

## 汤臣倍健股份有限公司 2019 年年度报告摘要

### 一、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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

2. 公司全体董事、监事、高级管理人员对本年度报告及其摘要内容无异议。

3. 公司所有董事均亲自出席了审议本次年报的董事会会议。

4. 广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

5. 本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所仍为广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用  不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用  不适用

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 1,582,492,554 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.60 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用  不适用

### 二、公司基本情况

#### 1. 公司简介

股票简称	汤臣倍健	股票代码	300146
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	唐金银	刘莘莘	
办公地址	广州市科学城科学大道中 99 号科汇金谷三街 3 号	广州市科学城科学大道中 99 号科汇金谷三街 3 号	
传真	020-28957901	020-28957901	
电话	020-28956666	020-28956666	
电子信箱	tcbj@by-health.com	tcbj@by-health.com	

## 2. 报告期主要业务或产品简介

公司主营业务为膳食营养补充剂，膳食营养补充剂以维生素、矿物质及动植物提取物为主要原料，通过补充人体必需的营养素和生物活性物质，对特定的人群具有平衡营养摄取、调节人体机体功能的作用。膳食营养补充剂不能代替正常饮食，不能代替药物治疗疾病，并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害。

公司的定位不是为客户，而是为家人和朋友生产全球高品质的营养品。公司充分整合国内外权威营养健康研究机构等资源，聚焦“新功能、新原料、新技术”的创新性研发，通过自主研发与收购，形成了全面、科学的膳食营养补充体系，包括：蛋白质、维生素、天然动植物提取物及其它功能性膳食营养补充食品。除了提供高品质的营养品，公司更关注解决人们的健康问题和生命质量的提升。经过多年发展，公司通过内部孵化品牌与外延并购海外品牌已形成丰富的品牌矩阵。各品牌在品牌定位、面向的消费人群及其需求上形成良好的互补性，高效提升品牌价值。

## 3. 主要会计数据和财务指标

### (1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据：否

单位：人民币元

	2019 年	2018 年	本年比上年增减	2017 年
营业收入	5,261,799,439.25	4,350,775,627.15	20.94%	3,110,795,387.73
归属于上市公司股东的净利润	-355,889,615.46	1,002,184,999.85	-135.51%	766,255,562.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-430,518,920.11	913,814,927.36	-147.11%	644,028,328.29
经营活动产生的现金流量净额	1,536,520,103.03	1,349,053,224.88	13.90%	954,308,997.11
基本每股收益（元/股）	-0.24	0.69	-134.78%	0.52
稀释每股收益（元/股）	-0.24	0.69	-134.78%	0.52
加权平均净资产收益率	-6.50%	19.00%	下降 25.50 个百分点	15.80%
	2019 年末	2018 年末	本年末比上年末增减	2017 年末
资产总额	8,330,710,280.66	9,790,445,489.84	-14.91%	6,113,609,642.75
归属于上市公司股东的净资产	5,992,173,961.90	5,591,786,199.13	7.16%	5,100,825,081.79

### (2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,571,070,999.36	1,398,703,936.01	1,411,194,136.66	880,830,367.22
归属于上市公司股东的净利润	497,464,007.84	369,387,358.24	324,088,641.05	-1,546,829,622.59
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	488,983,719.01	359,613,591.19	286,448,048.55	-1,565,564,278.86
经营活动产生的现金流量净额	7,245,233.28	472,822,853.18	277,362,988.64	779,089,027.93

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是  否

#### 4.股本及股东情况

##### (1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

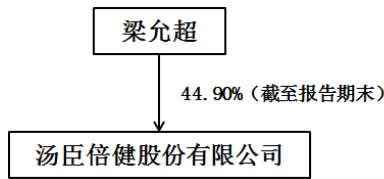
报告期末普通股股东总数	56,666	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	43,128	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
梁允超	境内自然人	44.90%	710,611,742	532,958,806	质押	43,509,900	
广发信德投资管理有限公司—广州信德厚峡股权投资合伙企业（有限合伙）	其他	3.34%	52,802,599	52,802,599	无	0	
上海中平国瑞资产管理有限公司—上海中平国璟并购股权投资基金合伙企业（有限合伙）	其他	3.08%	48,740,861	48,740,861	无	0	
中国民生银行股份有限公司呼和浩特分行	境内非国有法人	3.06%	48,424,981	0	无	0	
香港中央结算有限公司	境外法人	1.78%	28,224,335	0	无	0	
梁水生	境内自然人	1.20%	18,938,600	16,168,500	无	0	
陈宏	境内自然人	1.16%	18,300,000	15,900,000	无	0	
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.15%	18,174,200	0	无	0	
黄琨	境内自然人	0.88%	13,904,000	0	无	0	
全国社保基金一一七组合	其他	0.87%	13,831,832	0	无	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述前 10 名股东中，梁允超、梁水生、陈宏、黄琨、广发信德投资管理有限公司—广州信德厚峡股权投资合伙企业（有限合伙）、上海中平国瑞资产管理有限公司—上海中平国璟并购股权投资基金合伙企业（有限合伙）之间不存在关联关系或一致行动情况，除此之外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动情况。					

