

证券代码：300268

证券简称：佳沃食品

公告编号：2023-016

# 佳沃食品股份有限公司 2022 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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：带持续经营重大不确定性段落的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司出具了带持续经营重大不确定性段落的无保留意见审计报告。本公司董事会、监事会对相关事项已有详细说明，请投资者注意阅读。

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，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

### 特别风险提示：

公司 2022 年末经信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）审计的归属于上市公司股东的所有者权益为-30,138.88 万元；以及公司最近三个会计年度扣除非经常性损益前后净利润孰低者均为负值，且信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2022 年度财务报表出具了带持续经营重大不确定性段落的无保留意见审计报告。根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》相关规定，公司股票交易触及“退市风险警示”及“其他风险警示”情形。

公司 2022 年年度报告披露后，公司股票交易将被实施“退市风险警示”及“其他风险警示”，股票简称变更为“\*ST 佳沃”，敬请投资者注意投资风险。

## 二、公司基本情况

### 1、公司简介

股票简称	佳沃食品	股票代码	300268
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	吴爽	杨洋	
办公地址	北京市朝阳区北苑路 58 号航空科技大厦北塔 10 层	北京市朝阳区北苑路 58 号航空科技大厦北塔 10 层	
传真	010-57058364	010-57058364	
电话	010-57058362	010-57058362	
电子信箱	joyviofood@joyviofood.com	joyviofood@joyviofood.com	

## 2、报告期主要业务或产品简介

### (一) 主要业务

公司主要从事优质蛋白海产品的养殖、加工及销售，在以三文鱼为代表的优质海洋蛋白的上游环节，对稀缺资源拥有深度掌控能力。公司采取产业化经营模式，主要业务通过境外的智利控股子公司 Australis 开展三文鱼的养殖、加工、销售；通过境内控股子公司青岛国星开展狭鳕鱼、北极甜虾、比目鱼等加工及销售；通过境内其他控股子公司开展以三文鱼、鳕鱼和深海虾为核心品类的品牌深加工食品的研发、加工和销售。

### (二) 主要产品及用途

公司的明星产品主要包括三文鱼、北极甜虾、狭鳕鱼、真鳕鱼、比目鱼、银鳕鱼等优质海产品以及基于以上优质海产品推出的健康营养预制菜系列产品。

1. 三文鱼：公司自行养殖、加工三文鱼来自智利南部南太平洋近南极水域，产地水源清冽、优质无污染、自然禀赋优异。三文鱼富含 Omega-3、18 种氨基酸（包含人体必需的 8 种氨基酸）、维生素 A/D 以及铁、钙、锌、硒等多种微量元素，能够促进大脑发育，增强记忆力，提高身体免疫力，营养价值极高，常食适量三文鱼，符合目前的消费升级趋势。

公司的三文鱼主要分为大西洋鲑和鳟鱼，产品形态主要包括：整鱼（HON&HG）、鱼柳（Filet）和增值产品（VAP）。整鱼包括带头去脏和去头去脏；鱼柳覆盖 Trim A 到 Trim F 全系列产品；增值产品包括全球销售的鱼段（Portion）、鱼肉丁等精细分割产品，以及专注于北美家庭消费市场的“Mama Bear”品牌系列产品、专注于南美洲连锁商超零售市场的“La Cosecha del Mar”品牌系列产品和“佳沃鲜生”、“馋熊同学”、“南极颂”等三文鱼深加工品牌食品。



2. 北极甜虾：公司进口的北极甜虾主要产于加拿大近北极圈、远洋 200-250 米深的冰冷海水环境中，水质纯净无污染。北极甜虾富含维他命 B12、钙/镁/钠等多种微量元素、9 种优质氨基酸及优质蛋白，不饱和脂肪酸含量多达 2.6 克/100 克；公司加工销售的北极甜虾肉质紧实鲜甜，解冻即食。

公司的北极甜虾产品主要为头籽虾、腹籽虾，产品形态主要包括：1000g（盒装）、400g（盒装）、300g（盒装）。



### 3. 其他高蛋白深海鱼：狭鳕鱼、真鳕鱼、比目鱼、银鳕鱼。

狭鳕鱼是一种冷水性中下层鱼类，源自太平洋西北洁净海域洋流汇集处，海水富含天然养料。狭鳕鱼含有 A、D、E 等多种维他命以及不饱和脂肪酸、钙、磷、铁、B 族维生素等，具有肉质细腻、水润柔嫩的特点；呈蒜瓣状肉，易于烹制。

