公司代码:605567　　公司简称:春雪食品

春雪食品集团股份有限公司

2025 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https://www.sse.com.cn/网站仔细阅读年度报告全文。

2、本公司董事会及董事、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、中审众环会计师事务所(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报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司2025年年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数,向全体股东每10股派发现金红利1.00元(含税)。截至2025年12月31日,公司总股本2亿股,以此计算合计拟派发现金红利20,000,000.00元(含税)。

截至报告期末,母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

□适用 √不适用

第二节 公司基本情况

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	春雪食品	605567	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	李颜林	张立志
联系地址	莱阳市富山路382号	莱阳市富山路382号
电话	0535-7776798	0535-7776798
传真	0535-7322588	0535-7322588
电子信箱	cxzq@springsnow.cn	cxzq@springsnow.cn

2、报告期公司主要业务简介

公司所处行业属于"C13农副食品加工业"(《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017)),主要从事白羽鸡鸡肉食品的研发、生产加工和销售业务,主要产品为鸡肉调理品(预制菜)和生鲜品。

(一)所处行业情况

公司预制菜业务依托前端养殖自供原材料优势,供应稳定;后端借助B端、C端及出口渠道,具备规模化生产能力。

1、白羽肉鸡行业情况及公司所处行业地位

(1)白羽肉鸡行业2025年基本情况

2025年,中国白羽肉鸡行业呈现"供给持续增长、需求增长乏力、产业链利润压缩"的基本格局。中国畜牧业协会数据显示,全国白羽肉鸡总屠宰量达92.86亿只,同比增长6.39%,延续了自2019年以来的增长态势。屠宰环节集中度显著提升,屠宰量超1亿只的22家企业合计市场占有率达67.36%,然而,鸡肉消费增长动力不足,导致市场供给过剩矛盾突出,肉鸡出栏价格连续三年呈下跌趋势。

1)从产业链各环节看,2025年白羽肉鸡行业陷入极限成本竞争局面。种鸡环节盈利幅度收窄,父母代种鸡苗和商品代鸡苗价格同比下跌。肉鸡养殖环节和屠宰环节同样面临压力,全年毛鸡、鸡肉产品价格同比下降,养殖与屠宰环节大部分企业处于微利或亏损状态。饲料价格总体相对平稳,但年中因玉米、豆粕等饲料原料价格高位震荡,饲料价格随之有所上涨,进一步压缩了养殖环节的利润空间。2025年全年祖代种鸡更新量突破150万套,行业供给端增长基础进一步夯实。

2)从产业效益与分化情况来看,效益分化特征明显,头部企业凭借规模、技术及渠道优势领跑,通过产业链延伸与整合扩大市场份额;中小散户因抗风险能力薄弱、成本控制不足,加速退出市场。

(2)白羽肉鸡行业2025年所处发展阶段

2025年,中国白羽肉鸡行业处于从规模扩张向价值重构的关键转型期,由"量增"转向"质变",进入"品质化+品牌化"深度洗牌期和成熟整合期。这一阶段的主要特征体现在以下方面:

1)从规模扩张向提质增效转型。行业产能已形成较大基数,前期单纯追求规模增长的模式逐步转变,聚焦生产效率提升、产品品质优化及产业链价值挖掘成为主流。

2)国产种源自主化进程加速推进。种源从"进口依赖"向"自主可控"跨越,国产替代成为产业安全核心支撑,技术创新驱动品种性能持续升级。

3)产业集中度快速提升。据行业统计,规模化养殖占比达78.5%,中小产能加速出清,头部企业通过全产业链布局、智能化改造构建竞争壁垒,行业格局持续优化。

4)产业链协同深化。"养殖-屠宰-深加工"一体化发展成为常态,各环节协同性增强,深加工、品牌化成为产业增值核心方向。

(3)白羽肉鸡行业2025年行业周期性特点

1)产能传导周期持续显现。按照"祖代-父母代-商品代"的产业传导规律,2025年的祖代种鸡更新高峰预计主要影响2027年及以后的肉鸡出栏。

2)价格周期处于下行通道。2025年上半年,鸡苗价格最低降至1.73元/羽,较年初降幅18.78%;毛鸡价格触及近五年最低点,降至2.79元/斤,较年初降幅24.39%。全年来看,毛鸡价格同比下跌9%,已连续三年呈下跌趋势。

