

汤臣倍健股份有限公司

2022 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、公司所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

3、华兴会计师事务所（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。

4、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华兴会计师事务所（特殊普通合伙）。

5、非标准审计意见提示

适用 不适用

6、公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

7、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

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以本次利润分配预案未来实施时股权登记日的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.8 元（含税），不送红股，不进行资本公积金转增股本。

8、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	关艳村	

办公地址	广州市黄埔区科学城科学大道中 99 号 科汇金谷三街 3 号	广州市黄埔区科学城科学大道中 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

(1) 公司所处行业情况

公司所处的行业为膳食营养补充剂行业。膳食营养补充剂（VDS）是以维生素、矿物质及动植物提取物等为主要原料，通过补充人体必需的营养素和生物活性物质，达到提高机体健康水平和降低疾病风险的目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。

欧睿数据显示，2022 年中国维生素与膳食补充剂行业零售总规模为 2001 亿元，较上年增长约为 4.9%。由于我国 VDS 发展历史尚短，居民的消费意识和习惯尚未完全建立，VDS 在渗透率、消费粘性、人均消费金额等方面与美国、日本等发达国家相比存在较大增长空间，行业前景和细分领域未来增长空间可期。

①国民健康意识提升为行业发展奠定基石

随着居民收入水平和生活质量的提高，消费者对健康品质生活的诉求愈发凸显，为整个营养健康产业的发展打下良好基础。2020 年突如其来的新冠疫情，更是深刻地改变着国人的健康观，后疫情时代全民健康意识迸发，VDS 也必然会迎来新一轮长期增长机会。

一是中国加速进入老龄化社会为 VDS 行业带来巨大的市场机会。根据国家卫生健康委员会发布，据测算，预计“十四五”时期，60 岁及以上老年人口总量将突破 3 亿，占比将超过 20%，进入中度老龄化阶段。2035 年左右，60 岁及以上老年人口将突破 4 亿，在总人口中的占比将超过 30%，进入重度老龄化阶段。

二是随着生活方式的改变和健康意识的提升，VDS 消费人群年龄阶层不断扩大，新生代消费者群体的崛起叠加消费观念转型将有效扩容 VDS 市场的整体需求。

三是随着消费趋势更加多样化、细分化和科学化，VDS 产品功能诉求不断细分化和专业化，剂型更加多样化并向食品化方向发展，推动 VDS 细分领域呈现快速增长态势。

四是日益趋严的监管环境将推动行业优胜劣汰，有效净化保健食品市场，提高消费者对保健食品需求意愿，有利于行业的长期健康发展。

②政策鼓励营养健康行业技术创新

健康是立国之基，近年来国家陆续出台一系列“健康中国”政策。《“健康中国 2030”规划

纲要》提出从国家战略层面统筹解决关系健康的重大和长远问题，把健康融入所有政策。《国民营养计划（2017-2030）》指出要着力发展保健食品、营养强化食品等营养健康领域。《“健康中国2030”规划纲要》《国民营养计划（2017-2030）》《“十四五”国民健康规划》《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》等多项政策为行业的发展提供了长期驱动力，保健食品将在推进健康中国战略实施中对居民健康发挥积极作用。

国家卫生健康委员会发布《食品安全标准与监测评估“十四五”规划》，明确“十四五”时期将致力于营养健康领域的基础、前沿理论和技术研发，加强与食品科学领域的沟通与融合，提高科研能力和服务水平；以提高营养健康产品研发能力为目标，探索建立面向全社会的产学研链条式服务路径，解析不同人群特殊营养需求，有针对性地推动食品研发创新，持续提升产品健康内涵。同时，消费趋势更加多样化、细分化和科学化，市场对企业创新力的要求大幅提升，未来营养健康产业将依赖于技术破局，需要持续技术升级，不断探索创新，提升自主核心竞争力。

（2）公司从事的主要业务

2002年，汤臣倍健系统地将VDS引入中国非直销领域，依托预防医学和现代营养科学，建立了全品类、全人群、全覆盖的膳食营养补充剂科学体系，在成功培育出VDS行业领先品牌“汤臣倍健”后，不断拓展细分专业品牌，先后推出了科学骨关节营养品牌“健力多”、年轻人的新营养品牌“YEP”、眼部营养专家“健视佳”、肝健康养护专家“健安适”、维生素C营养补充专家“维满C”、孕婴童营养品牌“天然博士”等，形成了全品类、全人群覆盖的产品线布局。2018年，公司收购澳大利亚益生菌品牌Life-Space，同年收购拜耳旗下具有80多年历史的儿童营养补充剂品牌Pentavite，进一步丰富公司的品牌及品类矩阵。欧睿数据显示，公司在中国维生素与膳食补充剂行业的市场份额稳居第一。

