

证券代码：002702

证券简称：海欣食品

公告编号：2017-006

海欣食品股份有限公司 2016 年年度报告摘要

一、重要提示

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。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

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

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 298080000 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.00 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 7 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	海欣食品	股票代码	002702
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	林天山	张颖娟	
办公地址	福州市仓山区建新镇建新北路 150 号	福州市仓山区建新镇建新北路 150 号	
电话	0591-88202235	0591-88202231	
电子信箱	lintianshan@tengxinfoods.com.cn	zhangyingjuan@tengxinfoods.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）报告期内公司从事的主要业务

公司主要从事冷冻和常温鱼肉制品和肉制品的生产和销售，冷冻产品主要包括鱼丸、肉燕、芝士丸、龙虾球、鳕鱼豆腐、蟹膏宝等，常温休闲产品包括蟹柳、鱼豆腐、蟹黄卷、鱼板烧等。其中，常温休闲鱼制品为近两年公司推出的新品项，2016 年度销售占比 10.58%，预计未来比例将逐步提高。

公司产品目前主要通过两种模式销售：一种是通过经销商分销到达终端再出售给消费者的经销模式；另一种是公司直接供货给以商超为主的零售终端直接出售给消费者的直营模式。此外，公司积极探索互联网电商销售模式，通过自建品牌旗舰

店及投资垂直电商平台等方式开展互联网销售业务，目前在常温休闲鱼制品的销售上取得了较为显著的成效。

（二）公司所处行业的发展阶段及趋势

速冻鱼肉制品行业在 2012 年以前经历了连续近十年的高速发展，吸引了大批新进入者，且原有企业均有不同程度的产能扩张，新增产能的集中释放，远远超过了市场的消化能力，行业增速开始放缓。同时整个行业发展较为粗放，业内企业的品牌影响力和产品创新力不足，市场同质低价竞争加剧，价格战成为业内企业不得不面对的现实，这种竞争状况一直持续至今。2016 年，除受到下游愈演愈烈的同质低价竞争以外，来自上游生产成本的高企也给业内企业带来较大压力，数据显示作为速冻鱼肉制品的主要原材料，猪肉价格相比 2015 年上涨约 30%，鸡肉价格上涨约 17%，运费上涨 20% 以上，在此市场环境下，2016 年不少小企业均出现严重的量利下滑，大企业因具有较强的价格把控能力以及采购议价能力，虽然对原材料和物流成本的提升带来的经营压力能有一定的缓解，但面对终端价格战的挤压，仍然倍感煎熬。

而常温休闲鱼肉制品属于肉禽鱼类休闲食品，目前在整个休闲食品行业中所占比例不高，正处于高速发展期。常温休闲鱼肉制品因具有独特的美味口感、低脂肪高蛋白的属性以及较高营养价值，加上其便于携带和能够佐餐的特性，正在被越来越多的消费者所青睐，预计未来市场发展空间巨大。

（三）公司所处的行业地位

目前，鱼肉制品和肉制品行业内企业众多，市场集中程度较低，行业前十所占市场份额较小，没有形成垄断企业。公司作为行业内首家上市企业，产能、产量、销售规模 and 市场份额位于行业前列。

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

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：人民币元

	2016 年	2015 年	本年比上年增减	2014 年
营业收入	924,585,046.40	814,742,962.36	13.48%	855,278,185.61
归属于上市公司股东的净利润	13,071,599.24	-39,514,111.00	133.08%	18,393,285.86
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	7,566,153.43	-43,764,679.55	117.29%	19,275,457.55
经营活动产生的现金流量净额	83,337,925.32	19,832,379.63	320.21%	-13,143,450.15
基本每股收益（元/股）	0.0462	-0.1397	133.07%	0.0651
稀释每股收益（元/股）	0.0459	-0.1397	132.86%	0.0651
加权平均净资产收益率	1.72%	-5.11%	6.83%	2.30%
	2016 年末	2015 年末	本年末比上年末增减	2014 年末
资产总额	1,238,212,895.25	963,319,888.94	28.54%	1,057,976,054.24
归属于上市公司股东的净资产	782,724,565.24	747,873,415.84	4.66%	801,527,533.61

（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	228,294,431.23	154,870,435.52	214,263,091.17	327,157,088.48
归属于上市公司股东的净利润	12,750,714.08	-3,210,193.56	-1,395,999.99	4,927,078.71
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	11,315,979.45	-4,332,595.02	-2,231,128.80	2,813,897.80
经营活动产生的现金流量净额	93,988,504.81	-18,555,653.15	5,726,670.40	2,178,403.26

