

证券代码：001215

证券简称：千味央厨

公告编号：2025-027

# 郑州千味央厨食品股份有限公司

## 2024 年年度报告摘要

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、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

公司计划不派发现金红利，不送红股，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	千味央厨	股票代码	001215
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	无		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	曹原春	陈艳	
办公地址	河南省郑州高新区郑州高新企业加速器产业园 D9-3 栋	河南省郑州高新区郑州高新企业加速器产业园 D9-3 栋	
传真	0371-56978831	0371-56978831	
电话	0371-56978875	0371-56978875	
电子信箱	zqb@qwyc.pro	zqb@qwyc.pro	

#### 2、报告期主要业务或产品简介

公司主要为餐饮企业提供定制化、标准化的预制半成品。2024 年公司实现营业收入 18.68 亿元，同比下降 1.71%；实现归母净利润 0.84 亿元，同比下降 37.67%。不考虑股权激励的影响，公司 2024 年归母净利润为 1 亿元，同比下降

31.99%（2024 年公司因股权激励产生费用 952.21 万元，考虑当期所得税及解禁后可抵扣所得税影响，股权激励事项对净利润的影响金额为 1,676.91 万元）。报告期内，受市场竞争环境影响，公司经营业绩承压。

从产品上看，公司主营的预制半成品按照传统的加工方式可分为油炸类、烘焙类、蒸煮类、菜肴类及其他四大类。四大品类销售收入增幅如下表所示：

单位：万元

产品类型	2024 年	2023 年	同比变动
油炸类	76,688.05	87,021.24	-11.87%
烘焙类	34,006.70	35,525.51	-4.28%
蒸煮类	39,279.57	37,265.32	5.41%
菜肴类及其他	35,964.87	29,517.57	21.84%
合计	185,939.19	189,329.64	-1.79%

报告期内，下游客户为积极应对市场竞争调整产品及采购策略，同时受产品生命周期影响，部分传统产品更新迭代，而新品处于上市初期，市占率尚不及传统产品。受此影响，公司油炸类核心单品主食油条、芝麻球、春卷以及烘焙类单品蛋挞皮均出现销售收入下滑情况，因该等单品在各自品类中占比较大，导致油炸类产品和烘焙类产品销售收入同比出现下滑；蒸煮类产品销售收入同比有所上升主要原因是公司咸包产品在报告期内增幅较大，同时子公司味宝食品自 2023 年 4 月起纳入公司合并报表范围，而 2024 年完整纳入合并报表，因计算周期差异等导致上期基数较低；菜肴类以及其他销售收入增幅较大，主要是公司在预制菜产品上通过优化选品、加大新品研发，在市场上快速放量带来的积极影响。

近年来速冻食品市场结构发生较大变化，餐饮业连锁化趋势的快速推进对标准化餐饮食材的需求显著增长、冷冻调理菜肴类市场迅猛发展、烘焙甜品类市场持续扩容，为更精准地掌握市场变化，更好地满足不同餐饮场景客户需求，报告期内公司按照产品类别并结合餐饮行业特性，对产品分类进行了基于菜单结构的重新划分，将产品划分为主食类、小食类、烘焙甜品类、冷冻调理菜肴类及其他四大类。新分类产品销售收入及变动情况如下：

单位：万元

产品类型	2024 年	2023 年	同比变动
主食类	91,366.49	98,115.04	-6.88%
小食类	43,871.77	50,888.36	-13.79%
烘焙甜品类	36,532.02	36,531.60	0.00%
冷冻调理菜肴类及其他	14,168.91	3,794.64	273.39%
合计	185,939.19	189,329.64	-1.79%

上述分类中，主食类产品主要为油条、蒸煎饺、咸包、象形面点、烧麦、水饺、汤圆、糕类、八宝饭等；小食类产品主要为芝麻球、地瓜丸、春卷、糍粑、粉面粥、饼类、其他油炸产品等；烘焙甜品类主要为蛋挞类、丹麦类、派类、曲奇类等；冷冻调理类及其他主要为爪类、鸡肉调理类、猪肉调理类、蔬菜制品等。

