

证券代码：000895

证券简称：双汇发展

公告编号：2024-05

# 河南双汇投资发展股份有限公司

## 2023 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。

非标准审计意见提示

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

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利润分配预案为：以 3,464,661,213 股 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 7.00 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	双汇发展	股票代码	000895
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	无		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	张立文	张霄	
办公地址	河南省漯河市牡丹江路 288 号	河南省漯河市牡丹江路 288 号	
传真	(0395) 2693259	(0395) 2693259	
电话	(0395) 2676158	(0395) 2676530	
电子信箱	0895@shuanghui.net	0895@shuanghui.net	

## 2、报告期主要业务或产品简介

报告期内，公司按照“产业化、多元化、国际化、数字化”的战略规划，围绕多元化、个性化、品质化的消费需求，不断加强新品研发，积极推动产品形态多元化、消费功能多元化、消费人群多元化和消费情景多元化，推动产品结构向肉蛋奶菜粮结合转变，向一顿饭、一桌菜转变，推动产品进家庭、上餐桌。目前，公司培育了以包装肉制品、生鲜猪产品和生鲜禽产品为主的丰富的产品群：

**包装肉制品**由火腿肠类、火腿类、香肠类、酱卤熟食类、餐饮食材类、罐头类等品类组成，品种丰富、口味多样，可以满足众多消费场景需要。其中，双汇王中王作为公司明星产品，畅销多年，深受消费者喜爱；辣吗？辣、火炫风、智趣多鳕鱼肠、轻享鸡肉肠、爆浆芝士肠、熏烤肉肠、Smithfield 品牌产品等公司近年推出的新产品，极大地迎合了日益多样化、个性化的消费需求，具备较大的增长潜力；双汇八大碗、家宴等中华菜肴产品，小酥肉、酱爆大肠段、蒜香骨等调理产品，猪八件、椒麻鸡、酱卤牛肉等酱卤熟食产品，以及啵啵袋、拌饭拌面等方便速食产品，更加贴近家庭餐桌，可以让消费者享受到便捷、美味、丰富的中华美食。产品概况如下：

类别	品类描述	代表产品			
火腿肠类	主要指火腿肠类	 <p>双汇王中王</p>	 <p>双汇辣吗？辣</p>	 <p>智趣多鳕鱼肠</p>	 <p>金马可</p>
火腿类	主要指方腿类、圆火腿类、培根类等	 <p>双汇午餐方腿香肠</p>	 <p>双汇手掰肉火腿</p>	 <p>Smithfield 巴黎风味火腿</p>	 <p>Smithfield 美式培根</p>
香肠类	主要指低温香肠、烤肠类	 <p>玉米热狗肠</p>	 <p>双汇爆浆芝士肠</p>	 <p>Smithfield 图林根风味香肠</p>	 <p>Smithfield 焦香蜜汁肠</p>

类别	品类描述	代表产品			
酱卤熟食类	主要指酱卤类等	 <p>双汇猪八件</p>	 <p>香卤脆耳</p>	 <p>椒麻鸡</p>	 <p>酱卤牛肉</p>
餐饮食材类	主要指丸子类、中华菜肴、腌制调理类、裹粉油炸类等	 <p>双汇家宴、八大碗</p>	 <p>椒麻小酥肉</p>	 <p>蒜香骨</p>	 <p>鸡米花</p>
罐头及其他类	主要指罐头类、蛋制品类等	 <p>肉力九十午餐肉罐头</p>	 <p>双汇黄金热狗棒</p>	 <p>爆浆芝士鱼饼</p>	 <p>双汇盐焗鸡蛋</p>



生鲜猪产品以冷鲜猪肉为主，公司引进了世界一流技术水平的生猪屠宰与冷分割生产线，采用冷却排酸、冷分割加工工艺，精细化分割满足消费者的多种需求，生产出的冷鲜肉肉品新鲜、质嫩味美、营养健康、安全卫生，通过全程冷链运输销往全国。

类别	品类描述	代表产品			
生鲜猪产品	主要指冷鲜猪肉产品				
		五花肉	大排肌肉	猪蹄	扇骨
					
		鲜时代带皮后腿肉	鲜时代颈背肌肉	鲜时代肋排段	鲜时代猪肝

生鲜禽产品以冰鲜鸡产品为主，原料采自公司自繁自养的白羽肉鸡，并引进了世界先进的自动生产线，实现一体化全自动生产，打造自繁自养、谷物饲喂、技术先进、冷链锁鲜、全程监控的双汇冰鲜鸡品牌，为消费者提供优质的禽类产品。

类别	品类描述	代表产品			
生鲜禽产品	主要指冰鲜鸡产品	 <p data-bbox="586 663 663 692">白条鸡</p>	 <p data-bbox="981 663 1111 692">去皮鸡大胸</p>	 <p data-bbox="1429 663 1505 692">鸡全腿</p>	 <p data-bbox="1850 663 1926 692">琵琶腿</p>
		 <p data-bbox="586 967 663 995">鸡翅根</p>	 <p data-bbox="1003 967 1079 995">鸡翅中</p>	 <p data-bbox="1438 967 1491 995">鸡爪</p>	 <p data-bbox="1859 967 1912 995">鸡胗</p>

