



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。

罐头食品：小罐头大市场，让世界品尝“中国味道” 头豹词条报告系列



张婷锐 · 头豹分析师

2024-09-26 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

制造业/食品制造业/罐头食品制造

消费品制造

词目录

<h3>行业定义</h3> <p>罐头食品又称为罐藏食品，是通过工业化生产流程，...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>按照产品原料或罐藏容器的分类方式，罐头行业可以...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>中国罐头食品行业呈现出行业集中度较低、产品多元...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>罐头食品行业目前已达到 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>罐头食品行业规模评级报告 1篇</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>罐头食品行业相关政策 5篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 从中国罐头食品市场结构来看，蔬菜、水果类罐头是中国罐头食品市场最大的细分品类。中国罐头食品行业以中小型企业为主，出口果蔬罐头为主，占全球市场重要地位。行业受国际环境及冷链物流影响，市场规模波动，但预计未来将因技术创新、市场需求回暖及政策规划推动而增长。技术创新如保鲜技术、自动化生产提升行业效率，健康、高品质罐头产品受市场欢迎，发展规划助力行业优化升级。

行业定义^[1]

罐头食品又称为罐藏食品，是通过工业化生产流程，以畜禽肉、水产动物、果蔬及食用菌等为主要原材料，经过加工处理、装罐、密封、杀菌或无菌包装等工序制成的商业无菌罐装食品。罐头食品因其种类的多样性备受青睐，具有显著的卫生无毒和食用方便特性，密封性良好，耐蚀性能出色，耐储存能力强，且在加工过程中能够较好地保留原料的营养成分。罐头食品行业在满足消费者需求、保障军需储备、推动出口创汇以及带动农业产业化发展等领域发挥了不可忽视的作用。

[1] 1: 《农产品市场》期刊，...

行业分类^[2]

按照产品原料或罐藏容器的分类方式，罐头行业可以分为如下类别：

罐头食品基于原料、生产工艺及产品特性的分类

畜肉类罐头

畜肉类罐头涵盖6大主要类别：1.清蒸类畜肉罐头是通过将处理过的原料直接装入容器中，并根据不同品种添加食盐、胡椒、洋葱和月桂叶等佐料而制成的。2.调味类畜肉罐头是将经过处理、预煮或烹调的肉块装罐后加入调味汁液而制成的罐藏食品。3.腌制类畜肉罐头是将处理后的原料通过混合盐腌制等工序制成的罐藏食品。4.烟熏类畜肉罐头的制作涉及原料的预腌制和烟熏等步骤。5.香肠类畜肉罐头是将处理后的原料经过腌制、加入香辛料并斩拌成肉糜后装入肠衣，再经过烟熏（或烘烤）等工序制成。6.内脏类畜肉罐头以猪、牛、羊等动物的内脏及副产品为原料，经过处理、调味或腌制等工序加工而成。

禽肉类罐头

禽肉类罐头可分为以下3大类别：1.白烧类禽罐头是将处理好的原料经切块或不切块后装罐，加入少量盐或稀盐水等工序制成的罐藏食品，如白烧鸡罐头。2.去骨类禽罐头是将处理好的原料经去骨、切块、预煮后，加入适量调味盐等工序制成的罐藏食品。3.调味类禽罐头是将处理好的原料切块或不切块，调味预煮或油炸后装罐，再加入汤汁和油等工序制成的罐藏食品。

水产类罐头

水产类罐头涵盖4大主要类别：1.油浸（熏制）类水产罐头是将处理过的原料预煮（或熏制）后装罐，再加入植物油等工序制成的罐藏食品。2.调味类水产罐头是将处理好的原料盐渍脱水（或油炸）后装罐，并加入调味料等工序制成的罐藏食品。3.清蒸类水产罐头是将处理好的原料通过预煮脱水（或在柠檬酸水中浸渍）后装罐，再加入精盐、味精等调味料而制成的罐藏食品。4.藻类罐头以新鲜、冷藏或干燥良好的藻类为原料，经过加工处理、预煮或不预煮，分选装罐后调味或不调味制成。

水果类罐头

水果类罐头涵盖10大主要类别：1.糖浆型水果罐头又称液体蜜饯罐头，是将处理好的原料经糖浆熬煮至可溶性固形物达45%-55%后装罐，再加入高浓度糖浆等工序而制成的罐藏食品。2.糖水型水果罐头是将经分级去皮（或核）、修整及分选等处理好的水果原料装罐，并加入不同浓度的糖水而制成的罐藏食品。3.果汁型水果罐头是将经分级去皮（或核）、修整及分选等处理好的水果原料装罐，加入汤汁为水和果汁的混合液而制成的罐藏食品。4.混合型水果罐头是将经分级去皮（或核）、修整及分选等处理好的水果原料装罐，加入汤汁为果汁、白砂糖、果葡糖浆和甜味剂中不少于两种的水溶液制成的罐藏食品。5.甜味剂型水果罐头是将经分级去皮（或核）、修整及分选等处理好的水果原料装罐，加入汤汁为甜味剂的水溶液而制成的罐藏食品。6.清水型水果罐头是将经分级去皮（或核）、修整及分选等处理好的水果原料装罐，加入清水而制成的罐藏食品。7.干装型水果罐头是水果经过预处理、切块（或去皮去核整果）、抽空、脱



罐头食品分类

果酱类水果罐头包括水果冻类罐头、果酱罐头以及果泥罐头。9.果汁类罐头是将符合要求的果实经破碎、榨汁、筛滤或浸取提汁等工序处理后制成的罐藏食品，包括浓缩果汁罐头、果汁饮料罐头等。10.水果饮料罐头以水和新鲜、冷藏、速冻或罐藏水果为主要原料，添加或不添加其他原辅料和（或）食品添加剂，通过加工处理、装罐、加汤汁、密封、杀菌、冷却等工序制成，其固形物含量小于同类型水果罐头。

蔬菜类罐头

蔬菜类罐头涵盖5大主要类别：1.清渍类蔬菜罐头选用新鲜、冷藏、冷冻或速冻良好的蔬菜原料，经过加工处理、预煮漂洗（或不预煮），分选装罐后加入稀盐水或糖盐混合液等而制成。2.醋渍类蔬菜罐头选用鲜嫩或盐腌蔬菜原料，经过加工修整、切块后装罐，再添加香辛料以及醋酸、食盐混合液而制成。3.盐渍（酱渍）蔬菜罐头选用新鲜蔬菜，经过切片或切块（或腌制）后装罐，再加入食糖、食盐、味精等汤汁（或酱）制成。4.调味类蔬菜罐头选用新鲜蔬菜及其他配料，经过切片或切块、加工烹调（油炸或不油炸）后装罐制成。5.蔬菜汁（酱）罐头将一种或几种符合要求的新鲜蔬菜，经过榨汁（或制酱）处理，并经调配和装罐等工序制成。

食用菌罐头

食用菌罐头以新鲜、冷藏或干燥良好的食用菌为原料，通过加工处理、预煮漂洗（或不预煮），再经严格分选装罐后调味或不调味而制成。

坚果及籽类罐头

坚果及籽类罐头精选符合要求的坚果和籽类为原料，经过挑选、去皮（壳）处理，后采用杀菌工艺或油炸拌盐（糖或糖衣）或烘焙/炒制后制成，包括花生米罐头、板栗罐头等。

谷物和杂粮罐头

谷物和杂粮罐头以谷类（或）杂粮为主要原料，可添加水果（包括干果）、蔬菜、乳制品、肉类等原料中的一种或多种，经处理后装罐制成，包括粥类、八宝饭、粽子以及牛奶米布丁等罐头产品。

蛋类罐头

蛋类罐头是以禽蛋为主要原料，经加工处理而制成的罐藏食品。

婴幼儿辅食罐头

婴幼儿辅食罐头是食品原料经处理、灌装、密封、杀菌或无茵罐装后达到商业无茵，可在常温下保存的6月龄以上婴幼儿食用的罐藏食品。

罐头食品基于罐藏容器的分类



[2] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://m.gmw.cn/...> 3: 国家市场监督管理总局...

