

证券代码：002539

证券简称：云图控股

公告编号：2021-065

成都云图控股股份有限公司 2021 年半年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

所有董事亲自出席了审议本次半年报的董事会会议。

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

（一）公司简介

股票简称	云图控股	股票代码	002539
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	王生兵	陈银	
办公地址	成都市青羊大道 97 号 1 栋优诺国际 1204	成都市青羊大道 97 号 1 栋优诺国际 1204	
电话	(028) 87373422	(028) 87373422	
电子信箱	zhengquan@wintrueholding.com	zhengquan@wintrueholding.com	

（二）主要财务数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	6,084,349,077.03	4,469,240,449.43	36.14%
归属于上市公司股东的净利润（元）	403,546,876.12	191,680,968.36	110.53%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	395,988,023.32	161,167,367.54	145.70%
经营活动产生的现金流量净额（元）	1,012,890,731.11	637,112,873.81	58.98%
基本每股收益（元/股）	0.40	0.19	113.04%

稀释每股收益（元/股）	0.40	0.19	110.53%
加权平均净资产收益率	11.40%	5.87%	上升 5.53 个百分点
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	11,926,128,922.55	10,228,958,657.13	16.59%
归属于上市公司股东的净资产（元）	3,657,068,123.91	3,442,326,088.02	6.24%

（三）公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	40,030	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
宋睿	境内自然人	32.01%	323,282,949	242,462,212	质押	117,770,000
牟嘉云	境内自然人	10.51%	106,212,000	92,409,000	质押	11,000,000
全国社保基金一一六组合	其他	3.17%	32,051,826	0		
全国社保基金四零一组合	其他	2.67%	27,000,059	0		
全国社保基金六零四组合	其他	2.23%	22,540,000	0		
成都云图控股股份有限公司—第二期员工持股计划	其他	1.60%	16,200,000	0		
前海人寿保险股份有限公司—分红保险产品华泰组合	其他	1.49%	14,999,993	0		
泰康人寿保险有限责任公司—传统—普通保险产品-019L-CT001 深	其他	1.28%	12,909,570	0		
中国工商银行股份有限公司—海富通改革驱动灵活配置混合型证券投资基金	其他	1.13%	11,428,442	0		
泰康人寿保险有限责任公司—分红—个人分红-019L-FH002 深	其他	1.08%	10,898,329	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，牟嘉云与宋睿为母子关系，牟嘉云为宋睿的一致行动人。成都云图控股股份有限公司—第二期员工持股计划为公司自行管理的第二期员工持股计划证券账户。对于其他股东，公司未知他们之间是否存在关联关系，也未知其是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用					

（四）控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

（五）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。

（六）在半年度报告批准报出日存续的债券情况

□ 适用 √ 不适用

三、重要事项**（一）报告期经营情况介绍**

2021 年上半年，面对国内外复杂多变的环境、行业政策和市场竞争等多重挑战，公司把握趋势，苦练内功，按照既定的经营目标推进各项工作，不断夯实复合肥主业，力争在联碱业务、磷化工业务等板块取得突破，强化公司化肥全产业链的核心优势，提升公司抵御风险的能力，推动公司可持续发展。

经过全体干部和员工的共同努力，报告期实现营业收入 608,434.91 万元，同比增长 36.14%；营业成本 494,056.97 万元，同比增长 31.68%；期间费用 54,834.24 万元，同比增加 30.71%；经营活动产生的现金流量净额 101,289.07 万元，同比增长 58.98%；归属于上市公司股东的净利润 40,354.69 万元，同比增长 110.53%，取得了较好地经营业绩，保持了健康、稳定的发展态势。公司业绩增长的主要原因系：1、随着公司一体化产业链的完善和渠道的全面整合，报告期公司复合肥产品销量和价格同比增加。2、联碱产品价格同比上涨，毛利率同比增加。

1、复合肥业务

当前，化肥市场正在经历结构性的变化，行业整合和梯队分化进一步加剧，公司依靠近 30 年的深耕积累以及资源、成本、产品和渠道的布局优势，在存量竞争下实现跨越式发展。报告期内，公司加快新业务、新模式、新项目建设，完善产业链一体化、渠道整合和产能布局，不断夯实核心竞争力，扩大市场销量和占有率，最终实现复合肥销售规模、网点数量以及经营业绩稳定增长。

（1）夯实产业链优势

2021 年复合肥上游原材料价格大幅上涨，对行业生产和供应带来较大影响。公司依托打造的一体化产业链，凭借原料自有、产业协同、运输优势，保证了复合肥的稳定生产和成本控制，有效锁定当期价格和预期利润，展现了强大的抗风险能力和产业链韧性，由此得到广大经销商高度认可，复合肥业务发展取得新突破。此外，公司保质保量完成了 2020 年度国家化肥商业储备中标任务 40 万吨（春耕肥），为化肥供应、粮食安全做出积极贡献。

