

证券代码：002946

证券简称：新乳业

公告编号：2023-061

债券代码：128142

债券简称：新乳转债

## 新希望乳业股份有限公司 2023 年半年度报告摘要

### 一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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	新乳业	股票代码	002946
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	郑世锋	李兴华	
办公地址	成都市锦江区金石路 366 号	成都市锦江区金石路 366 号	
电话	028-86748930	028-86748930	
电子信箱	nhdzqb@newhope.cn	lixinghua@newhope.cn	

#### 2、主要财务数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	5,298,142,534.02	4,780,005,212.01	10.84%
归属于上市公司股东的净利润（元）	236,658,521.47	189,107,604.28	25.14%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	229,586,162.03	142,748,992.56	60.83%

	本报告期	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（元）	891,932,240.23	613,341,519.88	45.42%
基本每股收益（元/股）	0.28	0.22	27.27%
稀释每股收益（元/股）	0.28	0.22	27.27%
加权平均净资产收益率	9.33%	7.06%	2.27%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	9,178,578,766.42	9,490,454,360.61	-3.29%
归属于上市公司股东的净资产（元）	2,502,695,545.66	2,519,126,601.93	-0.65%

### 3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	17,216	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
Universal Dairy Limited	境外法人	64.62%	560,000,000			
新希望投资集团有限公司	境内非国有法人	15.51%	134,393,946			
席刚	境内自然人	1.44%	12,484,023	11,602,517		
香港中央结算有限公司	境外法人	0.48%	4,148,985			
成都纵之望商务信息咨询服务 中心（有限合伙）	其他	0.45%	3,941,716			
黄代云	境内自然人	0.40%	3,486,505			
朱川	境内自然人	0.37%	3,222,628	2,566,971		
中国建设银行股份有限公司 —南方优选成长混合型证券 投资基金	其他	0.36%	3,133,200			
王航	境内自然人	0.32%	2,782,431			
兴业银行股份有限公司—南 方兴润价值一年持有期混合 型证券投资基金	其他	0.27%	2,306,116			
上述股东关联关系或一致行动的说明	Liu Chang 女士通过 Universal Dairy Limited、刘永好先生通过新希望投资集团有限公司持有公司股份，两者为一致行动人。Liu Chang 女士、席刚先生分别担任新希望投资集团有限公司董事长、监事；王航先生为新希望投资集团有限公司之母公司新希望控股有限公司董事。除上述以外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系，是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

### 4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

## 5、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。

## 6、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

### (1) 债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额（万元）	利率
新希望乳业股份有限公司 A 股可转换公司债券	新乳转债	128142	2020 年 12 月 18 日	2026 年 12 月 17 日	71,797.34	1.00%

### (2) 截至报告期末的财务指标

单位：万元

项目	本报告期末	上年末
资产负债率	71.01%	71.91%
流动比率	0.4727	0.5033
速动比率	0.3363	0.3155
项目	本报告期	上年同期
EBITDA 利息保障倍数	7.13	6.96
EBITDA 全部债务比	15.96	12.28
现金利息保障倍数	13.91	10.87

## 三、重要事项

### (一) 报告期内公司从事的主要业务

公司是一家专门从事乳制品及含乳饮料的研发、生产和销售的企业，主要产品包括液体乳、含乳饮料和奶粉等。报告期内，公司的主营业务及主要产品均未发生重大变化。

### (二) 公司主要的经营模式

公司属于区域性城市型乳制品龙头企业，业务区域主要分布在西南、西北、华南、华东、华中、华北等地区。公司产业链覆盖奶牛养殖、乳制品加工、乳制品销售领域。截至报告期末，公司有 13 家自有牧场，16 家乳制品加工厂。公司牧场分布在西北、西南及华东地区，所生产的原奶就近供应给公司的乳制品加工厂；公司各乳制品加工厂采购奶源的近五成来源于自有牧场及所参股的奶牛养殖企业，其他部分奶源主要通过与其他养殖企业签订长期合作协议的方式解决。在遵从公司统一的战略指引下，各经营主体共享公司的管理、技术、营销、文化、供应链等资源，根据各自的发展规划和市场特点进行生产经营决策，充分发挥各区域品牌的本地特色和创新力，各子公司的创新成果和经验可快速在同类公司间复制推广。公司不断完善“渠道立体化”战略，推动线上、线下渠道有机融合，大力发展以商超、连锁、送奶到户、直营店、自营电商、特渠团购、学生奶等为代表的直销渠道及经销渠道，覆盖了全渠道的线下立体化营销网络、线上公域电商及私域电商销售模式。

