

绝味食品股份有限公司

2023 年度财务决算及 2024 年财务预算报告

绝味食品股份有限公司（以下简称“公司”或“绝味食品”）2023 年度财务报表经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了标准无保留意见的审计报告。现将公司有关的财务决算情况汇报如下：

一、 主要财务数据及指标变动情况

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	变动增减 (%)
营业收入	726,132.68	662,283.98	9.64
归属于上市公司股东的净利润	34,430.61	23,480.58	46.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	40,094.07	25,948.55	54.51
经营活动产生的现金流量净额	41,977.02	120,568.34	-65.18
归属于上市公司股东的净资产	688,688.37	690,300.33	-0.23
总资产	931,275.45	890,571.79	4.57
总负债	246,149.31	202,720.07	21.42
所有者权益	685,126.15	687,851.72	-0.40
基本每股收益（元/股）	0.56	0.38	47.37
稀释每股收益（元/股）	0.56	0.38	47.37
扣除非经常性损益后的基本每股收益（元/股）	0.65	0.42	54.76
加权平均净资产收益率（%）	4.91	4.05	0.86
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率（%）	5.71	4.48	1.23

二、 财务状况、经营成果和现金流量分析

(一) 主要资产、负债和净资产

单位：万元

项目	2023年12月31日	2022年12月31日	同比变动(%)
货币资金	108,660.60	186,340.91	-41.69
交易性金融资产	23,000.00	0.00	100.00
应收账款	17,882.30	11,602.11	54.13
存货	113,710.33	70,163.39	62.07
其他流动资产	4,370.30	3,216.34	35.88
长期股权投资	252,680.07	244,643.14	3.29
其他权益工具投资	19,223.62	23,044.29	-16.58
固定资产	228,572.38	188,228.31	21.43
在建工程	51,295.33	48,899.95	4.90
使用权资产	29,666.38	28,538.92	3.95
长期待摊费用	8,767.30	11,389.03	-23.02
其他非流动资产	13,750.10	17,332.31	-20.67
短期借款	78,349.00	36,031.11	117.45
应付账款	71,296.81	70,536.01	1.08
应交税费	7,242.98	10,602.95	-31.69
其他应付款	15,659.38	14,356.81	9.07
一年内到期的非流动负债	16,309.72	12,836.81	27.05
租赁负债	18,224.23	15,044.94	21.13
递延所得税负债	9,619.74	10,054.85	-4.33
少数股东权益	-3,562.22	-2,448.62	-45.48

主要变动情况说明如下：

1、货币资金：本期末余额较上期末余额减少的主要原因系购买结构性存款及原材料支付的款项增加。

2、交易性金融资产：本期末余额较上期末余额增加的主要原因系期末为未到期赎回的结构性存款。

3、应收账款：本期末余额较上期末余额增加的主要原因系应收货款增加。

4、存货：本期末余额较上期末余额增加的主要原因系本期增加原材料采购。

5、其他流动资产：本期末余额较上期末余额增加的主要原因系未抵扣增值

税进项税金增加。

6、固定资产：本期末余额较上期末余额增加的主要原因系已完工在建工程转至固定资产。

7、长期待摊费用：本期末余额较上期末余额减少的主要原因系渠道拓展维护费本期进行摊销。

8、其他非流动资产：本期末余额较上期末余额减少的主要原因系在建项目完工，预付工程设备款转至固定资产。

9、短期借款：本期末余额较上期末余额增加的主要原因系信用借款增加。

10、应交税费：本期末余额较上期末余额减少的主要原因系部分税种的优惠政策到期。

11、一年内到期的非流动负债：本期末余额较上期末余额增加的主要原因系一年内到期的长期借款增加。

12、租赁负债：本期末余额较上期末余额增加的主要原因系本期新增租赁合同。

13、少数股东权益：本期末余额较上期末余额减少的主要原因系非全资子公司损益影响。

（二）经营成果

2023 年度公司营业收入 726,132.68 万元，比上年度增长 9.64%；实现净利润 31,719.00 万元，比上年度增加 61.68%。主要数据如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	同比变动 (%)
营业收入	726,132.68	662,283.98	9.64
营业成本	546,286.86	492,944.84	10.82
税金及附加	4,997.75	4,733.83	5.58
销售费用	54,055.32	64,585.47	-16.30
管理费用	46,330.66	51,452.32	-9.95
研发费用	4,177.19	3,788.01	10.27
财务费用	1,388.11	1,999.31	-30.57
投资收益	-11,645.55	-9,421.85	-23.60
营业利润	54,120.12	34,648.41	56.20
利润总额	54,059.82	36,730.82	47.18

所得税费用	22,340.82	17,112.12	30.56
净利润	31,719.00	19,618.69	61.68
少数股东损益	-2,711.61	-3,861.88	29.79
归属于母公司股东的净利润	34,430.61	23,480.58	46.63

