

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



**ANJOY FOODS GROUP CO., LTD.**

**安井食品集團股份有限公司**

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(股份代號：2648)

## 截至2025年12月31日止年度之全年業績公告

安井食品集團股份有限公司(「本公司」或「公司」)董事會(「董事會」)謹此宣佈本公司及其附屬公司(合稱「本集團」)截至2025年12月31日止年度(「報告期」)之綜合業績，連同截至2024年12月31日止年度的業績比較數字。

### 全年業績摘要

截至2025年12月31日止年度，本集團實現營業收入人民幣16,192,613千元，同比增長7.05% (2024：人民幣15,126,652千元)。

截至2025年12月31日止年度，本集團歸屬於母公司股東的淨利潤為人民幣1,359,237千元，同比減少8.46% (2024：人民幣1,484,831千元)。

於2025年12月31日，本集團總資產為人民幣20,766,685千元，較年初增長19.52% (2024年12月31日：人民幣17,375,098千元)。

於2025年12月31日，本集團歸屬於母公司股東的淨資產為人民幣15,492,623千元，較年初增長19.61% (2024年12月31日：人民幣12,952,529千元)。

董事會建議宣派截至2025年12月31日止年度末期股息每股人民幣1.44元(含稅)。尚需2025年年度股東會審議批准。

## 管理層討論及分析

當今消費市場呈現了諸多新趨勢，個性化、高質量的商品成為更多消費者的選擇。公司始終關注廣大消費者對公司產品的體驗度及認同感，在國內市場方面已經具有成熟的產品創新、市場推廣和標準化、規模化的成功經驗。

2025年以來，公司積極順應行業及市場的發展與變化，以消費者需求為核心，貼合健康消費趨勢，堅持「研發一代、生產一代、儲備一代」的新品規劃思路，優化「B端及時跟進、C端升級換代」的新產品研發策略及「競品導向、渠道導向、專櫃導向」的競爭策略，從原料、工藝、品質、概念、包裝等五維度升級產品，新品整體表現符合預期。其中，火鍋料全家福、400克真空玲瓏裝、蝦滑系列、肉多多烤腸、虎皮炸蛋及象形包等產品在各自品類或價格帶均取得積極市場反饋。

公司通過提供高毛利新品、推進終端建設、開展營銷賦能等方式支持經銷商轉型升級，持續深化與盒馬等新零售渠道合作，從年初「全面擁抱商超定制化」到適時調整的「有管控地推進定制業務」，夯實了以經銷商為基本盤，特通、商超、新零售及電商協同發展的全渠道佈局，並借助小紅書等社交平台，構建家庭聚餐、便捷早餐、輕食加餐等消費場景，引導市場需求，增加優質消費品及配套服務供給。

在國內市場穩健經營的基礎上，公司加快「走出去」「引進來」的步伐，順勢而為、積極開拓前景廣闊的海外市場。2025年7月4日，公司在香港聯交所主板正式掛牌上市，成為國內首家「A+H」上市的速凍食品企業。借助H股平台，穩步推進國際化戰略，積極開拓、洽談海外及港澳地區的出口和併購業務。

此外，公司大力拓展新的增長點，通過收購江蘇鼎味泰並成立烘焙事業部，整合資源、持續加碼冷凍烘焙領域的投入；於2025年12月正式啟動「安齋」新項目，計劃開拓國內外清真食品市場。公司多措並舉持續夯實國內速凍食品行業龍頭地位，充分彰顯了經營發展的強勁韌性。

## 宏觀及行業環境

中國速凍食品行業主要由速凍調制食品、速凍菜餡製品、速凍面米製品及其他速凍食品子行業組成。據摘自行業顧問弗若斯特沙利文的數據顯示，2024年，中國速凍食品行業規模約為人民幣2,212億元，是全球第二大速凍食品市場。其中，速凍調制食品尚處成長期，市場規模約人民幣565億元；在火鍋、麻辣燙、燒烤等就餐方式日趨多元化，以及對優質產品的需求日益增加等多個因素驅動下，行業預計較快增長，2024年至2029年預計複合年均增長率為7.1%。速凍菜餡製品2024年的市場規模約人民幣868億元，處於起步期。隨着行業標準出台和消費者對美味、優質、便捷的產品需求提升，有望實現強勁增長，2024年至2029年預計複合年均增長率為16.1%。速凍面米製品2024年市場規模達人民幣771億元，呈現分化發展態勢，餃子、湯圓、粽子等傳統速凍面米製品已較為成熟，而以燒麥和手抓餅為代表的新興面米製品因顧客喜好和消費場景擴展等因素帶動，迎來重要的發展機會，正成為行業的主要增長動力。

從全球市場來看，2024年，速凍食品行業規模已達到4,177億美元。弗若斯特沙利文預測，2024年至2029年全球速凍食品行業複合年均增長率達6.0%。分地區來看，不同國家和地區的速凍食品行業發展階段存在明顯的結構性差異。英美日等發達市場有着成熟的速凍食品消費習慣，2024年度業務規模前五大公司市場份額分別為40%、43%、70%，均遠高於中國的15%。隨着以火鍋為代表的中式餐飲等中國品牌及文化近年來的持續出海，相關顧客群也逐步擴展至非華人群體，為速凍食品海外發展帶來新的機遇。東南亞的速凍食品行業起步較晚，市場競爭格局分散，業務規模前五大公司市場份額不足5%，但人口基數和消費潛力較大，且文化和消費習慣與中國相近，2024年至2029年預計複合年均增長率為14%，正經歷迅速發展階段。

相較於歐美日等發達市場，中國速凍食品行業存在較大發展空間。首先，受益於行業加速整合的預期，市場份額正加速向頭部優質企業集中；其次，中國餐飲連鎖化率僅為成熟市場的1/2，提升空間顯著，正進一步帶來對標準化和預處理食材的大量需求，推動着速凍行業快速增長；我們還了解到，目前中國人均速凍食品消費量僅10.0公斤，遠低於發達市場（美國62.2公斤、英國45.9公斤及日本25.3公斤），蘊含巨大的增長潛能；最後，中國團餐市場和西式餐飲市場規模正迅速擴張，對標準化、質量化和效率化的需求顯著，速凍食品行業有望受益。

伴隨餐飲場景端消費滲透率以及家庭場景端人均消費的提升，速凍菜餡子行業的高速成長，冷凍基礎設施的完善，中國速凍食品行業2024年至2029年預計將以9.4%的複合年增長率快速增長，超過其他的食品和飲料子行業（如主食、零食、油、調料、液態奶），賽道長坡厚雪。

## 行業經營性信息分析

### 1. 消費市場需求端分層與升級並存，疊加供給端革新，助力速凍食品行業持續向好發展

從餐飲場景端來看，中式餐飲連鎖化趨勢的加強，帶動了對標準化食材與半成品的需求，同時，受益於西餐菜品本土化進程加速、品類大眾化、下沉化發展，速凍食品在中國西式餐飲得以更多的應用；此外，標準化的速凍食品有效契合了團餐市場的發展需求。

我國人口老齡化交織疊加少子化、高齡化、空巢化和區域人口增減分化，生活與工作節奏加快，對健康便捷類食品的需求及消費場景不斷增加。速凍食品以其安全、方便、快捷的屬性，滿足了家庭場景端消費者對時間效率的要求，進而拉動了對速凍食品的需求。

隨着人民生活水平的提高和飲食文化的融合，速凍食品行業在供給端正經歷着顯著的變化，速凍食品賽道主要企業持續加大創新能力佈局，驅動速凍食品品類迭代和品質升級。各子賽道中大單品迭出，以滿足消費者日益變化的消費習慣。

報告期內，公司在速凍食品領域始終圍繞打造爆品的戰略核心，大力提升全渠道大單品的競爭力，鞏固了行業領先地位；同時，發揮產品矩陣豐富和渠道下沉的競爭優勢，着力優化渠道佈局，加大新興渠道投入，進一步增強了公司產品盈利能力和品牌美譽度。

## 2. 國家從政策層面全方位引導速凍食品行業高質量發展

2025年是「十四五」規劃收官之年與「十五五」規劃謀篇佈局的關鍵節點，高質量發展成為時代主旋律。國家通過健全冷鏈物流政策體系、推廣標準化設施設備，推動原料供應、食材加工、冷鏈運輸、渠道建設等全鏈條協同發力，鼓勵領軍企業通過聯盟、併購等方式整合資源，提升產業集約化水平。同時，政策以「質量築基、政策領航」為導向，在強化食品安全監管的基礎上，通過產業集聚培育等手段，激勵企業加大新產品、新技術、新工藝研發投入，支持企業品牌建設與市場拓展。在縱深推進全國統一大市場建設的同時，政府既鼓勵企業深耕國內市場契合消費升級需求，也支持企業出海參與國際競爭，為速凍食品行業構建國內國際雙循環發展格局提供了有力的政策支撐。

報告期內，作為速凍食品行業龍頭企業，公司將企業發展融入國家戰略大局，秉持「穩中求進、提質增效」的發展理念，在「產品+渠道」創新驅動中築牢根基，實現了規模與質量的協同發展。公司成為國內首家「A+H」上市的速凍食品企業，加速國際化發展步伐，並於2025年12月啟用「安齋」新品牌，計劃開拓國內外清真食品市場，品牌影響力持續提升。

## 3. 持續健全與完善的冷鏈物流體系為速凍食品行業的健康發展築牢堅實保障

「十四五」時期我國冷鏈基礎設施實現跨越發展。2025年，國家持續加碼冷鏈物流體系建設，政策引導與設施升級雙管齊下。商務部、國家發展改革委等八部門聯合發佈《加快數智供應鏈發展專項行動計劃》，聚焦農業等重點領域推動冷鏈物流智能化升級，助力數智供應鏈網絡構建；國家發改委新增19個國家骨幹冷鏈物流基地，使全國骨幹基地總量達105個，實現31個省（區、市）全覆蓋，進一步完善「四橫四縱」冷鏈物流骨幹通道，為速凍食品從生產到終端的全鏈條流通提供穩定保障。

市場層面，冷鏈物流設施擴容與技術創新同步推進，為速凍食品行業高質量發展注入強勁動能。2025年以來，伴隨着冷鏈物流市場需求穩步攀升，冷鏈物流領域投資持續增長，且數字化綠色化轉型加速，智能倉儲、溫度監控等設備廣泛應用，屋頂光伏、新能源冷藏車等綠色設施推廣落地，運力供給不斷增強。健全的冷鏈物流網絡既解決了速凍食品倉儲、運輸中的保鮮難題，又提升了流通效率，為行業健康發展提供全方位支撐。

公司始終將食品安全與產品品質置於核心首位，報告期內，嚴格恪守國家食品安全相關標準及行業規範，構建了全流程、全鏈條的精細化管控體系。通過物流跟蹤系統的使用，形成「從源頭到終端」的閉環管理，實時監控貨品在物流運輸途中冷鏈車及冷庫中的溫濕度、地理位置及每一運輸環節的負責人，以減少損耗並確保產品及原材料的品質和新鮮度。

#### **4. 信息化、數字化、智能化應用為速凍食品企業注入強勁發展動能**

2025年，消費市場需求個性化、產品迭代週期縮短化趨勢愈發明顯，對原料溯源管控、柔性化生產、綠色包裝升級、智能倉儲調度等全工藝流程提出了更高技術要求。在此背景下，智能化生產模式與數字化管理系統的深度融合成為行業破局關鍵。企業通過工業機器人、AI視覺檢測、物聯網傳感等技術的集成應用，不僅大幅降低了人為操作誤差與流程延誤，更實現了生產全鏈路的精準把控與高效協同，生產效率較傳統模式提升顯著。

報告期內，公司以數字化轉型為核心，全面推進多領域信息化建設，持續賦能業務發展、提升運營效率。在銷售端上線核心業務大屏，實現多維數據聯動與風險預警，提升決策效率；在生產端上線安全生產平台緊扣《安全生產法》八大要素，保障企業生產安全運轉；在數據分析上自主研發數據治理平台，實現數據高效流轉；落地多項AI應用，覆蓋圖像識別、智能客服、會議紀要、場景化工作流等場景，釋放人力價值；在安全上推進防勒索系統、多渠道安全宣傳與防護體系，築牢信息安全防線。

## 業務回顧

### 主營業務情況

公司主要從事速凍調制食品（以速凍魚糜製品、速凍肉製品為主）、速凍菜餡製品和速凍面米製品等速凍食品的研發、生產和銷售。經過多年發展，公司已形成了以華東地區為中心並輻射全國的營銷網絡，逐步成長為國內最具影響力和知名度的速凍食品企業之一。

