一、重要提示
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。
所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。
审计机构对计提减值
□适用 √不适用
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
是否以公积金转增股本
□是 √否
公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以实施权益分派权权登记日登记的总股本剔除公司回购专用证券账户中的股份为基数，向全体股东每10股派发现金红利3.1元（含税），送红股0股（含税），不以公积金转增股本。
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	西麦食品	股票代码	002956
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	谢金爱	何剑萍	
办公地址	桂林市高新技术开发区九号小区	桂林市高新技术开发区九号小区	
传真	0773-5818624	0773-5818624	
电话	0773-5806355	0773-5806355	
电子信箱	ximai@baomi3d.com.cn	ximai@baomi3d.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介
（一）公司主营业务及主要产品
报告期内，公司专注于以燕麦为代表的健康谷物食品的研发、生产和销售，产品矩阵日渐丰富，公司主要产品有热食燕麦：纯燕系列燕麦片（纯燕、有机、燕麦麦皮等）、复合系列燕麦片（牛奶燕麦、中老年燕麦、燕麦+、谷物粒、燕麦主食、功能性食品等）、休闲系列燕麦片（奥利燕麦、减脂燕麦等）。
公司的主要品牌为“西麦”，依助现代化的生产基地、依托全国性的高效销售体系，致力于为消费者提供绿色、营养、健康的食品，是中国燕麦行业知名品牌，在消费者中拥有较高知名度和美誉度。

报告期内，公司的主营业务未发生重大变化。
（二）公司所处的行业情况
1、燕麦是一种天然的健康食品
燕麦作为唯一一种被称为“全球十大健康食物”的谷类食品，富含膳食纤维、支链氨基酸、不饱和脂肪酸、生物碱、矿物质等多种功能成分，其膳食纤维含量是精制大米的26倍，小麦粉的35倍。燕麦具有保好的降糖效果、抗氧化、提高免疫力功效，是健康食品的天然优质原料。
（1）美国食品药品监督管理局（FDA）批准了针对燕麦的健康声明
1997年，美国食品药品监督管理局（FDA）第一次批准了针对某种特定食品的健康声明，这个食品就是燕麦。这是燕麦行业历史上一个里程碑式的事件。在相关声明中，FDA做出如下结论：每天摄入至少3克来源于燕麦的β-葡聚糖将有助于降低罹患心脏病的风险。FDA的这项健康声明标志着膳食干预，包括将某些特定食物或其成分作为健康膳食的一部分，对于低风险的个体防范潜在的公共卫生机构的认可。这是首个与食物有关的，原创心血管疾病风险的健康声明，通声明进步保障了燕麦膳食在预防疾病、降脂方面的健康作用，例如，包括高血压，降血脂胆固醇，低密度脂蛋白胆固醇，极低密度脂蛋白胆固醇，极低密度脂蛋白胆固醇，极低密度脂蛋白胆固醇，即可通过膳食干预进行预防，以这个声明为开端，把膳食调整作为疾病管理及预防的一种辅助干预措施的理念，逐步推广开来并推广为众所接受。根据国际食品法典委员会报告，健康声明必需以当前权威的科学证据为基础，以随机、对照和双盲的研究来提供证据，因此具有科学性和严谨性，都不完全统计，截至2022年，全球多个行政区域已经批准了关于燕麦产品相关的健康声明，这些区域包括欧盟、美国、加拿大、马来西亚、澳大利亚和新西兰。
（2）谷物β-葡聚糖的生物学作用
燕麦中富含的一种主要营养成分β-葡聚糖对人体具有多种有益的生物学作用。
①降低血胆固醇
临床研究和Meta分析均发现，补充谷物β-葡聚糖可显著降低血脂异常人群的血清TC（血液总胆固醇）和LDL-C（低密度脂蛋白胆固醇）水平，但对血清TG（血液甘油三酯）和HDL-C（高密度脂蛋白胆固醇）水平无明显影响。谷物β-葡聚糖改善血脂的作用机制一方面与其在胃肠中形成的黏性物质保留有关：可抑制膳食胆固醇的吸收，增加粪便胆酸的排泄；另一方面，谷物β-葡聚糖可与胆固醇中的胆汁酸结合并发生进到十酸的外排，此外，谷物β-葡聚糖发酵产生的短链脂肪酸也可通过肝脂质环活入肝脏，调节胆固醇合成限速酶——羟甲基戊二酸辅酶A（HMG-CoA）的活性进而抑制胆固醇的自身合成。
②调节肠道菌群和代谢产物
谷物β-葡聚糖可在结肠中为肠道菌群提供发酵底物，继而促进有益菌的增殖，如双歧杆菌和乳杆菌等。发酵产物一短链脂肪酸也可以为机体提供能量并参与机体代谢的调节。
③ 其他
谷物β-葡聚糖具有较低的血糖生成指数，具有辅助降低血糖的作用，其降糖的主要机制包括：①燕麦β-葡聚糖可以通过下调葡萄糖转运蛋白的表达，即葡萄糖转运蛋白1和葡萄糖转运蛋白2水平降低小肠上皮细胞对葡萄糖的吸收；②由于谷物β-葡聚糖通水凝胶化的特质，可推迟胃排空中葡萄糖的吸收速率有所减缓，延缓摄取，有利于降低餐后血糖水平。
谷物β-葡聚糖可以调适肠道免疫细胞上的Toll样受体，调节肠道免疫反应和肠道屏障功能。低分子量的β-葡聚糖对CD4+/CD8+比值以及众多的单克隆抗体均具有显著调节作用。有研究证示，谷物β-葡聚糖可以通过刺激黏膜屏障通过“谷物β-葡聚糖-肠菌群-短链脂肪酸-Treg细胞”途径来影响机体免疫系统。

