证券代码:002891　　证券简称:中宠股份　　公告编号:2021-029

烟台中宠食品股份有限公司

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。

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

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196,075,132为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.7元(含税),送红股0股(含税),以资本公积金向全体股东每10股转增5股。

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

1、公司简介

股票简称	中宠股份	股票代码	002891
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	史宇	侯煜玮	
办公地址	山东省烟台市莱山区飞龙路88号	山东省烟台市莱山区飞龙路88号	
电话	0535-6726968	0535-6726968	
电子信箱	shiy@wanpy.com.cn	houyw@wanpy.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

公司是一家全球宠物食品领域多元化品牌运营商,目前公司旗下具备以"Wanpy顽皮"、"Zeal真致"为核心的自主品牌矩阵,其他品牌包括"King Kitty"、"Happy100"、"Sea Kingdom"、"Dr.Hao"、"Jerky Time"以及"脆脆香"等。报告期内公司主要从事犬用及猫用宠物食品的研发、生产和销售业务,公司产品线覆盖全面,涵盖干粮、湿粮、肉干零食、洁齿骨、饼干、猫砂等品类,公司在积极开拓国内市场的同时,产品远销日本、美国、加拿大、德国、英国、法国、澳大利亚、俄罗斯、韩国等50多个国家和地区。

本报告期内公司的主要业务未发生重大变化。

(一)公司的主要产品及经营模式简介

公司目前主要产品包括:宠物干粮、宠物湿粮、宠物零食,每个大类包含多个品种,包括宠物干粮系列、宠物湿粮系列、鸡肉零食系列、鸭肉零食系列、牛肉零食系列、猪肉零食系列、羊肉零食系列、鱼肉零食系列、宠物香肠系列、宠物饼干系列、洁齿骨系列等十余个产品系列,总计1,000多个品种。

公司的经营模式具体情况如下:

1、采购模式

公司生产所需的主要原材料包括肉类、辅料以及包装材料,原材料的采购由采购部统一负责。公司通过《采购控制程序》对采购过程及供应方进行管理与控制,该过程包括合格供应商的选择、日常采购控制以及供应商的监督考核三个环节。

2、生产模式

公司生产采用以销定产的模式进行。销售部门接到客户的订单意向后,先由制造部、品管部、技术研发中心、采购部联合对订单进行评审,评审通过后形成正式合同或订单,销售部门根据订单内容分配到相应的制造部门,由制造部门组织生产。制造部门根据订单要求制定采购方案、安排生产时间、协调各项资源等,再将生产计划交予各生产车间进行具体的生产工作。各车间根据生产计划填写《领料单》,领取所需物料并按产品质量控制的标准进行生产。

生产车间根据生产计划组织产品生产,生产完成并经质量检测合格后进行包装、入库。库管员每天统计半成品、成品入库情况,后续由各销售部门、制造部仓储人员按照客户订单要求组织发货。

3、销售模式

公司一贯重视市场的开拓与维护,设置了国际营销中心和国内营销中心,分别负责国外和国内的市场推广工作。目前,公司主要通过网站推广、参加国外展会、投放广告以及长期客户推荐等方式开拓国外市场,并通过参加国内展会、投放广告、冠名赞助大型的宠物活动和网站推广、新媒体运营等方式开拓国内市场。公司主营业务收入主要源自于境外市场,报告期内,公司产品境外销售收入占主营业务收入的比例为75.73%,产品销往美国、欧盟、日本等国家和地区。国外主要客户为当地拥有品牌的宠物食品经销商。它们大多不从事生产,主要依靠从生产企业购买加工完成的宠物食品,再贴牌销售,少数客户为当地的宠物用品零售商店。

在国外市场中,公司主要是按照客户订单生产OEM/ODM产品,自主品牌销量相对较小。在欧美等发达国家和地区,宠物食品市场发展已较为成熟,一些大型品牌商已树立了牢固的品牌形象,并占据了大部分市场销售渠道,新进品牌的营销成本和风险相对较高。因此,公司采取与当地的知名厂商进行合作,以OEM/ODM贴牌方式进入当地市场。在努力扩大OEM/ODM产品市场规模的同时,公司通过参加国际展会、在专业杂志投放广告等方式逐步加强自主品牌在国外市场的推广力度,积极培育自主品牌市场。国际营销中心专设自主品牌课,专门负责自主品牌的推广与销售。报告期内,公司自主品牌产品已销往欧洲、日本、澳大利亚等几十个国家与地区。

