公司代码：603719　　公司简称：良品铺子

良品铺子股份有限公司 2020 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上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、准确、完整，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 普华永道中天会计师事务所（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 经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

经普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）审计，在合并报表下，公司 2020 年度实现的归属于本公司股东的净利润 343,579,525.05 元。公司董事会决定拟以权益分派实施时股权登记日的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 2.57 元（含税），共分配利润 103,057,000.00 元（含税），占公司 2020 年度实现的归属于本公司股东的净利润 343,579,525.05 元的 30%，剩余未分配利润结转以后年度。2020 年度公司不进行资本公积金转增股本。如在本预案披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，公司总股本发生变动的，公司拟维持分配总额不变，相应调整每股分配比例。如后续总股本发生变化，将另行公告具体调整情况。

该预案尚需提交股东大会审议通过。

二 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	良品铺子	603719	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	徐然	罗丽英
办公地址	武汉市东西湖区航天路 1 号良品大厦	武汉市东西湖区航天路 1 号良品大厦
电话	027-85793003	027-85793003
电子信箱	dongban@lppzc.com	dongban@lppzc.com

2 报告期公司主要业务简介

良品铺子是一家以产品创新为驱动，致力于为消费者提供高品质、健康营养零食的全渠道、全产业链协同企业。

（一）公司的主要业务

公司主要从事休闲食品的研发、采购、销售、物流配送和运营业务，是一家通过数字化技术融合了供应链管理及全渠道销售体系，开展高品质休闲食品业务的高端零食品牌运营企业。

报告期内，公司主要业务未发生变化。

（二）公司的主要产品

1、公司拥有丰富的产品线

按照传统的物理属性分类，公司产品包括肉类零食、海味零食、素食山珍、话梅果脯、红枣果干、坚果、炒货、饮料饮品、糖巧、花茶冲调、面包蛋糕、饼干膨化、礼品礼盒等 13 个品类。截至报告期末，公司全渠道 SKU 有 1,256 个。公司全年全渠道终端零售额超过 1,000 万元的 SKU 有 275 个，覆盖 13 个物理品类，其中新品 SKU 有 38 个。

2、公司以用户的细分需求为导向重构产品矩阵

传统的物理属性分类方法基本覆盖了全部的休闲零食品类，品类边界难以再有突破。公司为高端零食赋予的内涵是高品质、高颜值、高体验，能够满足顾客对不同健康营养、不同购买任务、不同使用场景等细分需求的休闲零食，因此公司采用以顾客需求为导向、为顾客创造价值的产品策略，向健康型、功能型、方案型产品方向升级，逐步构建新的产品矩阵。报告期内，公司针对学龄儿童、健身人群、爱美人士、白领上班族、企事业单位等客群分别推出了儿童零食、健身零食、胶原糖果零食、早餐晚餐代餐、节庆送礼等多类产品。

公司做儿童零食仍然秉持“良心的品质”。公司作为主要起草单位参与制定了《儿童零食通用要求》（T/CFCA 0015——2020）团体标准，填补了国内儿童零食产品标准的空白，规定不含反式脂肪酸，少油脂、少食糖、少食用盐，严格控制食品添加剂等多项高要求。良品小食仅的产品更以“6 大 0 添加、6 项高标准”的要求和标准专门满足 3-12 岁儿童健康成长需求。良品小食仅注重产品的健康和营养，除了产品品质有保障，配方安心，还强调其营养补充性，例如膳食纤维、高钙、高蛋白等补充，并进行了广维度、深层次的创新升级探索，一切只为满足父母对宝宝的关怀。

良品小食仅明星产品小兔山楂棒以其美味营养和萌趣造型迅速成长为月销售超 80 万包的热销单品。以小兔山楂棒为代表的一系列良品小食仅产品正以其“健康安心，营养加分”的全新理念重新定义儿童零食。

报告期内，公司的健身零食共计上市 21 款新品，全年全渠道终端销售额 1.08 亿元，其中低脂鸡胸肉全年终端销售额 1,768 万元，蛋白代餐奶昔全年终端销售额 1,371 万元，蛋白代餐奶昔的“三重控糖”国家专利技术以及低脂鸡胸肉的中温灭菌工艺及良品风味调味料独家专利实现了行业首创。