真鳕鱼直采自原产地，从食材运输到加工全程冷链保鲜。鳕鱼水分含量高，口感鲜嫩多汁，富含 DHA、EPA 和钙、硒等多种营养物质，适合各年龄段消费者食用。

比目鱼生长在自然纯净的极地深海，天然低脂，其肉质丰厚白嫩、细腻爽滑、口感鲜美，堪称鱼中上品。公司生产的比目鱼段适合家常清蒸、香煎、红烧等多种料理方式，烹制便捷，营养丰富。

银鳕鱼属于冷水鱼类，产于地球南端的寒冷海域，纯净无污染的野生环境，造就了顶级的品质。鱼肉富含天然深海鱼油，富含 DHA、EPA、维生素 A、D 等多种营养物质，有利于促进儿童脑部、视力骨骼发育，是宝宝辅食的上佳之选。

公司的高蛋白深海鱼产品主要有鱼柳、鱼块、鱼糜，产品形态有单冻、块冻、层叠等。



### （三）全球海洋蛋白行业情况

联合国粮食及农业组织（以下简称“粮农组织”）最新发布的 2022 年《世界渔业和水产养殖状况》报告显示，2020 年全球水产养殖产量创历史新高，达 1.226 亿吨，总价值 2,815 亿美元。同时水产食品的消费需求不断增长，自 1961 年以来，全球水产食品的消费量以年均 3.0% 的速度增长，水产食品人均消费量已从 20 世纪 60 年代的平均 9.9 公斤增长到 2020 年的 20.2 公斤。预计到 2030 年，全球水产食品消费总量将增长 15%，达到人均 21.4 公斤。海洋蛋白食品作为水产食品的重要组成部分，2020 年的捕捞和养殖产量占全球渔业和水产养殖总产量的比例达到 62.9%。海洋蛋白食品对于粮食安全和营养的重要作用越来越得到认可。海洋蛋白食品不仅是优质的蛋白质来源，同时提供了各种独特且极为多样和重要的生物可利用微量元素。

过去几年，全球大宗商品（尤其是谷物和油脂）价格持续走高，2022 年初俄乌冲突爆发加速了大宗商品价格的进一步飙升，快速推升了饲料采购价格。受通货膨胀等因素影响，全球空运、海运、陆运价格持续高企，供应链不稳定性提升；同时人工、运营等成本也存在不同程度的上涨。以上因素给全球从事海产养殖、加工、销售的企业带来了严峻的考验。

自 2020 年以来，全球海产品市场餐饮渠道需求锐减，市场价格受到巨大冲击；2022 年随着全球范围内餐饮渠道需求逐渐恢复使得全球海产行业基本逐渐复苏。同时，消费者形成固有的居家烹饪、线上购买海产品等消费习惯使得零售渠道需求高于往常。以上因素致使全球海产品市场需求旺盛，海产品价格快速回升。

中国作为海产品进出口大国，需求复苏有望带动全球海洋蛋白市场的增长。随着 2023 年中国海关进出口政策的优化，中国的海洋蛋白市场规模预计将快速增长。粮农组织预测，到 2030 年，发展中国家海鲜消费量将占全球海鲜消费总量的 80% 以上，其中中国市场海鲜消费量将占到全球消费总量的 38%。

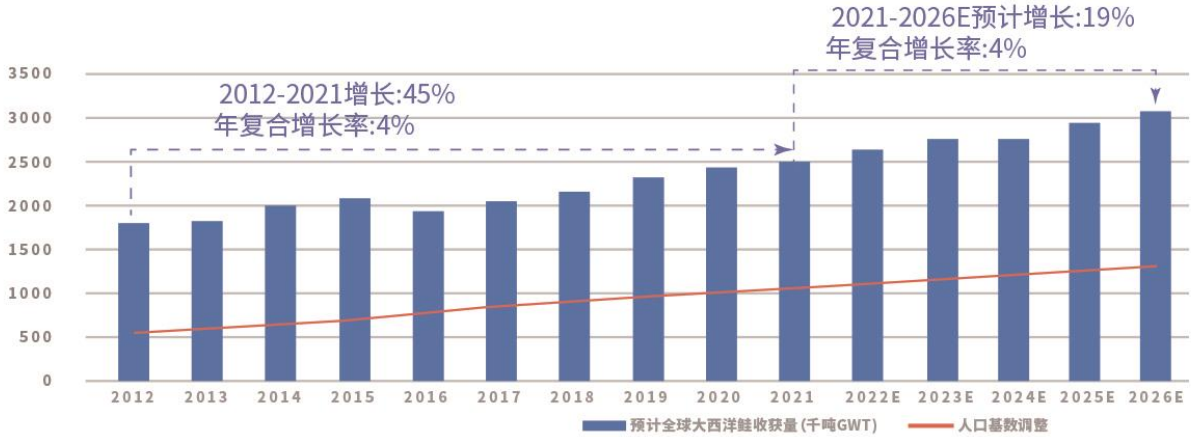
#### 1. 三文鱼行业情况

##### （1）供应持续紧张

三文鱼作为优质海洋蛋白的代表，市场长期处于供需紧平衡状态，使得上游养殖端成为全产业链中价值最高的环节。受海洋渔业资源衰减和捕捞配额限制，三文鱼野生捕捞量维持在较低水平，未来没有进一步增长的空间。目前三文鱼供应增长主要来自人工养殖，但由于养殖区域有限、养殖牌照稀缺以及持续增长的消费需求等因素，未来全球三文鱼市场供应日趋偏紧。