公司境内销售中,将直接对终端消费者的销售界定为直销,将不直接面对终端消费者的销售界定为经销。公司直销的主要销售渠道是公司在京东、天猫以及苏宁等平台开设的网络直营店及烟台工厂店;经销的主要销售渠道包括:电商渠道(如京东、亚马逊、1号店、波奇网等电商网站,或在淘宝等电商平台开设店铺销售产品的客户如金多乐等,其采购公司产品后通过网络销售产品给终端消费者)、商超渠道(如大润发、欧尚、华润万家等连锁商超,其采购公司产品后直接销售给终端消费者)、专业渠道(指面向各地宠物专门店、宠物医院的销售渠道,各地宠物食品用品经销商向公司采购产品,然后向所在地宠物专门店、宠物医院销售)。

(二)公司所处的行业发展情况

1、宠物行业发展概况

(1)国外宠物行业发展情况

随着社会的发展,国民经济的持续增长和人民生活水平的不断提高,在物质生活极大丰富的同时,人们对于精神生活的追求也到了一定的高度。一方面,人们越来越注重培养生活情趣和追求个性化体验,另一方面,传统家庭结构的改变和工作压力的增大,使越来越多的人将感情投注于宠物身上,宠物行业由此逐渐发展起来。

发展至今,宠物行业在发达国家已有百余年的历史,目前已成为一个相对成熟的市场。行业内包括繁育、训练、食品、用品、医疗、美容、保健、保险、趣味活动等一系列产品与服务,产业链条完整,相关标准和监管法规健全、规范,宠物的数量、市场规模经过不断增长累积已达到了较高水平,宠物行业对国民经济、人民生活的影响日益加深。

①美国市场

美国是全球最大的宠物饲养和消费国家,全国有超过半数的家庭饲养宠物,形成了庞大的宠物数量和稳定的市场需求。在美国,饲养宠物有着广泛的家庭基础,自2004年至2018年间,饲养宠物的家庭比例始终保持在60%以上,且在最近几年该比例略有提高,饲养宠物已成为稳定的社会需求。其中,在美国饲养犬类和猫类宠物的家庭数量和占比均较高。至2018年末,饲养犬类宠物的家庭数量为6,340万户,占美国全部家庭比例的50%;饲养猫类宠物的家庭数量为4,270万户,占美国全部家庭比例的34%。同时,该两项指标与美国饲养宠物的家庭比例变动趋势一致,即在最近几年略有提高、长期来看趋于稳定。至2018年末,宠物犬的数量为9,700.20万只,宠物猫的数量为7,600.60万只。庞大的消费群体派生了巨大的市场需求,在2018年,美国宠物食品与用品的市场规模已达624.65亿美元,并呈现出持续增长趋势。

在2008年,受金融危机的影响,美国人均GDP增长放缓,宠物食品与用品的市场规模亦出现了一定程度的下降,自金融危机之后,随着美国经济的复苏,人均GDP企稳回升,宠物食品与用品的市场规模亦恢复较快增长,自2008年至2018年间,年均增长率约为5.48%,2010年至2018年,宠物食品与用品的市场规模增长速度已超过美国人均GDP增长速度。

根据美国APPA统计数据显示,2019年美国宠物产品和服务的销售额达到957亿美元,销售涵盖宠物食品和零食、用品、活体动物和处方药(非处方药)、兽医护理和产品销售、其他服务等类别,较2018年增加5.75%,预计未来行业销售额依然保持上涨趋势,至2020年美国宠物产品和服务的销售额将达到990亿美元。

②欧洲市场

欧洲是全球另一大宠物消费市场,与美国的市场环境类似,在经历了多年的发展之后宠物的数量与消费规模均处在较高的水平。2016年,欧洲宠物食品和用品的市场规模达到343亿美元,较2015年增长1.54%,可见欧洲市场宠物食品和用品市场规模依然保持稳健增长。由于小型犬具有温顺、占用空间小等优势,近年来在德国、奥地利等原本以饲养大型犬居多的国家小型犬(<9公斤)增速显著提升,同时,在饲养小型犬时宠物主人更倾向于购买高端宠物食品及用品,使得在2014年至2019年之间上述国家宠物行业市场规模增长9%以上。

