

公司代码：605108

公司简称：同庆楼



同庆楼餐饮股份有限公司

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 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（除韦小五外）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。

董事、高级管理人员韦小五未签署保证年度报告真实、准确、完整的书面确认意见，未签署原因为：其认为被剥夺了运营系统登录权限等导致其不能查阅和监督日常经营。

3、 公司全体董事出席董事会会议。

4、 容诚会计师事务所（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

2026年4月21日，公司第四届董事会第十四次会议审议通过了《关于2025年度利润分配方案的议案》，拟以公司总股本260,000,000股扣除公司回购账户999,987股后的259,000,013股为基数，向全体股东每10股派发现金股利人民币1.20元(含税)，共计派发现金红利人民币31,080,001.56元(含税)，约占归属于上市公司普通股股东净利润的30.43%。

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	同庆楼	605108	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	范仪琴	岳群
联系地址	安徽省合肥市包河区马鞍山中路	安徽省合肥市包河区马鞍山中路
电话	0551-63638945	0551-63638945

传真	0551-63642210	0551-63642210
电子信箱	TQL2009@sohu.com	TQL2009@sohu.com

2、报告期公司主要业务简介

（一）餐饮行业

2025年，全国居民人均可支配收入实际增长5.0%，人均消费支出实际增长4.4%，为餐饮消费复苏提供了坚实支撑。国家持续释放政策红利，《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》明确了中长期发展导向；2024年，商务部、国家发展改革委等部门先后出台相关举措，从提升服务品质、推动细分领域发展等方面，助力餐饮行业高质量发展。

餐饮行业是扩大内需、促进消费的核心支柱，发展韧性强劲。2024年全国餐饮收入总额56,180.00亿元，同比增长5.3%；2025年达57,982.00亿元，同比增长3.2%。当前行业已步入连锁化、产业化发展新阶段，尽管整体连锁化率仍低于发达国家，“散而小”的行业格局尚未根本改变，但马太效应持续显现，居民对品质餐饮的需求稳步提升。行业竞争聚焦于产品品质、运营效率与消费体验的深度融合，推动行业全面迈向高质量发展新阶段。

（二）宾馆行业

全服务宾馆领域存在巨大需求潜力，传统全服务宾馆多以住宿、会议为核心业务，餐饮仅作为配套功能，导致资源利用率偏低、经营效益受限，难以满足当前消费者的综合服务需求。

当前消费者对酒店产品的需求已转向“高品质+高性价比”，对酒店餐饮的关注度显著提升，餐饮经营能力已成为全服务宾馆的核心竞争力，“餐饮+住宿”的模式创新，成为激活该领域市场活力、推动行业升级的关键方向。

（三）食品行业

食品产业作为重要民生产业，市场规模庞大、发展势头强劲。2025年，全国食品产业完成营业收入9.0万亿元。其中，速冻食品与中式糕点两大细分赛道表现突出，发展前景广阔。

速冻食品受居民生活节奏加快、冷链物流体系不断完善等因素推动，市场持续扩容。2025年我国速冻食品市场规模达2,130.9亿元，其中速冻面米制品作为核心分支，市场规模达1,374.00亿元，同比增长11.8%。目前我国人均速冻食品消费量远低于发达国家，行业未来增长潜力充足。

中式糕点承载深厚文化记忆，契合居民消费升级需求，发展动能强劲。2025年中国烘焙食品零售市场规模达6,621.5亿元，同比增长8.8%；其中中式糕点市场份额达29.6%，在传统节日等场

景消费需求尤为旺盛，行业发展空间广阔。

公司主营业务为餐饮服务、宾馆住宿以及食品业务。报告期末，公司在安徽、江苏、北京、上海、杭州等地拥有直营门店 135 家，其中：同庆楼餐饮门店 58 家，富茂酒店 11 家，新品牌门店 66 家（其中：同庆楼大包直营店 6 家，加盟店数量未统计其中）。公司以餐饮业务为核心基础，餐饮、宾馆、食品三轮联动发展，已构建业务增长飞轮，形成业务增强回路的新格局。



1、餐饮业务：

公司餐饮业务定位于大众聚餐与宴会服务，满足家庭聚餐及各类宴会需求，这类需求作为现

代城市生活的刚需，不仅市场需求巨大，更具有长期稳定性。同庆楼品牌及“大店模式”高度契合当前高性价比消费趋势，尤其在承接集中化宴会需求时，具备中小餐饮难以复制的显著优势。目前，尽管相关市场规模庞大，但国内有影响力且具备一定规模的全国连锁酒楼企业较少，公司在市场中处于较为有利的地位。

