公司代码:600419　　公司简称:天润乳业
债券代码:110097　　债券简称:天润转债

新疆天润乳业股份有限公司

2024 年度报告摘要

第一节 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www.sse.com.cn网站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性、准确性、完整性,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、中审众环会计师事务所(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、董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

(1) 公司拟向全体股东每10股派发现金红利0.21元 (含税)。截至2025年4月17日, 公司总股本320,190,246股,公司回购专用账户中的4,799,955股公司股份不享有利润分配权利,剔除该部分股份后实际享有利润分配权利的股份总数为315,390,291股,以此计算拟派发现金红利6,623,196.11元(含税),占当年归属于上市公司股东的净利润比例为15.17%。

(2)2024年度公司不送红股,亦不进行资本公积金转增股本。

如在公司2024年度利润分配方案公告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间,公司享有利润分配权利的股份总数发生变动的,公司拟维持分配总额不变,相应调整每股分配比例。

第二节 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	天润乳业	600419	新疆天宏

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	冯育菽	陶茜
联系地址	新疆乌鲁木齐市经济技术开发区(头屯河区)乌昌公路2702号	新疆乌鲁木齐市经济技术开发区(头屯河区)乌昌公路2702号
电话	0991-3960621	0991-3960621
传真	0991-3930013	0991-3930013
电子信箱	zqb600419@126.com	zqb600419@126.com

2、报告期公司主要业务简介

(一)主要业务

公司主要从事乳制品制造业及畜牧业,营业收入主要来源于乳制品销售收入,营业利润主要来源于乳制品销售业务。

(二)经营模式

公司拥有独立完整的奶牛养殖、乳制品研发、采购、生产和销售体系,公司根据自身情况、市场规则和运作机制,独立开展经营。

1.牧场管理:公司拥有天澳牧业、沙湾天润、天润烽火台、天润沙河、天润北亭、芳草天润、巴楚天润、新农乳业牧业分公司、托峰冰川九家奶牛养殖企业共计26个牧场,充分发挥天山北坡黄金奶源带的优势,不断提升牧场管理水平,提高自有奶源比例,为公司提供优质可靠的原料奶。

2.采购模式:公司采购的主要原料包括饲草料和包装材料等。公司根据自身经营需求,进行供应商开发及考核、商务谈判、合同签订、价格核算等。公司按年度预算、月采购需求计划,对采购申请、订单下达、入库、发票核销及付款申请等各个采购环节实施管控,为公司采购决策提供依据。

3.生产模式:公司乳制品生产主要通过下属子公司天润科技、沙湾盖瑞、天润唐王城、天润齐源、新农乳业实施。公司采用"以销定产"生产方式,销售公司根据年度预算和产品实际销售情况制定滚动的月度需求计划,由生产单位制定具体的生产计划和每天的生产进度安排,将生产任务落实到责任人。

4.销售模式:公司下设销售公司,建立了稳固的营销网络和较为完善的售后服务体系。针对不同的区域,公司分别采取直销模式和经销模式,直销模式通过公司自有营销队伍,对快消品主渠道大型连锁商超进行直接销售;经销模式是在主要地区选择经销商,由经销商间接地将公司产品销售给相应区域的终端客户。

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

	2024年	2023年	本年比上年增减(%)	2022年
总资产	6,192,266,178.65	5,700,162,802.70	8.63	3,936,008,587.36
归属于上市公司股东的净资产	2,412,903,415.80	2,390,869,955.22	0.92	2,307,819,602.09
营业收入	2,804,338,817.18	2,713,999,965.30	3.33	2,409,784,719.07
归属于上市公司股东的净利润	43,659,443.55	142,028,337.55	-69.26	196,465,934.19
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	76,009,543.55	140,174,625.40	-45.78	178,642,000.18
经营活动产生的现金流量净额	652,349,880.20	344,335,343.11	89.45	300,954,052.51
加权平均净资产收益率(%)	1.83	6.07	减少4.24个百分点	8.56
基本每股收益(元/股)	0.1384	0.4503	-69.26	0.6211
稀释每股收益(元/股)	0.1384	0.4503	-69.26	0.6211

