

南侨食品集团（上海）股份有限公司

2021 年年度报告摘要

第一节 重要提示

- 1 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 <http://www.sse.com.cn> 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，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 毕马威华振会计师事务所（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。
- 5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司2021年度实现的归属于母公司的合并净利润368,404,867.86元。以母公司实现的净利润212,510,072.11元为基数，提取法定盈余公积21,251,007.21元，加上母公司上年结转未分配利润468,421,568.71元，并扣除期中已分配之现金股利110,117,647.12元后，母公司实际可分配利润549,562,986.49元。

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、上交所《上市公司自律监管指引第1号——规范运作》等有关法律法规及《公司章程》的规定，综合考虑公司现阶段实际经营情况，公司2021年度拟实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润，向全体股东每10股派发现金红利3.3元（含税）。截至2022年3月14日，公司总股本427,654,412股，以此计算合计拟派发现金红利141,125,955.96元（含税）。公司2021年不进行资本公积金转增股本，不送红股。

本次利润分配预案尚需提交公司2021年度股东大会审议。

第二节 公司基本情况

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	南侨食品	605339	-

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	向书贤	张恩杰
办公地址	上海市徐汇区宜山路1397号A栋12F	上海市徐汇区宜山路1397号A栋12F
电话	021-61955678	021-61955678
电子信箱	ncfgs@ncbakery.com	ncfgs@ncbakery.com

2 报告期公司主要业务简介

1、烘焙行业概况

国内烘焙食品行业于 20 世纪、80 年代，由我国香港、台湾地区率先引入。2021 年，我国人均 GDP 正式突破八万大关，与此同时，带来的人均消费水平的增长、餐饮消费结构的调整以及消费习惯的西化将助力烘焙行业整体量价齐升。

根据 Euromonitor 的数据，我国烘焙行业市场规模从 2010 年的 814 亿，大幅增长至 2020 年的 2358 亿，复合年均增速为 10.2%。2020 年我国人均烘焙消费量为 7.7kg，而以烘焙食品为主食的西方国家，则为 5-10 倍；对比饮食习惯相似的日本、新加坡等亚洲国家，我国人均烘焙消费量也普遍较低。故对比国外，我国烘焙食品行业未来仍较为乐观可期，发展潜力及空间巨大。

2、烘焙食品原料行业

烘焙油脂、淡奶油、馅料等是烘焙食品最主要的生产原料，位于产业链上游，主要面向烘焙食品加工企业、现烤的烘焙门店等。近年来，下游烘焙企业的持续增长带动了上游烘焙食品原料的需求。总体来看，从事原料业务除了规模化企业外，还存在大量中小企业，行业竞争格局仍较为分散，竞争同质化且激烈。在消费升级的大背景下，下游烘焙企业产品对上游价格的敏感性相对偏弱，未来品牌知名度高、研发能力强、提供更贴心定制化服务的头部企业将享有更大的营收提升空间。

伴随着国内收入水平的提升、消费观念的转变，消费者更加看重烘焙产品的品质与口感，进一步影响了原料的选用，促使下游烘焙企业的需求变化，同时将推动烘焙油脂中高端市场占比提升；以我司为代表，少数具有较强成本控制力、原料掌控力，能够适应市场，且不断调整产能渠道、单品策略，兼具研发硬实力及终端服务软实力的专业优质企业，更能得到各界客户的信任，逐步提高市场份额。

3、冷冻面团食品行业

近年来，烘焙门店租金、坪效问题及人力成本持续上升，同时茶饮等新兴渠道需求不断涌现，带来了冷冻面团爆发的契机，未来渗透率有望持续提升。冷冻面团食品具备产品稳定性好、安全、保质期长、营运成本低、操作简便等较传统烘焙更具优势的特性，并以工业化生产替代人工生产。但冷冻面团食品入门门槛较高，从生产设备的预定采购、到安装调试、再到批量生产，需要较长的时间周期和较高的资金成本。

