

证券代码：300106

证券简称：西部牧业

公告编号：临 2019-039

新疆西部牧业股份有限公司

2018 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证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。

公司负责人秦江、主管会计工作负责人周桂红及会计机构负责人(会计主管人员)向勇声明：保证年度报告中财务报告的真实、准确、完整。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

希格玛会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

☐ 适用 ☒ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

☐ 适用 ☒ 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

☐ 适用 ☒ 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	西部牧业	股票代码	300106
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	梁雷	张泽博	
办公地址	新疆石河子市开发区北一东路 28 号		新疆石河子市开发区北一东路 28 号
传真	09932516883	09932516883	
电话	09932516883	09932516883	
电子信箱	liang-lei-100@163.com	xbmy_zqb@126.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司主营业务

公司主营乳制品加工与销售、饲料生产与销售、自产生鲜乳生产与销售、外购生鲜乳收购与销售、种畜养殖与销售、分割肉加工与销售、油脂生产与销售、生猪养殖与销售、牧草收割及机耕服务等。

公司坚持以生物技术为先导，以种畜良种繁育为龙头，以现代化畜牧集约化养殖为基础，致力于将公司打造成“立足新疆、全国著名”的良种繁育、集约化养殖和现代畜牧龙头企业。2011年公司被国家批准为“国家级农业产业化重点龙头企业”；2016年度，公司荣获八师石河子市首届师市质量奖和新疆生产建设兵团

第二届兵团质量大奖。

公司控股子公司花园乳业于2013年5月10日获得婴幼儿配方乳粉生产销售经营许可，成为新疆首家婴幼儿配方乳粉生产销售经营许可的本地企业，2014年花园乳业再次通过了婴幼儿配方奶粉生产许可证的审核批准。我公司全资子公司新疆西牧乳业有限公司于2015年度也通过了婴幼儿配方奶粉生产许可证的审核批准。公司先后推出西澳牧都、西悦系列乳制品，同时，又针对不同年龄段和消费人群对于营养的需求推出婴幼儿奶粉、千卡奶粉、中老年人奶粉和孕妇奶粉等产品。公司还以石河子定点清真肉类加工企业新疆喀尔万食品科技有限公司为依托，推出喀尔万精品排酸牛、羊肉。同时石河子市天源食品科技有限责任公司推出葡萄籽油、葡萄蒸馏系列酒等产品，使得公司产品多样化，以满足市场的需求。

（二）公司所处行业的基本情况

在农牧业生产和加工产业中，奶业的一体化程度是最高的。奶业一体化程度高主要是由于原料奶鲜活易腐，挤奶一日数次，需要及时收集、冷却、储运，以保证原料奶质量。任何环节不协调都会影响原料奶及其制品的质量，因此奶业产业链各环节之间联系极为密切，特别是奶牛养殖业与乳制品加工业之间的联系更为紧密。近年来，根据国家政策引导及行业发展趋势需要，奶牛养殖企业已经逐步开始向产业链下游延伸，在乳制品加工行业上进行投资，未来我国奶业产业一体化建设程度将不断提高。

公司所处行业为奶业产业链的奶牛养殖、乳制品加工到终端销售环节。

公司大力发展奶牛养殖业和乳品加工业，带动牧草种植业，提供畜牧咨询服务，对新疆地区农村富余劳动力的有效平稳转移、广辟农民增收渠道、拓展农民增收空间、建设现代化农业都发挥了重要的作用。西部牧业作为兵团畜牧业的龙头企业，具有重要的带头和示范作用，公司的持续良好发展，对于稳定新疆区域的基础乳畜产品供应、促进社会就业、维护区域的社会稳定都有积极意义。

1、行业的主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

发改委、农业部等政府职能部门对行业进行宏观调控，其中发改委对新建、扩建乳制品项目进行核准制管理，农业部负责畜牧产业政策的研究和制定、行业结构与布局调整、组织拟定行业标准与技术规划、专业生产许可的管理等工作。国内行业自律职能主要由中国乳制品工业协会和中国奶业协会承担，中国乳制品工业协会侧重于管理乳制品加工企业，中国奶业协会侧重于管理奶牛养殖基地及其相关的乳制品加工企业。

2、行业竞争格局和市场化程度

我国乳制品行业快速发展的十多年间，经历了价格战、三聚氰胺事件、行业洗牌等时期，目前形成了相对稳定的竞争格局，市场集中度不断提高。我国乳制品业竞争企业按品牌知名度和经营规模分为三类，具体如下：

第一梯队乳企为伊利股份、蒙牛乳业和光明乳业。其中伊利股份、蒙牛乳业已发展成为巨型企业，为全国一线品牌，产品以常温奶为主，销售覆盖全国，与所有液态乳品牌企业在全国展开竞争，销售收入和市场占有率领先。光明乳业近几年突破区域市场，在全国范围内市场份额不断提高，产品以巴氏杀菌奶和酸奶为主，品牌影响力较大。

第二梯队为区域性龙头乳企。第二梯队乳企品牌发展和销售市场主要限于区域市场，区域市场份额占比较高，如西部牧业、天润乳业、西域春、夏进乳业、皇氏乳业、燕塘乳业等。区域性龙头乳制品企业是对一线品牌的有力补充，尤其在巴氏杀菌奶、地方特色奶产品等方面优势明显，这些企业能够敏锐捕捉到消费者对乳制品品种多样化、品质新鲜化、功能个性化的需求，能够充分发挥地方品牌优势和产品创新能力，保持自身竞争优势。区域性龙头乳企有望在区域市场取得长足发展，品牌影响力将逐步增强。

