

公司代码：600127

公司简称：金健米业



金健米业股份有限公司
2023 年年度报告摘要

第一节 重要提示

一、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，投资者应当到上海证券交易所（www.sse.com.cn）网站仔细阅读年度报告全文。

二、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。

三、公司全体董事出席董事会会议。

四、天健会计师事务所（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。

五、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

报告期内，公司累计未分配利润为负数，故不进行利润分配，也不进行公积金转增股本。

第二节 公司基本情况

一、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	金健米业	600127	-

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	胡靖	孙铭
办公地址	常德市常德经济技术开发区德山办事处莲池居委会崇德路158号	常德市常德经济技术开发区德山办事处莲池居委会崇德路158号
电话	0736-2588288	0736-2588216
电子信箱	dm_600127@163.com	sm_600127@163.com

二、报告期公司主要业务简介

（一）行业情况说明

（1）粮油行业

大米：作为传统主食，大米行业无明显周期性波动特点。我国是世界人口第一大国，同时也是大米第一产量大国和第一消费大国。根据美国农业部数据，2022/23 年度，我国大米产量占全球总量的 28.48%，消耗量占全球总消耗量的 29.72%。目前，我国大米行业内竞争企业较多，但是大米加工企业以中小型企业为主，大型企业数量屈指可数，同质化竞争较为激烈，并且多数企业规模不大，销售渠道并不完善，近年来行业新进入者有所减少，头部品牌正在加快品牌运作，未

来市场集中度有望提高。

报告期内，受到高温、多雨等极端气候的影响，世界上许多大米主产国的水稻种植及收成都受到一定的影响，继而使得各国的大米出口也受到一定限制。2023年7月，印度、俄罗斯等国相继宣布禁止大米出口相关措施，印度作为世界上重要的大米出口国，其大米出口量减少，将使得国际大米供应短缺，或将推高国际大米价格，我国大米价格也受到一定影响，呈现稳中走强的态势。

（数据来源：智研咨询）

面条：随着消费者对于健康方便食品的追求，面条作为一种方便快捷的主食，日益受到人们的喜爱。对于面条行业的发展来说，这既是机遇也是挑战。由于面条制造技术相对简单，市场进入门槛低，竞争者众多，面条行业市场竞争激烈。为了抢占市场份额，企业需要不断地推陈出新，根据市场行情变化，生产出适应消费者需求的产品。同时，面条的生产成本受原材料小麦价格波动的影响，及时调整生产成本与销售价格的平衡对于企业来说是一项重要的挑战。报告期内，国内小麦价格波动幅度较大，特别是上半年小麦价格跌幅一度超过18%，新麦上市后至集中收购期结束，麦价稳步回升，但四季度后小麦价格重心震荡下移。

（数据来源：粮油市场报）

植物油：伴随经济不断发展，作为居民日常基本的必须消费品，食用油行业仍然存在较大市场机会，且不存在明显的周期性波动特点。随着城乡居民收入水平的提升，消费者对食用油需求呈现出多样化趋势，普通油品在一定程度上已难以满足特定消费者对营养、健康的需求，具有营养、保健、美味的特种食用油产品将呈现出巨大市场空间。报告期内，受国际、国内食用油原料供需关系趋宽松影响，食用油原料价格整体呈现震荡下行态势，美国农业部公布数据，2023年1月31日菜油价格(月)是71.19美分/磅，当年12月31日菜油价格(月)降至59.45美分/磅。从下游需求端来看，随着原材料价格下跌，国内经济逐步恢复，特别是餐饮市场的逐步恢复，消费需求有所增长，2023年中国食用油消费量约为3,908万吨，较2022年3,758万吨上升4%，带动行业毛利和利润同比有所增长。

（数据来源：美国农业部、国家粮油信息中心）

公司在粮油食品行业所处的行业地位：中国粮油行业正从小规模分散经营向品牌集约经营过渡，目前已形成中粮、金龙鱼等大品牌主导，地方品牌强势崛起的格局，金健粮油品牌在全国拥有较高的知名度，目前正处于由区域性粮油品牌向全国性粮油品牌成长的过渡阶段，虽与中粮、金龙鱼等大品牌比有一定差距，但公司正在通过打造绿色粮食、食用油全产业链条，做深做透核心市场，攻坚战略市场，拓展潜力市场，线上线下互融的发展策略，向“把公司打造成为中国领先的粮油食品产业集团”目标奋进。

