

公司代码：603866

公司简称：桃李面包

**桃李面包股份有限公司**  
**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 [www.sse.com.cn](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 容诚会计师事务所（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

经公司第五届董事会第三十三次会议审议，通过了公司2021年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润。本次利润分配及资本公积金转增股本方案如下：

1、公司拟向全体股东每10股派发现金红利6元（含税）。截至2021年12月31日，公司总股本为952,213,783股，以此计算合计拟派发现金红利571,328,269.80元（含税），占合并报表中归属于母公司股东净利润的74.85%，剩余未分配利润结转至下一年度。

2、公司拟向全体股东以资本公积金转增股本方式每10股转增4股。截至2021年12月31日，公司总股本为952,213,783股，本次转股后，公司的总股本为1,333,099,296股。

3、如在本利润分配方案披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，公司总股本发生变动的，公司拟维持每股分配（转增）比例不变，相应调整分配（转增）总额。

该方案需提交公司2021年年度股东大会审议。

## 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	桃李面包	603866	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	张银安	
办公地址	沈阳市沈河区青年大街1-1号沈阳市府	

	恒隆广场办公楼1座40层	
电话	024-22817166	
电子信箱	sytoIybread@163.com	

## 2 报告期公司主要业务简介

### 1、行业发展现状

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017), 本公司属于“制造业”之“食品制造业”之“焙烤食品制造”中的“糕点、面包制造”子行业(代码 1411), 根据 2021 年 11 月证监会发布的《2021 年 3 季度上市公司行业分类结果》, 属于“制造业”中的“食品制造业”(代码 C14)。

烘焙食品作为西方国家生活的必需品, 产业历经数百年的发展, 市场规模较大并已趋于稳定; 在亚洲的各个国家和地区, 烘焙行业发展时间虽短, 但是近年来消费者对烘焙食品的认知度不断提升。随着技术的不断革新、工艺流程的不断完善, 烘焙食品以其品种丰富、口味大众、用途多样、携带方便的众多特点受到越来越多消费者的喜爱, 随着经济发展和各国国民收入的提升, 烘焙行业总体销售收入呈现稳步增长的趋势。

烘焙食品于 20 世纪 80 年代从香港台湾地区引入中国大陆, 随着中国经济的增长, 居民生活水平的提高, 以及西方食品、原料和技术的进入, 我国的烘焙行业从 20 世纪末开始呈现出快速发展的趋势。

烘焙食品业在我国食品工业中具有重要的地位, 其产品消费市场较大, 能够反映人民的饮食文化水平和生活水平。我国烘焙食品行业在质量、产品类别、数量、品种、包装、装饰、生产技术等方面都得到了迅速的发展。烘焙食品作为居民日常生活中的重要一部分, 已经成为部分消费者的主要食物之一。随着人均可支配收入和消费支出进一步增加, 城乡居民对食品的消费也从生存型消费加速向健康型、享受型消费转变, 从“吃饱、吃好”向“吃得安全, 吃得健康”转变。

另外, 随着居民对西方食品接受程度的进一步提高以及消费观念的转变, 食品消费进一步呈现多样化的趋势, 也将推动烘焙食品消费总量持续增长。

### 2、行业周期性特点

面包属于快速消费品, 近年来已逐步成为生活必需品, 出现在消费者的日常生活中。面包消费市场受节假日、季节性等因素影响, 一般存在一季度销售量低、第四季度高的特点。面包保质期也因季节温度的变化存在差异, 一般冬季保质期 5-12 天, 夏季为 3-9 天。月饼、粽子节日性产品也存在明显的周期性, 每年主体销售时间主要集中在中秋节、端午节前。

## （一）公司主要业务及产品

本公司一直专注于以面包及糕点为核心的优质烘焙类产品的生产及销售，属于国内知名的“中央工厂+批发”式烘焙食品生产企业。公司主要产品为“桃李”品牌面包，此外，公司还生产月饼、粽子等产品，主要是针对传统节日开发的节日食品。

自成立以来，公司始终致力于为社会提供高性价比的产品，以“让更多人爱上面包”为使命，依托高性价比的产品、强大的品牌影响力、庞大且稳定的销售渠道及“中央工厂+批发”的经营模式带来的高附加值不断强化公司的综合竞争实力。

