

公司代码：603886

公司简称：元祖股份

上海元祖梦果子股份有限公司
2018 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上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、准确、完整，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 毕马威华振会计师事务所（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 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计，本公司2018年度合并报表实现净利润241,625,220.05元，其中归属于上市公司股东的净利润241,646,659.81元。2018年度母公司实现净利润179,398,629.39元，截止2018年12月31日母公司可供股东分配的利润为436,401,370.45元。

根据公司利润实现情况和公司发展需要，经公司第三届董事会第二次会议通过，公司 2018 年度利润分配方案为：派发现金股利，以利润分配方案实施股权登记日的股本为基数，按每 10 股派发现金股利 6.6 元（含税），共计派发现金股利 15,840.00 万元。

该方案尚需提交公司 2018 年年度股东大会予以审议。

二 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	元祖股份	603886	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	沈慧	施益丹
办公地址	上海市青浦区嘉松中路6088号	上海市青浦区嘉松中路6088号
电话	021-59755678	021-59755678
电子信箱	gansoinfo@ganso.net	gansoinfo@ganso.net

2 报告期公司主要业务简介

（一）公司主要业务及产品

报告期内，公司主营业务未发生变化。

报告期内，公司主要从事各类烘焙食品的研发、生产与销售，旗下拥有蛋糕、月饼、水果及其他中西式糕点的四大产品系列，共计 100 多种产品类别。优质的产品生产及销售使公司成为家喻户晓的烘焙食品生产及销售企业。

报告期内，公司产品主要以国内市场销售为主，利用全国连锁经营的线下实体店及线上各大电子商务平台实现销售活动。其中，线下实体店以直营为主，加盟为辅，开展销售活动。

自公司成立以来，一直致力于以“健康·好吃·有故事”的产品成就“元祖—使人与人之间的联结更紧密”的使命。期许作为“精致礼品名家”的公司能够成为在以人为本的社会中，促进人与人之间友好共处的重要桥梁之一。

（二）公司经营模式

1、经营模式

报告期内，公司采用“中央工厂+零售”的全链条运营模式，从原料采购、生产加工、包装物流、市场营销、研发设计、终端零售，环环紧扣，严格把关消费者舌尖上的安全，为消费者提供中高档的烘焙食品。

2、销售模式

报告期内，公司对于终端零售的销售模式采用“线上线下一体化”的全渠道布局销售策略。

线上渠道通过自建官网及微商城，并结合各大关键电商平台的资源建立公司旗舰店自主经营，如天猫、京东等，为消费者提供“随时随地”、“想买就买”的消费场景。

而线下渠道除了通过“直营为主，加盟为辅”的连锁经营模式，以标准化、精细化的门店管理制度满足消费者线下门店体验需求外，更是建立庞大且稳定的终端渠道以不断强化公司的品牌影响力。为了加强各区域门店经营管理，公司设有营销部，根据区域划分，负责各子公司及加盟商的日常管理。截至报告期末，公司在全国共开设 631 家门店，相比 2017 年末净增加 40 家门店。

为了解决消费者从线上或线下购买公司产品的“最后一公里”问题，公司严格挑选符合冷链配送要求的快递物流供应商，为消费者提供“就近门店配送”或“快递配送”的宅配服务，以实现“上午下单、下午送达”的承诺。以鲜奶蛋糕为例：消费者下单后，由元祖系统分发给在 7 公里范围内就近门店新鲜裱花后，直接配送至消费者指定场地，减少中间流转环节，保持鲜奶蛋糕的新鲜口感和营养。

3、支付模式

报告期内，消费者购买公司产品时除了可以现款现货外，也可以选择购置公司各类卡券，再以卡券到门店或指定线上渠道，使用卡券下单购买或提货。

公司按照《单用途商业预付卡管理办法（试行）》等相关规定，以实体卡及电子密码为载体，发行各类节令券、非节令券及元祖卡等卡券，为消费者提供多种快捷、便利的支付方式。

4、生产模式

公司根据不同产品线的特性，采用自主生产为主，OEM 供应为辅的生产加工模式。公司大部分产品系列均采用中央烘焙工厂统一生产，以确保产品品质的稳定性及安全性。报告期内，公司分别在上海、成都自设两家中央烘焙工厂，按照各门店及时的需求反馈及其距厂距离，灵活调节生产计划，以确保市场供需平衡、产品新鲜健康。

