



2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

Copyright © 2024 头豹

榨菜：轻盐健康时代，行业新增量何在？ 头豹词条报告系列



黄之婧 · 头豹分析师

2024-08-02 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：[批发和零售业/零售业/食品、饮料及烟草制品专门零售](#) [消费品制造/食品饮料](#)

词目录

<h3>行业定义</h3> <p>根据中华人民共和国供销合作行业标准《榨菜》...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>根据中国调味品协会团体标准《轻盐榨菜》(T/CCLA...)</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>中国榨菜行业呈现出“轻盐榨菜消费升级”、“下沉...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>榨菜行业目前已达到 4个阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业规模</h3> <p>榨菜行业规模暂无评级报告</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>榨菜行业相关政策 5篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>随着消费者的消费习惯逐渐演变为“先选品牌，再选...</p> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 榨菜以其独特的风味和方便易食的特点，已成为中国居民餐桌上不可或缺的佐餐菜品。2023年榨菜行业市场规模增长至146.7亿元，预计2028年增长至209.5亿元。随着消费者的消费习惯逐渐演变为“先选品牌，再选产品”，榨菜品牌的影响力变得愈发重要。头部企业通过多年的市场积累及口碑效应，已在消费者心中建立起了良好的形象和信誉。

行业定义^[1]

根据中华人民共和国供销合作行业标准《榨菜》(GH/T 1011-2022)，榨菜以青菜头为原料，经盐腌渍、压榨、添加或不添加辅料、包装或不包装等工艺加工而成的蔬菜制品。榨菜以其独特的风味和方便易食的特点，已成为中国居民餐桌上不可或缺的佐餐菜品。随着消费者对于健康食品的关注度增加，低盐榨菜逐渐成为首选。

[1] 1: <http://health.peop...> 2: 人民日报健康时报, 乌...

行业分类^[2]

根据中国调味品协会团体标准《轻盐榨菜》（T/CCLAS 023-2023），榨菜根据其含盐量可分为参照榨菜、减盐榨菜及轻盐榨菜。

根据含盐量分类



[2] 1: <https://b2b.baidu.com> | 2: <https://www.foodt.com> | 3: 天津市天宇酱菜有限公司

行业特征^[3]

中国榨菜行业呈现出“轻盐榨菜消费升级”、“下沉市场潜力释放”、“榨菜品牌影响力高”的特点。

1 轻盐榨菜消费升级

消费者对于健康及高品质榨菜的需求度增加。

根据人民日报社健康榨菜的消费态度与消费行为的调查显示，尽管有49.4%的消费者在购买时会考虑价格，但将价格视为首要因素的消费者仅为5.3%，此外，76.4%的消费者愿意为轻盐榨菜支付更高的价格。数据表明，消费者在购买健康榨菜时更加注重产品的品质、口感及营养价值，愿意为更健康、更优质的产品支付更高的价格。

2 下沉市场潜力释放

下沉市场为包装榨菜提供增长空间。

随着城镇化进程不断加深，居民收入增加，低线城市及地区的居民消费能力增强，龙头企业在低线市场加速布局，推动了榨菜市场的需求释放。以涪陵榨菜集团为例，通过渠道下沉的策略，在现有经销商的基础上，向下覆盖10万人口以上的县城市场。截至2023年末，涪陵榨菜经销商数量达3,239个，较上年增加112个，这一增长为拓宽渠道布局，覆盖下沉市场的结果。

3 榨菜品牌影响力高

包装榨菜品牌集中度较高，龙头企业在市场中扮演重要角色。

根据人民日报社，65.8%的消费者在购买榨菜时会考虑品牌。消费者喜爱的佐餐开味菜品牌中，77.7%的消费者选择乌江，7.7%选择六必居，6.9%选择吉香居。从低盐榨菜的品牌认知度来看，96.1%的消费者听说过乌江轻盐榨菜，37.4%听说过吉香居轻盐榨菜。消费者对于健康榨菜的需求日益增长，品牌认知度和口碑成为企业在市场竞争中的重要优势。

[3] 1: [https://baijiahao.b...](https://baijiahao.baidu.com) | 2: [https://www.gov.c...](https://www.gov.cn) | 3: 人民日报社健康时报, ...

