

公司代码：603668

公司简称：天马科技

福建天马科技集团股份有限公司
2021 年年度报告摘要

第一节 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 www.sse.com.cn 网站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性、准确性、完整性，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 容诚会计师事务所（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 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司2021年度的分配预案是：公司拟以2021年度利润分配方案实施时股权登记日登记的扣除公司回购专用账户后的总股本为基数，每10股派发现金红利0.40元（含税）。截至2021年12月31日，公司总股本436,164,726股，剔除公司目前回购专用账户所持有的6,887,763股，以429,276,963股为基数计算合计拟派发现金红利17,171,078.52元（含税）。本年度不进行送股及资本公积金转增股本。该预案尚需提交公司2021年年度股东大会审议批准。

第二节 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
A股	上海证券交易所	天马科技	603668

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	戴文增	李佳君
办公地址	福建省福清市上迳镇工业区	福建省福清市上迳镇工业区
电话	0591-85628333	0591-85628333
电子信箱	wenzengdai@126.com	ljj@jolma.cn

2 报告期公司主要业务简介

（一）饲料行业基本情况

饲料行业是现代畜牧业和水产养殖业发展的物质基础，是连接种植业与养殖业的中轴产业，是农业产业链中的重要环节。随着全球经济的发展和人口数量的持续增长，市场对于动物性食品的消费需求不断增加，促进了禽畜、水产养殖业的发展，从而间接拉动饲料加工业的稳步增长。

根据全球性动物保健公司奥特奇发布的《2022 年农业食品展望》中全球饲料调查数据显示，2021 年全球饲料行业总产量达到 12.355 亿吨，同比增长 2.3%，连续 6 年突破 10 亿吨大关。全球饲料产量主要集中在亚太、欧洲和北美地区，其中 2021 年亚太地区饲料产量达 4.58 亿吨，占比 37.08%，同比增长 5.7%。按物种划分的饲料产量占比数据统计，肉鸡 28.40%，猪 25.11%，蛋鸡 12.85%，水产养殖 4.16%。全球饲料产量的主要增长来自猪、肉鸡和水产饲料等。

我国饲料业起步于上世纪 70 年代末，在改革开放四十多年的发展进程中，大致经历了四个阶段：上世纪 70 年代末至 80 年代初的初创期、1983—2000 年快速发展期、2001—2010 年快速扩张期、2011 年至今的稳健发展及整合扩张期。纵观四十余年的发展，我国饲料工业砥砺前行，改革创新，在建立完整饲料工业体系的同时，始终保持着较高速的发展，从 1992 年起饲料总产量跃居世界第二位，到 2011 年我国饲料总产量超过美国，成为全球第一饲料生产大国。

报告期内，受生猪生产加快恢复、水产和反刍动物养殖持续发展等因素拉动，全国工业饲料产量实现较快增长，饲料行业高质量发展取得新成效。根据全国畜牧总站、中国饲料工业协会发布的数据，2021 年，全国工业饲料总产量 29,344.3 万吨，比上年增长 16.1%。其中，猪饲料产量 13,076.5 万吨，增长 46.6%；蛋禽饲料产量 3,231.4 万吨，下降 3.6%；肉禽饲料产量 8,909.6 万吨，下降 2.9%；水产饲料产量 2,293.0 万吨，增长 8.0%。从结构上看，猪饲料和禽饲料是我国饲料产品结构中的主要品种，畜禽饲料产量占比在 86% 左右；水产饲料产量仅次于畜禽饲料，占我国饲料总产量的 8% 左右。

近年来，中国经济进入新常态，我国饲料行业紧紧围绕推进农业供给侧结构性改革主线，以提质增效、结构调整、科技创新为突破点，着力打造新业态、拓宽新渠道，加快推进饲料工业转型升级。当前，我国饲料行业加快向着规模化、标准化、集约化方向发展，与畜牧业、水产养殖业深度融合发展的速度加快，国家政策的支持和行业的日趋规范以及下游养殖业结构的优化促进饲料行业集中度的进一步提升，有利于规模化饲料企业的发展。根据中国饲料工业协会发布的数据，我国 2021 年饲料年产量 100 万吨以上规模饲料企业集团 39 家，占全国饲料总产量 59.7%。随着饲料产业的日趋成熟，国内饲料市场竞争的深度、广度、激烈程度超过以往，优势企业多利用行业整合机遇及规模优势，通过收购、兼并和新建扩大产能，或进行产业链的延伸，或发展多元化的业务；中小企业面对资本压力、人才压力、技术压力和服务能力等发展瓶颈，将逐步被优势企业整合并购或退出市场。

我国饲料行业市场容量巨大，饲料工业支撑生产的肉类、禽蛋和养殖水产品产量稳居世界第一位。肉类产品需求的不断增长将对上游饲料行业的发展具有持续的促进作用。得益于我国国民经济的持续增长、城乡居民收入的不断提高，我国居民对肉类产品的需求稳步增长，工业饲料普及率将进一步提高，我国饲料行业仍有良好的市场前景。

（二）水产养殖行业基本情况

水产养殖是人为控制下繁殖、培育和收获水生动植物的生产活动，一般包括在人工饲养管理下从苗种养成水产品的全过程。改革开放以来，中国水产养殖业快速发展。1985 年，我国渔业确立了以养为主的发展方针，由此拉开了产业结构调整序幕，彻底改变了中国渔业产业发展的格局。1988 年，中国水产养殖产量首次超过了捕捞产量。1989 年，中国水产品产量跃居世界第一位。

我国渔业产量中养殖与捕捞之比，从 1978 年的 26:74、1985 年的 45:55，到 2020 年达到 80:20。中国水产养殖业的发展从根本上改变了依靠捕捞天然水产品的历史，极大缓解了天然渔业资源保护利用的压力。

近年来，水产养殖产业布局从沿海地区和长江、珠江流域等传统养殖区扩展到全国各地，养殖品种呈现多样化、优质化趋势，海水养殖由传统的贝藻类为主向虾类、贝类、鱼类、藻类和海珍品全面发展，淡水养殖打破以“青、草、鲢、鳙”四大家鱼为主的传统格局，鳊鲈、大黄鱼、石斑鱼、河蟹等一批名优特水产品已形成规模，工厂化养殖、深水网箱养殖和生态养殖已成为养殖主要模式。目前，水产养殖业已成为我国农业的重要组成部分和农村经济的重要增长点之一。