3、公司产品解决世界食品三大痛点

报告期内，公司产品继续荣获世界食品三大奖，得到全球顶级专业食品机构的认可。

（1）2020 年蒙特卡罗。该奖项由欧洲共同体和北利时经贸部设立，其金奖素有食品界的“诺贝尔奖”之称。公司共 19 款产品荣获 2020 年蒙特奖，全能鸭鸭综合果仁继 2019 年获得该奖项的金奖后，2020 年获得该奖项的最高荣誉“特别金奖”，拾贰经典礼盒、多款产品获得金奖，恩施小土豆等 9 款产品获得银奖，蛋黄酥等 6 款产品获得铜奖。

（2）顶级美味大奖。该奖项由国际风味暨品质评鉴所组织来自全球的米其林星级餐厅主厨和品酒大师评选。公司共 13 款产品获得 2020 年顶级美味大奖，其中脆冬枣、全能鸭鸭综合果仁 2 款产品获三星奖（最高奖），五星夹心海苔等 4 款产品获二星奖，蟹味棒等 7 款产品获一星奖，脆冬枣是连续两年蝉联“顶级美味大奖”三星奖。

（3）世界食品创新大奖。该奖项由国际食品饮料行业知名媒体 FoodBev Media 设立，是全球食品行业创新产品和技术的代表。公司共 4 款产品入围 2020 年世界食品创新奖，成为唯一获得该荣誉的中国零食企业，公司的五彩水果粒入围“最佳儿童食品”奖，牛油火锅入围“最佳方便食品创新”奖，十二经典礼盒入围“最佳包装设计”奖，小熊抱腰果入围“最佳零食创新”奖。

（三）公司的经营模式

1、经营模式概述

公司以用户的细分需求为导向进行产品创新，以领先的食品健康营养技术为支撑，制定原料、产品工艺与配方的质量规范与标准，向上游供应商采购产品，完成严格的产品质量检验后进行收货、仓储、发货等动作，最终通过完善的全渠道网络将产品销售给用户，为用户提供高品质产品和服务。

2、产品研发

（1）产品研发的驱动力

公司在市场洞察中研究细分用户对不同营养健康、不同购买任务、不同使用场景的需求，进而有针对性地选择细分的产品品类纳入年度研发规划中。公司产品研发以用户需求为原点，食品科学技术做支撑，产品研发流程提供保障，实现持续的技术创新迭代的基础上，迎合用户需求快速开发上市。

（2）产品研发的形式

公司采用自主深度研发、委外简单研发等多种方式支撑和快速响应产品研发的需求。

第一，自主深度研发是公司以自身的科研团队为主导，独立或者整合外部科研力量研究和开发新原料（例如富营养素、稀缺原料）、新配方和新工艺技术（例如膨化、风菌、重组、发酵等工艺），输出具有更好营养健康价值和口感、能够满足细分人群需求的产品。

第二，委外简单研发是公司提出研发需求，供应商具备研发能力，能够独立完成研发任务，主要适用于工厂老品的升级和迭代，例如增加产品的新口味、新口感或者新形态。公司会设立评审专家组进行评审。

（3）产品研发的方向

公司的基础和应用研发分为健康营养和加工技术的研究。

第一，健康营养研究，追踪前沿科技、把握健康营养研究未来方向、引领功能创新突破，打造营养研究与创新合作平台，针对细分人群的特定功能需求提供系统的营养解决方案，健康功能研究解决方案及建立营养科普教育体系，成为公司营养健康功能食品开发的新引擎和新的价值增长点。

第二，加工技术研究，制定稳定、高效、合理的工艺流程，实现产品营养、健康、优质、低耗；根据行业发展趋势和产品开发需求，开发具有自主知识产权的新型加工工艺、技术和设备；通过整合行业技术优质资源和自主研发，结合行业标准和工厂实际情况，制定创新类产品解决方案并实现产业化落地，打造核心竞争力。

（4）产品研发的成果

报告期内，公司研究掌握了多种膨化技术、植物肉生产技术、果蔬保鲜保脆技术、果脆果汁减糖技术、中温灭菌技术、微胶囊包埋技术等先进食品营养健康加工技术，已经应用或者正在试用到部分产品上。除此以外，公司还在向其他食品生物技术、营养技术等方面拓展，要以压倒性差异化技术突破产品品类边界，为顾客持续创造价值。

