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

## 2019 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,公司2019年度合并报表实现净利润247,883,634.18元,其中归属于上市公司股东的净利润247,768,136.84元。2019年度母公司实现净利润184,980,849.58元,截止2019年12月31日母公司可供股东分配的利润为444,756,896.71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七次会议通过,公司2019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12元(含税),共计派发现金股利28,800万元。

该方案尚需提交公司2019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。

公司自设立以来,以“不断创新、引导市场、打造需求、创造流行”为经营理念,以“尊重个人、成就客户、健康企业”为核心价值,致力于各类烘焙食品的研发、生产与销售。经过三十余年行业内的深耕,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。

公司主要产品:

1、元祖圆梦蛋糕系列有专款蛋糕,鲜奶蛋糕,慕思蛋糕、冰淇淋蛋糕、巧克力蛋糕,目标市场主要是生日、婚庆、寿诞市场及休闲消费市场。

2、春节期间有年糕、兔元宵、坚果酥礼盒系列等。

3、元祖踏青季有草莓大福和艾草大福系列,含有多种口味。

4、元祖端午龙粽系列计有台湾风味肉粽、紫米八宝粽、菌菇粽、雪冰粽、雪龙粽、鳗鱼粽及白玉粿粽等。

5、元祖中秋月饼礼盒系列有元祖雪月饼、苏式月饼、广式月饼、台式月饼等系列,目标市场主要是中秋节日的伴手礼市场。

6、补冬季系列有核枣糕、芝麻糕、贵圆糕、猪肉脯等。

7、中西式糕点有台式纳福饼、凤梨酥、蛋黄酥、绿豆糕、核桃酥、蛋生报喜、小西点系列等商品。

8、水果礼盒系列有台湾柚、台湾凤梨、台湾爱文芒果、新西兰苹果、新西兰樱桃等。水果产品以礼盒形式包装,目标市场主要是伴手礼市场及日常消费。

报告期内,除生产过往常规及节令产品外,新增了猪肉脯、三明治、藤椒牛肉粽等多种口味产品。

报告期内,公司产品主要以境内市场销售为主,利用全国600多家连锁经营的线下实体店及线上各大电子商务平台和外卖平台实现B端和C端多种类客户的销售覆盖。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“元祖一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

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、终端零售等方面进行统一标准、统一管理、统一协调,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烘焙食品。

采购模式

公司建立供应链中心,整合计划、采购、仓储及物流的一体化管理。在采购方面,公司基于全球范围内采购优质原料的原则,严格按照公司内部的检验流程筛选供应商,通过公平、公开的招标方式,对主要原辅材料进行统一采购、集中管理,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。公司在供应商的管理方面,采用SRM供应商资源管理体系,将线上寻源体系、询报价体系一体化,将企业招投标公开透明化,优化外部供应商资源并进行供应商全生命周期管理。

生产模式

公司根据不同产品线特性,采取自主生产为主、OEM供应为辅的生产加工模式。

(1)自主生产

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。公司目前分别在上海、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物流距离,灵活调节生产计划,由生产中心按计划生产并根据要求严格执行质量检测,确保市场供需平衡、产品安全健康。

(2)OEM生产

由于公司部分节令性产品的季节性较强,产品生产在市场周期中集中度较高,在经营策略优化的基础上,公司将部分节令性产品采取OEM供应商生产加工模式。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。

公司的生产模式从自身业务特点出发,以产品为核心,建立职责分明、结构完善的内部生产组织体系,负责产品生产的各个环节,并从流程与制度设计、供应商选择、打样、生产流程跟踪以及产品质量检测等方面,对产品质量、生产进度和生产成本进行严格控制,秉承“保质、保量、如期、合理成本”的方针,坚持以“提升产品品质、确保生产安全、合理控制成本、提高生产效率、达成生产计划,以人为本建设团队”6大核心竞争力,服务各分司,保证产销协调。

营销模式

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。

线上方面,公司在2001年成立电子商务部,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;公司还积极加入美团、饿了么等外卖平台,为消费者提供“随时随地”、“想买就买”的消费场景。

