证券代码：003000　　证券简称：劲仔食品　　公告编号：2024-016

劲仔食品集团股份有限公司 2023 年年度报告摘要

一、重要提示

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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

□适用 ☑ 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

☑ 适用 □不适用

是否以公积金转增股本

□是 ☑ 否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以权益分配实施时公司总股本数为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3 元（含税），送红股 0 股（含税），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	劲仔食品	股票代码	003000
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	华文食品		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	丰文姬	涂卓	
办公地址	湖南省长沙市开福区万达广场 A 座 46 层	湖南省长沙市开福区万达广场 A 座 46 层	
传真	0731-89822256	0731-89822256	
电话	0731-89822256	0731-89822256	
电子信箱	ir@jinzaifood.com.cn	ir@jinzaifood.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

（1）公司所处行业

公司主要从事中式风味休闲食品的研发、生产和销售，现有主要产品有鱼制品、禽类制品、豆制品等优质蛋白健康品类，坚持全渠道发展，推动品牌升级。在独立“小包装”优势基础上，“大包装+散称”策略持续升级，产品矩阵和渠道结构进一步优化，渠道竞争力不断加强，品牌力进一步提升。2023 年，公司实现营业收入 206,520.66 万元，同比增长 41.26%；实现归属于上市公司股东的净利润 20,957.94 万元，同比增长 68.17%，顺利完成上市后“三年倍增”的阶段性目标。

公司坚持品质为先打造大单品，拥有“二十亿级”大单品劲仔深海小鱼、“十亿级”潜力大单品鹌鹑蛋、“两亿级”实力单品豆干和肉干、“亿元级”单品魔芋等产品系列。报告期内主要品类均实现快速增长，休闲鱼制品、禽类制品、豆制品、蔬菜制品分别完成销售收入 129,103.46 万元、45,195.57 万元、21,711.04 万元、7,211.09 万元，同比增长 25.87%、147.56%、18.68%、88.24%。

报告期公司主要经营情况如下：

1.产品端：“大包装+散称”助推产品矩阵优化，爆品鹌鹑蛋高增长

2023 年，公司以“大包装+散称”产品组合为基础，推动产品进入线下高势能渠道。继续以“大包装升级”为战略抓手，陆续开发和优化整盒装、袋装“大包装”产品销售和推广，重点完善网络布局，扶强扶优有终端服务能力经销商，维护好优质终端建设，提升了终端品牌形象。同时，公司结合大包装战略布局，陆续开发专业散称经销商，推动全品类产品系列散称产品铺市，提高客单价，填补渠道空白。报告期内，公司“大包装+散称”产品占比超过 50%，未来将进一步提升。

产品矩阵方面，公司聚焦鱼制品、禽类制品、豆制品等优势品类，打造“小鱼、鹌鹑蛋、豆干、肉干、魔芋、素肉”六大产品系列，针对不同渠道开发适配的 SKU 产品，同时还积极研发线上专售品类、品牌联名产品等创新产品，满足消费者多样化的需求。其中“十亿级”潜力单品鹌鹑蛋推出的首个完整年度，年销售额已突破 3 亿元。

2.渠道端：渠道结构持续优化，高势能渠道迅速增长

报告期内，公司持续推进线下传统流通渠道、现代渠道、新兴渠道和线上渠道立体式全渠道稳健发展。公司全力推动弱势渠道开商和经销商升级转型，发力终端型经销商的全国经销体系建设，经销商数量从 2,267 家增加至 3,057 家。

（1）线下渠道结构持续改善，优质终端建设推动高势能渠道增长

传统流通渠道是公司的重点渠道，报告期内公司持续加强经销商开发和管理优化。一方面，公司继续加强社区食杂店、BC 类超市、批发店、校园超市、特渠等流通经销商网络的管理和建设，稳步发展终端管理型的高质量客户，不断发展壮大经销商队伍，拖动更多优质终端覆盖；另一方面，加强对经销商的培训、指导、管理和维护，提高经销商活跃度，充分发挥现有的渠道优势，加强优质终端建设与推广力度，优化渠道终端陈列，提高终端品牌形象，与经销商互利共赢，保障产品在渠道有更强的竞争力。

