

CHINA SHENGMU ORGANIC MILK LIMITED
中國聖牧有機奶業有限公司

(Incorporated in the Cayman Islands with limited liability)

Stock Code:1432 HK

2021年度中期業績發布會



Part 1

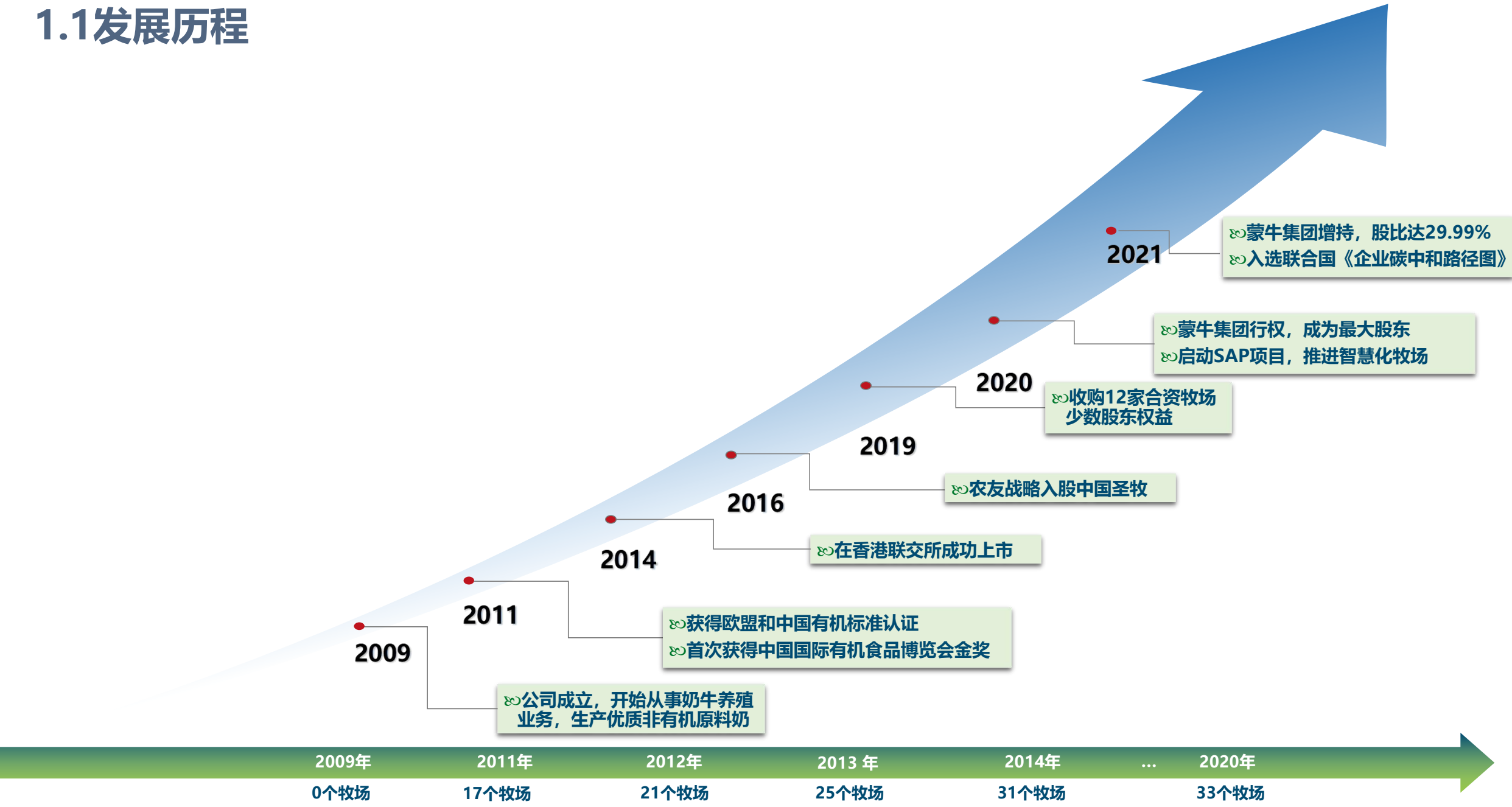
公司概况

我们的愿景和使命

使命：提供全球最高品质的沙漠有机奶

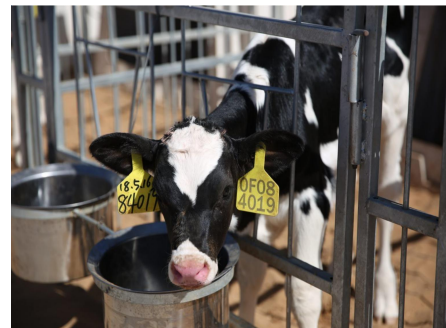
愿景：创建全球有机奶第一品牌

1.1 发展历程



1.2 独特的战略定位，清晰的发展方向

深耕有机奶业，提供最高品质原奶



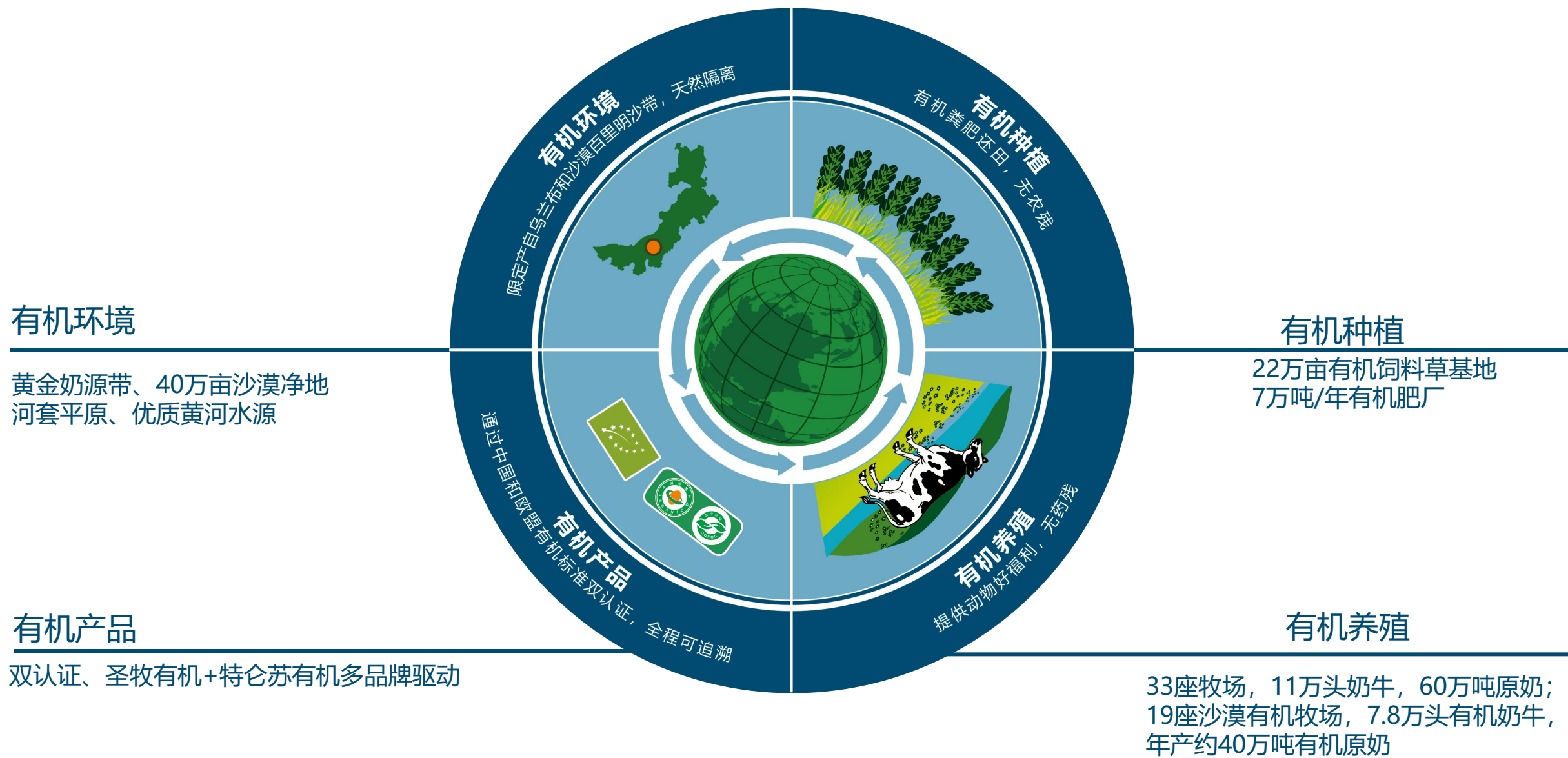
依托乌兰布和沙漠，种养加一体化



发力原奶品牌化，致力于可持续发展

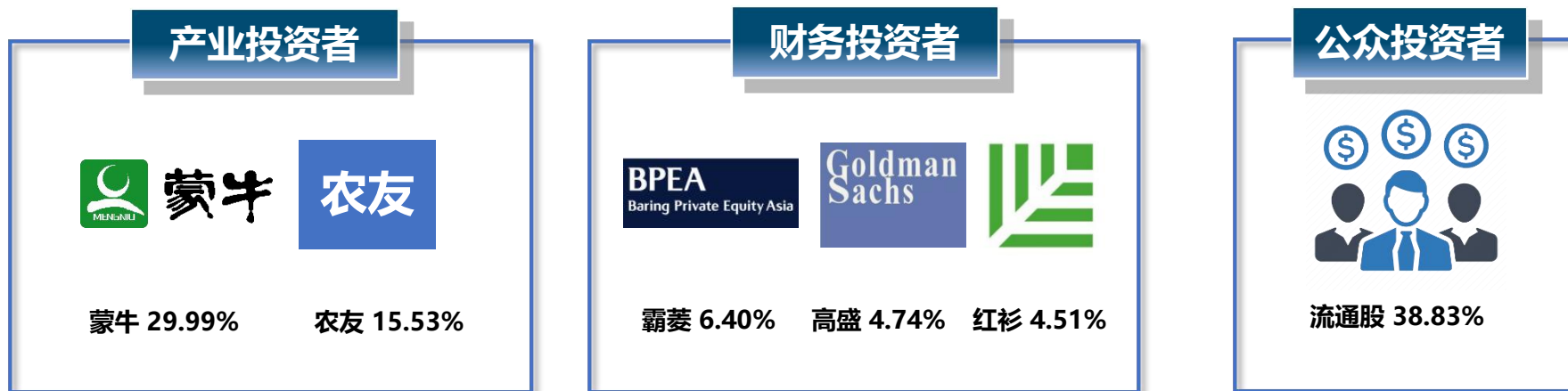
建设智慧牧场，践行奶牛福利体系

1.3 我们的业务已建成全程沙漠有机循环产业链



1.4 我们的股东实力雄厚

中国圣牧股权结构



产业头部企业增信赋能

- ▶ 蒙牛2020年7月成为第一大股东，持股17.51%，2021年7月增持，持股比例增至29.99%
- 原奶保收购政策,淡季不淡
- 原生功能奶创新
- 融资环境改善
- 集采平台资源共享

