

公司代码:603866

公司简称:桃李面包

沈阳桃李面包股份有限公司

2015年度报告摘要

上市公司具体情况详见本附注“其他主体中的权益”;

(2)本公司本期合并财务报表范围变化

本期新增子公司:

2015新增子公司的具体情况详见本附注“合营范围的变更”。

7.4年期间财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的,董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

不适用

证券代码:603866 证券简称:桃李面包 公告编号:临2016-011

沈阳桃李面包股份有限公司
董事会决议公告

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、董事会议召开情况

沈阳桃李面包股份有限公司(以下简称“公司”)第三届董事会第十七次会议于2016年3月14日以电子邮件、书面方式送达全体董事,于2016年3月24日上午 9:00 在公司会议室以现场结合通讯表决方式召开。本公司董事会会议应参加董事 9 名,实际参加董事 9 名,本次会议由公司董事长吴学群主持,公司董事和高级管理人员列席会议。本次会议符合《公司法》、《公司章程》和《董事会议事规则》的有关规定,会议形成召集、召开合法有效。

二、董事会议审议情况

1.公司的经营模式

公司主要采用自采自购的模式,公司制定了完善的供应商评价体系来评定和选择供应商,待确定供应商后,公司统一与供应商谈定采购价格、供货周期等主要采购条款并签订采购合同,各子公司采购专员具体实施的执行工作。

公司对原材料的采购价格主要通过市场询价的方式确定,以确保公司较低的采购成本。公司采购部门根据销售及生产的需求,每月对原材料进行盘点,确定次月的采购计划,对不同的原材料,每月会进行一次集中采购或分次采购。

2.公司的生产模式

面包作为快消品,具有产品保质期短、消费者对产品新鲜度要求高的特点,公司对此主要采用“以销定产”的生产模式,根据市场的需求灵活制定生产计划,公司采用中央工厂生产、工厂组织班组人员生产,白天根据预订单量进行生产,下午下班前统计客户提交次日需求的订单后,在夜间进行生产。

月饼和粽子作为节日性的消费品,消费时段较为集中,公司采用阶段性的集中生产模式。月饼每年的生产周期约为4-60天,主要集中在中秋节前1-2个月,粽子每年的生产周期约为50-60天,主要集中在端午节前2个月。对于月饼和粽子,公司根据当年的销售情况,结合销售计划和经销商的订单,安排下一年度生产计划,在生产周期启动后,根据销售量当年的后续订单数量的增加,生产部门会调整生产计划并完成排产的前准备工作。

3.公司的销售模式

面包是与日常生活密切相关的快速消费品。普通个人消费者会通过大型连锁商超(KA客户)、便利店、县乡商店及小卖部购买。

目前,公司主要通过直营和经销商两种模式进行销售:一是针对大型连锁商超(KA客户)和中心城区的中大超市、便利店终端,公司直接与其签署协议销售产品的模式;二是针对外埠市场的便利店、县乡商店、小卖部,公司通过经销商分销的经销模式。

(三)行业发展趋势

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》(GB/T 4754-2011),本公司属于“制造业”之“食品制造业”之“焙烤食品制造”中的“糕点、面包及制品”行业代码1411,根据2012年10月证监会发布的《上市公司行业分类指引》,属于“制造业”之“食品制造业”(代码141)。

烘焙食品是欧美国家已深入人心的必需品,作为主食,面包和饼干等烘焙产品在西方家庭的三餐占据了主要地位,近年来,随着全球经济的发展,居民生活水平的提高,其对食品的质量和口味也提出了更高的要求,为了满足消费者的多种需求,烘焙食品的品种也呈现出多样化的趋势,烘焙行业在各国快速发展,在数量、质量、生产工艺和技术等方面均不断提高,市场规模总体呈扩大趋势。

月饼和粽子作为节日性的消费品,消费时段较为集中,公司采用阶段性的集中生产模式。月饼每年的生产周期约为4-60天,主要集中在中秋节前1-2个月,粽子每年的生产周期约为50-60天,主要集中在端午节前2个月。对于月饼和粽子,公司根据当年的销售情况,结合销售计划和经销商的订单,安排下一年度生产计划,在生产周期启动后,根据销售量当年的后续订单数量的增加,生产部门会调整生产计划并完成排产的前准备工作。