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	640,555,253.10	802,605,844.62	712,609,660.11	648,568,059.35
归属于上市公司股东的净利润	4,543,539.22	-32,451,335.38	50,177,143.57	21,390,096.14
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	22,678,243.84	1,269,397.94	50,275,816.58	1,786,085.19
经营活动产生的现金流量净额	-6,264,433.81	252,998,945.65	188,172,064.55	217,443,303.81

4、股东情况

4.1报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

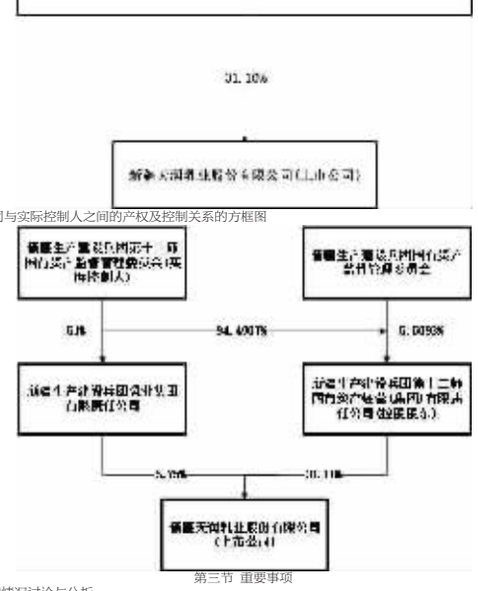
单位: 股

截至报告期末普通股股东总数(户)	28,424
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	26,643

前十名股东持股情况(不含通过转融通出借股份)

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、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
新疆生产建设兵团第十二师国有资产经营(集团)有限责任公司	0	99,577,302	31.10	0	无		国有法人
新疆生产建设兵团乳业集团有限责任公司	0	18,411,532	5.75	0	冻结	10,188,419	国有法人
全国社保基金六零四组合	-3,916,019	5,100,000	1.59	0	无		其他
广发银行股份有限公司-英大国企改革主题股票型证券投资基金	-674,061	3,149,800	0.98	0	无		其他
全国社保基金五零三组合	3,000,000	3,000,000	0.94	0	无		其他
大成国际资产管理有限公司-大成中国灵活配置基金	2,400,000	2,400,000	0.75	0	无		其他
国联证券股份有限公司	16,500	1,549,200	0.48	0	无		其他
招商银行股份有限公司-宝盈成长精选混合型证券投资基金	1,504,000	1,504,000	0.47	0	无		其他
曹俊义	1,324,000	1,410,000	0.44	0	无		其他
富国基金-工银安盛人寿保险有限公司-富国基金-工银安盛人寿单一资产管理计划	0	1,401,500	0.44	0	无		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	新疆生产建设兵团第十二师国有资产经营(集团)有限责任公司、新疆生产建设兵团乳业集团有限责任公司第一大股东均为新疆生产建设兵团第十二师国有资产监督管理委员会。除上述情况外,公司未知其他股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。						

4.2公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图



4.3公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

第三节 重要事项

1、经营情况讨论与分析

2024年是实现"十四五"规划目标任务的关键一年,面对外部压力加大、内部困难增多的复杂严峻形势,我国经济运行总体平稳、稳中有进,高质量发展扎实推进,新质生产力稳步发展,中国式现代化迈出新的坚实步伐。随着央地政策不断加码,提振消费成为贯穿全年消费市场的一条主线,内需活力持续释放,新模式、新业态不断涌现。但乳制品行业整体承压,奶源过剩的局面未得到有效缓解,产品价格战日益激烈,行业转型升级迫在眉睫。2024年,公司以积极的态度应对风险挑战,发挥区域特色优势,各项工作取得了一定的成绩。