行业特征^[3]

中国罐头食品行业呈现出行业集中度较低、产品多元化与市场细分化、消费市场发展潜力较大等特征。

1 中国罐头行业呈现出中小型企业主导的市场结构

据天眼查数据，截至2024年5月23日，中国罐头相关企业（即企业名称、经营范围和产品服务中均包含“罐头”字样，且登记状态为存续、在业、迁入、迁出的企业）共计37,435家，反映了罐头行业在中国市场的广泛分布和相对成熟的发展阶段。其中59.8%的企业注册资本在100万元以内，显示出罐头行业的进入门槛相对较低，且行业内中小型企业占据了较大比重，行业集中度较低，罐头产品同质化较为严重，低端产品市场竞争激烈。

2 中国已在全球罐头产业中占据领军地位，出口至海外市场的罐头产品以果蔬罐头为主

中国已成为全球罐头生产及出口大国，其产量稳占全球总产量的25%，所生产的罐头产品畅销全球近200个国家和地区。据海关总署，2023年中国罐头食品出口量达到249.4万吨，出口金额达到44.4亿美元，其中蔬菜罐头食品出口量及金额分别为189.2万吨和34.4亿美元。中国芦笋罐头出口量占全球出口总量的比例

高达70%。据中国罐头工业协会，2023年中国水果罐头出口量及金额分别约为57.4万吨和7.9亿美元；2024年Q1，中国水果罐头出口量及金额分别约为14.8万吨和1.9亿美元。

3 国际罐头消费市场已发展至成熟阶段，中国罐头消费市场发展潜力较大

全球罐头食品市场展现出巨大消费潜力，年供应量达到近5,000万吨，品种超过2,500余种。欧美地区人均罐头消费量达到21kg/年至33kg/年，而中国人均传统罐头消费量约为5.5kg/年。2022年罐头食品全球出口额约为260亿美元，2023年全球罐头食品产值预计达到1,180亿美元，显示出行业持续增长的积极态势。

[3] 1: <http://www.custo...> | 2: <https://www.china...> | 3: <http://www.xinhua...> | 4: <https://www.tiany...> | 5: <https://www.cccfn...> | 6: 海关总署，经济日报，...

发展历程^[4]

19世纪末期至20世纪初，中国各地开始陆续建立罐头厂，罐头行业成为中国食品工业中起步早、基础好、发展快的行业之一。中国罐头食品制造企业在产品开发、工艺优化、新包装技术应用、食品安全保障以及品牌塑造等维度上持续进行创新与突破，未来将继续以技术创新为引领，不断推动产业升级与转型。

启动期 · 1893~1949

1893年，中国第一家罐头厂——广州广茂香罐头厂成立，首创豆豉鲑鱼罐头。1905年，美香罐头有限公司于汕头成立；1906年，中国第一家现代化大型罐头食品生产企业——上海泰丰罐头食品公司购地建厂，从南洋引进罐头制作技术，生产包括红烧牛肉、咖喱鸡肉、冬笋鸭肉、蜜饯糖果等罐头食品；1930年7月，上海梅林罐头食品厂成立。此后，罐头食品公司陆续成立，但直到新中国成立，中国的罐头食品罐头企业数量较少，主要分布在沿海少数几个城市。

中国罐头食品行业开始起步。罐头食品企业数量较少，且产量不高、产品种类有限，罐头加工技术尚不成熟，生产成本高。罐头产品尚未走入百姓日常生活。在海外廉价质优产品的冲击下，国产罐头发展初期较为艰难，发展缓慢。

高速发展期 · 1950~2016

始创于1985年，芝麻官品牌从建厂初期主要生产梨罐头和山楂罐头，从1987年开始增加品类，于2003年开始聚焦水果罐头，并基于原有的冰糖雪梨罐头，对原料形态进行创新，将罐头中的梨块改为梨球。2011-2016年，芝麻官品牌先后引进了自动化劈桃机，以提升生产效率，并成为了北方同行

业中第一家铺设橘子生产线的品牌。1950-2019年，中国罐头行业累计生产罐头18,654.9万吨，其中出口罐头6,294.8万吨，出口金额超过800亿美元；罐头行业总产量在2016年达到峰值（1,394.9万吨）。

中国罐头食品行业逐步完成体制转变，形成多元化的结构，罐头产量和出口量快速增长。全新罐头食品杀菌技术如辐照杀菌、脉冲电场杀菌等的引入，进一步提高了罐头食品的安全性。

震荡期 · 2017~2022

2018-2019年，由于国际贸易摩擦的加剧，以及随后在2020至2021年全球经济面临的下行压力，罐头行业的出口市场受到显著影响。中国罐头行业总产量持续走低，从2017年的1314.3万吨降至2022年的889.7万吨。随着健康观念的日益普及和生鲜食品供应链的持续优化，消费者偏好逐渐转向追求更加新鲜、保质期短且营养保留更完整的食物。此外，外卖行业的发展进一步加剧了市场竞争，对罐头等传统包装食品构成了冲击，限制了其传统市场空间的拓展。而受到全球经济不稳定因素影响，罐头食品行业迎来转型契机，保质期长、品类丰富的罐头食品成为消费者的居家囤货选择。

中国罐头食品行业处于发展的关键转折点，面临着行业瓶颈期的挑战，亦孕育着转型与升级的契机。罐头企业积极寻求转型之路，通过创新产品、加强品牌宣传、提升产品包装设计和优化销售渠道布局等措施，寻求第二增长曲线。

成熟期 · 2023~2024

2023年，中国食品制造业完成累计利润总额1,666.8亿元，同比增长4.2%，其中罐头行业累计实现利润70亿元，同比增长41.5%，远超食品制造业整体的平均增速，展现显著的利润增长势头。在供应链优化与重构的进程中，罐头行业的领军企业积极推进生产流程的机械化、自动化与智能化转型，逐步构筑起完整的工业体系。中小规模的罐头食品企业亦逐步向专业化、规模化的方向迈进。2024年6月，“上海梅林正广和股份有限公司”正式更名为“上海光明肉业集团股份有限公司”，简称“光明肉业”，旨在更加全面展现公司产业布局，推进肉业一体化发展。

中国罐头食品行业已步入成熟阶段。在此阶段，罐藏技术成为推动行业持续进步的关键驱动力，罐头食品行业的产能实现稳步提升。罐头食品制造业朝着更加高效、灵活、可持续发展的方向发展。

[4] 1: <https://tech.china...> 2: 《农产品市场》期刊，...

