爱普香料集团股份有限公司

公司代码:603020　　公司简称:爱普股份

2021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http://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 上会会计师事务所（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

经董事会决议，公司2021年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1.50元（含税）。截至2021年12月31日，公司总股本383,237,774股，以此计算合计拟派发现金红利 57,485,666.10元（含税）。

2、公司拟不进行资本公积金转增股本，不送红股。

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	爱普股份	603020	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王玮华	叶兵
办公地址	上海市静安区高平路733号	上海市静安区高平路733号
电话	86-21-66523100	86-21-66523100
电子信箱	weihua.wang@cnaff.com	jye@cnaff.com

2 报告期公司主要业务简介

（一）行业主管部门与产业政策

1、行业主管部门

国家发展和改革委员会、工业和信息化部承担行业宏观管理职能，主要负责制定产业政策，指导技术改造。

国务院食品安全委员会是国务院食品安全工作的高层次议事协调机构，国家市场监督管理总局为行业的主管部门，对生产、流通、消费环节的食品安全实施统一监督管理。

中国轻工业联合会是我国工业管理体制改革后由轻工业全国性、地区性的协会、学会，具有重要影响的企事业单位、科研院所和大中专院校等自愿组成的具有服务和一定管理职能的全国性、综合性的行业组织。主要负责参与制订行业规划，对行业投资开发、重大技术改造、技术引进等项目进行前期论证与初审；参与制订、修订国家标准和行业标准，组织贯彻实施并进行监督；组织开展行业统计，收集、分析、研究和发布行业信息，依法开展统计调查，建立电子商务信息网络等。

中国香料香精化妆品工业协会（CAFFCI）是经国家民政部批准，由全国香料香精、化妆品及其原料、设备、包装企业和相关科研、设计、教育等企、事业单位及个人自愿组成的国家一级工业协会，其主要职能是受政府委托起草行业发展规划，对行业发展进行指导；参与本行业技术标准、经济标准、管理标准的制订、修订工作，组织标准的贯彻实施；与有关部门配合对本行业的产品质量实行监督等。

中国食品添加剂和配料协会（CFAA）是由全国从事食品添加剂和食品配料生产、流通、应用、科研、教学、管理以及设备制造等相关企、事业单位自愿结成的行业性、全国性、非营利性社会组织，其主要职能是受国家政府部门授权或委托，参与制订行业规划和计划；经政府部门同意或授权开展行业统计工作，发布行业信息，进行市场预测；经政府部门授权、参与本行业国家标准和行业标准的制定和修订工作，并进行监督，参与本行业有关法律、法规及管理办法等制定与修订工作；制定行业的行规、行约，建立行业自律机制，并组织实施、监督和检查等。

公司是国际精油和香料贸易联合会（IFEAT）会员单位、是中国香精香料化妆品工业协会副理事长单位、中国焙烤食品糖制品工业协会副理事长单位、中国口腔清洁护理用品工业协会常务理事单位，是中国香料香精的领先制造企业。

2、产业政策

（1）关于香精香料行业产业政策

香料香精行业是食品、日化、烟草、医药、饲料等行业的重要原料配套产业，与居民生活水平提高、食品饮料行业发展、促进内需和消费密切相关，国家相继出台了多项政策支持行业的发展，相关文件的主要内容如下：

时间与发文部门	法律法规及政策	主要内容及目标
科技部、财政部、国家税务总局(2016年1月)	《高新技术企业认定管理办法》(国科发文(2016)32号)	将“天然产物有效成份的分离提取技术”列入国家重点支持的高新技术领域，为天然香料的精加工提供了政策支持。
国家发改委(2019年10月)	《产业结构调整指导目录(2019年本)》	将“香料、野生花卉等林下资源人工培育与开发”、“天然食品添加剂、天然香料新技术开发与生产”和“绿色食品生产允许使用的食品添加剂开发”列为国家鼓励类的产业目录。
国家工信部(2016年8月)	《轻工业发展规划(2016-2020年)》	提出“十三五”要以市场为导向，以提高发展质量和效益为中心，以深度调整、创新提升为主线，以企业为主体，以增强创新、质量管理和品牌建设能力为重点，大力实施增品种、提品质、创品牌的“三品”战略，改善营商环境，从供给侧和需求侧两端发力，推进智能和绿色制造，优化产业结构，构建智能化、绿色化、服务化和国际化的新型轻工业制造体系，为建设制造强国和服务全面建成小康社会的目标奠定基础，进一步优化企业兼并重组环境，支持食品、塑料制品、家用电器、皮革、造纸、家具等规模效益显著行业企业的战略合作和兼并重组，培育一批核心竞争力强的企业集团，发挥其在产品开发、技术示范、信息扩散和销售网络中的辐射带动作用。
国家卫计委(2016年11月)	《食品安全标准与监测评估“十三五”规划(2016-2020年)》	提出改革和加强新食品原料、食品添加剂新品种、食品相关产品新品种等“三新食品”管理。
国务院(2017年2月)	《“十三五”国家食品安全规划》	提出牢固树立和贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，坚持最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责，全面实施食品安全战略，着力推进监管体制机制改革创新和依法治理，着力解决人民群众反映强烈的突出问题，推动食品安全现代化治理体系建设，促进食品产业发展，推进健康中国建设。

