证券代码:000895 证券简称:双汇发展 公告编号:2026-02

河南双汇投资发展股份有限公司

2025 年度报告摘要

一、重要提示

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,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

□适用 √不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

√适用 □不适用

是否以公积金转增股本

□是 √否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为:以3,464,661,213股为基数,向全体股东每10股派发现金红利8.00元(含税),送红股0股(含税),不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□适用 □不适用

二、公司基本情况

1.公司简介

股票简称	双汇发展	股票代码	000895
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称(如有)	无		

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	张立文	张霄
办公地址	河南省漯河市牡丹江路288号	河南省漯河市牡丹江路288号
传真	(0395)2693259	(0395)2693259
电话	(0395)2676158	(0395)2676530
电子信箱	0895@shuanghui.net	0895@shuanghui.net

2.报告期主要业务或产品简介

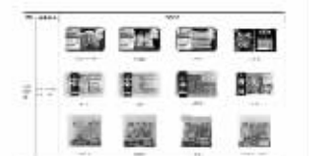
(1)公司主要业务情况

公司聚焦肉类主业,构建了贯穿肉类全产业链的业务布局,主要产业涵盖饲料业、养殖业、屠宰业、肉制品加工业、外贸业、调味品业、包装业、商业等。其中,屠宰业与肉制品加工业作为公司两大支柱产业,有效带动上下游产业协同发展,形成了“主业突出、配套完善、高效协同”的产业生态体系,并打造了中国肉类行业知名品牌——“双汇”。

报告期内,公司加强市场调研分析,深刻洞察消费变化,紧密围绕“需求多元化+渠道碎片化”的趋势,全面加强产品创新,不断拓展产品形态、功能、目标人群、适用场景等,打造更富竞争力的产品群,致力于做世界领先的肉类服务商。目前,公司培育了以包装肉制品、生鲜猪产品和禽产品为主的丰富的产品群,具体如下:

包装肉制品由高温、低温、速冻、零食四大品类组成,包括火腿肠、火腿、香肠、酱卤鸭食、餐饮食材、罐头等细分品项,超千种产品,构建起多元化的产品矩阵,实现多重消费场景覆盖。高温品类聚焦风味与营养升级,不仅培育出公司明星大单品双汇王中王,也推出有双汇Pro猪肉香肠、肉蛋白档香肠、轻盐午餐肉、简馔等满足低糖、低脂、低钠、高蛋白健康需求的产品。低温品类围绕地域特色美食,一方面加强西式产品引进,依托Smithfield、Argal等高端品牌,推出了巴黎风味火腿、西班牙特级伊拉烤肠等西式特色产品;另一方面积极推动中式产品工业化,推出中式品牌“卤福斋”,开发酱牛腱、椒麻鸡等中华酱卤产品,满足差异化、个性化的消费需求。速冻品类针对不同消费场景,推出了脆皮烤肠、中式肉酪、丸子、牛肉滑、小酥肉等产品,满足消费者一日三餐的场景化需求;零食品类以“多品项、更方便”为目标,推出“汇小铺”子品牌,开发了虎皮鸡爪、水晶猪皮、卡滋咔咔猪皮脆片等休闲零食产品,满足年轻群体消费偏好。

生鲜猪产品以冷鲜猪肉为主,依托世界一流的生猪屠宰与冷分割生产线,采用冷却排酸、冷分割加工工艺,实现“生产、配送、销售”全程冷链,从源头保障产品的新鲜、安全、营养与美味。为满足日益精细化的消费需求,公司充分发挥精细加工及产业协同优势,将一头猪分割成200多种产品,构建起覆盖白条类、分体类、分割类、骨类、副产类、小包装类等丰富的产品组合,通过双汇特约店、商超、农贸、社区生鲜店、社区团购、即时零售、餐饮等立体化销售网络,精准触达消费者。



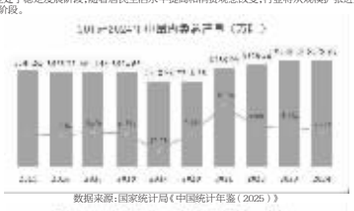
禽产品专注于高品质次鲜鸡系列产品,依托公司自繁自养的白羽肉鸡和世界先进的自动化生产线,构建了集养殖、屠宰、分割、加工、销售于一体的商效运营体系,打造了全程追溯的双汇冰鲜鸡品牌,形成融激冰鲜、冷冻、调理三大品类,超200多个细分规格的产品矩阵,包括鸡全腿、琵琶腿、销骨、翅根、翅中、大胸、鸡爪、鸡胗、香酥鸡块、香煎鸡排、鸡米花、洋葱圈、小酥肉等,产品“低脂肪、低热量、高蛋白、易烹饪”的特质,精准契合家庭烹饪、餐饮定制、健康饮食等多元需求。

