

公司代码：603345

公司简称：安井食品

安井食品集团股份有限公司
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 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 立信会计师事务所（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 25 日，公司第四届董事会第二十七次会议审议通过以下利润分配预案：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，向全体股东每 10 股派发 6.99 元（含税）现金股利，上述利润分配预案尚待本公司股东大会审议批准。

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
A股	上海证券交易所	安井食品	603345	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	梁晨	林阳
办公地址	厦门市海沧区新阳路2508号	厦门市海沧区新阳路2508号
电话	0592-6884968	0592-6884968
电子信箱	zhengquanbu@anjoyfood.com	linyang@anjoyfood.com

2 报告期公司主要业务简介

近几年，我国政策鼓励冷链物流建设，加快基层冷库、冷藏车等设备的投建，为速冻食品行业的发展打下了良好基础。随着我国城镇化进程持续推进以及消费者购买力不断提高，家用冰箱、

微波炉、冰柜的普及，流通和消费冷链逐渐形成，消费者对安全性和品牌知名度高、品质好、方便性强的速冻食品消费支出逐渐加大。

餐饮行业的发展和消费者饮食习惯的改变，也为速冻食品带来新的发展机遇。餐饮行业中以火锅为代表的大众化消费需求不断提升，带动速冻火锅料制品快速发展。同时关东煮、麻辣烫等遍及大街小巷的休闲饮食消费逐渐兴起，餐饮外卖市场增长迅猛，将速冻食品的消费方式扩展到日常生活和休闲领域。随着餐饮企业降本增效的需求和消费者对便捷食品的需求不断增加，市场对于预制菜肴的接受度不断提升。预制菜肴行业进入快速成长期，产品形态也更加多样化。

目前我国与发达国家的速冻食品消费量存在较大差距。随着中国经济的不断发展，居民的生活消费水平不断提升，加之城镇化进程的推进，社会分工细化，生活节奏日益加快，使速冻食品被越来越多人接受并成为日常饮食的一部分，我国对速冻食品的消费需求将逐渐与发达国家靠拢，未来市场空间较大。

（一）公司的主要业务

公司主要从事速冻火锅料制品（以速冻鱼糜制品、速冻肉制品为主）和速冻面米制品、速冻菜肴制品等速冻食品的研发、生产和销售，是行业内产品线较为丰富的企业之一。经过多年发展，公司已形成了以华东地区为中心并辐射全国的营销网络，逐步成长为国内最具影响力和知名度的速冻食品企业之一。报告期内，公司加大了菜肴制品的推广，子公司冻品先生和新宏业系列新品有较大增长，产品线进一步丰富，公司产品综合竞争力得到较大提高，公司主营业务进一步提升。

（二）公司的主要产品

公司主要经营“安井”品牌速冻食品，包括 Q 鱼板、鱼豆腐、爆汁小鱼丸等速冻鱼糜制品；撒尿肉丸、霞迷饺、亲亲肠等速冻肉制品；手抓饼、牛奶馒头、红糖发糕、馅饼等速冻面米制品；千夜豆腐、蛋饺、虾滑、小龙虾、藕盒、黑鱼片、天妇罗鱼虾、酸菜鱼等速冻菜肴制品。目前公司共有速冻食品近 400 个品种。

（三）公司的采购模式

公司根据当期生产计划制定采购计划，与供应商签订合同，并通过采购订单来进行采购。公司原辅材料采购主要分鱼糜、肉类、粉类等大宗商品，以及蔬菜、添加剂、调味品等小额物料两大类。其中，鱼糜、肉类、粉类等通用性的大宗农产品根据销售、生产需求批量采购或锁定价格，而小额物料按照年度计划，结合销售订单、库存管理进行采购。采购部依据各部门提交的物资需求预算和申购单，通过比价、议价选定具体供应商并签订采购合同，以订单方式分批采购；在货款结算方面，公司在采购合同中订立了结算条款，规定公司在收取货物并验收合格后的一定信用

期内，按照议定价格结算并支付货款。

为了确保原材料采购质量，公司制定了详细的供应商评审流程。在新产品输入及评审阶段，采购部负责各类原辅料供应商的寻找、认证、引进等主要工作，并负责将经过资格认证的供应商及产品推荐给研发中心小试，小试合格后由研发中心负责组织质量部、生产车间等部门对原材料进行中试，中试产品合格的供应商进入合格供方评审环节，由采购部组织相关部门对供应商进行实地考察评审，以及分类对供应商进行评审（资格认证、合作业绩评价、价格账期对比等），并将结果汇总成《供方评审报告》，最后由采购部确定首批材料的采购。