3)成本周期联动波动。饲料成本占养殖成本比重较高,2025年玉米、豆粕价格呈现"先高后低、年末回落"的波动态势,推动商品鸡平均养殖成本同比增长。饲料价格波动与养殖周期、消费周期叠加,进一步放大了行业盈利波动幅度,中小型养殖主体受成本冲击更为显著。

4)季节性周期影响显著。2025年第四季度以来,祖代种鸡更新量意外跃升,10月、11月分别达21万套和19.55万套。10月白羽肉鸡渐入需求旺季,鸡苗价格环比上涨。冬季养殖成本较夏季增加,疫病防控压力加大。

(4)白羽肉鸡行业2025年行业重大变化

1)祖代种鸡更新来源结构根本性转变。国内自繁占比超过国外引种。科宝、AA+及罗斯308、利丰三大体系构成更新第一梯队,改变了以往个别品种过于集中的局面。这一变化有助于降低因国外单一地区疫病或贸易政策突变引发的供应链断裂风险。

2)国际贸易格局逆转。2025年中国鸡肉首次实现出口量超过进口量,成为鸡肉净出口国家,标志着产业国际竞争力显著提升。出口产品结构优化,高附加值深加工制品出口占比达33.3%,出口市场拓展至120个国家和地区。

3)产业数字化转型提速。智能化、标准化养殖技术广泛应用,白羽商品鸡平均料肉比整体下降,平均出栏日龄缩短。头部企业引入自动化屠宰设备、智能环控系统、大数据分析平台,实现养殖、加工全流程精准管控,数字化研发设计工具普及率及关键工序数控化率持续提升。

4)深加工产业快速发展。肉鸡深加工产品产量达583万吨,同比增长15.2%,占鸡肉总产量的24.3%,调理品、熟食制品、预制菜原料等产品成为增长主力。深加工产品出口量达41.00万吨,同比增长15.7%,成为产业增值核心抓手,推动行业从"卖原料"向"卖产品"转型。

(5)白羽肉鸡行业2025年面临机遇与挑战

1)面临的机遇

- 消费升级驱动需求增长。居民膳食结构向高蛋白、低脂肪转型,鸡肉替代效应持续显现,预制菜产业爆发式增长进一步拓宽消费场景。
- 种源自主政策红利。国家将畜禽种业纳入粮食安全战略,出台补贴、科研扶持等政策,助力国产品种推广与技术创新。
- 出口市场空间拓展。全球鸡肉供需紧张格局为中国鸡肉出口提供机遇,"一带一路"沿线国家、日本、俄罗斯等市场需求旺盛。出口产品以高附加值、深加工产品为主,其中其他冻鸡块肉出口同比增长65.46%。
- 政策环境持续优化。农业农村部、卫健委、工信部联合印发《中国食物与营养发展纲要(2025-2030年)》,明确将"优化畜禽肉类产销结构,扩大禽肉消费"列作重点任务之一。"十五五"规划编制落地,节粮行动、低蛋白饲料配方推广等政策支持,为企业发展提供政策红利。
- 数字化赋能降本增效。人工智能、大数据、物联网等技术与产业深度融合,为养殖效率提升、成本优化提供支撑。
- 产业链整合潜力释放。全产业链布局模式逐步普及,各环节协同效应增强,抗风险能力与盈利水平持续提升。

2)面临的挑战

- 供给过剩压力持续。2025年出栏量超90亿只,而消费增长动力不足,导致全产业链利润压缩。150万套祖代种鸡理论上可支撑约72-75亿羽商品代年出栏量,潜在供给增量明显。
- 疫病防控压力加大。全球禽流感疫情频发,带来引种受限和疫病传入风险。国内局部地区季节性鸡病频发,基层防控体系不完善,跨区域协同防控难度大。
- 成本波动风险显著。玉米、豆粕等饲料原料价格波动,叠加人工、疫苗、环保等成本上升,挤压养殖利润空间。
- 产业链利润分配不均。种鸡环节盈利下滑,养殖与屠宰加工环节利益分配不均衡,深加工占比低于发达国家水平。

