

证券代码：300106

证券简称：西部牧业

公告编号：临 2017-014

新疆西部牧业股份有限公司 2016 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。

瑞华会计师事务所（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。

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 211,332,310 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.10 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	西部牧业	股票代码	300106
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	梁雷	刘红	
办公地址	新疆石河子市北三东路 29 号	新疆石河子市北三东路 29 号	
传真	09932516883	09932516883	
电话	09932516883	09932516883	
电子信箱	liang-lei-100@163.com	528047994@qq.com	

2、报告期主要业务或产品简介

一、公司主营业务

公司主营乳制品加工与销售、自产生鲜乳生产与销售、外购生鲜乳收购与销售、种畜养殖与销售、分割肉加工与销售、饲料生产与销售、油脂生产与销售、生猪养殖与销售、牧草收割及机耕服务等。

公司坚持以生物技术为先导，以种畜良种繁育为龙头，以现代化畜牧集约化养殖为基础，致力于将公司打造成“立足新疆、全国著名”的良种繁育、集约化养殖和现代畜牧龙头企业。2011年公司被国家批准为“国家级农业产业化重点龙头企业”；2016年度，公司荣获八师石河子市首届师市质量奖和新疆生产建设兵团第二届兵团质量大奖。

公司控股子公司花园乳业于2013年5月10日获得婴幼儿配方乳粉生产销售经营许可，成为新疆首家婴

幼儿配方乳粉生产销售经营许可的本地企业，2014年花园乳业再次通过了婴幼儿配方奶粉生产许可证的审核批准。我公司全资子公司新疆西牧乳业有限公司于2015年度也通过了婴幼儿配方奶粉生产许可证的审核批准。

二、公司所处行业的基本情况

在农牧业生产和加工产业中，奶业的一体化程度是最高的。奶业一体化程度高主要是由于原料奶鲜活易腐，挤奶一日数次，需要及时收集、冷却、储运，以保证原料奶质量。任何环节不协调都会影响原料奶及其制品的质量，因此奶业产业链各环节之间联系极为密切，特别是奶牛养殖业与乳制品加工业之间的联系更为紧密。近年来，根据国家政策引导及行业发展趋势需要，奶牛养殖企业已经逐步开始向产业链下游延伸，在乳制品加工行业上进行投资，未来我国奶业产业一体化建设程度将不断提高。

公司所处行业为奶业产业链的奶牛养殖、乳制品加工到终端销售环节。

公司大力发展奶牛养殖业和乳品加工业，带动牧草种植业，提供畜牧咨询服务，对新疆地区农村富余劳动力的有效平稳转移、广辟农民增收渠道、拓展农民增收空间、建设现代化农业都发挥了重要的作用。西部牧业作为兵团畜牧业的龙头企业，具有重要的带头和示范作用，公司的持续良好发展，对于稳定新疆区域的基础乳畜产品供应、促进社会就业、维护区域的社会稳定都有积极的意义。

（一）行业的主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

发改委、农业部等政府职能部门对行业进行宏观调控，其中发改委对新建、扩建乳制品项目进行核准制管理，农业部负责畜牧产业政策的研究和制定、行业结构与布局调整、组织拟定行业标准与技术规划、专业生产许可的管理等工作。国内行业自律职能主要由中国乳制品工业协会和中国奶业协会承担，中国乳制品工业协会侧重于管理乳制品加工企业，中国奶业协会侧重于管理奶牛养殖基地及其相关的乳制品加工企业。

（二）行业竞争格局和市场化程度

我国乳制品行业快速发展的十多年间，经历了价格战、三聚氰胺事件、行业洗牌等时期，目前形成了相对稳定的竞争格局，市场集中度不断提高。我国乳制品业竞争企业按品牌知名度和经营规模分为三类，具体如下：

第一梯队乳企为伊利股份、蒙牛乳业和光明乳业。其中伊利股份、蒙牛乳业已发展成为巨型企业，为全国一线品牌，产品以常温奶为主，销售覆盖全国，与所有液态乳品牌企业在全国展开竞争，销售收入和市场占有率领先。光明乳业近几年突破区域市场，在全国范围内市场份额不断提高，产品以巴氏杀菌奶和酸奶为主，品牌影响力较大。

第二梯队为区域性龙头乳企。第二梯队乳企品牌发展和销售市场主要限于区域市场，区域市场份额占比较高，如西部牧业、天润乳业、西域春、夏进乳业、皇氏乳业、燕塘乳业等。区域性龙头乳制品企业是对一线品牌的有力补充，尤其在巴氏杀菌奶、地方特色奶产品等方面优势明显，这些企业能够敏锐捕捉到消费者对乳制品品种多样化、品质新鲜化、功能个性化的需求，能够充分发挥地方品牌优势和产品创新能力，保持自身竞争优势。区域性龙头乳企有望在区域市场取得长足发展，品牌影响力将逐步增强。

