

证券代码：603027

证券简称：千禾味业

公告编号：临 2026-025

千禾味业股份有限公司关于 2025 年度“提质增效重回报”行动方案评估报告暨 2026 年度“提质增效重回报”专项行动方案 的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

为进一步落实国务院《关于进一步提高上市公司质量的意见》，积极响应上海证券交易所《关于开展沪市公司“提质增效重回报”专项行动的倡议》，切实履行上市公司的责任和义务，维护全体股东利益，千禾味业股份有限公司（以下简称“公司”）于 2026 年 4 月 29 日召开第五届董事会第十一次会议审议通过了《关于〈2025 年度“提质增效重回报”行动方案的评估报告暨 2026 年度“提质增效重回报”行动方案〉的议案》，现将具体内容公告如下：

2025 年于公司而言是极不平凡的一年。面对行业政策调整、市场竞争格局变化以及消费需求持续升级的多重考验，公司董事会和管理层坚持“以消费者为中心、以品质为生命线”的原则、坚持“忠孝廉节，说到做到”的核心价值观，紧紧围绕“提质增效重回报”的工作主线，在经营质量提升、重点项目推进、投资者回报保障和公司治理优化等方面开展了扎实工作，取得了阶段性成果。为全面总结 2025 年工作成效、科学描绘 2026 年发展蓝图，特编制本报告。

第一章 2025 年度“提质增效重回报”行动方案评估报告

一、经营质量方面

（一）经营基本面保持韧性

2025 年，在行业竞争加剧和公司遭受负面舆情冲击的背景下，公司经营面临较大压力。2025 年度，公司实现营业收入 25.71 亿元，同比下降 16.32%；归母净利润 3.48 亿元，同比下降 32.35%。

为提振经销商和市场信心，2025 年 9 月 25 日，公司以“乘风破浪·共创辉煌”

为主题召开全国经销商大会，汇聚全国超 3000 家经销商代表，共同探讨“配料干净”调味品市场的消费需求与市场机遇。会议效果良好，极大提振了经销商与市场信心。

（二）深化品类战略，产品结构持续优化

公司持续聚焦高品质健康调味品主业，深耕“更健康、更美味”产品战略。千禾 0 系列酱油通过中国质量认证中心的现场审核、抽样检测和跟踪审核，获得中国调味品行业首个清洁标签产品 0 级认证。该认证要求产品配料中不含食品添加剂，且在加工过程中没有人为添加和带入添加剂的风险。在产品包装方面，公司积极响应新国标要求，率先完成包装优化升级，将千禾 0 系列酱油的完整配料表标注在包装正面，实现信息透明、通俗易懂，直接回应消费者对食品安全信息的核心关切。公司还通过了 BRGCSFOOD（食品安全全球标准）与 IFSFOOD（国际食品标准）的认证复审，食品安全质量管理体系的稳定性与专业性持续通过国际权威核验。

（三）强化研发投入，技术壁垒不断筑牢

公司持续强化基础研究投入，在菌种培育方面取得重要突破。随着基础科研的不断投入，公司筛选出了高生物酶活的酿造菌种，黄豆利用率提高了 4%，氨基酸含量增加了 8%，不加任何外源增鲜物质，鲜味自然。公司已累计形成多项菌种相关的发明专利，构建起坚实的技术护城河。此外，公司配有各类试验仪器，对生产原料、半成品及成品开展各项指标检测，定期抽样送检第三方机构，系统化管控每一个潜在风险环节。

二、重点项目方面

（一）60 万吨调味品智能制造项目二期投产

2025 年 6 月，千禾味业年产 60 万吨调味品智能制造项目全线正式投产，公司总产能突破 120 万吨，率先在超大规模酱油生产中实现清洁化、标准化与智能化的深度融合。该项目不仅显著提升了产能，更在生产效率、产品质量、能源管控、风险控制等方面实现了全面突破。项目采用全球领先的圆盘制曲机、全自动灌装线等核心设备，实现从原料处理到成品包装的全流程自动化作业，整体自动