4.公司的经营模式

公司主要采用自采自购的模式,公司制定了完善的供应商评价体系来评定和选择供应商,待确定供应商后,公司统一与供应商谈定采购价格、供货周期等主要采购条款并签订采购合同,各子公司采购专员具体实施的执行工作。

公司对原材料的采购价格主要通过市场询价的方式确定,以确保公司较低的采购成本。公司采购部门根据销售及生产的需求,每月对原材料进行盘点,确定次月的采购计划,对不同的原材料,每月会进行一次集中采购或分次采购。

5.公司的生产模式

面包作为快消品,具有产品保质期短、消费者对产品新鲜度要求高的特点,公司对此主要采用“以销定产”的生产模式,根据市场的需求灵活制定生产计划,公司采用中央工厂生产、工厂组织班组人员生产,白天根据预订单量进行生产,下午下班前统计客户提交次日需求的订单后,在夜间进行生产。

月饼和粽子作为节日性的消费品,消费时段较为集中,公司采用阶段性的集中生产模式。月饼每年的生产周期约为4-60天,主要集中在中秋节前1-2个月,粽子每年的生产周期约为50-60天,主要集中在端午节前2个月。对于月饼和粽子,公司根据当年的销售情况,结合销售计划和经销商的订单,安排下一年度生产计划,在生产周期启动后,根据销售量当年的后续订单数量的增加,生产部门会调整生产计划并完成排产的前准备工作。

6.公司的销售模式

面包是与日常生活密切相关的快速消费品。普通个人消费者会通过大型连锁商超(KA客户)、便利店、县乡商店及小卖部购买。

目前,公司主要通过直营和经销商两种模式进行销售:一是针对大型连锁商超(KA客户)和中心城区的中大超市、便利店终端,公司直接与其签署协议销售产品的模式;二是针对外埠市场的便利店、县乡商店、小卖部,公司通过经销商分销的经销模式。

(三)行业发展趋势

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》(GB/T 4754-2011),本公司属于“制造业”之“食品制造业”之“焙烤食品制造”中的“糕点、面包及制品”行业代码1411,根据2012年10月证监会发布的《上市公司行业分类指引》,属于“制造业”之“食品制造业”(代码141)。

烘焙食品是欧美国家已深入人心的必需品,作为主食,面包和饼干等烘焙产品在西方家庭的三餐占据了主要地位,近年来,随着全球经济的发展,居民生活水平的提高,其对食品的质量和口味也提出了更高的要求,为了满足消费者的多种需求,烘焙食品的品种也呈现出多样化的趋势,烘焙行业在各国快速发展,在数量、质量、生产工艺和技术等方面均不断提高,市场规模总体呈扩大趋势。

月饼和粽子作为节日性的消费品,消费时段较为集中,公司采用阶段性的集中生产模式。月饼每年的生产周期约为4-60天,主要集中在中秋节前1-2个月,粽子每年的生产周期约为50-60天,主要集中在端午节前2个月。对于月饼和粽子,公司根据当年的销售情况,结合销售计划和经销商的订单,安排下一年度生产计划,在生产周期启动后,根据销售量当年的后续订单数量的增加,生产部门会调整生产计划并完成排产的前准备工作。

7.公司的经营模式

公司主要采用自采自购的模式,公司制定了完善的供应商评价体系来评定和选择供应商,待确定供应商后,公司统一与供应商谈定采购价格、供货周期等主要采购条款并签订采购合同,各子公司采购专员具体实施的执行工作。

公司对原材料的采购价格主要通过市场询价的方式确定,以确保公司较低的采购成本。公司采购部门根据销售及生产的需求,每月对原材料进行盘点,确定次月的采购计划,对不同的原材料,每月会进行一次集中采购或分次采购。

8.公司的生产模式

面包作为快消品,具有产品保质期短、消费者对产品新鲜度要求高的特点,公司对此主要采用“以销定产”的生产模式,根据市场的需求灵活制定生产计划,公司采用中央工厂生产、工厂组织班组人员生产,白天根据预订单量进行生产,下午下班前统计客户提交次日需求的订单后,在夜间进行生产。