以鲜奶蛋糕为例，蛋糕蛋胚部分是由公司中央烘焙工厂生产，根据门店需求按量生产。而为了向消费者提供新鲜的鲜奶蛋糕，除了蛋糕的现场裱花工艺外，门店不参与其他任何产品生产加工环节。

另外，对于公司部分节令性产品，由于其市场周期集中度较高，在公司目前的产能条件下，无法完全满足短期节令性的生产需求，因此对于部分节令性产品，公司采取 OEM 供应商生产加工的模式。同时，为了确保 OEM 厂商产品质量符合公司及法律法规对食品安全的标准，公司严格执行 OEM 厂商管理制度，以贯彻公司“健康·好吃·有故事”的产品理念。

5、物流模式

公司根据自身“中央工厂+零售”的业务特色，配合自建运营数据管理系统，整合各门店销售数据以规划配送路线后，通过与第三方物流服务商合作，实现高效精准的物流管理。

6、采购模式公司实施由公司采购部及中央工厂统一鉴别、统一采购、统一管理的采购制度并通过公平、公开的招标方式，对主要原辅材料进行采购，以严格管控产品质量、优化资金使用效能、提升公司市场议价能力。

（三）行业发展现状与行业周期性特点

1、行业发展现状

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》，公司属于“制造业”中的“食品制造业”其中“烘焙食品制造”的“糕点、面包制造”子行业。

烘焙食品是以小麦等谷物粉料为基本原料，辅以油脂、乳品、蛋品、添加剂等，通过高温焙烤过程而熟化的一大类食品，又称烘烤食品。虽然焙烤食品范围广泛，品种繁多，形态不一，风味各异，但主要包括面包、蛋糕、月饼和其他点心糕点等四大类产品。

从市场需求的角度，由于烘焙食品具有较高的营养价值、食用方便、可塑性高等特点，使大众群体习惯，甚至追求以烘焙食品作为饮食文化中的主要组成部分。可见烘焙食品在低、中、

高端市场都形成大众刚性需求。

从产品种类的角度，随着饮食结构及消费升级，无论是面包还是糕点在品种上都是丰富多彩，不断推陈出新。除传统的普通面包糕点食品外，近些年又出现了强化营养，注重健康的面包糕点制品，以满足多种消费者的不同需要。

从市场规模的角度，根据中国产业信息研究网发布的《2018-2023 年中国烘焙食品行业市场调查分析及发展前景预测报告》数据显示，中国的烘焙食品零售规模保持着稳步增长，2012-2017 年年均复合增长率为 12.8%。国家统计局数据全国规模以上烘焙企业 1800 家，主营业务收入 3800 亿元，同比增长 9%，利润 360 亿元。在烘焙食品中，面包和糕点的销售额合计占 60% 左右。

随着中国经济实力增强，人民收入不断提高，消费能力提升，对高端产品需求增加。消费者开始注重对烘焙食品口味、质感的追求，品牌意识增强。烘焙食品行业准入制度的设立以及法律法规体系的建立，使得行业进入门槛提高，品牌壁垒形成，行业进入门槛提高，中高端市场成为竞争焦点。

2、行业周期性特点

1.季节性特征

烘焙食品中的蛋糕、面包类别属于日常消费品，没有显著性季节性特征。

对于节令性产品而言，则存在明显的季节性特征。对于春节年糕、清明青团、端午粽子、中秋月饼等快速消费品而言，由于其与时令节日的关系属于完全依附，导致节令性产品消费呈现高度集中及规模迅速增长的季节性特征。其中，中秋月饼一般占烘焙企业销售收入比重较大，因此大部分烘焙企业下半年的收入表现较上半年为佳。

2.周期性特征

烘焙食品行业依托大众刚性需求，作为防御性行业，一般不容易受到外围经济波动而影响，年度市场需求大致稳定，一般烘焙食品消费与经济周期相关性不明显。

（四）公司市场地位

1、行业利润水平分析

当前烘焙行业中属于完全竞争市场，存在大量规模较小的烘焙店、小作坊起家的本土品牌及陆续进入我国市场的外资企业成熟品牌；对于行业内较成熟的烘焙食品企业而言，一般因其自动化、规模化的生产模式及连锁经营模式以塑造品牌、获得消费者青睐。因此，较成熟的烘焙食品企业能够有效地维持行业整体利润水平。