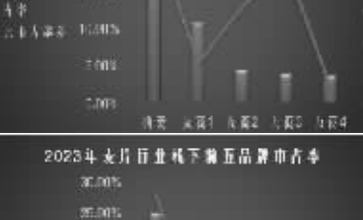
β-葡聚糖在多国获得批准的健康声称汇总表

国家	健康声称	条件		
		符合条件的食物来源	所需要的β-葡聚糖数量
欧盟（European Commision，2011，2012）	“燕麦β-葡聚糖可降低胆固醇水平，高胆固醇是心脏病发生的主要危险因素之一。”	燕麦β-葡聚糖	每份食物中燕麦β-葡聚糖的含量需至少为1g，同时必须标示需每天摄入3g燕麦β-葡聚糖才能达到该声称中所说的健康效应
	“β-葡聚糖可维持正常胆固醇水平。”	燕麦、燕麦麸皮、大麦、大麦麸皮或者这些食物来源的混合物	每份食物中β-葡聚糖（来源于燕麦、燕麦麸皮、大麦、大麦麸皮或者这些食物来源的混合物）的含量需至少为1g，同时必须标示需每天摄入3g β-葡聚糖（来源于燕麦、燕麦麸皮、大麦、大麦麸皮及上述四种的混合物）才能达到该声称中所说的健康效应
	“将燕麦或大麦来源的β-葡聚糖作为膳食的一部分，可减少餐后血糖水平的上升。”	燕麦或大麦	食物中每含有30g可利用碳水化合物时至少含有4g来源于燕麦或大麦的β-葡聚糖
	“燕麦纤维可增加排便量。”	燕麦	按照法规附件1（EC）编号1924/2006所列出的声称“高纤维”中所述内容，该声称仅可以用于燕麦纤维含量高的食物
加拿大（Health Canada，2011，2012）	主要声称：“［来自营养成分表的每一份量（公制度量和英式度量名称）］［品牌名称］［食物名称］［食品名称］含纤维素［纤维名称］［每日量的%］。” 附加声称： “燕麦膳食纤维可降低胆固醇水平。” “高胆固醇是心脏病的主要危险因素之一。” “燕麦膳食纤维可降低胆固醇水平，胆固醇是心脏病的主要危险因素之一。”	燕麦麸皮、燕麦片（也被称为燕麦）和全燕麦粉或作为食物本身（燕麦麸皮及燕麦片），或作为食物原料（燕麦麸皮、燕麦片以及全燕麦粉）	每份食物中至少含有0.75g燕麦β-葡聚糖
英国（Electronic Code of Federal Regulations，2012a）	“特定食物来源的可溶性膳食纤维与冠心病的风险。” 声称格式： （1）“特定食物来源的可溶性膳食纤维（食物来源是右列）作为低饱和脂肪、低胆固醇饮食的一部分，可降低心脏病的发生风险。”例：［具体食物名称］每天可以提供［g］右列的可溶性膳食纤维的总量，这个数值与其他可溶性膳食纤维（右列列出的具体可溶性纤维名称）一起可以提供［g］右列的具体可溶性纤维名称］，才可以达到一致效果。” （2）“低饱和脂肪、低胆固醇饮食包含［g来源于（右列列出的食物来源）］右列列出的具体可溶性纤维名称］，可降低心脏病的发生风险。”例：［食物名称］可以提供［g的可溶性膳食纤维	以下来源的可溶性纤维β-葡聚糖： 燕麦及大麦来源的β-葡聚糖、燕麦麸皮、燕麦粉、全燕麦粉、干燥麦芽糖浆固体、大麦麸皮、大麦麦芽糖食纤维 车前子壳	产品必须含有一种或多种全燕麦或大麦，且每份食物中必须含有至少含有0.75g β-葡聚糖 同时必须在食品标签上提供以下声明：“降低胆固醇水平的推荐剂量为3g。” 每份食物中至少含有0.75g燕麦β-葡聚糖 每100g产品中至少含有6.5g燕麦β-葡聚糖，同时必须在食品标签上提供以下声明：“有关使用本产品的建议，请咨询您的医学专家。”
马来西亚（Malaysia MoH，2012）	“来自燕麦或大麦的β-葡聚糖有助于降低胆固醇。”	燕麦及大麦	每份产品至少含有0.75g β-葡聚糖
	“当供膳食用燕麦可溶性纤维（β-葡聚糖）时，有助于降低血糖升高幅度”	燕麦	每100g产品中至少含有6.5g燕麦β-葡聚糖，同时必须在食品标签上提供以下声明：“有关使用本产品的建议，请咨询您的医学专家。”
澳大利亚/新西兰（Food Stantandards Australia New Zealand，2013）	“β-葡聚糖可降低胆固醇水平。”	燕麦麸皮、全谷物燕麦、全谷物大麦	每份食物中必须含有至少1g燕麦或大麦来源的β-葡聚糖

