

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
2020 年年度报告摘要

一 重要提示

- 1 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。
- 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 致同会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 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

本公司2020年度实现合并会计报表归属于母公司所有者净利润2,205.69万元，截止2020年12月31日，公司合并会计报表可供分配的利润为7,541.81万元，其中：母公司未分配利润为32,788.16万元。

经本公司董事会审议，报告期利润分配预案如下：公司拟以2020年12月31日总股本1,497,557,426股为基数，向全体股东每10股派发现金股利0.05元（含税），拟派发的现金股利共计约748.78万元，占2020年合并报表归属于母公司所有者的净利润的33.95%。

二 公司基本情况

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
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
电话	010-56306096	010-56306020
电子信箱	zhengquanbu@sanyuan.com.cn	zhengquanbu@sanyuan.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

（一）报告期内公司所从事主要业务及经营模式

1、经营范围

公司属于乳制品制造行业，主要业务涉及加工乳制品、冷食冷饮、饮料、食品；公司旗下拥有液体乳、发酵乳、乳饮料、奶粉、奶酪、冰淇淋、植物涂抹酱等几大产品系列。

2、经营模式

(1) 经营模式：公司根据产品品类与区域、以事业部加控股子公司的模式，构建了常温奶、低温奶、奶粉、特殊渠道、送奶到户和电商六大事业部及核心控股子公司。

(2) 生产模式：根据事业部产品特点及销售区域划分各加工厂，使生产和销售有序结合，便于成本控制、产销协调以及对市场进行快速反应。在公司总部的统筹和管理下，各职能部门为产、供、销等运营活动提供服务。冰淇淋业务由控股子公司艾莱发喜生产经营，植物涂抹酱业务由控股子公司 St Hubert 生产经营，高端有机奶业务由控股子公司加拿大 Avalon 生产经营。2020 年度，公司实际产能为 66 万吨。

(3) 物流配送模式：公司通过与优质的第三方物流合作，确保公司所属各加工厂的新鲜产品安全、及时、准确到达客户端，为客户提供优质服务；尤其是占公司产品结构中很大部分的低温冷藏产品，保证从工厂到客户各流通环节低温冷链配送。公司利用车辆温度监控等现代化信息设备，为物流管理及质量管理提供有效支持，确保产品安全，符合产品需求。

(4) 销售模式：公司主要采用直营、经销商和电子商务相结合的销售模式，销售渠道遍布全国各省市。

(5) 采购模式：公司加强管理，采用大宗物料集中采购模式，并使用公开招标、邀请招标、竞争性谈判、询价等方式强化管理，提高资金使用效率。

(6) 海外业务：境外公司以股东会、董事会的公司治理结构为主，由股东委派董事进行监督，日常管理以当地管理团队为核心，并约定权利义务以及职责权限，既保证股东对管理层的监督和管理，又授权管理层充分的权利进行日常经营，保证公司的稳定运营和市场发展。

(二) 公司所属行业的发展阶段、周期性特点及公司所处的行业地位

1、行业发展阶段与周期性特点

2020 年新冠肺炎疫情肆虐全球以来，乳制品行业危机与希望并存。受多方经济环境因素及品类内部因素影响，整体增长放缓；但多数品类仍将继续保持增长，市场规模将持续扩大。在大健康产业快速发展的背景下，消费者对优质的高蛋白质食品需求旺盛，预计在“十四五”期间我国将迎来第二个乳制品行业黄金高峰期。乳制品上游具有一定周期性，销售终端竞争性较强。

2、公司所处的行业地位

尼尔森数据显示，受疫情影响，2020 年度液态奶行业整体销售下降，公司液态奶业务在全国市场降幅低于行业降幅，且在核心市场北京逆势实现正增长，液态奶市场占有率进一步提升。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2020年	2019年	本年比上年 增减(%)	2018年
总资产	13,373,475,395.64	13,387,783,922.24	-0.11	13,475,431,338.26
营业收入	7,353,344,572.09	8,150,710,056.90	-9.78	7,455,843,969.76
扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入	7,287,898,201.24	8,077,511,610.32	-9.78	7,284,839,950.00

入				
归属于上市公司股东的净利润	22,056,881.41	134,341,021.13	-83.58	180,353,547.78
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-18,806,756.83	49,974,823.02	-137.63	124,210,407.48
归属于上市公司股东的净资产	4,962,047,398.13	5,016,306,222.66	-1.08	4,965,757,643.59
经营活动产生的现金流量净额	570,844,801.60	365,908,420.01	56.01	870,919,576.57
基本每股收益(元/股)	0.015	0.090	-83.33	0.12
稀释每股收益(元/股)	0.015	0.090	-83.33	0.12
加权平均净资产收益率(%)	0.44	2.69	减少2.25个百分点	3.69