## 品牌运营情况：

本年度，公司按照品牌运营规划，高质高效开展各项品牌宣传活动，强化品牌建设，重点开展以下项目：

### 一、实施各类营销，提升品牌传播力

#### 1、开展节日主题营销，助力终端旺销

公司开展“汇聚幸福 暖心味道”“汇聚幸福 团员中秋”等以中华传统节日为主题的营销活动，线上发布《伙伴》《双汇夜宴图》《圆来特幸福》及明星拜年视频等暖心宣传片，烘托节日氛围，提升品牌温度；线下焕新终端堆头、海报、易拉宝等生动化节日形象，助力节日旺销。

#### 2、开展明星代言营销，助推主导产品推广

公司为智趣多鳕鱼肠和速冻品类引入新的明星代言，线上在微信、微博、抖音等社交平台全面发布代言广告，线下系统性开展主题营销活动，借助明星影响力，快速提升产品知名度，助推产品市场开拓。

#### 3、开展 KOL 口碑营销，提升市场竞争力

公司聚焦双汇冷鲜肉和史蜜斯系列产品，联名超级 KOL 实施口碑营销，通过品牌宣传、产品植入、现场展示及品鉴等方式，传递产品健康理念，凸显品质形象，并开展史蜜斯“贵在原切”、冷鲜肉“超樊品质”主题营销，持续扩散 KOL 口碑影响，提升产品竞争力。

#### 4、助力体育公益事业，传递品牌健康理念

公司通过冠名赞助河南女排，深度参与中国排球超级联赛，并开展了开球仪式、现场抽奖、最佳球员颁奖，赛场新品广告宣传等活动，配套开展微博、微信、抖音、云相册等数字传播，展现企业对体育公益事业的责任和担当，传递健康、活力、积极、向上的品牌价值观。

#### 5、创新营销方式，促进品牌年轻化

公司通过联合王者荣耀开展游戏营销，联合《长安三万里》进行联名营销，联动蜜雪冰城、老乡鸡开展音乐节营销，通过趣味性的方式植入宣传辣吗？辣、火炫风、虎皮鸡爪、爆浆芝士肠等年轻化产品，用年轻人喜闻乐见的方式，使产品与品牌深度触达年轻圈层，加强与年轻群体互动，激发品牌活力，促进品牌年轻化。

### 二、加强对外交流，提升品牌影响力

公司坚持“开放式办工厂，透明化办企业”的方针，在全国 30 多家工厂设置专职人员负责接待消费者、媒体等社会各界走进工厂，实地感受自动化、智能化、现代化生产工艺，增进大众的行业认知，增强品牌认同。本年度，公司积极参与中国食材电商节、中国国际肉类工业展览会、中国（漯河）食品博览会、上海国际食材展、“粤港澳大湾区‘双招双推’

活动等，与行业同仁沟通分享发展成果，为肉类行业高质量发展增智，持续提升品牌影响力。

### 三、加强企业宣传，提升品牌美誉度

本年度，公司通过官方网站、公众号、微博等平台，及时发布企业资讯，传递企业最新动态，从产品迭代焕新、品牌年轻化、多元化发展等维度传播企业文化，展现企业产品创新、营销创新、渠道创新等高质量发展成果，进一步提升品牌美誉度。

### 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	36,675,370,401.01	36,411,979,719.78	0.72%	33,977,361,889.46
归属于上市公司股东的净资产	20,842,785,318.95	21,852,805,984.41	-4.62%	22,808,736,727.93
	2023 年	2022 年	本年比上年增减	2021 年
营业收入	59,892,963,176.51	62,575,635,903.48	-4.29%	66,682,260,352.97
归属于上市公司股东的净利润	5,052,741,772.33	5,620,885,670.80	-10.11%	4,865,939,674.32
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	4,732,071,610.46	5,216,721,795.58	-9.29%	4,434,109,385.35
经营活动产生的现金流量净额	3,387,718,636.44	7,565,466,114.96	-55.22%	6,034,052,782.54
基本每股收益（元/股）	1.4584	1.6223	-10.10%	1.4044
稀释每股收益（元/股）	1.4584	1.6223	-10.10%	1.4044
加权平均净资产收益率	23.83%	25.43%	-1.60%	21.80%

#### (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	15,665,690,305.85	14,760,878,739.39	15,766,132,052.45	13,700,262,078.82
归属于上市公司股东的净利润	1,488,153,816.40	1,348,523,081.32	1,490,545,410.13	725,519,464.48
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,400,595,257.49	1,265,516,978.94	1,448,176,353.57	617,783,020.46
经营活动产生的现金流量净额	-5,555,218.09	357,362,402.70	2,099,337,898.72	936,573,553.11