第三梯队为地方性乳制品企业。该类企业生产规模小、产品结构单一、市场份额小、基本无影响力、经营规模增长不快。

养殖奶畜生产的生鲜乳为乳制品业提供了主要原料，是乳制品行业发展的前提和基础；乳制品行业通过深加工提升了奶畜产品的附加值，保障了奶畜养殖的经济利益；乳制品业与畜牧业具有极强的相互依存关系。现代畜牧业具有“科学化、标准化、规模化、良种化、产业化、生态化”等基本特征，强化现代营销意识，着力于打造产、供、销，科、工、贸为一体的完整产业链。通过发展现代畜牧业，树立绿色产业理念，推动畜牧业持续稳定发展，并从根本上解决食品安全问题。

3、行业内的主要企业及其市场份额

我国奶业的高速发展曾经催生了近5千家乳制品加工企业，经过市场洗礼，市场份额开始向品牌知名度高、实力强、规模效益显著的大企业集中。特别是2010年11月至2011年3月，发改委、工信部、质检总局联合对乳制品行业进行的项目（企业）审查清理及生产许可证重新审核工作，全国1,100多家乳制品企业中只有648家企业通过审核，乳制品生产企业数量大幅减少，市场份额进一步向全国一线品牌和区域性龙头品牌乳企集中。

根据Wind统计，截至2015年12月31日，全国共有乳制品制造企业638家。液态乳生产企业主要为全国一线品牌伊利股份、蒙牛乳业、光明乳业和区域性龙头乳企西部牧业、天润乳业、西域春、夏进乳业、皇氏乳业、燕塘乳业以及其他地方性品牌乳企。2013年，伊利股份、蒙牛乳业占全国液态乳市场份额分别为25.21%和12.94%；伊利股份、蒙牛乳业均以常温奶为主要产品，2013年在全国常温奶市场占有率分别排名第一、第二；2012年，伊利股份在酸奶市场占有率排名第一，光明乳业排名第二，蒙牛乳业排名第三。

4、进入本行业的主要障碍

乳制品行业进入壁垒表现在政策准入、奶源建设、营销网络、品牌四个方面。

（1）政策准入壁垒

目前我国对乳制品加工项目的核准要求从严，对新建和扩建乳制品加工项目统一实行核准制，并将奶源基地配套建设作为项目核准条件之一。根据工信部与发改委颁布的《乳制品工业产业政策（2009年修订）》

对乳制品生产企业的奶源建设、企业资质、行业准入门槛以及未来发展格局作出详细和严格的规定。该产业政策的实施大幅提高了行业门槛。

准入项目	主要内容
建设规模	北方地区企业新建液态乳项目日处理生鲜乳能力（两班）须达到500吨及以上，改（扩）建液态乳项目日处理生鲜乳能力（两班）须达到300吨及以上。南方地区企（扩）建液态乳项目日处理生鲜乳能力（两班）须达到100吨及以上。新建液态乳项目日处理生鲜乳能力（两班）须达到200吨及以上。
奶源要求	新建乳制品加工项目已有稳定可控的奶源基地产生鲜乳数量不低于加工能力的40%，改（扩）建项目不低于原有加工能力的75%；配方粉生产企业所用原料50%以上为稳定可控奶源基地产生的生鲜乳。
布局要求	新建乳制品加工项目须与周围已有乳制品加工企业距离，北方地区在100公里以上，南方地区在60公里以上。

（2）奶源控制壁垒

作为乳制品企业生产的主要原材料，稳定优质的奶源供应是乳制品企业生产的前提条件。奶源的控制能力同时也决定了乳制品质量的可靠性。加强奶源基地建设以满足乳制品加工的生鲜乳供应，并进一步保证乳制品前端质量控制，是我国乳制品加工企业关注的焦点。我国乳制品行业在发展初期，经历了“先市场后奶源”的发展阶段，忽视了对奶源地的建设，间接导致了三聚氰胺事件的爆发。目前，大型乳企加快了对优势奶源地的布局，而区域性基地型和城市型乳制品企业则利用自身在当地的资源，对当地的奶源实施有效控制。同时，由于我国农村地区的养殖行业的特点，奶源基地的建设、管理，与当地的农户的合作关系往往是通过长期积累形成的，行业外的企业难以在短期内仅凭资金优势获得。

（3）品牌壁垒

乳制品品牌是消费者选择该产品最重要的因素。受近年来食品安全问题的影响，乳制品品牌影响力在市场竞争中占有重要的地位。消费者尤其是城镇居民习惯于将品牌作为对企业的产品质量、口味、价格的选择标准进行消费。企业的品牌价值是通过企业常年诚信合法经营并累积大量消费群体而获得的，对于区域性乳制品企业，凭借其长期的本地化经营策略和差异化产品结构，在各自销售区域取得了较高的品牌认可度，如西部牧业、天润乳业、西域春、夏进乳业、皇氏乳业、燕塘乳业等。新进企业即使投入大量广告费用进行营销宣传，短期内也很难建立有影响力的品牌。

（4）养殖环境壁垒

土地资源决定了养殖环境。拥有良好的土地资源是提升畜牧产品生产品质的先决条件。以牛奶为例，新疆、内蒙古、黑龙江、河北、山东、河南为我国牛奶产量最多的地区，其中新疆、内蒙古、黑龙江生产的牛奶以高品质而著称。幅员辽阔、自然条件优越的新疆、内蒙古、黑龙江等地区是我国传统优势畜牧业优势地区，这些地区发展奶牛养殖有天然的地理优势。

近年来国家对奶牛养殖的监管日益加强，尤其是对规模化养殖企业的技术设施、卫生防疫标准及环保要求更加严格，行业进入壁垒逐步提高。规模化养殖场所要求地势平坦，干燥、背风、向阳、排水通畅、环境安静。规模化养殖场所要有充足良好的水源和优质的牧草种植基地，以保证生活、生产及人畜饮水和牧草供应。

