

证券代码：003000

证券简称：劲仔食品

公告编号：2026-012

劲仔食品集团股份有限公司 2025 年年度报告摘要

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

是否以公积金转增股本

是 否

公司本次董事会审议通过的利润分配预案为：以实施权益分派股权登记日公司登记的总股本扣除公司回购专用证券账户的股份为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3 元（含税），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	劲仔食品	股票代码	003000
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	涂卓	左露	
办公地址	湖南省长沙市开福区万达广场 A 座 46 层	湖南省长沙市开福区万达广场 A 座 46 层	
传真	0731-89822256	0731-89822256	
电话	0731-89822256	0731-89822256	
电子信箱	ir@jinzaifood.com.cn	ir@jinzaifood.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

(1) 公司所处的行业情况

公司主要从事中式风味休闲食品的研发、生产和销售，现有主要产品有鱼制品、禽类制品、豆制品等系列。公司以湖湘风味工艺为基础，研发出香辣、麻辣、酱汁、糖醋等符合全国消费者口味的中式风味休闲零食。从市场规模来看，

公司所在的休闲食品行业近年来呈现稳定增长趋势，其中以辣味、卤味零食为代表的中式风味零食，增长尤为明显。从行业发展特点来看，中式风味休闲零食工业化以及规模化发展时间较短，品类繁多，整体集中度较低，大部分细分品类小而散，缺乏全国领导品牌。公司创始人周劲松于 1990 年涉足食品行业，专注于休闲食品领域已经 36 年。经过多年积累与发展，公司现已成为行业内较为知名的休闲食品企业。公司以“做好吃又健康的休闲食品，改善人们生命质量”为使命，专注于细分品类的深耕，不断进取，引领细分品类行业发展。公司的三大主要品类发展情况如下：

1) 休闲鱼制品稳定增长，品类热度持续提升

行业协会资料显示，休闲鱼制品作为加工水产品的重要品类，具备美味、便捷、便于运输、品质稳定等优势，其增长速度较为可观，未来前景巨大，预计 2030 年零售总额将达到 600 亿元。目前休闲鱼制品还处于行业分散、快速发展的阶段，规模企业和全国性品牌较少，在休闲食品中整体占比还较低。同时，休闲鱼制品作为优质蛋白零食品类，在健康化、功能化方面的发展还有巨大的空间。

劲仔鱼制品近年来高速发展，占据市场先机，核心单品“劲仔深海鳀鱼”具有较高的产品知名度，在休闲鱼制品行业占据领先地位。2017 年至 2025 年，公司休闲鱼制品品类的销售规模稳居休闲鱼制品领域行业第一。线上渠道来看，根据淘系（天猫、淘宝等）、京东平台数据统计显示，劲仔鱼制品销量连续多年均为即食鱼类零食行业第一、海味零食第一。报告期内，公司继续专注于产品的持续创新，同时坚持品牌化发展战略，提升品类热度，不断拓展品类天花板。未来公司将继续夯实龙头地位，引领休闲鱼制品行业进一步发展。

2) 休闲禽类制品创新升级，持续挖掘品类价值

公司休闲禽类制品主要包括鹌鹑蛋和手撕肉干两个产品系列。蛋制品拥有广泛的消费基础，鹌鹑蛋作为优质蛋白质原料，既能满足消费者对口味的需求，又能满足消费者对零食健康营养的要求。过去，鹌鹑蛋品类存在供应链基础较弱，产品力不足等问题，缺乏有市场竞争力的产品。2022 年，公司选用优质鹌鹑蛋为原料，采用小火慢卤工艺，开发出具有浓郁卤制风味，营养健康的爆汁鹌鹑蛋。上市以来，深受消费者喜爱，2023 年被国际调研机构沙利文认证为“中国包装鹌鹑蛋产品销量第一”，问鼎品类之王，并成功跻身 iSEE 全球食品创新奖-iSEE 创新品牌百强榜。近两年，鹌鹑蛋品类价格竞争激烈，产品创新升级不足。2024 年，公司深度挖掘鹌鹑蛋品类价值，以更加优质健康的品牌理念创立了“七个博士”鹌鹑蛋专业子品牌，同时首创“溏心鹌鹑蛋”产品，以专业健康的品牌形象获得消费者的认可。

