

中国圣牧有机奶业有限公司

2020年度业绩发布会

2021年3月23日

▶ 免责声明

“除历史事实陈述外，本演示材料中包括了某些“前瞻性陈述”。所有本公司预计或期待未来可能或即将发生的（包括但不限于）预测、目标、估计及经营计划都属于前瞻性陈述。某些陈述，例如包含“潜在”、“估计”、“预期”、“预计”、“目的”、“有意”、“计划”、“相信”、“将来”、“可能”、“应该”等词语或惯用词的陈述，以及类似用语，均可视为前瞻性陈述。前瞻性陈述是基于一系列有关本公司的经营情况、策略及其他情况而作出的，并涉及一些通常或特别的已知和未知的风险，不确定性与其他不明朗因素，亦未有进行过独立验证。读者务请注意这些因素，其大部分不受本公司控制，影响着公司的表现、发展趋势及实际业绩。这些因素包括但不限于：汇率变动、市场份额、同业竞争、环境风险、社会、政治、法律、财政和监管变化、国际经济和金融市场条件及其它非本公司可控制的风险和因素。受上述因素的影响，本公司未来的实际经营结果可能会与这些前瞻性陈述出现重大差异。任何人需审慎考虑上述及其它因素，并不应对本公司的任何前瞻性陈述予以依赖。本公司声明，当新资料、未来事件或其它情况出现时，本公司及本公司的任何关联公司、董事、人员、雇员、顾问或代表均没有义务因新讯息、未来事件或其它原因而对本演示材料中的任何前瞻性陈述进行更新或修改。本公司及本公司的任何关联公司、董事、人员、雇员、顾问或代表均并未就本公司的未来表现作出任何保证声明，及不为任何因依赖本演示材料中的前瞻性陈述而导致的任何损失负上责任。阁下亦明白及同意本演示材料并不拟供公众参阅，并会对本演示材料的内容严格保密。”

目录

1 公司概况

2 投资亮点

3 财务回顾

4 未来展望



Part 01

公司概况



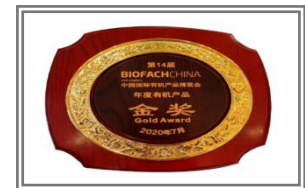
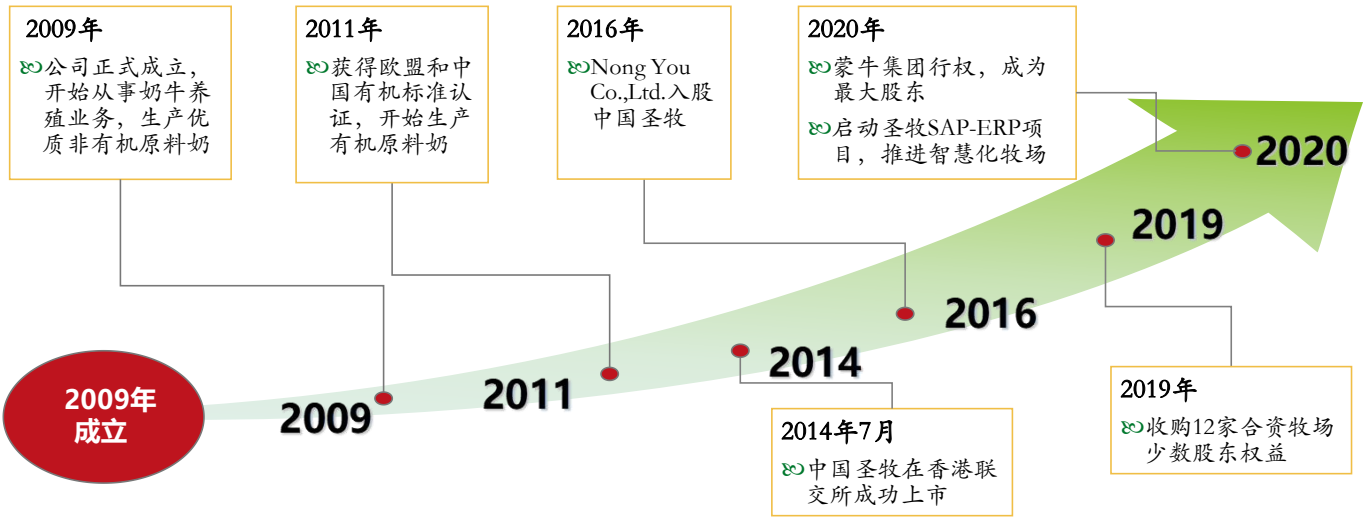
我们的发展历程与企业愿景

中国圣牧使命和愿景



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



公司的股东架构

中国圣牧股权结构



战略股东增信赋能

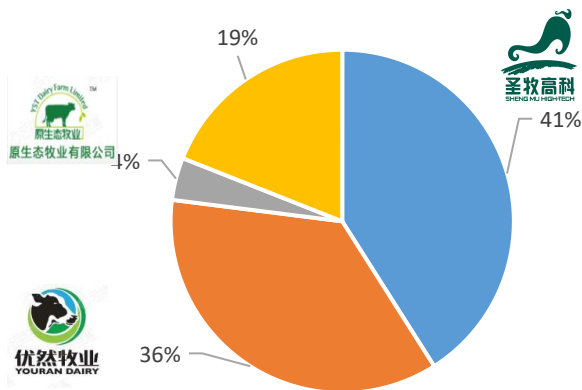
▶ 2020年7月28日蒙牛及霸菱相继行使11.97亿与1.4亿股认股权证后，蒙牛成为中国圣牧第一大股东，持有公司17.51%股权。