2、报告期内公司所处行业情况

(一)政策助力行业高质量发展

2024年2月3日,中共中央 国务院发布了《中共中央 国务院关于学习运用"千村示范、万村整治"工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见》,提到"稳定牛羊肉基础生产能力;完善液态奶标准、规范复原乳标识,促进鲜奶消费"。2024年2月19日,农业农村部一号文件发布,提出了"深入开展肉牛肉羊增量提质行动,稳定牛羊肉基础生产能力。实施奶业生产能力提升整县推进项目,推动完善液态奶标准、规范复原乳标识",中央一号文件及农业农村部一号文件则从顶层明确了2024年奶业发展的方向。2024年8月12日,新疆维吾尔自治区人民政府办公厅印发了《稳定肉牛肉羊及奶产业发展九条政策措施》,以及2024年10月11日兵团农业农村局和兵团财政局制定印发了《2024年度促进兵团畜牧业稳定发展若干政策措施实施方案》,均为新疆奶业的发展提供了政策保障,进一步促进新疆畜牧业稳定发展,守住畜产品生产基本盘,加快推动畜牧业转型升级。

(二)产品创新推动市场多元化

随着消费者需求的日益多样化,中国乳制品企业不断在产品创新上下功夫,从传统的牛奶、酸奶到功能性乳品、植物基奶替代品等,产品种类日益丰富。这种创新不仅满足了不同消费者的健康需求,还拓宽了市场边界,为乳制品行业开辟了新的增长点。产品创新成为推动行业转型升级、提升整体价值的关键力量。

(三)行业发展趋势

(1)消费回暖与结构升级

随着新生儿数量的增加和老龄化的加剧,乳制品需求将呈现多元化趋势。婴幼儿配方奶粉市场未来将因政策支持和生育率回升而复苏,而中老年高钙奶粉和功能性乳品的需求也将激增。同时,消费者不仅追求"吃饱",更强调"吃好",即确保充足营养的同时,高度关注食物的安全性、多样性与均衡性,健康化趋势和个性化需求将更受欢迎,这为乳制品行业发展提供广阔市场空间。

(2)科技创新推动产业转型升级

现代消费者健康和营养意识不断增强,乳品企业也将加大研发投入,开发更多符合消费者需求的新产品,推出更多高蛋白、低脂以及具备多种功能的营养乳制品。技术创新是乳品企业持续发展的核心驱动力,也将更多地采用智能化生产技术,提升生产效率和产品质量。数字化和智能化将在乳品行业中发挥越来越重要的作用,乳品企业通过大数据和人工智能技术,可以更好地优化供应链管理,提升库存周转率和产品新鲜度,区块链溯源系统让"从牧场到餐桌"全程透明,消费者扫码即可查看奶源、杀菌工艺等细节。

(3)渠道融合多元化发展

线上渠道将持续增长,电商平台、社交电商和直播带货将继续成为乳制品销售的重要渠道,尤其是针对年轻消费群体,而文化IP+跨界营销,使得品牌年轻化破圈,乳企营销从"功能宣传"转向"情感共鸣"。线下渠道也将进行优化,更加注重体验和便利性,例如社区店、无人零售等新兴渠道的普及。

(4)行业整合趋势更加明显

龙头企业将通过并购、合作等方式进一步扩大市场份额,提高行业集中度。中小乳企则需要通过差异化竞争、聚焦细分市场等方式寻求生存和发展空间。同时,随着国内市场竞争的加剧,一些有实力的乳企可能会加快国际化步伐,拓展海外市场。

(5)绿色转型持续提速

各乳品企业积极响应国家生态文明建设号召,在政策驱动下,乳品企业"碳中和"进程提速。未来各乳品企业将更加关注生产过程中的碳排放和资源浪费问题,推动绿色生产,乳制品包装的回收利用和生物降解材料的应用将成为行业趋势。

3、报告期内核心竞争力分析

(一)牧场与生产基地自然资源优越,具备较强的区位优势

北纬45度附近,处于公认的黄金奶源带上。新疆拥有8.6亿亩优质草场,集中在天山南北地区,有大量优良奶牛和全国最大的进口良种牛核心群,奶源品质在全国名列前茅。公司牧场与生产基地位于草场资源丰富的地区,较长的日照时间及较大的昼夜温差使牧场具有了独特的品性,这为公司奶源的品质提供了得天独厚的自然条件。同时,新疆是国家"一带一路"及西部大开发战略的重要区域,公司毗邻乌鲁木齐机场,周边公路交通系统发达便捷,且树立了较为牢固的品牌效应,拥有着稳定的消费市场与消费群体,为公司提供了良好的发展环境。

