

证券代码: 300999

证券简称: 金龙鱼

编号: 202206

益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	113家机构, 详见附件清单
时间	2022年8月8日
地点	ZOOM 视频会议
上市公司接待人员姓名	董事长郭孔丰先生; 董事潘锡源先生; 董事、总裁穆彦魁先生; 董事、常务副总裁牛余新先生; 副总裁邵斌先生; 董事、财务总监陆玟妤女士; 公司营销管理中心、消费品渠道事业部及包装油事业部总监陈波先生; 董事会秘书洪美玲女士; 证券事务代表田元智先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司董事兼财务总监陆玟妤女士介绍 2022 年半年度经营业绩情况</p> <p>2022 年半年度公司实现营业收入 1,195 亿元, 同比增长 15.7%; 实现利润总额 30.7 亿元, 同比下降 33.6%; 归属于上市公司股东的净利润 19.8 亿元, 同比下降 33.5%; 实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 24.2 亿元, 同比下降 38.1%。</p> <p>2022 年二季度, 公司实现营业收入 629 亿元, 同比增长 20.7%; 实现利润总额 24.1 亿元, 同比增长 32.5%; 归属于上市公司股东的净利润 18.6 亿元, 同比增长 33.0%; 实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 16.0 亿元, 同比下降 20.0%。</p> <p>其他信息具体请参见附件 2《2022 年 8 月 8 日调研活动附件之演示文稿》的介绍。</p> <p>二、主要 Q&A</p> <p>1. 上半年厨房食品的销售情况?</p> <p>答: 上半年厨房食品的销售情况分渠道来看: 零售端是稳定增长的,</p>

餐饮端因为受到疫情影响，销售有所下滑；分产品来看：油脂的销量相对比较稳定，米、面等其他产品增长情况较好。

2. 请问根据公司的观察，餐饮渠道是否已恢复到正常的状态？面对疫情多点散发和宏观不确定性，公司如何展望餐饮行业下半年情况？

答：目前餐饮渠道还在恢复过程中，仍受疫情多点散发的影响。

整体看，餐饮渠道以前以散装产品为主，预计未来包装食品的空间和潜力比较大，未来餐饮渠道的趋势也是包装化、品牌化。如果抛开疫情的短期阶段性影响，餐饮渠道的成长速度会更好一些。

因为突发疫情不可控，下半年的餐饮行业情况我们难以判断。在疫情多点散发和防疫管控的政策下，预计会对餐饮行业有一些影响。不过，米、面、油等产品作为刚需品，即使消费力受到抑制，但预计其需求总量不会有太大影响，消费者即使不在餐饮端消费，也会在别的场景下消费，消费需求会在渠道中进行转换。另外，公司的产业链很长，且渠道多元化，所以我们不太担心整体情况，并且下半年对于粮油行业来说是旺季，我们还是对未来充满信心。

3. 请问公司具体是怎么操作套保的？以及公司套保业务在会计中如何处理？

答：因为大豆从南北美采购到销售，需要大概三个月左右，如果不做套保，就会面临大豆价格波动带来的风险。通常来说，当市场价格大涨，期货部分会体现亏损，现货部分会体现盈利；当市场价格下跌的时候，通常现货会体现亏损，期货会体现盈利，最终的盈利情况，需要将期货和现货结合起来看。棕榈油主要采购于马来西亚、印尼等地，运输到国内需要一到两周的时间，所以也需要进行套保。

从会计角度来看，国内会计准则对套保的处理有严格的要求。当商业套保能够满足会计准则下的套保要求时，已实现的部分计入营业成本，未实现的部分计入库存成本；但是当一些套期保值不能满足会计准则对套保要求时，已实现的部分计入投资收益，未实现的部分计入公允价值变动损益。

4. 对大豆、豆粕、豆油价格趋势的展望？

答：从2021年底到现在，国际大宗农产品价格波动的幅度和速度都是前所未有的，所以这几个季度业绩表现相对来说比较特殊。

当原材料价格大幅度上涨时，我们下游的产品无法同步快速跟随上涨，所以利润会受到影响，公司一季度产生了较大的衍生金融工具损失，现货利润在二季度随着销售逐步实现。6月中下旬开始，公司主要原材料大豆及棕榈油等大宗商品的价格从高位回落，衍生金融工具实现了收益。在以上因素的作用下，第二季度利润比较好。

