

公司代码：600429

公司简称：三元股份

北京三元食品股份有限公司
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	三元股份	600429	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	张娜	张希
电话	010-56306096	010-56306020
办公地址	北京市大兴区瀛海瀛昌街8号	北京市大兴区瀛海瀛昌街8号
电子信箱	zhengquanbu@sanyuan.com.cn	zhengquanbu@sanyuan.com.cn

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	13,859,432,067.19	13,475,431,338.26	2.85
归属于上市公司股东的净资产	5,114,427,396.03	4,965,757,643.59	2.99
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)

经营活动产生的现金流量净额	193,894,817.70	-215,757,658.78	不适用
营业收入	4,172,731,094.07	3,794,530,294.31	9.97
归属于上市公司股东的净利润	183,979,038.38	124,882,504.62	47.32
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	118,526,733.77	97,095,827.85	22.07
加权平均净资产收益率(%)	3.6341	2.5601	增加1.0740个百分点
基本每股收益(元/股)	0.1229	0.0834	47.36
稀释每股收益(元/股)	0.1229	0.0834	47.36

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)				26,018	
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)				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	质押或冻结的股份数量
北京首农食品集团有限公司	国有法人	35.79	535,908,935	306,278,713	无
BEIJING ENTERPRISES (DAIRY) LIMITED	境外法人	18.91	283,142,849		无
上海平润投资管理有限公司	境内非国有法人	16.67	249,617,151	249,617,151	无
上海复星创泓股权投资基金合伙企业(有限合伙)	其他	3.78	56,661,562	56,661,562	无
农银人寿保险股份有限公司—传统保险产品	其他	2.99	44,744,175		未知
中国证券金融股份有限公司	国有法人	2.00	29,920,359		未知
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.01	15,116,200		未知
中意人寿保险有限公司—分红产品2	其他	0.38	5,726,964		未知
江苏省国信资产管理集团有限公司	国有法人	0.33	5,009,724		未知
西藏东方凯铄投资有限公司	境内非国有法人	0.32	4,820,404		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明		北京企业(食品)有限公司(BEIJING ENTERPRISES (DAIRY) LIMITED)为公司控股股东首			

	农食品集团的控股子公司，因此北京企业（食品）有限公司与首农食品集团为一致行动人。上海复星创泓股权投资基金合伙企业（有限合伙）（简称“复星创泓”）及上海平润投资管理有限公司（简称“平润投资”）受同一主体控制，因此复星创泓与平润投资为一致行动人。除此之外，公司未知其他股东是否存在关联关系或属一致行动人。
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

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，公司实现营业收入41.73亿元，同比增长9.97%；实现净利润1.84亿元，同比增长47.32%。报告期内，公司的主要工作如下：

一是不断加强品牌建设。报告期内，公司完成全线品牌策略的梳理，进而推进三元品牌全系列、极致、轻能、芭缔欧等重点品牌的产品升级和品牌形象焕新。聚焦北京及华北重点市场，并通过电商平台品效合一辐射全国，公司借助北京卫视《上新了·故宫》、《中歌会》等优势资源展开线上线下全面整合的营销传播活动，增强品牌活力，提升品牌美誉度。同时通过承办“首届北京牛奶文化节”、发布爱国主义小说《三元传奇》等活动不断强化公司和品牌口碑。根据世界品牌实验室发布的《中国500最具价值品牌》榜单，公司2019年品牌价值251.39亿元，同比增长25.9%。根据国家统计局中国统计信息服务中心发布的《2018中国品牌口碑年鉴》，三元奶粉位居2018年度中国婴幼儿奶粉口碑榜首，实现中国好口碑九连冠，荣获“金口碑”，并在第二届中国乳业质量年会上荣获“质量金奖”。

二是不断夯实销售工作。报告期内，公司根据“聚焦资源、聚焦区域、聚焦产品”的销售策略，加强预算执行和考核，京津冀核心市场销售增长较快，电商事业部销售收入同比增长90%。加强经销商、销售队伍管理，加大终端市场铺货，提高市场占有率。

三是运营效率有所提高。通过销售、供应链两大平台管理，持续抓产销衔接、产销平衡，提高销售订单准确率、生产订单满足率，提升运营效率，降低生产成本。

四是加强科技创新。公司积极推进自主创新平台建设，提升企业核心竞争力，“国家高新技术企业”于2019年3月通过复审。公司通过“国家母婴乳品健康工程技术研究中心”、“国家乳品健

康科技创新联盟”两个国家级平台，吸引食品、营养、医学等领域的优势力量，共同解决我国母婴健康与乳品研究的关键科学问题。报告期内，不断加强新品研发、储备、上市。同时，加强技术中心管理的改革创新，充分调动科技人员创新积极性，持续优化体制机制，让更多领军人才脱颖而出。

五是进一步实施精细化管理。财务管理方面，公司持续加强风险控制，完善内控制度，加强精算细算，严格落实预算，严格成本费用管控。人力资源管理方面，继续完善组织架构，结合职业经理人试点工作，开展销售、市场、供应链、科技研发等团队建设优化，采取积极的人力资源政策，大胆选用人才，创新激励手段。

六是加强投后管理。法国子公司 St Hubert 于今年 2 月在中国上海设立子公司，开发植物基酸奶，拓展中国业务。艾莱发喜上半年实现收入 8.28 亿元，同比增长 13.43%；实现净利润 8,126.91 万元，同比增长 27.98%。

七是强化党建引领。报告期内，公司党委紧紧抓住深化改革、转型发展的几项关键任务，聚焦企业自身发展需求，从“一个引领、两个服务、三大保障、四项工程、五佳支部、六个一流、七大品牌”入手，切实履行从严治党主体责任，深入开展“不忘初心、牢记使命”主题教育，扎实推进基层党组织建设和党风廉政建设，坚持党的领导与公司治理有机统一，在党建进一步融入中心发挥作用、引领企业高质量发展上不断推深做实，以新思路、新机制、新手段，激发党建活力，促进党建工作再提升。

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

详见半年度报告全文第十节附注五、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