报告期，公司陆续启动新项目新基地建设，加快产能扩张，完善产能全国布局，进一步扩大领先优势，解决销售旺季产能不足的问题，为复合肥未来增量夯实基础。本着“靠近资源、靠近市场”原则，在湖北松滋和新疆昌吉新建复合肥项目，并在其投产后陆续关停新疆的老装置，合计新增产能（新型肥料）85 万吨。其中，湖北松滋的 80 万吨全喷浆新型缓释复合肥项目已启动，并配套 30 万吨硫精砂制酸、60 万吨建

筑石膏、4000 立方氨站及相关公共工程；新疆昌吉 10 万吨水溶肥项目力争年底前投产。公司将依托资源优势，围绕复合肥产业链继续进行填平补齐，进一步增强全产业链优势和成本竞争优势。

（2）推进增效肥战略

当下各类新型肥料层出不穷，市场竞争进一步加剧，公司紧跟国家土壤修复、减肥增效、品质农业政策，围绕“增效肥”进行战略布局，先后推出高端功能肥品牌施朴乐、特肥品牌棵诺，并在 2021 年对全线品牌进行增效创新，推动公司复合肥从单纯添加物为主向关注作物功能增效转变和升级。

公司依托产品、技术和渠道优势，大力实施“1+2+3”营销策略，全面推进“增效肥”战略的落地推广，强化公司复合肥差异化的优势。产品上，以施朴乐、棵诺、桂湖和嘉施利四大品牌为主，利用先进技术和增效助剂添加，对传统肥料进行改良和升级，不断优化和调整产品结构，满足作物全面营养和品质提升需求。报告期内公司还荣获了“化肥减量增效示范企业”、“化肥减量增效创新产品”殊荣。渠道上，专门设立增效肥营销中心，持续推进高效种植综合服务，助力公司开拓新型肥料发展新空间。

（3）多措并举求突破

公司持续推进“资源+营销+科技+服务”经营战略，多项举措实现销量突破。1) 复合肥行情持续上涨情况下，公司依托产业链协同优势，推出高性价比产品满足渠道商及农户需求，快速拓展市场份额，大幅提高经销商品牌忠诚度和市场综合竞争力。2) 持续推动战略产品优化升级，提高农户种植体验，提升品牌形象；通过线下“一田三会”及线上抽奖等活动加强与消费者互动，持续提升品牌地位。报告期“根动力”、“增动力”、“养元多”、“五谷益”等重点产品的销量同比大幅提升。3) 持续推进年度渠道精耕计划，开展线上线下营销整合，报告期渠道下沉取得了积极效果，合作网点数量同比有大幅增加，截至公告日一级经销商超过 5,500 家及镇村级零售商超过 10 万家。公司积极拓展“会员营销”、“社群营销”等线上营销模式，并加强与电商平台建立合作，构建新零售生态圈。4) 加快多渠道布局及推进，报告期内中国邮政、现代衣服、基地大客户等特通渠道的销量均取得较大幅度增长，渠道建设成效显著。

2、联碱业务

报告期内，公司聚焦产业升级和效益提升，大力推进增产降耗、节能减排、产供销联动以及安环管控等工作，以增强公司产业链优势和市场竞争力，推动联碱业务持续稳定发展。受益于下游玻璃拉动、供需紧平衡等多方因素影响，化工市场景气度上升，公司纯碱、氯化铵销售价格同比有大幅增长，加上管理提升创造效益，致使联碱销售收入和毛利率均有所上升。

（1）提产降耗促发展

碳达峰、碳中和背景下，公司以增产降耗为中心，狠抓技术改造和产业升级，持续推进小改小革、节能降耗、赛马机制、智能化建设及精细管理等工作，在水、汽、公共流程等方面不断优化工艺，解决生产瓶颈，在报告期取得了积极成效，联碱生产装置长周期安全稳定运行，产能得以充分释放，产量得到稳定提升，为完成 2021 年生产经营目标打下了坚实基础。热电联产能源综合利用项目于 2021 年 5 月投入试运行，有力保障了应城基地生产所需的蒸汽供应，大大降低了用汽和用电成本，同时各项环保指标实现超低排放，绿色能效水平大幅提升，取得了良好的经济效益、环保效益和社会效益。

（2）销供联动提效益

公司把握市场机遇,深挖现有资源和潜力,加强产供销联动,报告期联碱业务较去年同期实现了 29.36% 的营收增长。供应上,以保供降本为主,强化管理、科学研判,提升保供能力,保证采购性价比、库存结构最优,并通过集中采购、战略合作、削减中间商、原料贸易等方式,最大程度降低原料价格波动产生的不利影响,从而进一步控制生产成本。销售上,以提升效益为目标,科学决策、灵活调整,围绕“以销定产、产销联动”的经营策略,抓住纯碱、氯化铵涨价的有利机会,把握好款、价、量、库存的平衡,力争实现效益最大化。

