

证券代码：300908

证券简称：仲景食品

公告编号：2021-014

仲景食品股份有限公司 2020 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。

公司董事均亲自出席了审议本次年报的董事会会议。

中天运会计师事务所（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。

本报告期会计师事务所情况：公司本年度会计师事务所为中天运会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股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普通股利润分配预案为：以 100,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 5 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

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	仲景食品	股票代码	300908
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	王飞	谭永峰	
办公地址	河南省西峡县工业大道北段 211 号	河南省西峡县工业大道北段 211 号	
传真	0377-69680033	0377-69680033	
电话	0377-69766006	0377-69766006	
电子信箱	zhongjing@zhongjing.com.cn	zhongjing@zhongjing.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司主营业务

公司的主营业务是调味食品和调味配料的研发、生产与销售。公司目前是国内香菇酱品类的首创者，是国内香辛调味配料的领先供应商。公司以“让世界有滋有味”为使命，坚持产品差异化的竞争策略，以持续创新为驱动力，以市场为导向，努力成为具有广泛影响力及良好美誉度的健康食品提供者。

1、调味食品

2008 年，公司利用“西峡香菇”的资源优势，结合自行研发的香菇发酵专利技术、真空浸润、生物酶解等香菇综合加工利用技术，率先研发出仲景香菇酱系列产品，开创了一个独具特色的健康调味新品类，形成了一条香菇深度开发的产业链。公司在发展过程中，根据市场需求结合企业优势，不断丰富创新产品，已经拥有仲景香菇酱、劲道牛肉酱、辣辣队新鲜辣椒酱、仲景香菇肉丁、北极蓝野生蓝莓果酱等调味酱和花椒油、藤椒油等调味油以及火锅底料等，为消费者和部分餐饮企业提供了丰富多样的选择。

2、调味配料

公司自 2002 年成立以来，持续进行调味配料的研发、生产和销售，率先采用超临界 CO₂ 萃取技术提取香辛料原料中的风味物质成分，最大限度地获得高浓度、风味纯正、无残留的精油和树脂半成品；在后续加工中，率先研发使用风味物质定量调配技术，将各类风味物质进行标准化测定以稳定风味，克服了传统产品依靠感官经验造成风味不稳定的弊端，创新性改变了食品企业香辛料的使用习惯。公司调味配料主要用于食品加工、塑造食品风味，客户主要是食品生产企业。

报告期内，公司主营业务未发生重大变化。

（二）公司主营产品

公司的主要产品及新产品如下：

产品名称	产品图片
仲景®香菇酱	

<p>劲道[®]牛肉酱</p>	
<p>仲景[®]特色调味油</p>	
<p>辣辣队[®]新鲜辣椒酱</p>	
<p>仲景[®]火锅用料</p>	
<p>仲景[®]花椒系列配料</p>	
<p>仲景[®]辣椒系列配料</p>	

(三) 公司经营模式

1、采购模式

公司建立了《供应商准入制度》、《采购供应过程管理制度》、《采购价格管理制度》、《采购招标管理制度》等采购管理制度，采购部门根据生产计划，结合市场行情，通过询价、竞价、招标等方式开展采购活动，保证所采购的每一批物料优质适价，满足生产需求。公司对花椒、香菇等原料，主要在收获季节应季采购；对其他原料、辅助物料及包装材料，根据客户需求以及生产计划按需采购。同时，公司积累原材料的市场供需信息，分析价格走势，做出战略性采购计划。

公司注重在采购环节对食品安全风险物质的控制，对入库的各种原料、辅料及与食品直接接触的内包装等进行详细的检查检验，防范外来的风险因素。公司开展了对农药残留、塑化剂、重金属等食品安全检验，以有效防控食品安全风险。

2、生产模式

公司调味食品主要以“以销定产”方式制定日常生产计划，进行合理的生产调度和管理；公司调味配料产品的生产主要分为两个阶段：第一步通过超临界 CO₂ 萃取和分子蒸馏工艺，提取香辛料原料中的风味物质并冷藏贮存，采取集中式连续生产的模式；第二步通过风味定量调配技术将上述半成品加工成符合客户需求的调味配料产品，采取以销定产的柔性生产模式。

公司严格按照 ISO22000 食品安全管理体系、ISO14001 环境管理体系以及职业健康安全管理体系等的要求进行生产管理；生产过程中严格按照工艺规程、操作规范、质量控制规范等要求，确保产品质量安全。

