

公司代码：605108

公司简称：同庆楼



同庆楼餐饮股份有限公司

2022 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

公司第三届董事会第十五次会议审议通过《公司2022年度利润分配方案的议案》，拟以公司2022年末股本总数260,000,000股为基数，向全体股东每10股派发0.75元（含税），共计派发现金红利19,500,000.00元。

以上方案须提交公司2022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	同庆楼	605108	不适用

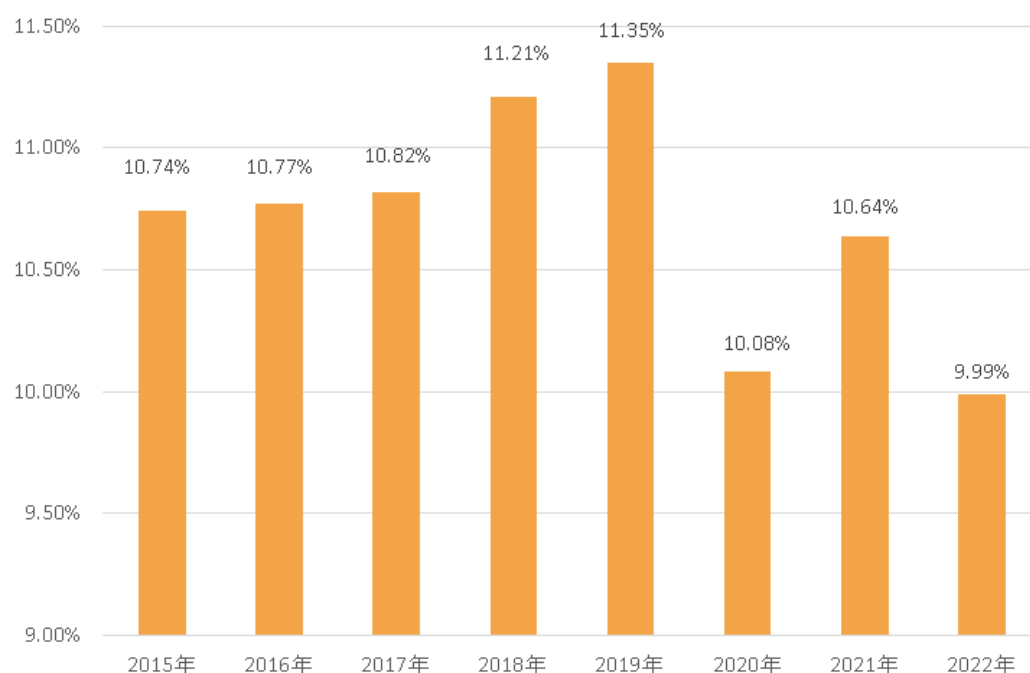
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	范仪琴	岳群
办公地址	安徽省合肥市包河区马鞍山中路	安徽省合肥市包河区马鞍山中路
电话	0551-63638945	0551-63638945
电子信箱	TQL2009@sohu.com	TQL2009@sohu.com

2 报告期公司主要业务简介

2022年全国餐饮收入43,941亿元，同比下降6.3%；限额以上单位餐饮收入10,650亿元，同比下降5.9%。根据中国烹饪协会数据，2022年全国餐饮收入增速、限额以上单位餐饮收入增速分

别相较上年下降 24.9 个百分点、29.4 个百分点，低于社会消费品零售总额增幅 6.1 个百分点。2022 年，餐饮市场经受宏观因素冲击、国内经济下行等多重考验，但随着优化措施落地、助企纾困力度加大，餐饮业开始逐步回归正轨，充分展现了餐饮经济韧性强、潜力大、活力足等特点。

