

证券代码：000639

证券简称：西王食品

公告编号：2023-014

## 西王食品股份有限公司 2022 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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

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

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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	西王食品	股票代码	000639
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	无		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	王超	张婷	
办公地址	山东省邹平市西王工业园	山东省邹平市西王工业园	
传真	0543-4868888	0543-4868888	
电话	0543-4868888	0543-4868888	

电子信箱	wangchao@xiwang.com.cn	zhangting@xiwang.com.cn
------	------------------------	-------------------------

## 2、报告期主要业务或产品简介

2022 年是党和国家历史上极为重要的一年。党的二十大胜利召开，描绘了全面建设社会主义现代化国家的宏伟蓝图。面对风高浪急的国际环境和艰巨繁重的国内改革发展稳定任务，在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，全党全国各族人民迎难而上，砥砺前行，统筹国内国际两个大局，统筹发展和安全，加大宏观调控力度，应对超预期因素冲击，发展质量稳步提升，科技创新成果丰硕，改革开放全面深化，就业物价基本平稳，粮食安全和人民生活得到有效保障，保持了经济社会大局稳定。报告期内，公司积极贯彻落实党的二十大精神，作为食用油龙头企业，积极做大做强粮油产业，保障国家粮油安全，尽管面对上游原材料成本持续上涨及汇率波动导致的盈利端压力，公司在积极稳定市场秩序的同时，不断巩固大客户、开发新市场、优化产品结构，充分彰显了公司的经营韧性。

食用油业务：

### 1、持续优化供应商结构，创新采购模式，拓宽采购渠道，积极推进直采

受自然灾害、国际局势等客观因素影响，使全球食用油原材料供给紧缺，2022 年初，南太平洋汤加火山爆发，巨量火山灰进入平流层，影响全球气候，俄乌战争爆发，食用油原材料出口受限，以上多种因素加剧了原材料供应紧张，导致国内粮价不断承压上涨。面对不利条件，公司通过加强市场调研、把控采购节奏、严控到货质量、持续新客户开发、拓宽采购渠道等多种措施，降低了采购成本，保障原辅材料的充足供应。同时，创新了采购模式，实现办公用品、电子产品等在京东、天猫等知名电商平台的直采，形成流程闭环，进一步降低了采购成本。

### 2、强化品牌效应，创新营销模式，积极应对市场格局新变化

多措并举、多油并举，在做好玉米油销售的基础上，提升菜籽油、葵花籽油、花生油等品类市场份额，针对消费需求向更优质、更健康、更多元方向发展，力争在细分赛道上占据领先地位，报告期内，公司包装油销量近 18 万吨，重点推进产品升级焕新，菜籽油焕装上市，重新提炼“小焙慢榨油更香”，完成经典玉米胚芽油、葵花籽油、花生油卖点升级和包装焕新。依托自身品牌、渠道及供应优势，持续创新渠道销售模式，成立抖音直播间，由传统推广转型新媒体传播，实现微信视频号、抖音视频号平台自运营，深耕抖音、小红书、微信视频号等新媒体平台。每日客流量 10000+，月度流量达 50W+，通过直播向消费者传递西王品牌价值，稳固西王品牌在消费者心中的地位。

### 3、坚持精细化管理，落实降本增效，夯实生产发展

持续提升精益生产管理，全年降本增效成果显著，节能降耗金额 700 余万元。严格把控生产过程，推进技术创新，通过控制粕水分、包装油罐装重量，降低包装物损耗等实现降本增效 211 万元；积极推进行业对标、征集合理化建议，实施自主创新技术改造近 90 余项，主要完成包装厂贴标机改造，减少

