



公司代码：600883

公司简称：博闻科技

云南博闻科技实业股份有限公司 2024 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 <http://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、 中审众环会计师事务所（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

经中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）审计，2024年度公司（母公司）实现净利润83,137,031.03元，加以前年度未分配利润，截至2024年12月31日，公司（母公司）期末可供分配利润为人民币532,792,749.18元。公司2024年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润。本次利润分配方案如下：

（一）公司拟向全体股东每股派发现金红利0.06元（含税）。截至2024年12月31日，公司总股本236,088,000股，以此计算合计拟派发现金红利14,165,280元（含税）。本年度公司现金分红占当年归属于公司股东净利润的比例为19.63%。

（二）截至2024年12月31日，公司（母公司）资本公积金为52,698,117.21元，公司拟定2024年度不进行资本公积金转增股本。

（三）如在本次实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变动的，拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额，并将另行公告具体调整情况。

（四）本次利润分配方案综合考虑了公司目前发展阶段、盈利能力、现金流情况及未来的资金需求等因素，对当期每股收益、经营性现金流不会产生重大影响，不会影响公司正常经营。

本次利润分配方案尚需提交公司2024年年度股东大会审议通过后方可实施。

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	博闻科技	600883

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	杨庆宏	吴志伟
联系地址	云南省昆明市官渡区春城路219号东	云南省昆明市官渡区春城路219号东航



	航投资大厦 806 室	投资大厦 806 室
电话	0871-67197370	0871-67197370
传真	0871-67197694	0871-67197694
电子信箱	yn600883@163.com	yn600883@163.com

2、 报告期公司主要业务简介

报告期内，公司主营业务范围包括食用菌业务、火腿业务和咖啡业务三个板块。

（1）食用菌行业概况

食用菌可以分为人工栽培食用菌和野生食用菌两大类，从产量和产值来看，全国食用菌以人工栽培食用菌为主，我国是食用菌生产大国，也是食用菌消费大国。报告期内公司食用菌业务产品主要以新鲜松茸、冷冻美味牛肝菌等云南野生食用菌为主。

1) 全国食用菌行业概况

①食用菌产量和产值

2023 年全国食用菌总产量 4,334.17（鲜品，下同）万吨、总产值 3,965.57 亿元，同比分别增长 2.64%、2.02%。

②食用菌区域分布

目前我国工厂化栽培食用菌产量占据着越来越大的市场份额，2023 年食用菌产量最高的前 5 省份依然是河南省(630.09 万吨)、福建省(499.61 万吨)、黑龙江省(390.09 万吨)、河北省(342.24 万吨)、山东省(296.09 万吨)，与 2022 年相比没有变化，5 个省的产量合计占全国总产量的 49.79%，全国食用菌的生产区域差异性比较明显且稳固。

③食用菌消费量

我国食用菌消费主要集中在家庭和餐饮等消费终端。随着中国城乡居民收入及消费水平的不断提高，以及大粮食观食物新观念的逐步形成和对新型营养膳食结构的需求，家庭消费的稳定增长及餐饮业的发展已成为拉动食用菌产业持续发展的重要动力，食用菌需求量将进一步提升。2023 年全国居民家庭人均蔬菜及食用菌消费量为 113.6 千克，同比增加 5%，消费量仍然较大；从消费周期性看，全年人工栽培食用菌主要集中在第一、三、四季度市场需求较为旺盛。

④食用菌工厂化

中国的食用菌工厂化发展起步晚，历史短，整体栽培技术水平不高，地域分布不均衡，工厂化比例显著低于发达国家。随着中国食用菌需求量的不断扩大，食用菌工厂化比例正在不断提高。近年来，大量规模小、产品质量不高、销售渠道闭塞的种植企业被淘汰出局，传统农户种植食用菌占食用菌市场的比例逐步萎缩，而工厂化栽培龙头企业凭借其产品质量高、技术工艺先进、营销渠道畅通的优势而占据更大的市场份额。