中国是世界渔业大国、水产养殖第一大国。据《2021 中国渔业统计年鉴》数据显示，2020 年我国水产养殖总产量达 5,224.20 万吨，占全国水产品总产量的 79.8%，占世界水产养殖总产量的 60% 以上，连续 32 年位居世界第一。我国水产养殖经济品种种类超 300 种，全国水产品人均占有量高达 46.39 千克，是世界平均水平的 2 倍以上。作为一个水产品生产大国，我国在水产品消费上却非常少，据《中国统计年鉴 2021》显示，2020 年全国人均水产品消费量仅有 14 千克左右，远低于同期肉禽的人均消费量。随着我国居民生活水平的提升，消费结构不断优化和改善，水产品膳食结构中的比重不断增加，水产品的消费需求将呈稳定增长态势。

2022 年 2 月 22 日，中共中央国务院正式公布的《关于做好 2022 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》指出，牢牢守住保障国家粮食安全和不发生规模性返贫两条底线，扎实有序做好乡村发展、乡村建设、乡村治理重点工作，全面推进乡村振兴。其中，“稳定水产养殖面积，提升渔业发展质量”、“强化水生生物养护，规范增殖放流”、“鼓励发展工厂化集约养殖、立体生态养殖等新型养殖设施”等重点要求指引水产行业稳健发展。在国务院发布的《“十四五”推进农业农村现代化规划》中，提出完善重要养殖水域滩涂保护制度，严格落实养殖水域滩涂规划和水域滩涂养殖证核发制度，保持可养水域面积总体稳定，到 2025 年水产品年产量达到 6,900 万吨。农业农村部印发的《“十四五”全国渔业发展规划》提出，到 2025 年，渔业科技进步贡献率达到 67%，力争到 2035 年基本实现渔业现代化。

随着我国海洋强国建设稳步推进，我国“十四五规划”中明确提出要优化近海绿色养殖布局，建设海洋牧场，发展可持续远洋渔业。可以预见，“十四五”将是我国加快海洋牧场建设的重要战略机遇期。沿海省市积极发展现代海洋渔业，山东、福建、广东、辽宁、海南、吉林、江苏、浙江、广西十四五规划纲要均提出，培育现代海洋渔业，推动海洋绿色牧场建设。目前，我国水产养殖行业已有众多环节引入了数字技术，其中水质监控、预警及管理、自动投饲系统、水产病害远程诊断、水产品质量安全追溯等技术发展都是水产养殖行业的发展必经之路，此外，智能水产养殖将物联网和大数据运用到水产养殖中，也是当下正在发展和创新的新模式。

随着消费升级、餐饮业发展、食品安全意识提升和技术革新的推动，以及经过环保提升、病害疫情的洗礼，我国养殖业已迈入工业化、规模化、集约化、智能化阶段，但水产养殖品种受到资源、技术、土地等客观因素的影响，规模化程度远低于禽养殖和生猪养殖。从市场集中度来看，目前我国水产养殖行业市场参与者主要为中小企业。根据企查查的数据显示，注册资金在 100 万元以下的企业数占比达到了 72.16%。整体来看，水产养殖行业较为分散，行业壁垒较低，行业内企业众多，竞争较为激烈。同时，我国水产养殖业面临养殖水域周边污染、养殖布局不合理、人

工智能化水平较低等问题，因此，加快推进水产养殖业绿色发展，促进产业转型升级，依靠设备实现自动化的管理，从而减少水产养殖的风险和降低水产养殖的成本等将是水产养殖行业重要发展趋势，而具有优质种苗、技术资金实力较强的养殖企业将会成为水产养殖领域的先锋，在推动水产养殖技术革新中，创建更为广阔的市场前景。

鳊鱼养殖细分行业发展情况：

鳊鱼是我国渔业的支柱产业之一，鳊鱼是我国特色淡水养殖品种之一，素有“水中人参”、“水中软黄金”的美誉，因其肉质鲜嫩、营养丰富和滋补功效，深受国内外消费者青睐。全世界共有 19 种鳊鱼，它们出生于大海，在淡水中成长，最后返回大海产卵，是罕见的降河性洄游鱼类，其中欧洲鳊和美洲鳊分布在大西洋沿岸，其余皆分布于印度洋和太平洋一带。我国鳊鱼养殖品种多样，当前主养以日本鳊鱼、美洲鳊鱼和花鳊鱼等为主。

鳊鱼养殖始于日本，却远征于世界。在国家改革开放经济发展的关键四十余年中，中国鳊鱼脱胎换骨，鳊鱼逐渐发展成为我国单项水产品出口创汇最多的种类之一，更是国内水产养殖产业链最完整、产业化水平最高、产值最高的品种之一。在养殖模式方面，当前，中国鳊鱼逐渐进入转型升级阶段，规模化能力、专业化技术、产业链延伸能力成为新时期新发展的要求，原先的农户散养模式正在被工厂化、智慧化生态养殖模式取代，并正成为产业主角。

我国是世界上最大的鳊鱼生产国，近年来，活鳊鱼养殖年生产能力在 10 万-15 万吨左右，养殖区域主要集中在广东、福建和江西。鳊鱼是完全依赖捕捞天然苗种进行规模化养殖的水产品种。鳊鱼天然苗种的渔获量受多种因素影响，如资源量、气候因素、自然灾害等，2022 年度，日本鳊鱼苗种受以上因素影响，捕捞欠收，渔获量大幅下降，且日本鳊鱼年度鳊鱼苗种捕捞季已经基本结束，根据中国鳊鱼网（www.chinaeel.cn）及市场相关消息，今年我国大陆地区可以投放的日本鳊鱼苗种渔获量只有约去年的三分之一；因受疫情等相关因素影响，美洲鳊鱼苗种进口总量和去年相比下降了 20% 左右，总量也明显低于去年。

当前，鳊鱼产业已发展成为全球性产业，面向全球消费市场；同时，鳊鱼产业也属于国家政策支持产业，市场和产业发展前景良好。受鳊鱼苗供应量减少和鳊鱼存塘数量下降的影响，自 2021 年四季度以来，养殖商品鳊鱼收购价格保持稳中上涨趋势。消费端，国际市场方面，日本市场逐渐回升，同时新兴的国际市场如美国、俄罗斯、东南亚等正在崛起，中国鳊鱼已出口全球 60 多个国家和地区，国内市场方面，随着人民生活水平的提高，鳊鱼食品研发的不断推进和鳊鱼文化的不断普及，鳊鱼销售渠道在电商、新零售、商超、中央厨房及餐饮等线上线下全面铺开，越来越多的国人能够享受到鳊鱼的美味，国内消费持续升温。整体来看，鳊鱼消费正逐渐从外销为主转向内外销共同驱动的消费增长新态势。

