

# 天津桂发祥十八街麻花食品股份有限公司

## 2025 年度董事会工作报告

2025 年度公司董事会严格按照《公司法》《证券法》等法律法规的相关规定，在全体股东的支持下，积极推进全国市场开拓和数字化建设，顺利完成监事会改革、优化治理结构，为公司长远发展蓄势聚力。现将 2025 年度董事会工作情况报告如下：

### 一、2025 年度公司情况回顾

#### （一）主要经营数据

2025 年，受消费群体需求及购买力不足、行业竞争加剧的影响，公司实现营业总收入 4.71 亿元，同比下降 4.93%，归属于上市公司股东的净利润亏损 2,452.53 万元。截至 2025 年 12 月 31 日，公司总资产 9.57 亿元，归属于上市公司股东的所有者权益 8.66 亿元，分别较去年期末下降 5.00%、5.85%。

#### （二）重点经营工作情况

##### 1. 市场开拓稳步推进

直营渠道在天津区域持续拓展重点交通枢纽、热门商圈，并尝试开设茶饮主题新店，结合健康茶饮及特色烘焙，打造特色消费空间；在河北雄安新区开设门店，展示品牌形象、开发新市场。

经销渠道加大旅游景区销售网点营销活动和旅游酒店渠道的铺设力度，新设河北销售子公司，深入河北省拓展市场，同时聚焦山东、山西、河南，扩大销售布局。电商渠道全年引流促销活动密集开展，渠道收入保持较高增长。

海外业务设立事业部，制定拓展计划，子品牌王记麻花已取得 HALAL 国际认证，完成目标国家资质许可认证、部分跨境电商平台初步对接、品牌海外宣传准备等前期工作，按照拓展计划重点开发东南亚地区。

##### 2. 数字化建设上线运营

数字化项目已完成子公司 SAP ERP 管理系统上线，在空港生产基地率先实现生产端的智能化升级，完成数据迁移、全员培训及应用预案准备等，后续将实施

生产计划全链条管理的精细化监控和跟踪，为下一步细化成本核算、促进生产节约做好技术准备。

### **3. 紧跟市场特点推新品**

落实产品休闲化战略，通过改进生产工艺、优化产品包装等，推出“四季款”“麻酥酥”系列休闲麻花新品；为电商渠道定制专供礼盒、零食礼包等，以自产、OEM 结合方式，加大上新力度，灵活匹配电商需求；紧抓天津上合峰会热点推出“和合”系列产品、“天蕴津彩—津桥系列”天津特色旅游特产礼盒等，多系列产品包装焕新，同时推出冰箱贴、钥匙链等配套周边文创产品，丰富优化产品、增添趣味性。

### **4. 品牌声誉进一步提升**

凭借深厚的品牌文化、国家非遗特色工艺以及过硬的产品质量，公司为达沃斯、上合峰会等大型活动提供会务服务、产品支持，受到活动参与者的喜爱和主办方的赞誉；以“老字号品牌”+“津味文化”构筑品牌营销，制作发布品牌宣传视频、多平台宣传，线下开展非遗文化活动，品牌关注度、影响力进一步提升，并被工业和信息化部评为“首批中国消费名品”。

## **（三）公司治理与规范运作情况**

### **1. 调整公司治理结构，全面完善公司治理**

报告期内，根据《公司法》《上市公司治理准则》《上市公司章程指引》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》等相关法律法规的要求及其修订，调整公司治理结构，全面梳理公司治理相关制度，对《公司章程》、各项议事规则及相关管理办法和细则共计 20 余项制度进行修订、整合、细化，制定董事、高级管理人员薪酬管理制度和离职制度，推动公司治理体系的动态完善与更新，确保审计委员会顺利承接监事会职能，筑牢公司规范运作根基，提升公司治理水平。

### **2. 顺利完成董事补选**

2025 年，鉴于对公司治理结构的调整，分别经公司 2025 年第一次临时股东会、公司第三届十七次职工代表大会审议通过，补选何楨为公司第五届董事会独立董事、宋俐凝为第五届董事会职工董事，同时增加审计委员会、战略委员会成员，强化审计委员会审计、监督力量，确保董事会运作更加合理规范，决策更加

科学。

### 3. 提高信息披露质量

2025年，董事会始终坚持规范、透明、高效的信息披露原则，严格遵循《上市公司信息披露管理办法》及交易所相关规则，按时、及时发布定期报告及各类临时公告，积极回应投资者关切，保障信息披露的及时、准确、完整。报告期内，根据最新监管要求，修订公司《信息披露管理办法》，对照制度自查自纠，持续提升信息披露质量，切实保障投资者合法权益。