作为膳食营养补充剂行业领先者，汤臣倍健携手荷兰国家应用科学研究院、中国科学院上海营养与健康研究所等全球前沿科研力量，持续开展科学营养及其对慢病营养干预的前瞻性研究。公司实施自主核心技术和专利原料的研发战略，持续打造不一样的产品科技力和差异化竞争优势，截至报告期末已开发30多种定制原料，获得96项原料及配方等发明专利。未来，公司科学营养的长期目标是实现健康的综合干预，包括精准营养干预、内稳态健康等多项前沿研究正在推进中，以科学营养改善健康及提升生命质量，推动人类生命奇点来临。

汤臣倍健是全球第一家通过透明工厂管理体系认证的企业，透明工厂是技术先进、品控严格的膳食营养补充剂智造基地，2017年设立了国家博士后科研工作站汤臣倍健分站；2018年被评为国家AAAA级旅游景区和国家绿色工厂；2019年建成行业第一家营养探索馆，同年设立广东省院士专家企业工作站。汤臣倍健透明工厂以阳光透明的态度，在行业内开放供各界参观，透明工厂拥有

获得中国合格评定国家认可委员会（CNAS）认可的实验室，制定了多项高标准的检测项目，引进 10 多个国家超过 150 台全球知名设备，拥有行业第一条连续化固体制剂智能生产线，开创行业领先的连续化、智能化生产线，全球原料可追溯，生产过程全透明，汤臣倍健通过严苛的品控管理、领先的精益智造，打造全球高品质的营养品。

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	13,157,665,481.56	12,965,926,741.50	1.48%	9,640,262,595.41
归属于上市公司股东的净资产	10,693,280,978.92	10,493,948,552.08	1.90%	6,933,550,029.76
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	7,861,411,752.82	7,431,278,129.59	5.79%	6,094,900,943.70
归属于上市公司股东的净利润	1,385,850,718.02	1,753,979,273.19	-20.99%	1,524,251,245.95
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,375,593,143.88	1,540,263,358.68	-10.69%	1,144,425,965.25
经营活动产生的现金流量净额	1,378,929,741.88	1,818,978,027.97	-24.19%	1,566,364,373.94
基本每股收益（元/股）	0.82	1.06	-22.64%	0.96
稀释每股收益（元/股）	0.81	1.05	-22.86%	0.96
加权平均净资产收益率	13.46%	19.34%	下降 5.88 个百分点	23.97%

(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	2,280,271,630.40	1,940,647,341.34	1,938,956,564.24	1,701,536,216.84
归属于上市公司股东的净利润	663,007,234.38	385,272,339.76	433,620,976.01	-96,049,832.13
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	680,935,725.28	388,480,135.18	344,242,981.51	-38,065,698.09
经营活动产生的现金流量净额	-45,114,075.46	388,440,461.09	443,438,756.66	592,164,599.59

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	54,927	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	50,969	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	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	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			
梁允超	境内自然人	41.79%	710,611,742.00	532,958,806.00	质押	16,060,000.00 ^注			
香港中央结算有限公司	境外法人	5.87%	99,888,339.00	0.00					
孙惠刚	境内自然人	3.27%	55,524,526.00	0.00					
上海中平国瓊资产管理有限公司—上海中平国瓊并购股权投资基金合伙企业（有限合伙）	其他	2.59%	43,970,295.00	0.00					
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	2.16%	36,748,468.00	0.00					
齐鲁中泰私募基金管理有限公司—齐鲁中泰定增 2 号私募股权基金	其他	1.12%	19,045,801.00	0.00					
陈宏	境内自然人	1.04%	17,768,000.00	13,326,000.00					
梁水生	境内自然人	1.01%	17,231,666.00	12,923,750.00					
交银施罗德品质增长一年持有期混合型证券投资基金	其他	0.92%	15,679,716.00	0.00					
安本标准投资管理（亚洲）有限公司—安本标准—中国 A 股股票基金	境外法人	0.84%	14,306,491.00	0.00					
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，梁允超、梁水生、陈宏、孙惠刚、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）、上海中平国瓊资产管理有限公司—上海中平国瓊并购股权投资基金合伙企业（有限合伙）、齐鲁中泰私募基金管理有限公司—齐鲁中泰定增 2 号私募股权基金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。								

注：公司控股股东、实际控制人梁允超先生于 2023 年 1 月 11 日将其持有的 16,060,000 股股份解除质押。截至本报告披露日，梁允超先生所持公司股份不存在质押或冻结情形。

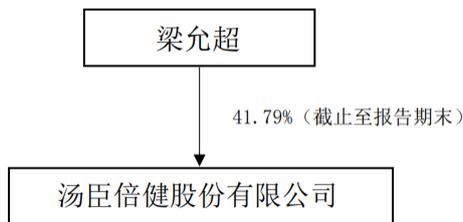
公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

(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口存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

2022 年，公司全面推进各经营单位经营质量的提升，支持公司长期更健康、更持续的发展。报告期内，公司境内线下业务承压；境内线上业务收入实现一定幅度增长；境外 LSG 收入实现较快增长。报告期内，公司实现营业收入 78.61 亿元，较上年同期增长 5.79%；归属于上市公司股东的净利润 13.86 亿元，较上年同期下降 20.99%。

