

甘源食品股份有限公司 2021 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 91,960,038 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 10.88 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	甘源食品	股票代码	002991
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	严海雁	张婷	
办公地址	江西省萍乡市安源区国家经济开发区上柳源甘源食品股份有限公司	江西省萍乡市安源区国家经济开发区上柳源甘源食品股份有限公司	
传真	0799-6239955	0799-6239955	
电话	0799-7175598	0799-7175598	
电子信箱	zhengquanbu@ganyuanfood.com	zhengquanbu@ganyuanfood.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）主营业务公司

自设立以来一直专注于休闲食品的研发、生产和销售，现已发展成为炒货、坚果果仁和谷物酥类为主导的休闲食品生产企业，目前主要产品有瓜子仁、蚕豆、青豌豆、豆果、坚果等在内的多品类休闲食品组合。公司对传统籽类休闲食品的口味配方、工艺路线、生产设备、包装材料和营销手段进行了改良和创新，实现了籽类休闲食品从手工作坊制作到生产自动化、标准化与品牌化运营的转变。报告期内，公司以标准化自主生产为基础，以品牌化运营和全渠道销售为通路，打造多样化、新风味休闲零食市场，有效满足消费者多元化休闲食品的需求。公司产品销售已覆盖至全国各地，形成了以经销商为主，电子商务为辅的营销体系。公司合作的经销商超过1,000家。同时，公司在天猫、

京东等各大主流电商平台拥有多家线上旗舰店，近年来线上收入保持较快发展。公司取得了生产许可证（许可证编号：SC11836030310026）并通过了HACCP体系认证、ISO14001环境管理体系认证、ISO 22000食品安全管理体系认证、OHSAS18001职业健康安全管理体系认证等，构建了完善的质量控制体系。公司通过对原料采购、生产、储存及销售的全过程进行监控，以保证各环节间可相互追查为原则，有力保障了公司产品的食品质量安全。公司是国家级农业产业化龙头企业，先后荣获中国食品工业协会坚果炒货委员会副会长单位、江西省著名商标、江西省专精特新中小企业、江西省工信委示范企业、江西省智能制造试点示范企业、江西省电子商务示范企业、江西省食品协会副会长单位等荣誉称号。

（二）行业发展变化

1.生产趋于自动化、标准化

过去，我国休闲食品行业在制作加工过程中的机械化、自动化水平普遍不高，尤其是在传统炒货领域，大部分由农户、家庭作坊、小工厂的手工翻炒或油炸制作而成，产品标准不一，质量不稳定，产量不成规模；近年来，随着行业的发展和集中度的提升，越来越多的自动化生产设备被用于食品制造领域，大大节省了人工成本，并提高了生产效率和产品质量。同时，国家的行业标准不断出台和执行，休闲食品企业在加工标准、生产工艺标准、产品标准、质量检测标准等多方面更加规范化、标准化，并通过引进国内外先进的生产设备，不断提升产品的质量管理水平和自动化生产能力。未来，随着人力成本的上升和消费者需求的多元化，休闲食品行业的生产水平将更加自动化、标准化。

2.产品趋于营养化、多样化

随着食品加工工艺的精进、休闲食品原料的丰富以及消费者需求的变化，休闲食品由过去传统非营养类主食，过渡到日常营养平衡膳食低热量、低脂肪、低糖的休闲食品；由品种口味单一，逐渐向风味型、营养型的方向转化。未来随着生活水平提高、食品安全意识增强，营养类休闲食品将成为主流。

3.竞争趋于差异化、品牌化

休闲食品行业的市场前景广阔，发展潜力大，但随着各个细分领域的市场竞争日趋激烈，企业利润趋于平均化，行业整合、市场细分正在形成。为了避免产品同质化，越来越多的休闲食品企业开始实施差异化战略，通过品牌形象的差异化、产品核心诉求的差异化、分销渠道的差异化等方式实现与其他竞品有效区隔。一方面，通过差异化特征来建立自身的细分市场产品优势，满足消费者多样化的需求；另一方面，通过产品创新、快速规模化和精准营销不断提升市场占有率和品牌影响力，保障可持续性发展。随着行业的不断发展，行业竞争将逐渐从价格竞争转化为差异化和品牌化竞争。