### 公司的主要產品

公司產品組合含500多種產品，是行業內產品線較為豐富的企業之一。在速凍調制食品品類中，主要包括「安井」品牌下的產品，如撒尿肉丸、魚豆腐、魚籽包及烤腸等；在速凍菜餡製品品類中，公司採用包括「安井」、「凍品先生」、「安井小廚」、「洪湖誘惑」及「柳伍」在內的多品牌策略，產品主要包括小龍蝦、蝦滑、小酥肉、牛肉／羊肉卷、千夜豆腐及蛋餃等；在速凍面米製品品類中，產品主要包括「安井」牌產品，如燒麥、奶香饅頭、手抓餅及紅糖饅頭等。2025年7月，通過完成收購江蘇鼎味泰食品股份有限公司（以下簡稱「鼎味泰」）70%股權及鼎益豐食品（太倉）有限公司（以下簡稱「鼎益豐」）100%股權，並於下半年將兩家公司納入合併報表範圍，公司增加冷凍烘焙業務板塊，產品主要以冷凍烘焙成品為主，如吐司、菠蘿包、司康、軟歐包及貝果等。

此外，公司堅持每年聚焦培養3-5個「戰略大單品」。面向C端全渠道銷售的中高端火鍋料鎖鮮裝系列自2019年推出以來，不斷迭代，在渠道持續擴張的同時迅速搶佔行業制高點，大大提高了公司的盈利能力和品牌影響力。以2025年為例，公司單品年營收超過人民幣1億元的產品有40種，其中有5種產品超過人民幣5億元，彰顯了公司在產品研發、成本領先和市場推廣方面的綜合實力。

下表載列本集團於所示期間主營業務收入按產品類別劃分以絕對金額及佔主營業務收入的百分比呈列的收入明細：

(單位：人民幣千元，百分比除外)

	截至2024年 12月31日止年度		截至2025年 12月31日止年度	
	金額	%	金額	%
速凍調制食品	7,839,075	51.9	8,449,866	52.2
速凍菜餚製品	4,349,149	28.8	4,820,803	29.8
速凍面米製品	2,464,911	16.3	2,400,465	14.8
烘焙食品	—	—	67,955	0.4
其他產品 <sup>(註)</sup>	450,183	3.0	437,887	2.7
<b>總計</b>	<b>15,103,318</b>	<b>100.0</b>	<b>16,176,976</b>	<b>100.0</b>

註：其他產品主要包括銷售農業副產品(例如魚糜、魚粉及其他魚類副產品)。

### 速凍調制食品

作為本集團的主要產品類別，速凍調制食品主要以魚糜及／或肉類製成。於報告期內，本集團提供超過200餘種速凍調制食品。該等食品在各種烹飪場景中廣泛消費，主要包括火鍋、燒烤和麻辣燙。

報告期內，速凍調制食品收入人民幣8,449,866千元，較去年同期增加7.8%，佔主營業務收入比重52.2%。

### 速凍菜餚製品

本集團的速凍菜餚製品提供即熱、即煮的多種預制及／或預先煮熟和調味的食材。報告期內，本集團提供超過160餘種速凍菜餚製品。這些產品適用於在各種場景中快速輕鬆地準備菜餚，包括餐廳、其他餐飲業務、家庭烹飪等。此外，本集團的速凍菜餚製品為客戶提供多樣的口味及選擇，使他們即使沒有烹飪技能，也可以輕鬆準備飯菜。

報告期內，速凍菜餚製品收入人民幣4,820,803千元，較去年同期增加10.8%，佔主營業務收入比重29.8%。

## 速凍面米製品

本集團的速凍面米製品主要側重於速凍發面類產品，如燒麥、奶香饅頭及紅糖饅頭等。報告期內，本集團提供超過100餘種速凍面米製品。本集團的速凍面米製品能夠滿足廣泛的烹飪需求，同時提供便利性和通用性。本集團的產品線滿足各類消費場景的需求，既可以在早餐店及中式料理餐廳提供，也可以供消費者在家庭廚房中快速輕鬆地準備主食。簡單的準備過程使它們成為在忙碌的早晨尋求美味和優質早餐的消費者的理想選擇。

報告期內，速凍面米製品收入人民幣2,400,465千元，較去年同期減少2.6%，佔主營收入比重14.8%。

## 採購模式

公司根據當期生產計劃制定採購計劃，與供貨商簽訂合同，並通過採購訂單來進行採購。公司原輔材料採購主要分魚糜、畜禽肉類、粉類等大宗商品，以及農副產品、添加劑、調味品及包材等小額物料兩大類。其中，魚糜、畜禽肉類、粉類等通用性的大宗原料根據銷售、生產需求批量採購或鎖定價格，而小額物料按照生產計劃，結合銷售訂單、庫存管理進行採購。採購部依據各部門提交的原料需求預算和申購單，通過比價、議價選定具體供貨商並簽訂採購合同，以訂單方式分批採購；在貨款結算方面，公司在採購合同中訂立了結算條款，規定公司在收取貨物並驗收合格後的一定信用期內，按照議定價格結算並支付貨款。

為了確保原材料採購質量，公司制定了嚴格的准入管理及詳細的供貨商評審流程。准入管理中包含資質審查、現場評審、送樣通知、樣品確認、物料試用等環節，所有環節根據供貨商類別需要選擇相應准入要求，審批通過後供貨商生效，新增供貨商方可列入合作供貨商名單內。在新物料准入及評審階段，採購部負責各類原輔料供貨商的尋找、認證、引進等主要工作，並負責將經過資質認證合格的供貨商及原料推薦給技術中心小試，小試合格後由技術中心負責組織質量部、生產車間等部門對原材料進行中試，中試合格，樣品確認可用，供貨商進入合格供方評審環節，由質量部根據原輔料相關產品的風險系數和風險等級，組織相關部門對供貨商進行實地考察評審。

採購部建立合格供貨商名錄，由專人管理及時更新維護。對於新增供貨商，符合要求列入正常採購為合格供貨商後，需及時更新至合格供貨商名錄。每年由採購部主導實施供貨商評審，根據質量管理年度分數，由質量部進行評審，採購部綜合價格因素，倉儲車間根據交貨效率，內務處理，項目因素，對供貨商進行評分，根據年度評價得分作出供貨商的等級評價，低於60分不列入合格供貨商，大於60分列入合格供貨商，並結合實際供需情況及供貨商等級決定供貨商在後續合作意向。

自2022年以來，公司圍繞大宗物料設置由基地總經理兼任的品類總監，負責關注行情變化、提供操作建議、統籌基地間訂單分配及供應商准入，各基地對物料質量安全成本負主體責任。2025年，在經濟承壓、物料價格波動的形勢下，集團採購部以保障供應、嚴控成本為核心，主動適配生產節奏。通過開展澱粉、畜禽類、包裝物、大荳蛋白等大宗物料的規範化招投標，打破原有供應商合作局限，淘汰低效供應商，大力開發優質新資源，構建競爭有序的供應商梯隊。在遵循公平公正原則、實現全流程透明化的基礎上，有效規避了單一渠道風險，實現整體採購成本較上一年度顯著下降，提升了集團採購效益。

## 生產模式

公司營銷中心下設營運部門，由營運總監根據銷售預測、訂單情況、產品庫存等，每月定期召開「產銷協調會」，各子公司生產部制定月度生產計劃、並根據生產設備及一線員工人數及產品庫存信息等情況，及時調整生產周計劃，並經工廠總經理、營運總監審批確認、安排生產等相關部門進行生產、質檢、入庫等程序。

採購部根據生產計劃，通過系統運算用料需求，得出理論採購量，同時分析原輔料庫存、各車間領用及請購情況，在詢價對比後選擇合適供貨商，負責各類物料的按時、保質、保量供應；生產部下屬各生產車間按照接收到的生產任務單，組織生產員工排班，負責原輔料的限額領料、現場生產秩序協調及衛生環境維護、勞動紀律及操作規範的檢查糾正，並配合質量部對各生產工藝的過程進行檢驗，同時將生產過程中的各種信息及時、準確地反饋到相關部門；質量部負責對原輔料、在製品、成品在生產過程各節點進行質檢監測；設備部負責生產設施、生產設備、生產工器具的提供、維修及管理，保障生產正常無障礙進行；生產部下屬倉儲車間負責原輔料的數量驗收、在庫管理、安全庫存、領料出庫等工作，同時負責產成品的入庫、在庫、發貨管理，並負責及時將各類單據、數據錄入生產管理系統。生產製造信息化方面，公司已全面上線EDI電子交換系統，打通生產系統相關設備，嚴把產品質量，全面提高生產管理效能。

## 銷售模式

### 1. 經銷模式

公司自設立至今，建立了適合自身發展的經銷模式，其基本特點是全方位賦能經銷商，與經銷商共同推動「五大進化」：管理精細化（公司打造訂貨軟件、倉儲管理軟件等數字化系統提升經銷商管理水平）、渠道滲透化（派駐業務人員協助覆蓋全場景、全渠道）、運營平台化（推動轉型賦能終端）、推廣線上化（開展「大咖計劃」使用短視頻等工具開展推廣工作）、服務極致化（從「送貨」變「提供解決方案」），共同應對市場挑戰，提升合作黏性與市場競爭力。

## 2. 商超模式

公司針對商超的銷售模式主要分為兩種情況，一種是基於供銷合同的標準銷售，即依據合同約定的採購訂單進行發貨，並按約定進行對賬結算；另一種是寄售代銷，即依照代銷合同分期送貨，公司根據商超提供的代銷清單進行收入確認。公司針對商超的營銷方式主要是以健康飲食為品牌訴求，制定風格統一的全年推廣活動計劃，通過「品牌主題」、「飲食文化」、「綠色健康」等加強品牌形象的宣傳活動，提升品牌知名度，並協助商超開展形式多樣的終端產品促銷，結合節假日主題開展終端多樣式店內秀活動，與賣場採購端進行深度溝通，結合市場需求一起共創品類大單品，提高商超渠道的銷售額。結合目前產品的發展趨勢，開發藥食同源、情緒價值等多維度的產品開發；同時與第三方O2O平台，美团閃購、京東到家等簽約賦能線下各商超系統。

目前，公司產品在國內的商超客戶主要包括大潤發、永輝、沃爾瑪、物美、天虹、山姆、胖東來等具備一定規模的大賣場。隨着線上平台賦能各商超系統，公司同步加強商超線上O2O銷售拓展及與美团閃購、京東秒送等在線第三方銷售平台方簽約拓展，同時積極參與各大商超的直播帶貨活動。

在傳統商超普遍面臨客流量分化、營收承壓的背景下，部分商超系統效仿胖東來的調改路徑及山姆的自有品牌定製模式，通過擴大生鮮產品陳列面積、提升定製產品佔比尋求突破。為進一步提升市場空間，公司順應趨勢，在產品定制領域積極佈局，已與沃爾瑪、麥德龍、大潤發等傳統商超開展產品共創、品類創新合作。

### 3. 特通直營模式

特通直營渠道模式的目標客戶主要覆蓋大型連鎖餐飲、酒店、休閒食品、中大型企業團購等領域，致力於為客戶提供完善的產品定制化解決方案，及時滿足客戶需求。隨着公司產品在全國各大城市的加速拓展，安井產品的品牌、質量逐步取得終端消費者的認可，也帶動了餐飲等特通渠道客戶對公司產品的青睞。目前，公司與包括百勝餐飲集團、張亮麻辣燙、小穀姐姐麻辣燙、小菜園、味千拉面、圍辣火鍋、半天妖烤魚、呷哺呷哺、海底撈、魚你在一起酸菜魚、喜姐炸串、誇父炸串、正新雞排、絕味鴨脖、久久丫滷味、蘭湘子等國內多家餐飲連鎖客戶，以及湖北旭樂、浙江瑞松等休閒食品類上市公司上游供應鏈企業均建立了長期合作關係。

### 4. 電商模式

公司高度重視線上電商渠道建設，持續鞏固並強化各合作電商平台的合作深度，積極參與平台核心購物節活動；同步對公司旗艦店品牌形象、專業客服團隊進行全面優化升級，加大公司新品的線上推廣力度，在新品產品力的基礎上做好產品視頻的聲量曝光，並通過自播與達播聯動將聲量高效轉化為新品銷量，持續強化品牌宣傳與新品推廣成效，推動品牌貼合年輕化發展趨勢。同時，公司依托集團穩健的供應鏈體系，充分運用平台數字化工具精準洞察消費者需求，與線上消費者開展科學、高效的互動溝通；創新以家庭消費為主的多品類產品組合，持續增加多區域前置倉佈局建設，不斷提升對C端市場的柔性高效供應能力，進一步夯實線上渠道的核心競爭力。