（2）农产品贸易行业

报告期内，国际农产品贸易市场面临多重不利因素的冲击。极端天气频发、地缘冲突升级、多国颁布贸易限制政策等不确定因素交织，扰动全球农产品生产和贸易预期，农产品价格出现较

大波动。我国食糖等大宗农产品价格同比处于高位，玉米、小麦等持续震荡，油脂油料、大麦、豆粕周期下行，稻米价格呈现小幅平稳上涨态势。在此情况下，我国农产品贸易行业持续发力，进出口贸易总额与上年同期基本持平，在诸多不利国际环境下显现出良好韧性。据统计，2023年我国农产品进出口额 3,330.3 亿美元，同比基本持平。其中，出口 989.3 亿美元，增 0.9%；进口 2,341.1 亿美元，减 0.3%；贸易逆差 1,351.8 亿美元，减 1.2%。随着我国工业化、城镇化的发展，我国农产品成本将进一步提高，进口将是长期的趋势。同时，伴随我国居民消费水平逐渐提高，推动进口优质农产品成为市场趋势。

（数据来源：中国农业农村部农业贸易促进中心、中信证券）

公司在农产品贸易行业所处的行业地位：公司农产品贸易业务主要经营品种包括玉米、稻谷、小麦、豆粕等，其经营受到国家宏观经济环境和政治环境，以及国际市场环境的影响较大，适时研判行情风险和合理把控经营成本仍将会成为公司经营农产品贸易业务的重点。公司农产品贸易业务与中粮等全国大型粮油贸易企业相比仍有较大差距，但公司农产品贸易业务以华中、东北为中心布局，向全国辐射，是当地具有一定影响力的谷物和粮食贸易企业。

（3）乳品行业

我国乳品行业起步晚，在乳制品对提高身体免疫力功能观念普及下，乳品行业快速发展，已成为全球第二大乳制品市场，目前已从高速成长期进入到了稳定成长期。2022年中国大陆乳制品零售额为 6,599.7 亿元，同比增长 3.27%，近 5 年复合增长率为 4%，初步统计 2023 年乳制品行业市场规模将小幅上涨约为 6,798 亿元。乳品行业增长，离不开政策监管，2023 年实施的《饲用豆粕减量三年行动方案》明确提出要实施饲用豆粕减量替代行动，推进养殖业节粮降耗，同时持续提升奶牛养殖饲草料结构中优质饲草的占比，推动乳品行业发展。目前，我国乳品行业集中度高，伊利和蒙牛这两大全国性乳企行业领先地位稳固，区域性乳企和地方性乳企市占率均为个位数，产业突围方向主要集中在经营低温乳制品方面，以差异化开展市场竞争。随着居民生活水平的提高、消费水平的不断提高，人们的消费观念不断地趋向看重产品的高品质和有益健康的功能性，对乳品的需求呈现出明显的上升趋势，需求结构不断提升。

（数据来源：21 经济网、农业农村部、前瞻网）

公司在乳品行业所处的地位：公司乳业公司属于区域型液态奶生产企业，主要经营鲜奶。由于鲜奶受保质期、运输条件和运输半径限制，公司乳业与伊利、蒙牛等全国大型乳品企业不在一个矩阵，但公司乳业依靠特色产品和学校等特通渠道抢占部分市场份额，在湖南本地液态鲜奶中处于领先地位。

（二）主要业务及主要产品

公司以优质粮油、新型健康食品开发、生产、销售为主，主要涉及米、面、油、奶、休闲食品、农产品贸易等产业。主要产品有大米、面粉、面条、植物油、牛奶等。

公司粮油板块、乳业板块和休闲食品板块的核心单品列示如下：

确保质量的基础上，尽可能降低采购成本。公司根据生产经营情况及采购物料的类型，主要开展季节性挂牌收购、订单收购、询价采购三种粮油原料采购模式。目前，公司用于大米加工的水稻及大米，主要来源地为湖南、湖北、安徽、江西及东北三省，其中小部分进口大米主要来源地为泰国、柬埔寨、越南；用于面制品加工的小麦面粉主要来源地为河南；用于植物油加工的油菜籽主要来源于湖南、湖北、四川，成品油主要来源地为华东区和华南区的主要炼油企业及油脂贸易商。