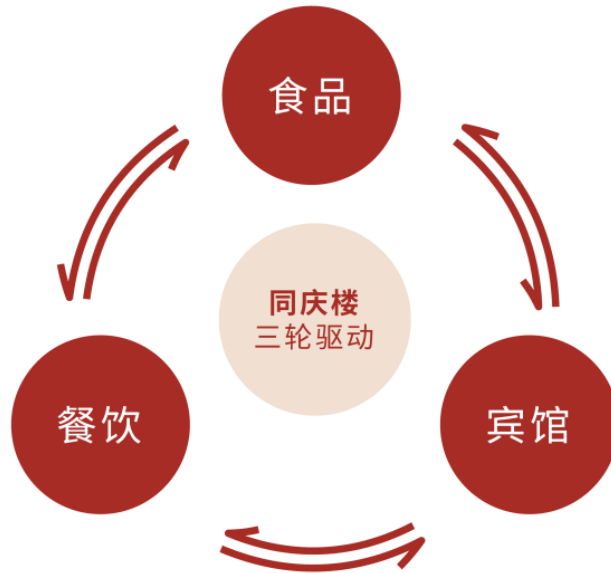
2015 年-2022 年餐饮收入占消费品零售总额比重变化趋势见下图，2015 年-2019 年餐饮收入占社会消费零售总额比例逐年提升（2020-2022 系宏观环境影响）。



中共中央、国务院印发了《扩大内需战略规划纲要（2022—2035 年）》，国家将扩大内需战略从短期举措上升为中长期战略，超大规模市场优势和巨大内需潜力是我国保持经济平稳运行的关键。最终消费是经济增长的持久动力。总体来看，目前我国消费市场呈现快速恢复态势，地区间人口流动愈发频繁，跨省出行和旅游大幅提升，餐饮、文化、娱乐等行业迅速回暖，叠加春节、元宵节等我国传统长假，2023 年年初消费实现了“开门红”。春节期间，国内旅游收入和人次分别增长了 3,758 亿元和 3.08 亿人次，同比分别增长 30%、23.1%，分别恢复到 2019 年同期的 73%、89%。全国消费相关行业收入增长 12.2%，全国实物商品网上零售额增长 14.5%。随着消费潜力的快速释放，2023 年上半年消费领域主要指标增速有望逐步回升，消费能够成为经济增长的主拉动力，更好发挥对经济增长的基础性作用。

公司主营业务为餐饮服务、宾馆住宿以及食品业务。报告期末，公司在安徽、江苏、北京等地拥有直营门店 84 家，其中：同庆楼酒楼 40 家，婚礼会馆 7 家，富茂酒店 2 家，新品牌门店 35

家（其中：同庆楼大包店 20 家）。公司以餐饮业务为核心基础，餐饮、宾馆、食品三轮联动发展，已构建业务增长飞轮，形成业务增强回路的新格局。



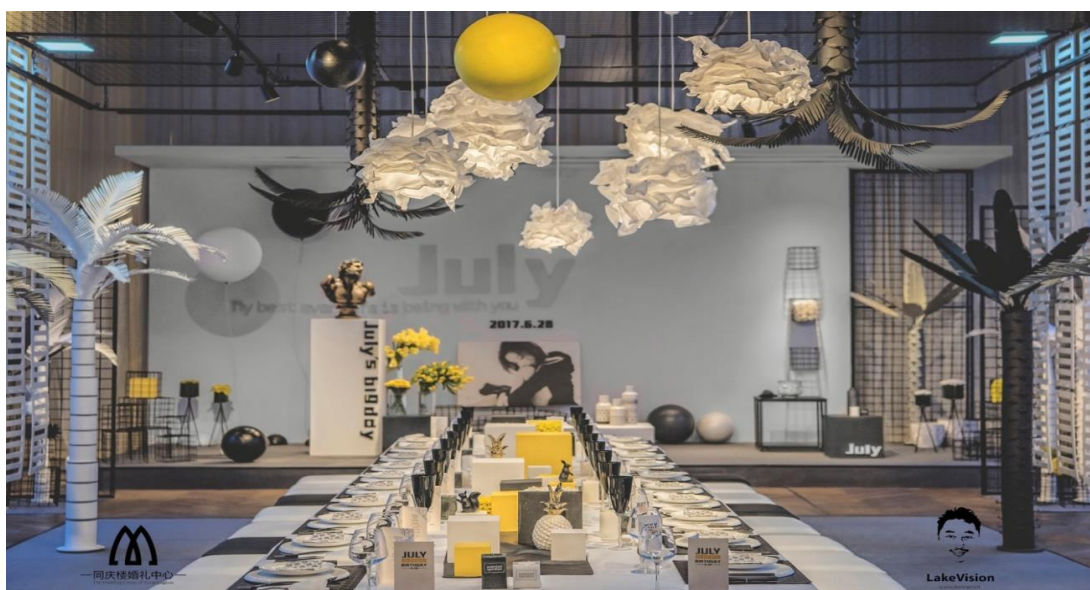
1、餐饮业务：定位于大众聚餐与宴会服务，满足亲朋聚餐、商务宴请及各类宴会需求。大众聚餐主要为亲朋聚餐、商务宴请活动。大型酒楼规模大，服务好，菜品丰富，环境好设施齐全，特别是带包厢的围桌中餐作为“社交餐饮”，为顾客提供交流空间，是现代城市生活刚需，市场需求巨大，且百年不变；随着中国城市化进程的不断推进，宴会市场规模不断增大，公司针对满月宴、百日宴、周岁宴、成人宴、升学宴、订婚宴、结婚宴、乔迁宴、团圆宴、庆寿宴，打造特色鲜明的同庆楼“十大喜宴”；公司的餐饮服务区域未来基本可覆盖全国所有城市及县城，市场空间无限。