(二)稳定、安全的奶源基地

公司是农业产业化国家重点龙头企业,重视奶源基地建设,坚信对行业长期而言,得奶源者得天下。公司原奶采购主要来自公司自有牧场和外部可控合作奶源,供应量与质量稳定,可以有效地保证公司原料奶供应。公司共拥有分布在新疆昌吉、阿克苏、奎屯、沙湾、西山农场、芳草湖农场、巴楚县、阿拉尔等地区的26个牛场,牛只总存栏数约6.48万头,同时对自有奶源基地进行技术升级改造,不断提升标准化养殖水平,公司拥有11个学生饮用奶奶源基地,1个有机牧场,新农乳业连续17年通过有机认证。经过多年发展,公司坚持自有及可控奶源的经营战略,与公司的产品战略相辅相成,持续提高公司生鲜乳自给率、提升奶源品质,确保奶源安全,进一步巩固了在区域乳制品市场的领先地位。

(三)优秀的人才团队和精细化管理模式

经过20余年的发展,天润乳业培养了一大批行业内优秀人才,拥有一支与时俱进的管理团队和一批资深的行业专家,公司董事长刘让先生为享受国务院津贴的畜牧行业专家;同时为了更好开展科研创新工作,公司先后聘请多位国内专家进行指导与合作。天润乳业在疆内率先建立了先进、完善、专业的生产和设备管理制度,同时具有完整建设与运营环保、智能、现代化牧场与生产车间的经验。经过多年发展,在牧场运营方面,公司掌握了奶牛规模化散栏饲养、自动化环境控制、数字化精准饲喂管理、粪污无害化处理等现代奶牛饲养先进技术;在生产工厂管理方面,严格执行国家ISO9001、HACCP22000管理体系,并通过FOSS乳成分分析仪、体细胞仪、沃特世液相等世界先进仪器,全程把控和监督生产的各个环节;同时公司采用定制的ERP进行精细化管理,提升了管理效率,成功打造了全面覆盖生产、销售、供应、财务、人力资源、办公自动化等各环节的ERP信息系统,提高了公司各项活动管理的精细化水平。以上因素使得公司牧场与生产管理、运营在疆内处于领先地位,同时为公司经营规模再迈上新的台阶奠定了基础。

(四)扎实的行业技术储备与产品创新能力

公司重视技术研发和创新, 公司将不断研发适应市场需要的新产品作为保持公司核心竞争力的重要手段。公司坚持以市场为导向,以原始创新为主体,持续加大新产品科技研发投入,增强公司软实力。2024年,公司全年共开发一百余款新品,其中16款成功上市,包括有机纯牛奶、有机酸奶、西梅酸奶等各类特色产品,以差异化优良口感、健康的理念、新颖的包装持续增强市场占有率。公司重视研发创新精神,将实验室建立到大学,长期同中国农业大学、新疆农业大学等高校开展产学研合作,公司建立了博士后科研工作站、新疆发酵乳微生物菌种资源开发重点实验室、中德畜牧业技术创新中心中德牛业发展合作项目等;公司自主研发的奶啤拥有国家专利,使用了独特采集的菌种自然发酵,在不采用注入二氧化碳气体情况下,使得一款乳酸菌饮料兼顾牛奶与啤酒的口感;2024年,兵团乳制品产业创新研究院正式揭牌,牛初乳系列产品、长保质期鲜奶等6个科技项目完成验收。《新疆传统发酵乳制品优异种质资源发掘及其菌种制备与产业化创新应用》项目获得2024年中国乳制品工业协会技术进步二等奖,《新疆特色发酵乳饮料奶啤关键技术创新与应用》获兵团技术发明一等奖,截至目前,公司共拥有发明专利12项,各类知识产权成果78项;2024年,公司被科技部评为"全国科普工作先进集体"荣誉称号,公司技术创新能力和创新成果在疆内起到领军示范作用。

