

公司代码：605300

公司简称：佳禾食品

**佳禾食品工业股份有限公司**  
**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](http://www.sse.com.cn) 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 一、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 二、公司全体董事出席董事会会议。
- 4 天衡会计师事务所（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

经天衡会计师事务所（特殊普通合伙）审计，截至 2023 年 12 月 31 日，佳禾食品工业股份有限公司（以下简称“公司”）期末母公司可供分配利润为人民币 770,673,379.73 元。经董事会决议，公司 2023 年度拟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股份数量后的股份总数为基数分配利润。本次利润分配方案如下：

公司拟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股份数量后的股份总数为基数，向全体股东（公司回购专用证券账户除外）每 10 股派发现金红利 2.80 元（含税）。截至 2024 年 3 月 31 日，公司总股本 400,010,000 股，扣除公司回购专用证券账户中 1,264,001 股，以此计算合计拟派发现金红利 111,648,879.72 元（含税）。本年度公司现金分红比例为 43.32%。2023 年度不进行资本公积金转增股本及送红股。

本次利润分配预案尚需提交公司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	佳禾食品	605300	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	柳新仁	郜忠兰
办公地址	江苏省苏州市吴江区中山南路518号	江苏省苏州市吴江区中山南路518号
电话	0512-63497711-836	0512-63497711-836
电子信箱	ir@cograin.cn	ir@cograin.cn

## 2 报告期公司主要业务简介

### （一）公司所处行业分类

报告期内，公司主要从事粉末油脂、咖啡、植物基及其他产品的研发、生产和销售业务。依据国家统计局发布的《国民经济行业分类标准》（GB/T4754-2017），公司主要产品的行业分类情况具体如下：粉末油脂产品归属于 C14 食品制造业，咖啡、植物基及其他产品归属于 C15 酒、饮料和精制茶制造业。

### （二）公司所处行业情况

#### 1、粉末油脂行业发展概况

根据华经产业研究院发布的《2024-2030 年中国植脂末行业市场深度研究及投资战略规划报告》，2023 年中国植脂末产量约为 98.52 万吨，同比增长 8.24%，植脂末需求量约为 77.12 万吨，同比增长 9.72%。目前我国粉末油脂年消费量近 80 万吨，近三年复合增长率为 11.4%，仍然保持高速增长。公司油脂粉末市场主要分布在茶饮、食品工业、外贸领域，各领域业务份额占比相对稳定，在经营周期内各领域达成了预期增长目标。

根据艾媒咨询数据显示，2023 年中国新式茶饮市场规模将达 3,333.8 亿元，随着新式茶饮消费场景更加多元化，品类不断创新拓宽，消费者对新式茶饮的热情持续上升，预计 2025 年中国新式茶饮市场规模达到 3,749.3 亿元。由此可见，中国新式茶饮行业仍存在较大市场空间和发展潜力，新式茶饮行业的发展亦会有力带动上游粉末油脂行业的发展。

外贸方面概况：近年来，具备出海实力的中国新式茶饮品牌开始向海外市场拓展。根据美团美食联合咖门发布的《2022 茶饮品类发展报告》，预计到 2025 年，全球茶饮市场的总范围将到达 3,185.6 亿美元。世界范围内茶饮消费规模稳定增长，高消费人群基数，消费者饮茶年龄趋年轻化，饮品趋健康化，新茶饮及粉末油脂市场前景广阔。

#### 2、咖啡行业发展概况

在咖啡业务上，为保障咖啡行业平稳健康发展，近几年国家及地方政府陆续出台系列相关政策，具体包括产业发展政策、原料进出口及贸易政策、外商投资政策等，积极鼓励并助推中国咖

啡行业稳健发展。

根据艾媒咨询数据，2022 年中国咖啡行业市场规模达 4,856 亿元。同时，中国咖啡市场预计将保持 27.2% 的增长率，远高于全球 2% 的平均增速。2023 年 1 月 1 日起施行的《鼓励外商投资产业目录(2022 年版)》包括全国鼓励外商投资产业目录和中西部地区外商投资优势产业目录两部分，均提出鼓励咖啡产业发展。2023 年云南省地方政府连续推出了四个与咖啡相关政策，鼓励地方大力发展咖啡等高附加值产业，并组建一批专家团队，攻克共性技术和核心关键技术，建设全面的现代农业体系。中国咖啡市场高速革新，互联网刺激多元咖啡品牌涌现，推动中国咖啡进入品类、体验双重升级新时代，多元化趋势明显。