第三梯队为地方性乳制品企业。该类企业生产规模小、产品结构单一、市场份额小、基本无影响力、经营规模增长不快。

养殖奶畜生产的生鲜乳为乳制品业提供了主要原料，是乳制品行业发展的前提和基础；乳制品行业通过深加工提升了奶畜产品的附加值，保障了奶畜养殖的经济利益；乳制品业与畜牧业具有极强的相互依存关系。

现代畜牧业具有“科学化、标准化、规模化、良种化、产业化、生态化”等基本特征，强化现代营销意识，着力于打造产、供、销，科、工、贸为一体的完整产业链。通过发展现代畜牧业，树立绿色产业理念，推动畜牧业持续稳定发展，并从根本上解决食品安全问题。

（三）行业内的主要企业及其市场份额

我国奶业的高速发展曾经催生了近5千家乳制品加工企业，经过市场洗礼，市场份额开始向品牌知名度高、实力强、规模效益显著的大企业集中。特别是2010年11月至2011年3月，发改委、工信部、质检总局联合对乳制品行业进行的项目（企业）审查清理及生产许可证重新审核工作，全国1,100多家乳制品企业中只有648家企业通过审核，乳制品生产企业数量大幅减少，市场份额进一步向全国一线品牌和区域性龙头品牌乳企集中。

根据Wind统计，截至2014年7月末，全国共有乳制品制造企业631家。液态乳生产企业主要为全国一线品牌伊利股份、蒙牛乳业、光明乳业和区域性龙头乳企西部牧业、天润乳业、西域春、夏进乳业、皇氏乳业、燕塘乳业以及其他地方性品牌乳企。2012年，伊利股份、蒙牛乳业占全国液态乳市场份额分别为16%和15%；伊利股份、蒙牛乳业均以常温奶为主要产品，2012年在全国常温奶市场占有率分别排名第二、第一；2012年，伊利股份在酸奶市场占有率排名第一，光明乳业排名第二，蒙牛乳业排名第三。

（四）进入本行业的主要障碍

乳制品行业进入壁垒表现在政策准入、奶源建设、营销网络、品牌四个方面。

1、政策准入壁垒

目前我国对乳制品加工项目的核准要求从严，对新建和扩建乳制品加工项目统一实行核准制，并将奶源基地配套建设作为项目核准条件之一。根据工信部与发改委颁布的《乳制品工业产业政策(2009年修订)》对乳制品生产企业的奶源建设、企业资质、行业准入门槛以及未来发展格局作出详细和严格的规定。该产业政策的实施大幅提高了行业门槛。

准 入 项 目	主要内容
建 设 规 模	北方地区企业新建液态乳项目日处理生鲜乳能力（两班）须达到500吨及以上，改（扩）建液态乳项目日处理生鲜乳能力（两班）须达到300吨及以上。南方地区企（扩）建液态乳项目日处理生鲜乳能力（两班）须达到100吨及以上。新建液态乳项目日处理生鲜乳能力（两班）须达到200吨及以上。
奶 源 要 求	新建乳制品加工项目已有稳定可控的奶源基地产生鲜乳数量不低于加工能力的40%，改（扩）建项目不低于原有加工能力的75%；配方粉生产企业所用原料50%以上为稳定可控奶源基地产生的鲜乳。
布 局 要 求	新建乳制品加工项目须与周围已有乳制品加工企业距离，北方地区在100公里以上，南方地区在60公里以上。

2、奶源控制壁垒

作为乳制品企业生产的主要原材料，稳定优质的奶源供应是乳制品企业生产的前提条件。奶源的控制能力同时也决定了乳制品质量的可靠性。加强奶源基地建设以满足乳制品加工的生鲜乳供应，并进一步保证乳制品前端质量控制，是我国乳制品加工企业关注的焦点。我国乳制品行业在发展初期，经历了“先市场后奶源”的发展阶段，忽视了对奶源地的建设，间接导致了三聚氰胺事件的爆发。目前，大型乳企加快了对优势奶源地的布局，而区域性基地型和城市型乳制品企业则利用自身在当地的资源，对当地的奶源实施有效控制。同时，由于我国农村地区的养殖行业的特点，奶源基地的建设、管理，与当地的农户的合作关系往往是通过长期积累形成的，行业外的企业难以在短期内仅凭资金优势获得。

3、品牌壁垒

乳制品品牌是消费者选择该产品最重要的因素。受近年来食品安全问题的影响，乳制品品牌影响力在市场竞争中占有重要的地位。消费者尤其是城镇居民习惯于将品牌作为对企业的产品质量、口味、价格的

