

证券代码：838642

证券简称：牧天食品

主办券商：安信证券

四川牧天食品股份有限公司

（股票代码：838642）



2016 年年度报告摘要

二零一七年四月

一、重要提示

1、本年度报告摘要来自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于全国股份转让系统公司指定信息披露平台（<http://www.neeq.cc>）的年度报告全文。

2、公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

3、公司第一届董事会第十一次会议、第一届监事会第四次会议审议通过了公司年度报告，公司全体董事、监事均出席会议并表决，没有董事、监事、高级管理人员对本报告内容的真实性、准确性、完整性无法保证或存在异议。

4、公司本年度财务报告已经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计并出具标准无保留意见的审计报告。

5、公司联系方式

董秘（信息披露事务负责人）：周勇

电话：0813-3160358

电子信箱：1664775668@qq.com

联系地址：四川省自贡市自流井区荣边镇灵官殿社区 54 号

邮政编码：643020

二、主要财务数据和股东变化

（一）主要财务数据

单位：元

项目	2016 年	2015 年	增减比例
----	--------	--------	------

营业收入	106,319,149.86	94,302,998.86	12.74%
归属于挂牌公司股东的净利润	74,057,140.55	55,736,481.60	32.87%
归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益的净利润	50,028,871.86	31,955,571.80	56.56%
经营活动产生的现金流量净额	8,184,658.95	6,183,587.43	32.36%
加权平均净资产收益率（依据归属于挂牌公司股东的净利润计算）	7,786,858.78	6,122,500.36	27.18%
加权平均净资产收益率（依据归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润计算）	3,994,971.64	-7,812,495.60	-
基本每股收益（元/股）	11.96%	19.00%	-
稀释每股收益（元/股）	11.38%	18.81%	-
归属于挂牌公司股东的净资产（元）	0.15	0.21	-28.57%
归属于挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	0.15	0.21	-

（二） 股东变化

1、股本结构

单位：股

股份性质	期初	期末
------	----	----

		数量	比例	数量	比例
无限售 条件的 股份	无限售股份总数	—	—	—	—
	其中：控股股东、实际控制人	—	—	—	—
	董事、监事、高管	—	—	—	—
	核心员工	—	—	—	—
有限售 条件的 股份	有限售股份总数	56,585,000	100.00%	56,585,000	100.00%
	其中：控股股东、实际控制人	49,200,000	86.95%	49,200,000	86.95%
	董事、监事、高管	—	—	—	—
	核心员工	—	—	—	—
总股本		56,585,000	—	56,585,000	—
股东总数		13			

注：“核心员工”按《非上市公众公司监督管理办法》的有关规定界定；“董事、监事及高级管理人员”包括挂牌公司的董事、监事和高级管理人员（身份同时为控股股东及实际控制人的除外）。

2、前 10 名股东持股情况表

单位：股

序号	股东 姓名	期初 持股数	期内 增减	期末 持股数	期末持股 比例	期末持有限售 股份数	期末持有无限 售股份数
1	天牧集团	25,500,000	—	25,500,000	45.06%	25,500,000	—

2	张荃	13,700,000	-	13,700,000	24.21%	13,700,000	-
3	天健管理	5,000,000	-	5,000,000	8.84%	5,000,000	-
4	牧天管理	5,000,000	-	5,000,000	8.84%	5,000,000	-
5	石金华	2,000,000	-	2,000,000	3.53%	2,000,000	-
6	王茸玲	2,000,000	-	2,000,000	3.53%	2,000,000	-
7	林美香	1,100,000	-	1,100,000	1.94%	1,100,000	-
8	舒启全	937,500	-	937,500	1.66%	937,500	-
9	邱菊	600,000	-	600,000	1.06%	600,000	-
10	方合投资	375,000	-	375,000	0.66%	375,000	-
合计		56,212,500	-	56,212,500	99.33%	56,212,500	-

前十名股东间互相关系说明：

张荃持有天牧集团（天牧集团持有牧天食品 45.06%的股份）98.00%的股权；张荃持有天健管理（天健管理持有牧天食品 8.84%的股份）96.00%的份额；张荃持有牧天管理（牧天管理持有牧天食品 8.84%的股份）96.00%的份额。除上述关联关系外，公司现有股东之间不存在其他关联关系。