（三）水产品加工行业基本情况

水产加工作为捕捞和养殖生产的延续和深化，起着连接水产品原料生产与市场消费的纽带和桥梁作用，具有高附加值、高技术含量、高市场占有率、高出口创汇等“四高”特点，具有较高经济效益和社会效益。根据联合国粮食及农业组织（FAO）的预计，到 2050 年世界人口数量将达到 100 亿，全球对于食品的需求量将上涨约 60%。国际饲料工业协会（IFIF）预计全球动物性食

品的需求增长速度将会更快：到 2050 年，包括家禽、猪、牛肉在内的肉类产品的需求将会翻倍，而鱼类产品的需求将增长两倍。

我国是世界第一大水产养殖和贸易大国，也是世界唯一养殖产量超过捕捞产量的水产养殖大国。随着人们收入水平的提升，健康保健意识的加强，消费升级步伐的加快，以及冷链物流的发展，我国的水产品消费市场预计将保持稳步增长。据《2021 中国渔业统计年鉴》数据显示，2020 年，我国水产品总产量达 6,549.02 万吨，水产加工品总量为 2,090.79 万吨，水产品加工产量仅为水产品总量的 31.93%，远低于全球 61% 的平均水平，我国水产加工行业市场空间广阔。

近年来，国家和各级地方政府不断加大对水产加工行业的政策支持力度，提出要积极推进水产加工行业的发展：鼓励发挥加工业对现代水产产业链打造的带动作用，联合企业开展便捷化、调理化、可即食、耐存储的加工产品开发；以水产技术推广体系为依托，建设渔业品牌化公共服务示范平台；联合开展品牌推介、产品展示、技术发布、经济分析等产业促进活动，扩大品牌影响，引导水产品消费；按照因地制宜、合理规划、突出特色、示范带动的要求，协助各地培育一批水产特色区域公共品牌，扶持企业品牌建设，促进渔业提质增效。

从产业竞争格局及发展现状看，目前我国水产品加工行业极度分散，规模化以上水产加工企业的数量偏低，且加工转化率不高，尤其是精细化加工的方便食品及精深加工的功能食品等占比偏低。随着人们经济收入增加和消费人群年轻化，消费者对于水产品的需求也开始往高品质、个性化、多元化等方向转变，助推水产加工业务赛道拓宽，行业也呈现出水产品预制化、中餐工业化、水产功能食品精准化和定制化、水产休闲食品营养化和个性化、水产加工装备自动化和智能化、科技研究系统化和产业化等趋势。未来随着市场竞争的加剧，行业将会分化出更多的新的水产加工细分行业，不断推动水产加工行业市场多元化发展。

公司食品业务鳗鲡细分行业发展情况：

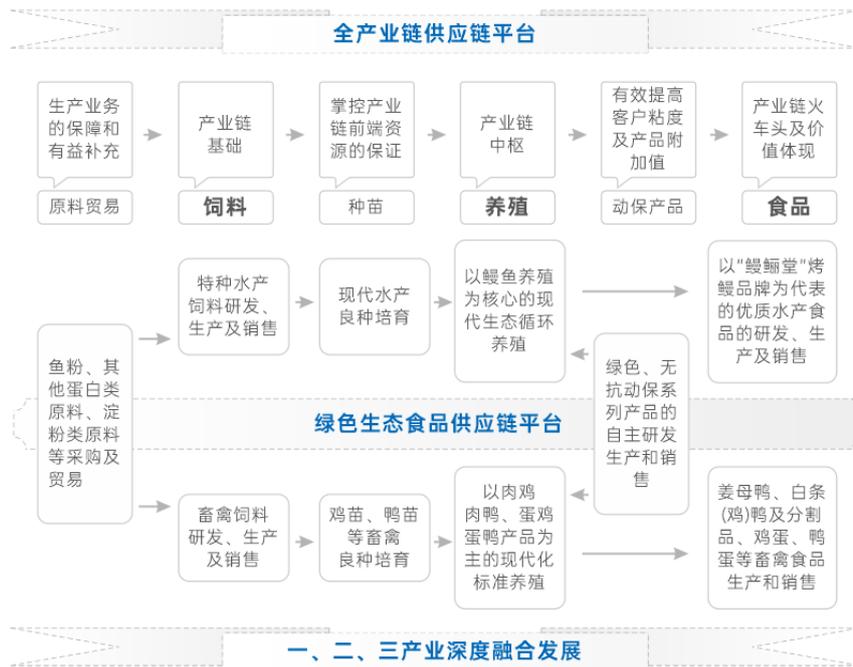
目前，中国是全球最大的鳗鲡养殖、加工和出口国，我国鳗业已经形成了从种苗、养殖、饲料生产、烤鳗加工、出口贸易等完整的产业链条。报告期内，我国鳗鲡产品出口显著增长，创近年鳗鲡产品出口额新高。据中国海关统计数据 displays，2021 年，鳗鲡出口额在我国水产品单一品种出口额中排名第四，鳗鲡产品累计出口 7.1 万吨，同比增长 33.19%；出口金额达 13.7 亿美元，同比增长 38.23%。其中，烤鳗出口 5.98 万吨，同比增加 39.7%；出口金额 11.77 亿美元，同比增加 51.5%，主要出口到日本、韩国、美国及俄罗斯联邦等国。

国内烤鳗生产和出口地主要集中在福建、广东、江西、浙江和山东五省，福建鳗业以其独特的渔业资源优势，以及产业化程度高、养殖技术与烤鳗加工工艺不断创新、市场不断拓展等，为持续发展鳗业奠定了良好的基础。目前，福建省鳗鲡养殖品种数量、鳗鲡养殖产量、烤鳗产量、鳗鲡饲料产量及鳗鲡出口创汇均居全国首位。在鳗鲡消费的传统市场外，中国国内的鳗鲡消费市场呈现逐渐兴起之势，消费数量逐年增加并有加速提升的趋势。根据中国渔业协会鳗业工作委员会数据统计，目前国内烤鳗市场年需求量约为 2-3 万吨。随着人们生活水平与消费需求的不断提高，叠加鳗鲡消费产品形态多样，销售形式多元，消费方式便捷，国内鳗鲡消费市场前景广阔。