罐头行业产业链上游为原材料供应环节，原料包括肉类、禽类、水果、蔬菜等食材原料，以及马口铁、塑料杯等包装材料。产业链中游为罐头食品生产加工环节；产业链下游为销售及消费环节，销售渠道包括线下商超、线上电商平台等。

[6]

罐头食品行业产业链主要有以下核心研究观点：^[6]

为应对生产成本波动并增强供应链韧性，头部罐头食品企业已实施垂直整合策略优化供应链。

罐头生产企业倾向于采用当季食材作为核心原料，如果蔬罐头的原料主要源于露天种植、顺应自然规律生长的新鲜果蔬。而新鲜果蔬的产季相对集中，使得罐头食品的制造加工呈现出显著的季节性特征。生产企业普遍采取“以销定采、以产定采”的采购模式。罐头食品制造行业对原材料具有高度依赖性，其经营利润率受到上游原材料价格波动的直接影响。为有效缓解生产成本因市场波动而带来的不确定性风险，并显著提升供应链的韧性与灵活性，头部罐头食品生产企业已采取垂直整合策略，对供应链条进行全面优化。这一举措有助于加强企业对原材料供应的控制力，确保原料质量与供应稳定性，亦能通过内部协同提高运行效率。

中国罐头食品的产地和出口地，展现出显著的区域性特征。

近年来，中国各地着力打造罐头产业集群，显著带动当地农业发展。有着集聚效应、关联效应和扩散效应等多重效应的罐头产业集群，提高了区域罐头企业生产效率，降低了交易成本、运输成本，促进了区域创新，亦带动了上下游产业的发展，形成了较完整的同步发展的产业链条。中国罐头食品行业的上市公司主要集中在沿海地区如浙江、山东及广东等省市，反映出这些地区在食品加工与出口方面具有显著优势。2024年H1，中国水果罐头出口的25个省市中，出口金额前6位的省市是：浙江、山东、安徽、福建、湖北和江苏，其中，浙江、山东和安徽的出口量分别为9.5万吨、6.9万吨和4.1万吨，占中国水果罐头出口总量的32%、24%和14%。

[6]

上 产业链上游

生产制造端

原材料供应商

上游厂商

杭州裕隆食品有限公司 >

广东英联包装股份有限公司 >

哈尔滨华兴玻璃有限公司 >

[查看全部](#) v

产业链上游说明

原材料供应商对罐头制造企业的议价能力较弱，原材料价格上涨对公司经营利润有明显影响。

罐头产品的定价机制基于原料成本、包装耗材费用及人工成本的综合考量。生产商倾向于采用当季食

材，通过大规模采购策略与原料供应商建立长期稳定的低价合作关系，部分罐头产品的售价低于市场上直接销售的海鲜价格。**罐头制造企业对原材料依赖程度高，其经营利润率受到上游原材料价格波动的直接影响。**2022年，受水果减产、果农种植品种改变等因素影响，草莓、杏、杨梅、樱桃、桔子、荔枝、黄桃单价同比变动超过30%，使得欢乐家水果原材料占罐头生产成本的比重同比上涨5.3%，水果原料涨价所导致的毛利率同比下降6.7%。根据农业农村部2022年对中国水果月度平均批发价格的监测，6种大宗水果的年度平均批发价格为6.9元/公斤，同比上涨12.8%。2023年12月-2024年6月，农业农村部监测的6种重点水果批发均价从7.1元/公斤增至7.3元/公斤。水果价格上涨的普遍性将使得水果罐头加工企业的生产成本有所上涨。进入2024年，猪肉价格回升。2024年7月，活猪的平均价格达到18.7元/公斤，环比上涨2.78%，与2023年同期相比上涨29.6%；猪肉价格达到29.1元/公斤，环比上升2.8%，同比上升24.2%。猪肉原材料价格的攀升，对依赖其作为核心生产原料的罐头企业构成了显著的成本压力，进而直接压缩了企业的利润空间。

规模较大的罐头食品生产企业，已构建起原材料自产基地，逐步优化“种、加、销”的一体化产业链，以强化原材料的品质保障和供应的及时性。

光明肉业正加速推进肉制品全产业链的战略布局，坚持猪肉产业一体化发展，向罐头的上游产业——生猪养殖与屠宰业拓展。2023年，光明肉业的生猪总出栏量约为80.8万头，牛羊肉生产量以及销售量分别约为36.7万吨、37万吨，分别同比增加9.9%、11.3%；2024年Q1，公司生猪养殖板块与屠宰加工板块的内部协同约占养殖板块业务总量的40%。丰岛食品已构筑起与多家农村合作社的长期稳固合作桥梁，为合作社提供专业的技术指导，细致到农药品牌与种类的科学选择，亦组织社员培训项目，以提升合作社成员的专业技能与生产效率，进而增强合作社基地的整体产能。

中 产业链中游

品牌端

罐头食品制造商

中游厂商

[立兴集团有限公司 >](#)

[大连真心罐头食品有限公司 >](#)

[欢乐家食品集团股份有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链中游说明

罐头食品产业区域集中度较高。

罐头企业的分布紧密依托于当地的原料供应和加工优势，这源于罐头原料在未经加工时存在的贮存与运输问题。水产品罐头产业聚焦于浙江、福建、广东等沿海地带；禽肉类罐头的产区则集中于四川、福建等省份；柑橘罐头以浙江、湖南、湖北为主产区；而桃罐头以河北、山东等地为主产区。福建漳

州汇聚了超过1,000家罐头生产企业，年出口量约据中国罐头出口总量的15.6%。漳州罐头加工的代表性企业包括紫山集团、立兴集团和同发集团等。山东平邑县已形成以果蔬罐头加工为核心，果品种植、制罐制盖、彩印包装等相关产业为辅的全链条产业集群，显示出其高度的产业集聚效应和产业链完善度。截至2023年6月，平邑县共有桃种植面积12万亩，其中黄桃种植面积7万亩，全县黄桃总产量约为14万吨；中游拥有罐头加工企业68家，年产各类罐头70万吨，产值达到33亿元。

各企业在罐头食品领域的盈利能力和市场表现存在显著差异。

2023年，光明肉业的罐头食品实现了约16.8亿元的营收，毛利率达26.8%，其罐头食品生产量约为6.3万吨，销售量约为7.3万吨。这一业绩表明光明肉业在罐头食品行业中处于领先地位，具有显著的市场规模和盈利能力。同年，欢乐家罐头食品的营收为7.6亿元，毛利率达29.7%；林家铺子水果类罐头、水产类罐头、肉类及其他罐头的营收分别达到8.2亿元、0.5亿元、0.3亿元，毛利率分别为32.4%、1.6%、12.6%。开创国际主要生产水产罐头，其罐头产品的营收在2023年达到6.3亿元，在2024年H1为3.3亿元，毛利率从42.8%上升至45.5%。