普通股股本情况中提及的期初股数均为挂牌日公司的股份数。

三、管理层讨论与分析

（一）商业模式

根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所处行业属于“C13 农副食品加工业”，主营业务是从事“盐帮厨子”品牌的冷吃兔系列及手撕肉系列等休闲产品的研发、生产和销售业务，处于休闲食品行业中的一个细分产业，主打产品

“冷吃兔”具有很强的地方特色，因而在行业集中度偏低的休闲食品行业中拥有相对较高的市场集中度，公司袋装“自贡冷吃兔”产品在川渝市场占据主导地位。公司以兔肉、黑珍猪肉、牛肉为主自主研发的休闲食品，“自贡冷吃兔”、“黑珍猪手撕肉”、“赤焰牛肉”以香辣劲道、唇齿留香的特色风味给消费者味蕾带来全新的体验，已成为自贡地区的特色饮食文化名片。

公司经过多年业务发展已逐步形成以“冷吃兔”、“赤焰牛肉”、“黑珍猪手撕肉”为主，掌中宝、鸡拐、兔头、兔腿、辣子鸡、鸭脖等为辅的四川风味休闲食品供应商；其中“冷吃兔”、“腌腊制品”“黑珍猪手撕肉”“赤焰牛肉”为公司的主导产品，报告期内销售占比达75.19%，在该细分市场具有较高的品牌知名度和市场影响力；并且公司于2015年7月被国家质量监督检验检疫局认定为“国家地理保护标志产品标准制定企业”。

公司依托于基地与农户相结合的产业化经营模式，在确保原材料供应和质量品质的前提下，采取“线下经销+线下直销+线上自营、分销”的销售模式，通过与各大经销商合作，实现在家乐福、沃尔玛、伊藤洋华堂等大型商超平台销售公司产品，并通过线下专卖店渠道、流通渠道和特产专营店等渠道将公司产品直接销售给终端消费者。报告期内，公司已在四川省自贡市中心开设2家专卖店；同时，通过淘宝、天猫、京东和1号店等第三方电子商务平台开设自己的店铺进行运营及销售产品。目前，公司以天猫企业旗舰店作为示范店，已在互联网中成功树立品牌形象；在“冷吃兔”、“自贡冷吃兔”、“自贡特产”等类目中排名第一，并成功进入天猫品牌库，成为优先推荐类产品。同时借助新浪微博、网红主播等媒体渠道，用年轻消费者熟悉的语言和关注点，通过人气网红与其进行互动沟通。并定期根据效果进行调整。从目前的数据来看，这样的沟通不仅可以加强了品牌与受众的互动，提升公司品牌影响力，更能促进了产品的销售，继而扩大产品的市场占有率。

公司立足于以“冷吃兔”为主导的肉制品的生产、研发；拥有一个专业的食品研究所及一批资深的川渝特色调味研究专家，能及时根据消费者需求及行业发展趋势对产品进行改善、创新和研发。公司坚持采用传统方法与现代的先进调味技术和加工工艺相结合，不断提升工艺水平，扩大产品口味的受众群体，实现盈利最大化。

2016 年，公司商业模式较上一年未发生重大变化。

（二）报告期内经营情况回顾

报告期内，公司加大了市场开拓力度，增加了产品销售的种类，2016年销售额和净利润同比均有所增长。

1. 公司财务状况

截至2016年12月31日，公司资产总额为106,319,149.86元，较上年末增长12.74%，主要是由于2016年生产经营盈利使得净资产增加；并且今年公司新增产品种类以及各电商平台销售量的提高，对产品的需求量加大，因此公司存货相应增加，故而引起资产总额增加；同时增加新股东投资6,585,000.00元。报告期内，负债总额为32,262,009.31元，较上年度末减少16.35%，主要原因为归还2015年12月31日前张荃、高炜、廖雨茜为公司垫付10,123,300.00元的资金；公司净资产为74,057,140.55元，较上年末增加32.87%，主要原因为公司2016年1-6月先后进行三次增资，吸收投资款合计为10,136,000.00元，经营盈利8,701,107.31元。

2. 公司经营成果

报告期内，公司实现营业收入50,028,871.86元，实现净利润8,184,658.95元，两者分别比上年同期增长56.56%和32.36%，主要是2015年上半年产品种类较少，产品主要有冷吃兔、手撕肉和腌腊制品三大类；2016年新增赤焰牛肉、掌中宝、毛肚和鲜活禽蛋等品种。报告期内，冷吃兔、手撕肉和腌腊制品销售收入达到34,890,748.48元；新增品种销售收入合计15,132,449.88元；2016年公司营业成本32,076,973.48元，比上年同期增长67.07%，其原因是公司产品种类增加，各项成本投入也相应增加，公司营业成本大幅度增长。