发展历程^[4]

中国榨菜行业发展至今，经历了萌芽期、启动期、高速发展期及成熟期。1984年以榨菜切分技术、真空包装技术、防腐技术应用为特征的方便榨菜研发成功并批量生产后，榨菜产业增长势头迅猛。目前，榨菜行业进入成熟期，并保持稳定发展趋势。

萌芽期 · 1898~1899

1898年，青菜头大丰收，由于运输困难，无法完全消费或销售出去，导致其货值下降。根据原涪陵州志《涪州志》记载：清光绪二十四年（1898年），涪陵县城郊（现涪陵城区洗墨路）商人邱寿安将涪陵青菜头“风干脱水”加盐腌制。1899年，邱寿安专门设立了一个加工作坊，以扩大生产规模，并根据加工过程命名为“榨菜”。

为解决大量青菜头无法消耗问题，青菜头开始被用于腌制，催生了早期的榨菜加工工作坊的兴起。

启动期 · 1900~1949

根据1928年出版的施纪云主编的《涪陵县续修涪州志·食货志》记载：“近邱氏贩榨菜至上海，行销及海外”。此志所记史实限于1911年，表明在此之前，中国的榨菜已远销到海外市场。

这一阶段，榨菜生产工艺不断完善，逐渐打入海外市场。

高速发展期 · 1950~1999

20世纪50年代至70年代，中国青菜头种植、榨菜加工培训班先后两次在涪陵举办，榨菜制作工艺逐渐在中国范围内流传开来。1984年，以榨菜切分技术、真空包装技术、防腐技术应用为特征的方便榨菜研发成功并批量生产后，涪陵榨菜产业增长势头迅猛。重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司成立于1988年。

榨菜产业在技术革新及企业积极参与的推动下，实现了快速发展。

成熟期 · 2020~2023

涪陵榨菜集团与德国一家企业合作，建设了第一条生产线，生产效率迅速提升，2001年，涪陵榨菜厂销售收入突破1亿元。从消费端来看，低盐榨菜正逐渐成为市场的主流选择。2017年，《全民健康生活方式行动方案（2017-2025年）》，提出要深入开展“三减三健”（即减盐、减油、减糖、健康口腔、健康体重、健康骨骼）专项行动。

榨菜生产线趋于成熟。此外，以“三减”为特点的健康食品正受到更多欢迎。

[4] 1: <https://mp.weixin....> 2: <http://qiming.chin...> 3: 农民日报，人民健康

产业链分析^[5]

中国榨菜行业产业链上游为原材料供应，主要作用为提供生产榨菜所需的原材料，包括青菜头及食盐等；产业链中游为榨菜生产环节，主要作用为负责榨菜的加工和生产过程；产业链下游为榨菜销售环节，主要作用为促进榨菜产品的推广和销售。

榨菜行业产业链主要有以下核心研究观点：

1.被誉为“中国榨菜之乡”的重庆市涪陵区，不仅为青菜头的主产区，亦为全球重要的榨菜产区。2023年，涪陵青菜头收砍面积73万亩，占重庆市40%，总产量178万吨，占重庆市47%。在青菜头供应充足的条件下，涪陵产销成品榨菜51万吨，销售收入53亿元，实现榨菜产业总产值141亿元，占重庆市56.4%。在保障榨菜原材料充足的基础上，形成了完整的生产闭环。

2.榨菜是消费者餐桌上的常客，品牌的知名度和口碑是企业市场竞争中的关键优势。根据人民日报社，有70.9%的消费者表示每周至少会吃一次榨菜。品牌对消费者购买决策起着至关重要的作用，消费者喜爱的佐餐开胃菜品牌中，77.7%选择乌江，7.7%选择六必居，6.9%选择吉香居。涪陵榨菜集团旗下乌江榨菜品牌知名度市场领先。