- 原奶保收购政策,淡季不淡;
- 原生功能奶创新;
- 融资环境改善;
- 财务资助;
- 集采平台资源共享。

公司现状

中国最大的有机奶供应商

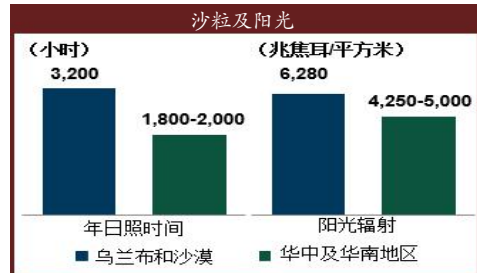
全国有机奶市场份额



注释: (1) 数据来源中国国家认证认可监督管理委员会官方网站

(2) 数据截至3/23/2021

得天独厚的有机地理环境

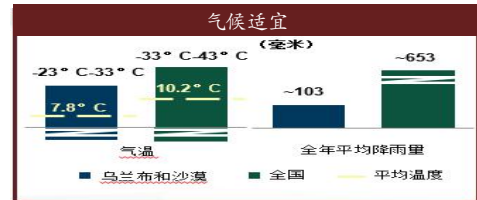


交通便利

- 有机牧场均位于液态奶加工厂100公里之内, 平均为1.5小时车程
- 无严峻天气情况延误运输

洁净的环境 - 附近无大城市

- 几乎无污染
- 细菌、病毒和虫害数量极少

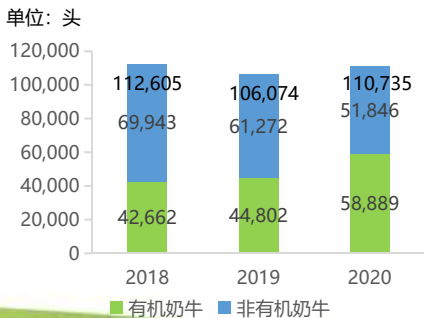


注释: (1) 土壤处于自然原生状态, 阳光照耀下炙热的黄沙成为天然的病毒隔离带

(2) 沙漠下是肥沃的河床, 水资源丰富, 水质良好宜于灌溉及奶牛饮用。

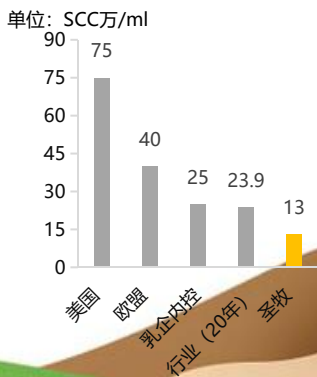
健康持续发展的牛群规模

奶牛数量及结构

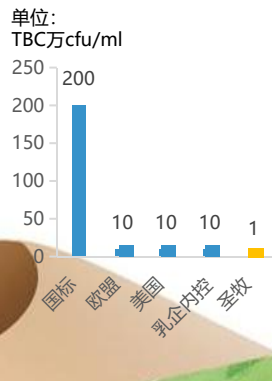


高质量的牛奶品质

体细胞

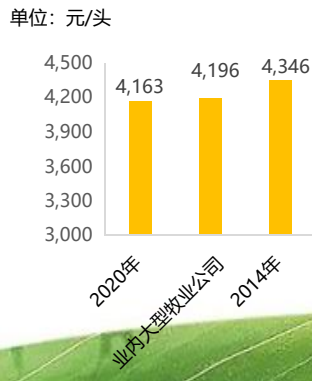


微生物

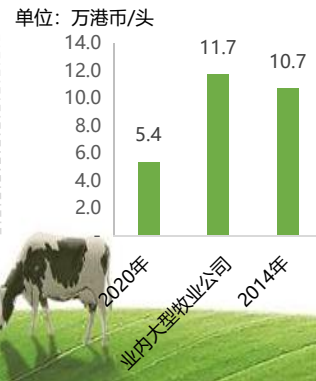


被低估的市值

单头牛净利润



单头牛市值



抗击疫情，勇担社会责任



同舟共济 为打赢防控疫情阻击战贡献力量
直接或通过红十字会向抗击疫情捐款、捐物百余万元！



经营业绩回顾

经营管理理念：务实、发展、创新

- **精益运营**，牛群规模近三年首次出现正增长，牛群数量同比上升4.4%，有机奶牛增长31.4%，后备牛群增长8.5%；
- **聚焦有机**，全年完成3座有机牧场转换，实现有机奶量同比增长10.4%，占有机奶市场份额41%，高于第二名5个百分点，持续领跑有机奶行业；
- **精准饲喂**，引入先进养殖技术，成乳牛单产10.34吨/年/头，创历史新高，同比上升7.5%；
- **优化债务结构**，提前偿还蒙牛13.7亿元委托贷款，融资环境持续向好，资产负债率下降14.3%至49.2%，优于行业平均水平（现代牧业51%，中地56%）；
- **聚焦优势产业**，减少投资损失，2020年减持富友联合5.38%股权、出售益婴美70%股权；
- **建设智能化养殖管理平台**，启用UniDairy牛群信息系统；
- **全产业链数字化平台建设**，SAP-ERP项目成功上线，利用SAP s/4HANA数字化核心套件，打造智慧牧场，成为牧业公司中的先行者；

Part 02

投资亮点



主要投资亮点

有机奶业是极具潜力 快速发展的产业

- 1、中国奶业将迎来快速发展周期；
- 2、有机乳业是提升国民美好生活的重要产业；
- 3、中央一号文件再次强调：继续实施奶业振兴行动；
- 4、中国圣牧是全球第八大原奶供应商；
- 5、中国圣牧是中国最大的有机奶供应商。

突破原奶行业 品项单一的卓越创新能力

- 中国圣牧推行高质高价策略；
- 突破原奶行业品项单一瓶颈，研发成功高品质产品 DHA原生功能原奶；
- 首创的沙漠有机奶，引领高端有机奶市场。

高价值、可持续增长的高端有机奶产业

- 拥有得天独厚的沙漠有机环境；
- 拥有难以复制的沙漠有机奶垂直产业链；
- 地处乳都核心区，平均运距为2小时；
- 提供最新鲜的牛奶，使用最低的运输费用；
- 在沙漠中种出最纯净、天然的高品质、高价值的有机奶；
- 消费升级铸就乳制品品质提升，有机奶发展前景美好。

先进牧场管理体系

年轻、专业、经验丰富的激情管理团队



亮点1-有机奶业是极具潜力、快速发展的产业

有机奶业是极具潜力、快速发展的产业

有机行业优势:

- 我国有机奶近年来保持了双位数的高速增长;
- 消费升级, 市场对高端纯牛奶的需求与日剧增;
- 各大乳业都在寻求高端奶业的转型机会;
- 国内大型乳企有机奶业务未来增量在30%以上;
- 有特色的、高端优质奶源, 将成为被争抢的对象。