3、销售模式

公司按业务板块分设食品营销事业部和配料营销事业部，由两位副总经理带领研发、销售团队，负责各事业部业务的发展。

公司调味食品的销售以经销模式为主，客户主要为经销商，产品在销售给经销商后通过超市、便利店、蔬菜生鲜店等终端最终到达消费者，并在农贸、餐饮渠道有所尝试和突破；另外通过公司电商部门在天猫、京东等自营旗舰店和授权网上店铺，产品直达消费者。公司调味配料的销售以直销模式为主，客户主要是食品生产企业，另外有少部分通过经销商进行销售。

（四）公司所处行业发展情况

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》，公司属于“C14 食品制造业”，公司所处细分行业为调味品行业。

1、调味行业发展趋势

我国调味品行业的发展，是伴随着调味品种类不断创新、创造的过程，也是调味品加工工艺从传统、原始到现代、高科技发展的过程。

项目	早期	目前
品类	油、盐、酱、醋、佐料、酱菜等简单类别	生抽、老抽、蒸鱼豉油、年份陈醋、水果醋、花椒油、藤椒油、复合调味料等功能性品类
行业特点	小规模作坊式生产	大规模工业化生产
加工工艺	传统自然发酵、酿造工艺	控温发酵、酿造、超临界萃取等现代工业综合运用

调味品细分行业发展各有特点，整体呈现出升级化、多元化、健康化的趋势。

①调味品升级趋势明显

调味品呈现出明显的消费升级趋势。近年来，随着居民消费水平的不断提高，消费者对调味品品牌、质量、应用场景日益重视，愿意支付更多去获得风味更好的调味品，由此带来了高端调味品消费数量逐年增加，调味品行业内部呈现出产品结构向高端方向升级的趋势。

②产品的多元化程度提高

调味品品类多元化是未来的发展趋势。随着经济发展，物质生活丰富，消费者对美食多样性及烹饪便利性的追求带来对通用型产品的认同逐渐降低，进而催生出调味品的功能细分及品类多元化，消费者通常会选用不同品类的调味品用于烹饪或调制特定风味的食品。

③产品向健康化发展

人民对健康美好生活的不懈追求促使大家越来越关注食品本身的健康安全，国家亦从法律层面规范食品企业的生产经营行为，调味品企业顺应市场健康化的消费理念，不断开发出具有健康概念的产品。

2、调味酱行业发展状况

根据中国调味品著名品牌企业 100 强数据统计，2013 年主要调味酱生产企业（32 家）的总产量为 70.7 万吨，2019 年主要调味酱生产企业（34 家）的总产量为 91.49 万吨，调味酱行业产量始终保持正增长，优质企业品牌效应也逐渐显现。

近年来，除了传统的辣椒酱、豆瓣酱外，已发展出众多的区域性调味酱品牌，并仍在不断涌现出新品。随着人口流动、物流运输的发展、饮食习惯的变化以及食品口味的融合，调味酱产品的消费已逐渐突破了地域性限制，一些符合大众口味、真材实料的酱类产品受到更多消费者的欢迎。随着生活水平的提升，生活节奏的加快，更多的消费者注重食品风味，追求食品的健康属性，追求食用或烹饪的方便。

3、调味油行业发展状况

调味油是调味品的一个重要分支，常见的有芝麻油、花椒油、辣椒油、芥末油等，在日常生活中，相比于将香辛类植物原物直接用于餐饮制造，使用制成后的调味油具有风味醇厚、高效便捷、清洁卫生的特点，更被广大消费者所接受。据测算，中国花椒油市场 2020 年的出

厂口径销售规模在 150 亿元左右，预计 2015-2020 年花椒油市场规模保持约 20% 增长，2025 年市场规模将达到 350 亿元以上^注。

4、调味配料行业发展状况

调味配料的种类较多，由于各地饮食习惯不同，调味配料的使用呈现出一定的地域性，许多品牌只能覆盖各自的区域市场，调味配料行业集中度较低。随着调味配料企业投资的增加以及品牌的推广，调味配料行业竞争将进一步加剧，行业集中度将会有所提升。

调味配料是食品制造的重要原材料，相同的食品主料在添加不同种类的调味配料后，可以呈现出千变万化的风味及口感。近年来，随着人们对麻味、辣味的高消费粘性以及川味食品的不断推广和普及，香辛类调味配料在火锅底料、川式复合调料及麻辣休闲食品中得到进一步的推广及应用，需求与日俱增。餐饮业、食品制造业的发展，将继续带动调味配料行业的增长。