(五)全方位、高标准的产品质量控制

公司建立健全了行业内先进成熟的产品质量控制体系,公司从源头上确保原料奶质量,成立专门的饲草料收购质量督导组,严格收购标准;公司深化牧场防疫工作,原料奶质量合格率100%,公司牧业板块所属牧场顺利通过国家级学生奶奶源基地验收;公司通过新的设备工艺,有效控制了原料奶的菌落总数,并且优化乳制品加工工艺,提高设备利用率。坚持从牧场原奶端开始到消费终端的全程质量监控,并配有先进、齐全的检验检测设备,拥有一批经验丰富的质检人员,充分保证了公司产品的优质质量。公司先后建立了ISO9001质量管理体系、危害分析和关键控制点(HACCP)、食品安全管理体系(GB/T22000)和食品工业企业诚信管理体系,顺利通过四大管理体系的认证工作与年度监督审核工作,并通过了国家乳制品生产许可证(SC)换证审查工作。公司品牌和产品质量赢得了广大消费者的认可,牢固树立了企业的绿色环保形象。

(六)良好的销售体系和客户基础

天润乳业深耕乳业主业20余年,在公司以客户为中心、以市场为导向发展战略下,坚持产品、渠道、市场差异化原则,整合优化营销系统。2018年公司进一步加快市场布局,根据市场发展不断调整优化销售体系,成立独立的销售公司;以强城市型市场体系建设为主,坚持现代与传统相结合的策略,以乌鲁木齐市场为核心,实现疆内县级市场全覆盖,以新疆为基础的全国市场规划,实施"用新疆资源,做全国市场"战略,并先后在北京、上海、广东等疆外31个省市建立了市场网络体系;以产品布局市场渠道,建立电商平台,创新营销模式,积极开拓专卖店和工厂店模式,通过传统渠道抓住消费味蕾,现代渠道提升品牌认知,专卖店和工厂店强化用户体验,三驱并轨让天润作为疆奶的首席代表持续升华;在倡导国内消费大循环的背景下,利用新媒体传播工具,大力展开线上推广,发扬区域性乳企优势,强化消费者认识,持续建设品牌形象;加大渠道拓展力度,从填点连线的渠道铺市,到择优渠道布局,最终精准化渠道策略输出。

4、报告期内主要经营情况

2024年,面对复杂多变的形势,公司三大板块紧密协同,市场销售深挖渠道潜力、创新营销,乳品加工专注产品质量、灵活调整生产线,牧业养殖侧重优化牛群结构、把控奶源品质,有力保障了各项生产经营活动的平稳运行,公司经营韧性得到显著增强。2024年,公司实现营业收入28.04亿元,较上年同期增长3.33%;归属于上市公司股东的净利润4,365.94万元,较上年同期下降69.26%;经营活动产生的现金流量净额65,234.99万元,较上年同期增长89.45%;全年上缴各项税费4,652.56万元。

(一)销售板块

2024年,公司坚持实施"用新疆资源,做全国市场"战略,以区域深耕与场景创新突围,积极拓展线上线下销售渠道,加大品牌宣传和行销推广力度,打造差异化产品矩阵以满足不同消费者需求,有力带动销售额的提升。2024年,公司实现乳制品销量29.43万吨,较上年同期增长3.43%。

(1)双主线驱动品牌宣传

2024年,公司以"深耕新疆资源+年轻化破圈"双主线驱动品牌持续发声。一方面,在新媒体平台推出"新疆天山牧场溯源之旅",邀请营养学专家及社交达人实地探访天润牧场,将天润"天选牧场,自然营养"的品牌理念与新疆地域文化深度绑定,提升品牌信任度。另一方面,公司与上海电音节等年轻潮流IP合作,将天润产品植入消费场景,通过展区互动、产品试饮等方式吸引年轻消费者,塑造品牌"时尚健康饮品"形象。

(2)行销推广有序开展

报告期内,公司聚焦重点单品、新品及核心市场,结合节假日时点开展专项行销活动,在各渠道端结合新疆元素进行生动化陈列,增强消费体验。并创建显区推广新模式,将市场推广与新疆文旅相结合,借助新疆乳品节及抽库公路、乌鲁木齐国际大巴扎景区开展新疆游互动营销活动,吸引大量游客的关注和参与。同时,深度挖掘民族市场潜力,将特色产品打入南疆地区集市,有效提升产品销量。

