



China Modern Dairy Holdings Ltd.

中國現代牧業控股有限公司

Stock Code 股份代號：1117



连续四年荣获世界食品品质评鉴大会

金奖

Annual Results Announcement

二零一七年年业绩报告





免责声明

本演示材料由中国现代牧业控股有限公司（“本公司”）制作，仅作为提供参考资料之用。其全部或部分内容均不可以带走、以任何方式复制、分发、或转发。参与本次演示活动，你即同意接受上述约束。任何不遵守将可能违反有关法律和规定。

本演示材料的内容不构成任何有关证券的买卖要约，也不成为有关任何合约、承诺或投资决定的依赖基础。

本演示材料可能包括前瞻性陈述。这些前瞻性声明是基于若干对未来的假设，其中一些是本公司无法控制的。本公司不承担任何义务更新任何前瞻性陈述，以反映在演示之后发生的事件或出现的情况。潜在投资者需谨记实际财务数据可能与下述前瞻性陈述有显著区别。

本演示材料内容没有经过独立第三方的验证。不能保证以及依赖内容的公正、准确、完整和正确。本演示材料内容应该在当时环境来理解，没有也不会再在演示结束后再更新内容来反映重大的发展变化。本公司和相关董事、管理层、雇员、代理人 and 顾问在任何时候都无须为本演示材料内容负责，因此也无须为由于使用本演示材料内容造成的任何损失负责。



目录

CONTENT



连续四年荣获世界食品品质评鉴大会

金奖

01 财务概况 ▶

02 公司概况

03 公司最新动态

04 行业概况





二零一七年度综合业绩一览



	2017 (2017年1月1日 至12月31日止)	2016 (2016年1月1日 至12月31日止)	增加/(减少)
	人民币千元	人民币千元	%
单产 (吨/年/头)	9.8	9.4	4.3%
总产量 (万吨)	118.2	110.10	7.4%
公斤奶现金成本 (元)	2.43	2.53	-4.0%
销售额	4,783,801	4,862,311	-1.6%
乳牛公允价值变动及售牛损益	-868,337	-1,058,928	-18.0%
应收账款减值亏损	-495,271	-1,589	NA
现金EBITDA ⁽¹⁾	1,081,783	840,359	28.7%
归母净利润	-975,116	-742,103	-31.4%

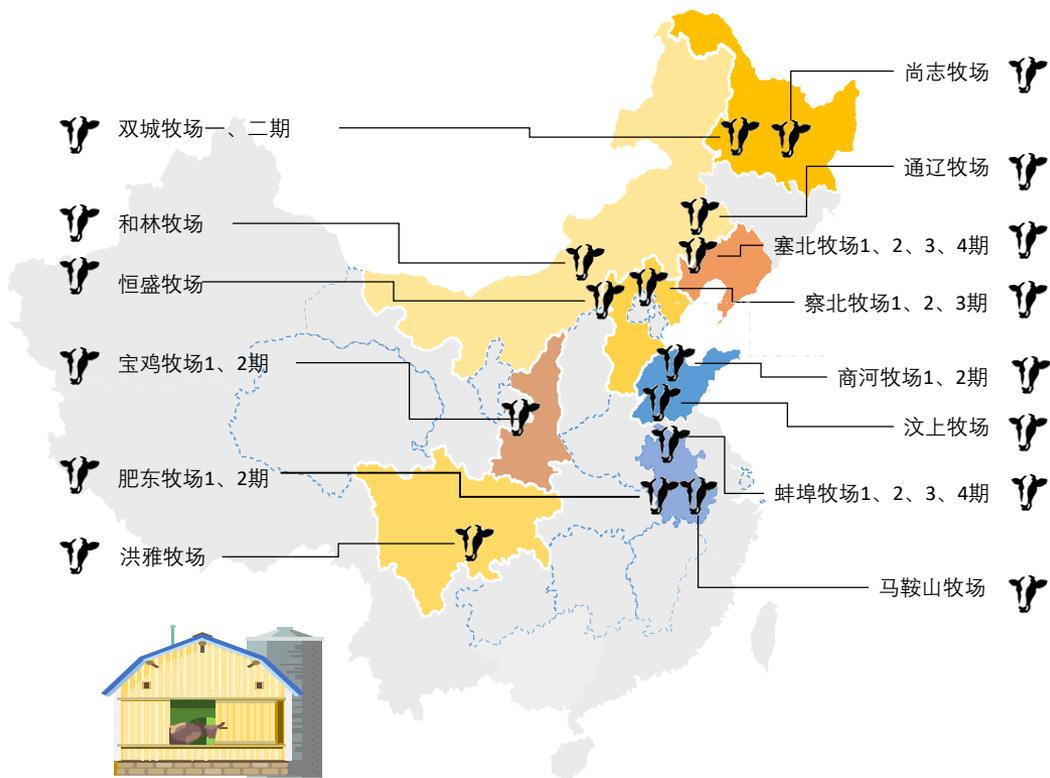
注释：

(1) 现金EBITDA为加回以下项目后的融资成本及税项前亏损: i) 物业厂房及设备折旧; ii) 摊销; iii) 其他收益及亏损净额; 及iv) 乳牛公允价值变动减乳牛销售成本产生的亏损;





上游原奶销售业务-牛群规模

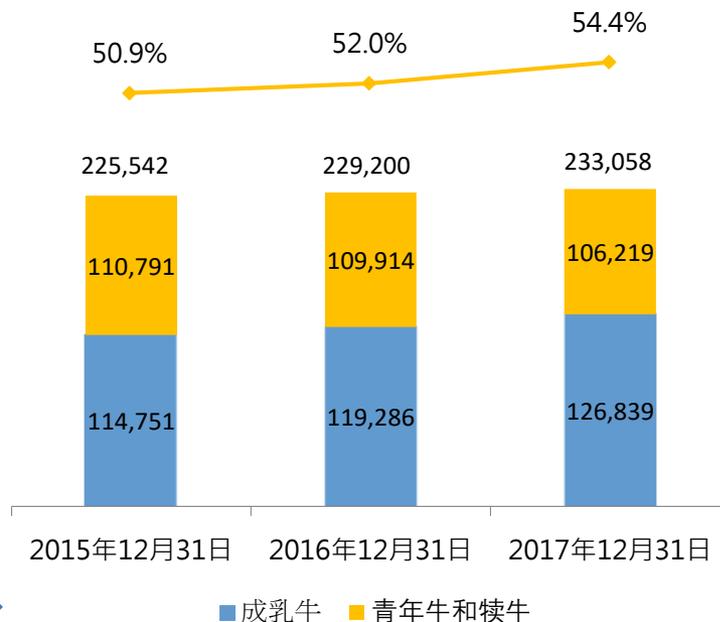


我们的牧场遍布全国七个省区，26个万头牧场，南北各一半



奶牛数量及成乳牛占比

奶牛数量 (头)