选择标准进行消费。企业的品牌价值是通过企业常年诚信合法经营并累积大量消费群体而获得的，对于区域性乳制品企业，凭借其长期的本地化经营策略和差异化产品结构，在各自销售区域取得了较高的品牌认可度，如西部牧业、天润乳业、西域春、夏进乳业、皇氏乳业、燕塘乳业等。新进企业即使投入大量广告费用进行营销宣传，短期内也很难建立有影响力的品牌。

4、养殖环境壁垒

土地资源决定了养殖环境。拥有良好的土地资源是提升畜牧产品生产品质的先决条件。以牛奶为例，新疆、内蒙古、黑龙江、河北、山东、河南为我国牛奶产量最多的地区，其中新疆、内蒙古、黑龙江生产的牛奶以高品质而著称。幅员辽阔、自然条件优越的新疆、内蒙古、黑龙江等地区是我国传统优势畜牧业优势地区，这些地区发展奶牛养殖有天然的地理优势。

近年来国家对奶牛养殖的监管日益加强，尤其是对规模化养殖企业的技术设施、卫生防疫标准及环保要求更加严格，行业进入壁垒逐步提高。规模化养殖场所要求地势平坦，干燥、背风、向阳、排水通畅、环境安静。规模化养殖场所要有充足良好的水源和优质的牧草种植基地，以保证生活、生产及人畜饮水和牧草供应。

5、技术壁垒

(1) 乳制品行业技术壁垒

乳制品制造行业生产的技术水平主要体现在质量和乳制品加工上。自动化程度较高的生产设备是乳制品加工品质的硬件，资深技术人员、熟练操作人员是现代化管理的基础。

(2) 奶牛养殖技术壁垒

奶牛养殖技术是科技生产人员多年摸索积累的结果。奶牛饲养的各个环节，比如繁育、饲料、饲养、防疫等各方面都必须依循科学的生产技术管理模式，任何生产管理措施或技术水平不到位，都有可能造成较大的损失。奶牛养殖企业必须经过长期的摸索，积累丰富的技术、经验并不断总结完善，才能形成符合自身实际情况的、成熟的生产技术管理模式。因此，是否拥有成熟的养殖技术也是进入本行业的障碍之一。

此外，奶牛养殖技术涉及胚胎移植等生物技术的应用以及奶牛品种的改良、饲料配方的改进和饲养模式的改良等，行业外的企业较难在短期内掌握并应用上述相关技术，需要具备专业技术研发能力的机构或企业进行长期的积累。

(五) 市场供求状况及变动原因

牛乳被誉为营养价值最接近于完善的食物，人均乳制品消费量是衡量一个国家人民生活水平的主要指标之一。近年来，我国奶牛养殖业和乳制品工业发展迅速，奶类产量、乳制品产量不断增长，乳制品消费稳步提高，已逐渐成为我国人民生活的必需食品。

奶业是重要的民生工程。近十余年间，乳制品产量、奶牛存栏量以及人均乳制品消费量，均表现出快速成长。其中，乳制品产量从2000年217万吨增长到2013年2,698万吨，奶牛存栏量从2000年的489万头增长到2013年的1,440万头，城镇居民人均乳制品消费支出从2000年的68.57元/年增长到2012年的253.57元/年。

新疆是多民族聚居地区，饮（食）用奶历史悠久，需求量大。其中，维吾尔族、哈萨克族、蒙古族等都有饮用牛奶、羊奶或奶茶，食用奶酪、黄油等乳制品的饮食习惯，牛奶消耗水平和奶业发达国家非常接近。因此，新疆地区培养出了花园乳业、麦趣尔、天润乳业、西域春等地方乳品企业。

(六) 行业利润水平的变动趋势及变动原因

近十年，我国乳制品行业利润总额整体呈现较快增长的态势。2005年我国乳制品行业利润总额仅为49.15亿元，2013年利润总额增长到180.11亿元，复合增长率为17.63%。尽管2008年行业利润总额出现低谷，但经过2009-2010年全面复苏后，我国乳制品行业的盈利规模得以迅速恢复，其中2009年、2011年利润高总额大幅增长。

近十年，我国乳制品行业销售利润率总体保持稳定，除2008年受三聚氰胺事件影响销售利润率大幅下滑之外，其余年份销售利润率均保持在5%以上，近三年一期销售利润率达到了6%以上。我国乳制品行业

发展时间较短，但发展非常迅速，乳制品消费量持续增长，未来乳制品行业利润水平预计将继续保持稳中有升。

（七）行业技术水平及技术特点

1、生产生产工艺

乳制品的核心生产工艺是杀灭生鲜乳中的细菌和微生物，从工艺角度来看，目前行业内主流的技术有两种：一种是巴氏杀菌法，另外一种是UHT超高温灭菌法。

巴氏杀菌技术是利用病原体不耐热的特点，用适当的温度和保温时间处理杀灭其中绝大部分细菌的一次消毒法。由于巴氏消毒法不能杀灭芽孢，因此巴氏杀菌牛奶在4℃左右的温度下只能保存3~10天。

