
公司代码：600305

公司简称：恒顺醋业

江苏恒顺醋业股份有限公司

2023 年年度报告摘要

第一节 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，投资者应当到上海证券交易所 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 天衡会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司 2023 年年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除公司回购专用证券账户中股份后的股数为基数分配利润。2023 年年度利润分配预案：公司拟向全体股东每股派发现金红利 0.07 元（含税）。截至 2023 年 12 月 31 日，公司总股本 1,112,956,032 股，扣除公司回购专用证券账户中的股份 10,022,224 股，以此计算合计拟派发现金红利 77,205,366.56 元（含税）。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	恒顺醋业	600305	-

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	魏陈云	李雪芳
办公地址	江苏省镇江市恒顺大道66号	江苏省镇江市恒顺大道66号
电话	0511-85307708	0511-85307798
电子信箱	zhengquan@hengshun.cn	zhengquan@hengshun.cn

2 报告期公司主要业务简介

一是后疫情时代，调味品行业发生变化。调味品行业仍处于缓慢的修复过程中。越来越多的企业更加注重扩品类、调结构、降成本，推出更加个性化、差异化、多元化的产品，以应对市场变化。

二是公司转型发展，处于关键时期。在外部环境复杂多变的情况下，公司发展仍保持较好的韧性。生产成本的上升，对企业盈利能力提出挑战；渠道碎片化，对企业市场占有率提升提出新课题；消费的个性化、便捷化、健康化趋势，对企业产品迭代更新提出新要求。

三是未来发展，仍蕴含着潜力和机会。调味品行业作为必需消费品行业，其抗周期性质的基本特征没有发生改变；行业集中度不高，龙头企业、品牌企业的优势将进一步显现。因此，尽管行业面临着一系列挑战，但也蕴藏着发展潜力和机遇。

公司始于 1840 年清道光年间，是中国四大名醋之一——镇江香醋的代表，恒顺品牌被评为“中国驰名商标”、“中国食醋产业领导品牌”。经历 180 余年发展，恒顺已成为目前中国最大的制醋企业、国家级农业产业化重点龙头企业，同时为全国同行业食醋首家上市公司（2001 年上市），主导食醋产品连续 20 多年销量全国领先，食醋年产量超 30 万吨（中国调味品协会口径），广销 101 个国家和地区，恒顺品牌稳居中国食醋品牌排行榜榜首，恒顺醋产品多次蝉联国际金奖、国家质量金奖等，成为欧盟地理标志产品、中国名牌产品。

公司先后获得“全国文明单位”、“国家高新技术企业”、“农业产业化国家重点龙头企业”、“建国 70 年中国调味品产业社会卓越贡献企业”、“十三五轻工行业科技创新先进集体”、“中国调味品行业领军企业”、“国际文化交流基地”、“智能制造试点示范工厂”、“国家知识产权示范企业”、“全国食品工业科技竞争力卓越企业”、“全国食品工业质量竞争力卓越企业”、“中国慈善公益 500 强企业”、“第 21 届全国青年文明号”、“国家级非物质文化遗产生产性保护基地”、“国家工业旅游示范基地”、“2022 十四五重点研发计划”、“江苏省小巨人企业”、“改革开放 40 年·江苏高质量发展榜样企业”、“江苏省工人先锋号”、“江苏省优秀企业”、“江苏省质量标杆”、“江苏省文化产业”、“江苏省重点培育和发展的国际知名品牌”、“江苏省高知名商标”等称号，荣获“亚洲名优品牌奖”、“中国专利奖”、“国家技术发明奖”、“中国轻工业联合会科技进步二等奖”、“江苏省科学技术三等奖”、“江苏省档案文化精品奖”等荣誉、中国食醋专业委员会主任委员单位。

报告期内，公司荣获 2022 年度江苏省科学技术三等奖 1 项、中国专利优秀奖 1 项、中国轻工业联合会科技进步二等奖 1 项。报告期内，公司申请专利 38 件，其中发明专利 14 件，实用新型专利 1 件。获得授权专利 37 件，其中发明专利 14 件，实用新型专利 1 件。获准商标注册 15 件。成功立项镇江市重大科技专项等项目。

