

证券代码：000639

证券简称：西王食品

公告编号：2021-010

西王食品股份有限公司 2020 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。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

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	西王食品	股票代码	000639
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	王超	张婷	
办公地址	山东省邹平市西王工业园	山东省邹平市西王工业园	
传真	0543-4868888	0543-4868888	
电话	0543-4868888	0543-4868888	
电子信箱	wangchao@xiwang.com.cn	zhangting@xiwang.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司主要业务及产品

公司产品业务主要为食用油、运动营养双主业齐头并进、协同发展。

食用油板块：主产品为“西王”牌鲜胚玉米胚芽油及玉米胚芽油，产品涉及菜籽油、葵花籽油、亚麻籽油、花生油等多个健康油种，2010年8月被中国食品工业协会冠名“中国玉米油城”。公司依托控股股东西王

集团农业产业化、中国糖都得天独厚的资源优势，实现了玉米油的充足原料保障能力，公司从原料到产品实行全程质量监控，使生产过程实现了全自动化控制，从工艺和技术上确保了产品质量和食品安全。未来公司将继续秉承“食品安全为本，诚信经营为先”的经营理念，发挥全产业链、智能制造、专业营销、健康理念等多方面的优势，为广大消费者提供“绿色、营养、安全、健康”的食用油产品。

运动营养板块：公司2016年成功收购全球知名运动营养与体重管理健康食品龙头Kerr公司，Kerr公司现有MuscleTech、Six Star、Hydroxycut、PurelyInspired等重点品牌，涵盖运动营养和体重管理两大品类，此外公司也密切关注新品牌的开拓。Kerr公司以健身专业人士及爱好者和追求健康生活方式人群为目标群体，致力于提供高科技含量、高品质的运动营养及体重管理产品。

（二）公司的经营模式

食用油板块：公司在食用油行业深耕多年，主营为小包装玉米油，品牌的首要目标人群定位于关注健康、重视健康的高品质客户及白领人群。依托西王集团，建立起了“原料基地-加工过程-终端产品”的完整产业链，转化玉米深加工的副产品胚芽，打造了品牌价值，构建了贯穿玉米油生产的全产业链。同时，公司以“巩固一线城市，发展二线城市，开发三、四线城市”为总体思路，先后设立华北、华东、华南、华西、华中、山东等六个大区，采用现代渠道与传统渠道相结合的渠道策略全方位拓展产品销售渠道，线上、线下协同发展，稳步扩充全国营销网络。

运动营养板块：Kerr公司立足产品创新和质量把控，具有完整的供应链体系，已经生产出众多基于运动营养产品领域的领先科技产品，熟悉国际市场环境和行情，并拥有全球性的销售渠道。尤其，在中国市场发展势头迅猛，未来将进一步扩大销售渠道，通过健身房、篮球馆、运动场资源及高端商超渠道提供全新的互动体验。

（三）主要业绩驱动因素

食用油板块：

品牌端，经过多年品牌建设，公司被中国食品工业协会冠名“中国玉米油城”，西王玉米胚芽油连续多年被评为“山东名牌产品”、西王商标被评为“中国驰名商标”，“西王”玉米油品牌优势凸显，报告期内，为实现“做大粮油”的战略目标，公司新建年产30万吨小包装玉米油项目，项目达产后，公司将达到年产60万吨的产能；

产品端，除玉米油外，产品涉及菜籽油、葵花籽油、亚麻籽油、花生油等多个健康油种，不断完善食用油品类布局，持续进行结构升级；

渠道端，加强对经销商、终端的管理，优化经销商结构，不断开拓新网点，实现传统渠道、餐饮渠道、新零售等对客户的深挖，报告期内，营业网点已达20余万家。

人才端，以党建带动人力资源建设，完善人才梯队培养，以满足公司规模化的需求。培养一批、提拔一批、后备一批持续性输出优秀人才，推进核编、核岗、工作量核定工作，不断优化岗位设置。

运动营养板块：

品牌端，持续增强品牌竞争力，以两年为频次进行品牌更新，实行品牌发展的长期规划，实施以品牌为核心的总经理制来重组品牌运营模式。卓越的产品品质，配合有效的品牌宣传，打造了强劲的客户信任

和产品忠诚度，带动了重复销售以及交叉产品销售；

渠道端，坚持国际市场战略，制定精准的商业规划以推动销售、营销，拥有全球性的销售渠道，产品销往140多个国家和地区，主要销售区域为美国、加拿大、中国等地区，并覆盖世界其他主要市场。