产业链上游

生产制造端

原材料供应

上游厂商

[重庆振涪农业科技有限公司 >](#)

[重庆市涪陵区江楼农业开发有限公司 >](#)

[重庆市涪陵区宏良果蔬种植场 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链上游说明

榨菜行业产业链上游发展现状主要包括：

1.被誉为“中国榨菜之乡”的重庆市涪陵区，为青菜头的主产区。2023年，涪陵青菜头收砍面积73万亩，占重庆市40%，总产量178万吨，占重庆市47%。涪陵青菜头销售市场经过快速拓展，销售网络覆盖了北京、河南、天津等地的客商。青菜头作为榨菜的重要原料，其优质的产地和丰富的产量为榨菜行业提供了坚实的基础。

2.食盐是榨菜生产过程中不可或缺的原料之一。据中国盐业协会发布的《盐行业“十四五”发展指导意见（2021-2025）》，“十三五”期间，中国制盐技术进步取得丰硕成果，至“十三五”期末，盐

产品年度营业收入达到425亿元，实现利润总额28亿元。此外，根据中国盐业协会数据，截至2022年末，中国注册盐企大约有290家，其中食盐定点生产企业131家，行业尚未形成寡头企业。

中 产业链中游

品牌端

榨菜生产

中游厂商

[重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司 >](#)

[重庆市鱼泉榨菜（集团）有限公司 >](#)

[北京六必居食品有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链中游说明

榨菜行业产业链中游主要有以下研究观点：

1.重庆市涪陵区拥有全球重要的榨菜产区。2023年，涪陵产销成品榨菜51万吨，销售收入53亿元，实现榨菜产业总产值141亿元，占重庆市56.4%。此外，2023年，涪陵区出口榨菜产品1.8万吨，出口总额达到1.7亿元，同比分别增长8.4%、11.3%，榨菜出口已覆盖超80个国家和地区。在此背景下，一批品牌知名度高、经济效益好、企业实力强的榨菜龙头企业集群逐渐形成。

2.中国榨菜行业集中度较高，其中涪陵榨菜集团在市场上占据主导地位。涪陵榨菜集团占据榨菜市场超30%的市场份额，旗下乌江榨菜品牌知名度市场领先。根据人民日报社及乌江榨菜数据，消费者喜爱的佐餐开胃菜品牌中，77.7%选择乌江，7.7%选择六必居，6.9%选择吉香居。从健康榨菜的品牌认知度来看，96.1%的消费者听说过乌江轻盐榨菜，乌江榨菜的品牌认知度依然为首位。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

销售渠道

渠道端

[阿里巴巴（中国）有限公司 >](#)

[京東集團股份有限公司 >](#)

[北京抖音信息服务有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链下游说明

从榨菜消费端来看主要有以下研究观点：

1.榨菜是消费者餐桌上的常客，消费量长期居高不下。根据人民日报社及乌江榨菜联合发布的《2022年中国健康榨菜绿皮书》，有70.9%的消费者表示每周至少会吃一次榨菜，仅有0.2%的消费者表示从来不吃榨菜。随着消费者健康意识的提升和对传统食品的重新认识，榨菜正逐渐走进更多人的餐桌。

2.线下商超为消费者购买榨菜的主要渠道，而线上平台单次购买数量高于线下平台。根据人民日报社，在中小型超市购买榨菜的消费者占比最高，达76.6%，其次为便利店及大型商场，分别有62.5%及57.5%。随着线上平台的覆盖率提高，在线上购买榨菜时，42.1%的消费者表示通常在淘宝（天猫）平台购买，其次为京东及抖音，分别有24.8%及6.5%。此外，消费者在线上平台单次购买的数量多于线下平台，线上平台单次购买数量在6包及以上的占比约44.2%，而线下平台仅为31.4%。

[5] 1: <http://www.fl.gov.c...> 2: <https://baijiahao.b...> 3: <https://www.cnsalt...> 4: <https://www.cnhn...>
5: <http://www.news.c...> 6: 涪陵区融媒体中心, 企...