1.5 我们的管理团队年轻专业

张家旺先生

执行董事兼首席执行官

42岁

- ✓ 硕士学位
- ✓ 2020年获得“影响内蒙古经济50位商业领袖”
- ✓ 在大北农集团任职19年，历任外联部主任、总裁助理及发展投资部总经理、副总裁兼战略与发展总经理，拥有丰富的管理经验。2017年加入圣牧，担任执行董事兼首席执行官，负责公司总体战略规划和业务开发。

高凌凤女士

行政副总裁

50岁

- ✓ 硕士学位
- ✓ 于1993年参加工作，任伊利质检部主任；1999年加入蒙牛，负责全系列产品的质量管理，历任品控管理中心主任，液态奶，冰激凌等事业部生产管理负责人等。
- ✓ 2009年联合创办圣牧，担任行政副总裁，拥有28年丰富的管理经验。

牛月生先生

首席财务官

47岁

- ✓ 硕士学位
- ✓ 高级会计师、AAIA
- ✓ 于1996年参加工作，2001年加入蒙牛，历任蒙牛液态奶事业部财务经理，本部级财务中心总监、集团财务高级总监。
- ✓ 2019年加入圣牧，担任首席财务官，拥有25年丰富的财务管理经验。

刘高飞先生

首席运营官

39岁

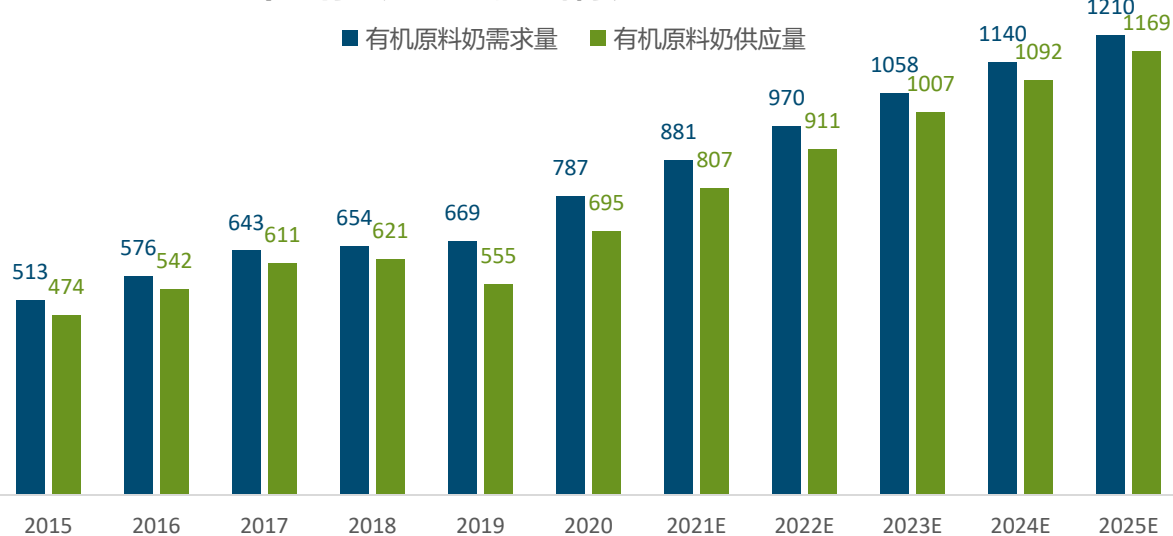
- ✓ 畜牧学博士学位
- ✓ 高级经济师高级 食品安全管理师
- ✓ 于2008年参加工作，历任蒙牛奶源综合管理中心总经理、奶源安全质量中心总经理等职务。
- ✓ 2019年加入圣牧，担任首席运营官，在乳品行业拥有13年的丰富管理经验。

