

公司代码：600419

公司简称：天润乳业

新疆天润乳业股份有限公司 2022 年半年度报告摘要



第一节 重要提示

- 1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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 网站仔细阅读半年度报告全文。
- 1.2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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。
- 1.3 公司全体董事出席董事会会议。
- 1.4 本半年度报告未经审计。
- 1.5 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无。

第二节 公司基本情况

2.1 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	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	天润乳业	600419	新疆天宏

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	冯育菠	陶茜
电话	0991-3960621	0991-3960621
办公地址	新疆乌鲁木齐市经济技术开发区（头屯河区）乌昌公路2702号	新疆乌鲁木齐市经济技术开发区（头屯河区）乌昌公路2702号
电子信箱	zqb600419@126.com	zqb600419@126.com

2.2 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	3,776,157,820.67	3,472,149,517.81	8.76
归属于上市公司股东的净资产	2,220,322,192.56	2,218,943,006.65	0.06
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	1,233,464,515.70	1,055,496,637.34	16.86
归属于上市公司股东的净利润	107,943,039.26	81,204,473.58	32.93
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	96,736,670.34	77,330,902.50	25.09

经营活动产生的现金流量净额	151,508,086.69	178,199,156.18	-14.98
加权平均净资产收益率(%)	4.75	5.09	减少0.34个百分点
基本每股收益(元/股)	0.3371	0.3023	11.51
稀释每股收益(元/股)	0.3371	0.3023	11.51

注：公司 2021 年度非公开发行股票项目募集资金于 2021 年 12 月到位，总股本由 268,599,337 股增加至 320,190,246 股，因此每股收益相关指标与上年同期口径不同。若按照最新总股本计算，上年同期基本每股收益和稀释每股收益均为 0.2536 元/股，本报告期前述指标较上年同期均增加 32.93%。

2.3 前 10 名股东持股情况表

单位：股

截至报告期末股东总数(户)				26,850		
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、标记或冻结的股份数量	
新疆生产建设兵团第十二师国有资产经营(集团)有限责任公司	国有法人	31.10	99,577,302	16,044,772	无	0
新疆生产建设兵团乳业集团有限责任公司	国有法人	6.37	20,411,532	0	无	0
全国社保基金六零四组合	其他	2.56	8,209,019	0	无	0
深圳市惠通基金管理有限公司—惠通二号私募证券投资基金	其他	2.06	6,580,770	0	无	0
广东德汇投资管理有限公司—德汇尊享私募证券投资基金	其他	1.14	3,636,363	3,636,363	无	0
中国光大银行股份有限公司—英大睿盛灵活配置混合型证券投资基金	其他	1.04	3,318,226	0	无	0
财通基金—外贸信托—华资 1 号单一资金信托—财通基金财华 6 号单一资产管理计划	其他	0.85	2,727,273	2,727,273	无	0
五矿证券有限公司	其他	0.85	2,727,272	2,727,272	无	0
广东德汇投资管理有限公司—德汇尊享九号私募证券投资基金	其他	0.85	2,727,272	2,727,272	无	0
广东德汇投资管理有限公司—德汇优选私募证券投资基金	其他	0.85	2,727,272	2,727,272	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	新疆生产建设兵团第十二师国有资产经营(集团)有限责任公司、新疆生产建设兵团乳业集团有限责任公司第一大股东均为新疆生产建设兵团第十二师国有资产监督管理委员会；广东德汇投资管理有限公司—德汇尊享私募证券投资、广东德汇投资管理有限公司—德汇尊享九号私募证券投资基金、广东德汇投资管理有限公司—德汇优选私募证券投资基金均由广东德汇投资管理有限公司管理。					

2.4 截至报告期末的优先股股东总数、前 10 名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

第三节 管理层讨论与分析

3.1 报告期内公司所属行业及主营业务情况说明

（一）主要业务

公司主要从事乳制品制造、销售及畜牧业，营业收入主要来源于乳制品销售收入，营业利润主要来源于乳制品销售业务。

（二）经营模式

公司拥有独立完整的奶牛养殖、乳制品研发、采购、生产和销售体系，公司根据自身情况、市场规则和运作机制，独立开展经营。

①牧场管理：公司拥有天澳牧业、沙湾天润、天润烽火台、天润沙河、天润北亭、芳草天润、巴楚天润七家奶牛养殖企业，充分发挥天山北坡黄金奶源带的优势，不断提升牧场管理水平，提高自有奶源比例，为公司提供优质可靠的原料奶。