（5）技术壁垒

①乳制品行业技术壁垒

乳制品制造行业生产的技术水平主要体现在质量和乳制品加工上。自动化程度较高的生产设备是乳制品加工品质的硬件，资深技术人员、熟练操作人员是现代化管理的基础。

②奶牛养殖技术壁垒

奶牛养殖技术是科技生产人员多年摸索积累的结果。奶牛饲养的各个环节，比如繁育、饲料、饲养、防疫等各方面都必须依循科学的生产技术管理模式，任何生产管理措施或技术水平不到位，都有可能造成较大的损失。奶牛养殖企业必须经过长期的摸索，积累丰富的技术、经验并不断总结完善，才能形成符合自身实际情况的、成熟的生产技术管理模式。因此，是否拥有成熟的养殖技术也是进入本行业的障碍之一。

此外，奶牛养殖技术涉及胚胎移植等生物技术的应用以及奶牛品种的改良、饲料配方的改进和饲养模式的改良等，行业外的企业较难在短期内掌握并应用上述相关技术，需要具备专业技术研发能力的机构或企业进行长期的积累。

5、市场供求状况及变动原因

牛乳被誉为营养价值最接近于完善的食物，人均乳制品消费量是衡量一个国家人民生活水平的主要指标之一。近年来，我国奶牛养殖业和乳制品工业发展迅速，奶类产量、乳制品产量不断增长，乳制品消费稳步提高，已逐渐成为我国人民生活的必需食品。

奶业是重要的民生工程。近十余年间，乳制品产量、奶牛存栏量以及人均乳制品消费量，均表现出快速成长。其中，我国乳制品产量2015年为0.27亿吨，同比增速4.6%，截至2016年1-5月，产量为0.11 亿吨，同比增速6.00%。据Wind资讯统计，奶牛存栏量从2007年的1218万头增长到2016年的1413万头，城镇居民人均乳制品消费支出从2000年的68.57元/年增长到2016年的253.01元/年。

新疆是多民族聚居地区，饮（食）用奶历史悠久，需求量大。其中，维吾尔族、哈萨克族、蒙古族等都有饮用牛奶、羊奶或奶茶，食用奶酪、黄油等乳制品的饮食习惯，牛奶消耗水平和奶业发达国家非常接近。因此，新疆地区培养出了花园乳业、麦趣尔、天润乳业、西域春等地方乳品企业。

6、行业利润水平的变动趋势及变动原因

近十年，我国乳制品行业利润总额整体呈现较快增长的态势，乳制品市场进入成熟期。2005年我国乳制品行业利润总额仅为49.15亿元，2014年利润总额增长到3,297.73亿元，同比增长了16.46%。尽管2008年行业利润总额出现低谷，但经过2009-2010年全面复苏后，我国乳制品行业的盈利规模得以迅速恢复，根据Wind统计，截至2015年10月31日，我国乳制品利润总额已达180.75亿元。

近十年，我国乳制品行业销售利润率总体保持稳定，除2008年受三聚氰胺事件影响销售利润率大幅下滑之外，其余年份销售利润率均保持在5%以上，近三年一期销售利润率达到了6%以上。我国乳制品行业发展时间较短，但发展非常迅速，乳制品消费量持续增长，未来乳制品行业利润水平预计将继续保持稳中有升。

7、行业盈利能力分析

近年来，我国乳制品行业的销售利润率高于9%，而2015年前10月降至6.60%，表明行业的产品获利能力减弱；成本费用利润率均低于8%，表明行业的单位支出获得的利润较低；总资产报酬率维持在10%左右的较高水平。表明行业的总资产投入产出水平较高；资本保值增值率维持在100%以上，表明行业的资本保值增值效应较强。综合来看，行业的盈利能力较强。

8、行业技术水平及技术特点

（1）生产制作工艺

乳制品的核心生产工艺是杀灭生鲜乳中的细菌和微生物，从工艺角度来看，目前行业内主流的技术有两种：一种是巴氏杀菌法，另外一种为UHT超高温灭菌法。

巴氏杀菌技术是利用病原体不耐热的特点，用适当的温度和保温时间处理杀灭其中绝大部分细菌的一次消毒法。由于巴氏消毒法不能杀灭芽孢，因此巴氏杀菌牛奶在4℃左右的温度下只能保存3~10天。

UHT超高温瞬时灭菌技术是近些年来发展起来的一种杀菌技术。该方法是在巴氏杀菌的基础上，在135-137℃条件下经过3-4秒对生鲜乳进行处理的一种灭菌工艺。通过该法获得的液体牛奶产品可在常温下保存，保质期可达1-8个月。目前市场上的利乐砖/枕包装的液体牛奶几乎均采用UHT技术进行灭菌。

（2）包装技术

在国内的液态乳制品市场上，目前的包装主要是利乐包、百利包为主的常温灭菌包装和屋顶包、爱克林包、玻璃瓶为主的低温杀菌包装。无菌包装技术指将已杀菌的产品在无菌状态下，装入事先杀过菌的容器中，产品经无菌灌装后不需要添加防腐剂，能够防止细菌或微生物的二次入侵，其特殊保护性更能有效减缓产品因与空气、其它气体、异味及光相互作用而产生的产品品质的变化，因此产品能保存较长时间。

（3）奶牛饲养技术

饲料是奶牛生产的物质基础，占生鲜乳生产成本的70%以上，而营养调控技术是提高饲料利用效率、

降低奶牛养殖成本的关键。近年来，奶牛饲养技术在奶牛小肠可吸收蛋白质需要量、理想氨基酸模型、饲料营养评价体系、瘤胃发酵调控等领域取得最新进展，并开发了阶段饲养、高产奶牛特殊饲养、牛犊培育、抗应激、饲料加工、全混合日粮饲养等新技术，这些新成果、新技术的应用提高了奶牛饲养效率。