挪威和智利作为全球三文鱼两大主要产地，合计约占全球供应量的 80%。北欧投资银行 ABGSC 数据统计显示，2022 年全球大西洋鲑供应量约为 287 万吨（WFE），较去年同比下降 1%。其中 2022 年挪威大西洋鲑供应量为 151 万吨（WFE），同比减少 1%，一方面因受挪威地区海水生物环境挑战的影响，当地三文鱼收获均重一度接近历史最低水平；另一方面挪威拟征资源税政策的发布使挪威养殖户在 2022 年底提前收获三文鱼，导致第四季度的收获量尾数增加，但同时也将进一步影响 2023 年的供应量。2022 年智利大西洋鲑供应量约为 75 万吨（WFE），同比增长 4%，主要原因是智利 2022 年海水养殖区域良好的生物生长条件使三文鱼收获均重上升，以及死亡率的降低使得收获尾数有所增加。

未来几年全球三文鱼供应紧缺情况预计难以缓解，供应保持低速增长。美威 2022 年《三文鱼养殖行业报告》数据表明，2012-2021 年间，全球三文鱼供给复合年增速为 4%。Kontali 预测，2021-2026 年复合年增速预计为 4%。ABGSC 预计，2023 年全球三文鱼供给增长率约为 2%。



**(2) 需求恢复上涨**

在全球人口不断增长、人口老龄化、新兴市场中产阶级规模日益扩大、民众健康观念增强的趋势下，长期来看全球三文鱼市场需求将持续增长。在可用陆地资源紧缺的背景下，以海产品为代表的优质动物蛋白已经成为人们日益青睐的营养来源。海产品中的三文鱼肉质鲜美，营养价值高，是全球水产品贸易链中贸易价值最高的单一商品。美威 2022 年《三文鱼养殖行业报告》相关研究数据表明，从 2012 年到 2021 年三文鱼的销售额增长了 120%(复合年增长率 9%)，而同期销售量增长了 45%(复合年增长率 4%)，表明三文鱼市场潜在需求强劲。

历史全球贸易数量及贸易额



随着全球三文鱼餐饮需求快速恢复，零售需求高于往常。ABGSC 研究数据显示，自 2021 年第二季度开始，欧美市场餐饮服务开始正常化，餐饮需求逐渐基本恢复。另一方面零售需求高于 2019 年之前水平，更多的消费者选择居家烹饪，三文鱼新零售消费者加入以及原消费频率增加使得三文鱼进一步深入家庭日常消费场景。

根据全球最大三文鱼生产商美威（Mowi）定期报告披露的数据统计显示，2022 年全球三文鱼消费量约为 282 万吨（WFE），较去年同比下降 1%，主要因三文鱼市场供应量紧缺。全球三文鱼市场需求较为旺盛，欧美仍为主要的消费市场，以中国等亚洲国家为代表的新兴市场仍将释放出巨大的潜力。

2022 年欧洲市场消费量约 127 万吨，同比减少 1%，主要受挪威产区供应减少的影响。美国作为全球三文鱼消费量最大的国家，其零售和餐饮渠道的整体需求继续增长，全年消费量约 65.4 万吨，同比增加 4%。受俄乌冲突影响，2022 年智利三文鱼公司主动调减了俄罗斯市场的销售，消费量同比下降 41%。该部分产品重新分配到其他市场尤其是美国、中国等市场。但俄罗斯市场需求仍然强劲，供不应求推动三文鱼价格上涨。智利 2022 年上半年收获量下降对巴西的消费量产生了负面影响，全年消费量约 10.8 万吨，同比下降 4%，与此同时巴西市场三文鱼的需求仍然较为旺盛。2022 年亚洲地区消费量约 31.4 万吨，同比下降 5%，主要原因是全球供应紧缺和上半年受俄乌冲突及航空货运能力下降影响，但中国市场三文鱼消费量较去年同期增长 5%，尽管上半年供应链波动短期影响了中国市场的消费水平，但随着供应链的恢复中国三文鱼市场需求有待进一步释放。过去三年全球三文鱼市场受到较大影响，2022 年三文鱼的需求开始反弹，市场仍有待进一步恢复。

