公司代码:605179　　公司简称:一鸣食品

浙江一鸣食品股份有限公司

2020 年度报告摘要

一 重要提示

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。

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。

3 公司全体董事出席董事会会议。

4 天健会计师事务所(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。

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

经天健会计师事务所(特殊普通合伙)审计,在合并报表下,公司2020年度实现的归属于本公司股东的净利润 132,441,770.64 元。公司董事会决定拟以权益分派实施时股权登记日的总股本为基数,向全体股东每10股派发现金股利2.30 元(含税),预计共分配利润 92,230,000.00 元(含税),占公司2020年度归属于上市公司股东净利润的69.64%,占公司2019年,2020年度归属于上市公司股东净利润之和的30.10%,剩余未分配利润结转以后年度。

二 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	一鸣食品	605179	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	林益雷	金洁
办公地址	浙江省温州市平阳县一鸣工业园	浙江省温州市平阳县一鸣工业园
电话	0577-88351 0180	0577-88351 0180
电子信箱	82091418@qq.com	1009363539@qq.com

2 报告期公司主要业务简介

(一)报告期内公司所从事的主要业务

公司主要从事新鲜乳品与烘焙食品的研发、生产、销售及连锁经营业务。其中,乳品主要包括低温巴氏杀菌乳、风味发酵乳、调制乳以及蛋奶、热奶等特色乳饮品,烘焙食品包括各式短保质期的面包、米制品等。公司产品以“新鲜、健康、营养”为定位,低温乳品保质期通常在15天以内,烘焙食品保质期通常在4天以内,并主要通过“一鸣真鲜奶吧”连锁门店进行销售。

(二)经营模式

乳品行业的上游行业为奶牛养殖业,烘焙行业的上游行业主要为面粉加工、糖类制造、油类加工、酵母制造等食品原料制造行业。公司建立了涵盖奶牛养殖、食品加工和连锁经营管理等全产业链业务体系,形成了“三产接二连一”的一体化经营模式。

1、采购模式

公司采购的原材料主要包括生鲜乳、奶粉、面粉、粮油、肉制品及包装材料等,其中,生鲜乳采购由奶源事业部统一管理,其他原辅料由供应中心负责管理。公司采购模式在以产定购的基础上,兼顾库存和采购周期,保证安全库存满足生产计划所需。

2、奶源供应模式

公司主要通过与合作的生鲜乳供应商建立了长期、深入的合作关系及互利、持续的管理模式,保障了生鲜乳的良好品质与稳定供应。

3、产品生产模式

公司对乳品、烘焙食品、米类食品等核心产品实行自主生产的生产模式,并建立了一套完善的“智慧一鸣”生产与销售一体化信息系统,及时汇总各种渠道的需求信息并快速转化为生产指令。例如,奶吧门店每日定时将产品需求通过终端系统发送给信息中心,生产部门根据需求统计调整每日生产的具体品种及产量,运输部门通过冷链物流体系对产品进行及时配送。

4、运输模式

公司购置了多种型号的冷藏车,并组建了干线冷链物流车队,运输过程中实行GPS全程监控,并通过建设智能要货平台、冷链安全控制系统等多个IT系统,逐步推动公司物流体系向智慧物流转型,在采购端、配送端分别做好生鲜乳运输和冷链车辆的管控。

5、销售模式

公司产品销售以“一鸣真鲜奶吧”连锁门店为主要渠道,辅以非门店销售渠道。其中,公司的奶吧门店采取加盟与直营相结合的经营模式;非门店渠道的区域经销主要通过区域经销商面向早餐店、学校等终端进行产品销售,直销主要包括向商超、团购客户销售、自动售货机等。

(三)行业情况

1、乳品行业发展概况

伴随着我国经济增长,居民健康意识的不断提高,国内消费者对以液态乳为代表的乳制品消费量实现了跨越式增长。但是我国人均液态乳消费量在全球处于中下水平,与美国等发达国家相比更是差距甚大。根据《全国奶业发展规划(2016-2020年)》统计,我国人均奶类消费量仅为世界平均水平的1/3,发展中国家平均水平的1/2,我国人均液态乳制品仍存在巨大的市场空间。