产业链下游

渠道端及终端客户

销售渠道及消费者

渠道端

沃尔玛（中国）投资有限公司 >

Sysco HK Limited >

浙江天猫技术有限公司 >

[查看全部](#) v

产业链下游说明

罐头的销售模式主要为经销，产品通常通过经销商、分销商和零售终端销售给最终消费者。

中国罐头食品企业通常采用购产销一体化的经营模式，以提高运营效率和响应市场变化。截至2023年，光明肉业已建立覆盖全中国的梅林罐头经销商网络，拥有遍布32个省级行政区的稳定经销商客户300余家，并远销东南亚和北美等海外市场，展现了其国际化布局的决心和实力。截至2023年，林家铺子全国经销商数量已达到545家，南部区域经销商数量（294家）首次超越东北地区（251家），反映了其销售网络的进一步完善。

中国罐头食品出口市场呈现出多元化和区域化的特点。

2023年，中国罐头食品累计出口数量达到约249.4万吨，同比增长8.8%，出口金额为44.4亿美元，同比增长4.4%；罐头食品出口额排名前10的国家及地区分别为中国香港、日本、美国、马来西亚、伊拉克、俄罗斯、越南、韩国、意大利和菲律宾，其出口额总和占该产品出口总额的60.3%。2023年，

中国香港成为罐头食品出口的最主要市场，出口金额达到5.9亿美元，同比下降25.7%。2024年Q1，中国罐头食品累计出口约8.3亿美元，同比下降39.8%，出口数量为59.5万吨，同比下降11.3%。

- [5] 1: <https://baijiahao.b...> 2: <http://www.nbd.co...> 3: 证券时报, 每日经济新闻
- [6] 1: <https://mp.weixin....> 2: 中国海关
- [7] 1: <http://www.cnfoo...> 2: <http://www.moa.g...> 3: <http://www.moa.g...> 4: <http://yuanchuang...>
5: <https://baijiahao.b...> 6: 中国食品报, 农业农村...
- [8] 1: <https://www.cccfn...> 2: <https://www.cccfn...> 3: 海关总署, 中国食品土...
- [9] 1: 上海梅林财报, 欢乐家...
- [10] 1: <https://mp.weixin....> 2: 上海梅林, 林家铺子
- [11] 1: <https://baijiahao.b...> 2: <http://www.pingyi...> 3: 央视财经, 平邑县人民...
- [12] 1: <https://baijiahao.b...> 2: <http://www.nbd.co...> 3: <http://web.cmc.he...> 4: 证券时报, 每日经济新...

行业规模

2018年—2023年，罐头食品行业市场规模由1,316.60亿人民币元回落至1,305.38亿人民币元，期间年复合增长率-0.17%。预计2024年—2028年，罐头食品行业市场规模由1,419.59亿人民币元增长至1,976.31亿人民币元，期间年复合增长率8.62%。^[16]

罐头食品行业市场规模历史变化的原因如下：^[16]

作为依赖于国际市场的出口导向型产业，该行业的需求紧密关联于全球市场的动态，易受到国际政治经济环境复杂多变及全球供应链受阻等多重因素的叠加冲击。而在内销市场，冷链物流的发展和行业结构的分散性影响了罐头食品市场的发展空间。

2018-2023年，中国罐头食品的出口量经历了先抑后扬的过程。贸易摩擦、全球经济波动等外部因素直接导致了国外市场需求的不稳定性，对中国罐头的生产规模产生负面影响，并使得罐头出口规模出现下滑态势。2019-2021年，中国罐头食品出口金额从229.5亿元降至215.5亿元。而在内销市场，冷链物流的发展使得消费者更容易购买到新鲜食品，这在一定程度上削弱了罐头食品的市场需求。同时，中国罐头加工行业集中度较低，中小型企业数量较多且生产规模较小，行业整体工业化水平仍有待提高。中国人均消费传统罐头量约为5.5kg/年，仍存在较大增长空间。以瑞典为例，其人均年消费罐头量约为33.4kg，而英国、葡萄牙、法国、比利时和美国等国的人均年消费罐头量稳定在21-24kg之间。2018-2021年，中国规模以上罐头制造企业营业收入分别为1,389亿元、1,282.1亿元、1,170.8亿元和1,173亿元，利润总额分别为71.9亿元、78.7亿元、69.7亿元和64.8亿元，反

映出行业经济效益的波动性。

在罐头食品行业的增长路径中，技术创新是驱动行业前行的核心引擎，各企业通过持续积累技术优势来推动整个行业规模的增长。

2023年，广雅食品与高校合作开展的竹笋罐头加工速冻保鲜技术取得突破性进展。该技术通过设备将冰均匀注入新鲜竹笋的纤维，将竹笋罐头的pH值从约5.2提升至6.0以上，最大限度保持了竹笋的新鲜程度，简化了传统竹笋罐头加工中的蒸煮步骤，降低了对冷链运输中塑料包装的依赖，亦使得每吨竹笋罐头产品的生产成本降低约700元。大洋世家（舟山）优品有限公司则展现了自动化生产在提升罐头食品行业效率方面的潜力。该公司引进的全新金枪鱼罐头自动罐装生产线，实现了从装罐、加汤到封口等流程的全程机械自动化操作，单条生产线在峰值状态下每分钟可产出300罐产品，展现了自动化生产在提升罐头食品产能方面的潜力，为罐头食品行业的智能化转型树立了标杆。2023年，丰岛食品申请北交所上市，拟募集资金约2.02亿元，其中1.285亿元用于湖北丰岛年产3万吨食品罐头扩建项目。罐头食品制造企业通过持续的研发投入和技术积累，巩固并提升自身技术实力，亦共同推动着罐头食品行业实现规模的恢复增长。^[16]

罐头食品行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[16]

市场需求的回暖及新产品的研发加速，将推动罐头食品市场规模的扩张。

随着消费者对食品安全与营养健康认知的日益增强，罐头食品凭借其便携性以及良好的保存性能，逐步成为消费者日常饮食中的重要选择，预示着罐头食品的消费量有望迎来持续且稳健的提升。2023年，中国人均水果罐头消费量同比2022年增长了15%。同年，抖音平台“罐头”关键词搜索指数同比增长了737.5%，环比上升了627.1%；2024年H1，该搜索指数亦同比增长了30.9%，环比上升了60.2%，进一步印证了公众对罐头食品的高度关注与兴趣，为行业带来了更多曝光与潜在消费者。此外，“新中式减脂餐”的流行趋势为罐头产品（如番茄罐头）带来了市场机遇。据2024年9月5日淘宝平台数据显示，淘工厂推出的新疆“一整颗番茄”罐头搜索量相较于2月增长了1,389%；2024年新增生鲜食品供给的淘工厂，亦创造了日销超过2,000单番茄罐头的记录。这充分展示了健康、高品质罐头产品的市场潜力与消费者接受度。

