

公司代码：603020

公司简称：爱普股份



# 爱普香料集团股份有限公司 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 <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

经上会会计师事务所（特殊普通合伙）审计，截至2022年12月31日公司期末可供分配利润为人民币974,714,624.81元。经董事会决议，公司2022年年度以实施权益分派股权登记日登记的总股本（扣除公司回购专用证券账户中的股份数量）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 0.60 元（含税）。截至 2022 年 12 月 31 日公司总股本 383,237,774 股，扣除公司回购专用证券账户中的股份数量 7,600,000 股为计算基数进行测算，本次利润分配可享受现金红利的股数为 375,637,774 股。合计拟派发现金红利为 22,538,266.44 元（含税）。最终实际分配总额以实际权益分派股权登记日时有权参与本次权益分派的总股数为准计算。公司通过回购专用账户所持有的本公司股份，不参与本次利润分配。

2022 年，公司以集中竞价交易方式回购股份金额为 78,584,235.60 元（不含交易费用），根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 7 号——回购股份》的相关规定，公司当年已实施的股份回购金额视同现金分红，纳入该年度现金分红的相关比例计算。结合公司本年度已实施分红金额合并计算，公司 2022 年度现金分红占本年度合并报表中归属于上市公司股东净利润的 91.91%。剩余未分配利润结转下一年度。

2、公司不进行资本公积金转增股本，不送红股。

3、如在利润分配方案公告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，因可转债转股/回购股份/股权激励授予股份回购注销/重大资产重组股份回购注销等致使公司总股本发生变动的，公

司维持每股分配比例不变，相应调整分配总额，并将另行公告具体调整情况。

本次利润分配方案尚需提交股东大会审议。

## 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	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

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）及最近一次《上市公司行业分类结果》，公司的门类名称及代码为：制造业（C），行业大类代码为：14，行业大类名称：食品制造业。

#### （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、包装企业及相关科研、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、法规及管理辦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。

## 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。
工业和信息化部、人力资源社会保障部、生态环境部、商务部、市场监管总局 (2022年6月)	《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》	《指导意见》提出未来四年轻工业的发展目标。到2025年，轻工业综合实力显著提升，占工业比重基本稳定，扩内需、促消费的作用明显，服务构建新发展格局、促进经济社会高质量发展的能力增强。

### （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
工业和信息化部、人力资源社会保障部、生态环境部、商务部、市场监管总局 (2022 年 6 月)	《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》	《指导意见》总体要求坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，立足新发展阶段，完整、准确、全面贯彻新发展理念，构建新发展格局，以推动高质量发展为主题，以深化供给侧结构性改革为主线，以改革创新为动力，以满足人民日益增长的美好生活需要为根本目的，深入实施数字化助力消费品工业“三品”行动，构建具有更强创新力、更高附加值、更加可持续发展的现代轻工产业体系，实现我国轻工业由大到强的跨越。
国家卫生健康委 (2022 年 8 月)	《食品安全标准与监测评估“十四五”规划 (2021-2025 年)》	“十四五”时期主要任务包括完善最严谨的食品安全标准体系。立足食品安全治理需求，提高食品安全标准的科学性与严谨性。对现有食品安全标准体系开展系统分析研究，对标国际先进标准，契合国际先进风险管理理念和我国发展实际，打造更高质量的食品安全标准体系。跟踪种植养殖、生产加工、储运、餐饮等各环节食品安全标准需要，加快制修订食品中污染物限量、致病菌限量、食品添加剂使用、标签标识等通用标准，补充完善食品生产经营规范标准，更新增补理化、微生物和毒理检验方法标准，完善食品添加剂和食品相关产品等标准。食品安全标准体系协调性和完备性不断提升，全面涵盖我国居民日常消费食品类别，涉及主要健康危害因素。
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》	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。

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，加速淘汰业内不规范、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嗅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物。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 2021 年 6 月中国食品添加剂和配料协会关于发布《食品配料分类》团体标准的公告，食品配料包括碳水化合物、蛋白类、油脂类、提取物、果蔬制品、可可及咖啡制品、乳制品等共 18 类。