(6)白羽肉鸡行业2025年行业应对策略

1)政府层面

- 强化政策扶持。设立专项育种基金,支持核心育种技术攻关,对自主品种推广给予补贴,完善良种扩繁体系。
- 筑牢疫病防控防线。加大基层防控机构投入,完善监测、预警、处置机制,强化跨区域协同防控,防范境外疫病传入。
- 完善产业链配套。出台冷链物流扶持政策,推动养殖废弃物资源化利用,给予税收优惠与技术支持。
- 加强市场监管。规范饲料、兽药等投入品使用,完善质量标准体系,打击不正当竞争,维护市场秩序。

2)行业层面

- 加强协同合作。搭建产业链信息共享平台,建立利益联结机制,实现上下游信息互通、风险共担。
- 推动标准制定。制定行业自律标准,规范生产经营行为,加强质量管控与追溯体系建设。
- 深化产学研融合。促进高校、科研机构与企业技术交流,加速绿色养殖、智能化设备等成果转化。
- 开展技术培训。提升行业从业者技术水平与管理能力,推广先进养殖模式与疫病防控经验。

3)企业层面

- 聚焦种源技术创新。加大育种投入,引进先进技术与人才,攻克核心性能短板,培育优质自主品种。
- 推进全产业链布局。延伸产业链至屠宰加工、深加工环节,开发高附加值产品,构建"养殖-深加工-销售"一体化体系。
- 强化成本精准管控。推广智能化养殖技术,优化饲料配方,发挥规模效应,降低饲料浪费与人工成本。
- 践行绿色发展理念。推进无抗养殖、低碳生产,加强养殖废弃物处理,落实环保要求,实现可持续发展。
- 拓展多元化市场。巩固国内传统市场,深耕海外新兴市场,优化出口产品结构,提升品牌国际认可度。

(7)白羽肉鸡行业2025年禽肉进出口情况

2025年,中国禽肉进出口贸易呈现"进口降、出口增"的显著特征,全年成为鸡肉净出口国家。

1)出口情况

2025年中国鸡肉出口量达108.49万吨,同比增长40.9%,出口额达38.6亿美元,同比增长35.7%,出口规模创历史新高。

出口产品以分割冻鸡肉(55.6%)和深加工制品(33.3%)为主,整鸡及鸡杂碎出口稳步增长。出口市场多元化特征明显,主要目的地包括日本(18.6%)、中国香港(17.7%)、俄罗斯(10.6%)等,出口量超1万吨的国家和地区达20个。出口省份集中度较高,山东、辽宁、广东三省合计占总出口量的71.9%,其中山东省出口53.2万吨,占比49.0%。

2)进口情况

中国海关总署数据显示,2025年中国鸡肉进口量67.91万吨,同比下降30.06%,进口额达22.3亿美元,同比下降28.5%。进口量回落主要受国内产能扩张及全球禽流感疫情影响,进口产品以白羽肉鸡分割品、鸡爪、鸡翅等为主,主要进口来源国为巴西(占比55%以上)、泰国、美国等。

(8)白羽肉鸡行业2026年展望及应对策略

1)2026年展望

- 供给方面。2026年白羽肉鸡出栏量将继续保持增长,但增幅可能放缓。卓创资讯预计2026年商品代肉鸡年度出栏量为96.18亿只,同比增幅4.32%,较理论增幅明显放缓。祖代种鸡存栏的环比去化,为后续供给调节奠定基础。种源自主化进程加快,国产祖代种鸡自繁占比有望达65%以上。
- 价格方面。受全球高致病性禽流感影响,上游祖代引种震荡,国产增量较明显。2025年祖代更新量同比下降2%,海外引种近62万套,同比下降8.2%。行业产能高峰或于2026年下半年开始转向下行,有望推动价格景气反转。
- 出口方面。出口延续强劲增长态势,预计出口量达125万吨以上,同比增长15%以上,进口量稳步回落至62万吨,出口产品结构进一步优化。
- 盈利方面。行业将整体步入微利洗牌期。150万套祖代种鸡理论可支撑72-75亿羽商品代出栏,若消费增速低于6%,阶段性供应过剩将加剧。叠加2025年父母代鸡苗销量同比增加6.7%,产能传导效应将在2026年上半年集中释放,价格大概率维持低位,企业盈利空间持续收窄。随着行业自律意识提升,部分中小产能加速出清,供需关系有望在下半年边际改善。

