

汤臣倍健股份有限公司

2023 年年度报告摘要

一、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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

2、公司所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

3、华兴会计师事务所（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。

4、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仍为华兴会计师事务所（特殊普通合伙）。

5、非标准审计意见提示

适用 不适用

6、公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

7、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

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以本次利润分配预案未来实施时股权登记日的总股本（不包含回购股份）为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 9 元（含税），不送红股，不进行资本公积金转增股本。

8、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	汤臣倍健	股票代码	300146
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	唐金银	张亚宁	
办公地址	广州市黄埔区科学城科学大道中 99 号科汇金谷三街 3 号	广州市黄埔区科学城科学大道中 99 号科汇金谷三街 3 号	
传真	020-28957901	020-28957901	

电话	020-28956666	020-28956666
电子信箱	tcbj@by-health.com	tcbj@by-health.com

2、报告期主要业务或产品简介

(1) 公司所处行业情况

公司所处的行业为膳食营养补充剂行业。膳食营养补充剂（VDS）是以维生素、矿物质、动植物提取物及其它生物活性物质等为主要原料制成，通过口服补充以达到平衡营养、提高机体健康水平的目的，对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。

①中国膳食营养补充剂行业发展空间广阔

欧睿数据显示，2023 年中国维生素与膳食补充剂行业零售总规模达到 2253 亿元，较上年增长约 11.6%。国民健康意识提升为行业发展奠定基石。随着居民收入水平的提高和生活质量的改善，人们对追求健康品质生活的需求日益凸显，国民健康需求跃升，这一背景为整个营养健康产业的发展奠定了良好的基础。由于我国 VDS 发展历史尚短，居民关于 VDS 的消费意识和习惯尚未完全形成。相比于发达国家如美国、日本等，我国在 VDS 的渗透率、消费粘性及人均消费金额等方面还存在较大的增长空间，人均消费 23.3 美元，较上年增长约 11.5%，人均消费略高于全球平均水平，约为美国的 22%，VDS 行业的前景和细分领域未来增长空间可期。

老龄化程度加深为行业发展带来增长机会。根据国家卫生健康委员会发布，据测算，预计“十四五”时期，60 岁及以上老年人口总量将突破 3 亿，占比将超过 20%，进入中度老龄化阶段。2035 年左右，60 岁及以上老年人口将突破 4 亿，在总人口中的占比将超过 30%，进入重度老龄化阶段。行业将随人口老龄化扩容。

新一代消费者个性化多样化的需求有望推动 VDS 行业细分品类快速增长。随着生活方式的改变和健康意识的提升，VDS 消费人群年龄阶层不断扩大，新生代消费者群体的崛起叠加消费观念转型将有效扩容 VDS 市场的整体需求。VDS 产品功能诉求不断细分化和专业化，已经成为未来发展的重要趋势，各细分领域的快速增长将为行业发展创造广阔的市场前景和发展机遇。

②政策鼓励营养健康行业技术创新

健康是立国之基，近年来国家陆续出台一系列“健康中国”政策，大力推进健康中国建设。

2016 年 10 月，中共中央、国务院印发《“健康中国 2030”规划纲要》，提出从国家战略层面统筹解决关系健康的重大和长远问题，由国家制定实施国民营养计划，深入开展食物营养功能评价研究，全面普及膳食营养知识，发布适合不同人群特点的膳食指南，对重点区域、重点人群实施营养干预，重点解决微量营养素缺乏等问题。

2017 年 6 月，国务院办公厅发布《国民营养计划（2017—2030 年）》，指出针对不同人群的健康需求，着力发展保健食品、营养强化食品、双蛋白食物等新型营养健康食品。此外，2017 年发布的

《“十三五”国家食品安全规划》《“十三五”健康老龄化规划重点任务分工》等政策也明确提出大力发展健康产业，着力发展保健食品等新兴营养健康食品，逐步扩大健康产业规模。

2022年8月，国家卫生健康委员会发布《食品安全标准与监测评估“十四五”规划》，明确“十四五”时期将致力于营养健康领域的基础、前沿理论和技术研发，加强与食品科学领域的沟通与融合，提高科研能力和服务水平；以提高营养健康产品研发能力为目标，解析不同人群特殊营养需求，有针对性地推动食品研发创新，持续提升产品健康内涵。