⑤食用菌出口情况

2023 年度全国各类食用菌产品年出口数量 71.23 万吨、创汇金额 28.77 亿美元，同比分别增长 4.37%、-8.7%。出口数量最多的前三类食用菌产品依次为：小白蘑菇（洋蘑菇）罐头 15.66 万吨、蘑菇菌丝 15.64 万吨、其他蘑菇罐头 10.12 万吨；出口创汇金额最高的前三类食用菌产品依次为：其他蘑菇罐头 10.08 亿美元、干香菇 4.68 亿美元、小白蘑菇（洋蘑菇）罐头 3.6 亿美元，与 2022 年相比均没有变化；2024 年松茸（包括鲜或冷藏的松茸、冷冻松茸、盐水松茸）产品出口量 671.90 吨、创汇 2.09 亿元，分别同比减少 2.93%、2.32%；牛肝菌（包括新鲜牛肝菌、冷冻牛肝菌、干牛肝菌）产品出口量 12,730.12 吨、创汇 6.49 亿元，分别同比增加 34.13%、38.94%。

⑥野生食用菌概况

全国野生食用菌资源优势较为突出的省份是云南省，全世界食用菌资源约 2,000 种，具有显著野生食用菌采集传统并以出售为目的的国家和地区有 40 多个。已知云南分布野生菌 882 种，占



世界已知 2,166 种食用菌的 40.7%，占中国已知 966 分类单元的 91.3%。云南省野生食用菌适生面积、产量、产值均居全国第 1 位，商品野生食用菌占全国的 70%以上。

（上述信息来源：中国食用菌协会、国家统计局、中国海关总署网站等）

2) 云南食用菌行业概况

①2023 年，云南省食用菌总产量 110.34 万吨、总产值 441.25 亿元，分别同比增长 12.21%、15.33%。2023 年全省野生食用菌产量 39.67 万吨，产值 295.57 亿元，分别同比增长 25.5%、17.97%；栽培食用菌产量 70.67 万吨，产值 145.68 亿元，分别同比增长 5.92%、10.31%。全省以野生食用菌采集、销售为主，约占总产值近七成，主要有松茸、牛肝菌、松露、鸡油菌、干巴菌、鸡枞、青头菌、红菇、奶浆菌等 10 余个品种。栽培食用菌主要有木耳、香菇、平菇、姬松茸、羊肚菌、天麻、大球盖菇、金耳、白参、黑皮鸡枞、暗褐网柄牛肝菌等。2023 年全省食用菌出口量 8,953.48 吨，出口额 6.31 亿元，出口全球 34 个国家和地区。出口创汇较高的野生食用菌是牛肝菌（0.6 万吨、0.38 亿美元，主要出口意大利、德国、法国等）、松茸（0.06 万吨，0.32 亿美元，主要出口日本和韩国等）和块菌（0.13 万吨，0.14 亿美元，主要出口香港、日本、意大利、德国、法国等）。栽培食用菌出口的有香菇（0.07 万吨，0.02 亿美元，主要出口国马来西亚、越南、泰国和香港等）和金针菇（0.36 万吨，0.03 亿美元，主要出口泰国、老挝、马来西亚等）。

②松茸和美味牛肝菌均为具有重要经济价值的野生食用菌，云南松茸和美味牛肝菌资源具有较大优势，但季节性强，不易人工培育，处于自然供给状态，应季上市，出产周期一般为 6-11 月份，8-9 月份为盛产期，产品多以生鲜食用或初加工（干制品或罐制品）为主，两者的精深加工产品开发都不足。近年来随着国内消费者对绿色健康食品的新需求促进消费升级；生鲜冷链技术的成熟与普及和电商平台的快速发展，让全国各地的居民都可以享受到新鲜的松茸和美味牛肝菌等野生食用菌；从消费周期性看，全年野生食用菌主要集中在第三、四季度市场需求较为旺盛，正是野生食用菌集中出产的时节。