上游原奶产量及销量

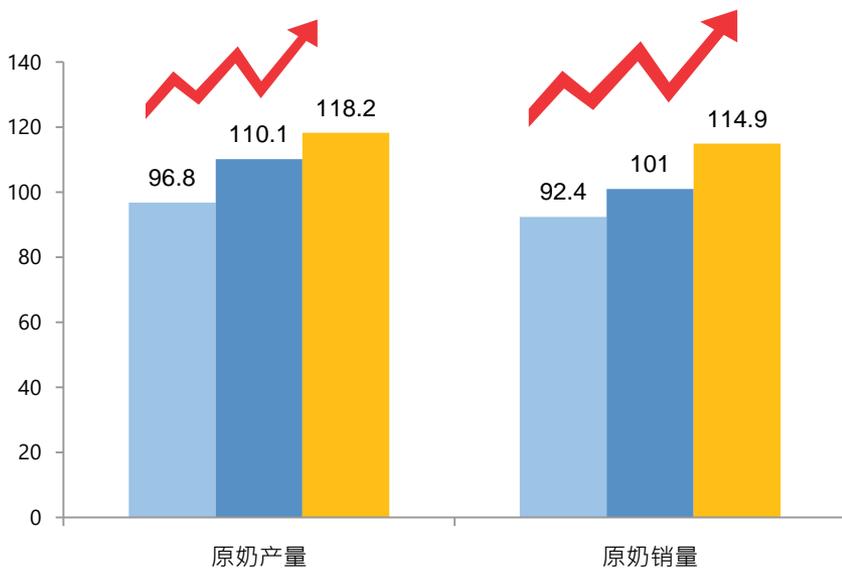


原奶产销量稳步增长⁽¹⁾

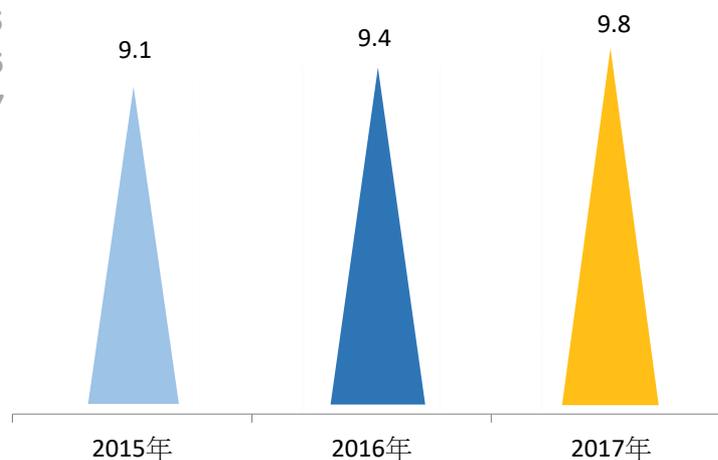


成乳牛单产不断提高

(万吨)



(每头/吨/年)



注释：(1) 销量包含外销原奶及品牌奶领用



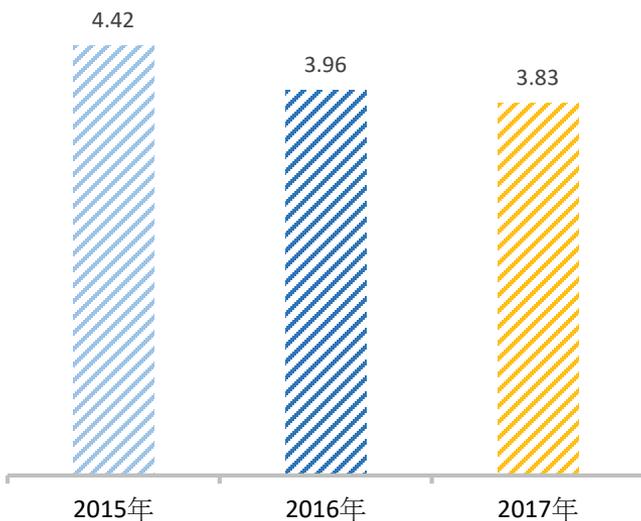


上游原奶销售业务-原奶售价及现金成本



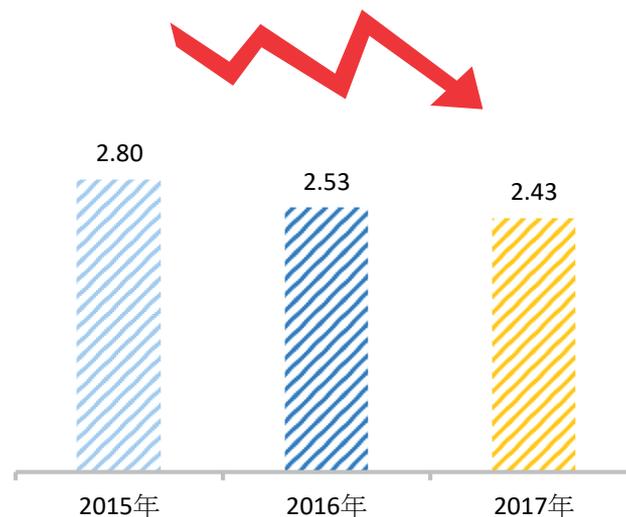
外部原奶售价

(人民币元/公斤)



原奶现金成本(1)

(人民币元/公斤)



