



麦趣尔集团股份有限公司

2020 年董事会工作报告

2021 年 03 月

一、概述

本公司为一家现代化食品加工企业，立足食品行业中高端领域，以乳制品、烘焙食品制造、分销及烘焙连锁门店为核心业态，并辅以节日食品、冷冻饮品等产品的研发、加工与销售。其中，乳制品包括灭菌乳、调制乳、含乳饮料和发酵乳四大系列产品；烘焙食品包括面包、蛋糕、中西式糕点、月饼等系列产品，形成乳制品和烘焙食品为主导的产品线格局。2020 年公司的烘焙连锁直营门店及加盟店覆盖新疆、浙江地区。

2020 年报告期内实现营业收入 87541.93 万元，营业成本 67525.76 万元，净利润 5185.51 万元。

公司需遵守《深圳证券交易所行业信息披露指引第 14 号——上市公司从事食品及酒制造相关业务》的披露要求

1、公司及其前身在新疆地区耕耘多年，建立了以“麦趣尔”为主的品牌架构，麦趣尔品牌成为疆内广受消费者认可的品牌。公司曾先后获得“中国烘焙最具竞争力十大品牌”、中国名饼”等诸多荣誉，麦趣尔品牌月饼曾连续被评为“国饼十佳”。公司的主要产品类型分为乳制品、烘焙食品。其中：乳制品包括灭菌乳、调制乳、含乳饮料和发酵乳四大系列产品；烘焙食品包括面包、蛋糕、中西式糕点、月饼等系列产品，形成乳制品和烘焙食品为主导的产品线格局。

2、公司持续致力于创新能力建设，引进产品线，丰富产品品类，从流量产品、延伸产品、扩展产品完善产品组合，为市场和消费者提供高质低价的产品和服务。2020 年研发投入较 2019 年增长 60.98%，新产品项目按计划完成，覆盖 6 个品类，完成 8 个项目，上市新产品 30 余个，实现新产品销售收入 3500 余万元。通过持续创新能力建设，新型智能化数字化车间建成投产，以及新疆产地资源的独特优势，将极大提升本公司产品在市场上的竞争力，从而实现客户价值、员工价值和股东价值。

主要销售模式

公司目前主要销售模式为经销模式、直销模式、车销模式等，主要的销售渠道有 KA 卖场、终端门店、经销商渠道、大客户销售渠道、线上 O2O 销售渠道、线下门店销售渠道。

经销模式

☐ 适用 ☒ 不适用

门店销售终端占比超过 10%

☒ 适用 ☐ 不适用

截至 2020 年 12 月 31 日本公司共拥有直营烘焙连锁门店 67 家直营门店，加盟门店 139 家，共计 206 家烘焙连锁门店；其中浙江地区 161 家烘焙连锁门店，新疆地区 45 家烘焙连锁门店。

线上直销销售

☐ 适用 ☒ 不适用

占当期营业收入总额 10%以上的主要产品销售价格较上一报告期的变动幅度超过 30%

☐ 适用 ☒ 不适用

主要生产模式

(1) 乳制品产品的生产模式

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) 烘焙食品的生产模式

烘焙食品是一种快速消费品，产品保鲜周期短，消费者对产品的新鲜度要求高，因此，公司采用“以销定产”的生产模式，根据市场需求灵活制定生产计划，确保产成品的低库存与高周转率，保证了产品的新鲜度。

公司采用中央工厂统一生产，食品加工厂统一配送冷冻面团、蛋糕胚等半成品，连锁店现场烘焙和半成品二次再加工相结合的生产模式。

(3) 月饼的生产模式

作为一种节日性的消费品，月饼具有消费时段集中的特点，公司采用阶段性的集中生产模式。月饼每年的生产周期约为 45-60 天，主要集中在中秋节前 1-2 个月。公司根据当年的销售情况，结合销售计划和经销商的订单，安排下一年度生产计划。在生产周期启动后，根据销售部门的后续订单数量的增加，生产部门会调整生产计划并完成排产和前期准备工作。

(4) 西点和生日蛋糕的生产模式

西点及生日蛋糕保质期短，一般不超过 48 小时，通常采用“以销定产+随时增产”的生产模式。西点的原材料由加工中心统一配送，每天早上根据预估的销量提前生产部分产品，由于加工周期短，每天各店铺会依据各产品当天的销售情况随时增补产品。每天早上会提前加工制作一定数量的生日蛋糕以备出售，随后根据当天的订单量，由现场技师根据客户的个性化需求进行再生产。

