

公司代码：603886

公司简称：元祖股份

上海元祖梦果子股份有限公司
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

经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司 2021 年度合并报表实现净利润 339,841,324.59 元，其中归属于上市公司股东的净利润 339,855,467.28 元。2021 年度母公司实现净利润 260,317,026.97 元，截止 2021 年 12 月 31 日，母公司可供股东分配的利润为 428,381,805.35 元。

根据公司利润实现情况和公司发展需要，经公司第四届董事会第二次会议通过，公司 2021 年度利润分配方案为：派发现金股利，以利润分配方案实施股权登记日的股本为基数，按每 10 股派发现金股利 10 元（含税），共计派发现金股利 24,000.00 万元，剩余未分配利润 188,381,805.35 元结转以后年度。

本议案经董事会审议后尚需提交 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	元祖股份	603886	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	沈慧	施益丹
办公地址	上海市青浦区嘉松中路6088号	上海市青浦区嘉松中路6088号
电话	021-59755678-6800	021-59755678-6800
电子信箱	gansoinfo@ganso.net	gansoinfo@ganso.net

2 报告期公司主要业务简介

1、行业发展现状

烘焙食品是以小麦等谷物粉料为基本原料，辅以油脂、乳品、蛋品、添加剂等，通过高温烘烤过程而熟化的一大类食品，又称烘烤食品。烘烤食品范围广泛，品种繁多，形态不一，风味各异，可分为四大类：蛋糕、糕点、面包、其他混合甜品。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》，公司属于“制造业”中的“食品制造业”其中“烘焙食品制造”的“糕点、面包制造”子行业。

我国的烘焙行业起步晚，但规模在不断扩大，市场处于快速成长的黄金期。中国烘焙糕点市场增长迅猛，千亿赛道发展潜力巨大，烘焙糕点 2016-2020 年复合增速 11%，2021 年市场规模超 2800 亿元。从长期市场来看，随着新冠肺炎疫情的好转，中国烘焙食品行业市场规模将恢复增长，预计 2023 年中国烘焙食品行业市场规模将达到 3070 亿元。

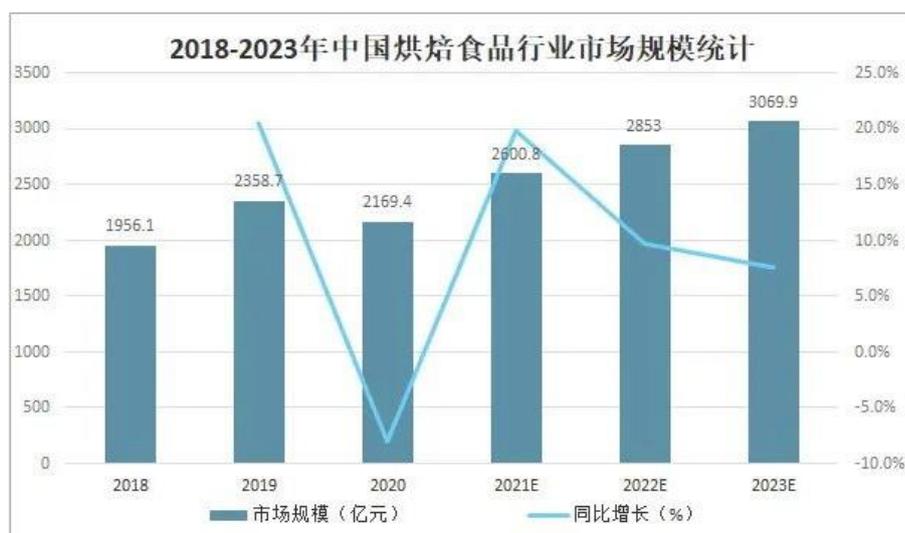
从行业新特点看，中高端市场布局礼赠包装驱动单价提升，赋能新中式糕点增长。春节、中秋、是新中式糕点的售卖旺季，同时日常购买增长也非常迅猛。40 元以上价格带商品呈现加速增长，创新差异化糕点、地方特色伴手礼、节庆礼盒有较强的购买心智。同时，礼赠场景日常化加强新中式糕点的吸引力。除了传统节庆（春节、中秋、重阳等）之外，消费者开始偏好在生日、纪念日、情人节等西式节日和日常节点选择新中式糕点。长辈、老人仍为主流送礼对象，同时年纪相仿的亲戚、朋友也成为新中式糕点的礼赠对象。消费者会根据礼赠对象选择不同价格的产品。

