

证券代码：002515

证券简称：金字火腿

公告编号：2021-024

金字火腿股份有限公司 2020 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

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

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 938,467,227 股（公司总股本 978,313,280 股减去公司回购股份 39,846,053 股）为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.3 元（含税），送红股 0 股（含税），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	金字火腿	股票代码	002515
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	王启辉	张利丹	
办公地址	浙江省金华市工业园区金帆街 1000 号	浙江省金华市工业园区金帆街 1000 号	
电话	0579-82262717	0579-82262717	
电子信箱	jinziham@jinzichina.com	jinziham@jinzichina.com	

2、报告期主要业务或产品简介

2020年报告期内，公司大力发展中式火腿、欧式发酵火腿、火锅火腿、烤肉火腿、淡火腿等火腿产品，重点发展大肉香肠、香肠、腊肉、酱肉、淡咸肉等特色肉制品，快速发展满足生鲜电商、社区电商、中央厨房、食品加工企业、连锁餐饮等新渠道、新用户个性化需求的定制品牌肉业务，拓展网络营销，强化线下市场，努力提升金字品牌价值，打造肉类品牌消费品。现将2020年度公司业务情况作如下概述：

（一）公司所从事的主要业务

本公司主营中式火腿、欧式发酵火腿、火锅火腿、烤肉火腿、淡火腿等火腿产品，大肉香肠、香肠、酱肉、腊肉、淡咸肉等特色纯肉制品以及满足生鲜电商、社区电商、中央厨房、食品加工企业、连锁餐饮等客户个性化需求的定制品牌肉业务。其中火腿是公司基础业务，市场占有率和品牌知名度均为行业领先。报告期内，公司火腿业务稳步发展，大肉香肠、香肠、腊肉、酱肉、淡咸肉等特色肉制品和个性化定制品牌肉业务发展迅速，线上市场全面拓展，线下渠道巩固提升，金字品牌价

值不断提升，实现了线上线下齐头并进的发展局面。

（二）主要产品

主要产品	产品介绍
金字火腿	整腿、烘焙用腿、火腿块、火腿片及火锅火腿、烤肉火腿、淡火腿等
巴玛火腿	整腿、火腿方块、巴玛切片及巴玛火腿制品
特色肉制品	大肉香肠、香肠、酱肉、腊肉、淡咸肉等
定制品牌肉	冰鲜肉、分割肉类等
植物肉	植物肉饼、植物肉丸、植物肉香肠等

（三）公司经营模式

1. 采购模式

公司主要生产原料通过国内外采购，零星原料如初级农产品、包装物等采用集中采购与分散采购相结合方式。食盐采购向国家专营盐业公司采购。

2. 生产模式

公司生产实行以销定产，生产加工实现了机械化、自动化和智能化，不断提高生产效率，保证食品安全和产品品质。

3. 销售模式

公司除了用直营、经销商和电商平台的模式外，全面推进社区电商、生鲜电商、网红直播等新模式，扩大公司火腿、肉制品、品牌肉的销售，最大化覆盖市场终端；销售货款主要采用先款后货的结算方式，有力保障公司的现金流以及防范坏账的发生。

（四）报告期业绩驱动因素

报告期内，面对激烈的市场竞争环境和成本上涨压力，公司大力发展中式火腿、欧式发酵火腿、火锅火腿、烤肉火腿、淡火腿等火腿产品，重点发展大肉香肠、香肠、腊肉、酱肉、淡咸肉等特色肉制品，快速发展满足生鲜电商、社区电商、中央厨房、食品加工企业、连锁餐饮等新渠道、新用户个性化需求的定制品牌肉业务，坚持以好原料、好工艺做好产品、树好品牌，积极应对市场变化，聚焦中式火腿、欧式火腿、火锅火腿、烤肉火腿、淡火腿、大肉香肠、香肠、酱肉、腊肉、淡咸肉等肉制品业务，积极拓展个性化定制品牌肉业务，坚定不移的做精品、做高附加值产品，不断提升管理水平，提高公司盈利能力，带动了公司销售规模和利润的同步增长。