（上述信息来源：中国食用菌协会、云南食用菌协会等）。

（2）火腿行业概况

公司火腿业务所处行业类别是肉制品加工行业，火腿属于肉制品行业的一个子行业，属于民生消费行业，是人们必不可少的生活必需品。

1) 全国火腿行业概况

火腿属于肉制品，以制作火腿的原料看，主要以猪肉为主，猪肉消费仍然是肉类消费的主流，2023 年我国肉类产量达到 9,748.23 万吨，同比增长 4.5%，其中猪肉产量 5,794.32 万吨，猪肉产量占整体肉类比重 59.44%。2023 年我国人均肉类消费量 39.8kg，同比增加 15.03%，我国肉制品消费呈现出逐年上涨态势，但和发达国家相比，我国的人均肉类消费水平还比较低，还有较大的增长空间。我国的中式肉制品产业还处在区域品牌多而散的阶段，产业集中度还很低，在细分市场领域以及在肉制品精深加工领域出现龙头企业，未来在消费、产业双升级的趋势下，有产品、品牌、渠道、技术等综合优势的品牌企业竞争优势更为明显，在竞争中胜出的概率会更大。从进出口贸易来看，我国肉及肉制品行业进口规模远大于出口。2023 年我国肉类产品出口额为 133.89 亿元，同比增加 2.8%，进口额为 1,933.22 亿元，同比减少 8.8%。以火腿产品为主，从全国范围来看，国内火腿产量大、品牌知名度比较高的企业主要集中在浙江、云南、江苏、四川和湖北等地区，其中浙江金华与云南宣威两个地区最为密集。

2) 云南火腿行业概况

2023 年，全省猪牛羊禽肉总产量 534.78 万吨，同比增长 2.8%；其中猪肉产量 405.36 万吨，同比增长 3.1%，为火腿产业发展提供有力的原料保障。从全省范围看，火腿产量、产值、火腿品牌知名度、产品市场占有率等方面，宣威火腿有产业优势。2023 年宣威市生产火腿 6.96 万吨，火腿产业综合产值达 113 亿元。



公司火腿业务经营所在地位于大理州云龙县诺邓村，为诺邓火腿的核心主产区。近年来随着诺邓火腿、诺邓黑猪先后获得国家农产品地理标志登记保护，诺邓火腿获国家级农产品地理标志示范样板并入围“中国品牌价值百强榜”，为云龙县打造以诺邓火腿为支撑的生猪产业“一县一业”发展奠定了坚实基础。云龙县抢抓国家加大对生猪产业发展扶持力度的机遇，出台《云龙县加快推进以诺邓火腿为支撑的生猪产业“一县一业”发展的实施意见》，进一步支持火腿产业发展，为诺邓火腿产业提供高品质、相对低成本的原材料供应保障。公司目前的火腿产能与省内同行业相比相对偏低，产品品牌优势和市场竞争优势尚不明显，市场占有率较低。

（上述信息来源：国家统计局、中国海关总署网站、云南省统计局、大理州人民政府网站等）

（3）咖啡行业概况

报告期内，公司积极探索和拓展主营业务范围，落实公司主业转型升级发展战略，投资开展咖啡业务。为了控制投资和运营风险，报告期内公司以咖啡生豆采购和销售入手开展经营业务，逐步进入咖啡全产业链体系，主要开展咖啡生豆贸易以及小规模深加工产品（焙炒咖啡豆、挂耳咖啡）的研发、生产和销售工作。

1）全球咖啡贸易概况

①咖啡生豆产量

咖啡是世界三大饮料之一，从咖啡生豆供应到咖啡产品深加工再到咖啡制品流通与服务，以及咖啡相关设备研发制造等，全球咖啡产业链发展比较完善和成熟。从全球范围来看，全球咖啡种植区主要集中分布在南北回归线之间的非洲、南亚、东亚、东南亚、拉丁美洲和太平洋诸岛区域，商业化种植规模较大的咖啡品种为阿拉比卡和罗布斯塔，咖啡生豆成为全球咖啡贸易的主要产品，价格受全球咖啡供求关系变化影响较大。预计 2023/2024 产季全球咖啡生豆总产量约 1,028.40 万吨，同比增加 4.03%。

②咖啡生豆贸易

从商品形态看，全球咖啡进出口贸易量最大的咖啡产品为咖啡生豆，其次为烘焙豆和速溶产品，2022/2023 产季全球咖啡生豆进出口贸易量分别为 683.31 万吨、696.36 万吨，分别占三类产品全球进出口总贸易量的 83.74%、83.34%。