③日本市场

日本是亚洲宠物的饲养和消费大国,其在宠物方面的花费主要用在了宠物食品、宠物用品和宠物养护费方面。尽管近年来日本的宠物数量呈下降趋势,但总体消费规模依然不断增长。近年来,日本受经济下行的不利因素影响,日本宠物食品与用品市场规模增长相对较缓,自2010年至2018年,年均增长率为2.03%,至2018年末,市场规模约为4,640.03亿日元。

④其他新兴市场

除发达国家外,随着印度、巴西和南非等新兴经济体的快速发展,其宠物市场亦已在培育和发展之中;截至到2016年末,上述三个国家的宠物数量合计达1.82亿,2012-2017年,印度、中国、泰国、越南等国家宠物市场的复合年均增长率均超过10%。2018年,亚洲、拉丁美洲宠物食品市场增长率分别为13%、12%,其犬用及猫用食品合计增长额占全球增长额的近三分之二。未来,随着其经济的不断发展和人们收入水平的进一步提高,预计其宠物市场规模将会进一步扩大。

(2)我国宠物行业发展情况

中国宠物行业的发展时间较短,只有十几年的时间,但随着中国经济的快速增长,宠物行业发展迅速。据Euromonitor International调查显示:中国的宠物数量在2003年至2013年的10年间增长了近900%。2013年中国宠物数量已增至1.2亿只,宠物产业销售额突破了900亿元。根据《2020年中国宠物行业白皮书》的数据显示,2020年在疫情的导致线下消费受到影响的背景下,中国城镇宠物(犬猫)消费市场规模保持了正向增长,市场规模达到2065亿,较2019年增长2.0%。未来,随着疫情在我国的良好控制,预计宠物行业市场规模将继续持续稳定的增长。2020年,宠物食品是养宠消费最主要的组成部分,占整体消费支出的54.70%。目前,我国以宠物食品为主,宠物用品、诊疗、洗澡美容为辅的多元化宠物市场生态已初现雏形,且呈现出快速增长的趋势。人均GDP的提升、宠物饲养比例的提高、宠物消费意愿的增强等因素,将持续推动宠物行业的发展。

2、宠物食品行业发展情况

一般认为,最早的宠物食品是在1860年左右,以商品狗粮的形式在英国问世,并相继衍生出了其他类宠物的专用食品,发展至今,宠物食品的种类日益丰富。在目前的宠物食品市场中,具备经济价值并可进行规模化、市场化运作的主要有狗粮、猫粮、鱼粮和鸟粮等,并以狗粮和猫粮为主。

根据产品的用途划分,宠物食品可分为宠物主粮和宠物零食,其中,宠物主粮为宠物日常生活的必需产品,类似于人类食品中的主食,可分为干粮、半干粮和湿粮三类;宠物零食主要供犬、猫类宠物食用,类别丰富,可满足于宠物增加食欲、健康保健、靓丽毛发等多样性需求,类似于人类食品中的副食,可分为肉干类、咬胶类和饼干类等类别,并以肉干类为主。

从市场发展角度来看,宠物主粮出现时间较长,已成为宠物饲养的必需品,目前占据宠物食品市场的主要份额,而宠物零食市场近年来开始兴起,消费者接受度逐步提高,宠物零食市场正逐渐发展成为较大规模的独立市场。相比宠物主粮,宠物零食市场集中度较低,正处在不断发展中,市场潜力与进入空间更大。长期来看,随着对宠物零食研究的不断深入和对宠物健康喂养理念的提高,宠物零食将获得极大发展。