(3)构建社区乳业新生态

2024年,天润乳业乌鲁木齐工厂店全面升级至"3.0版本",14家门店同步开业,以"现打鲜奶+零添加牛乳馒头"打造社区消费场景,贴近居民日常生活圈,让工厂店成为"家门口的牧场",进一步提升区域市场渗透率。门店设置自助打奶机、企业文化展示区及手工制作体验区,以"工场直供+极致新鲜"的健康饮食体验增强消费者互动性,同时新增干酪、希腊酸奶、花式酸奶等品类,并通过优化设备降低运营成本,提升制作效率。

(二)乳业板块

公司乳业事业部对五个乳品加工子公司持续进行产品质量、生产成本、安全环保和产品交付管控,严格产品质量标准,细化成本考核指标,实行严考核、严问责、严管理,扎实做好乳品生产保障工作。2024年乳制品产量29.74万吨,较去年同期提升5.12%。

(1)成本管控见成效

2024年,公司乳业事业部制定成本优化52条举措,细化各项生产成本考核指标,降低大宗物品采购成本,通过设备技改提高设备运行效率和生产效率,各乳品子公司均按要求完成,有效实现节本降耗。同时,综合考虑各单位生产规模、人员总数、结构占比等因素制定优化编制方案,调整自动化改造后计件工资核算,实现单位人均产量提升的目标。

(2)严守质量安全底线

公司高度重视质量管理工作,不断完善各工厂质量标准,定期开展有针对性的质量巡查,组织质量管理专项培训,并借助信息化手段加强产品过程控制,产品出厂合格率及市场抽检合格率均达100%。新农乳业连续17年通过中国有机产品认证,天润齐源通过中国学生饮用奶标志审核,天润科技优质乳工程认证顺利通过专家预审,显著提升公司产品美誉度。

(3)科技带动乳业创新

公司坚持以科技创新引领发展,2024年,兵团乳制品产业创新研究院正式揭牌,公司科技创新平台已发展至5个,先后完成了牛初乳系列、长保质期鲜奶等6项科技项目验收,相关科技项目分别荣获中国乳制品工业协会技术进步二等奖、中国技术市场协会金桥奖二等奖及兵团技术发明一等奖。公司全年共开发一百余款新品,其中16款成功上市,包括有机纯牛奶、有机酸奶、西梅酸奶等各类特色产品,进一步丰富产品矩阵,打造新的增长点。

(三)牧业板块

2024年初以来,公司牧业面临原料奶价格低迷和牛只价格下行的双重压力,公司及时调整战略,积极主动优化牛群结构,实施技术一致性管控,挖掘新疆本地优质饲料资源,提升饲料转化效率,保障奶牛健康。报告期末公司牛只存栏6.48万头,平均成母牛年单产10.66吨。

(1)加快推进基因遗传育种

公司牧业板块持续通过后备牛基因组检测,组建优质核心育种群,结合行业形势和公司发展战略调整优化中长期育种规划,重点从净效益、高产、长寿、高饲料转化效率等遗传关键指标进行改良,实现牛群提质增效,从数量型向质量型牛群规模转型升级,全面保障奶源保供基地的核心种母牛群的培育。

(2)强化实验室监测健康保障

公司不断地完善自有牧场实验室相关配套检测设备,进一步夯实牧场的生物安全防控检测和牧场消毒及致病菌的有效评估评价,保障奶牛健康和原料乳质量安全。天润北亭、天润沙河、沙湾天润、天润烽火台等牧场相继通过减抗达标要求,天润北亭万头牧场通过中国良好农业规范认证。

(3)科研赋能为养殖增效节本

公司联合中国农业大学、新疆农业大学等科研院所,成立鲁兵奶业产业研究院(第十二师),建立研究生联合培养基地,重点聚焦奶牛养殖成本控制。通过玉米青贮和苜蓿的种植模式、收割工艺等技术优化和创新,关注饲草料的消化率和营养指标,强化源头品质控制,饲草料基本实现了本地化供给,为精准营养成本控制、饲草成本节约和优质稳定的原料乳保供奠定了基础。