月饼和粽子作为节日性的消费品,消费时段较为集中,公司采用阶段性的集中生产模式。月饼每年的生产周期约为4-60天,主要集中在中秋节前1-2个月,粽子每年的生产周期约为50-60天,主要集中在端午节前2个月。对于月饼和粽子,公司根据当年的销售情况,结合销售计划和经销商的订单,安排下一年度生产计划,在生产周期启动后,根据销售量当年的后续订单数量的增加,生产部门会调整生产计划并完成排产的前准备工作。

9.公司的销售模式

面包是与日常生活密切相关的快速消费品。普通个人消费者会通过大型连锁商超(KA客户)、便利店、县乡商店及小卖部购买。

目前,公司主要通过直营和经销商两种模式进行销售:一是针对大型连锁商超(KA客户)和中心城区的中大超市、便利店终端,公司直接与其签署协议销售产品的模式;二是针对外埠市场的便利店、县乡商店、小卖部,公司通过经销商分销的经销模式。

(三)行业发展趋势

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》(GB/T 4754-2011),本公司属于“制造业”之“食品制造业”之“焙烤食品制造”中的“糕点、面包及制品”行业代码1411,根据2012年10月证监会发布的《上市公司行业分类指引》,属于“制造业”之“食品制造业”(代码141)。

烘焙食品是欧美国家已深入人心的必需品,作为主食,面包和饼干等烘焙产品在西方家庭的三餐占据了主要地位,近年来,随着全球经济的发展,居民生活水平的提高,其对食品的质量和口味也提出了更高的要求,为了满足消费者的多种需求,烘焙食品的品种也呈现出多样化的趋势,烘焙行业在各国快速发展,在数量、质量、生产工艺和技术等方面均不断提高,市场规模总体呈扩大趋势。

月饼和粽子作为节日性的消费品,消费时段较为集中,公司采用阶段性的集中生产模式。月饼每年的生产周期约为4-60天,主要集中在中秋节前1-2个月,粽子每年的生产周期约为50-60天,主要集中在端午节前2个月。对于月饼和粽子,公司根据当年的销售情况,结合销售计划和经销商的订单,安排下一年度生产计划,在生产周期启动后,根据销售量当年的后续订单数量的增加,生产部门会调整生产计划并完成排产的前准备工作。

10.公司的经营模式

公司主要采用自采自购的模式,公司制定了完善的供应商评价体系来评定和选择供应商,待确定供应商后,公司统一与供应商谈定采购价格、供货周期等主要采购条款并签订采购合同,各子公司采购专员具体实施的执行工作。

公司对原材料的采购价格主要通过市场询价的方式确定,以确保公司较低的采购成本。公司采购部门根据销售及生产的需求,每月对原材料进行盘点,确定次月的采购计划,对不同的原材料,每月会进行一次集中采购或分次采购。

11.公司的生产模式

面包作为快消品,具有产品保质期短、消费者对产品新鲜度要求高的特点,公司对此主要采用“以销定产”的生产模式,根据市场的需求灵活制定生产计划,公司采用中央工厂生产、工厂组织班组人员生产,白天根据预订单量进行生产,下午下班前统计客户提交次日需求的订单后,在夜间进行生产。

月饼和粽子作为节日性的消费品,消费时段较为集中,公司采用阶段性的集中生产模式。月饼每年的生产周期约为4-60天,主要集中在中秋节前1-2个月,粽子每年的生产周期约为50-60天,主要集中在端午节前2个月。对于月饼和粽子,公司根据当年的销售情况,结合销售计划和经销商的订单,安排下一年度生产计划,在生产周期启动后,根据销售量当年的后续订单数量的增加,生产部门会调整生产计划并完成排产的前准备工作。

12.公司的销售模式

面包是与日常生活密切相关的快速消费品。普通个人消费者会通过大型连锁商超(KA客户)、便利店、县乡商店及小卖部购买。

目前,公司主要通过直营和经销商两种模式进行销售:一是针对大型连锁商超(KA客户)和中心城区的中大超市、便利店终端,公司直接与其签署协议销售产品的模式;二是针对外埠市场的便利店、县乡商店、小卖部,公司通过经销商分销的经销模式。