### （3）市场价格重置

2022 年，以欧美、亚洲为主的三文鱼消费市场需求旺盛，但三文鱼产量供应增长有限，长期处于供需紧平衡状态，使得三文鱼销售价格均出现了快速回暖势头。

2022 年以来，智利三文鱼价格呈现快速上升趋势。与 2021 年相比，2022 年智利销往美国鱼柳 Trim D (3-4 磅) 行业平均价格同比上涨 14%；智利销往巴西蒙特港整鱼(12-14 磅) 行业平均价格同比上涨 21%；智利销往中国上海整鱼(6+kg) 行业平均价格同比上涨 42%。



### （4）成本处于高位

饲料成本是三文鱼养殖成本中最主要的组成部分，而作为饲料主要原材料的谷物、油脂等大宗商品价格自 2020 年以来持续走高；同时 2022 年初俄乌冲突爆发加速了大宗商品价格的进一步飙升，快速推升三文鱼饲料原材料价格，致使饲料原材料价格于 2022 年末到达历史最高点。

受三文鱼行业养殖周期规律影响，饲料成本上涨完全传导至出笼成本具有滞后性，三文鱼养殖成本的抬升会在养殖周期结束、鱼收获并出售时体现在利润表中。由此可预见 2023 年至 2024 年间三文鱼养殖成本将高于 2022 年。

此外，连续三年全球通货膨胀压力持续传导至公司各个业务环节，导致人工、运维、服务等成本持续上涨。随着智利养殖监管要求进一步提高，公司未来的单位捕捞出笼成本中的运营费用会持续抬升。

### （5）行业愈加集中

近一年来，三文鱼行业资本不断进行整合。行业内收购、合并交易频繁出现，生产商总数逐渐减少，产能日益集中

化，三文鱼行业估值朝正向发展。

2022 年 2 月，挪威大型三文鱼公司萨尔玛（Salmar）完成收购挪威海事集团（NTS ASA），交易价格约 29 亿美元。萨尔玛通过整合挪威海事集团（NTS）、挪威皇家三文鱼公司（NRS）及挪威三文鱼生产商 SalmoNor 等一系列资本运作，将产能扩增至约 30 万吨量级，成为全球第二大三文鱼公司。2022 年 3 月，美国嘉吉（Cargill）宣布收购智利三文鱼养殖商麦迪（Multiexport）子公司 24.5% 股份，公司估值约为 13 亿美元，本次交易对智利三文鱼公司的估值具有积极的正向影响。2022 年 10 月，美威（MOWI）宣布收购冰岛三文鱼公司北极鱼（Arctic Fish）51.28% 股权，斥资 18.8 亿挪威克朗（约 1.81 亿美元），本次交易也标志着美威首次进军冰岛养殖业务。2022 年 11 月，加拿大库克水产（Cooke Aquaculture）宣布完成澳大利亚水产企业塔斯尔（Tassal Group）的收购，总价 17 亿澳元（约 11.3 亿美元）。库克收购塔斯尔后，意味着澳大利亚塔斯马尼亚地区所有三文鱼养殖资产均落入了外企之手。

三文鱼行业整合预计在未来一段时间还将持续。公司旗下子公司 Australis 继续保持了全球前三大三文鱼企业的领先地位，在智利同行业公司中名列前茅，牢固掌控了全球优质海洋蛋白全产业链中价值最高的上游养殖端优质稀缺资源。

#### （6）政策环境严峻

挪威政府拟征收的资源税政策将对当地资本投资及未来增产计划造成负面影响。2022 年 9 月，挪威政府提议将对于年产量在 4,000-5,000 吨以上的三文鱼养殖商征收 40% 的资源税，于 2023 纳税年度开始生效，但这项提议的具体税收比例仍须待挪威议会决议。据 Mowi 公司公开发言表示，基于该项提案，三文鱼养殖商的总税率或将达到 62%。挪威券商 Fearnley Securities 分析师表示，挪威一系列的增税政策，除了会影响挪威三文鱼养殖商的现金流及现金储备，还会对养殖公司业绩造成负面影响，继而影响挪威上市公司在当地的资本性投资计划。

资源税提案发布后，2022 年 10 月份举行的挪威第三轮“红绿灯”许可证拍卖会仅售出计划销售的产能（MAB）的 75%，另外约 8,200 吨 MAB 未出售。ABGSC 分析师表示，由于未将所有产能出售拍卖，挪威未来的供应增长预期从约 3.8% 降至约 2.8%，对挪威三文鱼供应量增长造成负面影响。Rabobank 公开信息表示，挪威资源税提案的最终版本至今还没有达成一致，未来几个月内，挪威政府将进一步阐述和讨论征税细节。