(2)公司所处行业情况

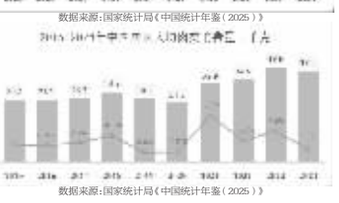
1)行业基本情况

①行业发展情况

公司所在的肉类加工行业是连接上游畜禽养殖与下游肉类消费的关键枢纽,关乎国民生活、市场规模庞大。国家统计局《中国统计年鉴(2025)》数据显示,2015年—2024年十年间,中国肉类总产量从8,749.52万吨增长至9,779.91万吨,年均增长1.18%,居民人均肉类消费量从26.2千克增长至38.1千克,年均增长4.54%。根据国家统计局公布数据,2025年我国猪牛羊禽肉产量突破6亿吨,达10,072万吨,比上年增加409万吨,增长4.2%。从规模上看,肉类行业处于稳定发展阶段,随着居民生活水平提高和消费观念改变,行业将从规模扩张进入以品牌化、品质化、健康化为核心驱动力的高质量发展转型阶段。



数据来源:国家统计局《中国统计年鉴(2025)》



数据来源:国家统计局《中国统计年鉴(2025)》

②周期性特点

受上游养殖端周期及季节性消费波动影响,肉类行业存在一定的波动,但与上游养殖业相比波动较弱:

屠宰业的利润主要取决于生猪/肉鸡采购成本与生鲜产品销价之间的价差。在猪/鸡价上行周期,原料采购成本上升,但终端肉价传导存在时滞,导致屠宰毛利被压缩;在下行周期,成本下降可能快于产品降价,价差扩大,利润可能改善。因此,屠宰业的盈利周期与猪/鸡价周期呈现一定反向关系。此外,大型屠宰企业可以利用其在采购网络、库存管理、期货套保、技术工艺等方面的优势,平抑行情波动,抗周期能力较强。

肉制品业的产品种类丰富,附加值高,受单一原料价格波动的影响弱于屠宰业,且可以通过产品创新、品牌溢价和库存调节等措施应对成本压力。因此,肉制品的毛利率相对稳定,其需求更多受产品创新、渠道布局和品牌建设等因素影响,周期性波动不明显。

③公司所处地位

公司前身是漯河肉联厂,在上世纪八十年代初期经营连年亏损,资不抵债,濒临倒闭。后来,公司抓住国家改革开放的机遇,专注肉类主业,坚持改革求突破,创新谋发展,四十多年来,逐步发展成为以肉类加工为主的大型食品集团。

(i)生猪屠宰业

2000年,公司引进第一条冷鲜肉生产线,把“冷链生产、冷链销售、冷链配送、连锁经营”模式引入国内,改变了“一把刀杀猪、一杆秤卖肉”的传统方式,开创了中国肉类品牌。

目前,公司屠宰业在全国拥有宝泉岭、沈阳、阜新、唐山、郑州、漯河、德州、芜湖、武汉、淮安、南昌、绵阳、清远、南宁、濮阳双汇等20个现代化屠宰基地,年生猪屠宰能力2,600多万头,生猪屠宰规模居行业前列。

(ii)肉制品业

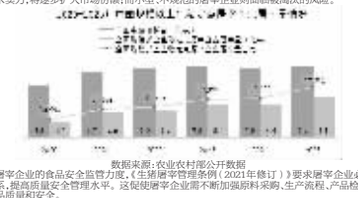
1992年,公司抓住机遇,建成第一条火腿肠生产线,从此,公司肉类产业由生加工向熟加工发展,产业规模不断做大做强,产品销往千家万户。

目前,公司肉制品业在全国18个省(市)高标准建设了30多个肉制品加工基地及配套产业,可生产火腿肠、香肠、火腿、休闲零食、酱卤鸭食、罐头、餐饮食材等各式各样的产品1,000多个品种,年产能200多万吨,市场份额居行业首位。

