2019年
年度报告摘要

公司代码：603719　　公司简称：良品铺子

良品铺子股份有限公司

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 2019 年度实现的归属于本公司股东的净利润 340,354,071.37 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 2.55 元（含税），预计共分配利润 102,255,000.00 元（含税），占公司 2019 年度实现的归属于本公司股东的净利润 340,354,071.37 元的 30.04%，剩余未分配利润结转以后年度。2019 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@lppz.com	dongban@lppz.com

2 报告期公司主要业务简介

（一）公司的主要业务及产品公司主要从事休闲食品的研发、采购、销售和运营业务，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。公司的“高端战略”核心是满足儿童、时尚白领、年轻妈妈、Z 世代等不同细分市场的消费人群对营养健康的个性化需求，以及对办公室茶歇、时节送礼、聚会分享等不同购买任务和使用场景下的多样化需求，为消费者提供高品质、高颜值、高体验的休闲食品解决方案。截至报告期末，公司产品已有 1400 余款 SKU，覆盖肉类零食、坚果炒货、糖果糕点、果干果脯、素食山珍等多个品类，对手剥松子、猪肉脯、精选良品山核桃、虾夷扇贝、原生腰果、对对虾、迷你风干牛肉、菲律宾芒果干、鸡蛋干、榴莲干、脆冬枣、颗颗香葵瓜子等 12 款经典产品进行了高端化升级，系统地推出了大坚果、功能饼干、营养粉、良品健康梅、本色果干等若干高端系列产品，研发上线了多款儿童零食产品。公司的“高端零食”战略在报告期内已初显成效，以“高品质、高颜值、高体验”为核心追求的公司产品在国际上斩获了食品界五大奖项。2019 年 3 月，在英国大型的食品行业活动“国际食品饮料节”（The International Food & Drink Event，简称 IFE）上，公司的黑芝麻桑葚粉被 FoodBev Media 集团评选为最佳食品概念（Best food concept），成为 2019 年度“世界食品创新奖”（World Food Innovation Awards 2019）入围产品（FINALIST），见下图。2019 年 3 月和 4 月，公司“拾贰经典”高端礼盒分别荣获被誉为产品设计界奥斯卡的“iF 设计奖”（iF DESIGN AWARD）（下图第二排左 1）和意大利 A 设计（A’DESIGN AWARD）奖银奖（下图第二排右 1）。2019 年 6 月，公司 23 款产品分别荣获“蒙特奖（Monde Selection）”的 4 项金奖、13 项银奖和 6 项铜奖，见下图。2019 年 6 月，公司 8 款产品荣获国际风味评鉴所（International Taste Institute）评选的“顶级美味大奖”（SUPERIOR TASTE AWARD），见下图。报告期内，公司主营业务未发生变化。（二）公司的经营模式 1、品牌运营模式“高端零食”是公司的品牌定位，旨在满足不同细分市场的消费人群在不同生理状态下对营养健康的个性化需求、在不同购买任务下对不同使用场景的多样化需求，为之提供相应的休闲食品解决方案。“高端零食”的内涵包含三个方面，一是细分消费人群，要服务于注重产品品质、注重营养健康、追求生活享受的消费人群。二是为目标消费人群提供有营养健康价值的高品质食品，要根据消费需求制定产品结构，普遍地提高产品的原辅料、配方、生产工艺、保鲜储存等整个供应链的品质标准，对供应链进行系统性的升级。三是为目标消费人群在不同购买任务、不同使用场景下对休闲食品的多样化需求提供解决方案，做好产品的交付与体验。公司的品牌运营致力于向顾客传递高端零食的内涵，让顾客切实体验到营养健康、时尚颜值、口味正宗、极致新鲜的产品价值。为此，公司在报告期内采取了产品品质故事溯源、产品包装升级、五代店视觉形象升级、金奖品质覆盖消费触点、门店购物体验升级、签约高端形象代言人、明星互动、影视剧植入、助力物质文化遗产公益事业等一系列品牌运营活动。2、产品运营模式公司的产品运营模式是以公司战略意图、市场分析、顾客需求洞察为基础，以新品创新和成熟产品运营为核心，包含产品开发规划、单品企划设计、研发与开发、产品测试与试验、上市与交付、成熟运营、产品退市等七大业务流程，为做实“高端零食”战略、满足细分消费人群对休闲食品的不同需求提供有力支撑。3、供应链管理模式公司建立了以供应计划为调控枢纽，以物流管理为供应保障，以质量管理为安全保障，对产品的采购、仓储、物流、交付进行全流程控制和管理的供应链管理模式。在供应计划环节，公司会根据各渠道的销售历史与趋势预测，分期间对商品的销售和供应进行分解预测，制定采购计划，提升采购效率。在采购环节，公司与优秀供应商合作，采取锁定全球优质大宗原料等措施，保障产品质量，优化采购成本。公司还实施“以销定采”的模式精准地、有计划地采购定制和非定制的产品，极大地缩减库存周转率，保证产品达到消费者手上的新鲜度。在仓储物流环节，公司应用的 EWM 物流系统与各渠道的销售系统全面联通，公司在接受订单后，能够从最近的仓库以最优的方式进行订单物流交付。公司应用的 EWM 系统还与各物流承运商的系统实现了数据共享，使公司能够监控到每个订单的实时状态并对订单进行时效和异常管控。在产品质量保障方面，公司制定了完善的产品质量控制体系，通过供应商准入管理、供应商评估考核和淘汰管理、工厂质量管理、食品安全检测管理等监管措施保障全链路食品安全。4、销售模式报告期内，公司在已具优势的全渠道均衡发展基础上，进一步植入新零售，发力构建门店终端、电商平台、社区团购、移动 APP、O2O 外卖等多触点的全渠道销售模式，建立品牌和顾客交互的全方位触点，及时准确地响应消费者需求，智能推送与消费者需求相匹配的信息，向“不断接近终端、随时提供服务”的全渠道布局升级。（1）线下销售模式公司线下销售模式包括直营门店、加盟门店、O2O 外卖和大客户团购四大类。

