

证券代码: 300761

证券简称: 立华股份

公告编号: 2022-028

江苏立华牧业股份有限公司 2021 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。

全体董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

致同会计师事务所(特殊普通合伙)对本年度公司财务报告的审计意见为:标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况:未变更,仍为致同会计师事务所(特殊普通合伙)。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:以 403,880,000 为基数,向全体股东每 10 股派发现金红利 0.00 元(含税),送红股 0 股(含税),以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

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 | 立华股份 | 股票代码 | 300761 |
| 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 | 虞坚 | 沈晨 | |
| 办公地址 | 常州市武进区牛塘镇卢西村委河西村 500 号 | 常州市武进区牛塘镇卢西村委河西村 500 号 | |
| 传真 | 0519-86350676 | 0519-86350676 | |
| 电话 | 0519-86350908 | 0519-86350908 | |
| 电子信箱 | ir@lihuamuye.com | ir@lihuamuye.com | |

2、报告期主要业务或产品简介

(一) 报告期内公司所从事的主要业务和产品及主要经营模式

1、主要业务及产品

公司围绕黄羽鸡、肉猪及肉鹅的养殖进行产业链延伸与布局。黄羽鸡养殖加工业务已形成集曾祖代、祖代与父母代种鸡繁育、饲料加工、商品代肉鸡养殖与屠宰加工为一体的完整产业链;生猪养殖产业链已涵盖种猪自繁、饲料加工、商品肉猪养殖;鹅的养殖业务则包括曾祖代、祖代与父母代种鹅繁育、饲料加工和商品代鹅苗销售及肉鹅养殖。

公司的主要业务为黄羽肉鸡的养殖、屠宰和销售,以及商品肉猪及肉鹅的养殖和销售。公司具体主营产品为商品代黄羽肉鸡、商品肉猪以及肉鹅等畜禽产品。

公司黄羽肉鸡业务板块正在由活禽销售模式向屠宰鲜品、冰鲜、冰冻加工品销售转型。黄羽鸡产品结构中,热鲜、冰鲜、

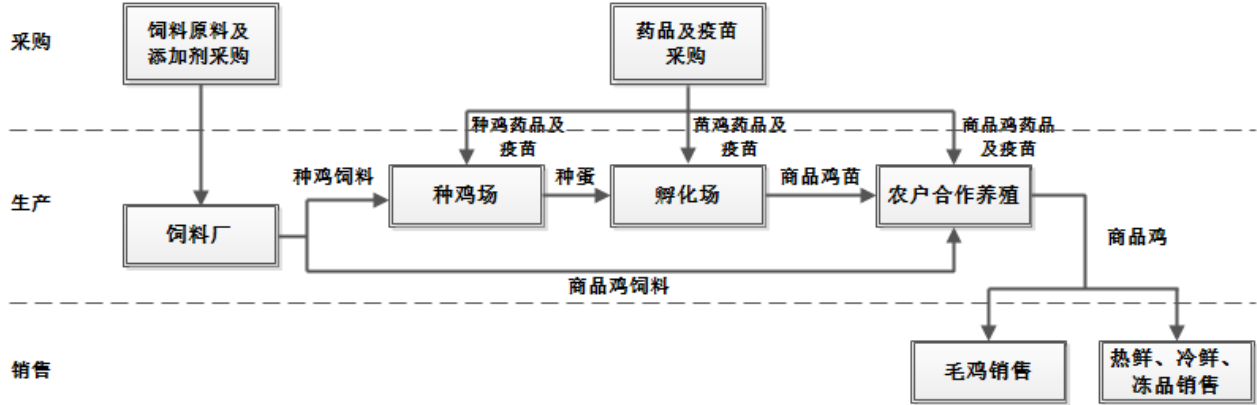
冰冻品的比例在逐步提升。公司畜禽产品的销售客户群体为畜禽批发商、零售终端、餐饮连锁、屠宰厂、食品加工企业等，最终通过批发市场、农贸市场、商超、电商平台以及自营生鲜门店等途径供应给消费者。