### 2）工业巧克力的定义和分类

公司生产的食品配料产品主要为工业巧克力。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。

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），巧克力的主要分类如下：

项目	分类依据	分类	含义
巧	按	（纯可可 黑巧克力	是以可可制品（可可脂、可可块或可可液块、可

克 力	原 料 分	脂) 巧克力	牛奶巧克力	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 $\leq 5\%$ )	
			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		

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》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。

## （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。政府相关部门陆续出台了一系列政策措施，对食品生产环节和市场流通环节进行了规范，确保了食品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

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，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

随着我国国内居民人均可支配收入的持续增长，终端消费者对食品多元化的要求不断提高。食品饮料产业进入了营养升级、口味升级、市场细分升级等新阶段，食品用香精和食品配料的市场容量不断扩大。

#### （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制造业和餐饮业的需求。

#### （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蒸馏法、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、行业的抗周期性特点

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，其应用领域渗透在生活中的方方面面，且与国民经济发展和居民生活保障密切相关，因此，没有明显的周期性。

## 3、行业的区域性特点

食品配料行业国内起步较晚，工业巧克力的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

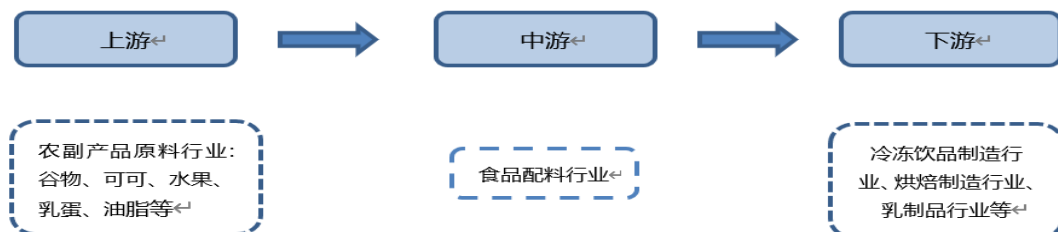
### 1、香料香精

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，带动了食品配料行业的快速发展。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

公司自成立以来，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之一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与外资同台竞争的不多的一员。公司同时致力于向下游食品饮料企业提供“香精+食品配料”的一体化服务，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，同时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，公司在国内食品配料领域具有一定的竞争优势和影响力。

##### 1、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），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。公司主要巧克力产品明细及用途如下表所示：

品名	细分产品名称	产品用途
即用产品	纯可可脂即用软质黑（白）巧克力酱 代可可脂即用软质黑（白）巧克力酱 代可可脂即用软质果味巧克力酱	主要用于冷冻饮品涂层 
冷冻饮品 巧克力产品	焦糖巧克力脆皮酱 代可可脂牛奶巧克力脆皮酱 代可可脂黑（白）巧克力脆皮酱 代可可脂夹心巧克力脆皮酱	
耐烘烤巧克力 块	纯可可脂耐烘焙巧克力块 代可可脂耐烘焙巧克力块 代可可脂耐烘焙夹心巧克力块	主要用于烘焙产品 
风味巧克力粉	纯可可脂黑（白）巧克力粉 代可可脂黑（白）巧克力粉	主要用于冷冻饮品、烘焙产品 

<p>耐烘烤巧克力 水滴</p>	<p>纯可可脂耐烘焙巧克力水滴 代可可脂耐烘焙巧克力水滴</p>	<p>主要用于烘焙产品</p> 
<p>纯可可脂巧克 力、代可可脂巧 克力</p>	<p>特醇 66% (58%) 黑巧克力片 特浓牛奶巧克力片 焦香牛奶巧克力片 香纯白巧克力片</p>	<p>主要用于终端消费</p> 