(三)行业发展趋势

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》(GB/T 4754-2011),本公司属于“制造业”之“食品制造业”之“焙烤食品制造”中的“糕点、面包及制品”行业代码1411,根据2012年10月证监会发布的《上市公司行业分类指引》,属于“制造业”之“食品制造业”(代码141)。

烘焙食品是欧美国家已深入人心的必需品,作为主食,面包和饼干等烘焙产品在西方家庭的三餐占据了主要地位,近年来,随着全球经济的发展,居民生活水平的提高,其对食品的质量和口味也提出了更高的要求,为了满足消费者的多种需求,烘焙食品的品种也呈现出多样化的趋势,烘焙行业在各国快速发展,在数量、质量、生产工艺和技术等方面均不断提高,市场规模总体呈扩大趋势。

月饼和粽子作为节日性的消费品,消费时段较为集中,公司采用阶段性的集中生产模式。月饼每年的生产周期约为4-60天,主要集中在中秋节前1-2个月,粽子每年的生产周期约为50-60天,主要集中在端午节前2个月。对于月饼和粽子,公司根据当年的销售情况,结合销售计划和经销商的订单,安排下一年度生产计划,在生产周期启动后,根据销售量当年的后续订单数量的增加,生产部门会调整生产计划并完成排产的前准备工作。

13.公司的经营模式

公司主要采用自采自购的模式,公司制定了完善的供应商评价体系来评定和选择供应商,待确定供应商后,公司统一与供应商谈定采购价格、供货周期等主要采购条款并签订采购合同,各子公司采购专员具体实施的执行工作。

公司对原材料的采购价格主要通过市场询价的方式确定,以确保公司较低的采购成本。公司采购部门根据销售及生产的需求,每月对原材料进行盘点,确定次月的采购计划,对不同的原材料,每月会进行一次集中采购或分次采购。

14.公司的生产模式

面包作为快消品,具有产品保质期短、消费者对产品新鲜度要求高的特点,公司对此主要采用“以销定产”的生产模式,根据市场的需求灵活制定生产计划,公司采用中央工厂生产、工厂组织班组人员生产,白天根据预订单量进行生产,下午下班前统计客户提交次日需求的订单后,在夜间进行生产。

月饼和粽子作为节日性的消费品,消费时段较为集中,公司采用阶段性的集中生产模式。月饼每年的生产周期约为4-60天,主要集中在中秋节前1-2个月,粽子每年的生产周期约为50-60天,主要集中在端午节前2个月。对于月饼和粽子,公司根据当年的销售情况,结合销售计划和经销商的订单,安排下一年度生产计划,在生产周期启动后,根据销售量当年的后续订单数量的增加,生产部门会调整生产计划并完成排产的前准备工作。

15.公司的销售模式

面包是与日常生活密切相关的快速消费品。普通个人消费者会通过大型连锁商超(KA客户)、便利店、县乡商店及小卖部购买。

目前,公司主要通过直营和经销商两种模式进行销售:一是针对大型连锁商超(KA客户)和中心城区的中大超市、便利店终端,公司直接与其签署协议销售产品的模式;二是针对外埠市场的便利店、县乡商店、小卖部,公司通过经销商分销的经销模式。

(三)行业发展趋势

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》(GB/T 4754-2011),本公司属于“制造业”之“食品制造业”之“焙烤食品制造”中的“糕点、面包及制品”行业代码1411,根据2012年10月证监会发布的《上市公司行业分类指引》,属于“制造业”之“食品制造业”(代码141)。

烘焙食品是欧美国家已深入人心的必需品,作为主食,面包和饼干等烘焙产品在西方家庭的三餐占据了主要地位,近年来,随着全球经济的发展,居民生活水平的提高,其对食品的质量和口味也提出了更高的要求,为了满足消费者的多种需求,烘焙食品的品种也呈现出多样化的趋势,烘焙行业在各国快速发展,在数量、质量、生产工艺和技术等方面均不断提高,市场规模总体呈扩大趋势。