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

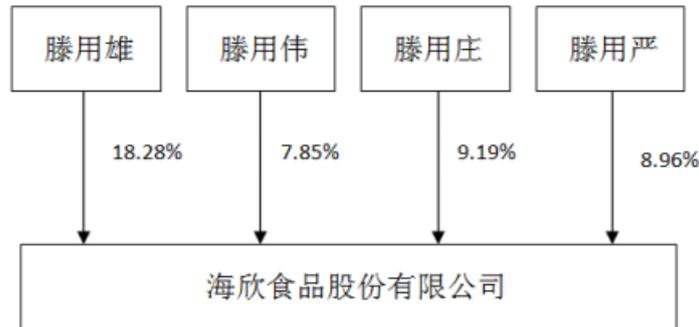
报告期末普通股股东总数	51,947	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	50,844	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
滕用雄	境内自然人	18.28%	54,500,000	51,800,000			
滕用庄	境内自然人	9.19%	27,400,000	24,500,000			
滕用严	境内自然人	8.96%	26,700,000	24,200,000	质押		8,580,000
滕用伟	境内自然人	7.85%	23,400,000	23,300,000	质押		14,840,000
交通银行股份有限公司—长信量化先锋混合型证券投资基金	其他	1.54%	4,577,406				
中信建投基金—广发银行—中信建投—添财富 1 号资产管理计划	其他	1.00%	2,970,331				
中信建投基金—广发银行—中信建投—优选 2 号资产管理计划	其他	0.65%	1,923,900				
中国工商银行股份有限公司—富国文体健康股票型证券投资基金	其他	0.50%	1,497,900				
厦门国贸资产管理有限公司—启富一号资产管理计划	其他	0.30%	909,000				
厦门国贸资产管理有限公司—启富致远资产管理计划	其他	0.30%	903,500				
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，滕用雄、滕用伟、滕用庄、滕用严存在关联关系，其他股东之间，未知是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	上述前 10 名普通股股东不存在通过融资融券账户持有本公司股份的情况。						

(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

(1) 公司债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	到期日	债券余额（万元）	利率
------	------	------	-----	----------	----

(2) 公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

(3) 截至报告期末公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

单位：万元

项目	2016 年	2015 年	同期变动率
----	--------	--------	-------

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

本公司请投资者认真阅读本年度报告全文，并特别注意下列风险因素

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

否

2016 年，我国经济正在向形态更高级、分工更复杂、结构更合理的阶段演化。消费者需求升级、国家相关部门和消费者对食品安全的意识空前提升。原材料价格和物流配送成本持续攀升。食品加工行业也从高速增长转向中速增长，增长方式从规模速度型粗放增长转向质量效率型集约增长，产品结构从增量扩能为主转向调整存量、做优增量并存的深度调整，高端产品竞争加剧，发展动力从传统增长点转向新的增长点。

2016 年行业商业渠道和消费者不断升级、消费者安全意识不断提升。尽管 GDP 放缓、赚钱越来越难，但国人对吃喝的热情却愈发高涨，尤其是高端食材的需求持续攀升。在此背景下，公司紧紧围绕“利润优先、营收稳增、结构调整”十二字方针，在全体海欣人的共同努力下，较好的达成各项预算目标。冷冻产品方面，公司持续提升“海欣”与“鱼极”品牌及产品核心竞争力，重点布局“鱼极”系列高端产品，并着眼未来进行产品的贮备和开发，尝试多样化的品牌传播及渠道拓展，通过强技术、拓渠道，做强冷冻鱼肉制品核心本业，实现了生产和销售总量、收入、利润的稳步增长。常温休闲食品则通过产品品类丰富化、品牌推广精准化、营销模式差异化、销售渠道多元化，进一步巩固海欣海洋休闲食品的品牌定位，成为公司重要的收入和利润增长点。

一、报告期内主要生产经营情况如下：

1、生产情况

报告期内，公司四个生产基地金山分厂、东山腾新、浙江鱼极、舟山腾新合计完成产量 7.43 万吨，超额完成年初生产计划，各生产基地产量均不同程度增长，与公司销售情况相匹配。