②采购模式：公司采购的主要原料包括饲草料、原料乳和包装材料等。公司根据自身经营需求，进行供应商开发及考核、商务谈判、合同签订、价格核算等。公司按年度预算、月采购需求计划，对采购申请、订单下达、入库、发票核销及付款申请等各个采购环节实施管控，为公司采购决策提供依据。

③生产模式：公司乳制品生产主要通过下属子公司天润科技、沙湾盖瑞、天润唐王城实施。公司采用“以销定产”生产方式，销售公司根据年度预算和产品实际销售情况制定滚动的月度需求计划，由生产单位制定具体的生产计划和每天的生产进度安排，将生产任务落实到责任人。

④销售模式：公司下设销售公司，建立了稳固的营销网络和较为完善的售后服务体系。针对不同的区域，公司分别采取直销模式和经销模式，直销模式通过公司自有营销队伍，对乌昌区域连锁商超和便利店进行直接销售；经销模式是在主要地区选择经销商，由经销商间接地将公司产品销售给相应区域的终端客户。

（三）行业情况

①我国乳制品人均消费量仍有较大提升空间。

数据显示，2021 年我国人均奶类消费量为 14.4 千克，与世界平均水平存在较大差距。新冠肺炎疫情爆发以后，我国政府大力宣传乳制品对健康的重要性，呼吁居民增加对牛奶的摄入，2022 年 4 月中国营养学会发布《中国居民膳食指南（2022）》，建议奶及奶制品每天摄入量从此前的 300 克提高至 300-500 克，鼓励摄入更多乳制品。2020 年 12 月中国奶业协会发布《国家“学生饮用奶计划”推广规划（2021-2025）》，提出目标至 2025 年在常温奶品类基础上加入巴氏奶、发酵乳

等品类，这将有助于巴氏奶饮用习惯的培育，培育潜在消费人群。伴随着居民收入水平和饮奶意识的提高，未来我国人均乳制品消费量有望继续提升，乳制品消费市场前景广阔。

②多项政策出台，支持行业发展。

乳业是守护国民健康的重要基础产业，国家陆续出台相关政策大力支持推动乳业发展，保障奶类供给安全，为我国乳业发展指明了方向。2022年2月11日，国务院发布《“十四五”推进农业农村现代化规划》，提出实施牛羊发展五年行动计划，大力发展草食畜牧业，加强奶源基地建设，优化乳制品产品结构；建设现代化饲草产业体系，推进饲草料专业化生产；实施奶业振兴工程，改造升级一批适度规模奶牛养殖场，推动重点奶牛养殖大县整县推进生产数字化管理，建设一批重点区域生鲜乳质量检测中心，建设一批优质饲草料基地。

2022年2月16日，农业农村部印发《“十四五”奶业竞争力提升行动方案》，提出到2025年，全国奶类产量达到4100万吨左右，百头以上规模养殖比重达到75%左右，奶牛年均单产达到9吨左右。

2022年2月22日，国务院发布《关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》，提出加快扩大牛羊肉和奶业生产，推进草原畜牧业转型升级试点示范。

2021年12月，国务院办公厅发布《“十四五”冷链物流发展规划》，明确提出乳品冷链物流发展规划，将重点支持东北、华北、中原、西北等奶业主产区冷链物流设施建设，并加强低温液态奶冷链配送体系建设，发挥龙头乳品企业以及电商、连锁超市等流通渠道作用，完善从生产厂商至消费者的低温液态奶全程冷链物流系统。

③提高自控奶源比例，降低市场风险。

随着近年来原料奶进入涨价周期，各大乳品企业打响奶源争夺战，通过建设牧场、并购等多种方式布局优质奶源，自控奶源比例逐年提高。一方面提升奶源品质，另一方面保障奶源价格稳定，通过掌控奶源来保障市场份额，从而进一步降低市场风险。

