证券代码:002539　证券简称:云图控股　公告编号:2021-016

成都云图控股股份有限公司

【2020】年度报告摘要

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规划,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

全体董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议。

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利润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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:以公司总股本1,010,100,000股扣除回购专用证券账户中的回购股份为基数,向全体股东每10股派发现金红利2.00元(含税),送红股0股(含税),不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□ 适用 (不适用

二、公司基本情况

(一)公司简介

股票简称	云图控股	股票代码	002539
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	王生兵	陈银	
办公地址	成都市青羊大道97号1栋优诺国际1204	成都市青羊大道97号1栋优诺国际1204	
电话	(028)87373422	(028)87373422	
电子信箱	zhengquan@wintrueholding.com	zhengquan@wintrueholding.com	

(二)报告期主要业务或产品简介

1、主要业务

公司自成立以来一直专注于复合肥的生产和销售,并沿着复合肥产业链进行深度开发和市场拓展,积极探索稳定发展的新思路,通过多年来的资源整合、品牌塑造、市场渠道、研发及生产能力建设等举措,现已形成复合肥、联碱、磷化工及食用盐等协同发展的产业格局,主要产品包括复合肥、纯碱、氯化铵、磷酸一铵、黄磷、食用盐、工业盐等。公司主要业务及产品情况介绍如下:

(1)复合肥业务

公司以生产和销售多系列、多品种复合肥以及围绕复合肥产业链深度开发为主营业务,复合肥业务是公司的传统核心业务。公司分别在四川眉山、湖北应城、湖北宜城、湖北松滋、河南宁陵、山东平原、新疆昌吉等地设立了复合肥生产基地,是中国复肥行业生产基地最多的供应商之一。截至公告日,公司拥有复合肥年产能50万吨,产品线覆盖全水溶、缓释肥、高塔尿基、高塔硝基、喷浆硫基、喷浆硝硫基、高浓度氯基、高浓度硫基、中低浓度复合肥、有机-无机复合肥等全线产品,满足不同作物不同生长期的营养需求。公司搭建云图农服平台,利用“区块链+金融”解决农业产业链融资瓶颈,通过“区块链+农业”服务于“农资下乡、农业种植管理、农产品进城”全产业链,帮助农业渠道商及种植户解决生产过程中的实际问题。

当下化肥行业变革及洗牌的关键时期,公司以国家农业政策为导向,实施“资源+营销+科技+服务”四轮驱动营销模式,持续推进成本领先发展战略,加快公司从复合肥制造企业向高效种植综合解决方案提供者转型。

(2)联碱业务

联碱业务是公司复合肥上游氯肥的延伸和拓展,也是公司“盐-碱-肥”产业链的关键环节。公司联碱生产基地设在湖北应城,在上游,可依托自有的井盐资源,为联碱生产提供充足的原料;在下游,联碱产品可为复合肥生产提供低成本的氯肥资源,从而实现在方圆1公里范围内打造“盐-碱-肥”一体化产业链,通过各项资源的综合利用和最优配置,达到成本最优控制的目标。截至公告日,公司拥有纯碱、氯化铵60万双吨,硝酸钠和亚硝酸钠10万吨。

为实现企业安全、节能、绿色可持续发展,在激烈竞争的市场环境中脱颖而出,公司联碱业务将依托正在建设的热电联产能源综合利用项目,在安全环保升级、节能降耗技术改造、自动化升级改造等方面加大投入,打造“资源+产业链”模式,持续推进低成本的发展战略。

(3)磷化工业务

磷化工业务是公司复合肥上游磷矿的延伸和拓展。公司自收购雷波凯瑞磷化工有限责任公司后,依托其拥有的磷矿资源、金沙江良好的水运及当地丰富的水电资源,打造磷化工一体化、绿色发展产业链。公司磷化工业务以黄磷、磷酸、磷酸盐及石灰产品生产销售为主,配套有磷矿山、硅矿山、水运码头和专用铁路站场。截至公告日,公司拥有黄磷产能6万吨、磷酸5万吨、磷酸二氢钾1.5万吨、三聚磷酸钠3.5万吨及石灰30万吨,码头年吞吐量达140万吨。

随着磷化工行业发展、国家安全环保标准升级和供给侧改革的不断深入,公司将积极调整产品结构和经营策略,在安全环保升级、上游矿产资源开发、下游产业链条延伸以及生产副产物综合利用等方面进一步加大投资,形成在全国范围内环保水平高、产业聚集全、带动作用强、经济社会效益好的热法磷资源开发集中区。