报告期内，公司黄羽鸡类业务及生猪类业务销售收入占营业收入的比例约99%，公司主要业务及产品未发生重大变化。

2、主要经营模式

(1) 黄羽肉鸡及肉鹅养殖业务

公司的黄羽鸡养殖业务涵盖育种、种鸡饲养与繁育、商品肉鸡孵化与养殖、饲料生产、商品肉鸡屠宰的完整产业链，主要业务流程如下：



1.1 采购模式

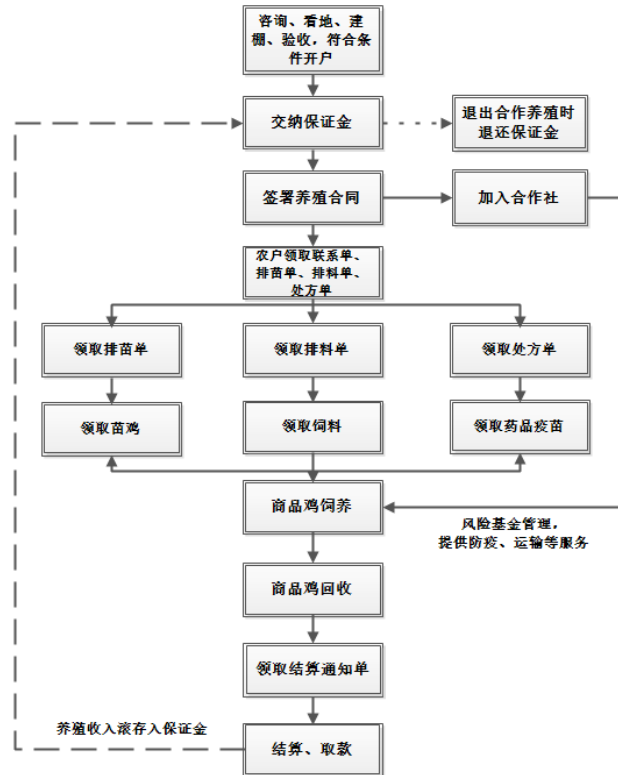
公司采购的主要原料是玉米、豆粕等饲料原料以及药品疫苗，实行“本部集中采购，区域采购中心辅助”的采购模式。公司设立由主管采购的副总裁、采购部负责人、技术部负责人、饲料生产相关人员组成的采购领导小组，根据各生产部门、饲料部和各药品仓库每月度采购计划，制定总采购计划和资金预算，交由总裁办公室审核，最终确定采购计划。公司采购部负责采购计划的具体实施，并承担公司本部及各子公司统一采购工作。同时，为充分掌握各地原材料价格信息，公司成立了片区采购中心，由公司采购部统一管理。

公司建立了完善的采购业务管理制度体系和监督体系，在饲料原料采购上紧盯国内外大宗原材料的行情走势，在药品疫苗采购上采用集中投标方式，充分发挥了集中采购的成本优势，并有效保证了采购产品的质量。

1.2 生产模式

公司在黄羽肉鸡及肉鹅养殖业务上实行紧密的“公司+合作社+农户”合作模式。公司负责品种繁育、种苗和饲料生产、药品疫苗等养殖物料采购，全程提供养鸡技术指导，并负责成品鸡回收与销售；合作农户负责提供符合要求的养殖场地、养殖设施和劳动力。合作农户接受公司委托养鸡，应同时加入与公司有合作关系的专业合作社。公司出资设立风险基金，所有权归合作社，以此承担大部分自然灾害或重大疫病风险造成的损失。合作社是农户自治组织，是公司与合作农户沟通交流的纽带与桥梁。当前合作社在合作养殖过程中主要负责风险基金管理、免疫及运输等辅助服务工作。