注释：(1) 原奶销售业务成本减去固定资产折旧除以原奶销售量





上游原奶销售业务-销售额，毛利润及毛利率



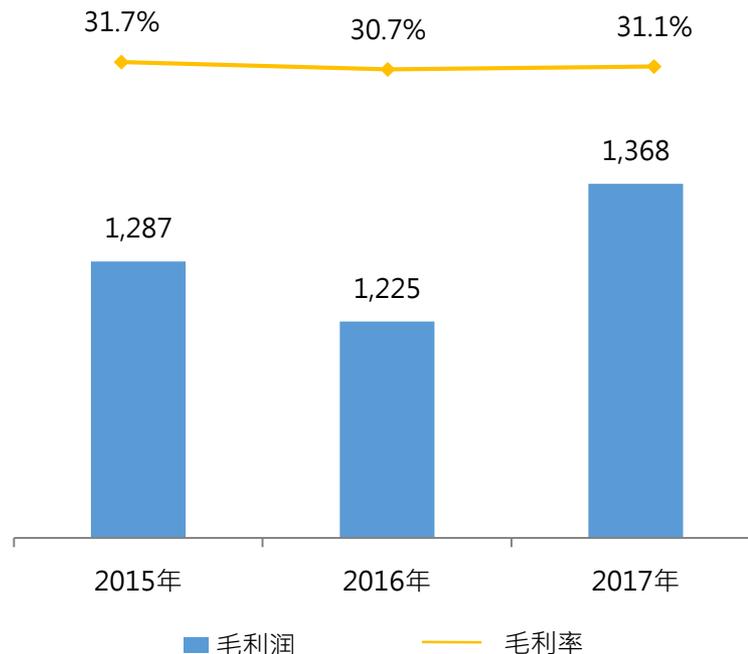
原奶销售额

(人民币百万元)



销售原奶毛利润及毛利率⁽¹⁾

(人民币百万元)