根据《2023 中国城市咖啡发展报告》显示，中国咖啡市场仍处于相对早期，总消费量与人均消费量远低于欧美、日韩等成熟市场，增长潜力极大。全产业链深度布局成为构建品牌核心竞争力的关键。现制咖啡规模增速亮眼，地位逐年提升，消费场景丰富，满足各类型人群需求。性价比和品质齐头并进，中低价咖啡占比提升，咖啡品牌向低线城市渗透，下沉市场发展明显。在新生代消费者引领下，多层次需求迸发，打破原有场景边界实现破圈绑定，成为时下有效营销新风向，在消费升级浪潮下，内容营销逐渐打破原有边界，实现领域拓展。

### 3、植物基行业发展概况

从全球来看，植物基市场在近几年已从初始的市场探索期，逐渐进入了迅速发展的推广期，包括燕麦奶在内的植物基行业的市场潜力较大。在追求健康饮食热潮的加持下，近年来欧美和中国消费者对植物基奶的接受度加速提升，欧美和中国市场植物基奶的渗透率也加速提升，植物基奶获得广阔的市场发展空间。随着人民生活水平、健康意识的提升，对优质蛋白的摄入会越来越多，消费者对燕麦奶的需求量大大增加，燕麦奶在中国具有较大的市场潜力。

我国植物基饮品行业处于“植物蛋白饮料向植物基奶定位转变”的品类演变重要战略机遇期，发展前景广阔。近几年来，植物基奶市场快速崛起，植物基奶以“牛奶替代品”的定位推向市场，更符合消费者日益增长的营养健康需求，且更符合当前低碳环保的发展趋势。植物基奶相比传统植物蛋白饮料定价更高，消费场景为日常饮用，具有消费频次更高的特点。

2022 年 3 月，国家粮食和物资储备局印发《“十四五”粮食和物资储备科技和人才发展规划》，规划明确指出：要把“粮油营养新技术示范”作为“粮油营养健康领域重点创新任务”之一，“推进零添加燕麦乳等具有创新优势的粮油营养食品创制”。根据艾媒咨询统计，2022 年中国燕麦奶市场规模为 60 亿元，增速超 50%，2023 年中国植物蛋白饮料市场规模约 1,400 亿元，增速超 10%。综上，燕麦奶等植物基产业的发展具有良好的政策背景。预计在未来的两年中，燕麦奶的市场规模

保持逐年上升的趋势，同比增长率保持在 45%左右。

上市以来，公司重新调整企业发展蓝图，以“开启植物营养新时代”为使命，致力于“佳禾让生活更添健康和美味”的企业愿景。根据公司的发展战略，公司将持续聚焦于现有核心业务的内生式增长，未来公司将以粉末油脂业务、咖啡业务、植物基业务以及创新食品业务为主要发展引擎，共促协同发展战略，为客户提供安全、健康、优质、美味的产品，并以优良的产品品质、先进的研发技术为客户提供全方位的食品饮料解决方案。

## 1.主要业务和产品

### （1）粉末油脂业务

粉末油脂是公司的核心产品之一。公司的粉末油脂产品主要包括奶茶用粉末油脂、咖啡用粉末油脂、烘焙用粉末油脂等。近年来，公司全面实现 0 反非氢化，契合当前消费者对于粉末油脂的需求和未来发展趋势，带动茶饮行业产品升级和健康发展。

公司先后参与起草《植脂末》《粉末油脂》《植物基奶油》等多项标准，深耕专用油脂领域。公司建有健康粉末油脂（国际）联合创新中心、苏州市功能性粉末油脂工程技术研究中心等研发载体。公司参与申报的、以粉末油脂产品为代表的《食品工业专用油脂升级制造关键技术及产业化》项目荣获“2020 年度国家科学技术进步奖二等奖”。公司的植脂末（粉末油脂）产品也是江苏省“专精特新”产品。同时，公司陆续推出冷溶植脂末、耐酸植脂末等专利技术产品，自主研发的发泡粉末油脂产品，从而进一步丰富了公司的产品结构，满足客户差异化的需求。

