公司代码：603057　　公司简称：紫燕食品

上海紫燕食品股份有限公司

2024 年度报告摘要

第一节 重要提示

1.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www.sse.com.cn网站仔细阅读年度报告全文。

2.本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

3.公司全体董事出席董事会会议。

4.立信会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5.董事会决议通过的本年度利润分配预案或公积金转增股本预案

以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，拟向全体股东每10股派现金红利1.2元（含税），共计派发现金红利人民币215,415,960.00元（含税）。 本次利润分配预案尚需提交公司2024年年度股东大会审议。

1.公司简介

公司股票简况					
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称	
A股	上海证券交易所	紫燕食品	603057	/	
联系人和联系方式		董事会秘书		证券事务代表	
姓名		曹甫波		黄丽敏	
联系地址		上海市闵行区中梅路2151号		上海市闵行区中梅路2151号	
电话		021-62806868		021-62806868	
传真		021-62806868		021-62806868	
电子信箱		ziyanir@ziyanfoods.com		ziyanir@ziyanfoods.com	

2.报告期公司主要业务简介

公司主营业务为卤制食品的研发、生产和销售，所处行业属于食品加工业。根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，公司所处行业属于“制造业（C）”中的“农副食品加工业（C13）”。

近年来，我国肉制食品行业市场规模整体以较快速度增长，由2018年的1,482亿元增长至2022年的2,345亿元，年复合增长率达11.9%。随着消费场景由家庭在餐饮休闲场景延伸，带来存量市场空间释长；规模企业加速扩展限制竞争，由端餐饮企业对卤制品的需求带动在餐饮制食品渗透率提升；传统物流及技术的发展带动在餐饮食品企业的区域运输能力，规模企业的跨区域经营模式有效强化产发销售效率，推动行业规模企业进一步扩张等有利因素影响，预计未来在餐饮制食品行业市场规模将以较高速度增长，2027年市场规模有望到3,934亿元。

结合行业图中度量看，由于在餐卤制食品市场整体处于并且市场广泛，吸引了大量小微作坊式企业加入，导致在餐饮制食品市场极度分散，行业CR5的市场占有率仅有1%。

未来，随着年轻群体逐渐成为在餐卤制食品的消费主力，对于餐卤制食品健康化、口味多样化要求提高，对企业的生产工艺、供应链能力提出更高要求，利好行业规模企业和连锁品牌间百强优势进一步扩军市场份额，行业市场集中度也将进一步提高，行业龙头企业将迎来更为广阔的发展空间。

（一）主营业务及产品

公司是国内规模化的卤制食品生产企业，主营业务为卤制食品的研发、生产和销售，主要产品为大卤制片、百味鸡、酱鸭等以鸡、鸭、牛、猪等禽畜肉产品以及蔬菜、水产品、豆制品为原材料的卤制食品，应用场景以佐餐消费为主，休闲消费为辅，主要品牌为“紫燕”。公司依力于传承传统文化产品配方传承技艺主要方式，融合了川、粤、湘、鲁、徽、闽、苏、浙、晋、陕、甘、宁、青、新、港、澳、台等地区的特色卤味工艺，在不同区域产品风味优势的基础上不断推陈出新，并根据大众口味及消费习惯的变化进行改良，配合禽畜、蔬菜、水产品、豆制品等食品原食材形成了数百种的卤制食品，产品种类丰富，规模效应显著，休闲零食、礼品赠送等多元化的消费场景需求。

（二）主要经营模式

1.采购模式

公司主要从外部供应商采购生产所需的原材料，由于公司在全国有多家生产基地，为了满足原材料运输成本及规模采购优势，公司采取了集团原材料通过集中采购和非集团原材料由生产基地分散采购相结合的采购模式。集中采购是指公司总部采购中心根据对主要原材料的供应现状开展市场分析报告，结合各生产基地生产的需求信息，统一制定相应采购计划；与上游供应商统一商谈合作，有利于公司对品质及成本的有效管控，地方采购是指各生产基地各自根据当地市场情况结合公司的统计数据及当地市场的实际情况，以保证原材料新鲜度以及满足当地特色产品品质生产需求，地方采购的原料主要是蔬菜及部分肉禽。