2、烘焙行业发展概况

烘焙行业在我国已经有久远的历史,但现代烘焙业在国内发展仅有二十余年的时间。我国最初的烘焙食品呈现家庭作坊、市场分散、品质参差、渗透率低的特点,随着国民经济的快速发展、西餐中的典型食品逐步走进国内消费者日常生活,烘焙行业进入标准化、品牌化与集中度逐步提升的发展阶段。

3、公司行业地位

公司以“新鲜健康的食品,真诚永远的服务”为品牌理念,以终端奶吧门店为主要销售驱动,以冷链物流体系、持续产品创新及可靠质量保障为支撑,实现了短保质期新鲜乳品、烘焙食品的规模化生产与销售,满足了消费者对新鲜、健康、营养食品的一站式选购需求与消费升级。公司的“一鸣真鲜奶吧”专业食品连锁门店经营模式,开创了乳品与烘焙食品的新型销售渠道,以“乳品+烘焙”饮食组合的消费特征为基础,突破了传统乳品企业或烘焙企业经营品类单一性的发展局限,综合业务规模已显著高于众多品类单一的乳品企业或烘焙企业。

报告期内,公司的主营业务、经营模式及行业情况没有发生重大变化。

3 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

	2020年	2019年	本年比上年增减(%)	2018年
总资产	2,414,615,330.06	1,390,618,711.43	73.64	1,015,849,038.23
营业收入	1,947,177,891.01	1,997,112,513.68	-2.50	1,754,967,299.79
归属于上市公司股东的净利润	132,441,770.64	173,994,761.11	-23.88	157,447,840.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	118,417,775.73	160,688,018.02	-26.31	150,720,777.20
归属于上市公司股东的净资产	1,289,822,544.77	661,227,018.09	95.07	487,489,444.68
经营活动产生的现金流量净额	210,272,254.86	297,962,807.98	-29.43	265,948,324.95
基本每股收益(元/股)	0.39	0.51	-23.53	0.46
稀释每股收益(元/股)	0.39	0.51	-23.53	0.46
加权平均净资产收益率(%)	18.22	30.29	减少12.07个百分点	34.94

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	283,786,884.48	514,880,909.71	567,379,370.91	581,130,725.91
归属于上市公司股东的净利润	-9,731,107.81	67,361,524.37	41,295,057.35	33,516,296.73
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-12,877,445.12	59,745,604.37	39,121,548.83	32,428,067.65
经营活动产生的现金流量净额	-126,200,799.71	149,085,792.14	107,773,261.44	79,614,000.99

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

4 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)						61,555
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)						8
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)						
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)						
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 股份状态	质押或冻结情况 数量	股东性质
浙江明春投资有限公司	0	161,908,000	40.38	161,908,000	无	0	境内非国有法人
李美香	0	76,194,000	19.00	76,194,000	无	0	境内自然人
朱立科	0	31,756,000	7.92	31,756,000	无	0	境内自然人
朱立群	0	31,756,000	7.92	31,756,000	无	0	境内自然人
平阳心悦投资管理合伙企业(有限合伙)	0	16,728,000	4.17	16,728,000	无	0	其他
李红艳	0	15,878,000	3.96	15,878,000	无	0	境内自然人
平阳鸣牛投资管理合伙企业(有限合伙)	0	3,740,000	0.93	3,740,000	无	0	其他
平阳诚悦投资管理合伙企业(有限合伙)	0	2,040,000	0.51	2,040,000	无	0	其他
邹锦辉	515,100	515,100	0.13	515,100	无	0	境内自然人
张振榕	460,700	460,700	0.11	460,700	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	不适用						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

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

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前10 名股东情况

□适用 √不适用

5 公司债券情况

□适用 √不适用

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

2020年度,新冠肺炎疫情席卷而来,国民经济增速放缓,社会发展的内部条件和外部环境发生了深刻复杂变化,世界正经历百年未有之大变局。中国社会总体消费遭受冲击,国国家统计局数据显示,2020年全年社会消费品零售总额391,981亿元,同比下降 3.9%。从行业看,2020年生鲜牛乳产量同比增加9.7%,全年牛奶产量3440万吨,同比增长7.5%。