据华经产业研究院统计，2023 年中国植脂末产量约为 98.52 万吨，同比增长 8.24%，植脂末需求量约为 77.12 万吨，同比增长 9.72%。未来公司将继续加大研发投入和工艺技术创新，积极布局下游市场和销售渠道，拓展国内外优质客户群体，进一步提升公司粉末油脂业务经营规模和市场占有率，巩固在粉末油脂行业内的领先地位。同时，充分利用公司在粉末油脂行业积累的核心技术和行业经验，顺应粉末油脂产品健康化和功能化的发展趋势，开发满足市场需求的功能性粉末油脂产品，在进一步优化产品结构、丰富产品品种的同时，带动粉末油脂产品的升级和健康发展。

### （2）咖啡业务

“咖啡”是世界三大饮品之一，因具有独特的醇香风味和提神作用，成为现代人日常生活的流行饮品。公司的咖啡产品主要包括速溶咖啡、咖啡固体饮料、冷萃咖啡液、焙烤咖啡豆、研磨咖啡粉、热萃咖啡液、冻干咖啡等，涵盖咖啡的全产品链。公司拥有自主研发的冷萃咖啡标准化产线，工厂通过 ISO9001、ISO14001、HALAL 认证、FSSC22000 认证、雨林联盟（RA）认证。

随着国内咖啡消费理念的快速传播以及消费习惯的逐步养成，近年来中国咖啡市场已处于高速增长阶段。中国咖啡市场仍处于相对早期，总消费量与人均消费量远低于欧美、日韩等成熟市场，增长潜力极大。中国咖啡市场仍处于相对早期，总消费量与人均消费量远低于欧美、日韩等成熟市场，增长潜力极大。虽然中国咖啡人均饮用杯数仅为 9 杯/年，但一、二线城市的咖啡消费量要远高于此。同时，在一、二线城市的带动下，咖啡消费浪潮也在逐步辐射至三、四线城市。

未来公司将充分发挥咖啡业务与粉末油脂业务的协同效应，加大对咖啡在不同场景下应用的研究投入，针对细分市场和客户群持续推出高品质的咖啡产品，并通过实施咖啡扩产建设项目，提升公司咖啡产品的档次及附加值，增强公司咖啡产品的竞争力。此外，公司将紧抓咖啡市场快速增长的机遇，加大市场开拓和营销力度，积极与下游大型食品及饮料客户合作，提升公司品牌知名度，促进咖啡业务持续增长，进一步提升公司盈利水平。

### （3）植物基业务

随着环保和健康意识的增强，近些年全球植物基概念兴起，植物基饮料涵盖所有类型的植物基蛋白饮料，包括大豆、大米、坚果（如花生、杏仁）、谷物（如燕麦、藜麦、玉米）、种子（如亚麻籽、奇亚籽）和椰子饮料等。公司植物基产品主要包括有机燕麦奶，燕麦浆，燕麦粉以及厚椰乳、椰浆产品等。公司与国家粮科院在燕麦奶与植物奶方面有着深入的联合开发、成果产业化等方面合作。

2023 年成功推出了“非常麦”有机燕麦系列，凭借其优质的产品特性和健康的品牌形象，赢得了市场的认可。并成功走向海外，远销至新加坡等海外地区。在海外市场，产品同样受到了消费者的青睐，销售额呈现出积极的增长态势。这一成果不仅为品牌国际化战略打下了坚实的基础，也为公司的长远发展注入了新的动力。

### （4）创新食品等业务

创新食品是公司产品多元化的重要补充，以满足客户一站式采购的需求。

多年来，公司在食品配料行业深耕细作，精准定位市场需求，积极深挖专业客户需求并通过持续不断的创新，将创新成果付诸产业化。持续为茶饮、咖啡、烘焙、大餐饮等渠道开发出精准的、适配的标准化产品。公司将 UHT 无菌灌装技术应用于果冻、布丁、预制无菌豆花、烧仙草等领域，为广大新茶饮、餐饮客户提供了即食的果冻、布丁、豆花、烧仙草产品，在标准化门店菜单的同时，节约了时间，且极大地降低了茶饮小料、预制菜的成本。公司洞察到客户的差异化需求，以茶饮市场需求为导向开发出 4 倍浓缩的“卡丽玛”浓醇牛乳产品以及浓郁顺滑的咖啡饮品浓缩奶油产品，积极倡导饮品配料的“液体化”，适时为市场提供更多解决方案，助力行业革新。

