

证券代码：000639

证券简称：西王食品

公告编号：2025-012

西王食品股份有限公司 2024 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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，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	西王食品	股票代码	000639
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	无		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	王超	张婷	
办公地址	山东省邹平市西王工业园	山东省邹平市西王工业园	
传真	0543-4868888	0543-4868888	

电话	0543-4868888	0543-4868888
电子信箱	wangchao@xiwang.com.cn	zhangting@xiwang.com.cn

2、报告期主要业务或产品简介

（一）报告期内所从事的主要业务

食用油业务：

2024 年，全球食用油市场规模持续增长，国内食用油市场也呈现出消费升级与规模扩张并行的趋势，公司抓住市场机遇，加大健康型、功能性食用油的研发和推广力度，小包装食用油销售额占比不断提高，替代散油趋势明显。同时，持续优化供应链管理，加强品牌建设，提升产品质量和服务水平，进一步巩固市场地位。

1、品牌力

报告期内，公司依托在食用油领域一贯的优质、健康、绿色、安全等特性，获得第十四届中国粮油榜—中国十佳粮油（食品）品牌、食用油加工企业 50 强、玉米油加工企业 10 强、食用油品牌 30 强、专精特新中小企业、山东省食品企业综合实力水平评价 TOP5、“齐鲁粮油”最具特色产品、全球食品创新奖（六重保鲜工艺）年度创新技术、全球美味奖（西王低芥酸浓香菜籽油）、2024 年度餐饮供应链百强企业、西王食用油优质产品金奖。西王食品连续八年蝉联山东省玉米油单项制造冠军。

2、产品力

报告期内，开展产品升级、补充优质单品、产品区隔行动，优化产品结构、夯实产品基础，在稳定玉米油销量的基础上，菜籽油、葵花籽油同期增长 15%。满足江西、湖南等市场一级菜籽油产品市场差异化需求，上市金黄色一级压榨菜籽油，上市大润发 5.28L、世纪联华 4.5L 等区域化定制产品，并增加节日礼盒元素，推出鲜胚 600ml*6 礼盒，从规格、卖点等方面形成差异，打造差异化爆品，拓宽销路。补充线上“零反式脂肪”、“鲜食鲜味”、“本色本味”等系列产品，在拼多多平台上市甯醇多多压榨玉米油、油酸多多压榨菜籽油、维 E 多多压榨葵花籽油 6.08L 等异性规格产品。

3、渠道力

报告期内，公司多渠道布局，通过现代渠道与传统渠道相结合的策略，全方位拓展产品销售渠道，线上、线下协同发展，稳步扩充营销网络。

传统经销商渠道，2024 年新增客户近百家，新增网点 1 万余家，覆盖了全国各大城市，最低下沉到镇级市场；直营 KA 渠道，与大型商超、连锁超市建立了长期合作关系，并对直营渠道进行跟踪分析，优化直营仓管系统；餐饮渠道，随着餐饮行业的回暖，公司在餐饮渠道的销量也有所增长；搭建了京东、天猫、抖音等线上营销渠道，设立专门机构负责网络渠道的开发及建设，在北京、上海、深圳、成都、

南京、杭州等城市设立仓储中心，形成了强大的市场运维体系。同时，创新销售模式，引领消费增长，针对产品、客户、渠道、促销、分销等维度实施一揽子营销策略，运营美团闪购、京东秒送、饿了么三大 O2O 平台，目标达成率 145%。

4、创新力

报告期内，通过技术创新、产品创新和战略创新，不断提升核心竞争力，为消费者提供更优质、健康的产品和服务。

技术创新方面，实施德国英联酶制剂小试、中试试验取得成功，降低了酶制剂的采购成本；探索利用硅胶、活性白土、活性炭、蒙脱石等吸附剂辅助脱除缩水甘油酯的技术方法，验证了不同加工助剂的脱除效率；完成浓香玉米油小榨线试车；积极参与了《山东浓香玉米油》团体标准的制订。成功将企业技术中心升级为“省级企业技术中心”、另外，完成“高新技术企业”复评审，质检中心实验室 7 项指标通过了国家级能力验证。