作为拥有百年历史的中华老字号餐饮品牌，公司梳理市场定位，深挖并发挥品牌应有的文化内涵，聚焦传承中华传统美食文化，确立了“传统江南优雅生活方式”的品牌形象。在此基础上，公司创立了主营江南早茶和粤式早午茶的“庆小粤”品牌，构建起从早午茶到围桌聚餐的全场景产品体系，做到产品丰俭由人，有效提升了品牌影响力与市场竞争力。

“有高兴事、到同庆楼”，随着中国城市化进程不断推进，宴会市场规模持续扩大。公司针对人生重要时刻及各类喜宴场景，如满月宴、百日宴、周岁宴、成人宴、升学宴、订婚宴、结婚宴、乔迁宴、团圆宴、庆寿宴、日常庆生餐等，通过特色鲜明的主题布置，为消费者打造人生快乐时光，精准满足情绪价值需求；公司餐饮服务区域未来将基本覆盖全国所有城市，市场空间广阔。

多年来，公司在宴会经营与服务领域积累了丰富的运营经验，形成了独特且可复制的高效管理体系，储备了大量专业人才，并深耕宴会市场，运营 PALACE 帕丽斯艺术中心与会宾楼两个宴会品牌。其中，PALACE 帕丽斯艺术中心定位高端婚礼，以王室婚礼、城堡婚礼为品牌特色，为新人打造王子公主式的浪漫婚礼体验；会宾楼专注高品质宴会服务，秉持“会贵客、宴上宾”的理念，为宾客提供尊贵雅致、极具品质的宴会体验。公司始终坚持“传承不守旧，创新不忘本”，现已打造出专业资深的摄影摄像、主持及化妆团队，可提供一站式高品质宴会配套服务，目前正在积极拓展婚礼宴会相关周边业务。

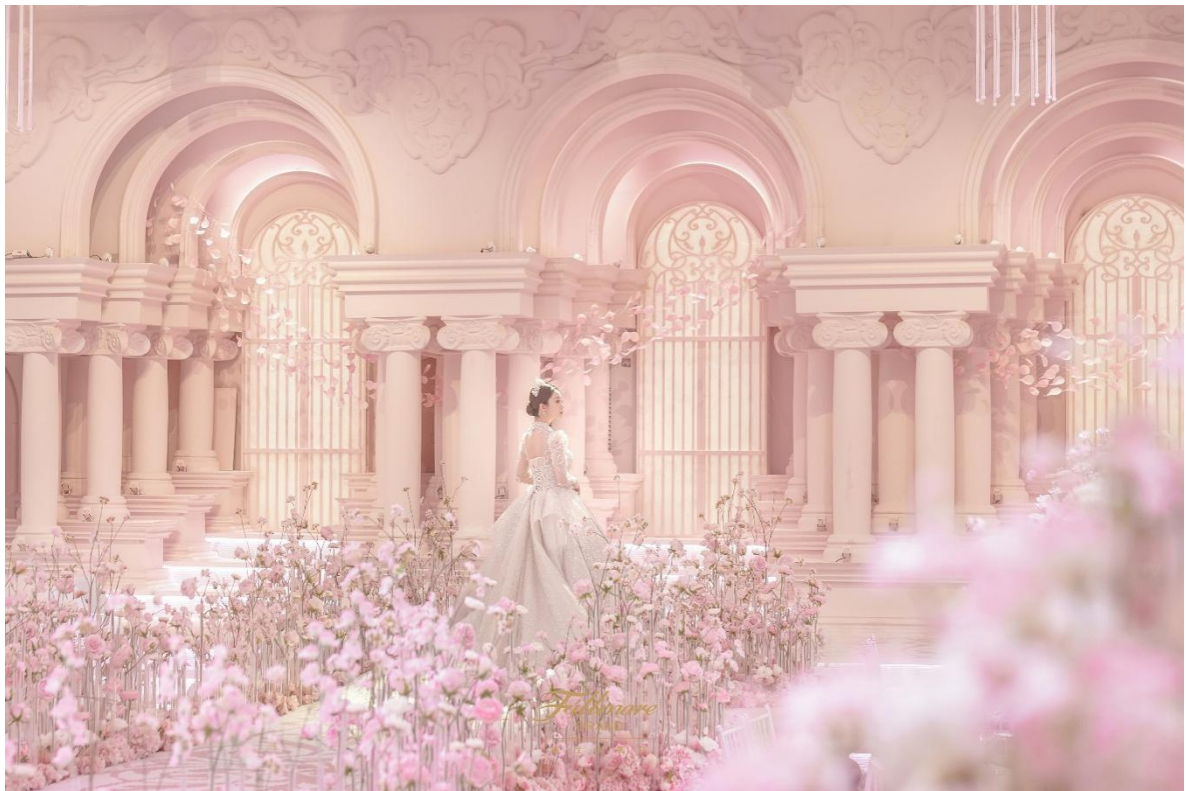
作为中国上市公司中餐饮行业的稀缺企业，公司凭借近百年历史的中华老字号品牌，以“大型餐饮+宴会婚庆能力+连锁标准化体系”构建起竞争壁垒，供应链及综合管理优势突出，连锁扩张能力较强。



