115	不适用
筹资活动产生的现金流量净额	-2,170,023,665	771,731,613	-381.19

- 1) 财务费用减少，主要是本期利息支出减少。
- 2) 经营活动产生的现金流量净额增加，主要是本期营业收入增加。
- 3) 筹资活动产生的现金流量净额减少，主要是本期归还银行借款增加。

5.2.2 收入和成本分析

报告期分行业，公司乳制品制造业实现营业收入 200.88 亿元，同比增加 12.36%，主要原因是液态奶营业收入同比增加 11.03%，其他乳制品营业收入同比增加 15.39%；营业成本为 134.84 亿元，同比增加 19.13%，主要原因是收入上升带动成本上升；毛利率为 32.88%，同比减少 3.81 个百分点。牧业实现营业收入 16.69 亿元，同比减少 29.93%，营业成本为 14.64 亿元，同比减少 31.62%；毛利率为 12.30%，同比增加 2.16 个百分点。

报告期分地区，公司境内营业收入 174.52 亿元，同比增加 4.23%；公司境外实现营业收入 49.48 亿元，同比增加 19.79%。

5.2.3 主营业务分行业、分产品、分地区情况

单位:元 币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
乳制品制造业	20,088,351,037	13,483,521,521	32.88	12.36	19.13	减少 3.81 个百分点
牧业	1,669,266,858	1,464,010,025	12.30	-29.93	-31.62	增加 2.16 个百分点
其他	642,886,638	440,538,783	31.47	4.62	-0.76	增加 3.71 个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率比

			(%)	比上年增 减 (%)	比上年增 减 (%)	上年增减 (%)
液态奶	13,801,692,502	8,108,866,369	41.25	11.03	18.74	减少 3.81 个百分点
其他乳制品	6,286,658,535	5,374,655,152	14.51	15.39	19.72	减少 3.08 个百分点
牧业产品	1,669,266,858	1,464,010,025	12.30	-29.93	-31.62	增加 2.16 个百分点
其他	642,886,638	440,538,783	31.47	4.62	-0.76	增加 3.71 个 百分点
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入 比上年增 减 (%)	营业成本 比上年增 减 (%)	毛利率比 上年增减 (%)
上海	5,904,119,955	3,493,830,698	40.82	11.66	14.10	减少 1.27 个百分点
外地	11,548,292,447	7,768,738,283	32.73	0.80	3.47	减少 1.73 个百分点
境外	4,948,092,131	4,125,501,348	16.62	19.79	23.78	减少 2.69 个百分点

牧业收入减少、成本减少主要原因是本期农牧产品贸易收入减少。

5.2.4 产销量情况分析表

主要产品	单位	生产量	销售量	库存量	生产量 比上年 增减 (%)	销售量比 上年增减 (%)	库存量比 上年增减 (%)
鲜奶	吨	319,336	318,590	12,625	29	27	6
酸奶	吨	660,240	669,577	22,474	-6	-3	-29
奶粉	吨	188,166	177,647	49,463	18	4	27
原奶	吨	418,947	418,657	1,353	-5	-5	27

5.2.5 成本分析表

单位：元

分行业情况						
分行业	成本构成 项目	本期金额	本期占总 成本比例 (%)	上年同期金额	上年同 期占总 成本比 例 (%)	本期金 额较上 年同期 变动比 例 (%)
乳制品制造业	直接材料	11,450,698,661	84.93	9,609,513,491	84.90	19.16
	直接人工	389,959,524	2.89	328,583,460	2.90	18.68
	制造费用	1,642,863,336	12.18	1,380,290,047	12.20	19.02

牧业	直接材料	743,763,154	50.80	1,404,561,085	65.61	-47.05
	直接人工	67,500,786	4.61	69,003,027	3.22	-2.18
	制造费用	652,746,085	44.59	667,273,057	31.17	-2.18
其他	直接材料	365,676,325	83.00	368,537,119	83.03	-0.78
	直接人工	23,688,093	5.38	23,850,760	5.37	-0.68
	制造费用	51,174,365	11.62	51,509,281	11.60	-0.65
分产品情况						
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)
液态奶	直接材料	6,896,952,985	85.05	5,804,780,627	85.01	18.82
	直接人工	284,542,628	3.51	240,515,967	3.52	18.31
	制造费用	927,370,756	11.44	783,594,941	11.47	18.35
其他乳制品	直接材料	4,553,745,676	84.73	3,804,732,864	84.75	19.69
	直接人工	105,416,896	1.96	88,067,493	1.96	19.70
	制造费用	715,492,580	13.31	596,695,106	13.29	19.91
牧业	直接材料	743,763,154	50.80	1,404,561,085	65.61	-47.05
	直接人工	67,500,786	4.61	69,003,027	3.22	-2.18
	制造费用	652,746,085	44.59	667,273,057	31.17	-2.18
其他	直接材料	365,676,325	83.00	368,537,119	83.03	-0.78
	直接人工	23,688,093	5.38	23,850,760	5.37	-0.68
	制造费用	51,174,365	11.62	51,509,281	11.60	-0.65

