

公司代码：600597

公司简称：光明乳业

**光明乳业股份有限公司**  
**2020 年年度报告摘要**

## 一 重要提示

1.1 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。

1.2 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。

### 1.3 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
独立董事	毛惠刚	因公未能亲自出席	刘向东

1.4 普华永道中天会计师事务所(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。

### 1.5 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

经普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)审计，光明乳业股份有限公司(以下简称“本公司”)(母公司)2020年度实现税后利润228,594,457元，(不提取法定盈余公积,法定盈余公积余额为612,243,755元，占本公司注册资本的百分之五十以上)，加上年度未分配利润1,654,560,607元，可供分配的利润为1,883,155,064元。本公司拟以实施2020年度权益分派股权登记日登记的总股本为基数向全体股东每股派现金红利0.16元(含税)。截至2021年3月26日，本公司总股本1,224,487,509股，以此计算合计拟派发现金红利195,918,002元(含税)，其余1,687,237,062元结转下一年度。2020年度本公司现金分红占本年度归属于上市公司股东的净利润比例为32.25%。

本预案尚需提交公司股东大会审议。

### 1.6 前瞻性陈述的风险声明

本年度报告中有涉及公司经营和发展战略等未来计划的前瞻性陈述，该计划不构成公司对投资者的实质承诺，请投资者注意投资风险。

## 二 公司基本情况

### 2.1 公司简介

股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码
A股	上海证券交易所	光明乳业	600597

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	沈小燕	陈仲杰
办公地址	上海市吴中路578号	上海市吴中路578号
电话	021-54584520转5277	021-54584520转5623
电子信箱	600597@brightdairy.com	chenzhongjie@brightdairy.com

### 2.2 报告期公司主要业务简介

#### 2.2.1 主要业务及经营模式

公司主要从事各类乳制品的开发、生产和销售，奶牛的饲养、培育，物流配送等业务。公司

主要生产销售新鲜牛奶、新鲜酸奶、常温酸奶、乳酸菌饮品、婴幼儿及中老年奶粉、奶酪、黄油、冷饮等产品。

公司主要经营模式为：

1、牧场管理。公司下属子公司光明牧业有限公司拥有悠久的奶牛饲养历史，是国内最大的牧业综合性服务公司之一。牧场管理采用“千分牧场”评价标准体系，对所有牧场兽医保健、繁殖育种、饲料饲养、生奶质量、防暑降温、安全生产等六大版块进行评分，确保生乳品质安全、可靠、优质。环保千分制考核机制，有效提升牧场废弃物的处理能力及利用率，切实推进“美丽牧场”建设。

2、生产模式。公司工厂遍布全国主要省市。在管理上，实施“千分工厂”审核标准，对乳品生产厂的质量系统、工厂环境、产品控制、工艺控制、员工管理五个版块进行考核评价管理。精确掌握全国各地工厂的质量和生产管理水平和，时时把握产品的安全性。

3、物流配送。坚持“区域物流领袖、食品物流专家”的经营目标，秉承“新鲜、迅捷、准确、亲切”的服务理念，致力于为社会和广大客户提供高品质、多温带的现代食品物流服务。采用WMS、DPS、TMS、车载系统GPS及北斗卫星监控系统等现代化信息系统，对物流运作和管理提供有效支持。

4、销售模式。公司主要采用直销和经销相结合的销售模式，销售渠道遍布全国主要省市。

5、采购模式。公司按采购物料的类型，使用公开招标、邀请招标、竞争性谈判、询价、单一来源及紧急采购相结合的方式采购，从而提高资金使用效率。

6、海外业务。公司下属子公司新西兰新莱特乳业有限公司（以下简称“新西兰新莱特”）主要从事工业奶粉、婴儿奶粉生产和销售，产品远销世界各地。

## 2.2.2 公司所属行业的发展阶段、周期性特点及公司所处的行业地位

### 1、发展阶段

在构建以国内大循环为主体，国内、国际双循环的新发展格局背景下，中国乳业充分发挥内需潜力、不断完善国内大循环。面对超大规模的国内市场和日趋完善的国内产业链，中国乳业走高质量发展道路，以高品质产品和服务满足消费者需求。随着居民消费模式的改变，消费需求的多样化，乳制品企业越来越注重奶源建设、产品研发、营销渠道建设。乳制品企业已经进入奶源、产品、渠道全产业链竞争的时期。鉴于乳制品消费广阔的市场空间和居民收入水平不断的提高，全产业链的均衡发展将引领乳制品行业进入稳步增长期。

### 2、行业周期性特点

乳制品属于大众日常消费品，行业周期性特征不明显。

### 3、行业地位

公司拥有乳业生物科技国家重点实验室，研发实力领先；公司销售规模过200亿元，在乳制品行业中名列前茅。公司是集奶牛养殖、乳制品研发及生产加工、物流配送终端销售等一、二、三产业于一体的大型乳品企业。

## 三 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	20,309,910,295	17,637,106,805	15.15	17,933,759,421
营业收入	25,222,715,966	22,563,236,819	11.79	20,985,560,398
归属于上市公司股	607,590,306	498,407,011	21.91	341,756,709

东的净利润				
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	465,049,777	464,963,469	0.02	329,485,659
归属于上市公司股东的净资产	6,279,087,392	5,717,938,355	9.81	5,336,936,405
经营活动产生的现金流量净额	2,158,595,143	2,409,715,881	-10.42	1,453,636,150
基本每股收益（元/股）	0.50	0.41	21.95	0.28
稀释每股收益（元/股）	0.50	0.41	21.95	0.28
加权平均净资产收益率（%）	10.19	9.03	增加1.16个百分点	6.28

### 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	5,134,028,633	7,011,981,369	6,578,906,800	6,497,799,164
归属于上市公司股东的净利润	77,152,462	231,111,191	117,238,063	182,088,590
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-16,320,269	225,898,916	111,758,269	143,712,861
经营活动产生的现金流量净额	-476,690,878	1,129,494,446	824,410,802	681,380,773