粉末油脂



粉末油脂  
产品应用举例



咖啡



咖啡  
产品应用举例



植物基



植物基  
产品应用举例



## 糖浆



## 糖浆 产品应用举例



## 创新食品



## 创新 产品应用举例



## 2、公司经营模式及运作策略

### (1) 采购模式

公司采用“以产定购”的采购模式，公司有完备的 ERP 系统，所有销售订单定期汇总通过物料管理系统以及排产系统形成各类原物料需求单以及生产计划。最后由生产计划及原物料需求单形成具体的采购清单。采购部门基于对宏观经济、行业经济及市场情况的判断，再综合合格供应商的报价情况、结算模式等因素，凭借公司的规模优势，与供应商签订长期框架协议，并根据市场情况及销售订单情况及时锁定原料价格，从而在一定程度上降低原材料的价格波动风险。同时，公司根据产品特性以及年度经营预算，对于大宗通用性原料预测分析后进行部分战略性采购。公司在经营过程中严格控制库存，公司每日编制原材料库存表；在保证安全库存的前提下，根据市场原材料波动情况，对库存进行合理的优化以降低原材料持有成本。

公司已制定并完善了《原物料采购管理办法》《采购控制程序》《原物料供应商评审及管理办法》等文件及制度，建立了完善的采购流程，同时引进采购管理系统 SRM 系统，并严格按照流



程进行采购。公司原材料采购由采购部统筹管理，采购部门通过对供应商的生产能力、产品质量、交期等方面的综合考察，形成合格供应商名录，并定期对在册合格供应商进行考核以确保原材料采购的稳定可靠。

### （2）生产模式

公司依据市场需求、行业发展状况、自身运营及销售情况，在结合自身的生产能力后制定生产计划，合理调配资源，组织生产制造。具体来看，公司综合年度销售计划、产品更新及迭代进度、往年销售数据，结合库存情况，根据市场预测适时提前安排生产，以便在客户订单下达时及时完成生产并交货，这种方式有利于合理配置产能、缩短供货时间，快速响应市场的订货需求。

公司生产经营工作总体由生产计划部统筹，生产计划部负责生产、仓储、物流、采购等各部门的协调联络，并通过 ERP 系统下达生产指令。生产计划部根据年度/月度生产计划，结合客户滚动订单需求及产品库存情况进行生产效率分析与优化，据此制定周生产计划并下达生产订单。各生产部门依据生产订单领用相应原辅材料，安排生产人员的排班作业，执行生产制造，完成产品的生产工作；同时，各生产阶段实施严格的产品质量监测，确保产品品质稳定可靠。

### （3）销售模式

根据多年深耕粉末油脂、咖啡、植物基及其他产品领域的市场经验，公司采取了直销为主的销售模式，能加强对直接客户的开发及对终端市场的把握。

为顺应内外部环境变化、引领消费市场需求，公司适时将渠道策略调整为“2B2C 兼顾，双轮驱动发展”。一方面，凭借公司在 B 端的长期渠道资源和优势，根据市场需求逐步扩大研发，进一步提升 B 端的“晶花”粉末油脂、咖啡、“佳芝味”糖浆、“卡丽玛”椰浆及浓醇牛乳等创新食品等产品竞争力，拓展销售渠道及客户资源；另一方面，得益于消费者对口感的追求、对健康与环保意识的增强，越来越多的消费者注重消费的个体体验及符合健康环保趋势的产品。公司前瞻性地布局研发，并顺势推出面向 C 端渠道销售的“非常麦”燕麦奶、“金猫”咖啡、“苏小丸”预制甜品等产品，快速扩张渠道，提高企业盈利能力。

## 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
总资产	3,199,888,271.44	3,111,083,804.94	2.85	2,447,744,719.64
归属于上市公司股东的净资产	2,244,211,781.33	2,021,541,302.28	11.01	1,954,349,887.54

营业收入	2,841,274,608.99	2,427,640,219.75	17.04	2,399,486,109.14
归属于上市公司股东的净利润	257,750,734.63	115,379,314.07	123.39	150,718,835.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	223,826,212.24	93,410,932.80	139.61	129,786,635.65
经营活动产生的现金流量净额	294,250,027.29	123,854,314.53	137.58	99,993,785.64
加权平均净资产收益率(%)	12.10	5.8	增加6.30个百分点	8.63
基本每股收益(元/股)	0.64	0.29	120.69	0.39
稀释每股收益(元/股)	0.64	0.29	120.69	0.39