化率达 80%以上。其中，圆盘制曲机通过动态调控温度、湿度及风量，有效提升蛋白酶活力；同时，系统实时采集关键风味物质数据，并自动预警、干预，从而提高了氨基酸生成率。智能灌装与仓储设备则大幅提升了综合效率，显著缩短订单交付周期。

（二）上游供应链建设同步推进

伴随着智能制造项目的上线，公司持续强化原料供应链管理，加速布局上游供应链体系建设，品质管理前移，与核心大豆、食盐等供应商建立战略合作关系，实现原料质量的可控、可追溯，完善供应商准入与评估机制，严格执行原料检验标准，不仅确保产品生产过程中所需核心原料的高品质稳定供应，同时也引领了调味品行业供应链标准转化升级。

（三）绿色制造树立行业标杆

公司分布式光伏发电项目在四川省眉山市顺利并网发电。这是西南地区调味品行业规模较大的分布式太阳能光伏项目之一，采用了“BIPV+BAPV”复合光伏方案，总装机容量约 7.2 兆瓦，年均发电量约 541.86 万度，每年可减少二氧化碳排放约 11.11 万吨，且全程无水资源消耗与污水排放。公司力争通过这一尝试，让公司生产的每一瓶酱油都能融入阳光的能量，努力实现“增产不增耗”的智能化工业用能模式，为调味品行业的绿色制造与低碳发展贡献一份微薄之力。

（四）产能提升与渠道拓展协同推进

为应对产能规模扩大后的市场拓展需求，公司在渠道建设上持续发力。一是持续强化营销网点建设，二是积极开展品牌定制业务，目前公司已与沃尔玛、永辉、盒马等多家渠道合作推出定制产品。目前，公司的经销网络覆盖全国 34 个省级行政区、超 300 个地级行政区、超 2800 个县级行政区，经销商数量超 3300 家。

三、投资者沟通与回报方面

（一）持续高比例现金分红

2025 年，公司秉持回报投资者的理念，实施了高比例现金分红。在 2024 年

度利润分配中，公司以总股本 10.25 亿股为基数，每股派发现金红利 0.5 元，总计派发现金红利 5.127 亿元，现金分红比例高达 99.94%。在 2025 年半年度利润分配中，公司每股派发现金红利 0.1 元，转增股本 0.3 股，共计派发现金红利 1.025 亿元，转增 3.076 亿股。2026 年 4 月 29 日，公司第五届董事会第十一次会议审议通过了《2025 年年度利润分配预案》，拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东进行现金分红，每 10 股分配现金 1.8 元（含税），加上已实施的 2025 年半年度分红，2025 年度现金分红比例达 98.54%。充分体现了公司对投资者回报的高度重视。

（二）投资者沟通常态化

2025 年，公司持续强化投资者沟通工作，除每季度召开投资者业绩说明会外，还参加了“四川辖区 2025 年投资者网上集体接待日及半年度报告业绩说明会”活动，采用网络远程方式与投资者互动交流，就 2025 年半年度业绩、公司治理、发展战略、经营状况、融资计划、股权激励和可持续发展等投资者关心的问题进行了坦诚沟通。

（三）股权激励与市值管理

2025 年，公司根据业绩考核情况，对未达第二期解除限售条件的限制性股票以及离职激励对象的限制性股票实施回购注销，合计 225 万股。2024 年公司营业收入增长率及净利润增长率均未能达到相应业绩考核目标，公司对 64 名在职激励对象第二期对应的不能解除限售的限制性股票予以回购注销。此次回购注销既是对激励计划执行规定的严格遵守，也体现了公司在市值管理方面的审慎态度。