现代型渠道方面，注重经销商布局，持续开发与拓展全国连锁 KA、CVS 连锁便利系统等以提升现代渠道覆盖率；精选优质门店，多方面加强现代渠道陈列打造与推广投入，树立品牌形象和精细化管理的标杆。

对于零食很忙、赵一鸣、糖巢、好想来、老婆大人、零食有鸣等快速发展的新兴零食专营渠道，公司紧跟市场形势积极布局，为客户提供定制化的产品和服务。同时积极创新研发定制产品，拓展进驻盒马等会员店，取得良好市场反馈。

报告期内，公司线下实现营业收入 164,902.26 万元，同比增长 43.00%，占公司营业收入 79.85%。

（2）新媒体渠道增长迅速，线上渠道保持高增长

公司高度重视线上渠道的管理和运营，通过天猫、淘宝、京东、拼多多等国内主流电商平台，以及抖音、快手等新媒体渠道，兴盛优选、美团优选等社区团购平台进行产品的销售和渠道建设。2023 年，面对传统电商渠道流量增速放缓，公司采取精细化运营，完善产品结构，紧跟新媒体发展趋势，布局短视频、社交平台、达人直播等新兴渠道，建立从头部流量到自播带货的传播矩阵，实现品牌和销量的双重提升。报告期内，新媒体渠道增长迅速，同比增长 142.60%。劲仔品牌持续发力，晋级为天猫平台、抖音平台海味零食销售额第一。

报告期内，公司线上实现营业收入 41,618.40 万元，同比增长 34.76%，占公司营业收入 20.15%。

3.品牌端：聚焦战略产品，诠释“好吃又健康”品牌内涵

报告期内，公司聚焦战略产品，积极探索品牌定位，培育品类认知，打造“健康零食”专家品牌形象，诠释“好吃又健康”的品牌内涵，让消费者沟通更清晰，劲仔品牌形象更专业。公司推出的战略单品“深海鳀鱼”，以更加健康营养的品牌形象，进入样板市场西安的高势能现代渠道，加以营销活动、广告投放，扩大品牌知名度，传播健康零食劲仔深海小鱼领导品牌地位，实现品牌影响力的快速提升。

公司在品牌传播渠道方面，集中优势资源，线上线下联动打通。一方面，挖掘产品“健康”属性，通过社交媒体持续种草，以更高效触达消费者，在抖音、快手、小红书等平台与热门主播 KOL 绑定，加大劲仔品牌在年轻一代消费群的曝光率；另一方面，开展了“抖音 CNY”、“4.1’鱼人节”、“5.20 活动”、“高考考试季”等活动，紧跟年轻消费群体的关注点，贴近 Z 世代群体热衷的活动形式、话题内容，融入新一代“健康”的生活理念，取得较好的传播效果。

4.深化“国际化”战略，供应链建设新突破

公司持续推动“国际化”战略。报告期内，公司进一步梳理主要品类的国际化品牌，完成重点市场的品牌升级和注册工作，为“国际化”战略打好基础。2023 年，公司境外销售业绩回暖，海外市场销售（含经销商覆盖）达到 1,816.35 万元，覆盖 34 个国家及地区。未来公司将进一步加大海外市场渠道布建。

供应链建设方面，肯尼亚子公司所生产的野生鳀鱼首次进口中国，并亮相第三届中非经贸博览会，这是公司全球供应链建设上的新突破。此外，报告期内公司还积极推动上游鹌鹑蛋原材料供应链发展，鼓励上游企业围绕公司鹌鹑蛋生产基地布局相关产业，按照公司要求提供更高品质的鹌鹑蛋原料。未来公司将继续加大供应链建设布局，加强主要原材料的供应保障能力，为公司长期发展提供坚实基础。

5.研发与质量持续投入，注重美味与健康双提升

公司加大研发投入，通过对原辅料、工艺、配方等持续研究改良，提升产品的口味口感，满足消费者对产品风味的需求。在细分需求方面，公司通过原料优势、营养元素添加、降脂降盐等工艺，满足消费者对休闲食品消费升级的营养、健康的需求。食品研究院研发团队逐渐壮大，为产品升级、丰富产品矩阵提供了有力保障，也为更多热销产品提供了良好基础。报告期内，公司开发了“深海鳀鱼、蜂蜜味鹌鹑蛋、真有鱼豆干”等多项新品，完成了 10 项产品重点升级项目。