3、供应协同

公司对销售需求进行滚动预测，牵引供应链系统进行同频的下单、生产、发货、仓储、配送，实现在线数字化产销协同。依托多年来积累的仓储建设、信息系统建设和数字化应用能力，公司的供应链效率能够保持在较高水平运转，商品供应管理链路进一步缩短。公司库存模式为全渠道共享模式，先比较非全渠道库存模式而言，有效促进了产品的周转效率。

报告期内，从事供应链业务的控股子公司湖北良品铺子供应链科技有限公司获得《高新技术企业证书》（证书编号：GR202042003966）。

4、全渠道销售

全渠道销售，是指公司通过线上、线下渠道向用户提供产品和服务，包括门店零售渠道、门店外卖渠道、团购渠道、线上店铺渠道（包含传统的电商渠道及新兴的社交电商渠道）。

（1）门店的零售与外卖渠道

门店零售渠道是公司创业时最先进入的渠道和传统优势渠道。在当前侧重线上电商形式的休闲零食行业中，体系成熟、发展稳健的门店零售渠道构成公司独特的核心竞争力。

报告期内，公司新开直营门店和加盟门店共计 622 家，新开拓云南、贵州、山东、海南、甘肃、河北、山西 7 大市场，打造城市地标店 16 家。截至报告期末，公司的线下直营门店和线下加盟门店一共有 2,701 家，分布于 21 个省/自治区/直辖市，分别是安徽省、福建省、甘肃省、广东省、广西壮族自治区、贵州省、海南省、河北省、河南省、湖北省、湖南省、江苏省、江西省、山东省、山西省、陕西省、上海、四川省、云南省、浙江省、重庆。

门店在公司全渠道中的定位是服务中心、交付中心和体验中心，门店的经营活动不仅限于店内，而是主动辐射周边，延展至单客离店经营。报告期内顾客线上购物趋势加快，公司快速地大力发展门店+企业微信、门店+小程序、门店+外卖、门店+社群、门店+直播等“门店+”业务，将门店作为主阵地打造企业私域流量池，使门店成为公域流量转入企业私域流量池的主要连接通路。

报告期内，公司完成门店+私域流量运营平台的建设，沉淀企业微信客户超 1000 万人。公司构建了企业微信的内容创作流程、运营流程、在线导购任务执行及督导流程、私域直播运营流程，赋能导购提升离店顾客经营能力，提升用户购买便利性及体验感。

（2）平台电商

平台电商渠道是指公司在第三方电子商务平台上从事 2B（例如天猫超市、京东自营等）和 2C（例如良品铺子天猫旗舰店、良品铺子京东旗舰店等）的业务渠道。公司于 2012 年成立湖北良品铺子电子商务有限公司，主要从事平台电商业务。截至报告期末，公司在第三方电商平台上总共设立了 2B 和 2C 的平台电商子渠道 79 个。

报告期内，平台电商会员的消费活性处于行业的领先地位，天猫旗舰店会员访客占比、会员购买占比均居行业前列；全年孵化 9 个千万级别爆款新品；全面开启直播内容营销，搭建头部达人主播资源矩阵，同时开展店铺自播。

（3）社交电商

报告期内，公司新开展了在抖音、快手社交平台的电商业务。社交渠道是公司在社交媒介领域内传播企业品牌价值、经营用户、为全渠道赋能的重要阵地。公司在抖音、快手社交渠道上搭建了多账号矩阵体系，与外部主播合作超过 1000 人。全年完成直播合计 3700 余场。

（4）团购渠道

企事业单位团购一直是零食的主要消费场景，企事业单位团购对零食的需求随着时代的变迁已迈入个性化、场景化、高品质的阶段。公司通过在人员组织、管理体系、产品研发、生产物流、业务运营等方面已有多年的积淀和领先的优势，能够满足企业（尤其是中小企业）定制团购产品的需求。

（四）公司所处行业的情况说明

1、公司所处的行业

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（中国证券监督管理委员会公告[2012]31 号）的规定，公司所属行业为零售业（分类代码：F52）。从公司经营的主要产品以及经营模式来看，一般认为公司业务属于休闲食品行业。