行业规模^[6]

2018-2023年，榨菜行业市场规模由72.6亿元增长至146.7亿元，期间年复合增长率为15.1%。预计2024-2028年，榨菜行业市场规模由157.6亿元增长至209.5亿元，期间年复合增长率为7.4%。

榨菜行业市场规模历史变化的原因如下：

1.根据消费者食用榨菜的频率显示，榨菜已成为消费者餐桌上的常见之选。以涪陵榨菜集团为例，其占据榨菜市场超30%的市场份额，2011至2021年销量复合增长率为3%以上。龙头企业持续引领榨菜市场的发展潮流。2022年，根据人民日报社及乌江榨菜联合调研结果，70.9%的消费者表示每周至少吃一次榨菜，其中一周吃榨菜3次及以上的消费者占43.7%，从来不吃的消费者仅有0.2%。

2.在成本上涨的压力下，榨菜龙头企业持续涨价，行业被动调价或主动升级。从龙头企业来看，2021年，涪陵榨菜的主要原料青菜头及榨菜半成品的价格分别较去年同期上涨了约80%及42%。在成本上升的条件下，2011至2021年，涪陵榨菜均价复合增速为8.8%。价格上涨是利润增长的主要推动因素，近年来，涪陵榨菜的利润增速高于营收增速。随着龙头企业持续提价，榨菜行业从1元时代逐渐步入4元时代。

榨菜行业市场规模未来变化的原因如下：

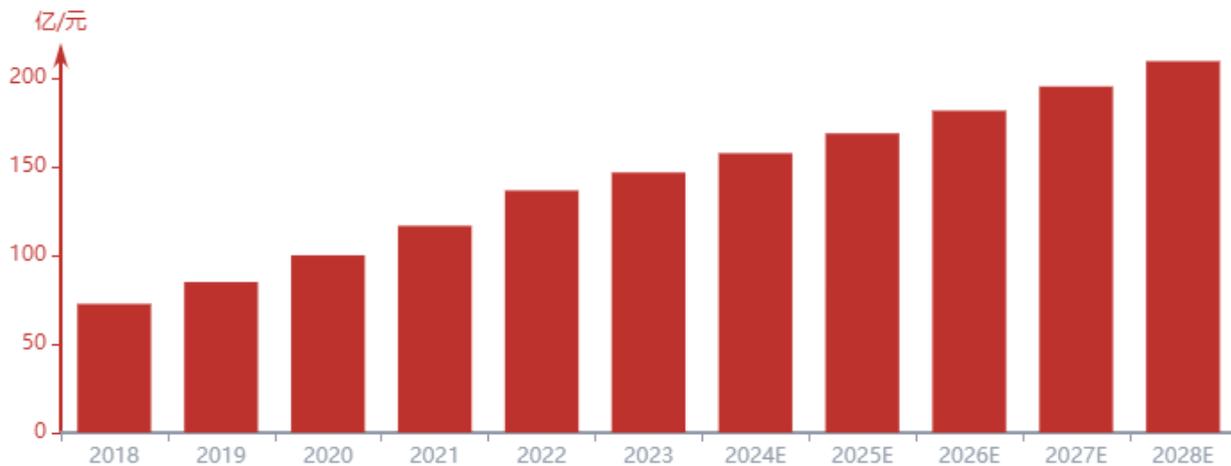
1.随着轻盐化趋势的兴起，产品的市场接受度将得到提升，消费场景及功能亦将更多元化。根据乌江榨菜调研结果，对于普通榨菜和轻盐榨菜，69.2%的消费者表示更喜欢轻盐榨菜。重庆市涪陵区抓住轻盐榨菜发展的机遇，在轻盐榨菜加工工艺技术创新、菜皮处理等方面持续创新，2023年，研发了“黄精榨菜酱”、“零添加榨菜”等榨菜新品20余个。未来，随着消费者对健康饮食的关注不断增加，轻盐榨菜的市场前景将更加广阔。