（一）公司主要业务说明

天马科技是一家融特种水产、畜牧、食品和一二三产业融合发展的大型现代渔牧集团化企业。多年来，公司秉承“引领现代渔牧产业，提升人类生活品质”的使命，以质量求生存，以科技促发展，以管理创效益，以服务树品牌，致力于打造世界领先的现代渔牧集团化企业和人类健康食品供应商，实行“双轨制”经营模式，打造传承中华文化价值的全产业链食品供应链平台。公司拥有各分、子、孙公司 70 多家，是农业产业化国家重点龙头企业、国家技术创新示范企业、国家企业技术中心，是中国渔业协会鳃业工作委员会会长单位、中国农业产业化龙头企业协会副会长单位和中国饲料工业协会副会长单位。

报告期内，公司主营业务及全产业链业务发展模式简图如下：



1、饲料业务

(1) 特种水产配合饲料业务

公司旗下拥有六大特种水产配合饲料核心产品系列，产品主要应用于鳃鳃、石斑鱼、大黄鱼、加州鲈鱼、龟、鳖、河豚、鳃鱼、鲍鱼、海参等特种水产动物从种苗期至养成期的人工养殖全阶段。公司是国内特种水产配合饲料品种最为齐全的企业之一。报告期内，公司持续做精、做大、做强特种水产饲料行业，巩固特种水产饲料行业领头羊地位不动摇，核心产品鳃鳃配合饲料产品近年来销量稳居全国第一位，大黄鱼、石斑鱼、鲟鱼等多种饲料产品在国内特种水产配合饲料市场销售中位居前列；公司种苗早期配合饲料的成功开发打破了日本、韩国等国家的技术垄断，提升了民族水产配合饲料制造企业的地位；公司“健马牌”水产配合饲料是“中国名牌产品”，“健马牌”商标荣获“中国驰名商标”，“健马”品牌荣登亚洲品牌 500 强、中国 500 强最具价值品牌、中国农业“乡村振兴十大杰出品牌”。

2021 年度，公司特种水产配合饲料业务收入占营业收入的比例为 28.38%。

（2）畜禽饲料业务

公司控股子公司华龙集团主要从事畜禽饲料的研发、生产与销售，以“奉行绿色理念，造福人类社会”为愿景，是福建饲料行业排头兵，并担任福建省饲料工业协会副会长单位和福建省饲料产业技术创新重点战略联盟理事长单位，华龙集团为第八轮福建省农业产业化省级重点龙头企业和首批省级创新型企业，加入了饲料产业技术创新重点战略联盟。

2021年度，公司畜禽饲料业务收入占营业收入的比例为63.31%。

2、养殖业务

报告期内，公司加大养殖端战略布局力度，在福建、江西、广东等地推进以鳊鲴养殖为核心的现代生态循环养殖模式落地，引领鳊鲴养殖行业向环境友好的工厂化生态养殖模式转型，推动鳊鲴养殖行业高效化、规范化发展；依托生态内外双循环尾水净化系统，建设生态绿色环保型“种养一体化”养殖示范基地，积极打造现代水产养殖的行业标杆，大力促进水产养殖行业向规模化、标准化、绿色生态模式发展。

在畜禽养殖方面，华龙集团组建了由动物营养与饲料科学、畜禽养殖学等专业人员构成的专业研发团队，以参股及控股经营的方式涉足畜禽养殖业务，养殖品种以肉鸡、肉鸭、蛋鸡、蛋鸭等产品为主。

报告期内，公司水产养殖端战略布局有力有序稳步推进，主要养殖基地处于规划及建设阶段，部分养殖基地于第四季度开始出鱼，公司2021年度养殖业务收入占营业收入的比例较小，为1.54%。

3、食品业务

公司以天马食品及其控股子公司江西西龙、天马福荣为运营平台，以多层次质量控制体系保障食品安全，把食品安全作为运营管理的第一重点，致力于打造全球最大的烤鳗平台。天马食品“鳊鲴堂”烤鳗系列品牌、江西西龙烤鳗系列产品已深入消费者人心；同时深耕水产品，天马福荣“酷鲜”系列品牌，以大黄鱼、金鲳鱼、石斑鱼等优质鱼类为原材料，开发了多种冻品水产和熟食品，致力于为消费者提供更多的优质水产食品。

报告期内，公司继续推进建设食品业务线上化与地域化战略，与益海嘉里签订战略合作协议，达成深度合作；与阿里巴巴电商平台共同发起首届中华鳊鱼节；作为首席品牌之一连续获邀参与两届京东鳊鱼节，持续从电商、新零售、商超、中央厨房及餐饮等主流销售渠道切入进行布局，借助流量经济包括抖音、快手等网红加大产品宣传和销售力度，依托国内市场实现良性循环；同时，紧抓出口业务不放松，加大国外市场拓展力度，烤鳗出口、活鳊贸易保持良好态势。

在畜禽食品领域，华龙集团建立了生态健康、绿色友好型的发展模式，全过程导入食品安全管理体系，养殖产品获无公害产地认定证书，活鸭和鸭肉分别荣获无公害农产品认定证书，“鑫昌龙”、“昌龙农牧”、“昌龙飞鸭”等商标被消费者普遍认知，产品畅销福建、广东、四川、江西、浙江、湖南等多个省份和地区。

2021年度，公司水产品销售及食品业务收入占营业收入的比例为4.79%。

4、原料销售及贸易业务

公司生产的饲料特别是特种水产配合饲料所需的主要原材料为鱼粉、其他蛋白类原料（主要为豆粕、花生粕、菜粕）以及淀粉类原料（主要为淀粉、面粉），其中鱼粉是公司产品最主要的单项原料。公司根据全年饲料生产需求及多年的采购经验及策略，适时采购并库存较大数量的鱼粉

及其他原材料，控制鱼粉及其他原材料采购成本，确保生产供应；同时，根据“质量控制优先、兼顾贸易利润”的原则，在保障生产供应的前提下，公司会择机适当出售部分鱼粉及原材料以赚取贸易利润。原料销售及贸易业务为公司生产保驾护航，是公司生产业务的保障和有益补充。

5、种苗业务

种业是国家战略性、基础性核心产业，报告期内，公司以海得水产为运营平台，进军水产种苗的研发、生产、销售及服务领域。公司当前以加州鲈、鳊鱼、石斑鱼、大黄鱼、河鲀、黄颡鱼、虾等特种水产品为主要品种开展种苗培育，积累水产种苗繁育经验，将来覆盖更多特种水产苗种培育，并拟在时机成熟时申请建立国家良种基地，构建苗种推广体系。在畜禽种苗领域，华龙集团拥有国家鸭子良种厂，有 30 年以上的养殖和现场管理经验。

