



**China Modern Dairy Holdings Ltd.**

**中國現代牧業控股有限公司**

Stock Code 股份代號：1117

# 2022 INTERIM RESULTS 中期業績



# 免责声明

本演示材料由中国现代牧业控股有限公司（“本公司”）制作，仅作为提供参考资料之用。其全部或部分内容均不可以带走、以任何方式复制、分发、或转发。参与本次演示活动，你即同意接受上述约束。任何不遵守将可能违反有关法律和规定。

本演示材料的内容不构成任何有关证券的买卖要约，也不成为有关任何合约、承诺或投资决定的依赖基础。

本演示材料可能包括前瞻性陈述。这些前瞻性陈述是基于若干对未来的假设，其中一些是本公司无法控制的。本公司不承担任何义务更新任何前瞻性陈述，以反映在演示之后发生的事件或出现的情况。潜在投资者需谨记实际财务数据可能与下述前瞻性陈述有显著区别。

本演示材料内容没有经过独立第三方的验证。不能保证以及依赖内容的公正、准确、完整和正确。本演示材料内容应该在当时环境来理解，没有也不会再在演示结束后再更新内容来反映重大的发展变化。本公司和相关董事、管理层、雇员、代理人 and 顾问在任何时候都无须为本演示材料内容负责，因此也无须为由于使用本演示材料内容造成的任何损失负责。



MODERN FARMING  
现代牧业

# 企业文化全景图

## 使命

Mission

牧育健康牛  
守护每一滴好奶



## 愿景

Vision

布局产业链 数智创新  
做全球牧业引领者

## 核心价值观

Core Values

安全健康第一

高标准  
高效执行

让牛人绽放

正直立本  
诚信立事

## 企业精神

Enterprise Spirit

天生要强 与自己较劲

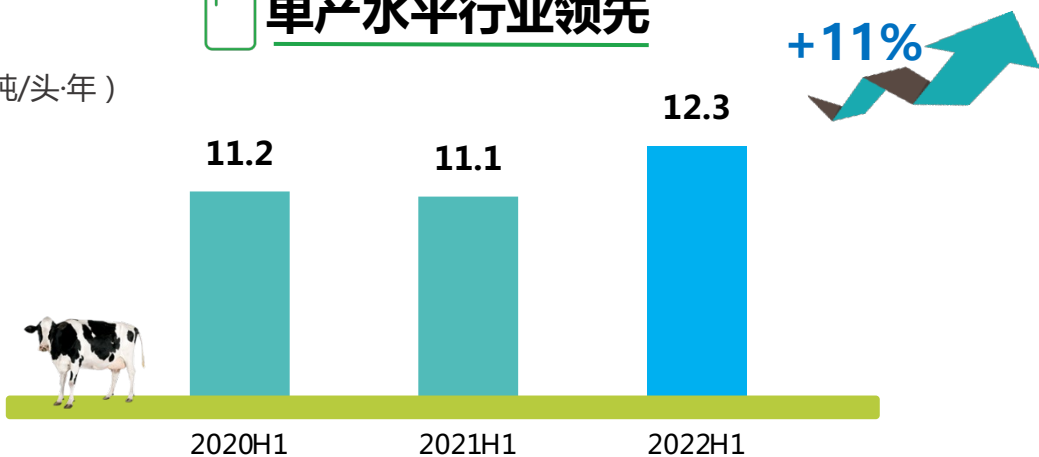


## 布局产业链 数智创新 做全球牧业引领者



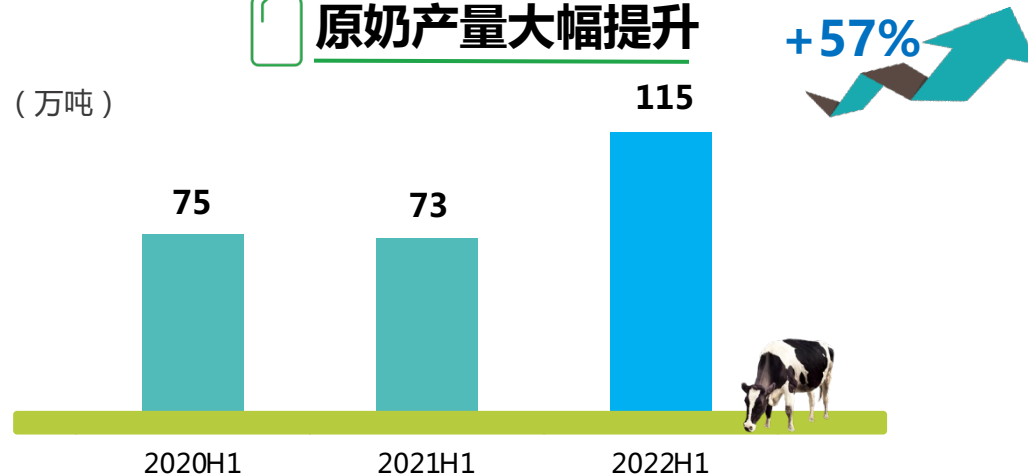
### 单产水平行业领先

(吨/头·年)



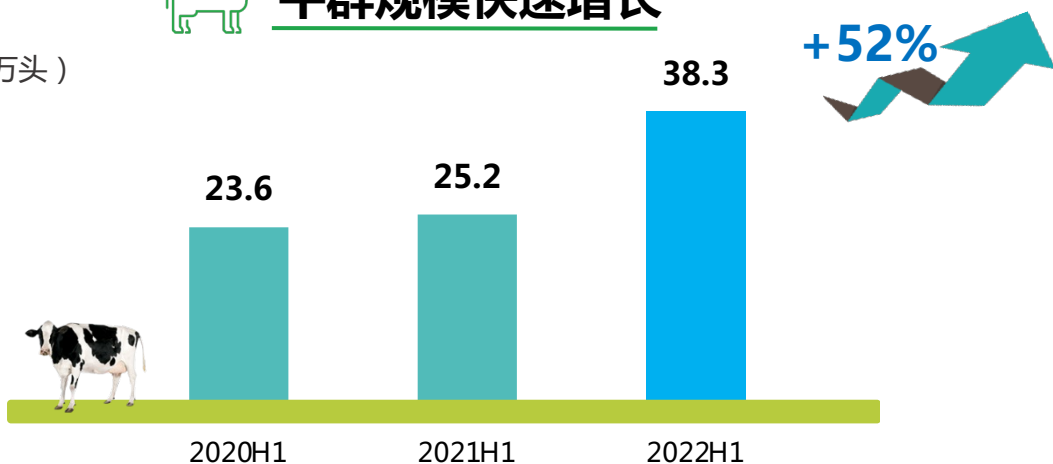
### 原奶产量大幅提升

(万吨)



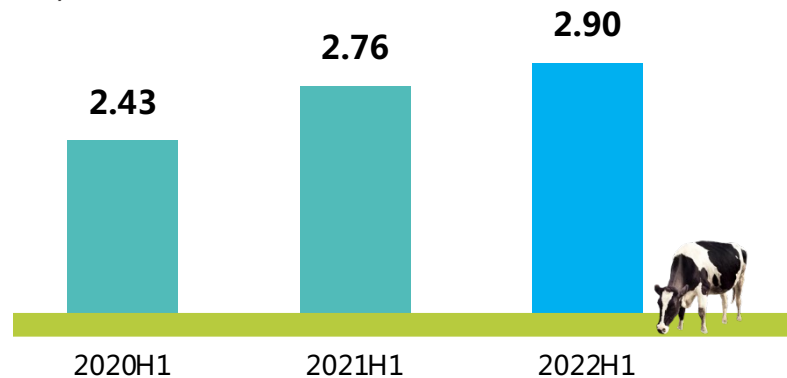
### 牛群规模快速增长

(万头)



### 成本控制优于行业

(元/公斤)