“有高兴事 到同庆楼”，多年来，同庆楼在宴会经营和服务上积累了丰富的运营经验，形成了自身独特的可复制化的高效管理体系。宴会业务经营三大品牌“PALACE 帕丽斯”、“同庆楼”和“会宾楼”。PALACE 英译中文是王宫/宫殿的意思，帕丽斯定位高端婚礼，以王室婚礼、城堡婚礼、秘境婚礼等产品为品牌特色，为每一对新人圆一个王子公主式的婚礼梦。同庆楼宴会中心是以“为大众提供高性价比的宴会主题场景”为产品服务理念，传承不守旧，创新不忘本，在传统婚礼基础升级迭代。同庆楼宴会中心已经培养一批资深摄影摄像服务团队、主持人、化妆师、演绎团队，专业提供一站式高品质的宴会配套服务。“会宾楼”，定位于高品质宴会业务，“会贵客 宴上宾”，为顾客创造高品质极致体验的宴会场所。

同庆楼作为中国上市公司中餐饮行业的稀缺品牌，大型餐饮+宴会婚庆能力+连锁标准化体系构建壁垒，供应链及综合管理优势突出，连锁扩张力十足。



合肥市同庆楼铜陵北路店定制场景——宝宝百日宴



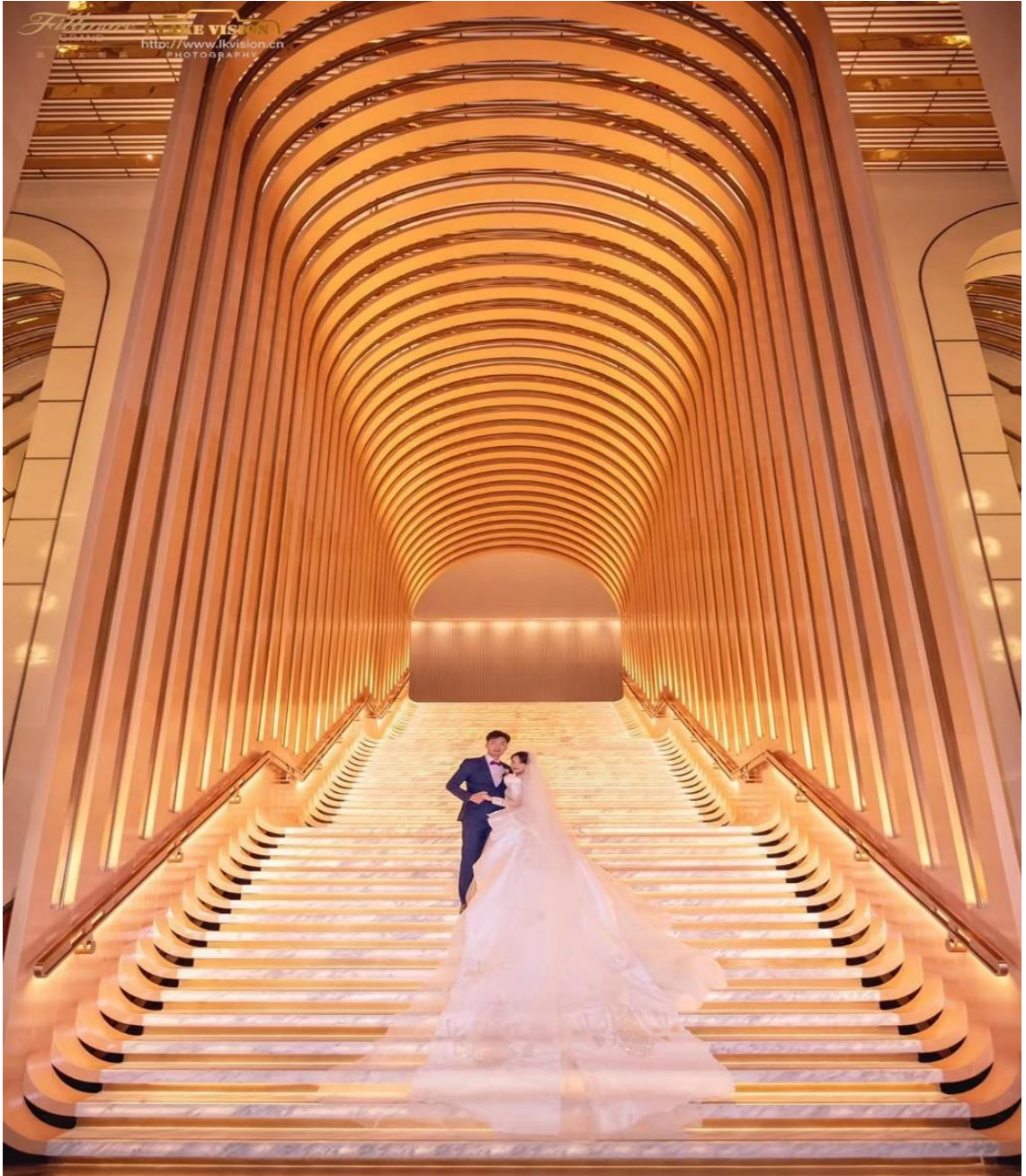
合肥市同庆楼花园店定制场景——生日 Party



芜湖市同庆楼银湖店一站式宴会厅——天宫之城

1. **宾馆业务：**公司宾馆品牌为“富茂 Fillmore”。为充分发挥同庆楼餐饮和宴会的专业经营优势，解决酒店多功能宴会厅在非宴会期间的空置问题以及餐饮顾客切实存在的住宿需求，公司在同庆楼大型餐饮和宴会业态中配套一定数量的客房，工作日主要接待会议，节假日主要接待宴会，并满足外地赴宴客人的住宿需求，酒店设施利用效率和经营效益将会得到较大的提升。