

公司代码：600883

公司简称：博闻科技

云南博闻科技实业股份有限公司
2023 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 <http://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 中审众环会计师事务所（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

经中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）审计，2023年度公司（母公司）实现净利润105,929,446.17元，加以前年度未分配利润，截至2023年12月31日，公司（母公司）期末可供分配利润为人民币469,773,821.25元。公司2023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股派发现金红利0.05元（含税）。截至2023年12月31日，公司总股本236,088,000股，以此计算合计拟派发现金红利11,804,400.00元（含税）。本年度公司现金分红占当年归属于公司股东净利润的比例为12.28%。

（2）截至2023年12月31日，公司（母公司）资本公积金为47,660,997.46元，公司拟定2023年度不进行资本公积金转增股本。

（3）如在本次实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变动的，拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额，并将另行公告具体调整情况。

（4）本次利润分配方案综合考虑了公司目前发展阶段、盈利能力及现金流情况及未来的资金需求等因素，对当期每股收益、经营性现金流不会产生重大影响，不会影响公司正常经营。

本次利润分配方案尚需提交公司2023年年度股东大会审议通过后方可实施。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码
A股	上海证券交易所	博闻科技	600883

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	杨庆宏	吴志伟
办公地址	云南省昆明市官渡区春城路219号东航投资大厦806室	云南省昆明市官渡区春城路219号东航投资大厦806室
电话	0871-67197370	0871-67197370
电子信箱	yn600883@163.com	yn600883@163.com

2 报告期公司主要业务简介

报告期内，公司主营业务范围包括食用菌业务和火腿业务两个板块。

（1）食用菌行业概况

食用菌分为人工栽培食用菌和野生食用菌两大类，我国是世界最大的食用菌生产国和出口国。公司食用菌业务产品主要以新鲜松茸、松茸速冻品、冷冻美味牛肝菌等云南野生食用菌为主。

1) 全国食用菌行业概况

①食用菌产量和产值

2022 年全国食用菌总产量 4222.54 万吨（鲜品，下同），同比增长 2.14%；2022 年全国食用菌总产值 3887.22 亿元，同比增长 11.84%。

②食用菌区域分布

目前我国食用菌生产仍以传统农户生产模式为主，2022 年食用菌产量在 300 万吨以上的是河南省（602.46 万吨）、福建省（489.10 万吨）、黑龙江省（388.90 万吨）、河北省（338.04 万吨）、山东省（301.31 万吨）5 个省，与 2021 年相比无变化，5 个省的产量合计占全国总产量的 50.20%，全国食用菌的生产区域差异性比较明显且稳固。

③食用菌消费量

我国食用菌消费主要集中在家庭和餐饮等消费终端。随着中国城乡居民收入及消费水平的不断提高，以及大粮食观食物新观念的逐步形成和对新型营养膳食结构的需求，家庭消费的稳定增长及餐饮业的发展已成为拉动食用菌产业持续发展的重要动力，食用菌需求量将进一步提升。2021 年全国居民家庭人均蔬菜及食用菌消费量为 109.8 千克，同比增长 5.88%。

④食用菌工厂化

中国的食用菌工厂化发展起步晚，历史短，整体栽培技术水平不高，地域分布不均衡，工厂化比例显著低于发达国家。随着中国食用菌需求量的不断扩大，食用菌工厂化比例正在不断提高，由 2010 年的 2.95% 上升到 2019 年的 8.74%，2021 年因受公共卫生事件影响，部分工厂产能出清，工厂化率为 6.69%，较 2019 年下降 2.05%。

⑤食用菌出口情况

2021 年度全国各类食用菌产品年出口数量为 68.25 万吨、创汇金额 31.52 亿美元，同比分别增加 4.69%、9.94%。出口数量最多的前三类食用菌产品依次为：小白蘑菇（洋蘑菇）罐头 16.36 万吨、蘑菇菌丝 13.76 万吨、其他蘑菇罐头 9.93 万吨；出口创汇金额最高的前三类食用菌产品依次为：其他蘑菇罐头 11.07 亿美元、干香菇 5.33 亿美元、小白蘑菇（洋蘑菇）罐头 3.77 亿美元；2022 年松茸（包括鲜或冷藏、盐水松茸）产品出口量 174.559 吨、创汇 0.12 亿美元，分别同比减少 63.04%、60.26%。

