证券代码:002946 证券简称:新乳业 公告编号:2024-013
债券代码:128142 债券简称:新乳转债

# 新希望乳业股份有限公司

## 【2023】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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

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利润分配预案为:以865,712,801股为基数,向全体股东每10股派发现金红利1.50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

1、公司简介

| | | | |
|---|---|---|---|
| 股票简称 | 新乳业 | 股票代码 | 002946 |
| 股票上市交易所 | 深圳证券交易所 | | |
| 变更前的股票简称(如有) | 无 | | |
| 联系人和联系方式 | 董事会秘书 | 证券事务代表 | |
| 姓名 | 郑世锋 | 李兴华 | |
| 办公地址 | 成都市锦江区金石路366号 | 成都市锦江区金石路366号 | |
| 传真 | 028-80741011 | 028-80741011 | |
| 电话 | 028-86748930 | 028-86748930 | |
| 电子信箱 | nhdzqb@newhope.cn | lixinghua@newhope.cn | |

2、报告期主要业务或产品简介

(一)公司主要经营情况

公司是一家专门从事乳制品及含乳饮料的研发、生产和销售的企业,根据《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017),公司属于"食品制造业(C14)"及"酒、饮料和精制茶制造业(C15)"大类,主要产品包括液体乳、含乳饮料和奶粉等。报告期内,公司的主营业务及主要产品均未发生重大变化。

2023年,公司在乳制品行业增速放缓、市场竞争更加激烈的大环境下,坚持推动"鲜立方战略"持续深化,秉承"鲜活,让生活更美好"的企业使命,通过强化核心业务、提升企业价值,实现了超过行业大盘的增长。报告期内,实现营业收入109.87亿元,同比增长9.8%;归母净利润4.31亿元,同比增长19.3%;归母扣非净利润4.65亿元,同比增长57.9%;销售净利率4.0%,同比增加0.37个百分点;经营活动现金流量净额15.57亿元,同比增长50.6%。

1、公司年度经营工作回顾

(1)坚持"鲜立方战略",发布新规划,制定新策略推动战略落地

基于公司对行业态势和发展的段的认识,结合公司自身资源禀赋,2023年5月,公司制定并发布了新的五年战略规划,坚持了公司长期秉承的愿景、使命、价值观方面的基本内涵,对战略目标和战略方向进行了调整和精进,将"做大做强核心业务,提升企业价值,五年实现净利率倍增"确定为新的五年奋斗目标,并确立了做强低温、科技创新、内生为主、开拓为辅、分布经营、区域深耕的战略实现路径。

报告期内,公司在新的五年规划指引下,推动"鲜立方战略"更深入落地实施,通过加强鲜价值传播,加快新场景渠道布局,从品牌、销售、供应链等维度确定八个抓手增强公司极致新鲜的运营能力,强化公司以"鲜"为核心的市场定位。报告期内,公司鲜奶同比增长双位数,市场份额进一步提升。

(2)推动生物科技研发创新,巩固公司核心竞争力

报告期内,公司在生物科技端持续加强投入,公司科技研究院聚焦益生菌、酶工程等生物科技方向的研究和成果转化,致力于一站式科研服务平台的打造。平台菌种库现有菌株1,500多株,并已实现了自有发酵剂和益生菌的产业化,在菌种"芯片"的国产替代上迈出了坚实的一步。同时,基于菌种库的特色菌株开展了异型发酵乳酸菌代谢途径研究、乳质构图建关键技术研究等多项基础科研项目,均取得了显著进展,并在"活菌"、"初心"等多款明星产品中实现了成果转化,在生物活性物质保留方向、依托膜分离技术的深入研究、实现牛奶组分的细分,进一步提升优质乳中活性物质的含量。公司在生物发酵、酶工程、精准营养、优质乳加工等方面的关键技术及食品安全的重大科技问题上的持续投入,为巩固公司在行业内的核心竞争力提供了坚实基础。2023年,公司获受理申报专利共25项,其中发明专利16项;取得专利授权其40项,其中发明专利15项;荣获中国乳制品工业协会技术进步二等奖一项,及多项省、市级科技奖。

(3)驱动核心业务,驱动净利率增长,提升企业长期价值

报告期内,公司通过提升核心业务能力,驱动整体盈利能力提升。品类上以低温鲜奶、特色酸奶为重点,新品收入占比连续三年保持双位数,"24小时"高端占比大幅提升;渠道上抓DTC渠道增长和直营渠道管理水平,DTC业务整体收入同比增长超过15%,其中远场电商业务同比增长超过40%,抖音等兴趣电商异军突起,云南公司借势国货直播热潮,抖音直播间冲上热榜;自主运订业务通过业务模式和产品结构的优化,同比增长超15%;通过持续不断的数字化建设和新活gn系统搭建,构建起全周期用户运营体系,以用户为中心的组织和资源保障,"鲜活gn"商城全年GMV超2亿。同时,持续推动城市群策略,加强立体化渠道构建,公司在基地市场筑边固点区域形成协同效应,区域市场份额稳步提升。