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	224,075	年度报告披露日前一个月末 普通股股东总数	197,104	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（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
罗特克斯有限公司		境外法人	70.33%	2,436,727,364	0	不适用	0
香港中央结算有限公司		境外法人	3.42%	118,606,702	0	不适用	0
中国人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品—005L—CT001 沪		其他	2.83%	97,948,513	0	不适用	0
中国证券金融股份有限公司		境内非国有法人	1.67%	57,971,092	0	不适用	0
中国人寿保险（集团）公司—传统—普通保险产品—港股通（创新策略）		其他	1.09%	37,928,786	0	不适用	0
中央汇金资产管理有限责任公司		国有法人	0.89%	30,904,989	0	不适用	0
全国社保基金—零一组合		其他	0.28%	9,823,300	0	不适用	0
中国农业银行股份有限公司—兴全沪深 300 指数增强型证券投资基金（LOF）		其他	0.26%	9,145,900	0	不适用	0
中国工商银行股份有限公司—华泰柏瑞沪深 300 交易型开放式指数证券投资基金		其他	0.22%	7,698,934	0	不适用	0
华夏人寿保险股份有限公司—自有资金		其他	0.22%	7,667,509	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		不适用					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）		不适用					

## 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
中国工商银行股份有 限公司—华泰柏瑞沪 深 300 交易型开放式 指数证券投资基金	4,276,634	0.12%	10,000	0.00%	7,698,934	0.22%	93,900	0.00%

前十名股东较上期发生变化

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**

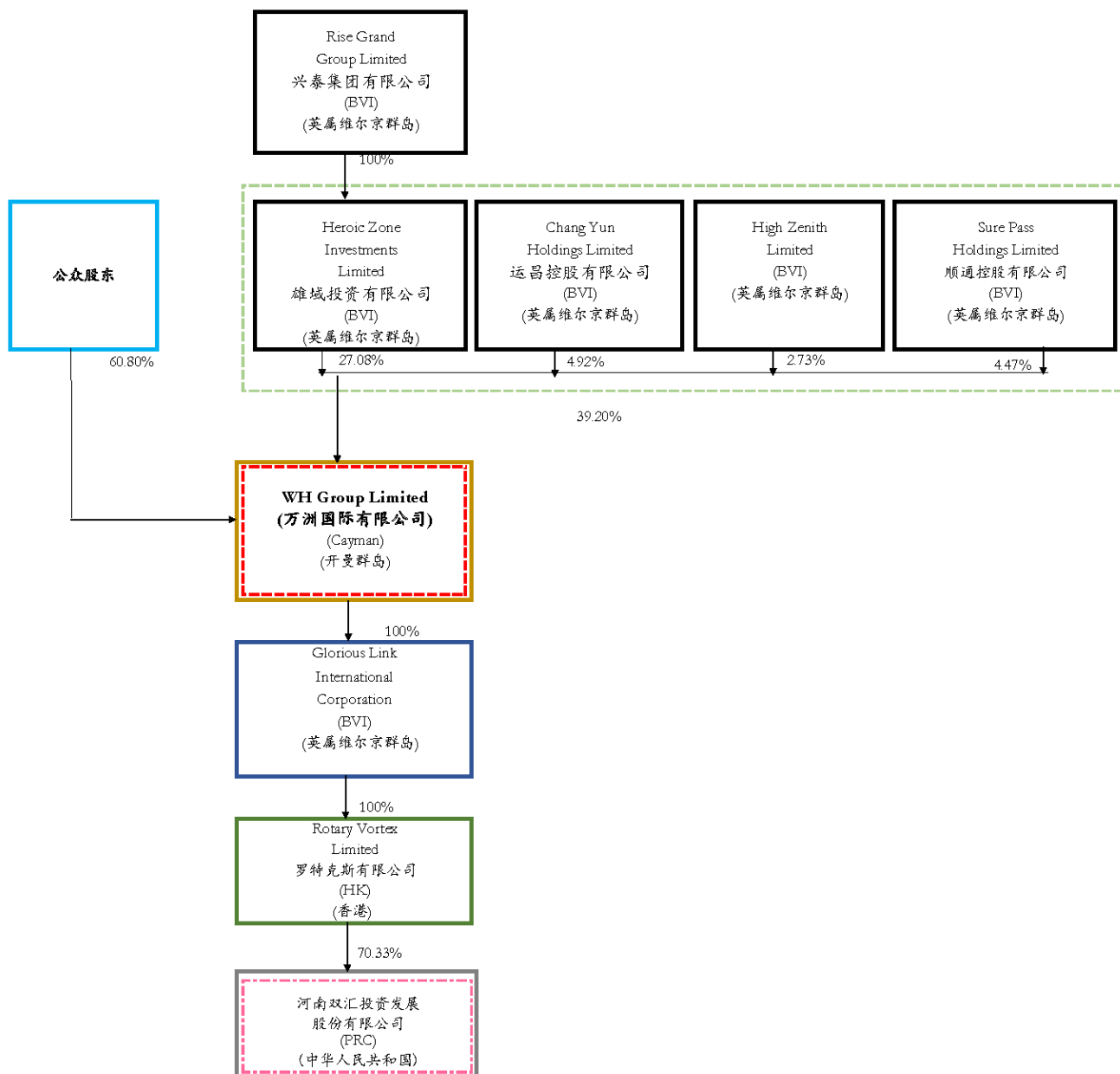
适用 不适用

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

日期: 2023年12月31日

**股权架构图**



## 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