2、行业发展阶段及趋势分析

（1）行业发展阶段

根据中国产业经济信息网数据显示，我国休闲食品行业的零售市场由 2010 年的 4014 亿元迅猛增长到 2017 年的 9146 亿元。2017 年，休闲食品消费约占总食品消费的一半，年复合增长率高达 12%。预计 2020 年我国的休闲食品零售市场规模将超 12000 亿元。整体来看，我国休闲食品行业呈现出长期稳定增长的趋势。

从市场格局看，休闲食品的市场规模已经达到万亿级别，但市场集中度较低。

（2）行业发展趋势

产品品质向健康化、营养化、功能化方向升级。消费者越来越关注高品质的食物，例如高蛋白、益生菌、营养高汤、菌菇等具有健康、养生属性的产品持续增长。新技术塑造的新口味、新口感、新形态、新包装方式成为年轻消费者与品牌互动的热点。在线营养师教育和指导化身为一种营养健康方案和服务方式融入到消费者生活中，成功赢得消费者的好感。产品创新更加注重用户导向，由此迎来新的市场机遇。食品研发技术愈发具有压倒性差异化优势，必然推动行业更加重视技术投入和改造升级。

3、公司行业地位

良品铺子深耕休闲食品行业 15 年，是全国驰名品牌，是全渠道发展的休闲食品企业之一，销售规模处于休闲食品行业前列。报告期内，公司作为上海证券交易所“云上市”首家企业登录 A 股市场，成为国内“高端零食第一股”。

报告期内，公司的主营业务、经营模式及行业情况没有发生重大变化。

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

	2020 年	2019 年	本年比上年增减(%)	2018 年
总资产	4,183,883,908.62	3,831,694,633.59	9.19	3,182,760,457.56
营业收入	7,894,076,441.60	7,714,992,860.91	2.32	6,377,558,563.11
归属于上市公司股东的净利润	343,579,525.05	340,354,071.37	0.95	238,539,857.47
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	275,088,370.70	273,526,560.91	0.57	207,564,323.36
归属于上市公司股东的净资产	2,082,597,875.64	1,415,594,335.65	47.12	1,076,663,741.62
经营活动产生的现金流量净额	330,206,908.43	342,192,635.83	-3.50	148,171,014.38
基本每股收益(元/股)	0.87	0.95	-8.42	0.66
稀释每股收益(元/股)	0.87	0.95	-8.42	0.66
加权平均净资产收益率(%)	18.18	27.30	减少 9.12 个百分点	24.92

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	1,908,931,177.93	1,701,379,539.27	1,919,557,826.61	2,364,207,897.79
归属于上市公司股东的净利润	87,979,426.00	72,940,908.44	102,728,078.70	79,931,111.91
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	73,081,277.25	63,076,805.04	79,862,185.13	59,068,103.28
经营活动产生的现金流量净额	59,954,403.15	-24,103,574.27	52,977,528.61	241,378,550.94

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用　√不适用

4 股本及股东情况

4.1 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

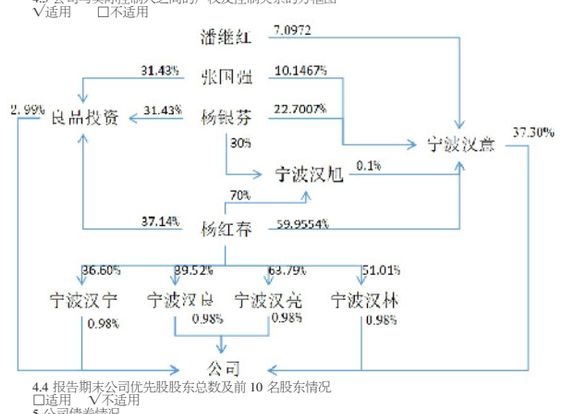
截止报告期末普通股股东总数(户)				32,506	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)				23,084	
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)					
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)					
前 10 名股东持股情况					
股东名称（全称）	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况 股份状态	数量	股东性质
宁波汉意投资管理合伙企业（有限合伙）	0	149,575,594	37.30	149,575,594	质押	26,000,000	其他
达水有限公司	0	121,496,526	30.30	121,496,526	无	0	境外法人
珠海高瓴天达股权投资管理中心（有限合伙）	0	18,540,127	4.62	18,540,127	无	0	其他
HH　LPPZ　(HK)Holdings Limited	0	18,000,144	4.49	18,000,144	无	0	境外法人
宁波芝邦投资管理有限公司	0	14,399,838	3.59	14,399,838	质押	9,250,000	境内非国有法人
宁波良品投资管理有限公司	0	11,970,120	2.99	11,970,120	无	0	境内非国有法人
宁波高瓴智远投资合伙企业（有限合伙）	0	10,260,000	2.56	10,260,000	无	0	其他
宁波汉尧奇好投资管理合伙企业（有限合伙）	0	3,939,413	0.98	3,939,413	无	0	其他
宁波汉林致好投资管理合伙企业（有限合伙）	0	3,939,413	0.98	3,939,413	无	0	其他
宁波汉宁倍好投资管理合伙企业（有限合伙）	0	3,939,413	0.98	3,939,413	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	（1）宁波汉意、良品投资、宁波汉亮、宁波汉林、宁波汉宁系一致行动人。（2）宁波汉意的大股东杨红春担任良品投资的执行董事和法定代表人，担任宁波汉亮、宁波汉林、宁波汉宁的普通合伙人。（3）宁波汉意的合伙人之一杨银芬担任良品投资的监事。（4）珠海高瓴、香港高瓴、宁波高瓴系一致行动人。						
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