行业内上市公司年度毛利润表现，如表所示：

公司名称	上市地点	2018 年度	2017 年度	2016 年度
85 度 C	台湾	58.74%	59.33%	58.18%
克莉丝汀	香港	44.56%	45.29%	46.51%
面包新语	新加坡	56.27%	55.57%	54.88%
桃李面包	上海	39.68%	37.70%	36.13%
可比上市公司平均	-	49.81%	49.47%	48.93%
元祖股份	上海	64.81%	66.33%	63.74%

从上可见，公司的毛利率高于可比上市公司平均毛利率，同时也属可比上市公司中最高者。

另外，根据中商产业研究院数据库的研究显示，2018 年中国食品行业上市公司市值排行榜，公司以 42 亿元总市值，排名第 11 位。其中，在烘焙食品行业中，公司排名第 2 位。

2、公司竞争优势

(1)、品牌竞争优势

公司自成立以来一直秉承“健康·好吃·有故事”的产品理念，以优质的产品反馈消费者对公司的支持并持续争取消费者对公司品牌的信任。

多年来，公司屡获殊荣：

2018 年，公司绿豆糕礼盒和蛋黄酥礼盒荣获“上海名特优食品”称号，蛋黄酥礼盒被评为“上海优选伴手礼”。

2008~2017 年，元祖连续被评为“中国烘焙行业十大品牌”。

2009 年，雪月饼（月饼冰激凌）研究课题经产品成果鉴定，产品技术达到国内领先水平；该研究课题还成功入围国家科技部中国食品工业科学技术成果奖。

2015~2016 年元祖被陆续评为中国月饼十强企业。

2015~2016 年上海市食品安全示范企业。

2016 年被评为上海市认定企业技术中心。

2011~2019 年“GANSO 元祖”被认定为“上海市著名商标”。

2014~2018 年元祖食品 ganso 糕点、蛋糕、月饼被推荐为上海名牌。

2010 年上海世博会指定糕点面包供应商，2017 年元祖作为阿斯塔纳世博会中国美食与文化馆的全球合作伙伴，在阿斯塔纳精彩绽放中华习俗文化风采，元祖凤梨酥被评为 2017 阿斯塔纳世博会指定伴手礼。

报告期内，公司获纳入首批《上海市重点商标保护名录》，以公司用心经营的品牌优势，强

化消费者的支持和信任。

(2)、技术竞争优势

公司坚持“不断创新·引导市场·打造需求·创造流行”的经营理念,不断推动内部革新、引进外部创新。除了从成立于 2009 年的烘焙研究所吸取并交流烘焙食品及其技术的新食品、新技术外,公司更鼓励生产部及产品研发部等联动协作,形成良性的产品与技术协同效应。报告期内,公司申报多个专利项目,如“一种抹茶奶油的制备工艺”、“含有明日叶及不可溶性膳食纤维的蛋糕及其制备工艺”、“一种低钠盐焗果仁月饼的配方及其制作方法”“一种低温烘烤的蛋黄酥及其制作方法”等,以公司的力求卓越的技术优势,留住人才,推动公司持续发展。

(3)、营销竞争优势

公司致力成为“精致礼品名家”,凭借线上线下渠道的联动发展,报告期末共开设超过 600 家门店,并以崭新的门店设计及经优化的流水线提升顾客体验好感度;从线上拓展关键的电商平台和与时俱进的客户管理系统,增加公司产品的曝光率及引流转化率。以稳健的渠道网络强化公司营销优势,作为公司经营发展的强心针。

报告期业绩驱动因素

(1)、战略驱动因素公司为发挥资源优势,提升运营效率,降低管理成本,作出资源整合的战略布局,由江苏元祖、浙江元祖、上海元虹分别吸收合并山东元祖、福建元祖、广州元祖。通过改善组织方式,为公司创造集中资源的有利条件,进一步扩大业务增量,以提升公司业绩表现。