⑥野生食用菌概况

全国野生食用菌资源优势较为突出的省份是云南省，全世界食用菌资源约 2,000 种，具有显著野生食用菌采集传统并以出售为目的的国家和地区有 40 多个。已知云南分布野生菌 882 种，占世界已知 2,166 种食用菌的 40.7%，占中国已知 966 分类单元的 91.3%。云南省野生食用菌适生面积、产量、产值均居全国第 1 位，商品野生食用菌占全国的 70% 以上。

（上述信息来源：中国食用菌协会等）

2) 云南食用菌行业概况

①2022 年，云南省食用菌总产量 90 万吨、总产值 330 亿元，分别同比增长 5.70%、1.56%。

2021 年全省野生食用菌产量 28.04 万吨，产值 211.13 亿元；栽培食用菌产量 57.10 万吨，产值 113.80 亿元。全省以野生食用菌为主，占总产值近六成，主要有松茸、牛肝菌、松露、鸡油菌、干巴菌、鸡枞、青头菌、红菇、奶浆菌等 10 余个品种。栽培食用菌主要有木耳、香菇、平菇、姬松茸、羊肚菌、天麻、大球盖菇、金耳、白参、黑皮鸡枞、暗褐网柄牛肝菌等。2020 年全省出口 11.61 万吨，出口值 1.3 亿美元，出口全球 32 个国家。出口创汇较高的是松茸（0.06 万吨，

0.32 亿美元，主要出口日本和韩国等)、牛肝菌 (0.6 万吨, 0.38 亿美元, 主要出口意大利、德国、法国等) 和块菌 (0.13 万吨, 0.14 亿美元, 主要出口香港、日本、意大利、德国、法国等)。栽培食用菌出口的有香菇 (0.07 万吨, 0.02 亿美元, 主要出口国马来西亚、越南、泰国和香港等) 和金针菇 (0.36 万吨, 0.03 亿美元, 主要出口国泰国、老挝、马来西亚等)。

②松茸属于经济价值较高的野生食用菌, 云南松茸资源具有较大优势, 但季节性强, 不易人工繁殖繁育, 处于自然供给状态, 应季上市, 出产周期一般为 6-11 月份, 其中 8-9 月份为盛产期, 主要以生鲜食用为主。从上世纪 80 年代开始, 云南松茸主要出口东亚、东南亚地区, 日本是云南松茸出口的最主要地区。近几年国内的松茸市场需求增长较快, 近一半的松茸供应从出口日本市场逐渐转向国内市场消费, 其原因是国内消费者对绿色健康食品的新需求促进消费升级; 生鲜冷链技术的成熟与普及, 让全国各地的居民都可以享受到新鲜的松茸; 电商平台的快速发展, 扩展了松茸这类小众食品的销售模式 (上述信息来源: 中国食用菌协会、云南食用菌协会等)。

(2) 火腿行业概况

公司火腿业务所处行业类别是肉制品加工行业, 火腿属于肉制品行业的一个子行业, 属于民生消费行业, 是人们必不可少的生活必需品。

1) 全国火腿行业概况

①肉制品产量

整体市场方面, 近 10 年我国肉类总产量约占世界总产量的 1/4, 其生产和消费量影响着世界的肉品结构和供给平衡, 世界的肉制品产量占肉类总产量的平均比重为 40%。从国内市场看, 2022 年我国肉类产量达到 9,328.44 万吨, 同比增长 3.76%, 其中猪肉产量 5,541.43 万吨, 猪肉产量占整体肉类比重 59.40%; 肉制品产量约 1,789 万吨, 肉制品产量占肉类总产量的比重约 19.18%, 国内肉制品在肉类产量中的占比逐年提升, 但仍低于世界平均水平, 我国的肉制品加工业发展空间十分巨大。从细分市场看, 我国肉制品产量结构表现为: 高温肉制品多、低温肉制品少, 初级加工多、精深加工少, 肉制品科技含量与加工水平不高。

②肉制品消费量

从全球范围看, 发达国家的肉制品占肉类消费的比重高达 60%, 西欧发达国家人均肉类消费量在 70-90kg 之间, 2021 年我国人均肉类消费量 32.9kg, 和发达国家相比, 我国的人均肉类消费水平还比较低, 还有较大的增长空间。受传统饮食习惯和我国长期以来农业生产格局的影响, 我国的肉类消费仍然以猪肉为主。