2.在榨菜价格持续上升的背景下，企业及消费者均在寻找适应市场变化的方式。2023年，受干旱天气影响，涪陵及周边地区的青菜头产量减少，导致青菜头的收购价格较去年同期上涨了约40%。企业将通过提高榨菜价格来面对持续上升的成本。根据乌江榨菜发布，有76.4%的消费者愿意为轻盐榨菜支付更高的价格。数据表明企业在确保榨菜品质的基础上，提高价格是一种有效的市场策略。

榨菜行业规模

榨菜行业规模

榨菜行业规模



数据来源：国家统计局，人民日报社健康时报，乌江榨菜，每日经济新闻

[6] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://www.gov.c...> 3: 人民日报社健康时报, ...

政策梳理^[7]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《绿色食品产业“十四五”发展规划纲要》	中国绿色食品发展中心	2021-11-25	9
政策内容	《纲要》强调，各地应引导培育一批优质产品，打造颇具品质和品牌影响力的产品，同时支持发展规模庞大、实力雄厚的生产经营主体。在产业发展中，坚持“标准至上、质量第一”的原则，不断提升产业的质量、效益和竞争力。			

政策解读	在《纲要》的指导下，“十四五”时期，中国绿色食品企业将达到2.5万家，产品数量将增至6.5万个，同时榨菜等产业规模将稳步扩大。
政策性质	指导性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《食品安全标准与监测评估“十四五”规划》	国家卫生健康委	2022-08-23	9
政策内容	根据《规划》，“十四五”期间，政府将着重提升卫生健康系统在基层的食品安全风险防范能力。同时，各部门将建立中国居民的食物成分、人群营养健康、食品标签等相关数据库，积极动员全社会参与减盐、减油、减糖等健康行动，从而推动平衡膳食的普及。			
政策解读	根据《规划》，国家卫生健康委将制定修订部分食品安全国家标准，将有助于提升榨菜等产品的质量和安全水平，增强消费者信任度，促进产业的健康发展。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”现代种业提升工程建设规划》	国家发展改革委、农业农村部	2021-08-16	9
政策内容	《规划》指出，在“十四五”期间，各地区将积极规划建设多项国际一流的标志性工程。在育种创新方面，重点发展大型表型鉴定平台、分子育种平台等领域，旨在打造具备国际领先水平的基础性和前沿性研究，促进商业化育种体系的发展，为创新型企业提供有力支持。			
政策解读	《规划》强调，种业是农业产业链的关键环节，发展商业化育种体系能够促进青菜头等农产品的种植，从而为榨菜生产提供可靠保障。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《GH/T 1011-2022 榨菜》	中华全国供销合作总社	2023-01-01	9

政策内容	根据《标准》，榨菜生产所需的原辅料有严格要求：青菜头的选择应当偏向近球形、扁圆球形或纺锤形；而用于生产的食用盐则必须是非加碘食用盐，并符合GB 2721的规定。
政策解读	《标准》界定了榨菜作物、榨菜的术语和定义，规定了榨菜的技术要求、试验方法、标签、包装等要求，有助于榨菜行业的规范化发展和产品质量的提升。
政策性质	规范类政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《GH/T 1012-2022 方便榨菜》	中华全国供销合作总社	2023-01-01	9
政策内容	《标准》界定了方便榨菜为以榨菜为主要原料，经清洗、切分、调味、包装等工艺加工而成的即食榨菜。同时，要求榨菜的原辅料符合GH/T 1011标准，生产用水包括清洗和脱盐所用水应符合GB 5749标准。			
政策解读	《标准》界定了方便榨菜的术语和定义，规定了方便榨菜的生产技术、试验方法等要求，有助于提高方便榨菜的质量和安全性。			
政策性质	规范类政策			

- [7] 1: <http://www.jgs.mo...> | 2: <https://www.gov.c...> | 3: <https://www.gov.c...> | 4: <https://baijiahao.b...> | 5: 中国绿色食品发展中心...