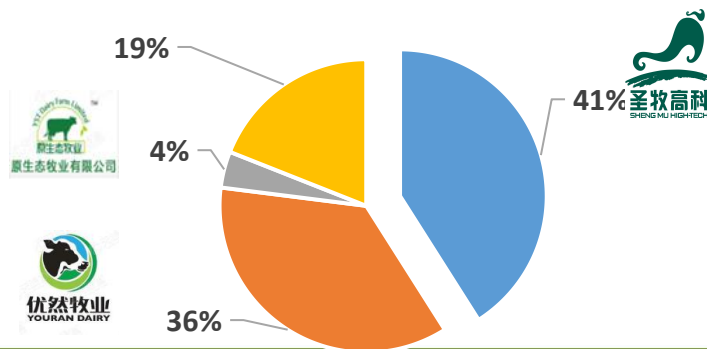
中国圣牧是全球第八大原奶供应商

中国圣牧是中国最大的有机奶供应商

NO1

中国圣牧 41%

全国有机奶市场份额



中国圣牧是全球第八大奶牛养殖集团



全球前10大奶牛养殖集团

按年度原奶产量 (万吨/年) 排名

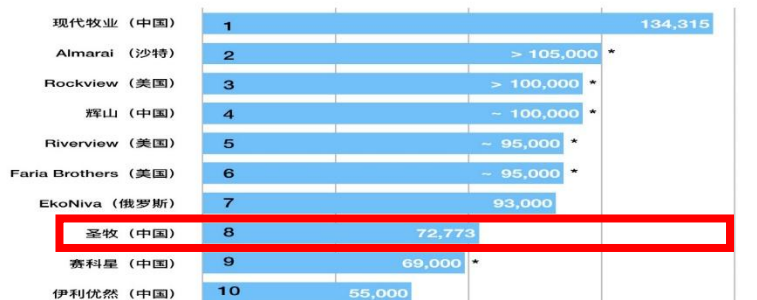


带*号数据为 IFCN 根据2018/2019年公开信息估计得出



全球前10大奶牛养殖集团

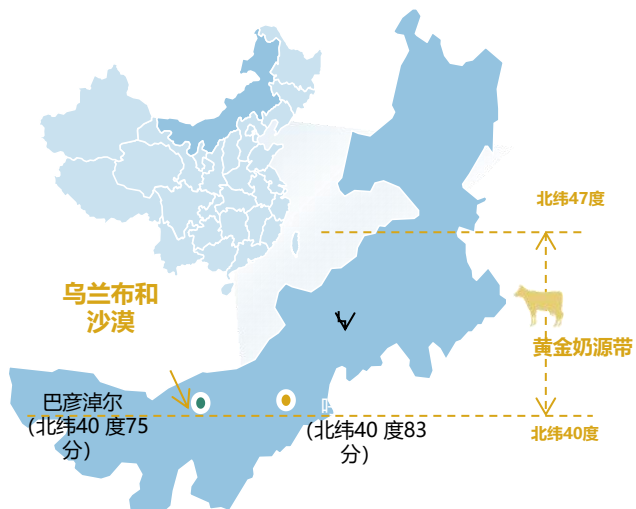
按成母牛头数 (泌乳+干奶) 排名



带*号数据为 IFCN 根据2018/2019年公开信息估计得出

亮点2-高价值、可持续增长的高端有机奶产业

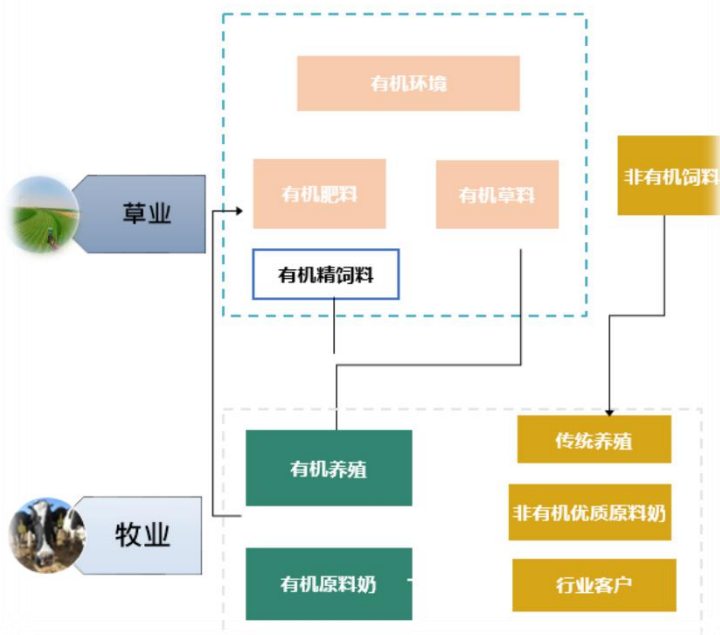
▶ 扎根沙漠，建设绿洲，享有得天独厚有机环境



<p>洁净的环境 ——远离人类聚居区</p> <ul style="list-style-type: none"> • 沙漠腹地——远离污染 • 沙漠特性——隔绝病、虫害 	<p>交通便利</p> <ul style="list-style-type: none"> • 有机牧场均位于液态奶加工厂100公里之内，平均为1.5小时车程 • 无严峻天气情况延误运输 	<p>地处黄金奶源带</p> <ul style="list-style-type: none"> • 黄金奶源带独特的气候特性最为适宜奶牛生长 • 沙漠光照时间长有助于奶牛生产高质量原奶
--	---	---

奶中贵族 圣牧有机

▶ 缔造沙漠全程有机产业链，种出好牛奶



- ◆ 土壤处于自然原生状态，阳光照耀下炙热的黄沙成为天然的病毒隔离带；
- ◆ 牛卧干沙，粪便还田，没有污染；
- ◆ 吃在沙漠，长在沙漠，堪称中国“最纯净的奶牛”。

- ◆ 以“种养结合”为核心，草畜配套，推动生产、生态协同发展，种出全球最高品质的沙漠有机奶。
- ◆ 有机奶售价高于非有机奶32%；
- ◆ 有机奶毛利率高于非有机牛奶15%。



亮点3-突破原奶行业 品项单一瓶颈

卓越的产品创新能力，成就 高产品品质、高产品价值、高盈利能力

圣牧
Inside

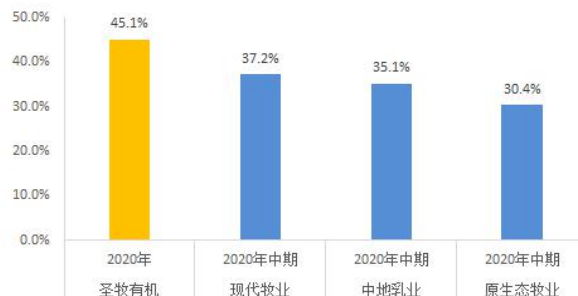
科研创新 驱动发展

沙漠有机
全球唯一



- 全球首创的沙漠有机循环产业链
- 圣牧精选 沙漠净土 乌兰布和漠作为中国第八大沙漠之一
- 圣牧精耕 有机草场 22万亩的有机草场
- 圣牧精养 有机牧场 14座有机牧场 5.89万头有机牛
- 缔造 高品质 高盈利能力、强竞争力的有机产品

同业毛利率对比



- DHA奶又称“脑黄金”对儿童智力及视力发育非常有益；
- 于2020年圣牧开发的一支原奶产口，年产量1.3万吨；
- 原奶售价5.84元/公斤，高出公司平均原奶售价29%；
- 又一款高品质 高售价、高盈利能力的创新产品。



- 公司计划通过基因组检测筛选A2-β-酪蛋白基因的牛群，生产富含A2-β-酪蛋白的A2奶。
- 预计产品定位仍执行高品质 高售价策略。

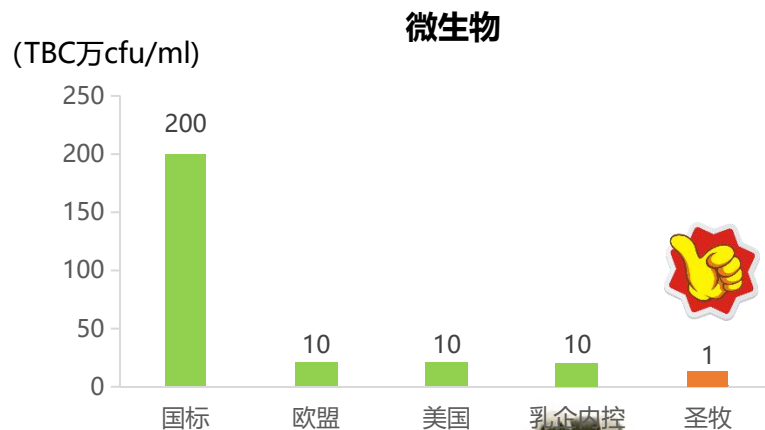
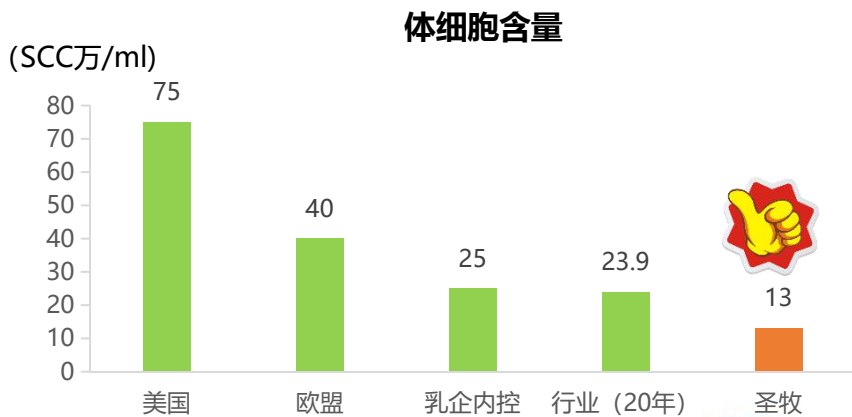
资料来源：牧业行业中期报告