（四）公司治理制度建设

2025 年，公司召开股东会审议通过了一系列治理制度的修订，包括《公司章程》的修订、《董事会议事规则》的修订、《股东会议事规则》的修订、《关联交易决策制度》的修订以及《募集资金管理制度》的修订，进一步完善了公司治理的制度基础，为公司规范运作提供了坚实的制度保障。

四、公司治理提升与社会责任履行方面

（一）规范运作，完善治理体系

公司严格按照上市公司治理准则规范运作。2025年，公司召开第五届董事会第五次会议、第六次会议、第八次会议等重要董事会会议，以及第五届监事会第五次会议，认真审议年度报告、半年度报告、利润分配预案、回购注销等重要事项。公司董事会审计委员会对财务报告进行严格审核，确保报告公允地反映公司财务状况和经营成果。信永中和会计师事务所为公司出具了标准无保留意见的审计报告。

（二）人才队伍建设与优化

2025年，公司根据《管理干部到龄退出管理岗位实施办法》，推动人才队伍年轻化，优化管理层结构，为公司持续发展注入新活力。同时，公司持续加强在博士后创新实践基地的人才培养和引进工作，依托四川省级企业技术中心，推动科研人才队伍建设。

（三）社会责任履行持续深化

2025年，公司积极履行社会责任。在员工权益保障方面，公司坚持“先人后企”理念，与社会、员工共享发展成果，持续稳定和扩大就业，2025年公司在岗员工超2400人，为当地创造了大量就业岗位。公司持续完善培训与晋升体系，建立“管理序列”和“专业序列”双通道职业路径，通过机制保障拓宽成长通道，推动员工与企业共成长、同受益。在社会公益方面，公司积极反哺社会，持续践行公益责任，开展扶老助医捐赠，捐建便民中心和乡村道路，资助困难学生与优秀教师等多项社会公益活动。

第二章 2026年度“提质增效重回报”专项行动方案

一、提升经营质量，加快发展新质生产力

（一）坚持品质至上

2026年，公司将继续聚焦“配料干净”品类，全力提升产品竞争力和品牌美誉度。今年公司将加大品牌宣传力度，通过坚实的品质基础和透明沟通重塑消费者信任。公司将进一步扩大高端高品质产品矩阵，力争中高端产品在整体营收中的

占比持续提升。

在产品研发方面，公司将继续围绕优化发酵菌种、提升产品品质等方向开展技术攻关，依托博士后创新实践基地和企业技术中心，持续推进酱油酿造工艺的优化创新，提升氨基酸态氮含量和产品风味品质。公司将构建覆盖“场景”“人群”“功能”三个维度的需求洞察体系，搭建基础技术平台与应用开发模块的协同研发架构，在研发初期前置标准化工作，同步规划标准制定与参与路径，以标准保障规模化生产的质量一致性。

（二）优化渠道结构，拓展增量空间

公司实施渠道多元化战略，积极构建更加均衡、富有韧性的渠道体系。线上渠道持续深耕，推动新零售模式创新发展，努力实现恢复性增长；深化与大型零售商的战略合作，不断满足消费者差异化需求，提升单店效能与渠道渗透率；同时，稳步推进渠道下沉，加大对县乡市场的覆盖力度，拓展更广阔的市场空间；此外，积极开拓团购、餐饮连锁及食品加工等特通渠道，丰富渠道结构，分散经营风险。在餐饮渠道方面，加快布局步伐，力争打造稳定增长的新引擎。通过全方位、多层次的渠道优化，持续拓展增量空间，为公司高质量发展注入强劲动力。

（三）加强成本管控，提升盈利质量

公司将持续推进降本增效专项行动。60万吨智能制造项目二期的投产将带来规模效应，公司将通过优化生产工艺、提高自动化水平和能源利用效率，有效管理单位生产成本。同时，公司将加强采购管理，建立原材料价格监控机制，合理控制采购成本。在费用管理方面，公司将进一步优化销售费用和管理费用结构，提高费用使用效率。分布式光伏发电项目所节约的能源成本，将为公司持续提升产品性价比、加大研发创新投入提供坚实支撑，形成“绿色生产—成本优化—研发创新—消费者受益”的良性循环。