线下方面,坚持“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。另外,公司建立庞大且稳定终端渠道以不断强化公司品牌的影响力,扩大市场占有率。公司还设立营销部门,负责各子公司及加盟商的日常管理,有效的管理各区域门店的经营情况。截至报告期末,公司在全国共开设648家门店,相比2018年末净增家17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。除此之外,公司打通内部系统,为卡券客户提供了“一卡在手,全国通提”的便利性。

(三) 行业发展现状与行业周期性特点

1、行业发展现状

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。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。

从行业容量角度来说,我国的烘焙行业起步晚,但规模在不断扩大,市场处于快速成长的黄金期。根据Euromonitor统计,2018年全球烘焙行业规模,我国以326.35亿美元位居全球第二。同时,增长速度也领先于其他主要烘焙国家。2011-2017年,我国烘焙食品消费额的年复合增长率11.9%,美国2.2%,日本0.11%。可以看出,我国烘焙行业起步较晚但已初具规模,消费额增速明显高于其他主要烘焙国家。根据中投产业研究所出品的《2020-2024年中国烘焙行业市场投资分析及前景预测报告》数据显示,中国的烘焙行业还有很大的发展潜力。2018年烘焙行业的市场规模进一步扩大,国家统计局数据全国规模以上烘焙企业1800家,主营业收入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。

从消费趋势角度来说,随着饮食习惯的改变,我国烘焙食品年人均烘焙产品消费量逐年上升。根据中国食品工业协会烘焙专业委员会统计数据显示,2018年,我国烘焙食品忍俊消费量约7.4千克。

图表:2013-2018年我国烘焙食品人均消费量(单位:千克)




资料来源:中国食品工业协会烘焙专业委员会 前瞻产业研究院整理

近几年,我国居民食品消费也呈现出健康、绿色、方便、美味和个性化发展的特点,而随着国家公众营养计划的进一步深入,消费者更加注重膳食营养均衡,烘焙食品也从原来的高糖、高脂肪、高热量向清淡、营养平衡的方向发展。未来,随着中国经济实力增强,人民收入不断提高,消费能力提升,消费将倾向于对烘焙食品口味、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、踏青艾草麻薯、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) 公司市场定位

1、行业利润水平分析

在目前完全竞争的烘焙行业中,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口碑、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。

| 公司名称 | 上市地区 | 2019年度 | 2018年度 | 2017年度 |
|---|---|---|---|---|
| 85度C | 台湾 | 59.66% | 58.74% | 59.33% |
| 克里斯汀 | 香港 | 43.53% | 44.56% | 45.29% |
| 面包新语 | 新加坡 | 55.57% | 56.27% | 55.57% |
| 桃李面包 | 上海 | 39.57% | 39.68% | 37.70% |
| 可比上市公司平均 | | 49.59% | 49.81% | 49.47% |
| 元祖股份 | 上海 | 64.54% | 64.81% | 66.33% |

备注:同行业上市公司数据根据其公开财务报告计算。

本集团2019年度利润率已经扣除台湾元祖出售房产的影响。

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。

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:

2019年,公司被上海市青浦区人民政府颁发2019年度“青浦区百强优秀企业”。

2019年,公司入选2019金鼎杯上海市预付卡“诚信经营、优质服务”五星级示范企业。

2019年,公司元祖花礼月、结果子和脆兔戏月被评为“上海特色旅游产品”,御果子和龙粽分别荣获“上海名特优食品”称号,花饶月和花亲月被中国食品工业协会面包糕饼专业委员会评为“中华名饼”。

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。

2018年,公司被纳入首批《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)营销网络优势

公司致力成为“精致礼品名家”,目前在国内主要城市及台湾地区布局门店销售网络,凭借线上线下渠道的联动发展。

线下方面,截至报告期末共开设超过600家门店,为消费者提供“一卡在手,全国通提”的便利,公司更是打造崭新的门店设计并优化流水线提升顾客体验好感度。公司在上海、江苏、浙江、湖北、四川、重庆等东部及长江流域地区多地拼标多年,并形成相对竞争优势。