1.6 我们所处的有机原奶业极具发展潜力，进入壁垒高

有机奶需求增长强劲



中国有机原料奶的供需情况 2015年-2025年



数据源：国家统计局、国家认证认可监督管理委员会、弗若斯特沙利文

行业进入壁垒高

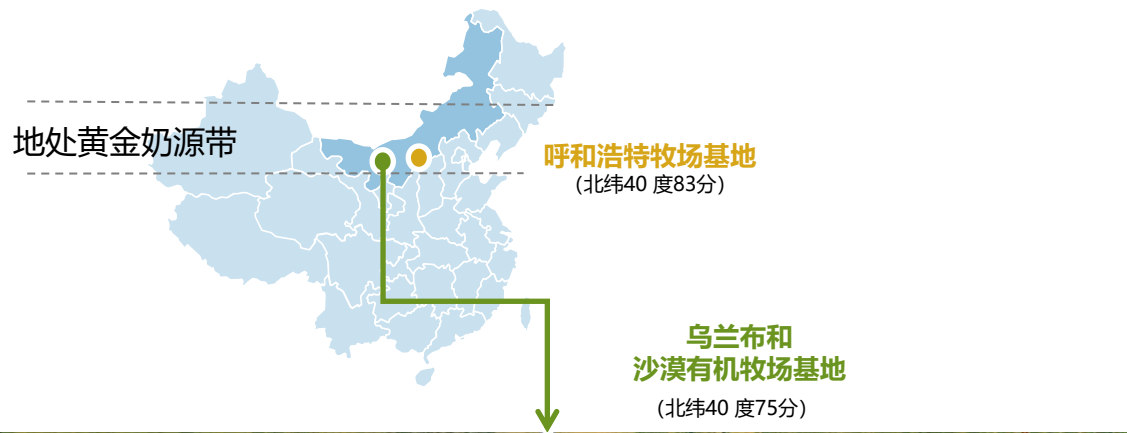
- 有机环境要求高**
种植环境+养殖环境
- 有机认证严苛**
饲料种植+饲料加工+牧场+奶牛养殖
- 资本密集**
大额持续的资本投资+2.5-3年的有机转换
- 上下游稳定合作关系**
品牌形象+供应高度集中

1 圣牧有机产销量行业第一



注：目前圣牧有机奶日产量约1200吨

1.7 我们拥有独一无二的资源禀赋、得天独厚的地理环境



有水的沙漠

- 黄河故道改道形成, 地表水资源丰富而优良
- 黄河水分侧渗+引黄灌溉, 可利用水资源2.5亿m³

有沃土的沙漠

- 黄河古冲击平原, 保水保肥能力优良
- 草原化荒漠, 灰漠土, 利于种植养殖的规模化发展

有粪肥的沙漠

- 一头牛养三亩地, 牛粪腐熟发酵后成为良好的有机肥料
- 疏松土壤, 提高土壤有机含量

环境洁净

隔绝污染病虫害

体细胞少 微生物少

日照充足

日照长, 温差大, 饲草质量高

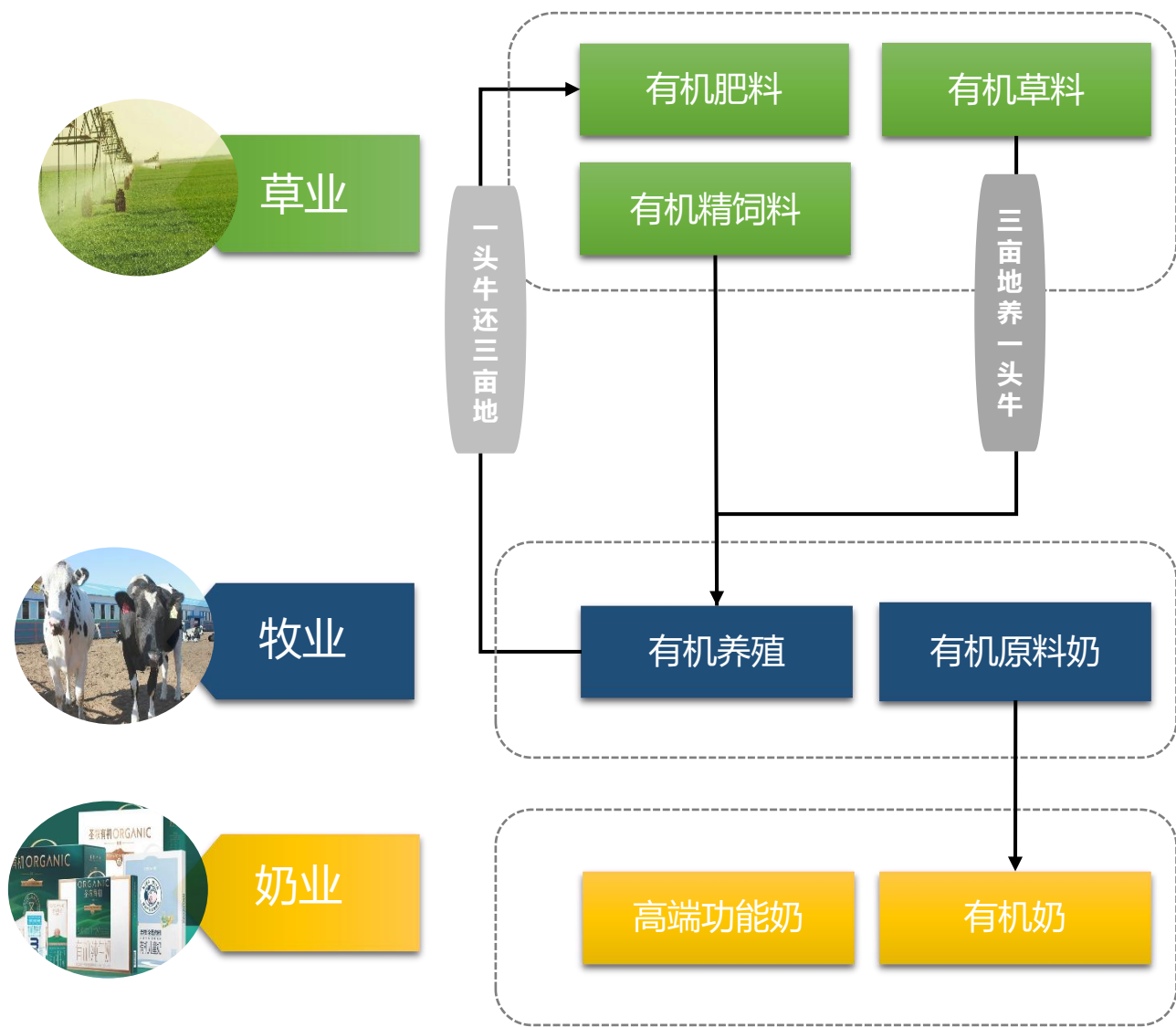
高钙 高蛋白

交通便利

奶工厂100公里内

奶源新鲜

1.8 我们拥有成熟的有机循环“种养加”一体化模式



- 高品质**
 - 牧草种植和牧场养殖实现零距离对接，保证了牧草的品质
 - 原奶点对点送至就近奶工厂，保证了原奶的品质
- 高效能**
 - 实现种植业和养殖业的良性循环
 - 牛粪就近还田，节约粪污处理成本
- 高环保**
 - 草畜配套，推动生产、生态协同发展
 - 产业治沙，可持续发展促进环境保护