产品贴标用胶量一半以上；积极推进员工创新创效，自主维修码垛机、吹灌一体机等设备，降低维修费用。

#### 4、坚持科技创新驱动

坚持科技创新驱动，加大知识产权研发力度，2022 年质量管理体系运行良好，迎接外部审核 24 次，迎接国家及省市各级市场监督管理部门对公司食用油产品随机抽检 204 批次，合格率 100%；申请专利 6 项（1 项发明，5 项新型），获得授权专利 4 项，对 3 项自主研发的项目进行了科技成果鉴定。获得“好品山东”、“国家级知识产权示范企业”两项荣誉，“西王玉米胚芽油鲜胚”和“西王小榨甄香菜籽油”成功斩获 2022 年世界食品品质评鉴大会金奖，进一步提升了产品形象、品牌知名度、美誉度及社会影响力。

#### 5、加强全面预算管理，深化制度建设，防范企业风险

强化预算管理，严格执行控制，统筹调整资金结构，保障生产经营稳健发展。强化内控管理，加大内审监督检查，推进各项业务规范运行，降低管理风险，强化制度建设，编制《一级油贸易采购及销售》、《电商采购》等流程，充分发挥制度指引方向、规范行为、提高效率、维护稳定、防范化解风险的重要作用，确保企业健康发展。

#### 运动营养业务：

##### 1、全球品牌建设，重塑 Iovate 作为运动营养品领域的领导者

专注于在全球范围内打造 Iovate 品牌，利用北美和国际品牌团队整合新产品开发、品牌大使管理、活动营销、社交媒体管理和整体品牌战略。在寻求最有效运动营养配方的健身爱好者中重塑品牌，利用全球健身活动、社交媒体以及健美和健身社区中受欢迎的运动员和教练，利用强大的联属营销计划建立直接面向消费者的销售。

##### 2、优先考虑主要市场和客户

增强战略客户的增长，通过识别和执行关键杠杆或收入增长管理优化渠道组合，优化资源在各市场和客户间的配置，提高毛利和利润。优先印度、英国、澳大利亚等增长市场，制定精准的商业规划以推动销售、营销，为战略客户制定联合业务计划流程，提升健康对话。

##### 3、聚焦专营渠道

通过专业渠道零售连锁店（GNC 和维生素专柜）和专业渠道批发分销商（Sportlife、DNA、Muscle Foods USA、EURpac）聚焦专营销渠道，将投入更多资源来对经销商伙伴宣传 MuscleTech 及各品牌以及每个产品的创新和品质。

##### 4、优化产品组合

通过创新将分销扩展到专业领域，同时优化经典产品和商品的 FDM 渠道，使用改进的口味和配方升级产品组合，利用全球发布策略增加产品创新管道。报告期内，肌肉科技有 96 个 SKU 产品调整及上新，

BT0 产品 59 个 SKU 更换包装，其中研发 35g 白金脆壳蛋白棒、高性能 100g、400g 肌酸产品、推出 NitroTech 8lbs 装用于承接电商大促期间流量，并联动高达 IP 推出联名 5lbs 蛋白粉 & 7lbs 增肌粉产品；健身辅助类上新 5 款 5sku，在锌镁肌酸粉基础上增加多规格纯肌酸粉和提高爆发力耐力的粉剂及液体氮泵产品；体重管理类上新 4 款 5sku，主要是左旋肉碱液为主不同规格及包装形式的产品；基础营养类上新 7 款 8sku，为运动辅助类、便携易食用的产品，如电解质粉、骨胶原钙片和提升精力的植物甾醇片等。同时，结合销量较高的 4 款产品（3 磅增肌粉、锌镁肌酸粉、咖啡因耐力营养粉、左旋肉碱液）联动和平精英 IP 推出联名产品。

#### 5、完善运营基础，改善供应链管理

在大洋洲地区、欧洲地区、拉丁美洲地区、中东和北非地区推出电子商对商订单平台，在印度、欧洲、大洋洲地区推出完整的本地产品组合。将运营支持模式，从客户服务过渡到 CPFR（协同规划、预测与补货）。