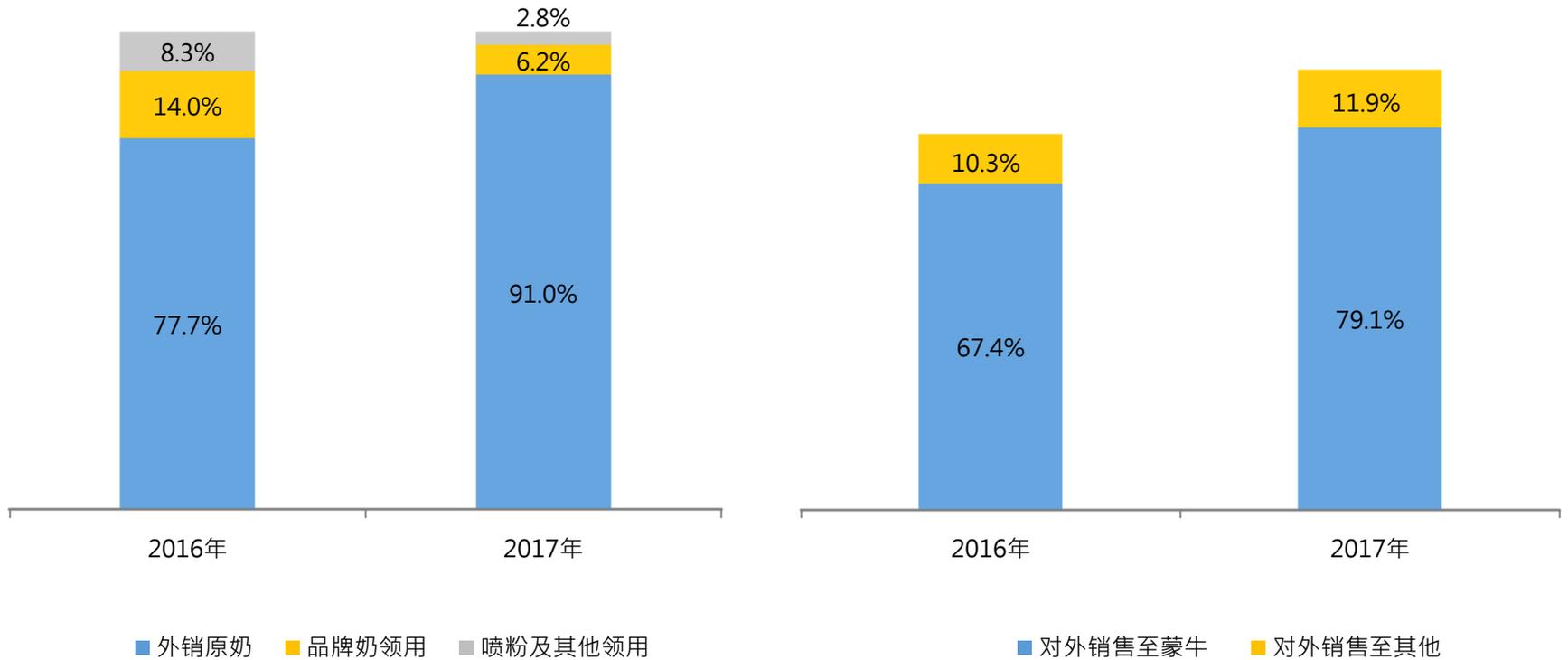
注释：(1) 未抵消内部原料奶供应相关销售收入及成本



MODERN FARMING
现代牧业



上游原奶销售业务-原奶销售情况





下游品牌奶业务-销售额及售价



自2017年6月，我们的下游业务销售模式发生改变，品牌奶产品采用成本 **+3%** 的方式卖给蒙牛



品牌奶售价同比下降 **9.42%**，营销费用同比下降 **81.78%**

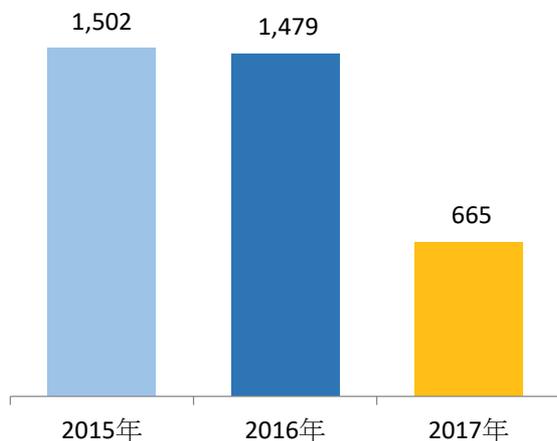


下半年着力 **恢复品牌奶价格体系**，重塑品牌形象及销售渠道，由过去保量主动调整为保价，销量同比下降 **50.38%**



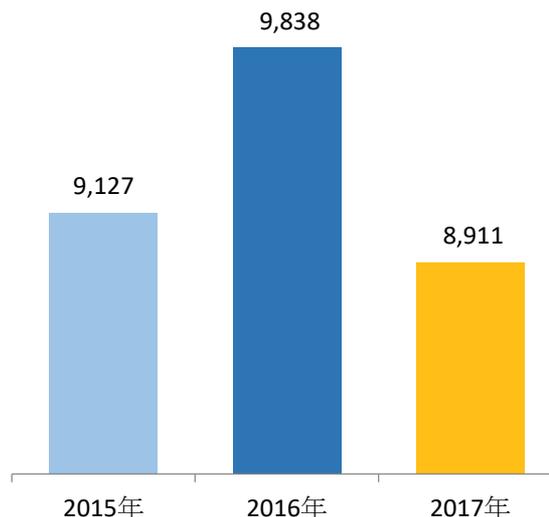
品牌奶销售额

(人民币百万元)



品牌奶售价

(人民币元/吨)





资产规模

	2017 (2017年12月31日)	2016 (2016年12月31日)	增加/(减少)
	人民币千元	人民币千元	%
生物资产	7,751,070	7,602,959	1.9%
固定资产	4,698,736	5,075,030	-7.4%
总资产	16,717,581	17,808,704	-6.1%
总负债	9,629,152	10,685,808	-9.9%
借贷总额	7,425,197	6,806,364	9.1%
负债比率(1)	51.6%	49.2%	+240bps
现金余额(2)	797,986	1,208,412	-34.0%
银行授信 (未使用)	6,306,479	6,709,321	-6.0%

注释:

(1) 负债比率=有息负债/ (有息负债+所有者权益账面值)

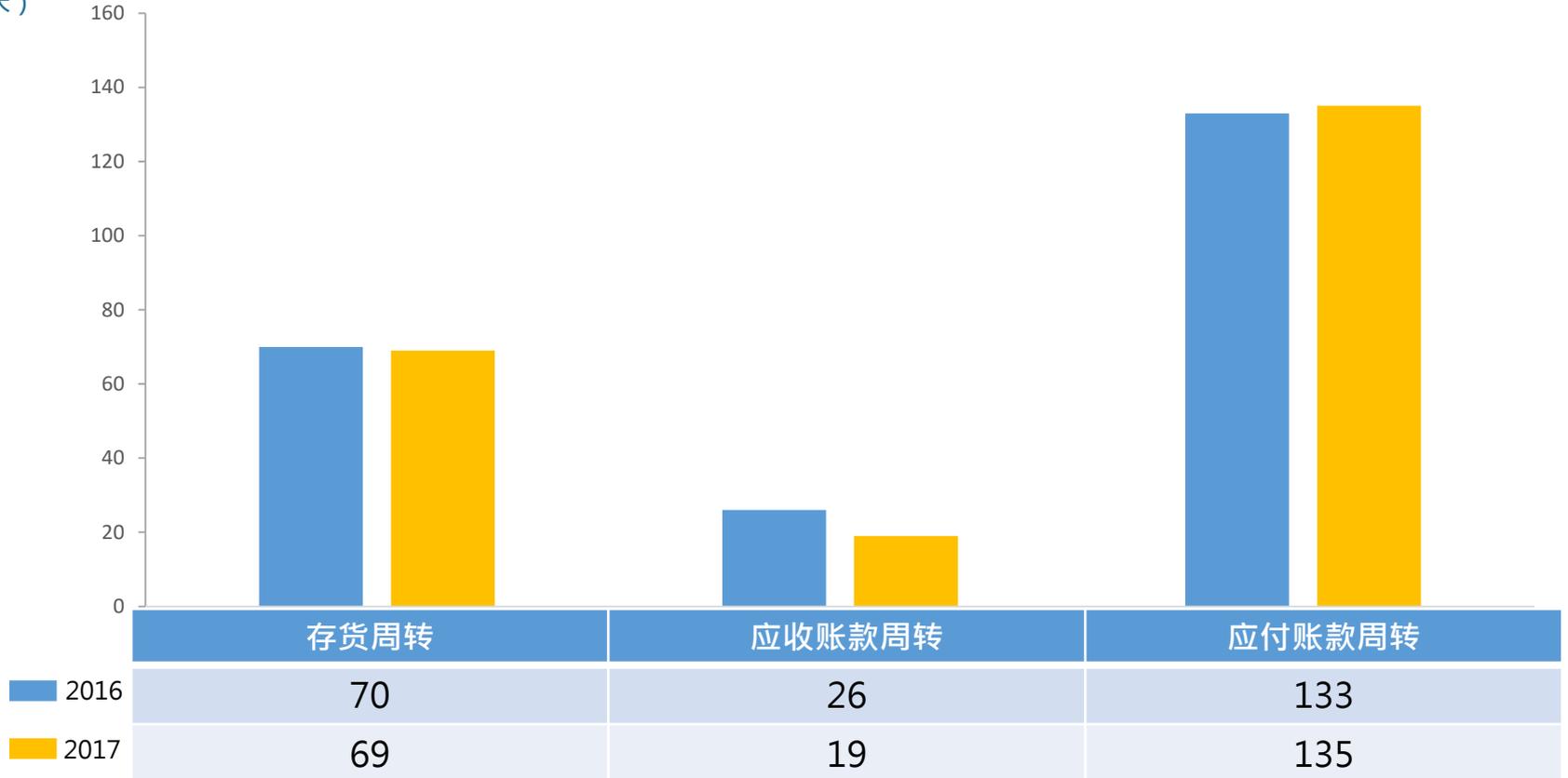
(2) 包括已质押银行结余





牧场运营效率

(天)