发展规划的出台为罐头食品行业提供了明确的指导方向，将显著推动行业市场规模的增长。

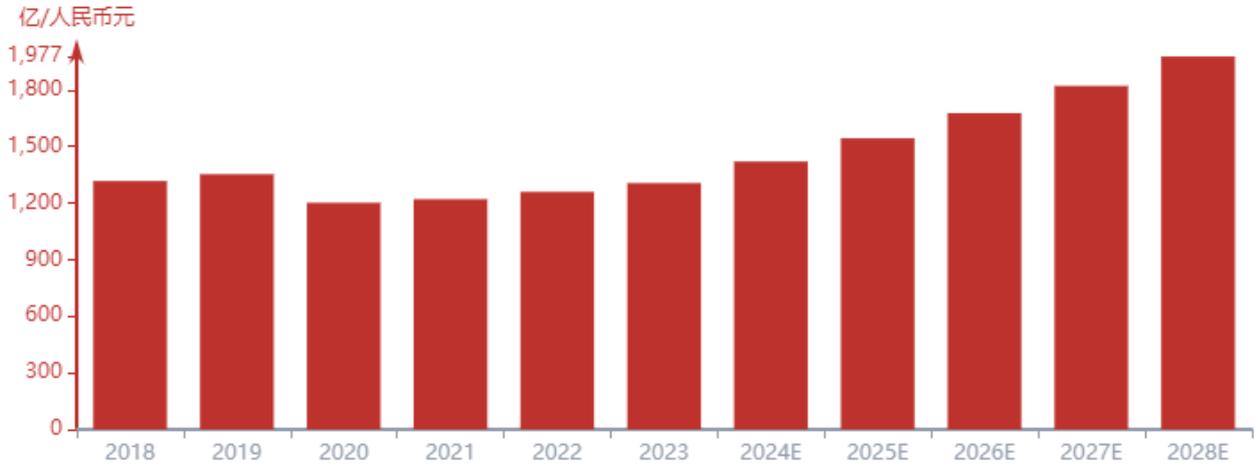
中国罐头工业协会在2023年3月24日正式颁布了《中国罐头食品产业十四五发展规划纲要》，旨在指导罐头食品产业的发展方向和策略。该《纲要》提出要着力打造3个罐头食品优质原料示范基地，创建5个创新示范单位，重点培育1个国家级罐头食品产业集群，着力培养10个具有较高美誉度和影响力的品牌，培养100名罐头行业优秀技术工人，制定或修订30项行业相关标准，确保罐头食品工业产值年均增长8%以上，全行业主营业务收入突破1,500亿元，以实现产业规模和效益的双提升。这将推动罐头食品产业链的优化升级，通过集群效应提升行业整体竞争力，将激励行业企业加大研发投入，以推动技术创新并提升产品附加值，通过提高产业经济创造能力和改善出口依存度，有助于降低行业对外部市场的依赖，增强抗风险能力，将推动中国罐头食品行业向更高质量高效、更可持续的方向发展。^[16]

中国罐头行业市场规模

★★★★★ 4星评级

罐头食品行业规模

中国罐头行业市场规模



数据来源：国家统计局，工信部，海关总署，中国食品工业协会

- [13] 1: <https://mp.weixin...> | 2: 中国食品报, 中国罐头...
- [14] 1: <https://www.miit.g...> | 2: <https://www.miit.g...> | 3: <https://new.qq.co...> | 4: 国家统计局, 中国轻工...
- [15] 1: <https://trendinsigh...> | 2: <https://mp.weixin...> | 3: 中国罐头工业协会, 巨...
- [16] 1: <https://mp.weixin...> | 2: <https://mp.weixin...> | 3: <https://www.sohu...> | 4: 舟山发布微信公众号, ...

政策梳理^[17]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中华人民共和国食品安全法》	全国人民代表大会常务委员会	2021-04	4
政策内容	《食品安全法》明确提出食品生产经营者应当依照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动，保证食品安全，诚信自律，对社会和公众负责，接受社会监督，承担社会责任。			
政策解读	《食品安全法》详细说明了食品安全工作的标准、检测、评估及管理。罐头食品生产经营者对其生产经营食品的安全负责，应当依照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中国罐头行业品牌打造三年专项行动计划（2021—2023年）》	中国罐头工业协会	2021-09	6
政策内容	该《行动计划》提出要开展罐头行业科普教育工程，树立罐头行业品牌影响力；健全罐头行业专家资源库，成立中国罐头行业研究机构，提升罐头行业品牌影响力。			
政策解读	该《行动计划》以科普罐头知识，消除国内市场对罐头食品的偏见为工作主线，以市场化宣传为手段，致力于加强行业品牌建设，有助于增强罐头行业品牌的传播力，提升中国水果罐头消费量。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《食品经营许可和备案管理办法》	国家市场监督管理总局	2023-12	5
政策内容	该《办法》明确提出食品经营许可和备案应当遵循依法、公开、公平、公正、便民、高效的原则。县级以上地方市场监督管理部门应当对申请人提交的许可申请材料进行审查。备案人应当取得营业执照等合法主体资格，并具备与销售的食品品种、数量等相适应的经营条件。			
政策解读	该《办法》对罐头行业的影响主要体现在加强了对产品质量安全和食品经营的监管和管理，促进了行业的整体质量标准提升。《办法》对食品生产加工环境、设备、原料、工艺流程等方面提出了具体要求，要求食品生产企业必须符合相关的生产加工标准。对于罐头食品生产企业而言，需要严格按照相关要求生产加工，确保产品符合卫生安全标准。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见》	工业和信息化部、发展改革委等十一部门	2023-03	8
政策内容	该《指导意见》旨在通过传统优势食品产区和地方特色食品产业的发展，形成经济新动能，目标到2025年形成“百亿龙头、千亿集群、万亿产业”发展格局，培育5个以上营业收入超过1,000亿元的传统优势食品产区，25个以上营业收入超过100亿元的龙头骨干企业，打造一批全国知名地方特色食品产品品牌。			
政策解读	该政策对罐头食品行业带来积极影响，提供高质量原料的支持有助于提高罐头产品的整体质量与安全性，促进行业良性竞争，产业集群的发展可增强企业间协作、提升供应链效率和市场响应速度，技术装备的提			

	升将推动生产自动化和智能化，降低生产成本。这些措施有望推动罐头食品产业的现代化与国际竞争力，促进行业内外部结构调整。
政策性质	指导性

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》	国务院	2024-07	3
政策内容	该政策提出要完善资源总量管理和全面节约制度，加强水、粮食、土地等各类资源的全过程管理和全链条节约，并推动消费模式绿色转型，加大绿色产品供给，引导企业开展绿色设计、选择绿色材料、推行绿色制造、采用绿色包装、开展绿色运输、回收利用资源，降低产品全生命周期能源资源消耗和生态环境影响。			
政策解读	该《意见》将推动罐头食品行业实施绿色生产，涵盖绿色设计、材料、制造、包装、运输及回收等全链条，降低能耗与资源消耗，减少环境影响，并促进绿色产品供给与消费，引领行业向更环保、可持续方向发展。绿色转型亦将为罐头食品行业带来新的市场机遇和挑战，需企业投入更多的资金和精力进行技术研发和工艺改进，对企业的竞争力和创新能力提出了更高的要求。			
政策性质	指导性政策			

[17] 1: <https://www.gov.c...>

2: 中国人大, 国务院, 中...