产品端，加强新品研发，全年推出60余款新品，重磅推出全新单品-白金NMN胶囊，此款胶囊具有科技锁龄、改善代谢、提升机能、降低体重、调节睡眠等功效，产品所采用的NMN原料已通过GRAS认证、CGMP认证，并经国际权威实验室ADVANCEDLABORATORIES检验合格，通过美国国家标准协会-美国质量学会认证机构认可委员会及全球知名食品、制药、环境实验室EUROFINS检测合格。

人才端，吸引、发展和保留多样化人才，识别高潜力团队成员，制定并实施继任计划以培养和留住顶尖人才，改善绩效管理评级，评估高管团队构架和人才能力，在公司内部建立“与总裁喝咖啡”的形式，开通各级员工与高层的交流渠道。

（四）行业发展阶段

食用油板块：伴随人均可支配收入的提升以及健康意识的提高，消费者对于食用油的需求也更加多样化和精细化，定位于不同细分市场需求的食用油企业将获得持续的发展，玉米油的细分行业市场虽然目前总体规模有限，但其具备改善心脑血管、降低胆固醇、平衡膳食、减少脂肪堆积等各种功能越来越受到消费者的认可和接受。随着食用油消费升级的推进，玉米油已成为食用油细分领域新的竞争点，消费比例持续提升，并保持较高的增长速度。

运动营养板块：随着居民保健意识的增强和消费群体的不断拓展，越来越多的消费者已经开始运用专业的运动营养产品以实现最佳状态和身体健康，运动营养产品已经迈入主流消费领域。未来运动营养市场和体重管理市场的产品将不断丰富，呈现功能多样化和形态多元化。例如，运动营养产品按功能不同可以分为补充能量类、控制能量类、补充蛋白质类、提升速度和力量类、提升耐心类，运动后恢复类等；同时，产品的形态也会日益多元化，除了常见的蛋白粉外，蛋白棒、软糖等即食产品也不断渗入市场，以满足广大消费者不同的偏好需求。

（五）周期性特点

公司食用油系居民日常消费必需品，并通过渠道建设，产品遍布全国市场；运动营养及体重管理产品随着人们对健康的重视，健身热情日益高涨，未来需求会逐步提升，因此公司产品不具有周期性波动的特点。

（六）公司所处行业地位

食用油板块：公司是国内领先的拥有全产业链控制条件的玉米油生产企业，专注于玉米油生产制造十余年，积累了雄厚的技术与资金资源，通过了ISO9001：2008质量管理体系、ISO14001：2004环境管理体系、ISO22000食品安全管理体系、OHSAS18001：2007职业健康安全管理体系，是国内最大的玉米胚芽油生产基地，被中国食品工业协会冠名“中国玉米油城”，“第十一届全国运动会指定用油”、被认定为山东省高新技术企业，并多次获得行业协会、主管单位所颁发的相关奖励及荣誉称号。

运动营养板块：kerr为全球最大的运动营养及体重管理公司，拥有全球性的销售渠道，其产品销往140多个国家和地区，拥有丰富的国际经营及销售经验，熟悉国际市场环境和行情，Muscletech为北美地区最具影响力的运动营养品牌之一，Six Star在北美运动营养市场占有率排名前列，肌肉科技已连续五年蝉联国

内运动营养品类销量第一。

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：元

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	5,779,674,621.75	5,727,004,023.95	0.92%	5,845,040,221.08
归属于上市公司股东的净利润	312,838,097.93	-751,998,817.19	141.60%	468,462,924.19
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	287,122,283.22	-862,003,679.68	133.31%	431,418,831.75
经营活动产生的现金流量净额	702,648,968.04	393,179,862.94	78.71%	1,192,994,534.56
基本每股收益（元/股）	0.29	-0.7	141.43%	0.44
稀释每股收益（元/股）	0.29	-0.7	141.43%	0.44
加权平均净资产收益率	8.63%	-19.19%	27.82%	19.01%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
总资产	7,723,921,757.15	8,140,129,890.14	-5.11%	10,279,742,024.01
归属于上市公司股东的净资产	3,651,105,345.68	3,534,101,531.99	3.31%	4,375,386,803.60

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,207,630,520.71	1,439,413,228.85	1,634,154,405.54	1,498,476,466.65
归属于上市公司股东的净利润	77,581,974.51	102,419,137.84	105,287,790.80	27,549,194.78
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	78,278,650.96	83,379,484.44	105,973,744.56	19,490,403.26
经营活动产生的现金流量净额	-20,616,842.68	199,603,883.66	182,017,546.34	341,644,380.72

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	39,228	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	39,049	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	质押或冻结情况		