委托加工生产

☐ 适用 ☒ 不适用

营业成本的主要构成项目

行业分类	项目	2020年		2019年	
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重
食品制造业	原材料	483,315,758.53	71.58%	324,759,992.57	73.93%
食品制造业	直接人工	51,595,098.60	7.64%	49,663,221.25	11.31%

产量与库存量

项目	单位	2020年	2019年	增减变动
----	----	-------	-------	------

销售量	吨	61,981.24	37,600.41	64.84%
生产量	吨	62,945.34	37,528.56	67.73%
库存量	吨	1,402.56	581.61	141.15%

1、本报告期销售量较上年同期增长 64.84%，主要原因为乳制品销售量较上年同期增长 56.97%。

2、本报告期库存量较上年同期数增加 141.15%，主要原因：因 2021 年 1 月 10 日疆外物流停运，且疆外业绩增长原因，提前备货，导致库存量增加。

二、主营业务分析

1、概述

参见“经营情况讨论与分析”中的“一、概述”相关内容。

2、收入与成本

（1）营业收入构成

单位：元

	2020 年		2019 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	875,419,375.06	100%	670,570,447.53	100%	30.55%
分行业					
食品制造业	875,419,375.06	100.00%	670,570,447.53	100.00%	30.55%
分产品					
乳制品	464,595,420.58	53.07%	254,251,762.59	37.92%	82.73%
烘培食品	261,986,821.69	29.93%	267,452,540.93	39.88%	-2.04%
节日食品	70,482,057.36	8.05%	86,281,611.42	12.87%	-18.31%
其他	78,355,075.43	8.95%	62,584,532.59	9.33%	25.20%
分地区					
乌昌地区	235,031,690.56	26.85%	240,036,309.19	35.80%	-2.08%
北疆	38,580,969.16	4.41%	30,707,765.70	4.58%	25.64%
南疆	97,169,529.62	11.10%	86,403,121.17	12.89%	12.46%
其他地区	146,082,032.59	16.69%	16,530,523.88	2.47%	783.71%
疆外（北京）	41,968,921.87	4.79%	15,648,605.12	2.33%	168.20%
疆外（浙江）	316,586,231.26	36.16%	281,244,122.47	41.94%	12.57%

(2) 占公司营业收入或营业利润 10%以上的行业、产品或地区情况

√ 适用 □ 不适用

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年 同期增减	营业成本比上年 同期增减	毛利率比上年同 期增减
分行业						
食品制造业	875,419,375.06	675,257,633.67	22.86%	30.55%	47.31%	-27.74%
分产品						
乳制品	464,595,420.58	380,653,524.34	18.07%	82.73%	98.94%	-26.98%
烘培食品	261,986,821.69	204,274,092.57	22.03%	-2.04%	10.39%	-28.51%
节日食品	70,482,057.36	33,011,345.69	53.16%	-18.31%	-7.93%	-9.03%
其他	78,355,075.43	57,318,671.07	26.85%	25.20%	24.17%	2.32%
分地区						
乌昌地区	235,031,690.56	172,599,499.11	26.56%	-2.08%	11.58%	-25.29%
北疆	38,580,969.16	32,348,187.44	16.16%	25.64%	35.48%	-27.38%
南疆	97,169,529.62	80,218,383.06	17.44%	12.46%	42.63%	-50.03%
其他地区	146,082,032.59	110,793,545.26	24.16%	783.71%	805.30%	-6.96%
疆外（北京）	41,968,921.87	37,057,270.06	11.70%	168.20%	171.71%	-8.88%
疆外（浙江）	316,586,231.26	242,240,748.74	23.48%	12.57%	22.52%	-20.93%

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近 1 年按报告期末口径调整后的主营业务数据

□ 适用 □ 不适用

(3) 公司实物销售收入是否大于劳务收入

√ 是 □ 否

行业分类	项目	单位	2020 年	2019 年	同比增减
食品制造业	销售量	吨	61,981.24	37,600.41	64.84%
	生产量	吨	62,945.34	37,528.56	67.73%
	库存量	吨	1,402.56	581.61	141.15%