### 5. 新零售模式

公司積極拓展與新零售平台的合作，運用新零售平台大數據，對商品線上服務、線下體驗以及現代物流開展深度融合。在盒馬鮮生、叮咚買菜、京東超市、樸樸、美团小象超市、鍋圈食匯等新零售渠道，公司憑藉強大的產品研發及服務能力、豐富的產品矩陣及生產技術經驗，開展推新品、佔坑位、爭曝光、做活動等措施，同時到各新零售平台進行戰略簽約，相互賦能，適應新興銷售場景需要，並與盒馬鮮生、美团快樂猴等新零售業態深化產品定制合作。

## 銷售渠道

通過廣泛的銷售網絡，本集團可以有效地銷售產品並覆蓋中國各地的多元化消費者群，並將銷售網絡擴展至海外市場。

下表載列所示期間本集團按銷售渠道劃分以絕對金額及佔主營業務收入的百分比呈列的收入明細：

(單位：人民幣千元，百分比除外)

	截至2024年 12月31日止年度		截至2025年 12月31日止年度	
	金額	%	金額	%
經銷商	12,376,029	81.9	<b>12,926,540</b>	<b>79.9</b>
特通直營 <sup>(1)</sup>	1,005,598	6.7	<b>1,192,128</b>	<b>7.4</b>
新零售及電商 <sup>(2)</sup>	894,548	5.9	<b>1,178,675</b>	<b>7.3</b>
商超	827,143	5.5	<b>879,633</b>	<b>5.4</b>
<b>總計</b>	<b>15,103,318</b>	<b>100.0</b>	<b>16,176,976</b>	<b>100.0</b>

註：

- (1) 特通直營客戶主要包括連鎖餐飲公司、休閒食品公司及其他企業客戶。
- (2) 新零售及電商平台主要包括採用在線線下一體化業務模式的零售商，以及在主流電商平台的自營門店。

## 經銷商

本集團主要將產品售予經銷商，再由經銷商將產品經銷至餐飲業務、批發市場、商超、電商平台及其他銷售點。經銷商在建立下游銷售渠道、最大限度地擴大產品經銷覆蓋率、推動經營業績的增長方面對我們的業務至關重要。本集團的經銷商均為我們的客戶，本集團與他們保持買方／賣方關係。

報告期內，來自經銷商的銷售收入為人民幣12,926,540千元，較去年同期增加4.4%，佔主營業務收入比重79.9%。

## 特通直營客戶

本集團的特通直營客戶主要包括連鎖餐飲公司、休閒食品公司及其他企業客戶。報告期內，來自特通直營客戶的銷售收入為人民幣1,192,128千元，較去年同期增加18.5%，佔主營業務總收入比重7.4%。

憑藉多樣化的產品組合，本集團與知名連鎖餐飲公司建立了長期合作夥伴關係，包括張亮麻辣燙、海底撈、半天妖烤魚、呷哺呷哺、魚你在一起酸菜魚。本集團定製產品和解決方案，以滿足客戶的差異化需求。

## 新零售及電商平台

本集團一直在積極擴展在線多渠道發展，以適應不斷變化的客戶習慣及行業趨勢。

通過擴大與盒馬鮮生、叮咚買菜、京東超市及鍋圈等新零售平台的合作，本集團為終端客戶提供在線和線下購物體驗，利用技術來提高便利性。這些平台通常結合電商、移動應用程序和數據分析提供個性化的購物體驗、在線下單和各種配送方案，包括送貨上門和店內自提。新零售平台主要優先銷售本集團適合個人客戶的產品，如鎖鮮裝系列產品和若干速凍菜餚製品。

本集團與天貓、京東及拼多多等電商平台加強合作，並參與了重要的購物節和促銷活動。本集團建立了多個在線銷售渠道，包括在抖音和快手的自營門店。此外，本集團正在積極探索在線直播銷售，並建立了直播銷售渠道。

報告期內，來自新零售及電商平台的銷售收入為人民幣1,178,675千元，較去年同期增長31.8%，佔主營業務收入比重7.3%。

## 商超

商超客戶主要包括全國性及區域性商超，例如大潤發、永輝超市、沃爾瑪、物美和天虹。本集團不但通過與商超的統一營銷活動促銷的各種產品來推廣我們的品牌形象，還參與由商超客戶組織的直播銷售活動，從而鞏固了本集團在網上零售的地位。

報告期內，來自商超的銷售收入為人民幣879,633千元，較去年同期增加6.3%，佔主營業務收入比重5.4%。

下表載列於所示期間按客戶地理區域劃分以絕對金額及佔主營業務收入的百分比呈列的收入明細：

(單位：人民幣千元，百分比除外)

	截至2024年 12月31日止年度		截至2025年 12月31日止年度	
	金額	%	金額	%
<b>境內</b>	<b>14,935,897</b>	<b>98.9</b>	<b>15,990,210</b>	<b>98.8</b>
華東地區 <sup>(1)</sup>	6,471,930	42.9	6,814,622	42.1
華北地區 <sup>(2)</sup>	2,214,376	14.7	2,418,860	15.0
華中地區 <sup>(3)</sup>	1,918,086	12.7	2,032,085	12.6
華南地區 <sup>(4)</sup>	1,263,482	8.4	1,527,317	9.4
東北地區 <sup>(5)</sup>	1,295,610	8.6	1,341,440	8.3
西南地區 <sup>(6)</sup>	936,798	6.2	958,458	5.9
西北地區 <sup>(7)</sup>	835,615	5.4	897,428	5.5
境外 <sup>(8)</sup>	167,421	1.1	186,766	1.2
<b>總計</b>	<b>15,103,318</b>	<b>100.0</b>	<b>16,176,976</b>	<b>100.0</b>

註：

- (1) 華東地區主要包括福建省、安徽省、浙江省、江西省、上海、山東省及江蘇省。
- (2) 華北地區主要包括北京、天津、河北省、山西省及內蒙古自治區。
- (3) 華中地區主要包括河南省、湖北省及湖南省。
- (4) 華南地區主要包括廣東省、廣西壯族自治區及海南省。
- (5) 東北地區主要包括黑龍江省、吉林省及遼寧省。
- (6) 西南地區主要包括重慶、四川省、貴州省、雲南省及西藏自治區。
- (7) 西北地區主要包括陝西省、甘肅省、青海省、新疆維吾爾自治區及寧夏回族自治區。
- (8) 海外市場主要包括歐洲、英國及美國。

## 核心競爭力

公司秉承「傳遞健康快樂，讓美味更簡單」的企業使命，「責任，正道，行動，共贏」的企業價值觀，「食以民為天」的經營理念及「馬上去做，用心去做」的企業作風，按照「三路並進、全渠發力」的經營策略，不斷提升產品質量，提高品牌美譽度和企業競爭力。

公司堅持「市場導向+技術創新」的經營思路，以生產工藝專業化、食品質量安全性為經營目標，並以此推動研發工作的開展。目前公司擁有國家級企業技術中心、農業農村部冷凍調理水產品加工重點實驗室和國家冷凍調理水產品加工分中心，在行業內擁有較強的技術創新能力，每年不斷推出多種新品。公司已和江南大學等國內多個院校和科研院所建立了良好的產學研關係，陸續主持了科技部科技支撐計劃子課題、「十四五」科技部國家重點研發計劃食品製造與農產品物流科技支撐重點專項課題、自然資源部海洋經濟創新發展區域示範項目。截至2025年12月31日，公司(不含外協工廠)已取得ISO 22000、ISO 9001、FSSC 22000、BRCGS、HACCP等多類管理體系的46項認證證書。

公司堅持「B端高質中價，C端高質中高價」的銷售定價策略、「BC兼顧、全渠發力」的渠道策略，速凍食品市場佔有率逐年擴大，規模效應持續體現。

公司大力推進信息化、數字化、智能化的全協同、全鏈接。通過內部研發和外部技術的利用和定制，公司實現從戰略制定到業務執行的全流程數字化，以提高決策和綜合管理的及時性、科學性。公司的商業智能(BI)系統能夠實時分析包含產品、客戶、區域市場、營銷政策等各維度信息，並進行生產端的成本分析和精細化管理。隨着數字化帶來的決策能力提升，公司與經銷商的溝通協作持續加強、生產效率得到保障，質量控制機制更加完善。公司的全方位數字化質控系統實現從原材料採購至生產、包裝、配送及客戶簽收的全流程追溯。2023年，公司成為國內速凍食品行業首家達到「智能製造能力成熟度等級叁級」的企業，以及食品行業唯二企業上榜「中國標桿智能工廠百強榜」，彰顯了公司在智能製造方面的領先地位。

## 財務回顧

以下討論乃基於本公告所載財務資料及其附註，並應與之一併閱讀。

### 收入

報告期內，本集團的營業收入為人民幣16,192,613千元，較上年同期的人民幣15,126,652千元，增加7.05%，實現小幅增長。其中主營業務收入16,176,976千元，較上年同期增加7.11%。

分產品收入情況：

- 銷售速凍調制食品的收入由上年同期的人民幣7,839,075千元增加7.8%至報告期內的人民幣8,449,866千元；主要由於烤腸系列產品增長所致，除原火山石烤腸增量較高，新增的肉多多烤腸、台式烤腸銷售均良好。另魚豆腐、魚籽包在本年度的銷售均增長較高。
- 銷售速凍菜餡製品的收入由上年同期的人民幣4,349,149千元增加10.8%至報告期內的人民幣4,820,803千元，主要由於蝦滑系列產品增長所致，除原蝦滑增量，新增的大顆粒蝦滑和黑虎蝦滑銷售均良好。另調味小龍蝦、小酥肉在本年度的銷售均增長較高。
- 銷售速凍面米製品的收入由上年同期的人民幣2,464,911千元減少2.6%至報告期內的人民幣2,400,465千元；主要由於部分傳統老品銷量有所下降所致。另蒸煎餃、糍粑等銷售有增長；新品飯團、玉米包等銷售均良好。
- 銷售其他產品的收入由上年同期的人民幣450,183千元減少2.7%至報告期內的人民幣437,887千元，主要由於魚粉、蝦殼等飼料類產品下降所致。
- 本期因收購鼎味泰，增加烘焙食品收入人民幣67,955千元。

### 銷售成本

本集團銷售成本主要包括原材料成本、人工及製造費用、物流成本等。報告期內，本集團主營業務成本為人民幣12,693,650千元，較上年同期之人民幣11,595,491千元增加9.5%，主要係本集團銷售收入增長7.1%，帶動成本相應上升。

原材料成本為人民幣8,149,863千元，較上年同期增加716,378千元。主要原因：隨著集團銷售規模擴大，原材料採購規模相應增長；原料佔比較高的菜餚類產品銷售增長較快，推動原材料成本同步上升。人工成本為人民幣813,330千元，較上年同期增加42,443千元，增幅低於主營收入增長。主要係公司持續推進自動化升級，優化生產組織與用工結構，有效控制人工成本總體增幅，實現了人力資源效率提升。製造費用為人民幣1,667,093千元，較上年同期增加人民幣136,959千元。主要係：隨著產能規模擴張及固定資產投入增加，固定資產折舊相應增加；生產規模擴大帶動能源耗用增加，導致相關費用上升。

主營業務成本構成項目	本期金額 (千元)	本期佔 總成本 比例(%)	上年同期 金額 (千元)	上年同期 佔總成本 比例(%)	本期金額 較上年 同期變動 比例(%)
直接材料	8,149,863	64.2	7,433,485	64.1	9.6
直接人工	813,330	6.4	770,887	6.6	5.5
製造費用	1,667,093	13.1	1,530,134	13.2	9
外購成本	1,791,764	14.1	1,619,952	14.0	10.6
物流成本	271,600	2.2	241,033	2.1	12.7
合計	<u>12,693,650</u>	<u>100.0</u>	<u>11,595,491</u>	<u>100.0</u>	<u>9.5</u>

## 毛利及毛利率

報告期內，本集團的毛利為人民幣3,497,763千元，較上年同期的人民幣3,524,157千元，減少0.75%，主要由於固定資產折舊增加及小龍蝦原料成本增加所致。報告期內，本集團的毛利潤率為21.6%，與上年同期23.3%相比減少1.7個百分點。

## 其他收益

本集團其他收益主要包括本集團已收到與收益相關的政府補助，及若干與固定資產投資有關的政府補助。報告期內，本集團的其他收益淨額為人民幣57,117千元，較上年同期的人民幣44,877千元，增加27.3%，主要由於本期收到的與日常經營相關的政府補助較上年同期增加所致。

## 投資收益

本集團投資收益主要包括交易性金融資產產生的投資收益及投資的聯營公司產生的收益，報告期內投資收益人民幣55,812千元，較去年同期的人民幣30,794千元，增加81.2%，主要由於本期處置交易性金融資產取得的投資收益較上年同期增加所致。