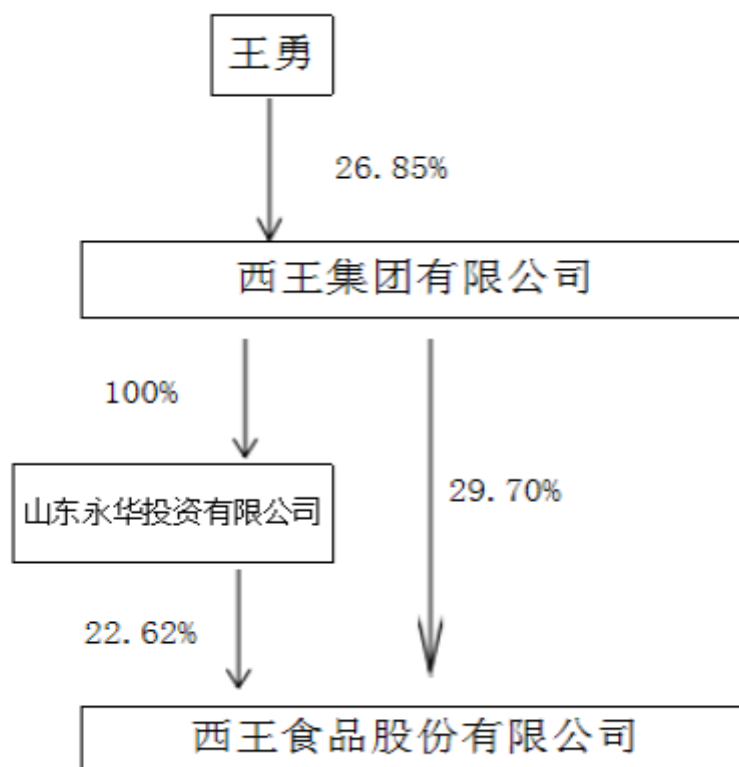
				件的股份数量	股份状态	数量
西王集团有限公司	境内非国有法人	29.70%	320,545,721		质押	316,505,300
山东永华投资有限公司	境内非国有法人	22.62%	244,154,025		质押	244,154,025
巨能资本管理有限公司—山东聚赢产业基金合伙企业（有限合伙）	国有法人	4.99%	53,854,837			
泰达宏利基金—工商银行—泰达宏利价值成长定向增发 726 号	其他	3.49%	37,709,678			
武汉睿福德投资管理中心（有限合伙）	境内非国有法人	1.75%	18,854,837			
山东高速嵩信（天津）投资管理有限公司—山高嵩成私募股权投资基金	其他	1.75%	18,854,837			
株洲市国有资产投资控股集团有限公司	国有法人	1.00%	10,752,493			
洪志权	境内自然人	0.57%	6,193,328			
方怀月	境内自然人	0.57%	6,111,300			
李芳毅	境内自然人	0.49%	5,316,360			
上述股东关联关系或一致行动的说明	西王集团有限公司与山东永华投资有限公司之间存在关联关系，山东永华投资有限公司属于西王集团有限公司的全资子公司，因此属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。西王集团有限公司、山东永华投资有限公司与前十大股东中的其他股东不存在关联关系或一致行动关系；公司未知其它股东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》规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

（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

2020年度，面对复杂严峻的国际形势，特别是新冠肺炎疫情的严重冲击，在董事会和经营层的领导下，准确判断形势，精心谋划部署，团结一心，艰苦努力，有效克服了疫情的不利影响，推动了公司稳健、高质量发展。报告期内，公司实现营业收入57.80亿元，归属于母公司股东的净利润为3.13亿元，小包装食用油销量为18.5万吨。

一方有难，八方支援。在全国人民共同抗击新冠疫情关键期，公司是最早响应且驰援行动最频繁的企业之一，将加急赶制的价值超百万元的营养蛋白棒捐赠给湖北疫区，在危机与变化中快速行动，在挑战与混乱中敢于担当。同时，公司作为国家国民经济动员中心单位，按照政府部署要求，积极做好食用油等国家物资储备，确保食用油储备足量优质。

报告期内，公司围绕“做大粮油”的发展战略，致力于打造国家粮油创新发展示范基地，首次创新性提出“不忘初心、永不言败、勇争一流、为国贡献”的西王心精神，进一步丰富了企业文化的内涵，亦勇于承

担起助力国家战略的历史使命。同时，为满足市场对玉米油与日俱增的旺盛需求，坚守“西王心”，矢志“再创业”，董事会审议通过新建年产30万吨小包装玉米油项目，项目达产后，公司将达到年产60万吨的产能。

1、食用油业务

报告期内，公司结合品牌、渠道、产品等要素，认真分析了食用油市场形势和竞争态势，果断确定了全年要以“市场增量”为年度工作重心，从水平增量和垂直增量两个维度出发，围绕区域、市场、渠道、网点、产品、促销等多方面寻找增量机会。