▶ 亮点4-先进牧场管理体系，造就行业领先牛奶品质



原料奶品质优良，质量指标超过同行及国家标准



资料来源: Frost & Sullivan

¹ 指标由通标标准技术服务有限公司 (SGS) 检测。检测样本为截至2021年3月圣牧生产的有机原料奶和优质非有机原料奶。

² 中国国家标准未规定最高体细胞数要求。

▶ 亮点5-拥有年轻、专业、经验丰富的激情管理团队

圣牧的高管团队成员均拥有超过16年的乳制品行业从业经验；管理团队年轻化、专业化

张家旺先生

首席执行官兼执行董事

首席执行官兼执行董事

- ✓ 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，担任首席执行官兼执行董事，负责公司总体战略规划和业务开发。

41岁

行政副总裁

高凌凤女士

行政副总裁

- ✓ 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，历任质量管理中心主任、OEC办公室主任、营业部经理。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。

45岁

首席财务官

牛月生先生

首席财务官

- ✓ 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，本部级财务中心主任、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。

43岁

首席运营官

刘高飞先生

COO 运营副总裁

- ✓ 博士学位
- ✓ 于2008年参加工作，任蒙牛集团办公室主任、综合管理中心总经理、奶源事业部总监、总经理。2018年加入圣牧，担任首席运营官，在乳品行业拥有15年的丰富管理经验。

38岁

Part 03

财务回顾





二零二零年综合业绩一览

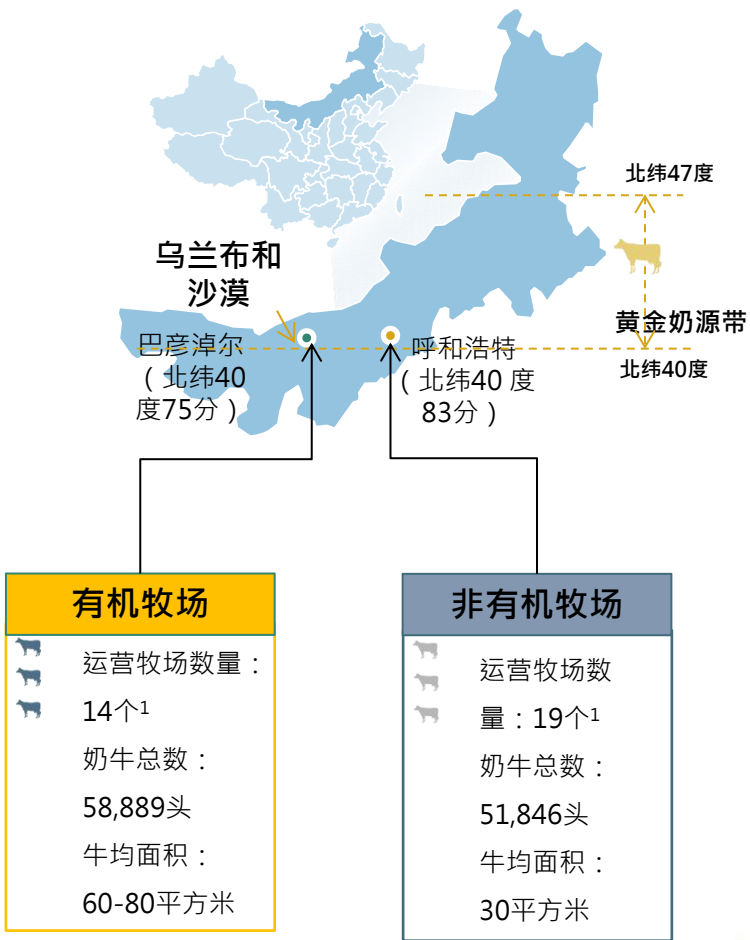
(人民币百万元)

项目	2020年	2019年	变动
营业收入	2,779	2,641	+5.2% ↑
其中：原奶销售收入	2,661	2,609	+2.0% ↑
原奶销售成本	1,636	1,675	-2.3% ↓
毛利额	1,025	935	+9.6% ↑
毛利率 (%)	38.5%	35.8%	+2.7 ↑

EBITDA利润	957	808	+18.4% ↑
EBITDA利润率 (%)	36.9%	31.0%	+5.9 ↑
净利润	461	136	+239.7% ↑
归母净利润	407	28	+1364.8% ↑
自由现金流	695	661	5.1% ↑
净资产收益率 (%)	13.5%	5.6%	+7.9 ↑