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

2020 年，公司积极应对外部市场环境变化，加大产品研发投入，形成了产品研发壁垒，推出了满足用户营养健康需求的细分市场品牌产品，例如儿童零食品牌良品小食仅，健身零食品牌良品飞扬，并且均取得了一定的市场占有率，引领了行业细分市场产品创新的发展趋势。同时随着公司全渠道布局的深入，全渠道协同效应愈发明显；公司通过不断优化单店精细化运营能力，在线下渠道新发展区域取得了长效的增长；在传统线上电商平台，通过数字化精准营销和大单品打造及“站外种草，站内整合营销”策略，在京东渠道实现了增长；面对短视频及直播电商的兴起，公司加速布局抖音、快手等渠道，构建了一系列账号矩阵、达人主播资源矩阵及自播主播矩阵，形成了规模化连接达人主播进行直播及自播精细化运营的能力，并且取得了行业领先的销售业绩。

同时，公司不断提升运营效率，通过优化供应链柔性反应速度、赋能供应商精益生产，随着公司销售规模的提升，有效地加快了存货库存周转水平，降低了部分产品的成本。

报告期内，公司实现营业收入 789,407.64 万元，同比去年上升 2.32%。其中：线上渠道销售收入增长 8.35%，线上销售收入占营业收入比重提升到 50.68%；线下渠道分季度销售增长率分别为 -12.19%、-10.03%、-2.60%、1.67%，线下渠道在第四季度已经实现销售收入的正增长。同时，公司盈利能力保持稳定增长，2020 年归属于母公司股东的净利润为 34,357.95 万元，同比增长 0.95%。

报告期内，公司实施的经营举措如下：

一、加大研发投入，形成产品研发壁垒

公司拥有 200 余人的技术团队，其中良品铺子营养健康研究院硕博学位人才占比达 92%，拥有食品科学、食品营养、农产品加工与贮藏工程等多个领域科学家和研发专家，并且与中国农业科学院农产品加工研究所、油料作物研究所、湖北工业大学、中国农业大学、江南大学食品学院等科研院所和高校展开了深度食品研发合作。

报告期内，公司加大研发投入，在健康营养技术和加工技术上深度研发，研究和突破了压差膨化、植物肉生产、果蔬保鲜保脆、果脆果汁减糖、三重控糖、中温灭菌等关键技术，取得了七项专利技术。报告期内，公司支出研发费用 3,371.70 万，同比增长 23.22%。

二、深刻洞察消费者对营养健康食品的需求趋势，深耕细分市场，打造引领细分市场的爆款产品

（一）儿童零食品牌–良品小食仅

公司作为主要起草单位参与制定了《儿童零食通用要求》（T/CFCA 0015——2020）团体标准，填补了国内儿童零食产品标准的空白，规定不含反式脂肪酸，少油脂、少食糖、少食用盐，严格控制食品添加剂等多项高要求，致力满足 3-12 岁儿童健康成长需求。