2)2026年应对策略

- 聚焦种源自主化。虽当前自繁占比提升更多是渠道多元化,但头部企业持续加码育种研发,推动核心技术突破,降低对海外引种依赖,种源格局迭代为企业带来差异化优势。
- 推进智能化降本。智慧养殖系统广泛应用,合成生物、精准营养模型等新技术的应用,进一步压缩养殖成本,成为企业生存关键。
- 深耕消费端转型。龙头企业加速布局预制菜,开展消费者教育与跨界促销,推动产业链从生产端向消费端转型,同时通过紧密型一体化整合,提升抗风险能力。
- 深化出口市场拓展。抓住海外市场需求旺盛机遇,加快产品认证和市场开拓。东南亚、中亚、非洲及中东地区成为关键增长引擎,对接欧美高端市场,完善全球出口布局。
- 争取政策支持。关注农业农村部"节粮行动"补贴,推广低蛋白饲料配方,降低豆粕用量。

(9)春雪食品所处的2025年白羽肉鸡行业地位情况

作为中国鸡肉调理品细分行业的领先企业,公司在2025年白羽肉鸡行业中占据重要地位,核心优势与行业地位体现在以下方面:

1)全产业链规模布局。构建了涵盖商品肉鸡养殖、宰杀、冷冻生鲜鸡肉生产、鸡肉调理食品(预制菜)研发加工及销售的完整产业链,年可宰杀商品肉鸡1亿只,年可生产调理食品13.6万吨、冷冻生鲜鸡肉26.5万吨,总体产能规模位居行业前列。

2)精准业务定位。公司专业从事白羽鸡鸡肉食品的研发、生产加工和销售业务,在行业整体陷入极限成本竞争的背景下,坚持走"高端化、差异化"路线,避开同质化价格带,由"量增"转向"质变"。作为国内少数以鸡肉调理品为核心业务的企业,调理品收入占食品营收持续稳定在50%左右。

3)出口业务表现突出。全年出口总量达到2.68万吨,同比增长15.52%,其中出口创汇额首次突破1亿美元。

4)行业认可度。报告期内,公司董事长荣获"山东省畜牧行业40年功勋企业家"荣誉称号,春雪食品获得"行业贡献奖"。11月,公司被国际畜牧网评为2025年中国白羽肉鸡30强企业,这标志着公司在山东省乃至全国畜牧行业的领先地位得到广泛认可。

春雪食品在白羽肉鸡行业深度洗牌期,通过差异化战略、品牌化运营和国际化布局,成功规避同质化价格竞争,在行业整体微利的背景下实现业绩大幅增长,展现了较强的抗周期能力和独特竞争优势。

2、预制菜行业情况及公司所处行业地位

白羽肉鸡作为预制菜核心蛋白原料,其产业链发展与预制菜行业深度绑定。

(1)预制菜行业2025年行业基本情况

2025年预制菜行业经历了深刻调整与变革,增速较前两年明显放缓,整体迈入规模化、规范化发展周期。艾媒咨询数据显示,2025年中国预制菜市场规模已突破6173亿元,预计2030年将达到10698亿元。其中禽肉类预制菜(白羽肉鸡为核心原料)成为细分赛道主力军。

1)从产品结构来看,行业形成B端餐饮供应链+C端家庭消费双轮驱动格局,B端仍为主流,聚焦餐饮连锁、团餐、便利店等场景,主打大包装、标准化调理品;C端主打小包装、即热/即烹/即食单品,贴合年轻家庭、独居群体、健身人群需求。白羽肉鸡预制菜核心单品涵盖小酥肉、宫保鸡丁、黄焖鸡、烤鸡排、鸡米花、调理鸡块等,其中小酥肉、调理鸡胸肉品类渗透率最高。

2)从产业链来看,行业已形成"上游白羽肉鸡规模化养殖-中游精细化屠宰分割-深加工预制菜生产-下游全渠道分销"的完整闭环,规上企业普遍搭建HACCP、ISO22000食品安全管控体系;冷链物流体系持续完善,有效保障预制菜产品品质与流通半径。