（4）牲畜人工授精技术

人工授精技术于20世纪40年代问世并首先在奶牛繁育中得到应用，最初采用的是新鲜精液，1950年Smith和Polge在英国的瑞丁人工授精中心首次利用冷冻精液繁育获得了牛犊。精液低温冷冻保存技术对人工授精的发展产生了深刻的影响，迅速得到推广普及，成为迄今为止奶牛育种中最重要的生物技术。在奶牛育种中应用人工授精技术，可使优秀种公牛获得更多的后代，迅速扩大其高产特性在群体中的影响；通过精液低温冷冻保存，使种公牛精液的使用基本不受时间和地域的限制，可最大限度地扩大优秀种公牛在奶牛遗传改良中的作用。20世纪60年代，具有精子冻后活力好、易标准化、卫生状况好、使用方便等特点的细管冻精技术逐步替代了原来的颗粒冻精技术，使人工授精的应用效果得到进一步提高。

9、行业特有的经营模式

行业内不同企业之间经营活动最为显著的区别在于对生鲜乳采购控制方式的不同。行业内部分企业采用生鲜乳外购模式、部分企业采用自有自控奶源基地模式保证生鲜乳供应。

具体而言，我国北方和南方在原料奶供应模式上因奶牛资源分布不均、规模化养殖程度不同而存在差异。北方地区奶牛资源丰富，但规模化养殖程度较低，乳企获取原料奶普遍采用“公司+奶站（基地）+农户”的采购模式，即乳企通过奶站（基地）再与农户建立合作关系。而南方地区奶牛养殖以牧场养殖为主，规模化养殖程度高，一般都高于国家规定的最低规模化养殖水平。乳企获得原料奶主要采用“公司+牧场”的采购模式，即由乳企与牧场建立长期稳定的合作关系，通过签订常年供奶协议的方式获取奶源，这种模式下可以更有效地保证原料奶供应的质量和数量。

近年来，随着奶源质量和充足供给越来越成为关系到乳企生存和发展的重要因素，各地政府和乳企日益重视奶源建设，龙头乳企纷纷通过增扩建牧场、加强与牧场合作等方式来实现对奶源的控制，使得我国部分龙头乳企原料奶自给比重得到逐步提高。未来，随着乳企持续加大自有牧场的投资和建设力度，自有原料奶的比重将会持续提高。

10、行业的周期性、区域性和季节性特征

（1）行业的周期性

乳制品属于日常消费品，行业周期性特征不明显。与发达国家相比，我国乳制品行业发展历史较短，虽然经历过去十多年的快速发展，但我国乳制品人均消费量与发达国家相比仍存在较大差距。随着人们生活水平的不断提高和饮奶观念的不断加强，乳制品的消费需求量将会不断增长，行业目前处于上升周期中。

（2）行业的区域性

由于我国的奶牛养殖多集中在北方，乳制品企业多选择靠近奶源地建厂，因此分布也明显呈现北多南少的特点。其原因主要是：我国普遍饲养的高产荷斯坦奶牛品种属于高纬度品种，耐寒不耐热，而南方奶牛品种单产较低；北方地势平坦，集中了我国饲草和粮食的主产区，提供了优越的地理条件和充足的饲料供应。

（3）行业的季节性

随着我国城乡居民生活水平的不断提高，乳制品的消费量也将保持长期上升的趋势，行业处于持续增长的周期中。乳制品作为日常消费品，其消费量没有明显的季节性特征。

11、与上、下游行业之间的关系

公司的上游行业是农业和农产品加工行业，下游行业是商品流通行业。

上游行业方面，农产品采购单价的变动主要受国内供求关系变化、国家对农产品的政策以及国际价格影响。农产品价格始终是我国宏观调控的重点，整体波动不大。

下游行业方面，随着我国国民经济的高速发展，人民生活水平持续提高，不断扩大的内需促进了商业流通行业的繁荣，进而促进了乳制品行业的成长。

（三）主要经营模式

1、生产模式

公司拥有从奶牛养殖、乳制品加工到终端销售一体的奶业产业链。

公司自有养殖的奶牛产奶形成公司自产生鲜乳收入。公司的每个牛场均建有标准成母牛舍、后备牛舍、产房、育犊、治疗圈，舍内暖气、卧床、颈夹等设施齐全，牛舍通风、保温性能良好。场内均配有TMR饲喂机，可满足全场奶牛每天3次饲喂需要，全场奶牛舍每天可以清粪1次，并实现机械化挤奶。

公司的乳制品加工厂采用“以销定产”的生产方式，销售部根据年度预算和产品实际销售情况，制定滚动的季度需求计划。计划运营部根据销售部的需求计划制定月度的采购计划及每周的生产计划，最后根据

设备运转情况制定每日生产计划。

2、采购模式

公司采购物资主要为饲草饲料，包括精饲料（预混料、全价料、豆粕、棉粕、玉米、麸皮等）、粗饲料（麦秸、花生秧、苜蓿草等）、多汁饲料（带穗玉米秸秆、豌豆皮、豆渣、果渣、啤酒糟等）。在奶牛的不同成长阶段，饲草饲料的投放量、品种、精辅饲料配比等均须严格控制，合理分配。公司根据地理气候、水源水质、奶牛品种等多种因素，制定了科学的饲料配方和饲养标准。生产部根据奶牛存栏量、各阶段奶牛数量、季节、饲料库存、饲料价格等因素制定本年度、本月采购计划，报总经理办公会审批，由采购部与供应商签订采购合同并组织统一采购。

3、销售模式

公司各子公司设有销售部，负责各类产品的销售，以及市场调研、销售计划、市场开发和维护、经销商管理并提供技术支持。

生鲜乳产品主要销售给各大乳制品加工企业（包括控股子公司花园乳业公司和全资子公司西牧乳业公司），根据生鲜乳市场价格定期签订销售合同。乳制品销售采用直供超市、经销零售杂货店模式。种畜销售主要包括自繁销售和集中采购销售。饲料销售大部分为合并报表范围内的销售。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