产品创新方面，推出大润发 5.28L、世纪联华 4.5L 等区域化定制产品，并增加节日礼盒元素推出鲜胚 600ml*6 礼盒，“零反式脂肪”、“鲜食鲜味”、“本色本味”等系列产品，在拼多多平台上市甬醇多多压榨玉米油、油酸多多压榨菜籽油、维 E 多多压榨葵花籽油 6.08L 等异性规格产品。

战略创新方面，实施“科技强企”战略，积极探索 AI 等前沿技术在产品研发和精准营养领域的应用，积极布局科技赋能健康食品领域。

运动营养品业务：

1、品牌力

提升品牌的全球知名度，持续建立品牌差异化核心竞争力，聚焦品牌核心品类，保持高增长赛道，实行品牌发展的长期规划。报告期内，公司获得年度最畅销品牌奖-MuscleTech，年度蛋白奖-MuscleTech NitroTech，年度维生素奖-MuscleTech Platinum Multivitamin，年度增肌增重产品奖-MuscleTech MassTech Extreme 2000，亚马逊春季大促最佳减重优惠奖-Six Star Pro Nutrition 100% Whey Protein Plus，最佳实惠预锻炼补剂推荐-“最佳性价比选择”-Six Star Pro Nutrition Pre-Workout Explosion，美国销量第一的体重控制产品-Hydroxycut Hardcore（根据 Circana MULO 2024 年 12 月 29 日止的 52 周数据），美国销量第一的运动营养品牌-Six Star Pro Nutrition（粉末和胶囊，2024 年 12 月 29 日止的 52 周数据），美国销量第一的减重品牌-Hydroxycut（粉末和胶囊，2024 年 12 月 29 日止的 52 周数据），第七届 iSEE 全球奖评选中，MuscleTech 高性能系列-乳清蛋白粉被评为创新品牌百强、MuscleTech 白金系列-乳清蛋白粉（龙井奶茶味）、MuscleTech 白金系列-复合蛋白粉（巧克力味）、SixStar 益生菌复合乳清蛋白粉（白桃味）、SixStar 锌镁肌酸粉（凤梨味）四款产品均被评为全球美味奖。

2、产品力

报告期内，肌肉科技品牌连续第 9 年蝉联品类第一。针对女性人群推出后生元减脂蛋白粉；针对马拉松人群推出山楂味能量胶；针对剂型创新推出肌酸咀嚼片；针对大学生人群喜好推出清新甜美的奶油草莓味、伯爵奶茶味、冰咖啡味的增肌粉类产品，推出冰激凌朗姆酒味、哈密瓜味的蛋白粉，推出西柚味、海盐柠檬味的电解质粉类产品。通过以上举措，进一步完善了产品矩阵、优化了产品结构，提高了运营效率。

3、市场力

报告期内，制定国际市场战略，重点深耕战略性增长市场，通过多品牌矩阵、线上线下协同推广、产品创新等策略，提高销售水平。通过“IWF 国际健身展”、“斯巴达勇士赛”、“路人王篮球赛”、下站东单篮球赛、“美国奥赛”等展会、赛事开展一系列传播项目，并结合达人 KOL 矩阵在抖音平台打造品牌专属话题，活动期间，“肌肉科技白金”、“力量超新星”等热门话题多次冲进抖音热搜，有效带动了产品曝光。

4、运营力

报告期内，综合市场需求、原材料行情、产品价值链、公司采购销情况，建立库存预警机制，确保能够及时捕捉市场动态和产品流转情况，进行更新，提高管理运营效率。依据客户的等级及渠道制定相应的产品分销策略，加速与主要客户的联合业务计划，通过新分销商渗透独立分销等新渠道，继续为消费者建立直接渠道，提供更多创新机会，建立更强大的客户参与度。

（二）主要产品及用途

公司的主要产品包括食用油和运动营养、体重管理类产品，覆盖了从日常饮食到运动营养、体重管理的多个方面，旨在为消费者提供全面的健康食品解决方案。

食用油业务：

主产品为“西王”牌鲜胚玉米胚芽油及玉米胚芽油，建立超高、高、中端玉米油产品线，产品还涉及菜籽油、葵花籽油、花生油等多个健康油种。这些产品主要用于日常饮食中提供健康的烹饪油选择，满足消费者对高品质食用油的需求。西王食品依托西王集团的资源优势，实现了玉米胚芽的充足原料保障，生产过程实现了智能自动化控制，从原料到产品实行全程质量监控。

