

公司代码：605338

公司简称：巴比食品

**中饮巴比食品股份有限公司**  
**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

2022年4月7日，公司第二届董事会第十四次会议审议通过了公司2021年度利润分配预案如下：公司拟向全体股东每10股派发现金红利2.60元（含税）。截至2021年12月31日，公司总股本为248,000,000股，以此计算合计拟派发现金红利64,480,000.00元（含税）。本年度现金分红数额占公司2021年度合并口径归属于上市公司股东净利润的比例为20.54%。公司2021年度不进行资本公积转增股本，不送红股，剩余未分配利润结转以后年度分配。上述利润分配预案尚待本公司年度股东大会审议批准。

## 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
人民币普通股（A股）	上海证券交易所	巴比食品	605338	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	苏爽	马晓琳
办公地址	上海市松江区车墩镇茸江路785号	上海市松江区车墩镇茸江路785号
电话	021-57797068	021-57797068
电子信箱	jituanban@zy1111.com	jituanban@zy1111.com

## 2 报告期公司主要业务简介

### 1、公司所处行业

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，公司所属行业是制造业中的C14-食品制造业。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所处行业属于制造业中的食品制造业所属范围下的C1432-速冻食品制造。

### 2、行业发展状况

#### （1）国家产业政策支持

国家出台了《中华人民共和国食品安全法》、《中华人民共和国消费者权益保护法》、《中华人民共和国产品质量法》、《食品生产许可管理办法》、《食品经营许可管理办法》等一系列法律法规，对食品的生产加工销售等环节进行规范，保障行业健康有序发展。在产业政策方面，近年来国家出台了《关于促进食品工业健康发展的指导意见》、《关于进一步促进农产品加工业发展的意见》、《居民生活服务业发展“十三五”规划》、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》等一系列重要文件，意在大力发展绿色食品产业，鼓励食品工业往规模化、智能化、集约化、供给质量和效率显著提高方向发展，支持产业规模不断壮大。另外，面对食品行业存在的“小”、“散”、“乱”的格局，为促进食品制造业的健康发展，提升食品安全质量水平，促进食品制造业结构调整和优化，国家在近年来陆续出台了国家食品新标准，促进食品制造业结构调整和优化，使大量不具备生产条件的中式面点食品企业停产、转产或被市场淘汰。

#### （2）市场空间广阔

近年来，我国居民收入水平持续提高，带来了消费结构升级和产业转型，催生出了食品行业总体稳健的发展趋势。公司中式面点速冻食品最终销售给广大消费者，居民收入的持续增长，有利于促进目标市场包括连锁品牌早餐消费市场、团体供餐消费市场和家庭消费市场的增长，整体呈现C端的消费场景扩容，B端的渗透率不断提升。

##### ①连锁品牌早餐消费市场

我国的早餐种类大多以包子、馒头、各种粗粮点心等面食为主，辅之以液态食物如豆浆、粥、牛奶等。随着经济的发展，国民生活节奏越来越快，消费者对于早餐快餐的获取方式发生了较大变化，主要为从家庭制作转为到品牌早餐快餐连锁店消费，品牌早餐快餐连锁店满足了消费者安全、放心、便捷的消费需求。作坊式门店一般无品牌意识、管理混乱、产品单一、营销能力相对较差，随着顾客更加注重品牌消费，作坊式门店也将逐步加盟品牌连锁企业，未来品牌早餐连锁店消费市场的需求会越来越大。

## ②团体供餐消费市场

随着各种餐饮连锁店、便利店、各单位食堂对早餐食品的需求量越来越大，若自行制作加工早餐面点食品，除需要单独的操作间外，还需要聘请有经验、有资历的面点师傅，人员成本支出也较高。而采购专业规模化公司生产的产品，不但品类齐全、加工方便，还可以根据每日预订数量，来决定次日面点的供应量，大幅减少了上述单位在餐饮方面的管理成本，也满足了消费者的选择需求。从目前来看，团餐消费市场对中式面点速冻食品的需求刚刚开始释放，未来市场空间广阔。

## ③家庭消费市场

随着人们生活水平的提高，消费者对速冻食品的需求不断增加。一方面，现今的生活节奏越来越快，而且烹饪环节多而复杂，导致年轻人下厨时间较少，意愿也不强烈。而面点速冻食品既满足了容易烹饪、食材营养的要求，又顺应了年轻人追求方便快捷的心理。另一方面，面点速冻食品依靠低温来保鲜保质，符合人们追求健康、卫生的消费观念，因而在家庭餐桌上愈加常见。