1.9 我们的产品多元化，沙漠有机奶+功能性DHA原奶盈利能力强劲

有机原奶



- 沙漠有机，全球唯一
- 高蛋白，高钙
- 日产量1200吨
- 平均售价5.3元/kg

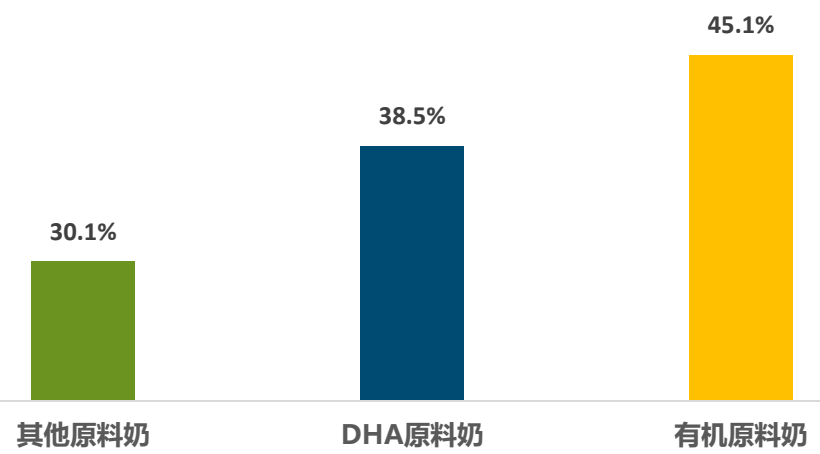


DHA原奶

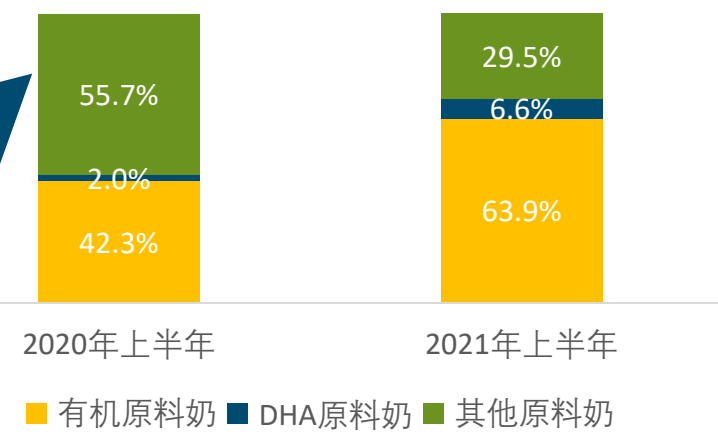


- DHA奶又称“脑黄金”
- 对儿童智力及视力发育有益
- 日产量170吨
- 平均售价5.8元/kg

不同原料奶产品毛利率对比



高毛利率的有机原奶
高毛利率的DHA原奶
占比提高!

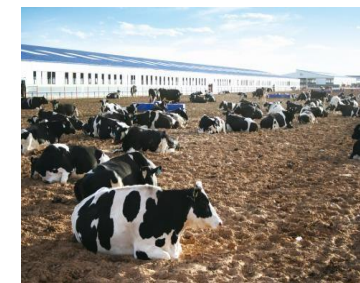
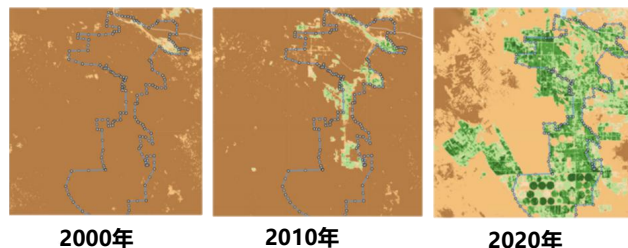


1.10 我们是可持续发展与ESG的典范企业

UNGC+共益+减碳

- 累计在乌兰布和沙漠投资**75亿元**
 - 将**22万**亩沙漠改造成优良牧场
 - 种植**9700万**棵沙生树木
 - 使**220**平方公里的沙漠披上绿装
 - 修建公路**193.3**公里
 - 在沙漠架设**277.9**千米电线
- 区域小气候得到改善（春雾/夏雨/秋霜/冬雪）
- 较80年代，沙尘量减少**80%-90%**，风速减小**21%**，降雨量增加**30%**
- 2020年员工内部晋升达**15%**，人均培训**40**小时2020年公益投入**100万**元，志愿者活动**150**余人次
- 联合国全球契约组织UNGC会员企业，碳中和案例被收录
- 国际有机联盟IFOAM完全会员称号，拥有投票权
- B Corp 共益企业认证和评估申请

乌兰布和沙漠绿洲变化趋势图



1.11 上半年经营回顾：精益管理，聚焦有机，坚持可持续发展

优化产品结构

- 完成5个沙漠有机牧场的转换，增加有机奶牛约1.9万头，有机原奶日产量达1200吨；
- 完成3个DHA奶牧场的转换，增加DHA奶牛约7300头，DHA原奶日产量达170吨。

数字化平台建设

- SAP-ERP项目上线，实现内外部数据及流程的标准化和一体化；
- 建立了牛奶成本自动计算和牛群成本自动分配标准化日成本核算模型，开创行业先河。



精益运营

- 开展6S管理，获得S级牧场认证；
- 与畜牧中心战略合作，增强奶牛种业综合实力；
- 牛群结构进一步优化，后备牛充足；
- 原奶乳脂率及乳蛋白率高于去年同期水平。

可持续发展

- 推进人才年轻化和专业化的建设，开展经理人特训营/优才计划；
- 中国畜牧行业首家，圣牧案例入选联合国《企业碳中和路径图》

Part 2

财务回顾

我们的愿景和使命

使命：提供全球最高品质的沙漠有机奶

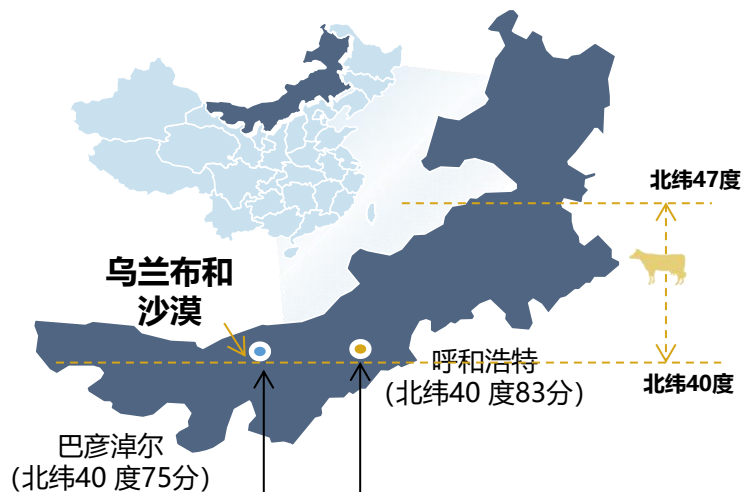
愿景：创建全球有机奶第一品牌

2.1 主要财务指标向好

二零二一年上半年综合业绩一览

(人民币百万元)	2021年中期	2020年中期	变动
营业收入	1,500	1,317	13.9%
其中：原奶销售收入	1,446	1,251	15.6%
原奶销售成本	899	780	15.2%
毛利额	547	471	16.2%
毛利率 (%)	37.8%	37.6%	0.2%
EBITDA利润	515	458	+12.5%
净利润	271	166	+63.8%
净利润率	18.1%	12.6%	+5.5%
归母净利润	259	143	+81.4%
自由现金流	168	328	-48.9%
净资产收益率 (%)	7.4%	6.1%	+1.3%

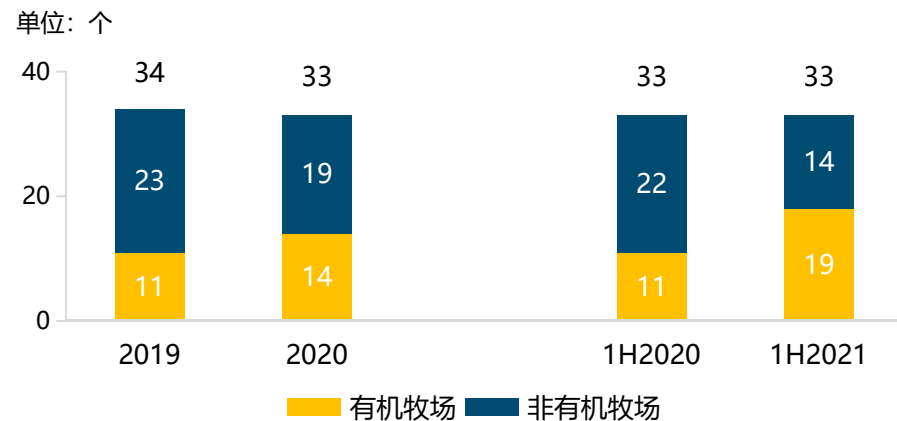
2.2 牛群结构进一步优化



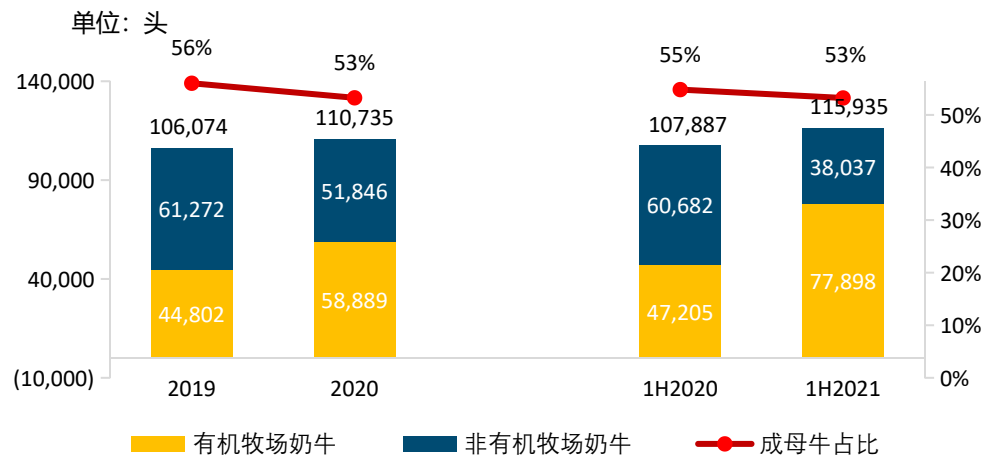
沙漠牧场
运营牧场数量: 22个 ¹
有机牧场: 19
非有机牧场: 3
奶牛总数: 84,725头
牛均面积: 60-80平方米