渠道端：针对疫情影响而加速销售渠道结构变化，加快线上社群营销的推广，并采取了一系列举措，使产品力、渠道力、品牌力得到显著提升。布局新兴零售渠道，优化线上渠道结构，针对新冠疫情现状下的零售渠道变化及消费者“足不出户”的消费形态，在全国迅速组建1万家社群零售平台，上线社群营销工具“微商城”，积极推动经销商、团队、系统开展各类“直播带货”活动，同时，在全国范围内加强与城市APP、城市社群及各类重点线上零售平台的合作，完善线上分销网络。优化现有渠道，稳固线下渠道基础，进一步拓宽了线下分销渠道，夯实渠道基础。

产品端：调整产品结构，扩大产品布局，补充优质单品，夯实产品基础。完善小规格产品体系，推出鲜胚玉米油1.8L+玉米橄榄油1.8L+果糖的橄为天下鲜的产品组合，推出玉米胚芽油1L*4的水晶套餐产品；实现渠道产品分割，完善策略性产品体系，针对电商渠道电商专供品，线下渠道推出“短、平、快”策略单品用于补强线下产品链，完善策略性产品体系。

营销端：为积极应对日益增长的市场机遇、创新销售渠道、夯实终端基础，抢先布局，配合门店实施多项分销活动措施，突破并创造多项历史销售记录。从“情暖冬季，礼惠全城”连续三季的换油活动，到“健康西王油，新鲜过大年”为主题的“西王年货街”活动，全国组织大型《高端好油尝鲜季，暨西王特惠节》活动，开展近1000场《西王鲜活每一餐，生活天天更新鲜》地推活动，助力终端动销。双11期间，西王食用油系列产品燃动各大电商平台，成交量疯狂上涨，订单数量全线飘红，截至11月11日24时，全电商平台销售超去年同期39%，销售额再创新记录。

2、运动营养业务

报告期内，北美地区虽疫情形势严峻，但亚马逊业务同比增长达到两位数以上，保持良性趋势，同时，公司加强并积极调整了费用支出的管控，营销支出和销售费用方面的结余，以及政府给予企业的各项补助，有效弥补了疫情对公司带来的影响。

品牌推广：增强品牌竞争力，聘请了风靡全球的好莱坞巨星亨利·卡维尔作为肌肉科技的全球代言人，通过新媒体平台规模性种草教育，引导大众健康人群对产品的认知，提高引流，全年推广曝光量7亿+，其中抖音、小红书等平台全年精准人群推广曝光量4亿+，提高主推品流量和精准搜索引导，其中，Happytimes系列“挑战你的快乐时光”主题活动微博阅读量4400万+，左旋小黑瓶推广“2020燃力全开”微博曝光量3000万+；开展展会、培训、地推等50余场次。

新品推广：报告期内，总共推出60余款新产品，新产品销售额占总销售的近20%，其中研发的夹心棒、左旋软糖、蛋白饮料等均属行业内首发，取得了良好的销售业绩。

市场端：疫情期间，完成30+新经销商招商工作，全面入驻并严格管控拼多多平台，为明年线上销售增

量打基础；Happytimes快乐时光系列全面上市，新零售渠道实现不同业态试点性合作，入驻上海竞品超市Supercity、捷德鲜、ALX连锁商超以及全国最大的自动售卖机系列魔盒。

直播带货，打包爆品，利用明星效应提高品牌知名度，策划618预热明星直播西王男篮主教练巩晓彬直播，参与刘涛、快手可新直播等头部流量直播间，其中蛋白棒3分钟销售16000盒+，左旋肉碱软糖14000盒+，CLA单场直播销量4700瓶+，通过直播有效带动销量转换打造直播爆款。双11期间，肌肉科技进店访客量突破100万，明星单品3磅增肌粉销量突破5万桶，爆品乳清蛋白棒同期增长53%，快手直播间3分钟销售肌肉科技左旋肉碱软糖1.1万盒，开创快手直播运动营养品类新高，肌肉科技已连续五年蝉联运动营养品类销量第一。

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

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
植物油	2,858,400,915.74	2,232,245,119.47	21.91%	11.34%	-13.68%	-6.34%
营养补给品	2,348,426,852.79	1,401,455,948.89	40.32%	-13.00%	-17.13%	-2.01%

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

6、面临退市情况

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

(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

(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

注1:

于2020年度，本集团新设立子公司山东奥威特、北京健康管理、Conscious Kitchen LLC、XP Sports LLC、Muscletech LLC、Hydroxycut LLC、Six Star Pro Nutrition LLC、Purely Inspired LLC。

注2:

于2020年度，本集团注销山东西王食品营销有限公司。