注：1.声称中所指的“每日量”至少为3g燕麦β-葡聚糖。
2.每日膳食摄入量或要多源于全燕麦或大麦，或者全燕麦及大麦组合的可溶性膳食纤维β-葡聚糖，与冠心病的发生风险降低相关。
3.这份声称的饮食背景为每天包含3g β-葡聚糖的饮食。
4.如高粱中所示，澳大利亚新西兰标准四（Food Stantandards Australia New Zealand，FSANZ）批准了一项高水平的声称，他们还批准了一项一般水平的声称，这项一般水平的声称具有有相同的条件，但是其用词为“β-葡聚糖可降低血胆固醇的风险”。
本节内容主要来自于：《燕麦营养与技术》原著：YiFang Chu 主译：杨月欣 2.《中国居民膳食营养素参考摄入量（2023版）》
2、燕麦谷物健康产业发展空间巨大
（1）中西燕麦产品人均消费潜能巨大
在典型的欧美发达国家，燕麦的人均年消费额稳定在30元左上下。与之对比，我国的燕麦人均消费额只有不到1美元，远低于欧美发达国家。而与我国居民饮食习惯相近的日本和中国香港地区，燕麦的人均消费水平为46元左右，也远高于我国同期水平，由此可以看出，我国的燕麦食品产业仍然属于发展的早期，未来潜力巨大。
（2）中国燕麦片市场预计将持续增长
据前瞻产业研究院整理数据，燕麦主要国家来看，美国燕麦市场是全球范围内最大的，2019年的为106.4亿美元，约占全球的36%左右；美国燕麦市场规模较为稳定，2019年约为242.4亿美元，约占全球的8%左右；2019年日本燕麦市场规模约为9.00亿美元，约占全球的3%左右。
至2023年，中国燕麦片市场规模或长超过100亿元人民币，参照欧美发达国家燕麦行业市场规模，结合人口规模、燕麦人均消费及中国目前燕麦片消费场景扩展趋势（热食到冷食、早餐到休闲场景等）考虑，中国燕麦片市场预计将继续增长，市场空间将进一步扩大。