2、销售情况

报告期内，公司实现主营业务收入 91,719.58 万元，同比去年增加 13.11%，主要得益于各品类产品销量的增加和毛利率的增长，具体如下表：

分产品主营业务收入和毛利率情况：

分产品	2016年1-12月			2015年1-12月			1-12月增减情况	
	销售金额 (万元)	销售占比	毛利率	销售金额 (万元)	销售占比	毛利率	增减金额 (万元)	增减比例
海欣速冻鱼肉制品	54,494.83	59.41%	28.51%	51,208.67	63.15%	28.41%	3,286.15	6.42%
海欣速冻肉制品	18,179.14	19.82%	31.62%	15,335.67	18.91%	30.37%	2,843.47	18.54%
鱼极速冻鱼肉制品	9,247.39	10.08%	49.31%	8,244.91	10.17%	50.63%	1,002.48	12.16%
常温休闲食品	9,780.05	10.66%	22.02%	6,297.54	7.77%	18.76%	3,482.51	55.30%
鱼糜	18.18	0.02%	12.02%				18.18	100.00%
合计	91,719.58	100.00%	30.53%	81,086.79	100.00%	33.07%	10,632.79	13.11%

分产品主营业务销量与单位售价情况：

分产品	2016年1-12月		2015年1-12月		1-12月增减情况		1-12月增减幅度	
	销售数量 (吨)	单位售价 (元/吨)	销售数量 (吨)	单位售价 (元/吨)	数量增减 (吨)	单位售价增减 (元/吨)	数量增减 (吨)	单位售价增减 (元/吨)
海欣速冻鱼肉制品	56,119.57	9,710.48	50,593.57	10,121.58	5,526.00	-411.09	10.92%	-4.06%
海欣速冻肉制品	13,719.17	13,250.90	11,609.49	13,209.59	2,109.68	41.31	18.17%	0.31%
鱼极速冻鱼肉制品	2,426.69	38,107.05	2,181.71	37,791.06	244.98	315.99	11.23%	0.84%
常温休闲食品	3,533.76	27,676.03	2,367.36	26,601.55	1,166.40	1,074.49	49.27%	4.04%
鱼糜	13.00	13,982.30	-		13.00	13,982.30	100.00%	100.00%
合计	75,812.19	12,098.26	66,752.13	12,147.45	9,060.06	-49.18	13.57%	-0.40%

如上述表格所示，公司海欣速冻鱼肉制品和肉制品销售额均止跌回升，鱼极高端系列继续稳步增长，常温休闲系列高速增长且随着规模效益的提高毛利率也有较高的提升。

报告期内，公司对销售团队设置了合理的考核目标，同时匹配考核机制，鼓励多做多得，业绩奖励上不封顶。此外公司实施限制性股票激励计划也有效激发了销售人员潜能，确保了团队的稳定性并调动了工作积极性，从而实现销售超预期达成预算目标。

渠道方面，特通渠道新开发某全国知名连锁高端时尚麻辣烫系统；浙江鱼极新增出口客户；前述新增渠道随着合作的加深，客户维护和服务的加强，预计未来将带动更多销量的增长。休闲食品 2016 年新增经销商 146 家，增长率为 85.38%，为休闲食品销量的持续增长奠定了基础。此外休闲食品 2015 年、2016 年主要的销售渠道为流通渠道，2016 年底东山腾新成立休闲食品 KA 管理部，针对公司休闲食品的商超渠道进行进场谈判、包装设计等前期铺垫工作，2017 年将完成大型商超的入驻，预计将对休闲食品的销量带来大幅增长。

品项结构方面，2016 年度公司的“鱼极”系列已在高端市场享有较高品牌认可度。在低端市场竞争白热化的情况下，公司导入中端精品系列，抢占中低端的市场份额，在实际推动过程中，启动专案样板市场打造及终端打造，引导精品系列的产品销售，2016 年度精品系列实现 136% 的增长。此外休闲食品在 2015 年蟹柳、鱼豆腐等品项基础上，新增蟹黄卷、鱼板烧、溜溜虾球、宝宝虾糕等新品，进一步丰富了产品品项。

组织架构方面，公司 2016 年推出更适合现阶段管理需求的省区制，以省为单位，配合片区的管理模式，对区域资源进行更好的整合，也使得各项政策都能够较好的落地。其中江苏省区成效突出，在基数过亿的情况下，实现了 11% 的增长。