智利监管环境也同日益严格。智利新政府上台以来对于智利三文鱼养殖监管要求更加严格。另外，部分位于国家公园内的三文鱼养殖特许权已开始实施重新安置，以促进当地生态与三文鱼养殖共同长期可持续发展。目前未涉及 Australis 旗下的三文鱼养殖特许权。

## 2. 狭鳕鱼、北极甜虾行业情况

狭鳕鱼主产国是俄罗斯和美国，两国捕捞量合计占全球狭鳕鱼捕捞总量的 90% 以上，且均对狭鳕鱼实施捕捞配额和捕捞期限双重管理模式，严格控制捕捞配额和休渔期，以促进渔业资源的可持续发展。2023 年狭鳕鱼预期捕捞配额略有增加。根据俄罗斯狭鳕鱼捕捞协会（PCA）数据，俄罗斯狭鳕鱼捕捞配额总量预计约为 206 万吨，与 2022 年 208 万吨基本持平；美国国家海洋渔业局（NMFS）数据显示，美国狭鳕鱼捕捞配额总量预计为 132 万吨，同比 2022 年 125 万吨增加 5%。

2022 年以来，受俄乌冲突以及全球捕捞配额削减等影响，全球狭鳕鱼供应链面临挑战，供应愈发紧缺；同时由于替代品稀缺以及相较于动物蛋白的价格优势，美国等主要市场对狭鳕鱼的需求旺盛，使得全球市场狭鳕鱼片价格上涨。与此同时，海外客户愈发重视供应链的稳定性，全球产能和订单逐步向头部加工供应企业集中。

北极甜虾主要捕捞于北冰洋和北大西洋海域，主要捕捞国家有加拿大、格陵兰、丹麦、冰岛和挪威等，全球年捕捞量在 25 万吨左右，其中加拿大的北极甜虾捕捞量占全球捕捞量的 60% 左右。挪威海洋研究所预测全球北极甜虾捕捞量在未来几年内将逐步下降，然后稳定在每年 21 万吨左右。

公司子公司青岛国星继续保持了最大的北极甜虾进口分销商、狭鳕鱼加工供应商的行业领先地位，与国外拥有北极甜虾捕捞配额的公司签订了独家代理权。经过多年深耕细作，青岛国星在狭鳕鱼、北极甜虾领域取得业内领导地位，与上游供应商建立了长期稳定的业务关系，与下游客户建立了良好的战略合作关系，拥有稳定的上下游合作伙伴群体。同时基于国内规模化的狭鳕鱼加工产业链体系，以及丰富的产品品类，青岛国星能够满足海外客户的多样化需求并保障产品的稳定供应。

## （四）中国海洋蛋白行业情况

### 1. 三文鱼行业情况

根据中国海关统计局数据显示，2019 年前，中国进口大西洋鲑达到 9.08 万吨，2017-2019 年间，进口大西洋鲑鱼总

量保持较快增长，复合年增速达 35.5%。2020 年以来，中国大西洋鲑进口量大幅下降。2022 年，中国进口大西洋鲑达到 6.29 万吨，同比增长 9%；其中智利出口中国的三文鱼市场份额占比逐渐提升，从 2021 年的 17% 增长至 2022 年的 33%，并且智利在中国三文鱼冻品市场占有绝对优势，市场占有率约为 99%。公司联合国际海产研究机构 Kontali 发布的《三文鱼行业及市场洞察报告》数据显示，到 2030 年中国市场的三文鱼消费量预计将达到 21 万吨，较目前相比，有超 10 万吨的增长空间。

2022 年期间国内供应链受到多轮反复扰动，进口的不稳定影响客户产品交付的及时性，同时推高了港口消杀和滞港仓储等费用，对三文鱼进口供应链造成了巨大影响。目前随着海关开放，通关政策不断优化，三文鱼进口供应链逐步常态化。

现阶段，国内以三文鱼为代表的海洋蛋白消费中约 90% 为餐饮渠道消费，约 10% 为零售终端消费。2020 年以来，消费者的消费习惯已开始向零售业态和线上购买转移，并由原来的餐饮生食，向家庭烹制转变。对比日韩欧美等国约 60% 左右的零售终端消费比例，中国的零售终端市场的增长机会巨大。目前中国人均三文鱼年消费量大约为 0.06kg，而挪威、瑞典和芬兰的人均年消费量多达 6-8kg 不等。对标欧洲，中国市场具有超过百倍的增量空间，是全球最有增长潜力的三文鱼消费市场。

作为国内唯一拥有三文鱼养殖和加工、增值产品研发、全渠道销售的全产业链上市公司，公司的三文鱼产品已实现标准化生产，全程可控，溯源可追，品质稳定安全；同时公司积极布局多条产品线，针对中国、美国、南美消费者的不同需求推出多样的特色产品，多方位满足消费者需求。

