

兰州庄园牧场股份有限公司

2020 年度总经理工作报告

各位董事：

我代表公司管理层向董事会作 2020 年度总经理工作报告，请各位董事予以审议。

2020年度，是不寻常的一年。突如其来的新冠疫情，对公司制定的2020年各项经营目标形成了巨大挑战。公司管理层和全体员工通过及时调整经营策略，结合公司业务发展的需要，对公司管理团队进行了适度调整，在奶牛养殖、生产管理提高、新品研发、渠道深耕、降本增效等各方面都取得成果，保障公司的持续稳定发展。

2020年，公司实现销售收入7.40亿元，较去年同期下降9.06%，实现利润总额1,236.06万元，较去年同期下降80.98%，实现归属于母公司股东的净利润1,045.35万元，较去年同期下降79.63%。

公司存栏奶牛16,094头，较2019年末的13,412头提高20%；生鲜乳产量54,639吨，较2019年的49,675吨提升了9.99%。

一、2020年公司总体经营情况

2020年度公司财务报告已经大信会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了标准无保留意见的审计报告，公司财务状况如下：

（一）公司资产状况

单位：元

项 目	2020年12月31日	2019年12月31日	增减幅度
流动资产合计	1,041,467,311.46	610,109,595.23	70.70%
非流动资产合计	2,039,090,704.37	1,882,617,379.28	8.31%
资产总计	3,080,558,015.83	2,492,726,974.51	23.58%

（二）公司负债情况

单位：元

项 目	2020年12月31日	2019年12月31日	变动幅度
流动负债合计	1,093,777,440.22	959,987,310.66	13.94%
非流动负债合计	394,946,968.88	307,332,475.49	28.51%

负债合计	1,488,724,409.10	1,267,319,786.15	17.47%
------	------------------	------------------	--------

（三）公司所有者权益情况

单位：元

项 目	2020年12月31日	2019年12月31日	变动幅度
归属于母公司股东权益合计	1,591,833,606.73	1,225,407,188.36	29.90%

（四）2020年利润情况

单位：元

项 目	本期发生额	上期发生额	变动幅度
一、营业收入	739,820,698.20	813,554,461.19	-9.06%
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	15,005,018.58	43,842,984.64	-65.78%
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	12,360,592.55	64,978,651.37	-80.98%
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	10,453,468.09	51,321,171.73	-79.63%
（一）基本每股收益	0.05	0.27	-81.48%
（二）稀释每股收益	0.05	0.27	-81.48%

（五）现金流量情况

单位：元

项 目	本期发生额	上期发生额	变动幅度
经营活动产生的现金流量净额	141,646,871.16	140,276,744.73	0.98%
投资活动产生的现金流量净额	-346,943,069.67	-441,066,578.57	-21.34%
筹资活动产生的现金流量净额	588,602,659.28	160,219,155.76	267.37%

二、2020年度重点工作

1、“日加工600吨液体奶改扩建项目”于2020年上半年完成竣工验收并投入使用，该项目的投产有利于生产工艺的优化、生产效率的提高、产品质量控制的提升，特别是为公司下一步重点营销的高品质巴氏灭菌乳的生产，以及为公司2020年下半年启动的优质乳工程建设奠定了良好基础；

2、稳步推进“金川区万头奶牛循环产业园项目”建设，非公开发行A股股份募集资金顺利到位，进一步保障该项目可按期投产；

3、技术研发中心以消费者为导向使产品具有针对性和特色优势，依托公司优质奶源和新智能化工厂的先进工艺，研发“75度巴氏灭菌乳”（每升含1800mg

免疫球蛋白、1500U乳过氧化物酶、45mg乳铁蛋白), 该产品填补了甘肃市场高端巴氏灭菌奶的空白, 得到消费者一致认可; 报告期技术研发中心加大研发力度, 对现有部分产品进行升级, 创新研发的部分产品可为下一步产品规划做储备。

4、为提升品牌知名度, 公司承办组织了“首届中国高原牧场鲜奶论坛”和“公司成立二十周年庆典暨新工厂落成发布会”, 并同步启动国家奶业科技创新联盟优质乳工程; 持续6个月组织公司管理层和员工到市场一线开展“万人品鉴”活动, 与消费者直接互动, 收集消费者对产品的意见和建议, 针对消费者的建议提出改善计划, 提升品牌美誉度;

5、公司成立庄园研究院, 旨在致力于西北地区奶牛养殖和优质乳品领域的技术创新、产品研发和合作转化。研究院下设的牧场技术研发中心现有全职博士1名, 外聘博士顾问1名, 全日制硕士2名, 具有中级以上职称技术人员2名。以兰州大学、新疆农业大学、兰州牧药所等科研院所为技术依托单位, 共同开展牧场养殖和乳品技术方面的科技攻关、产品研发、成本优化、成果转化和技术培训等活动;

6、根据中国证券监督管理委员会《关于核准兰州庄园牧场股份有限公司非公开发行股票的批复》(证监许可[2020]1864号)文件的核准, 公司2020年12月23日完成向特定投资者甘肃省农垦资产经营有限公司、谢恺、高爱苹和苏贵敏4名投资者发行人民币普通股4300万股(每股面值1元), 募集资金总额为人民币377,540,000.00元, 扣除与发行有关费用人民币8,661,213.21元, 实际可使用募集资金人民币368,878,786.79元, 其中, 计入本公司股本人民币43,000,000.00元, 计入资本公积325,878,786.79元。