竞争格局

从企业营收规模来看，罐头行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有光明肉业、欢乐家等；第二梯队公司为开创国际、中基健康等；第三梯队有双汇发展、三只松鼠等。^[21]

罐头食品行业竞争格局的形成主要包括以下原因：^[21]

品牌产品及销售渠道布局的差异化。

在产品矩阵方面，林家铺子与丰岛食品聚焦于水果罐头领域。光明肉业上海梅林罐头分公司则深耕肉类罐头市场，其“梅林B2”品牌涵盖了肉类罐头、鱼类罐头、蔬菜及番茄沙司类罐头。中基健康以“ChalkiS”品牌为核心，专注于番茄原料酱、番茄制品及蔬菜罐头制品等产品。在销售渠道方面，截至2023年，光明肉业已构建起覆盖全中国的梅林罐头经销商网络，拥有遍布32个省级行政区的稳定经销商客户300余家，确保了产品在各地的

有效渗透与市场份额的稳步提升；双汇发展已在河南、黑龙江、河北、山东等18个省市建有超过30家现代化肉类加工基地和配套产业。

知名品牌通过产能的高效建设与产业链的紧密协同，建立了规模生产优势。

欢乐家通过掌握一系列核心技术，包括橘子罐头自动剥皮、黄桃罐头自动劈桃挖核及黄桃果肉抽空技术，显著提升了生产效率与产品质量。2023年，该公司罐头产品的设计产能达到16.8万吨，实际水果罐头产量达到66,402吨，销售量达到67,519吨，产销规模行业领先。开创国际通过战略性的国际投资，于2021年斥资3,040万欧元对西班牙金枪鱼罐头厂（Albo工厂）进行搬迁扩建，大幅提升了生产效率，亦进一步强化了其全球供应链体系。新工厂于2023年4月正式投入运营，专注于金枪鱼、沙丁鱼、鲑鱼和贻贝等高品质罐头制品的生产。2023年，开创国际罐头食品的生产量为5,987.1万罐，销售量为5,117.8万罐头，展现了其强大的市场供应能力与品牌影响力。中基健康则通过构建从番茄育种、种植、生产、加工到贸易的完整产业链，实现了上下游资源的深度整合，其在中国新疆和内蒙、意大利，以及美国加州建立了3大番茄加工产区，为品牌在全球罐头食品市场中占据有利位置奠定了坚实基础。 [21]

罐头食品行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因： [21]

罐头行业产品较为同质化，品牌通过差异化市场定位来扩大竞争优势。产品味型、包装设计营销策略等方面的差异化趋势将愈加明显。

海欣食品在收购东鸥食品后，在鲍鱼产品线上推出及改良了多款高端鲍鱼预制菜、常温鲍鱼罐头等产品。光明肉业亦展现出了其在罐头食品领域的创新力，在2023年推出“咔嚓一下就吃菜”8种风味家乡菜系罐头，以及藤椒、蒜香等风味系列午餐肉罐头。此外，光明肉业在2023年底推出的独立小袋装“片装午餐肉”产品精准定位了徒步、自驾、露营等户外消费场景。丰岛食品则通过跨界合作和创意营销，在市场中引发了广泛关注。2024年汪苏泷“十万伏特”演唱会巡演期间，丰岛食品在演出城市安排了“泷飞丰舞”主题巴士进行应援，并推出4款限量联名特调饮品，进一步丰富了产品矩阵，展现了品牌的创新能力和市场敏锐度。

随着消费者对食品品质和安全性的要求日益提高，头部企业在品牌知名度上的优势愈发凸显。而生产技术落后、机械化程度低、无法满足市场需求变化的企业将陆续出清。

领先企业如上海梅林，已率先通过ISO9000和HACCP质量体系认证，并在2023年获得BRCGS认证，彰显了其在质量管理方面的卓越能力和国际认可度。2024年8月，由中国罐头工业协会主办的《竹笋罐头》行业标准以及《银耳罐头》、《红西柚罐头》、《金枪鱼罐头加工厂数字智能化标准》、《五香鸡》团体标准的编写启动会，在北京香山饭店顺利召开。这些标准的制定将有力推动罐头行业整体产品质量的提升，促进技术创新和产业升级，进而实现行业的健康可持续发展。丰岛食品等企业亦积极参与行业标准的制定工作，截至2024年，已参与制定了10多项水果罐头国家、行业和团体标准。这体现了企业在行业内的技术实力和影响力，并有望通过参与标准制定更好地把握行业发展趋势。

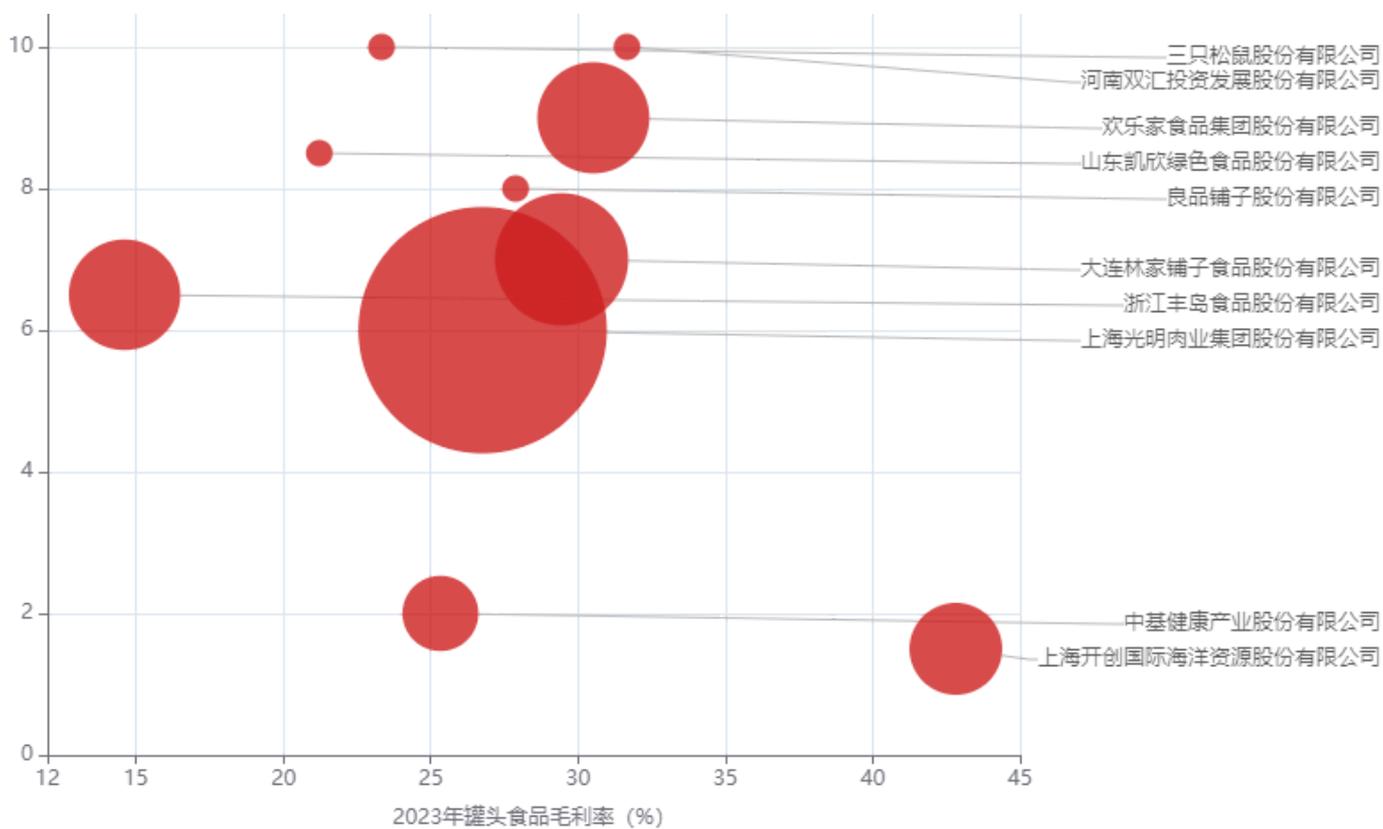
[21]