(4)食用盐业务

食用盐业务是公司复合肥上游“盐-碱-肥”产业链的延伸和拓展。公司自井购复合肥上游盐资源以来,重点发展了食用盐业务,建立了湖北、辽宁等食盐供应基地,完成了盐产品、添加剂、包材等多产业链布局。公司依托研发与工艺优势,先后推出海藻碘盐、低钠盐、鲍怡轻盐、零添加盐等符合国家食用盐发展方向的差异化产品,致力打造多品类健康盐专家。

盐改以来,食盐市场规则和竞争格局不断变化,公司依托食用盐产业链、研发及营销优势,在激烈的市场竞争中保持了稳定的发展势头。

2、公司所处行业情况分析

(1)复合肥行业

公司所处化肥行业中的复合肥行业,属于农业种植产业链后端,是农业发展的重要保障和支撑产业。

1)上下游情况分析

行业上游主要是煤炭、磷矿石、合成氨、尿素等,其价格对化肥生产成本有直接的影响。近几年,尿素等主要原材料价格维持小幅上涨,一定程度上挤压了行业的盈利空间。受国际贸易影响和国内对原料的需求升温,预计未来原料价格较为坚挺。目前,公司已建立一体化产业链,拥有除尿素以外的氮肥完整产业链、从磷矿资源开始的磷肥完整产业链、上游原料、包材基本可实现自给自足,具有较强的成本优势和定价权。

行业下游主要是农业生产,化肥需求量与农业发展息息相关,其中农产品价格与农户种植意愿成正比,直接影响农户对复合肥的需求。2020年以来,国内粮食、蔬菜、水果及奶制品的涨价,农民种植积极性提升,带动复合肥需求回暖。随着粮食安全战略地位的持续提升,国家从宏观层面持续加大对粮食生产的支持力度,而化肥作为粮食的“粮食”,农户投入意愿有望进一步提升。2021年,在农业需求提升和政策带动下,复合肥市场有望持续向好。

2)发展状况及趋势

当前,复合肥行业洗牌速度加快,已进入全面竞争阶段,呈现出以下几种竞争态势:

①存量博弈,优胜劣汰,竞争优势向头部企业集聚

近几年受供给侧改革、安全环保趋严、化肥零(负)增长等政策影响,在上游原料价格波动、下游农作物价格低迷的双重压力下,复合肥行业经历了一轮洗牌,并购重组、资源整合显著加快,中小落后产能逐步退出,行业集中度进一步提高。未来行业整合还将持续进行,强强联合、跨界联合成为新常态,存量博弈、优胜劣汰、强者愈强,竞争优势将逐渐向头部企业集聚,复合肥行业将迎来结构性变化。

②现代化农业快速发展,促使复合肥企业向农业综合服务商转型

当前我国大力发展智慧农业、科技农业、品牌农业,促使农业生产向专业化、标准化、规模化、集约化方向发展,加上大批80后90后进入农资领域以及农业新型经营主体的出现,农业从业人员和经营方式发生变化,这一趋势也催生了农业综合服务的新需求,激活农资市场与渠道,迫使农资企业由“大而全”经营向品牌建设转型,由传统经营向差异化转型、由单纯生产经销向综合服务转型、销售网络向“传统+新型”转变,重构服务体系和业务结构。新形势下,能够打通农业全产业链,从种植技术、田间管理、飞防植保、农业金融、果品购销等多方面提供更加多元专业服务的农资企业,将在激烈的市场竞争中获得更高的市场占有率和粘性。

③功能性肥料发展前景广阔,是产品结构优化的重要方向

大力发展功能性肥料,是复合肥行业转型升级和结构优化的重中之重,也是国家政策和市场需求的发展方向。随着农产品消费升级、农业种植结构改变、农业产业化和规模化、土地流转加快、土壤环境恶化,我国复合肥产品结构正在快速转变,从普通复合肥为主向高效化、专业化、功能化、精准化的新型肥料延伸,尤其是聚焦土壤改良、减量增效、全面营养、环保友好方面的功能性肥料,认可度和使用量逐年增加,化肥利用率也随之提升。随着国家持续加大政策支持和农户理性用肥的意识提高,未来功能性肥料将迎来强劲的发展势头,也将成为复合肥企业产品研发和持续优化的主要方向,而头部企业拥有较强的研发实力和技术支撑,优势将愈加明显。