（2）关于食品行业产业政策

国家对食品产业和科技发展高度重视，相继出台了多项政策支持行业的发展，相关文件的主要内容如下：

时间与发文部门	法律法规及政策	主要内容及目标
科技部、财政部、国家税务总局(2016年1月)	《国家中长期科学和技术发展纲要》(2006-2020)	提出了“重点发展农产品精深加工、产后减损和绿色供应链产业化关键技术，开发农产品加工先进技术装备及安全监测技术，发展以健康食品为主导的农产品加工业和现代流通业，拓展农民增收空间”的农业发展思路，并将“农产品精深加工与现代储运”列为农业优先领域。
国家工信部(2016年8月)	《轻工业发展规划(2016-2020年)》	提出“推动食品工业向安全、健康、营养、方便方向发展，加强提高平衡膳食水平和降低营养损失为特点的加工新技术、节能减排技术开发，加快机械化、自动化、智能化和信息化的食品制造装备应用，重点在粮食加工、油脂加工、肉类加工、水产品加工、乳制品加工、饮料制造、制糖、发酵、酒类生产、罐头食品制造、营养与保健食品制造、食品加工与技术装备制造等领域大力推进产业结构调整；全面开展企业诚信体系建设，提高食品质量安全检测能力，推进食品质量安全信息追溯体系建设。”
国家发改委和工信部(2017年1月)	《关于促进食品工业健康发展的指导意见》	到2020年，食品工业规模化、智能化、集约化、绿色化发展水平明显提升，供给质量和效率显著提高，产业规模不断壮大，产业结构持续优化；创新能力显著增强，“两化”融合水平显著提升，新技术、新产品、新模式、新业态不断涌现；食品安全保障水平稳步提升，标准体系进一步完善；资源利用和节能减排取得突出成效，能耗、水耗和主要污染物排放进一步下降。同时，为了食品工业的规范发展，相关部门陆续出台了一系列政策措施，对生产环节和市场流通体系等环节进行规范，确保了生产准入和流通规范运行体系的建立。
国务院(2016年12月)	《“十三五”国家食品安全规划》	明确提出选择一批地方特色突出的食品产业园，以知名品牌和龙头企业为引领，开展食品研发创新等示范基地，带动食品企业转型升级和食品质量安全管理水平整体提高。

国家产业政策的支持，将促进食品行业的产业结构调整及提升，加速淘汰内不规范、生产技术落后、产品质量差的企业，为食品行业的长期健康稳定规范发展提供制度保障，为行业内的优质企业提供发展机遇。

（二）行业基本情况

1、香料香精和食品配料简介

（1）香料香精

香料是一种能被嗅觉唤出香气或被味觉尝出香味的物质，绝大多数香料在组成上是单一的，但也有一部分香料是组分不很复杂的混合体。香料的分子量一般不大于400，具有相当大的挥发性，由于香料的香气和（或）香味比较单调，或者较弱、或者持久性差，需经过调和配制成香精用于加香产品后间接消费。香料按来源分为天然香料和合成香料。前者是指以植物、动物（或微生物）为原料，经物理方法、生物技术法或传统的食品工艺法加工所得的香料。后者是指天然动植物原料或煤炭石油原料经化学方法加工所得的香料。

香精是由香料和相应辅料构成的具有特定香气和（或）香味的复杂混合物，一般不直接消费，而是用于加香产品后被消费。香精按用途分为食用香精、日用香精和其他香精，在食品、饮料、日化、烟草、制药、纺织、饲料、皮革等众多行业中都有着广泛的应用，用于增加终端产品的香气和香味，且对终端产品的品质具有独特和不可替代的作用。