③市场竞争格局

我国的中式肉制品产业还处在区域品牌多而散的阶段, 产业集中度还很低, 在细分市场领域以及在肉制品精深加工领域出现龙头企业, 未来在消费、产业双升级的趋势下, 有产品、品牌、渠道、技术等综合优势的品牌企业竞争优势更为明显, 在竞争中胜出的概率会更大。

④肉制品进出口情况

我国是肉制品生产大国, 同时也是消费大国。从进出口贸易来看, 我国肉及肉制品行业进口规模远大于出口。2023 年上半年, 我国肉及肉制品出口额为 93.20 亿元, 同比增加 3.8%, 进口额为 955 亿元, 同比增加 9.6%。

⑤火腿产业区域分布概况

以火腿产品为主, 从全国范围来看, 国内火腿产量大、品牌知名度比较高的企业主要集中在浙江、云南、江苏、四川和湖北等地区, 其中浙江金华与云南宣威两个地区最为密集。

(上述信息来源: 国家统计局、中华人民共和国海关总署网站等)

2) 云南火腿行业概况

2022 年, 全省猪牛羊禽肉总产量 520.33 万吨, 同比增长 6.9%; 其中猪肉产量 393.17 万吨, 同比增长 9.1%, 为火腿产业发展提供有力的原料保障。从全省范围看, 火腿产量、产值、火腿品牌知名度、产品市场占有率等方面, 宣威火腿有产业优势。2022 年宣威市生产火腿 6.9 万吨, 火

腿产业综合产值达 105 亿元，总销售额达 2.6 亿元。

公司火腿业务经营所在地位于大理州云龙县诺邓村，为诺邓火腿的核心主产区。近年来随着诺邓火腿、诺邓黑猪先后获得国家农产品地理标志登记保护，诺邓火腿获国家级农产品地理标志示范样板并入围“中国品牌价值百强榜”，为云龙县打造以诺邓火腿为支撑的生猪产业“一县一业”发展奠定了坚实基础。云龙县抢抓国家加大对生猪产业发展扶持力度的机遇，出台《云龙县加快推进以诺邓火腿为支撑的生猪产业“一县一业”发展的实施意见》，进一步支持火腿产业发展，为诺邓火腿产业提供高品质、相对低成本的原材料供应保障。公司目前的火腿产能与省内同行业相比相对偏低，产品品牌优势和市场竞争优势尚不明显，市场占有率较低。

（上述信息来源：云南省统计局、大理州人民政府网站等）

(3) 食用菌业务情况

1) 报告期内，公司以全资子公司昆明博闻和香格里拉博闻共同作为食用菌经营业务的实施主体，主要开展松茸及其制品、冷冻美味牛肝菌、其他食用菌制品的采购、生产加工（含代加工/委托加工）和销售经营业务，主要产品包括新鲜松茸、松茸速冻品、冷冻美味牛肝菌、其他食用菌产品等，最终提供给餐饮渠道和终端消费者。主要产品情况如下：

主要产品	产品示意图	产品特点
新鲜松茸		公司通过深入核心主产区采购新鲜野生松茸进行筛选分级的初级产品。主要适用于直接食用或烹调后食用。
松茸速冻品		公司使用新鲜野生松茸经过筛选、分级、清洗、切片后，进行低温速冻等多个环节制成的松茸速冻品。主要适用于餐饮烹调以及后续加工。
冷冻美味牛肝菌		公司使用新鲜野生美味牛肝菌经过筛选、分级、清洗、切片（块）后，进行低温速冻等多个环节制成的美味牛肝菌速冻品。主要适用于餐饮烹调以及后续加工。

食用菌制品		<p>公司使用新鲜野生松茸、松茸速冻品以及其他食用菌采用冻干和烘干的工艺进行初加工后的产品，主要适用于餐饮烹调以及后续精深加工。</p>
-------	---	--

2) 经营模式

①采购方面。供应部门根据年度内的产品销售订单和生产计划，依托原材料地区优质资源禀赋条件和原料集散地的区位优势，深入到核心主产区以分散方式进行采购，通过对上游供应端考察，建立供应商信息库，加强供应渠道维护，确保所采购的产品质量；从源头控制采购成本，提升产品性价比，为拓展下游市场空间奠定基础。