5、利润表及现金流量表相关科目变动分析表

科目	本期数	上年同期数	变动比例(%)
营业收入	2,804,338,817.18	2,713,999,965.30	3.33
营业成本	2,334,306,578.15	2,195,242,883.06	6.33
销售费用	155,196,897.46	146,692,443.77	5.80
管理费用	106,074,094.71	96,892,522.19	9.48
财务费用	37,897,290.06	18,255,783.89	107.59
研发费用	26,631,213.78	24,793,359.59	7.41
经营活动产生的现金流量净额	652,349,880.20	344,335,343.11	89.45
投资活动产生的现金流量净额	-772,741,278.62	-1,068,835,553.91	不适用
筹资活动产生的现金流量净额	458,703,339.27	530,910,427.80	-13.60

(1)财务费用变动原因说明:主要系报告期公司根据生产经营、项目建设资金需求增加融资,以及发行可转换公司债券计提利息增加所致。

(2)经营活动产生的现金流量净额变动原因说明:主要系报告期内公牛及大包粉销售收入增加,以及上年同期合并新农乳业期间为2023年6-12月。

6、收入和成本分析

(一)主营业务分行业、分产品、分地区、分销售模式情况

单位:元　币种:人民币

主营业务分行业情况

分行业	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
乳制品制造业	2,616,781,881.28	2,080,446,286.92	20.50	0.25	-0.45	增加0.55个百分点
畜牧业	91,921,785.67	125,493,444.10	-36.52	14.32	50.94	减少33.12个百分点
其他	15,296,603.31	11,719,474.58	23.39	63.94	61.34	增加1.23个百分点
合计	2,724,000,270.26	2,217,659,205.60	18.59	0.89	1.72	减少0.67个百分点

主营业务分产品情况

分产品	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
常温乳制品	1,498,953,333.90	1,232,828,760.80	17.75	-2.03	-0.75	减少1.06个百分点
低温乳制品	1,117,828,547.38	847,617,526.12	24.17	3.47	0.00	增加2.63个百分点
畜牧业产品	91,921,785.67	125,493,444.10	-36.52	14.32	50.94	减少33.12个百分点
其他	15,296,603.31	11,719,474.58	23.39	63.94	61.34	增加1.23个百分点
合计	2,724,000,270.26	2,217,659,205.60	18.59	0.89	1.72	减少0.67个百分点

主营业务分地区情况

分地区	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
疆内	1,359,166,787.66	1,134,532,575.05	16.53	-6.31	-4.77	减少1.35个百分点
疆外	1,364,833,482.60	1,083,126,630.55	20.64	9.25	9.54	减少0.21个百分点
合计	2,724,000,270.26	2,217,659,205.60	18.59	0.89	1.72	减少0.67个百分点

主营业务分销售模式情况

销售模式	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
经销模式	2,453,401,111.95	1,971,063,350.40	19.66	2.17	2.15	增加0.01个百分点
直销模式	270,599,158.31	246,595,855.19	8.87	-9.40	-1.59	减少7.23个百分点
合计	2,724,000,270.26	2,217,659,205.60	18.59	0.89	1.72	减少0.67个百分点

主营业务分行业、分产品、分地区、分销售模式情况的说明

主营业务分产品情况中,畜牧业产品营业成本大幅增加,主要系富裕生鲜奶销量增加所致,因公牛及生鲜乳市场平均价格较上年降低,导致毛利率大幅下滑;其他产品营业成本和营业收入大幅增加,主要系公司丰富专卖店产品品类,销量增加所致。

(二)产销量情况分析表

主要产品	单位	生产量	销售量	库存量	生产量比上年增减(%)	销售量比上年增减(%)	库存量比上年增减(%)
乳制品	吨	297,422.66	294,312.98	6,102.08	5.12	3.43	104.50

产销量情况说明

主要系报告期内产品销量较上年同期增长所致。

(三)成本分析表

单位:元

分行业情况

分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)	情况说明
乳制品制造业	直接材料	1,645,518,037.76	74.20	1,643,528,808.44	75.48	0.12	
	直接人工	119,330,513.22	5.38	113,107,480.56	5.47	5.50	
	折旧	67,885,629.60	3.06	49,677,798.47	3.11	36.65	收购新农乳业及天润齐源投产后新增设备增加对应折旧
	能源和动力	46,405,622.72	2.09	40,233,969.94	2.13	15.34	
	其他费用	201,306,483.62	9.08	243,212,034.15	9.23	-17.23	
畜牧业	直接材料	85,628,412.07	3.86	59,196,558.70	2.72	44.65	公牛及外销生鲜乳销量同比大幅增加
	直接人工	13,416,230.70	0.60	8,436,367.73	0.39	59.03	
	折旧	14,108,076.35	0.64	7,860,672.21	0.36	79.48	
	能源和动力	2,183,413.99	0.10	1,221,594.53	0.06	78.73	
	其他费用	10,157,310.99	0.46	6,428,697.67	0.29	58.00	
批发和零售业	采购成本	11,719,474.58	0.53	7,263,664.19	0.33	61.34	产品销量增加

