

公司代码：603866

公司简称：桃李面包

桃李面包股份有限公司
2024 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 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公积金转增股本预案

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191,966,298.60元（含税）。

经公司第六届董事会第二十一次会议审议，通过了公司2024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1.30元（含税）。截至2024年12月31日，公司总股本为1,599,719,155股，以此计算合计拟派发现金红利207,963,490.15元（含税），占合并报表中归属于母公司股东净利润的39.83%。

2、 如在本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。

该方案需提交公司2024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	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	张银安	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 1 座 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 1 座 40 层
电话	024-22817166	024-22817166
传真	024-23505619	024-23505619
电子信箱	zhangyinan@tolybread.com	lirunzhu@tolybread.com

2、报告期公司主要业务简介

1、公司所属行业发展现状

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 CA141）。

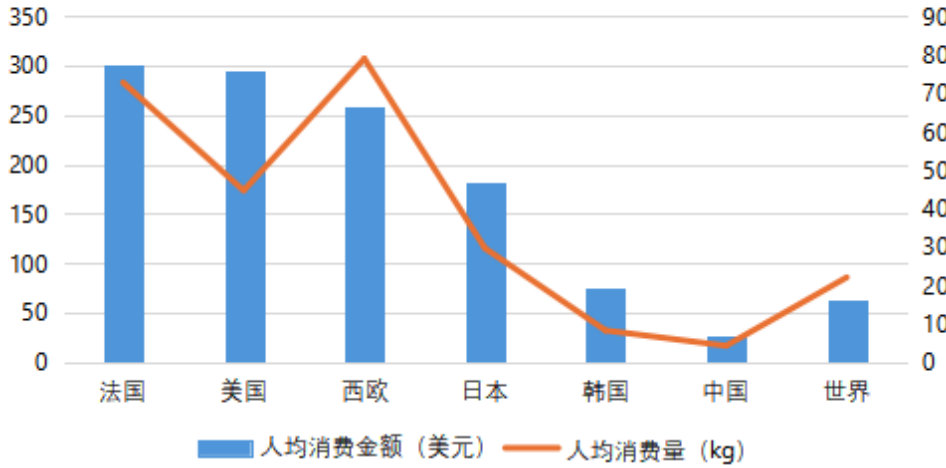
随着居民消费水平的提升和生活节奏的加快，烘焙面包行业在中国迎来了快速发展的机遇。消费者对烘焙食品的接受程度不断上升，面包、蛋糕、糕点等产品不仅作为主食，也作为休闲零食、节日食品，甚至成为一种时尚的生活方式，成为消费者饮食结构的重要组成部分。年轻一代

饮食习惯的西化，推动了烘焙行业的发展，烘焙食品在主食消费中的渗透率有望提高。

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日本。随着中国消费者对烘焙食品的认知度的不断提升，中国烘焙食品的发展前景广阔。

2024年主要国家烘焙产品人均消费量与销售额



数据来源：Euromonitor

2、行业周期性特点

面包属于快速消费品，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，节日性产品月饼也存在明显的周期性，每年主体销售时间主要集中在中秋节前。

3、短保面包烘焙行业

短保面包因其保质期较短，通常需要更新鲜的原料和更严格的生产工艺来保持食品的新鲜度和口感。根据市场调研，短保面包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面包行业快速发展。在原料方面，短保面包更倾向于使用天然、无添加的原料，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，短保面包的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良好的口感和新鲜度。

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

短保面包行业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、原料和生产工艺的要求、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，短保面包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）公司主要业务及产品

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，公司具有显著的规模经济优势，在面包的品类细分上，聚焦于少而精，追求于单品生产销售规模，大规模的生产可降低公司的单位生产成本，直接销售给商超等终端，可大幅降低公司的销售费用。同时，公司的技术研发人员行业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的节日食品。

公司始终致力于为社会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、庞大且稳定的销售渠道及“中央工厂+批发”的经营模式带来的高附加值不断强化公司的综合竞争实力，提升公司品牌影响力，奠定公司的行业地位。

