



汤臣倍健股份有限公司 2018 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. 公司全体董事、监事、高级管理人员对本年度报告及其摘要内容无异议。

3. 公司负责人林志成先生、主管会计工作负责人吴卓艺女士及会计机构负责人（会计主管人员）黄蔚女士声明：保证年度报告中财务报表的真实、准确、完整。

4. 公司所有董事均亲自出席了审议本次年报的董事会会议。

5. 广东正中珠江会计师事务所（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。

6. 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广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

☐ 适用 ☒ 不适用

董事会审议的报告期普通股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普通股利润分配预案为：以 1,468,817,880 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 5.00 元（含税）。

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	刘莘莘	
办公地址	广州市科学城科学大道中 99 号科汇金谷 3 街 3 号	广州市科学城科学大道中 99 号科汇金谷 3 街 3 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

公司所处的行业为膳食营养补充剂行业，膳食营养补充剂以指维生素、矿物质及动植物提取物为主要原料，通过补充人体必需的营养素和生物活性物质，对特定的人群具有平衡营养摄取、调节机体功能的作用。膳食营养补充剂不以治疗疾病为目的，也不能代替正常饮食，并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害。公司致力于为用户健康创造价值，坚持“一路向C”的核心战略，致力于从单一产品提供商逐步升级至健康干预的综合解决方案提供商，成为中国膳食营养补充剂行业的领导企业，为消费者的健康创造更大价值。公司的定位不是为客户，而是为家人和朋友生产全球高品质的营养品。公司充分整合国内外权威营养健康研究机构等资源，聚焦“新功能、新原料、新技术”的创新性研发，通过自建与收购，形成了全面、科学的膳食营养补充体系，包括：蛋白质、维生素、天然动植物提取物及其它功能性膳食营养补充食品。除了提供高品质的营养品，公司更关注解决人们的健康问题和生命质量的提升。

公司战略目标达成的路径是以高品质、差异化的“产品力”为基石，以“品牌力”与“渠道力”为依托，重点致力于“服务力”核心竞争力的建设，致力于公司主营大众化品牌“汤臣倍健”的广度和深度推广，积极拓展关节护理、益生菌、儿童营养、运动营养等细分领域。除自有品牌“汤臣倍健”、“健力多”、“健视佳”、“健乐多”、“天然博士”等品牌外，公司通过收购先后获得儿童营养补充剂品牌“Penta-vite”、澳大利亚益生菌品牌“Life-Space”，不断构筑和丰富公司的品牌矩阵，高效提升品牌价值。除药店、商超、母婴店等线下渠道业务外，公司积极布局电商品牌化业务，实现全渠道融合创新，全面构建公司的综合竞争能力。

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：人民币元

	2018 年	2017 年	本年比上年增减	2016 年
营业收入	4,350,775,627.15	3,110,795,387.73	39.86%	2,309,112,366.04
归属于上市公司股东的净利润	1,002,184,999.85	766,255,562.79	30.79%	535,211,834.09
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	913,814,927.36	644,028,328.29	41.89%	475,829,433.46
经营活动产生的现金流量净额	1,349,053,224.88	954,308,997.11	41.36%	684,648,483.86
基本每股收益（元/股）	0.69	0.52	32.69%	0.37
稀释每股收益（元/股）	0.69	0.52	32.69%	0.37
加权平均净资产收益率	19.00%	15.80%	3.20%	11.76%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
资产总额	9,790,445,489.84	6,113,609,642.75	60.14%	5,328,358,061.19
归属于上市公司股东的净资产	5,591,786,199.13	5,100,825,081.79	9.63%	4,680,019,062.48

(2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,067,528,780.45	1,102,137,925.37	1,251,797,198.49	929,311,722.84
归属于上市公司股东的净利润	372,090,907.60	332,516,195.08	353,437,565.46	-55,859,668.29
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	368,638,242.42	301,310,348.14	342,409,931.61	-98,543,594.81
经营活动产生的现金流量净额	121,997,320.18	469,111,437.01	445,342,334.92	312,602,132.77