面对复杂多变的经济形势,公司坚持两手抓,在做好防疫工作的同时,快速复工复产,公司管理层紧密围绕年初制定的发展目标,贯彻公司的战略部署,针对行业、产品的市场特点,强化内控管理,积极采取切实可行的措施,在巩固存量市场的同时,多措并举,激发营销队伍积极性和市场潜能,加强合规管理,确保了公司生产经营稳妥有序,较好完成全年经营任务。

(一)经营业绩

公司坚持以“创造新鲜健康生活”为使命,坚持“建立预防为先、零缺陷的工作标准”,成为一家致力于为消费者提供营养、健康的卓越企业,成为奶牛饲养、技术服务、农牧生态循环产业的领先者。

受本次疫情影响,公司2020年一季度实现营业收入较上年同期下降约为27.84%,同时受门店及人员规模的增长以及固定费用的支出影响,公司2020年一季度净利润下降明显。面对这种困难,公司管理层努力提升公司运营质量,克服疫情带来的负面影响,在疫情最严重时,我们为了能给客户提供日常必须的产品,最少时仍保持了737家门店的连续经营与产品供应,以此获得了客户的认可;我们没有因疫情而裁减一名员工,以此凝聚了全体员工的力量;我们没有因疫情而使合作的牧场倒掉一滴牛奶,在保障上游奶牛合作社及奶户的正常生产与经营利益的同时,我们也赢得了合作伙伴的信任。2020年第二季度开始,公司一手抓现有各销售渠道的恢复建设,一手抓门店拓展,全年净增门店157家,促使全年营业收入较2019年基本持平,在报告期内,公司合并实现营业收入19.47亿元,利润总额1.49亿元,净利润1.32亿元。分别比2019年度减少了2.5%,29.84%和23.88%。归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润1.18亿元,较2019年度减少23.88%。

(二)生鲜乳采购方面

公司采取“公司+农户+市场”的创新型生产组织形式,为保障外购生鲜乳的良好品质与稳定供应,公司与合作生鲜乳供应商建立了长期、深入的合作关系与互利、持续的管理模式。在交易结算方面,公司与生鲜乳供应商签署长期供奶合同,每日进行生鲜乳产品配送,每月进行对账付款,公司通过帮助合作社对牧场整改、制度化建设和微勋体制的不断完善,大大促进了奶源质量的提高,而且提高了奶农发展生产的积极性,增加了奶农的生产效率。

2020年,公司对奶牛专业合作社等生鲜乳供应商的生产设施设备、奶牛养殖数量、牛群结构和生产管理水平进行了全面的考察,并对其生产的生鲜乳取样送检。公司与符合各项要求的奶牛专业合作社签订长期供奶合同,无论淡季旺季,公司均根据合同约定的数量保证收奶,每月对账付款。对于每批次生鲜乳,奶牛专业合作社需要在装运前对生鲜乳进行检验,检测内容包括酸度、酒精阳性、抗生素等;奶罐车到厂后,公司会对每一批次的生鲜乳各项理化指标进行二次检验,该检验既是生鲜乳质量检测的重要一环,检验所得的各项理化指标也是生鲜乳定价的依据,2020年度,公司奶源部执行例行巡检覆盖面达到了100%,有效保证了生鲜乳的品质和安全。

在管理模式方面,为进一步提升奶牛专业合作社的养殖水平和管理能力,公司通过派驻驻场技术管理员、指导饲料配制与疫病防治、执行例行巡检制度等多种措施,深化与奶牛专业合作社的互利合作,确保生鲜乳的优质优价,奶源部2020年去到合作社现场指导总计300余场次。此种模式下公司与奶牛专业合作社形成了相互依存、利益共享的战略合作关系,既解决了合作社原料奶的销售出路问题,也保证了公司生鲜乳采购的安全性和稳定性。