2.生产模式

公司的主要产品均为自主生产，根据产品外观分类分别采取以下生产模式：

（1）鲜货产品

对于鲜货产品，为保证生产和供货的及时性，公司建立了“销售预测系统，该系统通过对中长期店铺销售数据、短期店铺销售数据及产品市场需求量进行分析，对当日门店订货数量进行预测，从而给出不同产品的生产计划建议，公司生产部门对预测数据进行复核，对销售预测生产计划进行调整，并发送各生产基地生产。在产品配送方面，公司中台系统汇总各加盟门店、直营门店在指定时间内公司发送的产品订单，公司中台系统对订单及存货进行自动匹配，总入工单根据自各生产基地根据店铺订单进行发货及存储配送。

（2）预包装产品

公司预包装产品主要包括“调味鲜产品及其它预包装产品，对于气调锁鲜包装产品，由于保鲜期较短，公司同样采用根据销售预测系统数据进行分析并排产的生产模式；对于其它预包装产品，由于保鲜期相对较长，公司根据上一个月的实际销量、时令、节假日并结合产品库存情况及公司动态产能情况编制本月的生产计划，生产计划制定之后向下发给生产基地，生产基地接到计划后向相关安排生产。

3.销售模式

公司主要采用以经销为主的连锁经营模式，同时构建了包括电商渠道销售、商超渠道销售、团购模式等其他渠道在内的多样化立体式营销网络体系。

（1）经销模式

经销模式下，公司建立了“公司——经销商——终端加盟门店——消费者”的两级销售网络，有利于提低公司自行开发终端加盟门店在时间、成本上的不确定性以及对终端渠道的管理复杂度，对公司规模较高营成本、集中优势力量研发产品研发、质量控制及供应链管理，发展公司多样化产品线，有利于公司与经销商签订《特许经营合同》，授权经销商在协议约定的区域内销售公司的特许经营产品，使用公司的商标、招牌、服务标记、营业管理技术、宣传资料及宣传信息，食品安全标准等，在统一的品牌形象下销售公司品牌产品及提供相关服务，经销商作公司正规产品，获得公司授权其在约定经营区域内经销的特许产品，通过加盟门店实现终端销售，经销商以自行设立或发展下级的终端加盟门店，并履行对加盟门店的日常监督管理职责，保证终端加盟门店的经营符合公司对店铺装修、室内设备、终端销售方式、员工培训、对外宣传、市场促销等统一品牌运营管理的相关要求。公司对经销商及其终端加盟门店不具有控制权，各经销商及终端加盟门店实行独立核算，自负盈亏，且在具体经营方面拥有较为广阔自主权。

（3）直营模式

公司对外直营门店拥有控制权，统一财务核算，享有门店产生的利润，并承担门店发生的一切费用开支。公司主要采取经销模式销售，保留少数直营门店主要是出于活动推广等设计，获取消费者反馈，累积门店经营管理经验及人员培训等目的。未来，公司会根据业务拓展计划、品牌推广需求来综合考量是否把门店的开设权量。

（4）其他销售渠道

公司通过其他销售渠道销售的产品以包装产品为主，主要销售渠道包括商超渠道、电商渠道、团购渠道等。

3.公司主要会计数据和财务指标

3.1近三年的主要会计数据和财务指标

单位：元　币种：人民币

	2024年	2023年	本年比上年增减(%)	2022年
总资产	3,352,042,169.51	2,903,282,739.87	14.76	2,744,265,769.82
归属于上市公司股东的净资产	2,003,684,904.00	2,076,675,387.00	-3.51	2,024,697,390.03
营业收入	3,362,837,163.07	3,150,145,485.00	6.75	3,002,552,054.93
归属于上市公司股东的净利润	346,479,863.03	331,565,092.55	4.50	221,840,644.06
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	281,486,622.54	277,934,808.39	1.28	181,350,642.79
经营活动产生的现金流量净额	463,727,626.04	554,314,790.47	-16.14	360,860,769.85
基本每股收益（元／股）	17.06	16.27	增加0.68个百分点	15.50
基本每股收益（元／股）（扣除非经常性损益）	0.8294	0.8048	4.30	0.6500
稀释每股收益（元／股）	0.8294	0.8048	4.30	0.6500

