

公司代码：603027

公司简称：千禾味业

千禾味业食品股份有限公司
2019 年半年度报告摘要

一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 本半年度报告未经审计。
- 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
无

二 公司基本情况

2.1 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	千禾味业	603027	不适用
可转换公司债券	上海证券交易所	千禾转债	113511	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	吕科霖	王晓锋
电话	028-38568229	028-38568229
办公地址	四川省眉山市东坡区城南岷家渡	四川省眉山市东坡区城南岷家渡
电子信箱	irm@qianhefood.com	irm@qianhefood.com

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	1,867,367,617.30	1,931,143,438.96	-3.30
归属于上市公司股东的净资产	1,370,249,543.17	1,306,508,786.36	4.88
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增

	(1-6月)		减(%)
经营活动产生的现金流量净额	105,531,966.18	88,257,909.48	19.57
营业收入	594,079,103.82	478,839,461.57	24.07
归属于上市公司股东的净利润	87,314,885.97	135,481,407.23	-35.55
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	80,157,467.59	59,664,708.58	34.35
加权平均净资产收益率(%)	6.53	11.98	减少5.45个百分点
基本每股收益(元/股)	0.1912	0.4156	-53.99
稀释每股收益(元/股)	0.1846	0.4156	-55.58

公司主要会计数据和财务指标的说明

1、归属于上市公司股东的净利润较同期减少35.55%：主要系去年同期取得资产处置净收益6,910.52万元，去年同期归属于上市公司股东的净利润基数较大。

2、归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润较同期增加34.35%：主要系公司调味品收入增加、产品结构优化。

3、基本、稀释每股收益较同期减少主要系：（1）报告期内资本公积转增股本，总股本增加；（2）可转债转股，总股本增加；（3）去年同期资产处置净收益6,910.52万元，去年同期归属于上市公司股东的净利润基数较大。

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)		29,055				
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)						
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	质押或冻结的股份数量	
伍超群	境内自然人	43.22	198,650,362		质押	35,759,641
伍建勇	境内自然人	12.71	58,395,674		质押	30,254,000
伍学明	境内自然人	1.55	7,132,188		无	
北京宽街博华投资中心(有限合伙)	其他	1.31	6,027,502		无	
中国工商银行股份有限公司-汇添富美丽30混合型证券投资基金	其他	1.03	4,733,793		无	
汇添富基金-建设银行-中国人寿-中国人寿委托	其他	0.95	4,375,980		无	

汇添富基金公司股票型组合						
全国社保基金一一七组合	其他	0.70	3,219,979		无	
中国银行股份有限公司一嘉实优化红利混合型证券投资基金	其他	0.68	3,114,913		无	
潘华军	境内自然人	0.66	3,035,382		无	
全国社保基金一零五组合	其他	0.61	2,787,680		无	
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司第一大股东伍超群是第二大股东伍建勇的叔叔，是第三大股东伍学明的弟弟，是第九大股东潘华军的妻弟。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	/					

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

单位:元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	发行日	到期日	债券余额	利率(%)
千禾味业食品股份有限公司可转换公司债券	千禾转债	113511	2018年6月20日	2024年6月19日	301,429,000	0.3

反映发行人偿债能力的指标:

适用 不适用

主要指标	本报告期末	上年度末
资产负债率	26.62	32.35
	本报告期(1-6月)	上年同期
EBITDA 利息保障倍数	26.20	102.70

关于逾期债项的说明

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

2019年上半年,国际政治经济形势复杂多变,全球经济增速继续放缓、贸易冲突延续,风险挑战明显增多;国内经济在实施宏观政策逆周期调节、培育壮大新动能、鼓励民营经济健康发展、推动降费减税等政策的保障下延续了总体平稳、稳中有进的发展态势,主要宏观经济指标保持在合理区间,供给侧结构性改革持续推进,人民生活水平和质量继续提高,推动高质量发展的积极因素增多。居民收入和消费增长总体平稳,消费环境持续改善,消费结构升级、产品多样化趋势得以延续。互联网、大数据、人工智能等与制造业加速融合,催生新的商业模式,产品个性化需求明显。

作为国民生活刚需,调味品消费量和品质需求均有显著提升,产品进一步朝着健康美味和功能性的方向升级;规模企业在产品创新、品质保障、成本控制、环境保护、商业模式转换等方面优势明显,行业集中度加速提升。

报告期内,公司坚持战略聚焦、产品创新、生产创新、管理创新、营销创新,高质量推动“年产25万吨酿造酱油、食醋生产线扩建项目”建设,全面推进总体发展战略目标。2019年上半年,公司整体业绩较去年同期稳定增长,实现营业收入59,407.91万元,同比增长24.07%,其中调味品实现营业收入49,594.96万元,同比增长34.3%;归属于上市公司股东的净利润8,731.49万元,同比减少35.55%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润8,015.75万元,同比增长34.35%。