高新富茂户外一求婚现场



订婚宴



宴会厅



宴会厅



宴会厅



周岁宴



生日宴



生日 Party



寿宴

2、宾馆业务：

为充分发挥同庆楼餐饮和宴会的专业经营优势，解决酒店多功能宴会厅在非宴会期间的空置问题以及餐饮顾客切实存在的住宿需求，公司在同庆楼大型餐饮和宴会业态中配套一定数量的客房，工作日主要接待会议，周末节假日主要接待宴会，并满足外地赴宴客人的住宿需求，酒店设施利用效率和经营效益得到较大的提升。富茂酒店以餐饮为核心，其餐饮收入占总收入比可达70%以上（市场同规模酒店餐饮收入占比约30%），配套高性价比的客房，凭借同庆楼餐饮+客房的综合优势，坚持“好吃（住）不贵有面子”的经营理念，聚集专业的酒店管理人才，重塑中国酒店商业新模式，让大众走进高品质饭店。

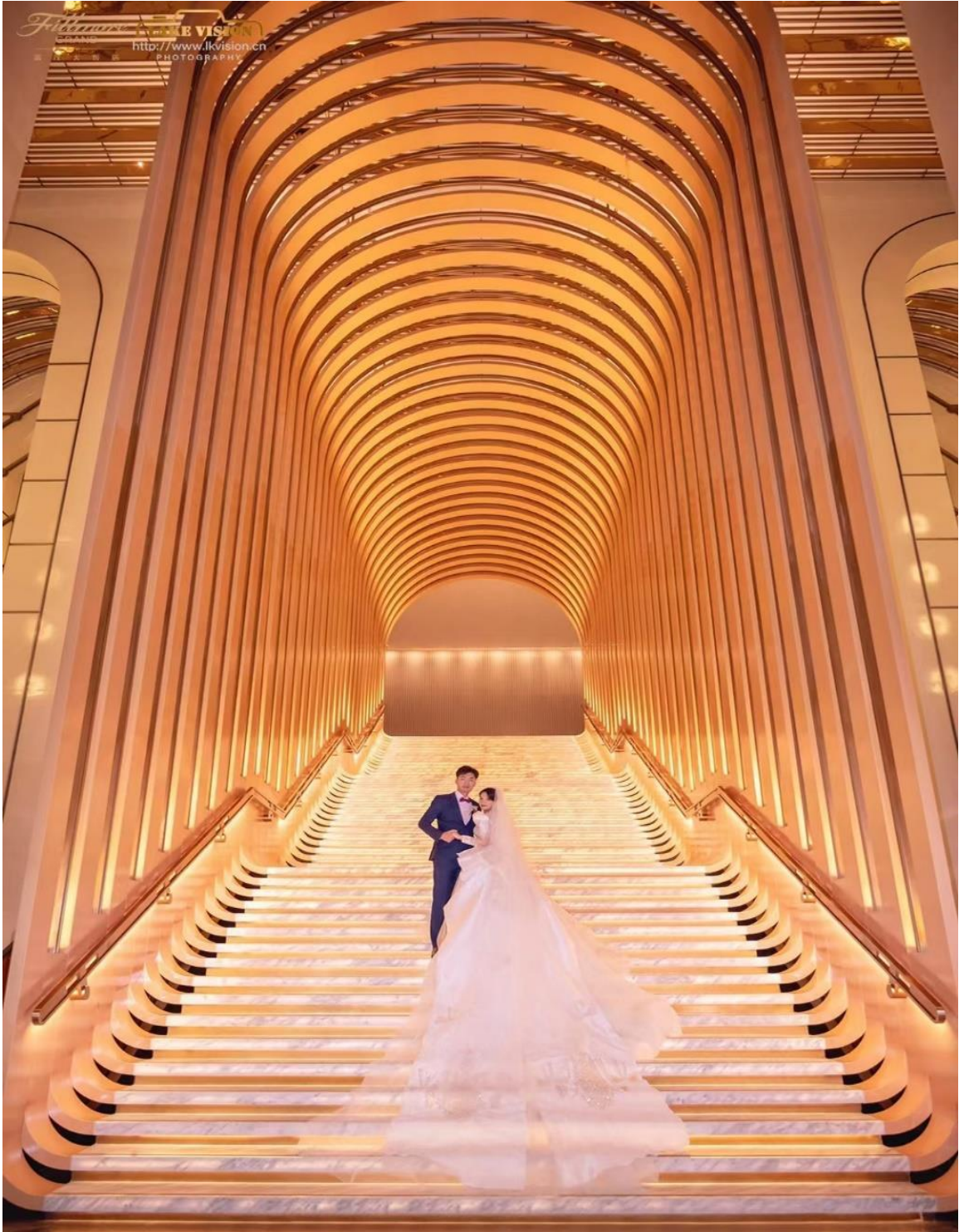
公司宾馆品牌为“富茂 Fillmore”，现已初步确立三大细分品牌：（1）Fillmore Grand，富茂大饭店，定位于豪华城市商务酒店；（2）Fillmore Garden，富茂花园酒店，定位于城市豪华度假酒店；（3）Fillmore International，富茂国际酒店，定位于城市中高档商务酒店。所有富茂酒店均配套有同庆楼大型酒楼，同庆楼餐饮宴会与宾馆客房互相联动，互相促进，形成自身独特的竞争优势。