评估小组每年对原材料供应商评估一次，评估合格后才能继续保留在合格供应商名册中。

（四）公司的生产模式

公司营销中心下设营运部门，由营运总监根据销售预测、订单情况、产品库存等，每月定期召开“产销协调会”，各子公司生产部制定月度生产计划、并根据生产设备及一线员工人数及产品库存信息等情况，及时调整生产周计划，并经工厂总经理、营运总监审批确认、安排生产等相关部门进行生产、质检、入库等程序。

采购部根据生产计划，通过系统运算用料需求，得出理论采购量，同时分析原辅料库存、各车间领用及请购情况，在询价对比后选择合适供应商，负责各类物料的按时、保质、保量供应；生产部下属各生产车间按照接收到的生产任务单，组织生产员工排班，负责原辅料的限额领料、现场生产秩序协调及卫生环境维护、劳动纪律及操作规范的检查纠正，并配合质量部对各生产工艺的过程进行检验，同时将生产过程中的各种信息及时、准确地反馈到相关部门；质量部负责对原辅料、在制品、成品在生产过程各节点进行质检监测；设备部负责生产设施、生产设备、生产工器具的提供、维修及管理，保障生产正常无障碍进行；生产部下属仓储车间负责原辅料的数量验收、在库管理、安全库存、领料出库等工作，同时负责产成品的入库、在库、发货管理，并负责及时将各类单据、数据录入生产管理系统。

（五）公司的销售模式

1、经销模式

公司自设立至今，建立了适合自身发展的经销模式，其基本特点表现为在以“贴身支持”（主要形式为：帮助经销商开拓 C 端超市、菜场等终端，协助经销商开设线上直播间等新兴营商模式。）为核心的基础上实施经销商选择、经销商管理、经销商支持、经销商反馈。

2、商超模式

公司针对商超的销售模式主要分为两种情况，一种是基于供销合同的标准销售，即依据合同

约定的采购订单进行发货,并按约定进行对账结算;另一种是寄售代销,即依照代销合同分期送货,公司根据商超提供的代销清单进行收入确认。公司针对商超的营销方式主要是以健康饮食为品牌诉求,制定风格统一的全年推广活动计划,通过“品牌主题”、“饮食文化”、“绿色健康”等加强品牌形象的宣传活动,提升品牌知名度,并协助商超开展形式多样的终端产品促销,提高商超渠道的销售额。

目前,公司产品在国内的商超客户主要包括大润发、永辉、沃尔玛、苏果、物美、家乐福、华润万家、联华华商、河南大张、中百、天虹、家家悦、大统华、步步高、郑州丹尼斯、新华都、世纪联华、麦德龙、南阳万德隆、盒马鲜生等连锁大卖场。随着线上平台赋能各商超系统,公司同步加强商超线上销售拓展,积极参与各大商超的直播带货活动。

3、特通直营模式

特通直营渠道模式的目标客户主要覆盖休闲食品、大型连锁餐饮、酒店、中大型企业团购等领域。随着公司产品在全国各大城市的加速拓展,安井产品的品牌、质量逐步取得终端消费者的认可,也带动了餐饮等特通渠道客户对公司产品的青睐。目前,公司与包括呷哺呷哺、海底捞、彤德莱、永和大王等在内的国内多家餐饮客户,与湖北旭乐、浙江瑞松、浙江渔福等休闲食品类上市公司上游供应链企业,及锅圈食汇等新零售客户均建立了长期合作关系。在开拓和巩固原有渠道的同时,公司积极探索这一领域内新的销售渠道,并尝试新的销售模式和方式,包括礼品提货券、电子提货券和各类新型直营模式等,通过定制化产品和高端礼盒打造公司面向全国范围内大机构大企业和B端大客户的特通直营体系。

4、电商模式

公司挖掘新阵地、新客群、新模式,带来全新发展动力,主要体现在加速抢滩抖音、快手等兴趣电商,聚焦“货找人”思维进行场景营销,激发Z世代消费动能。通过布局达人+品牌自播+明星带货的方式,自上而下打造达人合作矩阵,持续触达消费人群;并通过公司自播+经销商直播同台亮相以搭建日趋成熟的“安井”直播间矩阵,同时以兴趣电商赋能,实现品牌破圈和销售额快速增长。公司在京东、天猫等平台电商也继续深挖潜力,通过拓展品类和头部主播合作带动销量增长;同时加强与前置仓电商合作,与叮咚买菜、朴朴出品联名产品,获得平台推广流量倾斜。兴趣电商与传统电商的互动融合,成为公司电商业务发展的重要机遇与动力。