西王健字号玉米油于 2011 年取得了国家食品药品监督管理局颁发的国产保健食品批准证书，为国内首个获得保健食品证书的玉米油产品，也是国内首家无添加成分的食用油。自主研发的国家发明专利鲜胚玉米胚芽油“六重保鲜工艺”，最大限度保留了玉米油中维生素 E、植物甾醇等营养成分。成功研发应用的酶法脱胶新技术，在玉米油行业中尚属首次，使玉米油品收率平均提升了 1.5 个百分点。

未来公司将继续秉承“食品安全为本，诚信经营为先”的经营理念，发挥全产业链、智能制造、专业营销、健康理念等多方面的优势，为广大消费者提供“绿色、营养、安全、健康”的食用油产品。

运动营养品业务：

公司控股 Iovate 公司，现有 MuscleTech、SixStar、Hydroxycut、PurelyInspired 等重点品牌，涵盖运动营养和体重管理两大品类。产品的主要功能是满足消费者对运动营养品的需求，特别针对高强度健身人群，可以起到事半功倍的作用。

MuscleTech 为行业标杆性产品的代表，为全球健身爱好者及运动员提供补给食品，SixStar 在北美运动营养市场高端运动保健品的占有率排名前列，Hydroxycut 是美国市场排名第一的体重管理类保健品，PurelyInspired 在北美市场是高速成长的植物基营养品品牌。

Iovate 公司将继续以健身专业人士及爱好者和追求健康生活方式人群为目标群体，致力于提供高科技含量、高品质的运动营养及体重管理产品为使命。

（三）经营模式

1、食用油业务：

依托大股东西王集团，建立起了“原料基地—加工过程—终端产品”的完整产业链，转化玉米深加工的副产品胚芽，构建了贯穿玉米油生产的全产业链，打造品牌价值。采用现代渠道与传统渠道相结合的渠道策略，全方位拓展产品销售渠道，线上、线下协同发展，稳步扩充全国营销网络。

2、运动营养品业务：

Iovate 公司拥有 MuscleTech、SixStar、Hydroxycut、PurelyInspired 等重点品牌，涵盖运动营养和体重管理两大品类。立足产品创新和质量把控，具有全球性的供应链体系，坚持国际市场战略，优先中国、印度、澳大利亚等增长市场，产品销往 140 多个国家和地区。

3、品牌建设

持续增强品牌竞争力，实行品牌发展的长期规划，通过明星代言和社交媒体平台提高品牌知名度和产品曝光。利用新媒体平台和 KOL 合作，增加品牌在垂直领域的传播力度，提升品牌势能。

4、产品创新和研发

持续进行产品创新，根据市场及消费者需求不断丰富产品线，推出新产品以满足不同消费者的需求，提高核心竞争力。

5、渠道与销售

优化经销商结构，开拓新网点，实现传统渠道、餐饮渠道、新零售等对客户的深挖；在国际市场，制定精准的商业规划以推动销售和营销，尤其是在中国、印度、澳大利亚等增长市场。

6、人才与组织管理

吸引、发展和保留多样化人才，制定并实施继任计划以培养和留住人才。改善绩效管理评级，评估高管团队架构和人才能力，提高工作效率。

7、社会责任与质量管理

坚持履行社会责任，以食品安全作为品牌发展的首要保证，深入推行卓越绩效管理模式，持续加强质量管理体系建设。多年来通过了质量、环境、食品安全、HACCP、职业健康安全管理体系，进一步提升了管理的规范化、流程化和专业化，为健康食品生产奠定了基础。

