

公司代码：603536

公司简称：惠发食品

山东惠发食品股份有限公司
2020 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

无

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	惠发食品	603536	惠发股份

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	魏学军	刘海伟
电话	0536-6175996	0536-6175931
办公地址	山东省诸城市历山路60号惠发食品办公楼	山东省诸城市历山路60号惠发食品办公楼
电子信箱	sdhfdb@163.com	sdhfdb@163.com

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	1,346,346,929.86	1,224,595,750.42	9.94
归属于上市公司股东的净资产	635,512,365.01	644,531,488.44	-1.40
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增

	(1-6月)		减(%)
经营活动产生的现金流量净额	1,592,148.57	-21,016,623.70	107.58
营业收入	477,347,721.68	377,915,282.21	26.31
归属于上市公司股东的净利润	-5,659,123.43	-46,387,921.15	87.80
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-6,541,690.00	-46,812,586.23	86.03
加权平均净资产收益率(%)	-0.88	-7.82	增加6.94个百分点
基本每股收益(元/股)	-0.03	-0.28	87.97
稀释每股收益(元/股)	-0.03	-0.28	87.97

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)		21,377				
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)						
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	
山东惠发投资有限公司	境内非国有法人	32.05	53,848,266	0	质押	24,360,000
惠增玉	境内自然人	19.85	33,346,402	0	无	
李衍美	境内自然人	12.23	20,551,265	0	无	
正和昌投资有限公司	境内非国有法人	4.93	8,287,198	0	无	
陆庆峰	境内自然人	0.25	419,100	0	无	
赖垂燕	境内自然人	0.18	302,400	0	无	
陈杰昌	境内自然人	0.18	300,000	0	无	
余卫兵	境内自然人	0.16	273,100	0	无	
殷国生	境内自然人	0.14	238,100	0	无	
邓彪	境内自然人	0.13	210,000	0	无	
上述股东关联关系或一致行动的说明		山东惠发投资有限公司、惠增玉、李衍美为一致行动人。惠增玉为山东惠发投资有限公司的控股股东并担任法人代表、董事长；惠增玉和李衍美为母子关系。公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系，也未知上述其他股东之间是否为一致行动人。				
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		无				

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

报告期内，公司营业收入为 47,734.77 万元，较去年同期的 37,791.53 万元增长幅度为 26.31%，实现归属于母公司股东的净利润为-565.91 万元，较去年同期-4,638.79 万元增加 4,072.88 万元，涨幅 87.80%。报告期内公司利润情况出现上升趋势，主要原因是：一方面受鸡肉类原材料价格下降幅度较大的影响，导致产品成本降低，毛利率出现上升；另一方面受销售收入增加的影响，净利润出现大幅度上升。

报告期内，公司不断加大餐饮食材供应链服务方面的市场开拓力度，通过社区团购、生鲜配送、团餐配送、线上直播等多种途径，为团餐、校餐、社区等等终端消费群体提供一站式的全品类的食材供应链服务来扩大销售收入，消除季节性销售特点带来的不利因素。同时，公司通过建立面向终端消费者和经销商的食材一站式服务终端和服务体系，积极开拓 C 端市场，提升流通渠道服务消费者的配送能力和营销能力，打通服务最终用户的“最后一公里”，提升品牌知名度、提升公司分销能力和渠道掌控力度，构建公司全食材的定制化服务和快速配送能力。

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

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