面临原材料价格持续高位的情况，我们的采购会非常谨慎。6月中下旬原材料价格快速下跌主要是需求方面受到比较大的影响：美元加息以及农产品价格大涨，加上经济不景气等原因导致需求下滑，所以我们预估价格未来很难再涨到几个月前的高峰。

短期来看，公司业务确实受到整体经济大环境疲软的影响，但我

们对中国长远的发展持乐观态度。

5. 中央厨房的进展和未来的战略规划？今年预计还有哪些地方的央厨项目会投产？如何看待和顺丰的合作？

答：公司第一个央厨项目—杭州央厨项目已经建成运营，目前是一个爬坡期。随着餐饮行业的复苏，我们预计中央厨房的产能利用率会提升。未来，会有更多的央厨项目建成投产，比如周口、兴平的央厨项目预计于今年下半年建成，产品会聚焦学生餐，并做一些冷链产品，包括酱料包和预制菜等。此外，廊坊、重庆央厨项目也在建设中。

公司经营目标是做到最低的成本提供最优质的产品，公司在经营过程中会尽可能降低原材料及生产加工等成本，严控产品质量，同时在营销和配送方面也要达到高效率。因为顺丰在配送方面有很大的优势，与他们合作相信会有助于加强公司产品配送的能力及效率。公司中央厨房项目的规划是符合国内餐饮业发展趋势的，我们对中央厨房的模式有信心。

6. 请问米面油产品上半年提价幅度是多少？后续是否有提价的安排？下半年大宗价格下降的情况下，有回调可能性吗？

答：油类产品上半年已进行了提价，短期内由于原料行情回调，所以目前没有进一步涨价的计划；由于水稻原料价格相对比较稳定，所以大米产品没有明显的提价；小麦行情整体有所提升但波动相比油脂较小，上半年面粉产品进行了涨价，短期内没有进一步涨价的计划。

最近原材料价格尤其是油脂行情波动幅度仍然很大，所以暂时不会调低价格。如果未来原材料价格下跌且稳定在低位，公司成本压力有明显改善，我们会考虑下调产品的价格。

7. 公司毛油进口量有多少？

答：公司直接进口毛油的量比较少，主要是我们自己生产毛油或在国内市场购买。

8. 请问公司怎么看棕榈油下半年的走势？

答：我们认为接下来棕榈油行情应该会较为稳定。目前棕榈油比豆油便宜，近期棕榈油的大幅快速下跌主要是受到印尼取消限制棕榈油出口的政策有关，不过棕榈油价格要恢复到以往的平均水平，仍需要一段时间。

9. 目前行业往高端化发展，请问高端品牌对毛利率的提升有多少贡献？是否有具体的例子？

答：不同的产品以及产品发展的不同阶段，毛利情况有所不同。总体来说，近几年公司大众型产品的增长较为缓慢或为不增长的状态，大众型产品的需求在往中高端产品转移。关于高端品牌对毛利率提升的贡献，以胡姬花高端花生油为例，其吨均毛利会高于公司其他品牌的花生油产品，所以持续调整产品结构，推广高端品牌有利于改善公司的毛利情况，对公司未来的发展非常重要。

10. 公司上半年销售费用率同比节省，如果下半年国内进一步开放，公司的销售费用投放会有怎样的侧重点？

答：公司上半年加强了费用的控制，在疫情和当前经济背景下，面对需求和市场的波动，我们保持谨慎的态度，严格管控费用。但随着下半年市场回暖，尤其是旺季的到来，我们会维持必要的投入，尤其是中高端品牌的推广。

11. 近期大豆压榨利润回升，下半年是否会持续向好？

答：近期大豆压榨利润好是因为6月中下旬大豆价格大幅下跌的原因。目前来看，下半年情况还是不确定。

12. 请问公司调味品二季度增速怎么样？对未来有什么展望？调味品行业竞争短期较为激烈，零售端的库存较高，公司情况如何？

答：公司的调味品业务整体还处于前期发展阶段。酱油、醋、蚝油、料酒都已上市，目前还在持续丰富产品品类。公司在广东阳江的建设预计于年底完工，新的产品预计将在明年推出。