类型	说明
直营门店	公司在线下市场开设良品铺子品牌的连锁式休闲食品专卖店，公司是门店的唯一投资方，门店的资产、负债、盈亏归属于公司，由公司统一管理，直接面向终端消费者销售商品。
加盟门店	公司许可加盟商使用公司的品牌资源、技术资源、运营资源在线下开设良品铺子品牌的休闲食品专卖店，加盟商是门店的投资者，门店的资产、负债、盈亏归属于加盟商。根据公司与加盟商签订的《特许经营合同》的约定，公司向加盟店提供商品和管理服务，加盟店向公司支付商品采购价款、特许经营费用。
O2O 外卖	以“门店+(移动)互联网”的方式，通过良品自营 App、美团、饿了么、京东、支付宝等 O2O 本地生活服务商向终端消费者开展外卖业务。消费者在 O2O 本地生活服务平台上选择就近门店下单后，门店通过平台配送服务交付商品给消费者。
大客户团购	接受企事业单位大批量采购或定制采购的订单，又可细分两种销售模式：(1)面向经销商的分销模式：公司向从事礼品经营活动的商家销售礼盒等商品，此类商家通过自己的销售渠道将商品出售给终端消费者。(2)面向终端大客户的直销模式：公司向有员工福利等消费需求的企事业单位出售大批量的或者定制化的组合产品，此类企事业单位不再转售公司产品，而是直接用于员工福利、客户馈赠等消费。

（2）线上销售模式

类型		说明
B2B	定义	B2B 在这里特指公司向电子商务企业出售商品的交易。在 B2B 模式下，电子商务企业向公司采购产品，再出售给线上购物的消费者。
	客户类型(1)电商平台客户	电商平台客户是指第三方电商平台。第三方电商平台作为产品的销售方向终端消费者出售商品。公司主要的电商平台客户包括京东自营、天猫超市等。
	客户类型(2)线上经销商	线上经销商是指在电商平台开设网店的商户。此类商户作为产品的销售方在第三方电商平台上向终端消费者出售商品。报告期内，公司为了简化渠道管理难度，已逐步停止了线上经销业务。
B2C	定义	B2C 是指公司通过自营电商平台或在第三方电商平台上开设直营网店，直接向终端消费者出售商品的交易。?
	渠道(1)平台旗舰店	公司在天猫、京东、微信商城等第三方电商平台开设自营的网店，接受消费者下单，直接向消费者出售商品。
	渠道(2)自营平台	公司拥有自建自营的“良品 App”，接受终端消费者下单购物，直接向终端消费者出售商品。“良品 App”已具备商品管理、订单支付、会员信息管理等功能，旨在为消费者打造操作便利、品类丰富的休闲食品移动端购买平台。

