

证券代码：300999

证券简称：金龙鱼

公告编号：2021-005

益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司 2020 年年度报告摘要

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。

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：无变更

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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 5,421,591,536 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.11 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 0 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	金龙鱼	股票代码	300999
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	Ang Bee Ling（洪美玲）	田元智	
办公地址	中国（上海）自由贸易试验区博成路 1379 号	中国（上海）自由贸易试验区博成路 1379 号	
传真	021-3182 2065	021-3182 2065	
电话	021-3182 3188	021-3182 3188	
电子信箱	jnlongyu_ir@cn.wilmar-intl.com	jnlongyu_ir@cn.wilmar-intl.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司主要业务

公司的主营业务是厨房食品、饲料原料及油脂科技产品的研发、生产与销售。随着 1991 年第一瓶“金龙鱼”小包装食用油面世，公司深耕厨房食品领域，经过 30 年的发展，“金龙鱼”品牌深入人心，成为市场认可度和美誉度双高的知名品牌之

一。依托食品加工产业链以及在全国的战略性布局，公司在饲料原料和油脂科技领域也有重要的市场地位，产品品类丰富，成为业内的主要供应商之一。

报告期内，公司主营业务稳步发展，以厨房食品为重心，围绕调结构、扩品类、拓渠道、控成本等主要目标推进工作，不断夯实核心竞争力，推动盈利能力进一步提升。

（二）公司主要产品

公司的主要产品包括厨房食品、饲料原料及油脂科技产品。产品涵盖食用油、大米、面粉及挂面、调味品、食品原辅料等家庭及工业用厨房食品；豆粕、麸皮、米糠粕等饲料原料；以棕榈油等油脂为原料生产的油脂基础化学品、油脂衍生化学品、营养品、日化用品等油脂科技产品。公司的主要产品如下：



（三）公司的主要经营模式

1、采购模式

公司采购品类主要分为大豆、水稻、小麦、油脂等农副产品和包材辅料及设备类两大类。为提高采购效率并兼顾灵活性，农副产品采购由公司各事业部统筹规划、各下属工厂按照事业部指导实施具体采购工作。各事业部根据每年的销售及生产计划制定总体采购方案，并将采购方案分解至各工厂。各工厂根据自身生产计划提前确定采购的品种、数量及到货时间等要求，经事业部同意后，向供应商下达具体采购指令，工厂也可以根据实际情况调整采购计划来满足生产与销售。

对于采购需求集中的包材或金额较大的生产设备，为发挥集采成本优势，由供应链管理部或各产品事业部统一进行商业谈判；对于采购需求较小或区域调配物流成本较高的包材、辅料及小额备品备件等，则由各工厂根据实际需要自行采购。

公司坚持与品牌供应商合作，不断提升采购质量，良好的商业信誉使公司拥有一批稳定而优质的长期合作供应商。

2、生产模式

基于全国战略布局，公司建立了高效协同的生产网络，并通过大型综合企业群实现效率最大化和规模经济，在泰州、秦皇岛、上海、连云港、防城港等地建立了多个综合企业群。综合企业群通过将产业链上下游的工厂集合于一个生产基地内，一间工厂的产成品是另一间工厂的原材料，从而降低整体的物流和库存成本。为提高生产效率同时兼顾灵活性，公司生产采用各事业部统筹，各工厂执行具体生产计划的运作模式。公司各事业部生产规划部门结合总体需求计划、产能情况、市场行情波动等情况制定总体生产规划。工厂根据事业部规划，结合区域内客户需求、自身产能、产品生产周期、各品类潜在销量波动等因素制定具体排产计划，实施日常管理。工厂制造部门根据排产计划组织生产，开展生产经营活动。

公司生产模式以自产为主，在生产高峰期由于产能利用紧张，存在极少部分产品由外协厂商代加工情况，以满足产品及

时供应需求。

公司高度重视生产管理，在事业部之间、工厂之间、事业部与工厂之间建立了高效的沟通交流机制。公司拥有覆盖全国的供应链管理及生产能力，可以在全国范围内统筹及协调生产，满足客户在全国不同地区、不同时间的产品需求。