公司注重产品品质，加强源头管理与设计，进一步建立预防为主的全面质量管理体系。2023 年，公司获得由中国质量检验协会颁发的“全国产品和服务质量诚信领先品牌”“全国食品行业质量领先企业”等荣誉。

6.积极回报投资者，传递公司长期发展价值

公司重视全体投资者价值分享，上市以来积极回报投资者，2021 至 2023 年已累计分红金额达到 23,972.72 万元。本次 2023 年度利润分配预案中，公司拟分红金额 13,425.75 万元，达到公司报告期合并报表归属于母公司股东的净利润的 64.06%。

回购股份方面，公司报告期内两次使用自有资金通过集中竞价交易方式回购公司部分股份，用于实施股权激励计划及员工持股计划，激励核心团队。截至 2024 年 3 月，公司完成上述回购股份方案，共计回购 752 万股，占公司总股本 1.67%，回购资金总额 9,906.15 万元。

报告期内，公司实际控制人基于对公司长期发展的信心，以非公开发行认购方式完成增持公司股份 47,899,159 股，认购金额 2.85 亿元。同时承诺上市首发限售股解禁后 12 个月不进行减持，进一步向投资者传递信心，关注公司长期发展的价值。

（三）公司的主要经营模式

1、采购模式

公司设立了计划采购部，统一负责采购事宜。日常生产中主要采购的原材料包括鳀鱼干、鹌鹑蛋、大豆、粮油、包装材料及其他辅料等。日常采购过程中，公司对采购的每个环节均制定了规范的要求，严格控制物料需求的确定、采购计划的编制、采购订单下达、入库检验、款项支付等各个环节。对不同种类的原材料，计划采购部会根据其供需特点，制定不同的采购计划，保障公司生产过程所需物料的稳定供应。

2、生产模式

公司生产模式主要为自主生产，实行“以销定产”的生产模式，根据销售订单和市场需求情况合理制定生产计划，并组织各生产基地有序生产。目前主要生产基地为：湖南省平江高新技术产业园区生产基地和湖南省岳阳市经开区康王工业园生产基地。湖南省平江高新技术产业园区生产基地主要生产鱼制品、禽类制品、蔬菜制品，岳阳市经开区生产基地主要生产豆制品。

3、销售模式

公司销售模式包括经销模式和直营模式。经销模式是公司最主要的销售模式，采用买断式的销售方式及先款后货的结算方式。公司与经销商签订年度经销框架合同，由经销商在双方经销合同约定的框架内，根据销售需求向公司下达订单，由公司负责发货、运输，经销商负责销售给最终客户。经销模式下，公司授权经销商在指定的销售区域内利用自身的渠道销售公司产品，公司为经销商提供业务开发、市场开拓、人员培训等方面的支持。直营模式是指公司通过线上 B2C（天猫旗舰店、抖音小店、快手小店等）、线上 B2B（京东“京喜通”、天猫超市、京东自营等平台）、线下直销商超系统、部分零食专营系统、部分线下终端客户合作销售的模式。经过多年的渠道精耕和市场拓展，公司建立了覆盖全国省、市、县的经销网络，构建了线下传统流通渠道、现代渠道和线上渠道立体式渠道结构，是行业内较早专注全国市场并占据领先地位的企业。

4、研发模式

公司设有独立的食品研究院。食品研究院作为公司新产品研究开发的主导部门，负责根据公司战略目标制定研发计划，主导研发过程的进行，确保研发过程按时有序完成，并保障研发成果的有效转化。公司食品研究院建立了更加完善的研发体系，从市场信息调研、研发方案设计、样品小试、生产线中试、内外部科学评测等多个方面对技术研发进行统一筹划和协调。