（三）公司所处行业的情况说明 1、公司所处的行业。公司主要从事休闲食品的研发、采购、销售和运营业务。根据中国证券监督管理委员会《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），公司所属行业为零售业（分类代码：F52）。2、行业发展趋势分析。（1）食品类商品消费支出将持续增加，优质企业规模增长空间巨大。2019 年，国务院办公厅发布的《关于加快发展流通促进商业消费的意见》（国办发〔2019〕42 号）提出，要推动流通创新发展，优化消费环境，促进商业繁荣，激发国内消费潜力。根据国家统计局于 2020 年 1 月 17 日公布的数据显示，按零售业态分，2019 年限额以上零售业单位中的超市、百货店、专业店和专卖店零售额比上年分别增长 6.5%、1.4%、3.2%和 1.5%，全国网上零售额 106324 亿元，比上年增长 16.5%。其中，实物商品网上零售额 85239 亿元，比上年增长 19.5%。在实物商品网上零售额中，吃、穿和用类商品分别比上年增长 30.9%、15.4%和 19.8%。按消费类型分，商品零售中的粮油、食品类和饮料类商品的全年零售总额绝对量均比上年增长超过 10%，合计达到 16624 亿元。逾万亿的市场容量为优质食品企业提供了巨大的规模上升空间。（2）“健康中国”战略引领休闲食品行业开启营养健康的品质升级。中共中央、国务院于 2016 年 10 月印发的《“健康中国 2030”规划纲要》提出，要制定、实施国民营养计划，深入开展食物（农产品、食品）营养功能评价研究，全面普及膳食营养知识，发布适合不同人群特点的膳食指南，引导居民形成科学的膳食习惯，推进健康饮食文化建设；要建立健全居民营养监测制度，对重点区域、重点人群实施营养干预，重点解决微量营养素缺乏、部分人群油脂等高热能食物摄入过多等问题，逐步解决居民营养不足与过剩并存问题；要加强对学校、幼儿园、养老机构等营养健康工作的指导。《“健康中国 2030”规划纲要》还提出，到 2030 年，居民营养知识素养明显提高，营养缺乏疾病发生率显著下降，全国人均每日食盐摄入量降低 20%，超重、肥胖人口增长速度明显放缓。积极促进健康与食品等产业融合，催生健康新产业、新业态、新模式。为贯彻落实《“健康中国 2030”规划纲要》，国务院办公厅于 2017 年 7 月印发的《国民营养计划（2017—2030）》（国办发〔2017〕60 号）提出，要以改革创新驱动营养型农业、食品加工业等行业转型升级，丰富营养健康产品供给，促进营养健康与产业发展融合；要充分发挥营养相关专业学术团体、行业协会等社会组织，以及企业、个人在实施国民营养计划中的重要作用，推动社会各方良性互动、有序参与、各尽其责，使人人享有健康福祉。为实施健康中国行动，国务院于 2019 年 7 月印发的《国务院关于实施健康中国行动的意见》（国发〔2019〕13 号）强调，合理膳食是健康的基础，提出要针对一般人群、特定人群和家庭加强营养和膳食指导，鼓励全社会参与减盐、减油、减糖，研究完善盐、油、糖包装标准，修订预包装食品营养标签通则，推进食品营养标准体系建设。数年来，“健康中国”战略已经从顶层设计迈入落地实施的进程中，势必推动休闲食品行业向健康优质的方向升级。公司的“高端零食”战略紧密切合“健康中国”的战略理念，坚持以“高品质”为产品核心价值，致力于满足不同细分市场的消费人群在不同生理状态下对营养健康的个性化需求、在不同购买任务下对不同使用场景的多样化需求，提供相应的休闲食品解决方案，符合休闲食品行业向注重食品卫生安全、食品营养健康升级的趋势。（3）社交零售对消费方式和销售贡献的影响愈发重要。休闲食品具有很强的社交属性，它的功能已不仅仅满足于食用，而且已经成为现代社会许多生活场景中的陪伴物、必需品。许多消费者在社交中获得商品信息，并且转发自己的购物链接或者购物体验。因此，休闲食品与顾客的交互触点愈发重要。社交零售是借助社交软件工具，以人为中心，社交为纽带的商业模式，依靠大数据技术，在社交软件上以短视频、直播、软文等热门形式面向细分人群提供以内容为核心的精准营销手段。在社交零售模式下，企业真正地以人为出发点，从经营商品向经营顾客价值转型。公司均衡的全渠道布局为公司在社交零售方面做出有益探索提供了坚实的基础。公司不依赖电商平台站内流量，而是从“站外”引流至“站内”，依托真切、丰富的传播内容，灵活运用微信、微博、小红书、抖音、直播、明星互动、影视剧植入、广告、导购等各种举措对消费人群实施精准营销，培育新的业务增长点。（4）消费升级大势之下，满足细分需求成为升级的突破口和品牌差异化的必由之路。休闲食品的消费人群具有人群范围广、消费周期长的特征。这决定了消费人群对休闲食品的需求一定是细分的。根据消费人群对不同营养健康、不同购买任务、不同使用场景的细分需求制定产品结构、产品标准、销售渠道和交互体验，是休闲食品行业转型升级的一个方向。3、公司行业地位良品铺子是全国驰名品牌，2019 年公司产品在全渠道各类终端（包括公司自营和非自营终端）的销售额达到 97.37 亿元，公司的全资控股子公司湖北良品铺子食品工业有限公司被农村农业部认定为第六批农业产业化国家重点龙头企业。公司研发的高端零食享誉国际，成为业内少有的荣获多项国际食品大奖的企业。公司还荣获了 2019 年彼得·德鲁克中国管理奖提名奖，成为国内零食行业首个获奖品牌，评选委员会认为，良品铺子是行业持续创新的数字化转型标杆，良品铺子把零食做到了品质化，把管理做到了活性化，把零售做到了数据化，追求品质第一，通过持续创新来激活组织和为顾客创造价值。公司在业内率先提出“高端零食”战略，将战略中心聚焦到细分消费需求、坚持并不断提高产品品质上，部署了“产品做实高端 + 传播做实高端 + 体验做实高端”三位一体的举措，要强化顾客对“良品铺子 = 高端零食、高端零食 = 良品铺子”的认知，要从同质化、价格战的传统竞争格局中抽身，顺应健康中国的社会发展大趋势和安全、营养、健康的行业转型路径，抢占高端零食市场，实现差异化发展。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