3)从区域格局来看,华东、华南为核心消费市场,产能与销量占比超60%;山东、河南、河北等白羽肉鸡主产区,依托原料优势成为预制菜生产核心集群,产业集聚效应凸显。

(2)预制菜行业2025年所处发展阶段

2025年预制菜行业整体处于快速成长期向成熟期过渡的关键阶段,彻底告别早期无序扩张、同质化竞争的野蛮生长阶段,呈现"标准升级、集中度提升、细分深耕"的核心特征。从行业发展阶段定位来看,行业已走过萌芽期(90年代-2000年)、成长期(2000-2019年)、爆发期(2020-2023年),2024年起进入规范整合期。这一阶段的本质特征是"由乱到治",政策规范与市场洗牌同步推进。

1)行业标准化逐步落地。国家及地方预制菜团体标准、行业规范全面推行,产品品质、标签标识、加工工艺、冷链储运等环节有规可依,倒逼中小作坊式企业出清,行业准入门槛大幅提高。

2)渗透率持续提升但未饱和。德邦证券研报显示,从渗透率角度看,国内预制菜渗透率只有10%-15%,对比成熟市场美国和日本60%以上的水平,中国预制菜市场还有较大的扩容空间。

3)头部效应初显但格局未定。行业集中度缓慢提升,尚未形成全国性绝对龙头,区域性龙头、细分赛道龙头凭借供应链、渠道、产品优势抢占市场,差异化竞争成为核心逻辑。

4)产业链协同深化。上游养殖与下游加工深度绑定,"养殖+加工+销售"一体化企业抗风险能力凸显,单纯代工、贸易型企业生存空间持续压缩,行业向全产业链模式转型。

(3)预制菜行业2025年周期特征

2025年预制菜行业呈现"弱周期性+强季节性"的双重特征,同时与上游白羽肉鸡养殖周期形成联动效应,波动规律清晰可辨。

1)上游原料周期联动性。预制菜行业成本端受白羽肉鸡养殖周期影响显著,呈现3-4年的温和周期波动:2025年白羽肉鸡种源自给率提升,毛鸡价格波动收窄,原料成本趋于稳定,弱化了预制菜行业的强周期性;饲料成本、鸡苗价格的波动,仅带来预制菜企业毛利率的温和调整,而非行业整体供需失衡。

2)消费端强季节性。行业需求呈现明显的节假日旺季特征,春节、国庆、中秋等长假期间,C端家庭消费爆发,销量环比增长;暑期、开学季、年末团餐旺季,B端餐饮、团餐渠道需求走强;寒暑假、周末居家场景带动休闲预制菜(鸡米花、烤鸡排等)销量攀升,工作日则以便捷正餐预制菜为主。整体来看,季节性波动远大于行业自身周期波动,企业可通过产能调配、库存管控平滑季节性影响。

3)行业弱周期属性强化。随着预制菜消费常态化、场景多元化,行业摆脱了单纯依赖节庆消费的周期性短板,叠加餐饮连锁化、团餐标准化的刚性需求,2025年行业整体呈现"稳增长、弱周期"态势,抗宏观经济波动能力显著增强。

4)政策周期转折。2024年3月六部门通知明确预制菜定义、2025年9月国标草案过审,标志着行业政策周期从"宽松包容"转向"规范引导",政策周期的转折正在重塑行业发展轨迹。

(4)预制菜行业2025年行业重大变化

1)国标草案过审,强制信息披露提上日程。2025年9月,由国家卫健委主导的《预制菜食品安全国家标准》草案通过审查。该草案若正式实施,将成为行业发展的里程碑事件。该标准不仅将为"预制菜"身份提供统一界定,还将首次将餐饮门店是否使用、如何使用预制菜纳入强制信息披露范畴。这意味着预制菜经营将进入"明牌"时代。

2)消费需求升级,健康化、轻量化成主流。消费者从追求"便捷"转向"便捷+健康",低脂、高蛋白、零添加、减盐减糖的白羽肉鸡预制菜成为爆款;健身鸡胸肉、低脂小酥肉、原味调理鸡块等健康单品增速远超传统重油重盐预制菜,倒逼企业研发端向健康化转型。