通过这些经营模式，公司致力于提供高品质的健康食品，满足消费者对健康生活的追求，并在国内外市场取得了显著的业绩。

（四）市场地位

食用油业务：

公司是国内最大的玉米胚芽油生产基地，玉米油市场占有率已达 30%以上，国内大型玉米深加工和玉米全产业链的企业之一。

公司被中国食品工业协会冠名“中国玉米油城”，连续多次入选“中国好粮油”，连续多年被评为“山东名牌产品”，“第十一届全国运动会指定用油”，第一批“好品山东”代表品牌，西王商标被评为“中国驰名商标”，为国家高新技术企业、全国粮油科技创新型企业、山东省放心消费示范单位，并多次获得行业协会、主管单位所颁发的相关奖励及荣誉称号。报告期内，公司依托在食用油领域一贯的优质健康绿色安全特性，第十四届中国粮油榜-中国十佳粮油（食品）品牌、食用油加工企业 50 强、玉米油加工企业 10 强、食用油品牌 30 强、专精特新中小企业、山东省食品企业综合实力水平评价 TOP5、“齐鲁粮油”最具特色产品、全球食品创新奖（六重保鲜工艺）年度创新技术、全球美味奖（西王低芥酸浓香菜籽油）、2024 年度餐饮供应链百强企业、西王食用油优质产品金奖。西王食品连续八年蝉联山东省玉米油单项制造冠军。

另外，公司是国内领先的拥有全产业链控制条件的玉米油生产企业，拥有食用油行业领先的科研开发能力及分析检测能力，具有食用油产品全项指标检测能力，是国内同行业中少数几家全套引进国际最先进设备的企业之一。公司通过了以下管理体系认证：GB/T 19001-2016/ISO 9001：2015 质量管理体系、GB/T 24001-2016/ISO 14001：2015 环境管理体系、ISO 22000：2018 食品安全管理体系、GB/T 45001-2020/ISO 45001：2018 职业健康安全管理体系、危害分析与关键控制点（HACCP）体系、GB/T 29490-2023 知识产权管理体系。

运动营养品业务：

Iovate 为全球最大的运动营养及体重管理公司，拥有全球性的销售渠道，其产品销往 140 多个国家和地区，拥有 100 余项全球专利，熟悉国际市场环境和行情，主打品牌竞争力强，旗下目前拥有 MuscleTech、SixStar、Hydroxycut、PurelyInspired 等主打品牌，这些品牌在全球市场具有较高的知名度和竞争力。MuscleTech 是行业标杆性产品的代表，为全球健身爱好者及运动员提供补给食品，SixStar 为北美运动营养市场高端运动保健品的代表占有率排名前列，Hydroxycut 是美国市场排名第一

的体重管理类保健品，PurelyInspired 在北美市场是高速成长的植物基营养品品牌，肌肉科技品牌连续第 9 年蝉联品类第一。报告期内，公司获得年度最畅销品牌奖-MuscleTech，年度蛋白奖-MuscleTech NitroTech，年度维生素奖-MuscleTech Platinum Multivitamin，年度增肌增重产品奖-MuscleTech MassTech Extreme 2000，亚马逊春季大促最佳减重优惠奖-Six Star Pro Nutrition 100% Whey Protein Plus，最佳实惠预锻炼补剂推荐-“最佳性价比选择”-Six Star Pro Nutrition Pre-Workout Explosion，美国销量第一的体重控制产品-Hydroxycut Hardcore（根据 Circana MULO 2024 年 12 月 29 日止的 52 周数据），美国销量第一的运动营养品牌-Six Star Pro Nutrition（粉末和胶囊，2024 年 12 月 29 日止的 52 周数据），美国销量第一的减重品牌-Hydroxycut（粉末和胶囊，2024 年 12 月 29 日止的 52 周数据），第七届 iSEE 全球奖评选中，MuscleTech 高性能系列-乳清蛋白粉被评为创新品牌百强、MuscleTech 白金系列-乳清蛋白粉（龙井奶茶味）、MuscleTech 白金系列-复合蛋白粉（巧克力味）、Six Star 益生菌复合乳清蛋白粉（白桃味）、Six Star 锌镁肌酸粉（凤梨味）四款产品均被评为全球美味奖。

