

公司代码：603057

公司简称：紫燕食品

# 紫燕食品集团股份有限公司 2025年年度报告摘要

## 第一节 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 [www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn) 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2、 本公司董事会及董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，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、 立信会计师事务所（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、 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，拟向全体股东每10股派现金红利1.8元（含税），共计派发现金红利人民币74,160,000元（含税）本次利润分配预案尚需提交公司2025年年度股东会审议。

截至报告期末，母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

适用 不适用

## 第二节 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	紫燕食品	603057	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	曹滢波	黄思敏
联系地址	上海市闵行区春中路26号	上海市闵行区春中路26号
电话	021-52969658	021-52969658
传真	021-52969658	021-52969658
电子信箱	ziyan@ziyanfoods.com	ziyan@ziyanfoods.com

## 2、报告期公司主要业务简介

公司主营业务为卤制食品的研发、生产和销售，所处行业属于食品加工业。根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，公司所处行业属于“制造业（C）”中的“农副食品加工业（C13）”。

近年来，中国佐餐卤味连锁行业保持稳健增长，消费韧性强、市场潜力大，尽管增速较此前有所放缓，但在餐饮整体复苏承压的环境下仍具备较强的抗周期属性。消费场景从家庭佐餐向休闲场景延伸，打开了存量市场增长空间；B端餐饮需求持续提升卤制品渗透率；冷链物流与技术进步则助力企业实现跨区域扩张与降本增效，共同推动行业规模稳步扩大。

结合行业集中度来看，由于佐餐卤制食品传承悠久并且市场广泛，吸引了大量小微作坊式企业加入，导致我国佐餐卤制食品市场极度分散。从发展趋势来看，佐餐卤味正逐步从传统的区域性小吃向全国化、品牌化、连锁化方向演进。

未来，年轻群体成为消费主力，对产品健康化、口味多样化的要求不断提高，也对企业生产工艺与供应链能力提出更高标准。行业将朝着品牌集中化、产品健康化、渠道社区化与下沉化、供应链标准化方向发展，具备全国化运营能力与本地化适配能力的企业将占据优势，市场集中度有望持续提升，龙头企业迎来更大发展空间。

### （一）主要业务及产品

公司是国内规模化的卤制食品生产企业，主营业务为卤制食品的研发、生产和销售，主要产品为夫妻肺片、百味鸡、藤椒鸡等以鸡、鸭、牛、猪等禽畜产品以及蔬菜、水产品、豆制品为原材料的卤制食品，应用场景以佐餐消费为主、休闲消费为辅，主要品牌为“紫燕”。公司致力于传承中华美食文化，产品配方传承川卤工艺，融合了川、粤、湘、鲁众味。凭借在卤制食品行业多年的经验积累以及对消费数据、行业数据的研究，公司在巩固现有产品优势的基础上不断推陈出新，并根据大众口味及消费习惯的变化进行改良，配合禽畜、蔬菜、水产品、豆制品等高品质食材形成了数百种的卤制食品，产品种类丰富，兼顾餐饮佐餐、休闲享受、礼品赠送等多元化的消费场景需求。

### （二）主要经营模式

#### 1、采购模式

公司主要从外部供应商采购生产所需的原材料。由于公司在全国有多家生产基地，为了兼顾原材料运输成本及规模采购优势，公司采取了重要原材料通过集中采购和非重要原材料由生产基地分散采购相结合的采购模式。集中采购是指公司总部采购中心根据对主要原材料供应状况和行情走势分析预测，结合各生产基地汇集的需求信息，统一制定相应采购计划，与上游供应商统一商谈合作，有利于公司对品质及成本的有效管控。地方采购是指各生产基地各自筛选附近合适的供应商进行原材料采购，以保证原材料新鲜度以及满足当地特色产品的生产需求，地方采购的原料主要是蔬菜及部分佐料。

#### 2、生产模式

公司的主要产品均为自主生产，根据产品分类分别采取以下生产模式：

##### （1）鲜货产品

对于鲜货产品，为保证生产和供货的及时性，公司建立了销售预测系统，该系统通过对中长期店铺销售数据、短期店铺销售数据及产品市场需求量进行分析，对当日门店订货数量进行预测，从而给出不同产品的生产计划建议，公司生产部门对预测数据进行人工审核后形成生产计划单，并安排各生产基地生产；在产品配送方面，公司中台系统汇总各加盟门店、直营门店在指定时间向公司发送的产品订单，公司中台系统对订单及存货进行自动匹配，经人工审核后由各生产基地根据店铺订单进行发货及冷链配送。