（五）公司行业地位

公司始终专注于产品创新、技术迭代、工艺优化，以创新驱动公司业绩的提升。仲景香菇酱是品类首创者和市场引领者；仲景特色花椒油系列是依托公司开创的超临界 CO2 萃取花椒技术，与川渝传统花椒油显著不同的差异化产品；仲景调味配料是以超临界 CO2 萃取为特征的新型香辛调味配料的开创者，是香辛调味配料行业的领先企业。

经中国食品科学技术学会鉴评，公司仲景香菇酱系列产品属国内首创，整体技术达到国内领先水平；香菇调味料关键技术研究产业化应用项目具有原始创新特征；新型香辛料加工关键技术集成与产业化项目整体技术达到国内领先水平。

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

	2020 年	2019 年	本年比上年增 减	2018 年
营业收入	726,669,232.06	628,190,864.28	15.68%	529,610,337.25
归属于上市公司股东的净利润	127,971,473.27	91,638,077.15	39.65%	81,533,909.68
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益的净利润	118,065,961.48	85,880,549.08	37.48%	73,462,029.24
经营活动产生的现金流量净额	107,513,301.64	175,461,043.50	-38.73%	140,312,447.83
基本每股收益（元/股）	1.66	1.22	36.07%	1.09
稀释每股收益（元/股）	1.66	1.22	36.07%	1.09

注 《浅谈花椒产业的过去、现在和未来》 网聚资本

加权平均净资产收益率	22.44%	20.02%	2.42%	19.15%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年 末增减	2018 年末
资产总额	1,577,807,677.98	589,063,543.36	167.85%	654,105,009.63
归属于上市公司股东的净资产	1,461,614,958.40	458,396,852.50	218.85%	456,962,355.25

(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	164,126,306.79	185,331,235.51	197,788,914.30	179,422,775.46
归属于上市公司股东的净利润	28,787,387.84	35,692,730.06	41,354,352.41	22,137,002.96
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	27,216,217.82	33,129,614.57	37,000,881.60	20,719,247.49
经营活动产生的现金流量净额	34,747,260.68	56,120,921.21	57,265,004.92	-40,619,885.17

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	27,587	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	23,153	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							
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	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
河南省宛西控股股份有限公司	境内非国有法人	39.43%	39,430,000	39,430,000			
朱新成	境内自然人	13.50%	13,500,000	13,500,000			
杨丽	境内自然人	1.50%	1,500,000	1,500,000			

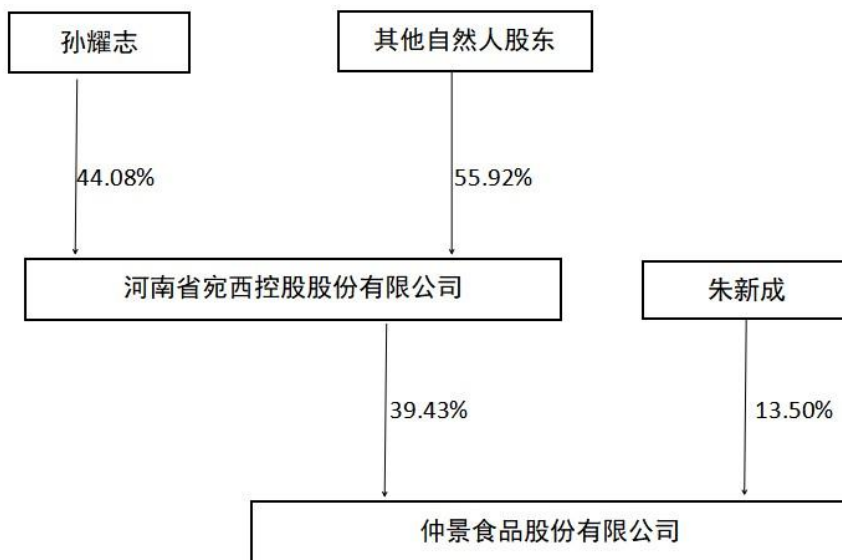
朱立	境内自然人	1.50%	1,500,000	1,500,000		
郭建伟	境内自然人	1.00%	1,000,000	1,000,000		
乔松	境内自然人	0.75%	750,000	750,000		
张明华	境内自然人	0.75%	750,000	750,000		
杨青	境内自然人	0.75%	750,000	750,000		
刘红玉	境内自然人	0.75%	750,000	750,000		
李定伟	境内自然人	0.75%	750,000	750,000		
孙锋	境内自然人	0.75%	750,000	750,000		
李明黎	境内自然人	0.75%	750,000	750,000		
马玉华	境内自然人	0.75%	750,000	750,000		
孙伟	境内自然人	0.75%	750,000	750,000		
张建军	境内自然人	0.75%	750,000	750,000		
全国沛	境内自然人	0.75%	750,000	750,000		
张永安	境内自然人	0.75%	750,000	750,000		
章运典	境内自然人	0.75%	750,000	750,000		
摆向荣	境内自然人	0.75%	750,000	750,000		
石明泽	境内自然人	0.75%	750,000	750,000		
上述股东关联关系或一致行动的说明	孙锋为宛西控股董事、实际控制人孙耀志的儿子，乔松为实际控制人孙耀志女儿的配偶，李明黎为宛西控股董事，张明华为宛西控股监事会主席，摆向荣为宛西控股董事，章运典为宛西控股董事，朱立为朱新成的女儿。					