3.2报告期分季度的主要会计数据

单位：元　币种：人民币

	第一季度（1-3月份）	第二季度（4-6月份）	第三季度（7-9月份）	第四季度（10-12月份）
营业收入	694,660,462.40	968,571,738.53	1,023,276,033.27	676,328,931.87
归属于上市公司股东的净利润	53,963,965.22	144,114,803.39	150,800,129.93	-2,489,034.61
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	38,737,925.89	124,174,025.35	138,857,307.66	-20,292,636.36
经营活动产生的现金流量净额	-81,890,128.79	239,815,452.94	257,483,549.64	38,328,615.25

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

4.股东情况

4.1报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）	15,634
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	9,549
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）	0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）	0

前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）

股东名称（全称）	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
宁国内资企业管理咨询服务有限公司（有限合伙）	0	102,017,663	24.63	102,017,663	无	0	其他
钟怀宏	0	68,439,674	16.52	68,439,674	无	0	境内自然人
邓建玲	0	68,025,629	14.20	68,025,629	无	0	境内自然人
宁国鼎盛企业管理合伙企业（有限合伙）	0	67,304,147	13.05	67,304,147	无	0	其他
吴国超	0	33,064,246	6.57	33,064,246	无	0	境内自然人
宁国鼎益企业管理咨询服务有限合伙（有限合伙）	0	7,086,521	1.71	7,086,521	无	0	其他
上海鼎泽企业管理有限公司（有限合伙）	0	7,086,521	1.71	7,086,521	无	0	其他
上海紫燕投资控股有限公司－嘉实精选混合证券投资基金（有限合伙）	0	6,977,391	1.44	0	无	0	其他
宁国鼎盛企业管理咨询服务有限合伙（有限合伙）	0	3,662,843	0.88	3,662,843	无	0	其他
宁国鼎泽企业管理咨询服务有限合伙（有限合伙）	0	3,662,843	0.88	3,662,843	无	0	其他
宁国鼎益企业管理咨询服务有限合伙（有限合伙）	0	3,662,843	0.88	3,662,843	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	1.钟怀宏和邓建玲是夫妻关系。 2.宁国鼎盛企业管理咨询服务有限合伙（有限合伙）和宁国鼎益企业管理有限合伙（有限合伙）为钟怀宏和邓建玲共同控制的企业。 3.宁国鼎益企业管理咨询服务有限合伙（有限合伙）为钟怀宏的弟弟钟怀伟的子女钟鼎翰、钟鼎韵合计持有。 4.宁国鼎泽企业管理咨询服务有限合伙（有限合伙）、宁国鼎盛企业管理咨询服务有限合伙（有限合伙）、宁国鼎益企业管理咨询服务有限合伙（有限合伙）为公司员工设立的员工持股平台，钟怀宏为执行事务合伙人。 5.上海鼎泽企业管理有限公司－嘉实精选混合证券投资基金（有限合伙）、上海紫燕投资控股有限公司－嘉实精选混合证券投资基金（有限合伙）为公司员工设立的员工持股平台，钟怀宏为执行事务合伙人。 6.上海紫燕投资控股有限公司－嘉实精选混合证券投资基金（有限合伙）的投资决策委员会成员为钟怀宏、吴国超、邓建玲、吴国勇、张小平、王小强、王小平、王小娟、王小梅、王小兰、王小玲、王小芳、王小琴、王小英、王小燕、王小霞、王小丽、王小莉、王小娜、王小娅、王小娟、王小娴、王小娜、王小娅、王小娟、王小娴、王小娜、王小娅、王小娟、王小娴