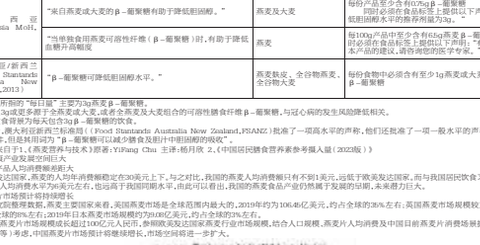
数据来源：Euromonitor 前瞻产业研究院整理

3、燕麦消费群体在持续扩大
（1）中国老龄化健康消费红利
燕麦产品以中老年用户为主，燕麦中含有的可溶性膳食纤维（β-葡聚糖），粘度很高，影响消化酶对食物中脂肪、蛋白质的消化吸收，减轻了餐后血糖的波动，因此，燕麦是糖尿病人和高血脂病人膳食的最优选择之一，一直深受中老年消费群体青睐。未来三十年，中国老年化人口占比预计至少提高一倍，将进一步扩大燕麦片消费人群规模。



数据来源：招行研究院

（2）年轻人健康意识快速提升
近年来，因全球性公共卫生事件影响，人们对健康关注度在不断提升，燕麦作为健康食品，也受到越来越多的健康关注者的喜爱，例如：据日本一家名为INTAGE（英瑞知）的市场调查公司发布的2021年版日本“畅销商品排行榜”中，燕麦排名第一。
在中国，国人健康意识也保持快速提升，燕麦消费不仅限于中老年群体，燕麦加工工艺的进步和新产品形态的开发更好的满足了年轻人对燕麦产品食用的便捷性、时尚性、口味和口感及提地等多元化的需求，推动了年轻人对燕麦产品的消费。年轻人多场景、多元化等需求，也将会催生更多的新产品，年轻消费群体将进一步扩大。
4、中国燕麦行业集中度偏低，线下价格网元素企业集中
根据尼尔森数据，2022年燕麦线上细明售额TOP3品牌市场份额总和为41.3%。线上（当面系、京东、抖音）TOP3品牌市场份额总和为32.8%。
典型的发达国家和地区，燕麦片市场的集中度TOP3基本在70%以上，中国燕麦行业集中度相较其还有较大提升空间，随着市场的发展与下沉，行业的进一步整合，头部品牌的市场占有率将继续提升。
（三）主营业务分析
2023年，随着社会经济生活逐渐恢复常态，国内经济稳步复苏，消费市场总体回升；但也面临着消费升级动力较弱、需求释放不及预期、外部环境复杂严峻等多方面的挑战。公司积极调整，应振闭着，采取有效应对措施，在经济环境承压，挑战与机遇并存的大环境下，公司实现了逆势增长，并看到了推动行业整合、提高市场份额的机遇，公司采取主动积极的营销策略，借此扩大营收规模，以提高市场份额为目标，公司全面推动产品渠道结构的新，保持老品、老渠道稳固基础上，提升研发能力，重点扩大新品新渠道销售规模，强化质量成本管理及成本控制，不断提高管理和生产效率，推动公司高质量增长。公司实现营业收入15.78亿元，同比增长18.83%，实现归属于上市公司股东的净利润1.15亿元，同比增长68.8%。公司营业收入自2019年上市以来持续增长，年均复合增长率超过10%，且增长中积极转型。



权威市场调研公司尼尔森数据显示，公司持续保持中国燕麦谷物第一的领先地位，整体市场份额超百分之二十，线下、线上市场份额连续三年上升，线下市场份额提升至25%，上升2.7个百分点。线下、线上销售排名均为行业第一，市场第一地位稳固，领先优势进一步扩大。2023年抖音平台坐收麦片类目市占率第一，GMV销售额超3亿元，同比增长超过70%，获抖音平台“黑马奖”，打造细部分领域的“亿元+”达标之个；公司燕麦产品在京东平台GMV销售额次超过品类，成为该平台燕麦行业排名第一的品牌。