#### （二）主要产品及其用途

食用油业务：主产品为“西王”牌鲜胚玉米胚芽油及玉米胚芽油，产品还涉及菜籽油、葵花籽油、花生油等多个健康油种，西王健字号玉米油于 2011 年取得了国家食品药品监督管理局颁发的国产保健食品批准证书，为国内首个获得保健食品证书的玉米油产品。公司被中国食品工业协会冠名“中国玉米油城”，连续三次入选“中国好粮油”，第一批“好品山东”代表品牌，为国家高新技术企业、全国粮油科技创新型企业，山东省放心消费示范单位，荣获 2022 年度中国品牌口碑指数食用油品牌榜单，2022 年山东粮油行业领军企业，成为最受消费者喜爱的食用油品牌。未来公司将继续秉承“食品安全为本，诚信经营为先”的经营理念，发挥全产业链、智能制造、专业营销、健康理念等多方面的优势，为广大消费者提供“绿色、营养、安全、健康”的食用油产品。

运动营养品业务：公司 2016 年成功收购全球知名运动营养与体重管理健康食品龙头 Iovate 公司，Iovate 公司现有 MuscleTech、Six Star、Hydroxycut、PurelyInspired 等重点品牌，涵盖运动营养和体重管理两大品类，此外公司也密切关注新品牌的开拓。Iovate 公司以健身专业人士及爱好者和追求健康生活方式人群为目标群体，致力于提供高科技含量、高品质的运动营养及体重管理产品。Iovate 拥有全球性的销售渠道，其产品销往 140 多个国家和地区，拥有丰富的国际经营及销售经验，熟悉国际市场环境和行情，MuscleTech 为北美地区最具影响力的运动营养品牌之一，Six Star 在北美运动营养市场占有率排名前列。

#### （三）经营模式

食用油业务：公司在食用油行业深耕多年，主营为小包装玉米油，品牌的首要目标人群定位于关注健康、重视健康的高品质客户及白领人群。依托西王集团，建立起了“原料基地-加工过程-终端产品”的完整产业链，转化玉米深加工的副产品胚芽，打造了品牌价值，构建了贯穿玉米油生产的全产业链。

同时，公司以“巩固一线城市，发展二线城市，开发三、四线城市”为总体思路，先后设立华北、东北、华东、华南、华西、华中、山东等七个大区，采用现代渠道与传统渠道相结合的渠道策略全方位拓展产品销售渠道，线上、线下协同发展，稳步扩充全国营销网络。

运动营养品业务：Iovate 公司立足产品创新和质量把控，具有完整的供应链体系，已经生产出众多基于运动营养产品领域的领先科技产品，熟悉国际市场环境和行情，并拥有全球性的销售渠道。尤其，在中国市场发展势头迅猛，未来将进一步扩大销售渠道，通过健身房、篮球馆、运动场资源及高端商超渠道提供全新的互动体验。

#### （四）报告期内公司产品市场地位

食用油业务：报告期内，西王食用油凭借优秀产品质量、诚信品牌信誉、领先的生产技术斩获山东省市场监管局等部门第一批“好品山东”品牌殊荣；“西王玉米胚芽油鲜胚”和“西王小榨甄香菜籽油”两款产品亮相“世界食品品质评鉴大会”，并成功斩获 2022 年世界食品品质评鉴大会“金奖”，西王品质出彩国际舞台；小包装成品物管科荣获 2022 年“全国工人先锋号”称号；荣获 2022 年度中国品牌口碑指数食用油品牌榜单，成为最受消费者喜爱的食用油品牌；公司被评为 2022 年山东粮油行业领军企业。另外，高端厨房事业部 2022 年中秋订货会订货量再创历史新高。