☐ 是 ☒ 否

单位：人民币元

	2018 年	2017 年	本年比上年增减	2016 年
营业收入	677,811,826.82	692,557,176.69	-2.13%	664,584,792.47
归属于上市公司股东的净利润	19,710,127.53	-367,021,095.61	105.37%	-52,214,745.06
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-111,320,770.26	-343,592,782.10	67.60%	-64,777,637.50
经营活动产生的现金流量净额	741,993,353.67	80,946,859.88	816.64%	-269,566,013.01
基本每股收益（元/股）	0.09	-1.74	105.17%	-0.26
稀释每股收益（元/股）	0.09	-1.74	105.17%	-0.26
加权平均净资产收益率	2.72%	-45.80%	48.52%	-5.50%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
资产总额	1,137,464,935.58	2,422,903,459.86	-53.05%	2,772,892,881.81
归属于上市公司股东的净资产	636,278,735.28	616,568,607.75	3.20%	985,702,909.14

（2）分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	147,065,259.06	183,855,031.98	202,475,448.15	144,416,087.63
归属于上市公司股东的净利润	-35,750,876.22	-5,865,764.43	64,598,266.61	-3,271,498.43
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-31,148,750.94	-11,453,464.67	-66,582,926.40	-2,135,628.25
经营活动产生的现金流量净额	-24,362,709.55	64,494,207.41	170,965,533.89	530,896,321.92

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

☐ 是 ☒ 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

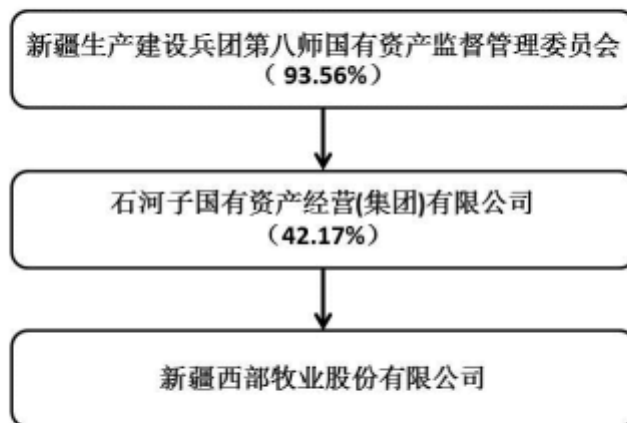
报告期末普通股 股东总数	16,602	年度报告披露 日前一个月末 普通股股东总 数	16,010	报告期末表决 权恢复的优先 股股东总数	0	年度报告披露 日前一个月末 表决权恢复的 优先股股东总 数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件 的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
石河子国有资产 经营（集团） 有限公司	国有法人	42.17%	89,126,471	0	质押	36,779,578	
林荣海	境内自然人	0.95%	2,000,000	0			
徐开东	境内自然人	0.89%	1,883,800	0			
纪少健	境内自然人	0.74%	1,565,212	0			
中国建设银行 股份有限公司 一博时裕富沪 深 300 指数证券 投资基金	其他	0.72%	1,521,400	0			
朱彩娟	境内自然人	0.66%	1,400,000	0			
彭进军	境内自然人	0.58%	1,224,600	0			
高玲娟	境内自然人	0.46%	980,000	0			
刘茜	境内自然人	0.43%	916,800	0			
石河子市天富 智盛股权投资 有限公司	国有法人	0.41%	874,300	0			
上述股东关联关系或一致行 动的说明	未发现公司上述股东之间存在关联关系或属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。						

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券：否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求：是

畜禽水产养殖业

公司需遵守《深圳证券交易所行业信息披露指引第1号——上市公司从事畜禽、水产养殖业务》的披露要求

本公司需要遵守《深圳证券交易所行业信息披露指引第1号——上市公司从事畜禽、水产养殖业务》的披露要求，按照要在定期报告中披露了公司主要经营情况，经营养殖模式的具体内容、模式的特有风险对公司产生重大影响各类风险。同时，我公司每月以临时公告的方式披露本公司自产生鲜乳的生产情况。

2018年以来，面对错综复杂的宏观经济形势和公司持续的经济困境，公司立足当前经营现状，抓住发展时机，挖掘基础潜力，对标同行先进榜样，突破固有管理模式，加快推动以层级管理为目标的责任制、推行全员分层次竞聘上岗、聘请职业经理人进行专业化管理、市场营销机制改革创新，进一步改善公司经营管理状况，剥离亏损源，优化公司财务结构，偿还银行贷款，降低资产负债率，降低金融风险，增强企业竞争力，以改革推进公司生产经营状况的健康发展。

(一) 公司基本情况

2018年度，公司实现营业总收入67,781.18万元，比上年同期下降了2.13%；实现营业利润为-1,322.01万元，比上年同期增长了96.21%；实现利润总额为1,914.75万元，比上年同期增长了105.18%；归属于母公司股东的净利润为1,971.01万元，比上年同期增长了105.37%；实现每股收益0.09元/股；实现加权平均净资产收益率为2.72%；公司总资产达到113,746.49万元，同比降低53.05%；净资产（归属于上市公司股东）达到63,627.87万元，同比增长3.2%。本年度内，是新疆唯一获得国家婴幼儿配方乳粉生产许可证企业，被国家批准为“国家级农业产业化重点龙头企业”“国家级学生饮用奶生产企业”、“兵团循环经济示范试点单位”。2018年度，经过一系列措施深化改革后，目前公司拥有全资及控股子公司6家，参股公司7家。

2018年全年实现饲料销售收入12,877.17万元，同比增长了36.23%，实现乳制品销售收入44,785.90万元，同比下降了9.64%。

（二）2018年公司改革发展的具体措施

1、精准定位，准确运作，积极剥离效益不佳资产，保护上市公司运营平台。

公司对下属养殖板块，乳制品加工、饲料加工、肉制品加工等板块营运情况及产业发展趋势认真分析讨论，并对以上单位逐一进行梳理、分析、诊断后，决定将效益不佳、持续亏损的部分养殖公司进行剥离。公司先后聘请中介机构对下属奶牛、肉牛养殖公司进行审计、评估工作，在摸清家底的基础上，公司先后多次召开会议讨论确定资产剥离方案。2018年度内，公司先后两次召开董事会、股东大会审议通过了出售16家奶牛、肉牛养殖公司股权、资产的议案，上述两次出售股权、资产交易价格总计为2.63亿元，是结合公司发展战略提出的，有利于改善公司财务结构，降低财务负担，进一步增强企业竞争力，符合公司长远发展规划，符合公司及全体股东的利益，对2018年度公司经营业绩产生积极的影响。截止2018年年末，上述股权、资产转让款已全部收回，且各养殖公司欠我公司款项也已全部收回。该项交易收回的款项，大力改善了公司财务结构，降低了公司财务负担，改善了公司经营成果。