由于我国冷冻面团食品起步较晚，且对技术和初始投入存在较高要求，行业参与者数量并不多，对标欧美市场发展前景广阔。根据目前世界上体量最大的冷冻面团企业，瑞士 Aryzta SIX Swiss Exchange 财报，其于 2020 年实现营收 29.31 亿欧元。美国食品巨头 General Mills 冷冻面团食品，2020 年实现营收 18.01 亿美元。日本住友集团、Aryzta 近年也加码在越南、马来西亚等东南亚市场以及日韩地区的布局。冷冻面团兼具有效利用坪效、现烤卖点、多种类、易操作复制等巨大优势，在后疫情时代持续为各方厂商所看中，未来将迈入高速发展期。

4、行业周期性特点

依据烘焙市场相关调研，烘焙食品近年来已逐步成为生活必需品，不再局限为副食或点心，进而扮演主食类商品的角色，更加频繁出现于民众日常生活中。

另外，烘焙行业仍受节假日、季节性等等因素影响；故公司为激励不同类型的客户，研拟、制定了《经销商办法》、《捆绑办法》等返利政策，以加深与客户之间的关系、粘性；另外，每年主体销售时间，则集中在第一、第四季度。

5、新法律法规对行业的重大影响

国家对食品产业的发展可谓高度重视，对于食安议题更是重中之重，并不断出台、支持产业发展的政策，同时完善、规范食品安全之相关法律、法规，行业入门门槛提升，促进行业长期健康发展。2021 年 4 月 29 日，经第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十八次会议审议通过，中华人民共和国主席令（第八十一号）颁布《食品安全法》修正案。

随着行业新规的逐步出台与落地，新的监管精神与细则要求，将对未来烘焙食品行业的发展产生重要影响。公司将不断规范内部管理，认真学习各项行业法律法规，积极参与行业法律法规和标准的制定与修订，最大限度确保公司从容应对行业环境的变化。

（一）公司的主要业务

公司自成立以来，专注从事烘焙油脂相关产品的研发、生产与销售，并始终秉持追求设备第一、技术第一、品质第一、服务第一的目标和使命服务广大食品消费市场。

公司拥有丰富的生产和营销管理经验，旗下知名品牌荟萃，产品多样化，适合不同类型客户的工艺及需求。拥有天津、广州、上海三地共四座生产工厂，以先进的研发技术、高端的品质管理、全方位的售后服务，在烘焙油脂领域成功塑造金字招牌，客户遍及全国各主要城市。经过多年努力，公司已成为国内烘焙油脂市场领导者品牌之一。

（二）公司的主要产品

公司专业生产、销售烘焙应用油脂、淡奶油、进口乳制品、冷冻面团、馅料五大系列，产品范围涵盖 200 多个品种。

1、烘焙应用油脂系列

为公司主要产品，包括南侨经典系列、南侨维佳系列、南侨澳仕系列、南侨欧仕系列、玉峰系列以及侨饼家汉饼专用油系列等；系以提供最高安全规格、便捷、优质的产品为经营宗旨，获得广大客户支持青睐。且不断与时俱进、求新求变，因应消费趋势，运用最新研发与生产技术，开发、推出符合客户需求的各系列烘焙油脂，并成功导入市场。满足烘焙、餐饮等不同领域客户的多样需求，为烘焙油脂领域头部品牌之一。

2、淡奶油系列

主要为侨艺 800 淡奶油、霜享 Joy Q 奶盖、霜艺奶浆系列。

（1）侨艺 800 淡奶油：因应消费者对于蛋糕风味、口感的要求、一人食蛋糕的风行，公司研发、销售用于制作蛋糕等西点的侨艺 800 淡奶油，并于 2022 年推出新品，以两阶段乳化均值技术确保组织稳定、口感顺滑。该产品耐酸性强，与酸性食材搭配时不会出水，同时更有着绝佳打发量等极大优势与特色。

（2）霜享 Joy Q：在茶饮+烘焙市场的蓬勃发展下，公司研发、推出霜享 Joy Q，以 All in one 的强大功能性解决客户多种原料调制的繁琐过程，并提供定制化的服务；霜享 Joy Q 可用于饮品之厚乳、奶盖、奶油顶等多种用途，具有便捷、高效的特点，能有效增加产品的附加价值。