相关数据同比发生变动 30%以上的原因说明

√ 适用 □ 不适用

1、本报告期销售量较上年同期增长 64.84%，主要原因为乳制品销售量较上年同期增长 56.97%。

2、本报告期库存量较上年同期数增加 141.15%，主要原因：因 2021 年 1 月 10 日疆外物流停运，且疆外业绩增长原因，提前备货，导致库存量增加。

(4) 公司已签订的重大销售合同截至本报告期的履行情况

☐ 适用 ☒ 不适用

(5) 营业成本构成

行业分类

行业分类

单位：元

行业分类	项目	2020 年		2019 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
食品制造业	原材料	483,315,758.53	71.58%	324,759,992.57	73.93%	48.82%
食品制造业	直接人工	51,595,098.60	7.64%	49,663,221.25	11.31%	3.89%
食品制造业	折旧	15,350,303.77	2.27%	14,437,506.54	3.29%	6.32%
食品制造业	燃料和动力	12,863,092.15	1.90%	14,823,110.74	3.37%	-13.22%
食品制造业	制造费用	96,047,036.36	14.22%	35,618,750.58	8.11%	169.65%

说明

本报告期原材料较上年上年增长 48.82%，主要原因：1、2020 年收入较上年同期增长 30.5%，收入增长来源主要为乳制品业务的增长。2、2020 年平均原奶价格较上年同期增长，影响原材料成本的上升。3、制造费用较上年同期增长 169.65%，主要为 2020 年执行新收入准则对运输费从销售费用计入营业成本。

(6) 报告期内合并范围是否发生变动

☒ 是 ☐ 否

(1) 单次处置对子公司投资即丧失控制权的情形

子公司名称	股权处置价款	股权处置比例 (%)	股权处置方式	丧失控制权的时点	丧失控制权时点的确定依据	处置价款与处置投资对应的合并报表层面享有该子公司净资产份额的差额
绍兴新美心食品有限公司	13,906,005.00	95.00	转让	2020.11.30	工商变更	589,105.91

(续)

子公司名称	丧失控制权之日剩余股权的比例 (%)	丧失控制权之日剩余股权的账面价值	丧失控制权之日剩余股权的公允价值	按照公允价值重新计量剩余股权产生的利得或损失	丧失控制权之日剩余股权公允价值的确定方法及主要假设	与原子公司股权投资相关的其他综合收益转入投资损益的金额
绍兴新美心食品有限	5.00	700,889.43	731,895.00	31,005.57		

公司						
----	--	--	--	--	--	--

2、其他原因的合并范围变动

本公司于 2020 年 4 月 17 日设立牛小递科技（杭州）有限公司，注册资本为 1,000.00 万元，持股比例 100%，截至报告出具日，公司尚未实缴出资。牛小递科技（杭州）有限公司自成立日起作为控股子公司纳入本公司合并范围。

（7）公司报告期内业务、产品或服务发生重大变化或调整有关情况

☐ 适用 ☒ 不适用

（8）主要销售客户和主要供应商情况

公司主要销售客户情况

前五名客户合计销售金额（元）	84,241,821.53
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	9.13%
前五名客户销售额中关联方销售额占年度销售总额比例	0.00%

公司前 5 大客户资料

序号	客户名称	销售额（元）	占年度销售总额比例
1	第一名	27,948,681.21	3.03%
2	第二名	19,560,472.10	2.12%
3	第三名	15,724,862.75	1.70%
4	第四名	12,185,756.89	1.32%
5	第五名	8,822,048.58	0.96%
合计	--	84,241,821.53	9.13%

主要客户其他情况说明

☐ 适用 ☒ 不适用

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额（元）	120,190,722.13
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	26.20%
前五名供应商采购额中关联方采购额占年度采购总额比例	0.00%

公司前 5 名供应商资料

序号	供应商名称	采购额（元）	占年度采购总额比例
1	第一名	52,496,263.04	11.45%

2	第二名	28,175,873.00	6.14%
3	第三名	15,562,568.48	3.39%
4	第四名	12,070,166.38	2.63%
5	第五名	11,885,851.23	2.59%
合计	--	120,190,722.13	26.20%