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

## 四 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

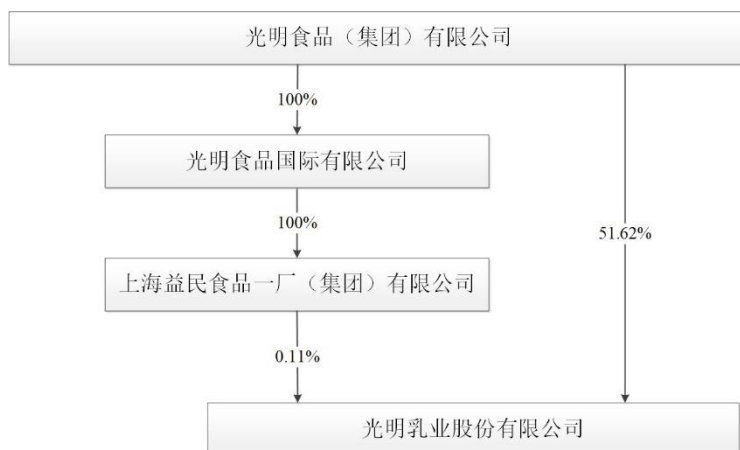
截止报告期末普通股股东总数（户）							75,126
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							76,449
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							不适用
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）							不适用
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有限 售条件 的股份	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	

				数量			
光明食品（集团）有限公司	-	632,117,066	51.62	0	无	0	国有法人
中国证券金融股份有限公司	-7,976,951	32,188,677	2.63	0	未知		未知
中央汇金资产管理有限责任公司	-	15,189,500	1.24	0	未知		未知
杨荣生	1,742,900	10,280,300	0.84	0	未知		未知
香港中央结算有限公司	-6,808,644	9,336,607	0.76	0	未知		未知
全国社保基金四一三组合	2,490,000	9,090,000	0.74	0	未知		未知
中国工商银行股份有限公司—嘉实产业先锋混合型证券投资基金	未知	7,181,601	0.59	0	未知		未知
中国工商银行股份有限公司—中证上海国企交易型开放式指数证券投资基金	-825,100	6,023,912	0.49	0	未知		未知
全国社保基金一零五组合	未知	5,549,414	0.45	0	未知		未知
郑天云	1,670,300	5,192,100	0.42	0	未知		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	未知						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

上海益民食品一厂（集团）有限公司为光明食品（集团）有限公司（以下简称“光明食品集团”）一致行动人。上海益民食品一厂（集团）有限公司截止2020年12月31日持有公司股份数为1,350,724股，两者合计持有公司股份633,467,790股，占本公司总股本的51.73%。

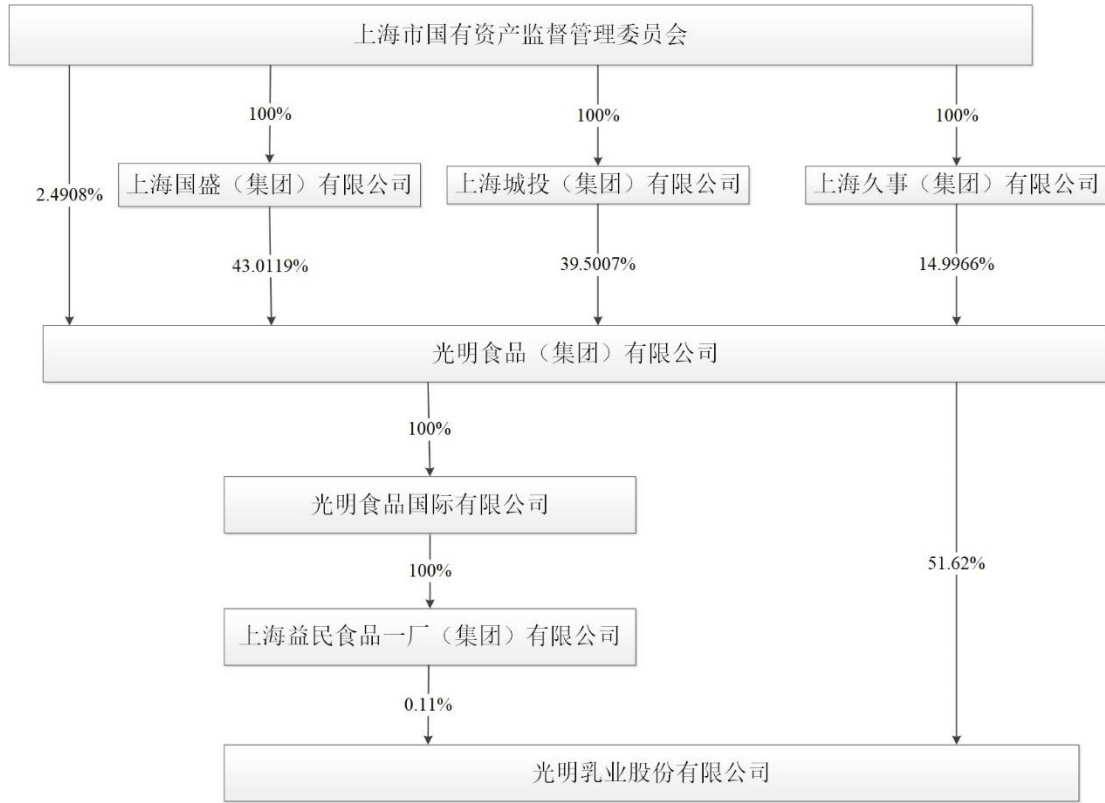
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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



## 五 经营情况讨论与分析

2020年，是全球经济经受重大考验的一年。面对严峻复杂的内外部形势，尤其是新冠肺炎疫情的严重冲击，中国经济实现稳步恢复，成为全球唯一实现经济正增长的主要经济体，彰显出新动能的活力和韧性。在消费升级与国内国际双循环的经济背景下，中国乳业迎来了高质量发展的重要机遇，消费者对营养健康的关注度不断提升，新鲜成为中国乳制品行业高质量发展的重要标准。