# 目录

## CONTENTS

- 01 财务回顾
- 02 运营动态
- 03 行业展望





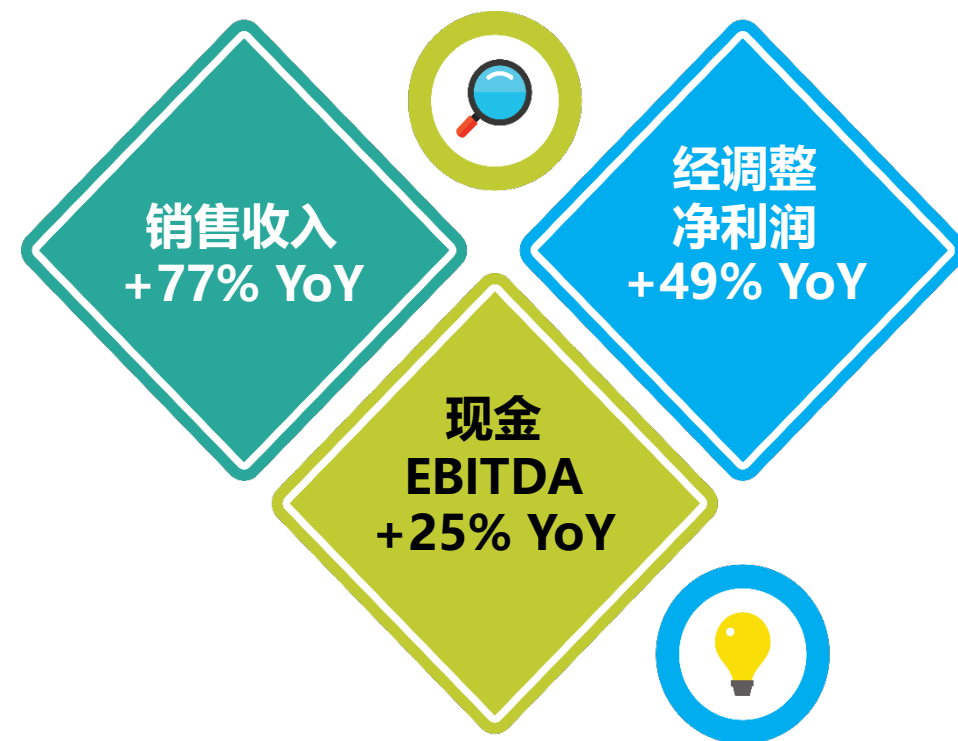
01

# 财务回顾



# 二零二二年中期业绩一览

人民币：百万元	2022H1	2021H1	变动百分比 (变动额)
<b>销售收入</b>	<b>5,632</b>	<b>3,180</b>	<b>+77%</b>
原奶销售收入	4,858	3,180	+53%
饲料销售收入	774	N/A	N/A
<b>毛利额</b>	<b>1,655</b>	<b>1,182</b>	<b>+40%</b>
<b>毛利率 (%)</b>			
原奶业务	32.2	37.2	-5.0 ppt
饲料业务	11.7	N/A	N/A
<b>现金EBITDA<sup>(1)</sup></b>	<b>1,441</b>	<b>1,153</b>	<b>+25%</b>
<b>净利润</b>	<b>531</b>	<b>506</b>	<b>+5%</b>
<b>经调整净利润<sup>(2)</sup></b>	<b>729</b>	<b>490</b>	<b>+49%</b>
基本每股溢利 (人民币分)	6.46	7.13	-9%
经调整每股溢利 (人民币分)	8.98	6.90	+30%

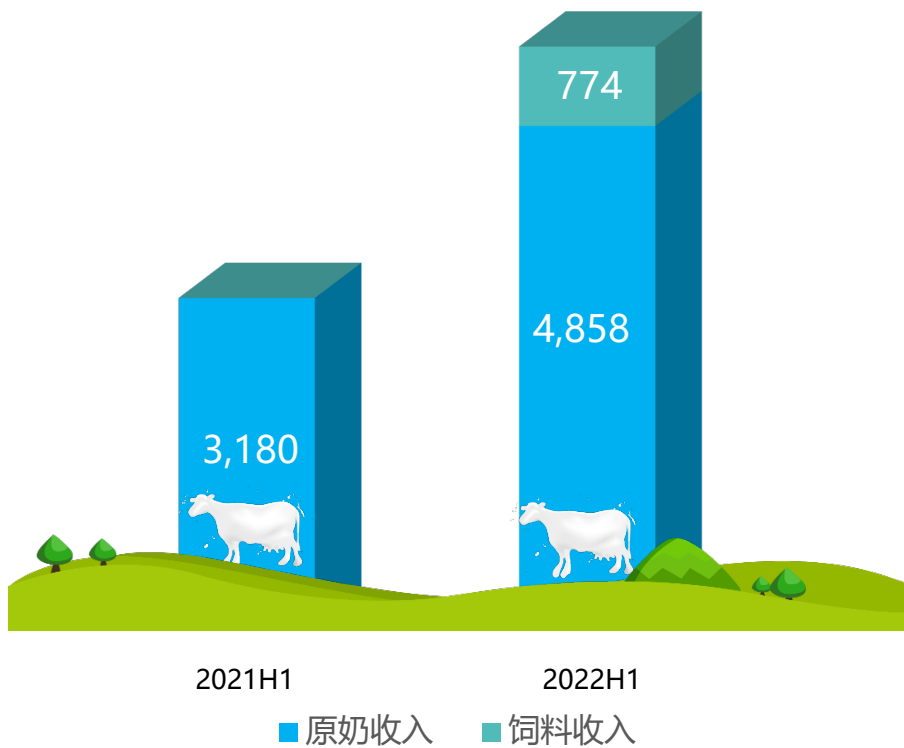


注释：(1) 现金EBITDA定义为在加回以下项目后的融资成本及税项前盈利：i) 物业厂房及设备以及使用权资产折旧致使的损益；ii) 摊销；iii) 减值亏损及扣除拨回；iv) 其他收益及亏损净额；v) 乳牛公平值变动减乳牛销售成本产生的亏损。  
(2) 经调整净利润定义为剔除汇兑损益及衍生金融工具损益影响后的净利润。