（一）聚焦主营业务

坚定不移聚焦“做深醋、做高酒、做宽酱”三大调味品核心主业。一方面推动实施大单品战略，集中优势资源，优化市场策略，拓宽品牌声浪，促进产品实现精准投放；另一方面集中资本优势，积极稳妥对产能扩建项目提前谋篇布局，深度挖掘上下游供应链、新兴渠道资源，加速连锁餐饮企业合作进程。此外，公司深入贯彻落实国企改革三年行动要求，加大“两非两资”清理，积极处置低效无效资产，盘活存量资产，提高资产效益。2023 年推进南京恒源公司清算注销，润扬调味品公司、新疆沙林公司资产处置取得阶段性成果。

（二）深化营销变革

一方面，为巩固市场基础建设成果，公司完成营销组织架构体系优化，将十大战区优化至六大战区，四十三个片区优化至三十一个片区，缩短工作层级，实现组织架构“扁平化”管理；另一方面，推动数字化营销。公司以技术创新、管理创新为抓手，以增效为目标，赋能电商业务发展，实现研发、生产、仓储、物流到终端消费者的全链路数字化，形成“产储运销、人货场费”

全流程、全可控的数字化营销体系。

（三）加强产销协同

公司建立了标准化生产管理体系及供应链体系，围绕“以销定产，产销协同”的模式组织生产，推进提升销售计划的准确性，逐步实现产销同步，内控半成品与产成品合理库存，降低库存成本。

（四）优化绩效考核

对营销端、中后台开展岗位价值评估，梳理优化薪酬绩效考核体系，逐步实现差异化管理，增强岗位价值，促进激励；将经营目标和岗位目标与薪酬挂钩，年终根据指标完成情况进行年度绩效考核，奖优罚劣，激发人才活力。

（五）严控采购成本

公司依托信息化手段，完善集采管理办法，通过线上电子采购平台，对公司采购信息进行对外公示，以开放的机制为广大供应商提供公开、公平、公正，阳光的采购参与途径。公司还规范了供应商准入、退出机制，科学量化了供应商评估体系，保证了供应商资源持续、稳定和健康发展。公司还通过专业化供应商培养机制的实施，承担起公司应有的社会责任；通过采购资金科学合理的运用，有效降低了应付账款的风险以及采购综合成本。

（六）强化品牌定位

从美誉度、传播度、创新度三个维度，围绕食醋和复调两大品类持续深耕。将“零添加”的健康卖点与“恒顺”品牌高度绑定，公司持续围绕高度类媒体作为恒顺品牌传播的主阵地，建立恒顺品牌传播度和美誉度的护城河，同时利用新媒体流量特性，扩大品牌的曝光度，通过传播的创新，建立起更适合企业的品牌传播生态，将恒顺品牌全国化和年轻化作为长久的目标去奋斗。

（七）严守质量安全

严格落实食品安全主体责任监督管理规定，完善食品安全组织架构，健全食品安全小组；持续推进《日管控、周排查、月调度工作管理制度》，建立并落实食品安全主体责任长效管理机制，确保在全业务流程范围及关键环节将食品安全管控责任层层传导、逐级压实，保障全过程食品安全和质量管理落实到位，坚持质量强企战略，紧盯薄弱环节不放松，持续推进产品品质提升和质量改进工作。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2023年	2022年	本年比上年 增减(%)	2021年
总资产	4,053,131,840.29	2,967,704,800.83	36.57	3,211,501,542.61
归属于上市公司股 东的净资产	3,301,735,141.13	2,195,062,669.30	50.42	2,170,553,447.16
营业收入	2,106,410,685.37	2,139,020,033.23	-1.52	1,893,347,829.74
归属于上市公司股	86,899,447.19	137,994,123.97	-37.03	118,917,448.51

东的净利润				
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	76,511,046.81	122,402,071.51	-37.49	108,233,327.49
经营活动产生的现金流量净额	248,452,397.72	191,722,121.18	29.59	322,696,099.40
加权平均净资产收益率(%)	2.98	6.34	减少3.36个百分点	5.13
基本每股收益(元/股)	0.0815	0.1390	-41.37	0.1191
稀释每股收益(元/股)	0.0815	0.1390	-41.37	0.1191