2)行业发展趋势

①屠宰行业向规模化、标准化、智能化方向发展

2023年,农业农村部印发《畜禽屠宰“减排、促提升、保安全”三年行动方案》,计划通过实施三年行动,进一步完善标准化体系建设,有序压减落后产能,稳步提高屠宰产能利用率和行业集中度。在政策推动下,全国规模以上生猪定点屠宰企业屠宰量的占比不断提升。大型屠宰企业凭借规模优势、品牌效应和技术实力,将逐步扩大市场份额;而小型、不规范的屠宰企业则面临被淘汰的风险。



数据来源:农业农村部公开数据

近年来,国家持续加强对屠宰企业的食品安全监管力度,《生猪屠宰管理条例(2021年修订)》要求屠宰企业必须具备与生产规模相适应的检验人员、设施和质量管理体系,提高质量安全管理水平。这促使屠宰企业在资金、技术、管理等环节的投入加大,完善食品安全管理体系建设,确保产品质量和安全。

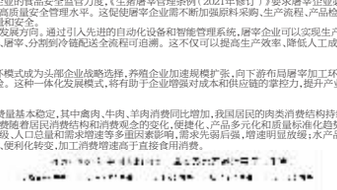
智能化的屠宰企业未来的核心竞争力将,通过引入先进的自动化设备和智能管理系统,屠宰企业可以实现生产过程的精准控制、高效运行和实时监控,并实现从生猪进厂、检疫、屠宰、分割到冷链配送全流程可追溯。这不仅可以提高生产效率、降低人工成本,还能提升产品质量和安全性。

②产业链向纵向一体化延伸

“养殖+屠宰+加工+渠道”的纵深模式成为头部企业战略选择,养殖企业加速规模扩张,向下游布局屠宰加工环节,屠宰企业则积极向上游养殖环节延伸,平滑原料价格波动风险。这种一体化发展模式,将有助于企业增强对成本和供应链的掌控力,提升产业链整体抗风险能力和盈利能力的稳定性。

③肉类消费结构迎趋多元化

2024年,我国居民人均肉类消费量基本稳定,其中禽肉、牛肉、羊肉消费同比增加,我国居民的肉类消费结构持续调整。《中国农业展望报告(2025—2034)》预测,我国禽肉消费随着居民消费结构和消费观念的变化,便捷化、产品多元化和质量标准化趋势加快,需求有望持续扩大;牛羊肉消费综合考虑居民消费结构升级、人口总量和需求增速等多重因素影响,需求先弱后强,增速明显放缓;水产品消费随着愈业高质量发展持续推进,将进一步向多样化、品牌化、便利化转变,加工消费增速高于直接食用消费。



数据来源:国家统计局《中国统计年鉴(2025)》

④肉制品产品结构呈区隔分化

目前,消费市场呈现出区隔分化趋势。肉制品市场在产品质优、价格内卷的背景下,低价的高性价比产品和高价的高净值产品同时脱动增长:无抗猪肉、清洁标签、减糖、减钠等定制化的高端特色产品依托会员超市等渠道增量显著;高性价比产品在消费者价格敏感度提升的驱动下,需求明显增长。

同时,消费者对肉制品的需求也更加多维:健康诉求推动低脂、低盐、高蛋白产品走俏;便捷需求催生即食类、预制类爆发;体验需求则让地方特色、个性化产品重获青睐。消费需求的多元化也促使企业构建多品牌矩阵,肉制品的应用场景从餐桌主食向休闲零食、功能食品等领域延伸。

⑤销售渠道格局“碎片化+近场化”加速演进

受空间形势影响及互联网失速发展,消费者线新养成线上到家购物习惯,快消品的销售渠道结构已经发生质的变化。尼尔森IQ发布的《通往2026中国消费零售市场十大关键趋势》,将快消品的销售渠道分为17类,分别为:零食店、会员仓储店、O2O前置仓、私域电商、内容电商、拼多多、综合电商、食杂店、大卖场、超市、小型超市、母婴店、便利店、化妆品店、食品与娱乐、远西地区以及其他线下渠道。

根据尼尔森IQ的统计数据,2025年上半年,销售同比增长的前五名渠道分别为内容电商、会员仓储店、零食店、拼多多、私域电商,销售同比下降的渠道则集中在传统线下渠道,为大卖场、超市、小型超市、母婴店、化妆品和便利店。传统渠道面临分流、承压明显,新兴渠道的重要性日益凸显,这对企业的渠道建设、产品定制开发和配送效率等提出了更高要求。