主营业务收入中，（1）境内业务方面：①主品牌“汤臣倍健”实现收入 44.45 亿元，与去年基本持平；关节护理品牌“健力多”实现收入 12.10 亿元，同比下降 14.09%；“Life-Space”国内产品实现收入 3.03 亿元，同比增长 64.42%。②分渠道来看，线下渠道收入约占境内收入的 61.14%，同比下降 3.71%；线上渠道收入同比增长 13.00%。（2）境外业务方面：LSG 实现营业收入 8.03 亿元，同比增长 21.87%（按澳元口径：LSG 营业收入为 1.72 亿澳元，同比增长 26.56%）。

报告期内，公司重点围绕以下方面开展工作：

(1) 管理提“质”

报告期内，公司实行全经营单位动态的质和量并重的季度复盘制度，全面提升每月对各经营单位和项目的经营分析颗粒度和质量，赋能经营决策和风险控制；推进高效工作机制，以高效能组织助推公司高质量发展。

(2) 研发提“质”

报告期内，在“科学营养”战略下，公司开展自有知识产权原料及产品开发，联合四川大学华西公共卫生学院等机构开发出源自中国健康婴儿肠道的优质菌株副干酪乳杆菌 LPB27，获两项中国发明专利，并在 Life-Space 产品中应用落地；在新功能研究上持续突破，联合中国医学科学院老年医学研究院、中山大学等机构开展的多项轻络素临床结果正式公布，研究证实对中老年国人血小板功能的调节作用，研究成果在《Journal of Functional Foods》《Nutrients》等权威杂志刊登；布局抗衰老及精准营养等前瞻性基础研究及产业转化，与上海交通大学医学院附属第一人民医院等合作方完成全球首个大规模中国人群 NAD+与衰老研究，研究成果登上权威期刊《Frontiers in Endocrinology》。在新技术标准方面，参与制定的《益生菌食品活菌率分级规范》团体标准正式发布。同时，公司全面升级战略合作，与国科大杭州高等研究院成立“国科大杭高院汤臣倍健精准营养研究中心”，与中国科学院上海营养与健康研究所升级成立“科学营养研究与转化中心”，提升高精尖领域科研竞争力。

（3）生产提“质”

报告期内，公司导入世界级制造体系项目，引入高柔性生产线，进一步提升人员及设备效能；通过澳大利亚药品管理局（TGA）认证并获得最高的 A1 等级，建立综合质量管理体系，落地系列 GMP 提升活动；引入高度自动排程系统及全渠道一盘货系统，打造基于数据决策的供应链全链条，初步实现企业内产供销一体化，协同上下游产业链。

（4）品牌提“质”

报告期内，作为中国国家队运动食品和营养品供应商，公司陆续与中国国家女子排球队、中国国家网球队等多支国家队达成合作，持续为国家队运动员提供科学营养支持，深化科学营养品牌认知；协办首届“518 中国营养节”，以“科学营养，营养中国”为主题，倡导科学营养观；借助马龙、汪顺、女排全明星冠军矩阵官宣推出全新品牌 TVC，强化科学营养品牌理念。

（5）服务提“质”

报告期内，公司建立全渠道客户体验管理跟踪机制，升级多维度指标和标签体系，收集旗下各品牌在全网的消费者声音，全面推进产品研发、生产、销售、物流和服务等环节的优化完善，提升用户体验；推进用户资产运营，通过打造超级会员日、定制专属权益、上线品牌积分商城和建立更专业高效的营养健康服务体系等，强化品牌会员价值。

（6）业务提“质”

①深化线下销售变革

报告期内，公司持续推动以增量利益为核心的线下销售变革，创新和升级品牌传播、消费者深度互动，调整线下药店渠道的销售管理架构，提升区域板块的全集团资源调动和服务能力，不断提

升对终端及经销商的服务质量。

②线上传统电商快速升级

报告期内，公司开展了线上线下一体化整合营销活动，进一步深化线上线下一体化融合；加大在兴趣电商的布局，打造品牌增长新路径；建立数字营销内容中台，提升品牌内容的分发能力和社媒渗透率。

③加快 Life-Space 全渠道扩张

报告期内，公司发布自主专利菌株副干酪乳杆菌 LPB27 并在 Life-Space 产品中应用落地，针对细分人群、细分功能持续打造高专业壁垒、强差异化的产品矩阵；加大对 Life-Space 的资源投入，建立“益生菌首选品牌”心智；加快 Life-Space 全球全渠道拓展和渗透，支撑品牌在中国境内和跨境电商市场均实现了快速增长。

④深化全品类优势推动主业增长

报告期内，公司通过产品组合策略进一步拓展主品牌的全品类发展空间；在提升渠道前 15 大细分品类市占率的长期目标指引下，下半年实施“汤臣倍健”主品牌钙和多种维生素两大基础营养品类市占率提升策略，加大资源投放推动品类市场份额提升。

更多重要事项详见公司同日刊登在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）的《2022 年年度报告》。