（五）报告期内公司所属行业的发展阶段、周期性特点以及公司所处的行业地位

1. 公司所处行业大类是肉类行业，主营产品中式火腿、欧式发酵火腿、火锅火腿、烤肉火腿、淡火腿等属于肉制品行业的发酵肉制品子行业，大肉香肠、香肠、腊肉、酱肉、淡咸肉等属于特色肉制品行业，个性化定制品牌肉属于肉类行业。

2. 发酵肉制品行业的发展阶段、周期性特点

发酵肉制品比普通的肉制品含有更丰富的氨基酸，人体更容易吸收，符合人们追求健康营养的消费需求。金华火腿是中国传统风味肉制品，具有增香、提鲜、去腥的特有功能，风味独特，营养丰富，市场成熟；公司的特色产品巴玛发酵火腿，是欧式发酵肉制品，发酵熟化，切片即食，是世界三大发酵美食之一。作为高端发酵肉制品，健康营养、食用方便，在欧洲国家的市场总量庞大，而在我国则处于市场培育阶段，未来前景可期。整体来说，发酵肉制品没有明显的周期性。

3. 特色肉制品行业的发展阶段、周期性特点

大肉香肠、香肠、腊肉、酱肉、淡咸肉等特色肉制品是我国历史传承的肉制品，具有纯肉制作、风味多样、营养丰富等优点，深受国人喜爱。随着我国经济的持续发展，消费购买能力的增强，传统肉制品标准化生产技术的提升，包装的进步，互联网购物的普及，物流配送的便捷发达，传统肉制品的独特风味和历史文化传承日益得到消费者认同和喜爱，对传统肉制品的需求和认可也不断提升，市场前景乐观。特色肉制品生产周期短，消费群体广，食用方便，消费频次高，没有明显的周期性。

4. 品牌肉类的发展阶段、周期性特点

肉类行业规模巨大，是民生必须消费品，不受经济周期、疫情等影响，也不受贸易摩擦等影响，市场需求永远存在。而且从人均消费数据来看，我国的肉类消费还有很大的提升空间。由于集约化程度等原因，国外肉类价格与国内供应价格比较，会长期具有较大的成本优势。

公司个性化定制品牌肉类业务的发展，得益于公司多年肉类行业经验、丰富的上游供应链资源及完善的下游销售渠道优势，还有公司自用原料优势及自有冷库作为基础。定制品牌肉类业务服务餐饮、食品加工企业、终端消费者，可通过生鲜电

商、社区电商等各类快速发展的新渠道直达用户，满足其便捷肉制品消费需求，也可满足中央厨房、食品加工企业、连锁餐饮等定制化标准化原料供应需求，成为其稳定的供应链合作伙伴，市场需求广阔，具有较强的持续性。定制品牌肉类业务的发展，可以与公司原有火腿、肉制品业务等相结合，形成内部供应链，提升综合利用率，延伸公司业务领域，优化产品结构，增加客户群体，有助于提升公司的竞争优势和盈利能力。

5. 植物肉的发展阶段、周期性特点

植物肉产业目前刚刚在国内外兴起，随着人们生活水平的提高，健康意识、环保意识提升，具有高蛋白、零胆固醇、无激素、无抗生素、营养成分可以按需组合等优点的植物肉产品会有广阔前景。植物肉产品生产周期短，健康、绿色、有科技含量，且没有明显的周期性。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	710,376,720.31	281,538,590.24	152.32%	426,424,363.92
归属于上市公司股东的净利润	59,301,384.70	33,545,965.15	76.78%	-8,429,931.88
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	99,918,793.40	18,113,131.91	451.64%	-19,025,994.56
经营活动产生的现金流量净额	-233,088,190.94	-129,215,512.43	-80.39%	-123,723,951.13
基本每股收益（元/股）	0.06	0.04	50.00%	-0.01
稀释每股收益（元/股）	0.06	0.04	50.00%	-0.01
加权平均净资产收益率	4.51%	2.57%	1.94%	-0.56%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	1,616,923,159.04	1,441,093,910.07	12.20%	1,494,700,315.57
归属于上市公司股东的净资产	1,326,105,470.98	1,313,727,447.63	0.94%	1,378,341,526.38