6、动保产品

公司动保产业充分发挥鳊鱼全产业链项目的自身优势，围绕饲料、养殖、食品三大主营业务的需要自主发展，产业呈现规范化、规模化、标准化、多样化的发展特点，已自主生产研发推出“微生态制剂、保肝护胆健肠、营养保健、底质改良、培菌培藻、微量多矿、发酵饲料、水质分析测量及中药制剂”等 9 大系列产品，基本上涵盖鳊鱼、加州鲈、大黄鱼、石斑鱼、虾蟹等水产养殖品种的养殖配套需求，在现代良种繁育、工厂化循环水低碳渔业养殖、绿色安全健康系列产品（含食品）加工等产业环节中起到了替抗、减抗、零抗的作用，市场需求日益增加，有效提高了客户粘度和公司产品附加值。

（二）公司主要产品

公司目前销量占比较大的品种以及公司现阶段重点开拓的产品品种如下：

产品	分类及用途	产品技术水平
特种水产配合饲料业务		
鳊鱼配合饲料	黑仔配合饲料：用于 2.0 克至 10.0 克黑仔鳊 幼鳊配合饲料：用于 10.0 克至 50.0 克幼鳊 成鳊配合饲料：用于大于 50.0 克成鳊	其中鳊鱼无公害膨化浮性颗粒饲料被列为国家火炬计划项目，高效花鳊鱼专用配合饲料产业化开发与应用被列为国家星火计划项目。总体技术水平处于国内领先。黑仔鳊鱼无公害膨化颗粒配合饲料、幼鳊无公害膨化颗粒配合饲料、成鳊无公害膨化颗粒配合饲料、日本鳊鱼黑仔鳊鱼阶段粉状配合饲料、日本鳊鱼幼鳊阶段粉状配合饲料均已获得发明专利授权。公司参与修订《鳊鱼配合饲料》行业标准，获福建省标准贡献三等奖。《高效鳊鱼配合饲料的开发及其在鳊鱼健康养殖全过程中的应用》获得福建省科技进步三等奖。
鳊鱼配合饲料	稚鳊配合饲料：用于小于 150 克稚鳊 幼鳊配合饲料：用于 150 克至 400 克幼鳊 成鳊配合饲料：用于大于 400 克成鳊	中华鳊系列配合饲料已获得三项发明专利授权。《中华鳊配合饲料》国家标准由公司制定，并经过国家发布实施。
大黄鱼配合饲料	鱼种配合饲料：用于 11 克至 150 克大黄鱼 食用鱼配合饲料：用于大于 150 克大黄鱼	大黄鱼幼鱼慢沉膨化颗粒配合饲料、大黄鱼中成鱼慢沉膨化颗粒配合饲料、软颗粒的大黄鱼幼鱼

		配合饲料均获得发明专利授权。《大黄鱼配合饲料》国家标准由公司制定，并经过国家发布实施。
金鲳配合饲料	幼鱼配合饲料：用于 60~120mm 长幼鱼 中鱼配合饲料：用于 120~200mm 长中鱼 成鱼配合饲料：用于大于 200mm 长成鱼	该产品的地方标准为公司负责起草制订，并发布实施，且获得福建省标准贡献三等奖。金鲳鱼中成鱼膨化颗粒配合饲料已获得发明专利授权。
石斑鱼配合饲料	幼鱼配合饲料：用于 50 至 500 克石斑鱼 中鱼配合饲料：用于 500 至 5000 克石斑鱼 成鱼配合饲料：用于不小于 5000 克石斑鱼	石斑鱼粉状配合饲料已获得发明专利授权。公司自主研发的石斑鱼配合饲料产品营养全面均衡、氨基酸总量高、产品使用方便等具有优势，其中粗蛋白质含量可达 60%。该产品与进口的欧洲、日本同类产品在技术和质量上相比拥有优势。该科研技术的突破，在养殖过程中为养殖户带来更佳的生长性能及使用便利，目前具有一定的市场潜力。
加州鲈配合饲料	稚鱼配合饲料：用于小于 25 克稚鱼 幼鱼配合饲料：用于 25 克至 100 克幼鱼 中成鱼配合饲料：用于大于 100 克中成鱼	攻克了饲料中低淀粉加工工艺技术，开发了强化系列配合饲料产品。基于维护加州鲈肝胆健康，开发了加州鲈功能性配合饲料。
种苗期配合饲料	种苗早期配合饲料：鱼贝贝、益多美、育苗宝 种苗后期配合饲料：白仔鳗饲料及种苗后期配合饲料	公司种苗期配合饲料产品涉及 6 项发明专利授权，包括：鲟鱼稚鱼膨化颗粒配合饲料、玻璃鳗配合饲料、金鲳鱼稚鱼膨化颗粒配合饲料、大黄鱼稚鱼慢沉膨化颗粒配合饲料、黄颡鱼稚鱼膨化颗粒配合饲料、日本鳗鲡白仔鳗阶段粉状配合饲料。其中，玻璃鳗配合饲料产品的地方标准为公司负责起草制定，并发布实施，且获得福建省标准贡献二等奖。
鲍鱼配合饲料	稚鲍配合饲料：用于壳长小于 3.0 毫米的鲍鱼 幼鲍配合饲料：用于壳长不小于 3.0 毫米，不大于 30.0 毫米的鲍鱼 成鲍配合饲料：用于壳长大于 30.0 毫米的鲍鱼	公司自主研发的鲍鱼配合饲料，采用压片工艺、膨化工艺及微颗粒一次成型三种模式，适用于从鲍鱼种苗培育至养成商品鲍各个养殖阶段，也适用于室内工厂化养殖模式、室外精养、粗养模式，海区网箱吊养殖模式。产品覆盖面广，产品工艺技术与配合饲料配方技术均为我司自主创新。
海参配合饲料	稚参：幼体附着后至体长（自然伸展） ≤ 1 cm 的刺参 幼参：体长（自然伸展）1 cm~5cm 的刺参 养成参：体长（自然伸展） ≥ 5 cm 的刺参	公司自主研发的海参配合饲料，采用压片工艺、膨化工艺及超微粉碎工艺三种模式。适用于海参从种苗培育阶段至商品参的各个养殖阶段，也适用于海区吊养殖模式、室外粗养模式，还要适用于小杂鱼或海带搅拌混合投喂的模式，产品工艺技术与配合饲料配方技术均为我司自主创新。
虾类配合饲料	虾苗配合饲料：用于体长 ≤ 0.7 厘米虾苗 稚虾配合饲料：用于体长 0.7 厘米至 1.5 厘米稚虾 幼虾配合饲料：用于体长 1.5 厘米至 3.0 厘米	南美白对虾养殖前期配合饲料、南美白对虾养殖中期配合饲料、南美白对虾养殖后期配合饲料等已获得三项授权发明专利。《高效环境友好型对虾配合饲料的开发》被列为福州市科技计划项目。