### 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	641,056,381.07	686,225,891.66	758,849,692.58	755,142,643.68
归属于上市公司股东的净利润	63,246,258.31	72,301,617.91	70,464,615.31	51,738,243.10
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	51,103,173.79	63,474,736.74	63,032,188.17	46,216,113.54
经营活动产生的现金流量净额	24,713,548.58	108,543,153.12	53,876,652.62	107,116,672.97

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

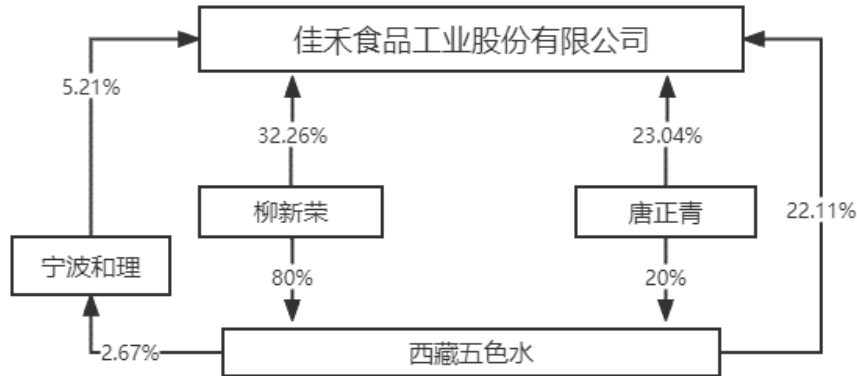
截至报告期末普通股股东总数（户）						13,975	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）						13,316	
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）						0	
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）						0	
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有限售 条件的股份 数量	质押、标记或 冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
柳新荣	0	129,025,651	32.26	129,025,651	无	0	境内 自然人
唐正青	0	92,161,180	23.04	92,161,180	无	0	境内 自然人
西藏五色水创业投资管理 有限公司	0	88,434,182	22.11	88,434,182	无	0	境内 非国 有法 人
宁波和理投资咨询合 伙企业（有限合伙）	0	20,832,113	5.21	20,832,113	无	0	其他
国际金融公司	-1,007,900	16,558,021	4.14	0	无	0	境外 法人
柳新仁	0	11,980,953	3.00	11,980,953	无	0	境内 自然 人
殷梦泽	120,700	631,500	0.16	0	无	0	境内 自然 人
中国建设银行股份有 限公司—银华同力精 选混合型证券投资基 金	574,000	574,000	0.14	0	无	0	其他
谢国华	-114,000	400,000	0.10	0	无	0	境内 自然 人
香港中央结算有限公 司	360,995	360,995	0.09	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一 致行动的说明	公司股东柳新荣、唐正青为夫妻关系，股东柳新荣、柳新仁为兄弟关系，股东西藏五色水系柳新荣与唐正青控制的企业，宁波和理为员工持股平台，其执行事务合伙人为西藏五色水。除此之外，公司未知上述股东之间是否存在关联关系和属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。						

表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明

不适用

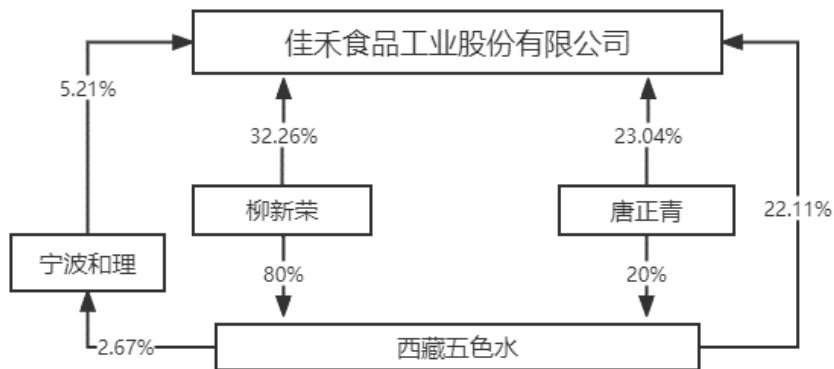
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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。

报告期内，公司营业收入 28.41 亿元，同比增长 17.04%；归属于上市公司股东的净利润 2.58 亿元，同比增长 123.39%；归属于上市公司股东的净资产 22.44 亿元，同比增长 11.01%；整体净利率 9.03%，同比上升了 4.28 个百分点。

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