(1)国外宠物食品行业发展情况

①美国宠物食品市场

美国是全球最大的宠物饲养和消费国家,全国有超过半数的家庭饲养宠物,形成了庞大的宠物数量和稳定的市场需求。在美国,饲养宠物有着广泛的家庭基础,自2004年至2016年间,饲养宠物的家庭比例始终保持在60%以上,且在最近几年该比例略有提高,饲养宠物已成为稳定的社会需求。至2016年末,饲养犬类宠物的家庭数量为6,020万户,占美国全部家庭比例的48%;饲养猫类宠物的家庭数量为4,710万户,占美国全部家庭比例的38%。受金融危机的影响,2008年美国人均GDP增长放缓,宠物食品与用品的市场规模亦出现了一定程度的下降,自金融危机之后,随着美国经济的复苏,人均GDP企稳回升,宠物食品与用品的市场规模亦恢复较快增长,自2008年至2016年间,年均增长率约为6.35%,2010年至2016年,宠物食品与用品的市场规模增长速度已超过美国人均GDP增长速度。

②欧洲宠物食品市场

欧洲是全球另一大宠物消费市场,与美国的市场环境类似,在经历了多年的发展之后宠物的数量与消费规模均处在较高的水平。以欧盟为代表的欧洲宠物食品市场规模亦呈不断增长之势,其宠物食品市场规模及增长情况虽然受经济增长放缓的不利因素影响,欧盟地区的宠物市场规模仍保持持续增长态势。自2010年至2017年间,年均增长率约为2.66%,至2017年末,欧盟国家的宠物食品销售额达到132.43亿欧元。

③日本宠物食品市场

2010年至2018年间,日本宠物食品行业市场增长率约为2.16%。至2018年末,日本宠物食品市场规模约为3,440.58亿日元,其中犬、猫类宠物食品的市场规模约为2,892.80亿日元,占宠物食品总规模的84.08%。

日本犬、猫类宠物食品市场中,2010年至2018年间,宠物主粮与宠物零食市场与其宠物食品市场整体发展趋势一致,日本犬、猫类宠物主粮与宠物零食市场缓慢增长,其中,犬、猫类宠物主粮市场的年均增长率约为1.35%。至2018年末,市场规模约为2,298.50亿日元,占犬、猫类宠物食品市场规模的79.46%,占宠物食品市场总规模的66.81%;犬、猫类宠物零食市场的年增长率约为3.38%,至2018年末,市场规模约为594.30亿日元,占犬、猫类宠物食品市场总规模的20.54%,占宠物食品市场总规模的17.27%。

(2)我国宠物食品行业发展情况

我国的宠物食品行业与整体宠物行业同步发展,虽然只有十几年的发展时间,但发展速度很快,形成了一定的行业规模。自2010年至2018年间,我国宠物食品行业规模以上企业的工业产值年均增长率达20.98%。至2018年末,我国规模以上宠物食品企业年产值规模为467.96亿元。与工业产值相对应,我国宠物食品行业销售收入同样发展迅速,自2010年至2018年间,年均增长率达21.34%,2018年,我国规模以上宠物食品企业收入总额为456.55亿元。我国宠物食品行业销售规模的迅速扩大,主要得益于国内市场规模的快速增长,国内销售收入的增长明显快于行业总销售收入的增长,自2010年至2018年间,国内销售收入年均增长率达27.15%,至2018年末,我国规模以上宠物食品行业国内销售收入为395.63亿元,可以预见一段时期内我国宠物食品市场将有望持续快速发展。2018年宠物食品已成为中国食品饮料板块中销量增速最快的子品类,销量增速超过15%。

在中国宠物食品市场规模方面,2020年中国宠物食品市场规模达到1,129.56亿元,其中,宠物干粮市场规模为813.61亿元,宠物零食市场规模为402.68亿元。在宠物食品消费结构方面,宠物零食得益于品种丰富、适口性良好等特点,市场认可度大幅提升,2020年宠物零食在宠物食品消费支出中占比达35.65%。

在宠物食品消费结构方面,宠物零食得益于品种丰富、适口性良好等特点,市场认可度大幅提升,2019年宠物零食在宠物食品消费支出中占比达31.76%,较2018年增加9.73个百分点,为2019年宠物食品消费结构中增幅最大的品类。