（2）食品配料

1）食品配料的定义和分类

食品配料是指公认安全的可食用物质，用于生产制备某种食品并在成品中出现。按照《中华人民共和国食品安全法》的定义，食品是指各种供人食用或者饮用的成品和原料以及按照传统既是食品又是药品的物品，但是不包括以治疗为目的的物品。因此，国家将食品配料纳入食品，对其生产经营实施许可管理，从事食品配料的生产和流通应当依法分别取得食品生产许可和食品流通许可。

食品配料一般不包括食品添加剂，食品添加剂在食品工业中的应用一般都有严格的范围和用量要求，食品生产者应当依照食品安全标准关于食品添加剂的品种、使用范围、用量的规定使用食品添加剂；食品配料则没有用量的要求，可以按照终端产品需要自由选择添加，只要食品配料对终端产品有好处，就可以根据产品的性能和要求使用。

按照2020年7月中国食品添加剂和配料协会发布的团体标准《食品配料分类》的征求意见稿，食品配料包括碳水化合物、蛋白、脂类、提取物、果蔬制品、肉制品、可可及咖啡制品、馅料、调味制品和蛋制品等共19类。

2）工业巧克力和果酱的定义和分类

公司生产的食品配料产品包括工业巧克力和果酱。工业巧克力是指可由下游食品生产企业用于生产巧克力糖果、冰淇淋、焙烤食品和乳制品等食品的巧克力，亦可直接食用。果酱包括果酱和果味果酱；果酱是指以水果、果汁或果浆和糖等为主要原料，经预处理、煮制、打浆（或破碎）、配料、浓缩等工序制成的酱状产品；果味果酱是加入或不加入水果、果汁或果浆，使用增稠剂、食品用香精、着色剂等食品添加剂、加糖（或不加糖），经配料、煮制、浓缩、包装等工序加工制成的酱状产品。

根据国家标准《巧克力及巧克力制品、代可可脂巧克力及代可可脂巧克力制品》（GB/T 19343-2016）和《果酱》（GB/T 22474-2008），巧克力和果酱的主要分类如下：

项目	分类依据	分类		含义
巧克力	按原料分	（纯可可脂）巧克力	黑巧克力	是以可可制品（可可脂、可可块或可可液块、可可油饼、可可粉）为主要原料，添加或不添加非可可植物脂肪、食糖、乳制品、食品添加剂及食品营养强化剂，经特定工艺制成的在常温下保持固体或半固体状态的食品（非可可植物脂肪添加量占总质量分数≤5%）
			牛奶巧克力	
			白巧克力	
			其他巧克力	
		代可可脂巧克力	代可可脂黑巧克力	以代可可脂为主要原料，添加或不添加可可制品（可可脂、可可液块或可可粉）、食糖、乳制品、食品添加剂及食品营养强化剂，经特定工艺制成的在常温下保持固体或半固体状态，并具有巧克力风味和性状的食品
			代可可脂牛奶巧克力	
			代可可脂白（风味）巧克力	
果酱	按原料分	果酱		是以水果、果汁或果浆和糖等为主要原料，经预处理、煮制、打浆（或破碎）、配料、浓缩等工序制成的酱状产品（配方中水果、果汁或果酱用量大于或等于25%）
		果味果酱		是加入或不加入水果、果汁或果浆，使用增稠剂、食品用香精、着色剂等食品添加剂、加糖（或不加糖），经配料、煮制、浓缩、包装等工序加工制成的酱状产品（配方中水果、果汁或果酱用量小于25%）
	按产品用途分	原料类果酱	酸乳类用果酱	供应食品生产企业，作为生产其他食品的原辅料的果酱
			冷冻饮品类用果酱	
			烘焙类用果酱	
			其他果酱	
		佐餐类果酱		直接向消费者提供的，佐以其他食品一共食用的果酱

2、进入行业的主要壁垒

（1）市场准入和食品安全壁垒

我国对香料香精实施严格的生产许可制度，食品用香料香精生产企业应按国家有关规定取得《食品生产许可证》。食品行业市场准入制度包括对企业实施生产许可证制度、对食品建立具体质量标准及实施强制检验制度。《食品生产许可管理办法》规定，食品生产企业必须取得食品生产许可，且日常经营受到相关部门严格监管。《食品安全法》规定，食品生产者，应当按照食品安全标准对所生产的食品进行检验，检验合格后方可出厂或者销售。《巧克力及巧克力制品、代可可脂巧克力及代可可脂巧克力制品》、《果酱》等质量标准的相继建立，对感官、安全、理化指标等标准以及出厂检验、型式检验规则提出了明确的要求。