### **(3) 消费结构升级，规模和品质成为竞争的主要因素**

随着国内居民收入的增长，消费结构升级，消费者对食品的营养与健康要求更高，品牌意识不断增强，速冻食品工业发展模式将从量的扩张向质的提升转变。随着国家品牌战略的推进，速冻食品制造业兼并重组步伐不断加快，小规模企业由于抗风险能力较低和食品质量控制水平较差而被迫退出市场；行业内优质品牌企业依靠多元化的销售渠道、较高的品牌知名度、先进的生产工艺、领先的研发创新、完善的质量管理体系，确立了在行业中的主导地位，未来将会不断凭借自身独有优势，扩大经营规模，提高盈利能力，在竞争中赢得市场份额，行业的集中度将进一步提升。

## **3、公司所处的行业地位**

公司创立以来，秉承品质优先的经营理念，专注于中式面点食品的研发、生产与销售，全方位锻造竞争力及影响力，在行业内拥有品牌、经营渠道、产品开发、质量管控、信息管理等多方面的优势，是“农业产业化国家重点龙头企业”、“全国主食加工业示范企业”，是国内中式面点连锁企业领先品牌。

### **(一) 公司的主要业务**

公司自成立以来，专业从事中式面点食品的研发、生产与销售，致力于“工业化生产，全冷链配送，直营、加盟、团体供餐为一体”的经营模式，是一家“连锁门店销售为主，团体供餐销售为辅”的中式面点速冻食品制造企业。

公司以稳定的销售渠道为基础，安全可靠的产品品质为保证，强大的供应链管理体系及数字化信息系统为支撑，打造国内中式面点连锁企业领先品牌。

## （二）公司的主要产品

公司产品可以分为面点系列产品、馅料系列产品以及外部采购系列产品，具体包括自产的包子、馒头、粗粮点心等各种单品以及丰富的馅料系列产品，外部采购系列产品包括粥品、饮品、粽子、糕点等，共计近百余种产品。

根据产品的主要供应渠道不同，公司产品又分为连锁门店产品、To B 大客户产品及 To C 预包装产品。公司以客户需求及不同的消费场景为导向，持续丰富加盟门店产品，同时加强大客户产品的定制化研发能力，不断丰富全渠道 SKU，以满足不同消费者需求。

## （三）公司的经营模式

### 1、采购模式

公司生产自产产品的主要原材料为面粉、猪肉、食用油、蔬菜、调料、包装物等，外购食品饮料主要为搭配面点产品食用的豆浆、粥类、粽子、糕点、饮料等，原材料及外购食品饮料均为自采。为发挥规模采购优势，降低采购成本，子公司的主要原材料及外购食品饮料也由母公司统一采购，其余部分由各子公司自行筛选合适的供应商进行零星采购，一方面满足了生产适合当地特色产品的需求，另一方面降低了各项综合成本。

根据不同的标的，公司采购方式分为以下几种：招标、竞争性谈判、单一来源采购、询比价采购、竞争性谈判与协议供货相结合、其他采购方式。

公司设立了采购管理中心负责物资采购工作，通过公司的信息化系统，建立了科学的原材料采购价格监控机制；通过建立《合格供方名单》，对供应商实施动态管理，不断提高供应商质量。公司与行业各细分品类的优质供应商之间形成了稳定长期的业务伙伴关系。

公司根据当期的库存量、订货量、生产计划、原材料及产品保质期等因素制定采购计划，防范物资短缺或过剩的风险；公司制定了《采购管理规定》、《供应商管理规范》、《采购溯源管理规范》、《存货管理规定》、《财务付款及报销管理规定》等规章制度，对采购计划制定、供应商选择及日常管理、采购决策、验收入库、付款及各环节的授权审批等关键环节制定了严格的控制程序；与供应商签订《反商业贿赂协议》；定期检查和评价采购过程中的薄弱环节，不断改进，确保物资采购满足企业生产经营需要。采购相关执行人要做好采购业务各环节的记录，通过信息化管理，确保采购过程的可追溯性。

上述内部控制制度的有效执行确保了公司库存安全合理及物资采购品质，减少了供应商欺诈

和其他不正当行为的发生。大大提升了公司整体的采购水平，确保了公司各项生产的顺利进行。

## 2、生产模式

公司面点系列产品、馅料系列产品等采取自主生产模式。公司已在全国布局建设了上海、广州、天津 3 个工厂，南京工厂正在建设中，预计将于 2022 年下半年投产，并通过投资合作的方式在武汉地区布局产能。同时公司于 2021 年 7 月在上海完成了新增产能的储备用地，计划 2022 年开工建设。公司业务范围覆盖长三角、珠三角、京津冀经济圈及华中地区。公司产品因时、因地进行本地化研发及生产，以满足各地区市场需求。