从生产模式看，公司生产模式主要分为通用品生产和定制品生产。其中，通用品主要为公司根据市场需求自主开发的产品，面向全体 B 端客户销售，一般通过经销商渠道在中、小 B 端实现放量，属于产品导向，主要由公司自产，少量对外委托加工。定制品主要是与大 B 客户联合研发或根据客户要求做工艺定制、包装定制，先有定制客户，再有定制产品，业务模式是以定制客户为基础和核心，企业与定制客户之间是一种紧密型的客户关系。定制生产模式围绕大 B 端需求出发，提供针对性的解决方案，属于服务导向。

从销售模式看，公司作为国内知名的餐饮速冻面米制品供应商，主要为连锁餐饮企业、团餐、酒店、宴席及新零售自有品牌提供定制化和标准化的速冻面米制品，公司主要采取直营和经销两种模式进行销售。公司对经销客户主要销售通用品，对直营客户主要销售定制品。

报告期内受经济形势变化及餐饮市场竞争结构变化的影响，公司经销商模式同比有所下滑，直营模式增速也有所放缓。公司按销售模式分类收入构成如下表所示：

单位：万元

分类	2024 年	2023 年	同比变动
直营	80,880.49	77,519.11	4.34%

经销	105,058.69	111,810.53	-6.04%
合计	185,939.19	189,329.64	-1.79%

直营模式是公司和部分餐饮企业客户直接签约、直接合作的销售模式，客户主要是全国性的品牌连锁餐饮企业，如百胜中国、海底捞、华莱士、老乡鸡、盒马、九毛九、三米、曼玲等。公司针对该类客户的消费群体及菜单提供产品设计、产品开发、产品销售、技术支持、干线物流运输以及后续服务，以建立长期合作的同盟关系。公司与餐饮客户定期研讨产品升级方向，调整供应产品的配方、口感、包装等要素，共同讨论解决方案及新品提案，同时对产品的后续加工条件、餐饮企业的后厨布局设计提供建议。2024 年公司加大对大客户的服务力度，截至 2024 年 12 月底，公司大客户（合并关联方后）数量为 173 家，2023 年底同口径大客户数量为 159 家，同比增加 8.81%。另外公司积极开发潜力餐饮客户，2024 年公司直营模式销售额为 80,880.49 万元，同比增幅为 4.34%。公司核心五大直营客户及其销量如下：

单位：万元

序号	客户名称	2024 年	2023 年	同比变动
1	客户一及其关联方	36,067.50	40,401.70	-10.73%
2	客户二及其关联方	11,125.93	13,123.03	-15.22%
3	客户三及其关联方	10,319.26	6,803.03	51.69%
4	客户四	2,159.59	731.04	195.42%
5	客户五	1,910.82	475.30	302.02%
	合计	61,583.10	61,534.10	0.08%

经销模式是公司通过经销商作为渠道向中小餐饮企业、团餐、酒店等实现产品供应的模式。由于各个中小餐饮企业门店较为分散，公司通过经销商渠道向这些中小门店提供产品和服务。公司向经销商的销售均为买断式销售，即公司向经销商销售后公司产品所有权的主要风险和报酬已转移至经销商，经销商在公司销售指导价格的基础上自行定价销售。