具体合作养殖模式流程如下：



1.2.1 生产模式的特色

公司在“公司+农户”的合作养殖模式基础上，创造性地开展“公司+合作社+农户”合作模式，引入合作社这一新型农户自治组织，并支持、鼓励合作社在合作养殖中承担风险基金管理、组织农户互助自律等职能，在有效地调动农户提高生产成绩、进行诚信经营的主观能动性同时，一定程度上降低了公司在合作养殖模式下所面临的生产经营风险。合作社组织对公司与农户之间风险共担、利益共享起到平衡与沟通作用；合作社作为国家大力鼓励的农民新型生产组织政策的积极响应与实际践行，符合我国实际国情与农业产业化发展方向，有利于推行我国农业生产在市场环境下走向“再合作”，更好地抵御市场风险。

1.2.2 生产模式的创新与变化

随着现代乡村建设对土地高效利用和环保要求的不断提高，以及国家政策对规范化、规模化养殖的鼓励与引导，黄羽鸡养殖行业面临着越来越大的转型升级压力。在此背景下，公司在坚持“公司+合作社+农户”核心模式的基础上，以多种合作方式建设“美丽牧场”型商品肉鸡养殖小区，全面推进全环控鸡舍，包括笼养鸡舍的建设，推广散装料仓改造，在用地、环保、景观等方面完全契合现代乡村、美丽乡村的建设方向，同时进一步提高了养殖集约化、自动化和智能化水平，合作农户商品肉鸡的全程饲养更高效，有效提升了公司养殖效率，促进公司黄羽鸡产能增长，努力为国家的乡村振兴战略作出更大的贡献。

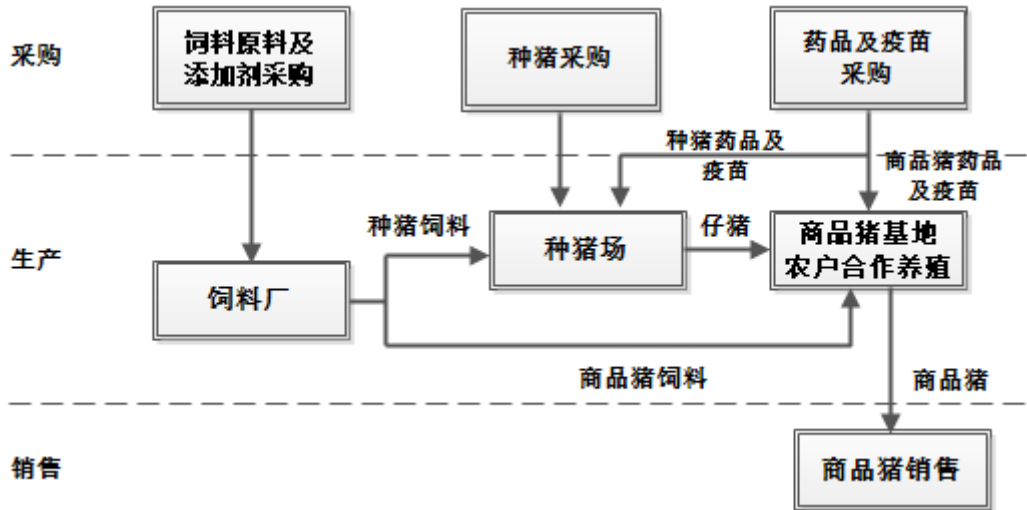
1.3 销售模式

公司商品肉鸡销售工作由公司营销部统一管理，各子公司销售部具体执行，公司的毛鸡销售主要通过各子公司的销售平台进行。公司大部分商品肉鸡由批发商经屠宰后通过农产品批发市场或农贸市场、商超等终端销售给消费者，一部分由全资子公司江苏立华食品自行屠宰加工成冰鲜鸡和冰冻鸡肉产品后，经下游批发商、电商、商超进行线上线下销售。为应对活禽禁售政策带来的影响，各分子公司积极行动，通过与第三方合作进行生鲜鸡的加工，下沉拓展和建立零售渠道，扩大公司生鲜鸡品牌的直接影响力。公司已注册成立多家冰鲜鸡加工企业，计划利用江苏立华食品积累的冰鲜鸡生产管理和销售经验，在各一体化养鸡子公司所在地加快建设黄羽鸡屠宰产能，布局全国各销售区域的生鲜鸡销售渠道。