## 銷售費用

本集團的銷售費用主要包括(i)職工薪酬、社保及福利、(ii)廣告費用及(iii)營銷及推廣費用。報告期內，本集團的銷售費用為人民幣965,731千元，較上年同期的人民幣986,208千元，減少2.1%，主要由於本報告期外包促銷員費用及廣告費用較上年同期減少所致。

## 管理費用

本集團的管理費用主要包括(i)職工薪酬、社保及福利、(ii)股份支付費用攤銷及(iii)長期資產攤銷。報告期內，本集團的管理費用為人民幣415,933千元，較上年同期的人民幣504,514千元，減少17.6%，主要由於本期分攤的股份支付費用較上年同期減少所致。

## 研發費用

本集團的研發費用主要包括(i)職工薪酬、(ii)所用原材料及耗材及(iii)折舊及攤銷。報告期內，本集團的研發費用為人民幣92,067千元，較上年同期的人民幣97,214千元，減少5.3%，主要由於本期研發費用管理提質增效，雖然研發產品成效顯著，但職工薪酬、原材料及耗材投入較上年同期減少所致。

## 財務費用

本集團的財務費用主要包括(i)貸款利息、(ii)財政貼息、(iii)利息收益。報告期內，本集團的財務費用為人民幣1,362千元，較上年同期的人民幣-71,210千元，增加費用人民幣72,572千元，主要由於本期匯兌損失、貸款利息較上年同期增加，利息收入較上年同期減少所致。

## 信用減值損失

本集團就應收款項錄得若干減值虧損及減值虧損轉回。報告期內，本集團錄得應收款項減值虧損人民幣3,071千元，於去年同期錄得應收款項減值虧損人民幣7,326千元，主要由於去年同期錄得已經發生信用減值的應收款項減值虧損3,829千元，本期未發生上述減值虧損。

## 資產減值損失

本集團的資產減值損失主要包括存貨跌價損失、商譽減值損失。報告期內錄得存貨跌價損失人民幣32,158千元，於去年同期錄得存貨跌價損失人民幣20,927千元，減值損失增加主要由於期末存貨增加所致。

報告期內錄得歸屬於母公司的商譽減值損失人民幣181,638千元，於去年同期錄得歸屬於母公司的商譽減值損失人民幣31,278千元，主要由於受小龍蝦行業影響，洪湖市新宏業食品有限公司、湖北新柳伍食品集團有限公司業績未達預期，經評估測算洪湖市新宏業食品有限公司資產組、湖北新柳伍食品集團有限公司資產組本期歸屬於母公司的商譽減值損失分別為人民幣14,871千元、人民幣149,358千元；因2025年經營政策調整未能適應英國市場，導致Oriental Food Express Limited業績虧損，經評估測算Oriental Food Express Limited資產組本期歸屬於母公司的商譽減值損失為人民幣17,409千元。

## 營業外收入及支出

本集團的營業外收入主要包括政府補助、非流動資產處置利得，報告期內，本集團的營業外收入為人民幣38,221千元，較上年同期的人民幣37,755千元，增加1.2%，主要由於本期收到的與日常經營無關的政府補助較上年同期增加所致。

本集團的營業外支出主要包括非流動資產報廢損失、捐贈支出。報告期內，本集團的營業外支出為人民幣2,460千元，較上年同期的人民幣3,889千元，減少36.7%，主要由於本期非流動資產報廢損失較上年同期減少所致。

## 所得稅費用

報告期內，本集團的所得稅費用為人民幣463,846千元，較上年同期的人民幣474,657千元，減少2.3%，主要由於本期稅前利潤較上年同期減少所致。

## 淨利潤

由於上述原因，本集團的本期淨利潤為人民幣1,369,523千元，較上年同期的人民幣1,513,619千元，減少9.52%。其中歸屬於母公司股東的淨利潤為人民幣1,359,237千元，較上年同期的人民幣1,484,831千元，減少8.46%。

## 投資性房地產

本集團的投資性房地產主要包括已出租的建築物、已出租的土地使用權，截至2025年12月31日，本集團的投資性房地產為人民幣30,868千元，為本期新增資產，主要由於本期公司新收購的子公司鼎味泰、鼎益豐存在建築物、土地使用權出租業務所致。

## 固定資產

本集團的固定資產主要包括房屋及建築物、機器設備、運輸工具、辦公及電子設備。截至2025年12月31日，本集團的固定資產為人民幣5,197,433千元，較截至2024年12月31日的人民幣5,117,835千元，增加1.56%，主要由於本期達到可使用狀態的房屋及建築物、機器設備增加所致。

## 在建工程

本集團的在建工程主要包括集團內各子公司自建的廠房、安裝工程、信息化工程。截至2025年12月31日，本集團的在建工程為人民幣323,590千元，較截至2024年12月31日的人民幣198,454千元，增加63.06%，主要由於本期在建項目增加投入所致。

## 無形資產

本集團的無形資產主要包括土地使用權、專利權、軟件、商標權。截至2025年12月31日，本集團的無形資產為人民幣836,990千元，較截至2024年12月31日的人民幣688,983千元，增加21.48%，主要由於本期公司收購鼎味泰、鼎益豐增加相關資產所致。

## 使用權資產

本集團的使用權資產主要包括租賃辦公物業及廠房、設備。截至2025年12月31日，本集團的使用權資產為人民幣55,722千元，較截至2024年12月31日的人民幣42,484千元，增加31.16%，主要由於本期公司收購鼎味泰增加相關資產所致。

## 存貨

本集團的存貨主要包括庫存商品、原材料及發出商品。截至2025年12月31日，本集團的存貨為人民幣3,647,317千元，較截至2024年12月31日的人民幣3,284,638千元，增加11.04%，主要為滿足銷售增長要求存貨儲備增加，本期末小龍蝦庫存商品增加以及新增合併主體鼎味泰帶來的增量。

截至2025年12月31日，本集團的存貨周轉天數為99.7天，較截至2024年12月31日存貨周轉天數為107.8天，減少8.1天，主要由於本期銷售成本增加所致。

## 應收賬款、應收票據及應收款項融資

截至2025年12月31日，本集團的應收賬款人民幣671,445千元，較截至2024年12月31日的人民幣626,127千元，增加7.24%，主要由於本期公司收購鼎味泰所致。應收賬款周轉天數從截至2024年12月31日的14.43天增加到截至2025年12月31日的14.62天。

截至2025年12月31日，應收票據及應收款項融資分別為人民幣1,967千元、人民幣1,216千元。（截至2024年12月31日，應收票據及應收款項融資無餘額。）

## 應付票據及應付賬款

截至2025年12月31日，本集團的應付票據、應付賬款分別為人民幣167,899千元、1,498,253千元，較截至2024年12月31日的人民幣233,945千元、1,620,314千元，分別減少28.23%、7.53%，應付賬款及應付票據周轉天數從截至2024年12月31日的58.56天減少到截至2025年12月31日的50.61天。

## 流動資金和資本資源

截至2025年12月31日止年度，本集團的經營活動所得現金流量淨額為人民幣2,316,723千元，截至2024年12月31日止年度，本集團的經營活動所得現金流量淨額為人民幣2,103,845千元。同比增加10.12%。

截至2025年12月31日止年度，本集團的投資活動所用現金流量淨額為人民幣1,146,286千元，主要歸因於(i)購建固定資產、無形資產和其他長期資產支付人民幣873,465千元，(ii)取得子公司及其他營業單位支付人民幣408,037千元。截至2024年12月31日止年度，本集團的投資活動所用現金流量淨額為人民幣3,204,827千元，主要歸因於(i)購建固定資產、無形資產和其他長期資產支付人民幣901,280千元，(ii)購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣11,606,526千元部分被出售以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產所得款項人民幣9,262,475千元所抵消。

截至2025年12月31日止年度，本集團的籌資活動所得現金流量淨額為人民幣1,487,521千元，主要歸因於(i)本集團2025年7月4日在香港聯合交易所上市融資人民幣2,186,734千元，(ii)計息銀行及其他借款所得款項人民幣1,428,977千元，部分被償還計息銀行及其他借款人民幣967,996千元所抵銷，(iii)分配股利支付人民幣1,048,453千元、償付利息支付人民幣16,411千元。截至2024年12月31日止年度，本集團的籌資活動所用現金流量淨額為人民幣1,197,804千元，主要歸因於(i)分配股利支付人民幣921,791千元，償付利息支付人民幣7,993千元，(ii)償還計息銀行及其他借款人民幣697,985千元，部分被計息銀行及其他借款所得款項人民幣483,000千元所抵銷。

全球發售所得款項淨額的用途請見本公告「募集資金使用情況」。

本集團擁有足夠的流動性以滿足日常流動資金管理及資本開支需求。

## 債項

本集團的債項主要包括計息借款、租賃負債及長期應付款。

截至2025年12月31日，本集團的借款為人民幣890,605千元，較截至2024年12月31日增加人民幣779,490千元，主要由於控股子公司營運資金借款增加所致。

本集團未償還的借款全部是人民幣借款，全部是一年內需要償還的借款，大部分是固定利率借款。

截至本公告日期，本集團的債項並無包含可能顯著限制本集團取得未來融資能力的任何重大限制性契諾，且於報告期內及直至本公告日期，本集團概無嚴重拖欠債務或違反契諾的情況。截至本公告日期，除銀行借款外，本集團並無其他重大外部債務融資計劃。

截至2025年12月31日，本集團的租賃負債總額為人民幣63,555千元，較截至2024年12月31日增加人民幣20,883千元，主要由於本期租賃業務增加所致。截至2025年12月31日的租賃負債總額中，人民幣5,438千元將於一年內到期及人民幣48,156千元將於一年後到期。

截至2025年12月31日，本集團的長期應付款總額為人民幣138,369千元，較截至2024年12月31日增加人民幣138,369千元。主要由於本期公司按照與鼎味泰原股東簽訂的股權轉讓協議確認了鼎味泰20%的股權的遠期收購義務。截至2025年12月31日的長期應付款總額中，人民幣15,056千元將於一年內到期及人民幣123,314千元將於一年後到期。

## 或有負債

截至報告期末，本集團並無重大或有負債。

## 資本支出

本集團的資本支出主要包括購建固定資產、無形資產和其他長期資產的支出。報告期內，本集團的資本支出為人民幣873,465千元，較截至2024年12月31日止年度內減少人民幣27,815千元，主要由於本期購置機器設備支出減少所致。本集團主要以經營所得現金及融資活動所得款項撥付該等支出。

## 資本承諾

本集團的資本承諾主要與購買房屋建築物及設備有關。報告期末，本集團的資本承諾為人民幣779,083千元，較截至2024年12月31日增加人民幣382,211千元，主要由於本期新簽訂工程施工合同。

## 資本負債比率

本集團使用經調整的資本負債比率(債務除以資本)來監控資本。債務包括計息借款、租賃負債、長期應付款。資本為歸屬於母公司所有者權益。

本集團的資產負債比率由截至2024年12月31日的1.2%增加至截至2025年12月31日的7.05%，主要由於本期末計息銀行借款增加。

## 可供分派的儲備

截至2025年12月31日，本集團可供分派予股東的保留盈利為人民幣5,043,878千元。

## 資產抵押

截至2025年12月31日止，子公司湖北新柳伍食品集團有限公司（「湖北新柳伍」）以其擁有的潛江市總口管理區平原垸路1號（產證編號為鄂(2023)潛江市不動產權第0003933、0003934、0003935、0004104、0024885、0024897號）共六處房產以及土地使用權提供抵押擔保，同時子公司湖北新柳伍法定代表人柳忠虎先生提供連帶責任保證，向中國農業銀行潛江老新支行借款人民幣100,000千元。

## 重大投資、收購和出售

報告期內，為完善公司產品和渠道結構，在堅持主業穩健發展的同時積極開展產業拓展和業務整合，公司已完成收購高端鱈魚製品及冷凍烘焙企業鼎味泰70%股權及鼎益豐100%股權。截止本公告披露日，公司已分別使用自有資金4.445億元、0.5024億元支付完成鼎味泰及鼎益豐股權轉讓款，相關的工商變更登記手續亦已辦理完畢。有關本事項的詳情，請見公司2025年6月25日刊發的招股章程（「招股章程」）。

根據《上海證券交易所股票上市規則》《安井食品集團股份有限公司章程》（「《公司章程》」）等相關規定，本事項無須提交公司董事會及股東會審議批准。本事項不構成關聯交易，也不構成《上市公司重大資產重組管理辦法》規定的重大資產重組。