从产品新热点来讲，新中式糕点立足微创新，关注中点西做、健康成分、场景化和跨界营销。

口味多样化是核心，低糖低脂和药食同源成为新热点。

口味多样、原料健康、童趣造型、风格类型细分和特定场景成为生日蛋糕新趋势。口味上，柠檬新兴清爽口味增长显著，鲜花口味增长，突破以水果、奶油为主的口味认知，酸奶、咖啡、红茶口味增长较快，从饮品口味切入更具新鲜感，冰淇淋蛋糕高增长，跨品类融合受到消费者青睐。低糖、低卡、动物奶油有明显增长，食材健康需求提升。鲜奶销售额规模大，鲜果增长显著，新鲜、真材实料需求逐渐提升。卡通IP联名冰雪奇缘、动物、公主增长快，童趣图案多样化多层。迷你、纸杯销量增长迅猛，小规格新形式成为新趋势。场景上，节庆聚会场景多元化：跨年、父亲节、圣诞和婚礼等特殊节日也成为生日蛋糕新场景。日常主打茶歇场景的生日蛋糕销量高增长，打破生日蛋糕仅与特殊节点关联的认知。

短保烘焙赛道的创新方向主要体现为：①产品多维度创新。口味多元化：新兴、时令水果味、花香口味有利于品牌打造爆款单品，吸引消费者购买。②形式多元化：聚焦“迷你”、“高颜值”。IP联名：卡通IP联名蛋糕，提升颜值和趣味性②健康化升级。鲜牛乳、鲜果强调新鲜、真材实料。低糖低脂：低糖、低脂、低卡需求高增长，短保烘焙消费者（尤其新锐白领）健康意识关注热度逐步提升。③消费场景多样。节日是重要场景：除生日外，节日场景（圣诞节、纪念日、母亲节、护士节等）成为短保场景宣称新趋势。日常自享及社交场景：休闲时刻、茶歇聚会等社交场景需求提升，高颜值可加强吸引力④专注人群体验价值。高价值人群是核心，Gen Z（互联网世代）成为新力军。线下提供定制化服务：生日宴会表演等，加强与消费者联动，提高体验感，建立品牌忠诚度



数据来源：艾媒、智研咨询整理

在现代生活和工作节奏加快的今天，消费者特别是年轻人的饮食习惯已经悄然发生了改变，食品选择关键点为“方便”和“健康”，这也对烘焙行业带来积极影响。口味上，肉松、坚果、黑

芝麻口味成趋势；软糯成为核心口感，同时通过和不同品类跨界，以及糕点馅料的升级，复合型口感被更多消费者喜欢，无蔗糖、天然代糖渐受关注，消费者追求更健康的甜。未来，随着中国经济实力增强，人民收入不断提高，消费能力提升，消费将倾向于对烘焙食品口味、质感的追求，品牌意识增强。烘焙食品行业准入制度的设立以及法律法规体系的建立，使得行业进入门槛提高，品牌壁垒形成，行业进入门槛提高，中高端市场成为竞争焦点。

2、行业周期性特点

（1）季节性特征

烘焙食品中的蛋糕、部分糕点类别属于日常消费品，没有显著季节性特征。但对于节令性产品而言，则存在明显的季节性特征。比如，春节年糕、踏青艾草大福、端午粽子、中秋月饼等糕点产品，由于与时令节日的关系属于完全依附，导致节令性产品消费呈现高度集中及规模迅速增长的季节性特征。其中，中秋月饼由于其产品单价较高及销量较大，导致占销售收入比重较大，因此大部分烘焙企业下半年收入表现较上半年更佳。

（2）周期性特征

烘焙食品行业依托大众刚性需求，作为防御性行业，一般不容易受到外围经济波动而影响，年度市场需求大致稳定，一般烘焙食品消费与经济周期相关性不明显。

报告期内，公司根据“三节四季”（三节：春节、端午节、中秋节；四季：踏青季、冰品季、丰收季、补冬季）推出节令性、常规性及场景性产品：

1、节令产品：

三节：（1）春节：除奶黄铜钱、聚宝盆、吉柿等节令产品外，推出招财进宝礼盒、心黏快乐礼盒、福元宵专款礼盒等满足不同人群的需求；（2）端午节：同时推出藤椒牛肉粽、菌菇粽、蜜玉粽等，以及单双黄玉子礼盒、大小端阳糕礼盒。由于报告期内端午节与中考、高考时间接近，公司应景推出糕粽礼盒谐音“高中”，祝福广大莘莘学子一举高中。（3）中秋节：推出多款新口味月饼，并在节令期间新增两款月饼，花弄月中凤梨口味加入了台湾凤梨丁，口感丰富，松露明月酥的外形与满月靠拢，适合在中秋佳节与家人一同品尝，同时在凤梨馅料中添加了松露酱，香气十足；