## 2. 狭鳕鱼、北极甜虾行业情况

根据中国海关统计局数据显示，2022 年中国进口冻狭鳕鱼 59.82 万吨，同比 2021 年的进口量 38.23 万吨，大幅增长 56%；2022 年中国出口冻狭鳕鱼片 20.79 万吨，同比 2021 年的出口量 17.47 万吨，增长 19%。2022 年中国进口冷冻北极虾 5.89 万吨，同比 2021 年的 3.86 万吨，大幅增长 53%。

青岛国星作为中国最大的狭鳕鱼加工供应商，加工工艺成熟，能够满足不同客户的不同需求，与上游供应商和下游客户建立了稳定的合作关系；同时随着聚焦狭鳕鱼深加工产品，不断丰富产品种类，将进一步扩大狭鳕鱼在中国市场的销售规模。中国是北极甜虾的最大进口国，北极甜虾也是最早进入中国市场的进口水产品之一，且价格适中，因此在中国市场的接受和认可程度较高。青岛国星在行业内深耕多年，依托丰富的行业经验，前瞻性采购北极甜虾，通过市场渠道下沉、灵活的产品设计等措施，进一步巩固了行业龙头地位。

## 3. 预制菜行业情况

随着人均可支配收入的提高和生活节奏的日益加快，消费者对于家庭用餐便捷性、口味多样化、高营养有了更高的需求。2020 年以来，年轻人、小家庭、单身人群、老年人等广大消费群体对预制菜的了解逐步加深、接受度不断提升、消费场景持续丰富。《2022 年预制菜线上消费趋势洞察报告》显示，2022 年初至 10 月，京东预制菜成交额同比增长 170%；天猫统计数据显示，今年“双 11”期间，包括半成品菜、速食菜在内的预制菜销售火爆，成交额同比增长约 2 倍以上。同时，预制菜具备供应稳定、规模优势显著、口味形态标准化等优势，餐饮企业在成本压力和连锁化诉求的双重推动下，对预制菜的需求强劲，并且逐步向复杂菜品“简便化”、连锁餐饮出品“标准化”、外卖出单“加速化”的方向渗透。根据《中国烹饪协会五年（2021-2025）工作规划》，目前国内预制菜渗透率只有 10%-15%；而美国、日本预制菜渗透率已达 60% 以上，未来的预制菜市场具有较大潜力。据民生证券研究显示，目前我国预制菜行业市场规模约为 2,100 亿元，餐饮端消费占比超过 80%；未来随着渗透率的提升，行业规模在 2025 年有望突破 6,000 亿元。

食材尤其是优质高营养食材是预制菜竞争的基础，原材料生产企业具备成本优势，同时借助自身的加工生产能力和已有的渠道布局，能够保证稳定供应，在预制菜发展过程中具备天然优势。此外，预制菜企业越来越重视品牌建设，加强消费者对品牌的认知度以及对产品的信任度和依赖度。在以三文鱼为代表的优质海洋蛋白预制菜领域，公司不仅掌握上游优质三文鱼资源，同时拥有狭鳕鱼、北极甜虾等海产品的长期稳定采购优势，并且具备完善的全球食品安全保证体系和第三方权威认证，为公司研发优质海洋蛋白预制菜系列产品提供强有力的支撑。伴随着公司品牌运营模式的贯彻落实，“佳沃三文鱼”被更多的消费者认可和喜爱，公司的海洋蛋白预制菜产品不断推陈出新，品类持续丰富，满足不同的客户群体的多样化消费需求。

### 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

元

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产	11,146,048,632.43	11,300,420,797.67	-1.37%	11,006,213,936.23
归属于上市公司股东的净资产	-301,388,786.75	631,173,109.33	-147.75%	928,426,556.57
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	5,527,629,682.92	4,597,218,164.16	20.24%	4,525,007,475.06
归属于上市公司股东的净利润	-1,109,847,866.02	-288,681,797.16	-284.45%	-713,233,948.43
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-1,114,518,743.83	-317,271,805.89	-251.28%	-689,981,536.91
经营活动产生的现金流量净额	678,358,467.83	303,886,024.78	123.23%	88,606,301.90
基本每股收益（元/股）	-6.3711	-1.6572	-284.45%	-4.9513
稀释每股收益（元/股）	-6.3711	-1.6572	-284.45%	-4.9513
加权平均净资产收益率	-673.07%	-37.02%	-636.05%	-427.00%

#### (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	1,223,196,377.86	1,163,055,065.77	1,599,943,970.21	1,541,434,269.08
归属于上市公司股东的净利润	110,118,183.37	44,840,004.85	-67,995,573.13	-1,196,810,481.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	104,661,970.14	46,964,961.27	-67,230,025.83	-1,198,915,649.41
经营活动产生的现金流量净额	134,637,920.07	120,845,629.93	123,906,700.94	298,968,216.89