（3）霜艺奶浆：为软冰淇淋奶浆产品，有香草及巧克力风味冰淇淋奶浆可供客户选择。随取随用、操作便利省时，用料高端、口感温润绵密，除一般烘焙店家选用外，更深获餐厅、游乐园、电影院等客户青睐，为消费者创造轻松、甜蜜的休闲时光。

3、进口乳制品系列

主要为米勒稀奶油系列、嘉瑞吉奶油芝士以及加得兰黄油、富比威黄油系列。

（1）米勒稀奶油系列：现今“网红食尚”、“私人定制”、“家庭烘焙”热潮崛起，米勒稀奶油系列口感细致顺滑、香醇绵密，为制作高端西点、蛋糕之优选乳脂稀奶油，受到五星酒店、烘焙客户、网络蛋糕、私房烘焙以及新兴业态，如茶饮、餐饮客户的高度推崇、青睐。

（2）嘉瑞吉奶油芝士系列：随着国内饮食多元化，奶油芝士不只应用于烘焙，在餐饮、咸食等也是大量应用；奶油芝士进口量逐年增加，其口感、营养成分深受国内消费者喜爱。公司引进嘉瑞吉奶油芝士，为提供国内客户高品质进口奶油芝士的更多选择，具差异化的“质地柔软、口味清爽”特色，能打造独特风味。

（3）加得兰黄油、富比威黄油：进口黄油品牌众多，进口量逐年增长，消费者对于进口乳制品需求日益增加，公司引进加得兰黄油、富比威黄油，主要应用于烘焙产品中有乳脂升级需求的客户。加得兰黄油来自英国北爱尔兰、拥有金黄色泽，具有新鲜牛乳风味，富比威黄油来自比利时，黄油风味浓郁；两款具有风味特色差异的黄油产品，能满足不同需求的消费者。

4、冷冻面团系列

公司冷冻面团产品种类包括：菠萝系列、可颂系列、丹麦系列、起酥系列、汤种系列、欧包系列、分享系列、美点系列、多拿滋系列及基础面团系列等。客户囊括国内外烘焙业者、高端酒店、餐饮业者、商超量贩、空厨、公司、学校、团膳以及食品加工厂等不同客户群，其口感、品质获得客户认可。

冷冻面团产品日益受到市场肯定，除可解决客户研发、生产技术人员短缺、门店人员的招工困难、店面租金和人工持续上涨、克服门店坪效等因素外，更能因应消费者追求现烤的新鲜美味。公司团队更可根据客户需求不同，如客户的现烤环境、设备与人力的条件，设计、供应不同工序所需的产品，助力客户开创亮眼业绩。鉴于上述因素，2022 年公司在上海开拓了第二条冷冻面团生产线，以缓解目前供不应求的状况，同时提高周边地区配送效率，提供给客户更加即时、完善的服务。

5、馅料系列

主要以焙可芯、焙可诗系列为主。质地柔滑、风味多样，易与公司各系列产品搭配，即食馅料能维持稳定品质，同时操作简单，节省客户成本。能针对客户需求，于焙烤前后使用，协助客户打造时尚多样、风味醇厚的各式烘焙品。

（三）公司主要经营模式

1、采购模式

采购工作严格按照采购管理办法、采购控制程序、供应商评审程序等规章制度执行，同时公司建立健全了原物料类采购计划、进口品采购计划、供应商选定机制、供应商管理、询价、议价、采购以及物资到货验收等机制。每年根据各事业部年度销售计划制定采购计划，再由各子公司根据每月滚动三至六个月的供应计划进行实际采购。

2、生产模式

以市场需求为导向，建立以销定产、计划性与机动性有效平衡的生产模式。生产部门根据年度计划作出费用预算、产销计划，并每月发出滚动三个月预测，以便生产管理部门精确排程，根据各产线需求安排人力。