截至报告期末，公司旗下儿童零食共有 200 多个 SKU，全年全渠道实现收入达 2.23 亿，销售净利润 2,540.98 万元。儿童零食系列产品打造出多款明星产品。其中明星产品芝麻夹心海苔全年实现收入 4,153 万元，小兔山楂棒全年实现收入 1,897 万元，益生菌酸奶豆全年实现收入 670 万元。公司的儿童零食已在细分市场中已经处于销量领先的地位。

（二）健身零食品牌–良品飞扬

公司研发的健身零食，良品飞扬定位为“专注营养科学的健身零食专家”，通过轻碳水、少脂肪、高蛋白、控能量的产品核心特性，为泛健身人群提供体重管理的解决方案，满足用户营养补充、减脂、增肌塑形等不同场景的功能需求。

报告期内，公司的健身零食共计上市 21 款新品，全年全渠道终端销售额 1.08 亿元，其中低脂鸡胸肉全年终端销售额 1,768 万元，蛋白代餐奶昔全年终端销售额 1,371 万元，蛋白代餐奶昔的“三重控糖”国家专利技术以及低脂鸡胸肉的中温灭菌工艺及良品风味调味料独家专利实现了行业领先。

三、全渠道融合更加紧密，协同效应明显

（一）线下门店全国化布局

报告期内，公司进一步加快全国化布局，同时开展门店+业务，围绕门店开展外卖运营、店圈社区团购、在线直播、会员在线服务四个业务，让用户更便捷便享受到良品铺子产品和服务。同时公司加速布局“门店+”私域流量，围绕微信生态，先后上线微商城、导购通、私域直播等多款小程序工具，结合社群、企业微信等工具，进行流量导入、粉丝裂变、产品售卖，将线下流量（进店顾客）在线化、精细化运营，更精准的触达用户。

报告期内，线下营收经营状况逐步摆脱疫情的影响，一至四季度，销售增长率分别为 -12.19%、-10.03%、-2.60%、1.67%，第四季度销售额实现正增长。

2020 年，公司门店总数达到 2,701 家，相比 2019 年净增加门店 285 家。从门店分布来看，门店净增数量最多的地方分别是江苏净增门店 59 家，门店数达到 154 家；广东净增门店 38 家，门店数达到 271 家；华东和华南逐渐成为新的增长点，这两个区域 2020 年的营收分别是 6.49 亿和 4.27 亿，同比增长 17.10%、20.79%。未来，公司将继续深耕华中，夯实华南，稳步推进华东、华北、西南、西北市场布局。

（二）线上平台电商精细化运营

报告期内，公司实现线上业务收入增长 8.35%，毛利率增长 0.88 个百分点。公司应用数字化精准营销，推广儿童零养零食、健身零食等细分市场产品，大幅提升了高端客群占比，天猫旗舰店的会员访客占比、会员购买占比均位列天猫平台行业领先地位，客单价同比增长 8%，京东自营平台都市中产、都市家庭等优质用户的占比逐步扩大，销售收入同比增长 50%，同时，公司稳站风口，全面开启直播内容营销，在天猫、京东二大平台实现直播销售额 2.5 亿元。

（三）布局抖音、快手社交新型社交电商渠道

面对短视频、直播电商的兴起，公司专门组建了社交电商团队进行社交电商平台运营，针对社交电商渠道用户的需求单独研发了新的产品阵容及产品包装形式，包括“幸运的小豆豆”“傲娇的小野喵”“花束大礼包”等产品备受社交电商渠道用户喜爱。报告期内，社交电商全渠道累计终端销售额 1.23 亿。

公司构建了一系列账号矩阵、达人主播资源矩阵及自播主播矩阵，形成了规模化连接达人主播进行直播及自播精细化运营的能力。公司与超 150 位头部明星达人主播深度合作，全年完成了 3700 余场直播。其中一场达人直播终端销售额达 2,200 万元，取得了行业领先地位。

2 导致暂停上市的原因

□适用　√不适用

3 面临终止上市的情况和原因

□适用　√不适用

4 公司会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

√适用　□不适用

财政部于 2017 年颁布了修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 年修订）（以下简称“新收入准则”），并于 2020 年颁布了《关于印发〈新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定〉的通知》（财会[2020]10 号）及《企业会计准则实施问答》（2020 年 12 月 11 日发布），本集团已采用上述准则、通知和实施问答编制 2020 年度财务报表，对本集团及本公司财务报表的影响列示如下：