2023年8月，国家市场监督管理总局发布《保健食品新功能及产品技术评价实施细则（试行）》，对保健食品功能声称评价管理模式进行创新。这一举措正式放开了保健食品新功能的申报管理，将对推动保健食品新功能的研发创新发挥积极作用，为企业研发创新带来发展新机遇。未来营养健康产业升级将依赖于技术破局，需要持续技术升级，不断探索创新，提升自主核心竞争力。

行业在充分受益相关政策红利整体发展趋势向好的同时，国内保健食品监管规范不断趋严，将推动行业优胜劣汰，有效净化保健食品市场，提高消费者对保健食品需求意愿，有利于行业的长期健康发展。

（2）公司从事的主要业务

2002年，汤臣倍健系统地在中国非直销领域引入了膳食营养补充剂（VDS）品类，依托现代营养学，建立全面的膳食营养补充剂科学体系，拥有VDS各细分领域的品牌地位和齐全的产品矩阵，构建并不断夯实线下药店、商超、母婴店等零售终端和线上多元化电商平台等全渠道销售体系，逐步成长为全球膳食营养补充剂行业领先企业。欧睿数据显示，2023年中国维生素与膳食补充剂行业中汤臣倍健份额为10.4%，稳居第一位。

公司坚持以极致的科学精神，深入营养健康的科学研究，打造极致的科学营养产品力，传播科学营养理念。作为膳食营养补充剂行业领先者，公司坚定实施“科学营养”战略下的强科技企业转型，通过自有发明专利原料及配方研发、开展新功能和重功能产品研发及注册、布局以抗衰老和精准营养为代表的前瞻性基础研究及产业转化等，持续打造不一样的汤臣倍健“硬科技”产品力和科技竞争力优势，赋能VDS行业科技含量，带给VDS行业增量价值。截至报告期末公司已开发30多种定制原料，获得113项原料及配方等发明专利。

多年来，公司秉承和坚持“诚信比聪明更重要”的核心价值观，始终将质量安全放在头等位置。董事长梁允超先生将公司质量控制的基本理念归纳总结为八大质量控制理念，以此视为企业生存和发展的压舱石。公司全球原料可追溯，生产过程全透明。汤臣倍健是全球第一家通过透明工厂管理体系认证的企业，透明工厂是技术先进、品控严格的膳食营养补充剂智造基地，拥有获得中国合格评定国家认可委员会（CNAS）认可的实验室，制定了多项高标准的检测项目，引进超15个国家超过200台全球知名设备，拥有行业第一条连续化固体制剂智能生产线，开创行业领先的连续化、智能化生产线。透明工厂于2017年设立了国家博士后科研工作站汤臣倍健分站；2018年被评为国家AAAA级旅游景区和国家绿

色工厂；2019 年建成行业第一家营养探索馆，同年设立广东省院士专家企业工作站。汤臣倍健透明工厂以阳光透明的态度，在行业内开放供各界参观，通过严苛的品控管理、领先的精益智造，打造全球高品质的营养品。报告期内，公司荣获 2023 年全国质量标杆、2023 第二届中国标杆智能工厂等称号。

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

	2023 年末	2022 年末	本年末比上年末增减	2021 年末
总资产	15,098,017,428.13	13,157,665,481.56	14.75%	12,965,926,741.50
归属于上市公司股东的净资产	12,166,989,799.91	10,693,280,978.92	13.78%	10,493,948,552.08
	2023 年	2022 年	本年比上年增减	2021 年
营业收入	9,406,813,736.75	7,861,411,752.82	19.66%	7,431,278,129.59
归属于上市公司股东的净利润	1,746,309,643.81	1,385,850,718.02	26.01%	1,753,979,273.19
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,596,944,142.86	1,375,593,143.88	16.09%	1,540,263,358.68
经营活动产生的现金流量净额	2,051,410,047.56	1,378,929,741.88	48.77%	1,818,978,027.97
基本每股收益（元/股）	1.03	0.82	25.61%	1.06
稀释每股收益（元/股）	1.03	0.81	27.16%	1.05
加权平均净资产收益率	15.34%	13.46%	1.88%	19.34%

(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	3,108,119,772.05	2,487,903,124.73	2,186,259,749.95	1,624,531,090.02
归属于上市公司股东的净利润	1,029,519,641.37	515,884,631.64	355,702,679.69	-154,797,308.89
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	994,652,011.53	459,555,778.67	344,157,372.38	-201,421,019.72
经营活动产生的现金流量净额	665,857,256.12	373,996,567.37	306,106,536.49	705,449,687.58

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	64,469	年度报告披露日前一个月末	64,525	报告期末表决权恢复的优先股股东总	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先	0	持有特别表决权股份的股东	0
-------------	--------	--------------	--------	------------------	---	----------------------	---	--------------	---