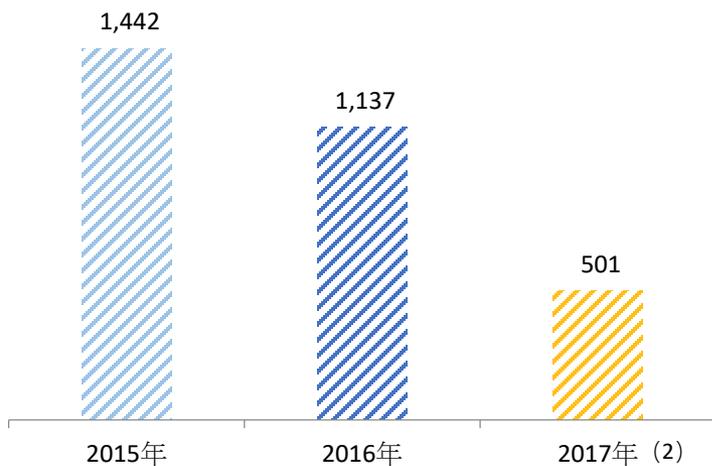


现金流和资本支出



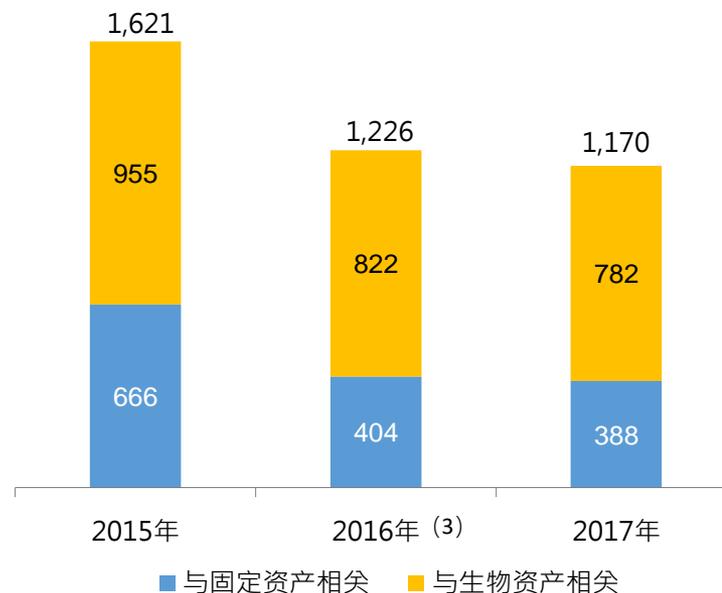
经营活动所得现金净额

(人民币百万元)



资本支出(1)

(人民币百万元)



注释：(1) 资本支出=购买物业、厂房及设备支出+培育小牛至成乳牛支出-出售乳牛所得款项
 (2) 包含支付上一年青贮款3亿元
 (3) 包含收到上年出售商品牛款



目录

CONTENT



01 财务概况

02 公司概况 ▶

03 公司最新动态

04 行业概况





工业化、生态化奶牛养殖引领中国行业

▶工业化的散栏式饲养模式和标准化的业务操作流程及牧场设计

▶严格的质量和标准，对生产链的各个环节实施最严格的安全标准和质量监控

质量监控

现代牧业的创立与发展系统

并成功地解决了行业面临的危机与问题



▶采用先进的繁殖与饲养技术，以及现代化的设施与设备,实现显著的规模经济效应

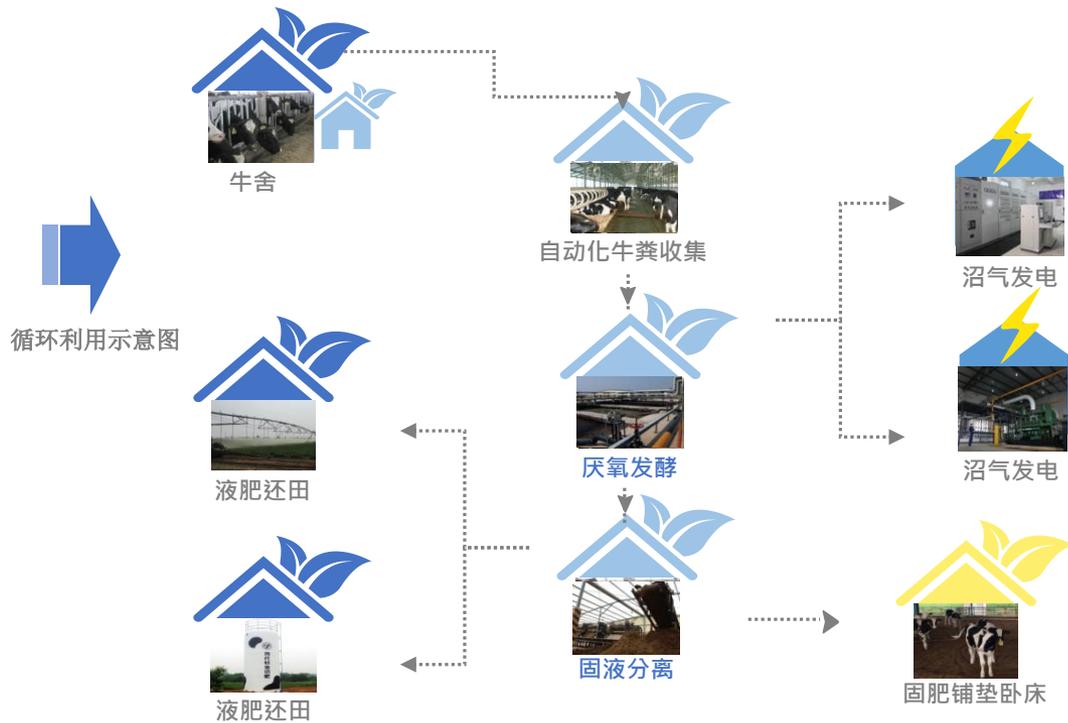
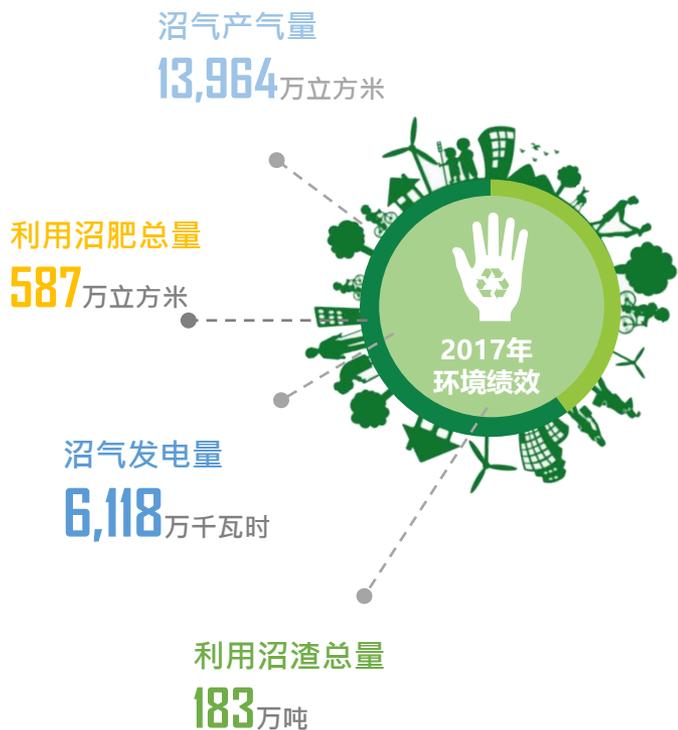
▶严格管理牧场环境，重视奶牛疫病预防,通过疾病监控，疾病预防系统和注射疫苗保证奶牛健康

