

证券代码：000639

证券简称：西王食品

公告编号：2020-038

## 西王食品股份有限公司 2020 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。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次半年报的董事会会议

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	
电话	0543-4868888	0543-4868888	
电子信箱	wangchao@xiwang.com.cn	zhangting@xiwang.com.cn	

#### 2、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）	2,647,043,749.56	2,774,186,788.06	-4.58%
归属于上市公司股东的净利润（元）	180,001,112.35	224,300,930.38	-19.75%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	161,658,135.40	215,778,628.07	-25.08%
经营活动产生的现金流量净额（元）	178,987,040.98	201,864,301.46	-11.33%
基本每股收益（元/股）	0.17	0.21	-19.05%
稀释每股收益（元/股）	0.17	0.21	-19.05%
加权平均净资产收益率	4.94%	4.37%	0.57%
	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）	7,976,036,173.77	8,140,129,890.14	-2.02%
归属于上市公司股东的净资产（元）	3,760,049,472.48	3,534,101,531.99	6.39%

### 3、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	33,606	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	质押或冻结情况	
					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	0	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	0	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	0	质押	0
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	0	质押	0
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	0	质押	0
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	0	质押	0

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	0	质押	0
卜长海	境内自然人	0.79%	8,526,848	0	质押	0
张振	境内自然人	0.69%	7,450,000	0	质押	0
北信瑞丰基金－招商银行－北信瑞丰基金丰悦 43 号资产管理计划	其他	0.63%	6,774,193	0	质押	0
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。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					

#### 4、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。

#### 5、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。

#### 6、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，且在半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

报告期内，面对复杂的经济形势和紧缩的金融环境，以及突如其来的新冠肺炎疫情等多重影响，在董事会和经营层的领导下，咬定发展不放松，强管理、抓生产、拓市场、提效益，有力地推动了公司稳健、高质发展。

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发往湖北疫区，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。

#### （一）报告期内主要工作

##### 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：布局新兴零售渠道，优化线上渠道结构，针对上半年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，招募200多名大型社群运营平台合伙人，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，上半年新增经销商60余家，新开网点1万余家，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：实施一揽子营销策略，创新渠道推广，为销售蓄力。紧抓旺季销售，组织《选新鲜，过大年》春节主题活动，春节活动全国累计投放1000家活动门店，累计带动终端销量6000万元；全国组织大型《高端好油尝鲜季，暨西王特惠节》活动，在稳效益、保利润、增销量的方向引领下，调整促销方式，产品促销政策为季度常规产品促销政策与月度特惠产品促销政策相互配合的方式执行；加强与消费者互动，增强消费者粘性，全国开展近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。

管理端：多项基础管理措施并进，为市场赋能。完善直营仓退货管理制度，保障产品新鲜度；完善促销品管理制度，实现促销品最大效益；完善价格体系，保障价格秩序健康运行；增强销售业务团队整体素质，提高销售人员的理论及实操能力；增加促销员团队的销售技能、提高其专业度。

##### 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：国内主线推广与实时热点结合，高性能系列重点以品牌主题传播为主，策划show your stronge无所不及主题传播方案，作为高性能和PRO系列产品传播主线，并结合线上达人资源开展主题活动，进行精准传播；结合实时热点，针对疫情在家办公情况，策划开展大咖带你宅家练、免疫大作战等主题推广，联动KOL达人展开短视频带练及达人专业指导，提高品牌与消费者互动增加忠诚度。

新媒体推广结合小红书、知乎等渠道场景化内容和知识类内容输出，配合减脂产品种草及收割，推广600余篇内容，上半年新媒体曝光率总计1.6亿+；主推乳清蛋白、增肌粉、蛋白棒等产品。

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，配合淘内刘涛直播传播，通过达人直播转化带货。

新品推广：梳理产品系列，规划白金、高性能主视觉升级，引发目标消费人群与品牌共鸣，提高销售转化。临近夏季进入减脂爆发期，重点针对减脂类产品进行专题和新媒体渠道种草双重推广方式，主推左旋产品，微淘活动同步；5月份新包装蛋白棒系列产品上市，以“可甜可盐，随时在线”为主题推广，通过多场景、多位达人推荐、产品测评等方式推广新品；6月底开展“Happy Times”系列上市推广，以BCAA气泡水（快速充能、消除疲惫、便携、小包装）、液态蛋白RTD（均衡营养、

便携、小包装）、减脂软糖（降低体脂、高倍燃减、便携、小包装）为主，通过主题传播，推出快乐的态度，引发消费者对新系列产品的关注和共鸣，目前曝光量已达2800万（指发布的推广信息，让用户看到的次数）。

## （二）未来发展展望

下半年整体经济仍将面临诸多风险和挑战，但公司的各项举措为业绩增长储备了实力，牢牢把握经营的“基本盘”，继续巩固和深化既定工作思路，在立足业绩增长后劲的基础上，努力提高公司的盈利能力。同时，为更好地把握市场机遇，充分发挥企业的规模优势和市场竞争优势，计划在现有生产线基础上，投资新建30万吨小包装玉米胚芽油项目。

越艰难困境，越历出强者。面对新冠疫情带来的全球经济动荡等一系列挑战，我们将不忘初心，带着心中的梦想走远路，做长期的战略部署，长期的资源投入和长期的团队构建。进一步夯实终端基础，深挖市场潜力，不断加强产品生动化、品牌思想化、渠道拟人化的策略输出，降本增效，在效率驱动的前提下继续实现经营能力的提升。

## 2、涉及财务报告的相关事项

### （1）与上一会计期间财务报告相比，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

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

### （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）与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用  不适用

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。