	幼虾 中虾配合饲料：用于体长 3.0 厘米至 8.0 厘米中虾 成虾配合饲料：用于体长≥8.0 厘米成虾	成功开发出安全高效环保的 EP 全熟化系列虾料，采用全熟化工艺，外表光滑，基本不含粉末，营养更全面，熟化度高，消化吸收更好，饲料转化率高，免疫力强，虾生长更快更健康。使用本产品能大幅缩短养殖周期，有效降低养殖风险，节能减排，节约各项养殖成本，提高养殖经济效益。	
畜禽饲料业务			
猪配合饲料	乳猪配合饲料：断奶后前两周 仔猪配合饲料：体重 15kg~25kg 中猪配合饲料：体重 25kg~60kg 大猪配合饲料：体重 60kg 至出售 后备母猪配合饲料：体重 50kg 至配种 妊娠母猪配合饲料：配种至怀孕 95 天 哺乳母猪配合饲料：怀孕 96 天至再次配种 种公猪配合饲料：公猪配种期	在减抗禁抗的大环境之下，精准营养、平衡营养的饲料配方设计技术尤为关键，以减轻过剩的蛋白质营养给猪带来的胃肠道消化负担。公司曾主持福建省地方标准《猪用氨基酸平衡型低蛋白配合饲料》的制订；研发的《多功能复合型无公害猪添加剂预混料》曾荣获福建省第二批自主创新产品。猪用饲料配制技术处于国内领先水平。	
鸭配合饲料	肉用仔鸭前期配合饲料：1 日龄~21 日龄 肉用仔鸭中期配合饲料：22 日龄~42 日龄 肉用仔鸭中后期配合饲料：22 日龄~出售 蛋鸭育成后期配合饲料：产蛋青年鸭 蛋鸭产蛋前期配合饲料：14 周龄~5%产蛋率 蛋鸭产蛋高峰期配合饲料：产蛋高峰期	公司主持的福建省种业创新与产业化工程专项专题《优质肉鸭专用饲料生产基地建设》已通过项目验收和评审；参与的《优质肉鸭种业创新与生态养殖产业化工程建设》项目，获得省科学技术进步二等奖和神农福建农业科技奖二等奖；产业一体化生产的鸭肉被福建省绿办认定为“无公害农产品”。在设计生产优质、高效、安全的肉鸭饲料方面处于国内领先水平。	
鸡配合饲料	肉用仔鸡前期配合饲料：1 日龄~21 日龄 肉用仔鸡中期配合饲料：22 日龄~42 日龄 肉用仔鸡后期配合饲料：43 日龄~出售前一周 肉用仔鸡后期配合饲料：出售前一周 蛋小鸡配合饲料：1 周龄~4 周龄 蛋中鸡配合饲料：5 周龄~17 周龄 蛋大鸡配合饲料：18 周龄~5%产蛋率 蛋鸡产蛋高峰期配合饲料：产蛋高峰期	鸡配合饲料系列产品利用公司主持的《环境友好型饲料关键技术集成及产业化开发》省科技重大专项研发成果和参与研究的《优质肉鸡日粮配制新技术的研究》成果（神农福建农业科技奖二等奖）进行组装和集成，并在肉鸡养殖上推广应用球虫疫苗，有效地解决了困扰肉鸡养殖的球虫病顽疾，在抗病营养配制技术上取得突破性成效。	
水产品销售及食品业务			
烤鳗	按 烧 烤 方式	白烧烤鳗（没有经过酱汁的烧烤） 蒲烧烤鳗（经过酱汁的烧烤）	鳗鲡营养价值非常高，被称为水中软黄金，富含蛋白质、脂肪、钙、铁、钾和维生素 A、E；鱼肉中含有丰富的优质蛋白质和人体必需的氨基酸，其中含有的磷脂、DHA、EPA、西河洛克蛋白均高于其他水产品、肉类；产品卫生质量标准符合 GB/T 21289——2007《冻烤鳗》的要求，出口产品符合进口国质量卫生要求。公司“鳗鲡堂”蒲烧烤鳗荣获位于比利时布鲁塞尔的国际风味评鉴
	按 加 工 方式	长烧烤鳗（无头背开，有头背开，有头腹开）	
		串烧烤鳗（三切串，四切串，一本串）	
		段烧烤鳗	
按 是 否	普通产品（非真空包装）		

真空包装	真空产品	所（International Taste Institute）“顶级美味奖章”（Superior Taste Award）3星奖，由FBIF食品饮料创新论坛策划主办的第四届Wow Food Awards 2021最佳方便食品奖，由Monde Selection颁发的产品品质评鉴2021年金奖，以及2021中国农产品百强标志性品牌。
用途：作为食品供人类食用，不同的产品烧烤方式、加工方式或包装方式不同，可以满足不同地区消费者的个性化需求。		

（三）公司的经营模式

1、饲料业务经营模式

（1）特种水产配合饲料业务经营模式

根据特种水产配合饲料行业和公司自身特点，公司采取了“中心+子公司”的经营模式，设立了采购中心、生产管理中心、研发中心、财务中心、营销服务中心和人力资源中心，建立了独立、完整、有效衔接的采购、生产、技术、财务、销售等核心业务环节，为公司业务健康快速发展提供了有力支撑。

在每年的岁末或年初，公司都要召开总结、计划及动员大会，对国内外经济形势和行业发展趋势进行认真分析，总结上年度的工作经验，根据不断变化的市场形势，结合公司实际情况，制定出切实可行的年度工作目标，并分解到各中心、事业部和子公司，推行部门领导“一把手负责制”，从而确保目标任务的顺利完成或超额完成。

① 采购模式：公司建立了由采购中心总体管控下的“集团采购平台”和“子公司采购平台”两个采购平台，实行“集中采购和授权采购”相结合的采购管理模式。鱼粉、预糊化淀粉、面粉、豆粕、花生粕、菜粕等大宗、关键原材料，公司实行集中采购模式，集中采购的原材料数量占公司原材料采购总量的90%以上，对于不涉及公司核心技术、价格较低、运输成本占总成本比例较大的辅料，以及当地具备原材料供应优势的品种，实行授权采购模式，授权采购在公司采购总量中的占比不到10%。在采购操作上，实行计划采购与即时采购相配合、鱼粉贸易与鱼粉存货管理相结合和现货市场与期货市场相结合等方式。通过以上采购模式，公司能有效控制原材料质量、降低经营风险和生产成本，在满足公司生产需求的前提下，提高整体采购效率，有利于公司利益的最大化。