主要供应商其他情况说明

☐ 适用 ☒ 不适用

3、费用

单位：元

	2020 年	2019 年	同比增减	重大变动说明
销售费用	102,661,905.29	144,386,950.51	-28.90%	2020 年执行新收入准则，运费从原销售费用中调整至营业成本
管理费用	65,575,151.18	72,098,856.22	-9.05%	
财务费用	6,291,060.19	3,344,033.16	88.13%	2020 年新增贷款 4585 万元，产生利息支出
研发费用	5,251,568.94	3,262,162.42	60.98%	研发人员薪资及物料费用较上年同期增加

公司需遵守《深圳证券交易所行业信息披露指引第 14 号——上市公司从事食品及酒制造相关业务》的披露要求

4、研发投入

☒ 适用 ☐ 不适用

公司持续致力于创新能力建设，引进产品线，丰富产品品类，从流量产品、延伸产品、扩展产品完善产品组合，为消费者提供高质低价的产品和服务。2020 年研发投入较 2019 年增长 60.98%，新产品项目按计划完成，覆盖 6 个品类，完成 8 个项目，上市新产品 30 余个，实现新产品销售收入 3500 余万元。通过持续创新能力建设，新型智能化数字化车间建成投产，以及新疆产地资源的独特优势，将极大提升本公司产品在市场上的竞争力，从而实现客户价值、员工价值和股东价值。

公司研发投入情况

	2020 年	2019 年	变动比例
研发人员数量（人）	65	68	-4.41%
研发人员数量占比	3.52%	3.54%	-0.02%
研发投入金额（元）	5,251,568.94	3,262,162.42	60.98%
研发投入占营业收入比例	0.60%	0.49%	0.11%
研发投入资本化的金额（元）	0.00	0.00	

资本化研发投入占研发投入的比例	0.00%	0.00%	
-----------------	-------	-------	--

研发投入总额占营业收入的比重较上年发生显著变化的原因

☐ 适用 ☒ 不适用

研发投入资本化率大幅变动的原因及其合理性说明

☐ 适用 ☒ 不适用

5、现金流

单位：元

项目	2020 年	2019 年	同比增减
经营活动现金流入小计	939,665,059.16	867,974,222.46	8.26%
经营活动现金流出小计	780,685,320.72	771,465,635.34	1.20%
经营活动产生的现金流量净额	158,979,738.44	96,508,587.12	64.73%
投资活动现金流入小计	541,827,670.99	707,790,179.81	-23.45%
投资活动现金流出小计	690,645,610.70	570,773,665.36	21.00%
投资活动产生的现金流量净额	-148,817,939.71	137,016,514.45	-208.61%
筹资活动现金流入小计	156,505,684.66	101,200,000.00	54.65%
筹资活动现金流出小计	107,934,316.99	267,106,432.26	-59.59%
筹资活动产生的现金流量净额	48,571,367.67	-165,906,432.26	-129.28%
现金及现金等价物净增加额	58,733,166.40	67,618,669.31	-13.14%

相关数据同比发生重大变动的主要影响因素说明

☐ 适用 ☒ 不适用

报告期内公司经营活动产生的现金净流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明

☒ 适用 ☐ 不适用

报告期内经营活动产生现金流量净额 15,897.97 万元，净利润：5,185.51 万元，存在差异的主要原因：

- 1、报告期内对利润产生影响，不影响现金流量的折旧、摊销 3,734.34 万元；信用资产减值损失转回 1,990.18 万元。
- 2、报告期内影响净利润不影响经营活动净现金流的利息支出 597.78 万元、投资收益 1825 万元。
- 3、报告期内影响经营活动净现金流量，不影响净利润的存货、经营性应收应付项目 10034.55 万元。

三、非主营业务分析

☒ 适用 ☐ 不适用

单位：元

	金额	占利润总额比例	形成原因说明	是否具有可持续性
投资收益	18,249,847.20	33.35%	购买理财产品收益及处置子公司股权收益	否
营业外收入	877,769.23	1.60%	政府补贴	否
营业外支出	3,405,296.23	6.22%	捐赠支出	否
其他收益	5,472,441.24	10.00%	政府补贴	否
				否