线上方面,公司建立了电子商务营销平台,并从线上拓展关键的电商平台、外卖平台和与时并进的客户管理系统,为消费者提供宅配服务,增加公司产品的曝光率及引流转化率。除此之外,通过线下实体门店与线上电子商务的结合,搭配快速运输,实现线上线下的联动和融合。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。

3、报告企业及驱动因素

(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,并节省管理成本,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

| | 2019年 | 2018年 | | 本年比上年增减(%) | 2017年 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 调整后 | 调整前 | | |
| 总资产 | 2,392,749,966.68 | 2,204,174,819.14 | 2,204,174,819.14 | 8.56 | 1,970,288,947.07 |
| 营业收入 | 2,222,668,088.36 | 1,972,521,572.28 | 1,958,215,894.56 | 12.68 | 1,792,568,551.38 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 247,768,136.84 | 253,818,072.43 | 241,646,659.81 | -2.38 | 216,783,947.24 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 211,493,882.35 | 225,548,952.81 | 213,377,540.19 | -6.23 | 195,986,700.38 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 1,491,835,545.73 | 1,398,517,364.78 | 1,351,632,515.23 | 6.67 | 1,253,741,779.14 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 341,199,524.52 | 365,296,419.61 | 365,296,419.61 | -6.60 | 324,748,214.93 |
| 基本每股收益(元/股) | 1.03 | 1.06 | 1.01 | -2.83 | 0.90 |
| 稀释每股收益(元/股) | 1.03 | 1.06 | 1.01 | -2.83 | 0.90 |
| 加权平均净资产收益率(%) | 17.17 | 19.15 | 19.78 | 减少1.98个百分点 | 19.38 |

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 | 340,679,302.54 | 492,142,054.22 | 956,177,507.38 | 433,669,224.22 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | -6,824,027.35 | 42,368,289.47 | 239,783,300.01 | -27,559,425.29 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润 | -15,339,206.29 | 41,486,878.42 | 238,767,443.13 | -53,421,232.91 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -54,461,576.56 | 133,027,600.32 | 554,896,910.53 | -292,263,409.77 |

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

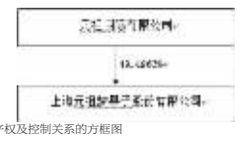
| | |
|---|---|
| 截止报告期末普通股股东总数(户) | 17,020 |
| 年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户) | 19,362 |
| 截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户) | |
| 年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户) | |

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 | 0 | 118,791,000 | 49.50 | | 无 | 0 | 境外法人 |
| 卓微国际有限公司 | -4,419,200 | 24,830,480 | 10.35 | | 无 | 0 | 境外法人 |
| 元祖联合国际有限公司 | -4,747,022 | 20,457,825 | 8.52 | | 无 | 0 | 境外法人 |
| 中信证券股份有限公司 | 1,146,969 | 1,280,001 | 0.53 | | 无 | 0 | 国有法人 |
| 民生通惠资产-工商银行-民生通惠通汇6号资产管理产品 | 712,300 | 1,112,300 | 0.46 | | 无 | 0 | 境内非国有法人 |
| 吴卫东 | 650,300 | 905,900 | 0.38 | | 无 | 0 | 境内自然人 |
| 南京泰中荣达投资管理有限公司 | 137,479 | 744,413 | 0.31 | | 无 | 0 | 境内非国有法人 |
| 雷伟锋 | 651,200 | 651,200 | 0.27 | | 无 | 0 | 境内自然人 |
| 牛晓敏 | 104,407 | 603,335 | 0.25 | | 无 | 0 | 境内自然人 |
| 四川海之翼股权投资基金管理有限公司-海之翼一期管理基金 | 567,600 | 567,600 | 0.24 | | 无 | 0 | 境内非国有法人 |
| 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 | | | | | | |

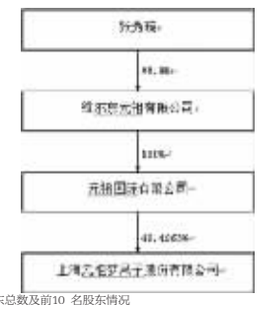
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