②销售方面。报告期内以国外市场为主，国外与国内市场拓展并举。主要以直销方式通过线下渠道，销售给国内外具有一定客户资源和渠道优势的渠道商；同时拓展线上销售渠道及形式，持续开发线下客户群体；调整优化产品结构，以市场销路好、周转快的产品为主推广销售，减少商品库存积压。

③生产方面。香格里拉博闻加快完成自建食用菌加工运营基地建设，以销定产，优化产品结构，提高生产效率和产品质量。上半年尚不涉及直接生产加工环节，主要产品通过代加工或者委托加工方式获得，对于代加工或委托加工的产品，综合评估和选择优质的有食品生产加工资质的企业进行生产加工市场所需产品，加强品控管理，确保受托方企业提供的产品符合食品安全卫生质量标准要求。

④品牌建设和团队培育。为强化公司食用菌产品品牌创建和知识产权保护，2020年10月公司注册成功“格里拉”商标，并通过微信公众号等新媒体平台，加强品牌宣传推广；同时以食用菌经营业务实际需求加强人力资源建设、市场营销和技术团队培育以及业务技能培训等。

3) 经营情况

本报告期，公司累计销售冷冻美味牛肝菌 381.03 吨，同比增加 100%，上年同期未销售该产品；累计销售新鲜松茸 7,088.59kg，同比增加 313.02%；累计销售其他食用菌产品 2,266.08 份(注)，同比减少约 29.07%；累计实现产品销售收入 17,007,053.35 元，同比增加 224%；累计实现净利润 -8,633,112.65。销售收入增加主要是根据公司年度生产经营计划，加强国外市场开拓，冷冻美味牛肝菌产品销量同比增加，销售收入同比增加；实现的净利润亏损主要是由于产品销售实现的毛利偏低，叠加香格里拉博闻自建食用菌加工运营基地建设工程陆续完工，费用摊销同比增加。

(注：其他食用菌制品主要包括食用菌干品、制品等，各品类计量单位不一致，在本报告编制中采用“份”为统一计量单位。)

(4) 火腿业务情况

1) 主要产品

报告期内，公司的火腿业务以控股子公司金腿公司作为实施主体，主要开展火腿制品、肉灌制品、腊肉制品的生产、销售经营业务，主要产品包括“一腿”品牌的诺邓火腿、盐泥肉、午餐肉、香肠等，最终提供给餐饮渠道和终端消费者。主要产品情况如下：

主要产品	产品示意图	产品特点
------	-------	------

火腿	 <p>火腿（一腿品牌）· 整腿</p>	公司使用新鲜优质猪后腿,采用诺邓火腿八步古法腌制,经过 2-3 年自然发酵后成型的产品,主要用于餐饮烹调食用。
腊肉（肠）制品	 <p>盐泥肉 熬汤煲 滇味香肠 炒饭装</p>	公司使用新鲜优质五花肉、猪瘦肉等,采用优质食用盐、白酒腌制而成,主要是用于餐饮烹调食用。

2) 经营模式

①采购方面, 供应部门根据年度内的产品销售及生产计划, 依托公司所处区域及最佳运输半径内的原材料及半成品市场, 结合产品生产腌制周期需求, 以小范围分散采购和周期性的集中大量采购方式组织原材料或半成品采购, 确保原材料及半成品质量符合产品生产及销售需求, 同时有效控制采购成本, 稳定原料采购价格, 增强产品市场竞争力。

②生产方面, 根据年度销售计划及库存产品情况, 结合产品生产腌制周期需求, 有计划的组织产品生产, 注重技术创新、效率提升、品质提升; 同时积极探索生产经营模式, 满足产品销售需求, 有效控制生产成本。

③销售方面, 在维护好现有渠道客户的同时, 积极开拓新客户新市场新渠道, 加强线上销售力度, 增强竞争优势, 积极探索新的经营模式。

④品牌化建设方面, 不断提高公司产能和品质, 把公司“一腿”品牌打造成为区域内有竞争力的火腿品牌, 提升品牌影响力, 增强品牌竞争力。

⑤人才团队建设方面, 公司注重人才培养, 积极引进人才, 增强团队能力, 通过加强人才团队建设, 推动企业转型升级向更深、更高水平发展。

⑥内部控制规范体系方面, 通过建立健全公司治理机制, 加强标准化建设和规范化运作, 以上市公司治理准则及内部控制规范体系为指引, 明确组织结构和职责分工, 制定并完善各项管理制度, 规范公司的生产运营管理体系。