		普通股 股东总 数	数	股股东总数		总数 (如 有)
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）						
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
梁允超	境内自然人	41.78%	710,611,742.00	532,958,806		
香港中央结算有限公司	境外法人	3.30%	56,196,432.00	0.00		
孙惠刚	境内自然人	3.26%	55,524,526.00	0.00		
上海中平国瑀资产管理有 限公司—上海中平国瑀并 购股权投资基金合伙企业 （有限合伙）	其他	2.01%	34,206,118.00	0.00		
广发信德投资管理有限公 司—广州信德厚峡股权投 资合伙企业（有限合伙）	其他	1.12%	19,049,565.00	0.00		
齐鲁中泰私募基金管理有 限公司—齐鲁中泰定增 2 号私募股权基金	其他	1.12%	19,045,801.00	0.00		
陈宏	境内自然人	1.04%	17,768,000.00	13,326,000		
梁水生	境内自然人	1.01%	17,231,666.00	12,923,750		
交银施罗德内需增长一年 持有期混合型证券投资基 金	其他	0.91%	15,422,271.00	0.00		
易方达创业板交易型开放 式指数证券投资基金	其他	0.86%	14,648,178.00	0.00		
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，梁允超、梁水生、陈宏、孙惠刚、上海中平国瑀资产管理有限公司—上海中平国瑀并购股权投资基金合伙企业（有限合伙）、广发信德投资管理有限公司—广州信德厚峡股权投资合伙企业（有限合伙）、齐鲁中泰私募基金管理有限公司—齐鲁中泰定增 2 号私募股权基金之间不存在关联关系或一致行动情况。除此之外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动情况。					

注：公司控股股东、实际控制人梁允超先生于 2023 年 1 月 11 日将其持有的 16,060,000 股股份解除质押。截至本报告披露日，梁允超先生所持公司股份不存在质押或冻结情形。

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

单位：股

前十名股东参与转融通出借股份情况								
股东名称 （全称）	期初普通账户、信用账 户持股		期初转融通出借股份且 尚未归还		期末普通账户、信用账 户持股		期末转融通出借股份且 尚未归还	
	数量合计	占总股本 的比例	数量合计	占总股本 的比例	数量合计	占总股本 的比例	数量合计	占总股本 的比例
易方达创 业板交易 型开放式 指数证券 投资基金	6,481,472	0.38%	135,500	0.01%	14,648,178	0.86%	64,900	0.004%

前十名股东较上期发生变化

适用 不适用

单位：股

前十名股东较上期末发生变化情况					
股东名称（全称）	本报告期新增/退出	期末转融通出借股份且尚未归还数量		期末股东普通账户、信用账户持股及转融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
交银施罗德内需增长一年持有期混合型证券投资基金	新增	0	0.00%	15,422,271	0.91%
易方达创业板交易型开放式指数证券投资基金	新增	64,900	0.00%	14,713,078	0.87%
交银施罗德品质增长一年持有期混合型证券投资基金	退出	0	0.00%	14,457,676	0.85%
安本标准投资管理（亚洲）有限公司—安本标准—中国A股股票基金	退出	0	0.00%	见注	见注

注：鉴于“安本标准投资管理（亚洲）有限公司—安本标准—中国A股股票基金”未在中国证券登记结算有限责任公司下发的期末前200名股东名册中，公司无该数据。

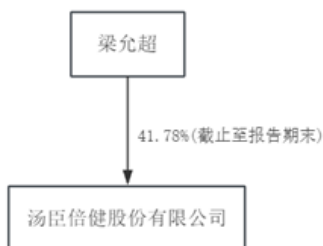
公司是否具有表决权差异安排

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

2023年是VDS行业新周期的第一年，公司继续推进“科学营养”战略下的强科技企业转型和强品牌

战略，按照多品牌大单品全品类全渠道单聚焦的战略方向，进一步深化管理和提升经营质量。受益于国民健康意识提升带来的多个品类产品市场需求增长，2023 年公司收入实现较快增长。报告期内，公司实现营业收入 94.07 亿元，较上年同期增长 19.66%；归属于上市公司股东的净利润 17.46 亿元，较上年同期增长 26.01%。