报告期内，餐饮消费整体更趋于理性，消费者对性价比追求愈发强烈，为了迎合消费者对性价比的追求，导致诸多餐饮企业纷纷选择降价以吸引顾客，同时逐步向供应链压价以谋求利润，这对以餐饮为核心业务的公司形成较大压力。面临激烈的市场竞争，公司采取了积极的应对措施。首先，公司增加了销售市场的人员投入，持续推行厂商联合项目制服务模式，合力出击，协助经销商拓展当地的各类渠道用户，开拓网点，推广新品，增加销量。以项目制为契机，协助经销商提升内部管理水平，提高组织力，充分调动经销商团队成员的积极性；其次，推行全国大单品策略，公司在区域试销成功的产品中选择有市场潜力、区域局限小、适销场景广、有制造优势和品牌优势的产品予以全国推广，设定清晰目标，公司团队联合经销商团队，首选向当地优势渠道推介议入，动销支持，全力打造大单品；第三，通过组织经销商参与重点行业展会、专业奖项申报评选、样板点用户建设、广宣氛围营造、旺季市场攻坚活动、试吃推广活动等各种措施，助力渠道深耕，助推战略产品的推广与销售。电商渠道以旗舰店为引领，采取组合推广模式，探索线上爆品打造，利用线上的流量增加品牌及品类曝光，实现产品的线上爆量、线下同步联动的互相赋能的销售模式；同时，公司在原来的优势渠道餐饮类 B 端客户的基础上，结合 KA 商超调改的行业趋势，协助经销商扩充商超熟食区的产品销售。

### 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

单位：元

	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减	2022 年末
总资产	2,321,700,806.89	1,808,845,786.41	28.35%	1,586,996,823.05
归属于上市公司股东的净资产	1,821,905,616.31	1,215,141,748.77	49.93%	1,060,554,150.45
	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	1,868,335,612.34	1,900,827,912.66	-1.71%	1,488,620,587.63
归属于上市公司股东的净利润	83,692,913.76	134,273,878.54	-37.67%	102,164,243.42

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	82,848,010.89	122,858,160.71	-32.57%	96,592,696.56
经营活动产生的现金流量净额	132,808,258.87	198,865,255.86	-33.22%	210,622,312.39
基本每股收益（元/股）	0.87	1.58	-44.94%	1.2
稀释每股收益（元/股）	0.87	1.56	-44.23%	1.18
加权平均净资产收益率	4.80%	11.90%	-7.10%	10.16%

(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	463,496,417.64	428,782,482.23	471,648,722.59	504,407,989.88
归属于上市公司股东的净利润	34,575,081.72	24,753,001.21	22,226,564.65	2,138,266.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	33,673,861.29	25,046,198.09	22,681,159.32	1,446,792.19
经营活动产生的现金流量净额	-77,998,882.92	26,913,436.04	46,612,605.38	137,281,100.37

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	16,374	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	16,430	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	
共青城城之集企业管理咨询有限公司	境内非国有法人	40.18%	39,882,000	0	质押	4,500,000	
深圳网聚投资有限责任公司	境内非国有法人	3.23%	3,207,633	0	不适用	0	
全国社保基金四一一组合	其他	1.17%	1,163,800	0	不适用	0	
招商银行股份有限公司－工银瑞信圆兴混合型证券投资基金	其他	1.11%	1,100,777	0	不适用	0	
青岛城投城金控股集团有限公司	国有法人	1.09%	1,080,380	0	不适用	0	
全国社保基金四一三组合	其他	0.87%	866,000	0	不适用	0	
刘方	境内自然人	0.75%	744,523	0	不适用	0	
中国建设银行股份有限公司－汇添富消费行业混合型证券投资基金	其他	0.71%	700,031	0	不适用	0	
汇添富基金管理股份有限公司－社保基金 17021 组合	其他	0.55%	544,474	0	不适用	0	
北京建元时代投资管理中心（有限合伙）	境内非国有法人	0.50%	500,000	0	不适用	0	

上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，公司未知其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

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

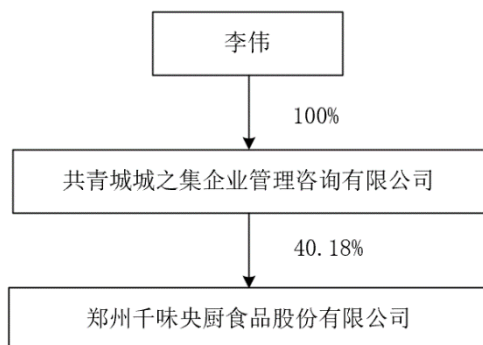
适用 不适用

(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

不适用

郑州千味央厨食品股份有限公司

董事会

2025 年 4 月 26 日