## （二）公司经营模式

### 1、公司的采购模式

公司主要采用自主采购的模式，制定了完善的供应商评价体系来评定和选择供应商，待确定供应商后，公司统一与供应商谈判确定采购价格、供货周期等主要采购条款并签订采购合同，各子公司采购专员负责具体采购的执行工作。

在保证产品质量满足生产需求的前提下，公司对原材料的采购价格主要通过市场询价、比价以及议价的方式确定，以确保公司较低的采购成本。公司采购部门根据销售及生产的需求，制定采购订单，对不同的原材料，每月会进行一次集中采购或分次采购。

公司对采购的面粉、油脂等大宗原材料实行集中定价的方式，并与供应商约定如果市场价格有较大变动，调整价格需要其至少提前一个月双方协商确认，对于糖、鸡蛋、腿肉、奶粉等价格波动较频繁的商品采用实时定价方式。

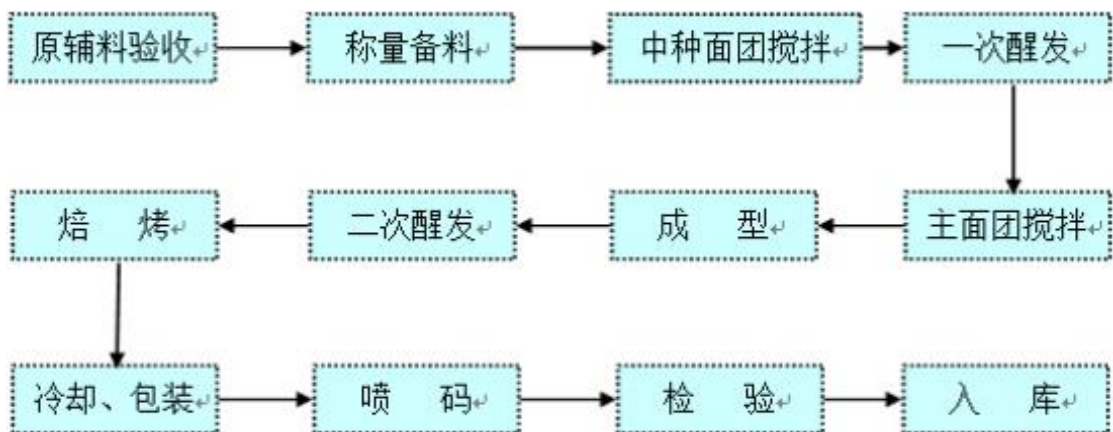
公司不断加强原材料供应商的管理，定期对供应商进行考核评估并根据考核评估结果确定合作供应商，与重要供应商建立战略合作伙伴关系。

### 2、公司的生产模式

面包作为快速消费品，具有产品保质期短、消费者对产品新鲜度要求高的特点，公司对此主要采用“以销定产”的生产模式，根据市场需求灵活制定生产计划，公司采用中央工厂统一生产。

月饼和粽子作为节日性的消费品，消费时段较为集中，公司采用阶段性的集中生产模式。月饼每年的生产周期约为 45-60 天，主要集中在中秋节前 1-2 个月。粽子每年的生产周期约为 35-45 天，主要集中在端午节前 1 个月-45 天。对于月饼和粽子，公司根据当年的销售情况，结合销售计划和经销商的订单，安排下一年度生产计划。在生产周期启动后，根据销售部门的后续订单数量的增加，生产部门会调整生产计划并完成排产和前期准备工作。

主要产品面包的生产工艺流程：



### 3、公司的销售模式

面包是与人民生活密切相关的快速消费品。普通个人消费者会通过大型连锁商超（KA 客户）、便利店、县乡商店及小卖部等购买。

目前，公司主要通过直营和经销两种模式进行销售：一是针对大型连锁商超（KA 客户）和中心城市的中小超市、便利店终端，公司直接与其签署协议销售产品的模式；二是针对外埠市场的便利店、县乡商店、小卖部，公司通过经销商分销的经销模式。截至 2021 年 12 月 31 日公司经销商情况如下表所示：