④农资投入回归理性,高性价比产品越来越受青睐

随着我国农业持续改革、从业结构和经营方式变化,农民对肥料品牌、产品质量的辨识度有了大幅提高,从而对复合肥料的需求也回归理性,从一味追求低价和广告效应向追求高性价比(投入产出比)的产品和品牌快速转变。尤其是在种植景气低迷时期,肥效相近但价格较低的产品、价格相同但肥效较好的产品更容易受到农民青睐。未来产品的性价比将成为复合肥市场竞争的制胜关键。

⑤安全环保高压,绿色发展企业更具竞争力

2020年中央持续开展环境保护督察“回头看”和大气污染问题专项督察,全国各地持续深入“三砺”整治并陆续启动非法违法“小化工”专项整治,加之2021年复合肥料新国标即将实施,行业准入条件及环保标准将不断提升,很大程度上改善环境污染、肥料造假等突出问题,引导化肥行业加快提质增效和转型升级,促进高质量发展和良性竞争。未来绿色发展将是化肥化工行业的主旋律,拥有环保优势、资源优势的化肥企业更具竞争力。

⑥缓解国内压力,拓展国际化市场

随着国家推进“一带一路”战略、取消化肥出口关税、国内化肥负增长,越来越多有实力的肥企选择“走出去”,一方面通过引进国外先进技术、联合设计生产、品牌合作等手段作为突破市场的战略重点,另一方面积极开拓“一带一路”沿线市场,推动特殊化肥转型升级,提升国际化运营能力和竞争力。公司近年加快国际化战略进程,特别是在东南亚市场取得了阶段性的成果。

3)公司所处行业地位及应对措施

公司长期致力为全球农业高效种植提供解决方案,即围绕种植链前后端提供综合解决方案,现已实现一体化产业链和全国产能布局,在绿色高效肥料的研发、生产上一直走在行业前端,资源、成本、研发、环保、渠道优势显著,稳固行业第一梯队,得到了行业肯定和市场认证。后疫情时代,面对农业发展的新业态、新形势和新要求,公司的机遇与挑战并存,重点从三方面积极应对:①强化“内功”,持续打造、完善自有资源产业资源链优势,强化成本控制和产业协同,保持公司的强抗风险能力。②加强在肥料技术的引进、研发和应用,立足市场需求,持续推出优质高效好产品,满足农作物品质、种植效益双提升。③保持不断创新的意识,在产品设计、营销推广、合作模式等方面突破常规,力争走在行业前列。

(2)纯碱、氯化铵行业

1)纯碱行业

纯碱是重要的基础化工品,犹如工业的“粮食”,绝大部分用于工业,小部分为民用。纯碱的主要下游行业为平板玻璃、玻璃制品、无机盐、洗涤剂、漂染、环保、有色金属冶炼等,其中玻璃行业对纯碱需求占比约50%,受工业需求影响,纯碱行业具有明显的周期性。

2016-2020年国内纯碱表观消费量呈增长趋势。随着国内城镇化进程的不断推进,房地产市场蓬勃发展,2017-2018年国内房地产市场行情火爆,近两年国家坚持房住不炒政策,房地产市场有所降温,但房地产竣工数据持续改善,对玻璃需求旺盛。在此情况下,浮法玻璃产能、产量维持高位,对纯碱需求量保持小幅增长态势。2017年中国纯碱表观消费量达到2,577.8万吨,因为纯碱产量的下滑,2018年中国纯碱表观消费量略有下降,2019年开始纯碱表观消费量再度增加。因产量下滑,出口量明显减少,2020年国内纯碱表观消费量累计2,658.54万吨左右,同比减少0.08%。2021年光伏玻璃行业增量明显,全年增加纯碱消耗100-120万吨,对纯碱供需格局会产生较大影响。

公司采用联碱法制碱,年产轻质纯碱60万吨,部分产品满足自用后对外销售。公司纯碱客户群比较稳定,并采用精细化管理,针对不同的客户需求采取差异化的营销方式,提高客户忠诚度,巩固市场渠道和市场份额,有利于维持产销平衡,实现理想的销售价格和良好的经济效益。