3.主要会计数据和财务指标

(1)近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□是 √否

单位:元

	2025年末	2024年末	本年末比上年末增减	2023年末
总资产	39,442,365,327.59	37,285,159,827.29	5.79%	36,675,370,401.01
归属于上市公司股东的净资产	21,362,531,984.71	21,118,499,606.93	1.16%	20,842,785,318.96

	2025年	2024年	本年比上年增减	2023年
营业收入	59,274,045,475.32	59,561,224,544.07	-0.48%	59,892,963,176.51
归属于上市公司股东的净利润	5,104,609,986.02	4,989,048,074.60	2.32%	5,062,741,772.33
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	4,939,376,972.81	4,812,760,810.76	2.63%	4,732,071,610.46
经营活动产生的现金流量净额	7,352,441,262.38	8,415,760,882.42	-12.63%	3,387,718,636.44
基本每股收益(元/股)	1.4733	1.4400	2.31%	1.4584
稀释每股收益(元/股)	1.4733	1.4400	2.31%	1.4584
加权平均净资产收益率	24.10%	23.81%	上升0.29个百分点	23.83%

(2)分季度主要会计数据

单位:元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	14,269,036,952.76	14,144,930,281.59	16,109,422,995.47	14,750,655,245.50
归属于上市公司股东的净利润	1,137,224,432.64	1,185,937,871.30	1,635,528,606.06	1,145,919,076.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,060,815,760.89	1,154,288,259.47	1,599,649,818.83	1,124,623,133.69
经营活动产生的现金流量净额	835,901,146.43	2,078,303,538.11	3,081,261,215.83	1,356,975,362.01

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□是 √否

4.股本及股东情况

(1)普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	144,127	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	144,040	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0

前10名股东持股情况(不含通过转融通出借股份)

股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量
罗特克斯有限公司	境外法人	70.33%	2,436,727,364	0	不适用	0
中国人寿保险股份有限公司-传统-普通保险产品-005L-CT001沪	其他	2.53%	87,647,744	0	不适用	0
香港中央结算有限公司	境外法人	2.34%	81,173,063	0	不适用	0
中国证券金融股份有限公司	境内非国有法人	1.67%	57,971,092	0	不适用	0
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	0.89%	30,904,989	0	不适用	0
中国工商银行股份有限公司-华泰柏瑞沪深300交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.50%	17,195,534	0	不适用	0
中国农业银行股份有限公司-南方标普中国A股大盘红利低波50交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.47%	16,368,550	0	不适用	0
中国工商银行股份有限公司-中证主要消费交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.43%	15,067,164	0	不适用	0
新华人寿保险股份有限公司-传统-普通保险产品-018L-CT001深	其他	0.43%	14,791,862	0	不适用	0
华泰证券股份有限公司	国有法人	0.41%	14,278,773	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	不适用					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	不适用					

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

□适用 √不适用

前10名股东及前10名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

□适用 √不适用

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□适用 √不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3)以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系

5.在年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用 √不适用

三、重要事项

无

河南双汇投资发展股份有限公司 2025年度董事会工作报告

一、概述

2025年,在外部环境复杂多变的背景下,企业发展面临消费需求疲软、渠道格局重构、市场竞争加剧的三重考验,双汇发展在董事会的战略指引下,坚守主业、锐意创新,以“产业化、多元化、国际化、数字化”为主线,全力应对各项挑战,发挥产业链优势、渠道布局韧性与精细化管控能力,整体经营保持稳健。

2025年,公司全年肉类外销量342万吨、同比增长7.8%,收入594.6亿元、同比下降0.4%,利润总额66.7亿元、同比增长0.2%,归母净利润51亿元、同比增长2.3%。分季度看业绩呈现“前低、中稳、后扬”态势,在多重压力下实现了全年销量增长、收入和利润基本稳定的结果。

二、2025年董事会履职情况

2025年,公司董事会严格按照《公司法》《证券法》《公司章程》和《董事会议事规则》的规定,切实履行股东会赋予的职权,共计召开5次董事会,召集并召开22次股东会,审议了公司定期报告、利润分配方案、增选独立董事、修订相关制度等61项议案,全体董事均以现场或视频方式出席会议,无缺席或委托出席情形。董事会在审议各项议案时,董事们凭借各自专业特长,对相关议题进行深入研讨,提出了诸多前瞻性意见,为企业长期稳健发展提供了保障。