□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

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,并积极拓展电子商务等多网络多渠道的销售策略,强化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。

1 导致暂停上市的原因

□适用 √不适用

2 面临终止上市的情况和原因

□适用 √不适用

3 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

经公司2019年4月第三届董事会第三次会议决议审议批准,自2019年1月1日,本集团将预付储值卡的会计政策变更为:对于预付储值卡,在消费者未来行使提领权利的可能性极低时,公司将极可能最终不会被提领的相关预收账款部分由预收账款转入营业收入。具体详见第十一节 财务报告中重要会计政策和会计估计的变更。

本集团于2019 年度执行了财政部于近年颁布的以下企业会计准则修订:《企业会计准则第22 号——金融工具确认和计量(修订)》、《企业会计准则第23 号——金融资产转移(修订)》、《企业会计准则第24 号——套期会计(修订)》及《企业会计准则第37 号——金融工具列报(修订)》(统称“新金融工具准则”)《关于修订印发2019 年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6 号)。具体详见第十一节 财务报告中重要会计政策和会计估计的变更。

4 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

5 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、广东 | 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 |
| 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 |

证券代码:603886　证券简称:元祖股份　公告编号:2020-006

# 上海元祖梦果子股份有限公司第三届董事会第七次会议决议公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

一、董事会会议召开情况

上海元祖梦果子股份有限公司(以下简称“公司”)第三届董事会第七次会议(以下简称“会议”)于2020年4月15日10:00以现场与视讯方式召开,会议通知及会议材料于2020年4月5日以书面形式和电子邮件等方式送达公司董事及列席会议人员。

本次会议由董事长张秀婉主持,应出席董事9名,现场出席董事2名,委托出席董事1人(董事苏嬉宜因为工作原因未能出席本次会议,委托董事沈慧女士代为出席会议并表决),视讯出席董事6人(董事郑慧明、陈兴梅、肖淼、王名扬、黄彦达、王世铭以视讯方式出席本次会议)。本次董事会会议的召开符合《公司法》和《公司章程》的有关规定。

二、董事会会议审议情况

1、审议通过了《关于审议公司2019年度董事会工作报告的议案》

具体内容请查阅同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《元祖股份2019年度董事会工作报告》。

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

该议案需提交公司2019年度股东大会审议。

2、审议通过了《关于审议公司2019年度总经理工作报告的议案》

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

3、审议通过了《关于审议公司2019年度独立董事述职报告的议案》

具体内容请查阅同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《元祖股份2019年度独立董事述职报告》。

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

4、审议通过了《关于审议公司2019年度董事会审计委员会履职情况报告的议案》

具体内容请查阅同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《元祖股份2019年度董事会审计委员会履职情况报告》。

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

5、审议通过了《关于审议公司2019年度财务决算报告的议案》

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

该议案需提交公司2019年度股东大会审议。

6、审议通过了《关于审议公司2019年年度报告及摘要的议案》

具体内容请查阅同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《元祖股份2019年年度报告》及《中国证券报》、《上海证券报》和《证券时报》的《元祖股份2019年年度报告摘要》。

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

该议案需提交公司2019年度股东大会审议。

7、审议通过了《关于审议公司2019年度利润分配方案的议案》

经毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙)审计,公司2019年度合并报表实现净利润247,833,634.18元,其中归属于上市公司股东的净利润247,768,136.84 元。2019年度母公司实现净利润184,980,849.58元,截止2019年12月31日母公司可供股东分配的利润为444,756,896.71元。

根据公司利润实现情况和公司发展需要,经公司第二届董事会第七次会议通过,公司2019年度利润分配方案为:派发现金股利,以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数,按每10股派发现金股利12元(含税),共计派发现金股利28,800.00万元,剩余未分配利润156,756,886.71元结转以后年度。