在工艺追溯方面,公司已经建立了包括生鲜乳供应商的产品可追溯体系,通过“智慧一鸣”系统,公司可以实现从产品到原材料、从原材料到产品的双向追溯体系。通过在产品可追溯体系中查询产品的批次号,可以从系统中直观反映整个生产过程信息与各工序的生产批次号,进而了解到所用生鲜乳的批次及相关理化信息等。

在2020年新冠疫情最严重的时候,公司坚持按标准收购牛奶,不倒一点滴,不压一分价,在合作牧场中树立了良好的口碑。同时,公司通过技术服务的模式辅助奶农,在奶牛的配种、日常营养搭配、兽医兽药等全方面给予指导帮助。通过科学的饲养方式,提升奶牛单产水平。奶户的配合和逐步转变为产业链前端的品质打造提供良好支持。

(三)终端销售方面

1、奶吧渠道

公司奶吧门店实行直营与加盟相结合的经营模式。截至2020年12月31日,公司在浙江、江苏、福建及上海等华东地区共建立了1763家奶吧门店,其中直营门店519家、加盟门店1244家。

2020年度,公司管理团队主抓大单品战略,以解决核心单品断货率为切入点,提升奶吧整体终端表现力,降低门店核心单品断货率。同时,在疫情缓解后,积极拓展好的门店商圈,提升门店空间包装,在外围环境恶劣的情况下,开出了如南京地铁1号线奶吧、2号线奶吧、余杭绿城蓝庭奶吧、杭州下城华枫居奶吧等很多业绩优秀的门店。

2、非门店渠道

公司非门店渠道的区域经销主要通过区域经销商面向早餐店、学校等终端进行产品销售,直销主要包括向商超、团购客户销售、自动售货机等。截至2020年12月31日,公司非门店渠道销售额为46,516万元,其中,经销商销售额为24,676万元,自动售货机销售额为3,976万元。

2020年度,公司非门店渠道业务按照成熟区域、发展区域、拓展区域,不同的区域采用不同的策略,以宏观、中观、微观三观的方式对各渠道、产品进行建设。通过增量、存量的方式对终端外类管理,目标到人到店的方式提升单店销量并抢占竞品的市场份额,经过团队努力,非门店渠道相比2019年四季度得到了较好恢复和增长。

3、线上渠道

2020年上半年,受新冠疫情影响,公司门店在疫情防控期间出现了客流减少甚至暂停营业的情况。由此,为促进产品销售、增加非接触式购物途径,公司于2020年3月启动线上销售渠道,并推出新的微信购物小程序“一鸣心选”、“社区团购快递到家”。截止2020年度,公司线上渠道累计实现线上销售1,479万元,增长迅速。

(四)研发方面

报告期内,公司积极推进科技创新研发项目,努力提升公司创新软实力。

1、在应用开发方面

继续深化乳品领域核心技术应用,在自主研发产品品类中打造“人无我有”的功能型酸奶,将目有菌株进行产业化升级,并发了带有功能型的见轻品牌酸奶系列产品,此外协同产学研合作平台机制,与浙江工商大学联合打造中国发明专利菌株(专利号:ZL 201510031191812)的产业化应用之见衡品牌益生菌固体饮料系列产品,目相关技术荣获国家科学技术进步奖二等奖;在常温奶品类上实现了有机纯牛奶、酵奶家纯牛奶系列产品业绩的突破,充分保障疫情期间线上线下消费者对乳制品的健康需求。

2、在烘焙领域方面

公司持续在三明治、餐包、吐司三大品类上进行升级,丰富了产品的口感和包装的体验效果,作为公司战略品牌产品持续给消费者带去新鲜健康;重点推出了空气蛋糕、澳瑞瑞士卷、生日蛋糕系列等低温蛋糕类新品,丰富了烘焙的产品品类和健康分享型的时尚烘焙理念。在烘焙自主研领域,将国内首款工业化的天然酵母液种进行产业化应用,定制升级一鸣特色的系列产品。

3、在米类领域方面

公司新推出金枪鱼蛋黄酱三角饭团、杂粮香松三角饭团等产品,丰富了米类产品品类,受到了消费者的广泛好评。此外将重点实现米的工艺和馅料自主研发的突破,对新型的饭团产品持续结合市场的需求进行开发,并借力日本专家进行定制化合作。