2025年,公司入选了“凯度BrandZ最具价值中国品牌100强”“中国民营企业500强”等榜单,并荣获“ESG新标杆企业奖”“金曙光新质生产力奖”“河南肉类食品行业特别贡献企业”等多项荣誉。

三、2025年工作回顾

2025年,公司积极实施新消费改革,提升薄弱产业经营,加强数字化赋能,取得了一些较为亮眼的成绩:

(一)肉制品以专业化引领,创新改革实现多点突破

肉制品顺应渠道变革趋势,着力推进专业化改革,新兴渠道包括即时零售业务、熟食业务、休闲零食业务、定制化工业务等销量同比均大幅增长,全年新兴渠道总体销量同比增长31%,全渠道建设加速推进。

(二)生鲜品以差异化破局,销售规模逆向增长轨道

生鲜品充分发挥产业链优势,全力打造市场护城河,不断深耕线下渠道,加速布局线上渠道,实现营销模式新突破;积极推广气调产品、盒装产品、调理产品等小包装产品,精准匹配新兴渠道高端化、差异化需求,打造兼具市场潜力和盈利能力的产品组合;全年生猪屠宰量同比增长27.7%,生鲜猪肉外销量同比增长15.8%,规模重拾增长势头。

(三)禽产业以一体化增效,产业协同优势明显增强

禽产业的养殖、屠宰及加工环节协同发力,养鸡业出栏商品鸡2.4亿只,同比增长15.4%,养殖相标连续6个月创当月历史新高,宰鸡业围绕“做强主端、做大C端”的运作思路,加大市场开拓力度;聚焦“生鲜结合、两个增值”的销售策略,加强高附加值产品推广,鸡调理品销量同比大幅增长,禽产业同比大幅减亏,经营质量显著提升。

(四)养猪业以精细化降本,生产终效指标有所改善

养猪业围绕降本增效目标,严抓管理细节,优化生产流程,强化成本管控,推动关键绩效指标持续改善,全年完全成本同比大幅下降,经营业绩明显减亏。

(五)数字化转型持续落地,赋能业务管理提质增效

公司围绕“赋能业务增长、助力管理提效”核心目标,不断深化数字技术在各经营管理环节落地应用。管理端,全面推行线上协同办公,推动采购系统数字化、肉制品品供应链可视化、财务共享化等,通过在多个场景激地数字化实践,助力管理提质增效;业务端,通过数字化应用部门,服务下沉到一线业务。肉制品数字化团队通过实施渠道数字化和云商升级项目,完成网点洗改及标签化管理,为后续深化终端服务、提升渠道效能奠定坚实基础。

(六)品牌全字塔初步成型,高端化与高性价比并进

公司加强品牌建设,搭建了以“史家塔”、双汇、双环”为代表的品牌金字塔结构;将速冻品类细分为Pro、经典和超值三大组合;聚焦健康赛道推出“简馔”,并投中式熟食礼盒“卤福斋”,围绕零食品类推广“汇小铺”,不断加强子品牌运营,逐步完善品牌矩阵,为精准对接细分市场确立基础。

四、2026年工作计划

2026年,中国经济韧性延续复苏向好的基本态势,促消费政策持续实施,将为市场注入活力,但居民消费信心的完全恢复仍需过程,K型消费趋势将愈发明显,消费升级与性价比需求并行。面对渠道、人群、产品加速分化的机遇与挑战,公司将重点抓好以下几项工作:

(一)肉制品推进专业化改革,提升运作水平上规模

肉制品业要深入推进专业化改革,围绕不同的消费需求和场景,实施针对性的提升举措,加快推进全渠道建设;深挖传统渠道潜能,稳住销量基本盘,释放新兴渠道潜力,打造增长新引擎;加快推进渠道数字化升级,借助数字化工具,精准开发市场,织密销售网络,升级终端管理,全力提升市场运作水平,实现规模回升。

(二)生鲜品推行差异化策略,加强市场开拓扩规模

生鲜品业要坚持推行差异化策略,发挥品牌优势,加快特约店建设,依托数字化赋能,升级门店运营管理,巩固核心竞争力;发挥加工优势,围绕“六个结合”,创新产品结构,针对传统渠道,通过降本增效,扩大市场份额,面对新兴渠道,加强产品创新,提升盈利水平,力争规模快速增长。