单位：家

区域	报告期末 经销商数量	增加经销商	减少经销商
		数量	数量
华北地区	156	21	6
东北地区	263	5	3
华东地区	213	98	52
西南地区	123	21	6
西北地区	59	13	8
华南地区	51	21	3
华中地区	30	17	3
<b>总计</b>	<b>895</b>	<b>196</b>	<b>81</b>

注：经销商变更也在经销商数量变化统计范围内。

公司设有营销部，按销售区域进行管理，负责各子公司及经销商的日常管理。为充分调动直营终端和经销商的积极性，提升销售业绩，公司针对直营终端和经销商制定了严格的管理制度和细致的工作流程。

公司及子公司营销部下设 KA 客户部负责管理服务所在区域的 KA 客户，中心城市中小客户部负责管理服务所在区域的中小型商超、便利店等客户，外埠市场中小客户部负责管理服务所在中心城市周边区域的中小型商超、便利店等客户。

### （三）公司市场地位

自 1995 年设立丹东桃李以来，公司一直专注于以面包为核心的优质烘焙类产品的生产及销售，经过 20 余年的努力，公司逐步发展成为一家集研发、生产和销售为一体的大型“中央工厂+批发”式烘焙企业。随着公司对全国市场的不断拓展，使公司产品市场占有率不断提高。鉴于公司品牌影响力和公司的技术竞争力，公司参与起草了中国焙烤食品糖制品工业协会发布的全谷物焙烤食品《团体标准 T/CABCI002-2018》及中国国家标准化管理委员会和中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局联合发布的《糕点通则 GB/T20977-2007》和《面包 GB/T20981-2007》行业标准。

### （四）报告期业绩驱动因素

多年以来，公司一直以为社会提供高性价比的产品、“让更多人爱上面包”为使命，通过提供持续创新的产品来满足消费者不断变化的需求。公司的竞争优势在于依托技术研发实力和品质控制能力实现产品的差异化和产业化，并依赖强大的品牌影响力和较为完善的营销网络将产品推向市场，在传递让每个人吃上安全、健康、美味面包价值理念的同时实现自身的稳定成长。

## 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	6,016,892,732.31	5,685,107,101.21	5.84	5,186,043,398.64
归属于上市公司股东的净资产	4,935,065,406.47	4,832,787,895.42	2.12	3,743,150,298.60
营业收入	6,335,381,671.50	5,963,004,180.87	6.24	5,643,709,759.53
归属于上市公司股东的净利润	763,265,673.71	882,839,001.61	-13.54	683,358,391.86
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	715,794,619.35	836,183,682.35	-14.40	659,960,471.81
经营活动产生的现金流量净额	1,013,779,179.83	1,101,366,061.62	-7.95	887,834,094.10
加权平均净资产收益率(%)	16.01	21.98	减少5.97个百分点	19.56

基本每股收益 (元/股)	0.8026	0.9511	-15.61	0.7409
稀释每股收益 (元/股)	0.8026	0.9511	-15.61	0.7409

### 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	1,326,819,821.26	1,612,569,279.70	1,724,080,889.83	1,671,911,680.71
归属于上市公司股东的净利润	162,788,253.06	206,474,357.35	199,060,554.89	194,942,508.41
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	147,438,279.52	190,267,053.20	191,858,292.57	186,230,994.06
经营活动产生的现金流量净额	175,563,076.02	315,588,203.80	209,109,337.26	313,518,562.75