(2)、营销驱动因素公司为进一步推动市场需求,拉动业绩增长,除了执行一贯的营销策略外,一方面扩展线下门店渠道;另一方面,加强建设线上电商平台,打造线上线下一体化的零售布局,完成新零售闭环设计,为消费者带来更人性化的消费体验,满足其消费需求,实现交易闭环,以刺激业绩表现。

(3)、品牌驱动因素公司借助“健康·好吃·有故事”的产品理念,积累产品质量的口碑及品牌价值,凭借“精致礼品名家”的品牌定位,获取细分市场,实现精准营销,深挖市场,以拉动业绩表现。

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

	2018年	2017年	本年比上年 增减(%)	2016年

总资产	2,204,174,819.14	1,970,288,947.07	11.87	1,783,012,016.46
营业收入	1,958,215,894.56	1,777,241,093.10	10.18	1,591,643,556.76
归属于上市公司股东的净利润	241,646,659.81	203,513,298.30	18.74	124,950,005.19
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	213,377,540.19	182,716,051.44	16.78	113,594,766.11
归属于上市公司股东的净资产	1,351,632,515.23	1,219,028,342.21	10.88	1,068,427,073.05
经营活动产生的现金流量净额	365,296,419.61	324,748,214.93	12.49	285,536,687.12
基本每股收益 (元/股)	1.01	0.85	18.82	0.69
稀释每股收益 (元/股)	1.01	0.85	18.82	0.69
加权平均净资产收益率(%)	19.78	18.19	增加1.59个百分点	26.80

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	272,760,202.56	444,064,469.84	914,868,821.63	326,522,400.53
归属于上市公司股东的净利润	-29,825,403.52	50,878,519.14	226,181,116.59	-5,587,572.40
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-38,477,711.52	43,796,466.34	222,056,444.27	-13,997,658.90
经营活动产生的现金流量净额	-32,389,193.70	162,844,305.47	423,578,585.52	-188,737,277.68

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股本及股东情况

4.1 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

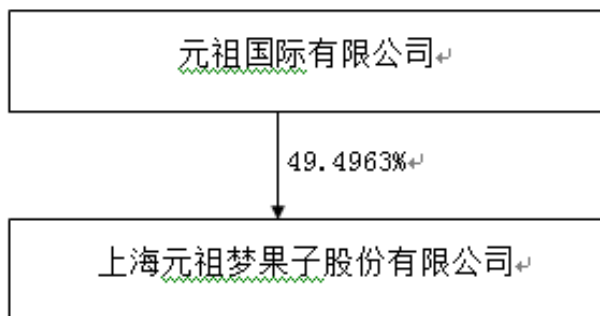
单位：股

截止报告期末普通股股东总数(户)	13,668
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	10,691
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	不适用
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)	不适用
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	质押或冻 结情况		股东 性质
					股份 状态	数 量	
元祖国际有限公司	-	118,791,000	49.50	118,791,000	无	0	境外法人
卓傲国际有限公司	-3,374,600	29,249,680	12.19		无	0	境外法人
元祖联合国际有限公司	-1,759,873	25,204,847	10.50		无	0	境外法人
中国农业银行股份有限公司—交银施罗德先进制造混合型证券投资基金	2,417,801	2,417,801	1.01		无	0	境内非国有法人
中国建设银行股份有限公司—安信价值精选股票型证券投资基金	2,210,400	2,210,400	0.92		无	0	境内非国有法人
招商银行股份有限公司—富国天合稳健优选混合型证券投资基金	1,878,309	1,878,309	0.78		无	0	境内非国有法人
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	1,162,228	1,162,228	0.48		无	0	境内非国有法人
常士杉	835,600	835,600	0.35		无	0	境内自然人
陈惠红	-141,800	830,000	0.35		无	0	境内自然人
狄德康	16,200	759,600	0.32		无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未知其他流通股股东之间是否存在关联关系及是否存在一致行动的情况。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

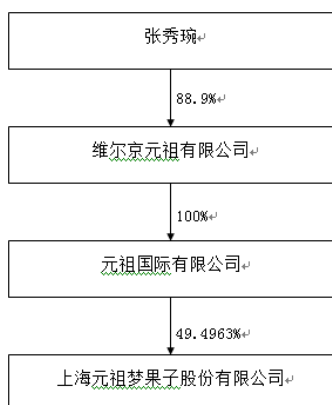
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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