(三)养猪业加强精细化管理,加快降本增效经营

养猪业要加强全过程精细化管理,聚焦核心指标,对照行业标杆,制定提升举措,抓好过程监督,保障执行效果;积极引入智能装备,提高智能化水平,构建科学高效的先进养殖体系,加快提升经营水平。

(四)禽产业为实产业链基础,发挥产销协同增效益

禽产业要夯实产业链基础管理,养鸡业要总结优秀经验,完善养殖标准化方案,加大考核激励力度,引导养殖指标再突破;宰鸡业聚焦“两个增值”,优化产品结构,加强渠道拓展,扩大销售网络,为禽产业盈利贡献力量。

(五)产品创新聚焦多元需求,迎合消费趋势调结构

公司将围绕多元需求、细分市场,深入开展市场调研,深度分析消费态势,优化产品创新机制,提高新品的市场契合度,推动产品结构向多元矩阵转型;积极对接B端定制化需求,完善产品研发流程,提高市场响应速度,助力定制化市场开拓。

(六)营销策划把握市场趋势,驱动品牌升级效能

公司将深刻把握当前消费市场、人群、渠道等变化趋势,大力推进营销模式创新,加大线上营销和数字营销力度,提升内容质量,增强情感共鸣,放大传播效果,实现销售转化;持续推进品牌全字塔战略,继续强化子品牌运营,深度布局细分市场,驱动品牌价值升级。

(七)数字化深植全流程赋能,推动提质增效助发展

公司将积极拥抱技术变革,加快物联网、AI、自智新闪技术与企业运营的深度融合,启动ERP系统升级等项目,对业务流程升级再造,建立数据共享平台,实现高效协同与智能决策;生产环节利用AI视觉识别、智能评估、自动化流程等技术,推动降本增效;销售环节深入推进渠道数字化建设,赋能网点开发和渠道运作,助力市场开拓。

(八)人才管理强化梯队建设,优化发展机制增活力

公司将全面升级人才管理体系,构建“精准引进、培训赋能、科学评价、动态优化”的人才管理机制,强化人才梯队建设,健全人才发展路径,打造高素质人才队伍,为企业在新时期实现高质量发展筑牢人才基础。

(九)ESG理念融入企业战略,践行责任担当创价值

公司将持续健全可持续发展治理机制,将ESG理念融入战略制定到落地执行的全过程,深耕长期价值创造;建设环境友好型运营体系,致力于供应链低碳发展;构建科学的治理架构,提高治理的有效性与透明度;积极履行社会责任,为构建和谐社会贡献力量。

当下,外部挑战加剧与内部转型压力并存,公司将齐心协力,将目标分解,把责任压实,以坚定的决心和务实的行动,奋力开启高质量发展新征程!

河南双汇投资发展股份有限公司

董事会

2026年3月21日

证券代码:000895 证券简称:双汇发展 公告编号:2026-01

河南双汇投资发展股份有限公司 第九届董事会第十一次会议决议公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、董事会会议召开情况

(一)河南双汇投资发展股份有限公司(以下简称公司)于2026年3月11日以电子邮件和电话方式向公司全体董事发出召开第九届董事会第十一次会议的通知。

(二)董事会会议于2026年3月21日在公司会议室以现场与视频相结合的方式召开。

(三)董事会会议应到董事10人,实到董事10人。

(四)董事会会议由董事长万宏伟先生主持,高级管理人员列席会议。

(五)董事会会议的召集、召开程序,表决程序及表决方式符合《中华人民共和国公司法》(以下简称《公司法》)等有关法律、行政法规、规范性文件和《河南双汇投资发展股份有限公司章程》(以下简称《公司章程》)的规定。

二、董事会会议审议情况

(一)会议以10票同意、0票反对、0票弃权审议通过《公司2025年度董事会工作报告》

本议案尚待提交公司股东会审议。

具体内容请见公司同日在巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)上披露的《2025年度董事会工作报告》。

(二)会议以10票同意、0票反对、0票弃权审议通过《公司2025年年度报告和年度报告摘要》

董事会审计委员会已对公司《2025年年度报告》中的财务信息进行审议,一致同意将该议案提交董事会审议并披露。

本议案尚待提交公司股东会审议。

具体内容请见公司同日在巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)上披露的《2025年年度报告》《2025年年度报告摘要》和安永华明会计师事务所(特殊普通合伙)出具的《2025年度财务审计报告》。