3、销售模式

公司针对不同的产品及销售渠道设立了不同的事业部进行专业化管理，其中厨房食品下分设消费品、餐饮、食品工业、烘焙四大渠道事业部，负责各渠道的建设及营销管理。公司销售模式主要分为经销和直销。经销模式指公司与经销商签署相关协议，由经销商在约定的期限和地域内销售指定商品；直销模式指除经销模式外，公司直接和客户签署购销合同，将商品销售给客户。

零售渠道下的农贸市场、粮油批发店、福利团购等通道以经销为主，大型商超及零售连锁企业以直销为主。餐饮渠道下中小餐饮、快餐连锁等以经销为主，大型企业食堂、连锁酒店、连锁餐饮等大型客户则以直销为主。对于食品工业渠道下的大型食品企业，公司以直销模式服务客户，对于一些小型或区域性的食品工业企业，则通过经销模式开展生意。对于饲料原料及油脂科技产品，公司主要采用直销模式。

经过多年的市场耕耘，公司在国内构建了强大的营销网络，点面结合，致力于为广大消费者和相关企业提供全方位服务。除了传统的经销、直销模式，公司也在不断的推动销售模式创新，积极探索线上线下相结合的新零售等模式引领消费升级，驱动品牌智能发展，打造高效便捷的厨房食品一站式供应平台。

（四）主要业绩驱动因素

公司是国内最大的农产品和食品加工企业之一，经过多年的市场培育和建设，品牌优势凸显，同时基于全国布局的综合企业群以及产业链优势，公司在成本控制方面更具竞争力。报告期内，公司实现营业收入 1,949 亿元，同比增长 14.2%；实现归属于上市公司股东的净利润 60 亿元，同比增长 11%，业绩同比变动的主要因素如下：

1、厨房食品

报告期内，公司依托食用油既有的品牌运营及渠道经营优势，持续拓展产品销售网络，强化市场营销工作，加大对大米、面粉、醋、酱油等产品的推广与销售力度。

此外，顺应消费升级的趋势以及消费者健康意识的不断提升，公司持续推广现有的高端产品及更多优质新产品，使得公司优质且营养的产品的销量不断增长。公司也进一步增加工厂布局，持续进行产品结构升级，满足市场需求。另外，疫情期间面向家庭消费的小包装产品和面向食品工业客户的产品销量提升，弥补了餐饮渠道产品销量的下滑，总体销量稳步增长。以上因素促使公司厨房食品的销量、收入和利润均有所增长。

2、饲料原料及油脂科技

报告期内，非洲猪瘟对饲料原料业务的负面影响逐渐消退，国内生猪存栏量明显回升，饲料原料业务的销量、收入和利润均有所上涨。2020 年 4 季度相比 2019 年 4 季度，饲料原料业务的业绩有所下降，主要因为原材料价格上涨，公司基于套期保值的衍生品截至年末按市值计价的损失影响，该业务下的业绩在期后随着销售能够逐步转回。

油脂科技板块克服疫情挑战，业务按规划稳步发展，产业链布局持续优化。

（五）行业发展阶段

1、厨房食品

1) 食用油行业

中国食用油行业近年来发展比较稳定，增速平缓，但市场空间广阔。作为居民日常基本的必需消费品，食用油行业仍然存在较大市场机会。随着城乡居民收入水平的提升，消费者对健康安全高品质的食用油需求呈逐年上升趋势。未来食用油将在包装化、品牌化、高端化方面形成合力，推动行业质的提升和盈利空间的上移。食用油行业竞争高度集中，品牌和龙头企业优势明显，依托有效打通产业链上下游，头部企业在成本效率、产品研发、品牌塑造方面已领跑市场，未来优势有望进一步扩大，预计份额将进一步集中，在消费升级的大背景下主导整个行业的发展。