非有机牧场
运营牧场数量: 11个 ¹
奶牛总数: 31,210头
牛均面积: 30平方米

牧场规模

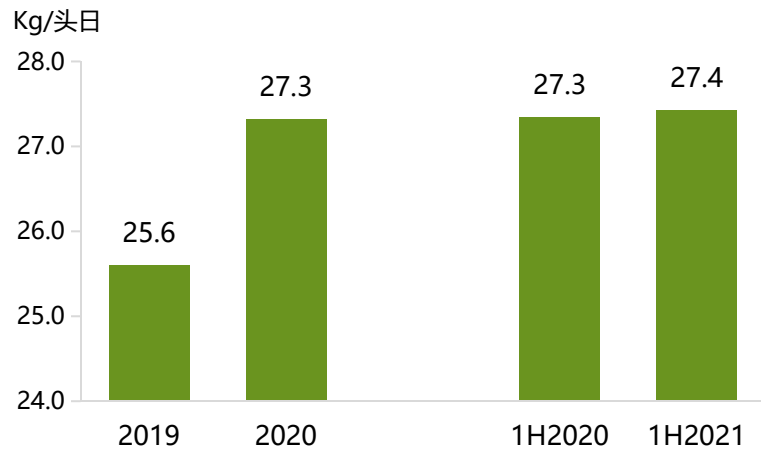


奶牛数量及结构

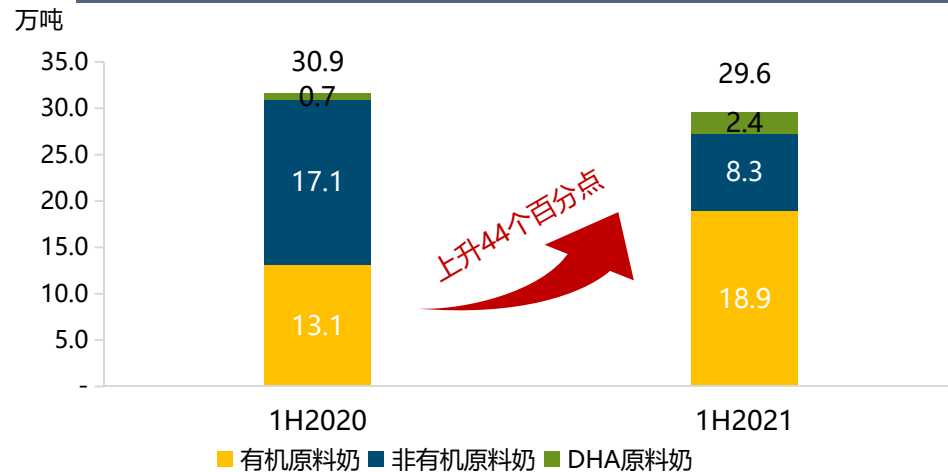


2.3 有机原奶产销量快速增长

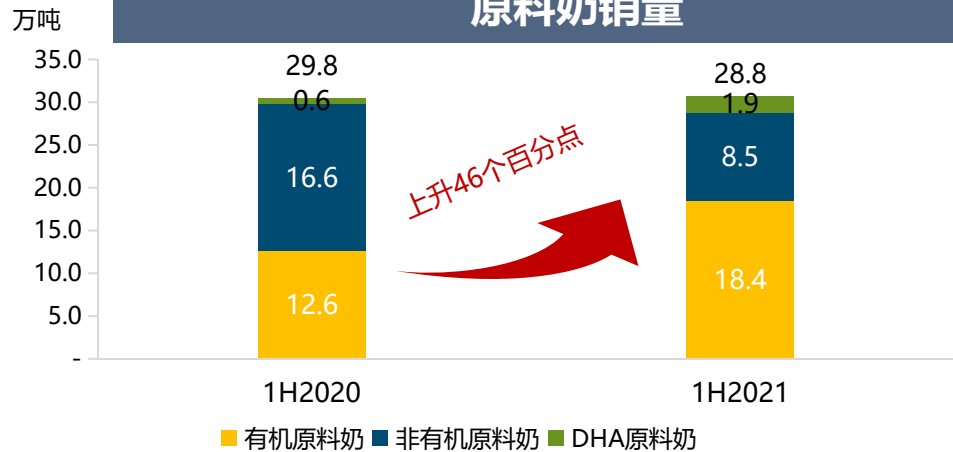
原奶上市单产



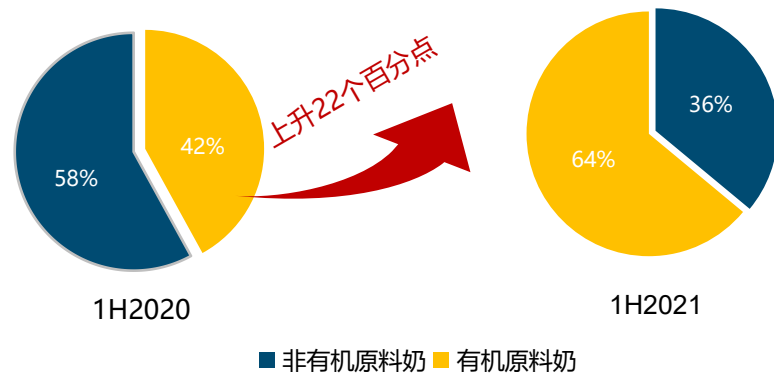
原料奶产量



原料奶销量



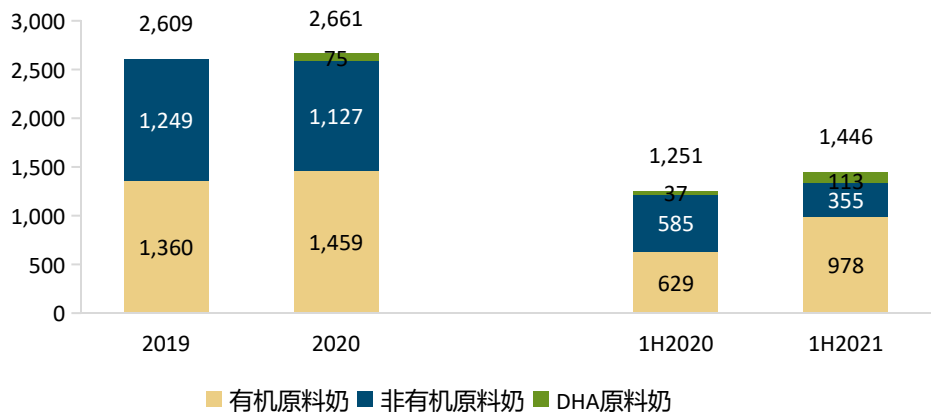
有机原料奶结构权重



2.4 毛利率在成本上涨压力下依然小幅上涨

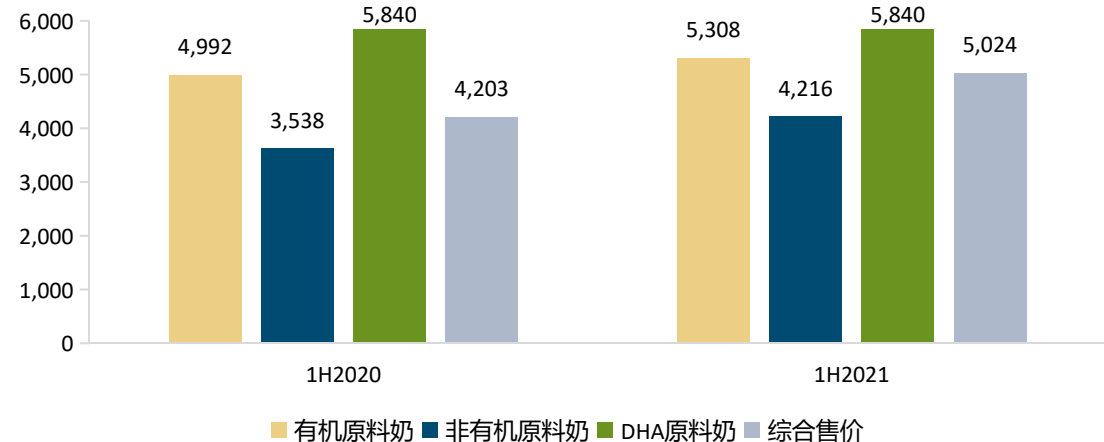
原奶销售收入

(人民币百万元)



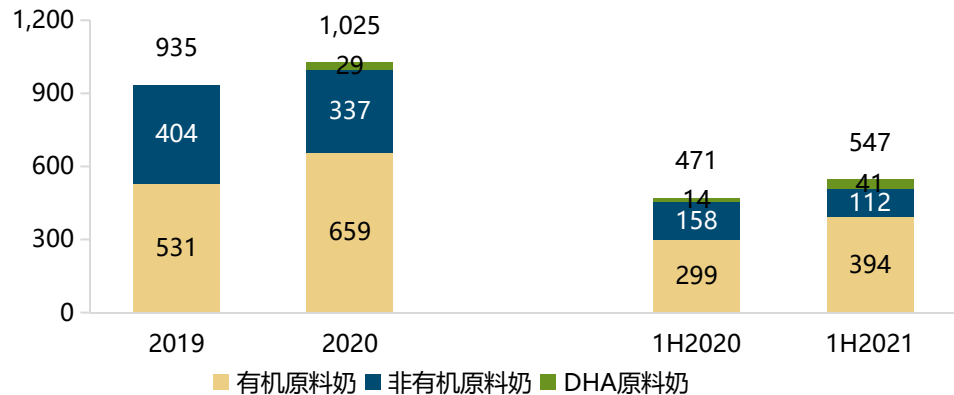
原奶平均售价

(元/公斤)

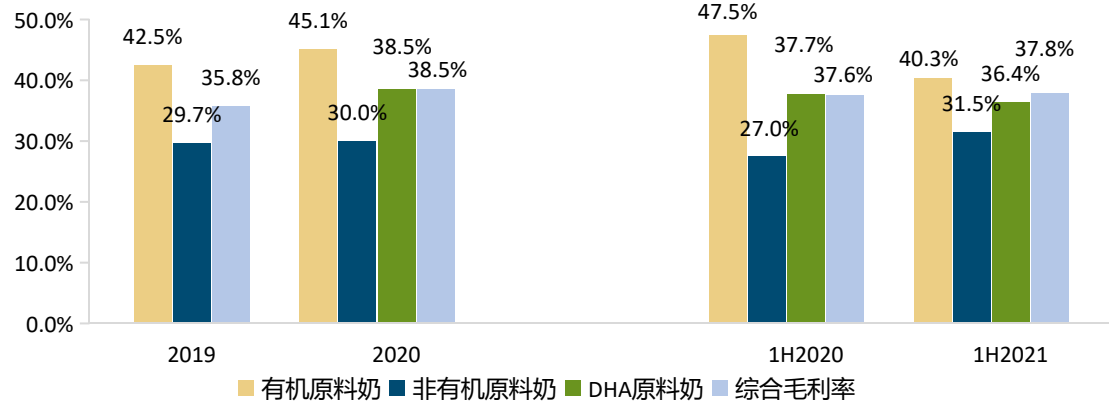


毛利额

(人民币百万元)

