

爱普香料集团股份有限公司

2015 年年度报告摘要

一 重要提示

- 1.1 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券监督管理委员会指定网站上仔细阅读年度报告全文。
- 1.2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证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。
- 1.3 公司全体董事出席董事会会议。
- 1.4 上会会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

1.5 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	爱普股份	603020	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	葛文斌	孔史杰
电话	86-21-66523100	86-21-66523100
传真	86-21-66523212	86-21-66523212
电子信箱	gewenbin@cnaff.com	kongshijie@cnaff.com

1.6 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：

公司拟以 2015 年 12 月 31 日总股本 160,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 8 元（含税），合计派发现金红利 128,000,000.00 元；同时，拟以公司 2015 年 12 月 31 日总股本 160,000,000 股为基数，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 10 股，合计转增股本 160,000,000 股；本次转增完成后，公司的总股本为 320,000,000 股。

二 报告期主要业务或产品简介

2.1 公司主要业务及产品

公司主营业务为香料香精的研发、生产和销售以及食品配料经营。

主要产品包括：香料（含合成香料和天然香料）、香精（含食用香精和日化香精），同时经销国际知名品牌的黄油、奶酪、淡奶油、巧克力、可可等食品配料，向下游客户提供“食用香精+食品配料”的一站式解决方案。

其中，香料香精的研发、制造及应用技术是公司的核心和竞争优势的集中体现。目前，公司主营业务毛利主要来源于香料香精业务，未来，随着公司食用香精应用技术的进步，将不断驱动食品配料业务向前发展。

报告期内，公司的主营业务未发生变更。

2.2 公司经营模式

2.2.1 香料香精业务经营模式

公司香料香精业务的经营模式为：“以销定产”。即以各销售部门的订单为核心，通过计划部衔接销售、生产和采购，组织生产和原料采购计划，按时、保质、保量完成销售订单。

2.2.1.1 销售模式

公司采取“经销+直销”相结合的模式：即在全国重要省市设立销售子公司，一方面对重要的客户采取专人直销服务（直销），另一方面对当地或周边地区的小规模客户通过经销商进行销售，即公司采取买断的方式将产品销售给经销商、再由其对外销售（经销）。因香精产品为个性化定制产品，故以直销为主。

通常情况下，公司与主要客户、经销商签订年度《供货合同》或《购销合同》等，约定产品的质量、交货方式、结算方式等，在合同有效期内由客户按需向公司发出具体订单，并约定具体包装规格、数量、交货日期等。

2.2.1.2 生产模式

公司制造部门严格按照订单实施生产。

计划部根据销售发货日期的要求和各生产车间实际生产能力，准确、及时向生产车间下达生产计划，生产指令下达前与销售订单进行核对。

计划部及时将已下达的生产计划明细复核后输入生产计划系统，生产车间和品管部根据指令要求按时完成生产计划，若有疑问及时反馈计划部。生产车间在指令要求完成日期前无法完成生产计划的，要及时反馈计划部，计划部及时与销售部门进行沟通，根据销售的信息调整生产计划。在生产完成后，品管部在规定时间内按公司质量检验标准进行检验，出具检验报告，对于不合格

产品，及时与生产、技术等部门取得联系，分析原因，妥善处理。产品经验收合格后，车间按产品类别分类办理入库手续，仓库依据入库单和合格的检验报告进行验收，并办理入库。

2.2.1.3 采购模式

在香料香精的原料采购过程中，采购部门是决策机构并向总经理负责，财务部门进行充分监督，品管部门对购入原料的质量予以全过程监控；在采购中按“多途径、少环节、货比三家，适时、适质、适量、适价”原则保证原物料供给；同时，公司建立了严格的供应商管理体系，对原物料的采购遵循“验证合格方可入库”的原则，严格控制原物料质量。