### 4. 加强投资者关系管理

公司董事会高度重视投资者关系管理工作，严格按照法律法规及公司《投资者关系管理办法》等相关规定，持续通过投资者热线、互动易平台、邮箱等多种渠道保持与投资者的日常交流。通过举行年度、半年度业绩说明会及投资者现场交流活动，围绕投资者关心的公司治理、发展战略、经营状况等事项与投资者进行了充分交流，有效传递了公司发展愿景和经营理念，增进了公司与投资者之间的良性互动关系。公司积极将自身消费品特色与资本市场有机结合，利用重点门店、文化馆广泛开展专题特色投保活动；在“第六届全景投资者关系金奖”评选活动中荣获“杰出IR公司”“杰出中小投资者关切奖”。

## 二、公司董事会日常工作情况

### （一）董事会运行情况

2025年，公司董事会认真履职，严格按照《公司法》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》等法律法规和《公司章程》等的规定审慎行使权力，全年共召开5次董事会会议，会议的召集和召开程序符合相关法律、法规的规定，召开具体情况如下：

1. 2025年3月28日，公司召开了第五届董事会第五次会议，审议通过：

- （1）《2024年度总经理工作报告》；
- （2）《2024年度董事会工作报告》；
- （3）《2024年度财务决算报告》；
- （4）《2025年度财务预算报告》；
- （5）《2024年度内部控制评价报告》；

- (6) 《2024 年度募集资金存放与使用情况专项报告》；
- (7) 《公司 2024 年度非经营性资金占用及其他关联资金往来、对外担保情况说明》；
- (8) 《2024 年度利润分配预案》；
- (9) 《2024 年年度报告及摘要》；
- (10) 《董事会审计委员会对会计师事务所 2024 年度履职情况评估及履行监督职责情况的报告》；
- (11) 《关于聘请 2025 年度审计机构的议案》；
- (12) 《关于高级管理人员 2025 年度薪酬方案的议案》；
- (13) 《关于使用暂时闲置自有资金购买短期理财产品的议案》；
- (14) 《关于变更经营范围并修订〈公司章程〉的议案》；
- (15) 《关于提议召开 2024 年年度股东大会的议案》。

2. 2025 年 4 月 28 日，公司召开了第五届董事会第六次会议，审议通过《2025 年第一季度报告》。

3. 2025 年 8 月 8 日，公司召开了第五届董事会第七次会议，审议通过：

- (1) 《2025 年半年度报告及摘要》；
- (2) 《公司 2025 年半年度非经营性资金占用及其他关联资金往来、对外担保情况说明》。

4. 2025 年 10 月 28 日，公司召开了第五届董事会第八次会议，审议通过：

- (1) 《2025 年第三季度报告》；
- (2) 《关于子公司续租控股股东房产暨关联交易的议案》。

5. 2025 年 11 月 12 日，公司召开了第五届董事会第九次会议，审议通过：

- (1) 《关于增加经营范围、调整公司治理结构并修订〈公司章程〉的议案》；
- (2) 《关于修订、制定及废止公司部分制度的议案》；
- (3) 《关于增补独立董事的议案》；
- (4) 《关于增补调整董事会专门委员会委员的议案》；
- (5) 《关于提请召开 2025 年第一次临时股东会的议案》。

## **(二) 董事会组织召开股东会并执行股东会决议情况**

报告期内，公司共召开 2 次股东会，审议通过年度报告、利润分配、聘请审

计机构、公司治理结构调整、修订《公司章程》及相关治理制度等重大事项。董事会严格履行职责，根据《公司法》《证券法》《公司章程》等要求，规范组织召开股东会，严格按照股东会的决议和授权，认真执行公司股东会通过的各项决议。

### **（三）董事会各专门委员会履职情况**

公司董事会下设四个专门委员会，分别为战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、审计委员会。各委员会严格依据《公司法》《公司章程》等及各专门委员会工作细则规范运作，就相关事项进行研究、讨论，提出意见和建议，为董事会科学决策提供参考。

#### **1. 战略委员会**

公司战略委员会根据《公司法》《公司章程》《董事会战略委员会工作细则》及其他相关规定，积极履行职责，深入分析外部环境，针对消费市场的变化特点，结合行业发展状况和公司实际情况，对 2025-2027 年度发展战略作出规划，确立了以“渠道拓展覆盖广阔市场、数字化转型提升管理效能”的战略主线，并制定一系列具体措施，指引公司在激烈的市场竞争中稳步发展。