节令	部分产品展示		
春节			
	黏年糕	雪年糕	福元宵
			
	聚宝盆	奶黄铜钱	吉柿
			
	吉祥饼	团圆饼	如意饼
端午			
	五福临门礼盒	粽说风云礼盒	糕粽状元礼盒
			
	雪龙粽	雪冰粽	单黄/双黄玉子

			
	藤椒牛肉粽	台湾风味肉粽	菌菇粽
中秋			
	雪月饼礼盒	脆雪月礼盒	星空礼盒
			
	极月之光礼盒	花伴月礼盒	花新月礼盒
			
	花弄月礼盒	华皓月礼盒	中秋铭礼礼盒

四季：（1）踏青季：报告期内，推出两款新品，草莓大福升级使用混入冻干草莓丁的乳酪慕斯馅料，中间为草莓果泥冻，层次丰富；另外推出艾团团，肉眼可见的艾草纤维，软糯扎实的口感，不含馅料深得轻食星人的追捧；（2）冰品季：推出脆豆巧克力味、红豆抹茶味的冰淇淋铜锣烧，以及巧克力、榴莲口味的雪贝烧，更升级推出草莓味、芒果味、蓝莓味等不同口味的雪麻糬；

(3) 丰收季：金桂丰收，公司推出 5 号栗子慕斯蛋糕，蕴含满满栗蓉奶油慕斯，入口即化；(4) 补冬季：升级核枣糕、芝麻糕、桂圆糕补冬三宝产品等，配合进补时节推出蛋糕黑芝麻夹馅、黑芝麻冰淇淋蛋糕等多项产品；

节令	部分产品展示		
踏青季			
	艾团团	雪青团	大福 (珍珠奶茶味)
冰品季			
	雪魔方	冰淇淋铜锣烧	雪贝烧
丰收季			
	栗子慕斯	桂花酥	柚子酒
补冬季			
	核枣糕	桂圆糕	芝麻糕

2、圆梦蛋糕：鲜奶蛋糕、慕思蛋糕、冰淇淋蛋糕、巧克力蛋糕等。聚焦场景化，除常规性蛋糕外，根据圆梦场景并结合春节、父亲节、儿童节、高考、七夕等特殊时间节点及市场热点话题先后推出牛气冲天、糖福禄、多肉森林、珍珠奶茶、黑芝麻汤圆等新系列蛋糕；

类型	部分产品展示		
鲜奶蛋糕			
	牛气冲天	糖福禄	情有独衷
			
	优雅绅士	冲上云霄	多肉森林
			
	书写心动	PUPPY 泡泡	圆梦城堡
			
	雪兔诞礼	莓好舞曲	珍珠奶茶
	慕思蛋糕		
春莓慕斯		翩翩樱姿	绛心芝士

			
	玲瓏藏心	釀曲酒釀芝士	嘿歡你
冰淇淋蛋糕			
	馳騁人生	黑芝麻湯圓	浪個夏天
			
	春梅吉祥	女一號	星星許願

3、常规产品：报告期内，公司顺应市场有节奏地对常规品推陈出新，包括蛋卷、小圆慕思、海盐乳酪蛋糕、圆梦桶、雪魔方、凤凰酥等，并对西点卷、麻糬、蜂蜜蛋糕等产品进行配方升级更新。