2.2.2 食品配料业务经营模式

公司食品配料业务的经营模式为：“以销定购”。

2.2.2.1 销售模式

公司对食品配料业务的销售采取与香料香精业务相同的“经销+直销”相结合的销售模式。致力于向下游客户提供“食用香精+食品配料”的一站式解决方案。为客户提供食品配料应用方案及产品设计是公司食品配料业务的核心竞争力。

“经销”可以增加公司产品的辐射度和所服务的客户数量，能够不断扩大市场占有率；“直销”可以针对重要客户进行产品开发和业务渗透，在现有产品的基础上通过导入产品组合、食用香精和食品配料的一体化服务，提升客户对公司产品和服务的全方位认知，建立战略伙伴关系。拓展并稳定提升相关产品在香料香精和食品配料市场的占有率。

2.2.2.2 采购模式

公司经销的食品配料以进口产品为主。公司与全球知名企业建立战略伙伴关系，向其采购食品配料，根据对上下游厂商的调查及对市场的判断，依据销售计划提前 3-6 个月制定采购计划，向供应商下达采购订单并锁定采购价格；国产的食品配料是根据客户需求向供应商即时采购，供应商基本都是行业龙头企业，制定采购计划，并根据国家食品安全标准严格审核商品质量。

2.2.3 行业发展现状

2.2.3.1 全球市场

多年来，全球香料香精市场一直保持稳定增长。2014 年，全球香料香精市场达到 248.9 亿美元。预计 2019 年，全球香料香精市场将可达到 327 亿美元，2014-2019 年的复合年均增长率将达到 5.63%；其中北美市场可达到 99 亿美元，2014-2019 年的复合年均增长率达 5.7%；西欧市场可达到 97 亿美元，2014-2019 年的复合年均增长率为 5.8%；亚洲市场则可达到 96 亿美元，2014-2019

年的复合年均增长率估计为 6.2%。

2015 年以及未来，全球香料香精市场将继续稳定发展。

2.2.3.2 国内市场

由于法规和环保的压力，以及消费者对天然产品和产品透明度的需求不断提高，国内以及全球发展中国家的香料香精市场虽然继续保持稳定发展，但自 2011 年以来，增速明显放缓。

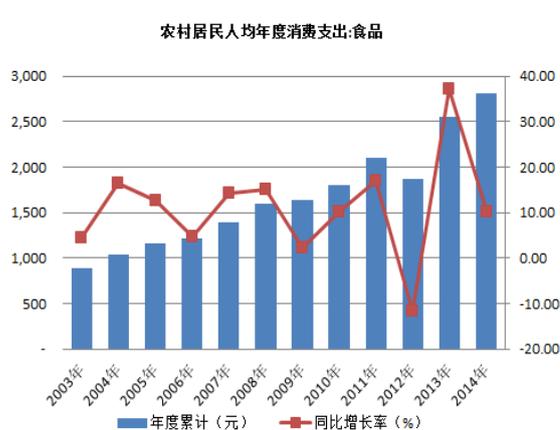
随着人们生活水平的提升，下游食品饮料和日化行业需求增长相对稳定，过去 5 年的增速保持在 10%-15%左右。过去 5 年里我国香料香精市场保持年均 10%-15%左右的增速。近年来，随着城镇居民食品消费趋于饱和，食品饮料制造业增速放缓，预计未来 5 年内香料香精行业将继续稳定发展，但难以保持原有的增速，增速将下降到 5%-10%的水平。