③咖啡消费及价格

从咖啡消费量来看，2023 年全球咖啡消费量 1,007.67 万吨，同比增加 0.46%，从近 5 年消费量来看，全球咖啡消费需求增长比较明显，咖啡消费主要集中在发达国家和地区，但近年来巴西、菲律宾、中国和韩国等新兴市场国家和地区的咖啡消费呈现快速增长势头。全球咖啡生豆价格具有较强的国际化和金融属性，美国 ICE 交易所和欧洲 ICEU 交易所分别开展阿拉比卡及罗布斯塔咖啡生豆（商业豆）期货交易，两个交易所的期货价格也基本成为全球咖啡生豆定价的基准；从咖啡生豆价格波动趋势看，受全球气候变化，主要咖啡生产国产量下滑，叠加全球经贸摩擦以及航运变化带来物流成本上升的影响，近年来国际咖啡价格整体呈上升趋势，2024 年全年咖啡价格指数上涨 40%。

2）国内咖啡行业概况

①咖啡生豆产量

中国自 1884 年首次引种植咖啡，随后在云南、海南等地先后引种成功种植。近年来，中国咖啡生豆产量维持在 15 万吨附近波动，主要集中在云南产区，品种以阿拉比卡为主，中国咖啡生豆产量约占全球产量的 2%。

②咖啡生豆贸易

中国咖啡进出口产品中数量最大的同样是咖啡生豆，2024 年全国出口咖啡生豆约 4.12 万吨，同比增长 148.20%，进口咖啡生豆约 18.12 万吨，同比增加 29.6%，进口咖啡生豆平均价格同比上升 5.6%；从长期趋势来看，中国咖啡生豆进口规模远大于出口规模，且进口规模逐年增长明显，

反之，长期趋势看咖啡生豆出口量变化不大。

③咖啡消费及价格

随着居民消费能力的不断提升，以及咖啡消费逐步形成日常化和刚需化趋势，国内咖啡消费市场逐步扩张，消费潜力稳步提升。预计 2024 年全国咖啡豆消费总量可达约 37.8 万吨，同比增长 16.67%，约占全球咖啡消费总量近 4%，全国咖啡消费者总数接近 4 亿人；但目前中国咖啡市场仍处于相对早期，总消费量与人均消费量低于国外成熟市场，咖啡产业具有广阔的市场发展空间。目前国内市场上常见的咖啡品种主要是罗布斯塔豆和阿拉比卡豆，受国际咖啡生豆价格波动影响，近年来国内咖啡生豆进口单价增长较为明显，带动国内自产咖啡生豆价格也随之上涨，国内咖啡价格水平与国际咖啡价格水平逐步趋同。

3) 云南咖啡行业概况

中国咖啡主要种植区域集中在云南省，省内咖啡种植面积、产量和产值占到全国的 98%以上，咖啡产业是云南省八大高原特色农业产业之一，云南已经成为中国最大的咖啡种植地、贸易集散地和出口地。云南省的咖啡豆种植主产区有 6 个，分别是普洱市、保山市、临沧市、德宏州、西双版纳州、怒江州。2024 年，云南省咖啡种植面积超过 120 万亩，产量约 15 万吨，其中保山市产量排名第二，产量占比达到了 15.4%。保山市已基本构建出了咖啡全链条生产加工体系，初步形成了咖啡庄园经济模式，拥有“保山小粒咖啡”地理标志保护产品等。2024 年云南咖啡生豆出口量同比上涨 358%，达到 3.25 万吨，主要出口至荷兰、德国、美国和越南等 29 个国家和地区。从价格变化看，截至本报告期末，受全球咖啡供应紧张、国际期货价格飙涨等因素影响，云南咖啡价格也进一步走俏，云南咖啡生豆价格到 2024 年底已经上涨至每公斤约 50 元，价格波动趋势基本与国际咖啡生豆价格变化趋同。