3. 现金流量状况

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额为 3,994,971.64元，比上年同期增加11,807,467.24元，公司加大了市场推广、增加了产品种类，公司销售商品、收到的现金比上年同期增加17,533,627.04元。2015年因公司销量增加，雇佣了大量临时工；2015年公司购入生产设备，使得生产自动化程度提高，2016年公司生产上对临时工的需求量下降，因此支付给职工以及为职工支付的现金减少956,268.80元；公司投资活动产生的现金流量净额为-2,414,159.00元，比上年同期减少10,894,459.49元，公司在2015年购入了生产设备，在2015年、2016年相继投入使用；公司2016年对固定

资产的需求相较于15年大量减少；公司筹资活动产生的现金流量净额为-2,390,205.00元，比上年同期减少18,704,336.68元，主要系公司2016年新增股东投入6,585,000.00元，比2015年减少20,544,000.00元，2016年新增贷款510,000.00元。

4. 业务发展情况

报告期内，公司向市场投入了“赤焰牛肉”“麻辣掌中宝”等新品，通过线上“天猫”“京东”“千家小店”等平台的运营，成功进入天猫品牌库，成为优先推荐类产品；同时线下市场的开发和线下体验店的开设，扩大了“盐帮厨子”的品牌知名度和影响力；公司希望通过多渠道的销售，多样化的产品，为产品结构的升级和效益的提升提供保障，也为产品走向全国更广泛市场奠定基础。

在内部控制及治理上，公司持续完善了法人治理结构，通过完善各项制度，强化内部控制管理，规范运行，随着公司未来经营规模的扩大，公司将不断完善治理机制，以保证公司的决策程序科学有效，公司治理机制规范健全，以保障公司及全体股东的利益。

未来，公司高度重视主营业务产品的研发和销售渠道的拓展，持续提高生产技术水平 and 产品研发能力，继续完善和巩固产品技术支持体系，为产品的推广和销售区域扩大提供有力保证。

（三）外部环境分析

1、食用兔肉的习惯在中国日渐广泛

成都平原周围多丘陵，尤其是自贡等地区，几乎都是小山。虽然气候条件较佳，饲草资源丰富，但是不适宜饲养大型牲畜，所以多养兔，当地的兔业很发达。

四川养兔历史悠久，有明确历史记载的养兔史，可追溯到清朝乾隆年间。悠久的养兔史，使得家兔养殖在四川具有广泛的群众基础，正是因为当地兔业发达，使得四川人有吃兔肉的习惯。近年来，随着四川人外出创业、读书、务工，将食用兔肉的习惯带到了全国各地，在一定程度上影响了当地人的食用习惯，使他们接受并喜欢上兔肉的食用。

2、猪肉在肉类市场消费占比日益降低，兔肉等禽肉、畜肉占比开始增长。

我国是农业大国，但是农村建设往往落后于城市建设进程，而农产品加工企业属于第二产业的范畴，是指对农业所提供的初级产品进行加工的工业企业，是农业产业

链的延长。随着社会经济不断的发展，作为产业延长的部门，农业部门生产的初级农产品质量影响着我国农业的经济效益。在此背景下，肉制品及副产品加工业在这一背景下应运而生。肉制品及副产品加工业指主要以各种畜、禽肉为原料加工成熟肉制品，以及畜、禽副产品的加工活动。

随着经济的进一步发展、人民生活水平的提高以及购买力的增强，我国肉类制品的生产和消费总量将实现持续增长。肉类市场需求呈多样化发展趋势，消费结构将进一步调整优化，猪肉在肉类总量中的比重将会继续下降，禽肉、牛羊肉的比重将快速上升。我国肉类工业是新中国成立后发展起来的新兴产业，在国计民生中占有重要地位，对促进畜禽生产、发展农村经济、繁荣稳定城乡市场、满足人民生活需要保证经济建设与改革的顺利进行发挥着重要作用。

根据中国兔肉交易网整理，兔肉与其他畜禽肉相比，其营养成分具有“三高三低”的优点，即高蛋白、高赖氨酸、高磷脂、低脂肪、低胆固醇、低热量。依据联合国粮农组织发布的数据，兔肉的蛋白质含量达 24.25%，矿物元素含量达 1.52%，均高于猪、牛、羊、鸡等畜禽肉，是国际公认的绿色健康肉类，而且兔毛、兔皮均有经济价值。

