

公司代码：603866

公司简称：桃李面包

桃李面包股份有限公司
2023 年年度报告摘要

第一节 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 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 容诚会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经公司第六届董事会第十七次会议审议，通过了公司2023年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润。本次利润分配方案如下：

1、公司拟向全体股东每10股派发现金红利1.80元（含税）。截至2023年12月31日，公司总股本为1,599,719,155股，以此计算合计拟派发现金红利287,949,447.90元（含税），占合并报表中归属于母公司股东净利润的50.16%，剩余未分配利润结转至下一年度。

2、如在本利润分配方案披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，公司总股本发生变动的，公司拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额。

该方案需提交公司 2023 年年度股东大会审议。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	桃李面包	603866	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
----------	-------	--------

姓名	张银安	李润竹
办公地址	沈阳市沈河区青年大街1-1号沈阳市府恒隆广场办公楼1座40层	沈阳市沈河区青年大街1-1号沈阳市府恒隆广场办公楼1座40层
电话	024-22817166	024-22817166
电子信箱	zhangyinan@tolybread.com	lirunzhu@tolybread.com

2 报告期公司主要业务简介

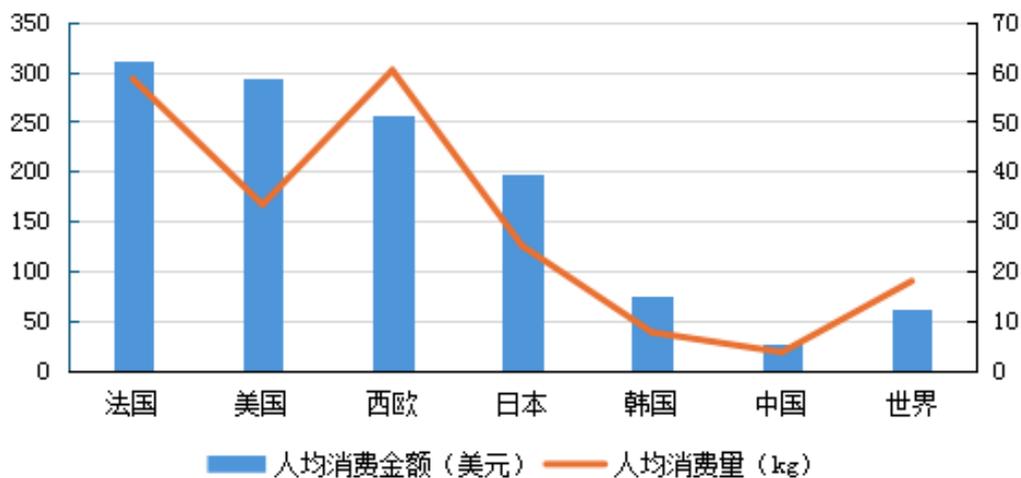
1、公司所属行业发展现状

烘焙食品（baked goods）是以面粉、酵母、食盐、砂糖和水为基本原料，添加适量油脂、乳品、鸡蛋、添加剂等，通过高温焙烤工艺定型、熟化的各种易于保存、食用方便的食品。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》，本公司属于“制造业”之“食品制造业”之“焙烤食品制造”中的“糕点、面包制造”子行业（代码 CA1411），根据《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引》属于“制造业”之“食品制造业”中的“焙烤食品制造”子行业（代码 CA141）。

烘焙食品作为西方国家生活的必需品，产业历经数百年的发展，市场规模较大并已趋于稳定；在亚洲的各个国家和地区，烘焙行业发展时间虽短，但是近年来消费者对烘焙食品的认知度不断提升。随着技术的不断革新、工艺流程的不断完善，烘焙食品以其品种丰富、口味大众、用途多样、携带方便的众多特点受到越来越多消费者的喜爱，随着经济发展和各国国民收入的提升，烘焙行业总体销售收入呈现稳步增长的趋势。

烘焙食品于 20 世纪 80 年代从香港台湾地区引入中国大陆，随着中国经济的增长，居民生活水平的提高，以及西方食品、原料和技术的进入，我国的烘焙行业从 20 世纪末开始呈现出快速发展的趋势，但中国烘焙行业发展时间相对较短，对比全球主要国家或地区，中国人均消费量与欧美等国家有较大的差距，也远低于饮食习惯相似国日本。随着中国消费者对烘焙食品的认知度的不断提升，中国烘焙食品的发展前景广阔。