2) 大米行业

我国是世界人口第一大国，同时也是大米第一产量大国和第一消费大国，根据国家粮油信息中心数据，2020 年水稻产量 2.1 亿吨，消费量 1.9 亿吨。我国是水稻种植大国，由于大米加工行业进入壁垒较低，我国大米加工的企业数量众多，但规模化的品牌企业较少，产品同质化严重，产品结构单一，过度集中于产业链低端。未来，大米行业在品牌整合，高端产品打造，副产品利用等方面有很大的市场机会，预计行业集中度将进一步提升，品牌有望做大做强，满足消费者对健康安全营养稻米的消费需求。

3) 面粉行业

我国是世界上最大的面食品生产和消费国，面制品是中国家庭必备的主食之一。随着消费者饮食结构的变化，近年来面粉消费量整体比较平稳，主要的变化在于结构差异，食品工业粉、专用粉占比将会增加，民用粉中的蒸煮通用类产品会逐步细化。食品安全及加工现场管理越来越受到公众关注，健康、营养的面粉制品受到大众欢迎。主食工业化发展很快，未来消费者对于高品质高营养的面粉产品、主食产品的需求会越来越高。

小麦制粉是一个传统产业，随着消费需求和产品结构的变化，面粉行业近年来不断在向规模化、专业化、集团化发展，行业集中化趋势将愈加明显，对产品研发能力、产品附加值提取、客户服务能力等要求也在不断提高，集团化的加工企业将迎来更多的发展机遇。

2、饲料原料及油脂科技

1) 饲料原料行业

饲料原料主要包括豆粕、菜粕等蛋白类产品，米糠、麸皮等纤维类产品，玉米、高粱等能量类产品，作为饲料生产企业的原料进一步加工成为饲料产品，大部分被用于生猪和家禽的饲养。2020 年饲料行业保持了良好的发展势头，生猪产能快速恢复、饲料产量保持增长，为饲料原料行业的发展提供了有力支撑。受国家产业政策引导以及下游饲料产品对品质化、专业化、功能化的全面追求，饲料原料的加工企业也将面临新的机遇和挑战。有着成本优势、产品优势、研发优势的企业将会在竞争中受益，市场占有率有望进一步提升。

2) 油脂科技行业

油脂科技行业包含油脂基础化学品、油脂衍生化学品、营养品以及日化用品等细分行业。21 世纪初以来，油脂科技行业快速发展，国外大型跨国企业纷纷进入国内油脂科技领域，带来了先进的生产技术和经营理念。同时，国内有实力的企业也积极新建或扩建产能，企业生产规模与集中度大幅提高。2020 年，面对疫情挑战，国家保持稳中求进的总基调，制定稳增长策略，出台一系列改革措施，释放出巨大的改革红利，为油脂科技行业稳定运行提供了良好的外部条件。油脂科技行业大力推行科技创新，研发废弃油脂以及油脂化工副产品的深度利用技术，采用可再生资源为原料不断推出功能性的油脂科技产品，推动全产业链绿色、健康、可持续发展。

(六) 周期性特点

1、厨房食品

油米面等厨房食品属于日常消费品，需求比较稳定，因此不具备周期性波动的特点。

2、饲料原料及油脂科技

由于养殖行业的需求存在明显的周期波动性，因此饲料业的销量和利润水平也会发生周期性波动，从而导致上游的饲料原料行业存在一定的周期性。油脂科技行业包含油脂基础化学品、油脂衍生化学品、营养品以及日化用品等细分行业，上述细分行业未表现出明显的周期性特点。

(七) 公司所处行业地位

公司是国内最大的农产品和食品加工企业之一，旗下拥有“金龙鱼”“欧丽薇兰”“胡姬花”“香满园”“海皇”“丰苑”“金味”“锐龙”“洁劲100”等知名品牌。根据世界品牌实验室2020年最新数据，“金龙鱼”品牌价值超过人民币450亿元，是家喻户晓的综合食品品牌。根据尼尔森2020年最新数据，公司在小包装食用植物油、包装面粉、包装米现代渠道市场份额排名均为第一。公司在饲料原料、油脂科技行业市场占有率排名也跻身前列。