我国宠物食品出口规模在2010年至2012年间增长较快;自2013年开始受美国的宠物食品安全事件和日本宠物食品市场增长乏力的影响,宠物食品出口规模有所下降;但随着美国的宠物食品安全事件影响趋于缓和,中国产宠物食品在美国市场认可度回升,并且欧洲宠物食品市场的持续向好,2017-2018年宠物食品出口规模企稳回升;受中美贸易摩擦的影响,自2019年1月1日起美国开始对从中国进口的宠物食品加征25%的关税,使得当年宠物食品出口美国市场规模有所回落,进而致使宠物食品出口规模有所下降,2019年度我国宠物食品实现出口额为87,059.27万美元。

3、公司行业地位以及市场占有率情况

公司设立以来专注于宠物食品领域,目前产品涵盖犬用和猫用两大宠物食品品类,产品包含主粮和零食等类别,可生产干粮、湿粮和零食在内的全系列产品,是我国较早从事宠物食品业务的企业之一,通过多年的技术积累和市场开拓,在产品开发设计能力、产品质量、品牌影响力、客户资源等方面均具有竞争优势。

公司于2007年设立了技术研发中心,专注于公司新项目研发、技术引进与改造等工作。经过多年的研发成果和技术积累,公司利用首次公开发行募集资金于2018年10月完成宠物食品研发中心的建设升级,引入行业领先的研发设备和质量检测设备,综合提升公司的自主创新能力和研发水平,保持公司产品和技术在行业内的领先地位。截至2020年12月31日,公司共有133项国家专利,其中,发明专利13项、实用新型专利8项、外观设计专利112项。

近年来,我国宠物行业得益于居民收入水平的不断提高、中国人均GDP的提升、人口趋于老龄化以及养宠习惯改变及消费升级等因素,我国宠物行业发展稳定。根据《2020年中国宠物行业白皮书》的数据显示,2020年在疫情的导致线下消费受到影响的背景下,中国城镇宠物(犬猫)消费市场规模保持了正向增长,市场规模达到2065亿,较2019年增长2.0%。

近年来,随着宠物行业的稳定发展,公司制定了在保障外销业务稳定发展的同时,大力开拓国内市场、建设自主品牌的市场战略。在国内市场中,公司在线上线下各渠道均进行较为充分的布局。线下渠道方面,公司在沃尔玛、大润发等商超渠道、综合性宠物医院新瑞鹏集团等专业渠道均已展开战略布局,线上渠道方面,公司投资了北京好氏(威海好宠)、领先宠物等聚焦线上渠道的销售公司,并与阿里巴巴以及京东达成战略合作。长期积累的优质客户资源为公司的健康、稳定发展提供了重要保障。

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	2,232,754,482.14	1,716,238,572.56	30.10%	1,412,258,319.87
归属于上市公司股东的净利润	134,884,756.84	79,007,772.38	70.72%	56,444,665.01
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	125,336,689.98	67,559,252.46	85.52%	58,214,116.92
经营活动产生的现金流量净额	16,838,123.07	96,865,083.35	-82.62%	27,163,700.36
基本每股收益(元/股)	0.75	0.46	63.04%	0.33
稀释每股收益(元/股)	0.75	0.46	63.04%	0.33
加权平均净资产收益率	11.66%	9.56%	2.10%	7.87%
	2020年末	2019年末	本年末比上年末增减	2018年末
资产总额	2,502,840,080.12	1,700,206,819.50	47.21%	1,407,347,375.82
归属于上市公司股东的净资产	1,727,536,522.45	843,980,985.33	104.69%	744,082,645.07

(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	372,870,873.38	615,614,412.33	631,654,058.91	612,615,137.52
归属于上市公司股东的净利润	8,271,218.87	37,844,944.51	50,127,239.10	38,641,354.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	7,049,741.19	34,620,563.68	49,264,230.03	34,401,155.08
经营活动产生的现金流量净额	-25,700,520.24	-60,159,233.36	-68,160,791.23	170,858,667.90