2023年主要国家烘焙产品消费量与销售额



数据来源：Euromonitor

2、行业周期性特点

面包属于快速消费品，近年来已逐步成为生活必需品，出现在消费者的日常生活中。面包消费市场受节假日、季节性等因素影响，保质期也因季节温度的变化存在差异。其中，月饼、粽子节日性产品也存在明显的周期性，每年主体销售时间主要集中在中秋节、端午节前。

3、短保面包烘焙行业

公司主营业务为短保面包，这是一个优势明显的高增长、高壁垒的品类赛道，对比长保产品更有前景，同时相比烘焙店面包房更具性价比优势，而且短保面包的目标消费人群也覆盖了长保产品与烘焙店的目标消费群体，具有广阔的发展前景。面包更适合消费高频的代餐场景，同时也是更能迎合消费者健康需求的品类，符合现代快节奏的生活方式，因此近几年迎来了较快增长。随着国内生活和收入水平的不断提高，消费者更加追求健康、快捷、安全的面包烘焙产品。短保面包运营的核心主要依赖于食品保鲜技术的不断提升及物流体系的持续完善，这也确保了消费者对烘焙类产品新鲜、美味、健康等各方面需求的满足。另外，随着我国发展相对成熟的传统零售业态与新兴线上电商平台逐步融合，在移动互联网、大数据、物流等技术快速发展的加持下，传统商超不断迭代升级，新业态、新商业模式快速发展，这也为面包烘焙类产品的市场消费提供了更加广阔的渠道增长机会。

（一）公司主要业务及产品

本公司一直专注于以面包及糕点为核心的优质烘焙类产品的生产及销售，属于国内知名的“中

央工厂+批发”式烘焙食品生产企业。公司主要产品为“桃李”品牌面包，此外，公司还生产月饼、粽子等产品，主要是针对传统节日开发的节日食品。

自成立以来，公司始终致力于为社会提供高性价比的产品，以“让更多人爱上面包”为使命，依托高性价比的产品、强大的品牌影响力、庞大且稳定的销售渠道及“中央工厂+批发”的经营模式带来的高附加值不断强化公司的综合竞争实力。

（二）公司经营模式

1、公司的采购模式

公司主要采用自主采购的模式，制定了完善的供应商评价体系来评定和选择供应商，待确定供应商后，公司统一与供应商谈判确定采购价格、供货周期等主要采购条款并签订采购合同，各子公司采购专员负责具体采购的执行工作。

在保证产品质量满足生产需求的前提下，公司对原材料的采购价格主要通过市场询价、比价以及议价的方式确定，以确保公司较低的采购成本。公司采购部门根据销售及生产的需求，制定采购订单，对不同的原材料，每月会进行一次集中采购或分次采购。

公司对采购的面粉、油脂等大宗原材料实行集中定价的方式，并与供应商约定如果市场价格有较大变动，调整价格需要其至少提前一个月双方协商确认，对于糖、鸡蛋、腿肉、奶粉等价格波动较频繁的商品采用随行就市方式。