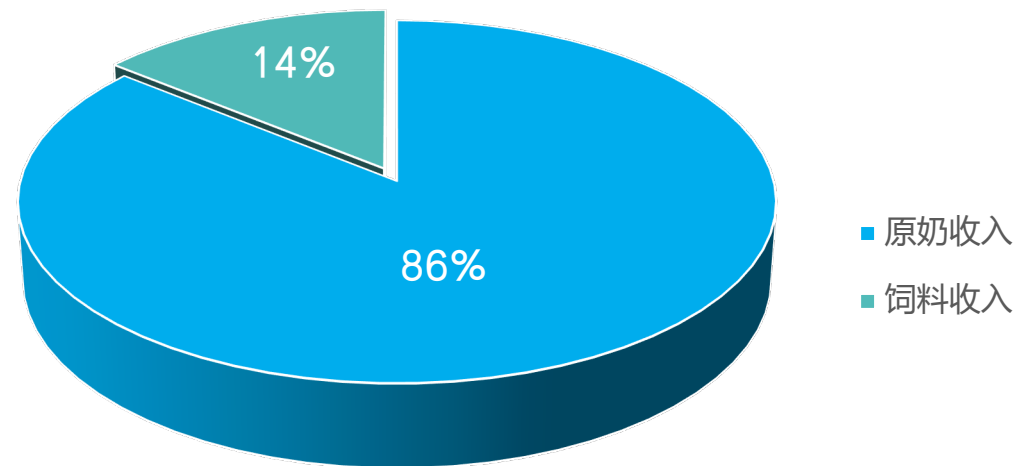
# 原奶销售及饲料业务双双高速增长



## 分业务销售额 (百万元)



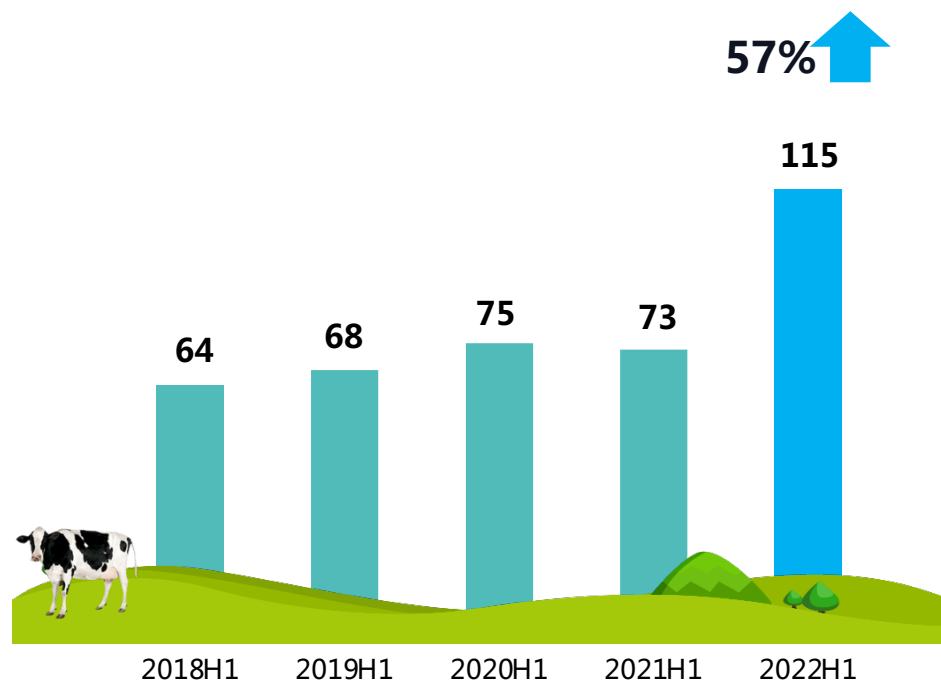
## 销售收入占比



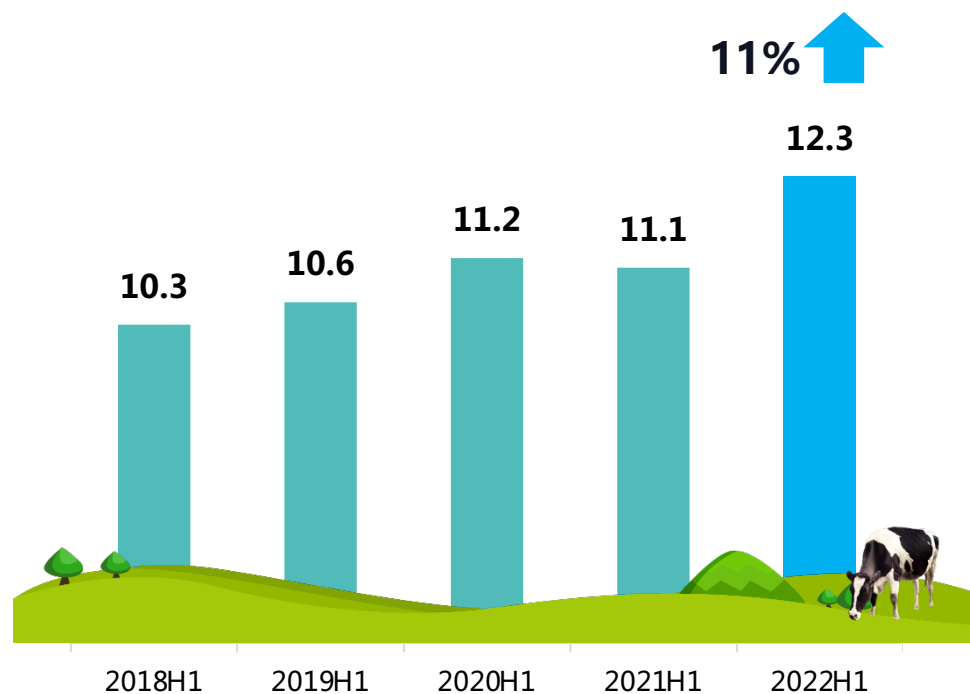


# 原奶产量大幅增长

 **原奶产量 (万吨)**



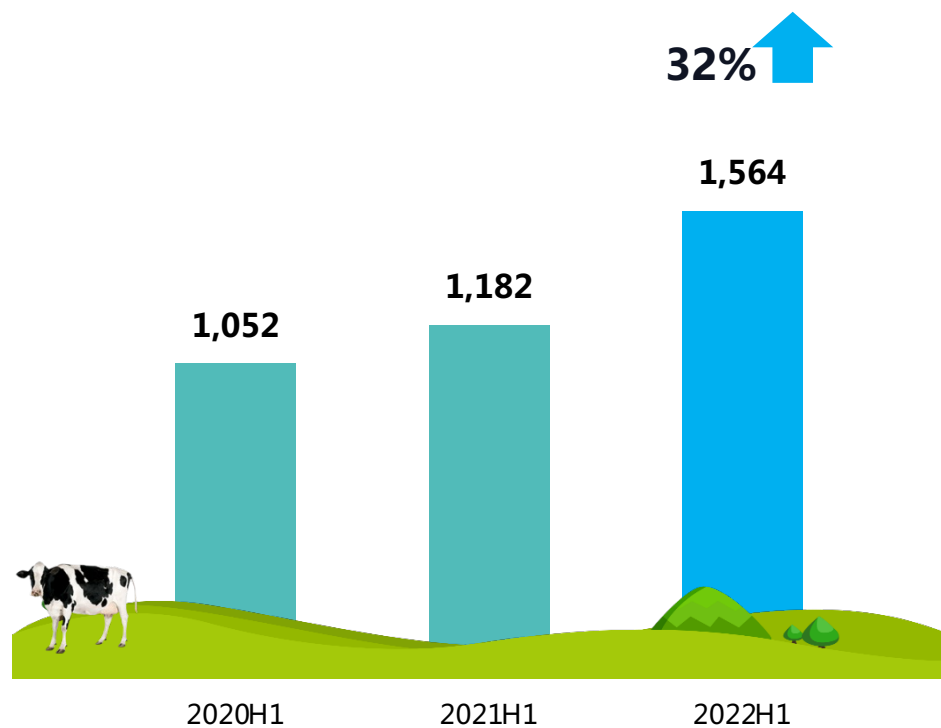
 **成乳牛年化单产 (吨/头·年)**



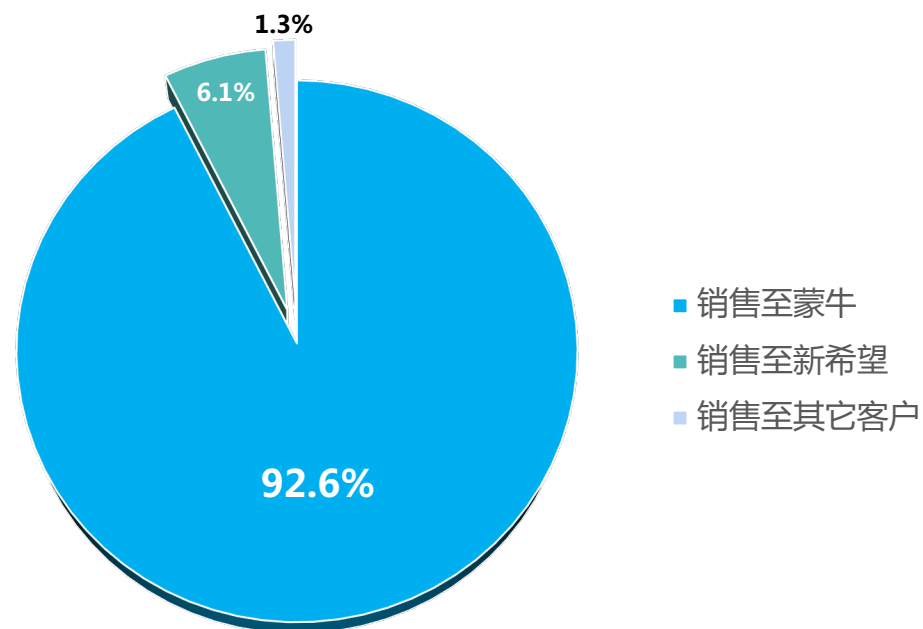
# 原奶毛利额及销售情况



## 原奶毛利额（百万元）



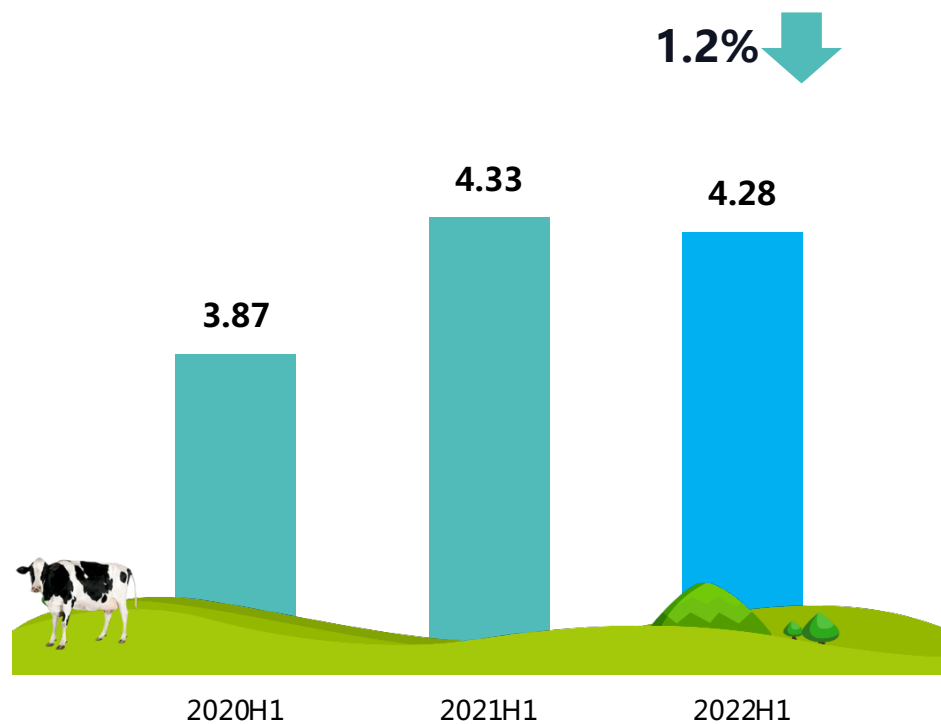
## 原奶销售情况



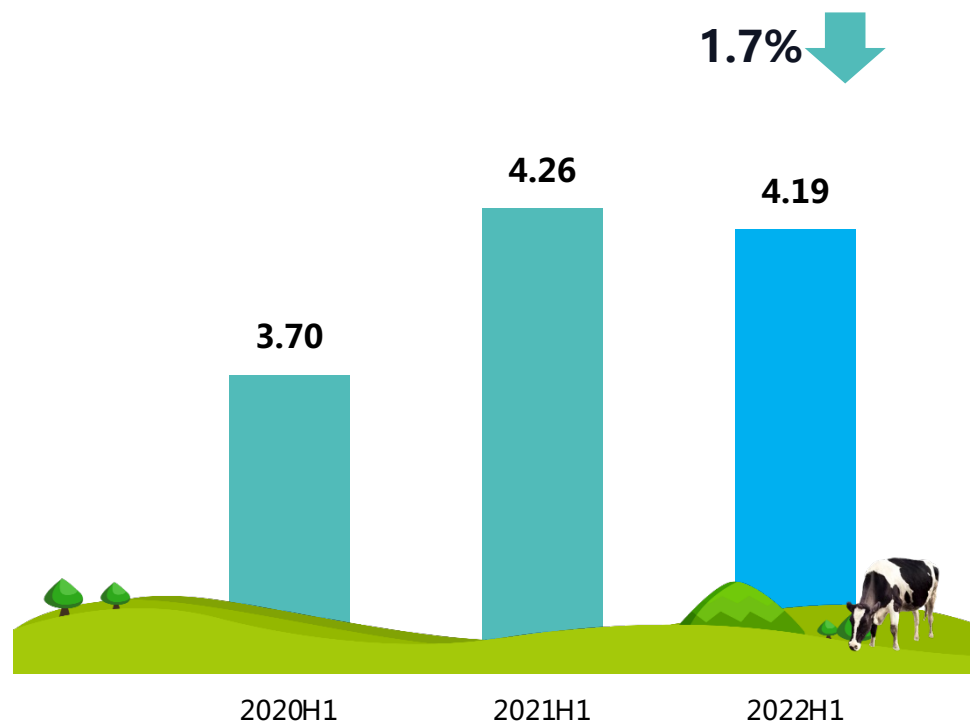