（五）主要业绩驱动因素

食用油业务：

品牌端，公司被中国食品工业协会冠名“中国玉米油城”，连续多次入选“中国好粮油”，连续多年被评为“山东名牌产品”，“第十一届全国运动会指定用油”，第一批“好品山东”代表品牌，西王商标被评为“中国驰名商标”，为国家高新技术企业、全国粮油科技创新型企业、山东省放心消费示范单位，并多次获得行业协会、主管单位所颁发的相关奖励及荣誉称号。报告期内，公司依托在食用油领域一贯的优质健康绿色安全特性，第十四届中国粮油榜-中国十佳粮油（食品）品牌、食用油加工企业 50 强、玉米油加工企业 10 强、食用油品牌 30 强、专精特新中小企业、山东省食品企业综合实力水平评价 TOP5、“齐鲁粮油”最具特色产品、全球食品创新奖（六重保鲜工艺）年度创新技术、全球美味奖（西王低芥酸浓香菜籽油）、2024 年度餐饮供应链百强企业、西王食用油优质产品金奖。西王食品连续八年蝉联山东省玉米油单项制造冠军。

产品端，除玉米油外，产品涉及菜籽油、葵花籽油、花生油等多个健康油种，不断完善食用油品类布局，持续进行结构升级。报告期内，开展产品升级、补充优质单品、产品区隔行动，优化产品结构、夯实产品基础，在稳定玉米油销量的基础上，菜籽油、葵花籽油同期增长 15%。满足江西、湖南等市场一级菜籽油产品市场差异化需求，上市金黄色一级压榨菜籽油，上市大润发 5.28L、世纪联华 4.5L 等区域化定制产品，并增加节日礼盒元素，推出鲜胚 600ml*6 礼盒，从规格、卖点等方面形成差异，打造差异化爆品，拓宽销路。补充线上“零反式脂肪”、“鲜食鲜味”、“本色本味”等系列产品，在拼多多平台上市甬醇多多压榨玉米油、油酸多多压榨菜籽油、维 E 多多压榨葵花籽油 6.08L 等异性规格产品。

渠道端，公司多渠道布局，通过现代渠道与传统渠道相结合的策略，全方位拓展产品销售渠道，线上、线下协同发展，稳步扩充营销网络。报告期内，传统经销商渠道，2024 年新增客户近百家，新增网点 1 万余家，覆盖了全国各大城市，最低下沉到镇级市场；直营 KA 渠道，与大型商超、连锁超市建立了长期合作关系，并对直营渠道进行跟踪分析，优化直营仓管系统；餐饮渠道，随着餐饮行业的回暖，公司在餐饮渠道的销量也有所增长；搭建了京东、天猫、抖音等线上营销渠道，设立专门机构负责网络渠道的开发及建设，在北京、上海、深圳、成都、南京、杭州等城市设立仓储中心，形成了强大的市场运维体系。同时，创新销售模式，引领消费增长，针对产品、客户、渠道、促销、分销等维度实施一揽子营销策略，运营美团闪购、京东秒送、饿了么三大 O2O 平台，目标达成率 145%。

人才端，持续做好党建教育，不断壮大入党积极分子、党员队伍，激励党员干部发挥先锋模范作用，申报市级优秀基层党组织并获奖。持续开展人才自主评价工作，提高评价要求及标准，进一步提升人员素质，为公司培养更多的人才。优化管理干部绩效考核，做好人员储备及基层管理干部选拔工作，做好充足的人才保障。积极宣传企业文化，组织各类文体活动，展现干部职工良好的精神面貌，优化企业整体形象。定期组织员工查体、召开座谈会、走访困难职工、举办户外拓展活动，提升员工幸福感、归属感，打造西王“家”文化。