2020年度，公司坚持稳中求进总基调，牢牢把握高质量发展的根本要求，开拓创新、危中寻机，圆满完成疫情防控、生产经营和民生保障三大任务。

2020年度，面对挑战，公司实现抗疫保供、复工复产，两手抓两不误；不断推动国内鲜奶市场更高标准的出炉，助力提升国民营养健康；整合营销打出组合拳，通过全新的营销方式将品牌融入年轻群体，展百年品牌新貌；加速奶源布局，打造全产业链新鲜优势，保障鲜奶全国战略实施；把握新经济风口，光明随心订加速平台转型升级；牛奶棚、冰淇淋守正创新，发挥品牌融合、产业链融合内在优势，拓展业务新空间；拥抱新零售、拥抱大数据服务再升级，数字化转型扎实推进；海外新莱特稳步发展，成功完成扩股增资，优化资本结构。

### 5.1 报告期内主要经营情况

2020年，公司实现营业总收入252.23亿元，同比上升11.79%；实现净利润7.85亿元，同比上升15.05%；实现归属于母公司所有者的净利润6.08亿元，同比上升21.91%；实现净资产收益率10.19%，同比增加1.16个百分点。

主要工作情况如下：

### 1、抗疫保供、复工复产，两手抓两不误

面对疫情，公司应对迅速有力，力保市场供应，驰援抗疫一线，承诺不拒收奶，彰显国企担当。在抗击疫情的主战场武汉，公司成为唯一一家坚持生产低温乳制品的企业，第一时间给消费者送去新鲜品质；疫情发生后，公司第一时间驰援一线，向 20 余家抗疫一线医院送去乳制品物资；公司在全行业率先承诺，对于签订采购协议的合作牧场，不拒收一滴奶；光明随心订和领鲜物流不畏困难、风雨无阻，连续三个月每周两次为援鄂医务家庭配送鲜奶、蔬菜、肉等物资，共覆盖 1,859 位家属，配送物资达 104,029 件次。

### 2、深耕新鲜战略，助力健康升级

公司作为行业“新鲜”的建设者与倡导者，致力于不断推动国内鲜奶市场更高标准的出炉，为提升国民营养健康贡献光明力量。后疫情时代，公司牢牢抓住新鲜牛奶发展风口，率先在光明优倍鲜奶包装上标注了免疫球蛋白、乳铁蛋白和乳过氧化物酶三项活性指标含量，致力让消费者最直观了解到鲜奶的营养成分。2020 年，公司华东中心工厂优倍鲜牛奶获得上海品牌认证，“领鲜”品质再获肯定。鲜奶新品新鲜牧场自 4 月上市后，推进“新鲜全国战略”落地，快速渗透全国二三线城市。11 月，公司首创国内生牛乳空运模式，将宁夏中卫黄金奶源带的生牛乳空运至上海，并制作成高品质中卫奶源版“优倍鲜奶”，回馈消费者。

### 3、整合营销打出组合拳，提升品牌力

2020 年，在品牌营销与年轻化战略布局方面，公司打出系列组合拳，通过全新的营销方式将品牌融入到年轻群体的生活中，赋能品牌创新。公司成为英雄联盟全球总决赛中国区官方合作伙伴，与青年朋友们一起见证英雄联盟 S10 总决赛；赞助 F1 电竞中国冠军赛，不断发掘年轻化市场，将健康美味的乳制品跨界带入电竞世界；冠名《完美的夏天》、《我们的歌》等节目，充分打通节目与品牌的交互玩法；独家特约赞助《故事里的中国》栏目，为新中国成立 70 周年献礼，致敬时代经典，重温每一个鲜活时代。

### 4、加速奶源布局，迎接“新鲜时代”

公司主动出击，围绕新鲜产业全国布局战略，加速推进奶源建设，从前端保障光明品质，筑牢“领鲜”护城河。2020 年，公司与银宝集团强强联手，分别成立江苏光明银宝乳业有限公司和江苏银宝光明牧业有限公司。以此为起点，公司全国领鲜版图再度扩大，进一步完善华东、华北地区生产及奶源基地布局。同时，公司在宁夏中卫、安徽阜南、黑龙江富裕等地，积极加快牧场投资建设。此外，公司与宁夏中卫市、宁夏农业投资集团有限公司签署战略合作，三方合作在宁夏投资建设种养加全产业链项目。

### 5、把握新经济风口，平台转型育新机

光明随心订在疫情期间敏锐抓住消费者急需无接触配送蔬菜肉类的市场契机，从为上海援鄂医疗队的家属送奶、送菜、送肉，解决后顾之忧的“三送”公益活动为原点，拓展出全新的业务模式。为提升客户体验，随心订 2 月初在 App 上线蔬菜肉类配送服务，结合光明食品集团优势资源，为上海市民送上优质的新鲜蔬菜和肉类产品。5 月，光明随心订与天猫签署 2020 年品牌数字化转型战略合作，全面开启品牌数字化新布局。与此同时，在今年上海启动的“五五购物节”期间，光明随心订作为光明食品集团购物节主战场，线上发放 17 亿电子消费券，进一步丰富产品品类，加速转型步伐。

### 6、增强联动效应，拓展业务新空间

2020 年，公司继续加快牛奶棚、冰淇淋商业模式转型，助推产业升级，积极打造新的业务增长点。自去年首家光明悠焙开业后，今年光明悠焙快闪店和光明悠焙豫园百货新店也正式亮相沪上，成为又一新晋网红打卡地。同时，在“国潮崛起”的大市场趋势下，冰淇淋在产品、品牌、营销上不断突破创新。大白兔冰淇淋、优倍鲜奶冰淇淋、珍稀红宝石巧克力限量版紫雪糕等新品上市后，不仅迅速打开年轻消费者的市场，话题度、销售额更是一路高歌，稳稳占据市场，取得了良好的市场反响。

