

公司代码：600882

公司简称：妙可蓝多

上海妙可蓝多食品科技股份有限公司  
2019 年半年度报告摘要

## 一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，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 本半年度报告未经审计。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案  
2019年半年度不分配现金红利，也不实施送股或资本公积转增股本。

## 二 公司基本情况

### 2.1 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	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	妙可蓝多	600882	广泽股份

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	白丽君	曹瑛
电话	021-50188700	021-50188700
办公地址	上海市浦东新区金桥路1398号金台大厦9楼	上海市浦东新区金桥路1398号金台大厦9楼
电子信箱	ir@milkland.com.cn	ir@milkland.com.cn

### 2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	2,748,836,485.43	2,689,667,550.93	2.20
归属于上市公司股东的净资产	1,246,525,447.44	1,218,168,919.59	2.33
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)

经营活动产生的现金流量净额	69,616,257.42	12,468,918.91	458.32
营业收入	714,019,953.51	464,191,899.80	53.82
归属于上市公司股东的净利润	10,733,347.85	-9,065,067.96	
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	10,612,554.35	-22,338,799.60	
加权平均净资产收益率(%)	0.88	-0.77	增加1.65个百分点
基本每股收益(元/股)	0.026	-0.02	
稀释每股收益(元/股)	0.026	-0.02	

### 2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)				13,332		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)				0		
前10名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量	
柴琇	境内自然人	18.23	74,663,631	0	质押	72,000,000
兴业国际信托有限公司—兴业信托·广泽股份1号员工持股集合资金信托计划	其他	8.74	35,798,749	0	无	0
刘木栋	境内自然人	7.09	29,038,211	0	无	0
沂源县东里镇集体资产经营管理中心	其他	7.08	28,996,422	0	无	0
王永香	境内自然人	7.03	28,805,607	0	无	0
沂源华旺投资有限公司	境内非国有法人	3.21	13,158,211	0	无	0
兴业银行股份有限公司—兴全新视野灵活配置定期开放混合型发起式证券投资基金	其他	2.86	11,702,321	0	无	0
兴业银行股份有限公司—兴全趋势投资混合型证券	其他	2.01	8,215,159	0	无	0

投资基金						
深圳金富东方资产管理有 限公司—金富东方价值精 选1号私募证券投资基金	其他	1.93	7,913,200	0	无	0
深圳前海厚生资产管理有 限公司—厚生稳赢七号私 募投资基金	其他	1.78	7,275,900	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司控股股东柴琇与前10名其他股东之间不存在关联关系或一致行动人关系；公司未知前10名其他股东之间是否存在关联关系。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用					

#### 2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

#### 2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

#### 2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

### 三 经营情况讨论与分析

#### 3.1 经营情况的讨论与分析

2019年上半年公司继续加快以奶酪为核心的特色乳制品战略布局，积极进行产品升级和渠道建设，并开启品牌全面建设之元年，主力零售产品奶酪棒的快速增长，助力公司在奶酪零售渠道突破发展。2019年1-6月份，公司实现营业收入71,402.00万元，同比增长53.82%，其中奶酪板块实现收入34,105.89万元，同比增长113.47%，核心单品奶酪棒销售收入16,600.71万元，同比增长449.38%；报告期内实现归属于上市公司净利润1,073.33万元，去年同期为-906.51万元，扣除非经常性损益后净利润1,061.26万元，去年同期为-2,233.88万元，上半年经营活动产生的现金流量净额跃升至6,961.63万元，去年同期为1,246.89万元。

##### 1、奶酪业务高速增长，持续推进大单品战略，全面开启品牌建设

上半年公司奶酪业务整体保持高速增长，零售端成为驱动公司奶酪业务的核心因素，其中奶酪棒作为拳头产品于去年推向市场，凭借其出色的产品力和营养健康等卖点，获得消费者高度认可，成功打造出公司继马苏里拉后又一过亿大单品。今年上半年随着产品精进和传播推广，奶酪棒继续呈现爆发增长态势，销售收入同比增长449.38%，助力公司在奶酪零售市场取得突破，上半年公司奶酪销售收入中零售产品占比提升至59%，首次超过餐饮端。

渠道建设方面，公司已初步完成全国化线下网络布局，在与家乐福、欧尚、永辉、沃尔玛、苏果、步步高、物美等全国性及区域性 KA 建立起良好合作的基础上，上半年继续下沉精耕，进驻全家、喜士多、罗森、良友等便利店渠道，不断增加有效终端覆盖。

电商运营方面，线上获客能力持续提升，完善全网多平台覆盖的同时，不断夯实天猫、京东两大电商平台基础，公司天猫品牌旗舰店上半年跃升至最高层级，超越大部分零食品牌，成为头部店铺，二季度开始则连续蝉联京东奶酪黄油类目第一的位置，“618”电商年中大促更是取得京东、天猫双冠王的不俗战绩。

2019 年，公司开启了品牌全面建设，广告宣传片陆续登陆主流媒介，并进行了形式多样的网络创新营销，消费者对奶酪的认知显著增强，公司国民奶酪的品牌定位及“奶酪就选妙可蓝多”的价值诉求深入人心，引领中国奶酪行业发展。另外，上半年公司完成更名，从而能够更准确地反映核心产品品牌，有利于提升公司在市场上的辨识度和市场影响力。

餐饮工业作为公司的传统优势领域，上半年继续深耕强化，在马苏里拉品类领跑的同时，公司加强了芝士片、奶油芝士、黄油、稀奶油等产品的开发及推广，不断丰富产品组合，力争为客户提供一站式采购需求，稳定的产品品质、出色的定制化能力以及领先的研发能力，极大地增强了客户粘性，继续获得诸如萨莉亚、达美乐、海底捞、全家 FamilyMart、罗森 LAWSON、面包新语、85 度 C、多乐之日、吉野家等知名餐饮烘焙连锁青睐外，上半年又新开拓出了汉堡王、星巴克、瑞幸咖啡等终端用户，公司在餐饮工业这一渠道持续保持快速增长。

## **2、液奶板块稳定发展，积极调整产品结构，着力提升区域优势**

针对液态奶业务，公司继续调整产品结构，持续进行转型升级，推出芝士发酵乳、果蔬儿童牛奶等特色液态乳产品、积极进行渠道下沉，发挥新鲜日配优势，进一步巩固了公司液态奶业务在东北地区的市场地位，实现液奶板块的稳定发展。

### **3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响**

适用 不适用

具体详见半年度报告全文第十节、五、41 重要会计政策和会计估计的变更

### **3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。**

适用 不适用