资料来源: WIND



资料来源: WIND



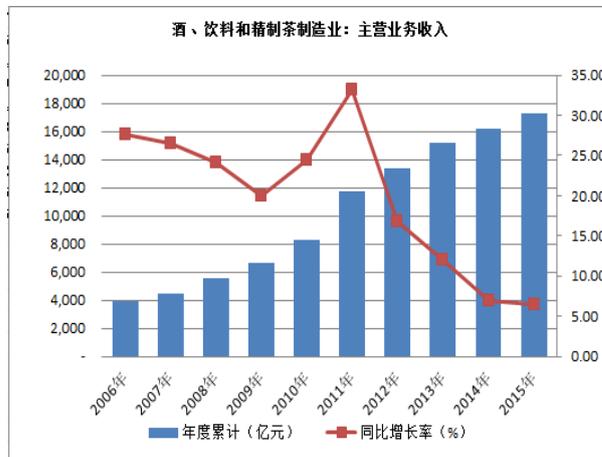
资料来源: WIND



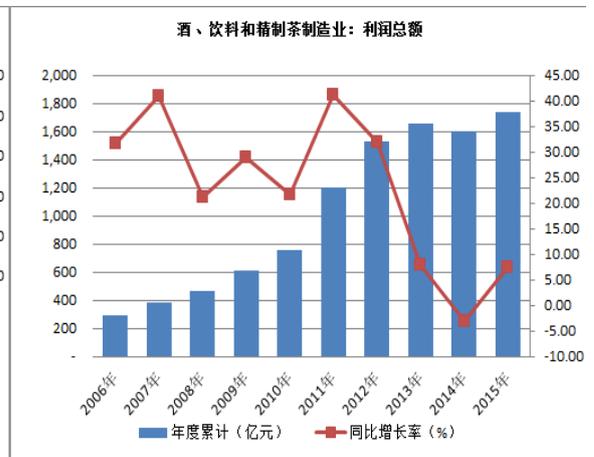
资料来源: WIND



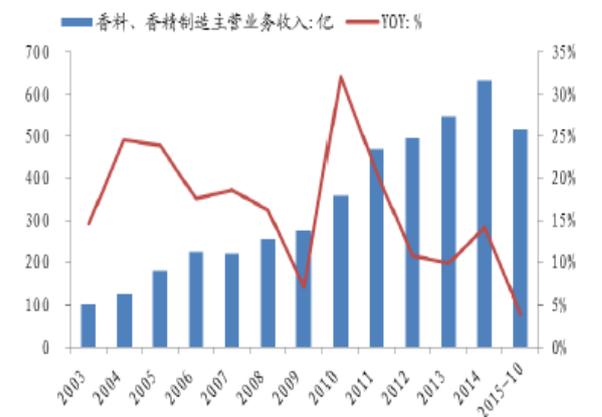
资料来源: WIND



资料来源: WIND



资料来源: WIND



资料来源: WIND



资料来源: WIND

2.2.4 行业周期性特点

香料香精行业的周期性主要体现在随着宏观经济周期及下游行业的波动而波动。比如 2008 年全球金融危机后,受食品饮料行业增长速度放缓的影响,我国香料香精行业增速在 2009 年有所

下降，全球香料香精市场规模在 2009 年也出现一定缩减。

2.2.5 公司市场地位

自成立以来，公司始终坚持“企业发展、社会责任、员工幸福、客户满意”的企业宗旨，“管理科学、技术先进、产品优质、诚信高效”的质量方针及“安全和环保、创意和创新”的产品开发主题，不断加大人才、研发和设备投入。经过二十年的发展，公司已逐步成长为国内香料香精行业知名企业之一，树立了“爱普”品牌在国内香料香精行业、尤其是食用香精领域中的领先地位。2011 年以来，在中国轻工业联合会发布的年度“中国轻工业行业十强企业”排名中，均位列香料香精行业第 1 名。

2.2.6 报告期业绩驱动因素

公司自成立以来，一直专注于香料香精领域的发展，依托自身在技术研发、产品质量、种类和结构、营销网络和服务水平等方面的优势，取得客户的充分信任。以“创新驱动、转型发展”为手段，全面提升核心竞争力，以技术创新、管理创新和制度创新全面推进企业发展。公司在市场增速下滑的过程中，通过“结硬寨，打呆仗”的策略，继续保持并努力提升细分产品的市场占有率，从而实现业绩水平的稳步提升。