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

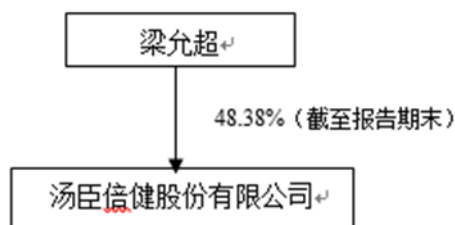
报告期末普通股 股东总数	38,220	年度报告披露 日前一个月末 普通股股东总 数	33,897	报告期末表决 权恢复的优先 股股东总数	0	年度报告披露 日前一个月末 表决权恢复的 优先股股东总 数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的 股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
梁允超	境内自然人	48.38%	710,611,742	532,958,806	质押	52,910,000	
重庆新丰佳贸易有限公司	境内非国有法人	1.92%	28,200,000	0	冻结	28,200,000	
杭州三赢实业有限公司	境内非国有法人	1.91%	28,100,000	0	冻结	28,100,000	
梁水生	境内自然人	1.47%	21,558,000	16,165,000	未质押或冻结		
陈 宏	境内自然人	1.44%	21,200,000	15,900,000	未质押或冻结		
中央汇金资产管理有限责 任公司	国有法人	1.24%	18,174,200	0	未质押或冻结		
香港中央结算有限公司	境外法人	1.19%	17,525,752	0	未质押或冻结		
易方达创业板交易型开放 式指数证券投资基金	其他	1.07%	15,686,819	0	未质押或冻结		
黄 琨	境内自然人	0.95%	13,904,000	0	未质押或冻结		
华安创业板 50 交易型开放 式指数证券投资基金	其他	0.91%	13,367,081	0	未质押或冻结		
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述前 10 名股东中，梁允超、梁水生、陈宏、黄琨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。					

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

☐ 适用 ☒ 不适用

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. 公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1. 报告期经营情况简介

根据中共中央、国务院发布的《“健康中国 2030”规划纲要》，将“共建共享、全民健康”定为建设健康中国的战略主题，目标是在 2030 年，健康服务业总规模达到 16 万亿，成为国民经济支柱性产业。随着“大健康”理念兴起、全国居民人均可支配收入的增加、消费市场升级和人口老龄化等，消费者更加关注健康生活，由此衍生出巨大的健康市场需求，助力保健食品行业健康、可持续发展，行业前景和细分领域未来增长空间可期。

在行业持续稳步增长的大背景下，公司积极修炼内功，不断夯实内生性增长基础。继公司于 2017 年底基本完成业务整合和结构性调整后，2018 年公司根据既定的年度经营计划指引，进一步夯实大单品战略，实施电商品牌化 2.0 战略等，大单品、电商品牌化等战役均取得显著效果，为公司赢得新的增长机会，奠定新的增长基础，开启公司新一轮的增长周期。报告期内，公司先后收购拜耳旗下具有 70 多年历史的儿童营养补充剂品牌“Penta-vite”业务资产、澳大利亚从事益生菌产品的生产和销售企业 Life-Space Group Pty Ltd，不断完善公司的品牌矩阵，丰富产品线。报告期内，公司实现营业收入 43.51 亿元，较上年同期增长 39.86%；归属于上市公司股东的净利润 10.02 亿元，较上年同期增长 30.79%。公司旗下拥有多个品牌，其中主品牌“汤臣倍健”实现营业收入 29.82 亿元，同比增长 24.39%；“健力多”品牌实现营业收入 8.09 亿元，同比增长 128.80%；LSG 并表营业收入 2.73 亿元。同时公司致力于拓展国际化市场和发展多元化渠道，2018 年公司境外业务收入贡献占比 6.84%，境内业务收入贡献占比 93.16%。其中境内业务方面，药店、

商超、母婴店等线下渠道收入占境内收入的八成左右，同比增长超 35%；线上渠道收入占境内收入的两成左右，因报告期内健之宝公司业务清算，扣除健之宝业务之外线上渠道收入同比增长超 45%。公司资产质量良好，财务状况健康，已成为中国膳食营养补充剂领导品牌和标杆企业。

报告期内，公司重点开展以下工作：

（1）进一步夯实大单品战略

公司自启动大单品战略以来，集中和调动市场优势资源，打造大单品模式。报告期内，首个大单品“健力多”市场表现持续向好，增长势头强劲，已在关节护理细分领域占据优势地位。关注眼部健康的大单品“健视佳”在部分省、市试点。大单品战略通过在营销模式上的全面升级，聚焦核心单品，持续提高品牌知名度和渗透率，为公司构建新的价值生态链。2018 年，大单品领跑带动公司全品类产品不断成长的拉动效应开始逐步凸显，为线下渠道增长打开新的空间。