（四）推进数字化与智能化升级

公司将进一步深化智能制造和数字化转型升级。在已完成生产线自动化率突破80%的基础上，公司计划推进营销系统、MES（制造执行系统）、WMS（仓储管理系统）与ERP（企业资源计划系统）的深度集成，实现从销售预测、生产

计划、物料管理到质量控制、仓储物流的全流程数字化管理。公司将建设大数据分析平台，对生产数据、质量数据、销售数据进行深度挖掘和分析，为经营决策提供数据支撑，提升精细化管理和精准决策能力。公司还将推进品牌生态赋能协同平台建设，实现与核心供应商和重点经销商的业务数据共享，提升品牌生态业务链的整体响应效率和协同水平。

（五）产品创新与品类拓展

公司在巩固“配料干净”核心产品优势的基础上，将进一步围绕健康、便捷与悦己三大方向，推动产品创新与渠道运营升级。在健康层面，持续深化“配料干净”、减盐等工艺研发，为消费者提供更纯净、安心的调味选择；在便捷层面，聚焦快节奏生活场景，更多切入便捷的消费渠道，让美味触手可及；在情绪价值层面，通过风味创新与场景化设计，激发烹饪乐趣与生活仪式感，满足消费者对品质生活的精神追求。渠道运营方面，公司将线上线下协同布局，打造沉浸式体验与情感共鸣的消费触点，持续丰富产品矩阵，构建多元化、可持续的收入增长来源。

（六）强化品牌建设与传播

公司将进一步加大品牌推广，系统化提升品牌市场影响力。在传播策略上，重点发力种草营销与场景式推广，深入消费者日常饮食场景（如家庭烹饪、轻食备餐、亲子下厨等），通过真实、沉浸的内容触达，让“配料干净”的品牌认知自然融入用户心智。同时，结合社交媒体、短视频、达人合作等多元渠道，打造高频次、强互动的品牌触点，持续巩固消费者对千禾“配料干净”的信任与偏好。

二、持续回报投资者

（一）稳定高比例现金分红政策

公司将严格依据《中华人民共和国公司法》（以下简称“公司法”）《上市公司治理准则》等法律法规以及《公司章程》关于利润分配的有关规定，延续积极回报投资者的分红政策，在符合利润分配条件的前提下，保持较高水平的现金分红比例。2025年，公司依据上述法律法规和《公司章程》的规定，在年度利润分配和半年度利润分配中均实施了高比例现金分红。2026年，公司将在充分考

考虑经营业绩、现金流状况和投资需求的基础上，依据《公司章程》规定的利润分配原则和条件，制定科学合理的年度利润分配方案，确保分红政策的稳定性、可持续性以及与公司实际经营状况的匹配性，切实增强投资者的获得感。

（二）优化激励机制

2026年，公司进一步优化激励机制，完善薪酬管理体系建设。公司第五届董事会第九次会议审议通过了《董事、高级管理人员薪酬管理制度》，从制度层面明确了薪酬管理的基本原则、机构职责、薪酬结构与标准、发放方式及绩效评价等核心内容。薪酬管理遵循公开公正、激励和约束并重的原则，并将薪酬与公司长远利益、实际经营情况及经营目标紧密挂钩。在薪酬结构上，非独立董事及高级管理人员的薪酬由基本薪酬、绩效薪酬和中长期激励组成，其中绩效薪酬占比不低于50%，强化了考核结果对薪酬的决定性作用。同时，制度建立了完善的绩效评价机制，由董事会薪酬与考核委员会定期组织开展绩效评价，评价结果作为绩效薪酬和中长期激励收入确定与支付的重要依据。此外，制度还明确了薪酬追回机制，进一步增强了对管理人员的规范约束。公司将持续优化激励与约束并重的薪酬体系，充分激发管理团队的积极性和创造性，为公司高质量发展提供坚实的制度保障。