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

4、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

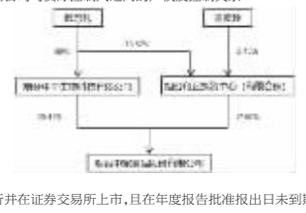
报告期末普通股股东总数	16,383	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	21,228	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前10名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
烟台中幸生物科技有限公司	境内非国有法人	26.41%	51,790,500	0			
烟台和正投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	17.69%	34,694,063	-1,160,700			
日本伊藤株式会社	境外法人	10.71%	21,000,000	0			
香港中央结算有限公司	境外法人	1.52%	2,987,097	2,987,097			
中国光大银行股份有限公司-汇添富稳健添盈一年持有期混合型证券投资基金	其他	1.48%	2,899,927	2,899,927			
阿布达比投资局	境外法人	0.82%	1,612,070	-70,017			
乌鲁木齐凤凰基石股权投资管理有限合伙企业-马鞍山中安基石长三角发展新动能基金合伙企业(有限合伙)	其他	0.81%	1,597,333	1,597,333			
宋永	境外自然人	0.81%	1,583,006	1,583,006			
中国建设银行股份有限公司-麟通转型三动力灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.79%	1,556,543	1,556,543			
摩基国际投资公司-MATTHEWS ASIA FUNDS(US)	境外法人	0.75%	1,471,799	1,471,799			
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前10名股东中,烟台中宠生物科技有限公司的实际控制人郝忠礼先生与烟台和正投资中心(有限合伙)的执行事务合伙人肖爱玲女士为夫妻关系。除此以外,本公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系,也未知上述股东之间是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》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)	股东烟台中幸生物科技有限公司、股东宋永既通过普通证券账户持有,又通过信用交易担保证券账户持有公司股票。						

(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



5、公司债券情况

公司是否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

否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

(一)总体经营情况概述

2020年,新冠疫情作为全球最大的"黑天鹅"事件,对世界的经济造成了巨大负面冲击,各国疫情防控的成效参差不齐,在一定程度上加速了全球经济结构的重构。我国通过相对有效的疫情防控,成为世界主要经济体中唯一在2020年录得正增长的国家。

疫情之下,公司积极履行企业责任,在确保企业疫情防控的情况下进行安全有序复工复产;同时,在常态化疫情防控中公司紧紧围绕年初制定的战略部署,扎实稳妥的开展各项工作,持续提升经营效率和管理效益。2020年,在疫情的的背景下,我国宠物行业继续保持了正向增长,市场规模达到2065亿,较2019年增长2.0%。公司亦持续的以优质的产品和服务为基础,以客户需求为导向,深耕渠道,持续进行技术创新,积极拓展国内外市场,为公司未来进一步发展打下了良好的基础。

报告期内,在公司董事会的正确领导下,经过公司管理层与全体员工的不懈努力,实现了收入的稳步增长。报告期内,公司实现营业收入223,275.45万元,同比增长30.10%;营业利润19,637.03万元,同比增长78.69%;利润总额19,643.56万元,同比增长66.14%;实现归属于上市公司股东的净利润13,488.48万元,同比增长70.72%。

(二)2020年重点工作回顾

1、开展资本运作,战略布局抢占先机

报告期内,公司借助资本市场的优势,积极开展资本运作,在加强国内市场建设的同时,积极推进全球化战略布局。报告期内,经中国证券监督管理委员会《关于核准烟台中宠食品股份有限公司非公开发行股票的批复》(证监许可【2020】1627号)核准,公司非公开发行人民币普通股17,373,312.00股,募集资金总额为人民币651,499,200.00元,将投资建设"年产6万吨宠物干粮项目"、"年产2万吨宠物湿粮新西兰项目"及"营销中心建设及营销渠道智能化升级项目"。

上述募投项目均紧密围绕公司主营业务和产业布局,项目建设完成后,公司将在国内扩大宠物干粮的生产规模,并在新西兰拥有高端宠物湿粮生产基地,并且在国内建立营销中心及大数据中心。上述项目的建设,有利于公司提高生产装备水平,完善公司宠物产品结构,进一步扩大全球协同的战略化布局,全面提升公司综合竞争力,有利于巩固和深化公司在行业中的领先地位和竞争优势。

2、推行精益管理,力争降本增效

报告期内,公司着力推进精益化管理,全面实行降本增效,建立完善全方位的成本控制体系,从采购、生产、研发、销售等多个层面降低成本。同时,公司持续不断的优化生产工艺,增加生产流程中的机械化程度,提高生产效率。