三 会计数据和财务指标摘要

单位：元 币种：人民币

	2015年	2014年	本年比上年增减(%)	2013年
总资产	2,051,910,820.40	1,112,167,747.04	84.50	1,018,156,657.21
营业收入	1,830,992,731.23	1,658,899,066.99	10.37	1,472,987,267.82
归属于上市公司股东的净利润	178,434,816.13	154,691,302.26	15.35	150,172,892.75
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	164,966,188.91	142,785,606.16	15.53	144,884,607.80
归属于上市公司股东的净资产	1,764,920,186.03	876,810,881.39	101.29	764,083,100.66
经营活动产生的现金流量净额	188,079,404.36	117,367,127.65	60.25	145,198,991.72
期末总股本	160,000,000.00	120,000,000.00	33.33	120,000,000.00
基本每股收益(元/股)	1.1896	1.2891	-7.72	1.2514

稀释每股收益（元/股）	1.1896	1.2891	-7.72	1.2514
加权平均净资产收益率（%）	11.82	19.10	减少7.28个百分点	21.60

四 2015年分季度的主要财务指标

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3月份)	第二季度 (4-6月份)	第三季度 (7-9月份)	第四季度 (10-12月份)
营业收入	480,826,375.97	481,518,233.67	444,840,850.45	423,807,271.14
归属于上市公司股东的净利润	46,592,601.53	54,987,887.73	44,971,094.00	31,883,232.87
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	46,718,844.48	48,954,635.89	37,105,819.70	32,186,888.84
经营活动产生的现金流量净额	-19,918,706.75	69,786,121.89	74,983,762.34	63,228,226.88

五 股本及股东情况

5.1 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

截止报告期末普通股股东总数（户）		17,881					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		16,614					
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）		0					
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）		0					
前10名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内 增减	期末持股 数量	比例 (%)	持有有限 售条件的 股份数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
魏中浩	56,610,000	56,610,000	35.38	56,610,000	无		境内自然人
上海馨宇投资管理 有限公司	19,200,000	19,200,000	12.00	19,200,000	无		境内非国有 法人
上海轶乐实业有限 公司	6,660,000	6,660,000	4.16	6,660,000	无		境内非国有 法人
王圣文	4,160,000	4,160,000	2.60	4,160,000	无		境内自然人
费文耀	3,570,000	3,570,000	2.23	3,570,000	无		境内自然人
吴音	3,570,000	3,570,000	2.23	3,570,000	无		境内自然人
张敏	3,300,000	3,300,000	2.06	3,300,000	无		境内自然人

周凤剑	2,400,000	2,400,000	1.50	2,400,000	质押	2,065,070	境内自然人
胡勇成	2,244,000	2,244,000	1.40	2,244,000	无		境内自然人
梅国游	2,244,000	2,244,000	1.40	2,244,000	质押	333,300	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	魏中浩先生与上海轶乐实业有限公司存在关联关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图



公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



5.3 公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

不适用

六 管理层讨论与分析

6.1 报告期内主要经营情况

2015 年国际形势错综复杂，我国经济增速放缓，市场需求疲软，面对困境公司迎难而上及时调整营销策略，强化营销网络建设，充分发挥品牌、质量、规模优势，以产品、技术和服务为载

体，为客户提供全方位的产品解决方案，全面提升核心竞争力，从而保证了公司盈利能力的稳定性和可持续性。

2015年3月25日，公司在上海证券交易所成功挂牌上市，公司的核心竞争力得到了进一步巩固和提升，同时，在资本力量的推动下，公司将迎来更多的发展机遇和更广阔的发展空间。

2015年度，公司实现营业收入18.31亿元，同比增长10.37%；实现归属于上市公司股东的净利润1.78亿元，同比增长15.35%。

6.2 公司发展战略

公司秉承“企业发展、社会责任、员工幸福、客户满意”的企业宗旨，以“责任、理念、创新、效果”为核心价值观，把公司的发展与中国香料香精行业的发展紧密联系在一起，致力于推动行业的发展。满足并超越顾客的需求是公司长期的追求。以市场为导向，通过品牌战略的实施、及时可靠的产品技术服务，为客户提供全面解决方案，持续地为客户创造最大价值。