中国存量酒店市场规模巨大，但无论是综合性豪华酒店市场还是中高档商务酒店市场，中国缺乏有较强盈利能力的民族品牌。豪华酒店的核心竞争力在于餐饮经营，公司作为大型连锁酒楼所具有的餐饮和宴会经营优势与客房经营结合，所产生的显著和独特的竞争优势，为公司的宾馆业务发展带来巨大的发展空间。

富茂加速全国化扩张，品牌市场占有率与影响力持续提升。截至本报告披露日，富茂酒店已开业运营12家门店，其中8家门店基本实现全业态运营，顺利完成长三角区域战略布局，区域市场渗透力与核心竞争力显著增强。



合肥滨湖富茂大饭店一外立面



合肥滨湖富茂大饭店—酒店大堂

3、食品业务：

(1)同庆楼食品公司凭借中华老字号的品牌优势，充分利用同庆楼门店众多大厨的研发优势，开发出了一系列好吃又放心的中国传统食品。目前同庆楼食品围绕中华面点及中华糕点两个核心品类进行深入研究，已经开发出了小笼包系列、肉包系列、烧麦系列、臭鳊鱼系列、烧鸡系列、丸子系列、名厨粽系列、月饼系列等众多富有特色的中华传统美食产品。

(2)报告期内，公司基于同庆楼大厨的研创优势，用做菜的工艺来做粽子，打造了“一颗粽子一道菜”，受到市场一致好评。在中华面点业务上，公司也开发出一系列独具特色的面点产品。销售渠道上，确立“直营创品牌，直采做规模”的基本思路，实现了直营+直采+经销+代销的模式，在线下商超渠道，与大润发、胖东来、合家福等商超渠道深度合作，并在销售过程中，通过对门店的精细化运营和提升顾客体验，取得了不错的业绩。同时，线上不断加大抖音渠道建设，目前在抖音已经形成了自播+达播+代播三位一体的打法，不断提升同庆楼食品的影响力，为同庆楼食品布局全国市场提供了强有力的基础。

(3)同庆楼鲜肉大包连锁经营业务稳步发展，为同庆楼食品自营销售渠道开创新局面。同庆楼鲜肉大包开在社区，围绕“一日三餐、大厨味道”为核心，早上售卖现蒸大肉包、烧麦等，中午售卖大厨调味的馄饨和小笼汤包系列，晚上售卖同庆楼特色的速冻食品，方便顾客回家加一道菜的便捷，截至本报告披露日已开业的鲜肉大包有 170 家，即将待开的有 50 家，因为可以全时段经营，门店收益远高于同类早餐企业，生存能力较好。同庆楼鲜肉大包有着较好的市场发展前景，作为同庆楼食品的一个重要销售通道，将会发挥越来越重要的作用。





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	5,955,099,922.65	5,365,280,567.78	10.99	3,983,661,127.63
归属于上市公司股东的净资产	2,305,750,576.13	2,234,701,930.16	3.18	2,240,807,618.69
营业收入	2,680,603,134.51	2,524,853,085.25	6.17	2,401,446,611.52
利润总额	149,307,002.10	141,160,430.44	5.77	397,779,557.56
归属于上市公司股东的净利润	102,128,647.53	100,084,316.80	2.04	304,110,960.58
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	99,090,754.10	93,659,981.95	5.80	253,462,275.17
经营活动产生的现金流量净额	607,521,611.99	410,275,505.40	48.08	720,923,384.71
加权平均净资产	4.56	4.53	增加0.03个百	14.26