公司黄羽鸡销售板块将面对市场要求，积极转型，通过扩大自有屠宰加工产能及提升冰鲜鸡品牌知名度，加快产业链向食品端延伸的速度。

(2) 生猪养殖业务经营模式

公司目前在生猪养殖业务方面已经形成了涵盖种猪自繁、商品肉猪养殖、饲料生产的完整产业链，主要业务流程如下：



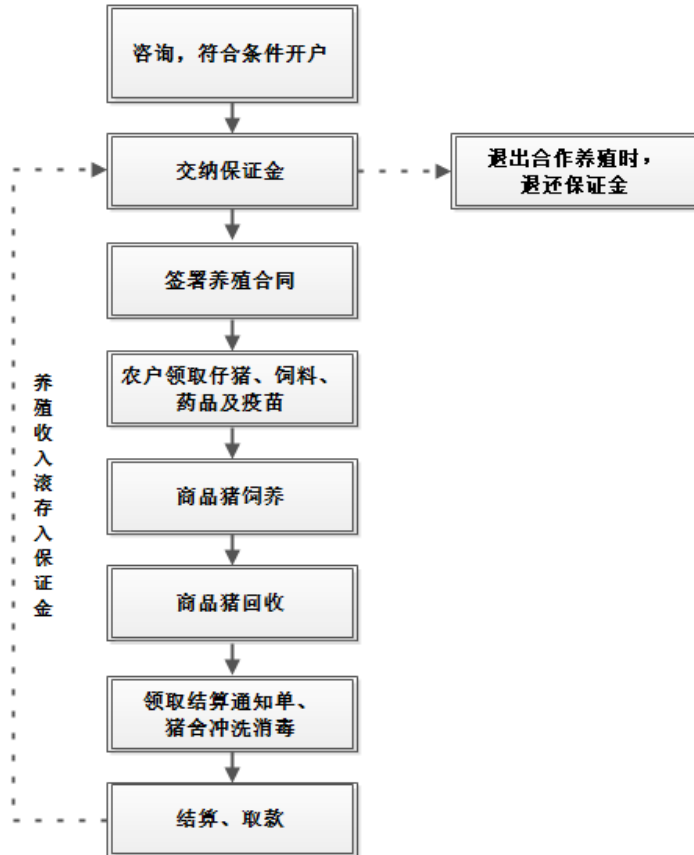
2.1 采购模式

生猪养殖业务中的饲料原料及添加剂采购、药品及疫苗采购由公司统一协调，采购模式与黄羽鸡养殖业务采购模式相同，参见本节之“（一）报告期内公司所从事的主要业务和产品及主要经营模式”之“2、公司经营模式”之“（1）黄羽肉鸡及肉鹅养殖业务”之“1.1采购模式”。

2.2 生产模式

公司商品肉猪饲养采取“公司+基地+农户”的合作养殖模式为主，即将农户集中在公司建设的大型养殖基地，公司对农户进行集中管理。公司负责提供猪舍、猪苗、饲料、药品疫苗等物料供应及销售环节的管理，并负责制定商品肉猪饲养环节所需各项管理制度、规定和技术标准。合作养殖农户负责提供劳动力，以及到公司指定地点领取物料、交付产品等所需要的费用。公司商品肉猪的养殖周期为160-200天左右。

公司生猪合作养殖的农户一般为具有一定经济实力、养殖经验的家庭单位，同时要求责任心较强，服从公司统一管理。“公司+基地+农户”合作模式基本流程如下：



“公司+基地+农户”养殖所需猪场为公司统一建设的高标准、全自动化设备设施，有利于培养专业技术农户，提高养殖效率，保证了商品肉猪产品质量与食品安全。同时，公司自建的商品肉猪养殖基地远离人群密集区域与其他商品肉猪养殖场所，且公司对农户进行封闭管理，能够有效隔离疫病传播。此外，公司对农户的养殖操作能够实时监控，极大地降低了农户违规养殖的风险，保障了资产安全。

