公司代码:603719　　公司简称:良品铺子

良品铺子股份有限公司

【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　普华永道中天会计师事务所（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

经普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）审计，在合并报表下，公司2019年度实现的归属于本公司股东的净利润340,354,071.37元。公司董事会决定拟以权益分派实施时股权登记日的总股本为基数，向全体股东每10股派发现金股利2.55元（含税），预计共分配利润102,255,000.00元（含税），占公司2019年度实现的归属于本公司股东的净利润30.04%，剩余未分配利润结转以后年度。2019年度公司不进行资本公积金转增股本。如在本预案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，公司拟维持分配总额不变，相应调整每股分配比例。如后续总股本发生变化，将另行公告具体调整情况。

该预案尚需提交股东大会审议通过。

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	良品铺子	603719	无

联系人和联系方式		董事会秘书	证券事务代表
姓名	徐艳	罗丽英	
办公地址	武汉市东西湖区航天路1号良品大厦	武汉市东西湖区航天路1号良品大厦	
电话	027-85793003	027-85793003	
电子信箱	dongban@lppz.com	dongban@lppz.com	

2　报告期公司主要业务简介

（一）公司的主要业务及产品公司主要从事休闲食品的研发、采购、销售和运营业务，是一家通过数字化技术融合了供应链管理及全渠道销售体系，开展高品质零食品类的品牌运营企业。公司以“高端战略”核心是满足儿童、时尚白领、年轻妈妈、2世代等不同细分市场的消费人群对营养健康的个性化需求，以及对办公室茶歇、时节送礼、聚会分享等不同购买任务和使用场景下的多样化需求，为消费者提供高品质、高服值、高体验的休闲食品解决方案。截至报告期末，公司产品已有1400余款SKU，覆盖肉类零食、坚果炒货、糖果糕点、果干果脯、素食山珍等多个品类，对于类似产子、猪肉脯、鳕鱼丝、山楂糕、虾滑、鱼皮花生、豆腐果、对对虾、迷你风干牛肉、菲律宾芒果干、鸡蛋干、椰莲干、鹅冬冬、蜘蛛香葵瓜子等12款经典产品进行了高端化升级，系统地推出了大坚果、功能饼干、营养粉、良品健康棒、本色果干等若干高端系列产品，研发上线了多款儿童零食产品。公司的“鸣鸣零食”战略在报告期内已初显成效，以“高品质、高颜值、高体验”为核心追求的公司产品在国际上斩获了食品界五大奖项，2019年3月，在英国大型的食品行业活动“国际食品饮料节”（The International Food & Drink Event,简称IFE）上，公司的黑芝麻桑葚粉被FoodBev Media集团评选为最佳食品概念（Best food concept），成为2019年度“世界食品创新大赛（World Food Innovation Awards 2019）A榜产品（FINALIST）,见下图。2019年3月和4月，公司“拾弦经典”高端礼盒分别荣获被誉为产品设计界奥斯卡的“IF设计奖”（IF DESIGN AWARD）（下图第二排左1）和意大利A设计奖（A’DESIGN AWARD）奖银奖（下图第二排右1）。2019年6月，公司23款产品分别荣获“蒙特克（Monde Selection）”的4项金奖、13项银奖和6项铜奖，见下图。2019年6月，公司被欧产品荣获国际风味评鉴所（International Taste Institute）评选的“顶级美味大奖”（SUPERIOR TASTE AWARD）,见下图。报告期内，公司主营业务未发生变化。（二）公司的经营模式1.品牌运营模式“高端零食”是公司的品牌定位，旨在满足不同细分市场的消费人群在不同生理状态下对营养健康的个性化需求，在不同购买任务下对不同使用场景的多样化需求，为之提供相应的休闲食品解决方案。“高端零食”的产品组合三个方面，一是细分消费人群，聚焦年轻市场产品品质，注重营养健康，追求生活享受的消费人群。二是为目标消费人群提供有营养健康价值的商品质量由，要根据消费需求制定产品结构，普遍地提高产品的原辅料、配方、生产工艺、保鲜储存等整个供应链的品质标准，对供应链进行系统性的升级。三是为目标消费人群在不同购买任务、不同使用场景下对休闲食品的多样化需求提供解决方案，做好产品的交付与体验。公司的品牌运营致力于向顾客传递高端零食的内涵，让顾客切实体验到营养健康、时尚颜值、口味正宗、极致新鲜的产品理念。为此，公司在报告期内采取了产品品质故事、产品包装升级、产品结构优化、产品研发形象升级、古代宫廷形象升级、全渠品质重塑消费概念、门店购物体验升级、签约流量明星代言人、明星互动、影视剧植入、助力物质文化遗产公益事业等一系列品牌运营活动。2.产品运营模式公司的产品运营模式是以公司战略意图、市场分析、顾客需求洞察为基础，以新品创新和成熟产品运营为核心，包含产品开发规划、单品全划设计、研发与开发、产品测试与试验、上市与交付、成熟运营、产品退市等七大业务流程，为微笑“高端零食”战略，满足细分消费人群对休闲食品的不同需求提供有力支撑。3.供应链管理模式公司建立了以供应计划为调控枢纽，以物流管理为供应保障，以质量管理为安全保障，对产品的采购、仓储、物流、交付进行全流程控制和管理的供应链管理模式。在供应计划环节，公司会根据各渠道的销售历史与趋势预测，分期向对应品的销售机构供应进行分解预测，制定采购计划，提升采购效率。在采购环节，公司与优秀供应商合作，采取锁定全球优质原料供应商、长期利益共享的策略，保障产品质量，优化采购成本。公司以定采、月提采、随需备货的方式，对供应链进行全流程控制和管理的产品，极大地缩减库存周转率，保证产品达到消费者手上的新鲜度。在仓储物流环节，公司应用的EWM物流系统与各渠道的销售系统全面联通，公司在接受订单后，能够从最近的仓库以最快的方式进行发货，以物流管理为供应保障，以质量管理为安全保障，对产品的采购、仓储、物流、交付进行全流程控制和管理的供应链管理模式。在供应计划环节，公司会根据各渠道的销售历史与趋势预测，分期向对应品的销售机构供应进行分解预测，制定采购计划，提升采购效率。在采购环节，公司与优秀供应商合作，采取锁定全球优质原料供应商、长期利益共享的策略，保障产品质量，优化采购成本。公司以定采、月提采、随需备货的方式，对供应链进行全流程控制和管理的产品，极大地缩减库存周转率，保证产品达到消费者手上的新鲜度。在仓储物流环节，公司应用的EWM物流系统与各渠道的销售系统全面联通，公司在接受订单后，能够从最近的仓库以最快的方式进行发货，物流管理方