	2019 年	2018 年	本年比上年增减(%)	2017 年
总资产	3,831,694,633.59	3,182,760,457.56	20.39	2,955,600,830.42
营业收入	7,714,992,860.91	6,377,558,563.11	20.97	5,424,069,680.52
归属于上市公司股东的净利润	340,354,071.37	238,539,857.47	42.68	38,433,616.97
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	273,526,560.91	207,564,323.36	31.78	112,760,802.96
归属于上市公司股东的净资产	1,415,594,335.65	1,076,663,741.62	31.48	838,063,054.01
经营活动产生的现金流量净额	342,192,635.83	148,171,014.38	130.94	544,309,252.07
基本每股收益（元/股）	0.95	0.66	43.94	0.11
稀释每股收益（元/股）	0.95	0.66	43.94	0.11
加权平均净资产收益率(%)	27.30	24.92	增加 2.38 个百分点	9.65

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	1,832,679,496.12	1,671,822,880.35	1,955,165,040.92	2,255,325,443.52
归属于上市公司股东的净利润	109,198,670.48	86,000,914.70	119,220,087.67	25,934,398.52
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	76,237,185.22	80,087,452.45	111,885,864.33	5,316,058.91
经营活动产生的现金流量净额	71,659,367.53	127,735,089.94	148,916,159.10	-6,117,980.74

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)	11
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	28,596
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
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)	0

