

证券代码：000860

证券简称：顺鑫农业

公告编号：2026-002

北京顺鑫农业股份有限公司 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

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	顺鑫农业	股票代码	000860
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	康涛	徐国骏	
办公地址	北京市顺义区站前街 1 号院 1 号楼顺鑫国际商务中心	北京市顺义区站前街 1 号院 1 号楼顺鑫国际商务中心	
传真	(010) 69443137	(010) 69443137	
电话	(010) 69420860	(010) 69420860	
电子信箱	kangtao@shunxinnongye.com	xuguojun@shunxinnongye.com	

2、报告期主要业务或产品简介

(1) 白酒产业情况

报告期内，公司白酒业务实现营业收入 52.18 亿元，同比减少 25.89%；实现销量 27.04 万千升，产量 22.25 万千升。

2025 年，公司白酒业务紧密围绕“坚持民酒战略定位，把握民酒发展机遇，发挥牛栏山的品牌优势和全国化营销网络优势，树立民酒价值典范，打造最具影响力的民酒品牌”的工作总基调，开展系列工作深化“民酒”战略。面对行

业深度调整与消费群体代际更替的挑战，公司坚持系统推进产品焕新、品牌升维与渠道变革，在激烈的市场竞争中积极探索高质量转型发展路径。

一是产品战略性焕新，精准切入年轻消费与情绪消费蓝海。

2025 年，公司以技术创新回应市场变化，打破传统光瓶酒边界，成功打开高质量竞争新空间。

战略新品引领行业破局：2025 年 12 月，公司以“小微醺才开心”为价值主张，采用线上渠道首发模式，正式推出“36%vol 金标牛轻口味白酒”。该产品并非简单降度，而是以三米两谷的五粮配方为基底，通过菌群培优、低温慢酿、纳米净化、黄金配比四大核心工艺的系统性再造，将“轻松饮用”从概念转化为可精准量化的品质承诺，实现“低而不淡、饮后无负担”的品质承诺。同时，该新品精准契合了当代消费者“微醺不醉、轻松社交”的核心需求，完成了从“口粮酒”到“情绪伙伴”的升维，同时消费者扫描产品瓶身二维码，即可进入官方小程序获取品饮指导与互动游戏，进一步强化了消费体验，有效拓宽中端消费市场份额。核心单品持续培育升级：作为牛栏山品牌升级的核心产品，以口感与视觉双重升级赋能品牌升级，推出“特级牛二”系列产品，聚焦重点市场精准发力，扎实推动流通、餐饮双渠道建设。该产品自 2025 年 8 月发售以来，累计发货约 20 万箱，市场认可度稳步提升。报告期内，公司联合京东、中国酒业协会于 2025 年 9 月推出“42 度青牛二”，借助电商平台流量优势与行业权威机构背书，进一步丰富牛栏山光瓶酒产品矩阵。引爆夏日消费潮流：2025 年夏季，由消费者自创的“牛碧桶”饮品（金标陈酿+雪碧）在社交媒体意外走红，相关话题在抖音播放量突破 1.6 亿次，微博相关话题的阅读累计超过 10 亿。公司迅速响应市场热度，以“快乐牛碧桶，畅饮金标牛”为主题，推出主题快闪店与线上挑战赛，在线下联动美食市集，成功将白酒转化为年轻人的“社交货币”。“牛碧桶”系列活动不仅破解了品类夏季销售淡季的难题，更通过口感改良和社交玩法，打破了传统白酒的饮用门槛，为其他产品的动销提供了可复制的新思路。

二是营销模式创新与渠道效能提升。

报告期内公司白酒业务深入贯彻“1-2-12-3+”的营销战略，主动调整营销模式，在核心市场进行精细化深耕，持续探索渠道管理模式优化。

品牌代言人焕新亮相：在营销层面，牛栏山签约国民笑匠岳云鹏为品牌代言人。岳云鹏所拥有的极高国民度、亲切感及其鲜明的快乐标签，与牛栏山致力于打造的“轻松、亲切、有共鸣”的市场新认知高度契合，精准地锚定了品牌的“小微醺，才开心”的价值主张。新的品牌代言人以更具感染力、更柔软的方式，助力品牌与广大消费者快速建立起深层情感连接。渠道深耕与终端活化：聚焦北京大本营及 12 座核心外埠城市，持续深耕餐饮终端。通过强化终端陈列、开展品鉴会等方式，提升产品铺市率与能见度。探索渠道管理模式优化：公司充分发挥市场管理委员会的统筹职能，提出区域市场“网格化”终端管理新模式，加强对重点市场的督导，强化目标管控与战略执行。在电商渠道建设方面，公司于 2025 年 11 月正式公布包括京东、天猫、抖音等平台在内的 118 家线上官方授权渠道，明确授权边界，在拥抱电商红利同时强化价格体系管控与消费者权益保障，推动白酒电商博弈进入精细化管理新阶段。