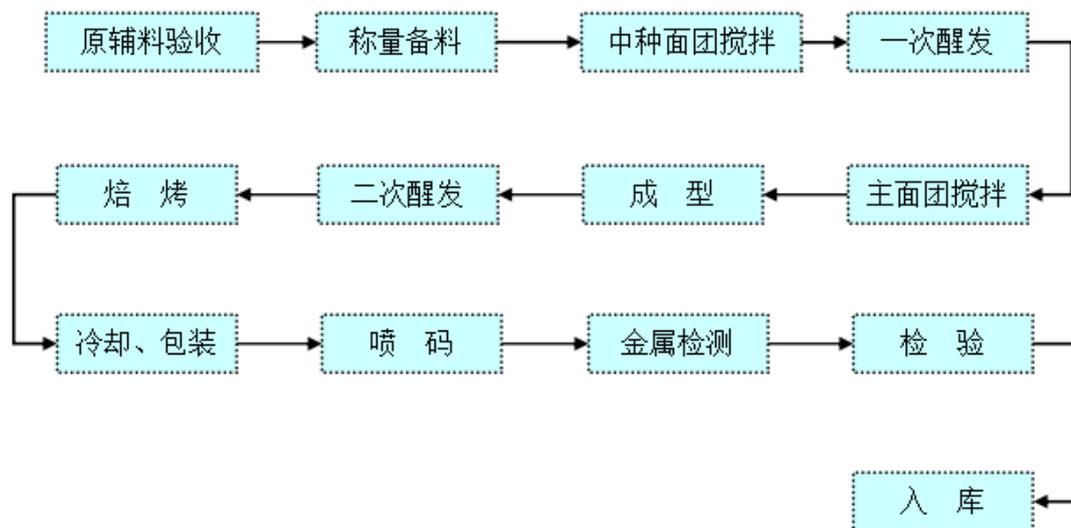
公司不断加强原材料供应商的管理，定期对供应商进行考核评估并根据考核评估结果确定合作供应商，与重要供应商建立战略合作伙伴关系。

2、公司的生产模式

面包作为快速消费品，具有产品保质期短、消费者对产品新鲜度要求高的特点，公司对此主要采用“以销定产”的生产模式，根据市场需求灵活制定生产计划。公司采用中央工厂模式统一生产。

月饼和粽子作为节日性的消费品，消费时段较为集中，公司采用阶段性的集中生产模式。对于月饼和粽子，公司根据当年的销售情况，结合销售计划和经销商的订单，安排下一年度生产计划。在生产周期启动后，根据销售部门的后续订单数量的增加，生产部门会调整生产计划并完成排产和前期准备工作。

主要产品面包的生产工艺流程：



3、公司的销售模式

面包行业销售渠道一般分为线下和线上两种渠道，线下渠道又分为大型连锁商超（KA 客户）、便利店、生鲜超市、社会店渠道等；线上渠道包括抖音、快手等兴趣电商和天猫、京东等传统电商，社区团购平台如美团、饿了么、头部流量 IP 销售等。

针对线下渠道，公司目前主要通过直营和经销两种模式进行销售：一是针对大型连锁商超（KA 客户）和中心城市的中小超市、社会店渠道，公司采取直营模式；二是针对外埠市场的便利店、县乡商店、小卖部，公司通过经销商分销的模式运营。截至 2023 年 12 月 31 日公司经销商情况如下表所示：

单位：个

区域	报告期末经销商数量	增加经销商数量	减少经销商数量
华北地区	183	16	4
东北地区	276	4	2
华东地区	246	28	19
西南地区	117	8	11
西北地区	83	24	4
华南地区	40	0	12
华中地区	40	12	7

总计	985	92	59
----	-----	----	----

注：经销商变更也在经销商数量变化统计范围内。

公司设有营销部，按销售区域进行管理，负责各子公司及经销商的全面运营管理。为充分调动直营终端和经销商的积极性，提升销售业绩，公司针对直营终端和经销商制定了严格的管理制度和细致的工作流程。

公司及子公司营销部下设 KA 客户部负责管理服务所在区域的 KA 客户，中心城市中小客户部负责管理服务所在区域的中小型商超、便利店等客户，外埠市场中小客户部负责管理服务所在中心城市周边区域的中小型商超、便利店等客户。

线上渠道方面，公司总部设立线上独立运营部门电商事业部，来全面负责线上渠道产品销售和品牌营销推广工作。

（三）公司市场地位

自 1995 年设立丹东桃李以来，公司一直专注于以面包为核心的优质烘焙类产品的生产及销售，经过 20 余年的努力，公司逐步发展成为一家集研发、生产和销售为一体的大型“中央工厂+批发”式烘焙企业。随着公司对全国市场的不断拓展，使公司产品市场占有率不断提高。鉴于公司产品影响力和公司的技术竞争力，公司还参与起草了中国焙烤食品糖制品工业协会发布的全谷物焙烤食品《团体标准 T/CABCI002-2018》、中国国家标准化管理委员会和中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局联合发布的《糕点通则 GB/T20977-2007》行业标准及中国国家标准化管理委员会和中华人民共和国国家市场监督管理总局联合发布的《面包质量通则 GB/T20981-2021》行业标准。