（上述信息来源：中华人民共和国海关总署网站等）

（4）食用菌业务情况

1) 报告期内，公司以全资子公司昆明博闻和香格里拉博闻共同作为食用菌经营业务的实施主体，主要开展松茸及其制品、冷冻美味牛肝菌、其他食用菌制品的采购、生产加工（含代加工/委托加工）和销售经营业务，主要产品包括新鲜松茸、冷冻美味牛肝菌、其他食用菌产品等，产品最终提供给餐饮渠道和终端消费者。主要产品情况如下：

主要产品	产品示意图	产品特点
新鲜松茸		公司通过深入核心主产区采购新鲜野生松茸进行筛选分级的初级产品。主要适用于直接食用或烹调后食用。
冷冻美味牛肝菌	 整菇 切片 切块	公司使用新鲜野生美味牛肝菌经过筛选、分级、清洗、切片（块）后，进行低温速冻等多个环节制成的美味牛



		肝菌速冻品。主要适用于餐饮烹调以及后续加工。
食 用 菌 制 品	 冻干松茸  烘干松茸  烘干红菇  烘干羊肚菌  冻干松露  冻干美味牛肝菌	公司使用新鲜野生松茸、松茸速冻品以及其他食用菌采用冻干和烘干的工艺进行初加工后的产品，主要适用于餐饮烹调以及后续精深加工。

2) 经营模式

①采购方面。供应部门根据年度内的产品销售订单和生产计划，依托原材料地区优质资源禀赋条件和原料集散地的区位优势，深入到核心主产区以分散方式进行采购，通过对上游供应端考察，建立供应商信息库，加强供应渠道维护，确保所采购的产品质量；从源头控制采购成本，提升产品性价比，为拓展下游市场空间奠定基础。

②销售方面。报告期内以国外市场为主，国外与国内市场拓展并举。主要以直销方式通过线下渠道，销售给国内外具有一定客户资源和渠道优势的渠道商；同时拓展线上销售渠道及形式，持续开发线下客户群体；调整优化产品结构，以市场销路好、周转快的产品为主推广销售，减少商品库存积压。

③生产方面。香格里拉博闻加快完成自建食用菌加工运营基地建设，以销定产，优化产品结构，提高生产效率和产品质量。公司根据客户订单需求，科学组织产品生产，严控生产成本，避免过度生产造成产品库存积压，同时加强品控管理，确保产品品质。

④品牌建设和团队培育。为强化公司食用菌产品品牌创建和知识产权保护，2020 年 10 月公司注册成功“格里拉”商标，并通过微信公众号等新媒体平台，加强品牌宣传推广；同时以食用菌经营业务实际需求加强人力资源建设、市场营销和技术团队培育以及业务技能培训等。

3) 经营情况

本报告期，公司食用菌业务实现营业收入 37,631,749.76 元，同比增加 121.27%；累计实现净利润-9,624,453.48 元，同比增加亏损约 99.13 万元。营业收入增加主要是公司持续加大国外市场拓展力度，产品销售量同比增加；净利润亏损增加主要是报告期内产品原料价格上涨，运营成本上升。

(5) 火腿业务情况

1) 报告期内，公司的火腿业务以控股子公司金腿公司作为实施主体，主要开展火腿制品、肉灌制品、腊肉制品的生产、销售经营业务，主要产品包括“一腿”品牌的诺邓火腿、盐泥肉、午餐肉、香肠等，最终提供给餐饮渠道和终端消费者。主要产品情况如下：

主要产品	产品示意图	产品特点
------	-------	------



要

火腿	 火腿 (一腿品牌) · 整腿	公司使用新鲜优质猪后腿,采用诺邓火腿八步古法腌制,经过 2-3 年自然发酵后成型的产品,主要用于餐饮烹调食用。
腊肉 (肠) 制品	 盐泥肉 熬汤煲 滇味香肠 炒饭装	公司使用新鲜优质五花肉、猪瘦肉等,采用优质食用盐、白酒腌制而成,主要是用于餐饮烹调食用。