3)渠道结构重构,线上线下融合深化。传统商超、批发市场占比小幅下滑,线上渠道(电商、直播带货、社区团购、生鲜平台)占比提升,直播电商成为C端获客核心抓手;线下深耕餐饮直供、团餐配送、便利店合作等精准渠道,全渠道融合成为企业核心竞争力。

4)产业链一体化加速,原料优势成核心壁垒。白羽肉鸡主产区企业纷纷向上游延伸养殖环节,打通"种鸡-养殖-屠宰-预制菜"全产业链,降低原料成本、保障品质稳定;单纯加工型企业被迫转型,产业链协同能力成为企业竞争的核心分水岭。

5)出口市场回暖,产品结构升级。2025年中国禽肉预制菜出口呈现"量增价升"态势,高附加值调理品、熟食制品出口占比突破60%,替代传统冷冻分割鸡肉;市场多元化布局见效,从单一东南亚市场拓展至欧美、中东、澳洲等区域,国际认证(HACCP、BRC)成为出海核心通行证。

(5)预制菜行业2025年面临机遇与挑战

1)面临机遇

- 政策红利持续释放。多地政府出台预制菜产业扶持政策,在园区建设、冷链补贴、研发奖励、出口退税等方面给予支持,助力企业降本增效、拓展市场。
- 消费需求刚性扩容。城镇化加速、家庭结构小型化、年轻群体下厨意愿降低,推动预制菜日常消费渗透率持续提升;白羽肉鸡高蛋白、高性价比的特性,契合全民健康饮食趋势,细分需求持续增长。
- 餐饮连锁化带动B端刚需。连锁品牌为保障口味统一、降本增效,大规模采购标准化预制菜,团餐、快餐、便利店等场景需求刚性凸显。
- 技术与冷链赋能行业升级。超高压杀菌、锁鲜保鲜、数字化生产等技术应用,提升产品品质与保质期;冷链物流网络下沉,打通县域及农村市场,拓宽消费半径。
- 出海空间持续打开。中国白羽肉鸡预制菜具备成本、品质优势,国际市场认可度提升,海外中餐普及、跨境电商发展,为行业带来增量市场。

2)面临挑战

- 同质化竞争激烈,价格战频发。中小企业扎堆中低端市场,产品配方、包装、口味高度雷同,依靠低价抢占市场,挤压行业整体利润空间。
- 原材料成本波动压力。玉米、豆粕价格受国际行情、气候影响,白羽肉鸡饲料成本存在波动,压缩企业毛利率。
- 食品安全管控难度加大。预制菜产业链环节多,从养殖到终端流通的溯源管控要求高,一旦出现品质问题,对企业品牌冲击极大。
- 渠道内卷严重,获客成本攀升。线上流量红利见顶,直播、电商推广成本上涨;线下餐饮、商超渠道进场费、账期压力较大,中小企业渠道拓展难度高。
- 品牌认知度不足。行业多数企业缺乏全国性品牌影响力,消费者忠诚度低,品牌溢价能力弱。

(6)预制菜行业2026年展望及应对策略

1)2026年行业展望

2026年预制菜行业将延续稳健增长态势,整体市场规模有望突破6200亿元,白羽肉鸡预制菜细分赛道维持增长。行业呈现三大趋势:一是规范化、品牌化成为核心主线,中小产能持续出清,集中度进一步提升。二是健康化、高端化、场景细分化成为产品创新方向,低脂、定制化、功能性预制菜快速崛起。三是全产业链、全球化布局成为龙头企业核心战略,国内深耕全渠道,海外拓展新兴市场。四是数字化赋能深化,C2M反向定制、智能生产、冷链溯源全面普及,行业运营效率大幅提升。