2)氯化铵行业

氯化铵在农业上主要用作复合肥原料,可作氮肥施用,可作基肥、追肥,不能用作种肥。1)化肥进入大行情时代,氯化铵随之受益。受疫情影响全球粮食安全受到较大冲击,种业及化肥有较强支撑,货币贬值、全球通货膨胀加剧化肥价格上涨,目前化肥各产品出口价格创近6年新高,后期有望高位盘整或持续上涨。2)氯化铵产能总体较2020年缩减150万吨左右。一是天然气受限,西南各厂产能受限;二是河南、河北合成氨老装置淘汰,产能减少。目前国家出台明文规定限制联碱新增产能,行业产能暂时不会发生太大变化。3)氯化铵市场需求逐年增长。去年以来玉米、豆粕大幅涨价,种粮积极性和种植面积发生变化,特别是东北市场,近几年氯化铵需求大幅增长。4)公司复合肥销量逐年增加,氯化铵作为复合肥原料,70%以上内部消化,其余部分对外销售,销售压力不大,淡季库存,旺季卖,对销售价的把控优势件于其他厂家。

(3)工业盐行业

工业盐也叫做“氯化钠”,在工业上的用途很广,是化学工业的最基本原料之一,被称为“化学工业之母”。我国原盐的消费结构中,原盐分为食用盐、工业盐、农牧盐、渔盐和出口盐,工业用盐占比最大,工业盐用量最大的是纯碱和氯碱工业,在水处理、融雪、冶金、有机合成等领域也有大量应用。工业盐行业受宏观经济的周期性影响较大,工业盐的价格与纯碱和烧碱价格呈正相关。近几年国家先后出台了多项政策、修订了行业标准,以引导制盐工业提高产业集中度和技术水平,特别是2017年实施的《盐业体制改革方案》,进一步放开工业盐管制。制盐行业未来将加快转变经济发展方式,发挥区域优势,合理产业布局,优化资源配置,促进盐、盐化工等的共同发展,增强行业综合实力。报告期受益于下游化工供给侧结构性改革,两碱行业景气度回升,工业盐市场也有所回暖。公司生产的工业盐主要是自用,外销占比较小。

(4)黄磷行业

黄磷是磷酸(盐)、草甘膦等行业的重要基础原料,主产区位于云南、四川、贵州和湖北四省,受近年来三磷整治、安全生产及供给侧改革等政策因素影响,经历了落后产能淘汰、技改达标复产、新增项目规划等状况,黄磷产能不断发生变化。2020年上半年,受疫情影响,全行业上下游企业生产开工率均有所下滑,产量及消耗量均较前几年有明显降低,黄磷价格保持高水平运行。2020年下半年,随着疫情影响的减弱,同时云南、贵州大部分企业通过技改达到复产标准,开工率迅速提升,6月份市场行情出现显著下滑,但自7月份开始价格逐步恢复并保持较高水平运行。

公司黄磷产能达6万吨/年,是全国商品黄磷实际产量最大的单体企业。通过近年来持续升级改造,公司黄磷的工艺技术、生产装置、安全环保水平处于国内领先水平,2020年公司做好疫情防控、稳定生产经营、保持物流畅通,抓住机遇开拓市场,进一步强化了公司黄磷行业主流供应商的地位。公司黄磷装置的开车率和价格走向,对黄磷钠售市场具有引领作用,公司市场竞争力处于全国前列。

(5)食用盐行业

食用盐是居民生活必需品,带有准公共产品特征,产销量相对稳定,不存在明显的周期性,但由于我国各地居民的饮食随季节更替而变化,具有一定的季节性特点。2017年国家实施盐改,在坚持食盐专营制度基础上,推进供给侧结构性改革,生产企业可以直接进入流通渠道,各省级批发企业可以开展跨省经营,同时放开食盐出厂、批发和零售价格,由企业根据生产经营成本、食盐品质、市场供求状况等因素自主确定,至此食盐政府定价、区域垄断的专营格局被打破,市场陷入低价、过度和无序竞争。2020年随着盐改过渡期结束,新的食盐专营管理法规修订完善,各级盐业主管和监管部门到位,盐业专门执法体系建立,新的专营体制框架和市场秩序基本形成,盐企竞争逐渐从混乱回归稳定和理性,但食盐产能结构性过剩、产品同质化、小包盐低价竞销、地方保护主义等问题依然突出。

随着盐改的持续深入,食用盐将从管制商品回归调味品的本质,核心竞争势必是围绕产品质量、品牌、品类、价格、渠道的高水平、高层次竞争。加上盐企兼并重组、转型升级的步伐加快,资源配置势必向具有核心竞争力的盐企集聚,综合实力强的盐企将凭借跨区域经营、产销一体化、技术创新、品牌价值、食盐品类等优势持续扩张成为食盐市场的寡头,少数“大而全”的盐企将成为食盐市场的中坚力量,部分“小而专”的企业将成为食盐市场的有益补充,盐业市场分化加剧,竞争格局正在重塑。

