

汤臣倍健股份有限公司

2024 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（不包含回购股份）为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.6 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	张亚宁	
办公地址	广东省广州市黄埔区鱼珠街道黄埔大道东 916 号	广东省广州市黄埔区鱼珠街道黄埔大道东 916 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、动植物提取物及其它生物活性物质等为主要原料制成，通过口服补充以达到平衡营养、提高机体健康水平的目的，对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。

①中国膳食营养补充剂行业发展空间广阔

国民健康意识提升为行业发展奠定基石。随着居民收入水平的提高和生活质量的改善，人们对追求健康品质生活的需求日益凸显，国民健康需求跃升，这一背景为整个营养健康产业的发展奠定了良好的基础。由于我国 VDS 发展历史尚短，居民关于 VDS 的消费意识和习惯尚未完全形成。相比于发达国家如美国、日本等，我国在 VDS 的渗透率、消费粘性及人均消费金额等方面还存在较大的增长空间，VDS 行业的前景和细分领域未来增长空间可期。

人口老龄化程度加深为行业发展带来增长机会。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。行业将随人口老龄化扩容。

新一代消费者个性化多样化的需求有望推动 VDS 行业细分品类快速增长。随着生活方式的转变和健康意识的显著提升，VDS 消费群体年龄阶层不断扩大，新生代消费者群体的加入叠加消费观念转型将有效扩容 VDS 市场的整体需求。VDS 产品功能诉求不断细分化和专业化，已经成为未来发展的重要趋势，各细分领域的快速增长将为行业发展创造广阔的市场前景和发展机遇。

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，大力推进健康中国建设。

2016 年 10 月，中共中央、国务院印发《“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，由国家制定实施国民营养计划，深入开展食物营养功能评价研究，全面普及膳食营养知识，发布适合不同人群特点的膳食指南，对重点区域、重点人群实施营养干预，重点解决微量营养素缺乏等问题。

2017 年 6 月，国务院办公厅发布《国民营养计划（2017—2030 年）》，指出针对不同人群的健康需求，着力发展保健食品、营养强化食品、双蛋白食物等新型营养健康食品。

2022 年 8 月，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，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。

2023年8月，国家市场监督管理总局发布《保健食品新功能及产品技术评价实施细则（试行）》，对保健食品功能声称评价管理模式进行创新。这一举措正式放开了保健食品新功能的申报管理，将对推动保健食品新功能的研发创新发挥积极作用，为企业研发创新带来发展新机遇。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。

在行业充分受益相关政策红利及整体发展趋势向好的同时，国内保健食品监管体系不断完善，监管力度不断趋严，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信任度，增强需求意愿，有利于行业长期健康发展。

（2）公司从事的主要业务

2002年，汤臣倍健系统地在中国非直销领域引入了膳食营养补充剂（VDS）品类，依托现代营养学，建立全面的膳食营养补充剂科学体系，拥有VDS全品类的产品矩阵，并打造了多个细分领域品牌，构建了包括药店、商超、母婴店等线下零售终端和线上多元化电商平台等全渠道的销售体系，逐步成长为全球膳食营养补充剂行业领先企业。

公司坚定实施“科学营养”战略下的强科技企业转型，通过自有发明专利原料及配方研发、开展新功能和重功能产品研发及注册、布局以抗衰老和精准营养为代表的前瞻性基础研究及产业转化等，持续打造“硬科技”产品力和科技竞争力优势，赋能VDS行业科技含量，带给VDS行业增量价值。截至报告期末，公司已开发30多种定制原料，获得130项原料及配方等发明专利。

多年来，公司秉承和坚持“诚信比聪明更重要”的核心价值观，始终将质量安全放在头等位置。董事长梁允超先生将公司质量控制的基本理念归纳总结为八大质量控制理念，以此视为企业生存和发展的压舱石。公司全球原料可追溯，生产过程全透明，是全球第一家通过透明工厂管理体系认证的企业，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，引进超15个国家超过200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。公司珠海透明工厂于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；2023年获全国质量标杆、第二届中国标杆智能工厂等称号。报告期内，公司荣获全国产品和服务质量诚信示范企业称号，入选广东省诚信兴商典型案例。

