

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股权激励预案

2024年中期利润分配方案:以公司总股本为基数,每10股派发现金红利1.20元(含税),合计派发现金红利1,991,965,296.60元(含税)。

2024年中期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。

该方案尚需提交公司2024年年度股东大会审议。

一、公司简介			第二节 公司基本情况	
股票种类		公司股票简称		变更前股票简称
A股	股票上市交易所	股票简称	股票代码	
	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	张振宏		李润竹	
联系地址	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40层	
电话	024-22811766		024-22817766	
传真	024-23505619		024-23505619	
电子信箱	zhangzhen@tolyroad.com		lirunzhu@tolyroad.com	

2、报告期内公司主要业务简介

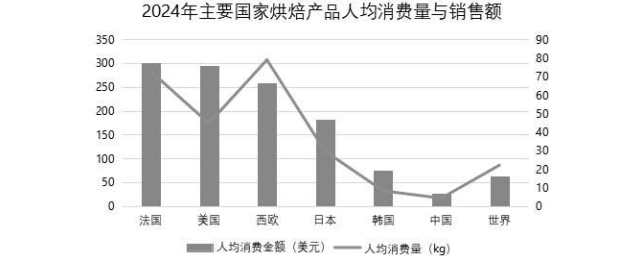
(一) 公司所属行业及主要业务

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CA1411)。

随着国内居民生活水平的提高和消费习惯的改变,烘焙面包行业在中国迎来了快速发展的机遇。消费者对烘焙食品的需求不断增长,面包、蛋糕、糕点等产品不仅作为主食,也成为休闲零食、节日食品,甚至成为一种时尚的生活方式,成为消费者饮食结构的重要组成部分。年轻一代饮食习惯的多样化,推动了烘焙行业的发展,烘焙食品在主流消费群体的渗透率有显著提高。

中国烘焙食品行业近年来经历了显著的增长与变革,成为食品工业中一个不可忽视的重要领域。随着人们生活水平的提高和消费观念的转变,烘焙食品已经从过去的节日食品逐渐转变为日常消费品,市场需求持续增长。

但对比全球主要国家或地区,中国人均消费量与欧美等国家还有较大的差距,也远低于饮食习惯相似的国家。随着中国消费者对烘焙食品的认知度的不断提高,中国烘焙食品的发展前景广阔。



数据来源:Euromonitor

2.行业周期性特点

烘焙食品作为快速消费品,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,节日性产品月份间也存在明显的销售波动,每年在传统节日前主要呈现集中爆发的特征。

3.短保质期供应链特点

短保质期烘焙食品供应链,通常需要更新鲜的原料和更严格的生产工艺来保持产品的新鲜度和口感。根据市场销售,短保质期的市场需求正在逐渐增长,消费者对于健康和新鲜食品的追求促使短保质期行业快速发展。在原料方面,短保质期面包更倾向于使用天然、无添加的食材,以减少防腐剂的使用,这不仅符合健康饮食的趋势,也提高了产品的品质。此外,短保质期面包在生产过程中对温度和湿度的控制更为严格,以确保面包在保质期内保持最佳的口感和品质。

随着消费者对健康饮食的重视,短保质期面包因其新鲜和健康的特点而受到青睐。短保质期的保质期通常在一周左右,远低于长保质期的几个月甚至一年,这就要求生产商在物流和供应链管理上做出更高的安排,以减少库存压力和食品浪费。

短保质期烘焙食品的发展受到多方面因素的影响,包括消费者对健康和新鲜食品的需求、原料和生产工艺的改进、以及市场竞争和技术创新等。随着消费者对食品品质要求的提高,短保质期行业有望继续保持增长势头,并在食品市场中占据更重要的位置。

(一) 公司主要产品及生产

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。该模式下,公司具有显著的成本优势,在面包的品质上,聚焦于少而精,追求于精品生产与销售规模,大规模的生产可降低公司的单位生产成本,直接提升公司的毛利率,可大幅降低公司的销售费用。同时,公司的技术研发人员具备技术经验丰富且队伍稳定,保证了产品质量,提高了公司的产品竞争力。目前公司主要产品为“桃李”品牌面包,此外,还生产月饼等产品,主要是针对传统节日开发节日产品。