## 2、经营模式

### (1) 采购模式

#### 1) 香料、香精和食品配料的生产业务

香料、香精方面，对于需求规模较大的常用原材料，计划部根据历史数据估算年需求量，由采购部根据库存情况和市场行情，分批次采购；对于新研发产品和生产规模较小产品所需的原材料，销售部门订单到达计划部后，计划部核查库存材料，如发现无相应库存材料，则向采购部门下达采购计划。采购部门收到计划后，与相应的研发、生产工程师联系，了解采购原料的特殊要求，取得其对原材料样品的确认后（香精生产对原材料有较为苛刻的品质、产地要求），发出订单购买。

工业巧克力方面，采购的原材料主要包括可可粉、可可脂、奶粉、白砂糖等。公司设有专门的采购部门，负责原材料的采购工作，目前已拥有一批稳定的供应商，供应渠道稳定。

#### 2) 食品配料贸易

在食品配料采购方面，公司经销的食品配料以进口货物为主，需要根据对上下游厂商的调查及对市场的判断，提前 3-6 个月制定采购计划，向供应商下达采购订单并锁定采购价格；而国内采购的少量配料则根据客户需求向供应商即时采购。

### (2) 生产模式

公司香料、香精生产采用“以销定产”模式、严格按订单实施生产。销售部门对客户合同或订单审核后，结合库存情况制订销售计划，并发至计划部。计划部结合库存成品、原辅料库存情况和车间生产能力，编制生产计划至相关部门和车间组织生产。生产部门按照相应生产计划准备所需物料、工具等，并开始按照要求进行生产。在生产完成后，品管部在规定时间内按公司质量检验标准进行检验，出具检验报告，对于不合格之产品，及时与生产、技术等部门取得联系，分析原因，妥善处理。产品经验收合格后，车间按产品类别分类办理入库手续，仓库依据入库单和合格之检验报告进行验收，并办理入库。

公司工业巧克力的生产主要以“以销定产”和部分备货相结合的模式来制定日常生产作业计划，进行合理的生产调度、管理和控制。在生产流程把控方面，公司严格执行质量安全管理制，并对每个生产环节进行实时监控，在确保提供高品质巧克力产品的前提下适当节约生产成本以求扩大利润空间。

### （3）销售模式

公司对香料、香精和食品配料（贸易部分）的销售均采用“经销+直销”的横向与纵向相结合模式：即在全国重要省市设立销售子公司，一方面对重要的客户采取专人直销服务（直销），另一方面对当地或周边地区的小规模客户通过经销商进行销售，即公司采取买断的方式将产品销售给经销商、再由其对外销售（经销）。在横向上，“经销”可以增加公司产品的辐射度和所服务的客户数量，能够不断扩大产品占有率；在纵向上，“直销”可以针对重要客户进行产品开发和业务渗透，在现有产品的基础上通过导入产品组合、食品用香精和食品配料的一体化服务，提升客户对公司产品和服务的全方位认知，建立战略伙伴关系。通过“横向与纵向结合”的销售模式，公司有效拓展并稳定提升了相关产品在香料香精和食品配料市场的占有率。通常情况下，公司与主要客户、经销商签订年度《供货合同》或《购销合同》等，约定产品的质量、交货方式、结算方式等，在合同有效期内由客户按需向公司发出具体订单，并约定具体包装规格、数量、交货日期等。

公司工业巧克力主要面向食品加工制造企业，销售基本以直销为主。公司根据客户订单情况，结合市场形势组织采购和生产。生产部门提供销售部门的订单，按照客户对产品等级、规格、包装、到货时间等要求，统筹安排生产计划，调度车间生产，生产加工出符合客户需求的产品，并运至客户指定地点。

报告期内，公司的经营模式未发生变更。

### 3、主要的业绩驱动因素

公司自成立以来，一直专注于香料、香精和食品配料领域的发展，依托自身在技术研发、产品质量、种类和结构、营销网络和服务水平等方面的优势，取得客户的充分信任，实现经营业绩的长期、持续稳定。