2)2026年行业应对策略

- 强化研发创新,打造差异化产品。加大健康化、高端化单品研发,聚焦细分场景(健身、儿童、老年)打造专属产品,提升产品附加值与竞争力。
- 深耕全产业链,筑牢成本与品质壁垒。向上游布局白羽肉鸡规模化养殖,实现原料自给自足;向下游整合渠道,缩短流通环节,降本增效。
- 推进品牌建设,提升消费者认知。加大品牌推广力度,聚焦核心单品打造爆款,依托品质管控树立品牌口碑,提升品牌溢价能力。
- 优化全渠道布局,线上线下融合。线上深耕直播、社区团购、电商平台,线下强化餐饮直供、团餐、商超、便利店合作,实现渠道全覆盖。
- 严控食品安全,完善溯源体系。搭建全流程品质管控与溯源系统,严守食品安全底线,规避经营风险。
- 布局海外市场,拓展增量空间。拿下国际食品安全认证,优化出口产品结构,聚焦新兴市场拓展海外业务。

(7)春雪食品2025年在预制菜行业地位情况

春雪食品是中国白羽鸡肉调理品、预制菜细分行业领先企业,深耕白羽肉鸡全产业链三十余年,在鸡肉调理品(预制菜核心品类)领域具备领先的市场地位与品牌影响力。2025年,公司凭借全产业链优势、品质管控能力与渠道布局,在国内白羽肉鸡调理品(预制菜)市场处于行业前列。

作为山东白羽肉鸡预制菜核心集群代表企业,公司在华东、华北市场具备相对优势,全国市场渗透率持续提升,是行业内少数实现"肉鸡养殖-屠宰加工-预制菜生产"全产业链闭环的上市公司,行业话语权与示范效应显著。莱阳作为中国预制菜产业的重要集聚区,目前已形成"蔬菜、畜禽、水产、面点"全品类、全链条产业体系,春雪食品作为莱阳预制菜产业的代表性企业之一,在"中国预制菜第一市"的区域产业集群中占据重要地位。

2025年,在中国国际肉类工业展览会上,公司"爆汁鸡米花"产品获得艾媒咨询(广州)有限公司颁发的"连续三年销量第一"和"品类开创者"市场地位确认证书;进入艾媒咨询发布的《2025年中国餐企食材供应商百强榜》;入围了中国食品工业协会首度推出的"2025中国食品工业重点企业500家名录"。

以上数据支持:Mysteel、卓创资讯、博亚和讯、中国海关总署、中国畜牧业协会、现代畜牧网、肉类食品网、公司内部经营数据。

(二)所处行业相关政策情况

1、2025年行业政策环境综述

2025年是食品行业政策密集出台、监管体系全面升级的关键之年。国家围绕食品安全、产业升级、消费提振、数字化转型、绿色制造等领域出台了一系列重大政策,预制菜行业正式进入标准化、规范化发展的新阶段,白羽肉鸡产业链相关扶持政策持续发力,为公司所处行业营造了"规范发展有标准、产业升级有方向、消费扩容有支撑、技术创新有路径"的良好政策环境。具体而言,2025年政策环境呈现以下核心特征:

(1)食品安全监管全面收紧,标准体系加速完善

食品安全是2025年政策监管的主基调。国家层面相继发布50项新食品安全国家标准和9项修改单,新版《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》(GB2760-2024)正式实施,对食品添加剂的使用范围和限量做出更为严格的规定。农业农村部同步发布饲料质量安全监管、兽药残留监控等四个方案计划,从源头保障畜牧养殖与动物源性食品安全。特别是预制菜领域,2025年9月《食品安全国家标准 预制菜》(GB 31605-2025)通过审查,首次在国家层面对预制菜的定义、范围、原料、添加剂使用、加工过程、微生物限量等进行全面规范,标志着行业正式告别"野蛮生长",进入标准化、透明化发展的新阶段。

(2)预制菜行业迎来规范化发展元年,准入门槛大幅提高

2025年是预制菜行业政策规范的转折之年。一方面,2024年3月六部门联合印发的《关于加强预制菜食品安全监管 促进产业高质量发展的通知》在2025年持续落地,各地据此制定实施细则,明确预制菜定义、规范标签标注、强化添加剂使用管理等要求。另一方面,《食品安全国家标准 预制菜》的出台,首次在国家层面对预制菜身份进行统一界定,并将餐饮环节预制菜使用信息纳入强制披露范畴,预制菜经营正式进入"明牌"时代。政策规范的全面落地,加速了行业洗牌,不具备合规能力的中小企业加速出清,市场份额持续向具备全产业链管控能力、合规运营体系完善的企业集中。