（二）公司经营模式

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商管理体系。待确定为合格供应商后，公司统一与供应商谈判，确定采购价格、供货周期等主要采购条款，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。

在保证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询价、比价

以及议价的方式确定。当货源紧缺或行情上涨时，会提前进行备货及锁定价格的谈判，确保公司较低采购成本的同时保证货源稳定。采购部门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分次采购。

公司对采购的面粉、油脂等大宗原材料实行集中定价的方式，并与供应商约定如果市场价格有较大变动，调整价格需要至少提前一个月双方协商确认。对于糖、鸡蛋、腿肉、大豆油等价格波动较频繁的商品，采用随行就市定价方式。

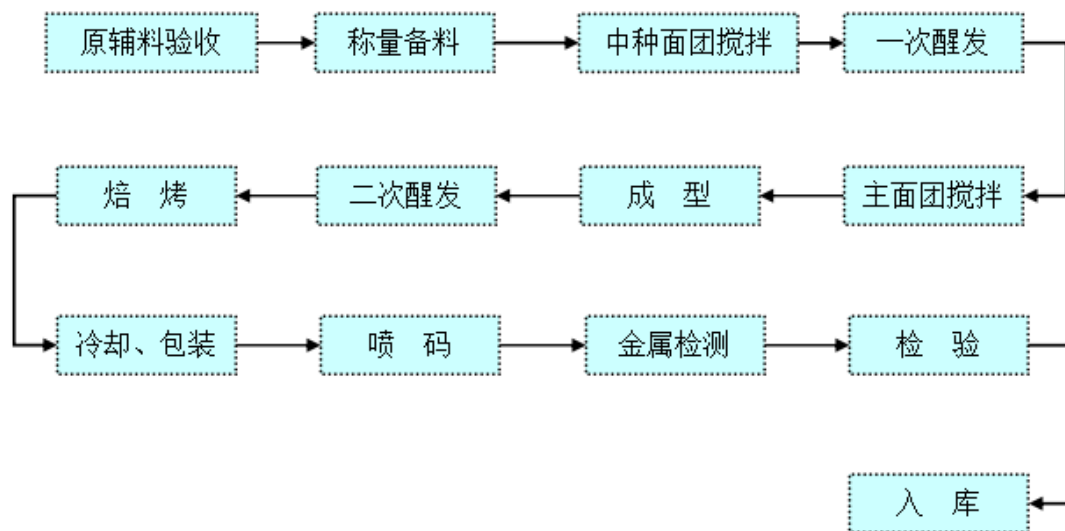
公司不断加强原材料供应商的管理，定期对供应商进行考核评估，或现场验厂。并根据考核评估结果确定合作供应商，与重要供应商建立战略合作伙伴关系。

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、消费者对产品新鲜度要求高的特点，公司采用“新鲜送达”的理念，根据市场需求灵活制定生产计划，由中央工厂统一生产的“以销定产”的模式，产品质量稳定一致。

月饼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，公司根据当年的销售情况，结合销售计划和经销商的订单，安排下一年度生产计划。在生产周期启动后，根据销售部门后续新增的订单数量，生产部门会调整生产计划并完成排产和前期准备工作。

主要产品面包的生产工艺流程：



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、社会店渠道等；线上渠道包括抖音、快手等兴趣电商和天猫、京东等传统电商，社区团购平台如美团、饿了么、头部流量 IP 销售等。

针对线下渠道，公司目前主要通过直营和经销两种模式进行销售：一是针对大型连锁商超（KA 客户）和中心城市的中小超市、社会店渠道，公司采取直营模式；二是针对外埠市场的便利店、县乡商店、小卖部，公司通过经销商分销的模式运营。截至 2024 年 12 月 31 日，公司经销商情况如下表所示：

单位：个

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	56
西南地区	130	25	12
西北地区	74	8	17