2.3 销售模式

公司商品肉猪销售工作由公司营销部统一管理，养猪公司销售部具体执行。报告期内公司所养殖的商品肉猪直接销售给屠宰加工企业或通过批发商销售给屠宰加工企业。销售过程中，销售部及农户将商品肉猪分批进行称重交付，根据称重形成的磅码单及销售价格签署发货单，并进行银行转账结算。

3、报告期末，公司合作农户数量、区域分布及变化情况

截至报告期末，公司黄羽鸡业务合作农户数为6,605户，公司生猪养殖业务合作农户数为213户，分别较上年度增长2.80%和36.54%。各区域合作农户户数占总户数的比例分别为：华东区域66.16%，华南区域18.10%，华中区域9.74%，西南区域6.00%。本报告期，公司黄羽鸡及生猪合作农户结算总收入超11亿元。

4、按自行繁育、外购等分项披露报告期末公司生物资产情况

详见《2021年年度报告》第十节财务报告之“七、合并财务报表项目注释 13、生产性生物资产”。

5、报告期内公司农户担保情况

公司于2021年8月13日召开第三届董事会第三次会议、第三届监事会第三次会议，会议审议并通过了《关于为合作养殖农户提供担保的议案》，为配合推进公司合作农户发展政策，解决农户建设鸡舍等建设资金需求，促进公司与合作养殖农户长期合作，公司同意向合作养殖农户提供合计不超过人民币36,000万元的担保额度，即为合作养殖农户向银行等金融机构融资提供担保。截至报告期末，公司向81名合作养殖农户（自然人）提供担保，担保余额为2,344.91万元，农户以其鸡舍抵押作为反担保。截至报告期末，公司不存在逾期担保、涉及诉讼的担保及因担保被判决败诉而应承担的担保责任的情况。

(二) 行业地位

截至报告期末，公司在全国11省拥有62家控股子公司。根据中国畜牧业协会禽业分会数据统计，2019年至2021年我国黄羽肉鸡的出栏量分别为45.60亿只、44.30亿只和40.42亿只，同期公司商品肉鸡出栏量分别为2.89亿只、3.23亿只和3.70亿只，约占全国出栏总数的6.34%、7.29%和9.15%，出栏量及市场占比位居全国第二，公司的行业地位未发生重大变化。

(三) 报告期内，不存在对公司业务造成重大影响的重大疫病情况。

(四) 报告期内，不存在对公司业务造成重大影响的自然灾害情况。

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

| | 2021 年末 | 2020 年末 | 本年末比上年末增减 | 2019 年末 |
|------------------------|-------------------|------------------|-----------|------------------|
| 总资产 | 10,964,216,991.55 | 9,250,517,071.83 | 18.53% | 8,565,699,180.47 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 6,259,043,663.82 | 6,679,601,208.95 | -6.30% | 6,824,465,464.38 |
| | 2021 年 | 2020 年 | 本年比上年增减 | 2019 年 |
| 营业收入 | 11,131,728,138.55 | 8,620,966,215.37 | 29.12% | 8,870,466,583.29 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | -395,585,020.29 | 254,075,663.67 | -255.70% | 1,964,251,401.90 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | -473,204,724.38 | 198,193,089.28 | -338.76% | 1,861,657,773.53 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 681,492,571.61 | 205,009,731.18 | 232.42% | 2,417,361,404.49 |
| 基本每股收益（元/股） | -0.9795 | 0.6291 | -255.70% | 4.9477 |
| 稀释每股收益（元/股） | -0.9795 | 0.6291 | -255.70% | 4.9477 |
| 加权平均净资产收益率 | -6.14% | 3.80% | -9.94% | 33.81% |

(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 | 2,735,753,789.29 | 2,545,387,718.60 | 2,694,886,988.85 | 3,155,699,641.81 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 288,112,235.58 | -568,339,410.75 | -324,407,371.43 | 209,049,526.31 |
| 归属于上市公司股东的扣除非 | 290,841,108.50 | -589,093,539.67 | -341,317,042.19 | 166,364,748.98 |

| | | | | |
|---------------|----------------|---------------|----------------|----------------|
| 经常性损益的净利润 | | | | |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 193,372,043.05 | 63,966,903.64 | 209,507,900.80 | 214,645,724.12 |