公司始终致力于为客户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,建立稳定的品牌渠道及“中央工厂”+“批发”的经营模式确保产品品质的持续提升,实现公司综合竞争力的提升,提升公司品牌影响力,奠定公司的行业地位。

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开发与供应管理体系。特确定为合格供应商后,公司统一与供应商谈判,确定采购策略,负责供应商等主要采购策略,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。

在确保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价询价、比价以及议价的方式确定。当货源系统或行情上涨时,会提前进行备货及锁定价格的谈判,确保公司采购成本的同时保证供货的稳定性。采购部根据生产的物料需求计划,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多次采购。

公司对主要的面粉、油脂等大宗原材料实行集中采购的方式,并与供应商价格波动关联的采购,采用随行就市的定价方式。

公司不断加强与原材料供应商的合作,定期对供应商进行考核评价,或现场验厂。并根据考核结果进行确定合格供应商,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,消费者对产品品质要求更高的特点,公司采用“新鲜直达”的理念,根据门店销售制定生产计划,由中央工厂“统一生产”的工厂制定生产计划,产品质量稳定一致。月销售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。对于节日性产品,公司根据当月的销售情况,结合销售计划和促销计划,安排下一年度生产计划。在生产周期启动后,根据销售部门后续销售订单,生产计划部门会调整生产计划并反馈生产和前期准备工作。

主要产品的生产流程:

原料精选 → 称量配料 → 中粉面团搅拌 → 二次醒发 → 烘烤 → 二次醒发 → 成型 → 主面团醒发 → 冷却、包装 → 检验

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、社区店等渠道;线上渠道包括特快、快手等电商渠道和天猫、京东等电商平台,社区团购平台美团、饿了么、美团优选等渠道。

针对线下渠道,公司目前主要通过直营和经销商两种模式进行销售。一是对付大型连锁商超(KA客户)和公司所在区域的中小型商超,公司采取直营模式;二是对付外埠市场的便利店、食品店、小卖部,公司通过经销商销售的模式运营。截至2024年12月31日,公司经销商情况如下表所示:

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	19	19
东北地区	274	6	8
华东地区	212	22	16
西南地区	130	25	52
西北地区	74	8	7
华南地区	33	0	17
华中地区	53	38	25
总计	999	118	144

注:经销商变更也在经销商管理统计计划范围内。

公司设有营销部,按销售区域进行划分,负责子公司及经销商的全面营销管理,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一系列的管理制度和营销工作流程。

公司及子公司营销部下辖KA客户部负责管理服务所在区域的KA客户,中心城市中、小型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、小型客户部负责服务所在中、小型商超区域的中小商超商超、便利店等客户。

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

(三) 公司市场地位

自1993年设立山东桃李以来,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30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。鉴于公司品牌影响力及公司的技术实力,公司与多家权威机构合作,获得了多项荣誉和认证,包括中国焙烤食品糖制品工业协会(CAIC-2002-2018)、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《面包包装通则GB/T20981-2013》行业标准。

2023年根据欧睿数据(Euromonitor)公布的公司销售数据统计,《桃李面包、短保质期全国销量位居第一》(按2023年品牌“中国十大品牌”)位列第一。短保质期定义为:保质期小于等于15天在零售渠道中销售的预包装面包,不包括超市自有品牌和散装产品。

2024年根据欧睿数据(Euromonitor)公布的公司销售数据统计,《桃李面包、短保质期全国销量位居第一》(按2023年品牌“中国十大品牌”)位列第一。短保质期定义为:保质期小于等于15天在零售渠道中销售的预包装面包,不包括超市自有品牌和散装产品。

烘焙食品行业研究机构的《2018-2023年中国烘焙食品行业品牌竞争力研究报告》指出,公司通过对烘焙食品四大上市企业经营活动对比分析中,所述桃李面包公司为四大烘焙上市公司中规模最大、市值最高的公司。

(四) 报告期内业绩驱动因素

一直以来,公司以为社会提供高性价比的产品,“让更多人爱上面包”为使命,通过持续创新塑造的竞争力,不断提升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牌影响力实现产品的差异化产业化,并依托强大的品牌影响力和较为完善的营销网络将产品快速推向市场,在传递让每个人吃上安全、健康、美味高性价比产品的同时实现企业自身的健康、稳定发展。