④消费升级趋势明显，行业转向高端化、健康化发展。

近年来，众多消费行业升级趋势明显，消费者对于乳制品的需求也呈现健康化、高端化、功能化的发展趋势。受益于牧业养殖水平和生产技术的提升，越来越多企业的产品在蛋白质含量等营养指标上提升明显，如头部企业的基础型产品，其蛋白质含量每100mL普遍为3.2g，而高端产品每100mL蛋白质含量3.6g已成为基本标准，带动行业整体发展进步。

3.2 报告期内核心竞争力分析

（一）牧场与生产基地自然资源优越，具备较强的区位优势

北纬45度附近，处于公认的黄金奶源带上。新疆拥有8.6亿亩优质草场，集中在天山南北地区，有大量优良奶牛和全国最大的进口良种牛核心群，奶源品质在全国名列前茅。公司牧场与生产基地位于草场资源丰富的地区，较长的日照时间及较大的昼夜使牧场具有了独特的品性，这为公司奶源的品质提供了得天独厚的自然条件。同时，新疆是国家“一带一路”及西部大开发战略的重要区域，公司毗邻乌鲁木齐机场，周边公路交通系统发达便捷，且树立了较为牢固的品牌效应，拥有着稳定的消费市场与消费群体，为公司提供了良好的发展环境。

（二）稳定、安全的奶源基地

公司是农业产业化国家重点龙头企业，重视奶源基地建设，坚信对行业长期而言，得奶源者

得天下。公司原奶采购主要来自自有牧场和可控合作奶源，供应量与质量稳定，可以有效地保证公司原料奶供应。公司共拥有分布在新疆昌吉、阿克苏、奎屯、沙湾、西山农场、芳草湖农场等地区的 18 个牛场，牛只总存栏数约 3.76 万头，同时对自有奶源基地进行技术升级改造，不断提升标准化养殖水平。公司拥有 1 个有机奶源认证基地，8 个学生饮用奶源基地、乌鲁木齐市民生建设“哺育工程”合格奶源基地。经过多年发展，公司坚持自有及可控奶源的经营战略，与公司的产品战略相辅相成，持续提高公司生鲜乳自给率、提升奶源品质，确保奶源安全，进一步巩固了在区域乳制品市场的领先地位。

（三）优秀的人才团队和精细化管理模式

经过 20 余年的发展，天润乳业培养了一大批行业内优秀人才，拥有一支与时俱进的管理团队和一批资深的行业专家，公司董事长刘让先生为享受国务院津贴的畜牧行业专家；同时为了更好地开展科研创新工作，天润先后聘请多位国内专家进行指导与合作。天润乳业在疆内率先建立了先进、完善、专业的生产和设备管理制度，同时具有完整建设与运营环保、智能、现代化牧场与生产车间的经验。经过多年发展，在牧场运营方面，公司掌握了奶牛规模化散栏饲养、自动化环境控制、数字化精准饲喂管理、粪污无害化处理等现代奶牛饲养先进技术；在生产工厂管理方面，严格执行国家 ISO9001、HACCP22000 管理体系，并通过 FOSS 乳成分分析仪、体细胞仪、沃特世液相等世界先进仪器，全程把控和监督生产的各个环节；同时公司采用定制的 ERP 进行精细化管理，提升了管理效率，成功打造了全面覆盖生产、销售、供应、财务、人力资源、办公自动化等各环节的 ERP 信息系统，提高了公司各项活动管理的精细化水平。以上因素使得公司牧场与生产管理、运营在疆内处于领先地位，同时为公司经营规模再迈上新的台阶奠定了基础。

（四）扎实的行业技术储备与产品创新能力

公司重视技术研发和创新，公司将不断研发适应市场需要的新产品作为保持公司核心竞争力的重要手段。公司坚持以市场为导向，以原始创新为主体，持续加大新产品科技研发投入，增强公司软实力。2022 年上半年，公司天润科技、天润唐王城取得有机产品认证证书，公司先后推出草莓冰淇淋风味酸奶、阿尔泰零蔗糖酸奶、奶皮子鲜牛奶等口味各异的新产品，同时不断探索，储备了批量新产品，以差异化优良口感、健康的理念、新颖的包装持续增强市场占有率。公司重视研发创新精神，将实验室建立到大学，长期同中国农业大学、新疆大学等高校开展产学研合作，公司建立了博士后科研工作站、新疆发酵乳微生物菌种资源开发重点实验室、中德畜牧业技术创新中心中德牛业发展合作项目等；公司自主研发的奶啤拥有国家专利，使用了独特采集的菌种自然发酵，在不采用注入二氧化碳气体情况下，使得一款乳酸菌饮料兼顾牛奶与啤酒的口感。目前获国家授权专利 40 项，其中，发明专利 7 项，实用新型专利 2 项，公司技术创新能力和创新成果在疆内起到领军示范作用。

