

证券代码：300892

证券简称：品渥食品

公告编号：2023-016

## 品渥食品股份有限公司 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。

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

适用 不适用

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

### 二、公司基本情况

#### 1、公司简介

股票简称	品渥食品	股票代码	300892
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	朱国辉	张慧玲	
办公地址	上海市普陀区长寿路 652 号 10 号楼 308 室	上海市普陀区长寿路 652 号 10 号楼 308 室	
传真	不适用	不适用	
电话	021-51863006	021-51863006	
电子信箱	securities@pinlive.com	securities@pinlive.com	

## 2、报告期主要业务或产品简介

### 1、公司主营业务

公司从事食品的开发、进口、销售的业务，致力于全球优质食品资源的整合，优选全球优质产地，将中国美食与全球食品资源和生产体系嫁接，做更适应国人饮食习惯、口味的优质食品。为大众带来健康和幸福感，满足中国消费者的营养需求和饮食习惯，公司主要产品——乳制品、酒饮、粮油调味品以及谷物早餐和健康饼干。

报告期内，公司从事的主营业务未发生重大变化。

### 2、公司主要产品

#### (1) 德亚乳品

德亚乳品作为公司战略产品，2022 年德亚品牌在进口牛奶市场份额继续保持第一位置，根据凯度数据，德亚品牌市场份额达到 21%。2022 年成功上市德亚德国欧洲优选全脂/低脂高钙/脱脂系列产品、德亚新西兰 A2β-酪蛋白全脂牛奶/奶粉，并通过线上达人直播推广、抖音 KOL 推广、线下专项陈列宣传，新品上市后销售快速提升，为品牌发展带来新动力。

2022 年，德亚官宣了歌手、演员王源作为首位全球品牌代言人，通过借助王源的强大号召力及影响力，快速扩展了消费者人群，提高了品牌知名度。同时，德亚作为电影《外太空的莫扎特》乳品合作授权商，在电影中多个画面进行了产品露出植入，展现给荧幕前的消费者，快速拉升品牌认知度，扩大品牌影响力。



#### (2) 瓦伦丁啤酒

“瓦伦丁”品牌拥有瓦伦丁系列和爱士堡系列等多款进口啤酒，旗下所有产品均产自欧洲著名酿酒集团，坚持原装进口，所有啤酒皆出自欧洲当地超过百年历史的酒厂，工艺严谨，结合现代科技，确保口感纯正。公司瓦伦丁产品按类别主要包括：瓦伦丁黑啤、烈性、拉格系列，瓦伦丁小麦系列，比利时白啤系列。瓦伦丁始终围绕“进口好啤酒”这一差异化定位强化客户认知，突出精酿好品质的品类属性，聚焦瓦伦丁精酿单品策略，通过渠道内外推广拉进与年轻客群的距离，不断提升市占率，2023 年瓦伦丁啤酒在进口啤酒品类已确立了市占率领先的市场地位。



(3) 品利粮油

品利橄榄油作为最早进入国内市场的橄榄油品牌之一，深受消费者喜爱和认可。连续四年在第十四-十七届（2019-2022）中国国际橄榄油评油比赛中获奖，2022 年更是取得 2 金 1 银的佳绩。品利橄榄油以“特级初榨，让烹饪更健康”为定位，旗下拥有特级初榨橄榄油（经典系列、家庭烹饪系列、节庆礼盒系列、高端有机橄榄油，金质橄榄油系列）、葡萄籽油、橄榄罐头、意面酱等产品。2022 年，品利推出新规格 3L-PET 包装的特级初榨橄榄油、500ml 的葡萄籽油，用不同规格满足消费者日常用油选择的需求。同时，品利精准把控高端橄榄油的市场需求，2022 年下半年正式推出金质系列高多酚橄榄油，补充了高端橄榄油产品线，为消费者高端礼赠、健康用油提供了更多的选择。



3、公司经营模式

公司充分利用全球优质食品资源，与国外优质供应商合作，由其按照公司的要求进行生产和加工后再原装进口到我国；生产端，产品进口到国内后，不须再次分装或重新包装，公司仅就部分产品进行销售礼盒包装工作；销售端，公司集中精力进行品牌开发与推广、渠道建设。采取“以销定采”的采购销售模式，并建立信息化管理系统对公司的采购、仓储、配送、销售等流程进行管理，具体情况如下：

(1) 采购模式

公司产品开发由产品开发项目组完成。项目组实行产品经理负责制，将各品牌事业部、采购部、质量研发部的部分职能进行整合。产品开发项目组根据国内消费者需求研究，确定产品设计和口味，在工厂进行各阶段测试。工厂按照公司要求进行产品的生产和加工，由公司采购到国内销售。公司制定了规范的采购流程，严格控制采购的各个环节，明确从编制采购计划、下达采购订单，跟踪国外工厂的生产和产品发运，到报关、报检和产品入库等各环节的操作流程，确保产品质量满足公司要求。公司采购按类型分为产品采购和包材采购，公司采购的包材主要为瓦楞纸箱、礼盒等。