▶生态循环的生产方式，整个系统实现牛粪资源化利用，保护环境





生态循环的生产方式





创新的养殖加工一体化模式



➢ 现代牧业**养殖加工零距离**无缝链接，减少两次热处理工艺，最大限度的保留了牛奶中的活性物质和营养成分

➢ 国内唯一的一家一体化生产模式**通过SGS认证**的企业



目录

CONTENT



连续四年荣获世界食品品质评鉴大会

金奖

01 财务概况

02 公司概况

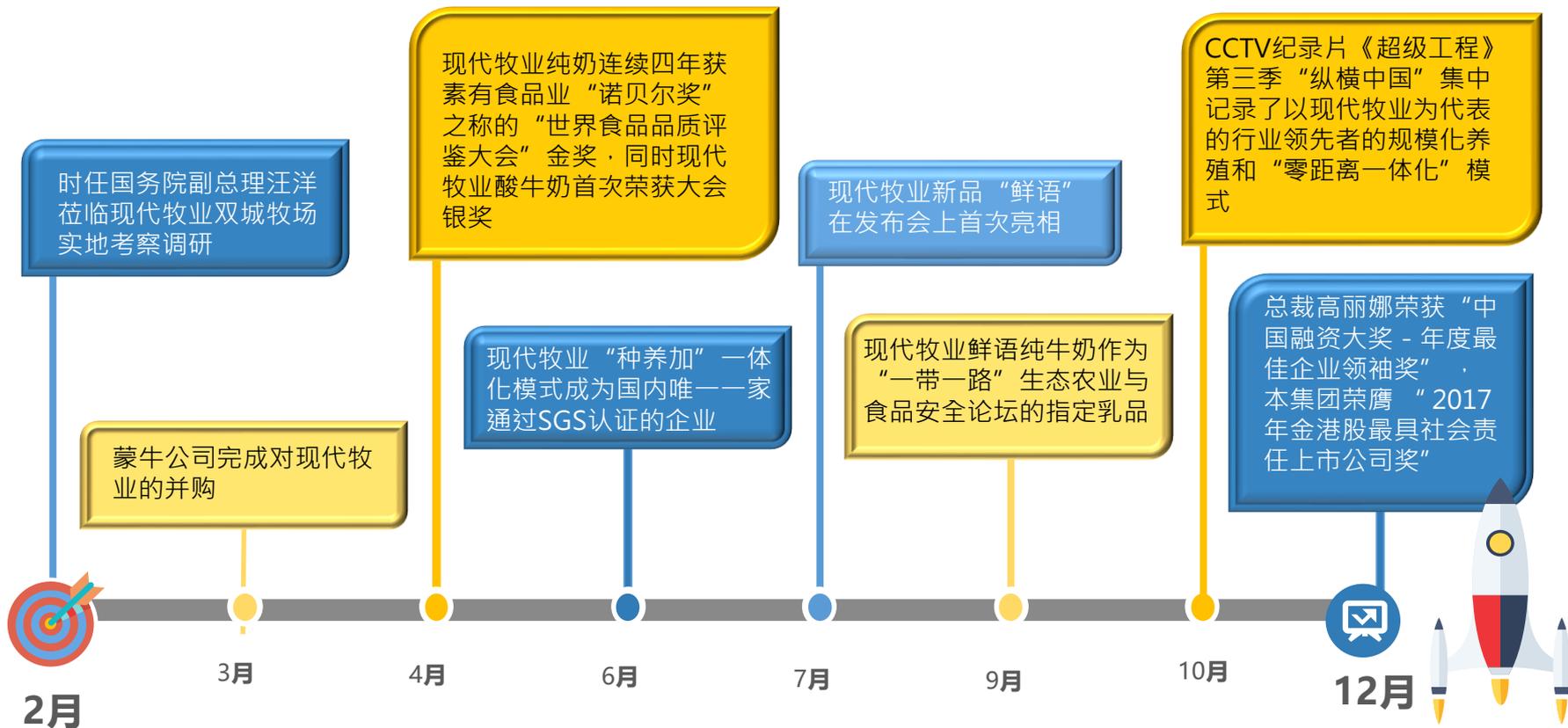
03 公司最新动态 ▶

04 行业概况





现代牧业大事记





与蒙牛协同

采购协同



- ▶ 协同谈判、协同物流，降低采购成本。
- ▶ 借助中粮的资源，减少中间环节

资金协同



- ▶ 提供10亿委托贷款及5亿过桥贷款，年利率4%
- ▶ 利用蒙牛的银行信用资源，降低现代牧业的融资成本

品控协同



- ▶ 统一检验标准和流程，提高检测效率
- ▶ 梳理重复检验项目，减少检验成本

产能协同



- ▶ 与蒙牛工厂产能互相利用，减少各自重复投资
- ▶ 提升总体产能利用率，降低产品成本

原奶销售



- ▶ 共享战略规划，协同原奶供应与产品生产。
- ▶ 控制进口奶粉量，加大收购现代牧业原奶的比例

品牌业务



- ▶ 发挥蒙牛品牌运作及销售的经验，借助蒙牛广阔的渠道
- ▶ 互补特仑苏，发挥现代牧业2小时完成加工的优势





新品上市

常温纯奶 “鲜语”