2、多方筹措资金，回笼债权资金，积极化解公司金融风险。

2018年初，公司借贷款余额较大，且以1年期的短期银行信用贷款为主，资产负债率较高，银行不断压减贷款额度，直接导致公司很难再从银行获取新的贷款，倒贷压力极大。公司顶住巨大的压力，积极开拓渠道筹措资金，积极寻求多方支持，多渠道筹措资金，寻找续贷担保，积极与金融机构沟通，同时积极回收股权、资产转让款及各养殖公司欠我公司款项。经过公司不懈努力，2018年共筹措资金办理偿还金融机构贷款共计20.86亿元，办理续贷业务40余笔金额合计11.39亿元，公司借贷款余额由年初的10.84亿元减至1.43亿元。大幅降低资产负债率，减少利息支出，化解了公司金融风险。

3、实行职业经理人聘任制，进行职业化精细化管理模式，提升企业盈利能力。

公司通过产业梳理，确定未来发展的重心落在乳制品深加工环节，即新疆石河子花园乳业有限公司和新疆西牧乳业有限责任公司两家乳制品深加工企业，也是新疆唯一具有婴幼儿配方奶粉生产许可资质的两家乳制品加工厂，其中花园乳业拥有2个系列6个品种，西牧乳业拥有3个系列9个品种。做大做强乳业是公司提升盈利能力的关键节点，更是公司腾飞的发力点。公司明确以销定产，销售为先，质量为重的发展方向，对西牧乳业聘请职业经理人，明确经营目标，强力突破公司产品研发和市场运作的瓶颈，力争用3年时间达到企业产能全部释放，提升经济效益；促进企业内部管理规范，理顺内部运行流程，提高管理效率，做精做强做大主营业务，通过上述举措，公司进一步畅通现有经营管理者与职业经理人身份转换通道，明确责任、权利、义务，强化了公司经理层任期制和契约化管理机制。

4、精简机构、裁减冗员，实现节本增效。

2018年初，公司机关及下属各单位严格按照生产经营实际需要，全面实施科学定编定岗，精简管理层级，全面实施全员分层次竞争上岗，裁汰富余人员，减少人工费用支出压力，实现节本增效，建立了管理人员能上能下，员工能进能出的合理流动机制。目前，公司人员大幅精简，员工数量由改革前的1485人减少至658人。各下属单位根据自身具体生产需求、订单情况，实施定员上岗，计件计量工资薪酬制度，实行工资与业绩创造挂钩的市场化的弹性薪酬分配体系，并做到公平公开，透明操作，充分发挥薪酬分配的激励导向作用。

5、提高管理水平、强化系统培训，杜绝产品质量事故的发生。

对标法律法规及国家飞行检查问题，邀请国家乳制品质量监督检测中心、力高公司等专业机构的专家对下属乳品企业进行自查和培训，针对质量管理体系、实验室管理、法律法规、生产工艺等重点环节开展培训15次，通过定期对查找问题进行跟踪、验证及反馈，查漏补缺，质量管理体系不断完善，产品质量管理能力大幅提升，花园、西牧乳业均顺利完成国家婴幼儿配方乳粉食品安全生产规范体系检查。

6、加大科研投入、努力开拓创新，提高产品市场占有率。

依托院士工作站、博士后工作站、兵团乳品研究院等科技创新研发平台，2018年共申报各类科技项目10项，公司技术中心被评定为国家级企业技术中心。其中与石河子大学合作项目“新型中老年奇亚籽酸奶产品的研发与示范”被列为师市“工业及高新技术科技攻关与成果转化”项目计划；与石河子大学、江南大学合作的“功能性发酵乳制品加工关键技术研究产业化示范”项目被兵团列为重点领域科技攻关计划项目计划；同时花园乳业实验室获批兵团“功能性奶粉湿法技术工程实验室”。2018年西牧乳业研发发酵乳新品备用配方5个，改善现有配方11次；花园乳业推出新品玛琳娜酸奶和希腊酸奶。

（三）公司在发展中存在的困难和问题。

1、人才匮乏严重制约了公司发展，特别是市场营销方面的人才缺乏，制约公司销售体系的建设和销售能力的提升，也成为阻碍公司发展的瓶颈环节。目前企业管理创新人才、技术创新人才、技能操作人才

也严重匮乏，现有人才队伍薄弱，成熟人才较为稀缺，人才问题制约了企业的发展壮大。

2、乳制品市场占有率及产品创新和研发能力严重不足，新疆地区人口基数较少，但乳制品品牌众多，市场竞争激烈，导致公司乳制品市场占有率低。公司所处的地理位置距离一、二线城市较远，对于新产品的研发跟不上节奏，产品创新力度不够，且物流成本较高。无法有的放矢地推出针对消费者喜好的新品系列产品，让乳制品持续满足消费者的需求。

（四）2019年工作思路

1、坚持以品牌、市场和产品为着力点，全面实现乳制品产业的发展腾飞。

公司下属“花园乳业”和“西牧乳业”均具备日处理300吨生鲜乳的产能，是新疆唯一具有婴配粉生产许可的两家乳制品加工企业，也是公司腾飞的发力点。乳制品加工板块要充分利用现有的资源和优势，发挥牧场近工厂的距离优势，在“鲜”上做文章。公司战略目标以婴幼儿配方奶粉为拳头产品，以液态奶、酸奶为辅，释放乳制品加工产能，进一步做好品牌推广宣传，加快市场统筹布局。在生产管理上着重过程管理，切实加强生产流程的监控，加强成本管理、降低成本、提高效率、提升产品品质、强化品质管控，加大新产品研发和市场开拓力度。根据产品结构、消费群体的不同特点，适时调整营销策略，确保市场占有率，提升公司的核心竞争力，力争实现年利润水平的稳步增长。