根据新收入准则的相关规定，本集团及本公司对于首次执行该准则的累积影响数调整 2020 年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额，2019 年度的比较财务报表未重列。

单位：元　币种：人民币

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	影响金额 2020 年 1 月 1 日	
		合并	公司
因执行新收入准则，本集团及本公司将与销售商品及与提供劳务相关的预收款项，以及预收账款中顾客未使用的会员积分重分类至合同负债。	合同负债	140,925,609.67	70,728,055.47
	其他流动负债	9,138,769.41	293,877.58
	预收款项	-150,064,379.08	-71,021,933.05

与原收入准则相比，执行新收入准则对 2020 年度财务报表主要项目的影响如下：

单位：元　币种：人民币

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	影响金额 2020 年 12 月 31 日	
		合并	公司
因执行新收入准则，本集团及本公司将与销售商品及与提供劳务相关的预收款项，以及预收账款中顾客未使用的会员积分重分类至合同负债。	其他流动资产	2,598,227.33	
	合同负债	183,993,092.10	69,686,487.04
	其他流动负债	19,304,790.33	832,189.65
	预收款项	354,682.73	123,428.73

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

□适用　√不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

√适用　□不适用

截至 2020 年 12 月 31 日，本公司纳入合并财务报表范围内的子公司共 32 户如下：

序号	子公司名称
1	湖南良品铺子食品有限公司
2	江西良品铺子食品有限公司
3	四川良品铺子食品有限公司
4	湖北良品铺子食品工业有限公司
5	江苏良品铺子食品工业有限公司
6	湖北良品铺子供应链科技有限公司（原名：湖北良品铺子物流有限公司）
7	河南良品铺子食品有限公司
8	湖北良品铺子电子商务有限公司
9	深圳良品铺子食品有限公司
10	陕西良品铺子食品有限公司
11	江苏良品铺子食品有限公司
12	重庆良品铺子食品有限公司
13	宁波良品铺子食品商贸有限公司
14	广东良品铺子食品有限公司
15	湖北尚壹良品生态科技有限公司
16	广西良品铺子食品有限公司
17	浙江良品铺子食品有限公司
18	安徽良品铺子食品有限公司
19	上海良品铺子食品有限公司
20	福建良品铺子商贸有限公司
21	云南良品铺子食品有限公司
22	山东良品铺子食品有限公司
23	宁波良品铺子食品科技有限公司
24	宁波良品茶歌食品有限公司
25	宁波良品购商务服务有限公司
26	宁波良品互娱网络科技有限公司
27	湖北良品铺子科技有限公司
28	湖北良品铺子云服务科技有限公司
29	湖北良品铺子门店社群销售服务有限公司
30	湖北良品铺子营养食品有限责任公司
31	杭州良品铺子传媒科技有限公司
32	宁波良品酱卤大叔食品有限公司

本公司本期合并财务报表范围较上年度增加 11 户，减少 2 户，详见“第十一节 财务报告 八、合并范围的变更”和“第十一节 财务报告 九、在其他主体中的权益”。

证券代码：603719　　证券简称：良品铺子　　公告编号：2021-009

良品铺子股份有限公司 第二届董事会第三次会议决议公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

一、董事会会议召开情况

（一）良品铺子股份有限公司（以下简称“公司”）第二届董事会第三次会议（以下简称“本次会议”）的召开符合有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件和公司章程的规定。