随着国家对食品质量要求的日趋严格，市场准入标准会进一步提高，而构建全面的产品质量体系是一项系统性工程，需要企业在设备、管理制度、人才和资金等方面进行全方位的投入和长期的验证。因此，严格的市场准入和食品安全要求提高了本行业的准入门槛。

（2）技术和经验壁垒

香料香精产品是一类特殊的精细化工产品，其关键质量指标是产品的香气，而香气很难用量化指标来进行标准化描述。产品配方、工艺不同、加工方式不同或产品的批次不同都会导致产品香气的差异，从而影响下游香精产品的品质。产品香气品质和控制产品香气的稳定性是维护市场的决定性因素，也是区别于其他化工产品的关键指标。一款香精产品的推出要经过香型的确定、配方的设计、小样的试配、专家和客户的评香、市场的认可和推广等诸多环节，需要消耗企业大量资源。任何简单的模仿都不能保持企业的长期发展，国际香料香精大公司均投入巨额资金用于研发，一般的中小企业难以承受。

食品配料行业具有细分品种繁多、工艺要求高、产品周期短、更新换代快等特点，目前行业内知名企业均拥有较强的研发团队，拥有成熟技术，并能够根据市场需求研发、创新并生产出多品项产品，保持客户对公司产品的新鲜感。行业新进入企业因缺乏研发实力，且建立一支成熟的研发团队需较长的时间，保持产品的持续更新换代有较大难度，研发能力等技术问题成为进入本行业的重要壁垒。

（3）品牌和客户壁垒

香精主要用于各类终端产品的加香，下游的食品、日化等生产企业为满足消费者的各类需求通常与香精企业协作，量身定制适合自身需要的香精配方。一旦消费者认可生产出的终端产品，下游生产企业为保持产品独特的香气以及口感，通常不会轻易更换上游香精供应商，形成固定品牌效应。而且，大型的下游企业对香料香精供应商有较为严格的认证体系，需要较长时间的考察和认证过程，一旦确定后在较长时间内会保持稳定，没有良好的品牌信誉以及资格认证很难进入这部分市场。

食品配料行业正在经历从价格竞争到品牌竞争的过渡，随着生活水平的不断提高，健康饮食的观念已经深入人心，消费者将更加看重食品安全和营养价值，在市场产品同质化的背景下，品牌无疑成为食品安全的重要代名词。随着人们生活水平的提高，消费者以及食品加工销售企业通常会青睐知名度高、品牌信誉好的食品配料产品。对于食品配料行业，品牌的确立和市场知名度的提升需要长期的时间和资金的积累，而已经形成品牌知名度的企业将在发展中获取更多的机会。

（4）人才壁垒

香精属于非标准化产品，香精的调配主要依靠调香师长期的经验积累以及艺术性创造，调香工作是技术和艺术的结合，因此，调香师是香料香精公司的核心竞争力之一。由于调香需要敏锐的感官、良好的记忆力、丰富的创造力和想象力，以及丰富的经验；因此培养一名优秀的调香师非常困难，必须经过长达数年的长期实践训练。目前香精行业的专业技术人才大多为国内外大型香精公司所垄断，能够吸引、挽留足够数量的优秀调香师是优秀香料香精企业立足和长远发展的必要前提。

（5）资金和产能壁垒

香料香精所需原料具有种类多、用量少、有最低包装需求的特点，且天然原材料供应受产地气候及环境、种植面积等因素影响，因此香精企业需持续投入资金用于原料储备。同时，随着人们越来越重视环境保护和食品安全，需求更加多样化，香料香精企业需投入大量资金用于研发个性化产品，以及更新生产、安全、环保和分析检测等设施。这些都对香料香精企业尤其是大型香料香精企业提出了较高的资金要求。

工业巧克力和果酱生产企业在成为大型食品制造商及餐饮服务商的合格供应商之前，必须达到客户对产能的最低要求，因此，企业必须提前进行固定资产投资，以拥有相应的生产能力，并在正式生产前投入大量资源进行中试。工业巧克力和果酱通常以集中工厂模式进行生产，需要大规模产线投入，且巧克力、果酱的生产设备主要为进口，生产投入较高。同时，为保证持续竞争力，市场需求和下游食品需求的不断变化需要企业不断增加产品研发上的投入，营销网络的建设和市场推广也需要一定的资金实力。因此，生产设备购置、技术研发、市场推广等方面大量的资金投入会给行业进入者形成较高的资金门槛。