报告期内的经营情况分析:

1、精准投放资源,以品牌力拉动销售增长

总体上坚定实施“千禾零添加酱油,0添加剂,天然好味道”的品牌定位,对零添加产品进行全面升级,统一品牌符号、统一促销话术、统一推广模式。对成熟市场、已覆盖市场和潜在市场实施差异化的品牌传播策略,空中媒体、地面媒体、移动终端媒体、卖场宣传等多种方式有机结合,精准营销。报告期内,高频次、场景式宣传促使川渝市场的产品结构进一步优化,中高端产品增量明显;受益于公司强有力的推广培训和营销模式复制,其他已开发区域销售拉动明显,新开发区域品牌认知度迅速建立。

2、五箭齐发,营销实力进一步强化

报告期内,公司以独立团队、独立渠道、独立产品,分别在零售、餐饮、特通、电商等渠道全面发力,全面推进战略目标实现。零售渠道。一是西南市场产品结构持续优化,盈利水平提升,领先地位得到巩固。二是西南以外市场:成熟有效的渠道推广方式迅速在各已开发区域复制,已开发市场快速起量,市场地位不断强化。三是空白市场按年初计划有序开拓。餐饮渠道。继续强化团队建设,强化绩效考核,提高总体营销水平。分地域分阶段推进市场布局,在公司确定的重点市场稳健发展。特通渠道。在强化产品研发和服务质量等系列举措的推动下,新客户开拓顺利。电商渠道。一是强化现有成熟平台的运维,销售目标按期推进,并保持了良好的盈利;二是继续积极探索各类以互联网为依托,运用大数据、人工智能等先进技术手段,集线上服务、线下体验以及现代物流为一体的新型营销方式,优化完善与之相匹配的平台、人员和产品结构,布局未来。外贸渠道。初步形成专业团队,搭建有效外贸渠道。以满足目标客户口味、消费习惯的产品进行产品推广。

3、内生与外延相结合,全面提升产能保障

公司坚持内生式和外延式发展相结合。内生:抓紧推进“年产25万吨酿造酱油、食醋生产线扩建项目”建设,项目一期10万吨酿造酱油生产线目前已投入试生产,该生产线在供应、生产、检测、仓储等方面的智能化水平较之前得到了大幅提升,基本实现主要设备现场人机界面互动、

设备与设备信息互通和多点信息集成、中央控制，生产效率和产品品质同步提升。同时，公司高质量推进二期年产 10 万吨酿造酱油和年产 5 万吨食醋生产线建设，截至目前，项目厂房已基本建成，进入设备订制采购阶段。外延：报告期内，公司与镇江市恒康调味品厂、镇江恒康酱醋有限公司及其全体股东签订了《资产及股权收购框架协议》，计划收购其与生产、销售食醋相关的资产和股权。该标的位于我国华东地区，其主要业务为生产与销售食醋，具有较好的品牌知名度。华东地区经济发达，是公司的重要战略市场，收购该标的将有利于公司调味品业务发展、助力公司全国战略布局。

4、持续加大人才引进力度，企业活力焕发

一是强化团队素质建设，明确“忠诚干净、责任担当，敬业奋斗，自我激励”的人才培育方向。二是坚持德才兼备、年轻化、专业化、知识化的人才储备战略。三是建立高质量人才录用标准和入职审核机制，确保人才质量。四是实施以“创造价值”为导向的薪酬绩效体系，坚决优胜劣汰；科学定员定岗，做到人岗匹配。五是构建进阶考核培训机制，强化培训教材的实用性和实战性。六是配置专职人员，强化对企业文化的塑造和传播。

5、坚持产品为王，全面满足用户需求

公司坚持“产品极致、用户导向、持续提升”的产品质量方针，坚决高标准、严要求落实品质管理工作，从研发、采购、生产、检测、销售服务等环节全面巩固和提升“高品质、健康美味”的产品竞争优势。

一是全面再梳理、再完善食品质量安全管理体系、标识标注管理、健康卫生管理、等食品质量管理体系体系，新时代、新要求，确保产品品质管理有章可循、有规可依；二是员工品质意识和职业素养再强化，强调责任落实和责任追查机制；三是在持续推进智能化建设，最大限度实现设备自动化控制，提升公司工业化和信息化融合水平，确保品质稳定。四是强化研发创新，持续引进食品发酵专业硕、博优秀人才，加强与国内外知名大学、研究院进行项目合作，与国内外行业权威实战专家合作，融合创新，持续提升产品质量。五是继续巩固零添加强势地位，不断攻克行业难点痛点，确保技术领先，品质可靠。同时，紧跟时代需求，积极推出新产品。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

财政部于 2019 年颁布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会【2019】6 号），公司按照上述通知编制 2019 年半年度财务报表，并对相应财务报表项目进行调整，具体请见“附注五-41”。

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用