公司独立董事对该议案发表了独立意见,详见《元祖股份独立董事关于第三届董事会第七次会议相关议案的独立意见》。

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

该议案需提交公司2019年度股东大会审议。

8、审议通过了《关于审议公司2019年度内部控制评价报告的议案》

具体内容请查阅同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《元祖股份2019年度内部控制评价报告》。

公司独立董事对该议案发表了独立意见,详见《元祖股份独立董事关于第三届董事会第七次会议相关议案的独立意见》。

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

该议案需提交公司2019年度股东大会审议。

9、审议通过了《关于审议公司2019年度募集资金实际存放与使用情况专项报告的议案》

具体内容请查阅同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《元祖股份关于2019年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》。

公司独立董事对该议案发表了独立意见,保荐机构申万宏源证券承销保荐有限责任公司对此发表了专项核查报告。具体内容均披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)。

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

该议案需提交公司2019年度股东大会审议。

10、审议通过了《关于审议公司2019年度关联交易执行情况及2020年度日常关联交易预计报告的议案》

具体内容请查阅同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《元祖股份2019年度关联交易执行情况及2020年度日常关联交易预计报告的公告》。

公司独立董事已就该议案发表了明确同意的独立意见,详见《元祖股份独立董事关于第三届董事会第七次会议相关议案的独立意见》。

表决结果:8票赞成,0票反对,0票弃权,1票回避。

该议案需提交公司2019年度股东大会审议。

11、审议通过了《关于审议公司使用部分闲置自有资金进行现金管理的议案》

为充分利用公司暂时闲置自有资金,进一步提高资金收益,在确保不影响公司正常生产经营的基础上,公司及全资子公司拟对最高额度不超过壹拾伍亿元闲置自有资金进行现金管理,用于购买低风险型理财产品或结构性存款。以上资金额度在决议有效期内可以滚动使用,并授权董事长在额度范围内行使该项投资决策权并签署相关合同文件,决议有效期自2019年度股东大会审议通过之日起一年有效。本公司拟进行委托理财的金融机构与本公司不存在关联关系,不构成关联交易。

具体内容请查阅同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《元祖股份关于使用部分闲置自有资金进行现金管理的公告》。

公司独立董事已就该议案发表了明确同意的独立意见,详见《元祖股份独立董事关于第三届董事会第七次会议相关议案的独立意见》。

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

该议案需提交公司2019年度股东大会审议。

12、审议通过了《关于审议公司使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》

本着股东利益最大化原则,为提高闲置募集资金使用效率,在确保不影响募集资金投资项目建设和募集资金使用的情况下,公司对最高额度不超过人民币1.3亿元的闲置募集资金进行现金管理,适时用于购买安全性高、流动性好的银行、证券公司或信托公司等金融机构理财产品。以上资金额度在决议有效期内滚动使用,并授权公司董事长在上述额度内具体实施和履行相关程序。决议有效期自2019年度股东大会审议通过之日起一年有效。本公司拟进行委托理财的金融机构与本公司不存在关联关系,不构成关联交易。

具体内容请查阅同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《元祖股份关于使用部分闲置募集资金进行现金管理的公告》。

公司独立董事已就该议案发表了明确同意的独立意见,详见《元祖股份独立董事关于第三届董事会第七次会议相关议案的独立意见》。

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

该议案需提交公司2019年度股东大会审议。

13、审议通过了《关于续聘2020年度财务审计机构及内控审计机构的议案》

具体内容请查阅同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《元祖股份关于续聘公司2020年财务及内部控制审计机构的公告》。具体费用授权公司董事会根据与毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙)签订的相关合同予以确定。

公司独立董事已就该议案发表了明确同意的独立意见,详见《元祖股份独立董事关于第三届董事会第七次会议相关议案的独立意见》。

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

该议案需提交公司2019年度股东大会审议。

14、审议通过了《关于审议公司组织架构调整的议案》

具体内容请查阅同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《元祖股份关于公司组织架构调整的公告》。

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

15、审议通过了《关于审议公司设立上海元祖公益基金会的议案》

为更好践行公司作为上市公司的社会责任,提高公司公益慈善事业的规范程度和效率,继续提升公司品牌的影响力,公司拟出资设立元祖公益基金会,主要从事资助贫困儿童和孤儿、赈灾助残等公益项目。