产收益率 (%)			分点	
基本每股收益 (元/股)	0.39	0.39	0	1.17
稀释每股收益 (元/股)			/	

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	692,143,996.80	638,475,699.96	565,587,053.26	784,396,384.49
归属于上市公司股东的净利润	51,821,946.73	20,176,615.38	-41,800,998.08	71,931,083.50
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	47,756,360.22	19,406,812.31	-41,791,947.29	73,719,528.86
经营活动产生的现金流量净额	104,164,090.52	223,178,854.63	178,412,986.99	101,765,679.85

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)							20,693
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数 (户)							18,483
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数 (户)							
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)							
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
					股份 状态	数量	

				售 条 件 的 股 份 数 量			
海南普庆投资发展有限公司		97,640,187	37.55	0	无		境内 非国 有法 人
沈基水		53,803,307	20.69	0	质押	5,500,000.00	境内 自然 人
吕月珍		8,967,218	3.45	0	无		境内 自然 人
合肥市盈沃股权投资合伙企业（有限合伙）		8,967,218	3.45	0	无		其他
合肥市同庆股权投资合伙企业（有限合伙）		8,967,218	3.45	0	无		其他
平安银行股份有限公司—中庚价值品质一年持有期混合型证券投资基金	4,811,821	4,811,821	1.85	0	未知		其他
招商银行股份有限公司—易方达裕鑫债券型证券投资基金	1,866,500	1,866,500	0.72	0	未知		其他
交通银行股份有限公司—金鹰红利价值灵活配置混合型证券投资基金	1,770,000	1,770,000	0.68	0	未知		其他
平安养老保险股份有限公司—万能—团险万能	1,473,469	1,583,292	0.61	0	未知		其他
合肥光与盐股权投资合伙企业（有限合伙）		1,368,100	0.53	0	未知		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、沈基水、吕月珍系夫妻关系，并控制马投公司、合肥市盈沃股权投资合伙企业（有限合伙）、合肥市同庆股权						

	投资合伙企业（有限合伙），为公司实际控制人。2、除上述情况以外，公司未知其他股东是否存在关联关系或一致行动关系。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用

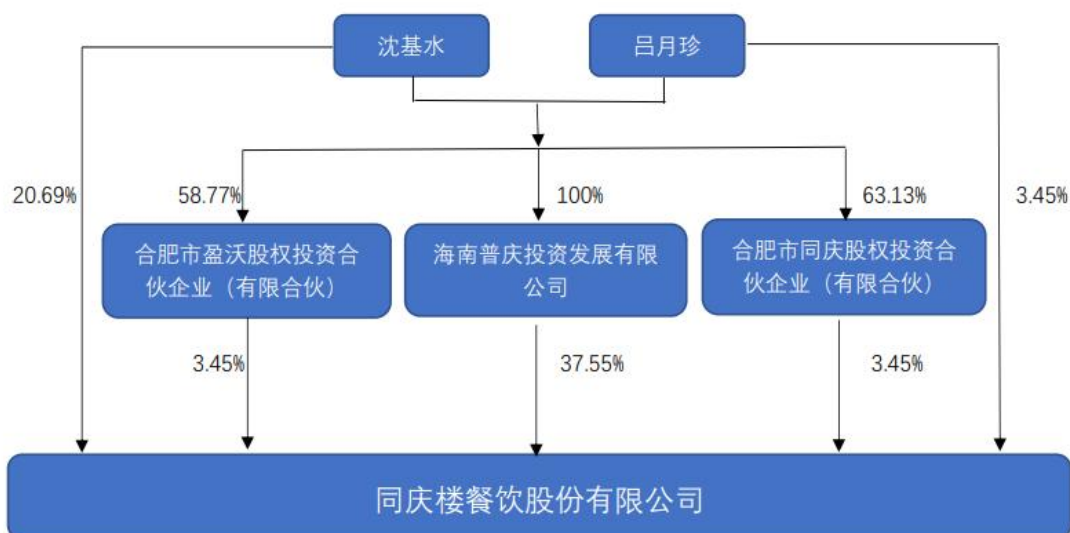
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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 年度公司实现营业收入 268,060.31 万元，同比上升 6.17%；实现归属于上市公司股东的净利润 10,212.87 万元，同比上升 2.04%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 9,909.08 万元，同比上升 5.80%。

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