### 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

	2022年	2021年		本年比上年增减(%)	2020年	
		调整后	调整前		调整后	调整前
总资产	3,870,460,661.92	3,846,474,199.48	3,864,748,701.98	0.62	2,758,354,296.53	2,790,851,799.03
归属于上市公司股东的净资产	3,069,048,595.03	3,068,284,164.27	3,092,204,190.09	0.02	2,185,581,819.28	2,223,442,925.73
营业收入	3,202,241,477.58	3,344,556,762.67	3,344,556,762.67	-4.26	2,668,255,089.70	2,668,255,089.70
归属于上市公司股东的净利润	110,023,003.81	202,604,790.46	188,663,709.83	-45.70	169,236,456.22	170,235,002.52
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	87,228,939.58	129,347,728.07	115,406,647.44	-32.56	127,907,183.78	128,905,730.08
经营活动产生的现金流量净额	82,416,476.23	136,869,229.20	136,869,229.20	-39.78	220,238,943.33	220,238,943.33
加权平均净资产收益率(%)	3.59	8.50	7.81	减少4.91个百分点	7.97	7.88
基本每股收益(元/股)	0.2893	0.6130	0.5708	-52.80	0.5289	0.5320
稀释每股收益(元/股)	0.2893	0.6130	0.5708	-52.80	0.5289	0.5320

#### 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	786,700,331.57	804,325,319.78	748,033,381.03	863,182,445.20
归属于上市公司股东的净利润	47,211,121.04	44,093,927.08	22,485,691.26	-3,767,735.57
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	40,764,745.80	36,691,909.97	14,981,890.90	-5,209,607.09
经营活动产生的现金流量净额	67,721,175.20	5,887,648.50	-15,385,034.17	24,192,686.70

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

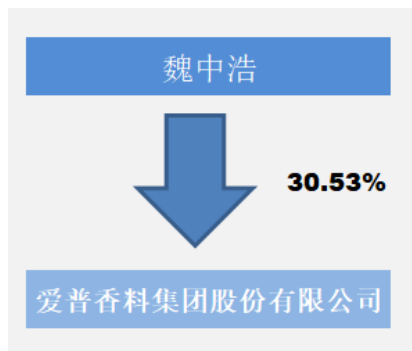
##### 4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					21,165		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					21,612		
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	
魏中浩	0	117,014,266	30.53	3,794,266	无	0	境内自然人
上海轶乐实业有限公司	0	13,320,000	3.48	0	无	0	境内非国有法人
上海馨宇投资管理有限公司	0	13,000,000	3.39	0	无	0	境内非国有法人
中国国际金融股份有限公司	-191,554	6,486,054	1.69	0	无	0	国有法人
肖峻	0	5,116,312	1.34	0	无	0	境内自然人
刘建军	740,000	4,830,000	1.26	0	无	0	境内自然人
上海新建建设投资有限公司	0	3,600,000	0.94	0	无	0	境内非国有法人
海南谦信私募基金管理有限公司—谦信国赢 1 号私募证券投资基金	3,484,734	3,484,734	0.91	0	无	0	未知
东方证券股份有限公司	-3,531,746	3,213,616	0.84	0	无	0	国有法人
王瑾	220,000	2,950,510	0.77	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明		魏中浩先生与上海轶乐实业有限公司为一致行动人。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		不适用					

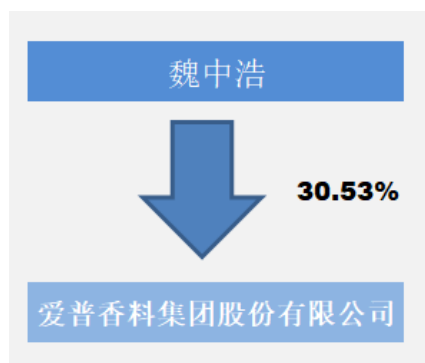
##### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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 32.02 亿元，同比下降 4.26%；实现归属于上市公司股东的净利润 1.10 亿元，同比下降 45.70%。

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

爱普香料集团股份有限公司

董事长：魏中浩