数据来源：尼尔森IQ全渠道零售研究（线下数据不包括内蒙、青海、宁夏、甘肃、新疆、西藏、海南、线上只包括阿里系、京东系、抖音系的数据）

1、夯实燕麦第一品牌地位，推动公司品牌与产品品牌双轮发展
报告期内，公司持续加大品牌建设投入，夯实燕麦第一品牌地位，围绕“好燕麦，吃西麦”的用户认知，持续推动品牌升级，强化“中国第一燕麦谷物品牌”的内位。在内容营销方面，公司加大数字媒体的投放，在微博、微信、小红书、知乎等多个平台，进行多维度品牌营销，邀请优质KOL助力，提高品牌传播声量，达到品效结合。在渠道方面，公司聚焦重点门店开展品牌M路秀推广活动近三万场，打造品牌形象近近三百家，持续强化消费者认知，提升品牌形象。
同时，公司参加了包括第21届全球高端食品展览会（全食展）、全国糖酒商品交易会等多个知名行业展会，同时并扩大了品牌在业内的知名度及影响力。西麦高纤燕麦麦皮荣获营养师心选、健康好物“ESG食品类”健康价值领航奖，品牌与产品价值获得认可。公司还积极探索跨品类、跨领域合作，与各类IP进行联名，力求塑造更高的品牌价值。多方位的品牌投入，让“好燕麦，吃西麦”的品牌价值深入人心，夯实了中国燕麦行业第一品牌的市场地位。
2、渠道多元化布局，加大新业务渠道拓展力度
①线下精耕细作，提升区域市场，加大创新渠道拓展力度
线下全渠道覆盖，根据不同渠道的特性精耕化运营，重点发展零食渠道等，激活各渠道的销售潜力，实现业务高质量增长，进一步巩固线下渠道竞争优势，持续提升KA、AB类超市优势，根据全国连锁达超市但会网商数据显示，在全国大型超市销售同比下降的情况下，公司实现在该渠道逆势增长。
地域端开见成效，华东专项、湖北专项，通过持续精耕，积极拓展重点城市在进场零售业态的铺市渗透，进一步对传统区域渠道下沉，重点打造“百万县城、千万城市、比亚省区”，扩大县域区域销售占比，维持高质量增长。报告期内，在万县城新增3个、千万城市新增0个、亿元省份新增1个。重点发展并持续开发零食渠道、社区团购、社区便利、生鲜超市等新零售渠道，提升渠道覆盖率。
②电商渠道多元化布局
报告期内，线下业务同比增长超过10%；
零食渠道销售同比增长超过100%。
2.电商渠道增量明显，发力抖音电商，推动线上渠道高质量增长
加快线上发展步伐，立足传统电商，发力抖音电商，充分发挥产品力及品牌优势，探索电商运营新路径、新方法，加速发展社交电商，实现线上销售高速增长。公司在京东、抖音、快手、拼多多均排名第一位，燕麦行业线上主流平台综合第一，电商业务已成为公司增长的重要引擎。
● 报告期内，线上渠道销售同比增长近30%；
● 抖音平台的时饮燕麦类目市占率第一，GMV销售额超3亿元，同比增长超过70%；
● 获抖音平台“黑马奖”，打造该细分领域的亿元+店铺2个；
● 公司燕麦产品在京东平台GMV销售额次超过其他品类，成为该平台燕麦行业排名第一的品牌。
③多模式做创新业务，布局海外市场长远
在传统业务外，公司重点发力B2B业务及海外业务，积极拓展创新业务，公司树立了专业、可靠、创新的企业形象，通过专业化的定制研发，满足客户的个性化需求，公司根据“走出去”战略，持续开拓海外市场，通过日主开发、跨境及本地电商渠道，拓展销售渠道网络。
● 海外业务覆盖美国、新加坡、马来西亚、菲律宾、香港、韩兰、澳大利、越拿等十多个国家和地区
3.研发带动产品升级、品类创新，巩固传统品类，推动产品创新
公司坚持聚焦大单品策略，以研发带动产品升级，全面推动燕麦产品作为健康食品的品类发展，推动燕麦行业良性发展。公司积极开展燕麦品种及营养成分研究和检测，依靠大数据分析和文献检索，展现公司产品核心差异化竞争优势，进一步巩固了公司在热食燕麦领域的市场地位。
积极推进“食养结合”项目研究，以燕麦杂粮产品代替部分普通精致谷物作为主食，促进心血管健康的干预管理研究，充分验证燕麦产品的健康改善功效，同时，加强对产品研发的投入，持续开发超级食材、大健康等产品。
同时，根据跨界者对健康产品的需求，推出了拥有动植物双菌白种特别添加活性益生菌调节肠道健康的益生菌蛋白粉。新产品的推出，标志着公司迈进大健康领域，持续提升了客群跨度和消费粘度，公司产品品类得到进一步丰富。
● 报告期内，公司研发投入同比增长近30%；
● 纯燕麦片年销售超过6亿元；
● 有机、牛奶燕麦、燕麦+系列等明星产品稳步增长，燕麦+系列同比增长超过30%；
● 粉类产品同比增长超过30%；
● 益生菌蛋白粉，上市仅4个月，销售额超过1,000万元。
4.质量与成本领先，提升供应链管理水平
公司作为燕麦行业少产业链企业，注重产品质量和成本效益，通过优势的供应链管理能力，实现上下游之间的协同和信息共享，通过优化计划调度，精心做好产销衔接、优化采购、生产、库存管理等环节，建设标准质量系统和能制造，降低成本，提高生产效率和产品质量。同时，作为燕麦行业领导者，公司倡导全产业链协同发展，积极提高燕麦产品质量标准，报告期内提出《西麦/好燕麦》标准，从品种、产地、种植、营养、工艺控制个维度进行协同控制，实施了从农田到餐桌全过程的监控体系，达到了企业提出的好燕麦标准要求，获得中国食品工业协会谷粮产业工作委员会分会第一届同意通过的最证极灵。
5、持续提高人才队伍建设，对内多元化激励，对外积极实施利润分配
公司于2021年推出了股权激励计划，实现对员工的长效激励机制，促进公司战略目标的实现。设置了具有挑战性的公司业绩目标及个人考核目标，将公司发展与个人发展相结合，有助于提升公司日身的行业竞争力，同时也有利于充分调动公司业务骨干的积极性和责任心。
报告期内，公司重点推进人才引进、培育机制，中、后台人才梯队，和管理人才队伍建设。同时，针对内部的高速增长的优秀团队，特别设立董事长特殊员赋奖，通过行之有效的特别激励政策，强化核心团队凝聚力。
公司一直实施积极的利润分配政策，在保证业务持续发展同时提高股东回报，2019年上市至今公司累计发放现金分红3.08亿元，占期间归母净利润总和的61.29%，在公司规模持续扩大、高分红的同时所市资金保持充裕。
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
追溯调整或重述原因
会计政策变更