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

	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减	2022 年末
总资产	14,279,753,758.79	15,098,017,428.13	-5.42%	13,157,665,481.56
归属于上市公司股东的净资产	11,050,967,843.69	12,166,989,799.91	-9.17%	10,693,280,978.92
	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	6,838,394,763.62	9,406,813,736.75	-27.30%	7,861,411,752.82
归属于上市公司股东的净利润	652,833,808.18	1,746,309,643.81	-62.62%	1,385,850,718.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	626,311,803.35	1,596,944,142.86	-60.78%	1,375,593,143.88
经营活动产生的现金流量净额	685,937,027.39	2,051,410,047.56	-66.56%	1,378,929,741.88
基本每股收益（元/股）	0.39	1.03	-62.14%	0.82
稀释每股收益（元/股）	0.38	1.03	-63.11%	0.81
加权平均净资产收益率	5.81%	15.34%	下降 9.53 个百分点	13.46%

（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	2,646,096,290.74	1,967,121,624.69	1,120,327,765.46	1,104,849,082.73
归属于上市公司股东的净利润	726,556,175.48	164,474,952.13	-22,416,542.38	-215,780,777.05
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	709,494,086.61	121,874,117.48	-24,154,913.36	-180,901,487.38
经营活动产生的现金流量净额	149,410,014.22	144,960,256.33	46,660,472.76	344,906,284.08

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	77,081	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	76,424	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（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			
梁允超	境内自然人	41.78%	710,611,742.00	532,958,806.00	不适用				
孙惠刚	境内自然人	3.26%	55,508,526.00	0	不适用				
易方达创业板交易型开放式指数证券投资基金	其他	1.60%	27,235,232.00	0	不适用				

上海中平国瑀资产管理有 限公司—上海中平国瑀并 购股权投资基金合伙企业 (有限合伙)	其他	1.38%	23,438,918.00	0	不适用	
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	不适用	
陈宏	境内自然人	1.04%	17,768,000.00	13,326,000.00	不适用	
梁水生	境内自然人	1.01%	17,231,666.00	12,923,750.00	不适用	
中证 500 交易型开放式指 数证券投资基金	其他	0.85%	14,382,967.00	0	不适用	
黄琨	境内自然人	0.79%	13,404,000.00	0	不适用	
香港中央结算有限公司	境外法人	0.78%	13,327,957.00	0	不适用	
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、黄琨、孙惠刚、上海中平国瑀资产管理 有限公司—上海中平国瑀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。				

持股 5% 以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

单位：股

持股 5% 以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况								
股东名称（全称）	期初普通账户、信用账 户持股		期初转融通出借股份且 尚未归还		期末普通账户、信用账 户持股		期末转融通出借股 份且尚未归还	
	数量合计	占总股本 的比例	数量合计	占总股本的 比例	数量合计	占总股本 的比例	数量 合计	占总股本 的比例
易方达创业板交易型 开放式指数证券投资 基金	14,648,178	0.86%	64,900	0.004%	27,235,232	1.60%	0	0.00%
中证 500 交易型开放 式指数证券投资基金	5,682,467	0.33%	1,649,800	0.10%	14,382,967	0.85%	0	0.00%

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

适用 不适用

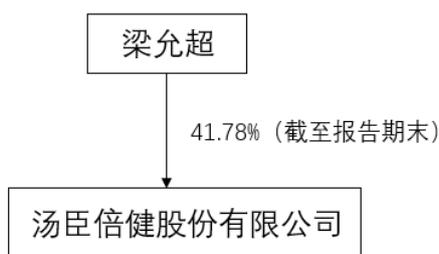
公司是否具有表决权差异安排

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日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

2024 年，公司坚持强科技、强品牌战略，持续推动以消费者健康价值为核心的“科学营养”和更专业的产品创新策略的落地。报告期内，消费环境持续发生变化，行业竞争加剧，公司以提升经营质量为核心目标，聚焦核心品牌、核心渠道、核心品类，调整部分品牌运营策略和资源投放。另外，公司两大核心产品迭代升级的进程慢于原规划。上述原因均为公司经营带来较大的压力和影响。