前 10 名股东持股情况

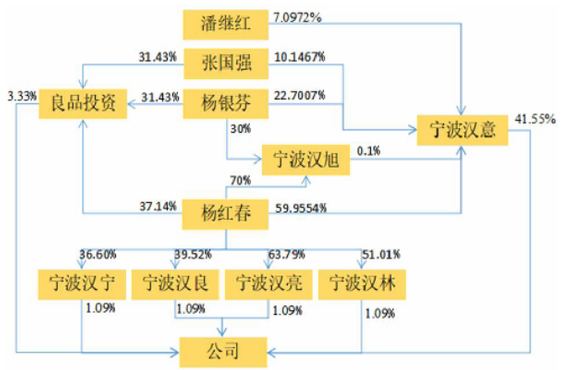
股东名称（全称）	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况 股份状态	质押或冻结情况 数量	股东性质
宁波汉意投资管理合伙企业(有限合伙)	0	149,575,594	41.55	149,575,594	无	0	境内非国有法人
达永有限公司	0	121,496,526	33.75	121,496,526	无	0	境外法人
珠海高瓴天达股权投资管理中心(有限合伙)	0	18,540,127	5.15	18,540,127	无	0	境内非国有法人
HH LPPZ (HK) Holdings Limited	0	18,000,144	5.00	18,000,144	无	0	境外法人
宁波艾邦投资管理有限公司	0	14,399,838	4.00	14,399,838	无	0	境内非国有法人
宁波良品投资管理有限公司	0	11,970,120	3.33	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	2.85	10,260,000	无	0	境内非国有法人
宁波汉宁倍好投资管理合伙企业(有限合伙)	0	3,939,413	1.09	3,939,413	无	0	境内非国有法人
宁波汉亮奇好投资管理合伙企业(有限合伙)	0	3,939,413	1.09	3,939,413	无	0	境内非国有法人
宁波汉林致好投资管理合伙企业(有限合伙)	0	3,939,413	1.09	3,939,413	无	0	境内非国有法人
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人代表人，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

报告期内，公司实现了营业收入及净利润的稳健增长。

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 公司对会计政策、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 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期保值》及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》等(以下合称“新金融工具准则”)，并于 2019 年颁布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6 号)及修订后的《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》(以下简称“非货币性资产交换准则”)和《企业会计准则第 12 号——债务重组》(以下简称“债务重组准则”)，公司已采用上述准则和通知编制 2019 年度财务报表。修订后非货币性资产交换准则及债务重组准则对本公司无显著影响，其他修订对公司合并财务报表及公司财务报表的影响列示如下：

1.一般企业报表格式的修改

(1)对合并资产负债表的影响列示如下：

单位：元　币种：人民币

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称	受影响的报表项目名称	
		2018 年 12 月 31 日	2018 年 1 月 1 日
公司将应收票据及应收账	应收账款	86,371,940.87	100,549,234.04
款项目分拆为应收账款项目和应收票据项目。	应收票据及应收账款	-86,371,940.87	-100,549,234.04
公司将应付票据及应付账	应付账款	697,267,334.41	568,663,010.07
款项目分拆为应付账款项	应付票据	692,873,840.46	896,925,196.58
目和应付票据项目。	应付票据及应付账款	-1,390,141,174.87	-1,465,588,206.65

(2)对公司资产负债表的影响列示如下：

单位：元　币种：人民币

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称	影响金额	
		2018 年 12 月 31 日	2018 年 1 月 1 日
公司将应收票据及应收账	应收账款	1,758,425.18	
款项目分拆为应收账款项目和应收票据项目。	应收票据及应收账款	-1,758,425.18	
公司将应付票据及应付账	应付账款	16,267,482.47	64,606.84
款项目分拆为应付账款项	应付票据	?	114,070,866.17
目和应付票据项目。	应付票据及应付账款	-16,267,482.47	-114,135,473.01

2、金融工具

根据新金融工具准则的相关规定，公司对于首次执行该准则的累积影响数调整 2019 年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额，比较财务报表未重列。于 2018 年 12 月 31 日及 2019 年 1 月 1 日，公司和本公司均没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

(1)于 2019 年 1 月 1 日，公司合并财务报表中金融资产按照原金融工具准则和新金融工具准则的规定进行分类和计量的结果对比表：

单位：元　币种：人民币

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值	列报项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	1,037,105,783.08	货币资金	摊余成本	1,037,105,783.08
应收账款	摊余成本	86,371,940.87	应收账款	摊余成本	86,371,940.87
其他应收款	摊余成本	64,646,995.61	其他应收款	摊余成本	63,223,518.27
其他流动资产	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	103,381,106.85	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	103,381,106.85
其他流动资产	摊余成本	155,000,000.00	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	155,000,000.00