从去年开始，整个调味品市场变化较大，在销售情况、盈利能力、原材料成本等方面都面临市场竞争加剧的压力。现在调味品业务刚起步，对整体公司业绩影响较小。

13. 请问公司目前电商的发展情况和战略是什么？在产品设计方面有哪些考量？

答：因为粮油产品的属性，其在电商渠道的销售占比较小，但成长速度较快。公司对电商渠道非常重视，专门成立了电商渠道事业部，补充了专业人员，希望能够在电商方面更好地发力。目前看，我们在电商渠道的发展良好，公司的油米面等产品在电商渠道中均排名靠前。

公司会持续在电商渠道发力，目前已经推出了一系列专门针对电商渠道的定制化产品，以区分不同渠道的销售，这一策略获得了良好的市场反馈。

14. 公司如何看待包装小规格化，以及使用玻璃等非塑料包装的趋势？

答：产品小包装化的趋势是比较明显的。随着社会家庭人口结构的变化，消费结构也随之改变，小规格包装产品的消费需求增加。由于公司产品本身就覆盖多品类、多规格，所以公司一直有提供小规格产品以满足这方面的需求。

对于包装材料，我们推出的一些高端产品，如橄榄油、亚麻籽油、核桃油、有机系列等采用铁桶或者玻璃瓶包装。另外，随着市场更加多元和细分，消费者的需求变得多样化，我们除了提供各类产品以外，也对产品包装进行了丰富的定制。

15. 公司橄榄油、亚麻籽油等用铁桶、玻璃等包装的考量是什么？

答：产品包装所使用的材料，需要综合考虑产品的属性，以及消费者的需求情况。首先，包装是产品的一部分，如果要推出具有差异化卖

	<p>点的产品，必须在包装上体现产品的特色；另一方面，消费升级也促使企业在包装上进行改进和创新，包装设计在展现产品独特性的同时，要更符合产品定位，满足消费者的需求。比如欧丽薇兰橄榄油，原来使用的是普通礼盒，后来发现市场对礼盒的设计有升级化的需求，为此我们专门找了欧洲的设计师，运用插画艺术，帮我们定制了新的包装设计，这一设计得到了年轻、时尚消费者的认可，橄榄油礼盒也获得了更好的销售表现。</p> <p>16. 根据股权激励目标，是否可以具体拆分一下这两年厨房食品产品的增量？</p> <p>答：公司厨房食品的销量主要由油、米、面产品构成。目前公司在小包装油领域市占率较高，未来主要以产品结构升级为主。我们在米、面产品方面的整体市场占有率还很小，公司也正在持续投资米、面产能，未来几年，预计公司增量主要还是依靠大米、面粉业务。</p> <p>另外未来公司会在厨房食品领域进行更多的布局，例如玉米淀粉与糖、调味品、酵母、日化用品、植物肉、中央厨房等。不过这些新的品类短期看与油、米、面等产品销量相比，还是很小的。</p> <p>17. 公司上半年经销商数量下降，尤其是东部地区，主要原因是什么？</p> <p>答：主要是受到地区性疫情的影响，另外还有部分经销商户头进行了合并。这一部分经销商数量的减少不会影响公司整体业务的发展。</p> <p>18. 公司厨房食品销量比产量多一些是什么原因？</p> <p>答：是因为库存量的影响，同比来看今年销售了更多库存产品。公司绝大部分产品是自己生产加工的，代加工产品占比很小。</p> <p>19. 请问公司米面等业务的占比是多少？</p> <p>答：从销量上看，米、面和其他产品占厨房食品销量的一半左右。从收入上看，由于油的价格相对更高，所以油的收入占比更高。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及应披露重大信息
附件清单（如有）	请见附件1《2022年8月8日调研活动附件之与会清单》 请见附件2《2022年8月8日调研活动附件之演示文稿》
日期	2022-8-10