UHT超高温瞬时灭菌技术是近些年来发展起来的一种杀菌技术。该方法是在巴氏杀菌的基础上，在135-137℃条件下经过3-4秒对生鲜乳进行处理的一种灭菌工艺。通过该法获得的液体牛奶产品可在常温下保存，保质期可达1-8个月。目前市场上的利乐砖/枕包装的液体牛奶几乎均采用UHT技术进行灭菌。

2、包装技术

在国内的液态乳制品市场上，目前的包装主要是利乐包、百利包为主的常温灭菌包装和屋顶包、爱克林包、玻璃瓶为主的低温杀菌包装。无菌包装技术指将已杀菌的产品在无菌状态下，装入事先杀过菌的容器中，产品经无菌灌装后不需要添加防腐剂，能够防止细菌或微生物的二次入侵，其特殊保护性更能有效减缓产品因与空气、其它气体、异味及光相互作用而产生的产品品质的变化，因此产品能保存较长时间。

3、奶牛饲养技术

饲料是奶牛生产的物质基础，占生鲜乳生产成本的70%以上，而营养调控技术是提高饲料利用效率、降低奶牛养殖成本的关键。近年来，奶牛饲养技术在奶牛小肠可吸收蛋白质需要量、理想氨基酸模型、饲料营养评价体系、瘤胃发酵调控等领域取得最新进展，并开发了阶段饲养、高产奶牛特殊饲养、牛犊培育、抗应激、饲料加工、全混合日粮饲养等新技术，这些新成果、新技术的应用提高了奶牛饲养效率。

4、牲畜人工授精技术

人工授精技术于20世纪40年代问世并首先在奶牛繁育中得到应用，最初采用的是新鲜精液，1950年Smith和Polge在英国的瑞丁人工授精中心首次利用冷冻精液繁育获得了牛犊。精液低温冷冻保存技术对人工授精的发展产生了深刻的影响，迅速得到推广普及，成为迄今为止奶牛育种中最重要的生物技术。在奶牛育种中应用人工授精技术，可使优秀种公牛获得更多的后代，迅速扩大其高产特性在群体中的影响；通过精液低温冷冻保存，使种公牛精液的使用基本不受时间和地域的限制，可最大限度地扩大优秀种公牛在奶牛遗传改良中的作用。20世纪60年代，具有精子冻后活力好、易标准化、卫生状况好、使用方便等特点的细管冻精技术逐步替代了原来的颗粒冻精技术，使人工授精的应用效果得到进一步提高。

（八）行业特有的经营模式

行业内不同企业之间经营活动最为显著的区别在于对生鲜乳采购控制方式的不同。行业内部分企业采用生鲜乳外购模式、部分企业采用自有自控奶源地模式保证生鲜乳供应。

具体而言，我国北方和南方在原料奶供应模式上因奶牛资源分布不均、规模化养殖程度不同而存在差异。北方地区奶牛资源丰富，但规模化养殖程度较低，乳企获取原料奶普遍采用“公司+奶站（基地）+农户”的采购模式，即乳企通过奶站（基地）再与农户建立合作关系。而南方地区奶牛养殖以牧场养殖为主，规模化养殖程度高，一般都高于国家规定的最低规模化养殖水平。乳企获得原料奶主要采用“公司+牧场”的采购模式，即由乳企与牧场建立长期稳定的合作关系，通过签订常年供奶协议的方式获取奶源，这种模式下可以更有效地保证原料奶供应的质量和数量。

近年来，随着奶源质量安全和充足供给越来越成为关系到乳企生存和发展的重要因素，各地政府和乳企日益重视奶源建设，龙头乳企纷纷通过增扩建牧场、加强与牧场合作等方式来实现对奶源的控制，使得我国部分龙头乳企原料奶自给比重得到逐步提高。未来，随着乳企持续加大自有牧场的投资和建设力度，自有原料奶的比重将会持续提高。

（九）行业的周期性、区域性和季节性特征

1、行业的周期性

乳制品属于日常消费品，行业周期性特征不明显。

与发达国家相比，我国乳制品行业发展历史较短，虽然经历过去十多年的快速发展，但我国乳制品人均消费量与发达国家相比仍存在较大差距。随着人们生活水平的不断提高和饮奶观念的不断加强，乳制品的消费需求量将会不断增长，行业目前处于上升周期中。

2、行业的区域性

由于我国的奶牛养殖多集中在北方，乳制品企业多选择靠近奶源地建厂，因此分布也明显呈现北多南少的特点。其原因主要是：我国普遍饲养的高产荷斯坦奶牛品种属于高纬度品种，耐寒不耐热，而南方奶牛品种单产较低；北方地势平坦，集中了我国饲草和粮食的主产区，提供了优越的地理条件和充足的饲料供应。