在粮油生产加工方面，公司拥有良好的原粮与产品储存条件，并采用先进的设备与自动化包装、科学的产品配方、严格的检测程序来保障产品的质量与品质。公司大米的加工产能（含委托生产）为 22.3 万吨，2023 年生产大米产量为 14.5 万吨，产能利用率为 65.02%；公司现有的面制品加工业务生产量相对较小，公司面制品的加工产能为 5.3 万吨，2023 年生产面制品产量为 3.5 万吨，产能利用率为 66.04%；公司食用植物油的加工产能（含委托生产）为 17 万吨，公司 2023 年的食用植物油的年产量为 16.0 万吨，产能利用率为 94.12%。报告期内，为明确生产职能与销售职能的划分，统筹生产资源，降低生产成本，公司成立了生产中心，对公司米面油产业实行协同管理。生产中心的成立，不仅实现了米面油板块资源的整合，充分利用资源，还能进一步推进米面油板块工作程序及生产模式的标准化与规范化，通过对米面油板块生产状况的持续性跟踪与分析，不断改进其生产流程、工艺、设备，解决生产过程中的难点与痛点，从而提升生产效率，降低生产成本。

在粮油产品的销售方面，在粮油产品的销售方面，公司以大米和植物油产品为核心，面类产品 and 调味品产品补充联动，构筑了面向全国的复合式、多渠道的营销网络。在粮油主业板块，实施主分品牌并行经营战略，以主品牌占领中高端市场，利用分品牌抢占低端市场，对线上渠道精细化运营，积极扩展产品销售渠道，从而实现市场占有率和市场份额的稳步提升。报告期末，公司在前期将粮油产品的销售模式由各产业公司自主一体化营销模式调整为集合营销与一体化营销相结合的形式的基础上，完成了新一轮营销架构调整，组建金健米业营销中心，将全公司粮油类产品的品牌打造、产品设计、营销策划、全渠道销售职能集合为一体，破解传统营销机制桎梏，进一步推动金健产品在线上新零售、线下经销商、商超、社会餐饮、营销特渠等多元渠道的拓展，在营销中心下设市场管理、餐饮、商超、新零售、电商、大客户等 6 个业务部门和湖南、华南、华东、华北、西北、西南、西藏等 7 个销售大区，不再实行分品类的独立营销。

公司粮油产品通过线上与线下互融的复合式多渠道并行的模式进行销售，其中传统经销商和 KA 系统为主要销售渠道，新零售和电商为重点发展渠道、特通渠道为新兴培育渠道。其中，经销商渠道主要采取先款后货模式进行销售结算，特渠、团购、KA 卖场按销售合同约定的账期结算回款。公司通过《经销商管理办法》等经营规定对经销商进行动态管理、考核与激励，与经销商签订合同，指定经销区域与经销品类，按年与经销商确定年度目标任务与促销资源支持等。同时，公司还派出业务员对经销商进行具体业务管理与指导，提供专业性服务和开展工作协调。

公司粮油产品目前主要在华中、华北、西南、西北等地区市场销售。公司现有“金健”主品牌，“邦可泰”、“乐米乐”、“稻膳坊”、“香盈门”、“麦王”等副品牌。公司产品依托金健主品牌长期以来建立的市场认知优势，正加速对餐饮市场的销售布局，伴随着湘菜产业链的快速发展，公

司餐饮产品业务规模发展迅速，目前餐饮油在湖南市场居于领先地位，餐饮米、面也驶入增长快车道。

(2) 农产品贸易行业

公司农产品贸易业务模式主要有租赁库自营贸易、港口中转贸易、基差定价贸易、网拍粮贸易和进出口贸易。

①租赁库自营贸易：公司在粮食主产区租赁仓库，利用产区资源自行采购或者委托当地粮库进行收购、储存，品种主要为玉米、小麦、稻谷。租赁库点主要分布于辽宁富东库、齐齐哈尔鸿展库、北大荒库、吉林长友库、长沙库等。公司派驻相关人员对原粮进行扦样、质检、检斤、结算、入库，并对仓库存货进行 24 小时监管。采购有两种模式：一是产区收购，即当地粮商将原粮送到租赁库，公司按内部制定的收储流程和收购价格做好原粮抽样、质检、入库、结算等工作；二是粮食贸易商按采购合同约定，将原粮送至租赁库，验收合格后办理入库及结算。收储完毕后，一部分粮食销往当地养殖场、深加工企业和贸易商，一般为客户自提；一部分通过公路、铁路运往东北港口（锦州港、鲅鱼圈港、大连港、绥中港）的第三方仓库，通过装船平仓或第三方库货权转移凭证实行交割。