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：千元

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	194,921,555	170,743,420	14.16%	167,073,521
归属于上市公司股东的净利润	6,000,874	5,408,025	10.96%	5,127,591
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	8,791,835	4,477,513	96.36%	4,215,377
经营活动产生的现金流量净额	1,198,688	13,528,181	-91.14%	2,254,957
基本每股收益（元/股）	1.21	1.11	9.01%	0
稀释每股收益（元/股）	1.21	1.11	9.01%	0
加权平均净资产收益率	8.63%	8.72%	-0.09%	9.07%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	179,177,322	170,684,965	4.98%	169,420,625
归属于上市公司股东的净资产	83,533,600	64,799,182	28.91%	59,215,595

(2) 分季度主要会计数据

单位：千元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	39,915,807	47,057,332	53,020,102	54,928,314
归属于上市公司股东的净利润	1,216,160	1,791,528	2,082,151	911,035
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,340,241	1,523,017	3,397,923	2,530,654
经营活动产生的现金流量净额	7,824,560	2,060,742	108,358	-8,794,972

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	195,137	年度报告披露日前上一月末普通股股东总数	216,224	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）（参见注 9）	0	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（如有）（参见注 9）	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	
Bathos	境外法人	89.99%	4,878,944,439	4,878,944,439	无质押或冻结	-	
融泽投资有限责任公司	境内非国有法人	0.55%	29,997,312	29,997,312	无质押或冻结	-	
GIC Private Limited	境外法人	0.39%	21,158,942	18,385,442	无质押或冻结	-	
中央企业贫困地区产业投资基金股份有限公司	国有法人	0.29%	15,482,478	15,482,478	无质押或冻结	-	
人民日报传媒广告有限公司	境内非国有法人	0.29%	15,482,478	15,482,478	无质押或冻结	-	
中国国有企业结构调整基金股份有限公司	国有法人	0.29%	15,482,478	15,482,478	无质押或冻结	-	
永辉超市股份有限公司	境内非国有法人	0.14%	7,741,239	7,741,239	无质押或冻结	-	
深圳华侨城资本投资管理有限公司—深圳华侨城文化产业股权投资母基金合伙企业（有限合伙）	其他	0.14%	7,741,239	7,741,239	无质押或冻结	-	
中金公司—中国银行—中金公司益海嘉里 1 号员工参与创业板战略配售集合资产管理计划	其他	0.12%	6,729,202	6,729,202	无质押或冻结	-	
北京物美通达投资管理有限公司—北京物美通达二期股权投资合伙企业	其他	0.11%	5,805,929	5,805,929	无质押或冻结	-	

业（有限合伙）						
中国人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品-005L-CT001 深	其他	0.11%	5,805,929	5,805,929	无质押或冻结	-
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未知上述股东之间以及上述股东与前 10 名普通股股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。					

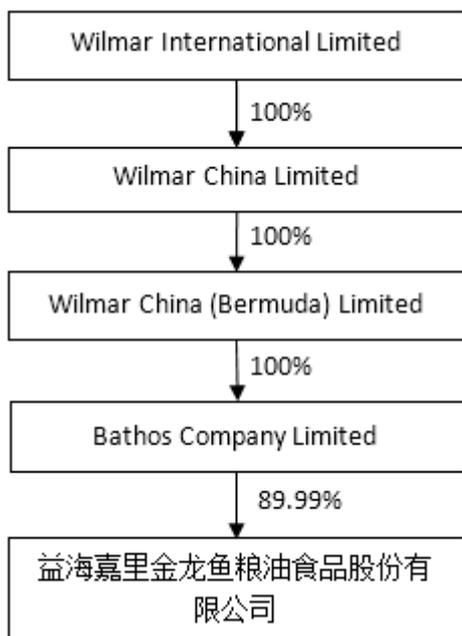
（2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

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

鉴于公司控股股东 Bathos 的 100% 权益由丰益国际间接持有，因丰益国际在报告期内不存在实际控制人，故而公司报告期内无实际控制人，详见招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“八、持有发行人 5% 以上股份或表决权的主要股东、实际控制人及其一致行动人的基本情况”之“（一）控股股东、实际控制人及其一致行动人的基本情况”之“3、实际控制人情况”。丰益国际间接持有公司股权结构图如下：