## 7、拥抱新零售，数字化转型升级

公司与阿里云计算有限公司于去年正式达成战略合作，共同推动光明乳业的数字化转型，旨在建立一体化企业数字化管控平台，打造智慧牧场、智慧工厂、智慧物流和业财一体化，提升营运效率，促进商业模式转型，提升公司整体竞争力。目前数字化转型第一期已进入上线测试阶段，2020年12月全新随心订平台正式上线，通过线上线下资源整合，将原有的B2C商城升级成为全新的电商平台，随心订会员系统伴随新版app同步上线。光明大会员系统也将陆续上线，将整合并沉淀各营销中心会员数据，提升用户体验。

## 8、海外业务稳步发展，提升风险应对能力

2020年，在全球经济、贸易局势受疫情影响的大背景下，新西兰新莱特实现了主营业务的稳步发展，关键财务指标保持稳健，全年共实现营业收入63.21亿元，同比增长27.57%，实现净利润3.03亿元，同比增长2.18%。产品结构方面，在保持婴儿配方奶粉业务和工业奶粉业务共同增长的同时，进一步提升婴儿配方奶粉的占比，并完成了对于新西兰知名奶酪生产商Dairyworks的股权收购。同时，新西兰新莱特还与跨国乳企签订了乳制品的长期供应协议，逐步实现了业务的多元化发展。

2020年11月，新西兰新莱特成功完成扩股增资，共募集约两亿新西兰元（折合人民币9亿元），保证充裕资金水平，满足后续新增项目发展资金需求，并归还了部分现有银行贷款，降低了整体资产负债水平，优化了资本结构，提升了风险的应对能力。

## 5.2 主营业务分析

### 5.2.1 利润表及现金流量表相关科目变动分析表主营业务分析

单位：元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例（%）
营业收入	25,222,715,966	22,563,236,819	11.79
营业成本	18,712,364,564	15,504,696,954	20.69
销售费用	4,308,682,900	4,860,231,451	-11.35
管理费用	820,001,592	695,581,365	17.89
研发费用	72,844,897	68,140,427	6.9
财务费用	93,288,672	104,565,511	-10.78
经营活动产生的现金流量净额	2,158,595,143	2,409,715,881	-10.42
投资活动产生的现金流量净额	-1,849,785,206	-1,828,589,554	不适用
筹资活动产生的现金流量净额	164,877,962	-2,170,023,665	不适用

注：变动的主要原因

1) 筹资活动产生的现金流量净额增加，主要是本期归还银行借款减少。

### 5.2.2 收入和成本分析

报告期分行业，公司乳制品制造业实现营业收入220.58亿元，同比增加9.81%，主要原因是液态奶营业收入同比增加3.39%，其他乳制品营业收入同比增加23.90%；营业成本为160.92亿元，同比增加19.34%，主要原因是收入上升带动成本上升及原料成本上涨所致；毛利率为27.05%，同比减少5.83个百分点，主要原因是本期执行新收入准则，将应付客户对价冲减营业收入以及原料成本上涨所致。牧业实现营业收入20.27亿元，同比增加21.43%；营业成本为17.97亿元，同比增加22.75%；毛利率为11.34%，同比减少0.96个百分点。其他行业实现营业收入8.99亿元，同比增加39.81%，营业成本为6.47亿元，同比增加46.90%，主要是本期冷饮等其他食品产销规模



扩大；毛利率为 28.00%，同比减少 3.47 个百分点。

报告期分地区，公司上海营业收入 68.02 亿元，同比增加 15.21%；营业成本 46.95 亿元，同比增加 34.38%，主要原因是收入上升带动成本上升及原料成本上涨所致；毛利率 30.98%，同比减少 9.84 个百分点，主要原因是本期执行新收入准则，将应付客户对价冲减营业收入以及原料成本上涨所致。外地收入 118.88 亿元，同比增加 2.94%；营业成本 84.28 亿元，同比增加 8.48%；毛利率 29.11%，同比减少 3.62 个百分点。境外实现营业收入 62.93 亿元，同比增加 27.19%；营业成本 54.13 亿元，同比增加 31.21%，主要原因是收入上升带动成本上升及原料成本上涨所致；毛利率 13.99%，减少 2.63 个百分点。

### 5.2.3 主营业务分行业、分产品、分地区情况

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	22,058,188,285	16,091,618,097	27.05	9.81	19.34	减少 5.83 个百分点
牧业	2,026,991,952	1,797,049,024	11.34	21.43	22.75	减少 0.96 个百分点
其他	898,850,363	647,139,394	28.00	39.81	46.90	减少 3.47 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 (%)
液态奶	14,268,883,149	9,405,892,312	34.08	3.39	16.00	减少 7.17 个百分点
其他乳制品	7,789,305,136	6,685,725,785	14.17	23.90	24.39	减少 0.34 个百分点
牧业产品	2,026,991,952	1,797,049,024	11.34	21.43	22.75	减少 0.96 个百分点
其他	898,850,363	647,139,394	28.00	39.81	46.90	减少 3.47 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 (%)
上海	6,802,397,298	4,695,040,707	30.98	15.21	34.38	减少 9.84 个百分点
外地	11,888,279,586	8,427,790,555	29.11	2.94	8.48	减少 3.62 个百分点
境外	6,293,353,716	5,412,975,253	13.99	27.19	31.21	减少 2.63 个百分点

5.2.4 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(%)
鲜奶	吨	372,279	370,761	14,143	17	16	12
酸奶	吨	661,461	662,389	21,546	0	-1	-4
奶粉	吨	206,619	196,970	59,112	10	11	20
原奶	吨	387,240	387,039	1,554	-8	-8	15