单位：元

项目	2023年末	2022年末		本年末比上年末增减	2021年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
总资产	2,010,154,161.68	1,921,081,279.41	1,921,073,960.91	4.64%	1,776,828,121.30	1,776,766,976.49
归属于上市公司股东的净资产	1,468,750,004.75	1,408,362,469.67	1,408,366,141.17	3.58%	1,351,793,031.78	1,351,731,886.97

项目	2023年	2022年		本年比上年增减	2021年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
营业收入	1,577,998,810.04	1,327,240,533.13	1,327,240,533.13	18.89%	1,163,538,924.78	1,163,538,924.78
归属于上市公司股东的净利润	115,450,343.11	108,780,806.29	108,834,632.60	6.08%	104,266,117.17	104,266,117.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	94,711,418.81	82,171,189.13	82,225,015.44	15.19%	81,030,219.67	81,030,219.67
经营活动产生的现金流量净额	119,881,855.77	192,337,570.89	192,337,570.89	-37.67%	30,116,543.31	30,116,543.31
基本每股收益（元/股）	0.52	0.49	0.49	6.12%	0.47	0.47
稀释每股收益（元/股）	0.52	0.49	0.49	6.12%	0.47	0.47
加权平均净资产收益率	8.01%	7.91%	7.92%	0.09%	7.79%	7.79%

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况
会计政策变更的原因及见《2022年度报告》第十节、五、“重要会计政策及会计估计”.43、“重要会计政策和会计估计变更”。
（2）分季度主要会计数据

单位：元

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	387,216,956.86	313,830,430.48	431,880,460.34	445,070,963.36
归属于上市公司股东的净利润	39,274,078.36	26,062,571.57	27,169,040.53	22,944,652.65
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	34,369,626.64	23,311,482.49	26,054,416.86	10,975,892.82
经营活动产生的现金流量净额	41,249,114.77	-13,138,029.56	92,086,342.45	-315,571.90

