

长江商报奔腾新闻记者 江楚雅

“泡凤爪大王”有友食品(603697.SH)的激励计划折戟。

2月6日晚间，有友食品宣布，公司拟终止实施2021年限制性股票激励计划并回购注销部分限制性股票。上市公司称，终止该激励计划的主要原因在于其2022年度的营业收入预计“不达标”。

据了解，有友食品提出的激励计划首次授予的限制性股票解除限售期的相应考核年度为2021-2023年三个会计年度，每个会计年度考核一次，以2020年营业收入(10.93亿元)为基数，公司2021年-2023年的营业收入增长率目标值分别为15%、33%、55%。

而有友食品2022年年度业绩预告显示，公司预计2022年度实现营业收入约10.2亿元，同比下降16.29%左右。有友食品表示，受国内外严峻复杂的宏观形势以及多重超预期因素影响，经济运行呈现持续放缓态势，消费市场供需两端严重承压，导致本期营业收入同比下降；政府补助及投资收益同比下降约72.21%，导致本期非经常性损益同比减少约73.77%。

长江商报奔腾新闻记者注意到，有友食品业绩早已亮起“红灯”，公司净利润已经连续四年下降。财报显示，2019年至2021年，有友食品的营收分别为10.08亿、10.93亿、12.2亿，同比增减-8.44%、8.4%、11.62%；归母净利润分别为1.79亿、2.26亿、2.2亿，同比增减0.48%、26.12%、-2.65%。

而在最新的业绩预告中，公司预计2022年度实现归母净利润约1.52亿元，同比下降31.05%左右；预计实现扣非后的净利润为1.39亿元，同比下降19.62%左右。

业绩持续下滑与公司单一产品占比过高有很大关系。资料显示，有友食品主要业务为泡卤风味休闲食品的研发、生产和销售，经过多年业务发展已逐步形成以泡椒凤爪为主，猪皮晶、豆干、花生、竹笋等为辅的泡卤风味休闲食品系列，其中泡椒凤爪为公司的主导产品。

近三年，泡椒凤爪一直是公司主要营收来源，营收分别为8.44亿、9.13亿、9.61亿，营收占比分别为83.73%、83.67%、80.52%。

为寻找新的业绩增长点，有友食品欲入局预制菜赛道。

目前，有友食品已在官网公开了预制菜系列，面向学生群体、都市白领、美食达人等受众，推出了包含预制卤菜、预制凉菜两个种类18道预制菜。公司先后投入数千

万元在上海、杭州购置办公楼、设立子公司，储备数十个预制菜品种，以预制菜为抓手，全力拓展华东市场，为公司下一步的发展带来新的突破口。

业内认为，隔行如隔山，有友食品入局预制菜有优势也有劣势，但劣势更为明显。在上下游、供应链、渠道等方面，和以上部分老牌大型上市企业相比还有一定差距，如果没有超强的能力去进行多元化，前景并不明朗。