（3）隐患排查保安环

公司始终把安全环保放在生产经营的首要位置,以风险预控和隐患排查治理为核心,推进安全环保各项工作,确保安全环保形势总体稳定。公司组织开展了全面的安全隐患大排查、大整治行动,按“五定”原则及隐患分级制定治理清单,做到立行立改,不留死角盲区。同时以此为契机,严格落实安全环保“一票否决”,加强安全环保风险预控,提升干部安全环保执行力,推动安全环保管理升级,努力实现零事故、零事件、零伤害的目标。

3、磷化工业务

2021 年,受供给侧结构性改革、云南限电、四川环保督察、原料涨价等因素影响,黄磷供需总体上偏紧平衡,市场行情持续向好。报告期内,公司密切关注宏观政策和行业动态,根据市场变化科学组织生产,把握原料采购节奏,调整销售策略,发挥公铁联运的物流优势,实现了磷化工经营业绩稳增长,产品毛利达 27.66%,同比上升 5.85 个百分点。

公司磷化工秉承精细化、绿色化、规模化发展模式,依托磷矿、金沙江水电资源,以重点项目为抓手,向上下游高附加值的产业延伸,增强公司的核心竞争力。上游,公司按照既定计划推进雷波矿山开采项目,积极办理牛牛寨东段磷矿“探转采”手续,目前正处于四川省自然资源厅对矿区范围划定的审批阶段。采矿权取得后,公司的产业链优势和成本竞争力将进一步释放,为公司磷化工、磷肥产业延伸和发展提供有力支撑。下游,公司围绕技术创新、清洁生产和资源利用,不断延伸产业链条,报告期投资建设了 60 万吨/年黄磷炉渣微粉生产装置项目,进一步利用黄磷炉渣、尾气等资源,提高黄磷炉渣的附加值,扩大公司的利润空间,并有效缓解公司的环保压力,推动磷化工业务可持续发展。

4、食用盐业务

随着盐改进入深化期,市场竞争加剧,公司积极推进产品、渠道和技术升级,通过差异化经营提升市场竞争力,不断巩固和扩大食盐市场份额。

（1）调整食盐结构

公司顺应食盐市场变化,贴合消费者对健康食盐的需求,推动食盐结构中高端化,加大零添加食盐等中高端系列和健怡轻盐等功能系列的推广与销售,深耕食盐优势细分市场,进一步提升市场占有率和品牌力。截至 2021 年 6 月末,中高端食盐占比达到 27%,较去年提高了 7 个百分点。

（2）渠道互补融合

报告期内，食用盐线上、线下全渠道发力，实现对不同消费群体的深度渗透和覆盖，持续开拓空白市场。线上，深耕天猫、拼多多、抖音小店、微店等主流渠道，同时利用直播带货等新销售模式，提高渠道覆盖面和销售量。线下，深化与盐业公司的合作，并发展新通路、社区团购等新零售模式，通过传统、新渠道的互补优势有序布局，提高市场占有率。

（3）推进技术创新

公司持续开展盐相关的技术合作和成果转化，报告期内新产品、新技术的推进速度进一步提升，比如公司与中国科学院海洋所就健康食盐及其衍生品的研发达成了战略合作，共同研发了针对海洋大型生物的海水素专利产品，并启动了健康盐新品的研发工作，为食盐的横向发展和延伸储备打造坚实基础。

（二）占公司营业收入或营业利润 10%以上的产品情况

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
常规复合肥[注 1]	1,787,675,246.35	1,451,661,962.47	18.80%	51.63%	42.51%	上升 5.20 个百分点
新型复合肥[注 1]	1,409,266,709.83	1,082,240,570.27	23.21%	11.14%	10.49%	上升 0.46 个百分点
联碱	469,773,648.38	374,662,546.65	20.25%	29.36%	9.02%	上升 14.88 个百分点
品种盐	127,887,032.11	99,647,473.51	22.08%	3.62%	4.04%	下降 0.32 个百分点
磷化工产品	565,070,102.38	408,760,075.94	27.66%	0.43%	-7.09%	上升 5.85 个百分点
磷酸一铵	373,696,840.46	279,155,575.72	25.30%	20.91%	2.80%	上升 13.16 个百分点
其他化工产品[注 2]	253,464,299.45	241,999,628.75	4.52%	34.88%	37.03%	下降 1.50 个百分点
其他产品[注 2]	1,085,011,375.68	990,567,483.47	8.70%	133.63%	138.38%	下降 1.84 个百分点

注：1、2021 年复合肥产品细分为常规复合肥和新型复合肥，并按照此分类对复合肥产品上年同期数据进行了细分和对比。

2、川菜调味品重新划分至其他产品，同时其他产品中的氯化钙、聚氯化铝产品重新划分至其他化工产品，因此相应调整了其他产品和其他化工产品的上年同期数据。