华南地区	33	0	7
华中地区	53	38	25
总计	959	118	144

注：经销商变更也在经销商数量变化统计范围内。

公司设有营销部，按销售区域进行管理，负责各子公司及经销商的全面运营管理。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严格的管理制度和细致的工作流程。

公司及子公司营销部下设 KA 客户部负责管理服务所在区域的 KA 客户，中心城市中小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，外埠市场中小客户部负责管理服务所在中心城市周边区域的中小型商超、便利店等客户。

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

（三）公司市场地位

自 1995 年设立丹东桃李以来，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。鉴于公司产品影响力和公司的技术竞争力，公司还参与起草了中国焙烤食品糖制品工业协会发布的全谷物焙烤食品《团体标准 T/CABCI002-2018》、中国国家标准化管理委员会和中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局联合发布的《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《面包质量通则 GB/T20981-2021》行业标准。

2023 年根据欧睿信息咨询(上海)有限公司数据统计,《桃李面包,短保面包全国销量位居第一》(按 2023 年品牌于中国大陆出厂量(吨)计算。短保面包定义为:保质期小于等于 15 天在零售渠道中销售的预包装面包,不包括商超自有品牌和餐饮渠道产品)。

前瞻产业研究院发布的《2018-2023 年中国烘焙食品行业品牌竞争与消费需求投资预测分析报告》中对烘焙食品四大上市企业经营情况对比分析中，阐述桃李面包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，通过提供持续创新迭代的产品来满足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质控制能力实现产品的差异化和产业化，并依赖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、美味面包价值理念的同时实现企业自身的健康、稳定发展。

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

	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的净利润	522,083,969.80	574,044,868.48	-9.05	639,890,850.47
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	497,436,278.36	551,747,110.58	-9.84	629,197,246.44

经营活动产生的现金流量净额	997,797,814.92	810,608,998.82	23.09	1,066,390,988.94
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

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	1,400,002,318.86	1,620,886,437.43	1,626,610,203.72	1,439,659,552.64
归属于上市公司股东的净利润	115,230,925.14	174,714,359.64	145,110,013.51	87,028,671.51
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	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	245,156,714.48	246,188,228.44	313,857,277.30

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

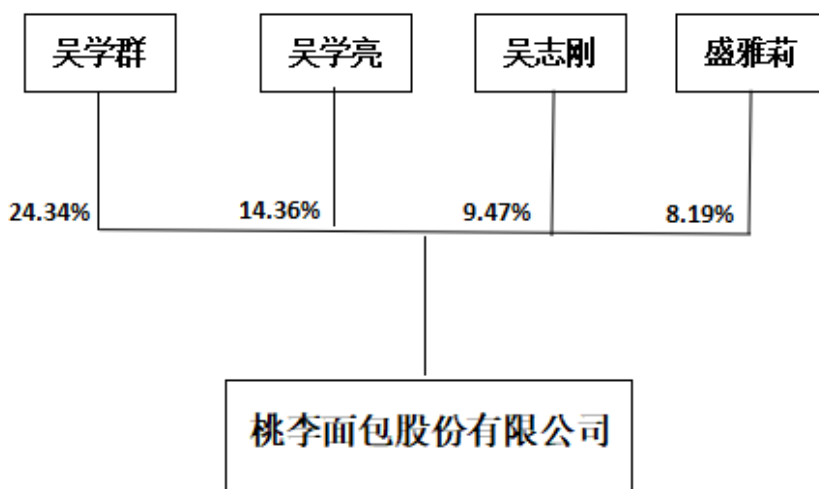
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					66,352		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					64,265		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
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	
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	0	境内自然人
吴志刚	0	151,528,282	9.47	0	无	0	境内自然人
盛雅莉	0	131,000,428	8.19	0	无	0	境内自然人
盛龙	0	37,003,479	2.31	0	无	0	境内自然人
盛雅萍	0	36,285,193	2.27	0	无	0	境内自然人
盛利	0	27,840,033	1.74	0	无	0	境内自然人
汇添富基金管理 股份有限公司一 社保基金 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 份有限公司一工 银瑞信创新动力 股票型证券投资 基金	16,380,000	16,380,000	1.02	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的 说明	吴学亮、吴学群、吴志刚、盛雅莉为公司控股股东、实际控制人，上述四人之间存在亲属关系。						