7、积极实施2019年度权益分派工作。为回报全体股东对公司发展给予的投资和支持, 以190,680,600股为基础(其中A股155,550,600股, H股35,130,000股), 向全体股东每10股派发现金股利0.55元(含税), 共计分配现金10,487,433.00元。该次利润分配不送红股, 不以资本公积金转增股本。该权益分派工作已于2020年8月31日前完成。

三、2021年度工作思路

1、加大产品研发投入, 进一步优化产品结构

通过对区域内乳制品消费者消费行为的研究，以消费者为导向来完善产品的配方、工艺和设备的优化配置，使产品具有针对性和特色优势，形成以消费分析触发研发，以研发来满足不同场景下的消费需求，以不断升级的产品来保持消费者对品牌的忠诚度。

公司生产、推广、经销及销售的乳制品，种类多元化，配合主要市场内不同消费者的需求与喜好。丰富的产品类别，有助于满足消费者的不同要求和口味喜好。公司致力于推售新产品，使产品系列更加多样化，紧贴消费者喜好的变化，掌握新的市场趋势。产品创新将使公司从竞争对手中脱颖而出。

公司对产品实行持续评估，应对瞬息万变的市場情况。公司的营销团队进行市场研究及分析，掌握消费者喜好的最新情况。公司的产品开发团队其后进行可行性分析，改进现有产品。公司投入资源调整产品组合、升级产品线，以及加入新产品或延伸产品线以响应市场需求及涵盖更加广阔的消费者群。

2、公司将继续加强奶源建设，严格保障质量安全可控

公司将继续以优质乳制品生产为目标，以规模化集中养殖、集中统一挤奶、鲜奶专门化储运加工等生产设施及工艺的配套完善为基础，通过生产示范与技术辐射，进一步提升奶牛养殖水平；在强化自有奶源基地建设的同时，加强与养殖规模大、养殖经验丰富、产品质量高的外部专业奶牛养殖机构合作，形成均衡、互补、多元化的生鲜乳供应来源。继续保障安全可靠的奶源与奶制品加工环节的有效对接，以实现产品质量的全程安全可控，原料奶自给率还将进一步提升。

3、通过优质乳工程验收

2017年，习近平总书记对我国乳业的发展做出重要指示，要下决心把乳业做强做优，生产出让人民群众满意、放心的高品质乳业产品。而优质乳，无论从国家层面、乳品企业、消费市场都被视为适合国内乳业市场发展、实现中国消费者营养健康升级的重要途径。“优质乳工程”是国家奶业科技创新联盟发起实施的推动奶业可持续发展的专项研究项目。涵盖了创建优质乳标识制度、推动奶牛养殖技术升级，全面实施乳制品加工工艺标准化监管等3方面内容。公司按照国家奶业科技创新联盟优质乳工程实施标准，于2020年实施优质乳工程，争取2021年通过验收。

3、进一步做深做透销售渠道，提高市场占有率

伴随着城镇化的持续推进，城乡居民收入差距日趋缩小，三四线城市（包括发达地区县级市、欠发达地区地级市和县级市）市场的乳品消费能力大幅上升，乳品市场蕴含着新的消费增长机会，针对农村市场对乳制品的消费需求大幅提升，公司将加大销售渠道下沉力度，积极拓展三线城市和农村市场，大力推动渠道纵深发展，以巩固和提高市场份额。

移动互联网在营销及经营领域风头正健，着眼未来，大数据、物联网等信息化新技术将更加影响到消费者的行为模式、消费需求变化。乳品行业主流购买者人群，从年龄结构上来看逐步向 80 后、90 后、00 后转移，80/90/00 后是受互联网影响成长起来的一代，对互联网、移动互联网的应用非常频繁且娴熟。公司将继续加大对网络销售渠道的投入，提高市场占有率。

同时利用多重销售及经销渠道销售乳制品，尽量扩大与消费者群的接触面。公司透过成立不同的销售渠道，积极配合市场发展。公司将委任更多经销商，重点经营甘肃、陕西及青海的二、三线城市，以拓展销售及经销网络。公司的销售及经销网络已覆盖甘肃、陕西及青海的大部分地方市场。透过公司过去数年不断的努力和投资，已经在兰州、西安及西宁地区建立冷链液态奶产品经销网络，2021 年在送奶到户体系建设方面是公司渠道开发与巩固的重点领域。

4、继续加强管理制度建设，防范经营风险

公司将在制度建设和内控管理方面加大投入，加强内控管理制度的落实，进一步完善内部管理机制，进一步降低内控风险，保持公司持续稳健发展。

5、充分使用资本市场的平台，树立良好上市公司形象

报告期公司成功实现首次发行 A 股并上市，公司将积极遵守香港和内地的上市规则规范运作，依托香港和内地的上市平台资源，应用多种融资工具来充分支持公司战略目标的实现，树立良好的上市公司形象。

6、公司将更加注重中层队伍建设及人才储备战略

公司配合战略发展，继续开展多种形式在岗培训，提升工作技能，提高工作效率，夯实中层队伍构建。公司将加强选聘具备市场资源或优秀技能的专业型人

才，给予充分发展空间和积极的激励政策，以确保人才队伍的稳定和人才储备的梯队建设，提高公司核心竞争力。

上述业务发展计划是围绕公司现有主营业务和核心技术状况，通过认真分析公司自身的优势和劣势，适应当前乳制品行业发展趋势及乳制品市场消费形式，根据自身发展的客观需要提出，是公司现有生产工艺及产品在水平、规模、质量、种类等各方面提升的必然要求。同时，持续完善公司治理和内部控制，形成规范化的激励和约束机制，有效提升企业价值，确保公司业务发展目标的实现。

谢谢大家！

兰州庄园牧场股份有限公司

总经理

2021年3月29日