4.渠道趋于全面化、融合化

线下渠道体验感强、购物及时、便利，线上渠道成本低，能突破地域限制，两类渠道各有优势。未来，无论是单纯走线下渠道，还是线上渠道，都无法满足企业快速扩张的需求，企业营销渠道将进入线上线下融合的全渠道扩张阶段。

5.管理趋于信息化、精细化

随着消费者安全意识不断提升以及消费需求多元化，信息化系统和柔性供应链在我国食品工业快速发展和应用。通过建立完善的信息系统，休闲食品企业可以对产业链上下游进行追溯管理，深度参与从原材料采购到终端配送的多个环节，并最终实现采购、生产、质检和销售等流程的有效闭环。同时，企业通过供应链柔性化可以对市场需求变化做出快速响应，低成本调整生产线，满足小规模、多样化的生产需求，实现休闲食品的精细化生产和质量管控。未来，消费者对产品的偏好、问题等前端反馈将通过信息化系统快速传递至企业后端管理平台，以便企业及时调整生产和营销策略，实现资源最优化。

（三）市场竞争格局

1.工业化水平和经营规模低，市场集中度较低由于进入门槛较低，我国休闲食品行业经营主体数量众多，行业集中度较低。集中度低一方面导致我国休闲食品企业加工规模小、行业技术装备水平落后、整体技术水平不高，产品标准和质量控制体系不完善等不足，另一方面加剧了企业间的竞争，大量小微企业进行低水平生产，产品结构不合理，存在食品安全的隐患。我国休闲食品行业工业化水平和经营规模均处于较低程度，呈现“小个体、大市场”的特征，小微企业市场竞争激烈，规模化企业呈现有序竞争态势。

2.差异化定位策略助推休闲食品品牌形成面对激烈的市场竞争，部分企业采取差异化定位策略来争夺细分市场份额。差异化定位能加深品牌在消费者心智中的印象，更有益于企业形成品牌、构建壁垒，从而在市场竞争中脱颖而出，差异化竞争成为国内众多品牌的重要策略之一，并助推休闲食品品牌形成，促使休闲食品企业的竞争方式发生转变，由纯粹的价格竞争转变为企业综合实力的竞争。未来，一些技术实力强、品牌知名度高的企业，将顺应消费品发展趋势，利用自身的研发优势，推出顺应市场需求的新产品，开拓新的增长点，并利用渠道、品牌、标准化生产等优势构筑行业壁垒，不断扩大自身优势，提升行业竞争力和市场地位。

（四）行业地位

公司的产品包括瓜子仁、蚕豆、青豌豆、豆果、坚果等在内的多品类休闲食品组合，与公司构成竞争的企业包括休闲食品生产企业，也包括休闲食品连锁销售企业。公司具备一定以下竞争优势：

1.细分品类领军品牌，业绩持续增长公司自设立以来，深耕休闲零食，以籽类休闲食品为起点，专注于籽类休闲食品的生产经营，通过升级产品、做大规模、品牌建设，公司在该细分品类领域中具备较强的竞争优势及品牌影响力。公司获得蟹黄味瓜子仁及其制备方法的发明专利。2016年，公司品牌“甘源”被中国副食品流通协会授予“2016年度中国食品行业创新十佳品牌”；2017年，公司蟹黄味瓜子仁、蟹黄味蚕豆获得中国食品工业协会经典产品奖；2018

年，公司“甘源”蟹黄味瓜子仁获得第十六届中国国际农产品交易会参展农产品金奖；在籽类休闲零食中，公司已成为该细分品类的领军品牌。

2.渠道渗透能力强，终端卖场精耕细作经过多年的布局，公司逐步建立了完善的营销渠道，搭建了线下线上相融合的全渠道平台。公司线下终端渗透能力强，市场反应速度快，公司拥有1,000多家稳定高效的经销商队伍，公司终端门店覆盖大卖场、仓储式会员店、超市、连锁店、学校、交通站等多个场景，实现了从核心商圈到流通门店的多层次覆盖。在线上渠道方面，公司已拥有包括天猫、京东等数十家电商平台，并借助平台的用户规模效应，不断扩大品牌的认知群体，实现对各类消费群体的深度渗透和覆盖。近年来，公司着力发展独立小包装产品，对终端卖场进行精耕细作，建立了“传统货架”与“品牌专柜”相结合的多元商业形态。与传统货架相比，品牌专柜具有更明显的销售优势：齐备的产品种类，能够满足消费者单次柜台购物对品种和口味多样化的采购需求，完成一站式产品采购；专柜式的陈列，有利于公司扩大相应品类的销售及推广新产品，也有利于终端消费平台进行品牌管理，实现单位面积效益最大化。