据省草原科学研究院副院长、獭兔专家刘汉中介绍，近十年来，四川家兔年出栏量稳居全国第一，在全国兔业处于举足轻重的地位，占全国的比重呈稳中有升的态势，四川兔业前景可期。

从经济角度来看，由于养兔的成本低，繁殖快，在农村和欠发达地区，发展养兔业是一个很好的助农增收项目。从生态角度考虑，养兔使用的是粗饲料，其中主要为草，是生态饲养的很好体现。

3、食品安全管理制度逐步完善、规范

近年来，政府将食品安全的关注上升到了国家公共安全的高度，国家、行业、地方纷纷出台了不同的食品行业标准，加上国家卫生标准和产品质量标准和食品检验方法标准组成了国家食品标准体系；未来小而乱、溯源管理难、无厂名厂址、无出厂合格证、无保质期的“三无”产品经营企业将会陆续退出食品行业，取而代之的是生产标准化、质量体系完善、规模化、具有竞争力的企业；人们关注的食品安全也会得到更大力度的保障。

4、人们对食品的要求不断增加

餐饮业越来越成熟，人们对食品的要求就会不断提高，不会单纯满足在中餐，火锅，西餐上，人们对购买食品的消费理念从购买“安全”的上升到了购买“创新”、“情怀”和“依赖”，各种各样的饮食店，饮食理念层出不穷。选择冷吃系列这样一个细分市场，企业通过不断创新，深挖最大可能，节约人力，物力，将有限的资源都投入到为顾客服务当中去，大力提高消费者的关注度，为企业的不断扩大和发展提供了良好的平台和机遇。

（四）竞争优势分析

1、品牌优势

盐帮菜和盐帮文化是华夏文明中的一颗璀璨明星，四川自贡具有两千多年的盐业历史，素以“千年盐都”而闻名。自贡是盐帮菜和盐帮文化的发源地，随着近年来大量盐帮菜厨师在全国各地工作，自贡盐帮菜餐饮企业也遍及全国各地，“盐帮菜”受到广泛赞誉，名气越来越大。公司秉承千年盐帮文化，以“盐帮厨界传菜圣手—趟子六”、“盐帮厨界刀王—快刀陈”、“盐帮厨界厨神—廖三爷”的形象立足于盐帮菜系，主要销售“盐帮厨子”自贡冷吃兔系列的休闲肉制品。公司作为经国家质检总局核准使用地理标志产品专用标志的企业之一，“盐帮厨子”冷吃兔荣获国家地理标志认证，“盐帮厨子”自贡冷吃兔在自贡市家喻户晓，品牌优势明显。报告期内，公司已获得“四川省农业产业化重点龙头企业”荣誉称号。

2、产品优势

公司产品的原材料均来自无公害原料基地和优质供应商，能够确保产品品质健康、绿色、环保。公司产品采用传统方法与现代的先进调味技术和加工工艺相结合，生产设备自动化程度高，加工技术处于国内同行业领先水平，公司与四川理工学院食品研究系在产品研发和调味技术等方面存在合作，高校为公司的产品改进提供了宝贵意见，同时，公司员工中不乏资深的川渝特色调味研究专家，能及时根据消费需求进行产品改善、创新和开发。因此，公司“盐帮厨子”冷吃兔系列产品获得了众多消费者的认同。

3、销售渠道优势

目前公司的销售渠道主要分为以下五种：（1）商超渠道（通过经销商销售给商超）；（2）流通渠道（如批发市场等）；（3）特产专营店、连锁专卖店；（4）零售渠道

（通常为一次性交易，主要针对个人和企事业单位采购礼品和年货等）；（5）天猫、淘宝、京东、阿里巴巴等线上平台。报告期内，公司在自贡市商业中心区域开设了专卖店，未来公司将在成都、重庆及周边城市逐步扩大线下体验店的全新销售渠道，在闹市区、楼盘密集处、办公楼密集处发展线下实体形象店，提高产品及品牌曝光度，并在旅游景点、繁华商圈建立品牌形象旗舰店，促进旅游休闲食品销售。

四、涉及财务报告的相关事项

（一）与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

（二）本年度内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

（三）与上年度财务报告相比，财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

（四）年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会应当对涉及事项作出说明。

四川牧天食品股份有限公司

2017 年 4 月 27 日