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

2020 年是特殊的一年，年初受新冠疫情影响，国内外经济形势复杂多变，公司面临前所未有的挑战。疫情面前，公司迎难而上，在各级管理层带领下捐资捐物，积极组织复工复产，全力响应国家稳价保供号召。在积极抗疫的同时，公司各下属企业认真贯彻年初制定的各项经营管理目标，在运营管理、精益生产、质量管控、市场开拓、技术创新、客户服务等方面均取得了丰硕成果，各企业管理效率大幅提升。

2020 年 10 月 15 日，公司在深圳证券交易所创业板成功上市，由此迈入了新的发展阶段。上市后，公司将能够通过资本市场的助力加速业务健康高效发展，同时，也能够使公众了解一个更加透明规范的公司，并且分享公司的经营成果。

报告期内，公司依托食用油既有的品牌运营及渠道经营优势，持续拓展产品销售网络，强化市场营销工作，加大对大米、面粉、醋、酱油等产品的推广与销售力度，同时，公司充分发挥强大的研发创新能力，推出例如“零反式脂肪”系列食用油、功能性面条等新品，将更优质健康的产品推向市场，满足消费者不断增长的对健康饮食的需求，取得了积极的市场反馈，公司的优势和行业影响力进一步提升。

此外，顺应消费升级的趋势以及消费者健康意识的不断提升，公司持续推广现有的高端产品及更多优质新产品，使得公司优质且营养的产品的销量不断增长。公司也进一步增加工厂布局，持续进行产品结构升级，满足市场需求。另外，疫情期间面向家庭消费的小包装产品和面向食品工业客户的产品销量提升，弥补了餐饮渠道产品销量的下滑，总体销量稳步增长。以上因素促使公司厨房食品的销量、收入和利润均有所增长。

报告期内，公司实现营业收入 1,949 亿元，较上年同期增长 14.2%；利润总额 89 亿元，较上年同期增长 28.6%；归属于上市公司股东的净利润 60 亿元，较上年同期增长 11%；公司业绩的稳步增长为公司战略目标的实现奠定了坚实基础。2020 年公司重点开展的工作有以下几个方面：

(1) 积极组织复工复产

年初，一场突如其来的疫情打乱了整个经济节奏，公司根据国家疫情防控要求，第一时间调配资源，捐资捐物，同时积极组织复工复产，并向广大经销商和合作伙伴发出倡议书，号召大家全力保障疫情期间粮油供应，杜绝囤积居奇，积极履行社会责任。公司旗下 60 多家粮油加工企业被各级政府指定为重点生活物资保供企业。从 2020 年 1 月 1 日至 3 月 31 日，公司向全国发运米、面、油、挂面等粮油产品总计约 182 万吨，为保障市场供应和稳定物价起到了重要作用。

由于疫情的影响，公司各个渠道的销量出现结构性变化，面向家庭消费的小包装产品和面向食品工业客户的产品销量提升，而餐饮业受到冲击，餐饮渠道产品销量出现下滑。公司面对挑战，针对各个渠道的特点加大营销及服务力度，使报告期总体销量稳步增长，其中零售及餐饮渠道的合计销量约 1,264 万吨，相较上年增长 6.9%。

(2) 加快建设生产基地

报告期内，公司加快建设米、面、油等生产基地，截止 2020 年 12 月 31 日，公司拥有已投产生产基地 66 个，并正在建设数个生产基地，进一步增加厨房食品的生产网点，扩大相应的产能规模。公司利用广泛布局的生产基地，结合各地的采销情况和优势资源，不断优化产能布局，调整产品的供应基地，使物流半径大大缩短，成本有效降低，服务市场的能力快速提升。此外，公司在各地布局的生产基地有利于使用本地特色原料和进口原料来生产不同产品以满足消费者的差异化需求