除上述披露外，報告期內，本公司無重大收購及／或出售附屬公司、聯營公司及合營企業。

於報告期末，本集團未有根據上市規則附錄D2第32(4A)段須披露的重大投資。

## 重大投資及資本資產投資的未來計劃

截至本公告日期，除本公告及招股章程「未來計劃及所得款項用途」所披露者外，本集團並無重大投資及資本資產計劃。

## 風險因素

1. 食品安全風險：採購、生產及流通環節可能存在一定食品安全風險，食品原料如魚糜、肉類、粉類及其他輔料等，企業層面無法完全管控；冷鏈儲運和終端銷售等工廠之外的流通環節溫度波動導致食品安全問題也無法完全杜絕；另外，同行其他企業若發生重大食品安全事故等也會波及本企業；還有行業中間產品標準缺失及上下游行業標準不統一也會導致食品安全監管問題。
2. 成本上漲的風險：公司未來可能會面臨肉類、粉類等原材料成本上漲、單位產品運費增加、員工工資剛性上漲等情況，導致公司經營成本增加，雖然公司通過一系列的增效措施控制了成本上升，但無法完全抵銷其給企業效益帶來的壓力。
3. 不可抗力風險：自然災害、戰爭以及突發性公共衛生事件可能會對公司的財產、人員造成損害，並有可能影響公司的正常生產經營，此類不可抗力的發生可能還會給公司增加額外成本，從而影響公司的盈利水平。
4. 輿情風險：未來可能存在臨時突發的報刊、電視、網絡等媒體對行業或公司進行的負面報道、不實報道，以及社會上存在的可能給行業或公司造成不良影響的傳言或信息。由於食品行業和上市公司的公眾性，負面輿論可能持續發酵，造成股價異常波動，進而影響公司正常經營管理秩序和投資者切身利益。
5. 匯率波動風險：公司主要在中國經營，大部分交易以人民幣計值。然而，公司持有若干外幣現金，面臨匯率波動風險。公司並無對沖外匯風險。公司將透過密切監控外幣匯率的變動來管理匯率波動風險，並將採取謹慎措施將此風險降至最低。

## 報告期後的重大事項

除本公告披露事項外，概無任何報告期後的重大事項須予披露。

## 未來展望

### 行業格局和趨勢

展望未來，全球範圍內B端與C端對速凍食品的需求雙向發力。消費者對安全、方便、快捷的速凍食品依賴度顯著提升，消費習慣正向下沉市場與新興經濟體滲透。在發展中國家，城市化進程加快推動飲食方式轉型，速凍食品更多成為日常剛需，滲透率提升空間尤為廣闊。餐飲連鎖化率提升與降本增效需求倒逼行業標

準化升級，快餐、火鍋、麻辣燙等餐飲品牌為保障出品一致性與運營效率，大幅擴大速凍半成品採購規模，定制化速凍調制食品滲透率持續走高。此外，電商新零售、即時配送渠道的普及，以及團餐、便利店鮮食、戶外出行等新興場景的需求爆發，進一步推動行業需求從「存量替代」走向「增量擴容」。

具體來看，速凍調制食品可以通過定制方案滿足不同連鎖餐飲的需求，滲透率不斷提升；電商新零售等渠道覆蓋了更廣泛的消費者，進一步提高了速凍調制食品在家庭端場景的曝光率；鎖鮮裝、火山石烤腸等高質價比的速凍調制食品賽道繼續呈現擴容趨勢；速凍調制食品也有望伴隨火鍋、麻辣燙等餐飲市場出海實現長足發展。

速凍菜餚受益於餐飲擴容、家庭需求增長及預制菜國標的規範引導，市場空間持續拓寬。行業正從「小弱散亂」的早期階段逐步走向規範，產品差異化程度不斷提升，低脂、低鈉、低糖等健康化產品成為創新主流。以滑類產品為例，公司蝦滑系列契合當下消費者低脂、高蛋白的品質需求，同時與公司渠道能力高度匹配，深受市場認可，已成為公司與主流商超系統深化合作的重要切入點。

傳統速凍面米製品「老三樣」(水餃、湯圓、粽子)雖進入成熟後期，但通過口味創新、健康化改良仍維持穩定需求，而燒賣、手抓餅、小籠包等點心類、發面類產品憑藉場景適配性，處於滲透率快速提升的成熟前期，成為傳統品類的增長補充。

整體而言，速凍食品行業在客戶滲透率提升、產品品類延伸以及技術進步和基礎設施完善等多重因素加持下，將持續保持穩健增長態勢，實現從「規模擴張」向「高質量發展」的轉型。2026年，公司將繼續專注於速凍食品賽道，通過持續的產品創新，提升智能化的先進生產能力，擴大及優化產品組合，鞏固在中國速凍食品行業的領先地位及提升盈利能力，並力求進一步將其擴展至更廣闊的海外市場，提升品牌形象，打造全球領先的速凍食品企業。

## 公司發展戰略

經營策略：堅守速凍食品主業，實施速凍調制食品、速凍菜餚製品和速凍面米製品「三路並進」的經營策略，在全方位佈局、全面提升全渠道大單品競爭力的基礎上，通過產品結構的優化調整和中高端產品比重的提升，不斷提高速凍食品市場佔有率和企業盈利能力，提升品牌形象。

渠道策略：「BC兼顧、全渠發力」，即B端和C端渠道同步發力，在夯實傳統流通、商超渠道的基礎上，不斷加深特通、新零售和興趣電商等全渠道開發，通過合理渠道組合實現效益最大化。

產品策略：公司按照「B端高質中價，C端高質中高價」的產品定價策略，不斷提高產品性價比，打造靜銷力。同時，順應高端化、定制化的行業發展趨勢，加快產品結構優化升級。

工廠建設策略：公司堅持「銷地產」模式，轄區銷售達到一定規模後就地佈局建廠，以節約運費、提高市場反應速度、快速產生效益；配合「銷地產」戰略的實施，推行大線快跑、大規模生產、大批量定制、大單品策略等更合理的商業模式，使公司的規模優勢不斷強化，生產成本、期間費用比逐年下降。同時，將因地制宜，積極探索、科學佈局「銷地產+集中生產」相結合的生產模式，並有序推進清真、烘焙等細分品類及清真出口、定制等細分品類業務佈局。

研發管理策略：新品管理實行「產地研」模式，公司總部負責新品立項和策劃，不同生產基地分別負責某一品類的新品研發，全面推進屬地化轉型，研發適銷對路的區域化爆品，強化品類核心產品定位，齊頭並進形成合力，確保達到一定考核標準的新品能夠批量密集上市，進而推動企業持續增長。

數字化策略：公司數字化策略核心聚焦全鏈路數字化轉型，提升企業整體經營效率。於銷售端，持續賦能經銷商數字化管理平台，加強與大型商超、連鎖餐飲客戶的數字化整合；於生產端，提升數智化與安全化生產能力，進一步優化生產效率並確保產品質量；此外，通過AI賦能企業各個應用場景實現AI全員化。

國際化策略：伴隨中國影響力在全球持續提升以及海外市場對中餐需求的增長，中式速凍食品迎來顯著機遇。公司計劃重點擴展至海外高速增長或具規模的市場，同時，擬建設全球供應鏈平台，優化成本及確保魚糜、蝦及其他水產優質原材料的穩定供應。

人才策略：公司貫徹以內部培養為主、對外招聘為輔的人才培養策略。通過加大人才投入，提供職業指導、專業培訓，為僱員建立一個支持性的工作環境，激發其創造力及創業精神。

## 經營計劃

產能擴張計劃：公司將遵循「銷地產」的生產基地佈局策略，根據募投項目投入計劃和全國各大區市場需求，在基地建設上靈活採取謹慎擴張、穩步推進的策略，有序投放產能。2026年，公司將繼續推進河南三期、四川三期、廈門安井、泰州三期及鼎益豐烘焙麵包項目的建設，在「銷地產」基礎上實施部分品項集中生產及清真食品業務佈局以發揮大規模製造優勢，同時，通過適時推進原輔包裝材料公開採購招標，優化生產系統崗位人員配置減員增效等綜合措施控制產品及經營成本。

品牌推廣計劃：公司從聚焦渠道品牌轉向深耕消費者品牌，傳播策略升級為「動態短視頻+靜態視覺營銷」立體化傳播。在渠道品牌建設上，採取「賣場內外+菜場內外」的廣告發佈地點，「終端佈置+戶外廣告」的投放方式。為進一步夯實安井品牌在香港及海外市場的影響力，公司將繼續圍繞香港春秧街及公交、巴士、的士、地鐵、戶外大屏等媒介廣告，持續深耕香港市場，實現品牌全面覆蓋。與此同時，公司將加大面向消費者的廣宣投入，如超市外牆、路牌廣告，公交車、有軌電車、輕軌等車身廣告，不斷提升品牌知名度和美譽度。近年來，公司也積極佈局新媒體，打造立體式宣傳矩陣，在視頻號、抖音、小紅書等平台集中發力。短視頻方面，在全國範圍內打造超百家網紅經銷商IP短視頻，提升安井品牌在當地的影響力，高效促進新品推廣；電商直播方面，以「短視頻+圖文+直播」等組合模式，更好的觸達年輕消費群，擴大品牌聲量，推動宣傳品效合一。此外，體育營銷方面，2025年6月，公司攜手「蘇超」賽事，聚集新品「肉多多」烤腸，打造線上線下全場景營銷；2025年7月，由安井食品冠名的「福建安井隊」征戰2025中國乒乓球俱樂部超級聯賽，與奧運冠軍等頂尖選手同台競技。2026年，公司將持續深化在體育營銷等領域的跨界合作。

新品推廣計劃：公司施行「新品爆品化（面向B端），爆品系列化（面向C端）」的推廣策略，針對C端產品，從「原料、工藝、外觀、概念、包裝」五個維度開展升級工作。2026年度新品推廣將採取「順勢而為、拔高放大」的做法：一方面持續推廣2025年下半年推出的米面六小龍等產品，夯實市場基礎；另一方面對全家福等上市即熱銷的產品，將採取爆品系列化打法。同時，重點打造鎖鮮裝6.0和肉多多烤腸，通過場景化消費引導，逐步提升C端市場佔比。此外，堅持「三路並進、烤腸發力」的策略，針對台烤系列產品，通過規格差異化、口味差異化設計豐富產品矩陣，搭建覆蓋不同檔次、不同價格區間的產品體系，完善烤腸品類佈局。整體將以提升新產品上市的速度與成功率為抓手，持續提高新品銷售佔比，推動企業發展。

市場拓展計劃：公司將持續秉持「BC兼顧、全渠發力」的渠道策略，實施「有管控的大B定制」舉措。通過對新零售等企業的需求進行分級，與盒馬、山姆、胖東來、奧樂齊等會員超市，以及快樂猴、好想來等硬折扣店建立合作關係，全面佈局新興增長渠道。在電商渠道方面，將持續聚焦直播電商，依托已驗證的成功模式，繼續打造多個垂類直播間。針對餐飲休閒渠道，將通過提供產品解決方案、開展場景應用引導，與客戶構建深度合作關係，同時密切關注連鎖餐飲企業的動態，尤其針對新品牌、新業態提前進行佈局，搶佔先機。傳統經銷商渠道則穩步推進「五大進化」進程，提升經銷商的經營能力和渠道滲透率。通過線上與線下、新興與傳統渠道的全面規劃與佈局，推動公司業績實現增長。

設備技改計劃：圍繞基於視覺和AI的技術推進生產現場的符合性保障，降低對人工的依賴，進一步提升從原料到成品的整體質量、品質的提升，借助信息化手段提升安全管理和優化成本管控。

技術創新計劃：公司將繼續依托國家級企業技術中心、農業農村部重點實驗室等平台，加大在淡水魚產品的深加工、冷凍調理水產品、水產品預制菜餚以及腸類產品等領域的研發投入；繼續發揮速凍鎖鮮保味的技術優勢，致力於食品風味、質構的研究，優選天然調味料，減少不必要的食品添加劑使用；通過工藝改進和配方優化，合理控制鈉、脂肪和添加糖的含量；引入低GI概念，增加全穀物、蔬菜、優質蛋白等在產品中的應用比例；加強食品安全檢測平台的建設，不斷提高食品安全的管控水平，為消費者提供安全、美味的產品。

信息化建設計劃：在管理數字化建設方面，完成ERP系統切換，全面提升內外部業務流轉效率；引入AI實現智能數問、客服自助服務等，加速推進AI全員化；推動產銷+排載+發運三端聯動，提升全鏈路效率；在質量及技術上推進PLM+LIMS，提升產品的全生命周期管理及質量管理水平；在生產端啟動智能排班系統及APS系統建設，完善生產管理體系；針對併購企業，推廣CRM經銷商管理、電子合同、BI數據分析等項目，強化信息化管控水平。

## 合併資產負債表

2025年12月31日

(除特別註明外，金額單位均為人民幣元)