(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



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2020年，面对新冠疫情影响，经济下行低迷的复杂环境，公司贯彻执行“六稳六保”宏观政策，紧随国内大循环的消费市场，坚持“用心做事、诚信为人”的核心价值观，围绕“敬重客户获得市场大份额，坚持创新输出发展强动能”的年度经营方针，全体员工，不断创新，砥砺前行，公司治理越来越良顺，核心优势越来越显著，各项工作取得了新的成绩，公司实现营业收入 72,666.92 万元，较上年增长 15.68%，归属于上市公司股东的净利润 12,797.15 万元，较上年增长 39.65%。2020 年，公司主要经营情况如下：

（一）创新产品抢占先机，狠抓管理提升品质，升级设备提高效率，精益生产提高效益

调味食品业务：坚持市场导向，保证不断货、不缺货，不压货的前提下，以销定产，使上架产品日期更新；合理规划布线，优化工艺流程，更新设备，提高自动化程度，提高设备利用率，整线连贯，提高生产效率；紧盯客户和市场反馈，加强生产现场管理，不断提高品质。报告期内研发上市了以创新锁鲜技术为特色的辣辣队新鲜辣椒酱和以大骨汤底为特色的火锅底料，顾客反馈较好。

调味配料业务：改进工艺将原料吃干榨净，降低成本，改良设备减少能耗，提高生产效率；强化管理，练好内功，稳定提高品质，科学计划生产，缩短发货时间，响应客户需求；紧随客户需求和市场潮流，新开发黑胡椒、奥尔良、孜然、五香去腥增味粉等腌料新风味，采用现代生物工程技术制得健康营养型调味配料--香菇抽提物，上述新品形成系列化产品和一定销量。

（二）开发渠道密联客户，新品突破收获增量，营销创新四轮驱动，品效合一增辉品牌

1、调味食品销售

精耕河南、山东两个亿元根据地市场，逐步启动鄂、浙、赣、湘、川、渝省区招商，进一步加快全国化布局。以疫情带来的家庭消费增长为契机，通过开发二套网络、开发县城、开发餐饮新渠道、开发互联网新零售渠道等方法，加快渠道宽度拓展和深度下沉，加速终端覆盖，全年增加 258 个客户。扎根零售通、新通路平台，积极拥抱社群团购和以餐饮采买为主的美菜网、快驴、莲菜平台，做好了布局，为下一步的业务发展奠定了基础。

继续巩固明星产品仲景香菇酱，加强劲道牛肉酱、仲景调味油、辣辣队新鲜辣椒酱等优

势品类的铺市和推广；通过场景化陈列和品鉴装使用，使产品和消费场景形成强关联，有效地降低了促销人员费用，促进产品自然动销；加强经销商激励，明确支持标准，简化经销商费用核销流程，激发客户积极性，打造厂商协作销售模式，确保了网点的数量和质量；利用大规格以及客户定制规格产品，进入部分连锁餐饮渠道，引导产品增加厨房烹饪场景，提升客单价和消费频次。

以天猫、京东品牌旗舰店为基，将旗舰店树立为公司产品形象和价格的标杆，同时承担公司新品推广+品宣的复合职能；以授权线上经销商为柱，加大产品在网络渠道的铺货，销售增量显著；以抖音小店、快手小店、微信商城为翼，利用网红直播、短视频、社交营销等手段，实现品牌宣传和销售。

建立完善的销售管控制度，赋能省区经理主导营销，创新实行“省区经理对费用合理性负责，办事处经理对真实性负责”的管理机制，让省区经理承担更多的责任，提高业务效率，实现“让听得见炮声的人决策”；赋予市场部典型经验总结和样板复制的核心职能，助力全域销售增长。