三是品牌情感化升级，实现与消费者的深度共鸣。

公司突破传统营销灌输模式，将品牌传播融入时代情绪与百姓生活，构建了多元化文化表达体系。

打造现象级传播案例：策划出品《烟火人间》系列短片，聚焦平凡生活场景，以温情叙事引发情感共振。该系列短片在抖音、视频号等平台总播放量突破 3 亿次，其中春节短片《迟到的年夜饭》单条播放量超 2,000 万次，成功将品牌与“团圆”“亲情”等情感因素联系绑定，增强品牌曝光度、影响力与美誉度。深化影视内容植入：作为热播剧《以法之名》的独家白酒合作品牌，通过深度剧情融合，将产品转化为推动情节、承载情感的文化符号，剧集播出期间累计登上全网热搜热榜 1,200 多次，实现了品牌价值的深度传递。另一方面，借力头部平台，独家冠名央视《最牛烟火席》国民文化节目。通过美食擂台、厨艺比拼、民俗展演等沉浸式体验，探寻各地特色宴席文化，生动诠释了“无酒不成席”的传统习俗，进而去培养观众心智，形成“‘牛栏山’成为宴席场景首选品牌”的印象。活化“非遗”文化资产：牛栏山酒厂古井及老窖池入选顺义区第四次全国文物普查新线索；牛栏山二锅头酒传统酿造工艺入围首届北京档案遗产名录；“牛栏山二锅头酒”在首届地理标志产品国际博览会暨中欧地理标志协定论坛上，获评十大最具代表性中欧地理标志产品。公司传承的“北京二锅头酒传统酿造技艺”也于 2025 年成功入选北京市“京彩非遗游”项目名单，并通过文化苑探馆节目《牛人探牛酒》等趣味形式，让传统技艺可感知、可体验，强化了品牌的文化根基与历史底蕴。

四是夯实技术与品质根基，巩固“民酒”之本。

公司的所有创新均建立在坚实的品质基础之上。公司长期与中科院、工程院和北京工商大学等顶尖科研机构合作，将传统酿造工艺与现代微生物技术深度融合，围绕“酿造、风味”等重点核心工艺环节，开展多层次科研合作。在 2025 年年度报告期内，公司与北京工商大学合作的“清香型白酒风味品质提升研究及应用”成果，经北京轻工业联合会鉴定获评“国际领先水平”，进一步夯实了牛栏山的品质护城河。同时，“牛栏山二锅头”于 2025 年成功入选首批国家地理标志保护示范区典型案例，这些都是对“牛栏山”白酒品质与品牌价值的积极肯定。

(2) 猪肉产业情况

报告期内，公司猪肉业务实现营业收入 18.08 亿元，同比去年减少 4.39%，其中屠宰业务和种畜养殖业务收入分别为 15.91 亿元、2.17 亿元。

屠宰板块方面：

一是深化产品与渠道结构布局。顺应消费升级与市场细分趋势，持续优化产品结构，稳步提升分割肉等精深加工产品比重，增强产品附加值；立足肉类加工优势，探索拓展全品类食材配送业务，推动业务向多品类、多场景延伸，逐步构建全链条食材供应体系，培育新的效益增长点。

二是推进品牌终端战略落地。深化与区域重点商超的战略协同，以厂家直营模式进驻终端门店，依托商超渠道扩大品牌消费触达，为市民提供新鲜安全、可溯源的猪肉产品与定制化服务，实现产品从车间到餐桌的快捷直达，有效提升品牌口碑与用户粘性，推动品牌从产业龙头向民生消费品牌稳步升级。

三是强化精细化运营管理。优化生猪采购与库存管理机制，动态调整生产节奏与库存结构，实施效期产品有序销售策略，有效规避库存积压与资金占用风险，提升订单履约与市场响应能力；围绕熟食产品开展系统性市场研究，精准把握消费需求与竞争格局，持续推进产品焕新与改进，提升市场适配性与产品竞争力。

养殖板块方面：

一是强化精细管控，夯实生产经营底盘。紧扣市场行情预判，结合经营实际，科学调控基础母猪存栏量，全面推行养殖全流程精细化管理，优化料肉比管控，精准压降生产运营成本。

二是深耕科技育种，升级种源竞争实力。聚焦种源优化，以智能化、生物技术为支撑，与科研机构开展联合育种攻关，提高种猪育种质效。

三是精准营销破局，擦亮特色种猪品牌。前瞻应对市场行情低迷挑战，逐步搭建品牌宣传体系。依托新媒体平台、宣传册、行业展会开展立体化品牌推广，品牌宣传覆盖面持续扩大。

四是筑牢防疫屏障，保障种群健康发展。加快构建猪场全流程疫病净化体系，引入荧光定量 PCR 检测、抗体监测等精准技术，对重大疫病实施常态化筛查，种群免疫水平稳步提升。