报告期内公司实现营业收入 68.38 亿元，较上年同期下降 27.30%；归属于上市公司股东的净利润 6.53 亿元，较上年同期下降 62.62%。主营业务收入中，（1）分品牌来看：主品牌“汤臣倍健”实现收入 37.37 亿元，同比下降 30.79%；“健力多”实现收入 8.08 亿元，同比下降 31.51%；“lifespace”国内产品实现收入 3.14 亿元，同比下降 29.38%，境外 LSG 实现收入 8.72 亿元，同比下降 11.80%（按澳元口径：LSG 营业收入为 1.85 亿澳元，同比下降 12.23%）。（2）分渠道来看：线下渠道实现收入 34.18 亿元，同比下降 29.79%；线上渠道实现收入 33.63 亿元，同比下降 25.35%。

报告期内，公司重点围绕以下方面开展工作：

（1）强科技打造极致产品力

报告期内，公司以创造消费者健康价值为核心，持续推动强科技转型目标落地。在新技术创新方面，公司联合中国科学院上海营养与健康研究所等权威机构发表“内稳态健康评估体系”研究成果，开拓性地运用新理念、新算法对人体进行全面的代谢健康评估，在全球率先在内稳态概念的多维度量化评估方面取得突破性进展。在产品的科学循证方面，公司首次发布唾液酸与益生菌组合对新生儿的肠道菌群健康发育及免疫应答提升、健安适提高解酒酶活性等多项临床研究成果，并落地于产品应用，以科研实力赋能产品力。在标准化研究方面，公司主导及参与多项标准制定，联合多家专业机构发布全球首个将 PMA-qPCR 技术应用于食品用菌种活菌定量检测的标准方法，引领行业高质量发展。

（2）强品牌构建核心竞争力

报告期内，公司完成集团各品牌定位梳理，确立“用科学 营养生命”的全新品牌价值主张及“专业、有生命活力的”品牌形象定位；推出全新品牌视觉体系，全线升级包装；持续深化品牌全触点升级及管理，提升品牌认知度，引领品类教育，夯实强品牌战略，推动从行业领导品牌向全民大健康品牌的跃升。

（3）数字化提升运营管理

报告期内，公司正式成立数字化委员会，完成了面向未来三至五年的数字化战略咨询工作，确定了以全面提升经营质量为核心、夯实底座、降本增效的数字化发展路径，并正式启动以 ERP 升级为核心的“星成”项目，助力公司实现灵活组织、精细化运营、人才建设、全球运营等战略目标。

（4）“无人化”构建长期优势

报告期内，公司以“无人化”为方向，开启全方位数智化升级进程，完成搭建 AI 智能 QA 平台推动生产无人化，持续建设数智化实验室助力检验效率及精准度提升推动检测无人化，推进 RFID 应用落地助力物流仓储智能化推动物流无人化；围绕“零缺陷”的质量管理核心建设质量人才培养系统，重塑质量教育课程体系，强化生产质量管理。

（5）多措并举推动业务发展

①有质量业务做加法、低质量业务做减法

在报告期内复杂的消费环境和严峻的竞争格局下，公司积极调整各渠道业务投资策略，明确“以质量为核心的电商业务投资加减法”原则，调整相关品类布局，保证旗下业务有质量、可持续发展。

②强化渠道业务执行能力

报告期内，公司聚焦核心渠道，优化运营策略和资源投放，持续优化电商整体经营策略和质量；依托全渠道领导品牌优势及全国线下零售药店网络资源，持续推进以零售药店为核心的集团 O2O 新零售业务；持续提升精细化运营搭建底层能力，巩固线下渠道竞争壁垒。

③多品类布局提升业务质量

报告期内，公司持续推动建立集团产品分级制度，聚焦八大核心品类，实现核心品类产品迭代升级，打造全渠道差异化多货盘；通过精细化运营强化品牌渗透，扩大人群资产。