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

追溯调整或重述原因

会计政策变更

元

	2023 年末	2022 年末		本年末比上年末增减	2021 年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
总资产	1,818,281,992.98	1,296,213,162.90	1,297,058,337.21	40.19%	1,075,715,668.11	1,076,777,341.09
归属于上市公司股东的净资产	1,306,550,383.05	967,586,597.88	967,511,855.01	35.04%	883,136,874.06	883,102,095.88

	2023 年	2022 年		本年比上年增减	2021 年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
营业收入	2,065,206,610.45	1,462,030,708.54	1,462,030,708.54	41.26%	1,111,046,928.34	1,111,046,928.34
归属于上市公司股东的净利润	209,579,373.27	124,661,269.25	124,621,304.56	68.17%	84,938,851.98	84,904,073.80
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	186,443,590.10	113,384,657.44	113,344,692.75	64.49%	75,317,425.98	75,282,647.80
经营活动产生的现金流量净额	155,780,679.11	93,439,333.96	93,439,333.96	66.72%	192,812,087.14	192,812,087.14
基本每股收益（元/股）	0.4771	0.3103	0.3102	53.80%	0.2123	0.2123
稀释每股收益（元/股）	0.4769	0.3102	0.3101	53.79%	0.2118	0.2118
加权平均净资产收益率	17.35%	13.59%	13.59%	3.76%	9.80%	9.80%

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

公司自 2023 年 1 月 1 日起首次执行《企业会计准则解释第 16 号》（财会〔2022〕31 号），解释了“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”的问题，按规定将累积影响数追溯调整至首次执行日财务报表列报最早期间。

（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	436,896,311.15	487,697,747.19	568,852,985.28	571,759,566.83
归属于上市公司股东的净利润	39,199,530.40	43,929,579.85	50,062,245.60	76,388,017.42
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	32,907,050.21	38,979,479.47	37,559,678.65	76,997,381.77
经营活动产生的现金流量净额	44,315,874.65	35,858,692.59	115,709,447.45	-40,103,335.58

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	11,573	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	9,747	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（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
周劲松	境内自然人	38.20%	172,325,527	171,489,159	质押	84,319,159
李冰玉	境内自然人	8.03%	36,210,240	0	不适用	0
刘特元	境内自然人	4.38%	19,746,931	14,810,198	质押	2,450,000
蔡元华	境内自然人	4.33%	19,533,900	0	不适用	0
马培元	境内自然人	1.93%	8,724,571	0	不适用	0
杨忠明	境内自然人	1.91%	8,600,098	0	不适用	0
中国农业银行股份有限公司-交银施罗德内需增长一年持有期混合型证券投资基金	境内非国有法人	1.84%	8,284,858	0	不适用	0
中信银行股份有限公司-交银施罗德品质增长一年持有期混合型证券投资基金	境内非国有法人	1.72%	7,740,401	0	不适用	0
程金华	境内自然人	1.43%	6,442,000	0	不适用	0
中国建设银行股份有限公司-交银施罗德消费新驱动股票型证券投资基金	境内非国有法人	1.39%	6,256,461	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述前十名股东中，周劲松与李冰玉为夫妻关系。除此之外，公司未知其他股东是否存在关联关系或一致行动关系。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用					

前十名股东较上期发生变化

☑ 适用 □不适用

单位：股

前十名股东较上期末发生变化情况					
股东名称（全称）	本报告期新增/退出	期末转融通出借股份且尚未归还数量		期末股东普通账户、信用账户持股及转融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
佳沃（青岛）现代农业有限公司	退出	0	0.00%	0	0.00%
中国农业银行股份有限公司-交银施罗德内需增长一年持有期混合型证券投资基金	新增	0	0.00%	0	0.00%

（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、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

2023 年是公司主板上市的第三年，公司继续深耕鱼制品、禽类制品、豆制品等优质蛋白健康品类，坚持全渠道发展，推动品牌升级。在独立“小包装”优势基础上，“大包装+散称”策略持续升级，产品矩阵和渠道结构进一步优化，渠道竞争力不断加强，品牌力进一步提升。2023 年，公司实现营业收入 206,520.66 万元，同比增长 41.26%；实现归属于上市公司股东的净利润 20,957.94 万元，同比增长 68.17%，顺利完成上市后“三年倍增”的阶段性目标。