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3月份)	第二季度 (4-6月份)	第三季度 (7-9月份)	第四季度 (10-12月份)
营业收入	612,922,538.33	526,399,575.11	498,559,001.75	468,529,570.18
归属于上市公司股东的净利润	72,871,854.80	50,654,347.80	14,697,455.39	-51,324,210.80
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	70,638,963.56	47,180,416.33	13,791,903.87	-55,100,236.95
经营活动产生的现金流量净额	55,091,617.66	72,129,907.11	25,258,671.25	95,972,201.70

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

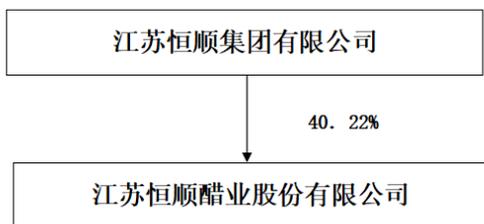
单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)		106,052					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)		103,589					
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)		不适用					
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)		不适用					
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有限 售条件 的股份 数量	质押、标记或冻结情 况		股东 性质
					股份 状态	数量	

江苏恒顺集团有限公司	0	447,613,893	40.22	0	质押	85,760,000	国有法人
镇江百味投资合伙企业（有限合伙）	29,355,149	29,355,149	2.64	0	未知		未知
浙江浙盐控股有限公司	9,624,639	9,624,639	0.86	0	未知		国有法人
山东土地资本投资集团有限公司	9,432,146	9,432,146	0.85	0	未知		未知
长江金色晚晴（集合型）企业年金计划—上海浦东发展银行股份有限公司	8,384,926	8,914,410	0.80	0	未知		未知
济南瀚祥投资管理合伙企业（有限合伙）	7,699,711	7,699,711	0.69	0	未知		未知
广西农垦股权投资基金有限公司—广西农垦产业投资发展中心（有限合伙）	7,699,711	7,699,711	0.69	0	未知		未知
百年人寿保险股份有限公司—万能保险产品	0	5,680,025	0.51	0	未知		未知
香港中央结算有限公司	1,558,060	5,084,174	0.46	0	未知		未知
招商银行股份有限公司—东方红睿泽三年定期开放灵活配置混合型证券投资基金	4,913,000	4,913,000	0.44	0	未知		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司控股股东江苏恒顺集团有限公司与其余股东不存在关联关系，也不存在一致行动的情况。公司未知其他流通股股东之间是否存在关联关系及是否存在一致行动的情况。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

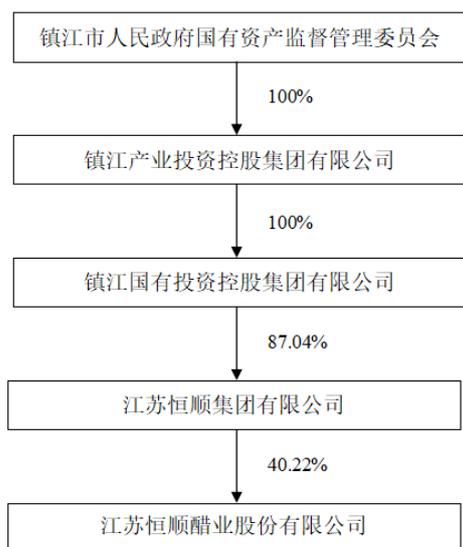
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，公司实现营业收入（合并报表）21.06 亿元，较上年同期下降 1.52%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 0.77 亿元，同比下降 37.49%。其中，主营调味品实现收入 20.78 亿元，同比增长 2.27%；综合毛利率 32.37%，同比下降 1.67 个百分点。醋系列实现收入 12.94 亿元，较上年同期增长 0.79%，醋系列毛利率 43.11%，同比增加 1.57 个百分点。酒系列实现收入 3.27 亿元，较上年同期下降 8.39%，酒系列毛利率 25.63%，同比下降 2.38 个百分点；酱系列实现收入 1.96 亿元，较上年同期下降 23.57%，酱系列毛利率 11.15%，同比下降 4.87 个百分点。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用

江苏恒顺醋业股份有限公司

董事长：杭祝鸿

董事会批准报送日期：2024年4月26日