2、夯实基础、提升质量，努力实现饲料产业板块的稳健发展。

我公司饲料加工能力达到了年产20万吨以上，降低成本增加市场竞争力，提升产品质量和服务质量提高市场占有率，是饲料加工板块工作的重中之重。在稳定和提高本地区畜牧养殖单位市场的前提条件下，不断加强新产品研发和对外销售力度，拓展销售区域，积极拓展沙湾县、玛纳斯县，乃至全疆范围内的牧场。针对外部市场环境不断丰富产品线，与专业的科研机构合作共同研发创新性饲料产品，不断提高市场占有率。

3、加大肉制品、油脂制品技术研发投入，提升产品质量水平和营销能力，切实保证公司整体效益的提升。

加大对下属天源食品公司的技术改造投入和新产品研发投入，发挥新疆葡萄产区的原料优势，提升油脂产品和酒类产品的技术标准和质量要求，做出符合市场趋势的新产品、新包装、新设计来提升产品附加值，与成熟的营销管理团队合作打开市场销路。同时，立足于新疆与澳洲优质畜牧产业基地的优势，发挥下属喀尔万及浙江一恒牧业两个肉制品加工企业的产能优势，在保证产品质量的前提下，努力开拓线上交易系统和线下销售网络，加快新疆优质的油脂产品、肉制品走向全国市场，加速澳洲优质肉制品落地华东市场，全面提升企业效益。

4、加强公司的内部控制，提高经营管理水平和风险防范能力。

进一步完善符合现代企业管理要求的内部组织结构，形成科学的决策机制、执行机制和监督机制保证公司经营管理目标的实现。建立行之有效的风险控制系统，强化风险管理，保证公司各项经营活动的正常有序运行。建立良好的公司内部控制环境，堵塞漏洞、消除隐患，防止并及时发现和纠正错误，保护公司资产的安全、完整。规范公司会计行为，保证会计资料真实、完整，提高会计信息质量。确保国家有关法律法规和本公司内部规章制度的贯彻执行。合理保证公司经营管理合法合规、资产安全、财务报告及相关信息真实完整，提高经营效率和效果，促进企业实现发展战略。

中共中央国务院近期公布了2019年中央一号文件，《中共中央国务院关于坚持农业农村优先发展做好“三农”工作的若干意见》，文件中重点提出实施“奶业振兴行动”，具体行动包括加强优质奶源基地建设、升级改造中小奶牛养殖场、实施婴幼儿配方奶粉提升行动。2019年公司将深入贯彻“一号文件”的精神，在全体员工的共同努力下，上下团结一心，艰苦奋斗，同舟共济，全力拼搏，相信公司一定能够创造出更加辉煌的业绩，展现新作为，开启新篇章！

（五）公司可能面临的风险和应对措施：

1、产品质量与食品安全风险

我国十分重视食品质量与安全的管理，特别是对婴幼儿配方乳粉的生产标准国家出台了一系列具体与明确的要求。本公司依托自然资源和技术管理优势，致力为市场提供优质的产品，本公司是三聚氰胺事件中少数未被检测出三聚氰胺的乳品企业之一，报告期内销售的产品未发生过重大食品安全及质量问题，公司控股子公司花园乳业和全资子公司西牧乳业亦是新疆唯一两家取得婴幼儿配方乳粉生产销售经营许可的本地乳制品加工企业。虽然公司严格按照国家相关规定的要求，高度重视产品的质量，乳制品行业生产链条长、管理环节多，公司仍无法完全避免因管理疏忽或不可预见原因导致产品质量问题发生。如果本公司因产品质量发生问题，将会导致公司品牌信誉度下降，公司收入和净利润大幅下滑，并可能面临处罚或赔偿等情形，这将对本公司造成不利影响。

对策：公司高度重视产品的质量，严格执行国家食品安全标准，不断加强质量管理，通过统一的

管理、严格的监控和先进的检测手段，优化生产流程并制定突发事件和防范风险发生的各种预案，进一步完善公司风险管理和内部控制管理，应对可能的风险。

2、市场竞争风险

2013年度国内生鲜牛乳销售价格一路走高，2014年下半年开始国内生鲜牛乳销售价呈现下跌趋势，市场价格波动较大。国内生鲜牛乳回落的直接原因是国际市场乳品价格一路走低，大量奶粉及常温奶进口冲击所致。自2016年8月开始，随着国外进口奶粉拍卖价格的不断上调，国内市场生鲜牛乳销售价格出现了一定的回稳上升情况。乳制品加工业经过多年发展，已经进入了奶源、产品、渠道全产业链竞争的时期，未来乳制品企业之间的竞争将在产业链的各个环节展开，竞争日趋激烈。面对未来逐渐增大的市场竞争压力，公司可能因品牌、销售渠道等因素无法实现规模、产品、技术和市场拓展方面的快速提升，公司存在市场竞争风险。

对策：公司将充分利用新疆特有的自然资源，发挥地域优势，在生鲜牛乳的“鲜”上做文章。同时，公司将加强成本管理、提高效率、提升产品品质、拓展全国市场，增强产品的市场占有率和企业竞争力。

3、环境保护风险

近年来国家环境保护监管力度不断加大，相继出台大气污染、水污染、土壤污染防治行动计划，彰显了国家铁腕治污的决心。席卷而来的环保风暴使企业环保压力不断增大，行政处罚、停产甚至刑事追责等风险不容忽视，伴随环保风暴的常态化，加强环境保护风险防控显得尤为重要和紧迫。

