

证券代码：300146

证券简称：汤臣倍健

公告编号：2021-047

汤臣倍健股份有限公司 2021 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。

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、误导性陈述或者重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

公司负责人林志成先生、主管会计工作负责人吴卓艺女士及会计机构负责人（会计主管人员）官欣茹女士声明：保证半年度报告中财务报表的真实、准确、完整。

公司所有董事均已出席了审议本次半年报的董事会会议。

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	汤臣倍健	股票代码	300146
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	唐金银	刘莘莘	
办公地址	广州市黄埔区科学城科学大道中 99 号科汇金谷三街 3 号	广州市黄埔区科学城科学大道中 99 号科汇金谷三街 3 号	
电话	020-28956666	020-28956666	
电子信箱	tcbj@by-health.com	tcbj@by-health.com	

2. 主要财务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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	4,197,856,030.41	3,125,173,654.84	34.32%
归属于上市公司股东的净利润（元）	1,371,139,629.45	961,836,858.91	42.55%

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	1,246,198,406.28	999,281,701.48	24.71%
经营活动产生的现金流量净额（元）	732,399,164.64	764,575,063.69	-4.21%
基本每股收益（元/股）	0.85	0.61	39.34%
稀释每股收益（元/股）	0.84	0.61	37.70%
加权平均净资产收益率	17.05%	15.48%	上升 1.57 个百分点
	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）	11,886,998,891.98	9,640,262,595.41	23.31%
归属于上市公司股东的净资产（元）	10,184,305,142.89	6,933,550,029.76	46.88%

3. 公司股东数量及持股情况

报告期末普通股股东总数	44,596	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	无	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	无	
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、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
梁允超	境内自然人	41.79%	710,611,742	532,958,806	质押	28,750,000
香港中央结算有限公司	境外法人	7.67%	130,349,052	0	未质押、标记或冻结	
广发信德投资管理有限公司—广州信德厚峡股权投资合伙企业（有限合伙）	其他	3.11%	52,802,599	52,802,599	未质押、标记或冻结	
孙惠刚	境内自然人	2.93%	49,766,126	45,801,526	未质押、标记或冻结	
上海中平国瑀资产管理有限公司—上海中平国璟并购股权投资基金合伙企业（有限合伙）	其他	2.87%	48,740,861	48,740,861	未质押、标记或冻结	
齐鲁中泰私募基金管理有限公司—齐鲁中泰定增 2 号私募股权基金	其他	1.12%	19,045,801	19,045,801	未质押、标记或冻结	
梁水生	境内自然人	1.11%	18,882,600	14,161,950	未质押、标记或冻结	
陈宏	境内自然人	1.07%	18,188,000	13,641,000	未质押、标记或冻结	
黄琨	境内自然人	0.80%	13,584,000	0	未质押、标记或冻结	
中国农业银行股份有限公司—交银施罗德内需增长一年持有期混合型证券投资基金	其他	0.65%	10,985,901	0	未质押、标记或冻结	
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述前 10 名股东中，梁允超、梁水生、陈宏、黄琨、孙惠刚、广发信德投资管理有限公司—广州信德厚峡股权投资合伙企业（有限合伙）、上海中平国瑀资产管理有限公司—上海中平国璟并购股权投资基金合伙企业（有限合伙）、齐鲁中泰私募基金管理有限公司—齐鲁中泰定增 2 号私募股权基金之间不存在关联关系或一致行动情况。除此之外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动情况。					
前 10 名普通股股东参与融资融券业务股东情况说明（如有）	上述股东中孙惠刚通过普通证券账户持有 46,420,026 股，通过东方证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 3,346,100 股。					

公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

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. 在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

(一) 报告期内主要业绩驱动因素

2021 年作为公司 2021-2023 新三年规划的开局之年，是蜕变创新、年轻化变革的关键一年。围绕科学营养、全链数字化、超级供应链、用户资产运营四大战略，公司持续推动各大业务创新和攻坚项目，构建并形成新的核心竞争优势。报告期内，随着疫情的逐步缓解，公司相关市场及销售活动逐步正常开展。在后疫情时代营养健康相关产品市场需求提速的行业背景下，公司务实推进各项经营计划。上半年，公司旗下各主要品牌的销售实现较快增长，同时广州麦优网络科技有限公司的并表带来正向贡献。公司实现营业收入 41.98 亿元，较上年同期增长 34.32%；归属于上市公司股东的净利润 13.71 亿元，较上年同期增长 42.55%。

