

证券代码：300146

证券简称：汤臣倍健

公告编号：2022-006

# 汤臣倍健股份有限公司

## 2021 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。

公司所有董事均亲自出席了审议本次年报的董事会会议。

华兴会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

公司本年度会计师事务所为华兴会计师事务所（特殊普通合伙），未发生变更。

非标准审计意见提示

适用  不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 1,700,308,763 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 7.00 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

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	关艳村	
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	

传真	020-28957901	020-28957901
电话	020-28956666	020-28956666
电子信箱	tcbj@by-health.com	tcbj@by-health.com

## 2、报告期主要业务或产品简介

### (1) 公司所处行业情况

公司所处的行业为膳食营养补充剂行业。膳食营养补充剂（VDS）是以维生素、矿物质及动植物提取物等为主要原料，通过补充人体必需的营养素和生物活性物质，达到提高机体健康水平和降低疾病风险的目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。

由于我国 VDS 发展历史尚短，居民的消费意识和习惯尚未完全建立，VDS 在渗透率、消费粘性、人均消费金额等方面与美国、日本等发达国家相比存在较大增长空间，行业前景和细分领域未来增长空间可期。欧睿数据显示，2021 年中国维生素与膳食补充剂行业总规模为 1,892 亿元人民币，较上年增长 6.60%。

人口老龄化、消费升级为行业发展创造空间。一方面，从人口结构看，我国已步入老龄化社会。人口老龄化程度的不断加深为 VDS 行业带来巨大的市场空间。另一方面，随着消费结构的升级，健康、营养、个性、便捷等成为大众关注的热点，功能诉求不断细分化和专业化。此外，VDS 剂型更加多样化并向食品化方向发展，推动 VDS 细分领域呈现快速增长态势，为行业发展创造广阔空间。

国民健康意识的崛起为行业发展奠定基石。随着居民收入水平和生活质量的提高，消费者对健康品质生活的诉求愈发凸显，为整个营养健康产业的发展打下良好基础。2020 年突如其来的新冠疫情，更是深刻地改变着国人的健康观，带来后疫情时代营养健康相关产品市场需求的增长提速。

监管趋严为行业发展保驾护航。2020 年 4 月，国家市场监督管理总局等七部委联合印发《保健食品行业清理整治行动方案（2020-2021 年）》，指出“大力整治保健食品欺诈和虚假宣传行为”、“力争在 2021 年年底有效净化保健食品市场，不断提高人民群众对保健食品消费市场的获得感、幸福感、安全感”。2022 年 1 月 17 日，市场监管总局发布公开征求《关于发布允许保健食品声称的保健功能目录非营养素补充剂（2022 年版）及配套文件的公告（征求意见稿）》、《保健食品功能声称释义（2022 年版）（征求意见稿）》等文件，为保健食品制定了一套明晰的概念声称体系和遵照标准，有利于市场规范和消费者教育。随着法律法规的日臻完善，整个行业的监管日趋规范，将有助于解决行业监管混乱的局面，加速行业集中化并为行业的长期健康发展保驾护航。

### (2) 公司从事的主要业务

汤臣倍健执行的战略是“一路向 C”，为用户的健康创造价值。2002 年，汤臣倍健系统地 VDS 引入中国非直销领域，依托现代营养科学建立了全面的膳食营养补充剂科学体系，通过自主/合作研发与收购，形成了全品类、全人群、全覆盖的产品线布局。公司拥有行业

内专业的“透明工厂”，是全球领先、品控严格的膳食营养补充剂生产基地之一，制定和实行多项高标准的检测项目，以严苛要求打造让人放心的高品质产品。公司的定位不是为客户，而是为家人和朋友生产全球高品质的营养品。

作为全球 VDS 行业领先企业，多年来，公司通过持续打造与提升渠道力、产品力、品牌力、服务力等核心竞争力，不断保持和扩大公司的市场领先优势。欧睿数据显示，2021 年公司在中国维生素与膳食补充剂行业市场份额为 10.3%，稳居第一位。

背靠中国 VDS 较大增长空间的行业红利，公司坚持实施科学营养战略，致力于研发创新和新营养生态建设，以更好地满足国民的健康需求。携手全球前沿科研力量，与荷兰国家应用科学研究院、中科院上海营养与健康研究所等科研机构持续开展营养科学前瞻性研究，取得了多项成果。同时，布局科学营养对多种慢病改善的研究，致力于提升和改善人类健康状况。后疫情时代营养健康的新生态，离不开科技的连接和驱动。公司将紧密围绕消费者健康，持续加强科研投入和人才建设，成为以科技力驱动的新营养生态建设者，引领行业升级发展。