运动营养业务：Iovate 为全球最大的运动营养及体重管理公司，拥有全球性的销售渠道，其产品销往 140 多个国家和地区，现有 MuscleTech、Six Star、Hydroxycut、PurelyInspired 等重点品牌，具备较强竞争力。MuscleTech 是行业标杆性产品的代表，为全球健身爱好者及运动员提供补给食品，Six Star 为北美运动营养市场高端运动保健品的代表占有率排名前列，Hydroxycut 是美国市场排名第一的体重管理类保健品，肌肉科技已连续七年蝉联国内运动营养品类销量第一。报告期内，联合网易云音乐开展#重新定义音乐与力量#专题活动总曝光 1000 多万、推出肌肉科技“高达”IP 联名款产品、六星“和平精英”联名产品，通过高认知 IP 联名增加产品溢价，提高品牌知名度和精准人群覆盖量。

#### （五）主要业绩驱动因素

食用油业务：

品牌端，经过多年品牌建设，公司被中国食品工业协会冠名“中国玉米油城”，西王玉米胚芽油连续多年被评为“山东名牌产品”、西王商标被评为“中国驰名商标”，“西王”玉米油品牌优势凸显。报告期内，西王玉米胚芽油携手肌肉科技同品牌推荐官罗永浩的官宣上线，打造了充满创意的“为健康立个 FLAG”系列宣传，宣布新主张“健康新开始，科技好营养”，通过线上媒体投放、线下互动营销的方式开展多元品牌宣传及促销活动，加强品牌造势，展开掀起一轮全民关注健康的风潮，实现活动上百亿次的曝光量，西王系列健康食用油双 11 累计销售金额较去年开门红同比增长 27%，有效提升了西王品牌影响力。

产品端，除玉米油外，产品涉及菜籽油、葵花籽油、花生油等多个健康油种，不断完善食用油品类布局，持续进行结构升级。报告期内，完成经典玉米油“酶法物理精炼，保留更多营养”、葵花籽油“维 E 升级、多 E 多健康”、花生油“传统压榨、粒粒炒香”等产品的升级；对菜籽油的产品包装进行全面更新，并挖掘出“小焙慢榨油更香”的产品亮点。同时，丰富线上渠道的产品矩阵，完成产品线上/线下区隔，推进“一桶一码”，直连用户、精准触达，增强消费者粘性，拉动销量。

渠道端，加强对经销商、终端的管理，优化经销商结构，不断开拓新网点，实现传统渠道、餐饮渠道、新零售等对客户的深挖，为保持渠道活力，制定新经销商、新开网点方案，提升渠道质量，拓展渠道宽度。报告期内，成立抖音直播间，由传统推广转型新媒体传播，实现微信视频号、抖音视频号平台自运营，深耕抖音、小红书、微信视频号等新媒体平台，每日客流量 1 万+，月度流量达 50 万+。

人才端，持续开展人才自主评价工作，提高评价要求及标准，进一步提升人员素质，为公司培养更多的人才。优化管理干部绩效考核，做好人员储备及基层管理干部选拔工作，做好充足的人才保障。积极宣传企业文化，组织各类文体活动，展现干部职工良好的精神面貌，优化企业整体形象。

#### 运动营养业务：

品牌端，持续增强品牌竞争力，实行品牌发展的长期规划，实施以品牌为核心的总经理制来重组品牌运营模式。提升品牌的全球知名度，卓越的产品品质，配合有效的品牌宣传，打造了强劲的客户信任和产品忠诚度，带动了重复销售以及交叉产品销售。公司签约全球知名影星超人扮演者亨利卡维尔作为全球品牌代言人带动品牌走向大众视野；伴随奥运会热度，签约奥运冠军石智勇成为代言人并为品牌品质、品牌精神和产品安全性做背书提高品牌知名度；同时运动健身垂直领域在保持原有 Lara 殿、魏思澄等百万粉丝博主及健身冠军的基础上，新增千万粉丝阵容篮球健身网红耿浩伦、叶彤等多名达人丰富达人矩阵；增加抖音、微博平台优质运动健身博主合作，签约及合作达人全方位覆盖运动、健康、营养等多个垂直圈层，2022 年精准健身人群曝光 8.9 亿。