主营业务收入中，（1）境内业务方面：①主品牌“汤臣倍健”实现收入25.63亿元，同比增长40.69%；关节护理品牌“健力多”实现收入8.50亿元，同比增长29.25%；“Life-Space”国内产品实现收入1.18亿元，同比增长34.53%。②分渠道来看，线下渠道收入约占境内收入的71.71%，同比增长24.18%；线上渠道收入同比增长79.72%。

（2）境外业务方面：Life-Space Group Pty Ltd（以下简称“LSG”）澳洲本地业务受去年疫情期间免疫类产品需求大基数较高，以及因澳洲疫情封境致使代购和游客采购下降的双重影响，导致本报告期澳洲本地销售较去年同期有所下降；跨境电商主要平台业务仍保持高速增长。基于此，报告期内 LSG 实现营业收入 3.04 亿元，同比增长 0.21%（按澳元口径：LSG 营业收入为 0.61 亿澳元，同比下降 6.99%）。

报告期内，公司重点围绕以下方面开展工作：

1. 聚焦战略重点，持续构建公司独特核心竞争优势

（1）坚定实施科学营养战略，以科技实力驱动升级发展

报告期内，公司开展了多项新功能技术与产品的研发，进一步布局未来新功能赛道；全面升级自主核心技术和自有专利原料的研发战略，以新原料前瞻消费者需求，以新原料研发树立核心技术门槛，打造产品差异化竞争优势。在精准营养领域，公司与中国科学院上海营养与健康研究所、IFF（原杜邦营养与生物科技）等研究机构共同发布了《精准营养白皮书》，助力构建有活力的产业生态；与中国老年保健医学研

究会共同建立了老年慢病临床营养干预研究中心，深入开展临床营养干预研究，为科学营养时代的品牌力进阶提供扎实、充分的理论和证据支持。此外，公司持续加大在科研创新方面的投入，2021年是汤臣倍健营养科学研究基金成立10周年，今年该研究基金预计资助超过10个项目，旨在凝聚科研力量，促进研发创新，推动产学研合作。

（2）聚焦全营销链数字化，持续推动全链路数字化

报告期内，公司全面启动全营销链数字化工作，将公司和经销商的业务合作在线化、数字化。全新升级营销云系统相关功能，提升公司和经销商的业务协作和策略协同。通过数字化运营分析工具的升级部署，进一步赋能经销商的数字运营能力。后续公司将继续加大全营销链数字化推广力度，力争在年底前完成主要渠道的全覆盖。同时持续打造电商数字化、超级供应链等项目，推动全链路数字化。

（3）持续打造快速反应的柔性供应链

着眼于对用户不确定和个性化需求的快速满足，公司启动建立“快速反应的柔性供应链”，实现用户体验和企业总效率、效益的双盈。报告期内，公司联合第三方已初步完成自营电商业务to B和to C的物理共仓。后续将继续推动和线上经销商的业务协同，实现线上业务的逻辑和物理共仓运作。同时，通过原辅料寄售等变革，实现部分重点产品原料供应零周期、部分重点产品包装材料的响应周期大幅降低。联合供应商打造专供原料及原料品牌，打造公司技术差异化竞争优势，助力“科学营养”战略实施。

（4）持续推进用户资产运营

报告期内，公司通过按照细分品牌经营会员、与第三方合作开展健康管理服务、启动“新零售”项目等，稳步推进用户资产运营。后续公司将继续深化超级会员日活动IP，实现全品牌全区域覆盖；推进路演数字化，支持线下推广模式升级；新零售方面完成对“YOU营养”平台的升级，实现常态化会员销售并自动分单到终端。