运动营养业务：

品牌端，提升品牌的全球知名度，持续建立品牌差异化核心竞争力，聚焦品牌核心品类，保持高速增长赛道，实行品牌发展的长期规划。报告期内，公司获得年度最畅销品牌奖-MuscleTech，年度蛋白奖-MuscleTech NitroTech，年度维生素奖-MuscleTech Platinum Multivitamin，年度增肌增重产品奖-MuscleTech MassTech Extreme 2000，亚马逊春季大促最佳减重优惠奖-Six Star Pro Nutrition 100% Whey Protein Plus，最佳实惠预锻炼补剂推荐-“最佳性价比选择”-Six Star Pro Nutrition Pre-Workout Explosion，美国销量第一的体重控制产品-Hydroxycut Hardcore（根据 Circana MULO 2024 年 12 月 29 日止的 52 周数据），美国销量第一的运动营养品牌-Six Star Pro Nutrition（粉末和胶囊，2024 年 12 月 29 日止的 52 周数据），美国销量第一的减重品牌-Hydroxycut（粉末和胶囊，2024 年 12 月 29 日止的 52 周数据），第七届 iSEE 全球奖评选中，MuscleTech 高性能系列-乳清蛋白粉被评为创新品牌百强、MuscleTech 白金系列-乳清蛋白粉（龙井奶茶味）、MuscleTech 白金系列-复合蛋白粉（巧克力味）、Six Star 益生菌复合乳清蛋白粉（白桃味）、Six Star 锌镁肌酸粉（凤梨味）四款产品均被评为全球美味奖。

渠道端，坚持国际市场战略，优先中国、印度、英国、澳大利亚等增长市场，制定精准的商业规划以推动销售、营销，拥有全球性的销售渠道，产品销往 140 多个国家和地区。针对北美地区，确定北美战略客户，为战略客户指定联合业务计划流程，提升健康对话。同时，加速优质经销商招募、优化经销商梯队，针对自营平台，优化运营团队，提升团队专业能力，增强各平台业绩增速。报告期内，通过

“IWF 国际健身展”、“斯巴达勇士赛”、“路人王篮球赛”、下站东单篮球赛、“美国奥赛”等展会、赛事开展一系列品牌传播项目，并结合达人 KOL 矩阵在抖音平台打造品牌专属话题，活动期间，“肌肉科技白金”“力量超新星”等热门话题多次冲进抖音热搜，有效带动了产品曝光，创造 8 亿+曝光量，提升知名度。

产品端，报告期内，针对女性人群推出后生元减脂蛋白粉；针对马拉松人群推出山楂味能量胶；针对剂型创新推出肌酸咀嚼片；针对大学生人群喜好推出清新甜美的奶油草莓味、伯爵奶茶味、冰咖啡味的增肌粉类产品，推出冰激凌朗姆酒味、哈密瓜味的蛋白粉，推出西柚味、海盐柠檬味的电解质粉类产品。通过以上举措，进一步完善了产品矩阵、优化了产品结构，提高了运营效率。

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

	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末 增减	2022 年末
总资产	6,162,827,205.39	7,155,342,510.45	-13.87%	7,077,115,161.67
归属于上市公司股东的净资产	2,914,468,641.51	3,337,898,102.17	-12.69%	3,323,994,516.47
	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	4,972,309,008.30	5,490,278,897.38	-9.43%	6,070,815,722.31
归属于上市公司股东的净利润	-443,570,686.57	-16,865,799.90	-2,530.00%	-618,683,746.48
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益的净利润	-432,728,020.46	26,777,481.99	-1,716.01%	-616,835,808.85
经营活动产生的现金流量净额	232,789,502.58	425,693,522.60	-45.32%	58,777,725.82
基本每股收益（元/股）	-0.4109	-0.0156	-2,533.97%	-0.5700
稀释每股收益（元/股）	-0.4109	-0.0156	-2,533.97%	-0.5700
加权平均净资产收益率	-14.19%	-0.51%	-13.68%	-17.42%

(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	1,298,340,202.88	1,218,222,511.80	1,297,283,637.78	1,158,462,655.84
归属于上市公司股东的净利润	50,857,341.46	-10,205,675.23	21,936,772.12	-506,159,124.92
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	51,459,776.22	1,302,496.26	22,070,191.92	-507,560,484.86
经营活动产生的现金流量净额	-101,711,376.16	84,613,243.10	215,410,553.45	34,477,082.19