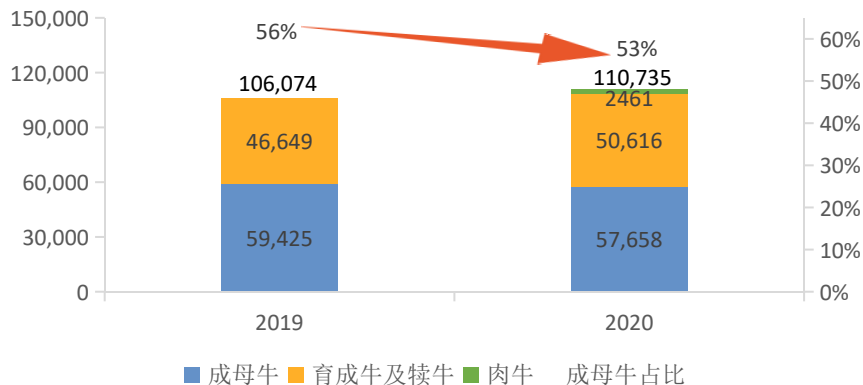
综合业绩概览—牛群结构



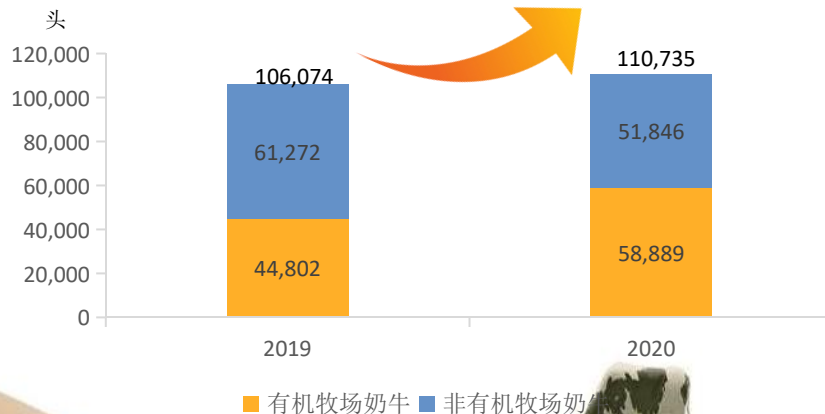
¹ 截止至2020年12月31日

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

奶牛数量及结构

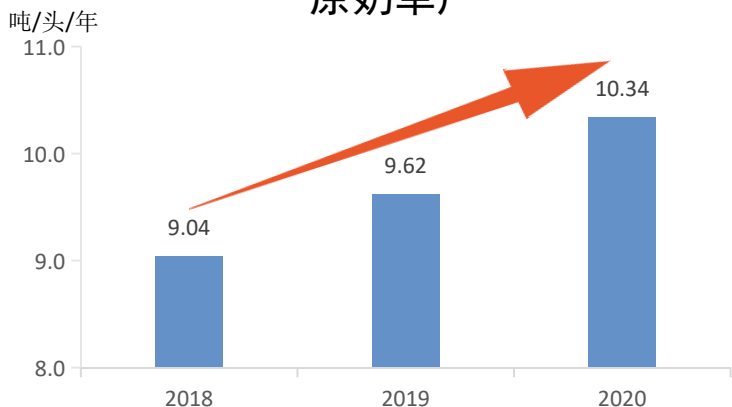


奶牛数量及结构

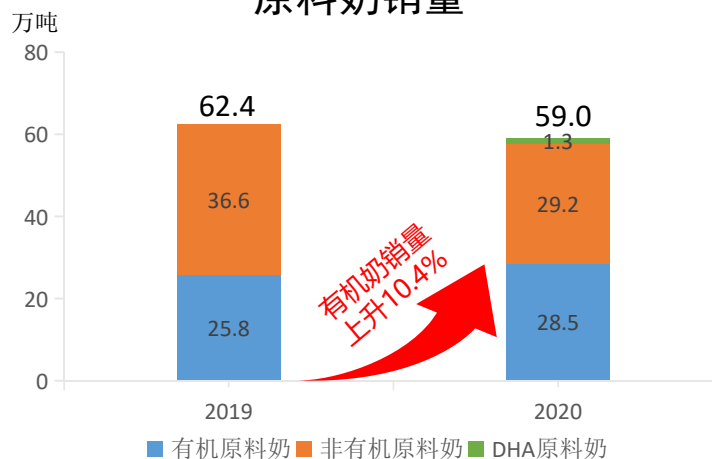


综合财务业绩概览--原奶产销量变动

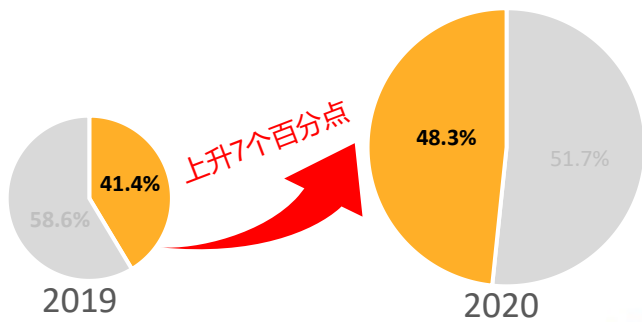
原奶单产



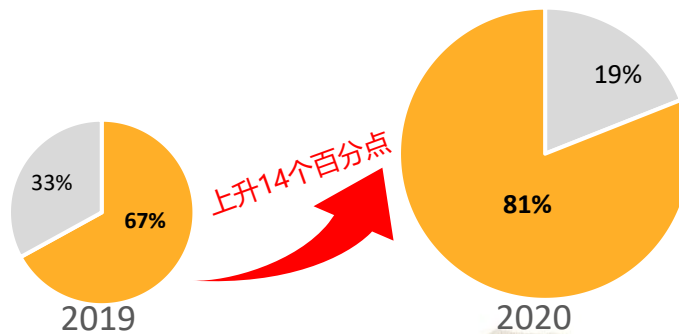
原料奶销量



有机原料奶结构权重



有机原料奶使用率

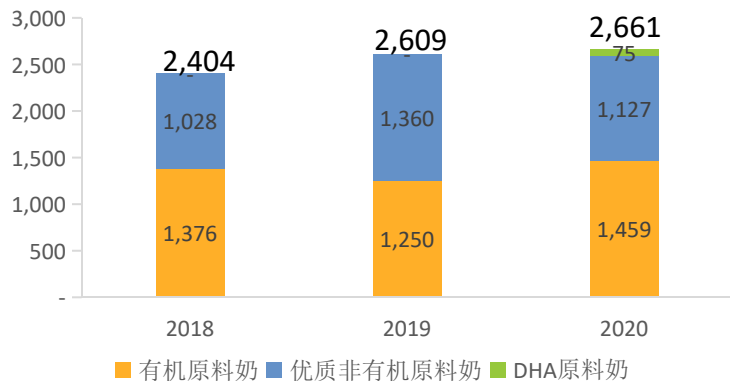




综合财务业绩概览—原奶收入、毛利

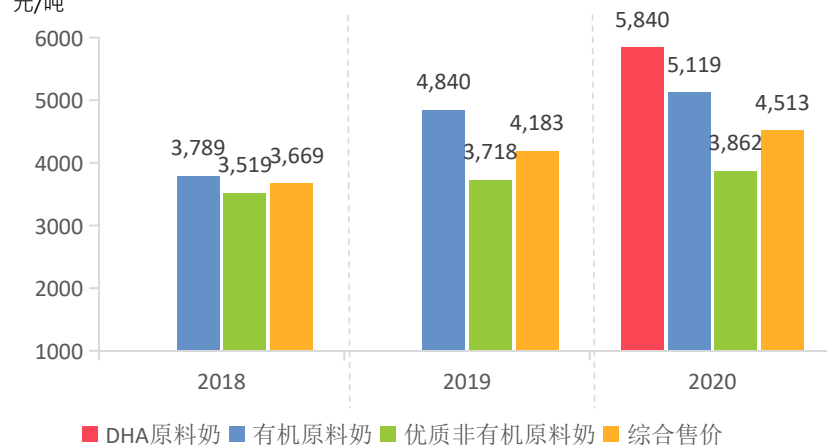
原奶销售收入

(人民币百万元)



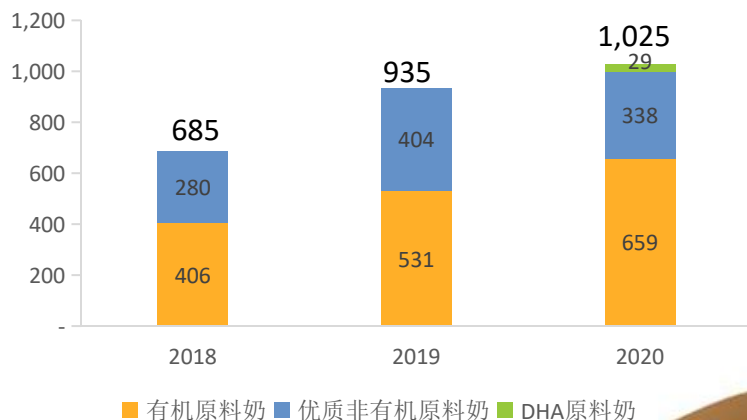
原奶平均售价

元/吨

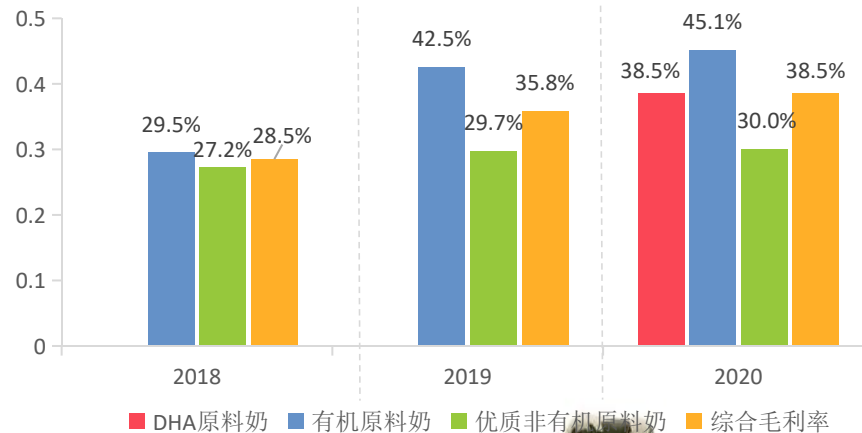


毛利额

(人民币百万元)