3、行业的季节性

随着我国城乡人民生活水平的不断提高，乳制品的消费量也将保持长期上升的趋势，行业处于持续增长的周期中。乳制品作为日常消费品，其消费量没有明显的季节性特征。

（十）与上、下游行业之间的关系

公司的上游行业是农业和农产品加工行业，下游行业是商品流通行业。

上游行业方面，农产品采购单价的变动主要受国内供求关系变化、国家对农产品的政策以及国际价格影响。农产品价格始终是我国宏观调控的重点，整体波动不大。

下游行业方面，随着我国国民经济的高速发展，人民生活水平持续提高，不断扩大的内需促进了商业流通行业的繁荣，进而促进了乳制品行业的成长。

三、公司在行业中的竞争地位

（一）核心竞争力

公司核心竞争力突出体现在区位优势、技术实力优势、供应商及客户稳定优势、生产管理优势。

1、区位优势

新疆是我国三大牧区之一，发展畜牧业具有得天独厚的区位优势。新疆饲草料资源丰富，新疆三山和两盆的周围，拥有大片优良的牧场，全疆天然草场总面积5,139.77万公顷，占全国草场总面积约20%，居全国第二位，其中可用草场面积5,130.14万公顷；人工草场面积9.62万公顷，人均占有草场面积达44.04亩。新疆牧草资源丰富，牧草品种多、质量好，新疆有各类牧草植物108科、687属、3,270种（包括亚种和变种），分别占全国植物区系总科数的30.5%，属数的21.6%和种数的12.1%。世界著名的优良牧草，在新疆均有大面积野生分布。

新疆天山北坡是业内公认的全国最优质天然牧场之一，所产生鲜乳品质优异，公司地处的石河子市位于天山北坡经济带的中心，优良的奶源基地吸引了娃哈哈、旺旺等多家知名乳制品生产企业在石河子市投资建厂，使石河子市成为了我国重要的奶业生产基地。优越的自然地理位置为公司业务的发展提供了良好的外部条件。

2、技术实力优势

公司拥有雄厚的技术研发团队；同时公司与中国农业大学合作成立了研究发展中心和人才培训中心，与新疆农垦科学院和石河子大学合作成立了畜禽工程技术研究中心等研发机构，与加拿大、澳大利亚等国家的院校和企业良种繁育、饲养管理等领域建立了广泛的合作。通过与国内外知名院校、企业技术合作及知名专家的聘用，公司的研发实力得到很大提高。公司已掌握了大规模实施性控冻精技术和胚胎移植技术，并成功应用于下属奶牛养殖基地。实施性控冻精技术和胚胎移植技术需要大量的专业兽医技术人员和

专用设备。公司在畜牧科技领域处于业内领先地位。

3、供应商及客户稳定

公司对分散养殖的奶牛养殖户统一良种繁育、养殖技术、疾病防治、奶厅设备等专业服务，与奶牛养殖户建立了紧密的合作关系。由于采取标准化的饲喂技术和严格监控措施，公司对外提供的生鲜乳未被检测出三聚氰胺，未发生重大质量问题。由于新疆乳品具有优质和安全的优势，全国知名乳品企业纷纷在北疆建设乳品供应基地和加工企业。公司与旺旺、娃哈哈、蒙牛等知名乳品企业采取供销协议、乳粉代加工等方式建立了长期稳定的合作关系，并于2011年12月投资控股花园乳业，2015年收购并投资完善了新疆西牧乳业有限公司，进入了下游乳制品制造行业，丰富了公司的产品线，延伸了公司的产业链。

4、生产管理优势

公司管理层在奶牛养殖及种畜繁育等方面具有丰富的经验，主要管理成员在畜牧养殖及深加工行业具有十年以上的经验。公司实施奶牛场的人力资源管理、生产定额管理，完善牛群档案和生产记录。公司积极推广标准化规模饲养技术，做到饲料营养平衡、调制科学、饲喂精心、管理精细，确保奶牛的遗传潜力得到充分发挥。同时，公司积极应用青贮和优质牧草生产加工技术，饲草料质量不断提高。公司在奶牛品种改良、繁育、饲养等方面积累了丰富的实践经验。

（二）主要竞争对手的简要情况

公司主要竞争对手包括天润乳业、麦趣尔、西域春等新疆区域型乳品企业。

1、天润乳业

天润乳业位于十二师，注册地址为新疆乌鲁木齐市经济开发区（头屯河）乌昌公路2702号，主营业务为乳制品的生产和销售，主要产品包括巴氏奶、UHT奶、酸奶、乳饮料、牛初乳、奶酪、奶粉等乳制品。天润乳业生产的奶粉主要为工业用全脂乳粉。