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	1,517,740,599.81	1,886,158,422.26	2,016,736,652.83	1,932,708,897.19
归属于上市公司股东的净利润	-118,778,262.77	17,476,821.40	54,833,568.00	68,524,754.78
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-117,958,794.02	9,813,435.65	49,109,088.54	40,229,513.00
经营活动产生的现金流量净额	-161,818,329.56	91,322,326.93	292,612,770.75	348,728,033.48

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股本及股东情况

4.1 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

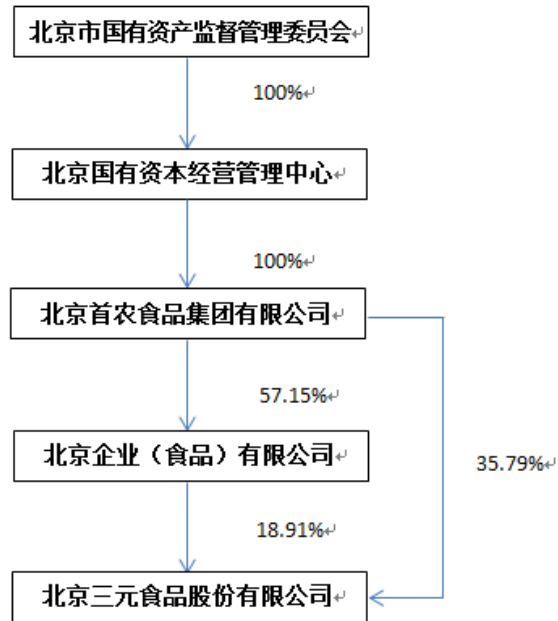
截止报告期末普通股股东总数(户)	29,333
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	32,152
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0

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（户）						0	
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 （%）	持有 有限 售条 件的 股份 数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
北京首农食品集团有 限公司		535,908,935	35.79		无		国有 法人
BEIJING ENTERPRISES (DAIRY) LIMITED		283,142,849	18.91		无		境外 法人
上海平润投资管理有 限公司		249,617,151	16.67		无		境内 非国 有法 人
上海复星创泓股权投 资基金合伙企业（有限 合伙）		56,661,562	3.78		无		其他
中国证券金融股份有 限公司	-5,487,045	24,433,314	1.63		未知		国有 法人
中央汇金资产管理有 限责任公司		15,116,200	1.01		未知		国有 法人
中垦国邦（天津）有 限公司	2,600,000	6,180,000	0.41		未知		国有 法人
郭彦超	2,500,000	6,000,000	0.40		未知		境内 自然 人
江苏省国信集团有限 公司		5,009,724	0.33		未知		国有 法人
王锦萍	480,000	3,730,000	0.25		未知		境内 自然 人
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）为公司控股股东北京首农食品集团有限公司（简称“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	
---------------------	--

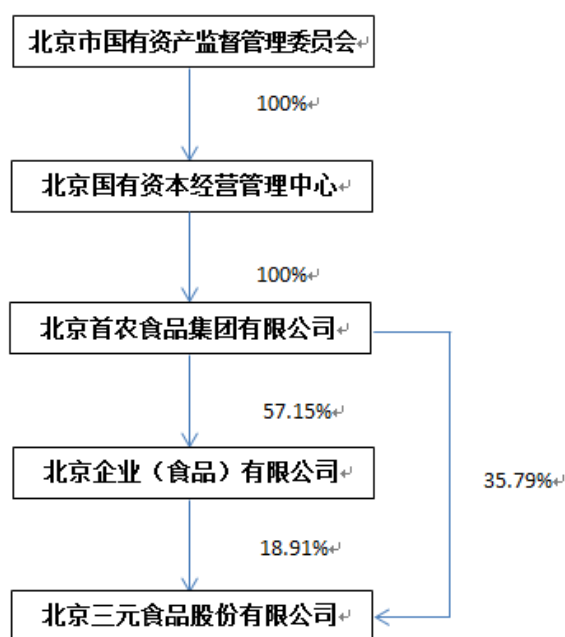
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