# 原奶售价



## 原奶售价 (元/公斤)



## 市场原奶售价 (元/公斤)



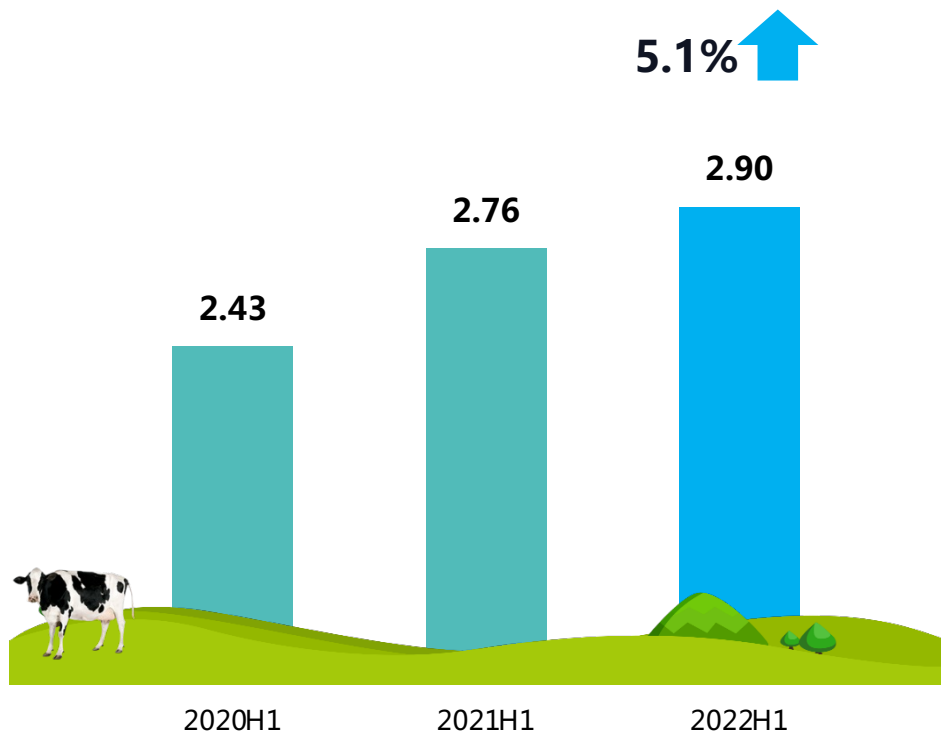
▶ 注：2021H1奶价为模拟合并收购牧场同期数据后的奶价

▶ 数据来源：中国农业农村部

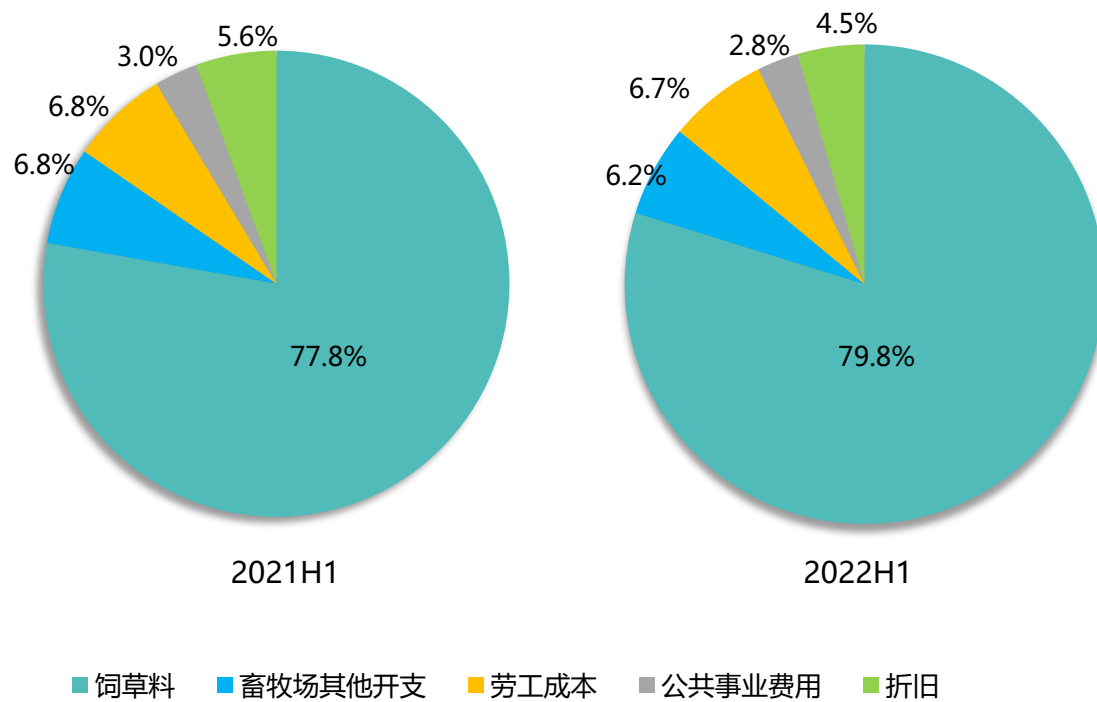
# 公斤奶销售成本



## 公斤奶销售成本 (元/公斤)



## 销售成本明细 (%)

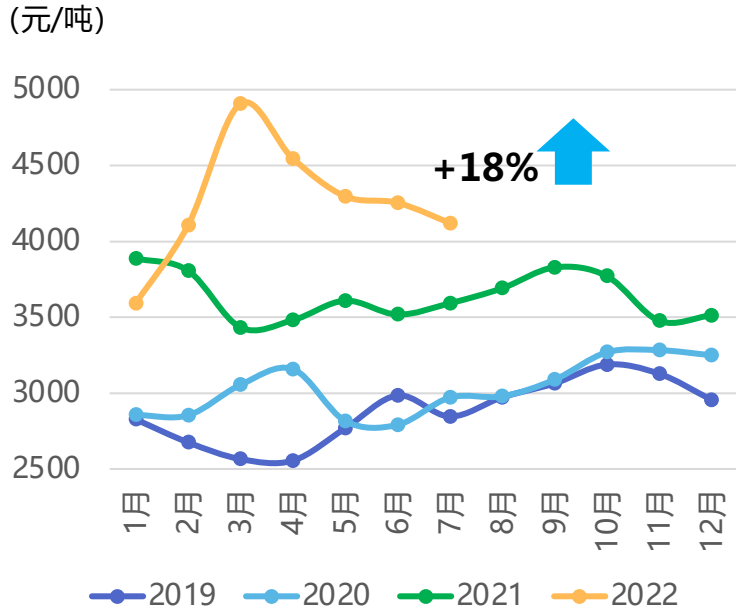


# 饲料成本仍处高位



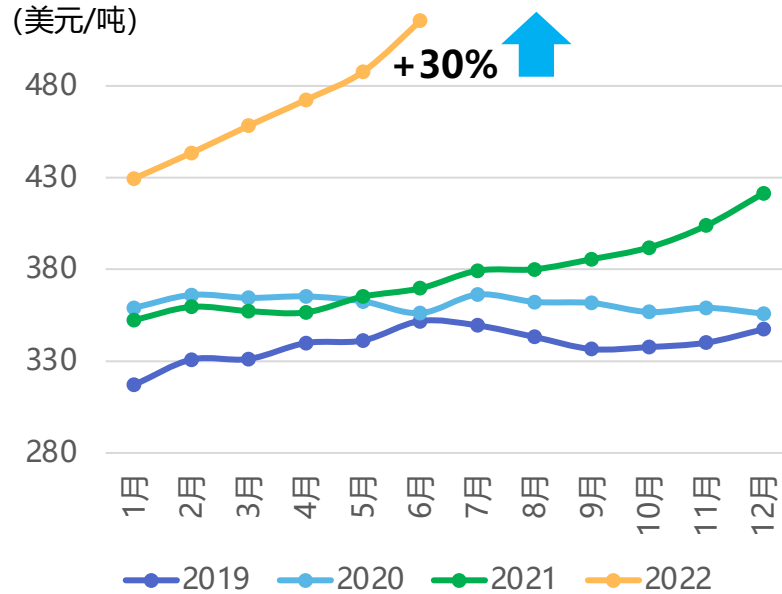
## 豆粕价格

资料来源：中国农业农村部



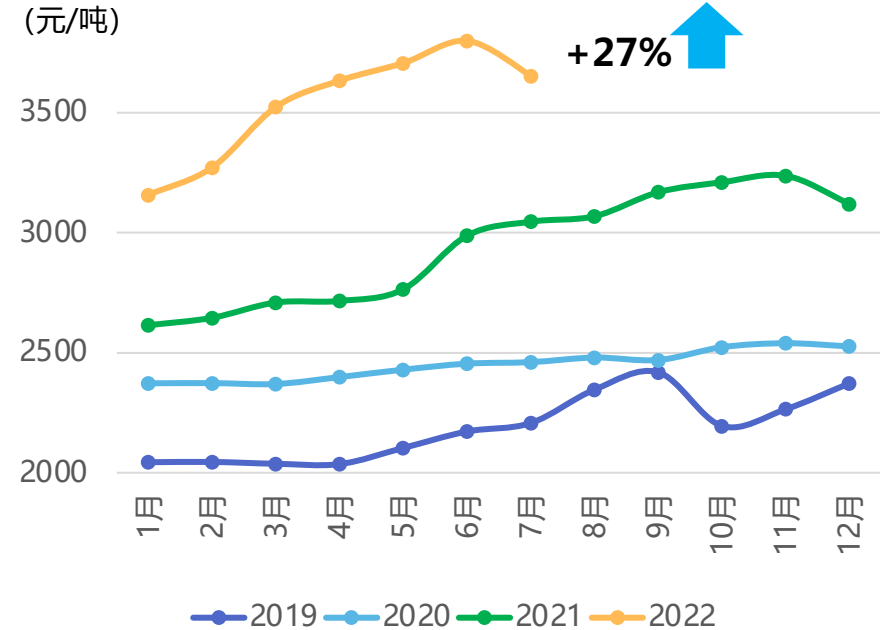
## 进口苜蓿草到岸价

资料来源：中国海关



## 棉籽价格

(元/吨)