2. 打破现有组织惯性，建立更具创新、年轻、高效的柔性化组织

报告期内，公司持续实施高潜年轻人才的轮岗；落实从合伙人到各单位、主要岗位的KPI调整为以“重大创新项目和重大攻坚项目”为核心；在部分业务模块持续建立以项目制为中心的决策程序，探索跨部门跨专业的柔性工作机制；启动公司年轻化变革，成立多个专项变革小组，在创新和变化中激发组织新动能，推动组织和运营的高效化、年轻化和柔性化。

3. 全面布局高潜细分市场，多引擎推动业务增长

报告期内，公司持续推进科学营养战略落地，加大对大单品、形象产品和明星产品的业务渗透，多引擎推动业务增长。（1）大单品矩阵不断完善，规模效应凸显。“健力多”通过消费人群和消费场景扩充、渠道渗透等巩固品类领导地位；“健视佳”由区域推广扩充到全国推广；“健安适”重点打造核心样板市场；通过对大数据下的科学营养研究，推出新一代植物科技辅助降血脂产品“舒百宁”并采用类药化营销新模式。（2）形象产品“多种维生素”系列产品借助精准营销，提升品牌声量，巩固市场地位。（3）加码明星产品“牛初乳加钙咀嚼片”并丰富儿童全产品矩阵，带动儿童系列增长；明星产品“褪黑素”通过精准定位市场需求，带动细分市场业务增长。

下半年，公司将继续多引擎推动业务增长：持续全面实施科学营养战略，提升品牌力；布局全面产品

矩阵，发挥多品类优势；创新动销带动市场增量。

4. 加大业务渗透深度，确立Life-Space可持续发展能力

报告期内，在澳洲市场，公司稳步推进品牌建设和消费者教育，继续拓展药房和超市渠道并优化出口经销商管理结构，提升渠道管理能力，但因澳洲本地业务受去年疫情期间免疫类产品需求大基数较高，以及因澳洲疫情封境致使代购和游客采购下降的双重影响，导致报告期澳洲本地销售较去年同期有所下降。此外公司稳步推进澳洲生产基地建设项目。跨境电商板块启动数字媒介投放策略，并成功落地主要跨境电商平台；通过推出新产品，布局更多的益生菌细分赛道；通过创新的用户回访模式，创造用户运营的新路径。报告期内Life-Space继续保持在主流跨境电商平台益生菌品类的领先地位。同时，公司加大Life-Space在国际市场的布局和拓展，不断提高对国际市场的渗透率。

5. 建立功能食品全渠道一体化运营模式

报告期内，公司针对功能食品业务建立独立的业务体系及零售网络体系，重点推出“每日每加”品牌，定位于新生代每日营养食品品牌，搭建线上线下一体化运营模式。报告期内，“每日每加”推出γ-氨基丁酸胶原蛋白肽饮品等新品。通过在全渠道打造快消品类一体化运营模式，助力公司业务增长。

6. 推动工厂升级，打造智能敏捷型工厂

公司持续通过数字化推动智能工厂升级，通过信息化助力超级供应链落地。透明工厂全供应链体系建立全面协同计划，使全链计划信息实时共享并高效协同，进一步提高响应速度。报告期内，公司自主研发设计的全过程物料输送系统使产线实现全新升级，后续将在片剂智能连续化生产线的基础上进一步往柔性化、数字化、无尘化的柔性生产线方向开展建设。

7. 实施直接融资，进一步改善改善资本结构

报告期内，公司顺利完成向特定对象发行股票工作，向13名特定投资者发行人民币普通股股票119,288,209股，实际募集资金净额30.91亿元。上述募集资金已于2021年4月30日到位，新增股份于2021年5月21日上市。本次向特定对象发行股票有利于进一步改善公司资本结构，增强资金实力，为核心业务增长与业务战略布局提供长期资金支持，从而提升公司核心竞争力和持续盈利能力。

（二）未来重要经营策略

下半年，公司将继续务实推进2021年既定的各项经营计划。公司作为VDS行业领导企业，背负引领中国VDS长期、健康、创新、增量发展的职责。2021年7月开始，公司正式启动线下销售变革和线上线下一体化经营相关变革，以支持公司更健康和可持续的发展战略。上述变革预计将持续至2022年上半年，短期会对公司及相关方带来一定的压力和挑战，长期将为公司和行业的长远发展打下坚实基础，公司将坚定、积极推进变革步伐。