三、强化投资者沟通

（一）提升信息披露质量

公司将严格执行信息披露管理制度，确保信息真实、准确、完整、及时、公平。在法定披露的基础上，公司将增加自愿性信息披露的内容，在定期报告中加强对经营亮点、风险因素和未来展望的阐述，帮助投资者更全面、更深入地了解公司经营状况和发展前景。

（二）拓展投资者沟通渠道

公司将建立“线上+线下”相结合的投资者沟通体系：一是常态化召开业绩说明会。每期定期报告发布后，公司将及时组织召开业绩说明会，由管理层与投资者在线交流。2026年计划召开不少于3次业绩说明会（年报业绩说明会与一季报业绩说明会合并举办），覆盖年度报告、半年度报告及各季度报告。二是常态

化关注投资者热线、邮箱以及上证 E 互动平台，指定专人负责投资者关系管理，确保投资者咨询能够得到及时、准确的回复，提高互动频率和回复质量。三是开展机构投资者路演活动，主动与公募基金、私募基金、券商等专业投资机构进行深入交流，扩大机构投资者覆盖面。四是举办投资者开放日活动，邀请投资者实地参观生产基地、智能制造项目，近距离了解公司运营情况和发展成果。

（三）半年度执行情况评估与披露。

根据上海证券交易所《关于开展沪市公司“提质增效重回报”专项行动的倡议》要求，公司将于 2026 年半年度报告发布后，对本行动方案的执行情况进行全面评估，提交董事会审议后及时披露 2026 年度“提质增效重回报”行动方案半年度评估报告，就各项目标完成情况、存在不足及后续优化措施向投资者进行说明，确保行动方案的严格落实和动态完善。

（四）编制并发布社会责任报告

公司将继续编制并发布企业社会责任报告，系统披露公司在公司治理、股东权益保护、员工权益保障、产品质量与安全、环境保护与可持续发展、产品创新与市场拓展、社会公益等方面的实践与成效。社会责任报告将参照行业标准和最佳实践，系统梳理环境、社会、治理各维度的表现与成效，优化报告框架和信息结构，以更透明、更专业的方式回应利益相关方的关切。

四、提高公司治理水平

（一）完善法人治理结构

公司将持续优化“三会一层”（股东会、董事会、董事会专门委员会和管理层）治理架构，厘清各治理主体的权责边界。董事会将继续保持合理的专业结构和多元化的来源构成，强化董事的履职能力。董事会专门委员会将切实发挥在审计、提名、薪酬、战略等方面的专业职能。2026 年，公司计划进一步完善独立董事工作机制，为独立董事提供充分的信息支持和履职条件保障，确保独立董事能够独立、客观地发表意见，切实发挥监督和制衡作用。

（二）强化内控与风险管理

公司将持续完善内控体系建设，每年开展内控自我评价，并接受外部审计机构的独立审计。针对食品安全风险、供应链风险等关键风险领域，公司建立专项风险管理制度和应急预案，定期开展风险排查和压力测试。公司将引入先进的风险管理工具和方法，提升风险识别、评估和应对能力。2026年，公司将重点加强对舆情风险的管理和应对，建立更加完善的舆情监测、预警和处置机制，提升危机公关能力和品牌声誉保护水平。

（三）加强合规与廉洁建设

公司将严格遵守《公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》等法律法规，确保各项经营决策合法合规。公司持续加强廉正文化建设，完善内部控制流程，防范商业贿赂、利益输送等违规行为，营造风清气正的企业氛围。2026年，公司计划开展全员合规培训不少于2次，重点加强对采购、销售、财务等关键岗位人员的合规教育和廉洁从业教育，筑牢合规经营的思想防线和制度防线。