富茂酒店以餐饮为核心，其餐饮收入占总收入比可达 70%以上（市场同规模酒店餐饮收入占比约 30%），配套高性价比的客房，凭借同庆楼+客房的综合优势，坚持“好吃（住）不贵有面子”的经营理念，聚集了专业的酒店管理人才，凭借同庆楼+客房的综合优势，重塑中国酒店商业新模式，让大众走进豪华饭店。

公司除适当在地理位置优越处自建或购置宾馆外，下一步酒店业务将充分利用同庆楼自身独特的大型餐饮和宴会专业优势，以“富茂 Fillmore”品牌对外输出酒店管理业务，为公司业务拓展打开全新局面。



合肥滨湖富茂酒店大堂

3、食品业务：（1）公司食品业务充分发挥同庆楼独特的餐饮业务优势，重点打造同庆楼食品的产品力，不断提高产品口味还原度，以同庆楼老字号“好吃又放心”的品牌形象进行产品包装设计，全面打造同庆楼食品中国传统美食专家的品牌形象。报告期内，公司基于顾客需求，不断进行老品迭代，利用同庆楼餐饮门店众多大厨的研发能力，开发丸子系列、酸菜系列、红烧系列、虾饼系列和肥肠系列等新品，面点类产品已迭代为 23 个 SKU；进一步改进和丰富现有的腌腊制品、自热饭产品；同庆楼大厨创新研发的上汤臭鳊鱼粽子、现烤月饼等节庆产品受到市场的高度认可。同庆楼食品从早餐面点到自热饭、名厨名菜，产品品类越来越丰富，可以全面满足消费者“一日三