竞争格局^[8]

随着消费者的消费习惯逐渐演变为“先选品牌，再选产品”，榨菜品牌的影响力变得愈发重要。头部企业通过多年的市场积累及口碑效应，已在消费者心中建立起了良好的形象和信誉。

榨菜行业呈现以下梯队情况：第一梯队企业有涪陵榨菜、吉香居；第二梯队企业有铜钱桥、饭扫光、备得福、味聚特等；第三梯队企业有博鸿小菜、鱼泉榨菜等。

榨菜行业竞争格局形成的主要原因包括：

1.龙头企业将依托自身的品牌实力和技术优势，引领轻盐榨菜市场的发展方向。根据《居民膳食指南》中明确标示每人每天食盐摄入量为不超过6克，低盐榨菜为主流趋势。为抓住低盐榨菜的发展机遇，乌江轻盐榨菜采用三级线性脱盐工艺，实现将含盐量从8%脱盐至1.5-5.5%。乌江轻盐榨菜作为健康榨菜的新标杆，赢得了消费

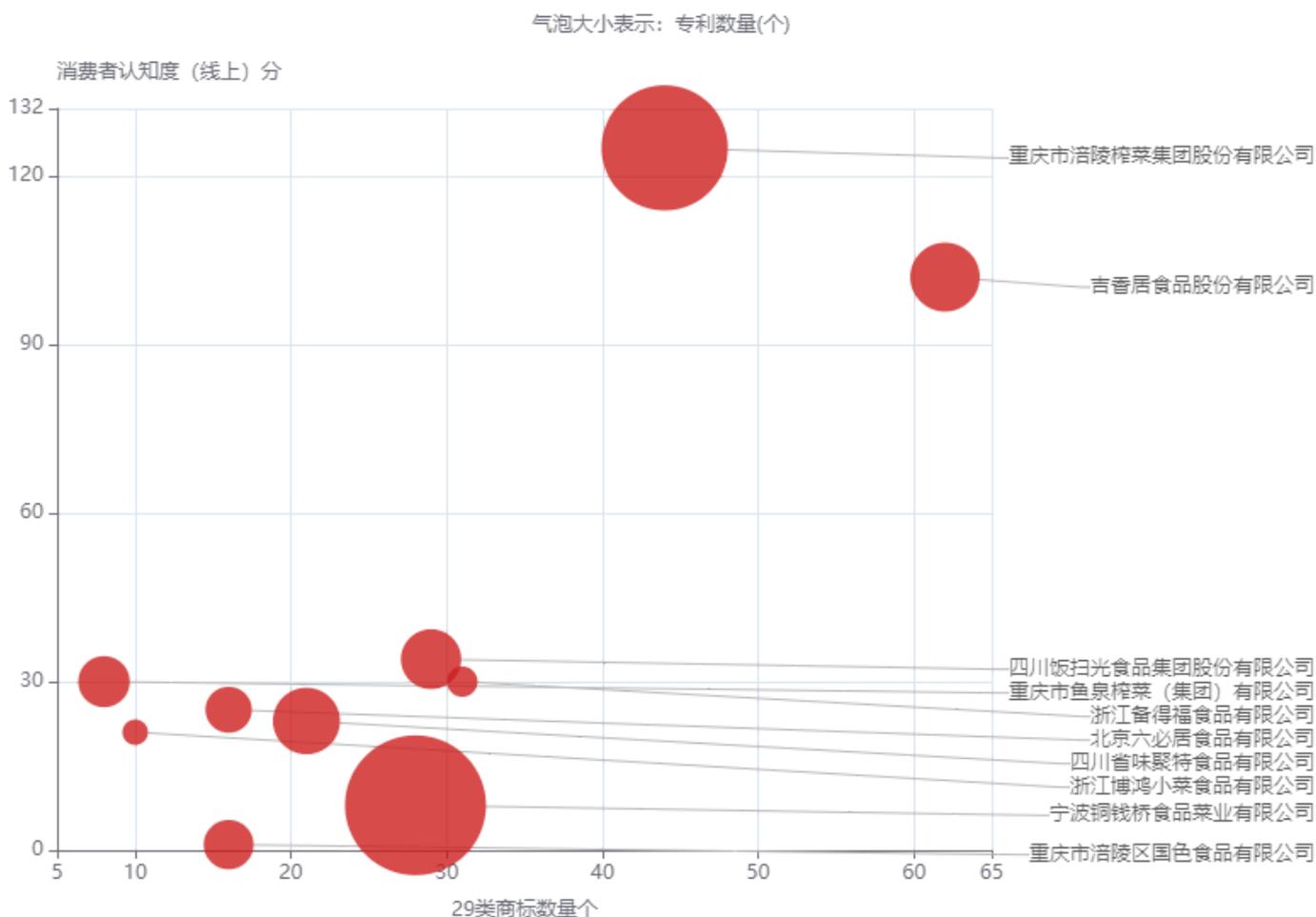
者的青睐。根据《中国健康榨菜绿皮书》，乌江轻盐榨菜在市面上的轻盐榨菜中，认知度达96.1%，喜爱度达87.3%，均排名第一。