資產	附註	期末餘額	上年年末餘額
流動資產：			
貨幣資金	五、(一)	4,980,279,916.72	2,779,147,320.50
結算備付金			
拆出資金			
交易性金融資產	五、(二)	3,639,173,341.26	3,321,232,760.25
衍生金融資產			
應收票據		1,967,358.95	
應收賬款	五、(三)	671,444,798.54	626,126,834.39
應收款項融資		1,216,335.50	
預付款項		95,048,430.15	64,891,335.27
應收保費			
應收分保賬款			
應收分保合同準備金			
其他應收款		23,172,952.63	19,918,161.43
買入返售金融資產			
存貨		3,647,316,907.29	3,284,637,556.75
其中：數據資源			
合同資產			
持有待售資產			
一年內到期的非流動資產			
其他流動資產		165,993,954.79	254,617,690.70
<b>流動資產合計</b>		<b>13,225,613,995.83</b>	<b>10,350,571,659.29</b>

資產	附註	期末餘額	上年年末餘額
非流動資產：			
發放貸款和墊款			
債權投資			
其他債權投資			
長期應收款			
長期股權投資		15,568,064.29	13,764,499.33
其他權益工具投資			
其他非流動金融資產			
投資性房地產		30,867,987.22	
固定資產		5,197,433,283.85	5,117,835,293.69
在建工程		323,589,579.31	198,453,777.35
生產性生物資產			
油氣資產			
使用權資產		55,721,841.55	42,483,789.24
無形資產		836,990,453.28	688,982,631.17
其中：數據資源			
開發支出			
其中：數據資源			
商譽	五、(四)	755,182,959.93	739,129,048.51
長期待攤費用		112,201,112.62	48,296,912.31
遞延所得稅資產		167,390,901.18	157,030,086.82
其他非流動資產		46,125,069.33	18,550,716.41
非流動資產合計		<u>7,541,071,252.56</u>	<u>7,024,526,754.83</u>
資產總計		<u><u>20,766,685,248.39</u></u>	<u><u>17,375,098,414.12</u></u>

負債和所有者權益	附註	期末餘額	上年年末餘額
流動負債：			
短期借款		890,604,887.79	111,115,011.11
向中央銀行借款			
拆入資金			
交易性金融負債			6,902,000.00
衍生金融負債			
應付票據		167,899,413.21	233,945,292.26
應付賬款	五、(五)	1,498,252,688.11	1,620,314,330.91
預收款項			
合同負債		573,510,094.73	260,137,977.27
賣出回購金融資產款			
吸收存款及同業存放			
代理買賣證券款			
代理承銷證券款			
應付職工薪酬		216,564,213.36	245,519,629.29
應交稅費	五、(六)	332,420,003.45	240,320,723.39
其他應付款		197,517,164.81	638,186,409.38
應付手續費及佣金			
應付分保賬款			
持有待售負債			
一年內到期的非流動負債		30,453,948.28	7,456,818.03
其他流動負債		375,876,492.58	314,868,598.07
<b>流動負債合計</b>		<b>4,283,098,906.32</b>	<b>3,678,766,789.71</b>

負債和所有者權益	附註	期末餘額	上年年末餘額
非流動負債：			
保險合同準備金			
長期借款			490,131.00
應付債券			
其中：優先股			
永續債			
租賃負債		48,156,365.93	36,194,829.93
長期應付款		123,313,819.05	
長期應付職工薪酬		3,696,418.59	2,146,477.45
預計負債			
遞延收益		170,786,628.20	131,686,008.18
遞延所得稅負債		234,050,959.37	255,481,444.10
其他非流動負債			
<b>非流動負債合計</b>		<b>580,004,191.14</b>	<b>425,998,890.66</b>
<b>負債合計</b>		<b>4,863,103,097.46</b>	<b>4,104,765,680.37</b>
所有者權益：			
股本		333,288,932.00	293,294,232.00
其他權益工具			
其中：優先股			
永續債			
資本公積		10,054,003,390.49	8,143,848,179.42
減：庫存股		108,593,033.82	108,593,033.82
其他綜合收益		2,142,538.11	1,638,108.55
專項儲備			
盈餘公積		167,902,880.22	147,905,530.22
一般風險準備			
未分配利潤	五、(七)	5,043,878,192.65	4,474,436,194.16
歸屬於母公司所有者			
權益合計		15,492,622,899.65	12,952,529,210.53
少數股東權益		410,959,251.28	317,803,523.22
<b>所有者權益合計</b>		<b>15,903,582,150.93</b>	<b>13,270,332,733.75</b>
<b>負債和所有者權益總計</b>		<b>20,766,685,248.39</b>	<b>17,375,098,414.12</b>

## 合併利潤表

2025年度

(除特別註明外，金額單位均為人民幣元)

項目	附註	本期金額	上期金額
一、營業總收入		16,192,613,033.59	15,126,651,674.36
其中：營業收入	五、(八)	16,192,613,033.59	15,126,651,674.36
利息收入			
已賺保費			
手續費及佣金收入			
二、營業總成本		14,297,633,153.67	13,247,140,742.20
其中：營業成本	五、(八)	12,694,849,606.10	11,602,494,309.32
利息支出			
手續費及佣金支出			
退保金			
賠付支出淨額			
提取保險責任準備金淨額			
保單紅利支出			
分保費用			
稅金及附加	五、(九)	127,690,457.21	127,920,808.66
銷售費用		965,731,453.07	986,207,826.57
管理費用		415,932,826.32	504,513,774.19
研發費用		92,066,916.21	97,213,672.95
財務費用		1,361,894.76	-71,209,649.49
其中：利息費用		17,449,346.99	1,540,461.26
利息收入		57,126,326.73	73,873,023.58
加：其他收益		57,117,297.31	44,877,382.29
投資收益(損失以「-」號填列)		55,811,664.06	30,793,717.32
其中：對聯營企業和合營企業的			
投資收益		6,189,043.14	4,070,286.43
以攤餘成本計量的金融資產			
終止確認收益			

項目	附註	本期金額	上期金額
匯兌收益(損失以「-」號填列)			
淨敞口套期收益(損失以「-」號填列)			
公允價值變動收益(損失以「-」號填列)		8,021,187.39	62,232,760.25
信用減值損失(損失以「-」號填列)		-3,070,504.97	-7,325,736.16
資產減值損失(損失以「-」號填列)	五、(十)	-213,795,305.36	-52,204,800.40
資產處置收益(損失以「-」號填列)	五、(十一)	-1,455,727.69	-3,474,859.28
三、營業利潤(虧損以「-」號填列)		1,797,608,490.66	1,954,409,396.18
加：營業外收入		38,221,113.61	37,755,358.83
減：營業外支出		2,460,348.46	3,889,095.73
四、利潤總額(虧損總額以「-」號填列)		1,833,369,255.81	1,988,275,659.28
減：所得稅費用	五、(十二)	463,846,326.26	474,657,071.14
五、淨利潤(淨虧損以「-」號填列)		1,369,522,929.55	1,513,618,588.14
(一)按經營持續性分類			
1. 持續經營淨利潤(淨虧損以「-」號填列)		1,369,522,929.55	1,513,618,588.14
2. 終止經營淨利潤(淨虧損以「-」號填列)			
(二)按所有權歸屬分類			
1. 歸屬於母公司股東的淨利潤(淨虧損以「-」號填列)		1,359,237,139.62	1,484,831,242.06
2. 少數股東損益(淨虧損以「-」號填列)		10,285,789.93	28,787,346.08
六、其他綜合收益的稅後淨額		720,758.84	1,519,848.83
歸屬於母公司所有者的其他綜合收益的稅後淨額		504,429.56	1,063,679.88
(一)不能重分類進損益的其他綜合收益			
1. 重新計量設定受益計劃變動額			
2. 權益法下不能轉損益的其他綜合收益			
3. 其他權益工具投資公允價值變動			
4. 企業自身信用風險公允價值變動			

項目	附註	本期金額	上期金額
(二) 將重分類進損益的其他綜合收益		504,429.56	1,063,679.88
1. 權益法下可轉損益的其他綜合收益			
2. 其他債權投資公允價值變動			
3. 金融資產重分類計入其他綜合收益的金額			
4. 其他債權投資信用減值準備			
5. 現金流量套期儲備			
6. 外幣財務報表折算差額		504,429.56	1,063,679.88
7. 其他			
歸屬於少數股東的其他綜合收益的稅後淨額		216,329.28	456,168.95
七、綜合收益總額		1,370,243,688.39	1,515,138,436.97
歸屬於母公司所有者的綜合收益總額		1,359,741,569.18	1,485,894,921.94
歸屬於少數股東的綜合收益總額		10,502,119.21	29,243,515.03
八、每股收益：			
(一) 基本每股收益(元/股)	五、(十三)	4.40	5.08
(二) 稀釋每股收益(元/股)	五、(十三)	4.40	5.08

## 一、公司基本情況

安井食品集團股份有限公司（簡稱「公司」或「本公司」）於2001年12月24日在中華人民共和國（中國）成立的一家股份有限公司，其A股和H股股份分別在上海證券交易所和香港聯交所主板上市。

合併財務報表以人民幣呈列，人民幣亦為本公司的功能貨幣。本公司及其附屬公司（簡稱「本集團」）主要從事速凍食品的生產和銷售業務。

## 編製基礎

### 二、編製基礎

本公告所載年度業績並不構成本公司截至2025年12月31日止年度的合併財務報表，而是摘錄自該合併財務報表，該合併財務報表按照財政部頒佈的《企業會計準則——基本準則》和各項具體會計準則、企業會計準則應用指南、企業會計準則解釋及其他相關規定（以下合稱「企業會計準則」），以及中國證券監督管理委員會《公開發行證券的公司信息披露編報規則第15號——財務報告的一般規定》的相關規定編製，並在編製此財務報告時考慮了香港《公司條例》及《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》有關披露的規定。

### 三、會計政策

#### （一）分部報告

本集團以內部組織結構、管理要求、內部報告制度為依據確定經營分部，以經營分部為基礎確定報告分部並披露分部信息。

經營分部是指本集團內同時滿足下列條件的組成部分：(1)該組成部分能夠在日常活動中產生收入、發生費用；(2)本集團管理層能夠定期評價該組成部分的經營成果，以決定向其配置資源、評價其業績；(3)本集團能夠取得該組成部分的財務狀況、經營成果和現金流量等有關會計信息。兩個或多個經營分部具有相似的經濟特徵，並且滿足一定條件的，則可合併為一個經營分部。

本集團為整體經營，設有統一的內部組織結構、管理評價體系和內部報告制度。管理層通過定期審閱集團層面的財務信息來進行資源配置與業績評價。本集團無單獨管理的經營分部，因此本集團只有一個經營分部。

#### （二）重要會計政策變更

本期重要的會計政策未發生變更。

## 四、稅項

### (一) 主要稅種和稅率

稅種	計稅依據	稅率
增值稅	按稅法規定計算的銷售貨物和應稅勞務收入為基礎計算銷項稅額，在扣除當期允許抵扣的進項稅額後，差額部分為應交增值稅	13%、9%、6%、5%
城市維護建設稅	按實際繳納的增值稅及消費稅計繳	7%、5%、1%
企業所得稅	按應納稅所得額計繳	25%、20%、15%

存在不同企業所得稅稅率納稅主體的，披露情況說明

納稅主體名稱	所得稅稅率
香港安井食品有限公司	20%
廈門安井電子商務有限公司	
江西柳伍食品有限公司	
洪湖市新宏業水產有限公司	
江蘇鼎冠食品有限公司	
鼎益豐食品(太倉)有限公司	
萊卡爾(太倉)烘焙有限公司	
萊卡爾城堡(太倉)烘焙有限公司	
萊卡爾烘焙(連雲港)有限公司	
四川安井食品有限公司	15%
湖北安潤食品有限公司	農產品初加工所得免徵企業所得稅
洪湖市新宏業食品有限公司	
洪湖市宏業生態農業有限公司	
湖北新柳伍食品集團有限公司	
潛江市新柳伍食品科技有限公司	
湖北松林生物飼料有限公司	
江西柳伍食品有限公司	