5.2.5 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(%)
乳制品	直接材料	13,668,796,094	84.94	11,450,698,661	84.93	19.37
	直接人工	461,958,421	2.87	389,959,524	2.89	18.46
	制造费用	1,960,863,582	12.19	1,642,863,336	12.18	19.36
牧业	直接材料	916,233,290	50.99	743,763,154	50.80	23.19
	直接人工	82,568,369	4.59	67,500,786	4.61	22.32
	制造费用	798,247,365	44.42	652,746,085	44.59	22.29
其他	直接材料	537,198,319	83.01	365,676,325	83.00	46.91
	直接人工	34,808,093	5.38	23,688,093	5.38	46.94
	制造费用	75,132,982	11.61	51,174,365	11.62	46.82
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(%)
液态奶	直接材料	8,000,351,042	85.06	6,896,952,985	85.05	16.00
	直接人工	330,440,525	3.51	284,542,628	3.51	16.13
	制造费用	1,075,100,745	11.43	927,370,756	11.44	15.93
其他乳制品	直接材料	5,668,445,052	84.78	4,553,745,676	84.73	24.48
	直接人工	131,517,896	1.97	105,416,896	1.96	24.76
	制造费用	885,762,837	13.25	715,492,580	13.31	23.80
牧业产品	直接材料	916,233,290	50.99	743,763,154	50.80	23.19
	直接人工	82,568,369	4.59	67,500,786	4.61	22.32
	制造费用	798,247,365	44.42	652,746,085	44.59	22.29
其他	直接成本	537,198,319	83.01	365,676,325	83.00	46.91
	直接人工	34,808,093	5.38	23,688,093	5.38	46.94

	制造费用	75,132,982	11.61	51,174,365	11.62	46.82
--	------	------------	-------	------------	-------	-------

成本分析其他情况说明

其他产品成本金额较上年同期变动比例较大，主要是本期冷饮等其他食品产销规模扩大带动成本相应提升。

#### 5.2.6 主要销售客户及主要供应商情况

前五名客户销售额 431,485.92 万元，占年度销售总额 17.11%；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%。

前五名供应商采购额 276,681.44 万元，占年度采购总额 29.74%；其中前五名供应商采购额中关联方采购额 32,151.62 万元，占年度采购总额 3.46%。

### 5.3 费用

单位：元 币种：人民币

项目	金额		增减额	增减比率（%）
	本期数	上年同期数		
其他收益	201,119,025	79,852,477	121,266,548	151.86
投资收益	6,163,496	3,140,576	3,022,920	96.25
信用减值损失	-100,561,997	-7,932,047	-92,629,950	不适用
资产减值损失	-44,151,589	-195,585,974	151,434,385	不适用
资产处置收益	4,614,701	12,593,867	-7,979,166	-63.36
营业外收入	33,668,395	19,032,931	14,635,464	76.90
现金流量套期储备	79,186,559	27,385,899	51,800,660	189.15
外币财务报表折算差额	33,237,501	-22,887,260	56,124,761	不适用
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	140,897,640	77,749,591	63,148,049	81.22

注：变动的主要原因

- 1) 其他收益增加，主要是本期收到的政府补助增加。
- 2) 投资收益增加，主要是本期应收联营企业利息收入增加。
- 3) 信用减值损失增加，主要是本期计提的应收款项坏账损失增加。
- 4) 资产减值损失减少，主要是本期计提的固定资产及生物资产减值损失减少。
- 5) 资产处置收益减少，主要是本期生物资产处置收益减少。
- 6) 营业外收入增加，主要是本期生物资产淘汰利得增加。
- 7) 现金流量套期储备增加，主要是本期下属子公司新西兰新莱特汇率变动导致现金流量套期损益的效部分增加。
- 8) 外币财务报表折算差额增加，主要是本期汇率变动导致外币财务报表折算差异增加。
- 9) 归属于少数股东的其他综合收益的税后净额增加，主要是本期下属子公司新西兰新莱特增资扩股取得的少数股东投资增加。

### 5.4 研发支出

单位：元

本期费用化研发投入	72,844,897
本期资本化研发投入	-

研发投入合计	72,844,897
研发投入总额占营业收入比例（%）	0.29
公司研发人员的数量	94
研发人员数量占公司总人数的比例（%）	0.8
研发投入资本化的比重（%）	-

根据公司发展战略和年度规划，公司研发支出主要用于新产品的开发、菌种的研究、生产工艺的不断升级及技术中心的日常运作。

研发人员数量和公司总人数均未包含新西兰新莱特数据。

## 5.5 现金流

单位：元 币种：人民币

项目	金额		增减额	增减比率（%）
	本期数	上年同期数		
收到其他与经营活动有关的现金	627,817,392	137,192,349	490,625,043	357.62
购买商品、接受劳务支付的现金	21,747,580,779	15,838,792,355	5,908,788,424	37.31
取得投资收益收到的现金	6,457,906	1,500,000	4,957,906	330.53
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	200,000	-	200,000	不适用
投资支付的现金	49,000,000	-	49,000,000	不适用
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	221,608,055	85,551,298	136,056,757	159.04
吸收投资收到的现金	651,833,518	-	651,833,518	不适用
取得借款收到的现金	2,936,053,861	5,920,047,559	-2,983,993,698	-50.40
偿还债务支付的现金	3,143,019,897	7,771,721,729	-4,628,701,832	-59.56
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-4,339,703	1,244,740	-5,584,443	-448.64

注：变动的主要原因

- 1) 收到其他与经营活动有关的现金增加，主要是本期收到已被列入上海市闵行区土地收储计划的吴中路 578 号、580 号两地块的部分搬迁补偿款。
- 2) 购买商品、接受劳务支付的现金增加，主要是本期支付的原辅料及包材采购款增加。
- 3) 取得投资收益收到的现金增加，主要是本期取得联营企业分配的现金股利增加。
- 4) 处置子公司及其他营业单位收到的现金净额增加，主要是本期收回其他权益工具投资。
- 5) 投资支付的现金增加，主要是本期新增对江苏银宝光明牧业有限公司的股权投资款。
- 6) 取得子公司及其他营业单位支付的现金净额增加，主要是本期子公司新西兰新莱特支付股权收购款。
- 7) 吸收投资收到的现金增加，主要是本期子公司新西兰新莱特收到少数股东投资款。
- 8) 取得借款收到的现金减少，主要是本期取得的银行借款及债券融资金额减少。
- 9) 偿还债务支付的现金减少，主要是本期归还的银行借款金额减少。
- 10) 汇率变动对现金及现金等价物的影响减少，主要是本期子公司新西兰新莱特现金流量受汇率变动影响减少。