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	190,878,192.22	122,721,631.63	172,234,095.65	224,542,800.81
归属于上市公司股东的净利润	48,885,002.57	15,136,147.81	28,506,036.00	-33,225,801.68
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	48,564,126.74	14,547,744.83	27,875,827.41	8,931,094.42
经营活动产生的现金流量净额	-40,194,231.38	-169,982,838.78	-21,601,589.93	-1,309,530.85

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(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

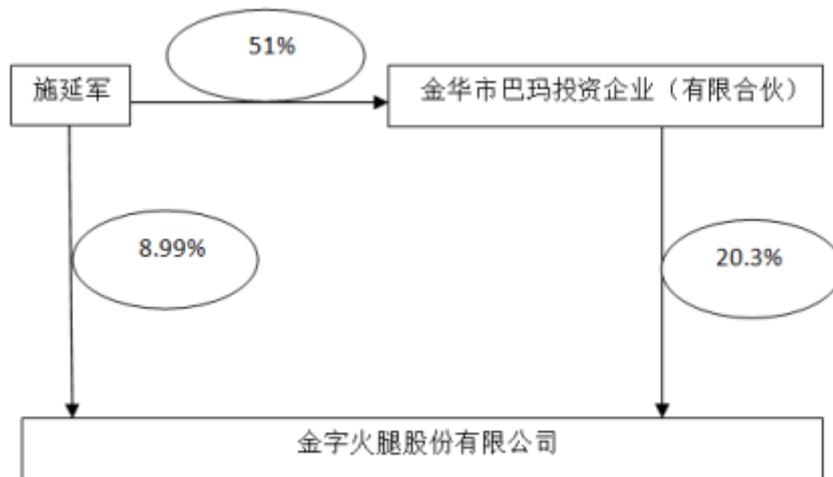
报告期末普通股股东总数	67,833	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	64,058	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
金华市巴玛投资企业(有限合伙)	境内非国有法人	20.30%	198,625,280	0	质押	76,846,444	
施延军	境内自然人	8.99%	87,987,227	82,037,060	质押	19,372,600	
施雄鹰	境内自然人	3.45%	33,743,900	0	质押	10,703,555	
南京高科科创投资有限公司	国有法人	2.86%	28,000,000	0			
薛长焯	境内自然人	1.82%	17,796,040	13,347,030	质押	7,255,496	
杨国芬	境内自然人	1.70%	16,680,000	0			
周惠明	境内自然人	1.40%	13,658,700	0			
上海赋惠网络科技有限公司	境内非国有法人	0.61%	6,000,000	0			
王红新	境内自然人	0.61%	5,928,200	0			
刘秀生	境内自然人	0.55%	5,350,083	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明		1、施延军是本公司的实际控制人；2、施延军持有金华市巴玛投资企业（有限合伙）51%股份；3、施延军、金华市巴玛投资企业（有限合伙）、施雄鹰、薛长焯、严小青为一致行动人。本公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系，也未知上述其他股东之间是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。					

(2) 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。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2020年，是最具挑战的一年，也是公司增长最快的一年。面对疫情考验和市场变化，公司按照“大力发展中式火腿、欧式发酵火腿、火锅火腿、烤肉火腿、淡火腿等火腿产品，重点发展大肉香肠、香肠、腊肉、酱肉、淡咸肉等特色肉制品，快速发展满足生鲜电商、社区电商、中央厨房、食品加工企业、连锁餐饮等新渠道、新用户个性化需求的定制品牌肉业务，拓展网络营销，强化线下市场，努力提升金字品牌价值，打造肉类品牌消费品”的经营思路，狠抓产品、品牌、渠道三大关键环节，苦练内功、夯实基础、开拓创新，实现了跨越发展。

报告期内，公司实现营业收入71037.67万元，较上年同期增长152.32%（其中线上销售 14172.72万元，同比增长 87.48%）；实现归属于上市公司股东的净利润 5930.14 万元，较上年同期增长76.78%（如剔除中钰资本回购应收款事项影响数5883.49万元，则本期公司归母净利润为11813.63万元，同比上年同口径归母净利润8967.93万元增长31.73%）。