##### （2）预包装产品

公司预包装产品主要包括气调锁鲜产品及真空包装产品。对于气调锁鲜包装产品，由于保鲜

期较短，公司同样采用根据销售预测系统数据进行分析并排产的生产模式；对于真空包装产品，由于保鲜期相对较长，公司根据上一个月的实际销量、时令、节假日并结合产品库存情况及公司动态产能情况编制本月的生产计划，生产计划制定之后再下发给生产基地，生产基地接到计划后再组织安排生产。

### 3、销售模式

公司主要采用以经销为主的连锁经营模式，同时构建了包括电商渠道销售、商超渠道销售、团购模式等其他渠道在内的多样化立体式营销网络体系。

#### (1) 经销模式

经销模式下，公司建立了“公司——经销商——终端加盟门店——消费者”的两级销售网络，有利于降低公司自行开发终端加盟门店在时间、成本上的不确定性以及对终端渠道的管理复杂度，对公司降低运营成本，集中优势力量完成产品研发、质量控制及供应链管理，实现公司业务规模的快速拓展具有一定帮助。在经销模式下，公司与经销商签订《特许经营合同》，授权经销商在协议约定的区域内经销公司的特许经营产品、使用公司的商标、招牌、服务标记、营运管理技术、宣传资料及宣传信息、食品安全标准等，在统一的品牌形象下销售公司品牌产品及提供相关服务。经销商向公司买断产品，获得公司授权其在约定经营区域内经销的特许产品，通过加盟门店实现终端销售。经销商可以自行设立或发展下游的终端加盟门店，并履行对加盟门店的日常监督管理职责，保证终端加盟门店的经营符合公司对店铺装修、室内设备、终端销售定价、员工培训、对外宣传、市场促销等统一品牌运营管理的相关要求。公司对经销商及其终端加盟门店不具有控制权，各经销商及终端加盟门店实行独立核算，自负盈亏，但在具体经营方面须接受公司的业务指导与监督。

#### (2) 直营模式

公司对各直营门店拥有控制权，统一财务核算，享有门店产生的利润，并承担门店发生的一切费用开支。公司主要采取经销模式销售，保留少数直营门店主要是出于店铺形象设计、获取消费者反馈、累积门店经营管理经验及人员培训等目的。未来，公司会根据业务拓展计划、品牌推广需求来综合考量直营门店的开设数量。

#### (3) 其他销售渠道

公司通过其他销售渠道销售的产品以包装产品为主，主要销售渠道包括商超渠道、电商渠道、团购渠道等。

## 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

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年
总资产	3,874,712,096.87	3,332,042,159.51	16.29	2,903,392,739.87
归属于上市公司股东的净资产	2,047,784,231.81	2,003,684,904.00	2.20	2,076,575,387.00
营业收入	3,238,279,371.28	3,362,837,163.07	-3.70	3,550,145,485.90
利润总额	309,485,652.90	437,571,634.37	-29.27	432,487,051.07
归属于上市公司股东的净利润	236,143,820.42	346,479,863.93	-31.84	331,565,082.55
归属于上市公司	196,833,742.85	281,486,622.54	-30.07	277,934,808.39

司股东的扣除非经常性损益的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	248,101,739.20	453,737,525.04	-45.32	554,314,790.47
加权平均净资产收益率(%)	11.78	17.05	减少5.27个百分点	16.37
基本每股收益(元/股)	0.5714	0.8394	-31.93	0.8048
稀释每股收益(元/股)	0.5714	0.8394	-31.93	0.8048

### 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	563,665,482.84	908,932,910.23	1,041,180,795.73	724,500,182.48
归属于上市公司股东的净利润	15,218,210.10	89,358,901.02	89,543,542.23	42,023,167.08
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	5,002,756.01	77,618,904.60	82,680,022.36	31,532,059.88
经营活动产生的现金流量净额	-32,427,707.14	235,671,372.43	49,193,425.62	-4,335,351.71

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

## 4、 股东情况

### 4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前10名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)	10,213					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	8,491					
截至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					
前十名股东持股情况(不含通过转融通出借股份)						
股东名称 (全称)	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 (%)	持有 有限	质押、标记或冻 结情况	股东 性质