2020 年，公司以“创新发展、提质增效”作为工作重点。面对消费升级的市场需求、日益激烈的竞争格局和自身提升主营业务盈利能力的内在要求，公司进一步推进市场化改革，增强企业内生增长动力，提升整体影响力和竞争力。面对突如其来的新冠疫情，公司上下齐心协力、积极应对，一方面努力做好疫情防控，另一方面积极抓好市场保供。2020 年上半年，公司下属艾莱发喜、送奶到户事业部、外埠、学生奶、餐饮等业务受疫情影响较大；下半年，公司采取积极的销售策略，第三、四季度营业收入分别同比增长 4.2%、12.9%（同口径）。2020 年公司总体实现营业收入 73.53 亿元，同比下降 9.78%（其中，公司 2020 年起执行新收入准则，新收入准则影响 8.35%）。

报告期内，公司的主要工作如下：

1、抗疫保供，彰显民族乳企使命担当

面对突发疫情，公司第一时间启动“抗疫情、稳经营”双线战役，在做好疫情防控的同时，抓好保障供应，保障乳制品价格不涨、质量不降、供应不断。按照协议全力收购合格的生鲜乳，做到了“应收尽收”，避免“倒奶事件”发生，保障牧场的根本利益。公司在北京、河北等地的全部工厂，春节无停休，精心组织生产，保障乳品供应，确保“不断奶”。疫情发生后，公司积极驰援一线医护人员，提供营养补给，向武汉雷神山医院、援鄂北京医疗队、北京收治新冠患者的定点医院、急救中心及发热门诊的医护人员送去乳制品，与国人一起众志成城共同抗击疫情。同时，公司对中小企业减免租金，积极支持中小企业发展，共克时艰。面对年初全国、年中北京新发地以及年底北京顺义疫情对公司的特殊影响，公司全力做好疫情防控工作，确保员工、产品安全，保证市场供给。

2、持续提升产品力及品牌力、加大市场营销

公司围绕产品创新，不断提升产品力，提高市场竞争力。报告期内，公司依托优质奶源和更强的鲜奶加工工艺，大力推广 72°C 杀菌鲜牛乳；以“新鲜”战略为引领，扩大鲜奶领“鲜”优势。扩大品牌影响力，赋能品牌年轻化，增强消费者对三元品牌的信赖感。升级营销模式进行产品跨界和平台跨界，与中国国家登山队合作，成为其营养乳制品供应方及官方合作伙伴，助力市场份额提升。根据 2020 年 12 月中国统计信息服务中心发布的 2019 年度《中国婴幼儿奶粉品牌口碑研究报告》，三元奶粉再次荣膺国产婴幼儿奶粉口碑榜首，连续十次获得最佳口碑评价。核心品牌持续强化，据世界品牌实验室发布的《中国 500 最具价值品牌》，2020 年“三元”品牌价值 328.26 亿元，同比提升 31%。

3、持续科技创新及产品升级

报告期内，公司持续推进“国家母婴乳品健康工程技术研究中心”“母乳研究技术创新中心”“母乳益生菌研究联合实验室”等平台国际化与产学研协同创新，围绕母婴营养与健康，抓住肠道微生态、母乳成分等研究热点和大健康的市场需求，凝聚跨领域团队与技术优势，依托项目开展产品创新关键技术攻关。申报并成功获批国家自然科学基金、中国博士后基金项目 6 个，新增授权发明专利 1 项，研发、升级 72°C 杀菌鲜牛乳、八喜 0 蔗糖冰淇淋、爱力优高端婴配粉等共 31 个上市产品。

4、进一步提升渠道运营质量

公司深耕渠道运营，根据市场形势调整销售策略与产品结构，在保障线下供货的同时推动渠道下沉。送奶到户事业部全力保证市场供应，通过《向前一步》栏目报道，让更多人了解送奶背后的安全保障措施及公司的国企担当。电商事业部充分借力疫情下消费方式转变契机，开发社区电商、生鲜电商等；同时凭借以直播、IP 运营为主的场景化运营，利用强交互场景、网红 IP 精准投放，增加与 TOP 主播以及抖音明星合作，销售收入、利润均实现大幅增长，为电商全国化布局奠定基础。2020 年，公司在北京的市场份额已提升至首位，并持续呈现良好表现。

5、持续加强投后管理，发挥资本运作价值

面对欧洲市场不景气，尤其是欧洲疫情期间，法国 St Hubert 子公司积极应对，采取加大广告宣传推广等措施，在法国占有 40%、意大利占有 70% 的市场份额，始终处于市场领先地位。收购后，公司推动 St Hubert 积极拓展法国、意大利之外的欧洲市场，并拓宽产品品类。St. Hubert 于 2019 年初在国内设立子公司，并推出创新植物蛋白品类的法式燕麦饮，以健康营养的配方和特色法式口感获得广泛好评。国外疫情期间，加拿大 avlon 子公司积极采取各类防控措施。在加拿大联邦疾病预防控制中心、联邦食品检验管理局、劳工保护局针对疫情的联合现场官方检查中，检查组认为 Avalon 是加拿大联邦级别（加拿大食品工厂的最高级别）的食品工厂，作为防疫抗疫工作的典范和样本。