渠道端，坚持国际市场战略，优先印度、英国、澳大利亚等增长市场，制定精准的商业规划以推动销售、营销，拥有全球性的销售渠道，产品销往 140 多个国家和地区。针对北美地区，确定北美战略客户，为战略客户指定联合业务计划流程，提升健康对话。新媒体平台持续种草，从放大代言人效应、精准化目标人群标签定位、增加优质内容投流比例等几个方面不断优化，持续提升白金系列产品力，达成精准人群曝光 7.78 亿，较同期白金曝光增长 151%。最大化使用代言人资源进行抖音精准健身人群开屏广及信息流广告投放达成曝光 3.75 亿，六星品牌增加抖音平台达人种草达成曝光 3.3 亿并带货转化销售 3600 万元。

联合网易云音乐品牌开展#重新定义音乐与力量#专题活动总曝光 1127 万、推出肌肉科技“高达”IP 联名款产品、六星“和平精英”联名产名，通过高认知 IP 联名增加产品溢价提高品牌知名度和精准人群覆盖量。持续品牌 IP #MuscleTech 研习社#教育内容输出为品牌专业度背书累积曝光 3077 万，

签约 KOL 更注重优质内容输出，年度签约 20+行业 KOL, 签约以及合作达人全方位覆盖运动/健康/营养/等多个垂直圈层, 粉丝数量共计 1756.8w, 全年累计曝光 1.13 亿+, 达人直播及短视频带货 407 万。肌肉科技品牌连续七年双 11 运动营养品类全网销量第一。

产品端，根据市场及消费者需求，不断丰富产品线。肌肉科技有 96 个 SKU 产品调整及上新，BTO 产品 59 个 SKU 更换包装，其中研发 35g 白金脆壳蛋白棒、高性能 100g、400g 肌酸产品、推出 NitroTech 8lbs 装用于承接电商大促期间流量，并联动高达 IP 推出联名 5lbs 蛋白粉&7lbs 增肌粉产品；健身辅助类上新 5 款 5sku，在锌镁肌酸粉基础上增加多规格纯肌酸粉和提高爆发力耐力的粉剂及液体氮泵产品；体重管理类上新 4 款 5sku，主要是左旋肉碱液为主不同规格及包装形式的产品；基础营养类上新 7 款 8sku，为运动辅助类、便携易食用的产品，如电解质粉、骨胶原钙片和提升精力的植物甾醇片等。同时，结合销量较高的 4 款产品(3 磅增肌粉、锌镁肌酸粉、咖啡因耐力营养粉、左旋肉碱液)联动和平精英 IP 推出联名产品。

### 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

是 否

单位：元

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产	7,075,773,312.20	7,713,945,865.65	-8.27%	7,723,921,757.15
归属于上市公司股东的净资产	3,323,989,692.72	3,778,726,656.69	-12.03%	3,651,105,345.68
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	6,070,815,722.31	6,354,734,814.25	-4.47%	5,779,674,621.75
归属于上市公司股东的净利润	-618,688,570.23	183,555,752.21	-437.06%	312,838,097.93
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-616,840,632.60	158,980,151.36	-488.00%	287,122,283.22
经营活动产生的现金流量净额	58,777,725.82	-176,471,601.62	133.31%	702,648,968.04
基本每股收益（元/股）	-0.5700	0.1700	-435.29%	0.29
稀释每股收益（元/股）	-0.5700	0.1700	-435.29%	0.29
加权平均净资产收益率	-17.42%	4.94%	-22.36%	8.63%

## (2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,336,013,497.61	1,583,782,431.55	1,710,267,883.69	1,440,751,909.46
归属于上市公司股东的净利润	-20,510,455.39	5,773,817.14	-49,290,047.58	-554,661,884.40
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-18,297,977.29	-6,156,895.59	-55,200,089.03	-537,185,670.69
经营活动产生的现金流量净额	-17,215,188.09	52,331,773.86	-21,549,486.39	45,210,626.44