于 2019 年 1 月 1 日，本公司财务报表中金融资产按照原金融工具准则和新金融工具准则的规定进行分类和计量的结果对比表：

单位：元　币种：人民币

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值	列报项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	52,949,302.49	货币资金	摊余成本	52,949,302.49
应收账款	摊余成本	1,758,425.18	应收账款	摊余成本	1,758,425.18
其他应收款	摊余成本	476,730,565.84	其他应收款	摊余成本	476,359,017.98

(2)于 2019 年 1 月 1 日，公司根据新金融工具准则下的计量类别，将原金融资产账面价值调整为新金融工具准则下的账面价值的调节表：

表 1：新金融工具准则下以摊余成本计量的金融资产

单位：元　币种：人民币

项目	账面价值	
	合并	公司
货币资金	1,037,105,783.08	52,949,302.49
2018 年 12 月 31 日		
减：转出至以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产(新金融工具准则)		
2019 年 1 月 1 日	1,037,105,783.08	52,949,302.49
应收款项(注释 1)	151,018,936.48	478,488,991.02
2018 年 12 月 31 日		
减：转出至以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产(新金融工具准则)		
重新计量：预期信用损失合计	-1,423,477.34	-371,547.86
2019 年 1 月 1 日	149,595,459.14	478,117,443.16
以摊余成本计量的金融资产合计（新金融工具准则）	1,186,701,242.22	531,066,745.65

注释 1：于 2018 年 12 月 31 日和 2019 年 1 月 1 日，应收款项余额包括应收账款和其他应收款等报表项目。

表 2：新金融工具准则下以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

单位：元　币种：人民币

项目	账面价值	
	合并	公司
交易性金融资产		
2018 年 12 月 31 日		
加：自其他流动资产转入(原金融工具准则)	258,381,106.85	
重新计量：由摊余成本计量变为公允价值计量		
2019 年 1 月 1 日	258,381,106.85	
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产合计(新金融工具准则)	258,381,106.85	

注释：于 2018 年 12 月 31 日，公司持有一项期限为 1 个月的结构性存款，合同约定保证本金，收益与 3 个月期限的上海银行间同业拆放利率挂钩。公司原将该结构性存款作为可供出售金融资产核算，列示为其他流动资产。公司执行新金融工具准则后，由于该合同整体的现金流量特征不符合基本借贷安排，故于 2019 年 1 月 1 日，公司将其重分类至以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，列示为交易性金融资产。

于 2018 年 12 月 31 日，公司持有一项期限为 34 天的理财产品，合同约定保本保证收益。公司原将该理财产品列示为其他流动资产。公司执行新金融工具准则后，由于该合同整体的现金流量特征不符合基本借贷安排，故于 2019 年 1 月 1 日，公司将其重分类至以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，列示为交易性金融资产。

(3)于 2019 年 1 月 1 日，公司将原金融资产减值准备为按照新金融工具准则规定的损失准备的调节表：

单位：元　币种：人民币

计量类别	按原金融工具准则计提的损失准备	重分类	重新计量	按照新金融工具准则计提的损失准备
以摊余成本计量的金融资产—				
应收账款减值准备	4,579,248.69			4,579,248.69
其他应收款减值准备	3,465,288.89		1,423,477.34	4,888,766.23
合计	8,044,537.58		1,423,477.34	9,468,014.92

于 2019 年 1 月 1 日，本公司将原金融资产减值准备为按照新金融工具准则规定的损失准备的调节表：

单位：元　币种：人民币

计量类别	按原金融工具准则计提的损失准备	重分类	重新计量	按照新金融工具准则计提的损失准备
以摊余成本计量的金融资产—				
应收账款减值准备	92,548.69			92,548.69
其他应收款减值准备	518,206.24		371,547.86	889,754.10
合计	610,754.93		371,547.86	982,302.79

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 2019 年 12 月 31 日，本公司合并财务报表范围内子公司如下：

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	杭州临安良品铺子食品有限公司
10	武汉好利福食品有限责任公司
11	深圳良品铺子食品有限公司
12	陕西良品铺子食品有限公司
13	江苏良品铺子食品有限公司
14	重庆良品铺子食品有限公司
15	宁波良品铺子食品商贸有限公司
16	广东良品铺子食品有限公司
17	湖北尚壹食品生态科技有限公司
18	广西良品铺子食品有限公司
19	浙江良品铺子食品有限公司
20	安徽良品铺子食品有限公司
21	上海良品铺子食品有限公司
22	福建良品铺子商贸有限公司
23	云南良品铺子食品有限公司