②港口中转贸易：公司向贸易商采购货物，货物一般存放于港口，我司采购货物后将其销售给下游客户，销售提货方式一般为下游客户到港自提或者我司在港提货并派车送货给下游客户，交易品种多为豆粕、麸皮、谷物等。

③基差定价贸易：向各大油厂或大型贸易商采购远期合同，通过点价确定远期价格，在合同约定期限内装车提货，再分销给下游工厂。交易品种一般为豆粕。

④网拍粮贸易：这种模式主要是在国家粮食交易平台竞拍采购原粮，交易品种多为玉米、小麦等。公司经过对近期拟竞拍农产品价格走势的判断，按照网拍粮业务流程竞拍成功之后，再由公司销售给下游客户，客户多以玉米深加工企业、饲料厂为主。

⑤进出口贸易：公司进口产品主要是大米、小麦、饲料原料及其副产物等。公司采取 FOB（供应商在国外港口交货，公司自行订船装运和购买保险）、CNF（供应商送货到中国港口，公司购买保险）和 CIF（供应商送货到中国港口并购买保险）等方式采购。货到港后，由客户在码头自提，或送货到指定地点进行销售。

公司出口产品主要是米粉。公司收到国外客户订单后，与供应商联系备货，在国内发运港口办理装柜、报关、出运等手续。与国外客户采取 FOB（公司在国内港口交货，客户自行订船装运和购买保险）、CNF（公司送货到国外港口，客户购买保险）和 CIF（公司送货到国外港口并购买保险）等交割方式。

(3) 乳品行业

乳业公司采用“牧场+工厂+市场”的经营模式，建立了从奶牛养殖、乳品加工到冷链配送销售全过程的质量监控溯源体系。目前，公司拥有的 2 个规模化奶牛养殖场，对奶牛采取集约化全舍饲的饲养方式，实行管道式全封闭机械挤奶。乳业公司每日从牧场运送原奶至工厂加工，公司现有巴氏奶和常温奶 2 个乳品加工车间，生产系统有低温奶和常温奶两大系列 9 条自动化生产线，生产巴氏杀菌乳、灭菌乳、发酵乳、调制乳、含乳饮料、植物蛋白饮料等 6 大类 65 余种产品。乳

品加工采用先进工艺和设备，实行 CIP 自动清洗、高温巴氏杀菌、超高温瞬时灭菌、全封闭自动灌装等全过程无污染作业。2023 全年共生产 9,975 吨乳品。

公司以自有牧场奶源优势为依托，以湖南省市场为主，重点推广销售低温牛奶产品，辅以常温牛奶产品销售，构建学校、社区、酒餐、商超和通路相结合的销售网络体系，成为湖南区域知名品牌。销售模式主要采取经销模式，销售渠道有学生奶渠道、订户（社区自动取奶机）渠道、流通零售渠道、酒餐渠道、电商渠道等等。从区域销售额占比来看，常德地区销售额约占 72%，长沙地区约占 14%，湘西地区约占 8%，湘南区域约占 5%，湖北区域约占 1%。

三、公司主要会计数据和财务指标

1、近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2023年	2022年		本年比上年 增减(%)	2021年	
		调整后	调整前		调整后	调整前
总资产	1,647,998,982.58	1,928,830,309.54	1,928,830,309.54	-14.56	2,124,998,372.06	2,124,998,372.06
归属于上市公司股东的净资产	693,354,291.24	664,683,488.08	664,684,228.10	4.31	715,482,276.62	715,483,138.65
营业收入	4,867,808,810.78	6,412,071,601.89	6,412,071,601.89	-24.08	6,706,482,232.32	6,706,482,232.32
归属于上市公司股东的净利润	28,659,420.44	-50,819,808.34	-50,819,930.35	不适用	-23,269,873.51	-23,269,011.48
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	17,589,151.91	-60,711,522.00	-64,673,030.46	不适用	-31,563,251.37	-35,216,033.04
经营活动产生的现金流量净额	192,319,939.64	238,567,722.24	238,567,722.24	-19.39	84,702,379.23	84,702,379.23
加权平均净资产收益率(%)	4.22	-7.36	-7.36	增加11.58个百分点	-3.20	-3.20
基本每股收益(元/股)	0.0447	-0.0792	-0.0792	不适用	-0.0363	-0.0363
稀释每股收益(元/股)	0.0447	-0.0792	-0.0792	不适用	-0.0363	-0.0363