(3) 加速推进新品研发

公司利用强大的研发及技术优势不断推出新品，产品结构持续优化，引领行业绿色健康消费理念。2020 年，公司推出“零反式脂肪”系列食用油、地方特色风味食用油、地方特色大米、功能性面条等新品，满足消费者对营养健康厨房食品日益增长的需求，进一步引导消费升级。

(4) 持续推广高端产品

为满足消费者对健康营养厨房食品的需求，公司持续加大高端产品的推广力度。报告期内，公司通过线上线下平台联动，强化场景营销和体验营销，积极培育市场。食用油方面，公司高端产品“金龙鱼”稻米油、外婆乡小榨菜籽油、“欧丽薇兰”橄榄油、“胡姬花”花生油等产品均取得了较好的市场表现。同时公司积极延伸消费者赛道，推出小众化的精品油种满足部分人群需求。大米方面，高端品牌“乳玉皇妃”、“稻谷鲜生”系列产品持续热销，同时公司贴合各地的饮食习惯和特点，陆续推出“金龙鱼”月牙香米、“金龙鱼”巴蜀香米、“金龙鱼”玉润钱塘珍珠香米等地方特色产品，市场反馈良好。面粉方面，公司深入研究各个渠道的消费需求，针对不同的应用场景精准营销，高端产品“金龙鱼”河套平原雪花粉、“金龙鱼”澳大利亚麦芯小麦粉等产品受到消费者欢迎，销量实现稳步增长。

(5) 继续加强品牌建设

公司作为北京 2022 年冬奥会官方赞助商及 2020 年东京、2022 年北京、2024 年巴黎连续三届中国奥运代表团官方赞助商，报告期内持续大健康战略，通过媒介传播、公关活动、渠道营销等举措激活和提升品牌影响力。疫情期间公司积极开展保供、保质、保价行动，提升品牌美誉度和认同感；通过电视媒体、互联网平台、户外媒体等全面倡导健康膳食、健康运动的生活理念，同时邀请多位品牌大使溯源见证产品品质；与诸多电商平台联合开展促销活动，与多个一线品牌跨界联名合作，加深品牌渠道布局，持续扩大品牌影响力。报告期内，金龙鱼品牌继续高居中国品牌力指数（C-BPI）食用油、面粉品类榜首。

(6) 积极拓展业务领域

公司坚持综合经营的商业模式，通过并购、合营等方式不断拓展新的品类和产品线，持续扩大业务领域和范围，稳步推进高增长和互补性业务。报告期内，公司通过和英联马利合营增加酵母业务，进一步丰富公司厨房食品的品类。同时通过并购德立安公司扩展业务渠道。

(7) 扎实推动精益管理

报告期内，公司继续贯彻落实精益思想，扎实推动精益管理。供应链端到端管理优化项目是公司持续开展的重点改善项目，由事业部主导，工厂各模块人员全面参与，通过对计划、采购、生产、交付等模块全链条的梳理和优化，公司管理效率持续提升，成本更具竞争力，对市场的响应更快更高效。

(8) 大力倡导管理创新

勤奋创新是公司的核心价值观之一，公司高度重视创新工作，鼓励员工全员参与，已形成体系化、机制化、常态化的创新文化。2020 年，公司创新工作跃上新台阶，涌现出“浓缩蛋白创新”、“植物甾醇得率优化”、“精炼工艺改进”等优秀项

目。同时公司将最佳实践在集团内复制推广，由点到面，稳步推进，助力公司取得良好业绩。

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：千元

产品名称	营业收入	税前利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	税前利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
厨房食品	121,202,387	6,628,048	13.00%	11.42%	24.14%	0.36%
饲料原料及油脂科技	72,490,178	2,112,164	10.66%	18.93%	24.08%	1.98%

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

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

(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

本年度新增纳入合并财务报表范围的公司有33家控股公司，其中22家为新设立的公司，11家为收购并入的公司；本年度因股权转让不再纳入合并财务报表范围有3家公司。具体情况详见“第十二节 财务报告”之“八、合并范围的变更”。此处包括所有的合并范围变化情况，包括新设，并购，处置，注销等。