3.产品品类口味齐全，新品规划稳健清晰公司在品种口味方面进行了多种改良创新，在籽类休闲食品领域，公司率先将蟹黄味、芥末味、台式卤肉味等新式口味引入，后又推出了酱香肉汁味、蒜香味、香辣味等十多种口味，在口味与产品丰富度上进行了完善。由于我国休闲食品行业规模化程度较低，品牌、品类比较分散，考虑到细分品类的市场规模有限，公司近年来在夯实籽类休闲食品品类领先优势的同时，有计划的拓展了新的产品品类，进入了坚果果仁品类与谷物酥类品类，以丰富公司产品结构。目前公司主要产品分为三大类：籽类产品包括瓜子仁、蚕豆和青豌豆等；坚果果仁包括核桃、杏仁、开心果、夏威夷果和松子等；谷物酥类包括米酥、锅巴、麦片等。丰富的产品体系，使公司能够贯彻广覆盖、差异化的竞争策略，针对消费者不同地域、不同偏好、不同年龄、不同消费习惯，采取多品种差异化组合的方式充分迎合消费需求，大大降低了单一品类的市场波动风险。

4.技术研发持续创新，快速响应市场需求经过多年发展和积累，截至报告期末公司拥有超过100项各类专利。公司培养了一支经验丰富的高素质技术研发队伍，建立了以市场需求为导向的高效研发体系，掌握了多品类休闲食品生产工艺及口味配方，并上线了自动化休闲食品生产线，拥有迅速将新产品从概念到工艺设备改进、配方改良、试生产及销售的综合实施能力。休闲食品属于快速消费品，具有品种更新换代快的特征，能紧跟市场需求研发新产品的企业更容易占领休闲食品市场。公司建立了成熟的产品更新迭代机制，凭借技术研发积累，具备快速应对市场新需求并对原有产品改良和新品开发的能力，以保证公司的产品布局符合市场需求发展趋势。

5.生产流程自动化，食品安全可追溯公司开发了适应现代化、规模化生产的休闲食品生产工艺，建立了自动化生产线，实现了休闲食品从传统手工制作到现代工业化生产的转变；通过推进籽类产品生产的标准化、自动化和规模化，大幅度提升了籽类休闲食品的生产效率、产品质量及食品安全性。在采购环节，公司按照HACCP、ISO9001标准建立了严格的质量控制体系，建立了《合格供应商名录》，主要原料及辅料均来源于具备生产资质、信誉良好的合格供应商，对采购的原辅料要求提供权威检测报告，从源头保证产品的质量安全。在生产环节，公司要求对各个生产环节中关乎食品安全的关键节点进行系统分析、重点控制，每道工序均按照《作业指导书》的要求进行操作，通过配方标准化、工艺标准化、流程标准化、检测标准化，减少人员与产品的接触，最大限度地提升产品的安全性和稳定性，确保产品的质量可控。公司建立了严谨完善的产品溯源制度，对原材料采购至成品销售的全过程进行监控，对原材料、成品实行批号管理，确保产品能够追溯至其原始状态，实现全流程标准化控制。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增减	2019 年末
总资产	1,822,057,886.76	1,760,405,775.66	3.50%	862,054,316.40
归属于上市公司股东的净资产	1,444,671,324.46	1,420,928,773.36	1.67%	504,359,121.81
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	1,293,996,746.68	1,172,353,262.21	10.38%	1,109,134,679.34
归属于上市公司股东的净利润	153,652,462.61	179,272,042.03	-14.29%	167,996,042.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	127,600,521.67	149,940,988.75	-14.90%	157,163,173.40

经营活动产生的现金流量净额	130,726,562.13	203,255,609.09	-35.68%	236,642,797.68
基本每股收益（元/股）	1.65	2.25	-26.67%	2.400
稀释每股收益（元/股）	1.65	2.25	-26.67%	2.400
加权平均净资产收益率	10.68%	19.53%	-8.85%	38.89%