牧业直接材料及成本结构变动主要原因是本期农牧产品贸易收入减少。

5.2.6 主要销售客户及主要供应商情况

前五名客户销售额 374,037.33 万元，占年度销售总额 16.70%；其中前五名客户销售额中关联方销售额 0 万元，占年度销售总额 0%。

前五名供应商采购额 181,531.17 万元，占年度采购总额 20.93%；其中前五名供应商采购额中关联方采购额 30,850.62 万元，占年度采购总额 3.56%。

5.3 费用

单位:元 币种:人民币

项目	金额		增减额	增减比率 (%)
	本期数	上年同期数		
财务费用	104,565,511	201,113,144	-96,547,633	-48.01
其他收益	79,852,477	118,863,368	-39,010,891	-32.82
投资收益	3,140,576	-354,652	3,495,228	不适用
信用减值损失	-7,932,047	-	-7,932,047	不适用
资产处置收益	12,593,867	1,065,921	11,527,946	1081.5
所得税费用	391,325,059	265,711,572	125,613,487	47.27

现金流量套期储备	27,385,899	-32,886,201	60,272,100	不适用
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	77,749,591	-64,273,935	142,023,526	不适用

- 1) 财务费用减少，主要是本期利息支出减少。
- 2) 其他收益减少，主要是本期收到的政府补助减少。
- 3) 投资收益增加，主要是本期对联营企业的投资收益增加。
- 4) 信用减值损失减少，主要是公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，将当期计提的应收账款及其他应收款坏账准备自资产减值损失调整至信用减值损失。
- 5) 资产处置收益增加，主要是本期牛只转让收入增加。
- 6) 所得税费用增加，主要是本期利润总额增加。
- 7) 现金流量套期储备增加，主要是本期下属子公司新西兰新莱特汇率变动导致现金流量套期损益的有效部分增加。
- 8) 归属于少数股东的其他综合收益的税后净额增加，主要是本期税后归属于少数股东的现金流量套期损益的有效部分增加。

5.4 研发支出

单位：元

本期费用化研发投入	68,140,427
本期资本化研发投入	-
研发投入合计	68,140,427
研发投入总额占营业收入比例（%）	0.30
公司研发人员的数量	100
研发人员数量占公司总人数的比例（%）	0.8
研发投入资本化的比重（%）	-

根据公司发展战略和年度规划，公司研发支出主要用于新产品的开发、菌种的研究、生产工艺的不断升级及技术中心的日常运作。

研发人员数量和公司总人数均未包含新西兰新莱特数据。

5.5 现金流

单位:元 币种:人民币

项目	金额		增减额	增减比率（%）
	本期数	上年同期数		
取得投资收益收到的现金	1,500,000	-	1,500,000	不适用
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	308,251,030	209,736,336	98,514,694	46.97
收到其他与投资活动有关的现金	-	74,850,231	-74,850,231	-100.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	85,551,298	184,353,000	-98,801,702	-53.59
取得借款收到的现金	5,920,047,559	4,456,690,790	1,463,356,769	32.84
偿还债务支付的现金	7,771,721,729	3,362,822,890	4,408,898,839	131.11
汇率变动对现金及现金等价	1,244,740	-783,737	2,028,477	不适用

物的影响				
------	--	--	--	--

- 1) 取得投资收益收到的现金增加，主要是本期收到联营企业现金股利增加。
- 2) 处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额增加，主要是本期牛只转让收到的现金增加。
- 3) 收到其他与投资活动有关的现金减少，主要是根据证监会年报会计监管要求，本期将收到的与资产相关的政府补助调整至收到其他与经营活动有关的现金项目。
- 4) 取得子公司及其他营业单位支付的现金净额减少，主要是上期支付收购上海乳品培训中心有限公司、上海奶牛研究所有限公司、益民食品一厂、牛奶棚股权款项。
- 5) 取得借款收到的现金增加，主要是本期子公司新西兰新莱特借款收到的现金增加。
- 6) 偿还债务支付的现金增加，主要是本期归还借款支付的现金增加。
- 7) 汇率变动对现金及现金等价物的影响增加，主要是本期子公司新西兰新莱特现金流量受汇率变动影响增加。