##### (2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用  不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

### (3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



## 5. 公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券：否

## 三、经营情况讨论与分析

### 1. 报告期经营情况简介

2019 年，公司面临较为严峻的外部市场环境，国家相关部门对“保健”行业的整治行动、药品零售行业的改革和规范、《电子商务法》的实施等因素都增大了市场相关方的压力和挑战，并将在较长期限内对行业持续产生影响。公司坚持消费者健康领域的战略布局，根据既定的经营计划指引，采取适度激进的市场策略：启动以蛋白质粉为形象产品的“汤臣倍健”主品牌提升策略、进一步丰富和夯实大单品战略、开启电商品牌化 3.0 战略、加速商超渠道和母婴渠道建设等，为公司业绩增长奠定基础。

报告期内，公司实现营业收入 52.62 亿元，较上年同期增长 20.94%；归属于上市公司股东的净利润 3.56 亿元，上年同期为 10.02 亿元；在未对因合并 LSG 形成的商誉及无形资产计提减值的情况下，公司归属于上市公司股东的净利润 10.46 亿元。

境内业务方面：（1）主营业务收入中主品牌“汤臣倍健”实现营业收入 32.12 亿元，同比增长约 8%；关节护理品牌“健力多”实现营业收入 11.90 亿元，同比增长约 47%；“Life-Space”国内产品实现营业收入 1.29 亿元。（2）分渠道来看，线下渠道收入约占境内营业收入的八成，同比增长约 20%；线上渠道营业收入同比增长约 17%。

境外业务方面：LSG 实现营业收入 4.58 亿元，其 2018 年并表营业收入 2.73 亿元。

报告期内，公司主要经营进展情况如下：

#### （1）主品牌形象提升策略初见成效

报告期内，公司进一步加大品牌构建和市场培育，以蛋白粉作为主品牌的形象产品和品牌接触点，对蛋白粉进行战略性资源投放。公司于 2019 年 5 月开始在央视、卫视和省台同步投放蛋白粉全新 TVC，并在新社交媒体、线下楼宇媒体等进行推广，重点输出蛋白粉可覆盖更多免疫力低下人群的消费属性，拓宽年轻消费群体，持续提升分销和终端覆盖。2019 年，蛋白粉夯实品类绝对领先地位，有效带动主品牌在严峻的外部环境下跨越政策面因素实现挤压式增长，进一步稳固市场领导者地位。

#### （2）三箭齐发，进一步丰富和夯实大单品战略

报告期内，公司聚焦关节护理、眼部健康、益生菌三大品类，进一步夯实大单品战略。①继续加大“健

力多”品牌推广，进一步提升品牌专业性和影响力。通过推出新包装、新产品，加速渠道下沉等拓宽和夯实消费群体，确保“健力多”继续保持快速增长，市占率稳步提升。②稳步扩大“健视佳”试点区域至 6 个重点省份，将视力易疲劳者作为目标人群。2019 年 6 月，“健视佳”面向重点市场推出全新 TVC，聚焦中老年人群进行持续精准沟通，提升品牌认知度，推动品类扩容。③“Life-Space”国内产品借助公司原有业务的协同效应，于 2019 年 3 月开始在国内药店、母婴等渠道推出并进行相应资源投放。受产品批文限制，“Life-Space”在药店渠道的业务发展未达预期。

### **(3) 受《电子商务法》实施影响，LSG 业务收入出现较大下滑**

报告期内，电商法的实施导致部分个人代购商退出，其他代购和经销商为应对政策变化所带来的经营风险也相应减少库存及交易，由此对 LSG 业务造成较大的负面影响。

公司一方面主动实施了业务及组织架构调整、产品优化、库存管理、价格管控、调整市场投资方向等一系列管理措施，以应对市场变化带来的挑战；另一方面持续开展多种形式的品牌建设及消费者教育活动，进一步巩固和加强“Life-Space”在澳洲及中国跨境电商益生菌细分领域第一品牌地位。通过以上举措，LSG 面向澳洲本地客户的销售保持平稳增长，针对中国跨境平台业务取得了超越行业的大幅增长。

### **(4) 实施电商品牌化 3.0 战略**

报告期内，公司持续打造线上专业年轻品牌颜值管理系列 YEP 和体重管理系列 IWOW，推出多款线上专供品，赋予产品社交属性，拓宽使用场景。同时，公司开展了一系列品牌推广活动，增加品牌曝光及品牌声量，提升目标人群关注度和好感度，推进品牌年轻化进程。同时，积极拓展社交电商、内容电商等，构建电商平台的多元化，覆盖更多年轻化消费人群。

2019 年，受行业大环境、电商平台竞争格局及部分电商平台政策变化等影响，公司境内业务中线上渠道增速放缓，在持续推进电商品牌化战略及“以用户为核心”的电商数字化策略下，公司对线上渠道长期发展仍有信心。