三 经营情况讨论与分析

1、报告期内主要经营情况

报告期内，公司实行直营为主，加盟为辅的经营策略，辅以电子商务的销售策略，强化了对销售终端的控制能力，为公司后续的业务发展奠定了良好的市场基础。

一年三大农历节庆，春节、端午与中秋，总少不了元祖的陪伴。元祖，致力于发扬并传承传统文化、二十四节气，它是文化的代言人；元祖，在温馨的送往迎来之间展现精致的风范，它是礼的代言人。元祖，积极导入新的时尚潮流，再造节庆美食礼品新文化；元祖，为中国人的传统美食，找到了时代的新诠释。元祖所肩负的正是“演绎民俗、创新传统”的使命，无疑是推广传统美食文化最佳的企业之一。

元祖为全年规划了“三节四季”，其中中国传统节日就占据了六项，从年初的春节、元宵，到年中的端午、中秋，元祖为每个节庆打造蕴含文化意义的特色产品：春节年糕、清明青团、端午粽、中秋月饼等，做到有节有礼，有节就有元祖的企业印象；更有梦蛋糕、精致礼盒、弥月礼盒、高端水果等。

随着时代演进，中西文化的碰撞融合，元祖除了各类中西节令的耕耘，更重视中国传统节日的传播和民俗文化的传承。在每个与亲友共喜、共聚、团圆的日子，元祖都准备了时尚的传统美食，让人与人之间的联结更紧密。

公司的核心产品，蛋糕、月饼以及中西式糕点实现的营业收入为 18.1 亿，占全年的主营收入的 94.8%。

2、 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3、 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4、 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

财政部于 2017 年及 2018 年颁布了以下企业会计准则解释及修订：

— 《企业会计准则解释第 9 号——关于权益法下投资净损失的会计处理》

— 《企业会计准则解释第 10 号——关于以使用固定资产产生的收入为基础的折旧方法》

— 《企业会计准则解释第 11 号——关于以使用无形资产产生的收入为基础的摊销方法》

— 《企业会计准则解释第 12 号——关于关键管理人员服务的提供方与接受方是否为关联方》（统称“解释第 9-12 号”）

— 《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15 号）及相关解读

本集团自 2018 年 1 月 1 日起执行上述企业会计准则解释及修订，对会计政策相关内容进行调整。

(a) 解释第 9-12 号

本集团按照解释第 9-12 号有关权益法下投资净损失的会计处理，固定资产和无形资产的折旧和摊销方法以及关键管理人员服务的关联方认定及披露的规定对相关的会计政策进行了调整。

采用解释第 9-12 号未对本集团财务状况和经营成果产生重大影响。

(b) 财务报表列报

本集团根据财会〔2018〕15 号规定的财务报表格式及相关解读编制 2018 年度财务报表，并采用追溯调整法对比较财务报表的列报进行了调整。

本次会计政策、会计科目变更和调整仅对财务报表的列报项目产生影响，对公司当期及前期的经营成果，总资产、净资产状况不存在实质性影响。

5、 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6、 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

适用 不适用

子公司全称	主要经营地	业务性质	直接持股比例 (%)
梦果子国际有限公司	香港	投资和进出口贸易	100.00
辽宁元祖食品有限公司	辽宁	批发和零售	100.00
上海元祖电子商务有限公司	上海	批发和零售	100.00
上海元祖食品有限公司	上海	批发和零售	100.00
上海元虹食品贸易有限公司	上海、北京、广西、河北	批发和零售	100.00
四川元祖食品有限公司	四川	生产加工和销售食品	100.00
广州元祖食品有限公司	广东	批发和零售	100.00
浙江元祖食品有限公司	浙江	批发和零售	100.00
湖北元祖食品有限公司	湖北、江西、河南	批发和零售	100.00
江苏元祖食品有限公司	江苏	批发和零售	100.00
福建元祖食品有限公司	福建	批发和零售	100.00
元祖企业管理咨询(上海)有限公司	上海	管理咨询服务、零售和批发	100.00
湖南元祖食品有限公司	湖南	批发和零售	100.00
山东元祖食品有限公司	山东	批发和零售	100.00
元祖实业股份有限公司	台湾	批发和零售	99.4137

上海元祖梦果子股份有限公司

董事长：张秀琬

董事会批准报送日期：2019年4月16日