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

证券代码：002956　证券简称：西麦食品　公告编号：2024-009

桂林西麦食品股份有限公司

2023 年度报告摘要

报告期末普通股股东总数	18,637	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	18,250	报告期末表决权恢复的优先股股东总数		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	
前10名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
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	
桂林西麦阳光投资有限公司	境内非国有法人	21.17%	47,268,648		不适用		
广西贺州世家投资有限公司	境内非国有法人	12.49%	27,889,680		不适用		
SEAMILD ENTERPRISES GROUP (AUST.) PTY. LTD	境外法人	12.42%	27,741,000		不适用		
贺州铜麦企业管理咨询中心（有限合伙）	境内非国有法人	2.07%	4,618,988		不适用		
谢玉菱	境内自然人	2.02%	4,515,168		不适用		
谢世斌	境内自然人	2.02%	4,515,168		不适用		
JI LI	境外自然人	2.02%	4,515,168		不适用		
XIE LILING	境外自然人	2.02%	4,515,168		不适用		
王小卫	境内自然人	0.63%	1,414,400		不适用		
全国社保基金一一一组合	其他	0.49%	1,084,680		不适用		
上述股东关联关系或一致行动的说明	（1）桂林西麦阳光投资有限公司是广西贺州世家投资有限公司为谢庆泰与胡日红共同持股的企业；（2）贺州铜麦企业管理咨询中心（有限合伙）为谢庆泰与谢庆泰之女谢金爱及其他合伙人共同持有的企业，谢庆泰担任执行事务合伙人；（3）SeamildEnterprises Group（Aust.）Pty.Ltd为XIE LILING与JI LI共同持股的企业；（4）胡日红与谢庆泰为夫妻关系，XIE LILING、谢金爱、谢玉菱与谢庆泰为父女关系，谢世斌和谢玉菱为公司实际控制人的一致行动人；（7）除此之外，未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用						

前十名股东较上期发生变化
□适用 √不适用
前十名股东较上期发生变化
√适用 □不适用

单位：股

前十名股东较上期末发生变化情况					
股东名称（全称）	本报告期新增/退出	期末转融通出借股份且尚未归还数量		期末股东普通账户、信用账户持股及转融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
Black River Food 2 Pte. Ltd	退出	0	0.00%	0	0.00%
UBS AG	退出	0	0.00%	0	0.00%
王小卫	新增	0	0.00%	0	0.00%
全国社保基金一一一组合	新增	0	0.00%	0	0.00%

（2）控股股东及实际控制人情况
□适用 √不适用
公司与控股股东之间的产权及控制关系
（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日存续的债券情况
□适用 √不适用
三、重要事项
具体内容详见公司在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）同步的《2023年年度报告》第六节“重要事项”。

证券代码：002956　证券简称：西麦食品　公告编号：2024-018

桂林西麦食品股份有限公司
关于2023年度利润分配预案的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。
桂林西麦食品股份有限公司（以下简称“公司”）于2024年4月24日召开了第三届董事会第六次会议，审议通过了《关于2023年度利润分配预案的议案》，本议案尚需提交公司2023年度股东大会审议。现将相关内容公告如下：
一、2023年度利润分配预案
1、2023年度利润分配预案具体内容
经审计，公司2023年度归属于母公司所有者的净利润为115,450,343.11元，母公司净利润147,756,261.64元，根据《公司法》和《公司章程》等有关规定，分别按母公司净利润10%、05%和15%提取储备基金、企业发展基金和奖励基金，公司合并报表可供分配利润为504,112,086.19元，母公司可供分配利润为376,591,284.06元。
基于公司持续、稳健的利润分配政策及长期发展的考虑，公司实际经营情况、发展阶段和未来资金需求，并充分考虑了大投资者的合理诉求，在保证公司正常经营、长远发展的前提下，公司2023年度利润分配预案的具体内容为：
拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本剔除公司回购专用证券账户中的股份为基数，向全体股东每10股派发现金红利3.1元（含税），不送红股，不以公积金转增股本。
公司2023年度现金分配总额为：47,268,648元，占2023年归属于上市公司股东的净利润的比例为40.94%，剩余未分配利润结转以后年度。
分配方案公告后至实施期，公司总股本由于股份回购、股权激励、可转债转股股份上市等原因而发生变化的，公司将按分配比例不变的原则，相应调整分配金额。
二、利润分配预案的合法性、合规性
公司提出的2023年度利润分配预案符合《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》、《桂林西麦食品股份有限公司章程》等文件有关利润分配政策的规定，预案合法、合规、合理。
三、利润分配预案与公司成长的匹配性
本次利润分配预案是基于公司当前稳健的盈利能力和良好的财务状况，结合公司未来的发展前景和战略规划，在保证公司正常经营和长远发展前提下提出的，兼顾了股东的当期利益和长远利益，并充分考虑了广大投资者的合理诉求，符合公司的发展规划，与公司经营业绩成长性相匹配。
四、审议程序及相关审核意见
1、董事会意见
公司第三届董事会第六次会议审议并通过了《关于2023年度利润分配预案的议案》。董事会认为：公司2023年度利润分配预案符合《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》（以公司章程）等文件中有关利润分配政策的规定，充分考虑了公司目前经营情况及公司所处发展阶段，以及公司未来发展资金需求与股东投资回报等综合因素，符合公司和全体股东的利益，同意将上述议案提交公司2023年度股东大会审议。
2、监事会审议意见
监事会认为：本次利润分配与公司发展规模匹配，分配预案符合公司实际情况，未损害公司股东尤其是中小股东的利益，符合中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红）《公司章程》等有关规定，有利于公司的正常经营和持续稳定发展。同意公司2023年度利润分配预案。
三、相关风险提示
本次利润分配预案尚需提交公司2023年度股东大会审议通过后方可实施，敬请广大投资者关注并注意投资风险。
四、备查文件
1、公司第三届董事会第六次会议决议；
2、公司第三届监事会第六次会议决议。
特此公告。