## 5.6 资产、负债情况分析

单位：元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例 (%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例 (%)	本期期末金额较上期期末变动比例 (%)
衍生金融资产	293,614,015	1.45	30,727,126	0.17	855.55
其他应收款	252,581,619	1.24	102,449,292	0.58	146.54
其他流动资产	260,673,454	1.28	192,284,806	1.09	35.57
长期股权投资	115,209,613	0.57	75,203,324	0.43	53.20
其他非流动金融资产	28,020,055	0.14	-	-	不适用
商誉	545,906,979	2.69	330,236,841	1.87	65.31
递延所得税资产	245,640,026	1.21	439,768,085	2.49	-44.14
其他非流动资产	26,255,710	0.13	114,412,625	0.65	-77.05
预收款项	-	-	1,012,944,395	5.74	-100.00
合同负债	889,946,111	4.38	-	-	不适用
一年内到期的非流动负债	319,448,063	1.57	614,099	-	51,918.98
其他流动负债	112,784,930	0.56	-	-	不适用
长期应付款	21,069,568	0.10	41,205,182	0.23	-48.87
递延收益	727,551,849	3.58	311,673,110	1.77	133.43
递延所得税负债	327,825,044	1.61	188,481,672	1.07	73.93
其他综合收益	-51,078,511	-0.25	-163,502,571	-0.93	不适用
少数股东权益	2,636,176,694	12.98	1,699,002,691	9.63	55.16

### 其他说明

- 1) 衍生金融资产增加，主要是本期汇率变动导致以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产增加。
- 2) 其他应收款增加，主要是本期应收生产设备款增加。
- 3) 其他流动资产增加，主要是本期待抵扣的进项税额增加。
- 4) 长期股权投资增加，主要是本期新增对江苏银宝光明牧业有限公司投资款。
- 5) 其他非流动金融资产增加，主要是本期新西兰新莱特订立的一年期以上的远期外汇合约增加。
- 6) 商誉增加，主要是本期新西兰新莱特非同一控制下收购子公司。
- 7) 递延所得税资产减少，主要是本期费用的暂时性差异减少。
- 8) 其他非流动资产减少，主要是本期完成对辉山乳业发展（江苏）有限公司及辉山牧业发展（江苏）有限公司资产竞拍，将竞拍保证金转入竞拍资产成本。
- 9) 预收款项减少，主要是自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入会计准则，将预收款项调整至合同负债核算。
- 10) 合同负债增加，主要是自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入会计准则，将预收款项调整至合同负债核算。
- 11) 一年内到期的非流动负债增加，主要是本期新西兰新莱特一年内到期的长期借款增加。
- 12) 其他流动负债增加，主要是本期执行新收入准则，将与销售产品相关的预收款项中增值税待转销项税额计入其他流动负债。
- 13) 长期应付款减少，主要是本期结转专项应付款。

14) 递延收益增加，主要是本期收到已被列入上海市闵行区土地收储计划的吴中路 578 号、580 号两地块的部分搬迁补偿款。

15) 递延所得税负债增加，主要是本期衍生金融工具公允价值变动确认的递延所得税负债增加。

16) 其他综合收益增加，主要是本期汇率变动导致外币财务报表折算差异和现金流量套期损益的有效部分增加。

17) 少数股东权益增加，主要是本期下属子公司新西兰新莱特增资扩股取得的少数股东投资增加。

## 5.7 对外股权投资总体分析

2020 年，公司实现投资收益 6,163,496 元，公允价值变动收益 0 元，计入其他综合收益的现金流量套期储备 79,186,559 元。

公司对联营企业投资情况详见重大的股权类投资表，非股权投资详见重大的非股权投资，各类金融资产情况详见以公允价值计量的金融资产表。

### 5.7.1 重大的股权投资

单位：元 币种：人民币

被投资单位	核算方法	投资成本	年初余额	增减变动	年末余额	在被投资单位持股比例 (%)	在被投资单位表决权比例 (%)
上海源盛运输合作公司	权益法	340,000	1,382,752	-	1,382,752	34	34
金华市海华乳业有限公司	权益法	14,965,000	25,139,775	-2,047,004	23,092,771	20	20
浙江金申奶牛发展有限公司	权益法	2,800,000	5,775,464	355,782	6,131,246	28	28
天津市今日健康乳业有限公司	权益法	41,989,200	40,672,642	1,159,177	41,831,819	30	30
四川新希望营养制品有限公司	权益法	8,885,204	-	-	-	25	25
上海申杭纸业包装有限公司	权益法	1,946,238	2,232,691	81,459	2,314,150	45	45
江苏银宝光明牧业有限公司	权益法	49,000,000	-	40,456,875	40,456,875	49	49

### 5.7.2 重大的非股权投资

适用 不适用

### 5.7.3 以公允价值计量的金融资产

#### 1) 衍生金融资产

单位：元 币种：人民币

项目	期末余额	期初余额
远期外汇合同	285,050,917	25,504,874
乳制品商品期货	8,563,098	5,222,252
合计	293,614,015	30,727,126

2) 其他非流动金融资产

单位：元 币种：人民币

项目	期末余额	期初余额
远期外汇合同	28,020,055	-
合计	28,020,055	-

3) 衍生金融负债

单位：元 币种：人民币

项目	期末余额	期初余额
利率互换合同	26,241,322	28,312,398
合计	26,241,322	28,312,398

5.8 主要控股参股公司分析

单位：万元 币种：人民币

子公司全称	业务性质	主要产品或服务	注册资本	资产规模	净资产	营业收入	营业利润	净利润
上海乳品四厂有限公司	生产、加工、销售	乳品加工、销售	4,452	30,480	17,580	78,512	9,185	8,496
黑龙江省光明松鹤乳品有限责任公司	生产、加工、销售	乳品加工、销售	21,810	95,803	76,413	74,586	7,989	10,195
武汉光明乳品有限公司	生产、加工、销售	乳品加工、销售	19,516	63,079	39,672	82,826	10,906	9,086
光明乳业（德州）有限公司	生产、加工、销售	乳品加工、销售	5,061	38,161	19,506	86,748	12,699	11,160
光明牧业有限公司	生产，畜牧业	外购、自产鲜奶	83,061	327,939	219,508	325,135	20,190	19,041
新西兰新莱特乳业有限公司	生产、加工、销售	乳品加工、销售	新西兰 万元 31,476	820,665	391,968	632,058	40,732	30,337
广州光明乳品有限公司	生产、加工、销售	乳品加工、销售	2,000	32,144	-8,267	64,813	-9,932	-10,068