(三)会议以10票同意、0票反对、0票弃权审议通过《公司2025年度利润分配方案》

经安永华明会计师事务所(特殊普通合伙)审计,2025年度公司合并报表归属于上市公司股东的净利润为5,104,609,986.02元,截至2025年12月31日,公司合并报表未分配利润为7,808,175,548.38元,母公司报表未分配利润为4,431,487,835.04元。本次利润分配方案如下:

以公司现有总股本3,464,661,213股为基数,向全体股东按每10股派发现金红利8.00元(含税),共计派发现金红利2,771,728,970.40元,不送红股,也不进行资本公积金转增。

本分配方案公布后至实施前,公司总股本如因股权激励行权、可转债转股、股份回购等原因发生变动的,公司将按照现金红利总额不变的原则相应调整每股分配金额。

本分配方案符合《中华人民共和国公司法》(以下简称《公司法》)、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》和《河南双汇投资发展股份有限公司章程》(以下简称《公司章程》)等相关规定。

(二)2025年度累计现金分红情况

公司于2025年4月17日召开2024年度股东会,审议通过了《关于提请股东会授权董事会制定并执行2025年中期分红方案的议案》,授权董事会在相关条件、时间和金额范围内,制定公司2025年中期分红方案,并经董事会三分之二以上董事审议通过执行,具体内容请见公司于2025年4月18日披露的《2024年度股东会决议公告》(公告编号:2025-12)。

公司于2025年8月19日召开第九届董事会第八次会议,根据公司2024年度股东会的授权,董事会制定了《公司2025年中期分红方案》,并经全体董事审议通过,同意以公司现有总股本3,464,661,213股为基数,向全体股东按每10股派发现金红利6.50元(含税),共计派发现金红利2,252,029,788.45元,不送红股,也不进行资本公积金转增,具体内容请见公司于2025年8月13日披露的《第九届董事会第八次会议决议公告》(公告编号:2025-19)。

公司于2025年8月22日实施了2025年年度利润分配方案,具体内容请见公司于2025年8月14日披露的《2025年半年度权益分派实施公告》(公告编号:2025-24)。公司2025年半年度现金分红累加本次2025年度现金分红后的总额为5,023,758,758.85元,占2025年度公司合并报表归属于上市公司股东的净利润的98.42%。

三、现金分红方案的具体情况

(一)最近三年公司现金分红情况及相过关指标表

项目	本年度	上年度	上上年度
现金分红总额(元)	5,023,758,758.85	4,885,172,310.33	5,023,758,758.85
回购注销总额(元)	0	0	0
归属于上市公司股东的净利润(元)	5,104,609,986.02	4,989,048,074.60	5,062,741,772.33
合并报表本年度末累计未分配利润(元)	7,808,175,548.38		
母公司报表本年度末累计未分配利润(元)	4,431,487,835.04		
上市是否满三个完整会计年度	是		
最近三个会计年度累计现金分红总额(元)	14,932,689,828.03		
最近三个会计年度累计回购注销总额(元)	0		
最近三个会计年度平均净利润(元)	5,048,799,944.32		
最近三个会计年度累计现金分红及回购注销总额(元)	14,932,689,828.03		
是否触及《深圳证券交易所股票上市规则》第9.8.1条第(九)项规定的可能被实施其他风险警示情形	否		

公司最近三个会计年度累计现金分红金额不低于最近三个会计年度年均净利润的30%,且不低于5,000万元,因此未触及《深圳证券交易所股票上市规则》第9.8.1条第(九)项规定的可能被实施其他风险警示情形。

证券代码:000895 证券简称:双汇发展 公告编号:2026-03

河南双汇投资发展股份有限公司 关于2025年度利润分配方案的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、审议程序

河南双汇投资发展股份有限公司(以下简称公司)于2026年3月21日召开第九届董事会第十一次会议,以10票同意、0票反对、0票弃权审议通过了《公司2025年度利润分配方案》,本议案尚待提交公司股东会审议。

二、利润分配方案的基本情况

(一)本次利润分配方案的基本内容

经安永华明会计师事务所(特殊普通合伙)审计,2025年度公司合并报表归属于上市公司股东的净利润为5,104,609,986.02元,截至2025年12月31日,公司合并报表未分配利润为7,808,175,548.38元,母公司报表未分配利润为4,431,487,835.04元。本次利润分配方案如下:

以公司现有总股本3,464,661,213股为基数,向全体股东按每10股派发现金红利8.00元(含税),共计派发现金红利2,771,728,970.40元,不送红股,也不进行资本公积金转增。