### (三) 报告期内公司所处行业的情况

#### 1、公司所处行业的基本情况

随着 2023 年年初我国社会经济活动的全面放开，市场消费逐渐复苏。国家统计局数据显示，2023 年上半年社会消费品零售总额同比增长 8.2%，居民人均消费支出同比实际增长 7.6%，整体呈现稳步增长态势。

乳制品作为基础民生行业，在社会经济活动有序恢复、居民健康意识提升的带动之下，也取得了稳健发展。根据国家统计局数据显示，2023 年 1-6 月我国规模以上乳制品产量为 1,512.1 万吨，累计同比增长 4.6%。长远来看，考虑到我国当前低温乳制品渗透率、覆盖率偏低、人均乳制品消费量较欧美以及日韩等发达国家仍有较大差距的情况，乳制品行业发展潜力依然较大，长期向好的趋势不变。

2023 年上半年，尤其是二季度期间，受供需不平衡影响，原奶价格呈现下滑趋势，乳制品终端市场竞争加剧。

国家长期以来坚定支持乳制品行业发展，2022 年国家卫生健康委员会等发布《中国居民膳食指南（2022）》倡导居民增加乳制品的摄入量；农业农村部发布《“十四五”奶业竞争力提升行动方案》，工信部等五部门联合印发了《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》等文件，为优化乳制品供应链，提高国产乳制品质量、提升乳制品行业效益和竞争力提供了政策支持。

## 2、公司所处行业的周期性特点

乳制品属于基础的日常消费品，行业无明显的季节性或周期性特点。

## 3、公司所处行业的行业地位

当前我国乳制品行业充分开放，规模以上乳制品企业众多，市场竞争激烈，整体形成了“两超多强”的市场格局。公司作为一家区域性乳制品龙头企业，坚持“鲜立方战略”为核心方向，以低温产品为主导，与同行业公司进行差异化竞争，通过对生物科技、数字科技的不断投入，推动产品持续创新，带动市场份额增长，全面提升企业价值。

### （四）公司主要经营情况

2023 年上半年，在消费宏观增长乏力、行业增速放缓、市场竞争更加激烈的大环境下，公司坚持推动“鲜立方”战略的持续深化，通过笃信、看势、借力、思变、聚力，强化核心业务、提升企业价值，实现了超过行业大盘的增长。报告期内，实现营业收入 52.98 亿元，同比增长 10.84%；归母净利润 2.37 亿元，同比增长 25.14%；归母扣非净利润 2.30 亿元，同比增长 60.83%；销售净利率 4.65%，同比增加 0.6 个百分点；经营活动现金流量净额 8.92 亿元，同比增长 45.42%。报告期内，公司的主要经营情况简述如下：

#### 1、坚持“鲜立方”，确定新目标，丰富并深化战略落地措施

2023 年 5 月，基于对宏观经济环境、行业发展态势的判断，结合公司自身的企业定位、资源禀赋，公司制定并发布了新的五年战略规划。新的战略规划承接了公司原在愿景、使命、价值观方面的基本内涵，在此基础上对战略目标和战略方向进行了调整和精进，将“做大做强核心业务，提升企业价值，五年实现净利率倍增”确定为新的五年奋斗目标，并确立了做强低温、科技创新、内生为主、并购为辅、分布经营、区域深耕的战略实现路径。

报告期内，公司在新的五年规划指引下，推动“鲜战略”更深入落地实施，通过加强鲜价值传播，加快新场景新渠道布局，从品牌、销售、供应链等维度确定八个抓手增强公司极致新鲜的运营能力，强化公司以“鲜”为核心的市场定位。公司鲜奶同比增长超过 10%，市场占有率基本保持稳定。同时，报告期内，以低温高端乳制品为主的唯品乳业整体营业收入同比增长超过 30%，毛利率同比增加超过 3 个百分点，公司“鲜”能力进一步提升。