具体内容请查阅同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《元祖股份关于设立上海元祖公益基金会的公告》。

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

16、审议通过了《关于审议部分募投项目变更和部分募投项目结项的议案》

具体内容请查阅同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)的《元祖股份关于部分募投项目变更和部分募投项目结项的公告》。

公司独立董事已就该议案发表了明确同意的独立意见,详见《元祖股份独立董事关于第三届董事会第七次会议相关议案的独立意见》。

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

该议案需提交公司2019年度股东大会审议。

17、审议通过了《关于提请召开2019年年度股东大会的议案》

表决结果:9票赞成,0票反对,0票弃权。

具体内容请查阅同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)及《中国证券报》、《上海证券报》和《证券时报》的《元祖股份关于召开2019年年度股东大会的通知》。

三、备查文件

1、元祖股份第三届董事会第七次会议决议;

2、元祖股份第三届董事会第七次会议记录。

特此公告

上海元祖梦果子股份有限公司董事会

2020年4月17日

证券代码:603886　证券简称:元祖股份　公告编号:2020-007

# 上海元祖梦果子股份有限公司关于2019年度利润分配方案的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

重要内容提示:

●每股分配比例

公司2019年度利润分配方案为:每股派发现金红利1.2元(含税)。

●本次利润分配以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数,具体日期将在权益分派实施公告中明确。

●在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

● 本年度现金分红比例116.24%。

一、利润分配方案内容

经毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙)审计,公司2019年度合并报表实现净利润247,833,634.18元,其中归属于上市公司股东的净利润247,768,136.84 元。2019年度母公司实现净利润184,980,849.58元,截至2019年12月31日公司期末可供分配利润为444,756,896.71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七次会议通过,公司2019年度利润分配方案如下:

公司拟向全体股东每10股派发现金红利12元(含税)。截至2019年12月31日,公司总股本24,000万股,以此计算合计拟派发现金红利28,800.00万元(含税)。本年度公司现金分红比例为116.24%。

如在本公告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间,公司总股本发生变动的,公司最终实际现金分红总金额将根据实施利润分配方案时股权登记日的总股本确定。

本次利润分配方案尚需提交2019年度股东大会审议。

二、公司履行的决策程序

(一)董事会意见

公司于2020年4月15日召开第三届董事会第七次会议,会议一致审议通过《关于审议公司2019年度利润分配方案的议案》,并同意将本方案提交公司2019年年度股东大会审议。

(二)独立董事意见

根据《公司法》、《证券法》、《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》及《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等有关法律、行政法规的规定,我们认为,公司2019年度利润分配方案,充分考虑了公司所处的发展阶段、经营规模、财务状况和未来发展等多方面因素,能在保证公司正常经营和长远发展的前提下,兼顾了公司的可持续发展,同时考虑对股东的现金回报,有利于维护股东的利益,不存在损害中小投资者利益的情况。

因此,我们一致同意公司2019年度利润分配方案,并同意将该方案提交公司2019年年度股东大会审议。

(三)监事会意见

本次利润分配方案符合《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》、《公司章程》及《公司股东分红回报规划》等规定的利润分配政策和相关法律、法规的要求,充分考虑了公司的实际经营情况和未来发展计划,符合公司长期持续发展的需求,未损害中小股东的合法权益,符合公司和全体股东的利益,同意本次利润分配方案。

公司第三届监事会第七次会议一致审议通过《关于审议公司2019年度利润分配方案的议案》,同意将本方案提交公司2019年年度股东大会审议。

三、相关风险提示

本次利润分配方案尚需提交公司2019年年度股东大会审议批准,敬请广大投资者注意投资风险。

特此公告。

上海元祖梦果子股份有限公司董事会

2020年4月17日

证券代码:603886　证券简称:元祖股份　公告编号:2020-008

# 上海元祖梦果子股份有限公司关于2019年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告

本公司董事会及全体董事保证本