公司坚持品质为先打造大单品，拥有“二十亿级”大单品劲仔深海小鱼、“十亿级”潜力大单品鹌鹑蛋、“两亿级”实力单品豆干和肉干、“亿元级”单品魔芋等产品系列。报告期内主要品类均实现快速增长，休闲鱼制品、禽类制品、豆制品、蔬菜制品分别完成销售收入 129,103.46 万元、45,195.57 万元、21,711.04 万元、7,211.09 万元，同比增长 25.87%、147.56%、18.68%、88.24%。

报告期公司主要经营情况如下：

1.产品端：“大包装+散称”助推产品矩阵优化，爆品鹌鹑蛋高增长

2023 年，公司以“大包装+散称”产品组合为基础，推动产品进入线下高势能渠道。继续以“大包装升级”为战略抓手，陆续开发和优化整盒装、袋装“大包装”产品销售和推广，重点完善网络布局，扶强扶优有终端服务能力经销商，维护好优质终端建设，提升了终端品牌形象。同时，公司结合大包装战略布局，陆续开发专业散称经销商，推动全品类产品系列散称产品铺市，提高客单价，填补渠道空白。报告期内，公司“大包装+散称”产品占比超过 50%，未来将进一步提升。

产品矩阵方面，公司聚焦鱼制品、禽类制品、豆制品等优势品类，打造“小鱼、鹌鹑蛋、豆干、肉干、魔芋、素肉”六大产品系列，针对不同渠道开发适配的 SKU 产品，同时还积极研发线上专售品类、品牌联名产品等创新产品，满足消费者多样化的需求。其中“十亿级”潜力单品鹌鹑蛋推出的首个完整年度，年销售额已突破 3 亿元。

2.渠道端：渠道结构持续优化，高势能渠道迅速增长

报告期内，公司持续推进线下传统流通渠道、现代渠道、新兴渠道和线上渠道立体式全渠道稳健发展。公司全力推动弱势渠道开商和经销商升级转型，发力终端型经销商的全国经销体系建设，经销商数量从 2,267 家增加至 3,057 家。

（1）线下渠道结构持续改善，优质终端建设推动高势能渠道增长

传统流通渠道是公司的重点渠道，报告期内公司持续加强经销商开发和管理优化。一方面，公司继续加强社区食杂店、BC 类超市、批发店、校园超市、特渠等流通经销商网络的管理和建设，稳步发展终端管理型的高质量客户，不断发展壮大经销商队伍，拖动更多优质终端覆盖；另一方面，加强对经销商的培训、指导、管理和维护，提高经销商活跃度，充分发挥现有的渠道优势，加强优质终端建设与推广力度，优化渠道终端陈列，提高终端品牌形象，与经销商互利共赢，保障产品在渠道有更强的竞争力。

现代型渠道方面，注重经销商布局，持续开发与拓展全国连锁 KA、CVS 连锁便利系统等以提升现代渠道覆盖率；精选优质门店，多方面加强现代渠道陈列打造与推广投入，树立品牌形象和精细化管理的标杆。

对于零食很忙、赵一鸣、糖巢、好想来、老婆大人、零食有鸣等快速发展的新兴零食专营渠道，公司紧跟市场形势积极布局，为客户提供定制化的产品和服务。同时积极创新研发定制产品，拓展进驻盒马等会员店，取得良好市场反馈。

报告期内，公司线下实现营业收入 164,902.26 万元，同比增长 43.00%，占公司营业收入 79.85%。

（2）新媒体渠道增长迅速，线上渠道保持高增长

公司高度重视线上渠道的管理和运营，通过天猫、淘宝、京东、拼多多等国内主流电商平台，以及抖音、快手等新媒体渠道，兴盛优选、美团优选等社区团购平台进行产品的销售和渠道建设。2023 年，面对传统电商渠道流量增速放缓，公司采取精细化运营，完善产品结构，紧跟新媒体发展趋势，布局短视频、社交平台、达人直播等新兴渠道，建立从头部流量到自播带货的传播矩阵，实现品牌和销量的双重提升。报告期内，新媒体渠道增长迅速，同比增长 142.60%。劲仔品牌持续发力，晋级为天猫平台、抖音平台海味零食销售额第一。