5.6 资产、负债情况分析

单位：元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例 (%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例 (%)	本期期末金额较上期期末变动比例 (%)
货币资金	2,480,002,990	14.06	4,067,655,588	22.68	-39.03
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	950,484	0.01	-100.00
衍生金融资产	30,727,126	0.17	-	-	不适用
其他应收款	102,449,292	0.58	191,019,050	1.07	-46.37
持有待售资产	18,148,150	0.10	-	-	不适用
可供出售金融资产	-	-	2,455,494	0.01	-100.00
长期应收款	-	-	950,000	0.01	-100.00
其他权益工具投资	2,466,703	0.01	-	-	不适用
在建工程	669,061,668	3.79	1,221,771,437	6.81	-45.24
商誉	330,236,841	1.87	252,993,532	1.41	30.53
其他非流动资产	114,412,625	0.65	5,961,789	0.03	1,819.10
短期借款	1,493,958,158	8.47	3,809,856,335	21.24	-60.79
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	97,003,623	0.54	-100.00
衍生金融负债	28,312,398	0.16	-	-	不适用
一年内到期的非流动负债	614,099	-	1,142,040	0.01	-46.23
长期借款	617,455,993	3.50	900,086,863	5.02	-31.40
应付债券	830,577,669	4.71	-	-	不适用
递延所得税负债	188,481,672	1.07	102,619,119	0.57	83.67

- 1) 货币资金减少，主要是本期归还的银行借款增加。
- 2) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产减少，主要是公司自 2019 年 1 月 1 日起执行

新金融工具准则，将原记入以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产分类为“按公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产”，报表列报项目为“衍生金融资产”。

3) 衍生金融资产增加，主要是本期外汇远期合约与乳制品商品期货公允价值增加以及公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，将原记入以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产分类为“按公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产”，报表列报项目为“衍生金融资产”。

4) 其他应收款减少，主要是本期应收企业借款减少。

5) 持有待售资产增加，主要是本期将被列入上海市闵行区土地收储计划的吴中路 578 号、580 号两地块及地上附着物重分类为持有待售资产。

6) 可供出售金融资产减少，主要是公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，将原记入可供出售金融资产的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具投资分类为“按公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产”，报表列报项目为“其他权益工具投资”。

7) 长期应收款减少，主要是本期转移长期应收款且继续涉入形成其他应收账款。

8) 其他权益工具投资增加，主要是公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，将原记入可供出售金融资产的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具投资分类为“按公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产”，报表列报项目为“其他权益工具投资”。

9) 在建工程减少，主要是本期新西兰新莱特液态奶生产基地、婴儿配方奶粉基地完工结转固定资产。

10) 商誉增加，主要是本期新西兰新莱特非同一控制下收购奶酪工厂股权所致。

11) 其他非流动资产增加，主要是本期预付资产竞拍保证金。

12) 短期借款减少，主要是本期归还银行借款增加。

13) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债减少，主要是本期外汇远期合约公允价值减少以及公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，将原记入以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债分类为“按公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债”，报表列报项目为“衍生金融负债”。

14) 衍生金融负债增加，主要是本期公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，将原记入以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债分类为“按公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债”，报表列报项目为“衍生金融负债”。

15) 一年内到期的非流动负债减少，主要是一年内到期的长期借款减少。

16) 长期借款减少，主要是本期归还银行借款增加。

17) 应付债券增加，主要是本期新西兰新莱特发行无抵押次级企业债券。

18) 递延所得税负债增加，主要是本期衍生金融工具公允价值变动确认的递延所得税负债增加。

5.7 对外股权投资总体分析

2019 年，公司实现投资收益 3,140,576 元，公允价值变动收益 0 元，计入其他综合收益的现金流量套期储备 70,148,306 元。

公司对联营企业投资情况详见重大的股权类投资表，非股权投资详见重大的非股权投资，各类金融资产情况详见以公允价值计量的金融资产表。

5.7.1 重大的股权投资

单位：元 币种：人民币

被投资单位	核算方	投资成本	年初余额	增减变动	年末余额	在被投	在被投
-------	-----	------	------	------	------	-----	-----