3、行业利润水平的变动趋势

国内香料香精行业的利润水平，主要与产品用途和开发难度相关，并依据产品批量大小、产品档次等因素形成差异。不同应用领域的香精，利润水平亦存在差异。鉴于香料香精行业下游行业与人们生活密切相关，并随着人们对食品和日化用品品质要求的提高、品味的提升而稳步发展，可以预期，香料香精行业仍将呈现快速、良性发展的态势，行业利润水平将保持稳定。

公司所生产的食品配料主要是工业巧克力和果酱，其利润水平主要受上游原材料价格、下游食品的销售、生产技术等因素影响。一是受上游原材料价格的影响：工业巧克力和果酱的原材料主要是可可粉、糖、水果等，上游产品的价格随着当年供给情况会产生一定的波动，影响行业产品的成本进而影响到行业利润水平。二是受下游食品销售的影响：食品配料主要客户为食品饮料企业，产品的销量受食品饮料行业发展情况所影响，近年来，随着食品饮料行业产品多元化的发展，带来了食品配料销量的增长；食品饮料面对的终端客户是消费者，产品的销量主要受到产品品质及品牌知名度的影响，风味更加符合消费需求的产品往往具有更好的销量。三是受生产技术因素影响，食品配料行业内不同企业的技术水平有所差异，影响产品的质量、口感及风味，进而影响行业的整体利润水平。

（三）影响行业发展的有利因素及不利因素

1、影响行业发展的有利因素

（1）国家政策推动行业发展

香料香精及食品配料行业是食品饮料、日化等行业的重要原料配套产业，与居民生活水平提高、促进内需和消费密切相关。2017年1月国家发改委和工信部发布的《关于促进食品工业健康发展的指导意见》，其中明确提出，到2020年，食品工业规模化、智能化、集约化、绿色化发展水平明显提升，供给质量和效率显著提高。产业规模不断壮大，产业结构持续优化，规模以上食品工业企业主营业务收入预期年均增长7%左右；创新能力显著增强，“两化”融合水平显著提升，新技术、新产品、新模式、新业态不断涌现；食品安全保障水平稳步提升，标准体系进一步完善；资源利用和节能减排取得突出成效，能耗、水耗和主要污染物排放进一步下降。同时，为了食品工业的规范发展，政府相关部门陆续出台了一系列政策措施，对生产环节和市场流通体系等环节进行规范，确保了生产准入和流通规范运行体系的建立和执行。国家产业政策的支持，为行业的发展提供了有利条件。

（2）对食品安全的重视有利于行业规范

2015年10月1日《中华人民共和国食品安全法》正式实施后，与之相配套的《食品生产许可证管理办法》等一系列法规陆续颁布实施，国家对食品安全工作日益重视，消费者对食品质量安全日趋关注，对优质名牌产品的消费意识普遍增强，信任度和依赖度进一步提高。目趋严格的食品监管环境提高了食品配料行业的进入门槛，将加速淘汰业内不规范、生产技术落后、产品质量差的企业，为食品配料行业的长期健康稳定规范发展奠定了制度保障。

（3）国内市场需求巨大，下游行业需求持续拉动

随着国民经济的发展和居民生活水平的提高，居民人均可支配收入持续增长，终端消费者对食品的丰富的营养、广泛的附加功能、多元化的口味等方面的要求会不断提高。随着食品饮料行业的发展，食品饮料产业进入满足不同消费者营养、口味需要的市场升级、市场细分新阶段，食品用香精和食品配料的市场容量不断扩大。随着收入水平的提高，近几年我国城镇居民人均食品支出额保持稳定增长态势，2019年我国城镇居民人均食品支出额为7,733.00元，比上年增长6.8%。

（4）冷链仓储和物流技术快速发展

冷冻饮品、大部分乳品和烘焙食品均需要进行低温仓储和物流，以保证产品的品质稳定和最佳的口感。近年来，我国冷链仓储和物流技术得到了快速发展，国际先进的HACCP体系认证、WMS等新技术已全面引入国内，冷藏车、冷藏箱等冷链设备数量快速增长，冷链溯源与全程监控等技术逐步成熟，RFID技术、3S技术等在冷链物流中的应用水平进一步提升。冷链仓储和物流技术的不断进步与广泛应用为本行业生产规模及配送范围的扩大和品质的持续提升提供了有利的技术支持。