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	12,199	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	9,839	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	持有特别表决权股份的股东总数（如	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
佳沃集团有限公司	境内非国有法人	46.08%	80,265,919.00	40,200,000.00	质押	59,732,807.00
陈鑫	境内自然人	3.18%	5,547,927.00	0.00		0.00
深圳市惠通基金管理有限公司－惠通二号私募证券投资基金	其他	1.96%	3,418,481.00	0.00		0.00
中国工商银行股份有限公司－交银施罗德趋势优先混合型证券投资基金	其他	1.86%	3,234,866.00	0.00		0.00
万金安	境内自然人	1.06%	1,841,900.00	0.00		0.00
徐倩	境内自然人	0.83%	1,445,300.00	0.00		0.00
上海宏预资产管理有限公 司－宏预资产－私募学院 菁英 279 号私募基金	其他	0.71%	1,230,000.00	0.00		0.00
深圳市惠通基金管理有限公司－惠通五号私募证券投资基金	其他	0.63%	1,100,000.00	0.00		0.00
张琳	境内自然人	0.57%	999,300.00	0.00		0.00
韩建新	境内自然人	0.55%	965,900.00	0.00		0.00
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未知上述股东间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。					

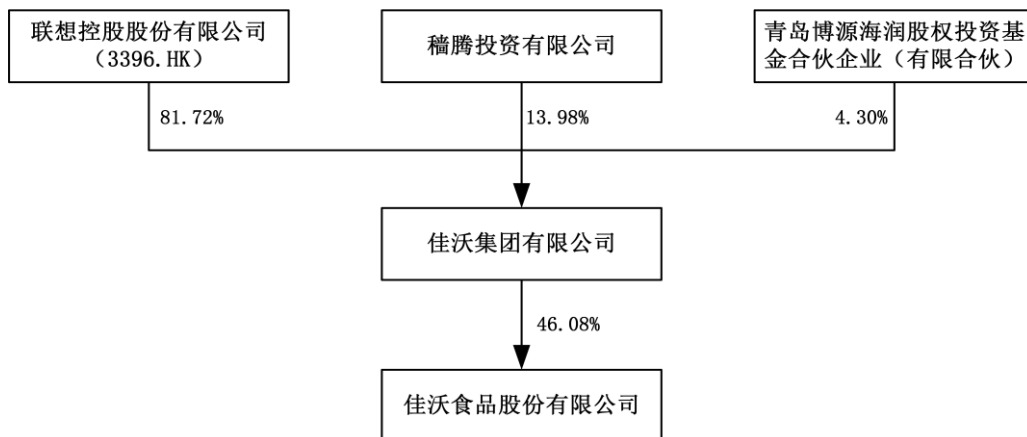
公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

## (2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

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

2022 年，全球经济逐渐开始复苏，进出口供应链运行渐回正轨，全球主要消费市场三文鱼价格均快速攀升并处于高位，为公司业务发展创造了积极条件。与此同时，受国际局势、汇率波动等因素负向影响，国内外市场仍然面临着复杂的宏观环境。面对多变的局势背景，公司克服各种挑战，各项经营工作稳步推进。报告期内，公司各项业务均实现快速增长，运营利润达到新高。公允价值变动、国际汇率波动、美元 Libor 攀升等因素的大幅变动以及大额商誉减值，导致公司当期损益出现较大亏损。

2022 年全年，公司实现营业收入 55.28 亿元，同比增长 20.24%；实现归属于上市公司股东的净利润-11.10 亿元，同比下降 284.45%。剔除子公司计提商誉减值因素后的归属于上市公司股东的净利润-1.13 亿元，较上年同期减亏 25.96%。2022 年公司合并商誉计提减值金额为 12.29 亿元，商誉减值主要原因为：（1）税后折现率上升：主要因美元无风险利率从 2022 年初的 1.90% 飙升至 2022 年末的 3.97% 所致；（2）经营计划调整：由于经营成本高企、运营资金紧张等因素影响，公司下调近期的产销量计划，以求平稳渡过经营成本高企和运营资金紧张的时期，之后再逐渐恢复。

报告期内，公司重点开展以下工作：

#### （一）三文鱼养殖加工：持续投资，巩固提升核心竞争力

公司坚定支持智利子公司 Australis 在养殖技术方面的优化探索。2022 年，公司在饲料转化率、死亡率等关键养殖技术指标上持续占据智利同行业领先地位。在国际三文鱼饲料供应商 Salmonfood 举办的“2022 年度最佳养殖中心（Best Site 2022）”评选中，Australis 旗下三家养殖场分别获评饲料转化率行业第一、第三及累计增长率行业第二，荣登 2022 最佳养殖中心榜单。在全球水产饲料巨头 BioMar 主办的“智利年度前 10 大三文鱼养殖场”专业评选中，Australis 凭借一以贯之的优异表现，在前五名中独夺四席；其中，Australis 旗下养殖场以净饲料转化率 0.99 的优异表现拔得头筹，获得了业内的一致肯定。公司对旗下优秀养殖场的运营管理经验进行了总结归纳，以期形成一套涵盖软硬件并可复制、可实践的渔业智能管理系统，服务国内智慧渔业发展。