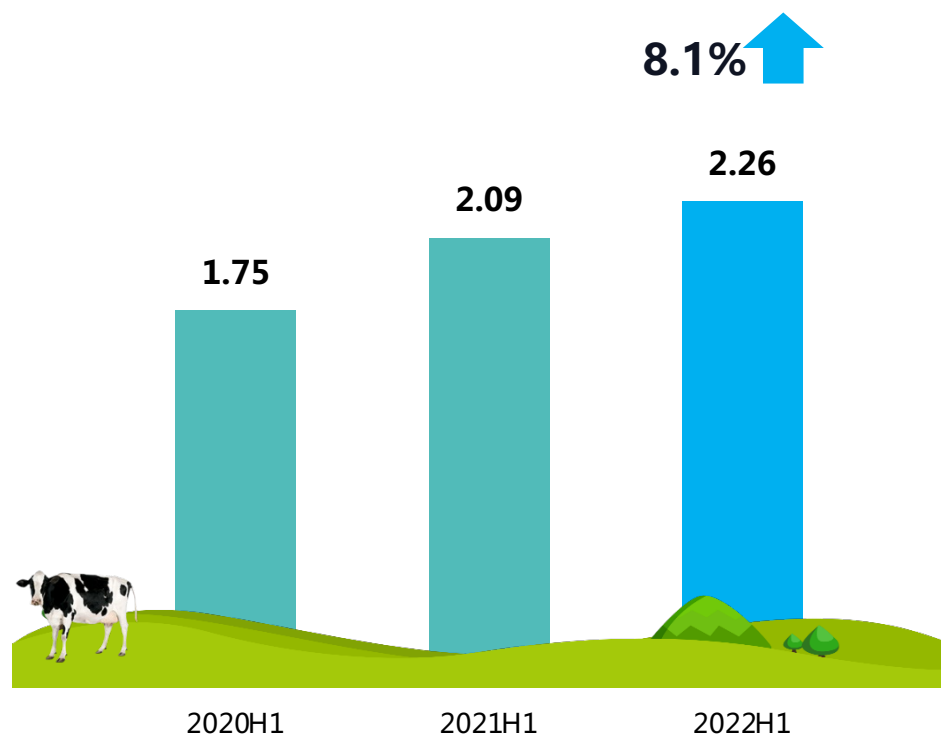


- ▶ 豆粕：今年1-7月豆粕价格同比上涨18%，3月最高同比上涨43%；
- ▶ 苜蓿草：1-6月价格环比逐月上涨，今年上半年苜蓿草价格同比上涨30%；
- ▶ 棉籽：1-7月棉籽价格同比上涨27%。

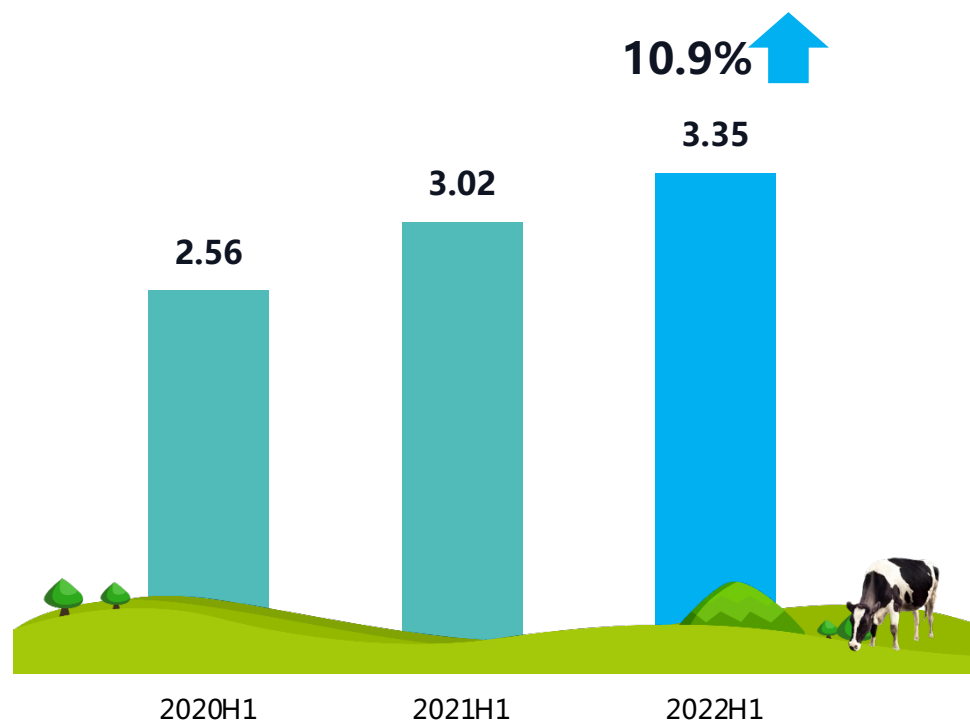
# 公斤奶饲料成本



## 公斤奶饲料成本（元/公斤奶）



## 大宗饲料综合采购价格走势（元/公斤饲料）



# 资产负债情况

人民币：百万元	2022H1	2021FY	变动百分比 (变动额)
生物资产	10,260	9,405	+9.1%
固定资产	5,313	5,313	-
总资产	25,344	23,674	+7.1%
总负债	13,815	12,559	+10.0%
股东权益	11,529	11,115	+3.7%
每股资产净值 <sup>(1)</sup> (人民币元)	1.41	1.37	+2.9%
有息负债总额	10,497	8,495	+23.6%
净有息负债总额	7,655	6,236	+22.8%
有息负债比率 <sup>(2)</sup> (%)	47.7	43.3	+4.4 ppt
净有息负债比率 <sup>(3)</sup> (%)	39.9	35.9	+4.0 ppt
资产负债比率 <sup>(4)</sup> (%)	54.5	53.1	+1.4 ppt