(4)持续推进产品迭代创新,更好满足消费者对营养、美味的需求

报告期内,公司推出多款新品,并对已获得较好市场认可的产品进行区域推广及迭代升级。"24小时鲜活有机乳"上市,作为全国首款只卖当天的有机鲜牛乳,以"真新鲜、真活性、真纯度"三真区别于常温有机乳,打强"24小时"品类高端化。"24小时"高端系列产品同比增速近40%;"今日鲜奶铺"高钙升级"浓"牛乳,同比翻番;"活润菌沫"产品完成1000+创迭代升级;特色产品气泡酸奶"乐汽"上新水蜜桃及可乐两个口味。

在低温风味乳领域,公司快速洞察消费者喜好,引领乳品消费新风口。根据季节风味全新上市绿豆爽、贝贝南瓜、五黑营养乳,通过低温风味乳单品快爆,成为增长新引擎。

在常温奶领域,公司发力有机赛道,全年新增常温有机产品7支,常温有机产品全年同比增长超过50%,常温高端品牌"澳特兰"有机系列产品全年同比增长近40%;通过构建地方特色有机奶产品矩阵,上新了宁夏"星空"有机牛奶、"洪雅森系"有机奶、"云牧场"有机奶等产品。

同时,公司持续深耕产区特色牧场奶,满足消费者对特色产区牛奶需求,"星系牧场、森系牧场、云系牧场、水系牧场"四大特色奶源系列年内实现同比增长超过70%。其中,基上牧场产品依托"吴忠——中国基上硒都"地理环境优势突出"原生含硒"营养属性,同比增长翻番,"贺兰山爵品"2023年全面焕新,凭借独特的资源优势、差异化的产品定位和亮眼的市场表现,荣膺"2023中国食品产业年度限定贺兰山产区牛奶品类坐标"大奖,将产区特色奶推向新高度。洪雅牧场特色牧场品牌升级,凸显"森系"+"本地"自然体验,从产品、互动、营销全面落地,销额同比翻番。

报告期内,新品收入占比12%,成为拉动增长的重要引擎。

(5)创新整合营销,提升品牌势能和锐度

报告期内,公司通过一系列的品牌营销活动,提升消费者认可度,增强品牌势能。在"新生活,鲜出发"的主题之下,开展以用户为核心的全域新营销。

2023年第九届牛奶粉丝节由一场"鲜活无界,潮音来袭"的元宇宙潮流音乐会引爆,在抖音、支付宝、微信全平台同步直播,在线观看超25万人次,通过话题打卡分享、支付宝"黑小优数字藏品"小程序访问、品牌新意跨界互动和福利内容,与粉丝用户建立更深的连接。

2023年9月,全国7城同步举办第四届"鲜奶节",在5城同步上新"24小时"高端新品,以立体化全域营销方式拓广度、耕深度、打高度,以差异化"鲜"价值内涵,强化消费者新鲜心智;中国击剑协会明星运动员惊喜亮相杭州"鲜奶节",联手奥迪商共同成立本地新鲜生活联盟,为消费者送去"鲜"上加"鲜"的"极"质鲜活体验。通过联动各城市"流花楼""大学城""樱花节"等消费者喜爱事项,参与马拉松等重大体育赛事,地标区域广告投放等城市名片品牌建设,强化公司品牌与当地消费者粘性。

报告期内,"今日鲜奶铺"联手永乐宫IP、"活润"联手"小蓝"IP、"澳特兰"联手支付宝的国潮、趣味、环保主题营销,以及双喜乳业首创的"大蓬车"品牌移动营销,湖南南山的"520"事件营销,实现了品牌在年轻消费群体的深度传播,助力品牌年轻化。同时公司通过内部MCN项目暨"新鲜工作室"持续培养,深入挖掘员工潜力,共计培养出数百位内部优质KOC、KOL,通过深度结合IMC,进行精准化运营,并围绕核心产品,年度累计发布25万篇内容,累计总阅读突破7000万人次。

(6)不断深入数字科技建设,数字化运营效率显著提升

2023年,公司数字化建设持续以灯塔项目为牵引,精进业务流程,深化应用广度和深度,不断提升公司运营效率。

营销数字化方面,以"更丰富的营销活动、更丰富的消费场景、更完整的用户权益、更多元的连接"为主线,通过一物一码、团购等营销场景助力,进一步提升不同消费场景的推广效果,构建并不断升级消费场景及营销能力。全平台年总销量同比增长超过20%;全域数字化用户数突破1900万人,同比增长近50%,全年周期购用户复购率有效提升。"鲜活gn"对业务的支撑赋能力逐节显提升。