- 新品 “鲜语” **2017年7月11日** 正式启动
- 包装 采用 “**冰箱**” 概念设计，拉丝银彰显高端质感，象征着产品包装像冰箱一样保护着牛奶的新鲜
- 液晶屏创意凸显产品利益点，充分展现现代牧业鲜语纯牛奶 “**从挤奶到加工仅**需**2小时**” 的特点

欧式酸奶 “莱慕”



- 欧式酸奶 “莱慕” 于 **2018年情人节** 正式发行
- 甄选自家牧场奶源，精选 **欧洲进口菌种**，怀抱着欧式庄园情怀，搭配浓浓玫瑰和蔓越莓口味，浓醇绵密、花香四溢
- 花果风情，尊享莱慕，**L' AMOUR**，源自拉丁语这个欧洲古老而又悠远的语系。莱慕意味着爱，代表着对欧式人文情怀的钟情

目录

CONTENT



01 财务概况

02 公司概况

03 公司最新动态

04 行业概况 ▶



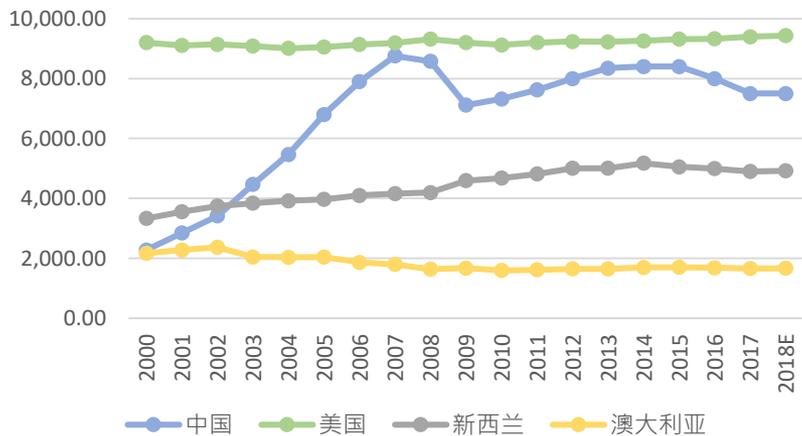


全球乳业数据概况



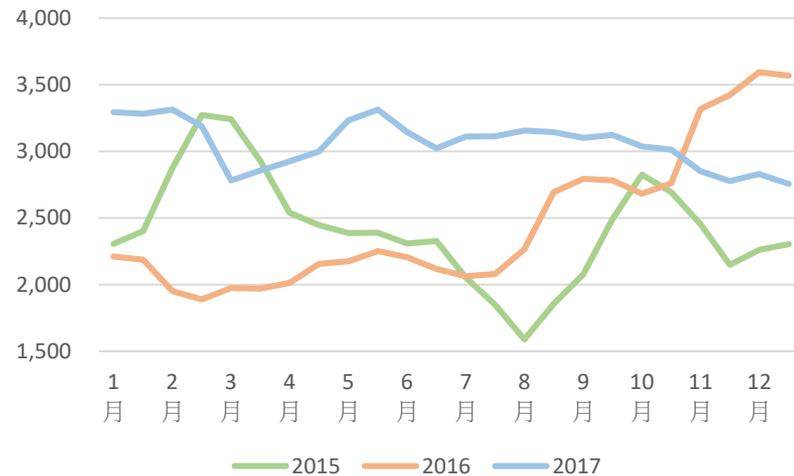
全球主产区的奶牛数量(1)

千头



2017年奶价走出历史最低谷(2)