2) 经营模式

①采购方面, 供应部门根据年度内的产品销售及生产计划, 依托公司所处区域及最佳运输半径内的原材料及半成品市场, 结合产品生产腌制周期需求, 以小范围分散采购和周期性的集中大量采购方式组织原材料或半成品采购, 确保原材料及半成品质量符合产品生产及销售需求, 同时有效控制采购成本, 稳定原料采购价格, 增强产品市场竞争力。

②生产方面, 根据年度销售计划及库存产品情况, 结合产品生产腌制周期需求, 有计划的组织产品生产, 注重技术创新、效率提升、品质提升; 同时积极探索生产经营模式, 满足产品销售需求, 有效控制生产成本。

③销售方面, 在维护好现有渠道客户的同时, 积极开拓新客户新市场新渠道, 加强线上销售力度, 增强竞争优势, 积极探索新的经营模式。

④品牌化建设方面, 不断提高公司产能和品质, 把公司“一腿”品牌打造成为区域内有竞争力的火腿品牌, 提升品牌影响力, 增强品牌竞争力。

⑤人才团队建设方面, 公司注重人才培养, 积极引进人才, 增强团队能力, 通过加强人才团队建设, 推动企业转型升级向更深、更高水平发展。

⑥内部控制规范体系方面, 通过建立健全公司治理机制, 加强标准化建设和规范化运作, 以上市公司治理准则及内部控制规范体系为指引, 明确组织结构和职责分工, 制定并完善各项管理制度, 规范公司的生产运营管理体系。

3) 经营情况

本报告期, 公司火腿业务实现营业收入 4, 580, 605. 51 元, 同比增加 19. 10%, 实现净利润 -1, 977, 823. 54 元, 同比增加亏损 41. 78 万元, 主要是本期公司根据市场营销策略, 加大产品营销推广力度, 综合毛利率同比下降约 1. 40 个百分点。

(6) 咖啡业务情况

1) 公司咖啡业务以上市公司作为实施主体。报告期内, 公司为积极探索和拓展主营业务范围, 落实公司主业转型升级发展战略, 紧紧抓住国家和地方产业发展政策以及乡村振兴战略的契机, 依托云南资源禀赋条件, 聚焦云南高原特色优势产业领域, 持续挖掘农副食品加工或食品制造业优质项目的投资机遇, 立足于云南咖啡核心主产区, 在云南省保山市投资开展了咖啡业务, 初步建成以咖啡生豆、熟豆及其制品等主要产品的生产加工基地, 构建原料采购、初 (深) 加工、



产品研发、中转储运、销售服务和咖啡贸易的全产业链体系。本报告期公司为了控制投资和运营风险，以咖啡生豆采购和销售入手开展经营业务，并以子公司尝试经营线下咖啡店逐步深入验证行业环境、经营模式、生产技术和产品研发等环节，培养团队积累实践经验，主要开展了咖啡生豆贸易以及小规模深加工产品的研发、生产和销售工作，主要产品包括“格里拉”品牌的焙炒咖啡豆、挂耳咖啡，并以线下渠道直销的模式销往国内市场；本报告期咖啡业务实现营业收入 396,247.53 元。

2) 经营情况

报告期内，公司根据拟定的咖啡业务经营计划，完成了生产加工基地建设，探索开展深加工产品的研发、生产和销售工作，主要产品包括“格里拉”品牌的焙炒咖啡豆、挂耳咖啡；同时根据咖啡生豆市场变化，审慎推进咖啡生豆贸易业务，咖啡业务实现营业收入 396,247.53 元，综合营业毛利率-94.70%，主要是尝试经营的咖啡终端体验店销售毛利亏损。

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

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	1,038,967,341.66	963,924,298.01	7.79	873,950,632.54
归属于上市公司股东的净资产	974,090,047.99	903,490,235.24	7.81	818,161,459.94
营业收入	42,694,877.84	21,203,777.71	101.36	11,749,513.09
归属于上市公司股东的净利润	72,151,933.27	96,151,569.43	-24.96	80,561,204.22
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	57,871,552.06	87,230,226.66	-33.66	88,180,586.81
经营活动产生的现金流量净额	-39,936,575.73	-32,836,882.42	不适用	-12,983,879.7
加权平均净资产收益率(%)	7.6856	11.1697	减少3.4841个百分点	10.3466
基本每股收益(元/股)	0.3056	0.4073	-24.97	0.3412
稀释每股收益(元/股)	0.3056	0.4073	-24.97	0.3412