肉干制品方面，公司手撕肉干选用优质鸭胸肉，以独特的烘烤卤制工艺制作而成，属于风味独特、营养健康的肉干类零食。劲仔“手撕肉干”产品上市后快速发展，2021 年进入公司亿元级单品行列。报告期内，公司肉干制品通过产品创新，渠道拓展，保持快速增长趋势。

3) 休闲豆制品行业规模大集中度低，以研发创新为核心竞争力，豆制品未来可期

豆制品在我国已经有数千年的历史，拥有广泛的消费基础，但休闲豆制品行业呈现分散且各地消费习惯差异较大的特征。公司创始人专注豆制品已 30 余年，近年来，公司在豆制品的产品升级上持续投入，具有多项发明专利，在研发创新型豆制品工艺方面领先行业水平。报告期内，公司以“周鲜鲜”鲜卤豆干、鲜拌摇摇干、爆嫩豆干等创新产品为豆制品注入新的生命力，获得消费者的一致好评。未来将通过进一步提高产品力和品牌力，拓展渠道，打造休闲豆制品的全国领导品牌。

(2) 公司的主要业务

劲仔食品集团股份有限公司是一家以中式风味休闲零食研发、生产与销售为核心的现代化食品企业，于 2020 年 9 月 14 日在深交所主板挂牌上市，成为“鱼类零食第一股”。公司创始人周劲松于 1990 年涉足食品行业，专注于休闲食品领域已经 35 年。公司聚焦深耕休闲食品，逐步形成“鱼制品、禽类制品、豆制品”三大品类，“深海小鱼、鹌鹑蛋、豆干、肉干、魔芋、素肉”六大产品系列。公司主要品牌为“劲仔”、“七个博士”、“周鲜鲜”等，主要口味包括香辣、麻辣、酱香、卤香、糖醋等多种口味。

2025 年，面对消费复苏不及预期、行业竞争加剧等多重挑战，公司坚持“做好吃又健康的休闲食品，改善人们生命质量”的企业使命，以“大单品、全渠道、品牌化、全球化”发展战略，持续聚焦休闲鱼制品、禽类制品、豆制品等优质蛋白健康品类，打造健康零食科研高地，推动产品创新升级，坚持全渠道发展，深化品牌建设，加速出海布局，构建国内国际大市场，提升公司盈利质量。2025 年，公司实现营业收入 24.43 亿元，同比增长 1.28%；实现归母净利润 2.43 亿元，扣非净利润 2.01 亿元。公司坚持与投资者共享发展红利，继 2025 年中期分红后，本次拟 10 股派发现金红利 3 元，全年累计分红 1.76 亿元。

报告期，公司主要完成了以下工作：

1) 持续品牌经营，构建品牌护城河

公司积极推动品牌化升级，传播“好吃又健康”的品牌价值理念，以深海鳀鱼、低 GI 豆干、溏心鹌鹑蛋、魔芋摸鱼等创新升级产品为代表，进一步深化健康零食赛道，持续加深品类认知，提高知名度和美誉度。2025 年公司聚焦优势健康品类休闲鱼制品，提升品牌曝光，通过 CNY“年年有鱼”、“4.1 鱼人节”、“摸鱼搭子”等主题整合营销传递年轻活力的品牌理念；通过《新说唱 2025》热门综艺赞助、社媒平台内容营销提升品牌曝光率。公司在报告期内进一步传播劲仔深海鳀鱼领导品牌地位，实现品牌影响力的快速提升，构建品牌护城河。