（2）分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	337,916,654.88	205,853,258.04	311,759,828.14	438,467,005.62
归属于上市公司股东的净利润	41,154,799.94	-4,132,285.27	40,251,961.15	76,377,986.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	33,981,824.45	-7,101,256.08	37,618,206.02	63,101,747.28
经营活动产生的现金流量净额	27,692,894.63	-12,805,585.91	44,194,828.94	71,644,424.47

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

（1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	10,434	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	9,437	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
严斌生	境内自然人	56.24%	52,426,980	52,426,980			
严海雁	境内自然人	6.25%	5,825,220	4,368,915			
北京红杉铭德股权投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	4.60%	4,285,084	0			
中国工商银行股份有限公司-泰康策略优选灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.86%	800,000	0			
全国社保基金一一一组合	其他	0.71%	664,316	0			
招商银行股份有限公司	其他	0.58%	540,000	0			

一泰康品质生活混合型证券投资基金						
中国建设银行股份有限公司—鹏华价值优势混合型证券投资基金 (LOF)	其他	0.54%	503,800		0	
泰康人寿保险有限责任公司—投连—产业精选	其他	0.48%	447,736		0	
中国农业银行股份有限公司—汇添富逆向投资混合型证券投资基金	其他	0.45%	417,636		0	
深圳佳岳投资管理有限公司—佳岳—实投2号私募证券投资基金	其他	0.39%	365,000		0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	无					
参与融资融券业务股东情况说明 (如有)	无					

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

(一) 报告期公司经营情况

净利润方面，同比上年有较大下降的主要原因系：一是报告期内，公司主要原材料（棕榈油、瓜子仁等）价格出现大幅上涨，导致公司成本增加；二是公司阶段性费用投入（如广告费用、新品进场费用、组织变革产生的人员费用等）较大，暂未产生相应的效益；三是商超到店人流量下降导致线下经销商收入增长缓慢未达预期。

收入方面，一是由于受疫情影响，以及新兴的社区团购、直播带货等销售渠道的分流，人们消费习惯发生了变化，上半年商超渠道到店人流量下降，导致公司线下经销收入未达预期；二是公司广告费与市场推广费用等同比大幅增加。为应对消费者消费行为、消费习惯的变化，公司在调整销售组织、线上线下多渠道并行、产品多样化、个性化等方面采取了措施，扩充品类，发展渠道能力，以提升市场占有率和市场竞争能力，后期业绩逐渐向好。

成本方面，受产区产量、市场供求、疫情等因素影响，2021年部分原辅料采购价格持续上涨，处于历史高位，导致公司主营业务成本上升，毛利率下降。为应对原材料持续上涨的影响，公司积极跟进各项原料的价格走势，适时采取库存储备等方式进行应对，并进行了产品调价。

费用投入方面，上半年为提升品牌知名度，投放了梯媒广告，同时，进行销售团队的组织调整产生了相应的人员补偿费用、猎头费用等，河南子公司也相应储备了人员，为2022年新产品做准备。以上费用的投入尚未产生效益，拖累了当期利润。

渠道策略方面，线下在拥抱商超渠道核心大店的同时，同步加快布局下沉四五线城市；线上方面，启动了杭州运营中心，增加直播的资源整合力度，并针对线上开发定制化产品。

产品策略上，一方面选择进入到一些市场目前还未形成头部品牌的产品类，打造甘源的强势品牌，另一方面配合渠道下沉至四五线城市，快速引进一些成熟品类。同时，公司围绕各渠道的消费者人群特点，分别策划了多品种、多规格的定制化产品，并着手打造相应的供应链力量。

（二）其他重要事项

（1）设立全资子公司

公司于2021年3月11日在巨潮资讯网上披露了《关于设立全资子公司的公告》（公告编号：2021-002），在浙江省杭州市投资设立全资子公司甘源食品（杭州）有限责任公司，注册资本1000万元。2021年3月22日公司发布了《关于全资子公司完成工商注册登记的公告》（公告编号：2021-005），甘源食品（杭州）有限公司已完成设立登记手续，并已取得杭州市余杭区市场监督管理局颁发的《营业执照》。

公司于2021年4月15日在巨潮资讯网上披露了《关于设立全资子公司的公告》（公告编号：2021-015），在江西省萍乡市投资设立全资子公司萍乡甘源农产品有限公司，注册资本2000万元。2021年4月27日公司发布了《关于全资子公司完成工商注册登记的公告》（公告编号：2021-020），萍乡甘源农产品有限公司已完成设立登记手续，并已取得萍乡市开发区市场监督管理局颁发的《营业执照》。