	法					资单位 持股比 例(%)	资单位 表决权 比例 (%)
上海源盛运输 合作公司	权益法	340,000	1,382,752	-	1,382,752	34	34
金华市海华乳 业有限公司	权益法	14,965,000	22,553,755	2,586,020	25,139,775	20	20
浙江金申奶牛 发展有限公司	权益法	2,800,000	5,435,913	339,551	5,775,464	28	28
天津市今日健 康乳业有限公 司	权益法	41,989,200	41,363,632	-690,990	40,672,642	30	30
四川新希望营 养制品有限公 司	权益法	8,885,204	755,720	-755,720	-	25	25
上海申杭纸业 包装有限公司	权益法	1,946,238	2,070,976	161,715	2,232,691	45	45

5.7.2 重大的非股权投资

单位:万元 币种:人民币

项目名称	项目金额	本年度投资金额	累计实际投入金额	项目收益
江苏辉山乳业及江 苏辉山牧业项目	75,061	-	-	-

2019年12月23日至12月24日,公司参与竞拍江苏辉山乳业及江苏辉山牧业相关资产,并最终人民币75,061万元的成交价格中标(详见2019年12月25日,刊登于《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》及上海证券交易所网站上的相关公告)。

5.7.3 以公允价值计量的金融资产

1) 衍生金融资产

单位:元 币种:人民币

项目	期末余额	期初余额
远期外汇合约	25,504,874	-
乳制品商品期货	5,222,252	950,484
合计	30,727,126	950,484

2) 衍生金融负债

单位:元 币种:人民币

项目	期末余额	期初余额
利率互换合同	28,312,398	26,183,298
远期外汇合约	-	70,820,325
合计	28,312,398	97,003,623

5.8 主要控股参股公司分析

单位：万元 币种：人民币

子公司全称	业务性质	主要产品或服务	注册资本	资产规模	净资产	营业收入	营业利润	净利润
上海乳品四厂有限公司	生产、加工、销售	乳品加工、销售	4,452	29,821	15,721	65,575	7,065	6,638
黑龙江省光明松鹤乳品有限责任公司	生产、加工、销售	乳品加工、销售	21,810	104,721	77,876	89,684	15,205	12,953
武汉光明乳品有限公司	生产、加工、销售	乳品加工、销售	19,516	58,108	37,515	86,108	9,569	7,655
光明乳业(德州)有限公司	生产、加工、销售	乳品加工、销售	5,061	31,672	14,155	80,418	7,548	5,810
天津光明梦得乳品有限公司	生产、加工、销售	乳品加工、销售	10,000	53,961	16,852	74,149	3,292	2,118
光明牧业有限公司	生产,畜牧业	外购、自产鲜奶	83,061	312,149	201,578	325,169	9,208	4,366
新西兰新莱特乳业有限公司	生产、加工、销售	乳品加工、销售	新西兰 万元 15,918	658,877	247,654	495,452	43,138	29,691
广州光明乳品有限公司	生产、加工、销售	乳品加工、销售	2,000	33,491	1,802	62,351	-4,884	-8,026
光明乳业国际投资有限公司	投资	投资管理	美元万 元 34,750	285,171	227,340	21	-9,243	-9,243

- 1) 上海乳品四厂有限公司净利润比上年同期下降，主要是本期费用上升。
- 2) 黑龙江省光明松鹤乳品有限责任公司净利润比上年同期上升，主要是本期毛利率上升。
- 3) 武汉光明乳品有限公司净利润比上年同期下降，主要是本期费用上升。
- 4) 光明乳业(德州)有限公司净利润比上年同期下降，主要是本期毛利率下降。
- 5) 天津光明梦得乳品有限公司净利润比上年同期上升，主要是本期费用下降。
- 6) 光明牧业有限公司扭亏为盈，主要是本期毛利率上升以及牧场退养损失减少。
- 7) 新西兰新莱特乳业有限公司净利润比上年同期下降，主要是本期毛利率下降。
- 8) 广州光明乳品有限公司亏损增加，主要是本期费用上升、毛利率下降。
- 9) 光明乳业国际投资有限公司亏损减少，主要是本期费用减少。