本分配方案公布后至实施前,公司总股本如因股权激励行权、可转债转股、股份回购等原因发生变动的,公司将按照现金红利总额不变的原则相应调整每股分配金额。

本分配方案符合《中华人民共和国公司法》(以下简称《公司法》)、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》和《河南双汇投资发展股份有限公司章程》(以下简称《公司章程》)等相关规定。

(二)现金分红方案合理性说明

公司本次利润分配方案综合考虑了企业经营状况、盈利能力、资金需求及投资者回报等因素,不会影响公司正常经营和长远发展,且兼顾了股东的即期利益和长远利益。方案符合《公司法》《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等相关规定,也符合《公司章程》规定的利润分配政策,具备合法性、合规性及合理性。

公司2025年度,2024年度经审计的交易性金融资产、衍生金融资产(套期保值工具除外)、债权投资、其他债权投资、其他权益工具投资、其他非流动金融资产、其他流动资产(待抵扣增值税、预缴税费、合同取得成本等与经营活动相关的资产除外)等财务报表项目核算及列报合计金额分别为7,977,360,637.05元、3,881,871,411.04元,占总资产的比例分别为20.23%、10.41%,均低于50%。

四、备查文件

(一)第九届董事会第十一次会议决议;

(二)深圳证券交易所要求的其他文件。

特此公告。

河南双汇投资发展股份有限公司

董事会

2026年3月25日

证券代码:000895 证券简称:双汇发展 公告编号:2026-07

河南双汇投资发展股份有限公司 关于董事、高级管理人员2025年度薪酬结果及2026年度薪酬方案的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

河南双汇投资发展股份有限公司(以下简称公司)于2026年3月21日召开第九届董事会第十一次会议,审议通过了《关于董事2025年度薪酬结果及2026年度薪酬方案的议案》和《关于高级管理人员2025年度薪酬结果及2026年度薪酬方案的议案》,《关于董事2025年度薪酬结果及2026年度薪酬方案的议案》尚待提交公司股东会审议。现将相关情况公告如下:

一、董事、高级管理人员2025年度薪酬结果

根据公司《董事和高级管理人员薪酬管理制度》《高级管理人员薪酬考核方案》等相关规定,以及公司高级管理人员绩效评价情况,2025年公司董事、高级管理人员任期内的薪酬情况如下:

姓名	职务	任职状态	从公司获得的税前报酬总额(万元)
万 隆	董事	现任	0
万宏伟	董事长	现任	0
郭丽军	董事	现任	0
马相杰	董事	现任	500.95
	总裁	现任	
胡育红	监事	离任	70.39
	职工代表董事	现任	
	审计中心主任	现任	
尹效华	独立董事	现任	15.00
胡小松	独立董事	现任	15.00
张兆胜	独立董事	现任	15.00
田 兵	独立董事	现任	15.00
周建德	独立董事	现任	0.69
刘松涛	常务副总裁	现任	372.16
	财务总监	现任	
王玉芬	总工程师	现任	226.58
乔海利	副总裁	现任	226.55
赵国宝	副总裁	现任	311.59
孟少华	副总裁	现任	295.71
贺建民	副总裁	现任	296.78
周 霄	副总裁	现任	171.94
张立文	副总裁	现任	171.94
	董事会秘书	现任	
张 斌	副总裁	现任	171.94
李全红	副总裁	现任	226.42
张晓玲	副总裁	现任	172.96
万子豪	副总裁	现任	299.35
白 松	首席信息官	现任	25.39
郭云龙	副总裁	离任	39.14
合计	--	--	3,730.48

注:上述金额包括社会保险费、公积金等其他福利。

公司已在《2025年年报报告》中按第了董事和高级管理人员在报告期内的薪酬情况、薪酬确定依据、考核依据和完成情况等,具体内容请见公司《2025年年度报告》“第四节 公司治理、环境和社会”中的相关内容。

二、董事、高级管理人员2026年度薪酬方案

公司董事、高级管理人员2026年度薪酬方案将严格按照公司《董事和高级管理人员薪酬管理制度》《高级管理人员薪酬考核方案》的规定执行,主要内容如下:

(一)董事2026年度薪酬方案

1.独立董事

公司独立董事的薪酬实行年度津贴制,津贴标准为15万元/年,以现金形式按月发放。

2.非独立董事

(1)未兼任公司高级管理人员或者其他职务的董事,不在