生产过程中严格遵守作业标准，以确保产品质量。不同批次油品分开储存，先进先出，可溯源。罐区采用自动化管理系统，控制收发油量、品种、批号、油温。

3、销售模式

公司产品通过南侨食品与重庆侨兴两个主体对外销售。

（1）直销和经销的销售模式

公司采取直营和经销两种模式。直营渠道主要以品牌知名度较高的客户为主。公司为该类客户及时提供新烘焙产品的研发、技术支援、人员培训、门店营运管理咨询等协助、辅导，以建立长期合作的同盟关系。

报告期内，公司向经销商的销售均为买断式销售，对二、三、四线城市范围内以及物流配送不便的中小型客户，公司通过经销模式以借助经销商广阔的辐射网络影响力，达到全面覆盖市场的渗透度，并树立南侨品牌在烘焙市场的知名度。依据经销商销量、行为等进行考核，定期判定经销商等级。

此外，公司为了服务更多的烘焙业者、消费者，于 2022 年 1 月，于天猫平台开设南侨食品旗舰店，在线上开展零售业务，期待能更好、更快的提供专业服务给青睐南侨产品的烘焙业者、消费者；未来，公司也将继续努力研究、开拓新渠道，提高公司销售水平。

（2）国内和国外销售情况

报告期内，公司主要在国内进行销售，仅少量马来西亚、越南等地的外销订单交易，且均为公司烘焙油脂常规产品，外销销售收入占比不到 1%。

未来，公司将积极开拓东南亚市场，致力全球化经营。2021 年 10 月，公司公告拟赴新加坡

设立全资子公司南侨贸易(新加坡)有限公司(Namchow Trading Singapore Pte. Ltd.)，以新加坡为海外销售据点，建立高品质、高标准的贸易渠道，从而释放业务潜能，提升品牌知名度及海外市场占有率。

(3) 销售顾问式服务

公司始终秉承“全方位”的服务理念，以完整的专业服务、卓越技术，提供客制化建议与产品规格，与客户保持积极良性的互动，为客户创造特有的竞争优势，从而赢得商机，并为合作事业伙伴提供高质量的烘焙产业服务项目，实现全方位贴近市场需求以及打造全国性服务中心网络。

2021 年底，公司启动客服中心“重新定义分级”项目。客服中心由原先三类别、25 个客服中心，优化为四类别、18 个客服中心，期待带给各地客户更为细致、客制化的服务。旨在销售公司烘焙油脂相关产品的同时，充分体现产品的应用优势，结合当地饮食文化特色自主创新开发下游烘焙产品，并为客户提供烘焙专业领域的辅导和技术培训课程。

(四) 公司行业地位

公司秉持多元发展、求新求变的理念，20 多年来以生产高端烘焙油脂为主，同时持续发展淡奶油、冷冻面团、馅料等多项产品。根据 2021 年 Food Talks 全球食品特种油脂企业榜，公司位列全球 11 名，更为国内第一。

受下游需求、竞争状况以及产能等因素驱动，近年来公司持续加强新品研发和提高产品竞争力，并不断加强渠道建设和扩大产能投资，使公司能保持产销快速增长的发展态势。子公司广州南侨、天津吉好、广州吉好均分别设有研发机构。截至 2021 年 12 月 31 日，公司获得授权的专利共计 99 项，其中 15 项为发明专利，83 项为实用新型，1 项为外观设计；公司从事的研发项目中 11 项已经量产，19 项处于不同试验阶段，研发项目涵盖了烘焙应用油脂、淡奶油、馅料和冷冻面团等方面，仍不断创新。同时，公司曾多次参加全国糖果和巧克力标准化技术委员会、全国粮油标准化技术委员会、油料及油脂技术工作组、大陆商业联合会。公司研发部主管，曾参与起草《饼店等级划分和评定》国家标准草案和植脂奶油行业标准，技术研发、专业水平上，始终走在行业最前沿。

(五) 业绩驱动因素

近年来，国家坚持人民、生命至上，坚持外防输入、内防反弹，坚持科学精准、动态清零，慎终如始地做好疫情常态化防控，保持经济发展和疫情防控，维持全球领先地位。政府统筹经济发展和人民安全，注重防范、化解风险，规范市场经济秩序，营造积极健康、充满活力的发展环境，都让民生消费有了良好的基石与丰沛的活水；同时，我国近年来“茶饮+烘焙”、“餐饮+烘焙”等业态不断蓬勃发展，国内消费者的生活品质以及可支配收入日益提升，对于食品安全更为重视，同时，对于食品选择、风味要求等则更为挑剔，直接带动消费的升级。

