

证券代码：300146

证券简称：汤臣倍健

公告编号：2024-054

汤臣倍健股份有限公司

2024 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

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

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	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	
电话	020-28956666	020-28956666	
办公地址	广东省广州市黄埔区鱼珠街道黄埔大道东 916 号	广东省广州市黄埔区鱼珠街道黄埔大道东 916 号	
电子信箱	tcbj@by-health.com	tcbj@by-health.com	

2、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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	4,613,217,915.43	5,596,022,896.78	-17.56%
归属于上市公司股东的净利润（元）	891,031,127.61	1,545,404,273.01	-42.34%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	831,368,204.09	1,454,207,790.20	-42.83%
经营活动产生的现金流量净额（元）	294,370,270.55	1,039,853,823.49	-71.69%
基本每股收益（元/股）	0.52	0.91	-42.86%
稀释每股收益（元/股）	0.52	0.91	-42.86%
加权平均净资产收益率	7.37%	13.57%	下降 6.20 个百分点
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	13,297,221,525.87	15,098,017,428.13	-11.93%
归属于上市公司股东的净资产（元）	11,301,961,675.96	12,166,989,799.91	-7.11%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	66,519	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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（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	532,958,806	不适用	
孙惠刚	境内自然人	3.26%	55,524,526	0	不适用	
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	0	不适用	
香港中央结算有限公司	境外法人	1.88%	31,912,496	0	不适用	
易方达创业板交易型开放式指数证券投资基金	其他	1.18%	20,125,127	0	不适用	
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	0	不适用	
陈宏	境内自然人	1.04%	17,768,000	13,326,000	不适用	
梁水生	境内自然人	1.01%	17,231,666	12,923,750	不适用	
黄琨	境内自然人	0.79%	13,404,000	0	不适用	
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	0.77%	13,072,171	0	不适用	
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、黄琨、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）、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。					

前 10 名普通股股东参与融资融券业务股东情况说明（如有）

孙惠刚通过东方证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 55,396,526 股，通过普通证券账户持有 128,000 股。

持股 5% 以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

单位：股

持股 5% 以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况								
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	14,648,178	0.86%	64,900	0.004%	20,125,127	1.18%	18,800	0.001%
中证 500 交易型开放式指数证券投资基金	5,682,467	0.33%	1,649,800	0.097%	12,228,767	0.72%	441,200	0.026%

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

适用 不适用

公司是否具有表决权差异安排

是 否

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、在半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

2024 年是公司新三年规划开局之年，公司坚持强科技、强品牌战略，持续推动以消费者健康价值为核心的“科学营养”和更专业的产品创新策略的落地。今年上半年，在消费环境持续发生变化，行业竞争加剧的背景下，公司阶段性经营策略未能有效推动年初预期目标实现。基于此，下半年，公司将以提升未来经营质量为核心目标，积极调整优化整体经营策略和费用投放模型；同时，公司将推动两大核心产品迭代升级，新旧产品替换产生的短期不确定性及相关调整优化措施将对下半年经营带来更大的压力和影响。

报告期内公司实现营业收入 46.13 亿元，较上年同期下降 17.56%；归属于上市公司股东的净利润 8.91 亿元，较上年同期下降 42.34%。主营业务收入中，（1）分品牌来看：主品牌“汤臣倍健”实现收入 26.35 亿元，同比下降 19.77%；“健力多”实现收入 5.91 亿元，同比下降 16.81%；“lifespace”国内产品实现收入 2.10 亿元，同比下降 24.79%，境外 LSG 实现收入 5.11 亿元，同比下降 4.72%（按澳元口径：LSG 营业收入为 1.08 亿澳元，同比下降 5.37%）。（2）分渠道来看：线下渠道实现收入 26.29 亿元，同比下降 15.82%；线上渠道实现收入 19.53 亿元，同比下降 20.54%。

报告期内，公司重点围绕以下方面开展工作：

（1）强科技打造极致产品力

报告期内，公司以创造消费者健康价值为核心，继续推动强科技转型的三个月亮目标落地。在技术创新方面，公司首次发现唾液酸与益生菌组合对新生儿的肠道菌群健康发育及免疫应答提升的积极作用，并落地于产品应用，以科研实力赋能产品力；主导及参与多项标准制定，联合多家专业机构开展复合益生菌菌种的精准鉴定及活菌定量检测技术研究，发布全球首个将 PMA-qPCR 技术应用于食品用菌种活菌定量检测的标准方法，引领行业高质量发展。

（2）强品牌构建核心竞争力

报告期内，公司完成集团各品牌定位梳理，确立了“用科学 营养生命”的全新品牌价值主张，并持续深化品牌全触点升级及管理，继续夯实强品牌战略，推动从行业领导品牌向全民大健康品牌的跃升。

（3）优化管理发挥人才效用

报告期内，公司持续深化人才升级战略，建立层级全覆盖、成长全陪伴的培养体系，开展高质量关键岗位核心人员全职业周期的跟踪关注和定向培养，激发核心人才效用，助力公司长期战略目标达成。

（4）数字化提升运营管理

报告期内，公司正式成立数字化委员会，主导数字化战略的设计规划，监督把控数字化战略落地效果，落实公司未来三到五年的数字化战略核心目标，以满足集团更高体量、灵活组织、精细化运营、人才建设、全球运营等战略目标。

（5）“无人化”构建长期优势

报告期内，公司以“无人化”为方向，开启全方位数智化升级进程，通过搭建 AI 智能 QA 平台助力生产技术革新推动生产无人化，建设数智化实验室助力检验效率及精准度提升进一步推动检测无人化，推进 RFID 应用落地助力物流仓储智能化推动物流无人化；同时，公司围绕“零缺陷”的质量管理核心建设质量人才培养系统，重塑质量教育课程体系，聚焦 GMP 培训，定制岗位岗前培训与持续教育计划，强化生产质量管理。

（6）多措并举推动业务发展

①持续优化事业部机制

报告期内，公司持续完善品牌事业部架构，强化各品牌事业部包含品牌策略、产品开发、资源分配、销售结果在内的全周期管理能力，进一步增强品牌事业部决策权利及对业务的驱动作用，赋能全渠道业务高质量发展。

②强化渠道业务执行能力

报告期内，公司持续提升全渠道业务执行能力，完成会员数字化平台搭建，持续搭建全网数字媒介中台；依托全渠道领导品牌优势及全国线下零售药店网络资源，推进以零售药店为核心的集团 O2O 新零售业务；进一步加强线下深度分销和渠道下沉能力，启动价值链管理，加强品规区隔及精细化运营搭建底层能力，巩固线下渠道竞争壁垒。

③多品类布局提升业务质量

报告期内，公司持续推动建立集团产品分级制度，聚焦八大核心品类，逐步实现核心品类产品迭代升级并不断打造全渠道差异化多货盘；通过巩固基础品线，积极拓展高增长品类，继续深化品牌渗透，扩大人群资产。