供应链数字化以数字工厂、供应链精益化管理与优化为主。数字工厂2023年上线后,在流程管理、变更管理、决策支撑、大供应链协同等方面明显提升,满足柔性生产的需要,实现关键信息实时互通互享、生产执行精效提质、生产全生命周期一键追溯等目标。供应链精益化管理在2023年推动实现全业务体系、全渠道订单线上化率达到90%,实现人员精简和效率提升。食品安全数字化、大数据应用、数字化软硬件基础设施等方面,在2023年均取得显著进步。

在一系列工作及活动推进中,促进了全员对数字化转型认理解、参与到和权推动的转变,并产生了一批适用于具体业务场景的优秀案例。

(7)专业,协同推进联合降本,卓越运营持续深化

供应链全体系通过技术进步、协同提升进行联合降本行动,在提升管控能力和运营效率同时,实现运营成本的同比下降。项目组通过目标拆解、制定关键举措、闭环追踪、技术创新攻关、重点薄弱领域攻坚等一系列举措,实现生产体系产品内控精准率、蛋白质利用率、设备综合效率三大卓越运营指标同比别显改善;通过人员技能及效率提升,制造费用精益挖潜,全年单吨人工及制造费用同比下降超过5%。供应链生态、资产使用效率等得到持续进步和优化。

公司在提升运营能力方面的成绩得到广泛认可,公司连续四年荣获由缪勒、哈佛商业评论、新加坡银行、香港科技大学联合评选的"中国卓越管理公司",荣膺国度2023年全球品牌足迹"韧性特长品牌";新乐西工厂荣获TPM(全球卓越制造大奖)优秀奖。新乐西、夏进乳业、湖南南山荣获国家级绿色工厂,昆明雪兰获评为云南省数字化转型标杆示范企业,青岛琴牌获评为山东省管理标杆企业。

(8)坚守质量安全第一,以前沿技术提升食品安全管控能力

公司持续通过法规规章宣贯、安全知识和案例的培训,强化质量安全第一的信念,提升全员质量安全意识、质量安全维护能力,并通过完善制度、飞行检查、微脑及约束机制等措施,保障产品质量的持续安全和稳定。2023年,公司全年无重大质量安全事故,2023年公司接受外部职能部门监督检查17次,无不合格情况。在2023年由国家市场监督管理总局、工业和信息化部等13家单位联合主办的第五届中国质量大会上,公司入围"数字化质量管理创新与实践"典型案例组织前10强。

食品安全管理与溯源数字化平台——"鲜活源"项目深化推进,以数字科技方式更加保障食品安全。在质量保证方面,实现了功能完善升级,并在所有生产公司实现了全上线,达到了全过程透明的闭环管理效果;质量控制方面加强了过程转序和成品放行管控;质量追溯方面完善了生乳、原材料、成品的正反向追溯功能,目前已经实现与云南等地方政府的食品安全信息系统对接;质量分析方面,通过图构数据分析模块,提升了质量分析的精度和异常报警的敏感度。

(9)提升牧业养殖水平,保障奶源安全稳定

报告期内,公司对牧场资产进行优化,并不断推动养殖技术进步,聚焦运营提效。2023年养殖板块通过数字化手段加强精细化管理,持续推行繁殖提升、高产后备牛、牛只疫动淘汰控制等八项专项工作,提升牧场养殖效率;"牛芯片"(自繁胚胎)项目在西北牧场进展顺利,当年生产自产胚胎1,300余枚,自产胚胎移植其1,100余枚;公司作为主要参与单位之一,获得2019-2021年度全国农牧渔业丰收奖;参与四川省科技厅农业科技成果转化项目——《西南地区奶牛绿色提质增效关键技术的中试熟化和产业化示范》,负责针对示范场实际情况熟化和示范推广、建立西南地区奶牛绿色提质增效关键技术示范场。截至2023年底,公司自有牧场奶牛存栏48,292头,成母牛平均单产同比增加10吨/头年;乳脂、蛋白等原奶指标稳定保持在较好水平。

(10)夯实风控体系,严控经营风险

公司通过推动"三会一层"的规范运作,切实履职,从高层治理结构上防范重大风险事件的发生。报告期内对风险管理制度进行了补充和完善,对各线路风险事件进行了全面摸查,通过汇总、分类、评估,更新了风险库,完善了三级防范体系和相应的应对机制,对现存的风险事件明确应对的责任人,全程防范,及时化解可能存在的风险事件。对重点领域进行了内控体系强化建设,对重点关注的食品安全、安全生产、信息系统、应收/预付账款等风险领域,进一步完善防范措施并督促实施。