注释：(1) 每股资产净值=本公司持有人应占权益/期末已发行普通股股数；

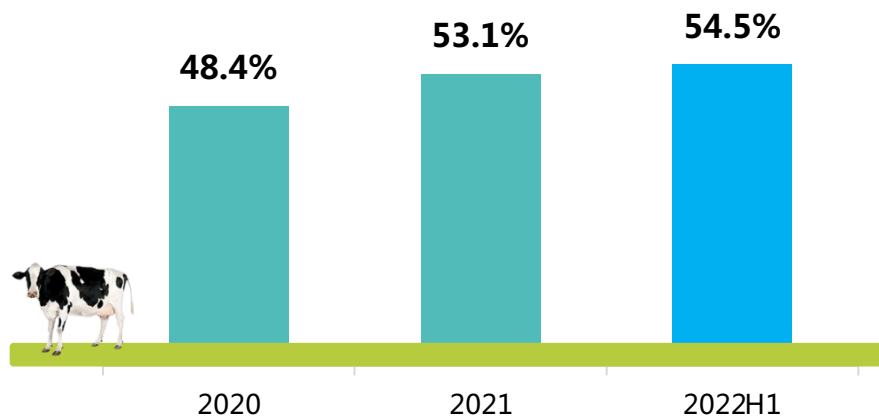
(3) 净有息负债比率=净有息负债总额/(净有息负债总额+股东权益)；

(2) 净有息负债总额=有息负债总额-现金及存款类资产；

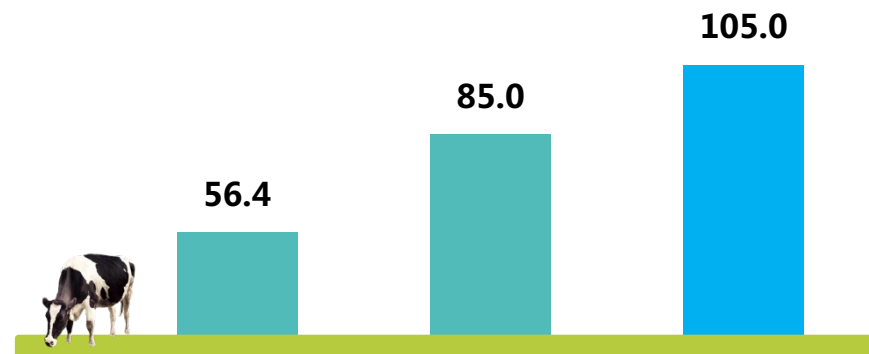
(4) 资产负债比率=总负债/总资产。

# 财务杠杆

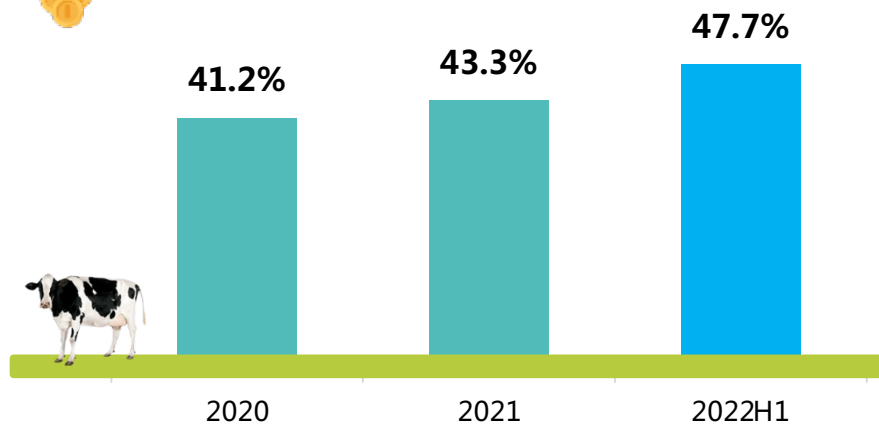
 **资产负债比率 (%)**



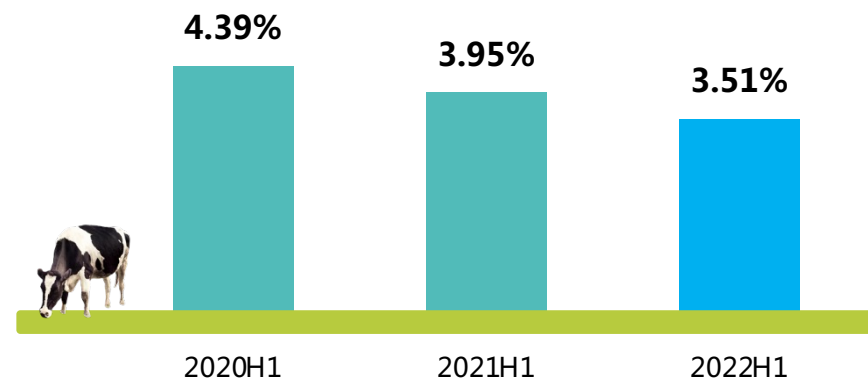
 **有息负债规模 (亿元)**



 **有息负债比率 (%)**



 **融资成本率 (%)**







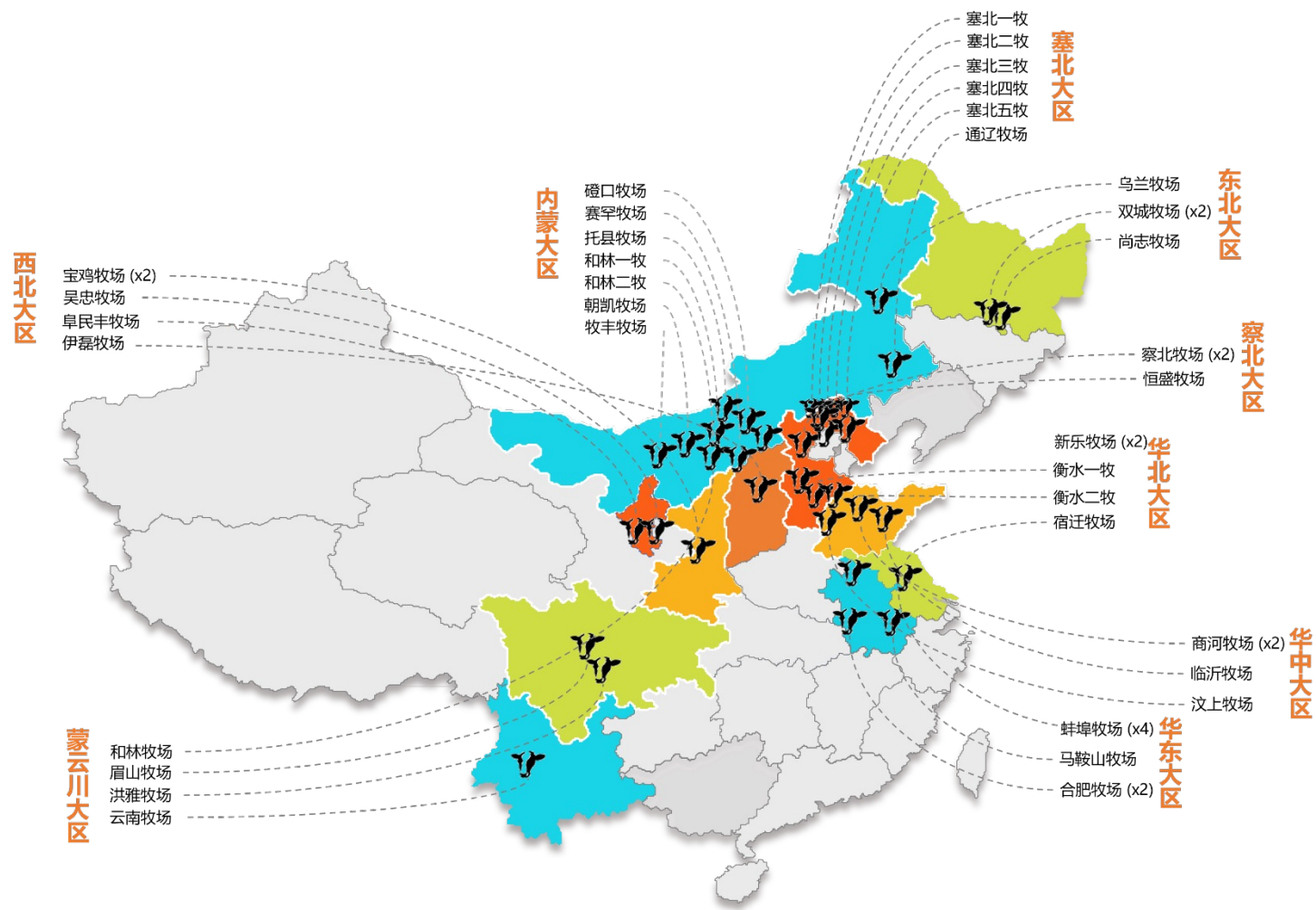
MODERN FARMING  
现代牧业

02

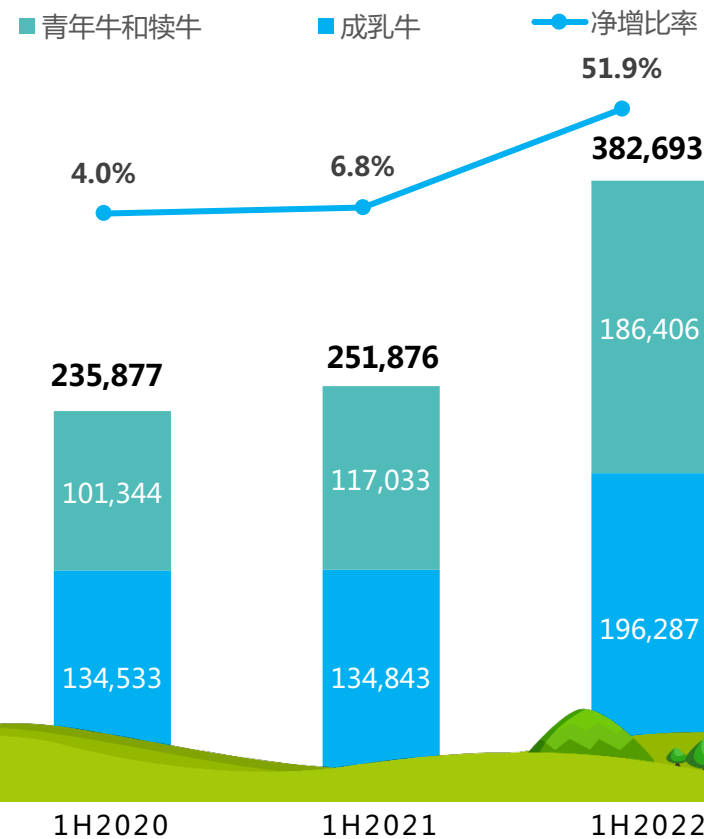
# 运营动态



# 奶牛及成乳牛数量均提升



## 牛群规模及净增比率



截至2022年6月底，本集团在中国投资运营38个牧场公司（按法人口径），奶牛存栏量达38.3万头。

# ESG备受认可

2022.01

## 践行绿色之路

完成碳排查，企业的碳排强度远低于行业平均水平，为国内领先。在粪污管理和能源利用环节比绝大多数系统降低40%以上的碳排放。

2022.04

## 加入UNGC

2022年成功加入联合国全球契约组织UNGC，向国际社会承诺一个可持续发展的绿色企业

2022.04

## 优质奶源

连续九年斩获世界食品品鉴大会金奖

首家UHT和巴士杀菌优质乳认证企业

2022.05

## 提升CSA评分

根据全球同行业341家公司评级结果显示，现代牧业在标普全球企业可持续发展评估CSA的评分大幅提高，超过食品行业平均水平

2022.06

## 最佳ESG奖

荣获2022年美国《机构投资者》杂志最佳ESG奖，不断完善的公司治理水平获得业内认可

2022.06

## 标普BBB评级

现代牧业获得标普BBB投资级评级，成为全球首家获得国际信用评级为投资级的奶牛养殖企业

2022.06