3) 经营情况

本报告期, 公司累计销售火腿及其制品 13,071.86kg、销售午餐肉罐头 9,581 罐; 实现产品销售收入 3,852,182.82 元、实现净利润-1,559,997.86 元。

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

	2023年	2022年	本年比上年 增减(%)	2021年
总资产	963,924,298.01	873,950,632.54	10.30	777,255,145.82
归属于上市公司股东的净资产	903,490,235.24	818,161,459.94	10.43	739,089,974.97
营业收入	21,203,777.71	11,749,513.09	80.47	36,946,715.74
归属于上市公司股东的净利润	96,151,569.43	80,561,204.22	19.35	54,503,009.92
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益的净利润	87,230,226.66	88,180,586.81	-1.08	51,108,951.08
经营活动产生的现金流量净额	-32,836,882.42	-12,983,879.70	不适用	-6,394,818.25
加权平均净资产收益率(%)	11.1697	10.3466	增加0.8231个百分点	7.6289
基本每股收益(元/股)	0.4073	0.3412	19.37	0.2309
稀释每股收益(元/股)	0.4073	0.3412	19.37	0.2309

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	1,659,146.09	4,111,837.46	2,783,856.13	12,648,938.03
归属于上市公司股东的净利润	27,062,674.25	22,634,717.49	32,447,076.60	14,007,101.09
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益后的净利润	25,007,907.26	22,529,175.19	18,634,208.66	21,058,935.55
经营活动产生的现金流量净额	-11,093,280.93	-1,068,943.60	-18,371,903.7	-2,302,754.19

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)								14,294
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)								13,486
截至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、标记或冻结 情况		股东 性质	
					股份 状态	数量		
深圳市得融投资发展有限公司	0	40,500,000	17.15	0	无	0	境内非国有法人	
北京北大资源科技有限公司	0	27,836,605	11.79	0	无	0	境内非国有法人	

云南传奇投资有限公司	0	25,190,000	10.67	0	无	0	境内非国有法人
保山智源教育投资发展有限公司	0	15,531,700	6.58	0	无	0	国有法人
王国伟		2,066,800	0.88	0	无	0	境内自然人
平安资管—工商银行—平安资产鑫享27号资产管理产品		1,467,400	0.62	0	无	0	其他
赵风萍		1,420,700	0.60	0	无	0	境内自然人
中国银行股份有限公司—国金量化多因子股票型证券投资基金		1,397,298	0.59	0	无	0	其他
谭益洋		1,305,000	0.55	0	无	0	境内自然人
MERRILL LYNCH INTERNATIONAL		1,151,097	0.49	0	无	0	境外法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	深圳市得融投资发展有限公司为本公司的第一大股东，持股5%以上的股东之间不存在关联关系或属于一致行动人的情况；未知其他股东之间是否存在关联关系或属于一致行动人的情况。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

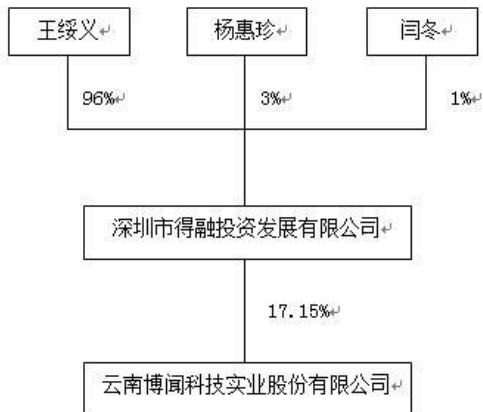
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

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。

2023 年度，公司总资产 96,392.43 万元，同比增长 10.30%；归属于上市公司股东的净资产 90,349.02 万元，同比增长 10.43%；资产负债率 5.58%，同比上升 0.08 个百分点。报告期内公司实现营业收入 2,120.38 万元，同比增加 80.47%；实现归属于上市公司股东的净利润 9,615.16 万元，同比增长 19.35%；经营活动产生的现金流量净额为-3,283.69 万元，同比减少 1,985.30 万元；加权平均净资产收益率 11.1697%，同比上升 0.8231 个百分点；基本每股收益 0.4073 元，同比增加 19.37%。

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