对策：公司在大力发展乳制品加工业、饲料加工业、养殖业的同时，采取科学的生产方式和污染物处理工艺等有效措施，减少污染物的产生量和向环境的排放量，及时对污染物进行处理，防止污染物泄漏。

4、自然人客户较多且变动较大的风险

原先做为大型乳制品生产企业的生鲜乳供应商，本公司客户较集中且稳定。但随着本公司完成了饲料加工—牲畜养殖—乳制品加工全产业链的投资布局，公司将直接面对市场提供快销产品，存在自然人客户较多及变动较大的风险。一般情况下，自然人供应商、客户与机构供应商、客户相比较而言，自然人供应商、客户在采购能力、支付能力、经营期限、经营规模和经营拓展能力等方面更容易受到市场优胜劣汰竞争机制和自身经营意愿的影响，从而使其经营能力产生一定的有限性。

对策：本公司下属控股子公司花园乳业具有近三十年的发展历史，拥有稳定且忠实的客户群众，今后将积极开拓市场、拓展用户以分散变化风险。公司全资子公司西牧乳业近期不断完善常温奶、低温酸奶及奶粉的生产能力和生产品种，加大推销宣传和服务力度，努力开拓销售市场、树立品牌形象、提升销售收入，化解经营风险。

5、政策扶持和政府补助风险

公司所从事的乳制品加工、饲料加工、畜牧业为国家大力支持的行业，因该等行业投资项目回收期较长，项目前期对资金要求较大，政府部门对于新投资项目会予以相应的前期补贴资金，以扶持该等行业发展。我国长期对农业实行减、免税优惠政策。随着国家财政实力的不断增强，近年来，我国不仅继续对农业生产企业、农户实行税收优惠，还在不断加大对农业的财政补贴力度。但如未来国家调整税收优惠和政府补助力度，将会对公司经营业绩产生影响。

对策：公司相关部门通过不断学习，及时掌握与农业相关的税收优惠政策和政府补助政策的最新信息，积极争取与公司经营相关的政府补助。

6、动物疫病风险

生鲜牛乳是公司养殖业的主要产品也是公司下属乳品加工厂的重要原材料，公司生产经营与奶牛养殖行业密切相关。如果国内大规模爆发任何牛类疫病或公司自有牧场奶牛遭受疫病侵害，则可能导致公司的生鲜乳供应不足；同时，消费者可能会担心乳制品的质量安全问题，从而影响到乳制品的销售。此外，还可能由此给公司奶牛生物资产带来减值的风险。因此，公司存在由于奶牛养殖行业发生疫病而导致公司生鲜乳供应不足、乳制品消费量下降以及自有牧场奶牛减值的经营风险。

对策：公司养殖单位主要管理层和骨干员工都具有多年的畜牧养殖工作经验，严格执行动物疾病检疫免疫、监测和流行病学调查等基础防疫工作，及时构筑有效防疫屏障，建立相关预案、技术规范，确有重大疫情时处置规范，有处理突发疫情的能力。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

☐ 是 ☒ 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

√ 适用 □ 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
外购生鲜乳	4,607,652.04	241,789.22	5.25%	-9.76%	257.45%	3.92%
自产生鲜乳	41,276,951.20	-6,559,667.74	-15.89%	262.25%	-144.27%	7.68%
乳制品	447,858,964.76	60,154,816.31	13.43%	-9.64%	51.95%	5.44%
种畜销售	35,519,950.66	-29,646,132.26	-83.46%	-43.04%	-219.19%	-68.57%
其他	128,771,661.82	26,107,729.63	20.27%	36.23%	319.87%	13.70%
其他业务	19,776,646.34	1,893,524.57	9.57%	-16.01%	194.97%	18.04%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

√ 适用 □ 不适用

公司于2018年7月12日和2018年7月24日分别召开董事会，出售了公司持有的系列全资及联营的奶牛、肉牛养殖公司股权，形成处置收益，对公司经营产生积极影响；强化各子公司目标管理责任，聘请职业经理人进行专业化管理，进一步提高各子公司经济效益；精简机构和人员，节省费用开支；根据市场需求情况及订单安排适时生产，执行精准生产模式，减少产品积压，降低仓储成本，最终实现“零库存”。

6、面临暂停上市和终止上市情况

□ 适用 √ 不适用

7、涉及财务报告的相关事项**(1) 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情况说明**

√ 适用 □ 不适用

1.会计政策变更

财政部于2018年6月15日发布了《财政部关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15号），对一般企业财务报表格式进行了修订。本次会计政策变更，仅涉及相关报表项目汇总或分列列报，对会计核算科目的核算内容、核算方法以及核算结果无影响。

2.会计估计和核算方法变更

公司本年度未发生主要会计估计和核算方法变更。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

在本报告期，经公司第二届五十五次董事会、2018 年第七次临时股东大会审议通过了《关于全资子公司新疆生产建设兵团畜牧工程技术研究中心（有限公司）出售部分养殖公司股权、资产的议案》，公司全资子公司新疆生产建设兵团畜牧工程技术研究中心（有限公司）向视同关联方新疆天山军垦牧业有限责任公司出售其持有的石河子开发区绿洲牧业奶牛养殖有限责任公司100%的股权、呼图壁县西牧养殖有限责任公司100%的股权、石河子市振兴牧业有限责任公司80%的股权、石河子市红光牧业有限责任公司65%的股权、玛纳斯西牧养殖有限责任公司100%的股权、新疆西部波尔多牧业有限责任公司60%的股权。

2018年合并口径对比2017年数据表			单位：元
项 目	2018年合并口径对比2017年数据	2017年12月31日数据	
资 产 总 计	2,122,350,054.22	2,422,903,459.86	
负 债 合 计	1,584,463,884.84	1,707,049,657.20	
归属于母公司股东权益合计	475,674,995.35	616,568,607.75	
股东权益合计	537,886,169.38	715,853,802.66	

新疆西部牧业股份有限公司

董事长：秦江

2019 年 4 月 18 日