## (二) 稅收優惠

- 1、國家稅務總局《關於進一步支持小微企業和個體工商戶發展有關稅費政策的公告》(財政部稅務總局公告2023年第12號)規定：對小型微利企業減按25%計算應納稅所得額，按20%的稅率繳納企業所得稅政策，延續執行至2027年12月31日。公司子公司香港安井食品有限公司、廈門安井電子商務有限公司、鼎益豐食品(太倉)有限公司及孫公司江西柳伍食品有限公司、洪湖市新宏業水產有限公司、江蘇鼎冠食品有限公司、萊卡爾(太倉)烘焙有限公司、萊卡爾城堡(太倉)烘焙有限公司、萊卡爾烘焙(連雲港)有限公司在報告期內享受小型微利企業所得稅優惠。
- 2、公司子公司四川安井食品有限公司主營業務符合《西部地區鼓勵類產業目錄(2025年本)》中的鼓勵類產業，減按15%徵收企業所得稅。
- 3、根據中華人民共和國企業所得稅法實施條例，公司子公司湖北安潤食品有限公司、洪湖市新宏業食品有限公司、湖北新柳伍食品集團有限公司和孫公司洪湖市宏業生態農業有限公司、潛江市新柳伍食品科技有限公司、湖北松林生物飼料有限公司、江西柳伍食品有限公司農產品初加工項目的所得，免徵企業所得稅。
- 4、根據《財政部、國家稅務總局關於飼料產品免徵增值稅問題的通知》(財稅[2001]121號)的規定，公司孫公司洪湖市宏業生態農業有限公司和湖北松林生物飼料有限公司銷售魚粉、蝦粉等飼料類產品免徵增值稅。

## 五、附註

### (一) 貨幣資金

項目	期末餘額 人民幣元	上年年末餘額 人民幣元
庫存現金	50,397.97	18,508.01
數字貨幣		
銀行存款	4,934,614,647.42	2,756,745,112.47
其他貨幣資金	45,614,871.33	22,383,700.02
存放財務公司款項		
合計	<u>4,980,279,916.72</u>	<u>2,779,147,320.50</u>
其中：存放在境外的款項總額	38,421,353.11	28,237,246.80
存放在境外且資金匯回受到 限制的款項		

其中因抵押、質押或凍結等對使用有限制，因資金集中管理支取受限，以及放在境外且資金匯回受到限制的貨幣資金明細如下：

項目	期末餘額 人民幣元	上年年末餘額 人民幣元
無法隨時支取的大額存單及定期存款	91,423,125.00	533,510,831.77
銀行承兌匯票保證金	39,995,189.98	17,314,828.94
履約保證金	1,026,110.33	
被凍結的資金	280,000.00	
合計	<u>132,724,425.31</u>	<u>550,825,660.71</u>

無法隨時支取的大額存單及定期存款為本集團持有期限三個月以上一年以內的無法提前支取的定期存款90,000,000.00元及計提的利息1,423,125.00元，均未質押。

## (二) 交易性金融資產

項目	期末餘額 人民幣元	上年年末餘額 人民幣元
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產	<b>3,639,173,341.26</b>	3,321,232,760.25
其中：私募基金產品	<b>1,999,066,821.23</b>	
理財產品	<b>1,640,106,520.03</b>	3,274,117,399.64
或有對價		47,115,360.61
合計	<b><u>3,639,173,341.26</u></b>	<b><u>3,321,232,760.25</u></b>

## (三) 應收賬款

### 1、應收賬款基於入賬日期的賬齡分析

賬齡	期末餘額 人民幣元	上年年末餘額 人民幣元
1年以內	<b>702,433,699.69</b>	651,578,707.37
1至2年	<b>9,046,947.57</b>	10,250,621.29
2至3年	<b>2,902,322.89</b>	7,531,647.71
3年以上	<b>3,379,264.77</b>	2,551,648.96
小計	<b><u>717,762,234.92</u></b>	<b><u>671,912,625.33</u></b>
減：壞賬準備	<b><u>46,317,436.38</u></b>	<b><u>45,785,790.94</u></b>
合計	<b><u>671,444,798.54</u></b>	<b><u>626,126,834.39</u></b>

## 2、應收賬款按壞賬計提方法分類披露

類別	期末餘額					上年年末餘額				
	賬面餘額		壞賬準備		賬面價值	賬面餘額		壞賬準備		賬面價值
	金額	比例	金額	計提比例		金額	比例	金額	計提比例	
人民幣元	(%)	人民幣元	(%)	人民幣元	人民幣元	(%)	人民幣元	(%)	人民幣元	
按單項計提壞賬準備	3,051,339.02	0.43	3,051,339.02	100.00		9,698,306.65	1.44	9,698,306.65	100.00	
按組合計提壞賬準備	714,710,895.90	99.57	43,266,097.36	6.05	671,444,798.54	662,214,318.68	98.56	36,087,484.29	5.45	626,126,834.39
合計	<u>717,762,234.92</u>	<u>100.00</u>	<u>46,317,436.38</u>		<u>671,444,798.54</u>	<u>671,912,625.33</u>	<u>100.00</u>	<u>45,785,790.94</u>		<u>626,126,834.39</u>

期末無重要的按單項計提壞賬準備的應收賬款。

按信用風險特徵組合計提壞賬準備：

組合計提項目：按信用風險特徵組合計提壞賬準備的應收賬款

名稱	期末餘額		
	應收賬款 人民幣元	壞賬準備 人民幣元	計提比例(%)
未逾期	654,098,913.20	32,704,945.88	5.00
逾期9個月以內	51,571,532.47	5,157,153.26	10.00
逾期9-21個月	7,272,904.11	3,636,452.10	50.00
逾期21個月以上	1,767,546.12	1,767,546.12	100.00
合計	<u>714,710,895.90</u>	<u>43,266,097.36</u>	

按組合計提壞賬的確認標準及說明：本集團將該應收賬款按類似信用風險特徵（賬齡）進行組合，並基於所有合理且有依據的信息，包括前瞻性信息，對該應收賬款壞賬準備的計提比例進行估計。

#### (四) 商譽

被投資單位名稱或 形成商譽的事項	上年年末餘額 人民幣元	本期增加 人民幣元	本期減少 人民幣元	期末餘額 人民幣元
賬面原值				
無錫安井食品營銷有限公司	1,059,552.59			1,059,552.59
洪湖市新宏業食品有限公司	441,351,750.40			441,351,750.40
Oriental Food Express Limited	19,956,729.16			19,956,729.16
湖北新柳伍食品集團有限公司	344,131,979.83			344,131,979.83
江蘇鼎味泰食品股份有限公司		197,691,689.94		197,691,689.94
<b>小計</b>	<b>806,500,011.98</b>	<b>197,691,689.94</b>		<b>1,004,191,701.92</b>
減值準備				
無錫安井食品營銷有限公司				
洪湖市新宏業食品有限公司	20,255,602.86	14,870,907.84		35,126,510.70
Oriental Food Express Limited		17,408,846.61		17,408,846.61
湖北新柳伍食品集團有限公司	47,115,360.61	149,358,024.07		196,473,384.68
江蘇鼎味泰食品股份有限公司				
<b>小計</b>	<b>67,370,963.47</b>	<b>181,637,778.52</b>		<b>249,008,741.99</b>
<b>賬面價值</b>	<b>739,129,048.51</b>	<b>16,053,911.42</b>		<b>755,182,959.93</b>

## (五) 應付賬款

### 基於入賬日期的賬齡分析

項目	期末餘額 人民幣元	上年年末餘額 人民幣元
一年以內	<b>1,462,519,590.14</b>	1,505,188,835.42
一年以上	<b>35,733,097.97</b>	115,125,495.49
合計	<b><u>1,498,252,688.11</u></b>	<b><u>1,620,314,330.91</u></b>

應付賬款賬齡1年以上的主要為工程和設備質保金和應付工程、設備尾款，2025年12月31日和2024年12月31日工程和設備質保金、尾款分別為31,370,750.63元和109,783,073.04元。

## (六) 應交稅費

稅費項目	期末餘額 人民幣元	上年年末餘額 人民幣元
企業所得稅	<b>265,581,171.26</b>	175,158,752.04
增值稅	<b>45,998,575.17</b>	45,877,811.16
其他稅費	<b>20,840,257.02</b>	19,284,160.19
合計	<b><u>332,420,003.45</u></b>	<b><u>240,320,723.39</u></b>

## (七) 未分配利潤

項目	本期金額 人民幣元	上期金額 人民幣元
調整前上年年末未分配利潤	<b>4,474,436,194.16</b>	4,188,923,041.11
調整年初未分配利潤合計數 (調增+，調減-)		
調整後年初未分配利潤	<b>4,474,436,194.16</b>	4,188,923,041.11
加：本期歸屬於母公司所有者的 淨利潤	<b>1,359,237,139.62</b>	1,484,831,242.06
減：提取法定盈餘公積	<b>19,997,350.00</b>	
提取任意盈餘公積		
提取一般風險準備		
應付普通股股利	<b>769,797,791.13</b>	1,199,318,089.01
轉作股本的普通股股利		
期末未分配利潤	<b>5,043,878,192.65</b>	4,474,436,194.16

- 1、2025年5月21日，公司召開2024年年度股東會，審議通過了《2024年度利潤分配預案的議案》，公司2024年度利潤分配方案如下：以實施權益分派股權登記日登記的總股本扣除公司回購專用賬戶中的股份為基數，擬向全體股東每股派發現金紅利1.015元(含稅)。

公司總股本為293,294,232股，扣除公司回購專用證券賬戶中已回購的股份1,160,900股，本次實際參與分配的股本數為292,133,332股。此次派發現金紅利人民幣296,515,337.54元(含稅)。

- 2、根據公司2024年年度股東會審議通過《關於公司2024年度利潤分配預案的議案》中對公司2025年中期現金分紅的授權安排，公司於2025年8月25日召開第五屆董事會第二十一一次會議審議通過了《公司2025年半年度利潤分配預案的議案》，每股派發現金紅利人民幣1.425元(含稅)。本次現金分紅以人民幣計值和宣佈，以人民幣向A股股東支付，以港幣向H股股東支付。此次已向全體股東合計派發現金紅利人民幣473,282,453.59元(含稅)。

綜上，2025年派發的現金紅利為人民幣769,797,791.13元(含稅)(2024年：人民幣1,199,318,089.01元(含稅))。

## (八) 營業收入和營業成本

### 1、營業收入和營業成本情況

項目	本期金額 人民幣元		上期金額 人民幣元	
	收入	成本	收入	成本
主營業務	16,176,975,631.60	12,693,649,806.82	15,103,318,104.27	11,595,490,556.01
其他業務	15,637,401.99	1,199,799.28	23,333,570.09	7,003,753.31
合計	<u>16,192,613,033.59</u>	<u>12,694,849,606.10</u>	<u>15,126,651,674.36</u>	<u>11,602,494,309.32</u>

### 2、營業收入、營業成本的分解信息

合同分類	合計 營業收入 人民幣元	營業成本 人民幣元
商品類型		
速凍調制食品	8,449,865,557.36	6,053,985,045.69
速凍菜餡製品	4,820,803,095.66	4,363,414,128.68
速凍面米製品	2,400,464,813.95	1,851,094,389.94
烘焙食品	67,955,134.88	58,807,806.26
其他產品	437,887,029.75	366,348,436.25
按經營地區分類		
華東地區	6,814,622,441.13	5,238,288,270.52
華北地區	2,418,859,923.76	1,856,531,355.40
華中地區	2,032,084,899.99	1,647,738,516.95
華南地區	1,527,317,431.37	1,235,870,476.70
東北地區	1,341,440,275.65	1,024,723,869.67
西南地區	958,457,709.31	796,708,456.94
西北地區	897,427,149.97	728,941,640.89
境外	186,765,800.42	164,847,219.75
按銷售渠道分類		
經銷商	12,926,539,951.28	10,212,360,961.04
特通直營	1,192,127,713.32	1,050,720,005.76
新零售及電商	1,178,674,550.62	845,175,909.56
商超	879,633,416.38	585,392,930.46
其他業務	15,637,401.99	1,199,799.28
合計	<u>16,192,613,033.59</u>	<u>12,694,849,606.10</u>

### (九) 税金及附加

項目	本期金額 人民幣元	上期金額 人民幣元
城市維護建設稅	37,511,470.66	41,607,318.71
教育費附加	28,935,321.90	32,113,961.60
房產稅	30,390,912.39	25,954,612.49
土地使用稅	10,661,206.22	10,421,970.72
印花稅	18,825,807.59	17,303,942.53
其他	1,365,738.45	519,002.61
合計	<u>127,690,457.21</u>	<u>127,920,808.66</u>

### (十) 資產減值損失

項目	本期金額 人民幣元	上期金額 人民幣元
存貨跌價損失及合同履約成本 減值損失	32,157,526.84	20,926,716.01
商譽減值損失	181,637,778.52	31,278,084.39
合計	<u>213,795,305.36</u>	<u>52,204,800.40</u>

### (十一) 資產處置收益

項目	本期金額 人民幣元	上期金額 人民幣元
固定資產處置收益	-1,461,639.90	-3,410,582.11
使用權資產處置收益	5,912.21	-64,277.17
合計	<u>-1,455,727.69</u>	<u>-3,474,859.28</u>