四、资产及负债状况分析

1、资产构成重大变动情况

公司 2020 年起首次执行新收入准则或新租赁准则且调整执行当年年初财务报表相关项目适用

单位：元

	2020 年末		2020 年初		比重增减	重大变动说明
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例		
货币资金	426,838,679.56	30.05%	373,161,197.82	30.45%	-0.40%	
应收账款	123,778,435.19	8.71%	111,259,573.83	9.08%	-0.37%	
存货	93,009,458.61	6.55%	64,503,324.19	5.26%	1.29%	
固定资产	247,716,551.17	17.44%	217,187,530.25	17.72%	-0.28%	
在建工程	189,987,415.27	13.37%	121,252,613.07	9.89%	3.48%	
短期借款	80,702,138.34	5.68%	87,359,015.00	7.13%	-1.45%	
长期借款	70,342,381.67	4.95%	13,900,000.00	1.13%	3.82%	2020 年新增长期借款

2、以公允价值计量的资产和负债

☐ 适用 ☒ 不适用

3、截至报告期末的资产权利受限情况

项目	期末账面价值	受限原因
货币资金	8,434,104.88	银行承兑汇票保证金
固定资产	87,031,589.74	抵押贷款
无形资产	17,000,413.86	抵押贷款
合计	112,466,108.48	

五、投资状况分析

1、总体情况

√ 适用 □ 不适用

报告期投资额（元）	上年同期投资额（元）	变动幅度
81,036,800.00	77,480,600.00	4.59%

2、报告期内获取的重大的股权投资情况

□ 适用 √ 不适用

3、报告期内正在进行的重大的非股权投资情况

√ 适用 □ 不适用

单位：元

项目名称	投资方式	是否为固定资产投资	投资项目涉及行业	本报告期投入金额	截至报告期末累计实际投入金额	资金来源	项目进度	预计收益	截止报告期末累计实现的收益	未达到计划进度和预计收益的原因	披露日期（如有）	披露索引（如有）
日处理300吨生鲜乳生产线建设项目	自建	是	食品制造	4,852.56	12,927.37	募集资金+自有资金	80.00%			2020年度该募投项目正积极推进，加快建设，主要完成了项目规划设计，前处理加工设备、灌装机及自动化包装设备、水处理工程、污水处理工程、净化装修工		《2020年度募集资金存放与使用情况鉴证报告》，中兴财光华审专字（2021）第213051号

										程、空压设备、配电工程等 12 项主要工程招标投标及合同签订工作，项目设备到货、安装、调试总体达成 80%，进入了关键实施阶段，原计划于 2020 年 9 月建设完成，受到两次新冠病毒疫情影响，前后共耽误工期近 4 个月，主要设备及施工人员无法进厂，2021 年 3 月施工人员进场进行施工，部分设备进入调试阶段及试产阶段，预		
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

										计将于 2021 年 12 月可完全具备生产条件并达产。		
2000 头奶牛生态养殖基地建设项目	自建	是	畜牧养殖	2,918.29	7,944.41	募集资金+自有资金	90.00%			公司在 2020 年继续依托新疆丰富的自然资源、政府提供的投资环境及优惠政策,延伸公司产业链,打造种、养、加、销全产业链的战略目标,加大项目推进步伐。现牛舍已完成基建工程进度 95%,办公管理用房及宿舍管理用房基建工程已完成 60%,二次装修未完成。	《2020 年度募集资金存放与使用情况鉴证报告》,中兴财光华审专字(2021)第 213051 号	

										饲喂区干草棚、青贮窖、精料库已全部完成。粪污处理系统干湿分离间、回冲池基建已完成，设备未安装。厂区内部分道路完成。预计 2021 年 7 月完成基建施工、设备安装，至 2021 年 12 月达到完全使用状态。		
合计	--	--	--	7,770.85	20,871.78	--	--	0.00	0.00	--	--	--