六 公司关于公司未来发展的讨论与分析

6.1 经营计划

2019 年公司实现营业总收入 225.63 亿元，完成率为 104.94%；归属于母公司所有者的净利润 4.98 亿元，完成率为 138.33%；净资产收益率 9.03%，超经营计划 2.73 个百分点。本期超额完成经营计划主要原因是公司液态奶业务、其他乳制品业务同比实现增长。

2020 年全年经营计划为：争取实现营业总收入 240 亿，归属于母公司所有者的净利润 5.06 亿，净资产收益率 7%。2020 年全年固定资产投资总额约 11.42 亿。公司将通过自有资金和外部融资等多种方式筹集资金，拓宽低成本融资渠道，加快资金周转速度，降低资金使用成本。

2020 年，新型冠状病毒肺炎疫情（以下简称“疫情”）对公司生产经营造成一定影响。面对困难和不确定性，在严格执行各项防疫要求，保障员工生命安全的同时，公司已经采取多项措施努力将影响降到最低。目前疫情影响尚无法准确评估，本公司将继续密切关注疫情的发展情况，持续评估疫情的影响程度，动态调整积极应对。

该经营计划并不构成公司对投资者的业绩承诺，请投资者对此保持足够的风险意识。该经营计划并不构成公司对投资者的业绩承诺，请投资者对此保持足够的风险意识。

6.2 公司发展战略

“十三五”期间，公司将紧紧把握消费升级、产业转型、互联网+、一带一路、深化国企改革等发展机遇。以食品安全为基石，以服务国民健康为己任。通过改革、创新和转型，积极应对行业发展的新常态；通过组织变革、管理变革和渠道变革，夯实基础，构建满足公司未来中长期发展的组织体系、管理体系、市场体系；通过打破壁垒，产销分离，资源优化，形成生产系统、分销系统、市场布局的全国一盘棋。用“国际、国内资源做全国市场”，实现走出华东，遍布全国，走向世界的战略目标。

确立主业 1+2 全产业链发展模式。搞好乳业、牧业、冷链物流三大产业布局。致力成为“中国奶牛行业的领导者”、“中国乳业高端品牌引领者”、“中国综合型冷链物流服务龙头企业”。

通过实施牧场升级工程，打造技术先进、管理优良、生态良好的现代化牧场；通过实施食品安全升级工程，建立产品质量追溯体系，推行 WCM 体系（世界级制造），为消费者生产更加安全、健康的产品；通过加大冷链物流网的全国布局和管理提升，着力打造安全、快速的物流服务系统。

公司将以乳业生物技术国家重点实验室、国家级工程实践教育中心、院士专家工作站、上海市专利示范企业等国家级科研平台为基础，打造具有世界一流水平的乳品技术创新中心和国内领先、国际一流的牧业技术创新研究中心。

公司将积极实施供给侧改革，通过产品和技术升级，继续推出高品质新品，树立和提升“中国高端品牌引领者”形象，满足消费者日益增长的对健康、营养和个性化的需求，应对中国乳品市场消费转型升级的新形式，带动公司的业务增长。

公司运用现代信息手段实现从原料、研发、制造、物流、消费全过程的信息化集成、共享、互融；公司将实施精细化管理，深挖内部潜力，努力打造“质量光明”、“效益光明”，构建适应国际化管理要求和市场发展的管理体系，加大对管理人才的培养和引进；公司将加强主要经营风险的防范和管理，确保公司健康、持续、平稳发展。

公司将积极开展资本运营，通过双轮驱动，加快企业发展；公司将加强行业间的合作，努力构建行业和谐氛围；公司将通过加快牧业、饲料、冷链物流重组后的管理整合工作，实现人员、业务、管理的一体化，和做大做强的目标。

公司将继续致力于推进国际化进程，用世界资源与中国市场需求对接，发挥海内外市场的业务协同、技术协同、管理协同，实现优势互补、价值增长、共同发展，不断提升国际业务营收比重和国际化水平。

6.3 可能面对的风险

1、行业风险

未来，乳制品行业仍将面临竞争激烈、成本高位运行等经营风险。本公司将充分利用现有的资源和优势，不断拓展市场，扩大经营规模；同时，进一步加强成本管理、费用管控，增强企业的竞争能力。

2、牛只疾病和防疫的风险

牛只疫病在世界范围内常有发生，牛只疾病将会对乳制品行业和牧业带来风险。本公司历来十分重视牛只疾病的防疫工作，建立了以牛只饲料和牛只健康为中心的防病体系和危机处理系统，并将进一步加强相关技术研究，提高防范牛只疾病和防疫风险的能力。