2.龙头企业运用精细的渠道管理，建立了遍布全中国的经销网络，榨菜销量持续稳定增长。截至2023年末，涪陵榨菜经销商数量达3,239个，较上年增加112个。此外，吉香居与国内外超700家商超卖场、经销商签订了经销合同，建立了淘宝官方旗舰店、京东商城等多家知名电商平台合作。经销网络的扩张加快了榨菜产品的覆盖面和知名度，增加了龙头企业在市场上的竞争优势。

榨菜行业竞争格局未来变化原因包括：

1.随着新合作模式的推进，龙头企业从榨菜规模化种植中获益。以重庆市涪陵区为例，在《关于加快涪陵榨菜产业发展的意见》等政策的支持下，2023年，全区拥有榨菜重点龙头企业20家，通过“龙头企业+榨菜股份合作社+基地+农户”的订单模式，并建立“一个保护价、两份保证金、一条利益链”机制，实现了产业链的高效运转。未来，得益于新合作模式的互惠互利，龙头企业在榨菜产业中的领导地位将不断巩固。

2.在榨菜公共品牌的带领下，榨菜企业将实现品牌的升级转型，并积极拓展国际市场。其中，重庆市涪陵区加强“涪陵榨菜”品牌管理，加速推动企业品牌建设，同时积极组织企业参加国际展会，以提升企业国际市场知名度。2023年，涪陵区出口榨菜产品1.8万吨，出口总额达到1.7亿元，同比分别增长8.4%、11.3%。随着品牌知名度的提升和出口总额的增加，榨菜企业将赢得更多发展空间。



上市公司速览

重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司 (002507)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
170.6亿元	7.6亿元	10.41	56.28

[8] 1: <https://baijiahao.b...> | 2: <https://baijiahao.b...> | 3: 竞争格局, 人民资讯, ...

[9] 1: 企查查

[10] 1: 淘宝

[11] 1: 专利之星

企业分析

1 吉香居食品股份有限公司

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	36000万人民币
企业总部	眉山市	行业	农副食品加工业
法人	丁文军	统一社会信用代码	91511400720898541M
企业类型	股份有限公司(台港澳与境内合资、未上市)	成立时间	2000-12-28
品牌名称	吉香居食品股份有限公司		
经营范围	生产销售酱腌菜、泡菜、调味品、水产制品、蔬菜加工制品、豆制品、面条、粉条、粮油食... 查看更多		

2 重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司【002507】

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	115391.9028万人民币
企业总部	市辖区	行业	农副食品加工业
法人	周斌全	统一社会信用代码	91500102208552322T
企业类型	股份有限公司(上市公司)	成立时间	1988-04-30
品牌名称	重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司	股票类型	A股

经营范围

许可项目：生产、加工、销售：蔬菜制品（酱腌菜、其他蔬菜）；其他水产加工品（水产调...