2、麦趣尔

麦趣尔注册地址为新疆维吾尔自治区昌吉回族自治州昌吉市麦趣尔大道，主营业务为乳制品生产、销售，烘焙食品的连锁经营；生产的乳制品主要包括灭菌乳、调制乳和含乳饮料三大系列，2011年乳制品产量为27,717.48吨；同时拥有36家烘焙食品直营连锁门店，主要分布在新疆和北京地区，建有烘焙食品加工厂、区域性的加工中心和连锁店的现场烤制及加工间，烘焙连锁所需产品绝大部分由公司自主生产，目前公司生产的烘焙食品包括面包、蛋糕、中西式糕点、月饼四大系列产品。

3、西域春

西域春是新疆呼图壁种牛场有限公司的子公司，注册资本1,000万元，成立于2005年6月22日，经营范围包括乳粉（全脂乳粉），液体乳（灭菌乳、调制乳、发酵乳、巴氏杀菌乳）、其他乳制品（奶片）、饮料（蛋白饮料类）的生产、销售，饲草料种植，奶牛养殖。注册商标为“西域春”牌。

四、主要经营模式

1、生产模式

公司拥有从奶牛养殖、乳制品加工到终端销售一体的奶业产业链。

公司自有养殖的奶牛产奶形成公司自产生鲜乳收入。公司的每个牛场均建有标准成母牛舍、后备牛舍、产房、育犊、治疗圈，舍内暖气、卧床、颈夹等设施齐全，牛舍通风、保温性能良好。场内均配有TMR饲喂机，可满足全场奶牛每天3次饲喂需要，全场奶牛舍每天可以清粪1次，并实现机械化挤奶。

公司的乳制品加工厂采用“以销定产”的生产方式，销售部根据年度预算和产品实际销售情况，制定滚动的季度需求计划。计划运营部根据销售部的需求计划制定月度的采购计划及每周的生产计划，最后根据设备运转情况制定每日生产计划。

2、采购模式

公司采购物资主要为饲草饲料，包括精饲料（预混料、全价料、豆粕、棉粕、玉米、麸皮等）、粗饲

料（麦秸、花生秧、苜蓿草等）、多汁饲料（带穗玉米秸秆、豌豆皮、豆渣、果渣、啤酒糟等）。在奶牛的不同成长阶段，饲草饲料的投放量、品种、精辅饲料配比等均须严格控制，合理分配。公司根据地理气候、水源水质、奶牛品种等多种因素，制定了科学的饲料配方和饲养标准。生产部根据奶牛存栏量、各阶段奶牛数量、季节、饲料库存、饲料价格等因素制定本年度、本月采购计划，报总经理办公会审批，由采购部与供应商签订采购合同并组织统一采购。

3、销售模式

公司各子公司设有销售部，负责各类产品的销售，以及市场调研、销售计划、市场开发和维护、经销商管理并提供技术支持。

生鲜乳产品主要销售给各大乳制品加工企业（包括控股子公司花园乳业公司和全资子公司西牧乳业公司），根据生鲜乳市场价格定期签订销售合同。乳制品销售采用直供超市、经销零售杂货店模式。种畜销售主要包括自繁销售和集中采购销售。饲料销售大部分为合并报表范围内的销售。

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

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：人民币元

	2016 年	2015 年	本年比上年增减	2014 年
营业收入	664,584,792.47	599,902,012.38	10.78%	771,379,830.66
归属于上市公司股东的净利润	-52,214,745.06	23,112,793.83	-325.91%	22,489,359.83
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-64,777,637.50	3,034,069.08	-2,235.01%	3,378,464.00
经营活动产生的现金流量净额	-269,566,013.01	72,775,916.45	-470.41%	-166,624,995.15
基本每股收益（元/股）	-0.26	0.14	-285.71%	0.14
稀释每股收益（元/股）	-0.26	0.14	-285.71%	0.14
加权平均净资产收益率	-5.50%	3.59%	-9.09%	3.61%
	2016 年末	2015 年末	本年末比上年末增减	2014 年末
资产总额	2,772,892,881.81	2,270,877,509.36	22.11%	1,748,810,317.49
归属于上市公司股东的净资产	985,702,909.14	652,580,583.93	51.05%	632,743,790.08

(2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	141,360,978.48	195,056,279.02	165,018,815.33	163,148,719.64
归属于上市公司股东的净利润	-13,004,878.81	-13,651,397.75	-31,070,278.08	5,511,809.58
归属于上市公司股东的扣除	-14,004,173.39	-13,750,675.01	-40,331,317.99	3,308,528.89

非经常性损益的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	-70,144,954.46	-92,188,048.39	-80,991,885.48	-26,241,124.68

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	12,018	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	16,322	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	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	
石河子国有资产经营(集团)有限公司	国有法人	44.19%	93,378,171		质押	36,779,578	
联讯证券股份有限公司	境内非国有法人	2.31%	4,872,800				
中国工商银行股份有限公司—银华中小盘精选混合型证券投资基金	其他	1.27%	2,688,119				
中国工商银行股份有限公司—广发改革先锋灵活配置混合型证券投资基金	其他	1.01%	2,126,023				
中国工商银行股份有限公司—兴全可转债混合型证券投资基金	其他	0.97%	2,052,871				
郭品洁	境内自然人	0.95%	2,000,000				
中国光大银	其他	0.90%	1,899,460				