分产品情况

分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)	情况说明
常温乳制品	直接材料	950,451,724.74	42.86	953,225,925.04	43.72	-0.29	
	直接人工	77,778,016.95	3.51	73,137,319.88	3.35	6.35	
	折旧	44,246,936.57	2.00	32,122,552.99	1.47	37.74	收购新农乳业及天润齐源投产后新增设备增加对应折旧
	能源和动力	30,246,558.18	1.36	26,016,004.56	1.19	16.26	
	其他费用	130,105,524.37	5.87	157,626,012.94	7.23	-17.46	
低温乳制品	直接材料	695,066,313.02	31.34	690,302,883.40	31.66	0.69	
	直接人工	41,552,496.27	1.87	39,970,160.68	1.83	3.96	
	折旧	23,638,693.03	1.07	17,555,245.48	0.81	34.65	收购新农乳业及天润齐源投产后新增设备增加对应折旧
	能源和动力	16,159,064.54	0.73	14,217,965.38	0.65	13.65	
	其他费用	71,200,959.25	3.21	85,586,021.21	3.93	-16.81	
畜牧业产品	直接材料	85,628,412.07	3.86	59,196,558.70	2.72	44.65	公牛及外销生鲜乳销量同比大幅增加
	直接人工	13,416,230.70	0.60	8,436,367.73	0.39	59.03	
	折旧	14,108,076.35	0.64	7,860,672.21	0.36	79.48	
	能源和动力	2,183,413.99	0.10	1,221,594.53	0.06	78.73	
	其他费用	10,157,310.99	0.46	6,428,697.67	0.29	58.00	
其他产品	采购成本	11,719,474.58	0.53	7,263,664.19	0.33	61.34	产品销量增加

(四)主要销售客户及主要供应商情况

(1)公司主要销售客户情况

前五名客户销售额40,124.16万元,占年度销售总额14.31%;其中前五名客户销售额中关联方销售额0万元,占年度销售总额0%。

(2)公司主要供应商情况

前五名供应商采购额64,053.90万元,占年度采购总额27.44%;其中前五名供应商采购额中关联方采购额0万元,占年度采购总额0%。

7、费用

单位:元

科目	本期数	上年同期数	变动数	变动比例(%)
销售费用	146,692,443.77	124,601,424.82	22,091,018.96	17.73
管理费用	96,892,522.19	80,767,384.55	16,125,137.64	19.96
财务费用	18,255,783.89	-5,028,924.42	23,284,708.31	不适用
所得税费用	32,961,376.19	14,723,138.84	18,228,236.35	123.81

8、研发投入

(一)研发投入情况表

单位:元

本期费用化研发投入	26,631,213.78
本期资本化研发投入	0.00
研发投入合计	26,631,213.78
研发投入总额占营业收入比例(%)	0.95
研发投入资本化的比重(%)	0.00

(二)研发人员情况表

公司研发人员的数量	22
研发人员数量占公司总人数的比例(%)	0.66
研发人员学历结构	
学历结构类别	学历结构人数
博士研究生	0
硕士研究生	17
本科	4
专科	1
高中及以下	0
研发人员年龄结构	
年龄结构类别	年龄结构人数
30岁以下(不含30岁)	10
30-40岁(含30岁,不含40岁)	9
40-50岁(含40岁,不含50岁)	2
50-60岁(含50岁,不含60岁)	1
60岁及以上	0

9、现金流

单位:元

科目	本期数	上年同期数	变动数	变动比例(%)
经营活动产生的现金流量净额	652,349,880.20	344,335,343.11	308,014,537.09	89.45
投资