(11)以绿色低碳助力可持续发展

公司在2023年发布"零碳乳业"行动计划,确立了2030年碳达峰、碳排放强度相比2021年下降25%的目标。生产线路奉头碳排放进行季度汇总,并不断完善碳核算口径、盘查流程和标准。通过工艺改进、技术创新、采用清洁能源、数字化运营,实现节能减排与运营效率的同步改善。

生产线路通过能耗专项推进,对拓展制冷、CIP、冷库等重点耗能工段对标改善、技术创新等多措并举,2023年生产单吨用水同比降低8.30%,单吨产品耗电量同比下降6.68%,单吨产品耗气量同比下降7.12%;多家公司通过污水处理扩能技改,优化工艺降低运行费用,减少污泥的产生和外运;对云南四家子公司生物燃料锅炉技改升级,大幅度降低锅炉烟气排放;下题5家子公司应用沼气锅炉消化沼气替代天然气,2023年折合替代天然气96.50万标准立方米;已有四家子公司成确应用光伏太阳能绿色电源项目,另有三家公司的光伏项目正在推进中;响应国家政策,积极推动了电储能项目,已有三家子公司的储能项目已正式运行,2023年放电102.52万千瓦时;通过绿色能源替代,2023年全年加工端累计减排二氧化碳19,038吨。截至2023年底,其有九家乳制品工厂通过了国家或省级绿色工厂评审。

(12)助力乡村振兴,履行社会责任

公司积极响应国家号召,结合公司产业优势,通过产业扶持、技术帮扶及金融帮扶,助力乡村振兴。报告期内,在宁夏海原县、宁夏吴忠市、甘肃永昌县继续租赁贫困地区闲置土地约12万亩,提高土地资源利用率,带动种植业发展,年投入近900万元。各养殖子公司与当地农户就青贮种植进行合作,指导青贮种植,并收购农户产品,2023年收购玉米青贮32万吨,帮扶惠及3万余农户;长期为养殖合作社提供奶牛饲养方面的指导与培训,提升养殖合作社的养殖效率、疾病防控水平和奶源品质。

2023年是公司持续运营"希望有你"公益平台的第13年,年度内给大理洱源县捐赠了价值60万元的营养学生奶,用于改善当地学生的营养状况;参加工厂、牧场帮助"食育乐园"实践体验活动近145,000人次;在甘肃临夏州积极参与"云牧场"线上体验活动近1,400人次;在甘肃临夏州积石山县发生地震后,及时提供物资支援;向中国绿化基金会捐赠20万元生态基金。公司通过多种方式积极投身社会公益、履行社会责任,追求企业和社会的和谐发展。

2、公司面临的竞争格局以及其备的竞争优势

乳制品作为成熟、充分市场竞争的行业,近年来一直维持着"两超多强"百舸争流的竞争格局,即少数几家全国性龙头企业、多家深耕一个或多个省市的区域性乳制品企业、及全限于单个省份或城市内经营的地方性乳制品企业三类市场竞争主体共存的格局。报告期内,全国性行业龙头乳企市场份额和龙头地位稳固;区域品牌发展分化,其中不乏通过极致创新、以差异化竞争脱颖而出的具有相当活力的企业。行业内资源整合、跨界合作案例频现,乳业集中度不断提升;乳制品加工企业加大对上游奶源的投入和控制,全产业链工枚一体化的发展趋势和路区域兼并、重组、合作趋势继续深化。产业升级、数字化转型推动各大乳企提升在技术、创新和管理上的投入力度和运营效率,使得乳制品行业进入转型升级的新发展阶段。

公司作为区域性乳制品企业龙头,笃定坚持"鲜立方战略",以"科技驱动的世界级营养食品企业"为发展定位,以"新鲜、新潮、新科技"为品牌调性,以美味、健康、创新的丰富产品为消费者提供更多的消费价值和更优的消费体验,引领行业转型升级,在四川、云南、宁夏等区域市场具有领先地位。

公司通过突出"鲜价值"为核心的产品策略,以低温鲜奶、低温特色酸奶产品为主导,以DTC渠道为增长的重要引擎,同时奶源布局与重点经营区域市相匹配,凭借稳定优质的奶源、新鲜健康美味的产品、高效的冷链配送体系,形成了"新鲜"产品引领者的行业地位。

公司坚持以主品牌和区域子品牌结合的品牌策略,通过在核心区域市场多年的经营沉淀所形成的品牌认知、消费者粘性、对当地消费需求特性的理解,以及区域性企业响应快速和创新方面的优势,在各核心市场建立了较高的品牌知名度和美誉度,并逐步向全国扩张。