气泡大小表示：2023年罐头食品营业收入(亿元)

科创力 (/)



[24]



上市公司速览

上海梅林正广和股份有限公司 (600073)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	56.7亿元	-1.24	10.04

上海开创国际海洋资源股份有限公司 (600097)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	7.7亿元	-0.91	24.45

欢乐家食品集团股份有限公司 (300997)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	5.5亿元	6.61	38.70

山东凯欣绿色食品股份有限公司 (835850)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	4.3亿元	7.87	20.75

中基健康产业股份有限公司 (000972)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	1.2亿元	-20.49	18.59

奥瑞金科技股份有限公司 (002701)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	35.5亿元	5.95	18.26

金字火腿股份有限公司 (002515)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	2.0亿元	12.71	25.24

良品铺子股份有限公司 (603719)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	60.0亿元	-14.33	28.54

三只松鼠股份有限公司 (300783)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	45.8亿元	-14.07	24.74

[18] 1: <http://www.chalkis...> | 2: 各企业财务公告, 中基...

[19] 1: <https://baijiahao.b...> | 2: <http://www.enshi.c...> | 3: <https://mp.weixin...> | 4: 金融界, 恩施新闻网, ...

[20] 1: <https://www.cls.cn...> | 2: <https://mp.weixin...> | 3: 各企业财务公告, 中基...

[21] 1: <https://mp.weixin...> | 2: <https://www.cfbon...> | 3: 中国罐头工业协会, 河...

[22] 1: 各企业财务公告

[23] 1: 各企业财务公告

[24] 1: <https://www.tiany...> | 2: <https://www.tiany...> | 3: <https://www.tiany...> | 4: <https://www.tiany...> |

5: <https://www.tiany...> | 6: <https://www.tiany...> | 7: <https://www.tiany...> | 8: <https://www.tiany...> |

9: <https://www.tiany...> | 10: <https://www.tian...> | 11: 天眼查

· 公司信息

企业状态	开业	注册资本	11105.25万人民币
企业总部	潍坊市	行业	食品制造业
法人	张莉	统一社会信用代码	91370700798672331P
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	2007-02-06
品牌名称	山东凯欣绿色食品股份有限公司	股票类型	新三板
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		

· 财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
销售现金流/营业收入	0.88	0.81	1.07	0.92	0.74	0.78	0.94	0.89	0.97	0.98
资产负债率(%)	78.9037	56.8417	52.6405	32.3729	41.061	38.2688	38.1111	36.0004	37.6663	37.3798
营业总收入同比增长(%)	46.5358	53.7525	47.9477	26.5698	-10.139	35.9049	12.6423	26.3896	1.4143	7.8733
归属净利润同比增长(%)	47.8081	189.3486	54.1325	42.5377	-10.7457	29.3803	34.1552	16.5396	0.2826	8.0658
应收账款周转天数(天)	55.2826	87.2643	79.4684	71.1814	-	77.466	71.6042	76.4652	96.2179	94.9454
流动比率	0.894	1.32	1.5803	2.6045	2.1347	2.1824	2.1145	2.5664	1.9474	1.9187
每股经营现金流(元)	-1.11	-	0.2773	0.0012	-0.4234	0.2754	0.326	0.3982	0.3371	0.4031
毛利率(%)	13.0248	17.7013	16.6889	19.0287	20.6714	20.5622	20.232	19.9368	19.3873	20.7533
流动负债/总负债(%)	100	100	96.8419	99.8831	99.7006	99.7954	91.2825	77.7061	90.1849	88.09
速动比率	0.4133	0.8365	0.7809	1.5959	0.9088	0.9935	1.2598	1.6369	1.3495	1.2561
摊薄总资产收益率(%)	4.8036	11.3123	13.3697	15.3366	10.7691	11.2319	12.659	12.3122	10.3364	9.4526
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	-	647.2064	89.5034	-	-	-	-	-

扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	-	-74.4291	-	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	23.26	32.56	28.67	24.53	17.2	18.59	20.48	19.53	16.38	15.13
基本每股收益(元)	-	0.53	-	0.69	0.59	0.45	0.47	0.54	0.54	0.39
净利率(%)	4.4201	8.3183	8.666	9.7593	9.6934	9.228	10.9905	10.1339	10.0208	10.0387
总资产周转率(次)	1.0868	1.3599	1.5428	1.5715	1.111	1.2172	1.1518	1.2149	1.0315	0.9416
归属净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	425.1744	-84.8919	-	-	-	-	-
每股公积金(元)	-	-	0.3932	0.7765	0.7765	0.045	0.0346	0.0346	0.0346	0.0231
存货周转天数(天)	141.3317	97.5081	88.3804	73.7569	115.7445	140.8892	133.9357	102.5758	99.0835	101.8935
营业总收入(元)	7930.23万	1.22亿	1.80亿	2.28亿	2.05亿	2.79亿	3.14亿	3.97亿	4.03亿	4.34亿
每股未分配利润(元)	-	-	0.7736	1.3196	1.8932	1.5501	1.4043	1.9092	2.4098	1.6179
稀释每股收益(元)	-	0.53	-	0.69	0.59	0.45	0.47	0.54	0.54	0.39
归属净利润(元)	350.53万	1014.24万	1563.27万	2228.26万	1988.81万	2573.13万	3451.99万	4022.94万	4034.31万	4359.71万
扣非每股收益(元)	0.34	0.52	0.52	0.69	0.6	0.44	-	-	-	-
经营现金流/营业收入	-1.11	-	0.2773	0.0012	-0.4234	0.2754	0.326	0.3982	0.3371	0.4031