② 生产模式：公司配合饲料产品以订单生产为主，客户至少提前3天将提供饲料需求信息提供给营销事业部，营销事业部通过云营销系统直接下单给营销服务中心。营销服务中心作为订单接收部门通过内部ERP信息系统将信息立即传递至生产管理中心，经部门协调后，根据成品、原材料库存信息等情况安排生产计划。

③ 销售模式：公司销售业务实行集团营销管理委员会、营销事业部和市场部三级管理，根据国内特种水产养殖的区域及市场分布情况、各区域养殖的规模、养殖品种的特点、市场成熟度的差异，采取了经销与直销相结合的销售模式。养殖规模较大、市场成熟度高、养殖品种集中度高的区域采用直销模式，终端客户直接向公司购买饲料产品。养殖规模较小、市场成熟度低、养殖品种及养殖场分散的区域采取经销模式，终端客户通过经销商购买公司饲料产品。

（2）畜禽饲料业务经营模式

① 采购模式：华龙集团采取“共享采购信息平台，各区域子公司自行采购”的采购模式。各地子公司针对当地有优势的地方区域性原料，根据自身的采购需求信息，分析制定地方采购计划，向供应商独立采购。

② 生产模式：各子公司畜禽饲料产品的生产主要采取按订单需求生产的模式。根据销售部门

提供的订单需求情况，按照区域、品种制定生产计划，提前安排原料采购和生产加工。在生产计划决策过程中，大部分公司运用新佳 F3 系统将生产、销售、库存等信息实时进行整合，为公司生产决策提供依据，使各相关部门协调运作。华龙集团主要生产和销售配合饲料，对于销售半径在 200 公里以内的配合料，由于该类产品单位价值较低、销售半径较小，运输成本决定了产品的价格竞争力，公司基本在当地成立子公司并采取属地生产的方式。作为历史悠久的饲料企业，公司在生产硬件上采用了国内较先进的自动成套生产设备，在饲料生产的投料、粉碎、配料、混合、调制制粒、冷却、打包等生产环节中可以做到相对精确的生产系统控制。

③ 销售模式：由于畜禽饲料产品毛利率较低，且饲料生产具有“大进大出”的特点，通过采购玉米、豆粕等大宗饲料原料进行加工，饲料产品主要是配合饲料，采购、销售的物流量很大，配合饲料的销售具有一定的经济运输半径。为降低运输成本，增强竞争力，华龙集团通过在重点市场区域设立子公司，实行就近生产、产地销售。华龙集团采用的是“经销+直销”的销售模式。如针对众多的中小型养殖户，企业通过经销商销售饲料产品；而有规模、有资金的养殖企业和养殖场，则更倾向于向饲料企业直接采购饲料产品。

2、养殖业务经营模式

公司主要以子公司三渔养殖、三明天马、江西天马及其控股子公司为鳊鲴养殖业务运营平台，打造并推行现代化、标准化、设施化、自动化、数智化的工厂化养殖模式及池塘生态养殖模式，促进产业可持续发展，引领鳊鲴产业转型升级高质量发展。

① 采购模式：公司建立了由采购中心总体管控下的“集团采购平台”和“子公司采购平台”两个采购平台，实行“集中采购和授权采购”相结合的采购管理模式。种苗、饲料、动保、电缆、发电机、增氧机、空气能热泵系统、智能监控系统、管道等大宗、关键原材料和设施设备，公司实行集中采购模式，集中采购的物料数量占公司物料采购总量的 90% 以上，对于不涉及公司核心技术、价格较低、运输成本占总成本比例较大的物料，以及当地具备物料供应优势的品种，实行授权采购模式，授权各地子公司针对当地有优势的地方区域性物料，根据自身的采购需求信息，分析制定地方采购计划，向供应商独立采购。授权采购在公司采购总量中的占比不到 10%。

在采购操作上，实行计划采购与即时采购相配合方式。通过以上采购模式，公司能有效控制物料质量、降低经营风险和生产成本，在满足公司生产需求的前提下，提高整体采购效率，有利于公司利益的最大化。

② 生产模式：公司养殖以规模化养殖模式为主，现代化工厂化鳊鲴养殖项目以 1 万 m² 养殖水面积（年投苗 300 万尾鳊苗）为一个标的，现代化池塘生态养殖项目以 1000 亩养殖区域（年投苗 240 万尾鳊苗）为一个标的。每一子公司均建立溶氧智能调控、水质在线监测、病害远程诊断、质量全程追溯的养殖全程智慧一体的水产养殖体系。每天通过养殖报表汇总养殖情况，结合专家组、技术部等技术力量分析养殖情况，统筹规划养殖目标，合理安排养殖进度和病虫害防治。子公司每一季度均安排鳊鲴选别，通过选别大小分池，同时可以实际得出鳊鲴存塘量和存塘尾数，根据投苗时间及存塘量合理安排出鱼时间及数量，有计划进行商品鳊销售和鳊苗投放。

③ 销售模式：公司销售业务实行集团鳊鲴管理委员会、直销部和活鳊部三级管理，根据国内外鳊鲴养殖市场情况、各子公司养殖的规模、养殖品种的特点、商品鳊季节价格的差异，采取了直销和经销相结合的销售模式。商品鳊可以按照不同规格销售给烤鳊加工企业，也可以销售国内水产批发市场，同时还可以直接活鳊出口销售日本、韩国等国家。

3、食品业务经营模式

当前，公司主要以天马食品及其控股子公司西龙食品、天马福荣为运营平台，以多层次质量

控制体系保障食品安全，把食品安全作为运营管理的第一重点，致力于打造全球最大的烤鳗平台。

① 采购模式：活鳗收购占总采购额比重约 96%，公司一般与养殖户提前半个多月签署《鳗鲡购销协议书》，约定采购活鳗的规格、单价、交货日期、付款方式等，目前活鳗均来源于福建区域，且均为送货上门，货款基本同时结清。公司在确定养殖户前会抽取样本送往第三方检测，活鳗送货上门后也会进行第二次抽样检测。