主要变动情况说明如下：

- 1、营业收入：本期较上期增加 9.64%，主要系门店增长及销售增加。
- 2、营业成本：本期较上期增加 10.82%，主要系销售规模变动，营业成本同步增长。
- 3、销售费用：本期较上期减少 16.30%，主要系本年营销支出减少。
- 4、管理费用：本期较上期减少 9.95%，主要系股份支付费用减少。
- 5、研发费用：本期较上期增加 10.27%，主要系数字化投入增加。
- 6、财务费用：本期较上期减少 30.57%，主要系上年收到定向增发款项，存款增加，利息收入增加。
- 7、投资收益：本期较上期减少 23.60%，主要原因系被投资企业亏损导致投资收益减少。
- 8、所得税费用：本期较上期增加主要系营业利润提升所致。

（三）现金流量

本报告期，公司现金及现金等价物净额减少 77,680.31 万元，主要数据如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	同比变动 (%)
经营活动现金流入小计	826,112.02	764,471.30	8.06
经营活动现金流出小计	784,135.00	643,902.96	21.78
经营活动产生的现金流量净额	41,977.02	120,568.34	-65.18
投资活动现金流入小计	204,386.56	44,352.13	360.83
投资活动现金流出小计	310,600.53	146,911.49	111.42
投资活动产生的现金流量净额	-106,213.97	-102,559.36	不适用
筹资活动现金流入小计	85,907.09	196,328.27	-56.24
筹资活动现金流出小计	99,464.16	134,896.37	-26.27
筹资活动产生的现金流量净额	-13,557.06	61,431.90	-122.07
汇率变动对现金及现金等价物的影响	113.70	431.26	-73.64
现金及现金等价物净增加额	-77,680.31	79,872.15	-197.26

主要变动情况说明如下：

- 1、本年度经营活动产生的现金流量净额为 41,977.02 万元，较上年度减少 65.18%，主要原因系全年原材料采购量增加。
- 2、本年度投资活动产生的现金流量净额为-106,213.97 万元，变动较小，与上年基本持平。
- 3、本年度筹资活动产生的现金流量净额为-13,557.06 万元，较上年度减少 122.07%，主要原因系上年收到定增款项。

三、 2024年度财务预算

2024 年财务预算方案是根据公司 2023 年度财务报告为基础，综合公司的市场和业务发展计划以及政策变动、行业形势、市场需求等因素对预期的影响，结合年度总体经营目标，对 2024 年经营情况进行预测并编制。2024 年度财务预算方案如下：

（一）预算编制所依据的假设条件

本预算报告是公司结合以前年度实际，本着目标进取、持续稳健原则，在充分考虑以下假设前提下编制：

- 1、公司所遵循的国家和地方的现行有关法律、法规和制度无重大变化；
- 2、公司主要经营所在地及业务涉及地区的社会经济环境无重大变化；
- 3、公司所处行业形势及市场行情无重大变化；
- 4、公司主要产品和原材料的市场价格和供求关系不发生重大变化；
- 5、公司生产经营业务涉及的税收政策在正常范围内波动；
- 6、无其他不可抗力及不可遇见因素造成的重大不利影响。

（二）主要财务预算指标

在 2023 年的基础上保持适当的增長。

（三）确保落实预算的措施

1. 调整门店结构，提升单店营收

2024 年是充满挑战的一年，外部环境的不确定和消费市场的变化成为企业必须面对的课题。公司将从跑马圈地式的开店策略转向精耕细作、提升单店，保障加盟商的生存质量和盈利水平，并根据不同市场的实际情况调整单店模型，提升单店营收，鼓励核心门店做大做强。

专注核心业务，提高盈利水平

作为一家立足长远目标，坚持可持续发展的消费品企业，公司在新的经济周期下将专注核心业务，将资源、资金、人才集中投入公司的核心业务，通过科学的采购策略、持续的组织调整，和长效的文化建设，提升业务的增长质量和核心竞争力，为股东增加收益，为社会创造价值。

拓展会员体系，加强数字化建设

伴随着科技进步和技术发展，公司正努力构建数字化、智能化的运营管理体系，坚持对相关领域的研究和投入，在供应链、营销和团队管理方面提高决策的科技化和科学化水平，运用大数据、新技术开发个性化、差异化的营销工具，增加会员互动，建设有内容、有交互、有黏性的私域会员体系。

重视风险控制，开拓海外市场

新一轮经济周期已在全球范围内形成共识，伴随着新周期的到来，公司也在谨慎思考如何在风险可控的前提下拓展海外市场，“走出去”战略对于企业来说既是机遇，也是挑战，如何在提升营收的同时妥善处理全球化过程中的资金安全、经营合规、和平衡布局问题，值得管理团队长期的探索和研究。为此，公司制定

了“大胆探索、小心求证”海外市场策略，在以风险为导向、以安全为前提的总体思路下稳步推进全球化战略。

特别提示

本预算不代表公司盈利预测，仅为公司经营计划，能否实现取决于经济环境、市场需求等诸多因素，具有很大的不确定性，请投资者特别注意。

本报告中部分计算数若出现尾差，均为四舍五入所致，并非数据错误。

特此报告。

绝味食品股份有限公司

董 事 会

2024 年 4 月 29 日