				售条件的 股份 数量	股份 状态	数量	
宁国川沁企业管理咨询服务合伙企业（有限合伙）	0	102,017,661	24.67	0	无	0	其他
钟怀军	0	68,439,674	16.55	0	无	0	境内自然人
邓惠玲	0	58,825,529	14.23	0	无	0	境内自然人
上海勤溯企业管理合伙企业（有限合伙）	-5,435,000	51,929,147	12.56	0	无	0	其他
戈吴超	0	23,054,246	5.58	0	无	0	境内自然人
宁国源茹企业管理咨询服务合伙企业（有限合伙）	0	11,563,062	2.80	0	无	0	其他
上海智连晟益投资管理有限公司—嘉兴智潞投资合伙企业（有限合伙）	-210,000	5,767,391	1.39	0	无	0	其他
上海怀燕企业管理合伙企业（有限合伙）	-2,834,608	4,251,913	1.03	0	无	0	其他
宁国筑巢企业管理咨询服务合伙企业（有限合伙）	-913,200	2,739,643	0.66	0	无	0	其他
宁国衔泥企业管理咨询服务合伙企业（有限合伙）	-913,200	2,739,643	0.66	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	<p>1、钟怀军和邓惠玲是夫妻关系；</p> <p>2、宁国川沁和上海勤溯为钟怀军和邓惠玲的子女钟勤沁、钟勤川合计持有；</p> <p>3、戈吴超和钟勤沁是夫妻关系；</p> <p>4、宁国源茹为钟怀军的弟弟钟怀伟的子女钟勤源、钟勤茹合计持有；</p> <p>5、上海怀燕、宁国筑巢、宁国衔泥为公司员工持股平台，钟怀军为执行事务合伙人；</p> <p>6、公司董事桂久强为上海智连晟益投资管理有限公司—嘉兴智潞投资合伙企业（有限合伙）的实际控制人；</p> <p>7、钟怀军、邓惠玲、戈吴超、钟勤川、钟勤沁为一致行动</p>						

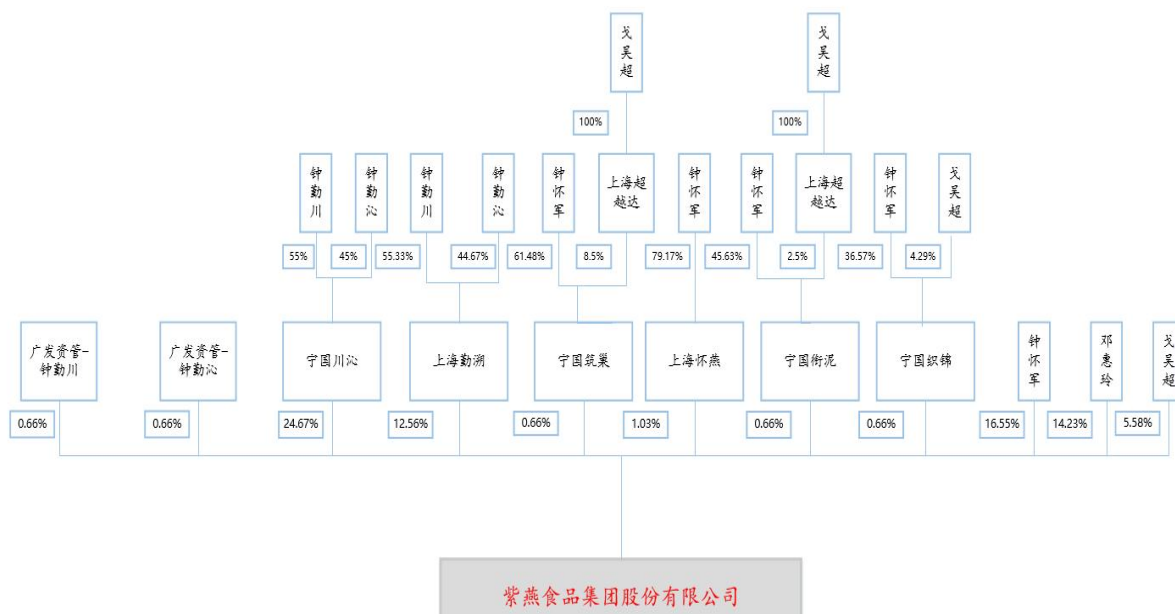
	人。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无

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

第三节 重要事项

1、 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2025 年，公司实现营业收入 32.38 亿元，同比去年减少 3.70%；归属于上市公司股东的净利润 2.36 亿元，同比去年减少 31.84%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 1.96 亿元，同比去年减少 30.07%。截至 2025 年 12 月 31 日，公司总资产为 38.75 亿元，较去年增长 16.29%，归属于上市公司股东的净资产 20.48 亿元，较去年增长 2.20%。

2、 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用