公司于2022年1月4日在巨潮资讯网上披露了《关于设立杭州销售子公司并完成工商注册登记的公告》（公告编号：2022-002），在浙江省杭州市淳安县投资设立销售子公司，注册资本2000万元。杭州淳安甘源食品销售有限公司已于2021年12月31日下午完成设立登记手续，并已取得杭州市淳安县市场监督管理局颁发的《营业执照》。

（2）股份回购

公司于2021年8月9日召开的第三届董事会第十七次会议审议通过了《关于以集中竞价交易方式回购公司股份方案的议案》，拟使用自有资金通过集中竞价交易方式回购公司人民币普通股（A股）股票，用于后续实施员工持股计划或股权激励计划。本次回购股份的资金总额不低于人民币6,000万元（含），且不超过人民币12,000万元（含），回购价格不超过85.09元/股（含）。具体回购股份的数量以回购期满时实际回购的股份数量为准，回购股份的实施期限自董事会审议通过本次公司股份方案之日起12个月内。

（3）公司首次公开发行前已发行部分股份上市流通

2021年8月10日，公司股东深圳市领誉基石股权投资合伙企业、萍乡市铭智投资中心（有限合伙）所持有的公司首次公开发行前已发行部分股份上市流通，本次申请解除限售股份的数量为2,477,813股，占公司总股本的2.6581%。具体内容详见2021年8月9日公司披露在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）的《首次公开发行前已发行股份上市流通提示性公告》（公告编号：2021-025）。

2021年8月20日，公司股东严海雁、北京红杉铭德股权投资中心（有限合伙）、萍乡市铭益投资中心（有限合伙）、萍乡市铭望投资中心（有限合伙）所持有的公司首次公开发行前已发行部分股份上市流通，本次申请解除限售股份的数量为15,007,038股，占公司总股本的16.0992%。具体内容详见2021年8月17日公司披露在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）的《首次公开发行前已发行股份上市流通提示性公告》（公告编号：2021-036）。

（4）董事会、监事会换届选举工作

公司于2021年11月11日召开的2021年第三次临时股东大会，审议通过了换届选举的相关议案，完成了董事会、监事会换届选举。2021年11月16日，公司召开第四届董事会第一次会议及第四届监事会第一次会议，选举了公司第四届董事会董事长、副董事长、董事会各专门委员会委员、监事会主席并聘任了公司高级管理人员。具体内容详见公司在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）（公告编号：2021-059、2021-060、2021-061）。

（5）关于公司持股5%以上股东减持事项

公司于2021年8月20日在巨潮资讯网上披露了《关于大股东减持股份的预披露公告》（公告编号：2021-038），公司持股5%以上股东北京红杉铭德股权投资中心（有限合伙）计划自减持计划公告之日起15个交易日之后的6个月内以集中竞价方式，在本公告披露之日起3个交易日后的6个月内以大宗方式合计减持本公司股份不超过5,592,949股（占本公司总股本比例6.0000%）。2021年9月4日，公司发布了《关于持股5%以上股东减持股份超过1%的公告》（公告编号：2021-045），北京红杉铭德股权投资中心（有限合伙）减持的股份占公司股份总数比例已超过1%；2021年12月10日，公司发布了《关于持股5%以上股东减持比例达到1%暨减持数量过半的进展公告》（公告编号：2021-063），北京红杉铭德股权投资中心（有限合

伙)减持时间区间计划减持股份数量已过半。同时,自2021年9月4日公告披露以来,红杉铭德合计持股变动比例已达到公司已发行的有表决权股份比例的1%;2021年12月13日,公司发布了《简式权益变动报告书》《关于持股5%以上股东权益变动的提示性公告》(公告编号:2021-064),截止2021年12月10日,北京红杉铭德股权投资中心(有限合伙)合计持有公司股份4,660,784股,占公司总股本的5.00%。

(6) 关于部分募集资金投资项目延期事项

公司于2021年8月28日在巨潮资讯网上披露了《关于部分募集资金投资项目延期的公告》(公告编号:2021-041),公司2021年8月27日召开的第三届董事会第十八次会议、第三届监事会第十四次会议审议通过了《关于部分募集资金投资项目延期的议案》,同意“自动化生产线技术改造项目”的完成时间延期至2023年8月。

除上述事项外,公司无其他需要披露的重要事项。