公司以提供最高安全规格、质量、效能的产品为经营宗旨，同时拥有全国各地的专业团队，提供客制化、在地化的服务，以下因素更能有效驱动公司全线产品受到客户肯定、蓬勃发展。

1、十四五规划良好开局，促进内循环经济，带动消费升级

在 2020 年 10 月 29 日，第十九届中央委员会第五次全体通过关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议(以下简称“十四五”)。经过全国人民的共同努力，改革开放全面深化，民生保障扎实有效，生态文明建设持续推进，“十四五”已然实现良好开局。国家对于国民食品安全保障与相关权益更为重视。同时高铁沿线发展经济、城镇化加速进行以及疫情促使产业结构变化、内循环消费的快速提升，加速了三四线城市烘焙、餐饮市场的蓬勃发展。

2、新国风、烘焙潮

近年来民族意识觉醒、国风盛行，连带催化“新国风烘焙店”崛起，并受到广大消费者青睐，这与公司率先提倡的“汉饼复兴”、“一城一饼”的理念相互呼应。“新国风烘焙店”品项中式但不

传统、复古却不守旧，产品结构以多种经典中式点心为主并同时加入时下热卖的西式烘焙品。其鲜明的 IP 形象、新潮的门店陈列和行销设计等，为烘焙产业注入多元面貌与旺盛活力。“新国风烘焙店”的客层遍布老、中、青各个阶层，近年来在全国各地深受消费者喜爱。

3、茶饮+烘焙，饮品市场热潮持续

为满足消费者多元化的购物需求与消费习惯，饮品行业迅速崛起、蓬勃发展；烘焙店中增设水吧，茶饮、咖啡门市也提供丰富多样的烘焙品，此类复合型客户增长迅速，深受消费者欢迎，更直接推动烘焙原料行业的活跃与发展。

4、后疫情时代消费趋势改变，冷冻面团产品深获青睐

疫情常态化下，内循环消费持续增长，消费趋势改变，购物场景更加多元化，以下因素促使冷冻面团业绩提升：

(1) 消费者于超市、量贩店、高端会员店购买烘焙品的机率与需求大大提升、习惯“一站式购足”，同时更为重视食品安全、品质、口感等因素。

(2) 冷冻面团产品能协助烘焙业者在注重坪效、人力成本提高、人才短缺等状况下，为店内烘焙商品带来量与质的提升。

(3) 消费者饮食习惯，由外食聚餐转为居家烹饪，促使家庭烘焙日益风行。冷冻面团能协助消费者在家中轻松动手，不需大厨手艺，也能打造安心、便捷的烘焙美味。

5、食品安全意识提升，家庭烘焙、烹饪崛起，带动淡奶油、稀奶油、黄油等原料需求

近年来消费者日益重视食品安全，追求美味和健康的大前提下，各式家庭烘焙、料理崛起，透过互联网的推波助澜，掀起新一轮食尚风潮。消费者对于各项优质烘焙原料，如淡奶油、稀奶油、黄油等的线上、线下需求明显。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	4,120,479,532.54	2,892,712,155.04	42.44	2,619,213,618.34
归属于上市公司股东的净资产	3,198,592,393.23	1,944,198,957.70	64.52	1,815,484,561.36
营业收入	2,872,992,405.49	2,322,400,921.55	23.71	2,351,094,057.89
归属于上市公司股东的净利润	368,404,867.86	325,248,460.31	13.27	298,325,680.39
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	353,673,699.86	312,871,131.96	13.04	279,689,987.80
经营活动产生的现金流量净额	212,908,814.36	503,920,464.79	-57.75	445,322,110.45
加权平均净资产收益率(%)	13.80	17.14	减少3.34个百分点	17.82