2022 年第四季度，公司在十二大区投资新建的智能三文鱼加工厂 Dumestre 正式投入运营，系统性地提升了该区的三文鱼屠宰和加工效率，提高优质率，并改善当地三文鱼加工基础设施建设状况，有望为智利十二区的三文鱼带来品质溢价。

#### （二）三文鱼国际市场：打造全球品牌，拓展增值产品

公司在以三文鱼为代表的优质海洋蛋白的上游环节，对稀缺性原材料资源拥有实质性掌控能力，并且具备完善的全球食品安全体系和第三方权威认证，为培育并开发具备更高溢价能力的深海优质蛋白健康营养食品提供强有力的支撑。

报告期内，公司专注打造全球品牌“Southring”，与国内外主要客户建立了广泛、紧密、稳定的销售网络，覆盖欧美、日本等国家或地区，产品获终端客户广泛认可。公司在保持目前优势销售渠道前提下，积极进行境外新销售渠道的拓展，通过参加线下行业展会、线上网站、邮件咨询等多种方式积极寻求更多机遇，开拓销售渠道。专注于北美家庭消费市场的“Mama Bear”和专注于南美洲连锁商超零售市场的“La Cosecha del Mar”，与各消费市场的主流商超深度合作，业务稳定发展。

国际终端品牌和增值产品的发展，丰富了公司面向全球的产品组合，进一步助力公司成为全球高品质、高营养、可持续三文鱼食材食品供应商的代表。2022 年，公司增值产品销量同比增长 8%。未来公司将持续推进品类扩张，丰富产品矩阵，提升公司产品附加值的同时增强品牌影响力。

#### （三）三文鱼中国市场：开拓下游渠道，持续开发新品

渠道方面，公司已具备全面布局、全渠道专业化销售、服务能力，拥有多元立体化渠道网络，顺畅的销售通路，构建起了“线上+线下”复合型渠道体系。报告期内，公司加速国内市场各销售渠道的拓展。公司在与大型商超、进出口商、加工商、连锁餐饮等线下渠道以及盒马等新零售平台保持紧密合作的同时，在天猫、京东等主流电商平台持续运营线上店铺。此外，公司通过微信小程序向广大消费者提供更多样、更便利的消费渠道。作为公司全新的销售业态尝试，三文鱼鲜切体验店“可可海里”成功落地青岛、济南，致力于降低广大消费群体的体验门槛，让更广阔的消费人群更便捷购买享用高品质三文鱼，促进优质海洋蛋白在国内的普及。

在中国市场，公司加大精深加工产品创新研发力度，推陈出新，成功推出了调味三文鱼、调味北极虾、鲜蒸三文鱼、三文鱼午餐肉等产品，并与全国各大商超及电商平台展开合作，开启线上线下促销活动，获得了消费者的充分认可。同

时，公司礼赠产品线通过控制加工成本和调整产品组合，优化溢价空间，不断拓展客户群体。此外，公司鲜切连锁店业务以三文鱼为主要食材，开发完成三文鱼刺身、海鲜刺身拼盘、简餐寿司、预包装食品等多款产品，给消费者提供了缤纷多样的餐饮选择。

#### （四）狭鳕鱼甜虾业务：克服供应链挑战，实现业绩增长

报告期内，子公司青岛国星作为中国领先的北极甜虾进口分销商和狭鳕鱼加工供应商，大力巩固在狭鳕鱼、北极甜虾两大优势品类上的资源优势，在稳定优质的海外客户群体的基础上，持续拓展销售渠道。同时，在 2022 年海运费大幅波动、供应链持续紧张、港口消杀、滞港仓储等费用进一步增加的复杂背景下，青岛国星凭借对国际市场行情的准确判断和灵活主动的内部管理方式，顺利达成高毛利订单承接，有效控制海运流程费用，实现了业绩、利润的双突破。

公司作为一家国际化经营的企业，将中国市场作为重点拓展方向，即在进一步巩固欧美、亚太等海外市场的同时，加强中国市场的渠道拓展，进而实现公司业务全球市场的多元化配置，以实时动态的灵活应对区域市场波动可能给公司带来的影响，从而为打造全产业链、全球化、专业化的世界级海鲜平台企业奠定扎实基础。