（五）全方位、高标准的产品质量控制

公司建立健全了行业内先进成熟的产品质量控制体系，公司从源头上确保原料奶质量，成立专门的饲草料收购质量督导组，严格收购标准；公司深化牧场防疫工作，原料奶质量合格率 100%，公司牧业板块所属牧场顺利通过国家级学生奶源基地验收；公司通过新的设备工艺，有效控制了原料奶的菌落总数，并且优化乳制品加工工艺，提高设备利用率。坚持从牧场原奶端开始到消费终端的全程质量监控，并配有先进、齐全的检验检测设备，拥有一批经验丰富的质检人员，充分保证了公司产品的优质质量。公司先后建立了 ISO9001 质量管理体系、危害分析和关键控制点

(HACCP)、食品安全管理体系(GB/T22000)和食品工业企业诚信管理体系,顺利通过四大管理体系的认证工作与年度监督审核工作,并通过了国家乳制品生产许可证(SC)换证审查工作。公司品牌 and 产品质量赢得了广大消费者的认可,牢固树立了企业的绿色环保形象。

(六) 良好的销售体系和客户基础

天润乳业深耕乳业主业 20 余年,在公司以客户为中心、以市场为导向发展战略下,坚持产品、渠道、市场差异化原则,整合优化营销系统。2018 年公司进一步加快市场布局,根据市场发展不断调整优化销售体系,成立独立的销售公司;以强城市型市场体系建设为主,坚持现代与传统相结合的策略,以乌鲁木齐市场为核心,实现疆内县级市场全覆盖,以新疆为基础的全国市场规划,实施“用新疆资源,做全国市场”战略,并先后在北京、上海、广东等全国 32 个省、自治区、直辖市建立了市场网络体系;以产品布局市场渠道,建立电商平台,创新营销模式,积极开拓专卖店,通过传统渠道抓住消费味蕾,现代渠道提升品牌认知,专卖店强化用户体验,三驱并轨让天润作为疆奶的首席代表持续升华;在倡导国内消费大循环的背景下,利用现阶段新媒体短视频热度,大力展开线上推广,发扬地域乳企优势,强化消费者认识,持续建设品牌形象;疆外渠道布局方面,从填点连线的渠道铺市,到择优渠道布局,最终精准化渠道策略输出。

3.3 经营情况的讨论与分析

2022 年上半年,我国高效统筹疫情防控和经济社会发展,国内生产总值同比增长 2.5%,经济总体呈现稳定恢复态势,居民基本生活类消费支出持续稳定增加,消费支出拉动经济增长 0.8 个百分点。行业方面,1-6 月全国牛奶产量和规模以上乳制品制造企业产量分别同比增长 8.4%和 1.0%,居民人均乳品需求稳步增长。

2022 年是公司实施“十四五”规划、加快产业布局、推进经济高质量发展的重要时期,今年以来,公司紧紧围绕“控风险、降负债、聚主业、推改革、建机制、增效益”的发展理念,以创新为引领,以市场为中心,狠抓工作落实,取得较好经营成果。2022 年上半年,公司总体生产经营保持稳中趋好局面,实现营业收入 123,346.45 万元,归属于上市公司股东的净利润 10,794.30 万元,分别较上年同期增长 16.86%、32.93%;经营活动产生的现金流量净额 15,150.81 万元,缴纳各项税费 2,993.12 万元。

(一) 销售板块

公司聚焦销售市场,从“新”着力。面对疆内外市场经济下行、市场竞争格局不断加剧,公司疆内外市场发展齐头并进,在做好疆内传统市场渠道建设的基础上,疆外市场按照重点、培育、潜力三大标准,突出新疆奶业资源优势,对疆外市场布局进行调整,市场动销成效显著,实现销售市场新突破。2022 年上半年,公司实现乳制品销量 13.72 万吨,较上年同期增长 13.23%。