桂林西麦食品股份有限公司
董事会
2024年4月26日

证券代码：002956　证券简称：西麦食品　公告编号：2024-013

桂林西麦食品股份有限公司
第三届监事会第六次会议决议公告

本公司及监事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。
一、监事会会议召开情况
桂林西麦食品股份有限公司（以下简称“公司”）第三届监事会第六次会议通知以专人送达的方式于2024年4月11日送达至全体监事，通知中包括会议的相关材料，同时列明了会议的召开时间、内容和方式。
1、本次会议于2024年4月24日在公司会议室召开，以现场的方式召开。
2、本次会议应出席监事3名，实际出席监事3名。
3、本次会议由监事会主席魏宏女士主持。
4、本次会议的召集、召开和表决程序符合《中华人民共和国公司法》等法律、法规和《公司章程》的规定。
二、监事会会议审议情况
1、审议通过《关于〈2023年度监事会工作报告〉的议案》
《2023年度监事会工作报告》详见巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）。本议案尚需提交公司2023年度股东大会审议。
表决结果：3票同意、0票反对、0票弃权。
2、审议通过《关于〈2023年年度报告及其摘要〉的议案》
《2023年年度报告》内容详见巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）；《2023年年度报告摘要》内容详见《证券时报》、《证券日报》、《中国证券报》、《上海证券报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）。
本议案尚需提交公司2023年度股东大会审议。
表决结果：3票同意、0票反对、0票弃权。
3、审议通过《关于〈2023年度财务决算报告〉的议案》
2023年度财务决算报告详见公司《2023年年度报告》第三节“经营情况讨论与分析”及第十节“财务报告”部分，具体内容详见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）。
本议案尚需提交公司2023年度股东大会审议。
表决结果：3票同意、0票反对、0票弃权。
4、审议通过《关于〈2023年度内部控制自我评价报告〉的议案》
具体内容详见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）披露的《2023年度内部控制自我评价报告》。
本议案已经公司董事会审计委员会全体成员审议通过并同意提交董事会审议，该议案尚需提交2023年度股东大会审议。
表决结果：3票同意、0票反对、0票弃权。
5、审议通过《关于〈2023年度募集资金存放与使用情况专项报告〉的议案》
具体内容详见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）披露的《2023年度募集资金存放与使用情况专项报告》。
本议案已经公司董事会审计委员会全体成员审议通过并同意提交董事会审议，公司监事会对该议案发表了明确同意的意见。具体内容详见巨潮资讯网（http://www.cninfo.com.cn）披露的《监事会关于公司2023年度内部控制自我评价报告的审核意见》。
表决结果：3票同意、0票反对、0票弃权。
6、审议通过《关于〈2023年度募集资金存放与使用情况专