注：

- 1) 上海乳品四厂有限公司净利润比上年同期上升，主要是本期收入及毛利率上升。
- 2) 黑龙江省光明松鹤乳品有限责任公司净利润比上年同期下降，主要是本期毛利率下降。
- 3) 武汉光明乳品有限公司净利润比上年同期上升，主要是本期费用下降。
- 4) 光明乳业（德州）有限公司净利润比上年同期上升，主要是本期费用下降。
- 5) 光明牧业有限公司净利润比上年同期上升，主要是本期牧场退养损失减少。
- 6) 新西兰新莱特乳业有限公司净利润比上年同期上升，主要是本期收入上升。
- 7) 广州光明乳品有限公司亏损增加，主要是本期毛利率下降。

## 六 公司关于公司未来发展的讨论与分析

### 6.1 经营计划

2020 年公司实现营业总收入 252.23 亿元，完成率为 105.09%；归属于母公司所有者的净利润 6.08 亿元，完成率为 120.08%；净资产收益率 10.19%，超经营计划 3.19 个百分点。本期超额完成经营计划主要原因是公司液态奶业务、其他乳制品业务同比实现增长。

2021 年全年经营计划为：争取实现营业总收入 270 亿，归属于母公司所有者的净利润 6.69 亿，净资产收益率 7.5%。2021 年全年固定资产投资总额约 10.69 亿。公司将通过自有资金和外部融资等多种方式筹集资金，拓宽低成本融资渠道，加快资金周转速度，降低资金使用成本。

该经营计划并不构成公司对投资者的业绩承诺，请投资者对此保持足够的风险意识。

### 6.2 公司发展战略

“十四五”期间，公司将以食品安全为基石，以服务国民健康为己任，致力于满足人民对美好生活需求。在构建以国内大循环为主体，国内、国际双循环的新发展格局背景下，坚持“稳固上海，做强华东，优化全国，乐在新鲜”发展战略。以高质量发展为指引，以“打造新优势、培育新动能、拓展新空间”为工作目标，不断完善供应链保障体系，提升市场供应保障主体功能；通过“数字化转型”，引领管理变革，实现运营效率提升和商业模式转型，提升企业整体竞争力；以满足消费者需求为核心，持续加大科技投入和前沿技术的研究与应用；坚持走出去战略，通过内生驱动和外延发展双发力，构筑行业发展新格局。

公司将继续坚持“新鲜战略”，优化牧场、工厂、物流的全国性战略布局，优化供应链系统，打造全产业链核心竞争力，致力成为“中国奶牛行业的领导者”、“中国乳业高端品牌引领者”、“中国综合型冷链物流服务龙头企业”。

公司将继续发挥乳业生物技术国家重点实验室等五大科研平台优势，加大科研创新投入，提升科研全球占位，加大产学研合作、建设国际创新平台。加快新技术、新工艺的研究与应用，提升科研成果转化率。启动“儿童青少年营养计划”，开发功能性高附加值系列产品；构建“以消费者需求为导向”的创新研发体系，运用大数据技术，进行“精准研发”，以科技创新助推新一轮企业发展。

公司将持续加大品牌和营销投入，提升“光明”品牌力，以品牌引领市场发展。弘扬中国传统文化主旋律，挖掘品牌内涵价值，引领“国货新潮”，树立“中国高端品牌引领者”形象；倡导“鲜活营养，乐在新鲜”品牌理念，展现开放、合作、共赢的国际品牌形象；加强数字新媒体技术的应用与传播，把握网红经济、粉丝经济、社区经济等新热点，打造私域流量，提升品牌年轻化指数，把品牌、产品推广与市场营销紧密结合，实现精准投放，带动公司业绩增长。

公司将加快运用数字化技术推动产业的转型升级和管理变革，开启“数字乳业”新时代。建立数字化管控平台，打造智慧牧场、智慧工厂、智慧物流和业财一体化，提升营运效率，为公司发展提供决策支撑；全面推动在新零售、电商和大数据等领域的发展，提升公司整体竞争力。

公司将加快业务创新和商业模式转型，打造经济增长新动能。光明“随心订”定位由“送奶到家”升级为“鲜食宅配”平台。加快冷饮、烘焙业务的产品创新和商业模式转型，增强与消费者的互动和品牌粘性，积极引导消费升级；发挥门店渠道资源，发展多品类集成新业态，成为公司新的业务增长点。

公司将加强人才建设，坚持“以人为本，追求卓越”，打造一支敢于拼搏，勇于奋进的铁军。实施“优才计划”，加强中高阶领军人才的培育和中青年干部储备；建设学习型组织，建立多层次现代企业激励机制；为员工搭建发展平台和晋升通道，共享发展成果，努力提升员工的获得感和幸福感。



公司将积极运用资本手段，加快全国布局，构建行业竞争新格局。加快长三角等区域产业集群建设，发展新的优质奶源基地和优势区域市场。进一步推进资源整合，拓展渠道和网点资源，做好地区发展联动。发挥上市公司融资平台功能，加强市值管理，为股东创造价值。

公司将继续加强战略管控，推进国际业务有序平稳发展。积极应对外部不确定因素，加强对经营风险的评估和有效管控；加快多元化战略业务落地，推动各项投资目标的达成；加强国内、国际业务优势互补与战略协同，不断提升公司的国际化水平。

通过未来五年的努力，光明乳业将发展成为一家品牌卓越、技术领先、产品创新、质量安全、管理一流、产业链完善、具有核心竞争力和影响力的乳业集团，致力成为中国最好的乳业公司，力争进入世界乳业领先行列。