2、调味配料销售

配料业务是公司的根基，经过多年的发展，已经形成稳定并持续增长趋势；面对疫情期间食品餐饮客户开工不足的局面，毫不松懈，以技术服务领先半步、锲而不舍满足客户为抓手，稳定存量；以积极改进产品、开发定制新产品等方法实现增量突破，努力消除疫情带来的业绩影响；成立应用技术服务小组，走出去高频次拜访客户，加强技术交流，及时发现客户需求和问题，快速解决，促进销售；请进来 40 余家客户到访，提高客户对公司和产品的信任度。

加强产品推广宣传，组织参加秋季 FIC2020 健康展、中国国际肉类工业展览会、中国冷冻食品产业大会等展会；不断完善客户服务流程，努力提高客户服务水平，用心服务真心获客；积极应对香辛料原料价格行情，做好产品销售价格管理，努力实现销量和利润稳定增加。

（三）有力保障食品安全，逐步加强内控管理，招贤纳士强壮队伍，以人为本激发活力

修订食品安全防控管理、食品添加剂管理、质量手册等 11 项规则、流程；完成复合调味料相关产品标准修订；从产品设计、采购源头开始，把好原材料、辅料、包装材料入厂检验关，规避食品安全风险；做好各类过程控制和整理整顿，把好成品出厂检验关，全年没有发生质量安全违法行为；顺利通过食品安全管理体系 ISO22000、食品安全体系 FSSC22000 年度审核，获得食品安全管理体系 BRC 认证证书。

修订完善公司内控制度，建立健全公司工作流程体系，发布实施 60 余项工作流程图，推进全公司流程化管理；对薄弱工作和重点事项展开审计复核，发现问题及时纠正改善；规范募集资金的管理和使用，引入询价机制，有效理财，做到收益最大化；加快信息化建设，提高工作效率。

随着公司发展，对人才的质量和数量需求越来越高。公司尝试与猎头公司合作，引进高端优秀人才，加强校园招聘，吸引优秀大学生；组织部分高管及骨干员工参加“复旦大学卓越经理人”“上海交大实战营销管理高级研修班”等培训学习，继续开展“郑州大学营销精英培训班”，为一线销售员工提供学习机会，培养营销后备人才，组织生产骨干参观学习知名食品企业，开阔视野；鼓励在职学习晋升，年内晋级中级会计师职称 3 人，新晋实习律师 1 人。

聚焦核心工作，设立工作群、工作室；通过持续创新激励制度，形成蓬勃的创新机制，全年共表彰 75 项创新项目，发放奖金 90 余万元；形成持续创新的氛围，使全员主动有为、主动承担、创造价值。

（四）品牌形象浓墨重彩，企业形象锦上添花，基础建设科学合理，生态环境保护更美

与中国航天基金会合作，成为中国航天事业合作伙伴，为仲景品牌强力背书；导入品牌咨询服务公司和设计机构，为主要产品策划品牌定位和传播策略，提升包装形象；在销售终端通过“四区三台”陈列，增加产品形象展示和场景化消费引导；有效派发品鉴装，“以物代人”，让更多的新顾客体验到第一口，提升品牌渗透力；在部分重点城市的地铁高铁、楼宇电梯、户外投放广告；积极参加食品行业展会 16 场，精准招商对接会 4 场，宣传品牌，招募经销商；与央视主持人、薇娅、烈儿宝贝等知名网红主播合作，直播带货，大力推广产品。

疫情期间，为部分经销商纾困解难，以保障市场流通；香菇酱、牛肉酱产品加量不加价，给予顾客更多实惠；公司继续获得西峡县政府颁发的五星级企业殊荣，企业知名度、美誉再度提升。

科学规划，优化设计，规范管理，经济适用，以服务生产经营为目标，完成新、老厂区维修、改建及配套工程工作 416 单；铺设装机容量 1.4Mw 的光伏电站，一年发电量约 140 万度，为公司照明及车间生产提供电力保障，节约资源，减少碳排放；扎实做好污水、废气、固废、危废管控和噪声治理，减少污染物排放，为保护地球做出贡献，报告期内无环保违法行为。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
调味食品	390,315,696.72	165,412,322.75	42.38%	29.42%	13.68%	-5.87%
调味配料	333,895,368.78	132,803,481.72	39.77%	2.61%	12.66%	3.55%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

报告期内，公司实现归属于上市公司股东的净利润为12,797.15万元，较上年同期增长39.65%，主要系公司业务增长所致。

6、面临退市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

财政部于 2017 年 7 月 5 日发布了《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号）（以下简称“新收入准则”），要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自 2018 年 1 月 1 日起施行；其他境内上市企业，自 2020 年 1 月 1 日起施行；执行企业会计准则的非上市企业，自 2021 年 1 月 1 日起施行。经公司第四届董事会第十五次会议审议通过，本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。