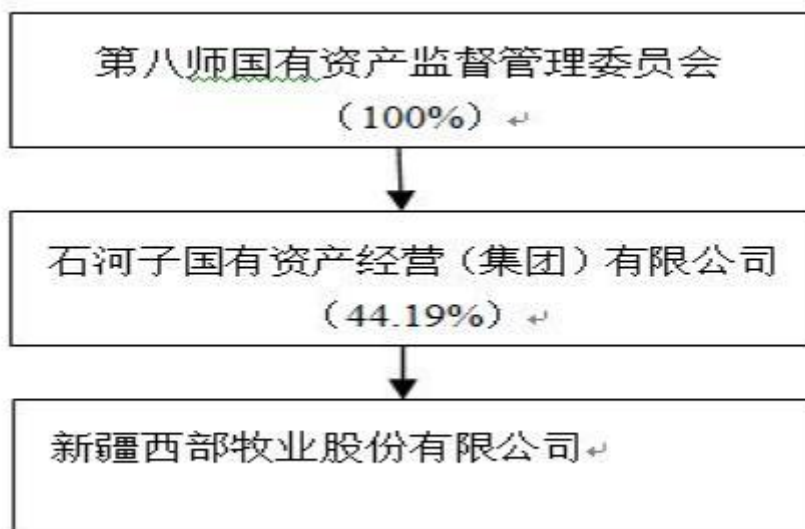
行股份有限 公司—金鹰 产业整合灵 活配置混合 型证券投资 基金						
中国建设银 行股份有限 公司—华宝 兴业服务优 选混合型证 券投资基金	其他	0.85%	1,801,887			
俞兰美	境内自然 人	0.85%	1,800,000			
林荣海	境内自然 人	0.85%	1,790,000			
上述股东关联关系或一 致行动的说明	未发现公司上述股东之间存在关联关系或属于《上市公司股东持股变动信息披露 管理办法》规定的一致行动人。					

(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



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

(1) 公司债券基本信息

(2) 公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

(3) 截至报告期末公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

是

畜禽水产养殖业

公司需遵守《深圳证券交易所行业信息披露指引第 1 号——上市公司从事畜禽、水产养殖业务》的披露要求

报告期内，公司董事会继续坚持“把西部牧业建设成为全国著名的种畜培育基地、高档乳制品和牛羊肉生产基地、高档保健品和高档油脂生产基地，打造成全国知名的畜牧业产业化龙头企业”的既定发展目标，公司奶牛肉牛养殖基地建设、15万吨饲料加工生产线建设、婴幼儿配方奶粉生产、配股融资等工作扎实稳步推进，完善乳品加工、种畜肉牛、饲草料综合利用全产业链，实现了企业持续、稳定、良性的发展。2016年度，公司实现营业总收入66,458.48万元，比上年同期增长了10.78%；实现营业利润为-15,003.41万元，比上年同期降低了28.30%；实现利润总额为-5,083.29万元，比上年同期减少了390.02%；归属于母公司股东的净利润为-5,221.47万元，比上年同期降低了325.91%；实现每股收益-0.26元/股；实现加权平均净资产收益率为-5.50%；公司总资产达到277,289.29万元，比上年同期增长了22.11%；净资产（归属于上市公司股东）达到98,570.30万元，比上年同期增长了51.05%。本年度内，公司下属花园乳业和西牧乳业是新疆仅有获得国家婴幼儿配方乳粉生产许可证的企业，公司被国家批准为“国家级农业产业化重点龙头企业”、“国家级学生饮用奶生产企业”、“兵团循环经济示范试点单位”，2016年度，公司荣获八师石河子市首届师市质量奖和新疆生产建设兵团第二届兵团质量大奖。

由于受到国际进口奶粉大量的低价冲击，我公司自产生鲜乳价格持续低迷，同行业竞争进一步加剧，使公司主营业务收入出现增长后，公司营业利润却大幅降低。报告期内公司销售收入同比增长10.78%。自产生鲜乳收购价格持续下降，致使报告期自产生鲜乳销售收入同比下降，养殖业形成较大金额的亏损。同时，由于公司经营流动性资金借款增加，导致利息支出增加，使公司财务费用达到了3,310.72万元；公司下属西牧公司为加强和促进销售工作，开发新产品拓展市场，新增销售机构和加大广告宣传力度以及新产品的试制研发，导致公司销售费用较上年同期增加1,685.08万元，增长40.45%；公司增加相应的管理部门和办公设施，导致管理费用较上年同期增加1,092.08万元，增长25.06%；综合以上因素，公司营业利润较上年同期降低28.30%，归属于母公司股东的净利润比上年同期降低了325.91%。