3、新品研发

报告期内，公司着眼于未来行业发展和消费升级趋势，持续开发鱼极新品，2016 年新开发了儿童鱼丸、蔬彩脆丸等 47 个新品，此外对现有主力产品进行技术优化升级，重点改进了撒尿肉丸、蟹肉棒、玉米香肠等产品，对相关产品的销量增长发挥了重要作用。

4、品牌传播

2016 年，随着互联网技术的深入渗透，人们生活习惯和消费格局已经发生了前所未有的变化，消费需求与产品生产之间的联系越来越依赖于新媒体的推广和传播。鉴于此，公司 2016 年的品牌传播重心转移到线上和新媒体，通过微信公众号、H5 传播、微信红包、微博传播等形式进行有效传播，尤其是 6 月渔博会，通过“鱼丸博物馆”线上线下结合传播，吸引各厂商和消费者的喜爱，加入现场手工鱼丸制作、快捷菜烹调元素，得到了消费者和观众的欢迎和喜爱，市委领导也莅临参观。

此外，公司休闲产品签约 90 后著名影星张一山为代言人，在年内通过平面广告和产品包装更新升级打造品牌形象，将

目标消费人群进一步锁定 80 后、90 后、00 后等年轻时尚一族，并通过专项推广活动，配合渠道和终端铺货，点面线有效结合，促进休闲食品销量提升，提高品牌影响力。

5、电商业务

2016 年，公司着眼于打造线上业务管理平台的目标，加强了线上线下业务的融合。在巩固原有零售业务基础上，加大渠道建设，加强与大型电商平台的对接合作。从 10 月份开始启动与天猫超市和京东的生鲜类目战略合作，成功将撒尿肉丸、福州鱼丸等多只产品打造成爆品。2016 年网络渠道整体销量同比增长超过 200%，取得了较好的效果。同时品牌知名度得到提升，蟹柳、鱼丸、鱼极、海欣等关键词搜索排名稳定在前三，单店转化率及三项指标均高过同行。用户群体结构方面，年龄段从 25-35 岁的白领阶层逐步转化为 20-30 岁学生+白领为主，与公司整体定位 80-90 后的目标群体匹配度更高，对公司进一步调整和深化品牌战略方向及路径起到重要作用。

6、投资并购

2016 年公司抱着审慎的态度，做了大量投资标的寻找、考察和论证工作，相关标的在产业协同性、战略匹配性以及估值合理性等方面存在诸多分歧，因此未能形成明确投资方案，后期如有会依照相关法规进行披露。

二、公司面对的风险因素

1、食品安全风险

食品安全问题始终是公司面临的巨大风险因素。为保证公司产品安全和品质，公司一直坚持“质量是企业生命”的经营理念，公司将进一步加强原材料采购、生产加工、运输分销、终端销售等整个链条的质量控制，贯彻执行 HACCP 认证，完善产品溯源机制和应急预案机制，指定公司副总经理每月召开食品安全工作会议，及时发现、及时解决，确保食品安全控制万无一失。

2、原材料价格波动风险

公司生产所需的主要原材料鱼糜、肉类和淀粉等材料成本占营业成本的比例约 80%，原材料价格的波动直接影响公司的盈利能力。若原材料价格波动幅度过大，有可能造成公司盈利水平的大幅波动。为此公司采取积极的应对措施，通过收集市场信息、开发新供应商、合理控制原材料库存、举行招投标以及战略采购的方式努力降低采购成本，缓解原材料价格波动对公司盈利水平的影响。

3、投资并购风险

公司外延扩张的投资并购活动，具有周期长、流动性低等特点，且投资过程中将受宏观经济、行业周期、投资标的公司经营管理等多种因素影响，存在面临投资失败及亏损的风险。为此公司将抱着审慎的态度，寻找符合公司战略规划，能够实现产业协同效应的标的进行多方考察和论证，保证投资决策的科学性和合理性。

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

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

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 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

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

(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

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

(4) 对 2017 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用

2017 年 1-3 月预计的经营业绩情况：净利润为负值

净利润为负值

2017 年 1-3 月净利润（万元）	-400	至	100
2016 年 1-3 月归属于上市公司股东的净利润(万元)	1,275.07		
业绩变动的的原因说明	1、产品销售总体尚未有大的增长，加上今年春节在 1 月份致使旺季销量留存在去年 12 月份。2、同比去年，股权激励管理费用一季度摊销 600 多万也影响了利润净额。		