公司致力打造多品类健康盐专家,现已完成从战略到品牌、从产品到营销的全面升级,建立了食用盐产业链优势、研发技术及全品类产品线优势、品牌优势、营销优势四大核心竞争力,产品覆盖全国30个省份市场,在食盐市场中具有充足优势和持续提升的竞争力。

(三)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

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

单位:元

	2020年	2019年	本年比上年增减	2018年
营业收入(元)	9,154,316,093.30	8,626,473,363.85	6.12%	7,868,298,403.33
归属于上市公司股东的净利润(元)	498,555,543.48	213,244,926.03	133.79%	175,723,324.97
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	431,568,273.67	158,357,110.10	172.53%	74,079,786.50
经营活动产生的现金流量净额(元)	998,415,151.67	938,827,504.41	6.35%	492,916,401.68
基本每股收益(元/股)	0.49	0.21	134.46%	0.17
稀释每股收益(元/股)	0.49	0.21	133.79%	0.17
加权平均净资产收益率	14.58%	6.80%	上升7.78个百分点	5.71%
	2020年末	2019年末	本年末比上年末增减	2018年末
资产总额(元)	10,228,958,657.13	9,717,817,468.59	5.26%	10,372,124,476.84
归属于上市公司股东的净资产(元)	3,442,326,088.02	3,215,527,193.89	7.05%	3,104,374,589.58

2、分季度主要会计数据

单位:元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	2,150,711,595.51	2,318,528,853.92	2,334,667,157.80	2,350,408,486.07
归属于上市公司股东的净利润	58,112,617.89	133,568,350.47	178,860,698.61	128,013,876.51
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	46,681,162.08	114,486,205.46	169,035,807.08	101,365,099.05
经营活动产生的现金流量净额	141,326,137.55	495,786,736.26	173,790,356.08	187,511,921.78

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

(四)股本及股东情况

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

报告期末普通股股东总数	32,307	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	28,151	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0

前10名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
宋睿	境内自然人	32.01%	323,282,949	242,462,212	质押	117,770,000
牟嘉云	境内自然人	12.20%	123,212,000	92,409,000	质押	11,000,000
深圳市信诺至诚化工企业(有限合伙)	境内非国有法人	4.93%	49,798,000			
全国社保基金四零一组合	其他	3.27%	33,000,029			
全国社保基金一一六组合	其他	2.98%	30,144,426			
全国社保基金六零四组合	其他	2.97%	29,970,000			
成都云图控股股份有限公司回购专用证券账户	其他	1.59%	16,041,400			
前海人寿保险股份有限公司-分红保险产品华泰组合	其他	1.49%	14,999,993			
前海人寿保险股份有限公司-分红保险产品	其他	0.99%	9,999,961			
中国银行-南方高增长股票型开放式证券投资基金	其他	0.89%	9,000,000			
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中,牟嘉云与宋睿为母子关系,牟嘉云为宋睿的一致行动人。对于其他股东,公司未知他们之间是否存在关联关系,也未知其是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	不适用					

2、公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

3、以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系

(五)公司债券情况

公司不存在公开发行并在证券交易所上市,且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券。

三、经营情况讨论与分析

(一)报告期经营情况简介

2020年,突如其来的疫情给我国经济发展造成重大冲击,也给公司的经营和发展带来巨大压力。面对严峻挑战,公司迎难而上、苦炼内功,保持战略定力,坚持围绕复合肥主业深入发力,强化公司的创新力、竞争力和抗风险能力,同时通过疫情防控、管理改革等各项工作,公司的组织能力和盈利能力得到大幅提升,实现逆势增长和跨越式发展。

经过公司全体干部和员工的共同努力,报告期公司保持了稳定的发展态势,营业收入、净利润等经营指标创新高,具体如下:营业收入915,431.61万元,同比增长6.12%;营业成本752,513.89万元,同比增长3.44%;期间费用82,975.83万元,同比减少10.26%;经营活动产生的现金流量净额99,841.52 万元,同比增长6.35%;归属于上市公司股东的净利润49,855.55万元,同比增长133.79%。公司经营业绩增长的主要原因系依托多年战略布局打下的坚实基础,产业链一体化、产能布局和渠道整合初显成效,报告期主营产品复合肥的销量和毛利同比增长。