美元/吨



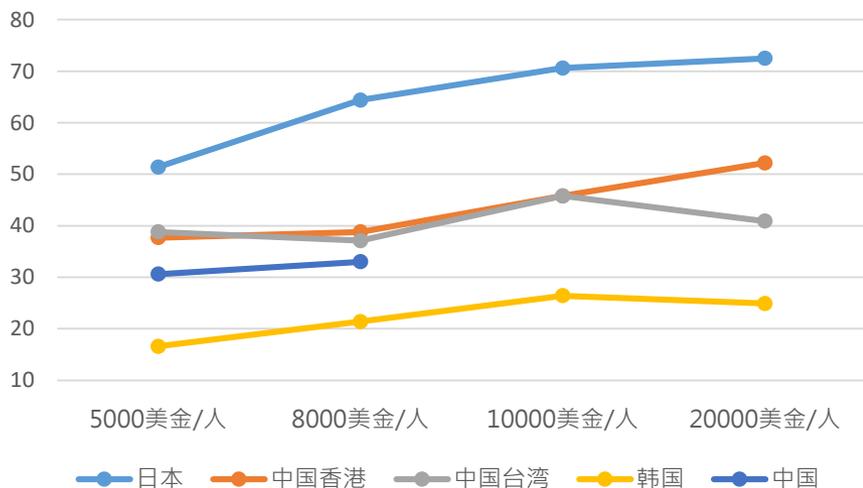
资料来源：(1) 美国农业部 (2) CLAL



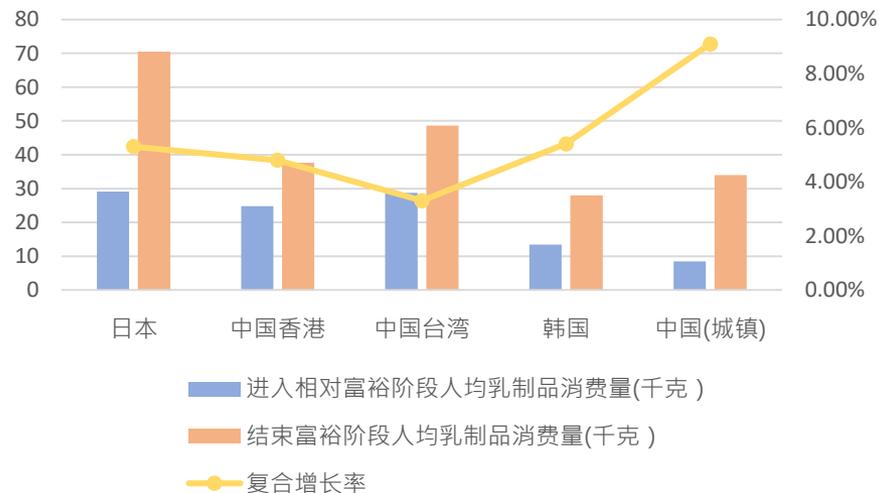


乳制品行业消费潜力巨大

亚洲主要国家/地区人均乳制品消费量随人均GDP上升而增加⁽¹⁾



亚洲主要国家/地区人均乳制品消费量在相对富裕阶段的增速⁽¹⁾



▶ 国内乳制品行业消费潜力巨大

▶ 在进入相对富裕阶段 (恩格尔系数30-40%) 后, 人均乳制品消费量均有明显增长

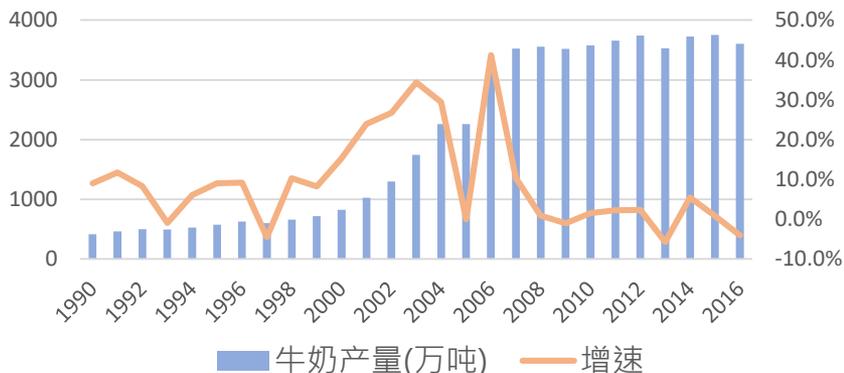
资料来源: (1) Wind



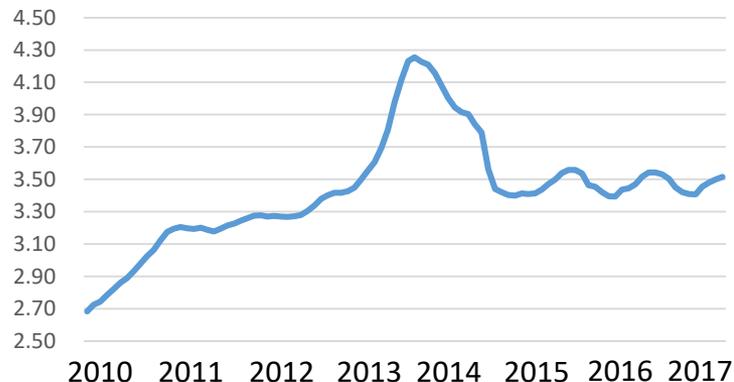


国内乳业概况

国内牛奶产量增速放缓甚至进入负增长(1)

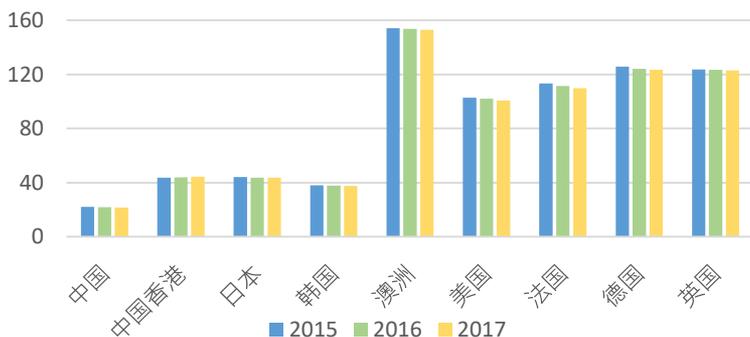


国内原奶价格有望走出最低点(1)



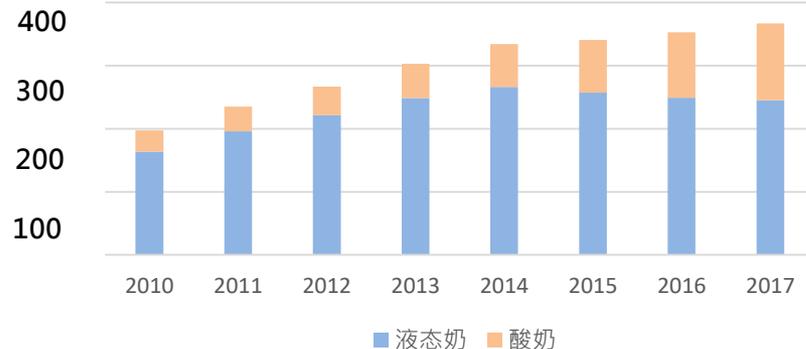
中国人均奶制品消费量仍有较大成长空间(2)

(千克/人)



中国液态奶及酸奶的消费需求呈增长态势(2)

(10亿人民币)



资料来源: (1) 商务部 (2) Euromonitor





乳品鉴定新国标讨论稿正式征求意见

2018年2月28日，生乳、巴氏杀菌乳、灭菌乳和复原乳鉴定4个新国标第一次讨论稿发布，正式征求意见

新标准的主要特征

一是生乳分级：将生乳中的“蛋白质”、“脂肪”、“微生物”和“体细胞”划分成优级、良级、合格级三级。

二是加工工艺规范明确：引入了糠氨酸和乳果糖这2个牛奶热加工的副产物，能够科学区分生乳、巴氏杀菌乳、灭菌乳和复原乳。

三是奶产品包装标识：新标准规定巴氏杀菌奶、灭菌乳的产品包装上可以明确标识所用生乳的等级、加工工艺参数和品质参数。

上中下游紧密相连,引领中国奶业健康发展



增强消费国产奶的信心



利于消费品质升级



提升国内鲜奶的使用量



利好优质牧场发展

备注：现代牧业成为巴氏杀菌奶、UHT灭菌奶同时通过“优质乳工程”验收的首家企业。



2017 **THANK**
YOU!