公司建立了标准化生产管理体系及供应链体系，以销定产，各连锁门店在每日指定时间前向公司发送次日产品订单，团餐客户按合同约定时间向公司下订单，各生产基地根据库存及订单数量确定生产计划，按需生产，质量安全部对产品的制造过程、工艺流程、质量标准等执行情况进行现场监督管理，确保健康、新鲜的产品品质。

## 3、销售模式

公司采用特许加盟为主，直营门店、团餐销售为辅，同时开展第三方电商平台等线上销售的全渠道销售模式，全方位、多场景触达消费者。

### （1）特许加盟销售

特许加盟是指公司与加盟商签订《特许经营合同》，授权加盟商开设加盟门店，在规定区域内使用公司的商标、服务标记、商号、经营技术、食品安全标准，在统一形象下销售巴比品牌及提供相关服务。公司加盟商主要为个人加盟商，自主负责会计核算和税费缴纳。加盟商拥有对加盟门店的所有权和收益权，实行独立核算、自负盈亏，在具体经营方面接受公司的业务指导与监督。公司对加盟门店采取 10 天信用期的结算制度。

公司将面点成品产品、馅料、外购成品销售给加盟商，加盟商直接将从公司购买的成品或利用从公司购买的馅料加工成符合要求的成品后再销售给终端客户。

公司本着合作共赢的发展理念，对加盟商进行全方位的服务，包括开业前协助加盟门店选址、装修、办证；开业时，公司对加盟店进行技术辅导，营销策划，物料统一供应；开业后公司对加盟店定期培训，督导管理，物流配送等，与加盟商结成命运共同体，不断服务好加盟商，扩大品牌影响力。

公司有完善的加盟连锁管理体系，制定了《门店营运手册》、《营运收费管理规定》、《门店营运管理违规处罚规定》等操作流程和管理制度，确保加盟门店日常营运过程中全面执行公司营运标准。

## (2) 直营门店销售

直营门店由公司投资设立，公司对各直营门店拥有控制权，统一财务核算，享有门店产生的利润，并承担门店发生的一切费用开支。公司通过直营门店将产品直接销售给终端客户。公司对直营门店采用“直营管理部、区域主管、门店”三级管理模式，直营管理部负责各直营店的日常经营管理、每个区域主管管理若干家门店。门店实行店长负责制，店长在区域主管及直营管理部负责人的指导协调下具体负责所属门店的日常运营工作。

## (3) 团餐销售

团餐销售模式的目标客户场景主要是除门店业务以外能触达消费者的出餐渠道，包括各类企事业单位食堂、餐饮商家、便利商超以及居家消费场景等。具体又分为团餐客户、餐饮供应链客户、连锁便利店客户、连锁餐饮客户、生鲜电商平台客户等。公司设有大客户事业部，负责团餐客户开发与维护。公司通过在管理体系、人员组织、产品研发、生产物流等方面的优势，根据客户需求进行定制研发及生产，以满足客户个性化需求。团餐客户中包括少量经销商客户，通过经销商销售渠道的补充，使得公司的销售网络进一步延伸、公司产品的覆盖率和市场占有率进一步提高。对经销商销售产品为买断模式。同时，积极开展第三方生鲜电商平台等线上销售渠道，力求全方位、多场景触达消费者。

## 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	2,532,173,246.11	1,991,142,948.26	27.17	967,319,929.92
归属于上市公司股东的净资产	1,908,380,486.15	1,634,111,976.87	16.78	714,936,102.77
营业收入	1,375,446,232.93	975,090,303.83	41.06	1,063,973,236.73
归属于上市公司股东的净利润	313,948,509.28	175,466,607.17	78.92	154,719,930.52
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	152,207,857.41	128,978,679.88	18.01	137,187,189.49
经营活动产生的现金流量净额	159,048,275.84	249,897,169.00	-36.35	111,252,457.15
加权平均净资产收益率(%)	17.72	17.75	减少0.03个百分点	23.69

基本每股收益 (元/股)	1.27	0.87	45.98	0.83
稀释每股收益 (元/股)	1.27	0.87	45.98	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	252,896,407.99	342,181,419.72	378,284,484.22	402,083,921.00
归属于上市公司股东的净利润	13,779,999.75	197,410,975.90	14,680,360.94	88,077,172.69
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	13,262,720.57	44,461,307.41	43,480,805.91	51,003,023.52
经营活动产生的现金流量净额	-21,785,926.00	85,065,774.61	56,551,392.10	39,217,035.13