公司回顾总结前期披露的经营计划在报告期内的进展情况

2020年,公司严格实施了2019年年度报告所披露的发展战略和经营计划,按照转型规划进行战略布局,多轮驱动公司快速发展,具体情况如下:

1、复合肥业务

2020年,面对新冠疫情和行业变革双重挑战,公司依托化肥全产业链优势,实施“资源+营销+科技”营销策略,持续提升成本力、产品力、品牌力和渠道力,推动公司实现跨越式发展,复合肥销售数量与网点数量稳定增长。

(1)抗疫情,保春耕

2020年疫情爆发,对农资生产、运输、备货、销售造成了较大影响,农资保供工作的重要性进一步凸显。公司第一时间组织“抗疫情、保春耕”行动,积极协调资源、消除影响,全力保障重要产品基地正常开工、销售、发运,获得经销商和种植户的一致认可。公司还中标了2020年度国家化肥商业储备任务40万吨(春耕肥),为化肥供应、粮食安全做出积极贡献。

(2)营销升级,实现逆势突围

当下,化肥行业整合与变革的关键时期,经销商更愿意与具备产业资源和创新营销思维的复合肥企业合作,公司把握机会,突破创新,依托产品力、品牌力、渠道力和成本力,获得一批懂市场、懂营销、懂农民的经销商和种植大户支持,在逆境中实现跨越式发展,巩固了公司在业内领先的地位。公司营销渠道持续发力,渠道拓展和下沉并头并进,最终实现销售规模和终端覆盖率同步提升,截至2020年末,公司一级经销商数量增至5,000多家,渠道整合成效显著;2020年复合肥销量约260万吨,较2019年增长13.04%。

报告期内,公司打造了“直播+全媒体+线下”传播矩阵,集中资源推进系列营销工作,为复合肥开拓市场、做大做强打下坚实基础。1)公司打破传统思路,尝试“网络直播+线上会议”的方式进行市场宣传,及时向经销商和农户传达化肥行情、指导备肥及提供技支持等,报告期共召开3,000次线上会议和直播,其中疫情期间召开1,500余次,取得了良好的效果和口碑。2)借助国家级、地方级电视台以及行业权威媒体进行推广,利用业内交流平台和权威性活动积极发声,并发挥微信公众号、抖音、快手等新媒体渠道优势,不断增强公司的号召力、公信力和影响力,提高市场话语权。3)依托公司在全国的营销渠道,通过线下终端建设、高效种植示范田、常态化的农民会、促销会、观摩会以及地方性和全国性营销宣传活动等常规性推广工作,持续提升品牌知名度和终端覆盖率。

(3)重构农服模式,打造“少花钱 种好粮”行业先锋

随着现代农业改革进程不断加快,农业综合服务已成为农资企业转型和破局的关键。报告期公司重构服务模式,搭建云图农服平台,以产品+服务+产业链赋能为核心,提供订单农业、种植托管、作物全程营养解决方案、农技飞防、区块链金融、产销对接等综合服务。云图农服平台下设大客户部和农业服务部,大客户部主要服务于家庭农场、农业基地等农业经营主体,农业服务部则聚焦为中小型农户提供高效种植综合服务,并通过县级服务中心和乡村服务站落地推进,打造“少花钱 种好粮”的农服先锋。截至公告日,云图农服县级服务中心已突破260家。公司借此契机,向农业种植和流通领域延伸,解决果道商和种植户种植管理、农产品销售等难题,服务于“农资下乡、农业种植管理、农产品进城”全产业链,并利用区块链技术解决农业上下游粮销和资金问题,细化农业服务,增加果道粘性,实现复合肥的增量业务。

(4)延伸产业链,提升竞争力

公司持续延伸复合肥产业链,扩大新型肥料的产能,进一步夯实公司的核心竞争力。报告期,全资子公司荆州嘉施利公司在现有生产线的基础上,充分利用其硫酸、磷酸、蒸汽、氨等资源,新建2条20万吨/年全喷浆新型缓释肥生产线,并于2020年12月试生产。