[查看更多](#)

财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
销售现金流/营业收入	1.13	1.17	1.25	1.24	1.12	1.11	-	-	-	-
资产负债率(%)	16.9366	17.1729	18.938	22.3956	17.0262	14.6006	14.061	7.506	9.842	8.138
营业总收入同比增长(%)	7.1155	2.6731	20.4314	35.638	25.9246	3.9303	14.232	10.82	1.178	10.406
归属净利润同比增长(%)	-6.1531	19.2257	63.4553	61.0015	59.7808	-8.5501	-	-	-	-
应收账款周转天数(天)	2.0681	1.2098	0.6508	0.3641	0.8972	0.746	-	-	1	3
流动比率	4.7475	3.7177	3.4585	3.2391	4.5236	4.2471	4.805	12.55	9.166	11.462
每股经营现金流(元)	0.542	0.7438	0.7655	0.6623	0.7087	0.6543	1.19	0.84	1.216	-0.168
毛利率(%)	42.3871	44.0283	45.7781	48.2191	55.762	58.6115	-	87.05	-	-
流动负债/总负债(%)	63.6326	66.8737	78.5995	84.5415	78.8885	78.4696	81.641	80.748	87.128	84.486
速动比率	2.7217	1.4081	0.9718	0.3151	2.8493	2.5268	3.964	11.695	8.528	10.335
摊薄总资产收益率(%)	9.885	10.3806	14.3207	18.7535	24.227	19.0885	21.199	12.663	10.994	3.016
营业总收入滚动环比增长(%)	-45.2891	-28.7505	-40.5057	-32.3803	-23.3353	-25.6955	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-114.1452	-80.0393	-46.4772	-25.8438	-30.3251	-73.8483	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	12.12	12.85	17.56	23.76	30.08	22.65	-	-	-	-
基本每股收益(元)	0.66	0.49	0.49	0.52	0.84	0.77	0.98	0.87	1.01	0.29
净利率(%)	14.5619	16.9095	22.9503	27.2419	34.5662	30.4154	34.1924	29.4586	35.2699	34.3797
总资产周转率(次)	0.6788	0.6139	0.624	0.6884	0.7009	0.6276	0.62	0.43	0.312	0.088

归属净利润滚动 环比增长(%)	-106.676 2	-71.4619	-26.4866	-16.406	-36.4077	-57.0842	-	-	-	-
每股公积金(元)	2.5359	1.4647	0.5405	0.027	0.027	0.027	0.027	3.6084	3.6084	3.6084
存货周转天数 (天)	88.1921	109.4657	102.9366	96.0435	122.7873	162.5429	151	118	131	155
营业总收入(元)	9.06亿	9.31亿	11.21亿	15.20亿	19.14亿	19.90亿	22.73亿	25.19亿	25.48亿	7.60亿
每股未分配利润 (元)	1.8123	1.4781	1.2389	1.2328	1.859	2.3271	2.9746	3.1357	3.7388	4.0332
稀释每股收益 (元)	0.66	0.49	0.49	0.52	0.84	0.77	0.98	0.87	1.01	0.29
归属净利润(元)	1.32亿	1.57亿	2.57亿	4.14亿	6.62亿	6.05亿	7.77亿	7.42亿	8.99亿	2.61亿
扣非每股收益 (元)	0.61	0.46	0.44	0.5	0.81	0.71	0.96	0.81	0.92	0.2743
经营现金流/营 业收入	0.542	0.7438	0.7655	0.6623	0.7087	0.6543	1.19	0.84	1.216	-0.168

3 四川饭扫光食品集团股份有限公司



公司信息

企业状态	存续	注册资本	6696.4万人民币
企业总部	成都市	行业	农副食品加工业
法人	高银江	统一社会信用代码	91510124720347942H
企业类型	股份有限公司(非上市、自然人投资或控股)	成立时间	2000-03-10
品牌名称	四川饭扫光食品集团股份有限公司		
经营范围	许可项目：食品生产；食品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营... 查看更多		

融资信息



A轮
1亿人民币
2014-03-20

B轮
亿元人民币
2020-12-25

股权融资
未披露
2020-01-10

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址: www.leadleo.com

电话: 13080197867 (李先生)

电话: 13631510331 (刘先生)

@深圳市华润置地大厦E座4105室



诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