2、影响行业发展的不利因素

（1）国际巨头竞争优势明显

世界香精市场属于垄断竞争市场，中国的快速发展吸引世界香精巨头纷纷在国内设立工厂或者建立世界级的研发中心。目前，国际巨头凭借其长期的技术积累、先进的生产工艺、丰富的市场开拓经验和雄厚的资本力量占据国内高端产品市场，并逐步向终端延伸，这给国内企业的生存和发展带来较大压力。

国内企业普遍多数规模较小，技术和工艺水平相对较低，在中低端市场中激烈竞争，与跨国公司竞争处于劣势。

（2）行业整体技术水平不高

目前，我国食品配料生产企业的产品研发和创新能力普遍较低，使得部分食品配料产品的品质不稳定，产品营养成分缺乏完善的质量监督标准，不同厂家生产的食品配料产品差别较大，难以满足下游食品饮品业和餐饮业的需求。

（3）行业整体产品单一

国内食品配料生产企业受资金投入、研发实力的限制，产品推陈出新的速度较慢。而且，国内食品配料市场起步较晚，对食品配料产品的需求仍集中在少数几种主要产品上，导致企业缺乏创新动力，产品构成较为单一。

（四）行业技术水平及行业特点

1、行业技术水平及发展趋势

香料香精产品是“科技和艺术”的完美结合，既需要调香师的创造性和艺术气质，也要求企业拥有先进的科技和装备实现分析、生产和检测。香料香精的关键技术主要体现在天然香料的提取、合成香料的合成和香精的混合等环节，其中，天然香料提取技术包括水蒸气萃馏法、压榨法、浸提法、吸收法和超临界流体萃取法等方法，合成香料需要简洁、高效、低成本的化学合成技术。香精的混合技术被称为艺术，各大厂商为此均投入巨资进行应用研究，积累了数十万种配方，并在不断推陈出新。

目前食品配料行业企业技术水平参差不齐，行业内知名企业生产设备自动化水平和技术水平较高。随着消费者更多的关注产品的安全、口感、营养成分等，本行业的生产技术水平仍需不断优化和提升，生产设备自动化程度、生产工艺的精细化程度，研发创新水平、包装设计能力均需继续提高。

2、行业的周期性和季节性特点

香料香精及食品配料行业的周期性主要体现在随着宏观经济周期及下游行业的波动而波动。食品配料主要用于食品饮料制造，食品饮料的消费具有较强的稳定性，没有明显的周期性。另外，对食品用香精企业来说，受冷饮、饮料等季节性消费的影响，一般二、三两个季度销量相对较大，一、四两个季度销量相对较小；此外，公司生产的工业巧克力主要面向冷冻饮品企业，相对来说在每年的11月至次年的6月是冰淇淋行业的备货期，对工业巧克力的需求比较旺盛。

3、行业的区域性特点

食品配料行业国内起步较晚，工业巧克力和果酱国内市场前期均以进口为主；目前国内香料香精及食品配料生产企业主要分布在东部沿海省市，其中上海、江浙、广东等省市企业在行业中国居于领先地位且相对稳定。

（五）公司所处行业与上下游之间的关系

1、香料香精

天然香料上游产业是天然香料植物种植业，易受自然条件影响。合成香料的原料多为基础化工产品，来源于上游石化行业、煤化工行业和盐化工行业中规模较大的企业，供应量较为充分，但受资源价格波动的影响较大。

香精是香料和相应辅料构成的复杂混合物，因此香精行业的直接上游主要为香料行业。目前世界上香料品种约有7,000种，中国生产的香料有1,000多种，如此数量庞大的品种，没有一家公司可完全依靠自身力量解决香料的供应，即使是国际性的香料香精公司也都需要相互采购和配置以进行香精的生产。从国内市场看，既有进行香料和香精一体化生产的企业，满足自身之外向市场供应香料，也大量存在单独生产香料的企业，市场供应充分。

香料香精行业的下游行业包括食品饮料行业、日化行业和烟草行业等。

2、食品配料行业

工业巧克力、果酱等食品配料行业的上游行业是农副产品原料行业，包括可可、糖、水果等，相关农副产品的产量、价格、供应质量对巧克力及果酱行业的生产和销售有着重要的影响，原料的供应量及价格将直接影响食品配料企业的生产成本。