(5)聚焦农业发展,实施品牌战略

公司聚焦高效种植和品质农业两大发展方向,构建2+4+2的品牌矩阵,进一步清晰核心品牌和产品定位,巩固和提升核心品牌、细分品牌的影响力。1)以土壤修复和减肥增效为切入点,主推桂源“养土”、嘉施利“增效”的品牌定位,持续打造桂源、嘉施利两大核心品牌。2)以植物营养为中心,确立了根动力、增动力、养元多、五谷益四大产品品牌定位,通过打造爆品,精品开拓市场,深挖增量业务。3)以高效吸收和品质为突破口,主推施朴乐(SOUPRO)、棵诺(Cropup)两大特肥品牌。施朴乐作为公司2020年一号工程,依托公司强大的渠道资源,在全国迅速打开了市场和知名度,品牌影响力逐渐提升。棵诺作为公司特肥方面的细分品牌,2021年将持续发力,推动品牌建设和渠道布局。

(6)坚持研发创新,打造差异化产品

公司立足农业发展现状和趋势,结合“桂源”“嘉施利”“土博士”“施朴乐”等品牌定位,不断调整和优化产品结构,重点加大新型肥料的研发,持续打造高品质、高性价比、高科技、高附加值的差异化产品,避免同质化竞争。报告期创新研发有机水溶肥料、含氨基酸水溶肥料、螯合磷酸一铵、全喷浆氯基系列、聚合系列、土壤调理剂等,并引进高端特肥打造棵诺系列,满足不同的用肥需求。

2、联碱业务

2020年,公司坚持疫情防控和经营发展两手抓,科学组织生产,严守安环红线,深化降本增效,最终实现联碱产品产量、销量同创新高,保持了稳定增长的势头。

(1)精准防控保健康。联碱生产基地位于湖北应城,是2020上半年疫情防控的高风险地区。公司高度关注、精准预判,实行全封闭管理,做到疫情防控和生产经营两不误,确保全年无一人感染新冠肺炎,同时不停工不停产。

(2)科学组织创新高。面对疫情的影响和化工行情的低迷,公司充分发挥一体化产业链优势,坚持“以销定产,产销联动”,科学组织生产,抓好产销衔接,以市场为导向灵活调整产销计划,报告期内纯碱、氯化铵、两钠产品的产销量创新高。

(3)技术创新增效益。公司紧紧围绕“降本增效”主题,持续进行技术改造、设备检修、系统优化,通过工艺改良和精细管理,有效降低生产成本。同时2020年全员降本工作如火如荼地开展,并建立了与之匹配的激励机制,形成了浓厚的降本氛围,开辟了新的效益增长点。

(4)风险预控保安全。公司坚守“安全是底线”的理念,坚持“安全第一,预防为主”的方针,进一步完善双重预防体系建设,深入推进班组安全生产标准化,严格执行领导干部“带班制、承包制、动态式”相结合的管理模式,强化安全环保问责制的落实。报告期,安全环保形势保持总体稳定,较大以上的亡事故为零,职业病发病率为零,重大设备事故为零,重大环保事故为零。

(5)项目提速促发展。疫情控制后,公司加快推进热电联产、期货仓库及铁路专线等重点项目,协调解决项目审批、施工、设备验收等实际问题,力争早日投运创效,为公司持续发展增添新的驱动力。

3、磷化工业务

报告期内,公司以强链补链、循环利用、节能改造、科学管理为重点,着力构建磷化工绿色发展模式,为磷化工稳健增长创造积极条件。

(1)科学防控新冠疫情,保证生产系统长周期稳定运行;充分发挥公铁联运的物流优势,有效保障下游客户的需求,进一步强化公司黄磷行业主流供应商的市场地位。

(2)坚持发展循环经济,充分发挥矿化一体化势,实现统一调配、优势互补。报告期内,30万吨活性石灰项目投产运营,让黄磷尾气变废为宝,实现节能减排、综合利用、提升效益,同时向下延伸产业链,开拓新业务、提升竞争力;10万吨/年粉矿成球项目建成运营,使公司环保治理和清洁生产水平进一步提升。此外,公司正在努力推进四川省自然资源厅对牛寨东段磷矿矿区范围划定的审批手续,争取项目完成“探转采”,采矿权取得后将彻底打通上游磷矿产业链,助力公司提升成本优势和行业占位。

(3)磷化工从事业部层面剥各分厂,围绕“精细管理,降本增效”积极开展工作,在生产上节能降耗、经营上挖潜增效、费用上节支降本,报告期成效显著。依托雷波的地理优势,抓好公路、铁路、水路联运,确保终端收益及时变现。雷波凯瑞公司顺利完成石灰业务分割,将其注入新设立的雷波材料公司,促进公司精细化管理和发展。