#### 2、创新整合营销，提升品牌势能和锐度

报告期内，公司以一系列的品牌营销活动，提升品牌势能，建立消费者品牌心智。在牛奶粉丝节期间，使用元宇宙技术制作线上虚拟音乐会，在抖音、支付宝、微信视频号三大平台同时直播，总曝光超过 4,000 万，在线观看人数突破 250 万，私域粉丝互动率最高达到了 87%，实现网综级内容呈现；在支付宝上线“黑小优”限定数字藏品，引发用户注册抢购热；发起私域快闪群会员活动，打造了“线上宠粉+线下活动+春节不停送”的用户体验闭环；“24 小时鲜牛奶”通过新年之际点亮城市地标打高度、以鲜食季拓广度、新鲜 TVC 建广度、持续种草耕深度；“今日鲜奶铺”进行回忆系列营销，唤醒消费者童年的快乐记忆，释放“成年焦虑”；“活润”继续和小蓝 IP 联名，品牌形象年轻化升级，与 TA 建立情感关联，通过小蓝微博、微信、抖音、小红书等媒体矩阵分发，精准吸引年轻群体，实现品牌焕新。公司内部 MCN 从 2021 年的文化赋能业务，升级到发展特色商业价值转化，形成宣传矩阵，上半年累计培养 200 名优质 KOC，15 名过万粉丝的 KOL，升级裂变 15 个工作室，发布超过 10,000 篇内容，阅读量突破 3,000 万。

2023 年“618”期间，公司全域电商销售额同比增长超过 30%；华西、雪兰、新希望三个品牌荣登抖音乳制品榜单 TOP10；雪兰、华西分别获得抖音无限回购牛奶店铺榜单 TOP1、人气榜 TOP2；“24 小时鲜牛奶”荣登抖音乳制品年度

金榜 TOP2、鲜牛奶爆款榜 TOP1，天猫低温鲜奶热销榜和热卖榜 TOP5，京东“618”巅峰日低温奶类目交易榜 TOP1。此外，公司多款产品在各大电商平台均取得了优秀的成绩。

### 3、持续推动研发和科技创新，增强公司长期核心竞争力

报告期内，公司通过新成立的生物科技公司，聚焦生物科技方向的研究与开发，致力于一站式科研服务平台的打造。基于公司所建立的超过 1,300 株的菌种库，实现了自有发酵剂和益生菌的产业化。基于菌种库特色菌株的异型发酵乳酸菌代谢途径研究、乳质构重建关键技术研究等多项基础科研项目，均取得了显著进展，并在多个产品中实现了成果转化。在生物活性物质保留方向，通过膜分离技术的深入研究，进一步提升活性物质的含量，继续领跑优质乳。

报告期内，公司多款产品获得业界创新荣誉，其中“24 小时限定娟姗鲜牛乳”获得“iSEE 全球年度食品设计奖”及“iSEE 创新品牌百强榜”，“味蕾游记”获得“iSEE 全球美味奖”。报告期内，公司共获得授权专利 22 项，其中发明专利 6 项，外观专利 2 项，实用新型专利 14 项；另有 6 项发明专利，3 项实用新型专利申请获受理；获评为 2023 年四川省工业质量标杆、荣获中国乳制品工业协会技术进步二等奖等科技奖项。

### 4、以消费者价值为核心推动产品和服务的迭代创新

公司坚持以提升消费者价值为核心，深入理解消费者需求和服务本质，不断推动产品和服务的迭代创新，一年内推出的新品占收入比保持在 10%左右。报告期内，公司以全新利乐冠包装形式拓展“24 小时黄金营养鲜牛乳”，拓展购买场景，满足消费者多触点需求，并联动系统推出“当日牛奶+当日面包”套餐，快速覆盖消费者早餐场景；双喜乳业推出 A2 鲜牛奶，奶源来自经 DNA 专利技术检测筛选出的 A2 奶牛，更接近人体母乳，自然亲和易吸收，能够有效缓解乳糖不耐症；杭州双峰上市千岛湖牧场 4.0 蛋白高端新品，升级品牌视觉，以“生态山水”传递千岛湖品牌生态牧场的珍稀价值；芋泥厚乳、绿豆风味乳推出冬日“厚”、夏日“爽”的季节限定风味奶，敏锐捕捉消费者特异性需求，绿豆风味乳在“618”期间排名抖音电商品牌低温奶爆款榜 TOP4；多家公司上市冰激凌酪乳产品，均取得良好市场反响。

报告期内，DTC 业务思路不断打开，业务能力显著增强。其中订户业务依托“鲜活 go”优化配送服务，提升运营效率和用户体验；推动形象店加盟合作、多场景拓店，提升形象店流程标准化、活动统一化、推广流程化水平；远场电商打造具有区域、产品特色店铺，并执行了多场受消费者高度关注的溯源直播，构建经营壁垒；自主征订推广自助取奶机业务，通过端到端的服务为用户生态的建立打下了坚实的基础。报告期公司 DTC 业务整体营收同比增长 20%。