（2）开启电商品牌化 2.0 战略

2018 年，公司开启电商品牌化 2.0 战略，通过发展独立的电商品牌体系，推行线上、线下有区隔的品牌传播和沟通策略，打造电商数字化等措施，从而承担起在年轻消费者中的品牌塑造职责，挑起“汤臣倍健”品牌年轻化的大任。

报告期内，汤臣倍健线上专供的 YEP 系列普通食品正式启用代言人，携手国际化、时尚感的超模米兰达·可儿、超人气新晋偶像蔡徐坤；在产品上，针对年轻群体轻功能、重体验的消费习惯，公司推出为年轻消费者定制的电商专供普通食品，紧跟年轻化趋势，以及消费升级的浪潮；在营销上，通过与 Line friends 展开的 IP 跨界、联手大英博物馆的艺术跨界、趣味营销等方式，针对细分人群展开精准营销，塑造年轻化品牌形象。

（3）持续提升品牌力，稳固运动营养行业地位

报告期内，“GymMax 健乐多”签约品牌代言人吴尊，继续抢占市场份额，引领健身人群潮流新标；同时，与中国健美协会开展全国赛事、与冠军运动员等多方位深度合作，扩展行业专业影响力。目前“GymMax 健乐多”销售渠道已覆盖线上主流电商平台、各垂直运动商城及线下健身机构、社群电商等，同时将在体重管理领域开发更多新品线，力争在运动营养板块取得新突破。

（4）积极推进整体战略指导下的并购

随着全球消费者健康意识和市场的日趋成熟，消费需求也在不断升级，膳食营养补充剂市场呈现出细分化、个性化趋势。为此，公司不断调整路径与方法，在 2018 年继续推进整体战略指导下的并购，寻求有协同效应的收购兼并对象，打造营养品的联合国。

报告期内，公司启动实施重大资产重组，联合投资人现金收购 Life-Space Group Pty Ltd 100%股份。这项收购将充分整合 Life-Space Group Pty Ltd 在益生菌细分市场的资源与优势，实现双方在产品与业务层面的协同效应，发掘新的增长机会。2018 年 8 月 30 日，公司取得了 Life-Space Group Pty Ltd 的控制权。

2018 年 5 月，公司收购拜耳旗下具有 70 多年历史的儿童营养补充剂品牌 Penta-vite 业务资产，进一步完善公司在儿童营养细分市场的布局。

（5）启用全新品牌主张，支撑企业形象国际化

2018 年，公司正式启用了全新品牌主张“23 国营养，为 1 个更好的你”，打造全新的国际品牌视觉形象——以艺术的数字化表达和科技感的演绎方式传达健康与生命，更具人文关怀和亲和力的品牌理念，呈现品牌的国际化、时尚化特征。此次品牌升级，是公司在全球原料战略支撑下，向品牌国际化的一次全面进阶，也标志着公司品牌国际化迈向新纪年。

此次品牌升级，是公司在全球原料战略支撑下，向品牌国际化的一次全面进阶，也标志着公司品牌国际化迈向新纪年。

（6）加快拓展母婴渠道，着力培育母婴专业品牌“天然博士”

公司致力于渠道的多元化发展，报告期内，公司以“天然博士”切入和布局母婴渠道，弥补该渠道空白并迅速卡位，触达新的消费人群，并通过全系列、高端、零添加的产品优势，不断扩大渠道影响力。“天然博士”通过全新的品牌升级活动，将国际化、亲切、温和的品牌形象植入年轻妈妈的心智；通过与国内顶尖展会、行业论坛合作，不断提升“天然博士”的行业影响力；针对目标人群，深入开展线上垂直媒体合作活动，将“天然博士”打造成年轻化的专业品牌。