月饼和粽子作为节日性的消费品,消费时段较为集中,公司采用阶段性的集中生产模式。月饼每年的生产周期约为4-60天,主要集中在中秋节前1-2个月,粽子每年的生产周期约为50-60天,主要集中在端午节前2个月。对于月饼和粽子,公司根据当年的销售情况,结合销售计划和经销商的订单,安排下一年度生产计划,在生产周期启动后,根据销售量当年的后续订单数量的增加,生产部门会调整生产计划并完成排产的前准备工作。

16.公司的经营模式

公司主要采用自采自购的模式,公司制定了完善的供应商评价体系来评定和选择供应商,待确定供应商后,公司统一与供应商谈定采购价格、供货周期等主要采购条款并签订采购合同,各子公司采购专员具体实施的执行工作。

公司对原材料的采购价格主要通过市场询价的方式确定,以确保公司较低的采购成本。公司采购部门根据销售及生产的需求,每月对原材料进行盘点,确定次月的采购计划,对不同的原材料,每月会进行一次集中采购或分次采购。

17.公司的生产模式

面包作为快消品,具有产品保质期短、消费者对产品新鲜度要求高的特点,公司对此主要采用“以销定产”的生产模式,根据市场的需求灵活制定生产计划,公司采用中央工厂生产、工厂组织班组人员生产,白天根据预订单量进行生产,下午下班前统计客户提交次日需求的订单后,在夜间进行生产。

月饼和粽子作为节日性的消费品,消费时段较为集中,公司采用阶段性的集中生产模式。月饼每年的生产周期约为4-60天,主要集中在中秋节前1-2个月,粽子每年的生产周期约为50-60天,主要集中在端午节前2个月。对于月饼和粽子,公司根据当年的销售情况,结合销售计划和经销商的订单,安排下一年度生产计划,在生产周期启动后,根据销售量当年的后续订单数量的增加,生产部门会调整生产计划并完成排产的前准备工作。

18.公司的销售模式

面包是与日常生活密切相关的快速消费品。普通个人消费者会通过大型连锁商超(KA客户)、便利店、县乡商店及小卖部购买。

目前,公司主要通过直营和经销商两种模式进行销售:一是针对大型连锁商超(KA客户)和中心城区的中大超市、便利店终端,公司直接与其签署协议销售产品的模式;二是针对外埠市场的便利店、县乡商店、小卖部,公司通过经销商分销的经销模式。

(三)行业发展趋势

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》(GB/T 4754-2011),本公司属于“制造业”之“食品制造业”之“焙烤食品制造”中的“糕点、面包及制品”行业代码1411,根据2012年10月证监会发布的《上市公司行业分类指引》,属于“制造业”之“食品制造业”(代码141)。

烘焙食品是欧美国家已深入人心的必需品,作为主食,面包和饼干等烘焙产品在西方家庭的三餐占据了主要地位,近年来,随着全球经济的发展,居民生活水平的提高,其对食品的质量和口味也提出了更高的要求,为了满足消费者的多种需求,烘焙食品的品种也呈现出多样化的趋势,烘焙行业在各国快速发展,在数量、质量、生产工艺和技术等方面均不断提高,市场规模总体呈扩大趋势。

月饼和粽子作为节日性的消费品,消费时段较为集中,公司采用阶段性的集中生产模式。月饼每年的生产周期约为4-60天,主要集中在中秋节前1-2个月,粽子每年的生产周期约为50-60天,主要集中在端午节前2个月。对于月饼和粽子,公司根据当年的销售情况,结合销售计划和经销商的订单,安排下一年度生产计划,在生产周期启动后,根据销售量当年的后续订单数量的增加,生产部门会调整生产计划并完成排产的前准备工作。

19.公司的经营模式

公司主要采用自采自购的模式,公司制定了完善的供应商评价体系来评定和选择供应商,待确定供应商后,公司统一与供应商谈定采购价格、供货周期等主要采购条款并签订采购合同,各子公司采购专员具体实施的执行工作。

公司对原材料的采购价格主要通过市场询价的方式确定,以确保公司较低的采购成本。公司采购部门根据销售及生产的需求,每月对原材料进行盘点,确定次月的采购计划,对不同的原材料,每月会进行一次集中采购或分次采购。