附件1：2022年8月8日调研活动附件之与会清单

3wfund	方瀛研究与投资	华安证券	申万宏源证券
AceCamp	沅沛投资	华创证券	太保资管
Anatole Investment	富国基金	华泰证券	太平洋证券
Atlantis Investment	高腾国际资产	华西证券	天风证券
Centerline Investment	歌斐资产	华鑫证券	天治基金
CGSCIMB	亘曦资产	怀澄私募	五地投资
Credit Suisse	工银瑞信基金	汇丰前海证券	西安交辉创业资管
Crisil Investment	冠通期货资管	建信保险资管	西部证券
Dantai Capital	光大保德信基金	交银施罗德	新谷资本
Destination Partners	光大证券资管	景林资产	星展银行
Elevation Capital	广发证券	景顺投资	野村东方国际证券
Goldman Sachs	广银理财	璟恒投资	翊安投资
Janus Henderson	国调基金	久期投资	银河证券
Jefferies	国海证券	久战久胜	永赢基金
Kadensa Capital	国华兴益保险资管	巨杉资产	长江证券
Macquarie Capital	国联证券	君和资本	长江证券资管
Morgan Stanley	国盛证券	开域资本	招银理财
Neuberger Berman	国投创益	开源证券资管	浙商证券
Pleiad Investment	国信证券	兰馨亚洲投资	正班基金
Springs Capital	国元证券	林园投资	正心谷资本
UOBKH	海通国际资管	美银证券	中金公司
安联投资	瀚伦投资	明达资产	中泰证券
安信证券	杭州米游健康	摩根士丹利华鑫基金	中信建投
博时基金	杭州期盈投资	平安基金	中信证券
财通证券资管	禾丰正则资管	容和资本	中邮证券
大成基金	贺腾资产	瑞民投资	朱雀基金
大和资本	弘毅远方基金	睿郡资产	
德邦证券	红塔证券	润邦投资	
东兴证券	华安基金	上海大朴资产	

附件 2：2022 年 8 月 8 日调研活动附件之演示文稿



益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司 2022年半年度业绩交流会

二〇二二年八月



主要财务数据—利润



项目	2022.1-6	2021.1-6	增减幅度
营业收入(千元)注1	119,482,927	103,230,005	15.74%
利润总额(千元)	3,071,721	4,625,870	-33.60%
归属于上市公司股东的净利润(千元)	1,976,094	2,970,300	-33.47%
扣除非经常性损益后的 归属于上市公司股东的净利润(千元)	2,423,603	3,912,451	-38.05%
基本每股收益(元/股)	0.36	0.55	-34.55%
加权平均净资产收益率 (ROE)	2.26%	3.50%	-1.24%

注1：收入的增加主要因为行情上涨带动的销售价格上涨。因大宗商品价格上涨，公司调高了部分产品的销售价格。

主要财务数据—利润（季度）



项目	2022. 4-6	2021. 4-6	增减幅度
营业收入（千元）注1	62,946,940	52,148,420	20.71%
利润总额（千元）	2,412,749	1,820,348	32.54%
归属于上市公司股东的净利润（千元）	1,861,602	1,400,000	32.97%
扣除非经常性损益后的 归属于上市公司股东的净利润（千元）	1,596,350	1,993,090	-19.91%
基本每股收益（元/股）	0.34	0.26	-34.55%
加权平均净资产收益率（ROE）	2.13%	1.64%	0.49%

注1：收入的增加主要因为行情上涨带动的销售价格上涨。因大宗商品价格上涨，公司调高了部分产品的销售价格。

2

分产品的收入及毛利



项目（千元）	2022. 1-6			2021. 1-6			增减幅度	
	收入	毛利	毛利%	收入	毛利	毛利%	收入	毛利%
厨房食品	76,135,557	5,395,354	7.09%	65,969,896	7,028,546	10.65%	15.41%	-3.56%
饲料原料及油脂科技	42,469,070	3,417,626	8.05%	36,466,026	3,940,196	10.81%	16.46%	-2.76%
其他	878,300	178,630	20.34%	794,083	219,060	27.59%	10.61%	-7.25%
合计	119,482,927	8,991,610	7.53%	103,230,005	11,187,802	10.84%	15.74%	-3.31%

厨房食品：

- 2022年1-6月收入比上年同期增长约15%。
- 今年原材料成本上涨幅度较大，尽管6月中下旬价格有所下跌，但相比去年同期，产品成本仍大幅上升。虽然公司上调了部分产品的售价，但并未完全抵消原材料成本上涨的影响，毛利受到挤压。
- 受国内疫情多点散发对物流运输、终端销售、餐饮等影响，叠加经济疲软、消费不振、市场竞争加剧等，公司2022上半年厨房食品的销量虽同比上涨，但毛利率有所下降。