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 | 11,611 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 11,306 | 报告期末表决权恢复的优先股股东总数 | 0 | 持有特别表决权股份的股东总数（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 | |
| 程立力 | 境内自然人 | 23.31% | 94,150,000 | 94,150,000 | | | |
| 常州市奔腾牧业技术服务中心（有限合伙） | 境内非国有法人 | 21.66% | 87,500,000 | 87,500,000 | | | |
| 常州市天鸣农业技术服务中心（有限合伙） | 境内非国有法人 | 10.49% | 42,350,000 | 42,350,000 | | | |
| 常州市昊成牧业技术服务中心（有限合伙） | 境内非国有法人 | 4.33% | 17,500,000 | 17,500,000 | | | |
| 常州市聚益农业技术服务中心（有限合伙） | 境内非国有法人 | 4.33% | 17,500,000 | 17,500,000 | | | |
| 艾伯艾桂有限公司 | 境外法人 | 3.41% | 13,769,901 | | | | |
| 深圳市沧石投资合伙企业（有限合伙） | 境内非国有法人 | 2.60% | 10,500,000 | 10,500,000 | | | |
| 魏凤鸣 | 境内自然人 | 2.12% | 8,563,600 | 6,422,700 | | | |
| 江苏九洲投资集团创业投资有限公司 | 境内非国有法人 | 1.90% | 7,682,394 | | | | |
| 李发君 | 境内自然人 | 1.14% | 4,607,800 | | | | |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | | 公司控股股东、实际控制人程立力先生为公司股东天鸣农业、聚益农业、昊成牧业、沧石投资之普通合伙人及执行事务合伙人。程立力先生配偶沈静女士为公司股东奔腾牧业之普通合伙人及执行事务合伙人。 | | | | | |

公司是否具有表决权差异安排

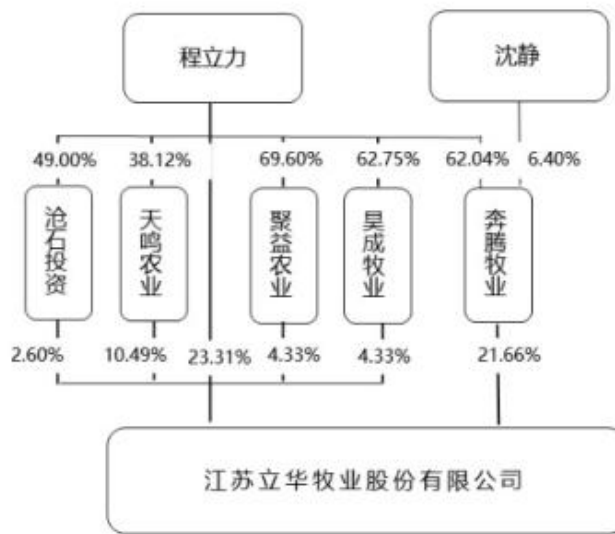
适用 不适用

(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



截至报告期末，程立力先生持有公司股份 94,150,000 股，持股比例为 23.31%。程立力先生为公司股东天鸣农业（直接持有公司 10.49% 股份）、聚益农业（直接持有公司 4.33% 股份）、昊成牧业（直接持有公司 4.33% 股份）、沧石投资合（直接持有公司 2.60% 股份）之普通合伙人及执行事务合伙人，其配偶沈静女士为公司股东奔腾牧业（直接持有公司 21.66% 股份）之普通合伙人及执行事务合伙人。程立力及沈静通过直接及间接方式控制公司股份比例达 66.72%，系公司实际控制人。

5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

2021年，全国各地疫情防控进入常态化，经济保持稳定恢复态势。在公司部分业务区域，局部、阶段性疫情仍然时有发生，对公司业务正常开展造成一定影响。公司管理层和全体员工按照年度经营计划，积极践行“打基础、强升级、稳发展”的理念，克服原料价格上涨、行业周期性波动和疫情反复等不利因素的影响，稳步提升生产能力和技术创新能力，坚持优质优价的原则，不断提升产品品质，进一步拓展市场份额，全面提升公司核心竞争力。