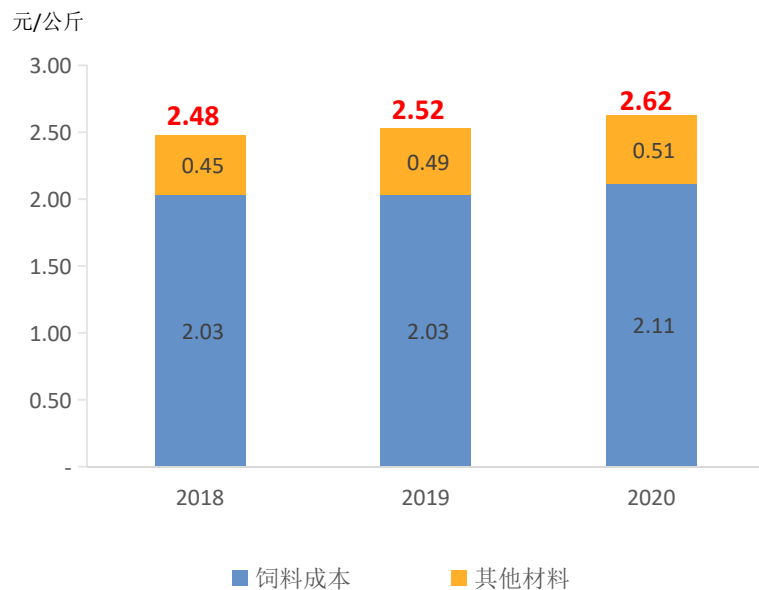
毛利率





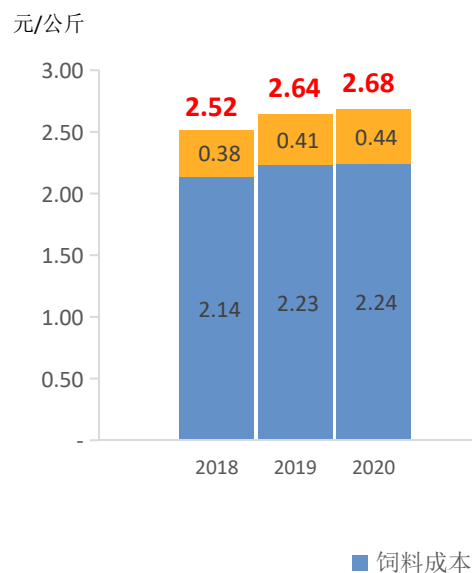
综合财务业绩概览—公斤奶现金成本

公斤奶现金成本

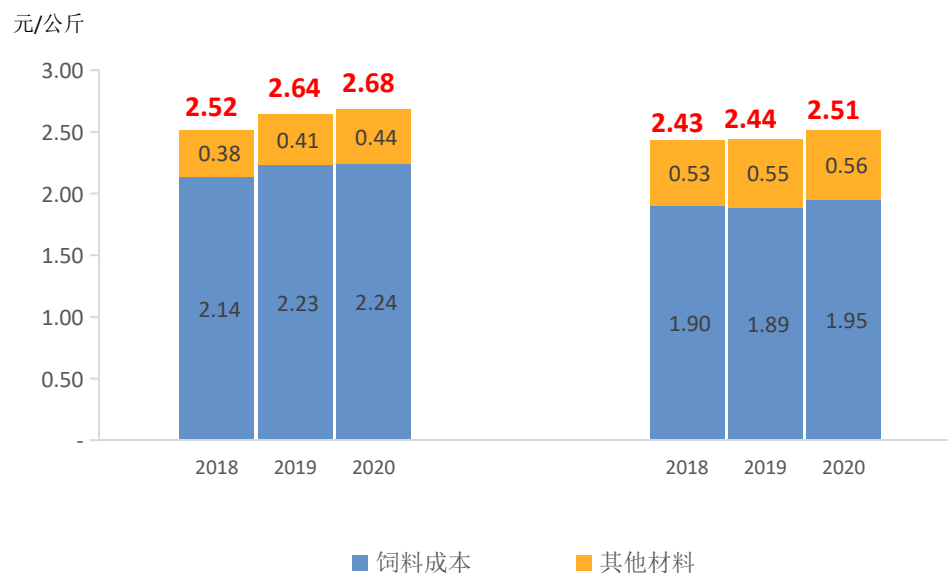


有机&常规公斤奶现金成本

有机公斤奶现金成本

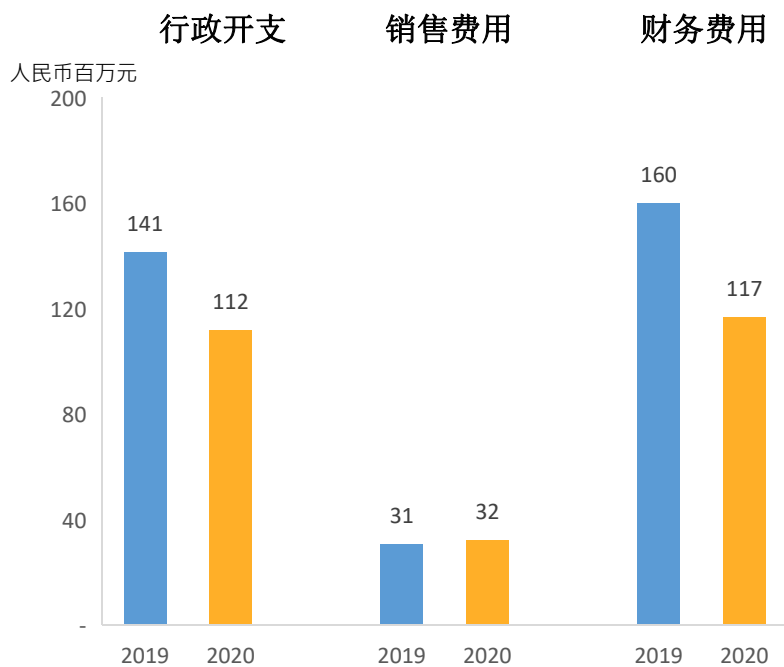


常规公斤奶现金成本

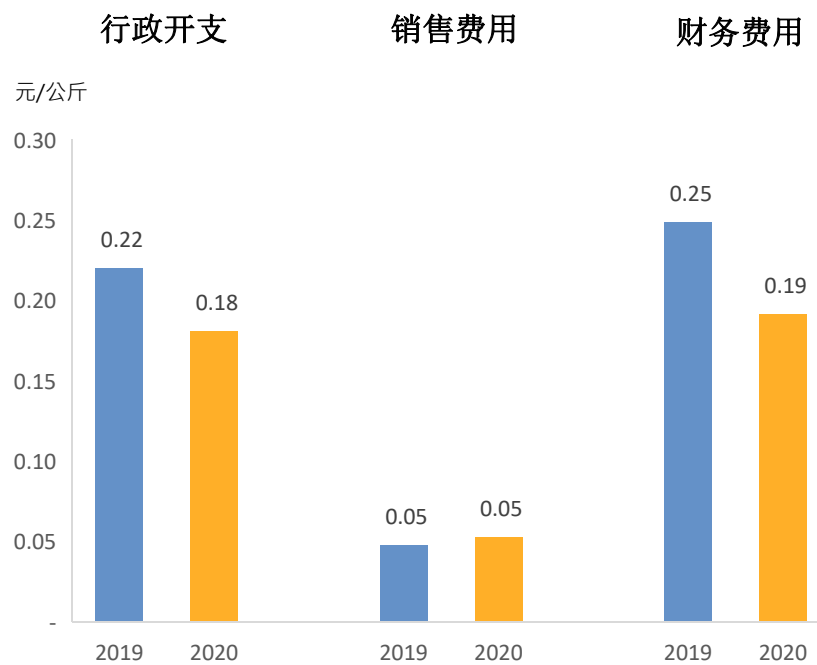