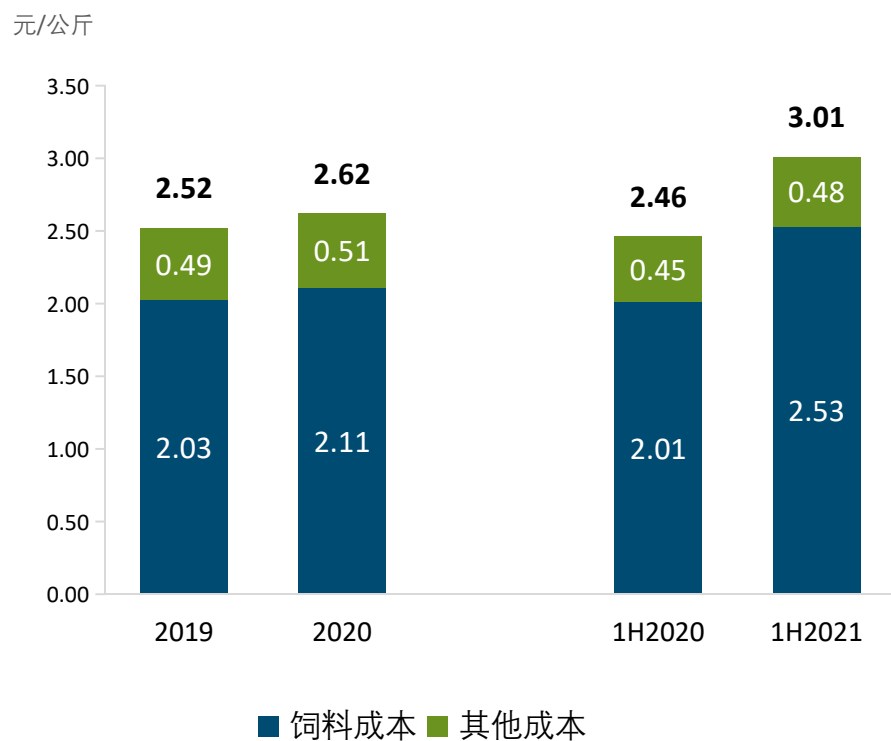


毛利率

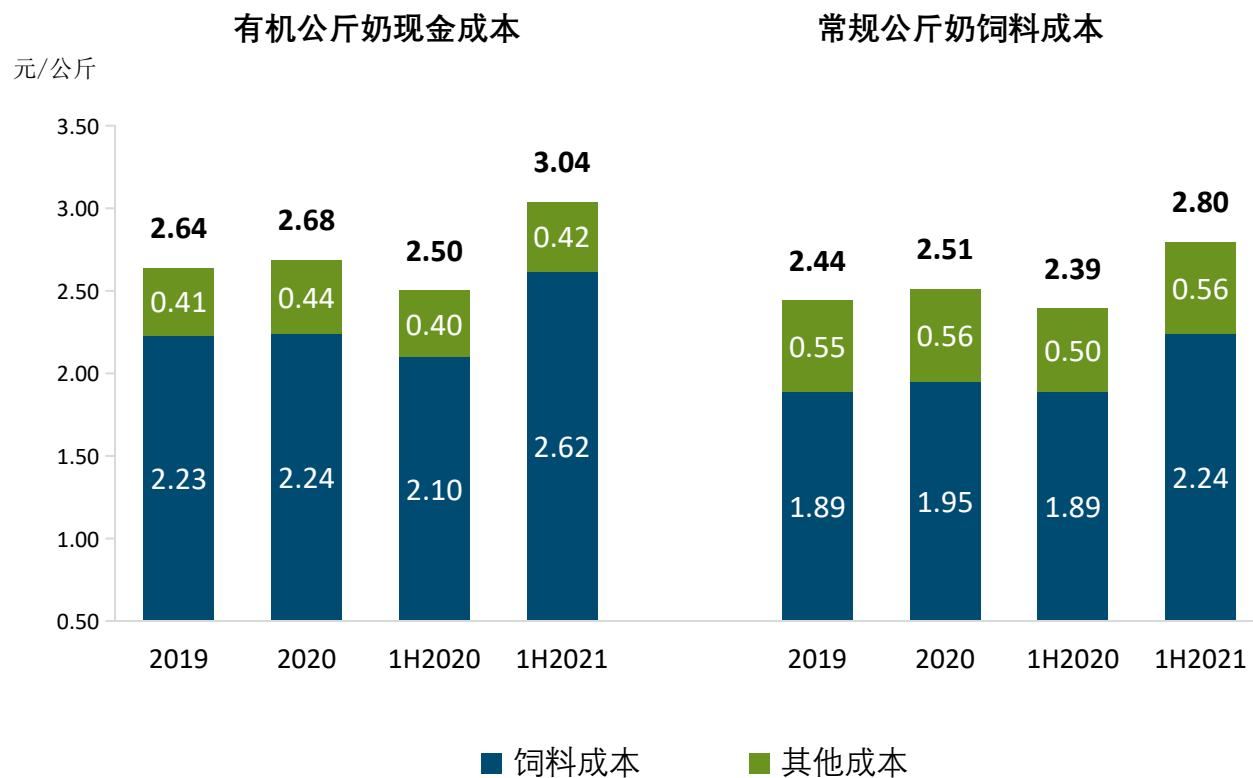


2.5 公斤奶现金成本有所增长

公斤奶现金成本