公司通过持续的产品创新升级，推动品类结构的改善，从产品和服务维度将新的五年规划落地生根。

### 5、深化数字化转型，提升运营能力

报告期内，公司以四个数字化转型灯塔项目为牵引，全面深化数字化转型。

“鲜活 go”以“更完整的用户权益”、“更丰富的营销活动”、“更丰富的消费场景”和“更多的连接”为发展方向持续强化，全面落地“新乳业会员体系建设全景图”。报告期，“鲜活 go”商城 GMV 达 1.1 亿，履约达 114 万单，新增用户达 82 万。

“鲜活源”——食品安全管理与溯源数字化平台充分体现了“管理价值”、“品牌价值”、“产品价值”和“行业价值”，增加质量管控点，缩短追溯时间，并实现与云南、安徽两地政府平台的食品安全信息系统对接。质量保证监察中心、自查中心和飞检中心已进入试用阶段；质量追溯方面实现了新华西“24 小时”系列产品、“唯品”有机奶产品等 13 个品类的扫码溯源。2023 年上半年，接受外部职能部门监督抽检 476 批次，其中原奶 131 批次，产品 345 批次，合格率均为 100%。

数字化工厂自 2022 年上线以来运行稳定，真正做到生产过程可视化、标准化、规范化，满足柔性生产需要，在流程管理、变更管理和决策支撑等方面均有明显改善，生产效率和食品安全管控能力均得到提升。研发、生产、采购、营销、食安五大线路执行供应链联合降本行动，成功实现成本下降，助力了公司盈利能力的提升。

公司在提升内部运营方面的努力和成绩得到了广泛的认可，连续四年荣获由德勤组织评选的“中国卓越管理公司”；新华西、杭州双峰、苏州双喜、河北天香等子公司也获得技术和创新方面的多项荣誉。

### 6、以前沿技术应用和精细化管理提升养殖效率

牧业板块继续抓实生产运营专项基础工作，并在海原牧场持续推进“牛芯片”项目，2023 年上半年自产胚胎和胚胎移植均进展顺利；参与四川省科技厅农业科技成果转化项目《西南地区奶牛绿色提质增效关键技术的中试熟化和产业化示范》，负责熟化和示范推广 5 项核心技术，及负责建立 1 个西南地区奶牛绿色提质增效关键技术示范场。公司作为主要参

与单位之一，获全国农牧渔业丰收奖（农业技术推广成果三等奖）。截止 2023 年 6 月，奶牛存栏 49,336 头；上半年，成母牛单产同比提升 0.05 吨/头年。

### 7、提升组织效能和人员素质

公司推动以“组织提效、人才提质、体系提能”为纲领的绩效提升工作。通过业务变革、组织与机制创新、人才结构调整、内部协同、流程优化、数字化工具加持等提高人均产出，实现了人均劳效的进一步提升；发布干部管理制度，进一步完善干部全周期管理，全面盘点现有岗位干部配置，结合齐、优、强、活策略，推动干部晋升一批、流动一批、培养一批，分类分层开展干部后备队伍培养计划，以个人发展计划为载体，联动人力资源导师，助力陪跑后备干部成长，为业务发展提供干部保障；以长期坚持执行的三大学习发展项目——面向中高级管理人员的“新英”、面向专业核心骨干的“新锐”及面向管培生的“新蕾”项目为基础，按月度跟进开展销售“新光计划”、生产 TWI、食安等专题特训，支撑各线路的专业能力建设；优化组织管理、招聘管理、干部管理相关制度，完成岗位职责、工作流程梳理、SOP 制作，夯实人力资源体系化建设。

### 8、以绿色低碳助力可持续发展

基于与国家市场监管总局认证认可技术研究中心达成战略合作，公司于 2023 年正式发布“零碳乳业”行动计划，力争在 2030 年实现运营碳达峰、碳排放强度相比 2021 年下降 25%。通过采用清洁能源，技术创新和数字化运营，打造绿色产业链，如沼气利用、光伏发电、绿色养殖、精准饲喂均持续取得显著成效；通过自动化设备的投入、节能降耗等精益挖潜，上半年单吨产品耗水、耗电及耗用蒸汽分别同比下降 11%、6%和 7%，并在多家公司采用经认证可降解的包装减少对环境的影响。公司在世界地球日发起“植此青绿，播种希望”绿色公益活动，向中国绿化基金会捐赠 20 万元生态基金，用于沙漠锁边林项目地树苗的种植与养护。