### 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

	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增减	2019 年末
总资产	12,965,926,741.50	9,640,262,595.41	34.50%	8,330,710,280.66
归属于上市公司股东的净资产	10,493,948,552.08	6,933,550,029.76	51.35%	5,992,173,961.90
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	7,431,278,129.59	6,094,900,943.70	21.93%	5,261,799,439.25
归属于上市公司股东的净利润	1,753,979,273.19	1,524,251,245.95	15.07%	-355,889,615.46
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,540,263,358.68	1,144,425,965.25	34.59%	-430,518,920.11
经营活动产生的现金流量净额	1,818,978,027.97	1,566,364,373.94	16.13%	1,536,520,103.03
基本每股收益（元/股）	1.06	0.96	10.42%	-0.24
稀释每股收益（元/股）	1.05	0.96	9.38%	-0.24
加权平均净资产收益率	19.34%	23.97%	下降 4.63 个百分点	-6.50%

#### (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	2,222,500,945.10	1,975,355,085.31	1,830,663,138.13	1,402,758,961.05

归属于上市公司股东的净利润	816,301,215.48	554,838,413.97	291,729,153.98	91,110,489.76
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	763,150,117.76	483,048,288.52	321,195,760.60	-27,130,808.20
经营活动产生的现金流量净额	52,971,907.24	679,427,257.40	227,874,974.64	858,703,888.69

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	61,927	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	57,419	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（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、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	26,250,000	
香港中央结算有限公司	境外法人	7.67%	130,442,360	0	无质押、标记或冻结		
孙惠刚	境内自然人	3.26%	55,396,526	0	无质押、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	无质押、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	无质押、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	0	无质押、标记或冻结		
陈宏	境内自然人	1.04%	17,768,000	13,641,000	无质押、标记或冻结		
梁水生	境内自然人	1.01%	17,231,666	14,161,950	无质押、标记或冻结		
安本标准投资管理（亚洲）有限公司—安本标准	境外法人	1.01%	17,210,620	0	无质押、标记或冻结		

准一中国 A 股股票基金					
黄琨	境内自然人	0.80%	13,584,000	0	无质押、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）、上海中平国瑞资产管理有限公司—上海中平国瑞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。			

公司是否具有表决权差异安排

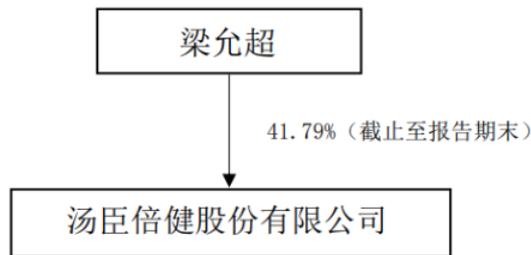
适用  不适用

**(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、在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**

2021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。7月，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，短期对公司及相关方带来一定压力和挑战。报告期内，公司实现营业收入74.31亿元，较上年同期增长21.93%；归属于上市公司股东的净利润17.54亿元，较上年同期增长15.07%。

主营业务收入中，（1）境内业务方面：主品牌“汤臣倍健”实现收入44.45亿元，同比增长24.36%；关节护理品牌“健力多”实现收入14.08亿元，同比增长7.46%；“Life-Space”国内产品实现收入1.84亿元，同比增长36.33%。分渠道来看，线下渠道收入约占境内收入的64.29%，同比增长8.58%；线上渠道收入同比增长45.88%。（2）境外业务方面：LSG实现营业收入6.59亿元，同比增长16.20%（按澳元口径：LSG营业收入为1.36亿澳元，同比增长14.18%）。

报告期内，公司重点围绕以下方面开展工作：

### （一）聚焦战略重点，持续构建公司独特竞争优势

#### 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。在精准营养领域，与中国科学院上海营养与健康研究所等研究机构共同发布《精准营养白皮书》；与中国老年保健医学研究会共同建立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；与多家专业机构共同完成的重大研究成果在科学杂志《Nature Metabolism》发布，从特定葡萄籽提取物中发现了能够“精准清除衰老细胞”的物质 PCC1（原花青素 C1）。此外，公司营养科学研究基金 2021 年资助了 13 个项目，旨在推动研发创新和产学研合作。

#### 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，通过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；推动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；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

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，稳步推动和线上经销商的业务协同；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，打造技术差异化竞争优势，助力“科学营养”战略实施。

#### ④ 稳步提升用户资产质量

报告期内，公司通过深耕超级会员日活动 IP、自建“YOU 营养”会员 O2O 商城、推动公司全营销场景的数字化升级等，持续推进用户资产运营。在新零售方面，与行业头部 O2O、B2B、头部连锁的新零售渠道建立合作，探索渠道新增量模式。

### （二）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。

### （三）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；推出新一代植物科技辅助降血脂产品“舒百宁”，

并在线下渠道启动种子计划试点。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。

#### **（四）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，因澳洲疫情封境致使代购和游客采购下降的双重影响，报告期澳洲本地销售较去年同期略有增长。此外公司稳步推进澳洲生产基地建设项目；实施跨境电商板块落地数字媒介投放策略，探索跨境电商数字化投放模型；通过推出新产品，布局更多的益生菌细分赛道。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。

#### **（五）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。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；在质量数字化板块，完成了在线水分检测、在线片重检测等技术突破及实际应用转化；上线 SCADA 数据采集与监视控制系统，完成了生产制造端数字化转型的底层基础搭建，为数据化运营管理、决策奠定基础。