公司坚持可持续发展战略，把“经营国际主流市场”作为基本目标和任务。通过建立专业化的团队，保持销售的快速增长，巩固并提升“爱普”品牌的影响力和市场占有率；注重技术创新，将销售收入4%以上的资金用于科研，保持国内技术领先地位，部分科技成果接近或达到国际水平；建立以“产权股份化、管理系统化、用人规范化、决策科学化”为基础的可持续发展的体制和机制；实现以“经营国际主流市场”为主要内容的“标准化、信息化、国际化”的战略目标，成为国际领先的专业企业。

未来的市场竞争是企业集群和企业集群之间的竞争，产业链和产业链之间的竞争。在行业增速下滑的大背景下，公司香精、香料、食品配料三大事业部将各自突围，在各自的领域做专、做强、做大。同时，公司集团又依靠现代企业管理理念和信息化技术（ERP），不断深化公司集团的整体管控能力，强化细节管理，完善内部资源管理、供应链管理、客户关系管理与信息管理，提高企业管理水平，使三大事业部能够协同作战，以企业集群的姿态参与市场竞争。

6.3 经营计划

公司以“创新驱动、转型发展”为手段，全面提升核心竞争力，以技术创新、管理创新和制度创新全面推进企业发展。公司在市场增速下滑的过程中，通过“结硬寨，打呆仗”的策略，继续保持并努力提升细分产品的市场占有率，从而实现业绩水平的稳步提升。

6.3.1 香精

以升级调香技术和应用技术为重点，进一步提高公司香精产品的竞争力，不断提高市场占有率

率，并持续关注和推进为国际主流市场客户服务的能力，为公司长期持续发展提供稳定的保障。

6.3.2 香料

以改进香料制造工艺路线，建造新的香料产业基地为核心，加强自主研发，形成一批自主知识产权的项目和产品，以“特色化、系列化、市场化、国际化”为目标，提升中国香料行业的技术能级，积极打造国际贸易平台，形成国际国内两个市场。

6.3.3 食品配料

以为客户提供安全、信息、配套、应用服务的专业服务平台为目标，与国内外食品配料知名品牌建立稳固的合作关系，以专业团队服务专业市场。

七 涉及财务报告的相关事项

7.1 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，公司应当说明情况、原因及其影响。

不适用

7.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

不适用

7.3 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

截止 2015 年 12 月 31 日，本公司合并财务报表范围内子公司如下：

子公司全称

上海爱普植物科技有限公司

上海凯信生物科技有限公司

爱普香料(美国)有限公司

河南华龙香料有限公司

上海爱普香料种植有限公司

上海爱普食品科技(集团)有限公司

天津爱普北方科技有限公司

沈阳爱普食品科技有限公司

郑州爱普食品科技有限公司

子公司全称

大连爱普食品配料有限公司

广州爱普食品科技有限公司

北京爱普凯信食品科技有限公司

四川爱普食品有限公司

上海乐豪食品配料有限公司

青岛爱普食品科技有限公司

厦门爱普食品科技有限公司

上海傲罗迈香料技术有限公司

西安爱普食品科技有限公司

武汉爱普食品配料有限公司

重庆爱普食品配料有限公司

南京爱普食品配料有限公司

昆明爱普凯信食品配料有限公司

上海浦佳食品科技有限公司

沈阳浦佳食品销售有限公司

本期合并报表新增 7 家子公司，详见公司年报第十一节“财务报告”之“八、合并范围的变更”及“九、在其他主体中的权益”相关内容。

7.4 年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

不适用

董事长： 魏中浩

爱普香料集团股份有限公司

2016 年 3 月 30 日