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	8,771,470,048.18	7,096,457,738.45	23.60	5,684,550,964.07
归属于上市公司股东的净资产	5,073,420,600.39	3,683,806,281.39	37.72	2,743,656,302.95
营业收入	9,272,201,669.79	6,965,114,987.25	33.12	5,266,663,002.38
归属于上市公司股东的净利润	682,296,084.71	603,800,311.03	13.00	373,343,805.15
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	559,753,033.31	556,917,770.48	0.51	335,293,690.41
经营活动产生的现金流量净额	538,203,778.55	664,887,101.03	-19.05	576,571,946.57
加权平均净资产收益率(%)	14.66	19.52	减少4.86个百分点	15.44
基本每股收益(元/股)	2.84	2.61	8.81	1.67
稀释每股收益(元/股)	2.80	2.54	10.24	1.62

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	1,883,720,873.56	2,010,025,441.99	2,202,656,595.62	3,175,798,758.62
归属于上市公司股东的净利润	173,692,137.99	174,176,889.12	145,934,099.14	188,492,958.46
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	155,904,142.23	148,231,440.81	77,477,586.50	178,139,863.77
经营活动产生的现金流量净额	87,027,859.05	-31,324,414.20	280,817,369.75	201,682,963.95

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

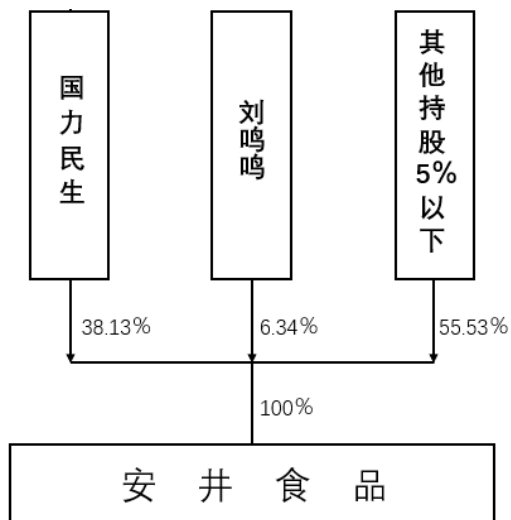
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					19,501		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					22,607		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
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）					0		
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	
福建国力民生科技发展 有限公司	0	93,190,600	38.13	0	无		境内非 国有法 人
刘鸣鸣	0	15,486,114	6.34	0	无		境内自 然人
香港中央结算有限公 司	7,630,131	14,589,097	5.97	0	未知		境外法 人
张清苗	-216,000	8,474,000	3.47	324,000	无		境内自 然人
黄清松	0	3,886,905	1.59	0	无		境内自 然人
黄建联	0	3,770,150	1.54	0	无		境内自 然人
中国建设银行股份有 限公司－汇添富消费 行业混合型证券投资 基金	-500,061	3,000,000	1.23	0	未知		未知
全国社保基金四零六 组合	-479,892	2,851,979	1.17	0	未知		未知
安联环球投资新加坡 有限公司－安联神州 A 股基金（交易所）	0	2,635,947	1.08	0	未知		未知
招商银行股份有限公司 －泓德睿泽混合型 证券投资基金	1,783,550	1,783,550	0.73	0	未知		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明		除福建国力民生科技发展有限公司为公司控股股东；刘鸣鸣、张清苗、黄清松、黄建联为公司高管外，公司未知上述其他股东是否存在关联关系或一致行动关系。					

表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无
---------------------	---

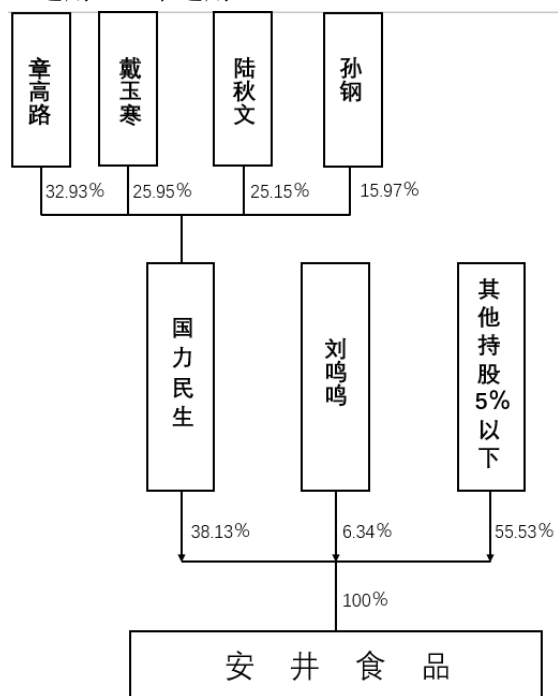
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

☒ 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。

报告期内公司实现营业收入 92.72 亿元，较去年同期 69.65 亿元, 增长 33.12%；归属于上市公司股东的净利润 6.82 亿元，较去年同期 6.04 亿元, 增长 13.00%。

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