3、财务风险

本公司属于快速消费品行业，对资产的流动性要求较高。但由于影响资产流动性的因素众多，不排除在公司今后的生产经营中出现资产流动性风险的可能。为了降低资产流动性可能带来的风险，公司将加快应收账款的回收速度和存货管理，并根据公司实际情况和市场行情，加强销售、减少库存、减少资金占用，提高资产的流动性。

4、食品安全风险

乳制品的质量安全与消费者身体健康息息相关，食品安全是质量的底板，公司遵循“追求质量零缺陷”的质量理念，落实品质光明战略，将食品安全置于公司的战略高度，建立了覆盖全产业链的食品安全三级管理体系，强化源头管理、过程管理、应急管理和危机处置。全面对标、吸收、融合世界先进管理标准体系，持续完善以风险评估为基础的食品安全预防管理机制，在产品实现各个环节中识别出关键控制点，遵照合法合规、保障食品安全底线的原则，制定落实了相应的管控措施，定期开展管控措施有效性验证，确保食品安全。

5、生产安全风险

发展决不能以牺牲员工的生命和健康为代价，这必须作为一条不可逾越的红线。公司面对单位多、人员多、危险源多和安全管理不平衡问题，按照“管生产经营必须管安全”的要求，坚持“生命至上，安全发展”的理念，以安全标准化建设为抓手，推广千分制考核体系，全面推进安全文化建设；通过加大安全投入，对标先进，找差距补短板，提升安全管理基础；通过履行企业安全生产主体责任，落实全员安全生产责任制，做到安全投入到位、安全培训到位、基础管理到位、隐患排查治理到位、应急救援到位，确保安全。

6、环保风险

近年来，环境保护作为一项企业应尽义务，对工厂、牧场的要求越来越高。环保出现任何问题，都可能对公司造成重大影响。公司根据国家、地方相关部门先后出台文件为标准，通过做好源头减排工作、加快环保设备设施的改造、加强人员思想教育、加强业务培训、加强对标学习、加强与当地政府部门的沟通交流等措施，不断完善工厂排污、养殖场粪污处理和资源化利用等措施。在资源利用节约化、生产过程清洁化、产业链接循环化、废弃物处理资源化发展上做出垂范，确保环保安全。

七 涉及财务报告的相关事项

7.1 导致暂停上市的原因

适用 不适用

7.2 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

7.3 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

√适用 □不适用

公司自2019年1月1日起首次执行新金融工具准则,对金融资产的分类和计量做出以下调整:

1、对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具投资,原分类为“可供出售金融资产”,依据新金融工具准则规定,分类调整至“以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产”,报表列报的项目为“其他权益工具投资”。

2、对原分类为“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产”的衍生金融工具投资,依据新金融工具准则规定,分类调整至“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产”,报表列报的项目为“衍生金融资产”。

3、对原分类为“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债”的衍生金融工具投资,依据新金融工具准则规定,分类调整至“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债”,报表列报的项目为“衍生金融负债”。本次会计政策变更仅对财务报表项目列示产生影响,对公司资产总额、负债总额、净资产及净利润无影响(详见2019年4月27日《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》及上海证券交易所网站上的《关于会计政策变更的公告》等相关公告)。

7.4 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

□适用 √不适用

7.5 与上年度财务报告相比,对财务报表合并范围发生变化的,公司应当作出具体说明。

7.5.1 非同一控制下企业合并

√适用 □不适用

单位:元 币种:人民币

被购买方名称	股权取得时点	股权取得成本	股权取得比例(%)	股权取得方式	购买日	购买日的确定依据	购买日至期末被购买方的收入	购买日至期末被购买方的净利润
Talbot	2019年8月1日	167,510,698	100	支付现金	2019年8月1日	获得控制权之日	31,481,911	-5,865,904

2019年8月1日,本公司子公司新西兰新莱特以折合人民币167,510,698元的现金对价,向一第三方收购了Talbot100%的股权,由此取得对Talbot的控制,并将其纳入集团合并范围。Talbot公司位于新西兰杰拉尔丁,主要经营奶酪加工及销售业务。

7.5.2 同一控制下企业合并

□适用 √不适用

7.5.3 新设子公司

□适用 √不适用

7.5.4 处置子公司
适用 不适用

董事长：濮韶华

董事会批准报送日期：2020年4月17日