## 填报CDP问卷

首次填报CDP气候问卷

# 品牌奶：功能牛奶新标杆

THREE CALVES  
三只小牛

功能牛奶新标杆



精英选牛

娟姗系列牛奶



新  
纯牛奶



连续九年荣获世界食品品质评鉴大会

金奖



妈咪选牛

A2系列牛奶



DNA  
纯牛奶



睡前  
30分



为爱选牛

荷斯坦系列牛奶



纯牛奶



高钙牛奶



三零牛奶



软牛奶



新  
厚乳爱克林

## 品牌升级

品牌焕新升级，推出三只小牛DTC品牌，主打功能牛奶新标杆，与“丁香医生”进行深度合作，强化产品功能属性；

## 客户精耕

新增客户109个，专营合作伙伴数量和销售占比均超65%；

## 渠道扩容

新增网点2.1万家，精耕六大核心渠道，夯实业绩基础；

## 新品突破

DNA牛奶销售达成105%，成为行业功能牛奶新标杆；

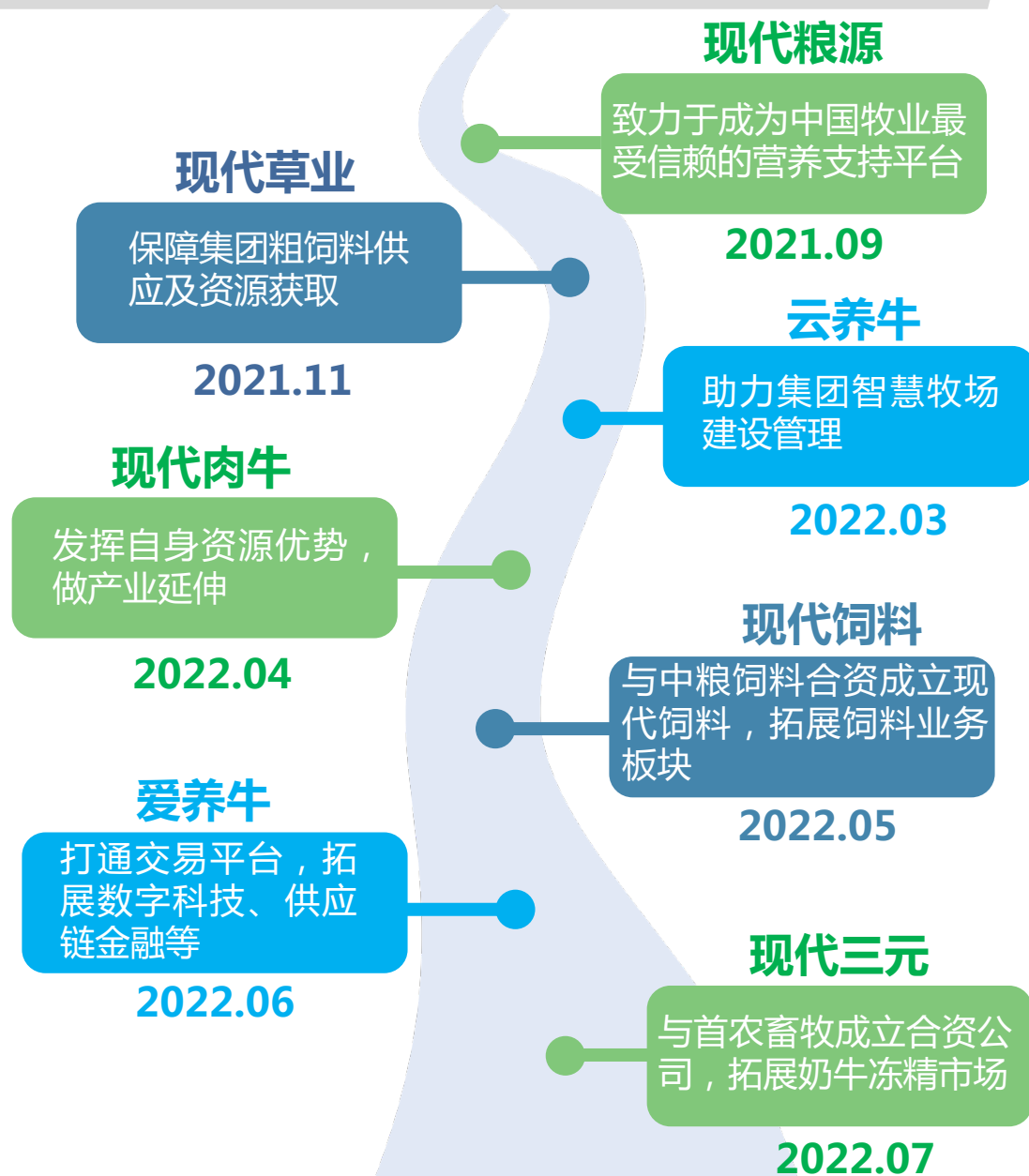
## 数字化创新

公域精耕京东，GMV环比增长88.45%

私域快速跑通拉新-销售的模型，积累45万用户，单月销量突破百万，建立私域爆品公测模型

三只小牛NFT成功发售，开设三只小牛元宇宙店铺，布局元宇宙第一牛奶品牌

# 全产业链布局已成型





MODERN FARMING  
现代牧业

03

# 行业展望



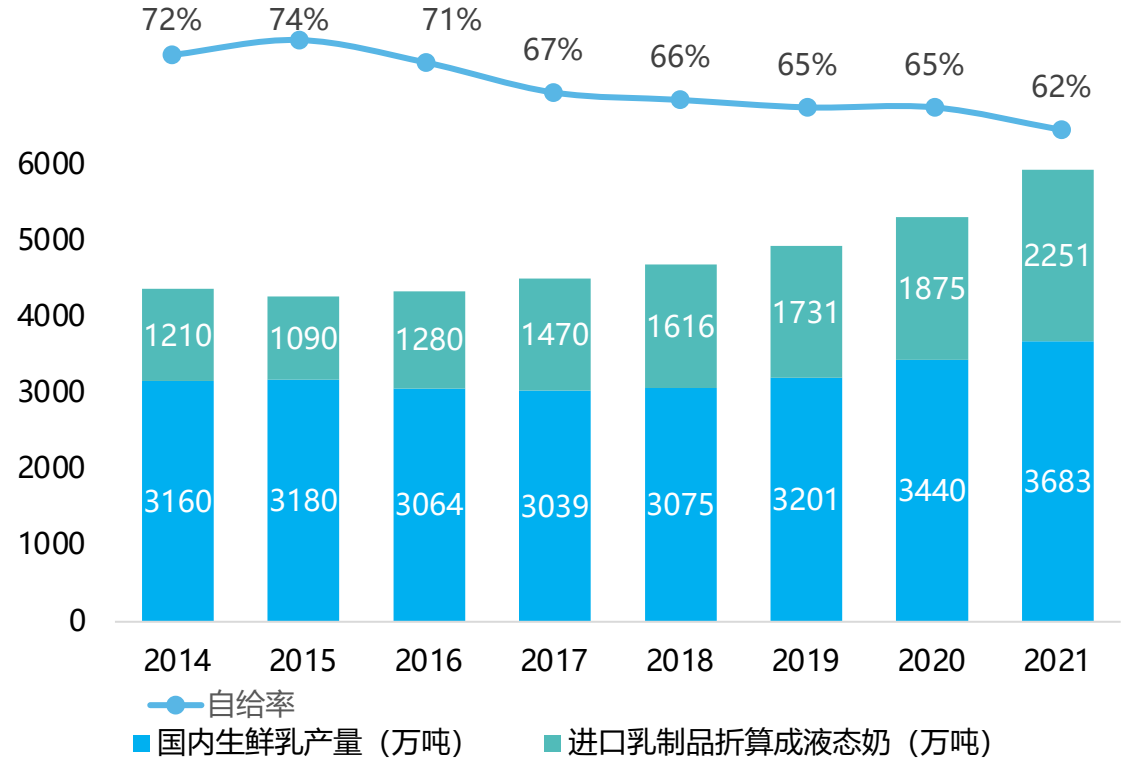
# 国家大力推进奶业振兴

## 宏观政策

- 2017年6月，明确指出到2020年**国内奶源自给率需保持在70%以上**，根据行业统计数据，实际2021年国内奶源自给率仅为62%。
- 2021年2月国务院关于《全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》的通知：积极发展牛羊产业，继续**实施奶业振兴行动**。
- 2022年2月 国务院关于印发《“十四五”推进农业农村现代化规划》的通知：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。
- 2022年2月，农业农村部关于印发《“十四五”奶业竞争力提升行动方案》的通知指出到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**