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

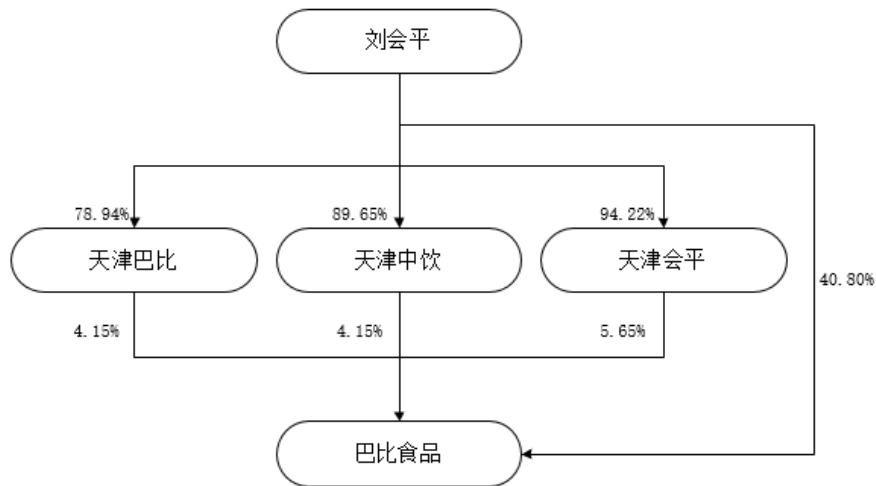
截至报告期末普通股股东总数（户）		13,925					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		15,445					
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）		不适用					
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）		不适用					
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有限售 条件的股份 数量	质押、标记或 冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
刘会平	0	101,193,300	40.80	101,193,300	无	0	境内 自然 人
丁仕梅	0	19,027,800	7.67	19,027,800	无	0	境内 自然 人
天津会平投资管理合	0	14,003,142	5.65	14,003,142	无	0	其他



伙企业（有限合伙）							
嘉华天明（天津）资产管理合伙企业（有限合伙）	-1,607,300	11,412,700	4.60	0	无	0	其他
天津中饮投资管理合伙企业（有限合伙）	0	10,296,429	4.15	10,296,429	无	0	其他
天津巴比投资管理合伙企业（有限合伙）	0	10,296,429	4.15	10,296,429	无	0	其他
丁仕霞	0	6,919,200	2.79	6,919,200	无	0	境内自然人
潘和杰	-559,700	6,359,500	2.56	0	无	0	境内自然人
中国光大银行股份有限公司—兴全商业模式优选混合型证券投资基金（LOF）	5,263,470	5,263,470	2.12	0	无	0	其他
华润深国投信托有限公司—华润信托·慎知资产行知集合资金信托计划	4,968,208	4,968,208	2.00	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	刘会平和丁仕梅为公司实际控制人。刘会平和丁仕梅系夫妻关系、丁仕霞和丁仕梅系姐妹关系。刘会平系天津巴比、天津会平、天津中饮的有限合伙人。除此之外公司未知上述股东之间存在任何关联关系或属于一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

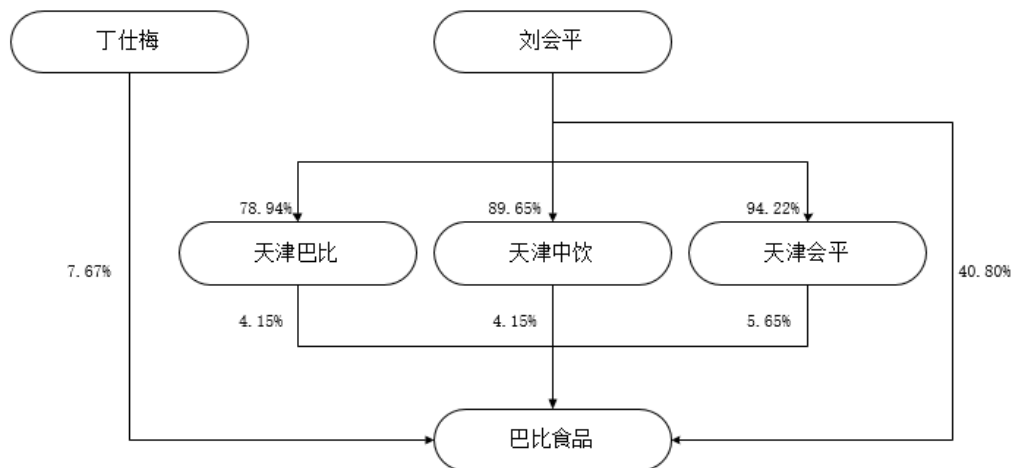
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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 13.75 亿元，同比增长 41.06%；归属于上市公司股东的净利润 3.14 亿元，同比增长 78.92%；实现归属于母公司的扣除非经常性损益的净利润 1.52 亿元，同比增长 18.01%。截至 2021 年 12 月 31 日，公司资产总额 25.32 亿元，同比增长 27.17%；归属于母公司

股东权益 19.08 亿元，同比增长 16.78%；基本每股收益为 1.27 元/股，同比增长 45.98%。

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