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

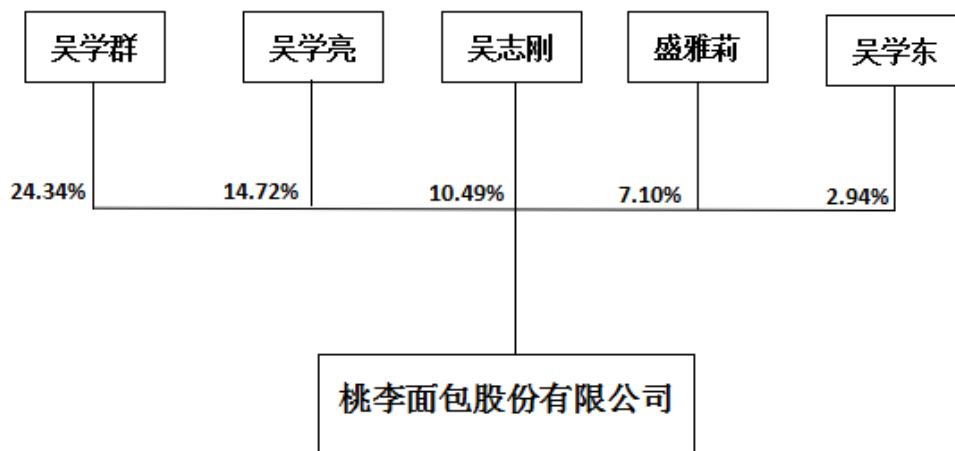
截至报告期末普通股股东总数（户）					34,042		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					36,378		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有 限售条 件的股 份数 量	质押、标记或冻结情 况		股东 性质
					股份 状态	数量	
吴学群	66,224,846	231,786,960	24.34	0	质押	69,960,000	境内 自然 人
吴学亮	40,047,767	140,167,184	14.72	0	无	0	境内 自然

							人
吴志刚	28,578,724	99,932,563	10.49	0	质押	35,990,000	境内自然人
香港中央结算有限公司	44,332,089	75,205,295	7.90	0	无	0	其他
盛雅莉	6,103,515	67,640,552	7.10	0	质押	26,000,000	境内自然人
吴学东	1,357,580	28,026,529	2.94	0	无	0	境内自然人
盛龙	6,297,190	22,020,166	2.31	0	无	0	境内自然人
盛雅萍	6,170,951	21,598,329	2.27	0	无	0	境内自然人
盛利	3,103,516	16,147,305	1.70	0	无	0	境内自然人
中国工商银行股份有限公司—富国天惠精选成长混合型证券投资基金（LOF）	10,000,000	15,000,000	1.58	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	吴学群、吴志刚、吴学亮、盛雅莉和吴学东五人为公司一致行动人。其他未知股东间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

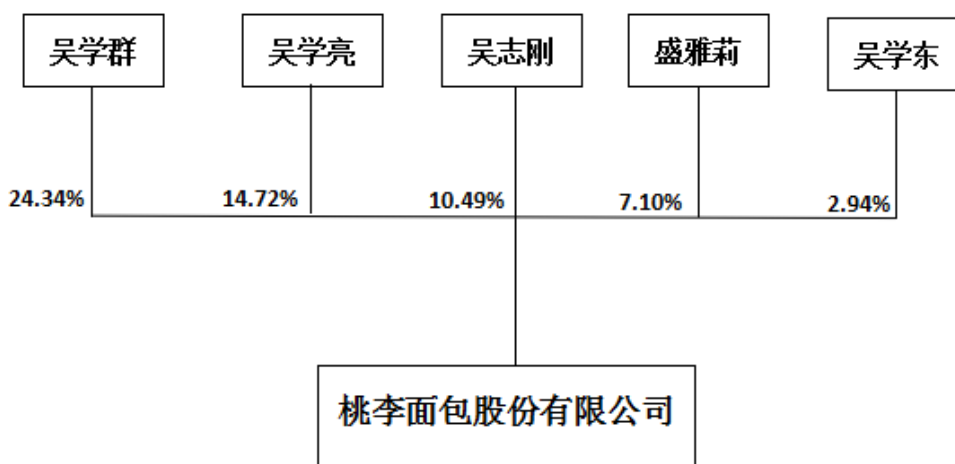
√适用□不适用





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。

公司核心产品桃李品牌的面包及糕点实现的营业收入 618,795.14 万元，较上年同期增加 35,071.28 万元，增长了 6.01%，其占公司年度营业收入的比例为 97.67%。醇熟等明星产品继续获得稳步增长，岩烧蛋糕、乳酪面包等新品呈现较高速增长，产品综合竞争力继续获得提升。针对传统节日开发的节日食品月饼和粽子实现主营业务收入分别为 13,342.88 万元和 1,248.35 万元，分别较上年同期增长 13.54%和 61.91%。

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