（7）聚焦创新性研发，推动精准营养健康管理服务升级

报告期内，公司继续实施独创配方产品的研究和功能产品研发策略，整合内外部资源聚焦创新型研发，打造独特性、功能性的具有汤臣倍健烙印的创新性产品。一方面，公司充分整合国内外权威科研机构、上游原料供应商研发平台进行产学研协同创新合作、项目孵化，为公司储备更具竞争力与稀缺性的产品。另一方面，为推动健康管理服务升级，公司紧跟行业政策，匹配产品研发创新策略，自主创新，结合并利用外部合作机构的现有资源选择具有应用成熟度的新项目尽快进行市场转化。

同时，公司通过与国内外研究机构合作，进一步加强了包括精准营养在内的合作研究，并侧重开展相关技术与产品的产业转化。相关血小板新功能项目稳步推进，持续研发干血斑精准营养检测技术与个性化营养素产品。2018 年，公司先后组织并召开第二届精准营养科研转化论坛、举行营养科学研究基金 2018 合作项目发布会，宣布多个基金项目支持抗衰老研究方向。

（8）打造透明工厂和营养探索馆名片

透明工厂自 2012 年开放以来，为公司树立了诚信的标杆企业形象，品牌认知度及信赖度不断提升。报告期内，公司持续全方位多维度宣传透明工厂，突出公司品牌 DNA，逐步缩小大众对汤臣倍健的传统认识与汤臣倍健高品质之间的“剪刀差”。2018 年 10 月，中华人民共和国工业和信息化部正式公布了第三批“绿色工厂”的企业，汤臣倍健透明工厂进入名单。同月，汤臣倍健“透明工厂”获国家 AAAA 级旅游景区授牌，是广东省保健品食品行业第一家 AAAA 景区。

公司正在建设的全球首座营养探索馆于 2018 年 6 月封顶。营养探索馆将依托多媒体技术，采用高科技沉浸式互动体验项目，向大众科普营养与健康知识。同时，通过个性化营养干预与跟踪服务、生物信息及基因科技，为消费者创造新的消费价值，聚焦生命质量的提升。公司按照 5A 级工业旅游景区的标准来

打造营养探索馆，力争将其与透明工厂形成协同效应，让更多消费者有机会深入了解公司品牌理念及打造“营养品联合国”的愿景，传递品牌健康、年轻、活力的态度主张。

(9) 聚焦品质与效率，夯实增长基础

公司透明工厂字字践行“汤臣倍健不是为客户，而是为家人和朋友生产高品质的营养品”。报告期内，透明工厂完成提案改善 3,144 项，技术改进 124 项（其中设备技改 89 项，工艺技改 29 项，检验技改 6 项）；完成品管圈改善活动（QCC）86 项。人均小时产出、单位固定资产产出、总体生产效率（OPE）和设备综合效率（OEE）等多方面不断提升，价值流周期不断缩短，持续增效不断凸显，为公司内生性增长奠定坚实基础。

2.报告期内主营业务是否存在重大变化

☐ 是 ☒ 否

3.占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

☒ 适用 ☐ 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
片剂	1,943,343,522.43	449,425,682.55	76.87%	41.62%	49.47%	-1.21%
粉剂	804,381,138.51	352,724,204.82	56.15%	14.91%	15.82%	-0.34%
胶囊	1,032,542,902.06	343,336,815.79	66.75%	44.69%	42.93%	0.41%
其他	570,508,064.15	261,435,028.35	54.18%	75.55%	46.29%	9.17%
合计	4,350,775,627.15	1,406,921,731.52	67.66%	39.86%	37.38%	0.59%

4.是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

☐ 是 ☒ 否

5.报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

☒ 适用 ☐ 不适用

报告期内，公司营业收入较上年同期增长 39.86%，主要是由于公司销售提振所致；营业成本较上年同期增长 37.38%，主要为销售上升所致。2018 年公司根据既定的年度经营计划指引，进一步夯实大单品战略，实施电商品牌化 2.0 战略等，大单品、电商品牌化等战役均取得显著效果，为公司赢得新的增长机会，奠定新的增长基础，开启公司新一轮的增长周期。

6.面临暂停上市和终止上市情况

☐ 适用 ☒ 不适用

7.涉及财务报告的相关事项

（1）与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

（2）报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

（3）与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

☒ 适用 ☐ 不适用

本报告期新增纳入合并范围的公司有 Life-Sapce Group Pty Ltd、广州汤臣佰盛有限公司、香港佰盛有限公司、澳洲佰盛有限公司、自然维他（香港）有限公司。