产品	部分产品展示		
常规产品			
	西点卷	蜂蜜蛋糕	元气三明治

		
坚果酥	原味蛋卷	核桃酥
		
纳福饼	凤梨酥/凤凰酥	蛋黄酥/红蛋
		
优酪球	海盐乳酪蛋糕	小圆慕思

4、水果礼盒：进口水果种植、采摘、入关等各环节在疫情时期受到影响。报告期内，主要推出了台湾柚礼盒、台湾春柑礼盒、台湾莲雾礼盒、新西兰樱桃礼盒。

产 品	部分产品展示		
水 果			
	台湾莲雾	台湾柚	台湾春柑

报告期内，公司推出全新礼盒包装，以唐朝纹样、服饰衣袖及手部姿态，结合元祖超级符号为主轴，形成唐风礼盒。



自公司成立以来，一直致力于以“健康·好吃·有故事”的产品成就“元祖—让人与人之间的联结更紧密”的使命，期许作为“精致礼品名家”，能够成为在以人为本的社会中，促进人与人之间友好共处的重要桥梁之一。

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	3,074,535,049.87	2,551,106,712.33	20.52	2,392,749,966.68
归属于上市公司股东的净资产	1,596,699,930.85	1,497,690,354.45	6.61	1,491,835,545.73
营业收入	2,584,315,723.87	2,303,268,400.06	12.20	2,222,668,088.36
归属于上市公司股东的净利润	339,855,467.28	300,032,854.14	13.27	247,768,136.84
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	296,198,145.48	266,076,741.99	11.32	211,493,882.35
经营活动产生的现金流量净额	652,225,740.02	482,707,979.65	35.12	341,199,524.52
加权平均净资产收益率(%)	21.67	19.77	增加1.90个百分点	17.17
基本每股收益(元/股)	1.42	1.25	13.60	1.03
稀释每股收益(元/股)	1.42	1.25	13.60	1.03

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	403,628,509.57	599,146,122.70	1,081,577,413.87	499,963,677.73
归属于上市公司股	1,346,970.66	60,428,559.30	270,479,777.68	7,600,159.64

东的净利润				
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-10,464,549.10	56,750,529.69	265,957,541.44	-16,045,376.55
经营活动产生的现金流量净额	-14,744,830.63	206,822,349.75	636,664,302.92	-176,516,082.02

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）					19,329		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					18,096		
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	
元祖国际有限公司	0	118,791,000	49.5	0	无	0	境外法人
元祖联合国际有限公司	-2,082,000	18,375,825	7.66	0	无	0	境外法人
珠海兰馨成长咨询管理合伙企业（有限合伙）	14,417,180	14,417,180	6.01	0	无	0	境内非国有法人
招商银行股份有限公司－上证红利交易型开放式指数证券投资基金	10,800,065	10,800,065	4.50	0	无	0	境内非国有法人
中国工商银行股份有限公司－富国中证红利指数增强型证券投资基金	2,161,762	2,161,762	0.90	0	无	0	境内非国有法人
汇添富基金管理股份有限公司－社保基金 1103 组合	1,894,300	1,894,300	0.79	0	无	0	境内非国有法人
UBS AG	235,396	1,878,096	0.78	0	无	0	境外法人
中国建设银行股份有限公司－大成中证红	1,431,966	1,431,966	0.60	0	无	0	境内非国有法人

利指数证券投资基金							
中国工商银行股份有限公司－汇添富文体娱乐主题混合型证券投资基金	-187,700	1,285,716	0.54	0	无	0	境内非国有法人
中国农业银行股份有限公司－泰达宏利中证主要消费红利指数型证券投资基金	650,500	1,170,100	0.49	0	无	0	境内非国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未知其他流通股股东之间是否存在关联关系及是否存在一致行动的情况						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

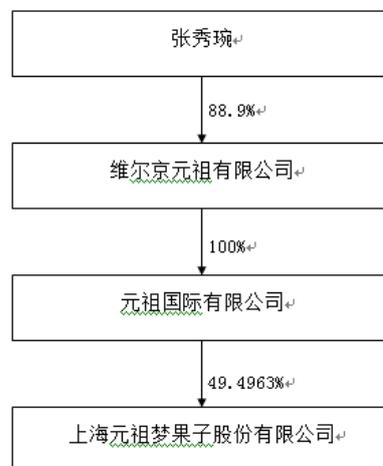
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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 年元祖股份实现营业收入 2,584,315,723.87 元，比上年增长 281,047,323.81 元；实现净利润 339,841,324.59 元，比去年增加 39,820,697.36 元；实现归属于母公司股东的净利润 339,855,467.28 元，比上年增加 39,822,613.14 元。

2021 年末，公司总资产为 3,074,535,049.87 元，净资产为 1,597,289,180.43 元，归属于上市公司股东的净资产 1,596,699,930.85 元。

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