三项费用

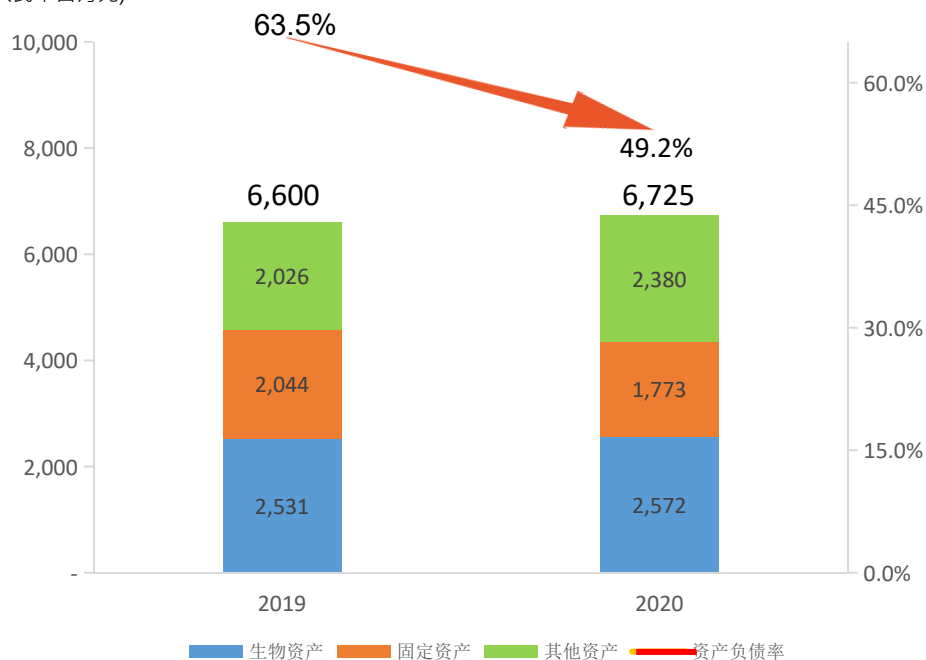


公斤奶三项费用



综合财务业绩概览--资产负债情况

(人民币百万元)



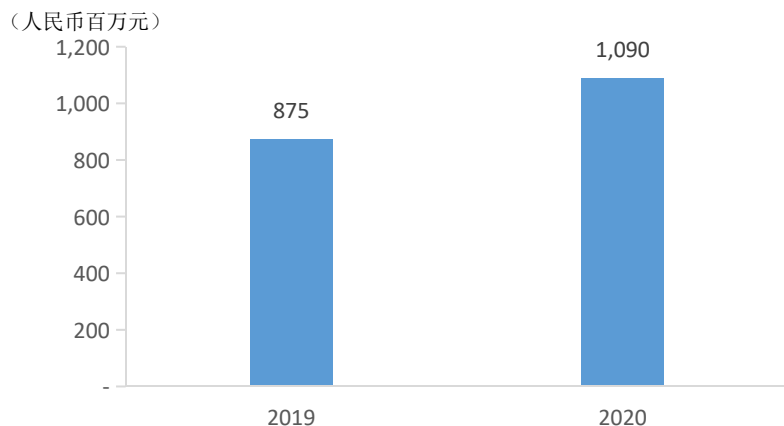
项目 (百万元)	2019	2020	变动 百分比
总资产	6,600	6,725	-1.9%
总负债	4,189	3,306	-21.1%
其中： 有息负债总额	2,184	1,366	-37.5%
融资成本	6.1%	5.0%	-1.1%
资产负债率	63.5%	49.2%	-14.3%