良品铺子股份有限公司

法定代表人：杨红春

2020 年 4 月 26 日

证券代码：603719　　证券简称：良品铺子　　公告编号：2020-014

良品铺子股份有限公司
关于使用部分闲置募集资金进行现金管理的公告

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。

重要内容提示：

委托理财受托方：商业银行等金融机构

委托理财金额：良品铺子股份有限公司（以下简称“公司”）拟使用不超过人民币 25,000.00 万元（含本数）的闲置募集资金进行现金管理。该额度在授权期限内可滚动使用。

委托理财产品类型：选择适当时机，阶段性投资安全性高、流动性好、具有合法经营资格的金融机构销售的保本型的理财产品或存款类产品，单项产品期限最长不超过 12 个月。

委托理财授权期限：自公司第一届董事会第十八次会议审议通过之日起 12 个月内有效。

履行的审议程序：2020 年 4 月 26 日，公司第一届董事会第十八次会议和第一届监事会第十三次会议审议通过了《关于使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》，同意公司以不超过人民币 25,000.00 万元（含本数）的暂时闲置募集资金进行现金管理，并由董事会授权董事长在上述使用额度范围内，行使决策权及签署相关合同文件或协议等资料，公司管理层组织相关部门具体实施。独立董事发表了同意的独立意见。

一、委托理财概述

（一）委托理财目的：提高资金使用效率，获得一定的投资收益，进一步提升公司整体业绩水平，为公司和股东谋取更多的投资回报。

（二）资金来源

1、资金来源：公司委托理财的资金为公司部分闲置募集资金。

2、使用闲置募集资金委托理财的情况

根据中国证券监督管理委员会《关于核准良品铺子股份有限公司首次公开发行股票的批复》（证监许可 [2019]3000 号），公司向社会公开发行人民币普通股（A 股）4100 万股，发行价格为人民币 11.90 元 / 股，共募集资金总额为 487,900,000.00 元，扣除发行费用后，募集资金净额为人民币 420,873,181.81 元。

为规范公司募集资金管理，保护投资者权益，公司、公司的保荐机构广发证券股份有限公司与两家募集资金专户开户银行交通银行股份有限公司武汉东西湖支行、中国农业银行股份有限公司武汉硚口支行分别签署了《募集资金专户存储三方监管协议》，开设了募集资金专项账户，对募集资金实行专户存储。

普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）审验了公司截止 2020 年 2 月 18 日止因在境内首次公开发行人民币普通股 A 股股票募集资金而新增的注册资本和股本情况，于 2020 年 2 月 19 日出具了普华永道中天验字(2020)第 0103 号《验资报告》。

截至 2020 年 3 月 31 日，募集资金尚未投入募投项目，收到的募集资金存款利息扣除银行手续费的净额为 118,180.90 元，募集资金余额为 420,991,362.71 元。

（三）委托理财额度：公司拟使用不超过人民币 25,000 万元（含本数）的闲置募集资金进行现金管理，在上述额度内，资金可以循环滚动使用。

（四）委托理财产品类型：选择适当时机，阶段性投资安全性高、流动性好、具有合法经营资格的金融机构销售的保本型的理财产品或存款类产品，单项产品期限最长不超过 12 个月。

（五）委托理财授权期限：自董事会审议通过之日起 12 个月内有效。

（六）实施方式：由董事会授权董事长在上述使用额度范围内，行使决策权及签署相关合同文件或协议等资料，公司管理层组织相关部门具体实施。

（七）关联关系说明：公司与理财产品的发行主体不得存在关联关系。

二、风险控制措施

（一）公司购买银行理财产品时，选择适当时机，阶段性投资安全性高、流动性好、具有合法经营资格的金融机构销售的保本型的理财产品或存款类产品，单项产品期限最长不超过 12 个月。

（二）公司财务部门建立投资台账，及时分析和跟踪产品的净值变动情况，如评估发现存在可能影响公司资金安全的风险因素，将及时采取相应措施，控制投资风险。

（三）独立董事、监事会有权对资金使用情况进行监督与检查，必要时可以聘请专业机构进行专项审计。

（四）公司内部审计机构负责对产品进行全面检查，并根据谨慎性原则，合理地预计各项投资可能的风险与收益，向董事会审计委员会定期报告。

（五）公司将