## (2) 销售模式

公司已建立了包括统一入仓、线上自营、线下直销、及经销的在内的多元化销售体系，基本实现了对线上和线下各市场的全面覆盖。

公司产品通过直销、经销及电商渠道进行销售，根据销售渠道、销售对象、货物流转方式以及结算方式等情况将销售模式划分为：线下直销模式、经销模式，统一入仓模式及线上自营模式。线下直销模式客户，主要包括国内大、中型连锁商超。经销模式，按照渠道细分为线下经销和线上经销两种。公司经销商以买断货物所有权形式向本公司采购，即公司不负责线下经销商采购商品后的具体销售活动，但会对经销商的销售区域和渠道、价格体系、促销活动等进行管理。公司每年度与经销商签订经销商协议，经销商向公司发出订单，公司向其指定地点发货，待经销商验收确认后公司确认收入。统一入仓模式客户主要有京东、天猫超市、盒马鲜生、叮咚买菜等。公司根据电商平台提出的订单需求向其指定的仓库发货，由电商平台负责最终实现销售。线上自营模式直接销售给最终消费者，主要包括天猫、京东、拼多多旗舰店，及社交电商、直播业务渠道。

## (3) 品牌推广模式

公司高度重视产品的品牌推广工作，主要推广形式有：①线上平台推广。公司直接在天猫、淘宝、京东等电商平台投放广告或购买品牌推广服务，如在淘宝、天猫平台以直通车、钻石展位、品销宝等形式进行广告投放推广。2022年，德亚大力开拓线上达人宣传，在微信端，与“年糕妈妈”、“小小包麻麻”等母婴头部达人合作共创。在抖音端，与各个KOL、KOC进行合作，通过不同的内容展现，给更多消费者进行了种草。②影视剧、综艺节目植入。公司还通过影视剧、综艺节目以及社交媒体植入的方式推广旗下食品，2022年，德亚作为电影《外太空的莫扎特》乳品合作授权商，在电影中多个画面进行了产品露出植入，展现给荧幕前的消费者。③代言人。2022年，德亚官宣了歌手、演员王源作为首位全球品牌代言人，通过借助王源的强大号召力及影响力，快速扩展了消费者人群，提高了品牌知名度。德亚在各媒体平台上消费者提及度，也大幅提升，微博平台上“王源德亚全球品牌代言人”阅读次数突破12亿+。④此外，公司积极利用电梯广告、社交媒体开展立体化传播方式，2022年CNY期间，德亚品牌在长沙、武汉、南京、苏州四地通过分众传媒电梯广告的高频投放，迅速在当地建立了品牌知名度，进一步提升品牌在市场中的地位和影响力。

## 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	1,444,107,122.54	1,560,478,817.11	-7.46%	1,368,571,758.27
归属于上市公司股东的净资产	1,145,739,884.30	1,152,936,954.98	-0.62%	1,071,387,807.26
	2022年	2021年	本年比上年增减	2020年
营业收入	1,538,747,962.42	1,650,712,097.95	-6.78%	1,502,820,564.72
归属于上市公司股东的净利润	11,203,841.17	95,469,747.38	-88.26%	135,843,125.29
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益	354,544.45	75,657,149.82	-99.53%	128,775,033.68

的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	-180,077,848.45	171,349,744.14	-205.09%	137,071,399.31
基本每股收益（元/股）	0.11	0.95	-88.42%	1.67
稀释每股收益（元/股）	0.11	0.95	-88.42%	1.67
加权平均净资产收益率	0.98%	8.63%	-7.65%	24.46%

## (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	306,283,335.73	434,098,387.96	434,365,238.93	364,000,999.80
归属于上市公司股东的净利润	7,409,883.40	8,128,491.99	724,879.59	-5,059,413.81
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,075,654.22	6,644,257.99	-1,201,864.52	-6,163,503.24
经营活动产生的现金流量净额	-252,380,533.52	96,573,716.96	-13,572,428.38	-10,698,603.51

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	12,090	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	10,405	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（如有）	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			
王牧	境内自然人	45.00%	45,000,000.00	45,000,000.00					
吴柏庚	境内自然人	17.76%	17,760,000.00	14,062,500.00					
宁波梅山保税港区熹利投资管理中心（有限合伙）	境内非国有法人	5.25%	5,250,000.00	5,250,000.00					

宋奇峰	境内自然人	3.38%	3,375,000.00	2,812,500.00		
徐松莉	境内自然人	2.25%	2,250,000.00	2,250,000.00		
兴业银行股份有限公司一兴全有机增长灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.94%	943,430.00			
杨剑雄	境内自然人	0.26%	260,000.00			
UBS AG	境外法人	0.22%	220,986.00			
戴树林	境内自然人	0.17%	170,000.00			
华泰证券股份有限公司	国有法人	0.16%	156,616.00			
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司股东王牧、徐松莉系夫妻关系；公司股东王牧为公司股东宁波梅山保税港区熹利投资管理中心（有限合伙）的实际控制人。除此之外，公司未知上述其他股东间是否存在关联关系，也未知其是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。					

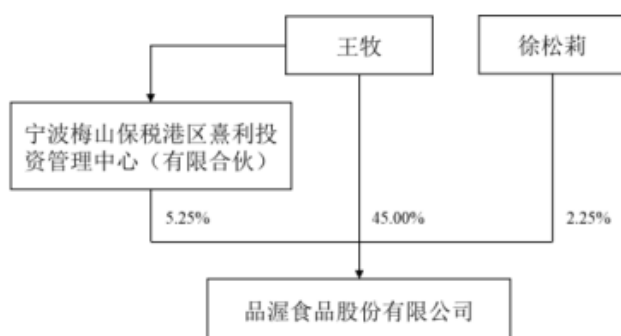
公司是否具有表决权差异安排

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

无