	其他未知股东间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无

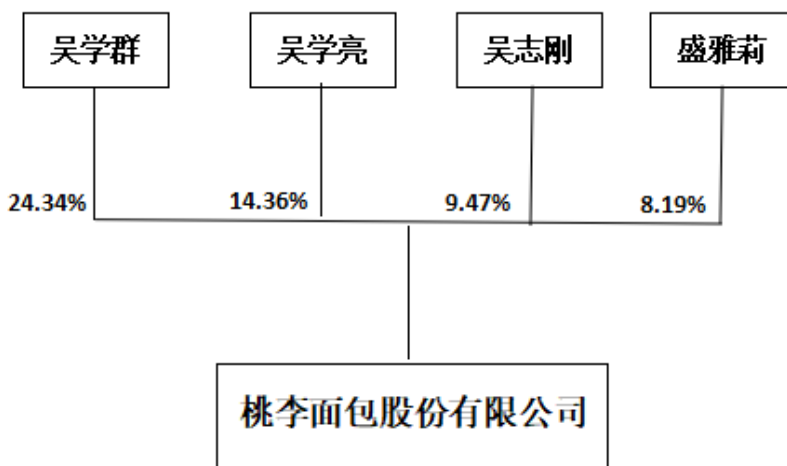
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

5.1 公司所有在年度报告批准报出日存续的债券情况

单位:元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	到期日	债券余额	利率(%)
桃李面包股份有限公司 2022 年度第一期债权融资计划	22 辽桃李面包 ZR001	22CFZR0622	2024-07-28	0	3.26
桃李面包股份有限公司 2022 年度第二期债权融资计划	22 辽桃李面包 ZR002	22CFZR0773	2024-10-12	0	3.26

5.2 报告期内债券的付息兑付情况

债券名称	付息兑付情况的说明
桃李面包股份有限公司 2022 年度第一期债权融资计划	公司于 2022 年 7 月 27 日完成了桃李面包股份有限公司 2022 年度第一期债权融资计划的发行, 金额为人民币 1 亿元, 期限为 2 年, 票面年利率为 3.26%。公司已于 2024 年提前偿还该期债权融资计划的本金及利息, 公司已完成该期债权融资计划本息的兑付。
桃李面包股份有限公司 2022 年度第二期债权融资计划	公司于 2022 年 10 月 12 日完成了桃李面包股份有限公司 2022 年度第二期债权融资计划的发行, 金额为人民币 1 亿元, 期限为 2 年, 票面年利率为 3.26%。公司已于 2024 年提前偿还该期债权融资计划的本金及利息, 公司已完成该期债权融资计划本息的兑付。

5.3 报告期内信用评级机构对公司或债券作出的信用评级结果调整情况

适用 不适用

5.4 公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

适用 不适用

单位：元 币种：人民币

主要指标	2024 年	2023 年	本期比上年同期增减(%)
资产负债率(%)	27.45	27.82	-0.37
扣除非经常性损益后净利润	497,436,278.36	551,747,110.58	-9.84
EBITDA 全部债务比	0.52	0.52	0.00
利息保障倍数	20.81	26.43	-21.26

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。

公司核心产品桃李品牌的面包及糕点实现的营业收入 590,638.86 万元，较上年同期减少 62,593.79 万元，下降了 9.58%，其占公司年度主营业务收入的比例为 97.04%。豆沙圈面包、豆沙小饼面包等新品呈现较高速增长，产品综合竞争力继续获得提升。

针对传统节日开发的节日食品月饼实现主营业务收入 12,646.52 万元，较上年同期下降 14.95%。

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