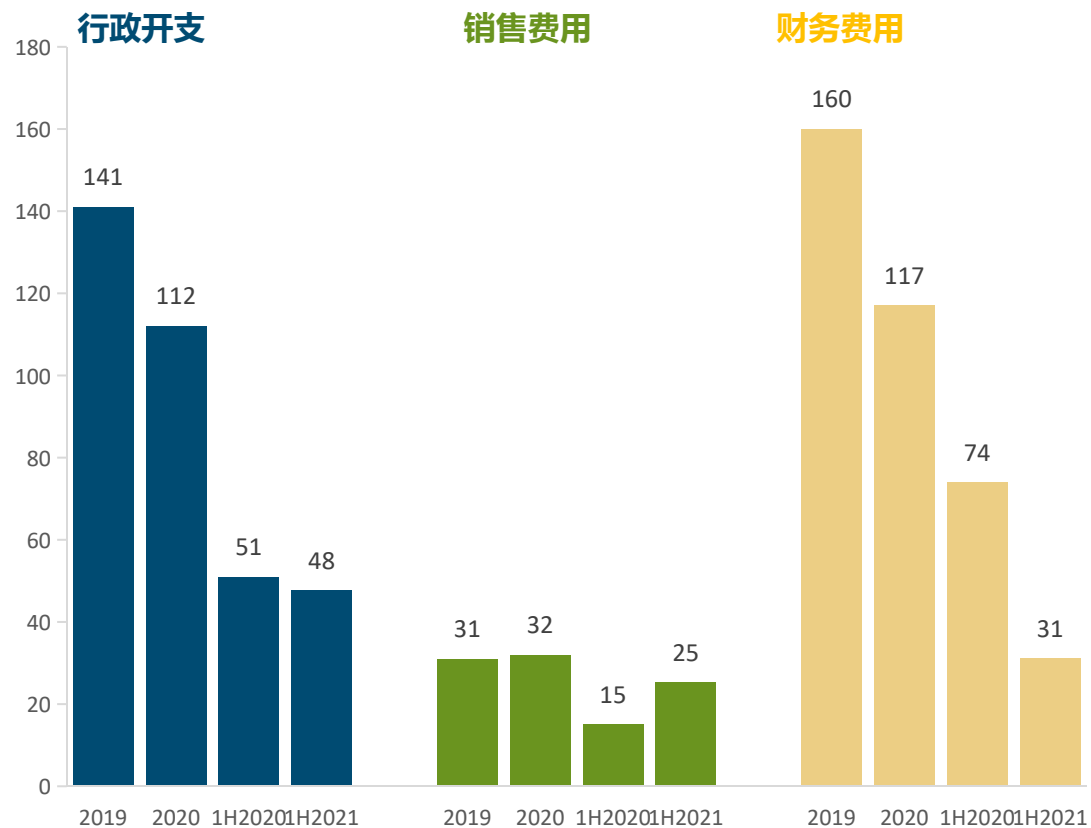
有机&常规公斤奶现金成本



2.6 期间费用持续降低

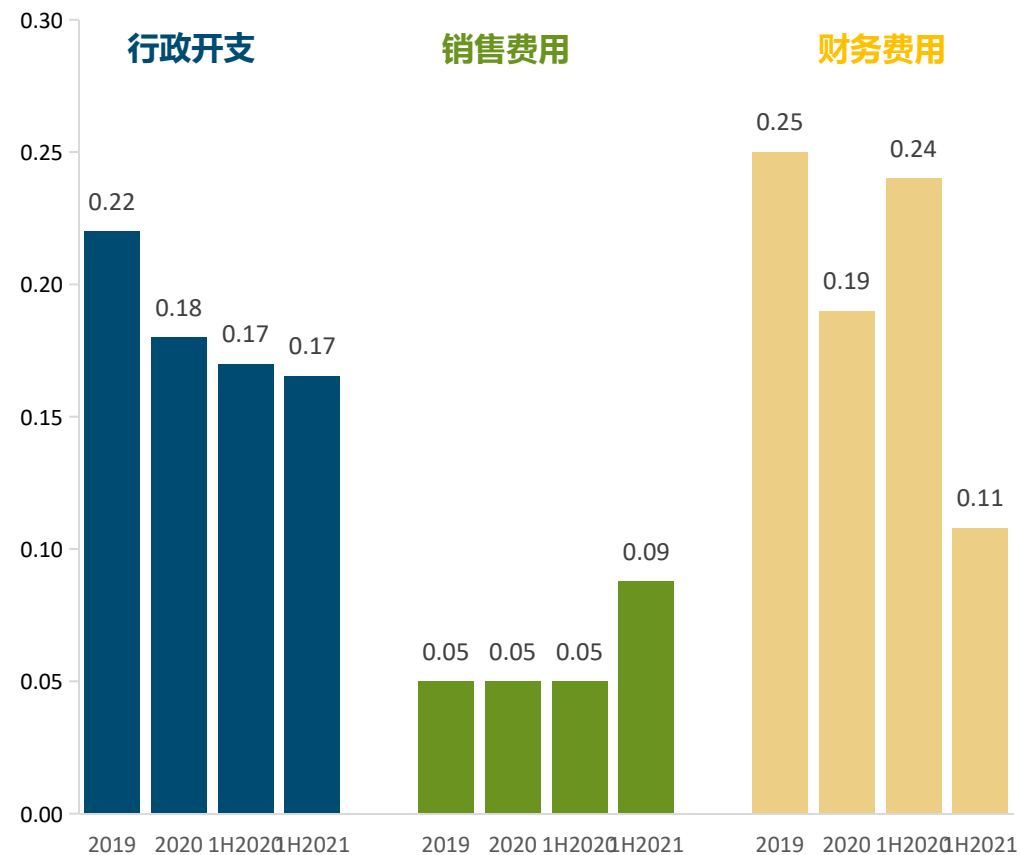
三项费用额

(人民币百万元)