本集團不存在房屋建築和土地使用權轉讓的情況。

## (十二) 所得稅費用

### 1、所得稅費用表

項目	本期金額 人民幣元	上期金額 人民幣元
當期所得稅費用	535,238,858.67	470,706,567.39
遞延所得稅費用	<u>-71,392,532.41</u>	<u>3,950,503.75</u>
合計	<u><u>463,846,326.26</u></u>	<u><u>474,657,071.14</u></u>

### 2、會計利潤與所得稅費用調整過程

項目	本期金額 人民幣元
利潤總額	1,833,369,255.81
按法定或適用稅率計算的所得稅費用	458,342,313.95
子公司適用不同稅率的影響	-17,933,934.87
調整以前期間所得稅的影響	2,397,411.43
非應稅收入的影響	-13,944,464.54
不可抵扣的成本、費用和損失的影響	48,188,147.14
使用前期未確認遞延所得稅資產的可抵扣虧損的影響	-150,034.20
本期未確認遞延所得稅資產的可抵扣暫時性差異或可 抵扣虧損的影響	570,910.34
研發費用、殘疾人工資等加計扣除的影響	-13,607,385.82
其他稅收優惠政策對所得稅的影響	<u>-16,637.17</u>
所得稅費用	<u><u>463,846,326.26</u></u>

### (十三) 每股收益

#### 1、基本每股收益

基本每股收益以歸屬於母公司普通股股東的合併淨利潤除以本公司發行在外普通股的加權平均數

項目	本期金額 人民幣元	上期金額 人民幣元
歸屬於母公司普通股股東的 合併淨利潤	<b>1,359,237,139.62</b>	1,484,831,242.06
本公司發行在外普通股的 加權平均數	<b>308,797,790.33</b>	292,259,648.67
基本每股收益	<b>4.40</b>	5.08
其中：持續經營基本每股收益	<b>4.40</b>	5.08
終止經營基本每股收益		

#### 2、稀釋每股收益

稀釋每股收益以歸屬於母公司普通股股東的合併淨利潤(稀釋)除以本公司發行在外普通股的加權平均數(稀釋)計算，計算結果與基本每股收益一致。

### 六、資產負債表日後事項

#### 利潤分配情況

2026年3月30日，公司第五屆董事會第二十八次會議審議通過以下利潤分配預案：

公司擬以實施權益分派股權登記日登記的總股本扣減公司回購專用證券賬戶的股份數後為基數，向全體股東每股派發現金紅利人民幣1.44元(含稅)。上述利潤分配方案尚需提交股東會審議。

本次現金分紅以人民幣計值和宣佈，以人民幣向A股股東支付，以港幣向H股股東支付。港幣實際派發金額按照股東會會議召開當日中國人民銀行公佈的人民幣兌換港幣中間價折算。

## 購買、出售或贖回本公司證券

自本公司上市日期(即2025年7月4日)起至報告期末本公司及其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司之任何上市證券(包括出售庫存股份(具有《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》(「上市規則」)下的涵義))。截至2025年12月31日,本公司持有1,160,900股庫存股份,該等庫存股份均為A股,將用作本公司僱員股份激勵計劃。

## 末期股息

公司於2026年3月30日召開第五屆董事會第二十八次會議審議通過了《關於公司2025年度利潤分配預案的議案》(「本次利潤分配方案」),本次利潤分配方案符合《公司章程》規定的利潤分配政策和公司已披露的股東回報規劃。本次利潤分配方案的制定,充分考慮了公司的實際情況和未來發展的資金需求,不會對公司每股收益、現金流狀況及生產經營活動產生重大影響。

截至2025年12月31日,按照中國企業會計準則編製的公司母公司報表2025年末期未分配利潤為人民幣3,500,161,686.09元,2025年1-12月公司合併報表歸屬於上市公司股東淨利潤為人民幣1,359,237,139.62元。經董事會決議,公司2025年年度擬以實施權益分派股權登記日登記的總股本扣減回購專用證券賬戶的股份為基數分配利潤。本次利潤分配方案如下:

公司擬以實施權益分派股權登記日登記的總股本扣減公司回購專用證券賬戶的股份數後為基數,向全體股東每股派發現金紅利人民幣1.44元(含稅)。截至目前,公司總股本333,288,932股,扣減公司回購專用證券賬戶中1,160,900股後為332,128,032股,以此計算本次擬派發現金紅利為人民幣478,264,366.08元(含稅)。佔公司2025年度合併報表歸屬於上市公司股東淨利潤(經審計)的比例為35.19%。加上2025年中期現金分紅已派發人民幣473,282,453.59元(含稅),2025年度公司累計分紅金額預計為人民幣951,546,819.67元(含稅),佔公司2025年度合併報表歸屬於上市公司股東淨利潤(經審計)的比例為70.01%。

本次現金分紅以人民幣計值和宣佈,以人民幣向A股股東支付,以港幣向H股股東支付。港幣實際派發金額按照年度股東會召開當日中國人民銀行公佈的人民幣兌換港幣中間價折算。

如在本公告披露之日起至實施權益分派股權登記日期間,公司總股本或回購專用證券賬戶中的股份數量發生變動的,公司擬維持每股分配比例不變,相應調整分配總額。如後續總股本發生變化,將另行公告具體調整情況。

報告期內，概無股東放棄或同意放棄任何股息之安排。

本次利潤分配方案尚需提交年度股東會批准，有關年度股東會及股息分派的記錄日期、暫停辦理股份過戶登記手續期間、具體股息分派日期等事宜，請參見公司後續發佈的公告。

## 稅項資料

### 個人所得稅

根據《國家稅務總局關於國稅發[1993]045號文件廢止後有關個人所得稅徵管問題的通知》(國稅函[2011]348號)的規定，境外居民個人股東從境內非外商投資企業在香港發行股票取得的股息紅利所得，應由扣繳義務人依法代扣代繳個人所得稅。境內非外商投資企業在香港發行股票，其境外居民個人股東可根據其居民身份所屬國家與中國簽署的稅收協議及內地和香港(澳門)間稅收安排的規定，享受相關稅收優惠。相關稅收協議及稅收安排規定的相關股息稅率一般為10%，為簡化稅收徵管，在香港發行股票的境內非外商投資企業派發股息紅利時，一般可按10%稅率扣繳個人所得稅，無需辦理申請事宜。對股息稅率不屬於10%的情況，按以下規定辦理：(1)低於10%稅率的協議國家居民，扣繳義務人可代為辦理享受有關協議待遇申請，經主管稅務機關審核批准後，對多扣繳稅款予以退還；(2)高於10%低於20%稅率的協議國家居民，扣繳義務人派發股息紅利時應按協議實際稅率扣繳個人所得稅，無需辦理申請事宜；(3)沒有稅收協議國家居民及其他情況，扣繳義務人派發股息紅利時應按20%扣繳個人所得稅。

## 企業所得稅

根據《中華人民共和國企業所得稅法》《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》及《國家稅務總局關於中國居民企業向境外H股非居民企業股東派發股息代扣代繳企業所得稅有關問題的通知》(國稅函[2008]897號)的規定，中國居民企業向境外H股非居民企業股東派發2008年及以後年度股息時，統一按10%的稅率代扣代繳企業所得稅。

### 滬股通投資者利潤分配事宜

對於香港聯交所投資者(包括企業和個人)投資上交所A股股票(「滬股通」)，其股息紅利將由本公司通過中國證券登記結算有限責任公司上海分公司以人民幣派發至股票名義持有人賬戶。本公司按照10%的稅率代扣所得稅，並向主管稅務機關辦理扣繳申報。對於滬股通投資者中屬於其他國家稅收居民且其所在國與中國簽訂的稅收協議規定股息紅利所得稅率低於10%的，企業或個人可以自行或委託代扣代繳義務人，向主管稅務機關提出享受稅收協議待遇的申請，主管稅務機關審核後，按已徵稅款和根據稅收協議稅率計算的應納稅款的差額予以退稅。

滬股通投資者股權登記日、現金紅利派發日等時間安排與A股股東一致。

### 港股通投資者利潤分配事宜

對於上海證券交易所及深圳證券交易所投資者(包括企業和個人)投資香港聯交所H股股票(「港股通」)，其現金紅利以人民幣派發。相關稅收政策根據《關於滬港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知(財稅[2014]81號)》《關於深港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知(財稅[2016]127號)》的相關規定，對內地個人投資者通過滬港通、深港通投資香港聯交所上市H股取得的股息紅利，公司按照20%的稅率代扣個人所得稅。對內地證券投資基金通過滬港通、深港通投資香港聯交所上市H股取得的股息紅利所得，比照個人投資者徵稅。公司對內地企業投資者不代扣股息紅利所得稅款，應納稅款由企業自行申報繳納。

港股通投資者股權登記日、現金紅利派發日等時間安排與H股股東一致。

建議股東向彼等的稅務顧問諮詢有關擁有及處置股份所涉及的中國、香港及其他國家(地區)稅務影響的意見。

## 遵守企業管治守則

本公司致力於維持高水平的企業管治，以保障股東利益、提升企業價值及問責性。本公司已採納上市規則附錄C1企業管治守則(「**企業管治守則**」)，當中載列良好企業管治的原則。據董事所知，本公司自上市日期起至報告期末已遵守企業管治守則第二部分載列的所有守則條文。

董事會將繼續檢討及監察本公司的企業管治常規守則，確保本公司遵守企業管治守則及維持高標準的企業管治常規。

## 遵守標準守則

本公司已採納上市規則附錄C3所載的《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》(「**《標準守則》**」)。經本公司作出特定查詢後，所有董事確認彼等自上市日期起至報告期末已遵守《標準守則》規定的有關董事證券交易的要求。

## 募集資金使用情況

本公司於2025年7月4日發行H股股票並在香港聯合交易所有限公司(「**聯交所**」)主板掛牌上市，香港公开发售及國際配售合計發行每股面值人民幣1.00元的H股39,994,700股，每股發行價格60.00港元。本公司本次發行H股募集資金總額2,399.68百萬港元，扣除因發行直接產生的發行費用後淨額約為2,297.2百萬港元。

於招股章程中披露的募集資金用途並無變化。本公司H股募集資金使用情況如下：

	佔總額的 概約百分比	募集資金 可使用淨額 (百萬港元)	報告期內 已動用款項 (百萬港元)	截至報告 期末尚未 動用款項 (百萬港元)	悉數動用尚未動用 款項的預期時間表
擴大銷售及經銷網絡 提升採購能力、優化供應鏈 及搭建供應鏈系統	35.0%	804.0	0	804.0	2030年12月31日前
業務營運數字化	15.0%	344.6	0	344.6	2030年12月31日前
產品開發及技術創新	5.0%	114.9	0	114.9	2030年12月31日前
營運資金及一般公司用途	10.0%	229.7	0	229.7	2028年12月31日前
<b>總計</b>	<b>100%</b>	<b>2,297.2</b>	<b>0</b>	<b>2,297.2</b>	

首次公開發售所得款項結餘將根據招股章程披露之用途及比例使用。

## 審計委員會審閱全年業績

本公司已遵照上市規則第3.21及3.22條及企業管治守則的守則條文D.3.3條成立審計委員會（「審計委員會」），並已採納書面職權範圍。審計委員會由2名非執行董事，包括戴凡先生及張光璽先生，及3名獨立非執行董事組成，包括張梅女士、劉曉峰博士及趙蓓博士，目前由張梅女士擔任審計委員會主席。

審計委員會已審閱本集團截至2025年12月31日止年度按中國企業會計準則編制的綜合業績，並確認其已遵守所有適用的會計原則、準則及規定，並已作出充分披露。

## 立信的工作範圍

本集團的獨立核數師立信會計師事務所（特殊普通合夥）（「立信」）已對本公告所載、本集團截至2025年12月31日止年度按照中國企業會計準則編制的合併資產負債表、合併利潤表及相關附註所載數據，與本集團該年度經審計合併財務報表中所載金額進行核對，核對一致。立信就此開展的工作不構成鑒證業務，因此立信並未對本公告發表任何意見或鑒證結論。

## 刊發年度業績及年度報告

本公告刊發於聯交所網站 [www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk) 及本公司網站 [www.anjoyfood.com](http://www.anjoyfood.com)。載有上市規則要求的所有資料的本公司截至2025年12月31日止年度報告將適時寄發予需要印刷本的股東，並將適時登載於上述網站。

承董事會命  
安井食品集團股份有限公司  
董事長兼執行董事  
劉鳴鳴先生

中國廈門，2026年3月30日

於本公告日期，本公司董事會成員包括：(i)執行董事劉鳴鳴先生、張清苗先生、章高路先生及黃建聯先生；(ii)非執行董事鄭亞南博士、戴凡先生及張光璽先生；及(iii)獨立非執行董事張梅女士、劉曉峰博士、趙蓓博士及張躍平先生。