报告期内，公司线上实现营业收入 41,618.40 万元，同比增长 34.76%，占公司营业收入 20.15%。

3.品牌端：聚焦战略产品，诠释“好吃又健康”品牌内涵

报告期内，公司聚焦战略产品，积极探索品牌定位，培育品类认知，打造“健康零食”专家品牌形象，诠释“好吃又健康”的品牌内涵，让消费者沟通更清晰，劲仔品牌形象更专业。公司推出的战略单品“深海鳀鱼”，以更加健康营养的品牌形象，进入样板市场西安的高势能现代渠道，加以营销活动、广告投放，扩大品牌知名度，传播健康零食劲仔深海小鱼领导品牌地位，实现品牌影响力的快速提升。

公司在品牌传播渠道方面，集中优势资源，线上线下联动打通。一方面，挖掘产品“健康”属性，通过社交媒体持续种草，以更高效触达消费者，在抖音、快手、小红书等平台与热门主播 KOL 绑定，加大劲仔品牌在年轻一代消费群的曝光率；另一方面，开展了“抖音 CNY”、“4.1’鱼人节”、“5.20 活动”、“高考考试季”等活动，紧跟年轻消费群体的关注点，贴近 Z 世代群体热衷的活动形式、话题内容，融入新一代“健康”的生活理念，取得较好的传播效果。

4.深化“国际化”战略，供应链建设新突破

公司持续推动“国际化”战略。报告期内，公司进一步梳理主要品类的国际化品牌，完成重点市场的品牌升级和注册工作，为“国际化”战略打好基础。2023 年，公司境外销售业绩回暖，海外市场销售（含经销商覆盖）达到 1,816.35 万元，覆盖 34 个国家及地区。未来公司将进一步加大海外市场渠道布建。

供应链建设方面，肯尼亚子公司所生产的野生鳀鱼首次进口中国，并亮相第三届中非经贸博览会，这是公司全球供应链建设上的新突破。此外，报告期内公司还积极推动上游鹌鹑蛋原材料供应链发展，鼓励上游企业围绕公司鹌鹑蛋生产基地布局相关产业，按照公司要求提供更高品质的鹌鹑蛋原料。未来公司将继续加大供应链建设布局，加强主要原材料的供应保障能力，为公司长期发展提供坚实基础。

5.研发与质量持续投入，注重美味与健康双提升

公司加大研发投入，通过对原辅料、工艺、配方等持续研究改良，提升产品的口味口感，满足消费者对产品风味的需求。在细分需求方面，公司通过原料优势、营养元素添加、降脂降盐等工艺，满足消费者对休闲食品消费升级的营养、健康的需求。食品研究院研发团队逐渐壮大，为产品升级、丰富产品矩阵提供了有力保障，也为更多热销产品提供了良好基础。报告期内，公司开发了“深海鳀鱼、蜂蜜味鹌鹑蛋、真有鱼豆干”等多项新品，完成了 10 项产品重点升级项目。

公司注重产品品质，加强源头管理与设计，进一步建立预防为主的全面质量管理体系。2023 年，公司获得由中国质量检验协会颁发的“全国产品和服务质量诚信领先品牌”“全国食品行业质量领先企业”等荣誉。

6.积极回报投资者，传递公司长期发展价值

公司重视全体投资者价值分享，上市以来积极回报投资者，2021 至 2023 年已累计分红金额达到 23,972.72 万元。本次 2023 年度利润分配预案中，公司拟分红金额 13,425.75 万元，达到公司报告期合并报表归属于母公司股东的净利润的 64.06%。

回购股份方面，公司报告期内两次使用自有资金通过集中竞价交易方式回购公司部分股份，用于实施股权激励计划及员工持股计划，激励核心团队。截至 2024 年 3 月，公司完成上述回购股份方案，共计回购 752 万股，占公司总股本 1.67%，回购资金总额 9,906.15 万元。

报告期内，公司实际控制人基于对公司长期发展的信心，以非公开发行认购方式完成增持公司股份 47,899,159 股，认购金额 2.85 亿元。同时承诺上市首发限售股解禁后 12 个月不进行减持，进一步向投资者传递信心，关注公司长期发展的价值。