（四）压严压实关键少数责任。

公司建立关键少数“任职—履职—离职”全周期责任体系。薪酬与经营业绩硬挂钩，绩效薪酬占比不低于50%，并建立追回机制；严格落实《上市公司董事会秘书监管规则》，保障董秘独立履职；严格规范控股股东行为，防范资金占用及违规担保；聘任合同中明确离职追责条款，审计委员会独立开展风险核查并督促整改。

五、强化消费者服务

（一）构建全生命周期质量管理体系

公司将始终把消费者健康安全放在首位，构建从原料源头、生产加工到流通配送的全链条质量管理体系。在品质管理前移方面，强化原料端的优选与溯源能力，对原料产地、种植环境及储运环节进行严格筛选与动态评估，从源头筑牢安全防线。在过程把控方面，贯穿生产加工与销售全流程，建立严密的过程监控机制，确保清洁生产标准的持续执行，并对温控、储运等关键环节实施精细化管控。2026年，公司将进一步升级全生命周期追溯系统，实现从原料批次到成品流向

的完整链路覆盖，让每一批次产品均可追溯至源头与生产过程，以系统化、前置化的质量管理保障产品的安全与稳定。

（二）打造透明化信息沟通机制

公司将全面推行“透明工厂”计划，定期通过线上直播和线下开放日等方式，邀请消费者走进工厂，直观了解从原料到成品的全过程。2026年将进一步扩大工厂开放频次，将透明化沟通机制常态化、制度化。公司计划2026年举办不少于4次工厂开放日活动，覆盖不同区域的消费者和意见领袖。此外，公司将持续优化产品信息呈现方式，充分保障消费者对食品安全的知情权。

（三）构建消费者反馈响应体系

公司已建立统一的消费者服务热线及新媒体互动渠道，确保消费者的投诉和建议能够及时获得响应与处理。同时，公司构建了产品质量快速反应机制，对消费者反映的产品质量问题实行“接诉即办、闭环管理”。此外，公司定期分析消费者反馈数据，将消费者意见纳入产品改进与服务优化的决策过程。为进一步提升管理效能，公司计划于2026年升级消费者服务系统，实现消费者反馈的全流程数字化管理，构建从接收、处理到回访的完整闭环。同时，公司将设立消费者体验官制度，定期邀请消费者参与产品测评与体验反馈，以消费者视角持续推动产品与服务的优化。

（四）加强消费者食品安全沟通

公司将积极履行社会责任，通过官方网站、社交媒体、线下活动等多种渠道，向消费者普及调味品选购知识、食品安全常识及健康饮食理念，帮助公众树立科学的消费观念。在科普教育方面，公司将与行业协会、媒体平台合作，联合营养专家、美食达人及研发工程师，以通俗易懂的方式讲解调味品配料知识与健康饮食理念，提升消费者对食品安全的认知水平。在互动体验方面，公司将与商超合作伙伴共同强化消费者服务，通过卖场试吃、产品讲解、线上直播等形式，增强消费者对配料干净产品的直观认知。在需求调研方面，公司将与渠道方合作开展消费者调研，及时捕捉消费需求变化，为产品开发与市场策略调整提供依据。

2025年是千禾味业承压奋进的一年。面对市场波动和业绩压力，公司迎难

而上，坚持品质为本，加大研发投入，推进智能制造项目投产，主动适应新国标要求，持续回报投资者，为后续发展积蓄了力量。

2026年是千禾味业走出调整、重拾信心的关键之年。公司将紧紧围绕“提质增效重回报”的工作主线，以品质为立身之本，以创新为发展之翼，以消费者为中心，以投资者回报为导向，扎实推进各项工作落地见效。公司董事会和管理层有信心、有决心、有能力带领公司穿越周期、稳健前行，在调味品行业高质量发展的大潮中开辟新局面、谱写新篇章，以优异的经营业绩回报广大投资者的信任与支持。

特此公告。

千禾味业食品股份有限公司董事会

2026年4月30日