主营业务收入中，（1）境内业务方面：①主品牌“汤臣倍健”实现收入 54.00 亿元，同比增长 21.48%；关节护理品牌“健力多”实现收入 11.79 亿元，同比下降 2.52%；“lifespace”国内产品实现收入 4.45 亿元，同比增长 46.84%。②分渠道来看，线下渠道收入约占境内收入的 58.10%，同比增长 12.39%；线上渠道收入同比增长 27.53%。（2）境外业务方面：LSG 实现营业收入 9.89 亿元，同比增长 23.03%（按澳元口径：LSG 营业收入为 2.11 亿澳元，同比增长 22.38%）。

报告期内，公司主要围绕以下方面开展工作：

（1）“月亮目标”助力强科技企业转型

报告期内，在“科学营养”战略下，公司持续推动企业强科技企业转型的落地。在新原料方面，公司自主研发富含真皮重要成分糖胺聚糖为特征的 GAGs 胶原蛋白肽，申报发明专利并落地应用于 Yep 口服美容升级产品中；截至报告期末，公司已获得 113 项原料及配方等发明专利。在新功能开发方面，公司在行业内率先递交“有助于维持正常的血小板聚集功能”的新功能申报及产品注册申请。重功能产品科学循证方面，公司联合兰州大学公共卫生学院、南方医科大学公共卫生学院等机构于国际知名期刊 *Nutrients* 发布舒百宁临床研究成果，证实其对辅助降血脂的积极效应，科学赋能血脂健康。新技术标准方面，公司联合多家专业机构发起成立《食品营养临床试验质量管理规范》（GNCP）编写委员会，启动 GNCP 团体标准的编写，主导完成《水飞蓟提取物质量要求》团体标准并参与完成《蜂胶国际标准》等多项标准，持续推动食品营养临床试验标准化发展与建设。

（2）以数字化智能化提升品质与生产效能

报告期内，凭借在关键过程质量控制方向的不懈探索，公司首次获得全国质量标杆奖；公司通过搭建 QMS 质量管理体系、设计和实施高质量数据收集和分析系统，构建数据治理标准体系，推动全链条的卓越质量体系提升。公司参与编写的国家标准 GB/T 42757-2023《智能制造水平评价指标体系及指数计算方法》正式发布，将推动行业全面智能化升级。

（3）深化管理提质提效

报告期内，为进一步深化管理全面提升经营质量，公司持续优化经营复盘机制、搭建财务模型、优化财务分析体系，强化过程管理，推动提升经营管理决策的准度和精度。集团“第二波人才红利引进计划”关键岗位人才基本引进到位，匹配公司长期发展需求。

（4）全方位夯实强品牌战略

报告期内，公司聚焦“科学营养”“透明工厂”等品牌强符号，启动集团品牌全触点升级，以产品为核

心连接点，为消费者的健康创造价值；推动品牌全线包装升级；借助“518 中国营养节”、杭州亚运会全民大事件深化“科学营养”认知，不断提升品牌竞争力，以全触点升级撬动强品牌转型，助力业务长期发展。

（5）深化高质量业务增长

①事业部机制驱动品牌增长

报告期内，为匹配集团长期业务战略，公司在集团层面先后成立汤臣倍健事业部、大单品一部和大单品二部等，加速以品牌为核心的架构和机制调整，加强品牌在整体业务经营的引擎作用，保障品牌的长期发展。

②强中台赋能线下渠道

报告期内，公司搭建并完善了以渠道营销为核心的业务中台团队，整合组建了区域渠道营销团队，进一步提升终端落地执行的质量和效率，赋能前台销售和经销商实现业务高质量增长，进一步巩固线下渠道竞争优势。

③推动线上渠道高质量增长

报告期内，公司坚持品牌和运营双轮驱动，线上资源面向品牌推广倾斜，并通过组合、迭代不同媒介资源，提高品牌在中坚人群的渗透率；围绕重点品类进行产品升级和创新，拓展电商及平台专供品种；加强兴趣电商的运营组织能力；通过线上用户资产运营，建立并进一步深化品牌心智。

④聚焦重点品类市场份额提升

报告期内，公司在提升渠道前 15 大细分品类市占率的长期目标下，通过夯实重点品类领导地位，带动其他产品线的增长；通过大单品矩阵卡位细分品类赛道，推动品类扩容及市占率提升；对重点品类全渠道整合营销，加大对品牌投入的同时逐步实现数据驱动下的营销提效，推动全渠道市占率提升。

⑤布局海外市场拓展

报告期内，公司根据“走出去”战略，持续开拓东南亚核心市场，通过设立海外子公司、经销商合作等方式推进本地化运营，布局多个国家传统药店药妆渠道、跨境及本地电商渠道，进一步拓展销售渠道网络。