4、金融资产投资

(1) 证券投资情况

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期不存在证券投资。

(2) 衍生品投资情况

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期不存在衍生品投资。

5、募集资金使用情况

√ 适用 □ 不适用

(1) 募集资金总体使用情况

√ 适用 □ 不适用

单位：万元

募集年份	募集方式	募集资金总额	本期已使用募集资金总额	已累计使用募集资金总额	报告期内变更用途的募集资金总额	累计变更用途的募集资金总额	累计变更用途的募集资金总额比例	尚未使用募集资金总额	尚未使用募集资金用途及去向	闲置两年以上募集资金金额
2014	公开发行	29,529	5,168.11	26,603.04	0	0	0.00%	2,925.96	截至 2020 年 12 月 31 日,尚未使用的募集资金存放于募集资金专户和暂时补充流动资金。	0
2015	公开发行	40,048		40,048	0	0		0	0	0
合计	--	69,577	5,168.11	66,651.04	0	0	0.00%	2,925.96	--	0
募集资金总体使用情况说明										
中国证券监督管理委员会证监许可[2014]46 号文核准,本公司于中国境内首次公开发行 A 股,并于发行完成后向深圳证券交易所申请上市。本公司已于 2014 年 1 月通过深圳证券交易所发行 A 股 1,311 万股,面值为每股人民币 1 元,发行价格为每股人民币 25.38 元,收到股东认缴股款共计人民币 332,731,800.00 元,扣除发生的券商承销佣金及其他发行费用后实际净筹得募集资金人民币 295,201,315.92 元。上述募集资金到位情况经瑞华会计师事务所(特殊普通合伙)出具的瑞华验字[2014]48110004 号验资报告验证。此次公司公开发行新股实际募集资金净额比公司募集资金投资计划金额 295,290,000.00 元少 88,684.08 元,该部分资金公司在 2015 年 4 月已以自有资金补足。经中国证券监督管理委员会证监许可【2015】81 号文核准《关于核准麦趣尔集团股份有限公司非公开发行股份的批复》,本公司向特定投资者非公开发行每股面值人民币 1 元的人民币普通股(A 股)15,672,161 股,发行价格为每股 26.08 元/股,募集资金总额人民币 408,729,958.88 元,扣除发生的券商承销佣金及其他发行费用后实际净筹得募集资金人民币 400,481,595.72 元,该募集资金已使用 298,000,000.00 元,用于购买浙江新美心食品工业有限公司 100%股权,在 2015 年 3 月已完成支付;剩余 102,481,595.72 元用于补充公司流动资金。企业技术中心建设项目已于 2017 年结项,节余募集资金 1,440.17 万元永久										

性补充流动资金，2017 年 9 月 5 日公司第五次临时股东大会已审议通过。2019 年 3 月 20 日，经公司 2019 年第二次临时股东大会审议通过终止烘焙连锁新疆营销网络项目投资，并将剩余募集资金 3,462.26 万元用于永久补充流动资金。截止 2020 年 12 月 31 日，2000 头奶牛生态养殖基地建设项目 6205 万募集资金已经全部使用完毕，预计 2021 年 7 月完成基建施工、设备安装，至 2021 年 12 月达到完全使用状态。日处理 300 吨生鲜乳生产线建设项目，截止 2020 年 12 月 31 日，本项目尚未使用金额 2,925.96 万元，公司已累计投入 12,064.04 万元，用于支付项目生产加工设备采购款、土建、装修工程、配套空压机、制冷、配电动力设备及水处理设备和信息化咨询服务费用、系统建设费等。原计划于 2020 年 9 月建设完成，受到两次新冠病毒疫情影响，前后共耽误工期近 4 个月，主要设备及施工人员无法进厂，2021 年 3 月施工人员进场进行施工，部分设备进入调试阶段及试产阶段，预计将于 2021 年 12 月可完全具备生产条件并达产。

(2) 募集资金承诺项目情况

√ 适用 □ 不适用

单位：万元

承诺投资项目和超募资金投向	是否已变更项目(含部分变更)	募集资金承诺投资总额	调整后投资总额(1)	本报告期投入金额	截至期末累计投入金额(2)	截至期末投资进度(3) = (2)/(1)	项目达到预定可使用状态日期	本报告期实现的效益	是否达到预计效益	项目可行性是否发生重大变化
承诺投资项目										
日处理 300 吨生鲜乳	否	14,990	14,990	3,989.23	12,064.04	80.48%	2021 年 12 月 31 日		不适用	否
2000 头奶牛生态养殖基地建设项目	否	6,205	6,205	1,178.88	6,205	100.00%	2021 年 12 月 31 日		不适用	否
烘焙连锁新疆营销网	否	5,649	5,649		2,186.74	38.71%	2019 年 03 月 31 日	217.8	不适用	否
企业技术中心建设项	否	2,685	2,685		1,244.83	46.36%	2017 年 07 月 31 日		不适用	否
收购浙江新美心食品	否	29,800	29,800		29,800	100.00%	2015 年 05 月 31 日	3,777.2	不适用	否
承诺投资项目小计	--	59,329	59,329	5,168.11	51,500.61	--	--	3,995	--	--
超募资金投向										
无										
归还银行贷款(如有)	--	0					--	--	--	--
补充流动资金(如有)	--	10,248	15,150.43		15,150.43	100.00%	--	--	--	--
超募资金投向小计	--	10,248	15,150.43		15,150.43	--	--		--	--
合计	--	69,577	74,479.43	5,168.11	66,651.04	--	--	3,995	--	--
未达到计划进度或预	详见“麦趣尔集团股份有限公司董事会关于 2020 年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告”									