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	1,168,071,214.48	1,231,997,154.67	1,267,975,823.17	1,199,764,618.46
归属于上市公司股东的净利润	9,918,593.32	4,090,780.52	8,313,935.78	6,336,110.82
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	3,807,758.28	1,021,388.29	7,352,292.24	5,407,713.10
经营活动产生的现金流量净额	-48,362,199.68	169,474,913.11	126,115,083.18	-54,907,856.97

季度数据与已披露定期报告数据差异说明：

适用 不适用

四、股东情况

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）					134,696		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					140,426		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					-		
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）					-		
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	
湖南粮食集团有限责任公司	0	136,932,251	21.34	0	无	0	国有法人
彭雷	-	3,793,297	0.59	0	无	0	境内自然人
王琳	-	1,193,400	0.19	0	无	0	境内自然人
领航投资澳洲有限公司—领航 新兴市场股指期货基金（交易所）	539,800	1,190,000	0.19	0	无	0	其他
葛平	99,500	1,137,300	0.18	0	无	0	境内自然人
张忠田	1,900	1,071,900	0.17	0	无	0	境内自然人
香港中央结算有限公司	-	975,140	0.15	0	无	0	其他
陈耀杰	-	946,900	0.15	0	无	0	境内自然人
汤义明	-	858,440	0.13	0	无	0	境内自然人
陈新华	358,900	828,400	0.13	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明		1、公司前 10 名股东均为无限售条件股东，其中第 2 至第 10 位股东，公司未知其之间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人；2、公司控股股东湖南粮食集团有限责任公司与其他前 10 位股东之间不存在关联关系，不属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。					

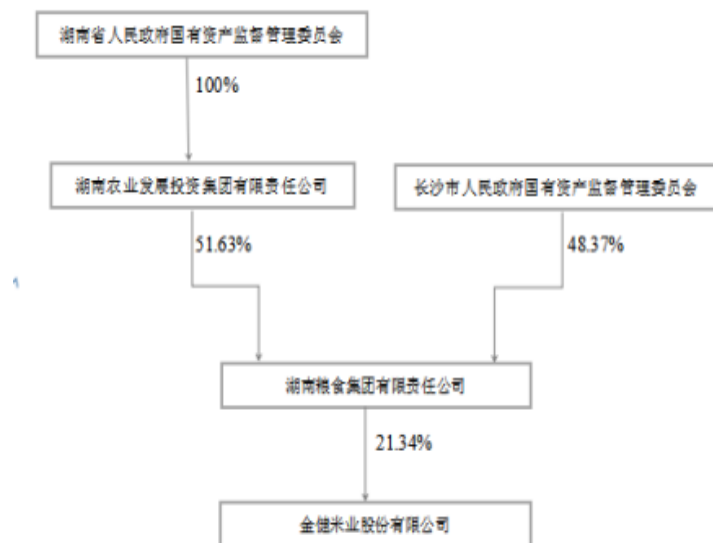
2、公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



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、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。

2023 年，公司累计实现营业收入 48.68 亿元，较上年度 64.12 亿元减少 15.44 亿元，同比上期减少了 24.08%。公司 2023 年度归属于上市公司股东的净利润为 2,865.94 万元，扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润为 1,758.92 万元，同比上期实现扭亏为盈，主要系：一是报告期内，公司食用原料油的采购成本下降，以及收入结构变化，导致公司整体毛利率同比上升 1.68 个百分点，毛利额同比增加 3,676 万元；二是报告期内，公司为进一步提升管理效能，对组织架构等进行了优化调整，同时加强了应收账款和存货管理，降低了银行贷款的使用额度，提升了资金管理效率，销售费用、管理费用、财务费用等期间费用同比减少 4,459 万元；三是报告期内，公司对参股企业的投资损失和公允价值变动损失同比减少 714 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

金健米业股份有限公司

2024 年 3 月 29 日