公司坚持科技和创新的双轮驱动策略,通过长期的研发积累,新技术、新工艺的应用,以消费者价值为导向的产品和服务创新,不断增强长期的核心竞争力。

公司通过外延式并购扩张和内生式提质增效并举的增长策略,充分发挥多年并购实战所积累、沉淀的并购整合能力,发挥公司在科技、运营、品牌等方面的优势,实现稳健增长。

报告期内,公司的主要竞争优势继续得到强化,区域性龙头乳企地位得到巩固和增强,以科技创新驱动和"鲜"战略定位的行业特色更加鲜明。

3、公司面临的风险和应对措施

(1)市场竞争加剧的风险及应对

广大消费者对美好生活的向往,为乳制品行业的稳步发展提供了良好的机遇,品质高、有特色的乳制品越来越受到广大消费者的喜爱。同时,消费者对产品的品质有了更高的要求,对不同品类属性的认同有了更多的分化,随着市场增速的放缓,各乳企加大了产品创新、营销推广的力度,市场竞争更趋激烈。近年国内乳制品行业的发展呈现集中趋势,头部企业市场份额占比上升,挤压中小企业的市场空间。如果缺乏有效的经营举措,则公司有可能面临市场份额下降、经营业绩下滑、发展速度放缓的风险。

公司主要通过坚持"鲜立方战略"不动摇,坚持差异化的经营模式,坚持科技和创新驱动,不断增强核心竞争能力,持续推动数字化转型提升营运效率,强化自身品牌优势,提升产品的市场推广力度,巩固行业的地位。

(2)产品质量控制的风险及应对

公司生产的产品属于食品类日常消费品,产品质量和食品安全状况直接关系着广大消费者的身体健康。由于公司产品从原材料采购、生产、流通至消费过程中国环节较长,特别是公司的主要产品低温乳制品更需要全程冷链保存,存在因人员操作疏忽、不能有效控制合伙伙伴行为等导致产品质量的风险。

公司多年来在产品质量管理方面已经建立了完整的质量控制体系、积累了大量成熟的经验。长期以来,坚持"质量高于一切"的方针,遵循"质量三让步"原则,未出现过重大食品安全责任事故。公司不断采用新技术手段,完善质量管理体系制度建设,加大资源投入,培养高素质的人力队伍,提升质量管控能力,坚持从牧场原奶端到消费终端的全程质量监控,确保为消费者提供安全的高品质产品。

(3)环保风险及应对

公司的奶牛养殖、乳制品及含乳饮料加工过程中会产生废水、废气、废渣、医疗废物、噪声等,如果处理不当会污染环境,对当地居民的生活带来不良影响;若公司员工未严格执行公司的管理制度,导致公司的污染物排放未达到国家规定的标准,可能导致公司被环保部门处罚甚至停产。因此公司存在环保风险。

公司高度重视环保工作,严格落实国家法律法规的要求,并通过技术、工艺的改进,管理制度的完善,建设环境友好型企业。公司防治污染设施建设均符合环境保护"设施与主体工程同时设计、同时施工、同时投产使用的"三同时"要求,各控股子公司均按属地环保部门要求安装环境监测系统或设施,并与属地环保部门联网,实现环保部门对企业排污数据的实时监控。公司建立了完善的安全生产管理制度、重大突发环境事件应急机制,并通过采用先进的污染物处理技术,保证公司污染物的排放符合有关环保部门规定的标准。

(4)税收优惠政策变化的风险及应对

根据国家相关规定,公司从事农牧业活动销售的自产农产品收入免征增值税,公司从事生产、销售巴氏杀菌乳、超高温灭菌乳等农产品初加工所得免征企业所得税;公司从事牧、林、农、渔业项目所得享受减免应收企业所得税。在中国西部地区成立的四川乳业、新华西、昆明雪兰、云南蝶泉、西昌三牧、夏进乳业、重庆酸奶牛、成都酸奶牛和陕西新牛均享受国家关于深入实施西部大开发战略的有关规定,于2021年1月1日至2030年12月31日期间内的所得按照15%的税率征收企业所得税。公司附属子公司天香连锁、七彩云、昆明海子、晋齐饮品、湖南采鲜、吴尔乳业、广东乳业、成都新鲜连锁、昆明新鲜连锁、四川鲜鲜、成都家满、分子力量、创元液知、重庆潮起、重庆新牛、成都新牛、海口酸奶牛、泉州酸奶牛、河南新牛、云南新牛、贵州新牛、湖南望牛食品有限公司、杭州望牛食品有限公司、沈阳新牛食品有限公司根据规定均属于小微企业,享受所得税税收优惠。公司附属子公司河北天香经认定为高新技术企业,在有效期内减按15%税率缴纳企业所得税。未来,如果国家有关的税收优惠政策发生变化,或相关公司不再符合相关税收优惠政策要求,公司的经营业绩可能因此受到不利影响。