基本每股收益 (元/股)	0.92	0.90	2.22	0.83
稀释每股收益 (元/股)	0.92	0.90	2.22	0.83

3.2 报告期分季度的主要会计数据

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	647,730,414.11	714,440,749.81	693,299,009.14	817,522,232.43
归属于上市公司股东的净利润	97,646,712.86	97,718,060.66	78,393,617.10	94,646,477.24
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	93,283,617.35	97,427,681.13	70,348,183.92	92,614,217.46
经营活动产生的现金流量净额	26,654,346.55	83,459,769.71	40,660,409.60	62,134,288.50

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

 适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

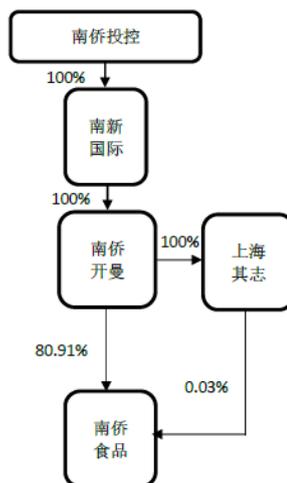
单位：股

截至报告期末普通股股东总数 (户)								26,073
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数 (户)								23,630
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数 (户)								不适用
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)								不适用
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、标记或冻 结情况		股东 性质	
					股份 状态	数量		
南侨食品集团(上海)股份有限公司未确认持有人证券专用账户	-	359,121,799	83.97	359,121,799	无	-	境外法人	
梁盛谊	-	7,722,988	1.81	0	未知	-	境内自然人	
江润林	-	998,900	0.23	0	未知	-	境内自然人	
方国伟	-	997,700	0.23	0	未知	-	境外自然人	

天风证券—光大银行—天风证券天旭1号集合资产管理计划	-	527,800	0.12	0	未知	-	境内非国有法人
宁波梅山保税港区侨祥投资管理合伙企业(有限合伙)	-	460,078	0.11	460,078	无	-	境内非国有法人
翁俊	-	402,854	0.09	0	未知	-	境内自然人
中国民生银行股份有限公司—兴业聚利灵活配置混合型证券投资基金	-	326,564	0.08	0	未知	-	境内非国有法人
廖建平	-	326,300	0.08	0	未知	-	境内自然人
中信证券股份有限公司—天弘中证食品饮料交易型开放式指数证券投资基金	-	310,345	0.07	0	未知	-	境内非国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	由于股权登记材料准备周期较长,南侨(开曼岛)控股公司、Alfred & Chen Partners Co.Ltd.、Intro-Wealth Partners Co.Ltd.三家境外法人股东持有股份暂时登记于南侨食品集团(上海)股份有限公司未确认持有人证券专用账户,合计 359,121,799 股。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

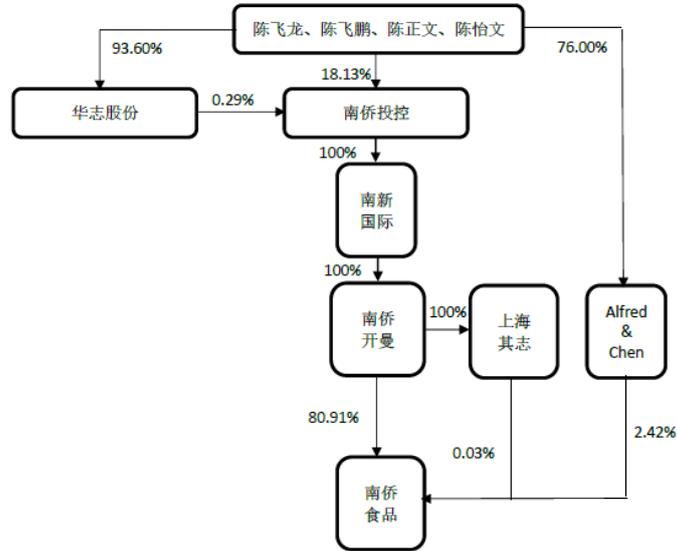
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2021 年公司实现营业收入 287,299.24 万元，较去年同期 232,240.09 万元，增长 23.71%；归属于上市公司股东的净利润 36,840.49 万元，较去年同期 32,524.85 万元，增长 13.27%。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用