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	55,729	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	51,198	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（不含通过转融通出借股份）							
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	
西王集团有限公司	境内非国有法人	28.91%	312,075,381	0	质押	310,065,333	
山东永华投资有限公司	境内非国有法人	10.21%	110,193,262	0	质押	110,193,262	
巨能资本管理有限公司—山东聚赢产业基金合伙企业（有限合伙）	国有法人	4.15%	44,794,837	0	不适用	0	
泰达宏利基金—工商银行—泰达宏利价值成长定向增发 726 号	其他	3.49%	37,709,678	0	不适用	0	
李松峰	境内自然人	2.41%	26,001,200	0	不适用	0	

山东高速嵩信（天津）投资管理有限公司—山高嵩成私募股权投资基金	其他	1.75%	18,854,837	0	不适用	0
武汉睿福德投资管理中心（有限合伙）	境内非国有法人	1.39%	15,006,889	0	不适用	0
株洲市国有资产投资控股集团有限公司	国有法人	1.00%	10,752,493	0	不适用	0
张元华	境内自然人	0.91%	9,814,400	0	不适用	0
王棣	境内自然人	0.38%	4,104,062	0	质押	4,104,062
上述股东关联关系或一致行动的说明	西王集团有限公司、山东永华投资有限公司、王棣之间存在关联关系，山东永华投资有限公司属于西王集团有限公司的全资子公司、王棣与实际控制人存在亲属关系，因此属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。西王集团有限公司、山东永华投资有限公司、王棣与前十大股东中的其他股东不存在关联关系或一致行动关系；公司未知其它股东之间是否存在关联关系，也未知其是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	西王集团有限公司通过信用账户持有公司 1,997,461 股。					

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

单位：股

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况								
股东名称（全称）	期初普通账户、信用账户持股		期初转融通出借股份且尚未归还		期末普通账户、信用账户持股		期末转融通出借股份且尚未归还	
	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
武汉睿福德投资管理中心（有限合伙）	9,405,289	0.87%	5,601,600	0.52%	15,006,889	1.39%	0	0.00%
株洲市国有资产投资控股集团有限公司	5,351,493	0.50%	5,401,000	0.50%	10,752,493	1.00%	0	0.00%

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

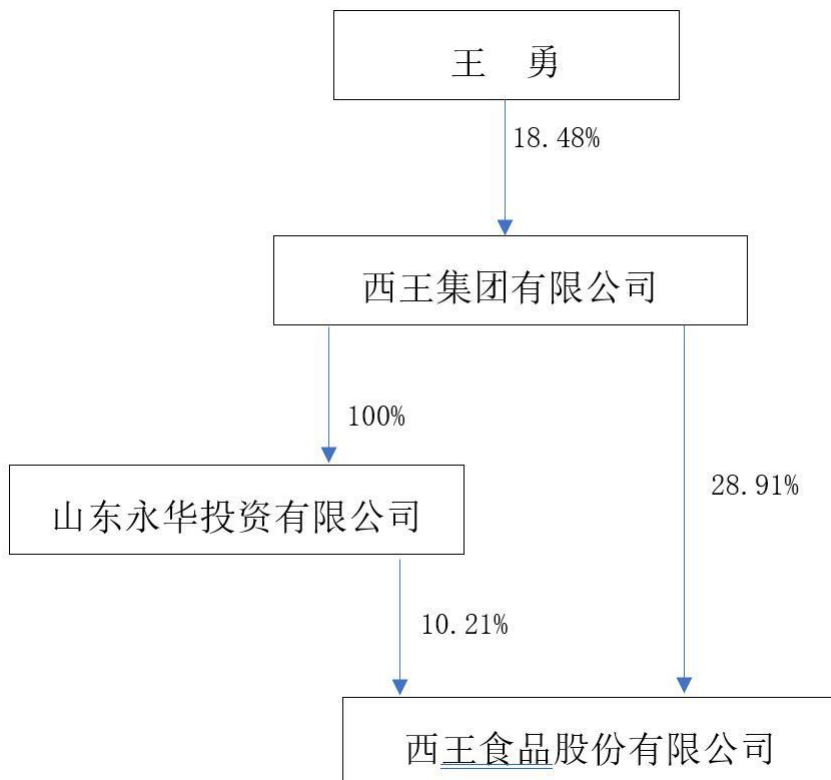
适用 不适用

（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



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

无