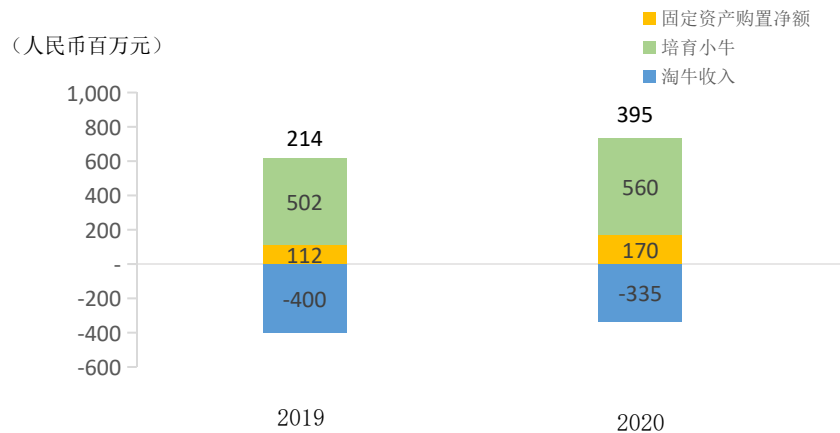


综合财务业绩概览--现金流和资本支出

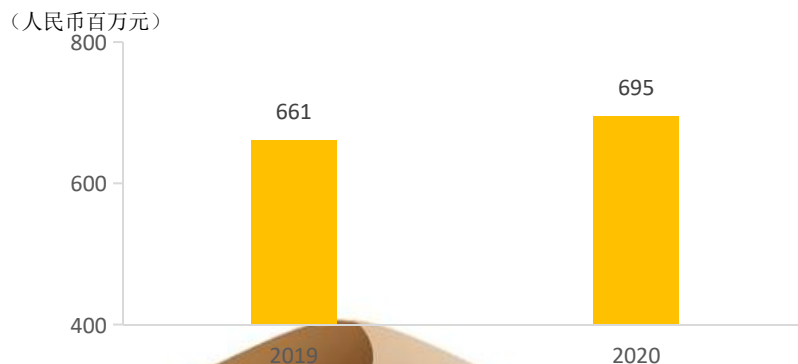
经营活动现金流



资本开支



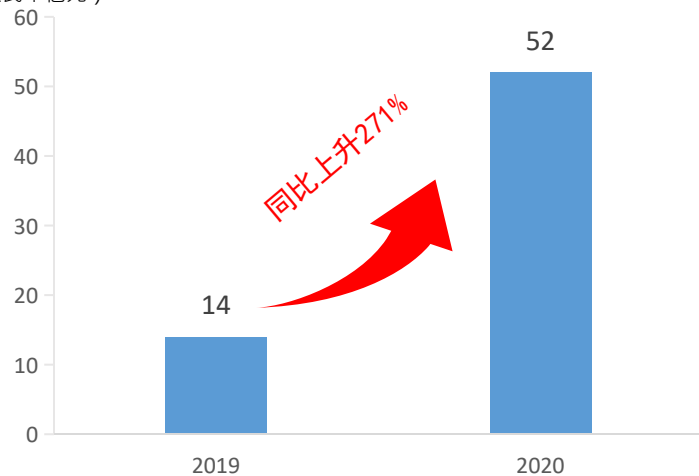
自由现金流



综合财务业绩概览—资本回报

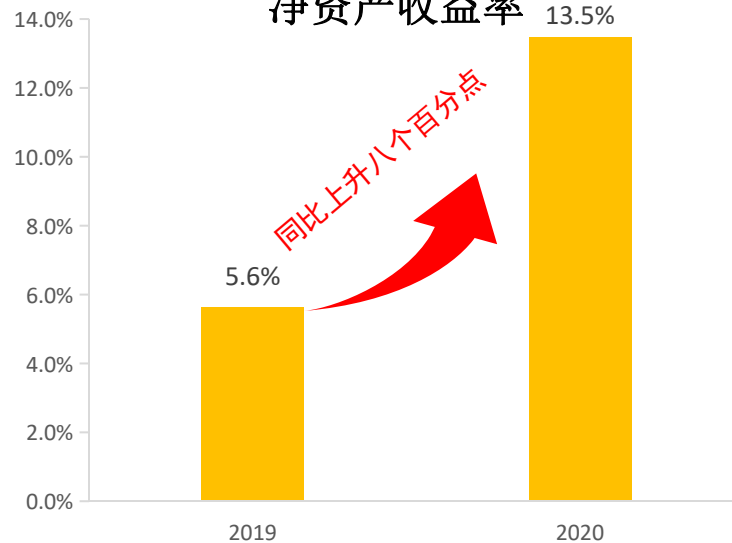
市值

(人民币亿元)



项目 (亿元)	2019	2020	变动 百分比
市值	14	52	271%

净资产收益率



项目 (%)	2019	2020	变动 百分比
净资产收益率	5.6%	13.5%	7.9%

Part 04

未来发展策略



独特的战略地位 清晰的发展方向

聚焦核心业务 创新驱动发展

1、中国最大的有机原奶供应商，持续领跑有机奶业务

- 2021年上半年转换4座牧场为有机牧场，实现有机奶量日增300吨，保持有机业务占比持续增长；

2、发展原生功能性原奶业务，提高毛利率

- DHA奶 A2奶 富硒奶....

- 2021年计划继续增加3座DHA原生功能奶牧场，产量增加116吨，产品售价为5.84元/公斤

3、以奶为本，有效发展奶肉联动项目

- 年度断奶公犊牛出栏量突破万头

4、公司2021年目标实现：

- 有机原料奶、原生功能奶占比从50%提升到78%以上，提升高端奶对公司的毛利贡献，提高公司盈利能力；

- 单头牛净利提升10%，成乳牛单头净利达万元以上。



持续精益运营 全面提升效能

持续精益运营 全面提升效能

1、升级内部运营，提单产降成本

- 通过精准营养饲喂，加强奶牛精细化福利，继续提升奶牛年单产，预计年末成乳牛平均年单产实现11吨，优质牧场成乳牛单产达到12吨；
- 种养协同，有效利用当地粗饲料；建立战略供应商管理体系，资源整合最大化，实现降本增效；

2、践行奶牛福利体系，延长奶牛寿命，提升终生产量

- 依托乌兰布和沙漠的优质资源，全面提升奶牛舒适度，提高奶牛各阶段健康水平，有效延长奶牛自然泌乳寿命1-2年

3、提升适度扩群计划

- 推行育种三-五年基因改良计划，培育核心牛群；
- 优化繁殖体系，保持良好的牛群结构，实现牛群规模优质增长，有机牛群增长30.6%；

4、打造智慧牧场，升级生产效能

- 实现奶牛养殖生产管理流程化、标准化，数字化，智能化；
- 升级SAP系统，启动ERP二期项目。



▶ 升级品牌形象 助力原奶品牌化

升级品牌形象 助力原奶品牌化

1、启动农产品地理标志认证和GAP认证项目

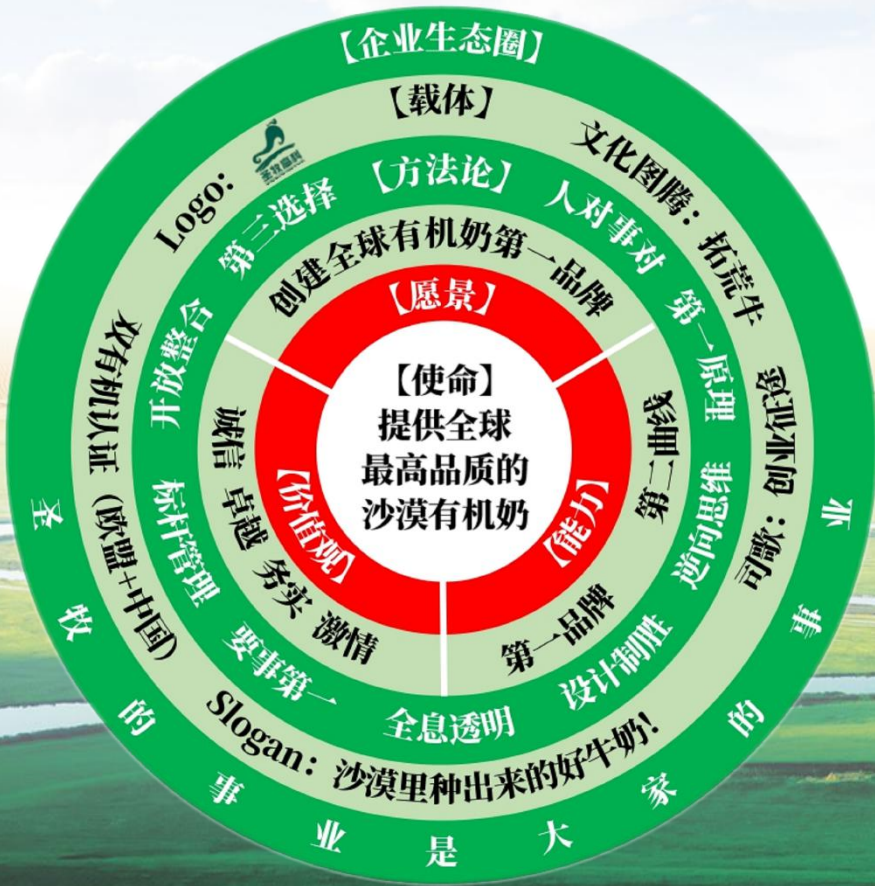
认证公司有机原奶产品品质有独特的自然生态环境，申请以乌兰布和沙漠地域名冠名的地理标志认证，发力公司原奶品牌化。

2、打造“沙漠有机奶”的强大品牌价值，让使用圣牧有机原奶的国内高端乳制品以“圣牧inside”为荣为傲。



► 夯实文化根基，储备关键人才

夯实文化根基，储备关键人才





圣牧未来更美好



Q&A Session

交流互动

中国圣牧投资者关系部

联系人：兰海英

联系电话：13847146917

邮箱：lanhaiying@smorganic.cn