公司笃定坚持"鲜立方战略",持续提升公司核心竞争力,优化产品结构,提升产品毛利率,提高产品的市场占有率,保证公司业务稳定增长,通过规模和效益的增长,降低税收优惠政策变化对公司业绩的影响。

(5)净资产收益率下降的风险及应对

公司公开发行A股可转换公司债券募集资金后,如未来可转换公司债券全面转股,公司净资产将有较大幅度增加,如募集资金投资项目收益不及预期,存在净资产收益率下降的风险。

公司通过加强对募集资金投资项目的管理,通过总部对募投项目的赋能,加强体系内各子公司之间的协同,确保项目达到预期收益;通过坚持差异化的竞争模式和发展模式,在扩大公司营收规模的同时稳定公司的净资产收益率水平。

(6)奶牛养殖疾病及自然灾害的风险及应对

公司生产经营与奶牛养殖行业息息相关,原料奶是公司产品的主要原材料。如果国内大规模爆发牛类疾病或公司自有牧场奶牛遭受疾病侵害,则可能导致公司的奶牛生物资产非来减值或者原料供应不足的风险;同时,消费者可能会担心乳制品的质量安全问题,从而影响到乳制品的消费量。因此,公司存在由于奶牛养殖行业发生疾病而导致公司原材料供应不足,目有奶牛减产减值以及产品消费量下降的经营风险。而自然灾害风险方面,气温反常、干旱、洪涝、地震、冰雹、雪灾等自然灾害均会对行业经营和发展带来不利影响。在公司生产基地及其周边地区发生的自然灾害可能造成生产设施或设备的损坏,自然灾害和极端气候也会推动部分原料价格上涨。

为有效应对奶牛养殖疾病所产生的风险,公司一方面通过规范化、标准化养殖场的建设,专业养殖技术人员的科学配置,新的防控技术应用,提升防控能力;另一方面,将有效的管理体系、防控技术向合作牧场输出,通过共建奶源产业生态,共同提升奶源行业的抗风险能力。

在自然灾害的应对措施方面,公司业务布局在地域上广泛分布的特点保证了特定区域发生自然灾害时,不会对公司整体业务产生重大影响。公司能够利用规模优势,及时有效地调配资源尽快恢复生产,减少自然灾害所造成的影响。

(7)突发公共卫生事件等不可抗力的风险及应对

突发卫生公共事件等不可抗力事件的爆发,会阶段性地对消费者的消费需求、消费场景、消费方式等造成影响。乳制品作为提供优质蛋白的基础性日常消费品,在不可抗力事件发生的仍然存在刚性需求,关键在于如何更好满足消费者需求、更好触达消费者。

公司长期在研发投入所沉淀的成果、获说的产品创新能力、本地供应链的快速响应能力以及不断提升的数字化运营能力,能有效降低突发公共卫生事件等不可抗力因素带来的不利影响。

4、公司产品存在许可证的情况

截止报告期末,公司持有食品经营许可证或备案凭证375件,其中报告期内取得(含换证更新)137件,许可或备案内容主要为"预包装食品(含冷藏冷冻食品)销售";持有调真食品准营证5件,许可证内容主要为"乳制品加工及销售";取得方式均为行政许可或行政备案。

(二)公司主要经营模式

公司拥有独立完整的研发、采购、生产和销售体系,根据自身情况、市场规则和运作机制,独立开展经营。报告期内,公司主要经营模式未发生变化。

(三)公司品牌运营情况

公司品牌运营策略为一个核心品牌"新希望"以及多个子品牌(具体有"华西"、"雪兰"、"阳平"、"七彩云"、"蝶泉"、"三牧"、"南山"、"双峰"、"双喜"、"白帝"、"琴牌"、"唯品"、"天香"、"夏进"、"澳牛")、各子品牌在母品牌"新希望"下独立运营,充分发挥各区域品牌的协同效应,实现资源的优化配置。前述品牌主要负责公司乳制品及含乳饮料的研发、生产与销售。公司于2021年通过开购方式增加了"一只酸奶牛"现制茶饮饮品品牌。基于公司以"鲜"为核心的五年战略规划、茶饮行业的发展态势,维护公司全体股东利益,公司于报告期内将"一只酸奶牛"部分股权出售予草根知本,不再经营该品牌。