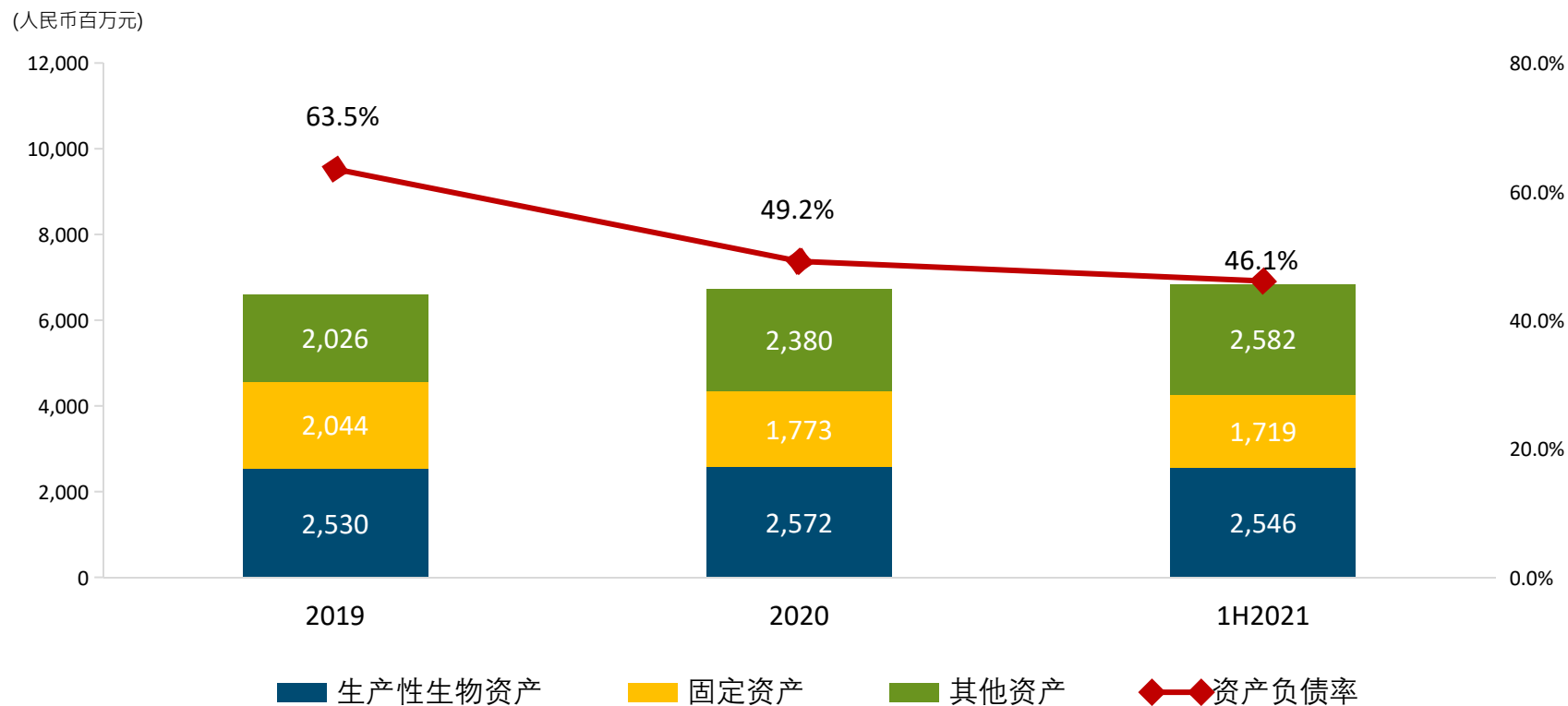


公斤奶三项费用

(元/公斤)



2.7 资产负债率进一步下降

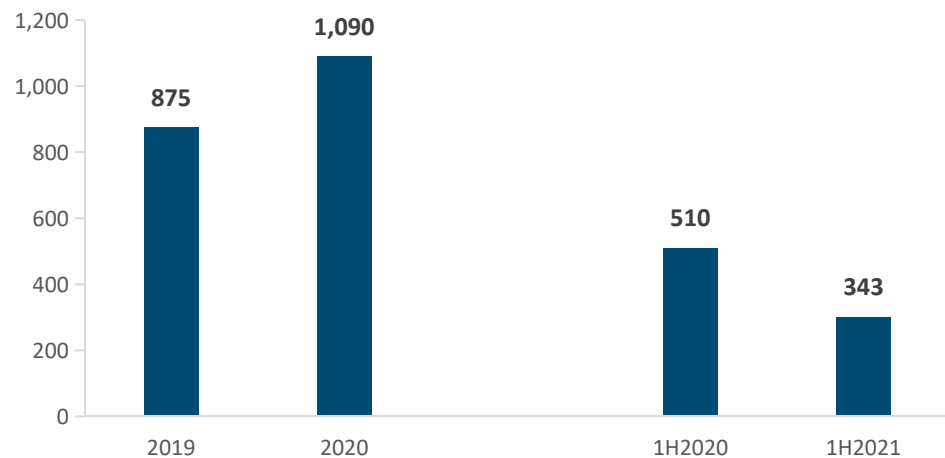


项目 (百万元)	2019-12-31	2020-12-31	2021-06-30	变动百分比
总资产	6,600	6,725	6,847	1.8%
总负债	4,189	3,306	3,156	-4.5%
其中：有息负债总额	2,184	1,366	1,809	54.2%
融资成本	6.1%	5.0%	4.2%	-0.8%
资产负债率	63.5%	49.2%	46.1%	-3.1%

2.8 经营性现金流健康良性

经营活动现金流

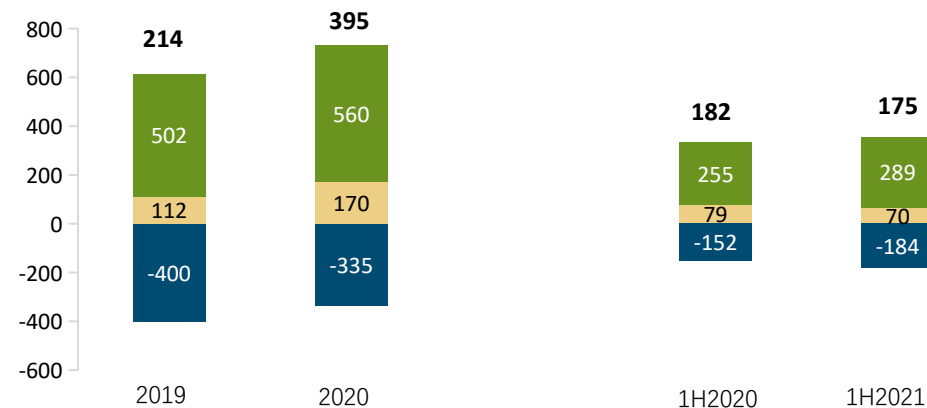
(人民币百万元)



资本开支

(人民币百万元)

■ 淘牛收入 ■ 培育小牛 ■ 固定资产购置净额



自由现金流

(人民币百万元)



Part 3

未来展望

我们的愿景和使命

使命：提供全球最高品质的沙漠有机奶

愿景：创建全球有机奶第一品牌

3.1 顺势而为，大有可为



价值投资
强力赋能



消费意识
有机增长30%+



行业门槛
战略先行

3-5年战略目标

有机原奶销售量翻倍

利润翻倍

3.2 持续精益运营 全面提升效能

升级内部运营，降本增效

- 精准营养饲喂，提升奶牛单产；
- 种养协同，建立战略供应商管理体系，实现降本增效；

优化繁育体系，提升适度扩群计划

- 推行育种基因改良计划，培育核心牛群；
- 优化繁殖体系，实现牛群规模优质增长



精益运营

践行奶牛福利体系，提升终生产量

- 依托乌兰布和沙漠，提升奶牛舒适度
- 提高奶牛健康水平，延长奶牛自然泌乳经济寿命

打造智慧牧场，升级生产效能

- 推进牧场管理流程化、标准化，数字化，智能化；
- 升级SAP系统，启动ERP二期项目。

3.3 升级品牌形象，助力原奶品牌化



启动生态原产地保护
产品、地理标志证明
商标、可持续生态产
品、GAP等认证。

推动国内高端乳制品启
用“圣牧原奶”标识



3.4 推动可持续发展碳中和治理，打造差异化竞争“护城河”