五是推动机制创新，激活人力资源效能。推进用人机制创新，通过聘用职业经理人、推行场长竞聘制等举措，激活人力资源效能，完善配套制度，激发全员工作积极性。

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	13,762,225,278.17	14,994,542,079.57	-8.22%	15,367,166,219.19
归属于上市公司股东的净资产	6,750,273,539.53	7,013,897,157.51	-3.76%	6,782,726,103.72
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	7,223,834,604.34	9,125,832,461.81	-20.84%	10,592,555,954.31

归属于上市公司股东的净利润	-152,358,569.63	231,171,053.79	-165.91%	-295,598,061.91
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-146,775,110.12	245,677,692.72	-159.74%	-570,232,397.04
经营活动产生的现金流量净额	-272,576,717.13	111,672,106.45	-344.09%	-738,176,889.59
基本每股收益（元/股）	-0.2054	0.3116	-165.92%	-0.3985
稀释每股收益（元/股）	-0.2054	0.3116	-165.92%	-0.3985
加权平均净资产收益率	-2.21%	3.35%	-5.56%	-4.27%

（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	3,258,299,227.75	1,334,390,228.57	1,276,143,945.30	1,355,001,202.72
归属于上市公司股东的净利润	282,349,614.41	-109,462,353.53	-95,904,500.43	-229,341,330.08
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	282,216,318.44	-104,773,214.18	-94,687,501.60	-229,530,712.78
经营活动产生的现金流量净额	-703,637,339.62	-247,189,232.01	131,505,723.01	546,744,131.49

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	91,309	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	90,040	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	
北京顺鑫控股集团有限公司	国有法人	38.36%	284,511,168	0	不适用	0	
中国银行股份有限公司－招商中证白酒指数分级证券投资基金	其他	4.93%	36,585,444	0	不适用	0	
中国建设银行股份有限公司－鹏华中证酒交易型开放式指数证券投资基金	其他	2.40%	17,838,561	0	不适用	0	
阿布达比投资局－自有资金	境外法人	1.51%	11,199,980	0	不适用	0	
招商银行股份有限公司－南方中证 1000 交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.64%	4,783,210	0	不适用	0	
香港中央结算有限公司	境外法人	0.62%	4,580,468	0	不适用	0	
招商银行股份有限公司－华夏中证 1000 交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.41%	3,009,400	0	不适用	0	

中国工商银行股份有限公司—景顺长城竞争优势混合型证券投资基金	其他	0.35%	2,603,200	0	不适用	0
中国建设银行股份有限公司—鹏华中证酒指数证券投资基金(LOF)	其他	0.34%	2,527,413	0	不适用	0
中国银行股份有限公司—华夏中证细分食品饮料产业主题交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.31%	2,283,168	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	北京顺鑫控股集团有限公司与上述其他股东之间不存在关联关系，也不属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人；未知上述其他股东是否属于一致行动人，也未知其他股东之间是否存在关联关系。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	无					

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

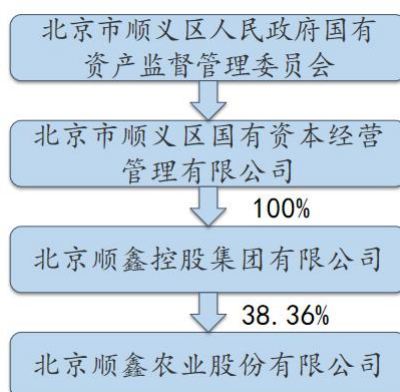
适用 不适用

(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

(1) 债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额 (万元)	利率
北京顺鑫农业股份有限公司 2025 年度第一期中期票据	25 顺鑫农业 MTN001	102501460	2025 年 07 月 09 日	2027 年 07 月 10 日	50,000	1.87%

(2) 公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

无

(3) 截至报告期末公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

单位：万元

项目	2025 年	2024 年	本年比上年增减
资产负债率	50.60%	52.95%	-2.35%
扣除非经常性损益后净利润	-14,677.51	24,567.77	-159.74%
EBITDA 全部债务比	5.92%	12.61%	-6.69%
利息保障倍数	0.80	5.01	-84.03%

三、重要事项

不适用

北京顺鑫农业股份有限公司

董事会

董事长：宋立松

2026 年 4 月 28 日