3.2 报告期分季度的主要会计数据

	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	7,079,013.49	9,622,169.61	3,239,684.76	22,754,009.98
归属于上市公司股东的净利润	24,411,349.14	15,332,922.58	19,260,170.44	13,147,491.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	18,033,692.36	15,215,078.56	11,934,809.24	12,687,971.90
经营活动产生的现金流量净额	-5,028,695.36	3,239,684.76	-36,684,179.18	-1,463,385.95

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

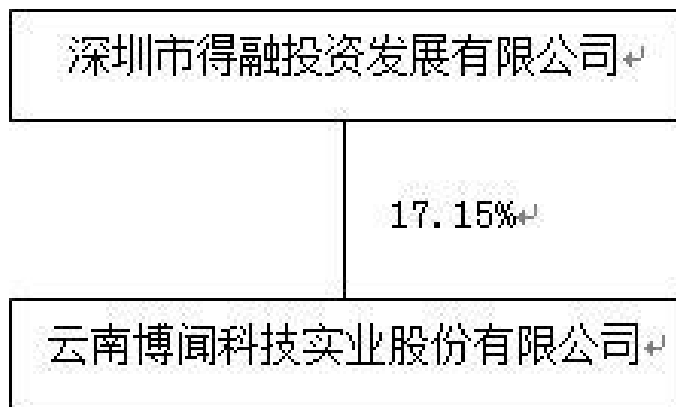
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					12, 552		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					14, 278		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
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）					不适用		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
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	
深圳市得融投资发展有限公司	0	40, 500, 000	17. 15	0	无	0	境内非国有法人
北京北大资源科技有限公司	0	27, 836, 605	11. 79	0	无	0	境内非国有法人
云南传奇投资有限公司	0	25, 190, 000	10. 67	0	无	0	境内非国有法人
上海德朋实业有限公司	0	15, 531, 700	6. 58	0	无	0	境内非国有法人
王国伟		2, 066, 800	0. 88	0	无	0	境内自然人
谢健		1, 510, 800	0. 64	0	无	0	境内自然人
黄燕明		1, 463, 300	0. 62	0	无	0	境内自然人
赵风萍		1, 421, 500	0. 60	0	无	0	境内自然人
谷力		1, 400, 000	0. 59	0	无	0	境内自然人
黎亮		1, 104, 700	0. 47	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明		深圳市得融投资发展有限公司为本公司的第一大股东，持股 5%以上的 股东之间不存在关联关系或属于一致行动人的情况；未知其他股东之间 是否存在关联关系或属于一致行动人的情况。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的 说明		不适用					

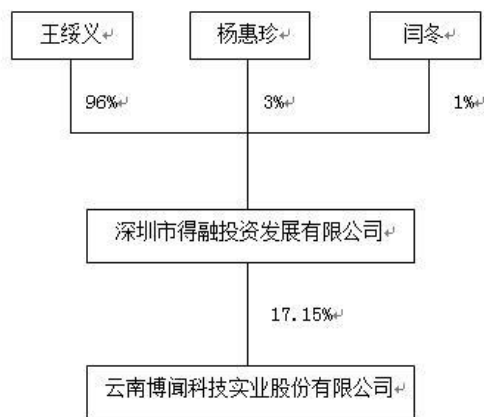
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

报告期末，公司总资产 10.39 亿元，同比增长 7.79%；归属于上市公司股东的净资产 9.74 亿元，同比增长 7.81%；资产负债率 5.72%，较期初增加 0.15 个百分点；本报告期公司实现营业收入 4,269.49 万元，同比增长 101.36%；实现归属于上市公司股东的净利润 7,215.19 万元，同比减少 24.96%；经营活动产生的现金流量金额为-3,993.66 万元，同比减少 709.97 万元；加权平均净资产收益率 7.6856%，同比减少 3.4841 个百分点。



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