润				
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	74,542,059.45	125,302,393.74	-40.51	167,298,431.00
经营活动产生的现金流量净额	279,713,564.98	316,228,588.10	-11.55	250,665,548.14
加权平均净资产收益率(%)	4.74	7.32	减少2.58个百分点	13.37
基本每股收益(元/股)	0.36	0.55	-34.55	1.08
稀释每股收益(元/股)				

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	424,127,575.56	321,120,284.01	502,036,021.94	423,177,540.15
归属于上市公司股东的净利润	22,800,715.45	-1,684,052.89	66,701,654.76	5,780,179.16
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	18,485,688.94	-6,142,652.34	59,645,100.73	2,553,922.12
经营活动产生的现金流量净额	66,038,256.99	96,998,009.16	147,100,125.48	-32,102,336.53

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

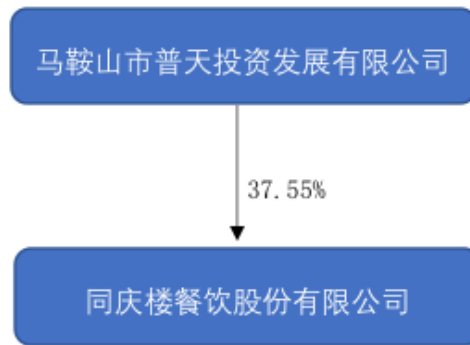
截至报告期末普通股股东总数(户)	14,738
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	10,503
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	不适用

年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）						不适用	
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	
马鞍山市普天投资发 展有限公司		97,640,187	37.55	97,640,187	无		境内 非国 有法 人
沈基水		53,803,307	20.69	53,803,307	无		境内 自然 人
吕月珍		8,967,218	3.45	8,967,218	无		境内 自然 人
合肥市盈沃股权投资 合伙企业（有限合伙）		8,967,218	3.45	8,967,218	无		其他
合肥市同庆股权投资 合伙企业（有限合伙）		8,967,218	3.45	8,967,218	无		其他
兴业银行股份有限公 司—广发睿毅领先混 合型证券投资基金	3,406,020	3,406,020	1.31		无		其他
中国建设银行股份有 限公司—广发价值领 先混合型证券投资基金	3,394,710	3,394,710	1.31		无		其他
合肥光与盐股权投资 合伙企业（有限合伙）	-1,116,300	2,783,700	1.07		无		其他
中国建设银行股份有 限公司—华商智能生 活灵活配置混合型证 券投资基金	2,232,789	2,232,789	0.86		无		其他
中国工商银行股份有 限公司—广发多策略 灵活配置混合型证券 投资基金	1,857,082	1,857,082	0.71		无		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、沈基水、吕月珍系夫妻关系，并控制马投公司、合肥市盈沃股权投资合伙企业（有限合伙）、合肥市同庆股权投资合伙企业（有限合伙），为公司实际控制人。2、除上述情况以外，公司未知其他股东是否存在关联关系或一致行动关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数	不适用						

量的说明

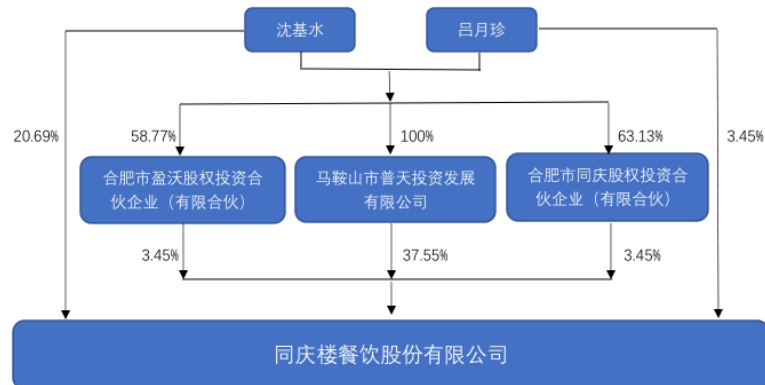
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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

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。

2022 年度公司实现营业收入 167,046.14 万元，同比上升 3.86%；实现归属于上市公司股东的净利润 9,359.85 万元，同比下降 35.03%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润

7,454.21 万元，同比下降 40.51%。

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