（四）报告期业绩驱动因素

多年以来，公司一直以为社会提供高性价比的产品、“让更多人爱上面包”为使命，通过提供持续创新迭代的产品来满足消费者不断变化的需求。公司的竞争优势在于依托技术研发实力和品质控制能力实现产品的差异化和产业化，并依赖强大的品牌影响力和较为完善的营销网络将产品推向市场，在传递让每个人吃上安全、健康、美味面包价值理念的同时实现自身的稳定成长。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2023年	2022年		本年比上年 增减(%)	2021年	
		调整后	调整前		调整后	调整前
总资产	7,047,591,787.54	6,621,873,673.53	6,622,042,405.64	6.43	6,016,694,213.96	6,016,892,732.31
归属于上市公司股东的净资产	5,087,112,957.88	5,025,778,899.06	5,026,161,810.76	1.22	4,934,849,136.31	4,935,065,406.47
营业收入	6,758,573,196.57	6,686,263,321.97	6,686,263,321.97	1.08	6,335,381,671.50	6,335,381,671.50
归属于上市公司股东的净利润	574,044,868.48	639,890,850.47	640,057,492.01	-10.29	763,049,403.55	763,265,673.71
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	551,747,110.58	629,197,246.44	629,363,887.98	-12.31	715,578,349.19	715,794,619.35
经营活动产生的现金流量净额	810,608,998.82	1,066,390,988.94	1,066,390,988.94	-23.99	1,013,779,179.83	1,013,779,179.83
加权平均净资产收益率(%)	11.56	13.10	13.10	减少1.54个百分点	16.00	16.01
基本每股收益(元/股)	0.3588	0.4000	0.4001	-10.29	0.4770	0.4771
稀释每股收益(元/股)	0.3588	0.4000	0.4001	-10.29	0.4770	0.4771

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	1,476,034,116.95	1,730,485,741.73	1,859,713,623.63	1,692,339,714.26
归属于上市公司股东的净利润	138,743,455.14	152,941,921.15	167,621,345.29	114,738,146.90
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	130,585,958.87	150,392,962.48	162,369,900.67	108,398,288.56
经营活动产生的现金流量净额	155,772,546.51	208,824,123.70	290,096,234.76	155,916,093.85

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

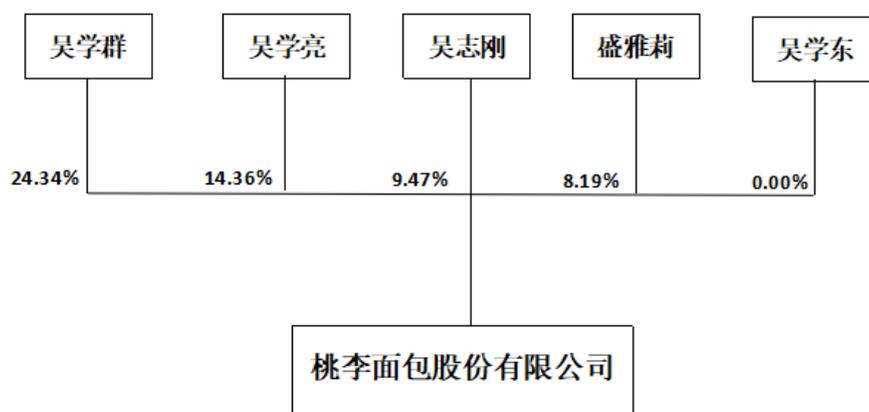
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）						53,672	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）						52,568	
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例 (%)	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
吴学群	64,900,349	389,402,093	24.34	0	质押	132,692,000	境内自然人
吴学亮	38,274,612	229,647,670	14.36	0	无	0	境内自然人
吴志刚	25,254,714	151,528,282	9.47	0	质押	60,000,000	境内自然人
					冻结	30,000,000	
盛雅莉	36,303,655	131,000,428	8.19	0	质押	73,450,000	境内自然人
					冻结	17,364,300	
香港中央结算有限公司	-2,105,356	61,029,478	3.82	0	无	0	未知
盛龙	6,167,246	37,003,479	2.31	0	无	0	境内自然人
盛雅萍	6,047,532	36,285,193	2.27	0	无	0	境内自然人
盛利	4,640,006	27,840,033	1.74	0	无	0	境内自然人