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

追溯调整或重述原因

会计政策变更

元

| | 2023年末 | 2022年末 | | 本年末比上年末增减 | 2021年末 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 调整前 | 调整后 | 调整后 | 调整前 | 调整后 |
| 总资产 | 8,938,009,683.90 | 9,490,454,360.61 | 9,490,009,284.56 | -5.82% | 9,504,187,773.35 | 9,503,858,936.15 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 2,557,020,138.44 | 2,519,126,601.93 | 2,518,484,027.99 | 1.53% | 2,637,781,440.01 | 2,637,416,187.81 |

| | 2023年 | 2022年 | | 本年比上年增减 | 2021年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 调整前 | 调整后 | 调整后 | 调整前 | 调整后 |
| 营业收入 | 10,987,284,041.63 | 10,006,499,836.06 | 10,006,499,836.06 | 9.80% | 8,966,872,398.20 | 8,966,872,398.20 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 430,826,468.90 | 361,506,309.57 | 361,228,987.83 | 19.27% | 312,256,960.19 | 311,891,707.99 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 464,820,300.12 | 294,730,991.24 | 294,453,669.50 | 57.86% | 256,592,292.62 | 256,227,040.42 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 1,557,113,343.69 | 1,033,710,082.28 | 1,033,710,082.28 | 50.63% | 1,035,064,439.02 | 1,035,064,439.02 |
| 基本每股收益(元/股) | 0.50 | 0.42 | 0.42 | 19.05% | 0.36 | 0.36 |
| 稀释每股收益(元/股) | 0.50 | 0.42 | 0.42 | 19.05% | 0.36 | 0.36 |
| 加权平均净资产收益率 | 16.76% | 14.06% | 14.06% | 2.71% | 11.80% | 11.80% |

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

本公司于2023年度执行了财政部于近年颁布的企业会计准则相关规定及指引。

《企业会计准则解释第16号》(财会[2022]31号)"解释第16号"中"关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理规定"的规定。

根据该规定,本公司对于不是企业合并、交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额(或可抵扣亏损)、且初始确认的资产和负债导致产生等额应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的单项交易,不适用《企业会计准则第18号——所得税》中关于豁免初始确认递延所得税负债和递延所得税资产的规定。

本公司对于2022年1月1日至首次执行日之间发生的适用该规定的单项交易按照该规定进行了追溯调整。对于2022年1月1日因适用该规定的单项交易而确认的租赁负债和使用权资产产生应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的,本公司按照该规定和《企业会计准则第18号——所得税》的规定,将累积影响数调整期各报表列报最早期间的期初留存收益及其他相关财务报表项目,对本公司合并财务报表的相关影响详见如下所述。

本公司母公司在上述新增应纳税暂时性差异于未来各期间转回时有充足尚未确认递延所得资产的可抵扣暂时性差异,因此确认了与递延所得税负债金额相等的递延所得税资产,该新增确认的递延所得税资产和递延所得税负债满足资产负债表净额列报的条件,净额列报后将见于上述规定未对本公司母公司的财务状况及经营成果产生重大影响。

上述会计政策变更对2023年合并财务报表各项目的影响汇总如下:

单位:元

| 会计政策变更的内容和原因 | 受重要影响的报表项目名称 | 影响金额 |
|---|---|---|
| 本公司于2023年度初开始执行财政部《企业会计准则解释第16号》(财会[2022]31号)中"关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理"的规定 | 递延所得税资产 | -309,635.96 |
| 本公司于2023年度初开始执行财政部《企业会计准则解释第16号》(财会[2022]31号)中"关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理"的规定 | 递延所得税负债 | 42,767.78 |
| 本公司于2023年度初开始执行财政部《企业会计准则解释第16号》(财会[2022]31号)中"关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理"的规定 | 未分配利润 | -350,516.14 |
| 本公司于2023年度初开始执行财政部《企业会计准则解释第16号》(财会[2022]31号)中"关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理"的规定 | 少数股东权益 | -1,887.60 |
| 本公司于2023年度初开始执行财政部《企业会计准则解释第16号》(财会[2022]31号)中"关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理"的规定 | 所得税费用 | 171,653.18 |
| 本公司于2023年度初开始执行财政部《企业会计准则解释第16号》(财会[2022]31号)中"关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理"的规定 | 净利润 | -171,653.18 |
| 本公司于2023年度初开始执行财政部《企业会计准则解释第16号》(财会[2022]31号)中"关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理"的规定 | 归属于母公司股东的净利润 | -67,276.24 |
| 本公司于2023年度初开始执行财政部《企业会计准则解释第16号》(财会[2022]31号)中"关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理"的规定 | 少数股东损益 | -104,376.94 |