2 上海光明肉业集团股份有限公司【600073】



· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	93772.9472万人民币
企业总部	上海市	行业	商务服务业
法人	李俊龙	统一社会信用代码	91310000132285976X
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1997-06-27
品牌名称	上海光明肉业集团股份有限公司	股票类型	A股

经营范围

一般项目：互联网销售（除销售需要许可的商品）；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务... [查看更多](#)

▪ **财务数据分析**

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	1.12	1.12	1.07	1.07	1.04	1.06	1.04	1.04	1.04	-
资产负债率(%)	53.3884	55.5175	51.2717	50.264	52.4779	51.1672	55.2443	54.8229	55.9114	-
营业总收入同比增长(%)	-6.6251	13.0801	60.6335	-0.1889	5.4191	1.9791	-1.0448	5.8006	-10.4858	-
归属净利润同比增长(%)	140.4486	56.8783	9.3186	9.1326	20.3797	10.5463	-25.1728	66.0494	-55.1344	-
应收账款周转天数(天)	19.693	27.3263	22.7455	23.8906	24.7612	23.5297	22.6598	24.6923	26.9745	-
流动比率	1.2287	1.3075	1.5092	1.509	1.4554	1.4445	1.319	1.3476	1.1354	-
每股经营现金流(元)	0.2554	1.238	0.588	0.4605	1.0376	2.3602	0.5897	2.1099	0.4048	-
毛利率(%)	14.6197	16.3934	13.4457	12.9272	14.1436	12.057	9.2268	13.1504	9.3877	-
流动负债/总负债(%)	92.6847	85.3395	83.6818	84.6386	78.1945	82.2276	81.1274	80.8085	92.514	-
速动比率	0.7769	0.9163	1.0167	0.9644	0.8923	0.8836	0.8524	0.9207	0.7577	-
摊薄总资产收益率(%)	3.1812	4.7566	4.0765	3.4054	4.4365	5.2735	-0.6863	4.3253	-0.8698	-
营业总收入滚动环比增长(%)	-5.776	30.1639	13.4681	8.1291	17.1656	18.3307	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	147.4148	-162.7111	-491.0958	25.7957	293.7932	4.7285	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	5.08	8.32	8.21	8.32	8.31	9.69	6.92	10.88	3.25	-
基本每股收益(元)	0.17	0.27	0.3	0.33	0.39	0.43	0.32	0.54	0.24	0.11
净利率(%)	1.8562	3.31	2.0951	1.7526	2.3962	3.1497	-0.4324	2.6632	-0.605	-
总资产周转率(次)	1.7138	1.437	1.9457	1.943	1.8515	1.6743	1.5873	1.6241	1.4378	-
归属净利润滚动环比增长(%)	14.9975	-138.8544	-192.4546	-58.5144	81.2595	-49.7031	-	-	-	-

每股公积金(元)	1.8118	1.8115	2.024	2.024	1.9219	1.9363	1.9365	1.9367	1.9367	-
存货周转天数(天)	36.9106	47.3056	34.4339	39.2059	44.6844	50.1414	52.2587	50.7507	53.1052	-
营业总收入(元)	122.33亿	138.34亿	222.21亿	221.79亿	234.04亿	238.67亿	236.17亿	249.87亿	223.67亿	56.74亿
每股未分配利润(元)	0.2638	0.5374	0.72	1.0041	1.27	1.5486	1.7163	2.1069	2.1692	-
稀释每股收益(元)	0.17	0.27	0.3	0.33	-	-	-	-	-	-
归属净利润(元)	1.63亿	2.56亿	2.80亿	3.06亿	3.66亿	4.05亿	3.03亿	5.03亿	2.26亿	9932.03万
扣非每股收益(元)	0.17	0.23	0.22	0.27	0.38	0.4	0.25	0.46	0.16	-
经营现金流/营业收入	0.2554	1.238	0.588	0.4605	1.0376	2.3602	0.5897	2.1099	0.4048	-

3 欢乐家食品集团股份有限公司【300997】



· 公司信息

企业状态	开业	注册资本	44750万人民币
企业总部	湛江市	行业	食品制造业
法人	李兴	统一社会信用代码	9144080073412036XR
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	2001-12-12
品牌名称	欢乐家食品集团股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	许可项目：食品生产【分支机构经营】；食品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准... 查看更多		

· 财务数据分析

财务指标	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	0.97	1.14	1.06	-	1.1	1.18	1.12	-
资产负债率(%)	73.447	66.4497	56.144	44.3961	35.1286	32.7019	33.3829	-
营业总收入同比增长(%)	-	13.3949	5.1187	-12.444	18.0968	8.3793	20.4674	-
归属净利润同比增长(%)	-	93.0334	28.4572	-13.5944	2.8855	10.6455	36.8511	-

应收账款周转天数(天)	49.3637	37.2823	24.9896	-	38.1991	33.2836	23.2323	-
流动比率	0.6121	0.6307	0.7153	-	1.5721	1.7962	1.774	-
每股经营现金流(元)	-0.17	1.45	0.65	0.7031	0.4302	0.7632	0.7844	-
毛利率(%)	31.9748	32.0467	36.8206	-	36.05	33.58	38.7491	-
流动负债/总负债(%)	93.0013	93.4518	96.9849	-	96.3075	96.7701	97.6375	-
速动比率	0.3014	0.3148	0.3951	-	1.2808	1.444	1.4328	-
摊薄总资产收益率(%)	6.3683	11.9385	14.7812	12.9525	11.3485	10.4787	13.2018	-
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	34.8016	52.2725	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	84.8181	152.965	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	53.33	37.59	36.14	-	17.83	15.82	20.04	-
基本每股收益(元)	-	-	0.57	0.5	0.4456	0.452	0.6244	0.1857
净利率(%)	6.9799	11.8819	14.5199	14.3292	12.4836	12.7446	14.48	-
总资产周转率(次)	-	1.0048	1.018	0.9039	0.9091	0.8222	0.9117	-
归属净利润滚动环比增长(%)	-	-	66.2254	154.3801	-	-	-	-
每股公积金(元)	0.262	0.271	-	-	0.7594	0.7594	0.6987	-
存货周转天数(天)	123.0908	107.5375	98.8875	-	56.7358	69.3334	71.7832	-
营业总收入(元)	11.95亿	13.55亿	14.24亿	12.47亿	14.73亿	15.96亿	19.23亿	5.51亿
每股未分配利润(元)	0.5403	1.0384	-	-	0.9344	1.163	1.5332	-
稀释每股收益(元)	-	-	0.57	0.5	0.4456	0.452	0.6244	0.1857
归属净利润(元)	8339.18万	1.61亿	2.07亿	1.79亿	1.84亿	2.03亿	2.78亿	8208.63万

扣非每股收益 (元)	-	-	0.5602	-	-	-	-	-
经营现金流/营业收入	-0.17	1.45	0.65	0.7031	0.4302	0.7632	0.7844	-

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，在未详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