①稳步拓展疆内外市场

公司依托天润唐王城乳品加工项目的平稳运营提高南疆市场占有率,进一步巩固新疆市场大本营。同时,动态调整疆外重点市场、培育市场和潜力市场的区域划分,新增专卖店项目组,为专卖店赋能,提升品牌价值,打造天润乳业专卖店 650 家。2022 年上半年,公司疆外销售收入占比提高至 41.66%。

②开展多样化营销

上半年,公司通过线上线下相结合的方式强化执行,进一步拓宽销售渠道。线下组织开展“躬

身入局，夯实基础，全员大干 60 天”活动，各区域市场打造标准化陈列，提高产品铺市率；线上渠道借助新媒体进行品牌推广，抖音关注量超过 5.5 亿次，主流电商平台访客超 5000 万次，获得较好宣传效果。

③奶啤产品细化渠道运营

面对疫情影响下饮料化产品需求不足的情况，公司针对奶啤产品，积极开发饮料行业客户。疆内市场奶啤通过强化传统通路销售工作，对疆内重点市场开展绑赠活动，餐饮渠道点面结合，突出高质量餐饮陈列店，以提升奶啤产品品牌力；疆外市场奶啤通过分领域细化渠道建设标准，提高奶啤曝光度，重点市场通过多渠道投放试饮罐，增强消费者对奶啤的认知度，疆外餐饮渠道分阶段试点稳步推进。

（二）乳业板块

上半年，公司乳业板块按照“质量、成本、效益”的要求，为优化组织架构，成立乳业事业部，对乳业板块四家乳品加工子公司实行统一扁平化、标准化管理，加强质量安全管控，积极挖掘生产潜力，有效保障了市场供应。

①强化质量管控

公司注重生产过程中的质量监管，建立质量巡查机制，加强对各生产关键环节的管控，制定梳理相关管理制度、工作流程和业务清单，通过数据平台实时监控与预警，建立产品质量追溯体系，出厂产品合格率 100%，守住“疆奶”的质量底线。

②内部挖潜改造

公司开展以节本降耗为主题的质量月活动，合理利用生产能源，通过新增设备、技术改造，一方面提升设备整体利用率，打破产能瓶颈，增强市场的保供能力，另一方面提高机械化程度节约人力成本，并且有效减少生产损失和浪费。

③加强物流保障

公司乳业板块坚持服务销售市场的宗旨，通过重新规划库区，优化各项业务流程，积极开展产销协调，组织安排生产。上半年为保证疆外市场供应统一对疆外运营线路的各承运单位进行资源调配、灵活调度，最大限度满足了市场需求。

（三）牧业板块

上半年，公司面对饲草料价格持续上涨带来的成本压力，围绕“高效、高产、高质”发展牧业养殖业务，不断夯实发展基础，牛只存栏 3.76 万头，养殖规模进一步扩大。

①加快推广新技术应用

公司在不断改善牧场基础设施、更新机械设备的同时，重点推进饲草相关技术应用，提高了饲草的利用率和质量，牛只产奶量得到全面提高。上半年，公司生产优质生鲜乳 8.28 万吨，奶牛平均单产达到 10.5 吨，为乳品加工原材料提供有力保障。

②加强后备牛只培育

公司加强犊牛健康培育，定期组织检查组对各牧场开展犊牛管理联合检查评比，推广优秀做法，固化养殖标准，进一步提高了犊牛成活率，实现犊牛日增重达到 900 克以上。

③新建项目稳步开展

上半年，公司与巴楚县合作建设的 5,000 头标准化奶牛养殖示范项目建成并投入运营，公司已调运 1,750 头奶牛进驻，牧场运行良好；天润北亭 10,000 头规模化奶牛示范牧场项目按计划有序推进

行，建成后将为公司自有奶源布局形成有益补充。

第四节 重要事项

公司应当根据重要性原则，说明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

适用 不适用

新疆天润乳业股份有限公司

董事长：刘让

董事会批准报送日期：2022年8月25日