报告期内，公司积极开展资本运作，完成对 HCo Lux S.à.r.l 公司增资 800 万欧元、完成收购艾莱发喜 5% 股权等事宜，进一步发挥资本运作价值。

6、激发党建活力，强化党建引领

报告期内，公司抓实党组织作用发挥，党建进一步融入中心发挥作用，引领企业高质量发展。加强政治建设，主动担当作为，启用专项党费，抓好疫情防控，助力企业稳产保供；加强思想建设，学习贯彻好十九届五中全会精神；加强组织建设，打造忠诚干净担当的干部队伍；开展专项检查，持续构筑反腐倡廉防线；加强企业文化建设、群团建设，落实意识形态工作责任制，提升企业凝聚力；为十四五发展奠定良好基础，为夺取疫情防控和企业双胜利提供强有力的政治保证。

2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

(1) 重要会计政策变更

① 新收入准则

财政部于 2017 年颁布了《企业会计准则第 14 号—收入（修订）》以下简称“新收入准则”，本公司经第七届董事会第十二次会议决议，自 2020 年 1 月 1 日起执行该准则，对会计政策相关内容进行了调整。

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务的控制权时确认收入。在满足一定条件时，本公司属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务。合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

本公司依据新收入准则有关特定事项或交易的具体规定调整了相关会计政策，将原计入销售费用的经销商奖励、市场助销投入抵减营业收入。

本公司已向客户转让商品而有权收取对价的权利，且该权利取决于时间流逝之外的其他因素作为合同资产。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或服务的义务作为合同负债。

根据准则的衔接规定，自 2020 年 1 月 1 日起，本公司按照新收入准则的要求对当期财务报表进行编制，首次执行新收入准则的累积影响数，调整 2020 年年初财务报表相关项目金额，未对比较财务报表数据进行调整。

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	2020 年 1 月 1 日影响金额
因执行新收入准则，本公司将与销售乳制品相关的预收款项、待付市场助销投入重分类至合同负债、其他流动负债。	预收款项	-126,728,687.32
	合同负债	336,754,087.44
	其他应付款	-247,067,406.71
	其他流动负债	37,042,006.59

与原收入准则相比，执行新收入准则对 2020 年度财务报表相关项目的影响如下：

受影响的资产负债表项目	2020 年 12 月 31 日影响金额
预收款项	-108,540,364.90
合同负债	317,802,623.79
其他应付款	-244,216,038.76
其他流动负债	34,953,779.87

(续)

受影响的利润表项目	2020 年度影响金额
营业收入	-680,511,360.05

营业成本	433,383,425.31
销售费用	-1,113,894,785.36

②企业会计准则解释第 13 号

财政部于 2019 年 12 月发布了《企业会计准则解释第 13 号》(财会〔2019〕21 号)(以下简称“解释第 13 号”)。

解释第 13 号修订了构成业务的三个要素,细化了业务的判断条件,对非同一控制下企业合并的购买方在判断取得的经营资产或资产的组合是否构成一项业务时,引入了“集中度测试”的方法。解释第 13 号明确了企业的关联方包括企业所属企业集团的其他共同成员单位(包括母公司和子公司)的合营企业或联营企业,以及对企业实施共同控制的投资方的企业合营企业或联营企业等。

解释第 13 号自 2020 年 1 月 1 日起实施,本公司采用未来适用法对上述会计政策变更进行会计处理。

③财政部于 2020 年 6 月发布了《关于印发〈新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定〉的通知》(财会〔2020〕10 号),可对新冠肺炎疫情相关租金减让根据该会计处理规定选择采用简化方法。本公司对于自 2020 年 1 月 1 日起发生的房屋及建筑物等类别租赁的相关租金减免,采用了该会计处理规定中的简化方法(参见附注五、42、(3)),在减免期间,将相关租金减让计入损益。上述简化方法对本期利润的影响金额为-3,168,451.81 元。

(2)重要会计估计变更

无。

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 与上年度财务报告相比,对财务报表合并范围发生变化的,公司应当作出具体说明。

适用 不适用

本期纳入合并范围的共有 16 户二级子公司、4 户三级子公司、2 户四级子公司以及 3 户五级及以下子公司。本年注销 1 户五级及以下子公司,具体情况详见附注八。