汇添富基金管理股份有限公司-社保基金 17022 组合	13,504,310	22,314,652	1.39	0	无	0	未知
赵惠敏	7,062,877	7,696,377	0.48	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	吴学群、吴志刚、吴学亮、盛雅莉和吴学东五人为公司一致行动人。其他未知股东间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

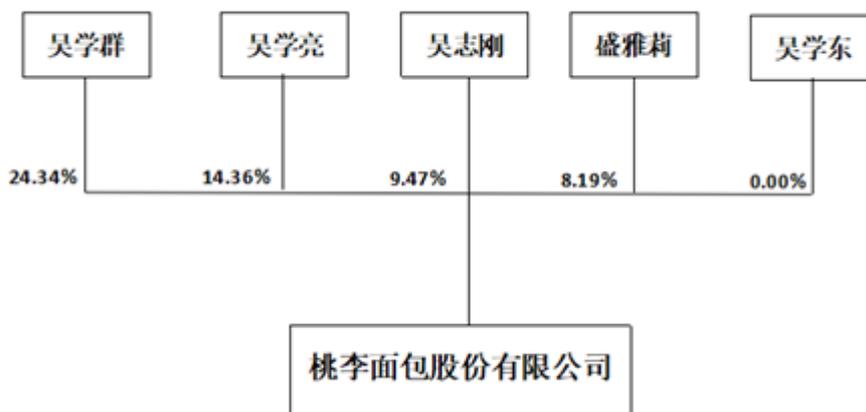
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

5.1 公司所有在年度报告批准报出日存续的债券情况

单位:元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	到期日	债券余额	利率(%)
桃李面包股份有限公司 2022 年度第一期债权融资计划	22 辽桃李面包 ZR001	22CFZR0622	2024-07-28	100,000,000	3.26
桃李面包股份有限公司 2022 年度第二期债权融资计划	22 辽桃李面包 ZR002	22CFZR0773	2024-10-12	100,000,000	3.26

5.2 报告期内债券的付息兑付情况

债券名称	付息兑付情况的说明
桃李面包股份有限公司 2022 年度第一期债权融资计划	公司于 2022 年 7 月 27 日完成了桃李面包股份有限公司 2022 年度第一期债权融资计划的发行,金额为人民币 1 亿元,期限为 2 年,票面年利率为 3.26%。公司已于 2024 年提前偿还该期债权融资计划的本金及利息,公司已完成该期债权融资计划本息的兑付。
桃李面包股份有限公司 2022 年度第二期债权融资计划	公司于 2022 年 10 月 12 日完成了桃李面包股份有限公司 2022 年度第二期债权融资计划的发行,金额为人民币 1 亿元,期限为 2 年,票面年利率为 3.26%。公司已于 2024 年提前偿还该期债权融资计划的本金及利息,公司已完成该期债权融资计划本息的兑付。

5.3 报告期内信用评级机构对公司或债券作出的信用评级结果调整情况

适用 不适用

5.4 公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

适用 不适用

单位:元 币种:人民币

主要指标	2023 年	2022 年	本期比上年同期增减(%)
资产负债率(%)	27.82	24.10	3.72
扣除非经常性损益后净利润	551,747,110.58	629,197,246.44	-12.31
EBITDA 全部债务比	0.52	0.65	-20.00
利息保障倍数	26.43	49.51	-46.62

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

公司核心产品桃李品牌的面包及糕点实现的营业收入 653,232.65 万元，较上年同期增加 4,178.41 万元，增长了 0.64%，其占公司年度主营业务收入的比例为 96.66%。主食烧饼面包、咸蛋黄嘟嘟面包等新品呈现较高速增长，产品综合竞争力继续获得提升。

针对传统节假日开发的节日食品月饼和粽子实现主营业务收入分别为 14,869.15 万元和 1,701.06 万元，分别较上年同期增长 6.92%和 27.82%。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用