报告期内,公司高度重视研发团队的定位和方向,通过核心团队的集中讨论会、与国千专家深入指导交流,在3M、4P、5G等方法论的指导下,形成以创新SOP为指引,以选品会为平台,充分微发研发团队的创新活力,呈现高效能的工作结果,在保障原有研发团队人员价值实力发挥的同时降低了技术人才的流失。

(五)人力资源方面

2020年,公司重视人才培育与发展,为员工实现自我价值提供良好的发展平台,建立了以公司“人才观”为核心,从结果趋势、岗位能力、价值观进行三维评估模型,建立起一套不完全依赖于个人主观判断的人才评估体系。报告期内,公司通过一鸣商学院,构建了“五位一体、双教并行、训战结合”的培训体系;同时,根据公司发展需要,构建了从服务、专家角色转型为“政委”的政委体系。

2020年,公司围绕让员工“成为有尊严、爱生活、有奋斗精神的职业化的社会人”,坚持选择志同道合的伙伴,形成了一套重视高精尖的人才聘、注重训练战结合的人才培养、导向奋斗的薪酬绩效、关注和谐劳资关系的人力资源理念,构建了包括组织机构、绩效目标和人才发展三个平台的人力资源管理体系的人力资源管理系统,营造卓越的人才培养方式与职业发展通道,促进企业与员工的共同成长。

2 导致暂停上市的原因

□适用 √不适用

3 面临终止上市的情况和原因

□适用 √不适用

4 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

5 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

6 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。

√适用 □不适用

公司财务报告包括浙江一鸣食品股份有限公司(母公司)和26家孙、子公司或民办非营利机构纳入报告期合并财务报表范围,情况详见本财务报表附注九说明。

证券代码:605179　证券简称:一鸣食品　公告编号:2021-015

浙江一鸣食品股份有限公司第六届董事会第六次会议决议公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、董事会会议召开情况

证券代码:605179　证券简称:一鸣食品　公告编号:2021-016

浙江一鸣食品股份有限公司第六届监事会第四次会议决议公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、监事会会议召开情况

浙江一鸣食品股份有限公司(以下简称“公司”)于2021年4月4日以书面及通讯方式通知全体监事,并于2021年4月15日在公司会议室以现场结合通讯表决方式召开。会议应到会监事3人,实际参加监事3人,符合召开监事会会议的法定人数。会议由公司监事杨丹主持,公司全部监事和高级管理人员列席了会议。会议召开符合《公司法》及《公司章程》的有关规定。

二、监事会会议审议情况

(一)会议审议通过了《关于2020年度监事会工作报告》

会议审议并通过了《2020年度监事会工作报告》,内容详见公司于本公告同日在上海证券交易所网站(http://www.sse.com.cn)发布的公告。

证券代码:605179　证券简称:一鸣食品　公告编号:2021-017

浙江一鸣食品股份有限公司关于2020年度利润分配预案的公告

证券代码:605179　证券简称:一鸣食品　公告编号:2021-018

浙江一鸣食品股份有限公司关于续聘公司2021年度审计机构并支付报酬的公告

证券代码:605179　证券简称:一鸣食品　公告编号:2021-019

浙江一鸣食品股份有限公司董事、监事、高级管理人员薪酬方案及2020年度薪酬的公告

证券代码:605179　证券简称:一鸣食品　公告编号:2021-020

浙江一鸣食品股份有限公司关于确认公司2020年度日常关联交易及预计2021年日常性关联交易的公告

证券代码:605179　证券简称:一鸣食品　公告编号:2021-021

浙江一鸣食品股份有限公司关于募集资金年度存放与使用情况的专项报告

证券代码:605179　证券简称:一鸣食品　公告编号:2021-022

浙江一鸣食品股份有限公司关于会计估计变更的公告

证券代码:605179　证券简称:一鸣食品　公告编号:2021-023

浙江一鸣食品股份有限公司关于总经理辞职及聘任总经理的公告

证券代码:605179　证券简称:一鸣食品　公告编号:2021-024

浙江一鸣食品股份有限公司关于召开2020年年度股东大会的通知