#### **2. 薪酬与考核委员会**

2025 年，薪酬与考核委员会积极履职尽责，严格按照《公司法》《公司章程》《董事会薪酬与考核委员会工作细则》及其他相关规定，制定、审查公司董事、高级管理人员的薪酬政策与方案，制定董事、高级管理人员的考核标准并进行考核，同时对薪酬方案执行情况进行监督。报告期内，董事会薪酬与考核委员会召开了 3 次会议，制定并审议了高级管理人员 2025 年度薪酬方案，根据法律法规的要求、结合公司实际情况，制定了《董事、高级管理人员薪酬管理制度》，并组织董事、高级管理人员 2025 年度履职评价和绩效考评，绩效考评符合业绩联动的要求。公司董事、高级管理人员具体薪酬情况以及 2026 年度薪酬方案详见公司披露的《2025 年年度报告》及相关公告。

#### **3. 提名委员会**

提名委员会根据《公司法》《公司章程》《董事会提名委员会工作细则》及其他相关规定规范运作。报告期内董事会提名委员会共召开 2 次会议，对 2024 年度提名委员会工作作出总结，审议补选第五届董事会董事等事项，严格审查候

选人任职资格，保证选聘程序合法合规。

#### **4. 审计委员会**

审计委员会根据《公司法》《公司章程》《董事会审计委员会工作细则》及其他相关规定勤勉履职，并按照公司治理结构调整的要求承接监事会职能。报告期内，董事会审计委员会共召开7次会议，就公司定期报告、选聘会计师事务所、审计工作计划及总结、内部审计报告、修订公司内部控制、内部审计及财务管理制度等事项进行了审议；严格按照相关法律法规规定，审核公司的财务信息及披露，监督及评估内外部审计工作，协调内部审计与外部审计，监督及评估公司内部控制，保证公司规范运作。

#### **（四）独立董事履职情况**

报告期内，公司独立董事均根据相关法律法规及《公司章程》《独立董事工作制度》《独立董事专门会议制度》等要求，认真履行职责，积极出席董事会及股东会，认真审议各项议案，有效发挥参与决策、监督制衡、专业咨询作用。

此外，独立董事通过召开独立董事专门会议、走访考察、听取管理层汇报等形式，积极主动了解公司生产经营情况，运用自身专业知识，结合市场情况和公司实际，为公司提出诸多切实可行的建议；对关联交易事项进行严格审查，保证交易公允和决策科学；年度审计工作期间，与公司财务部门、内外部审计机构保持有效沟通；积极参加公司业绩说明会、主动公开邮箱，倾听中小股东声音，保护中小股东合法权益；按时完成证监局、上市公司协会等举办的各项专业培训，持续提升专业素养和履职能力，保证自身任职资格和条件。

### **三、2026年重点工作**

2026年公司将紧扣“渠道拓展覆盖广阔市场、数字化转型提升管理效能”的战略主线，主动贴近市场、转变思路，扎实推进各项工作，提升盈利能力、重振经营活力，努力实现营业收入增长不低于5%、净利润扭亏为盈的经营目标。重点工作计划如下：

#### **（一）锚定消费需求变化，系统优化产品体系**

##### **1. 聚焦“质价比”，精准匹配多元需求**

针对消费者日益理性、追求“质价比”的消费趋势特点，结合市场调研及销售数据分析反馈：一是根据不同市场定位，构建覆盖高中低价格带产品矩阵，推出更具价格竞争力的产品、产品组合；二是系统梳理现有产品线，强化渠道间产品区隔，避免内部竞争与利润侵蚀，打造敏捷响应市场需求的产品体系。

## **2. 深化“健康化”，巩固品质信任优势**

一方面继续深化“用料精、品质好、安全放心”的产品基因，严把产品工艺和食品安全，继续优化口味、品质，以老字号口碑维系消费者忠诚；另一方面，新品研发中注重引入中式养生、营养补充等“健康元素”、回应消费者健康需求，推动传统特色产品健康化升级。

## **3. 推进“年轻化”，开发新消费群体**

紧抓休闲食品的主力军——年轻消费群体特点，以“国潮”“津派”为核心，加快产品开发节奏，同时增加产品的“情绪价值”和消费体验感，打造社交分享、悦己犒赏、节日礼赠等多元化消费场景，增强对年轻消费者的吸引力。