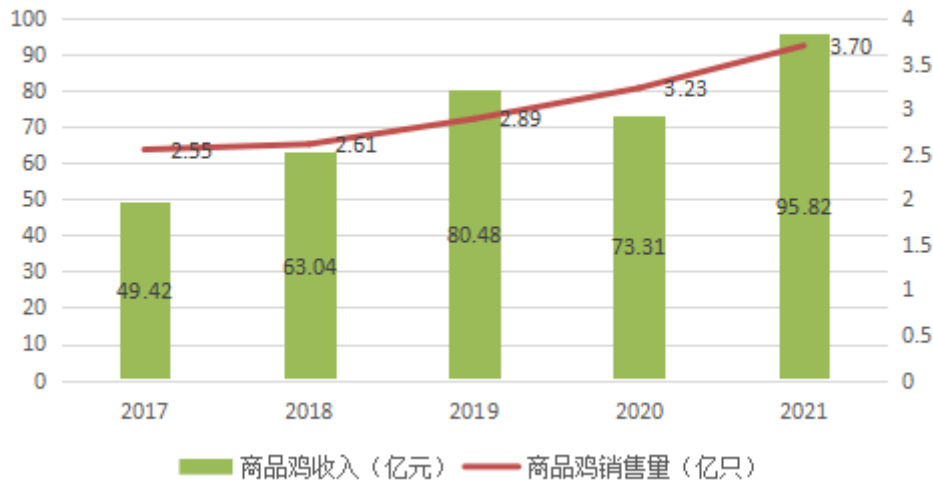
报告期内，公司黄羽鸡、生猪、鹅和屠宰加工板块保持稳健发展，受畜禽行业周期性影响，利润有一定波动。此外，因原材料采购成本上升、商品肉鸡和商品肉猪市场行情下行等综合因素影响，公司按照企业会计准则的有关规定，对存栏的消耗性生物资产全面测算，并充分合理计提减值。信用及资产减值损失对年度损益净影响额为1.20亿元。报告期内，公司实现营业收入111.32亿元，同比增长29.12%；实现归属于上市公司股东的净利润-3.96亿元。报告期内公司各业务板块主要经营情况如下：

(一) 养鸡业务

1、扩产增效，实现销量连年增长

报告期内，公司养鸡产业稳步推进区域扩张战略，继续加大对西南、华南以及华中等主要消费市场的开发力度。2021年12月，全资子公司柳州立华收购墟岗黄柳州公司100%股权，加速两广区域市场进程。报告期内，公司销售商品肉鸡3.70亿只，同比增长14.57%，商品鸡营业收入95.82亿元，同比增长30.71%，实现双突破。公司2017年-2021年商品肉鸡销量及鸡收入变化趋势图见下图：

公司2017年-2021年商品鸡销售量及收入变化趋势图



2、提质控本，增强行业竞争力

受原材料成本高企的影响，公司养鸡盈利收窄。面对大宗原材料价格的上涨压力，公司多方面加强生产经营成本管控水平：（1）在采购方面，紧盯大宗商品价格变化趋势，持续优化采购策略，通过积极参加政府储备粮拍卖等方式，降低采购价格。（2）在营养和饲料加工领域，针对2021年玉米原料价格高涨的情况，科学调整饲料酶制剂酶谱，借助仿生消化试验和代谢试验平台，对糙麦混合物、稻谷、高粱等非常规原料进行精准的营养价值评估；通过前后26余次小试、中试养殖试验，为非常规原料在不同品种鸡及不同应用方式等提供依据，做到非常规原料的精准使用，全面实现无玉米型日粮配方，有效地控制饲料成本；现场品控前移，现场品控人员进驻到粮库、非常规原料生产现场，快速、有效、实时地了解原料质量，从源头把控原料质量。（3）在饲养技术领域，加强多层笼养和高密度平养下的畜禽舍精准环控技术的研究和应用，持续开展精准储料送料、袋装料改散装料及自动化料塔料线、自动水线健康管理、科研基地场、肉鸡的生长规律和大数据管理、种鸡授精和笼养模式等新技术新方法的精细化研发和推广，探索基于发酵饲料的健康养殖模式，进一步降低生产成本。