食品配料行业下游主要是食品饮料加工制造业及终端消费者，其中工业巧克力及果酱行业下游主要为冷冻饮品加工行业、烘焙加工行业、乳制品行业及终端消费者等。近年来，随着我国经济的增长和消费升级，多元化饮食文化逐渐被消费者所接受，下游消费者对不同口味食品饮料的需求不断扩大，带动了食品饮料行业的快速发展。同时，随着下游消费者口味的多元化，也要求食品饮料行业持续进行产品升级与创新。终端消费者对食品饮料口感、品质、健康、安全的不断重视，为食品配料行业的发展迎来了新的机遇。

（六）公司的行业地位

1、香精香料业务

自成立以来，公司始终坚持“企业发展、社会责任、员工幸福、客户满意”的企业宗旨，“管理科学、技术先进、产品优质、诚信高效”的质量方针及“安全和环保、创意和创新”的产品开发主题，注重人才、研发和设备投入，经过二十余年的发展，公司已逐步成长为国内香料香精行业知名企业之一，树立了“爱普”品牌在国内香料香精行业、尤其是食品用香精领域中的重要地位。公司是国内最大的食品用香精生产企业和名列前茅的香料香精生产企业，是香精香料民族品牌中能于外资同台竞争的不多的一员。

2、食品配料制造

（1）工业巧克力

工业巧克力产品主要销售给冷冻饮品企业、烘焙企业或烘焙饼房、糖果企业、乳制品企业等。

从全球范围来看，受制于品牌、资金、技术、规模、市场等多种因素，国内工业巧克力生产企业与国际大公司相比存在较大差距。

从国内市场来看，公司在技术、服务、成本、产品质量等综合指标上保持一定的竞争优势，工业巧克力业务在国内产能产量名列前茅。

（2）果酱

公司为目前国内规模较大的以果蔬及谷物为原料加工的果酱和果粒酱生产企业，产品主要销售给乳制品企业、烘焙企业及连锁饮品企业，用于各类直接消费食品的生产。

从国内市场来看，公司在技术、服务、产品质量等综合指标上保持一定的竞争优势。

3、食品配料贸易

为向下游食品饮料企业提供“香精+食品配料”的一体化服务，公司同时致力于食品配料贸易业务，主要经销国际知名品牌的乳脂制品（黄油、奶酪、稀奶油）、可可及巧克力制品和水果制品等，在国内食品配料贸易领域具有一定的竞争优势和影响力。

（一）报告期内公司所从事的主要业务、主要产品及其用途

公司主营业务为香料、香精和食品配料的研发、制造和销售；及食品配料贸易。

主要产品包括：香料（含合成香料和天然香料）、香精（含食用香精和日用香精）、食品配料（主要包括工业巧克力和果酱），同时经销国际知名品牌的乳脂制品（主要包括黄油、奶酪、淡奶油等），可可及巧克力制品、水果制品等食品配料。

公司主要销售的香料、食用和日用香精以及食品配料产品，最终广泛应用于食品饮料、日化等多个领域，在人们的日常生活中具有不可替代的作用。从公司产品的应用领域划分，下游行业主要包括：乳制品制造业、冷冻饮品制造业、饮料制造业、糖果制造业、焙烤食品制造业、肉制品加工业、洗涤用品（即肥皂及合成洗涤剂）制造业、口腔清洁用品制造业、化妆品（即美容和个人护理用品）制造业等。近年来，上述行业均呈现良性发展态势。

公司的巧克力产品为工业巧克力，即供应下游食品生产企业用于生产冷冻饮品、烘焙食品、巧克力糖果和乳制品等食品的巧克力。按产品用途分，主要包括冷冻饮品用巧克力、烘焙用巧克力和成品巧克力。

本公司主要巧克力产品明细及用途如下表所示：

品名	主要产品业务	产品图片
冰淇淋用巧克力	海外知名冰淇淋品牌（A）冷冻冰棒 海外知名冰淇淋品牌（B）冷冻冰棒 海外知名冰淇淋品牌冷冻冰棒	本图用于说明产品特征
冷冻饮品巧克力产品	知名冰淇淋品牌 海外知名冰淇淋品牌冷冻冰棒 海外知名冰淇淋品牌（A）冷冻冰棒 海外知名冰淇淋品牌（B）冷冻冰棒 海外知名冰淇淋品牌冷冻冰棒	
烘焙用巧克力	海外知名烘焙品牌冷冻冰棒 海外知名烘焙品牌冷冻冰棒 海外知名烘焙品牌冷冻冰棒	本图用于说明产品特征
成品巧克力	海外知名烘焙（A）冷冻冰棒 海外知名烘焙（B）冷冻冰棒	本图用于说明产品特征，非销售产品
糖果用巧克力	知名糖果品牌冷冻冰棒 海外知名糖果品牌冷冻冰棒	
乳制品用巧克力	海外知名乳制品品牌冷冻冰棒 海外知名乳制品品牌冷冻冰棒	本图用于说明产品特征