计收益的情况和原因 (分具体项目)	三、 (一)
项目可行性发生重大变化的情况说明	详见“麦趣尔集团股份有限公司董事会关于 2020 年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告” 三、 (一)
超募资金的金额、用途及使用进展情况	不适用
募集资金投资项目实施地点变更情况	不适用
募集资金投资项目实施方式调整情况	不适用
募集资金投资项目先期投入及置换情况	适用 详见“麦趣尔集团股份有限公司董事会关于 2020 年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告” 三、 (三)
用闲置募集资金暂时补充流动资金情况	适用 详见“麦趣尔集团股份有限公司董事会关于 2020 年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告” 三、 (四)
项目实施出现募集资金结余的金额及原因	适用 详见“麦趣尔集团股份有限公司董事会关于 2020 年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告” 三、 (五)
尚未使用的募集资金用途及去向	存放于募集资金专户和暂时补充流动资金
募集资金使用及披露中存在的问题或其他情况	详见“麦趣尔集团股份有限公司董事会关于 2020 年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告” 五

(3) 募集资金变更项目情况

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期不存在募集资金变更项目情况。

六、重大资产和股权出售

1、出售重大资产情况

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期未出售重大资产。

2、出售重大股权情况

☒ 适用 ☐ 不适用

交易对方	被出售股权	出售日	交易价格（万元）	本期初起至出售日该股权为上市公司贡献的净利润（万元）	出售对公司的影响	股权出售为上市公司贡献的净利润占净利润总额的比例	股权出售定价原则	是否为关联交易	与交易对方的关联关系	所涉及的股权是否已全部过户	是否按计划如期实施，如未按计划实施，应当说明原因及公司已采取的措施	披露日期	披露索引
东莞市丰荣文旅投资有限公司	95%	2020 年 11 月 30 日	1,390.6	0	报告期处置子公司产生处置收益 1160 万元	0.00%	公允价值	是	非关联方	是	是	2020 年 12 月 12 日	2020-069

七、主要控股参股公司分析

☒ 适用 ☐ 不适用

主要子公司及对公司净利润影响达 10%以上的参股公司情况

单位：元

公司名称	公司类型	主要业务	注册资本	总资产	净资产	营业收入	营业利润	净利润
------	------	------	------	-----	-----	------	------	-----

浙江新美心食品工业有限公司	子公司	烘焙食品制	70,205,787.98	369,239,061.10	139,301,346.10	317,274,981.66	36,728,016.31	34,797,273.46
新疆麦趣尔食品有限公司	子公司	烘焙食品制	20,000,000.00	313,162,330.90	189,721,803.23	145,264,323.94	18,405,792.33	15,541,553.01
北京麦趣尔投资有限公司	子公司	烘焙食品制	62,000,000.00	71,156,850.45	4,570,641.15	42,093,060.40	-6,689,939.03	-7,343,171.08

报告期内取得和处置子公司的情况

√ 适用 □ 不适用

公司名称	报告期内取得和处置子公司方式	对整体生产经营和业绩的影响
绍兴新美心食品有限公司	转让	11,603,627.88

主要控股参股公司情况说明

八、公司未来发展的展望

（一）发展战略

本公司是具有代表性的现代化食品加工企业，以乳制品、烘焙食品制造、分销和烘焙连锁门店为核心业态，并辅以节日食品、冷冻饮品、食品饮料、速冻米面食品等的研发、加工与销售。要实现上述目标，公司要贯彻实施以下发展战略：