证券代码：003000　　证券简称：劲仔食品　　公告编号：2024-026

劲仔食品集团股份有限公司 第二届董事会第二十次会议决议公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、董事会会议召开情况

1、劲仔食品集团股份有限公司（以下简称“公司”）第二届董事会第二十次会议由董事长周劲松先生召集，会议通知于 2024 年 3 月 17 日通过电子邮件、电话的形式送达至各位董事，董事会会议通知中包括会议的相关材料，同时列明了会议的召开时间、地点、内容和方式。

2、本次董事会于 2024 年 3 月 27 日在长沙市开福区万达广场 A 座写字楼 46 楼公司会议室召开，采取现场及通讯方式进行表决。

3、本次会议应出席董事人数 7 人，实际出席董事人数 7 人，无委托出席情况。

4、本次董事会由董事长周劲松先生主持，公司监事、高管列席了本次董事会。

5、本次会议的召开和表决程序符合《中华人民共和国公司法》等法律法规和《公司章程》的有关规定。

二、董事会会议审议情况

经与会董事认真审议并表决，一致通过了如下议案：

（一）《关于<2023 年度财务会计报告>的议案》

公司聘请的中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2023 年年度的财务数据进行了审计，并出具了标准无保留意见的《2023 年度审计报告》（众环审字（2024）1100003 号）。具体内容详见同日披露于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上的相关信息。

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

本议案已经公司第二届董事会审计委员会审议通过，审计委员会全体成员同意该议案。

本议案尚需提交公司 2023 年年度股东大会审议。

（二）审议通过《关于<2023 年度报告>及摘要的议案》

经审核，董事会认为公司 2023 年年度报告全文及其摘要真实、准确、完整地反映了公司的实际情况，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。《2023 年年度报告》全文及其摘要具体内容详见同日披露于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）的公告。

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

本议案已经公司第二届董事会审计委员会审议通过，审计委员会全体成员同意该议案。

本议案尚需提交公司 2023 年年度股东大会审议。

（三）审议通过《关于<2023 年度财务决算报告>的议案》

《2023 年度财务决算报告》具体内容详见同日披露于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）报告。

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

本议案已经公司第二届董事会审计委员会审议通过，审计委员会全体成员同意该议案。

本议案尚需提交公司 2023 年年度股东大会审议。

（四）审议通过《关于<2023 年度总经理工作报告>的议案》

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

（五）审议通过《关于<2023 年度董事会工作报告>的议案》

《2023 年度董事会工作报告》具体内容详见同日披露于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）报告。

公司现任独立董事刘纳新、陈慧敏、陈嘉瑞分别向董事会递交了《2023 年度独立董事述职报告》，并将在公司 2023 年年度股东大会上述职。

董事会依据独立董事出具的《独立董事独立性自查情况表》，编写了《董事会关于独立董事独立性情况的专项意见》。具体内容详见同日披露于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上的公告。

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

本议案尚需提交公司 2023 年年度股东大会审议。

（六）审议通过《关于公司使用闲置募集资金和自有资金进行现金管理的议案》

为提高资金使用效率，在确保不影响募集资金投资计划正常进行、资金安全及正常生产经营的情况下，公司（含子公司）拟使用最高额度不超过 2 亿元（含）的部分闲置募集资金及最高额度不超过 5 亿元（含）暂时闲置的自有资金进行现金管理，购买安全性高、流动性好的低风险投资产品（包括但不限于结构性存款、大额存单、定期存款、通知存款、协定存款等保本型产品）。授权期限自 2023 年年度股东大会审议通过之日起至 2024 年年度股东大会召开之日止。具体内容详见同日披露于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）《关于公司使用闲置募集资金和自有资金进行现金管理的公告》。

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

保荐机构民生证券股份有限公司关于上述事项出具了核查意见，披露于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）。