② 生产模式：公司目前主要销售产品为冷冻烤鳗，主要系订单式生产，生产周期较短。

③ 销售模式：

a. 国内销售：

报告期内，公司在稳固出口渠道的同时积极拓展国内线上及线下渠道，公司从电商、新零售、商超、中央厨房及餐饮等线上线下主流销售渠道切入布局；采用年轻化、个性化消费发展战略，与头部主播进行深度合作，打通京东自营店、天马优选商城、天猫旗舰店等线上平台，拓展 C 端销售渠道，借助流量经济包括抖音、快手等新兴媒体加大产品宣传和销售力度。

内销业务中，公司业务部门首先基于客户的需求和客户的存货、销售情况和对原料、市场行情分析做出销售计划和产品需求计划。公司主要通过产品订货会、水产展会等方式在全国各区域内寻找客户。公司业务人员在确定相关目标客户后，进行客户信息的收集，并积极与客户取得联系后组织市场部门、研发部门人员对客户进行拜访洽谈，介绍公司产品情况，了解客户的需求。确认合作意向后，就客户意向产品的品类、规格、样品、付款与账期等事项进一步沟通洽谈，进行报价。客户确定产品报价后进行付款方式、交期等信息的确认，涉及授信的，需提请授信流程，对客户的基本信息、资质、征信情况进行审查，同时业务部门与后台沟通订单要求进行订单下达并跟进生产发货事宜。

b. 国外销售：

外销业务中，公司主要通过公司控股子公司西龙食品、天马福荣现有销售渠道、全球各大展会或者其他业务机会与客户进行初步接触。确认有合作意向后，向客户报价，并确认商品的品类、规格、样品、交期、付款及账期等事项，签订销售合同，随后安排生产或整理库存以供直接出货使用。经客户抽检、报检、报关等，由运输公司将货物运到指定的地点。

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

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	5,141,413,063.10	3,303,044,637.99	55.66	2,726,383,441.04
归属于上市公司股东的净资产	1,851,513,600.55	1,219,000,271.84	51.89	1,145,527,284.87
营业收入	5,419,021,956.27	3,639,957,005.03	48.88	2,428,383,824.74
归属于上市公司股东的净利润	83,565,632.30	68,943,535.81	21.21	56,854,322.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	73,498,798.99	52,092,280.19	41.09	42,579,897.03
经营活动产生的现金流量净额	229,058,066.61	406,755,315.92	-43.69	745,597,965.4

加权平均净资产收益率（%）	5.61	5.83	减少0.22个百分点	5.35
基本每股收益（元/股）	0.22	0.20	10.00	0.18
稀释每股收益（元/股）	true	true		

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	949,082,453.80	1,481,216,091.09	1,569,688,679.61	1,419,034,731.77
归属于上市公司股东的净利润	18,428,753.99	42,446,357.30	23,052,463.63	-361,942.62
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	17,229,915.01	37,869,919.27	21,112,907.62	-2,713,942.91
经营活动产生的现金流量净额	107,632,693.90	126,225,989.57	-327,525,139.99	322,724,523.13

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

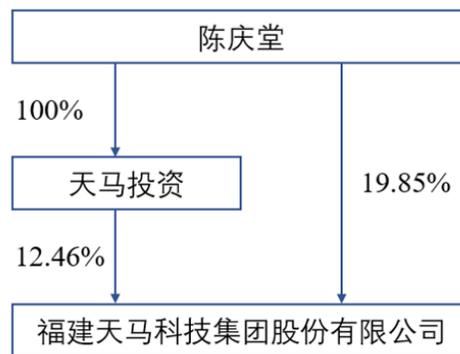
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）		18,070					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		17,252					
截至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、标记或冻结情 况		股东 性质
					股份 状态	数量	
陈庆堂	0	86,557,557	19.85	0	质押	56,260,000	境内自 然人
福建天马投资发展 有限公司	30,896,551	54,353,026	12.46	30,896,551	无	0	境内非 国有法 人
厦门夏商投资有限 公司	13,793,103	13,793,103	3.16	13,793,103	无	0	其他
郑坤	-3,839,926	11,526,974	2.64	0	无	0	境内自 然人
中国银行股份有限公司一招商瑞文混	8,972,680	8,972,680	2.06	0	无	0	其他

合型证券投资基金							
厦门博芮东方投资管理有限公司一博芮东方价值6号私募证券投资基金	8,620,689	8,620,689	1.98	8,620,689	无	0	其他
刘俊辉	7,575,506	7,586,206	1.74	7,586,206	无	0	境内自然人
林家兴	-2,420,000	7,278,100	1.67	0	无	0	境内自然人
何修明	-2,420,000	7,278,100	1.67	0	无	0	境内自然人
东吴基金一东吴证券股份有限公司一东吴基金浩瀚1号单一资产管理计划	6,155,173	6,155,173	1.41	6,155,173	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	陈庆堂先生为公司控股股东、实际控制人，福建天马投资发展有限公司是陈庆堂先生全资控股公司，根据《上市公司收购管理办法》第八十三条关于投资者及一致行动人的规定，陈庆堂、福建天马投资发展有限公司应认定为一致行动人。公司未知上述其他前10名无限售条件股东之间、以及前10名无限售流通股股东和前10名股东之间是否存在关联关系，以及是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用。						

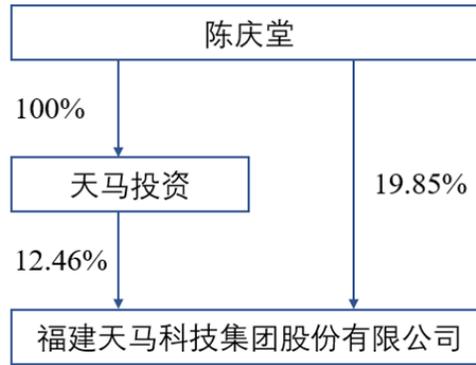
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，公司实现营业收入 541,902.20 万元，同比增长 48.88%；实现利润总额 15,864.27 万元，同比增长 25.27%；实现归属于母公司所有者的净利润 8,356.56 万元，同比增长 21.21%；实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 7,349.88 万元，同比增长 41.09%。

报告期末，公司资产总额 514,141.31 万元，比上年末增长 55.66%；负债总额 292,048.49 万元，比上年末增长 62.42%；资产负债率 56.80%，比上年末增长 2.36 个百分点；流动比率 114%，比上年末的 118%下降 4 个百分点。

报告期内，公司主营业务贡献毛利 54,483.41 万元，比上年同期增加 14,259.26 万元。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润（EBITDA）32,299.75 万元，比上年增加 8,859.36 万元，其中本期折旧与摊销 10,465.22 万元；经营活动现金流量净额为 22,905.81 万元，比上年减少 17,769.72 万元。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用