1、以社区烘焙连锁为核心平台，以新零售为契机，借助移动与社交互动等新技术推进直营门店、加盟门店的拓展。利用公司混业根基和食材价值，以“鲜奶烘焙”对烘焙零售业进行业态创新，推出一个战略性品牌布局全国，围绕“一个品牌多种业态”的方式形成单店盈利模型，并通过“供应链布局+加盟模式创新+门店合伙人机制”的系统建设，实现快速规模化扩张，打造超过万家的烘焙零售连锁；同时在新疆和宁波现有零售业务基础上，根据公司整体战略节奏，优选标的，通过并购方式进行零售业务的拓展布局，形成“1个全国品牌+N个区域品牌”的立体市场覆盖。

2、拥抱中国乳业第三大风口“产区竞争”的黄金时代，以多品牌策略多层次利用“疆乳振兴”战略窗口下的历史机遇，以“天山牧场”作为战略性品牌，主攻全国性流通渠道，锁定国内乳制品市场高端和超高端需求，采用专家型品牌定位，优质优价，打造中国最好的牛奶；

3、不断开展激励模式的创新，建立适应麦趣尔长期发展的激励机制和组织文化。借助公司数字化运营平台继续试点并推进内部优秀员工加盟、承包、合伙等激励模式。将创新、利润中心、授权纳入企业文化建设的内容。

（二）公司可能面对的风险及应对措施

本报告涉及的发展战略及未来前瞻性陈述，不构成公司对投资者的实质承诺。投资者及相关人士均应对此保持足够的风险认识，并且应当理解计划、预测与承诺之间的差异。本公司请投资者认真阅读本年度报告全文，并特别注意下列风险因

素：

1、新型冠状病毒疫情影响的风险

2020年初以来，新型冠状病毒疫情的全球扩散，宏观经济运行受到不同程度影响。从目前的情形来看，国内疫情虽有零星发生，但整体已得到控制。而海外疫情仍有进一步加剧的风险，使得经济具有不可预测和不确定性风险，可能会对公司的生产、项目建设等产生不利影响。疫情使各类成本上涨（原材料成本、人工成本和物流成本等），物流受到严重影响，将影响公司业绩。针对这一风险，公司将毫不松懈的做好疫情防疫工作，严格执行各项防疫措施，确保公司生产经营有序进行。

2、食品安全风险

公司主要产品为业态乳制品及烘焙食品，均直接关系消费者的身体健康。有效的质量控制体系是企业的生命线。公司建立了符合国家标准的质量控制体系，严格按照国家标准、行业标准、企业标准进行生产。不排除公司由于质量管理上出现纰漏，进而发生食品安全事件，并产生赔偿风险，将对公司造成重大影响，但公司仍将把质量安全作为日常管理的重要使命；若乳制品或烘焙食品行业的其他食品企业发生食品安全事件，也会对公司造成影响；若国家提高食品安全和食品质量检查标准，可能相应增加公司的生产成本。

3. 奶牛养殖的防疫风险

奶牛易发生肢蹄病、口蹄疫、流感、乳房炎、子宫炎等多种疫病，这些疫病的爆发将严重影响牛奶的产量和质量，甚至可能导致奶牛大量死亡或被宰杀。公司正逐步建立各项卫生防疫规程，并通过采取隔离、消毒、分散饲养、疫苗注射等多种措施预防疫病的发生，公司养殖场远离人口密集区，周围数公里内没有其他养殖场，进一步降低了疾病传播的风险。

4、主要原材料价格波动风险

公司采购的原材料主要为原料奶、面粉、油脂、白糖、鸡蛋、各种包装材料等，其价格受当年的种植面积、养殖总量、市场供求以及国际期货市场价格等因素影响会产生价格波动。如果原材料价格上涨较大，将有可能对产品毛利率水平带来一定影响，进而影响公司经营业绩；公司采取公开招标采购大宗生产原材料、提高原材料利用率、更换包装材料品种等措施实现成本的有效控制，尽可能降低原材料价格上涨造成的不利影响。

5、行业竞争加剧及业态创新的风险

经过多年的发展，公司在行业内已具备一定的市场地位和品牌影响力，其中：公司在新疆地区高端液态乳制品细分市场处于行业领先地位；公司烘焙连锁业务主要布局于新疆和浙江，在区域范围内形成了一定规模优势，构建了较为完善的营销网络。在行业竞争日趋激烈的形势下，公司不断对业态进行创新，逐步尝试烘焙连锁加盟模式，但不排除在各项创新过程中存在走弯路及创新失败的风险，进而对公司业绩造成影响。

麦趣尔集团股份有限公司董事会

2021年3月17日