（二）公司于 2021 年 3 月 18 日以专人直接送达的方式发出本次会议通知和材料。

（三）公司于 2021 年 3 月 28 日在公司 24 楼会议室现场召开本次会议。

（四）本次会议应出席董事 9 人，实际出席会议的董事 9 人。

（五）本次会议由董事长杨红春先生召集和主持。公司全体监事、董事会秘书及其他高级管理人员列席了本次会议。

二、董事会会议审议情况

经与会董事审议，通过如下议案：

议案 1：关于《良品铺子股份有限公司 2020 年度总经理工作报告》的议案

表决结果：[9]票同意、[0]票反对、[0]票弃权，通过该议案。

议案 2：关于《良品铺子股份有限公司 2020 年度董事会工作报告》的议案

表决结果：[9]票同意、[0]票反对、[0]票弃权，通过该议案。

本项议案尚需提交股东大会审议。

本议案详情届时请查阅公司在 2020 年度股东大会召开前披露的《2020 年度股东大会会议资料》。

议案 3：关于《良品铺子股份有限公司 2020 年度独立董事工作报告》的议案

表决结果：[9]票同意、[0]票反对、[0]票弃权，通过该议案。

股东大会将听取独立董事作《良品铺子股份有限公司 2020 年度独立董事工作报告》。

本议案详情请查阅公司在 2021 年 3 月 30 日于指定信息披露媒体披露的《良品铺子股份有限公司 2020 年度独立董事工作报告》。

议案 4：关于《良品铺子股份有限公司董事会审计委员会 2020 年度履职报告》的议案

表决结果：[9]票同意、[0]票反对、[0]票弃权，通过该议案。

本议案详情请查阅公司在 2021 年 3 月 30 日于指定信息披露媒体披露的《良品铺子股份有限公司董事会审计委员会 2020 年度履职报告》。

议案 5：关于良品铺子股份有限公司 2020 年年度报告全文及摘要的议案

表决结果：[9]票同意、[0]票反对、[0]票弃权，通过该议案。

本项议案尚需提交股东大会审议。

本议案详情请查阅公司在 2021 年 3 月 30 日于指定信息披露媒体披露的《良品铺子股份有限公司 2020 年年度报告》（全文）及《良品铺子股份有限公司 2020 年年度报告摘要》

议案 6：关于《良品铺子股份有限公司 2020 年度内部控制评价报告》的议案

表决结果：[9]票同意、[0]票反对、[0]票弃权，通过该议案。

独立董事发表了同意的独立意见。

本议案详情请查阅公司在 2021 年 3 月 30 日于指定信息披露媒体披露的《良品铺子股份有限公司 2020 年度内部控制评价报告》。

议案 7：关于《良品铺子股份有限公司 2020 年度企业社会责任报告》的议案

表决结果：[9]票同意、[0]票反对、[0]票弃权，通过该议案。

本议案详情请查阅公司在 2021 年 3 月 30 日于指定信息披露媒体披露的《良品铺子股份有限公司 2020 年度企业社会责任报告》。

议案 8：关于《良品铺子股份有限公司 2020 年度财务决算报告》的议案

表决结果：[9]票同意、[0]票反对、[0]票弃权，通过该议案。

本项议案尚需提交股东大会审议。

本议案详情请查阅公司在 2021 年 3 月 30 日于指定信息披露媒体披露的《良品铺子股份有限公司 2020 年年度利润分配预案公告》（公告编号：2021-011）。

议案 10：关于续聘 2021 年度财务审计机构和内部控制审计机构的议案

表决结果：[9]票同意、[0]票反对、[0]票弃权，通过该议案。

独立董事发表了事前认可和同意的独立意见。

本项议案尚需提交股东大会审议。

本议案详情请查阅公司在 2021 年 3 月 30 日于指定信息披露媒体披露的《良品铺子股份有限公司续聘会计师事务所公告》（公告编号：2021-012）。

议案 11：关于会计政策变更的议案

表决结果：[9]票同意、[0]票反对、[0]票弃权，通过该议案。

独立董事发表了同意的独立意见。

本议案详情请查阅公司在 2021 年 3 月 30 日于指定信息披露媒体披露的《良品铺子股份有限公司关于会计政策变更的公告》（公告编号：2021-013）

议案 12：关于良品铺子股份有限公司及控股子公司 2021 年度向金融机构申请综合授信额度及提供相应担保并授权经理层办理融资和担保手续的议案

表决结果：[9]票同意、[0]票反对、[0]票弃权，通过该议案。

独立董事发表了同意的独立意见。

本项议案尚需提交股东大会审议。

本议案详情请查阅公司在 2021 年 3 月 30 日于指定信息披露媒体披露的《良品铺子股份有限公司关于公司及控股子公司 2021 年度向金融机构申请综合授信额度并进行预计担保的公告》（公告编号：2021-014）。

议案 13：关于《良品铺子股份有限公司 2020 年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》的议案

表决结果：[9]票同意、[0]票反对、[0]票弃权，通过该议案。

独立董事发表了同意的独立意见。

本议案详情请查阅公司在 2021 年 3 月 30 日于指定信息披露媒体披露的《良品铺子股份有限公司 2020 年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》。

议案 14：关于《良品铺子股份有限公司 2020 年度控股股东及其他关联方占用资金情况的