公司的果酱产品主要为原料类果酱，即供应食品生产企业，作为生产其他食品的原辅料的果酱，主要用于乳制品、烘焙食品、冷冻饮品和饮料产品等。按产品用途分，主要有酸乳类用果酱、冷冻饮品类用果酱、烘焙类用果酱三大类。按果酱中的内容物分，主要有水果果酱、水果谷物果酱和谷物坚果果酱三大类。

本公司主要果酱产品明细及用途如下表所示：

品名	产品图片	产品用途
酸乳类用果酱		酸乳类用果酱
冰淇淋用果酱		冰淇淋用果酱

（下转B486版）

爱普香料集团股份有限公司

2022第一季度报告

证券代码:603020　　证券简称:爱普股份

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性依法承担法律责任。

重要内容提示

公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证季度报告内容的真实、准确、完整，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。

公司负责人魏中浩、主管会计工作负责人冯林霞及会计机构负责人（会计主管人员）冯林霞保证季度报告中财务报表信息的真实、准确、完整。

第一季度财务报表是否经审计

□是 √否

一、主要财务数据

(一)主要会计数据和财务指标

单位:元　币种:人民币

项目	本报告期	本报告期比上年同期增减变动幅度(%)
营业收入	786,700,331.57	-4.09
归属于上市公司股东的净利润	47,211,121.04	-22.24
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	40,764,745.80	-28.03
经营活动产生的现金流量净额	67,721,175.20	104.16
基本每股收益(元/股)	0.1232	-35.06
稀释每股收益(元/股)	0.1232	-35.06
加权平均净资产收益率(%)	1.52	减少1.17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变动幅度(%)
总资产	3,946,447,695.07	3,864,748,701.98	2.11
归属于上市公司股东的所有者权益	3,139,568,447.97	3,092,204,190.09	1.53

(二)非经常性损益项目和金额

单位:元　币种:人民币

项目	本期金额	说明
非流动资产处置损益	10,772.50	
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	3,604,036.63	
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	6,549,818.38	
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-648,407.62	
减:所得税影响额	1,890,203.69	
少数股东权益影响额(税后)	1,179,640.96	
合计	6,446,375.24	

将《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》中列举的非经常性损益项目界定为经常性损益项目的情况说明

□适用 √不适用

(二)主要会计数据、财务指标发生变动的情况、原因

√适用 □不适用

项目名称	变动比例(%)	主要原因
预付款项	59.42%	主要系公司报告期内增加备货所致。
其他流动资产	46.20%	主要系子公司报告期内因火灾引起存货受损，理赔尚在处理中所致。
其他非流动资产	48.40%	主要系子公司报告期内预付设备款增加所致。
短期借款	176.56%	主要系报告期内子公司筹资需求增加所致。
应付职工薪酬	-89.95%	主要系公司报告期内发放薪酬所致。
财务费用	-226.98%	主要系公司报告期内大额存单应计利息所致。
其他收益	731.75%	主要系公司报告期内收到政府补助所致。
收回投资收到的现金	76.76%	主要系公司报告期内现金管理所致。
经营活动产生的现金流量净额	104.16	主要系公司报告期内销售商品、提供劳务收到的现金增加所致。
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	30.88%	主要系公司报告期内工程项目建设支付的现金增加所致。
投资支付的现金	79.52%	主要系公司报告期内现金管理所致。
吸收投资收到的现金	-100.00%	主要系公司报告期内未发生相关事项所致。
取得借款收到的现金	207.74%	主要系报告期内子公司筹资需求增加所致。

二、股东信息

(一)普通股股东总数和表决权恢复的优先股股东数量及前十名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	23,224	报告期末表决权恢复的优先股股东总数(如有)	0

前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股数量	持股比例(%)	持有有限售条件股份数量	质押、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
魏中浩	境内自然人	117,014,266	30.53	3,794,266	无	0
上海铁乐实业有限公司	境内非国有法人	13,320,000	3.48	0	无