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	28,923	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	25,402	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、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
西王集团有限公司	境内非国有法人	29.70%	320,545,721.00		质押	316,505,333	
山东永华投资有限公司	境内非国有法人	22.62%	244,154,025.00		质押	244,154,025	
巨能资本管理有限公司—山东聚赢产业基金合伙企业（有限合伙）	国有法人	4.99%	53,854,837.00				
江苏承启实业发展有限公司	境内非国有法人	3.86%	41,692,896.00				
泰达宏利基金	其他	3.49%	37,709,678.00				

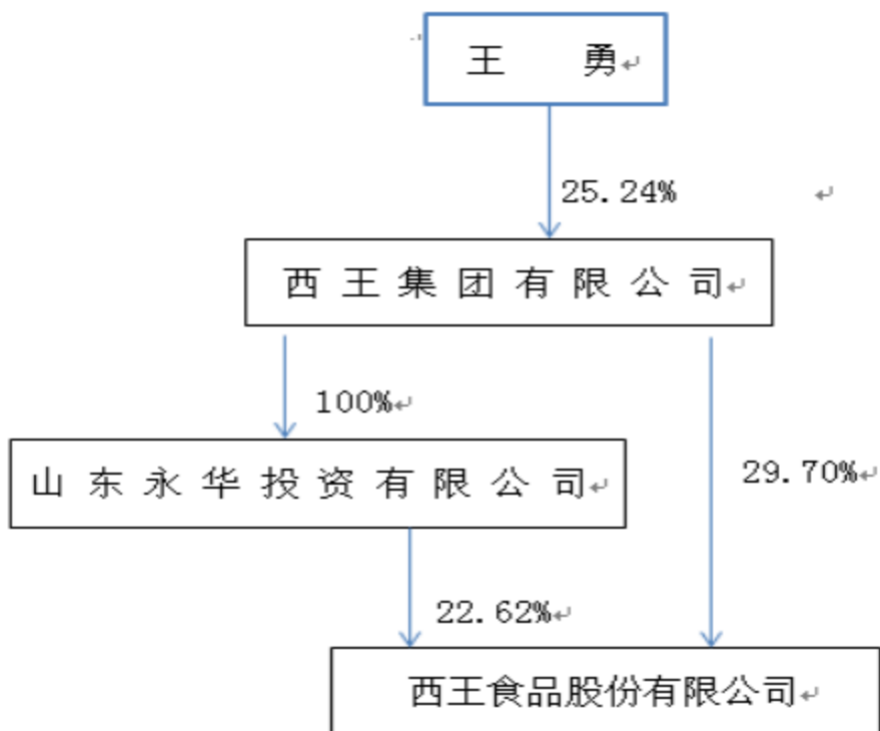


—工商银行— 泰达宏利价值 成长定向增发 726 号						
山东高速嵩信 (天津) 投资 管理有限公司 —山高嵩成私 募股权投资基 金	其他	1.75%	18,854,837.00			
武汉睿福德投 资管理中心 (有限合伙)	境内非国有 法人	1.39%	15,006,889.00			
株洲市国有资 产投资控股集 团有限公司	国有法人	0.87%	9,396,193.00			
张海潮	境内自然人	0.47%	5,030,000.00			
刘峥嵘	境内自然人	0.42%	4,562,938.00			
上述股东关联关系或一致行动的说明	西王集团有限公司与山东永华投资有限公司之间存在关联关系，山东永华投资有限公司属于西王集团有限公司的全资子公司，因此属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。西王集团有限公司、山东永华投资有限公司与前十大股东中的其他股东不存在关联关系或一致行动关系；公司未知其它股东之间是否存在关联关系，也未知其是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

## (2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

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、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

无