4、食用盐业务

面对新冠肺炎疫情冲击和盐改日益激烈的竞争形势,报告期公司重点抓防疫、保生产、拓市场、调结构,发挥产业链、研发及营销优势,推动公司食用盐业务稳步发展。

(1)生产方面,公司作为国家防疫生活物资重点保障企业,坚持防疫生产两手抓两手硬,特别是2020年疫情最严重的时期,全力组织生产调运和市场配送,保障了湖北、贵州、河南、广西、山西等省区食盐稳定供应。

(2)产品方面,随着疫情常态化以及居民健康意识的养成,食盐多样化、健康化、高端化趋势明显,公司不断优化和调整产品结构,梳理产品定位,用基础食盐系列消化产能,巩固份额,用高端食盐系列占领市场、提升效益。报告期公司顺应“健康用盐、低盐调味”的新趋势,加大“健怡轻盐”系列、无钾减钠盐、雪花盐、零添加食用盐等高端食盐的推广与培育,为差异化发展奠定产品基石。

(3)营销方面,公司抓住疫情调整的机会,加速营销渠道下沉,进一步巩固食盐市场份额。传统渠道上,继续推行一省一策、精耕细作,建立稳定的销售网络,逐步扩大销售区域。新兴渠道作为传统渠道的有力补充,报告期在新品入场、渠道扩展、O2O业务等方面取得积极成效,提高终端铺货率和市场渗透率,拉动终端动销。

(4)科研方面,公司通过整合资源,不断提升食用盐的研发实力,为公司储备新技术、新产品及开拓市场等方面打下坚实的基础。报告期公司技术研发、产品创新的成果如下:益盐堂(应城)健康盐制盐有限公司被评为“2020年工业企业知识产权运用试点企业”,“食用盐科技成果转化中试研究基地”入选湖北省首批科技成果转化中试研究基地,“零添加食用盐”产品获选列入《2020年湖北省创新产品应用示范推荐目录》。

(二)报告期内主营业务是否存在重大变化

□ 是 √ 否

(三)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

单位:元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
复合肥	4,794,266,479.37	989,841,620.00	20.65%	5.46%	40.55%	上升5.15个百分点
联碱	804,469,500.44	78,704,625.22	9.78%	-14.06%	-57.49%	下降9.90个百分点
品种盐	258,761,413.77	54,125,757.82	20.92%	-9.60%	44.24%	上升7.81个百分点
磷化工产品	1,014,887,754.90	244,137,091.94	24.06%	-6.22%	11.89%	上升3.89个百分点
磷酸一铵	679,513,628.82	145,836,960.68	21.46%	33.50%	156.27%	上升10.24个百分点
其他化工产品	428,961,897.97	39,944,801.69	9.31%	-9.12%	31.08%	下降2.86个百分点
其他产品	841,391,521.13	26,071,022.39	2.98%	74.63%	123.83%	上升0.66个百分点

(四)是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

(五)报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

√ 适用 □ 不适用

报告期内,公司归属于上市公司股东的净利润49,855.55万元,同比增长133.79%,主要原因系报告期主营产品复合肥的销量和毛利同比增长。

(六)面临退市情况

□ 适用 √ 不适用

(七)涉及财务报告的相关事项

1、与上年度财务报告相比,会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

(1)企业会计准则变化引起的会计政策变更

1)公司自2020年1月1日起执行财政部修订后的《企业会计准则第14号——收入》(以下简称“新收入准则”)。根据相关新旧准则衔接规定,对可比期间信息不予调整,首次执行日执行新准则的累积影响数追溯调整本报告期期初留存收益及财务报表其他相关项目金额。

执行新收入准则对公司2020年1月1日财务报表的主要影响如下:

项目	资产负债表		
	2019年12月31日	新收入准则调整影响	2020年1月1日
存货	1,617,775,296.63	53,966,300.58	1,671,741,597.21
预收款项	660,373,366.66	-660,373,366.66	
合同负债		667,575,736.39	667,575,736.39
其他流动负债		56,527,324.10	56,527,324.10
盈余公积	159,336,131.02	-483,039.45	158,853,091.57
未分配利润	907,476,620.24	-9,280,353.90	898,196,266.44

2)公司自2020年1月1日起执行财政部于2019年度颁布的《企业会计准则解释第13号》,该项会计政策变更采用未来适用法处理。

(2)会计估计和核算办法变更情况

报告期内,公司会计估计和核算办法未发生变化。

2、报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述