2) 大单品稳定增长，品类创新持续发力

公司依托博士后创新创业基地、湖南省健康休闲食品工程技术中心、湖南省博士创新站等多个科研平台，打造健康零食研发高地，持续推进“大单品”战略，打造“一超多强”的健康产品矩阵，形成了“深海鳀鱼、鹌鹑蛋、豆干、肉干、魔芋、素肉”六大健康产品系列。2025 年，公司核心大单品深海鳀鱼稳定增长，收入规模超 16 亿元，达到历史新高；同时，公司结合渠道需求，持续推出多款创新产品，如：芥末摇摇鱼、周鲜鲜低 GI 豆干、劲仔爆嫩豆干、京门爆肚魔芋等，引领品类创新发展。

3) 深化渠道合作，推动渠道精细化管理

2025 年，面对市场变化与渠道承压，公司积极求变，稳固现有基本盘，加强与核心客户的战略合作，推进新品开发和铺市，提升重点渠道品牌势能，促进渠道动销，落实品牌和销量融合发展。

报告期内，公司持续推进线下传统流通渠道、现代渠道、零食专营渠道和线上渠道立体式全渠道稳健发展。公司一方面稳步发展终端管理型的高质量经销商，推动更多、更优质的终端覆盖；另一方面，精选优质门店，加强陈列打造与推广投入，树立品牌形象和精细化管理标杆。同时，公司与零食专营渠道深化合作，共同成长，与零食很忙、赵一鸣、好想来等超 100 家零食系统合作，覆盖 45,000 多家终端。此外，公司积极推动海外市场开发，开发重点市场，渠道布建持续加速推进。

4) 积极回报投资者

公司重视全体投资者价值分享，上市以来积极回报投资者。为维护公司全体投资者利益，增强投资者对公司价值的认可，公司于 2025 年 9 月实施 2025 年中期分红，分红金额 4,397.70 万元，本次年度报告拟每 10 股派发现金红利 3 元，派发现金红利 131,856,197.70 元。报告期共计分红 1.76 亿元，进一步向投资者传递信心，关注公司长期发展的价值。

(3) 公司的主要产品

公司精选优质的深海鳀鱼、鹌鹑蛋、非转基因大豆、鸭胸肉等富含优质动物蛋白、植物蛋白的农副食品为主要原料，采用现代化食品加工工艺，研发与生产中式风味的休闲食品，主要产品如下：



(4) 公司的主要经营模式

1) 采购模式

公司设立了计划采购中心，统一负责采购事宜。日常生产中主要采购的原材料包括鳀鱼干、鹌鹑蛋、大豆、粮油、包装材料及其他辅料等。日常采购过程中，公司对采购的每个环节均制定了规范的要求，严格控制物料需求的确定、采购计划的编制、采购订单下达、入库检验、款项支付等各个环节。对不同种类的原材料，计划采购部会根据其供需特点，制定不同的采购计划，保障公司生产过程所需物料的稳定供应。

2) 生产模式

公司生产模式主要为自主生产，自产比例超过 96%，实行“以销定产”的生产模式，根据销售订单和市场需求情况合理制定生产计划，并组织各生产基地有序生产。目前主要生产基地为：湖南省平江高新技术产业园区生产基地、湖南省岳阳市经开区康王工业园生产基地和广西壮族自治区北海经济开发区生产基地。湖南省平江高新技术产业园区生产基地主要生产鱼制品、禽类制品、蔬菜制品，岳阳市经开区生产基地主要生产豆制品，北海经济技术开发区生产基地主要生产鱼制品、禽类制品。

3) 销售模式

公司销售模式包括经销模式和直营模式。经销模式是公司最主要的销售模式，采用买断式的销售方式及先款后货的结算方式。公司与经销商签订年度经销框架合同，由经销商在双方经销合同约定的框架内，根据销售需求向公司下达订单，由公司负责发货、运输，经销商负责销售给最终客户。经销模式下，公司授权经销商在指定的销售区域或渠道类型内销售公司产品，公司为经销商提供业务开发、市场开拓、人员培训等方面的支持。直营模式是指公司与直接管理终端的客户合作，或直接销售给消费者的销售模式。线上直营渠道主要包括线上 B2C（天猫旗舰店、抖音小店、快手小店等）、线上 B2B（京东“京喜通”、天猫超市、京东自营等平台）；线下直营渠道主要包括部分直销商超系统、部分零食专营系统、部分线下终端客户等。