## 国内原奶自给率

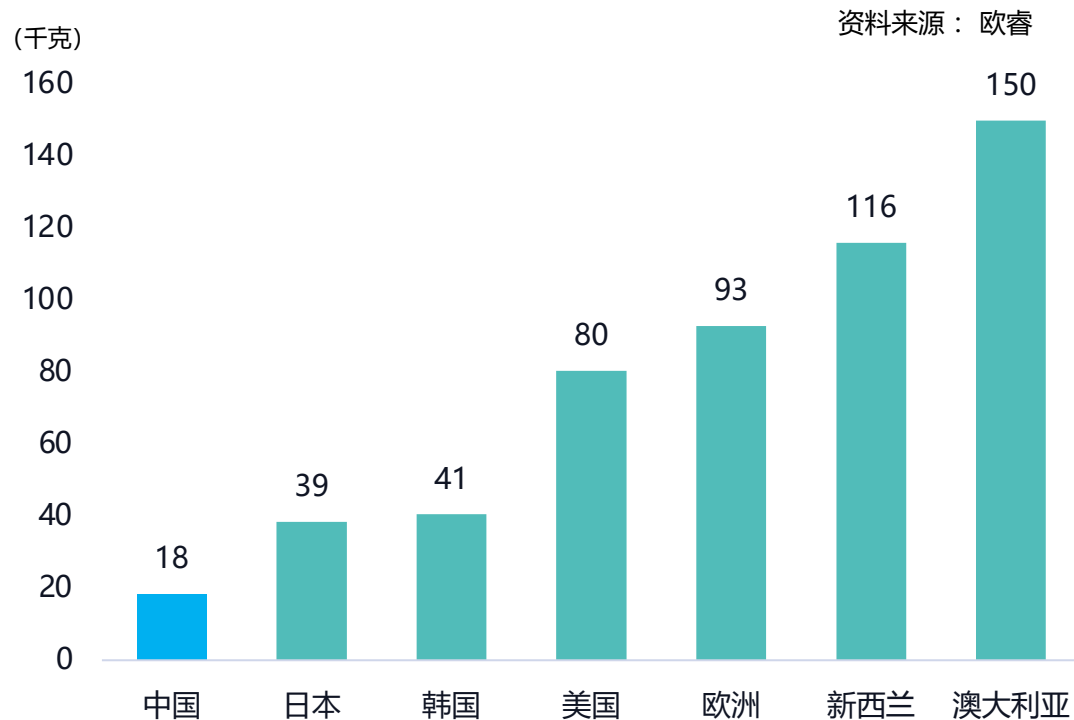
资料来源：国家统计局、中国海关



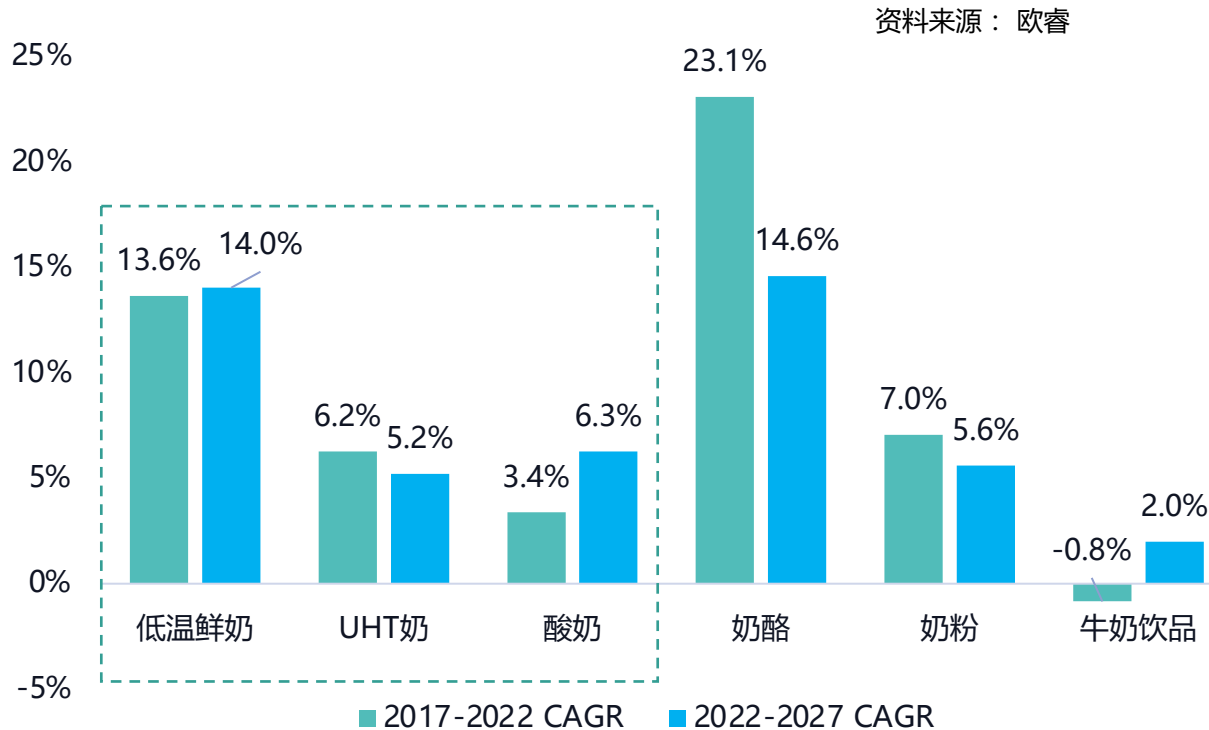
# 原奶需求空间巨大



## 世界人均乳制品消费量



## 国内乳制品消费额增速



- ▶ 根据欧睿的数据，中国的人均乳制品消费量只有18公斤，只有日本韩国的一半，远低于欧美的80-90公斤的消费量水平；
- ▶ 未来液态奶的增长更多由使用液态奶为原料的高端产品带动，包括低温鲜奶产品、UHT奶以及高端酸奶，为了提升乳制品的质量，乳企也将考虑用生鲜乳制作婴幼儿配方奶粉和奶酪。

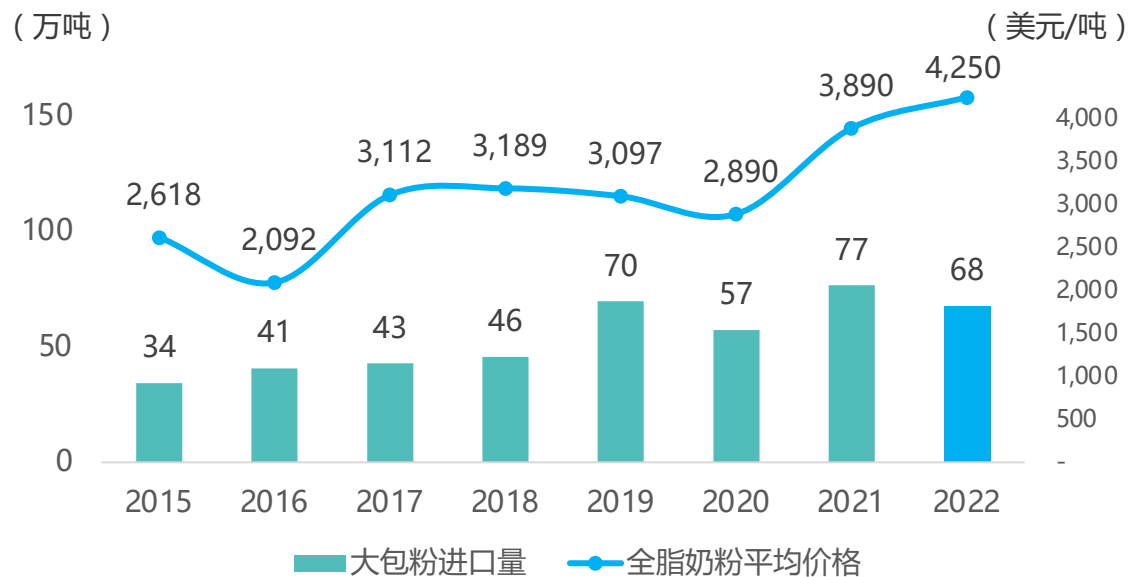


# 大包粉进口量及价格走势



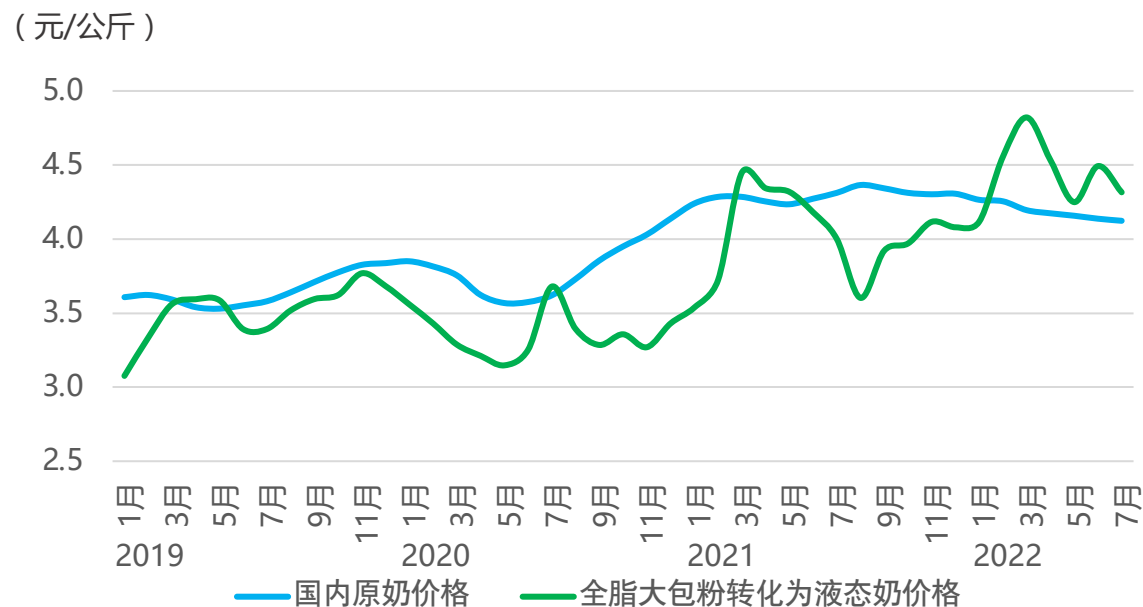
## 中国大包粉1-6月进口量及价格走势

资料来源：中国海关、恒天然



## 国内原奶及大包粉转化为液体乳价格走势

资料来源：中国农业农村部、恒天然



- ▶ 2022年第一季度新西兰原奶产量下降，需求旺盛叠加供应不足，国际奶粉价格高涨，第二季度需求受到短期抑制，价格环比回落；
- ▶ 2022年上半年国内生鲜乳平稳并在高位运行，全脂大包粉转化为液态乳价格高于国内生鲜乳价格，近期两者的价格逐渐接近。



MODERN FARMING  
现代牧业

THANK YOU