3.1 近三年的主要会计数据和财务指标

	2024年	2023年	本年比上年增减(%)	2022年
总资产	7,074,655,313.64	7,047,591,787.54	0.38	6,621,873,673.53
归属于上市公司股东的净资产	5,132,483,823.56	5,087,112,957.88	0.89	5,025,778,899.06
营业收入	6,087,158,512.65	6,758,573,196.57	-9.93	6,686,263,321.97
归属于上市公司股东和扣除非经常性损益的净利润	322,083,969.80	574,044,868.48	-9.05	639,890,850.47
经营活动产生的现金流量净额	497,436,278.36	551,747,110.58	-9.84	629,197,246.44
加权平均净资产收益率(%)	997.797,814.92	810.608,998.82	23.09	1,066,390,988.94
基本每股收益(元/股)	10.22	11.56	减少1.34个百分点	13.10
稀释每股收益(元/股)	0.3264	0.3588	-9.05	0.4000
稀释每股收益(元/股)	0.3264	0.3588	-9.05	0.4000

3.2 报告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	1,400,021,318.6	1,620,886,437.43	1,626,610,203.72	1,439,629,552.64
归属于上市公司股东的净利润	115,320,925.14	174,714,359.64	145,110,013.51	87,828,671.51
归属于上市公司股东和扣除非经常性损益的净利润	108,989,466.10	168,648,882.74	136,730,894.95	83,067,034.57
经营活动产生的现金流量净额	192,595,594.70	245,516,714.48	266,188,228.44	313,857,277.30
每股收益与加权平均净资产收益率	10.22	11.56	减少1.34个百分点	13.10
基本每股收益(元/股)	0.3264	0.3588	-9.05	0.4000
稀释每股收益(元/股)	0.3264	0.3588	-9.05	0.4000

注:数据与未经审计定期报告数据差异说明

4.4 股权激励

4.1 报告期内及年报披露前一个月末的普通股股东总人数、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人数及前10名股东情况

单位:股						
截至报告期末普通股股东总人数(人)	66,352					
年度报告披露前一个月末的普通股股东总人数(人)	64,265					
前10名股东持股情况(不含通过融资融券出借股份)						
股东名称(全称)	报告期末持股数量	持股比例(%)	持有有限售条件股份的数量	质押、标记及冻结情况	股东类型	
吴学群	0	389,402,093	24.34	0	质押 194,442,000	境内自然人
吴学亮	0	229,647,670	14.36	0	无	境内自然人
吴志刚	0	151,528,282	9.47	0	无	境内自然人
盛雍莉	0	131,000,428	8.19	0	无	境内自然人
盛亮	0	37,003,479	2.31	0	无	境内自然人
盛雍莉	0	36,385,193	2.27	0	无	境内自然人
盛利	0	27,840,033	1.74	0	无	境内自然人

截至报告期末普通股股东总人数(人)

年度报告披露前一个月末的普通股股东总人数(人)

前10名股东持股情况(不含通过融资融券出借股份)

股东名称(全称)

报告期末持股数量

持股比例(%)

持有有限售条件股份的数量

质押、标记及冻结情况

股东类型

吴学群

0

389,402,093

24.34

0

质押 194,442,000

境内自然人

吴学亮

0

229,647,670

14.36

0

无

境内自然人

吴志刚

0

151,528,282

9.47

0

无

境内自然人

盛雍莉

0

131,000,428

8.19

0

无

境内自然人

盛亮

0

37,003,479

2.31

0

无

境内自然人

盛雍莉

0

36,385,193

2.27

0

无

境内自然人

盛利

0

27,840,033

1.74

0

无

境内自然人

桃李面包股份有限公司

2024 年度报告摘要

汇添富基金管理股份有限公司-汇添富新金17022组合	1,566,632	23,881,284	1.49	0	无	0	未知
全国社保基金四一三组合	19,200,089	19,200,089	1.20	0	无	0	未知
中国农业银行股份有限公司-招商中证消费动力股票型证券投资基金	16,380,000	16,380,000	1.02	0	无	0	其他
上述股东之间关系或一致行动的情况							
上述股东之间关系或一致行动的情况				吴学军、吴学群、吴志刚、熊维晋为公司控股股东、实际控制人，上述四人之间存在亲属关系。			
未知其他未知股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。				无			