与此同时,公司注重成本管控,为了增强全员成本控制意识,公司将成本控制落实到各个部门、车间,以管理层人员为表率,全员积极实行的方式,使降成本、提效率渗透到每一位公司员工,从而最终实现进一步提升公司产品整体竞争力的目的。

3、健全知识产权体系,加快研发步伐

随着相关组织机构和规章制度的逐步完善、研发团队的不断培育和日益壮大,公司研发水平不断提高,2012年11月30日,公司取得了高新技术企业证书,2013年,公司技术研发中心被烟台市科学技术局认定为市级工程技术研究中心,其实验室于2014年12月19日被中国合格评定国家认可委员会授予《实验室认可证书》。公司于2018年取得了换发的高新技术企业证书。报告期内,公司在现有产品基础上,采用新技术、新设计、新配方、新工艺及先进的研发、试验和测试手段,加大研发投入。加快产品研发和技术创新,实施"研发一批、试制一批、投产一批"。进一步提高产品质量,丰富产品种类,完善公司产品体系为公司的发展提供强大的后劲,提升公司的核心竞争力。截至2020年12月31日,公司共有133项国家专利,其中,发明专利13项、实用新型专利8项、外观设计专利112项。

4、持续推进营销品牌与渠道建设,全面完善国内外市场的开拓

国内宠物食品市场已进入快速增长期,市场竞争未来将从单纯的价格竞争、渠道竞争演变为品牌竞争。报告期内,公司持续加强品牌建设,以保障产品质量为基础,立足现有市场地位,增加品牌知名度,拓展市场影响力。在品牌运营方面,公司将继续贯彻以"Wanpy顽皮"、"Zeal真致"为核心的品牌战略,通过不同的品牌定位迎合各细分市场的需求,通过升级产品品质、广告投放支持、营销活动加强,积极塑造、传递和提升公司的品牌形象。在市场营销方面,公司将进一步加大市场宣传推广力度,加强对销售团队的培训与考核,不断提升公司品牌在全国市场的影响力。报告期内,公司实现境内主营业务收入54,196.10万元,较去年同比增长57.74%。

5、完善人才团队建设机制,加大人才团队建设

报告期内,根据公司所处的发展阶段和业务发展的需要,通过内部培训、联合培养、人才引进等多种方式大力扩充销售、研发、管理等方面人才队伍,不断改善员工的知识结构、年龄结构和专业结构,建立符合企业快速发展需要的人才梯队。

(1)充分挖掘内部人力资源的潜力,在公司员工中开展后续职业技能培训,提高现有员工的业务素质和技能;

(2)在现有人员的基础上,优化人才结构,继续引进营销、研发、经营管理等方面的专业人才;

(3)加大与国内外高校、科研院所的合作力度,实施产、学、研相结合的人才培养思路,共同培养专业人才。

6、深耕海外市场,业绩稳步提升

报告期内,公司通过美国工厂、加拿大工厂及原有客户资源继续开拓北美市场,同时在进一步巩固和扩大公司原有客户群体和供货区域的基础上,加大新兴市场的开拓力度,并大力提高公司产品自主品牌的比例,通过引进专业人才,坚持国际化、专业化的品牌运营道路,保障了公司外销业务的稳定发展。报告期内,公司实现境外主营业务收入169,079.35万元,较去年同比增长23.18%。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

□ 是 √ 否

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

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
宠物零食	1,711,844,794.53	1,296,868,395.59	24.24%	22.78%	17.56%	3.36%
宠物罐头	310,746,470.26	226,528,348.30	27.10%	34.04%	42.77%	-4.46%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5、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

6、面临退市情况

□ 适用 √ 不适用

7、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. 2017年7月5日,财政部发布了《企业会计准则第14号——收入(2017年修订)》(财会〔2017〕22号)。根据新收入准则的施行时间要求,公司于2020年1月1日起执行,并依据准则的规定对相关会计政策进行变更。根据新收入准则中衔接规定相关要求,公司对上年同期比较报表不进行追溯调整,本次会计政策变更不会对公司以前年度的财务状况、经营成果产生影响。