### **（二）深化渠道布局，加速市场覆盖**

#### **1. 渠道精耕与下沉，提升京津冀主力渠道销售额**

强化本地市场经销渠道精细化管理，注重销售网点的动销效率，丰富适配不同定位的产品供应；建立与经销商互利共赢的业务合作关系，应对同类低质低价产品的市场冲击；加快北京、天津周边、河北省市场的渠道渗透，提升下沉市场覆盖率和销售额贡献。

#### **2. 聚焦“关键客户”，拓展新区域**

以全国性连锁商超、区域龙头经销商等“关键客户开发”为抓手，快速进入目标区域；开发合作款、定制款等差异化产品，进入品牌会员店、连锁店，依靠头部零食渠道的示范效应，跟进区域经销商进一步拓展，实现新市场的高效突破。

#### **3. 稳步推进海外业务，探索新增长路径**

基于前期海外市场的市场调研和出口资质准备，确定重点推进两方面工作：一是发展跨境电商业务，与主流跨境电商平台建立合作；二是与海外经销商合作，试点线下渠道铺设。同时进一步优化出口产品种类、包装及物流方案，提升产品适配性及价格竞争力，稳步推进海外业务。

### **（三）激活电商动能，提升线上盈利质量**

#### **1. 优化产品策略**

在巩固核心引流品基础上，加快开发电商专供产品，突出高质性价比与便捷体验，提升休闲类产品销售占比与利润贡献。

#### **2. 精细管控营销投入**

在营销策略上通过用户深度运营，提高顾客忠诚度和复购率，降低对高成本新流量的依赖；依托数智化管理系统，对各电商平台的销售、流量、费用等数据进行实时归集与分析，动态评估不同营销活动的投入产出比，据此优化资源配置，有针对性地制定分平台、分阶段的营销策略，匹配相应的费用管控和考核激励措施，增强利润贡献。

### **（四）直营店打造体验式消费终端，提升竞争力**

#### **1. 多手段拓展私域流量**

持续推进直营门店私域运营体系建设，通过企业群、会员体系、“小程序”等打通线上线下；接入即时零售平台，联动引流平台提高曝光率，便捷线上购物、快捷物流服务，提升消费体验，实现营销信息精准触达和复购转化。

#### **2. 重构商品，升级服务**

结合门店类型与销售数据，动态优化 SKU 结构、淘汰低效商品，减少与零食量贩店同质化产品；重点引入 OEM 特色产品、民生类及津味礼品等高辨识度商品，主打“优质、特色”；升级门店空间设计与导购服务流程，营造沉浸式、有温度的购物环境，以优质服务构筑门店核心竞争力。

### **（五）数字化精益管理，降本增效**

#### **1. 业财深度融合，集约化管控**

将公司现有业务分散系统整合提升，实现流程标准化、数据一体化与运维集约化，深度整合预算管理、费控系统与资金管理模块，实现业财深度融合，精细化管理降本增效。

#### **2. 深化数据分析赋能业务决策**

结合 AI 大模型技术，赋能业务人员实现自助查询与智能洞察，通过数据可视化与自助分析能力升级，实现产品销售与生产联动、产品研发与市场联动，推

动营销、供应链及运营管理提质增效，助力业务决策效率提升。

## **（六）品牌年轻化，链接消费者情绪价值**

### **1. 以情感共鸣为核心，升级内容营销**

品牌宣传注重塑造品牌与消费者的情感共鸣，聚焦“社交”“悦己”“文化认同”等情感诉求，采用真实、轻松、有态度的内容风格，通过抖音、小红书等青年群体社交平台，实现精准、有温度的传播触达。

### **2. 依托大数据，营销协同**

依托大数据洞察，实现品牌宣传与产品销售相互响应，销售信息反馈反哺营销活动，品牌宣传渗透消费场景，引导消费者对产品的认知和认可。

### **3. 国潮赋能，激发品牌活力**

突出“国潮”“津派”文化内核，策划参与度高、话题感强的营销活动，包括开发品牌联名活动、趣味周边文创产品、品牌 IP 推广冠名、企业文化馆研学体验活动等，提升品牌在年轻圈层的活跃度、好感度和品牌声量。

2026 年，董事会将坚持党建引领，严格按照有关法律法规的规定，全面贯彻落实股东会决策部署，积极应对市场变化，继续践行“坚定主业，守正创新”的经营理念，推进数字化转型，推动各项战略举措切实落地，努力提升盈利能力和风险抵御能力，推动公司可持续、高质量发展，以更好的业绩回报广大投资者。

天津桂发祥十八街麻花食品股份有限公司

董事会

二〇二六年四月二日