本议案尚需提交公司 2023 年年度股东大会审议。

（七）审议通过《关于公司 2023 年度利润分配预案的议案》

公司拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本（扣除拟回购注销的限制性股票及回购账户库存股）为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.0 元（含税）。截至 2024 年 3 月 27 日，公司现有股本 451,069,159 股，扣除回购账户 3,444,000 股，拟回购注销的限制性股票 100,000 股，以 447,525,159 股为基数计算，合计拟派发现金红利 134,257,547.70 元（含税）。本次现金分红占公司 2023 年度实现合并报表归属于母公司所有者的净利润的 64.06%。本次不进行资本公积金转增股本和送红股。若公司在实施权益分派的股权登记日前，公司回购专户持有的股份因股份回购、回购股份注销、员工持股计划受让回购股份完成非交易过户等原因而发生变动的，则公司以实施分配方案股权登记日时享有利润分配权的股份总额为基数（回购专户股份及拟回购注销的限制性股票 100,000 股不参与分配），按照每股分配比例不变的原则，相应调整分配总额。具体内容详见同日披露于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）《关于公司 2023 年度利润分配预案的公告》。

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

本议案尚需提交公司 2023 年年度股东大会审议。

（八）审议通过《关于申请银行综合授信的议案》

根据公司及各子公司的经营计划和发展战略，拟向商业银行申请总额不超过人民币 5 亿元综合授信（包括但不限于授信、短期借款、银行承兑汇票、信用证等），期限自公司本次董事会审议通过之日起一年内有效。

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

（九）审议通过《关于<2023 年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告>的议案》

《2023 年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》具体内容详见同日披露于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）的公告。

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

本议案已经公司第二届董事会审计委员会审议通过，审计委员会全体成员同意该议案。

中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）关于上述事项出具了《关于劲仔食品集团股份有限公司募集资金年度存放与实际使用情况鉴证报告》，保荐机构民生证券股份有限公司关于上述事项出具了核查意见，披露于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）。

本议案尚需提交公司 2023 年年度股东大会审议。

（十）审议通过《关于续聘会计师事务所的议案》

经公司第二届董事会审计委员会审核通过，董事会拟继续聘任中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）为公司 2024 年度财务审计机构和内控审计机构，聘期一年。具体内容详见同日披露于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）《关于续聘会计师事务所的公告》。

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

本议案已经公司第二届董事会审计委员会审议通过，审计委员会全体成员同意该议案，并提交了《董事会审计委员会对 2023 年度会计师事务所履职情况评估及履行监督职责情况的报告》，具体内容详见同日披露于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）报告。

本议案尚需提交公司 2023 年年度股东大会审议。

（十一）审议通过《关于公司董事会战略与发展委员会调整为董事会战略与 ESG 委员会并修订相关制度的议案》

为进一步完善公司治理结构，适应公司战略发展需要，推进公司 ESG（环境、社会与公司治理）工作，提升公司 ESG 管理水平，经研究，拟将“董事会战略与发展委员会”更名为“董事会战略与 ESG 委员会”，并将原《董事会战略与发展委会议事规则》更名为《董事会战略与 ESG 委员会议事规则》，同时在原有职责基础上增加相应 ESG 管理职责等内容，修订该委员会的议事规则部分条款。本次调整仅就该委员会名称和职责进行调整，其组成及成员职位不作调整。具体内容详见同日披露于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）《关于公司董事会战略与发展委员会调整为董事会战略与 ESG 委员会并修订相关制度的公告》。

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

（十二）审议通过《关于<2023 年度内部控制自我评价报告>的议案》

《2023 年度内部控制自我评价报告》具体内容详见同日披露于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）报告。

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

本议案已经公司第二届董事会审计委员会第十四次会议审议通过，审计委员会全体成员同意该议案。

中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）关于上述事项出具了《内部控制审计报告》，保荐机构民生证券股份有限公司关于上述事项出具了核查意见，披露于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）。

本议案尚需提交公司 2023 年年度股东大会审议。

（十三）审议通过《关于公司<2023 年度社会责任报告>的议案》

《2023 年度社会责任报告》具体内容详见同日披露于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）报告。

表决结果：7 票同意，0 票反对，0 票弃权。

（十四）审议通过《关于日常关联交易预计的议案》

公司及子公司湖南省博味园食品有限公司、北海市劲仔小蛋圆圆食品有限公司因生产经营需要，预计在 2024 年度将向关联