上述会计政策变更事项已经公司第二届董事会第三十六次会议、第二届监事会第二十六次会议批准。

2、公司首次执行新收入准则,首次执行当年年初财务报表相关项目情况

(1)合并资产负债表

项目	2019年12月31日	2020年01月01日	调整数
流动资产:			
货币资金	166,769,750.06	166,769,750.06	
交易性金融资产	6,900.00	6,900.00	
衍生金融资产			
应收票据			
应收账款	233,958,538.81	233,958,538.81	
应收款项融资			
预付款项	12,199,261.75	12,199,261.75	
其他应收款	12,388,213.96	12,388,213.96	
其中:应收利息	32,082.61	32,082.61	
应收股利			
存货	294,602,676.30	294,602,676.30	
持有待售资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	44,034,825.41	44,034,825.41	
流动资产合计	763,960,166.29	763,960,166.29	
非流动资产:			
可供出售金融资产			
债权投资			
其他债权投资			
长期应收款			
长期股权投资	68,153,419.90	68,153,419.90	
其他权益工具投资	29,644,455.28	29,644,455.28	
其他非流动金融资产			
投资性房地产			
固定资产	427,743,374.45	427,743,374.45	
在建工程	153,640,005.83	153,640,005.83	
生产性生物资产			
油气资产			
无形资产	46,270,302.71	46,270,302.71	
开发支出			
商誉	67,158,588.82	67,158,588.82	
长期待摊费用	105,411,413.24	105,411,413.24	
递延所得税资产	28,449,250.31	28,449,250.31	
其他非流动资产	9,775,842.67	9,775,842.67	
非流动资产合计	936,246,653.21	936,246,653.21	
资产总计	1,700,206,819.50	1,700,206,819.50	
流动负债:			
短期借款	270,027,470.00	270,027,470.00	
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债			
交易性金融负债			
衍生金融负债			
应付票据	7,546,835.30	7,546,835.30	
应付账款	163,445,337.89	163,445,337.89	
预收款项	3,833,878.68		-3,833,878.68
合同负债		3,793,010.71	3,793,010.71
应付职工薪酬	23,995,545.66	23,995,545.66	
应交税费	810,894.49	810,894.49	
其他应付款	4,707,023.43	4,707,023.43	
其中:应付利息	964,197.01	964,197.01	
应付股利			
持有待售负债			
一年内到期的非流动负债	8,400,000.00	8,400,000.00	
其他流动负债		40,867.97	40,867.97
流动负债合计	414,766,985.45	414,766,985.45	
非流动负债:			
长期借款	29,400,000.00	29,400,000.00	
应付债券	139,367,199.09	139,367,199.09	
其中:优先股			
永续债			
长期应付款			
长期应付职工薪酬			
预计负债			
递延收益	2,382,109.09	2,382,109.09	
递延所得税负债	550,423.05	550,423.05	
其他非流动负债			
非流动负债合计	171,699,731.23	171,699,731.23	
负债合计	586,466,716.68	586,466,716.68	
股东权益:			
股本	170,008,350.00	170,008,350.00	
其他权益工具	53,547,658.79	53,547,658.79	
其中:优先股			
永续债			
资本公积	337,990,425.59	337,990,425.59	
减:库存股			
其他综合收益	1,375,055.59	1,375,055.59	
专项储备			
盈余公积	22,578,524.33	22,578,524.33	
未分配利润	147,956,718.93	147,956,718.93	
股东权益合计	733,456,733.23	733,456,733.23	
负债和股东权益总计	1,319,923,449.91	1,319,923,449.91	

调整情况说明:按照财政部2017年7月5日修订发布的财会〔2017〕22号《企业会计准则第14号-收入》准则,要求境内上市的企业自2020年1月1日起施行新收入准则。根据准则的要求我们对期初已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务调整至合同负债列示,因而导致期初预收款项减少3,833,878.68元,合同负债增加3,793,010.71元,其他流动负债增加40,867.97元,对其他报表项目没有影响。

(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的情况。

(3)与上年度财务报告相比,合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

1、非同一控制下的企业合并

(1)本期发生的非同一控制下企业合并

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
杭州中宠华元宠物科技有限公司	2020.10.20	275万	55.00	购买	2020.10.20	取得实际控制权		375.00
樟树市众鑫金鼎投资管理中心(有限