4) 研发模式

公司设有独立的食品研究院。食品研究院作为公司新产品研究开发的主导部门，负责根据公司战略目标制定研发计划，主导研发过程的进行，确保研发过程按时有序完成，并保障研发成果的有效转化。公司食品研究院建立了更加完善的研发体系，从市场信息调研、研发方案设计、样品小试、生产线中试、内外部科学评测等多个方面对技术研发进行统一筹划和协调。

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

	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末 增减	2023 年末
总资产	2,216,856,053.08	2,167,038,656.12	2.30%	1,818,281,992.98
归属于上市公司股东的净资产	1,401,318,266.03	1,421,893,529.17	-1.45%	1,306,550,383.05
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	2,442,793,927.71	2,411,937,302.45	1.28%	2,065,206,610.45
归属于上市公司股东的净利润	242,736,598.84	291,326,292.63	-16.68%	209,579,373.27
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	201,435,915.37	260,853,773.76	-22.78%	186,443,590.10
经营活动产生的现金流量净额	369,237,181.46	541,820,397.53	-31.85% ¹	155,780,679.11
基本每股收益（元/股）	0.5461	0.6549	-16.61%	0.4771
稀释每股收益（元/股）	0.5461	0.6546	-16.58%	0.4769
加权平均净资产收益率	17.04%	21.61%	-4.57%	17.35%

注：1 经营活动产生的现金流量净额较上年减少 31.85%，主要是报告期内销售商品、提供劳务收到的现金减少，同时购买商品、接受劳务支付的现金增加所致。

(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	595,400,598.39	528,498,430.04	684,529,502.05	634,365,397.23
归属于上市公司股东的净利润	67,548,178.20	44,439,805.06	60,833,499.04	69,915,116.54
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	53,366,333.64	33,625,989.72	54,900,874.06	59,542,717.95
经营活动产生的现金流量净额	-28,707,919.88	128,225,381.76	181,950,814.18	87,768,905.40

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	29,659	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	29,084	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	
周劲松	境内自然人	38.22%	172,325,527	129,244,145	质押	33,770,000	
李冰玉	境内自然人	8.03%	36,210,240	0	质押	20,010,000	
蔡元华	境内自然人	4.12%	18,558,500	0	不适用	0	
刘特元	境内自然人	3.54%	15,977,126	14,810,198	质押	8,000,000	
程金华	境内自然人	1.12%	5,070,000	0	不适用	0	
杨忠明	境内自然人	0.63%	2,835,657	0	不适用	0	
中国农业银行股份有限公司－交银施罗德内需增长一年持有期混合型证券投资基金	境内非国有法人	0.58%	2,627,073	0	不适用	0	
中信银行股份有限公司－交银施罗德品质增长一年持有期混合型证券投资基金	境内非国有法人	0.54%	2,454,492	0	不适用	0	
刘文华	境内自然人	0.41%	1,871,000	0	不适用	0	
中国农业银行股份有限公司－宏利中证主要消费红利指数型证券投资基金	境内非国有法人	0.38%	1,725,700	0	不适用	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述前十名股东中，周劲松与李冰玉为夫妻关系。除此之外，公司未知其他股东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

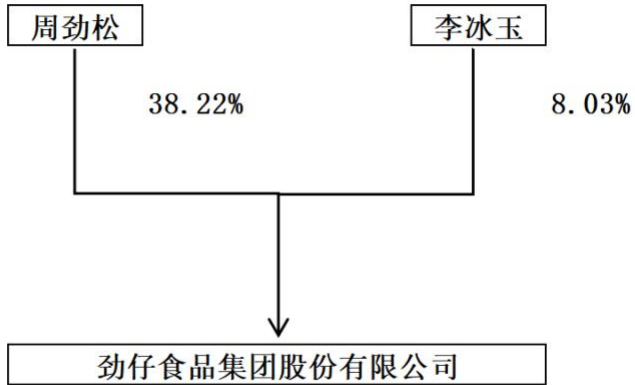
 适用 不适用

(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