



汤臣倍健股份有限公司 2018 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

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：保证半年度报告中财务报表的真实、准确、完整。

公司所有董事均已出席了审议本次半年报的董事会会议。

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，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 | 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 | |
| 电话 | 020-28956666 | 020-28956666 | |
| 电子信箱 | tcbj@by-health.com | tcbj@by-health.com | |

2、主要财务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

| | 本报告期 | 上年同期 | 本报告期比上年同期增减 |
|----------------------------|------------------|------------------|--------------|
| 营业收入（元） | 2,169,666,705.82 | 1,486,542,739.26 | 45.95% |
| 归属于上市公司股东的净利润（元） | 704,607,102.68 | 582,268,533.69 | 21.01% |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元） | 669,948,590.56 | 470,863,693.60 | 42.28% |
| 经营活动产生的现金流量净额（元） | 591,108,757.19 | 461,901,269.76 | 27.97% |
| 基本每股收益（元/股） | 0.48 | 0.40 | 20.00% |
| 稀释每股收益（元/股） | 0.48 | 0.40 | 20.00% |
| 加权平均净资产收益率 | 13.28% | 12.67% | 0.61% |
| | 本报告期末 | 上年度末 | 本报告期末比上年度末增减 |
| 总资产（元） | 6,127,334,931.23 | 6,113,609,642.75 | 0.22% |
| 归属于上市公司股东的净资产（元） | 5,358,661,364.44 | 5,100,825,081.79 | 5.05% |

3、公司股东数量及持股情况

| 报告期末股东总数 | 62,603 | 报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有） | 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 | 48.37% | 710,611,742 | 532,958,806 | 质押 | 48,910,000 |
| 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 | 16,333,000 | 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 | |
| 黄琨 | 境内自然人 | 0.95% | 13,904,000 | 0 | 未质押或冻结 | |
| 孙晋瑜 | 境内自然人 | 0.90% | 13,179,388 | 9,884,541 | 未质押或冻结 | |
| 山东省国有资产投资控股有限公司 | 国有法人 | 0.68% | 9,975,396 | 0 | 未质押或冻结 | |
| 龚炳辉 | 境内自然人 | 0.64% | 9,350,000 | 0 | 未质押或冻结 | |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | 前十名股东中孙晋瑜女士为公司控股股东及实际控制人梁允超先生的岳母，存在关 | | | | | |

| | |
|-------------------------------|----------------------------|
| | 联关系。其他股东公司未知是否存在关联关系或一致行动。 |
| 前 10 名普通股股东参与融资融券业务股东情况说明（如有） | 无 |

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、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，且在半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

2016年10月，中共中央、国务院发布了《“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年上半年，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，开启汤臣倍健新一轮的增长周期。报告期内，公司实现营业收入216,966.67万元，较上年同期增长45.95%；归属于上市公司股东的净利润70,460.71万元，较上年同期增长21.01%。公司资产质量良好，财务状况健康，已成为中国膳食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

2017年，公司正式启动大单品战略，集中和调动市场优势资源，打造大单品模式，该战略在短时间内形成了新的价值生态链，为全品类不断成长和线下增长打开新空间。

公司大单品战略下推出的第一个大单品“健力多”定位于骨健康细分市场，其在2017年表现优异，已在骨健康细分领域占据优势地位。今年以来，“健力多”市场表现持续向好，增长势头强劲。报告期内，“健力多”开展了一系列整合营销活动：与央视权威养生电视栏目《健康之路》深度合作，扩大影响力；与渠道终端开展多场骨健康大讲堂，深化品牌专业性；借势母亲节与消费者沟通，引发大众关注及传播等，均取得了良好效果。

同时，公司定位于护眼市场的第二个大单品“健视佳”于2017年6月推出市场，并在部分省、市试点。2018年4月，“健视佳”产品广告在“卫视+省台+市台”等渠道同步上线。6月，“健视佳”结合“爱眼月”开展深度整合营销品牌活动，打造全方位沟通平台，助力销售实现跨越式增长。

与此同时，“汤臣倍健”主品牌继续推行“保线下、保价格、保品牌”的“三保”核心原则，将线下市场作为主要阵地，充分发挥公司在经销商和零售终端的优势，在大单品领跑的背景下实现全品类不断成长，提升公司整体品牌影响力和市场占有率。

(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。

2018年上半年，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“自然白香瓜橄榄压片糖果”等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，塑造品牌年轻化。

(3) 扎实做好品牌，培养运动营养业务领域

“GymMax健乐多”在2017年5月成为国家健美健身队训练基地(成都训练中心)指定合作运动营养品牌，并成为WWE中国区运动营养品牌官方合作伙伴。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，巩固市场地位。同时，深耕KOL(关键意见领袖 Key Opinion Leader)体系，扩大KOL矩阵规模，加强线上主流电商平台、各垂直运动商城及线下健身机构、社群的合作，加强品牌认知、消费者互动和增值服务，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，拟以不高于69,000万澳元收购Life-Space Group Pty Ltd 100%股份。此次收购是汤臣倍健在全球细分领域市场布局的重要部分，也是公司继大单品、电商品牌化等市场策略之后的又一重大举措。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，发掘出新的增长机会。截至本报告披露日，本次重组事宜仍

在积极推进中。

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

为配合公司的全球化布局，报告期内，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，使品牌定位更具国际视野，呈现出品牌的国际化、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上新台阶。

(6) 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，携手全国各地医生学者举办健康主题论坛，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”。

此外，除了不断升级的专柜、门店、体验店、健康快车、健康讲座等终端服务模式，公司正在建设的全球首座营养探索馆于2018年6月封顶。营养探索馆旨在通过健康检测、评估、干预、跟踪、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。

2、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上一会计期间财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的说明

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) 与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变更说明

适用 不适用

本报告期新增纳入合并范围的公司有广州汤臣佰盛有限公司、香港佰盛有限公司和澳洲佰盛有限公司。