3、持续研发创新推动，育种领域再现新突破

报告期内，公司育种团队多年培育的“花山鸡”新品种（配套系）通过国家畜禽遗传资源委员会审定，这是我国首例屠宰加工型黄羽肉鸡新品种，其推向市场将有力支撑家禽“规模养殖、集中屠宰、冷链运输、冷鲜上市”的发展需求，填补了目前市场上黄羽肉鸡普遍不适于规模化屠宰加工的空白；根据主翼羽和覆主翼羽受性染色体上的伴性等位基因控制的特点，建立的首个羽速自别配套系在父母代种鸡推广运用，解决招工难、鉴别人效低的难题；基因育种技术扩展应用于系谱的亲缘鉴定，系谱的准确率达到国内领先水平。2021年8月，公司投资近2,000万元，建成代表国内先进技术研发水平的家禽科研场，为未来技术快速发展沉淀奠定坚实基础。

（二）养猪业务

报告期内，公司持续推进养猪板块中长期发展规划，合理调整养猪产能建设进度。报告期内，常州新北孟河、武进遥观楼房养猪项目完工投产，实现自动化、智能化、标准化运营管理，为公司特色养殖模式的一次成功探索。报告期内，公司销售商品肉猪41.25万头，同比上升123.94%；销售均价17.89元/公斤，同比下降44.51%；实现销售收入8.06亿元，同比增加20.43%。受生猪价格持续下行影响，公司养猪板块亏损较大。公司严控成本费用，淘汰低效母猪，提升存栏母猪生产性能，提升养殖效率，缓解周期不利影响。

（三）屠宰加工业务

报告期内，公司加快下游黄羽鸡屠宰业务的发展，已顺利启动湘潭、惠州、扬州等多个屠宰加工项目的规划建设，并已经完成泰安和潍坊屠宰加工项目的开工前准备工作，公司计划未来5年形成占总出栏量50%左右的鲜禽加工能力。目前分布在各地的养鸡子公司通过地方超市、生鲜店等渠道积极开拓直达消费端的热鲜销售渠道；公司冰鲜销售团队通过与盒马鲜生、钱大妈、欢乐番茄、格林姆等商超、新零售及电商等平台建立合作，开拓线上线下生鲜销售渠道。报告期内，公司销售冰鲜鸡及冻品2.16万吨，同比增长0.74%。未来，公司将持续依托自有“花山鸡”、“雪山鸡”、“苏禽黄”等国家级黄羽鸡品种配套系，提升公司黄羽鸡生鲜产品附加值及品牌溢价，打通产业链，加快向屠宰和食品端的延伸，力求熨平鸡周期变化带来的行业波动影响，谋取新的盈利增长点。

（四）养鹅业务

报告期内，公司依托“公司+合作社+农户”的合作养殖模式，继续稳步推进鹅板块发展，提升鹅板块核心竞争力。报告期内，公司养鹅业务稳扎稳打，共销售商品鹅138.66万只，同比增长9.46%，销售收入8,907.88万元，同比增加44.20%。

（五）其他重点工作

公司在营销领域，根据市场定级理论、兰切斯特法则理论等，制定科学的市场管理体系，对公司市场进行分级管理、分区域制定符合当地特色的产品结构；采用边际效益理论，精准制定最佳销售日龄和体重，针对性实施养大养老等养殖方式，充分实现以销定产的管理模式，使产品更加符合消费者需求。通过上述一系列的理论和市场管理体系建设，在适应市场、适应消费者需求的同时，还引导了市场消费，创造出了一些新的消费需求。

公司在环保领域独立研发了依托物联网的环保设施远程监控平台，降低了管理费用，提升了环保设施的自动化运行水平。响应国家政策要求，逐年提升粪污资源化利用的科技水平，为提升地力、减少化肥用量做出积极贡献。研发并推广了两套猪

场臭气处理工艺，更贴合生产需要，大大降低了养殖气味的影响。