上述会计政策变更对2022年度合并净利润及2022年年初及年末合并股东权益的影响汇总如下:

| | 合并净利润及股东权益 | | |
|---|---|---|---|
| | 2022年净利润 | 2022年年末股东权益 | 2022年年初股东权益 |
| 调整前之净利润及股东权益 | 362,137,866.42 | 2,666,170,404.72 | 2,869,284,469.86 |
| 单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的影响 | -274,459.68 | -784,229.86 | -509,770.18 |
| 调整后之净利润及股东权益 | 361,863,406.74 | 2,665,386,174.86 | 2,868,774,699.68 |

上述会计政策变更对2022年12月31日合并资产负债表各项目的影响汇总如下:

| | 合并资产负债表 | | |
|---|---|---|---|
| | 调整前 | 调整金额 | 调整后 |
| 资产: | | | |
| 递延所得税资产 | 25,911,794.83 | -385,096.05 | 25,526,698.78 |
| 负债: | | | |
| 递延所得税负债 | 23,655,590.77 | 399,133.81 | 24,054,724.58 |
| 股东权益: | | | |
| 未分配利润 | 1,375,552,701.48 | -642,573.94 | 1,374,910,127.54 |
| 少数股东权益 | 147,043,802.79 | -141,655.92 | 146,902,146.87 |

上述会计政策变更对2022年度合并利润表各项目的影响汇总如下:

| | 合并利润表 | | |
|---|---|---|---|
| | 调整前 | 调整金额 | 调整后 |
| 所得税费用 | 43,768,492.93 | 274,459.68 | 44,042,952.61 |

·对上述会计政策变更追溯调整后,2022年1月1日的合并资产负债表金额如下:

| | 合并资产负债表 |
|---|---|
| 资产 | |
| 流动资产: | |
| 货币资金 | 515,242,729.55 |
| 衍生金融资产 | 2,053,396.41 |
| 应收票据 | 5,946,643.57 |
| 应收账款 | 616,815,719.53 |
| 预付款项 | 202,015,398.09 |
| 其他应收款 | 43,835,172.85 |
| 存货 | 685,221,585.29 |
| 其他流动资产 | 4,486,893.05 |
| 流动资产合计 | 2,075,617,538.34 |
| 非流动资产: | |
| 长期股权投资 | 461,649,786.82 |
| 其他权益工具投资 | 1,072,597,551.95 |
| 投资性房地产 | 17,448,320.35 |
| 固定资产 | 2,419,418,822.52 |
| 在建工程 | 45,104,468.10 |
| 生产性生物资产 | 788,388,030.75 |
| 使用权资产 | 108,390,794.79 |
| 无形资产 | 712,926,801.31 |
| 商誉 | 1,190,018,227.88 |
| 长期待摊费用 | 22,104,366.65 |
| 递延所得税资产 | 29,777,815.79 |
| 其他非流动资产 | 140,416,410.90 |
| 非流动资产合计 | 7,428,241,397.81 |
| 资产总计 | 9,503,858,936.15 |
| 负债和所有者权益 | |
| 流动负债: | |
| 短期借款 | 1,754,638,738.55 |
| 应付账款 | 881,927,190.17 |
| 合同负债 | 299,543,238.57 |
| 应付职工薪酬 | 191,460,928.29 |
| 应交税费 | 67,564,678.15 |
| 其他应付款 | 763,155,136.02 |
| 一年内到期的非流动负债 | 339,244,603.60 |
| 流动负债合计 | 4,297,534,513.35 |
| 非流动负债: | |
| 长期借款 | 1,464,288,516.02 |
| 应付债券 | 640,287,860.04 |
| 租赁负债 | 40,833,771.14 |
| 长期应付款 | 38,836,648.03 |
| 递延收益 | 126,048,299.13 |
| 递延所得税负债 | 27,254,628.76 |
| 非流动负债合计 | 2,337,549,723.12 |
| 负债合计 | 6,635,084,236.47 |
| 股东权益: | |
| 股本 | 867,271,477.00 |
| 其他权益工具 | 96,404,672.43 |
| 资本公积 | 665,139,865.70 |
| 减:库存股 | 126,786,000.00 |
| 其他综合收益 | 610,925.94 |
| 盈余公积 | 42,741,558.40 |
| 未分配利润 | 1,092,033,688.34 |
| 归属于母公司股东权益合计 | 2,637,416,187.81 |
| 少数股东权益 | 231,358,511.87 |
| 股东权益合计 | 2,868,774,699.68 |
| 负债和股东权益总计 | 9,503,858,936.15 |

(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 | 2,521,491,501.18 | 2,776,651,032.84 | 2,895,758,108.37 | 2,793,393,399.24 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 61,081,473.28 | 175,577,048.19 | 144,220,962.88 | 49,946,974.55 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 74,966,256.59 | 154,619,905.44 | 161,600,130.04 | 73,634,008.05 |
| 