

一、重要提示
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计划,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
李锐	独立董事	因出差在外

除下列董事外,其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名 未亲自出席董事职务 未亲自出席会议原因 被委托人姓名

李锐	独立董事	因出差在外	舒畅
----	------	-------	----

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期普通股股利分配预案或公积金转增股本预案

√ 适用 □ 不适用

是否以公积金转增股本

□ 是 √ 否

公司经董事会审议通过的报告期普通股股利分配预案为:以未来实施分配方案时股权登记日的总股本为基数,向全体股东每10股派发现金红利2.50元(含税),送红股0股(含转股),不以公积金转增股本。

董事会决议通过的报告期优先股利分配预案

□ 适用 □ 不适用

二、公司基本情况

1.公司简介

股票简称	克明面业	股票代码	002661
股票上市交易所	深圳证券交易所	证券事务代表	

联系人和联系方式

董秘会秘书	证券事务代表
王勇	陈燕

湖南长沙市雨花区环保科技园技术创新南路28号

0731-8995187

0731-8995187

kemen@kemeng.net.cn

kemen@kemeng.net.cn

2.报告期主要业务或产品简介

(一)主要业务

公司一直致力于面条的研发、生产与销售。近两年来,陆续增加了面粉、米粉等产品的生产、销售业务。

(二)经营模式

1、采购模式:公司设立采购部,采用集中采购模式,负责统筹生产性物料、大宗设备及物资、基础设施的采购,以保障生产供应,持续降低生产成本。围绕公司年度经营计划及采购需求,建立统一规范的采购流程制度标准,通过与供应商签订采购合同,实施采购业务供应商管理。

2、生产模式:公司设立生产管理中心,负责生产过程的控制和管理。生产模式由多种产品小批量柔性生产转变为集中规模化生产,依据客户订单,通过品项匹配数据模型和订单小批量柔性生产工单系统执行,以实现生产效率最大化。

3、销售模式:公司主要采用经销和直销两种营销模式。由于面市市场属于“粮油调味品”行业中的细分市场,销售渠道目前呈现出“点对点”的特点,公司在全国各地粮油、调味经销商为终端客户,维护经销商客户,在县区、市经销商客户覆盖与服务能力不足,由公司协助经销商开发,经销商分售。同时,公司建立全国A部,与国际、国内经销商直接合作,形成终端客户,以此建立中高端品牌形象,从而加速终端客户、社区、超市、经销商、农贸市场、批发市场等终端客户。

(三)主要业绩驱动因素

公司报告期实现营业收入23,074,070.00元,比上年同期增长57.18%;营业总利润22,491,24.00元,比上年同期增长49.81%;归属于上市公司股东的净利润18,690,956.00元,比上年同期增长65.00%。

报告期营业收入增长的主要原因是(1)公司管理层立足百亿企业的战略目标,制定了新的销售模式,公司主要采用经销和直销两种营销模式。由于面市市场属于“粮油调味品”行业中的细分市场,销售渠道目前呈现出“点对点”的特点,公司在全国各地粮油、调味经销商为终端客户,维护经销商客户,在县区、市经销商客户覆盖与服务能力不足,由公司协助经销商开发,经销商分售。同时,公司建立全国A部,与国际、国内经销商直接合作,形成终端客户,以此建立中高端品牌形象,从而加速终端客户、社区、超市、经销商、农贸市场、批发市场等终端客户。

(四)行业发展趋势、周期性特点及公司所处的行业地位

1、挂面行业主要呈现出以下几大发展趋势和趋势:(1)当前挂面行业的市场集中度仍然较低,但加快集中中的趋势愈发明显,市场份额进一步向行业头部企业集中;(2)在居民消费升级及人口老龄化程度快速提升、全国面食行业形势下,挂面产品品质提升更加重要,更加注重挂面的安全、健康、营养、方便、美观属性,针对特定消费人群的产品(如儿童面条)呈现快速增长;(3)行业技术不断升级,生产效率不断攀升,提高供应链效率,提升面条一体化、生产自动化向信息化迈进,规范化与差异化并存的立体式发展新格局。

2、作为传统健康主食的挂面,属于日常快速消费品,其消费具有较强的稳定性,没有明显的淡旺季特征。

3、根据中国商业联合会中华全国商业信息中心定期公布的《全国连锁店畅销商品月度监测报告》,挂面产品的品牌有“陈师傅”、“金沙河”、“金龙鱼”、“博大”、“中裕”等。监测数据表明:主要的挂面品牌在超市的综合权数市场占有率,数据显示,“陈师傅”品牌超市综合权数市场占有率第一。

下图为2018年12月份超市综合权数市场占有率。

3.主要会计数据和财务指标

(1)近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需要追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

报告期主要业务或产品简介

□ 适用 √ 不适用

3.占公司主营业务收入或主营业务利润10%以上的产品情况

□ 适用 □ 不适用

4.报告期前一会计期间的会计政策、会计估计变更情况说明

□ 适用 √ 不适用

5.报告期前一会计期间的会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

6.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

7.报告期前一会计期间的会计政策、会计估计变更情况说明

□ 适用 √ 不适用

8.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

9.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

10.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

11.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

12.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

13.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

14.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

15.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

16.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

17.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

18.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

19.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

20.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

21.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

22.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

23.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

24.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

25.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

26.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

27.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

28.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

29.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

30.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

31.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

32.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

33.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

34.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

35.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

36.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

37.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

38.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

39.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

40.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

41.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

42.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

43.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

44.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

45.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

46.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

47.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

48.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

49.报告期前一会计期间的重大会计差错更正情况

□ 适用 √ 不适用

50.报告期前一会计期间的重大会计差错更正