公司下属新疆西牧乳业有限责任公司推出多款常温、低温液态奶新产品已正式面向市场全面销售，各类功能性奶粉新品陆续向市场持续推出，2016年5月，该公司取得了婴幼儿配方乳粉生产许可证。由于属于新产品、新品牌，该公司在宣传推广、拓展市场过程中遇到了巨大的困难与挑战，造成了近年来经济效益的不断下滑。公司计划以“西牧乳业”为平台，加强与国内知名企业的合作，利用西部牧业资源优势与合作伙伴的营销渠道和人才优势，共同打造全国知名的乳制品品牌，努力提升该公司盈利能力。

2015年7月8日，公司配股再融资方案顺利通过了中国证监会创业板发审会的审核通过。2015年12月23日，中国证监会向我公司下发了同意配股发行的《核准文件》，公司立即行动于2016年1月22日完成了发行方案的设计，2016年2月5日完成了配股发行工作，2016年2月19日完成了配股上市工作。本次配股发行股份数量为47,532,310股，占本次可配股份总数4,914万股的96.73%，配股发行募集资金为396,419,465.40元，对公司的未来发展提供了强大的资金助力。

同时，公司在2016年发展过程中也面临诸多问题。主要是养殖业投入巨大，短期内难以见效。生鲜乳、肉制品价格与去年相比大幅下降，且市场持续走低，给企业的经营造成一定的压力，特别是盈利造成很大压力；二是产品销售的机构建设，运行机制尚需完善，急需形成一支有强大营销能力、合理营销价格管理体系、良好精神面貌等的营销团队。如何降低加工成本、养殖成本大幅降低来参与市场竞争。重点做好以下几点：一是实现责任到人、目标到人、考核兑现到人的管理体系；二是通过价格倒逼企业改革，降低成本

参与市场竞争。三是加强品牌推广宣传，积极开拓多种销售渠道，强化品牌形象建设。公司在各地开设终端门店的基础上，也要完善自己的电子商务平台，通过线上销售线下服务，从而突破销售的时间界限，提升市场占有率和盈利能力；四是养殖单位要强管理、降成本、增收节支、节本增效，努力提高公司经济效益和盈利水平

公司计划2017年度年末实现牛存栏数20,285头，其中新增母犊3,980头；羊存栏数3,907只；猪存栏数3,957只；生产饲料60,950吨；自产生鲜乳46,240吨；生产加工肉制品1,245吨；青贮收割5万亩；加工油脂600吨；加工生产乳制品11,100吨（液态乳88,800吨、奶粉22,200吨）。（上述经营计划、经营目标并不代表上市公司对2017年度的盈利预测，能否实现取决于市场状况变化、经营团队的努力程度等多种因素，存在很大的不确定性，请投资者特别注意。）

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：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
(1) 外购生鲜乳	56,272,605.54	-560,318.15	-1.00%	156.28%	167.66%	-4.30%
(2) 自产生鲜乳	26,465,226.47	-3,102,580.25	-11.72%	-40.12%	-28.33%	-18.38%
(3) 乳制品	387,551,171.31	40,178,933.41	10.37%	9.95%	-2.98%	12.11%
(4) 种畜销售	2,867,929.83	-3,900,053.00	-135.99%	-84.10%	-60.83%	-140.23%
(5) 其他	169,979,038.99	11,223,264.44	6.60%	21.89%	58.82%	-21.71%
(6) 其他业务	21,448,820.33	3,575,020.04	20.43%	-9.73%	-24.72%	16.59%

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

近年来，由于本公司投资项目较多，经营性资金需求和对外投资同比大幅增加，大额借款造成公司财务费用增加。同时，公司销售收入主要来自于乳制品销售收入和自产生鲜乳销售收入，而自产生鲜乳销售收入受大量进口奶粉和进口常温奶的冲击，国内生鲜乳销售价格持续低迷，饲养成本却未降低，对公司养殖业造成巨大影响。再次，公司新产品的研发上市，扩大对外宣传导致销售费用同比增长，导致公司利润总额同比降低，对公司效益产生巨大不利影响。

6、面临暂停上市和终止上市情况

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

为扩大公司肉类产业销售力度，拓展销售平台，本年度新设全资子公司石河子市食上西牧肥牛火锅餐饮有限公司，成立日期2016年09月26日，取得由石河子工商行政管理局城区分局颁发的统一社会信用代码：91659001MA776YF4X9，注册资本200.00万元，营业地址：新疆石河子市40小区北四路296-A号2楼，经营范围：餐饮服务、预包装食品零售。法定代表人：陈建防。截止2016年12月31日，实际出资80.00万元。

新疆西部牧业股份有限公司
董事长：徐义民
二〇一七年四月二十七日