饲料原料及油脂科技：

- 2022年1-6月收入比上年同期增长约16%。
- 受南美干旱天气影响大豆产量预期以及俄乌冲突等影响，主要原料主要原材料大豆、大豆油及棕榈油等价格出现前所未有的快速大幅上涨，毛利率受影响同比下降。

3

非经常性损益项目



项目(千元)	2022. 1-6	2021. 1-6	说明
非流动资产处置损益(包括已计提资产减值准备的冲销部分)	168,312	-41,697	
计入当期损益的政府补助(与公司正常经营业务密切相关,符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外)	157,740	104,711	
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益,以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	-623,362	-1,065,315	这些损益主要产生于本公司正常经营活动中用来管理其商品价格和外汇风险的衍生工具,因未完全满足套期会计的要求,因此在会计角度属于非经常性损益。从业务角度,这些期货损益的已实现部分应计入主营业务成本,未实现部分应随着未来现货销售的展开而同步计入主营业务成本。
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	322	-	
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	29,584	46,189	
其他符合非经常性损益定义的损益项目	1,487	1,443	关联方拆出资金取得的损益。
减:所得税影响额	186,395	-23,734	
少数股东权益影响额	-4,803	11,216	
扣除少数股东损益和所得税影响后的非经常性损益金额	-447,509	-942,151	
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	2,423,603	3,912,451	

4

主要财务数据—主要资产负债表项目



项目	2022. 06. 30	2021. 12. 31	增减幅度
总资产(千元)注1	219,011,884	207,249,937	5.68%
归属于上市公司股东的所有者权益(千元)	87,850,133	86,700,861	1.33%
股本(千股)	5,421,592	5,421,592	-
归属于上市公司股东的每股净资产(元/股)	16.20	15.99	1.33%

注1:总资产规模的增长,主要来自货币资金、固定资产、在建工程 and 无形资产等项目的增长。

5

现金流量表



项目(千元)	2022.1-6	2021.1-6	增减幅度
经营活动现金流入小计	128,368,359	116,709,407	9.99%
经营活动现金流出小计	125,426,533	122,458,931	2.42%
经营活动产生的现金流量净额	2,941,826	-5,749,524	151.17%
投资活动现金流入小计	24,582,751	23,586,311	4.22%
投资活动现金流出小计	29,822,936	44,515,960	-33.01%
投资活动产生的现金流量净额	-5,240,185	-20,929,649	74.96%
筹资活动现金流入小计	87,738,280	79,253,997	10.71%
筹资活动现金流出小计	75,019,747	60,719,785	23.55%
筹资活动产生的现金流量净额	12,718,533	18,534,212	-31.38%
汇率变动对现金及现金等价物的影响	129,158	68,283	89.15%
现金及现金等价物净增加额	10,549,332	-8,076,678	230.61%

经营活动产生的现金流量净额同比上升，主要是因为采购节奏变化，2022年上半年采购量同比下降。

投资活动产生的现金流量净额同比上升，主要是因为公司2022年上半年净投资减少。

筹资活动产生的现金流量净额同比下降，主要是因为新增借款减少。

6

关键指标



项目	2022.06.30	2021.12.31	增减
流动比率	1.18	1.21	-0.03
速动比率	0.80	0.76	0.04
资产负债率	0.58	0.56	0.02
项目	2022.1-6	2021.1-6	增减
应收账款及票据周转天数(天)	14.7	14.0	0.7
存货及预付账款周转天数(天)	82.5	96.6	-14.1
应付账款及票据周转天数(天)	11.4	14.1	-2.7

流动比率和速动比率：稳定无重大变化。

资产负债率：随着公司业务增长，总资产和总负债规模同时扩张，资产负债率有所增加。

存货及预付账款周转天数：2022年上半年国内部分地区疫情反复，下游囤积厨房食品，导致存货周转率加快。

应付账款及票据周转天数：2022年上半年公司综合考虑市场情况，减少进口采购而国内采购增加，应付账款余额下降，因此周转天数下降。

7



感谢聆听！

二〇二二年八月



8