### 6.3 可能面对的风险

#### 1、行业风险

未来，乳制品行业仍将面临竞争激烈、成本高位运行等经营风险。本公司将充分利用现有的资源和优势，不断拓展市场，扩大经营规模；同时，进一步加强成本管理、费用管控，增强企业的竞争能力。

#### 2、牛只疾病和防疫的风险

牛只疫病在世界范围内常有发生，牛只疾病将会对乳制品行业和牧业带来风险。本公司历来十分重视牛只疾病的防疫工作，建立了以牛只饲料和牛只健康为中心的防病体系和危机处理系统，并将进一步加强相关技术研究，提高防范牛只疾病和防疫风险的能力。

#### 3、财务风险

本公司属于快速消费品行业，对资产的流动性要求较高。但由于影响资产流动性的因素众多，不排除在公司今后的生产经营中出现资产流动性风险的可能。为了降低资产流动性可能带来的风险，公司将加快应收账款的回收速度和存货管理，并根据公司实际情况和市场行情，加强销售、减少库存、减少资金占用，提高资产的流动性。

#### 4、食品安全风险

乳制品的质量安全与消费者身体健康息息相关，食品安全是质量的底板，公司遵循“追求质量零缺陷”的质量理念，落实品质光明战略，将食品安全置于公司的战略高度，建立了覆盖全产业链的食品安全三级管理体系，强化源头管理、过程管理、应急管理和危机处置。全面对标、吸收、融合世界先进管理标准体系，持续完善以风险评估为基础的食品安全风险预防管理机制，在产品实现各个环节中识别出关键控制点，遵照合法合规、保障食品安全底线的原则，制定落实了相应的管控措施，定期开展管控措施有效性验证，确保食品安全。

#### 5、生产安全风险

发展决不能以牺牲员工的生命和健康为代价，这必须作为一条不可逾越的红线。公司面对单位多、人员多、危险源多和安全管理不平衡问题，按照“管生产经营必须管安全”的要求，坚持“生命至上，安全发展”的理念，以安全标准化建设为抓手，推广千分制考核体系，全面推进安全文化建设；通过加大安全投入，对标先进，找差距补短板，提升安全管理基础；通过履行企业安全生产主体责任，落实全员安全生产责任制，做到安全投入到位、安全培训到位、基础管理到位、隐患排查治理到位、应急救援到位，确保安全。

#### 6、环保风险

近年来，环境保护作为一项企业应尽义务，对工厂、牧场的要求越来越高。环保出现任何问题，都可能对公司造成重大影响。公司根据国家、地方相关部门先后出台文件为标准，通过做好源头减排工作、加快环保设备设施的改造、加强人员思想教育、加强业务培训、加强对标学习、加强与当地政府部门的沟通交流等措施，不断完善工厂排污、养殖场粪污处理和资源化利用等措施。在资源利用节约化、生产过程清洁化、产业链接循环化、废弃物处理资源化发展上做出垂范，

确保环保安全。

## 七 涉及财务报告的相关事项

### 7.1 导致暂停上市的原因

适用 不适用

### 7.2 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

### 7.3 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

财政部于 2017 年 7 月 5 日发布了《关于修订印发〈企业会计准则第 14 号——收入〉的通知》（财会〔2017〕22 号），要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自 2018 年 1 月 1 日起施行；其他境内上市企业，自 2020 年 1 月 1 日起施行。公司作为境内上市企业，于 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，按照新收入准则的要求，公司将根据首次执行新收入准则的累积影响数，调整 2020 年年初财务报表相关项目金额，对可比期间数据不予调整。本次会计政策变更不涉及公司以前年度的追溯调整，不会对本次政策变更之前公司的资产总额、负债总额、净资产及净利润产生重大影响（详见 2020 年 4 月 30 日《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》及上海证券交易所网站上的《关于会计政策变更的公告》等相关公告）。

根据《企业会计准则解释第 3 号》相关规定：企业存在相似经济特征的两个或多个经营分部，同时满足《企业会计准则 第 35 号——分部报告》第五条相关规定的，可以合并为一个经营分部。根据《企业会计准则 第 35 号——分部报告》第五条的相关规定：业务分部，是指企业内可区分的、能够提供单项或一组相关产品或劳务的组成部分。该组成部分承担了不同于其他组成部分的风险和报酬。企业在确定业务分部时，应当结合企业内部管理的相关要求。2020 年之前，本公司选择以经营分部作为报告分部信息的主要形式。自 2020 年起，本公司根据《企业会计准则解释第 3 号》及公司内部管理的要求，以“单项产品或劳务的性质”确定业务分部，以业务分部为基础确定报告分部进行分部信息披露。变更后的分部信息与同行业上市公司分部信息可比性增强。本次会计政策变更仅对财务报告附注中分部信息的列示产生影响，对公司资产总额、负债总额、净资产及净利润无影响。本公司在 2020 年年度报告中，按会计政策变更后的业务分部对 2019 年分部报告信息进行重述（详见 2021 年 3 月 30 日《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》及上海证券交易所网站上的《关于会计政策变更的公告》等相关公告）。

### 7.4 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

### 7.5 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。

#### 7.5.1 非同一控制下企业合并

适用 不适用

单位：元 币种：人民币

被购买方	取得时点	购买成本	取得的权益比例	取得方式	购买日	购买日确定依据	购买日至年末被购买方的收入	购买日至年末被购买方的净利润	购买日至年末被购买方的经营活动现金流量	购买日至年末被购买方的现金流量净额
Dairyworks Limited	2020年4月1日	267,617,938	100%	收购	2020年4月1日	取得当地法规下相关批文	202,865,024	32,079,810	-46,394,449	-38,875,411

#### 7.5.2 同一控制下企业合并

适用 不适用

#### 7.5.3 新设子公司

适用 不适用

2020年4月28日，本公司新设子公司江苏光明银宝乳业有限公司。本公司认缴注册资本10,200万元，持股51%，江苏银宝控股集团有限公司认缴注册资本9,800万元，持股49%。

#### 7.5.4 处置子公司

适用 不适用

董事长：濮韶华

董事会批准报送日期：2021年3月26日