同时，公司对中钰资本股权回购款剩余债权进行公开拍卖转让，金华市巴玛投资企业（有限合伙）以3亿元的价格受让了上述债权，从而保护公司及投资者的利益，化解风险，促进公司专注主业，健康发展。公司董事会、股东大会审议通过了本次债权转让关联交易事项。

报告期内，公司各项重点工作完成情况如下：

1.积极优化产品结构体系

根据消费者需求，公司不断完善产品体系。2020年陆续推出了大肉香肠、火锅火腿、烤肉火腿、淡火腿、植物肉腊肠、腊仔排等新品，不断丰富公司产品，改变了一只火腿打天下的局面，形成了火腿、特色肉制品、定制品牌肉类三大业务板块，产品品类更加丰富，产品结构更加合理，市场规模迅速提升。

2.建设立体化市场渠道

线上积极拓展模式及平台，布局生鲜电商、社区电商等新型渠道，直播电商增量明显，个性化定制品牌肉类与生鲜电商、社区电商的尝试效果明显；线下渠道积极开拓新客户、延展新渠道，经过重新梳理和开拓也有新进展。

3.持续提升金字品牌价值

以金字品牌为核心，构建巴玛、肉掌门、新味和、公记等多品牌矩阵，形成多品牌协同发展的格局，根据平台、用户、产品等进行不同的品牌定位与形象推广，加大宣传与推广投入，使品牌形象和影响力持续提升。

4.加大技改提升效率

随着社会和科技发展，公司积极应用新技术、新软件、新装备，加大技术改造与硬件提升力度，不断提高装备的机械化、自动化、智能化水平，引进先进的生产机械设备，提升效率、稳定质量、降低成本，效果较为明显。

5.提高公司治理水平

全面推进精细管理，不断完善内部控制，优化内部决策和监督机制，提升公司治理规范化水平，提高上市公司质量。

6.强化团队和企业文化建设

积极通过多渠道招聘，引进了较多优秀人才。通过重点培养骨干员工，公司业务线、生产线人才梯队已经形成。经过组织架构改革，将合适的人才匹配到合适的岗位，让每个人都有自己的职业生涯发展通道，形成良好的人才氛围，为公司持续发展提供了人才储备。加强企业文化的宣导，让公司使命、愿景、价值观、工作原则深入人心，形成共识。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

√ 适用 □ 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
火腿	133,701,862.13	54,938,467.74	41.09%	0.91%	3.38%	0.98%
特色肉制品	116,645,294.11	56,417,762.50	48.37%	99.92%	71.14%	-8.13%
品牌肉	424,372,893.61	49,088,145.02	11.57%	731.33%	157.64%	-25.75%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

√ 适用 □ 不适用

报告期内营业收入、营业成本分别同比增长152.32%、237.44%，归属于上市公司普通股股东的净利润同比增长76.78%，主要是公司重点发展大肉香肠、香肠、腊肉、酱肉、咸肉等特色肉制品，同时大力发展个性化定制品牌肉业务，积极拓展线上线下市场，公司整体销售收入、成本及利润均有增长。

6、面临退市情况

□ 适用 √ 不适用

7、涉及财务报告的相关事项**(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明**

√ 适用 □ 不适用

1. 公司自2020年1月1日起执行财政部修订后的《企业会计准则第14号——收入》(以下简称新收入准则)。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则的累积影响数追溯调整本报告期期初留存收益及财务报表其他相关项目金额。

执行新收入准则对公司2020年1月1日财务报表的主要影响如下：

单位：元

项 目	资产负债表		
	2019年12月31日	新收入准则调整影响	2020年1月1日
预收款项	16,489,791.24	-10,603,596.76	5,886,194.48
合同负债		9,672,850.20	9,672,850.20
其他流动负债		930,746.56	930,746.56

2. 公司自2020年1月1日起执行财政部于2019年度颁布的《企业会计准则解释第13号》，该项会计政策变更采用未来适用法处理。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

其他原因的合并范围变动

单位：元

公司名称	股权取得方式	股权取得时点	出资额	出资比例
肉掌门电子商务有限公司	新设子公司	2020-08-13	100,000.00	100.00%