### **(5) 加速商超渠道建设**

报告期内，公司结合商超渠道特性，推出更多新品类的产品，进一步丰富商超销售的品种，2019 年营养软糖上市，通过新品发布及终端活动推广，带动提升“汤臣倍健”品牌及产品的曝光度和关注度，为未来产品推广及商超整体动销模式的稳固奠定了基础。同时，公司不断加速覆盖现代商超系统，完善商超门店产品分销体系和创新终端动销模式，以此加速商超渠道建设，进一步挖掘商超渠道市场机会。

### **(6) 持续深化母婴渠道建设**

报告期内，公司加大专业资源投入、加强母婴专业能力的建设，通过与国内顶尖展会、行业论坛合作等扩大在行业渠道的影响力。同时，通过明星产品推荐；针对当季促销产品，扩大线上线下影响力；精准广告投放实现门店客源引流等方式促进终端动销。2019 年 3 月，“Life-Space”产品在母婴渠道上线，并借势在全国正式发布 TVC，在线下梯媒进行精准高效投放，提升销售转化。

2019 年，专业孕婴童营养品牌“天然博士”和“Life-Space”在母婴渠道有序铺货，动销表现良好，渠道拓展和网点数量进一步增加。

### **(7) 推进协同创新，夯实研发实力**

报告期内，为进一步促进协同创新合作，持续提高企业技术创新能力，公司新设立广东省院士专家企业工作站、珠海市汤臣倍健股份有限公司膳食营养补充剂功能研究院院士工作站；与中国科学院上海营养与健康研究所共建“营养与抗衰老研究中心”，同时还与巴斯夫（BASF）、恒天然（Fonterra Limited）、杜邦营养与生物科技（DuPont Nutrition & Biosciences）、IFF 营养健康（IFF Health）等 4 家全球顶尖原料供应商达成合作伙伴关系，共同开展抗衰老和营养干预研究。

### （8）成功启动智能工厂建设

报告期内，公司启动智能工厂建设，完成一步制粒片剂连续生产线、直混片剂连续生产线及蛋白粉连续生产线等建设及相关试产工作，并通过生产许可的审核。同时，为助力连续生产，全自动原料高架仓库也已建设完成。公司以智能制造助力透明工厂，逐步实现生产连续化、物料物联化、工艺信息化、检测实时化及现场无人化，大幅提高人均小时产出及厂房利用率，降低生产周期。

2018 年 10 月，我司透明工厂获国家 AAAA 级旅游景区授牌，2019 年，透明工厂参观人次达 23 万，涵盖政府、媒体、行业专家学者、上下游企业、消费者、投资者等；同年 7 月公司营养探索馆开幕，展馆以“营养探索”为主题，运用尖端科技，集营养科普、健康体检、游乐分享等体验式互动于一体，致力于营养知识的普及。

## 2. 报告期内主营业务是否存在重大变化

是  否

## 3. 占公司主营业务收入或主营业务利润 10% 以上的产品情况

适用  不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
片剂	2,062,443,015.89	1,571,060,267.00	76.17%	6.13%	5.16%	下降 0.70 个百分点
粉剂	1,103,346,363.70	683,278,173.00	61.93%	37.17%	51.28%	上升 5.78 个百分点
胶囊	1,065,492,846.06	658,223,263.00	61.78%	3.19%	-4.50%	下降 4.97 个百分点
其他	1,030,517,213.60	548,539,926.00	53.23%	80.63%	77.48%	下降 0.95 个百分点

## 4. 是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是  否

## 5. 报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用  不适用

2019 年，公司归属于上市公司股东的净利润-3.56 亿元，上年同期为 10.02 亿元；在未对因合并 LSG 形

成的商誉及无形资产计提减值的情况下，公司归属于上市公司股东的净利润10.46亿元。报告期内，公司对合并LSG形成的商誉进行了减值测试，计提商誉减值准备100,870.89万元，计提无形资产减值准备56,176.89万元并转销递延所得税负债16,853.07万元，对公司2019年度业绩带来重大不利影响。

## 6.面临暂停上市和终止上市情况：不适用

## 7.涉及财务报告的相关事项

### (1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用  不适用

财政部于2017年颁布了修订后的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》、《企业会计准则第24号——套期会计》及《企业会计准则第37号——金融工具列报》等，并于2019年颁布了修订后的《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》和《企业会计准则第12号——债务重组》、《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6号）以及《关于修订印发合并财务报表格式（2019版）的通知》（财会[2019]16号），对企业财务报表格式进行了修订，修订后的非货币性资产交换准则及债务重组准则对本公司无显著影响、公司已采用上述准则和通知编制2019年度财务报表。

### (2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用  不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

### (3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用  不适用

公司名称	变更内容	合并期间	变更原因
香港佰弘有限公司	2019年新增合并	2019年	2019年新设成立
汤臣倍健营养探索（珠海）有限公司	2019年新增合并	2019年	2019年新设成立
香港佰澳有限公司	2019年新增合并	2019年	2019年新设成立
BIOCARNA PTY LTD	2019年新增合并	2019年	2019年新设成立
好健时药业（海南）有限公司	2019年新增合并	2019年	2019年新设成立
广东佰亿健康科技有限公司	2019年新增合并	2019年	2019年新设成立
六角兽饮料有限公司	2019年不再纳入合并	2019年1-8月	2019年转让股权