(3)消费提振与产业扶持政策协同发力,扩大内需成为政策主线

2025年,国家将扩大内需、提振消费摆在优先位置。中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》,以增收减负提升消费能力,以高质量供给创造有效需求。农业农村部等十部门联合印发《促进农产品消费实施方案》,围绕优化供给、创新流通、激活市场推出23条具体措施,全面释放农产品消费潜力。《中国食物与营养发展纲要(2025-2030年)》明确提出"优化畜禽肉类产销结构,扩大禽肉消费,加快推行冷链配送,冰鲜上市",为白羽肉鸡产业提供了明确的政策指引。地方政府层面,山东省出台《进一步支持民营经济高质量发展若干财政政策》,三年政策期预计财政直接投入360亿元以上,在技改专项贷贴息、设备更新补贴等方面给予企业支持,为公司产能升级创造了有利条件。

(4)数字化转型与绿色制造成为产业升级核心方向

数字化转型方面,工业和信息化部等七部门联合印发《食品工业数字化转型实施方案》,体现了对食品工业未来发展的深远布局;工业和信息化部等八部门联合发布《人工智能+制造专项行动实施意见》,推动人工智能与制造业深度融合。公司借助"信息化及智能化建设项目",有序推进全流程智能化升级。绿色制造方面,工业和信息化部与中国人民银行联合下发《关于用好绿色金融政策支持绿色工厂建设的通知》,鼓励企业申报绿色工厂,公司已计划于2026年申报省级绿色工厂。生态环境部同步修订《建设项目环境影响评价分类管理名录》,取消部分环评项目类别,为企业设备更新改造项目提供便利。

(5)种源自立与节粮行动上升为国家战略,养殖业降本增效获政策加持

2025年中央一号文件强调扶持畜牧业稳定发展、强化动物疫病防控。种业振兴行动持续推进,白羽肉鸡自主育种"圣泽901""广明2号""沃德188"等国产品种商业化推广获得政策支持,国产祖代种鸡自繁占比首次超过海外引种。农业农村部印发《养殖业节粮行动实施方案》,在保障粮食安全前提下,持续推进饲料粮减量替代,推动养殖业节粮降耗、降本增效。公司作为大型肉鸡养殖企业,采用精准饲料配方技术,推行发酵豆粕应用,进一步提高饲料转化率,降低养殖成本。

(6)出口贸易政策持续优化,国际市场拓展空间扩大

2025年,中国与日本、欧盟、中东等主要出口市场的检验检疫协定持续优化,RCEP框架下对东盟出口的关税优惠进一步扩大。公司作为出口导向型企业,产品远销日本、欧盟、英国、中东等市场,2025年出口创汇额首次突破1亿美元大关,调理品出口销量同比增长15.52%。政策环境的持续优化,为公司进一步拓展海外市场、推动品牌出海创造了有利条件。

综上所述,2025年政策环境呈现出"标准引领、规范发展、消费提振、数智赋能、绿色转型"的鲜明特征。公司紧密围绕国家政策导向,坚持全产业链布局与高附加值转型,在食品安全合规、调理品产能释放、出口市场拓展、数字化转型等方面与政策方向高度契合。未来,公司将继续紧跟政策步伐,将政策红利转化为发展动能,持续提升核心竞争力与可持续发展能力。

2、相关行业法规政策情况

分类	发布时间	发布部门	文件名称	文件文号	主要内容	与行业、公司关联影响	实施时间
食品安全与质量标准政策	2024年3月18日	市场监管总局、教育部、工信部、农业农村部、商务部、国家卫生健康委六部门	1.《关于加强预制菜食品安全监管 促进产业高质量发展的通知》	国市监食生发〔2024〕27号	规范预制菜范围、推进标准体系建设、加强全链条食品安全监管、促进产业高质量发展。	对行业内企业在产品界定、添加剂红线、生产许可、标签明示等方面提出明确要求。公司已按通知完成产品自查,确保合规。	2024年 2025年持续落地
	2025年2月8日	国家卫生健康委、市场监管总局	《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》	GB 2760-2024	收紧预制菜、禽肉加工中食品添加剂使用范围,删除部分添加剂应用场景。	对食品添加剂的使用范围和限量做出了更为严格的规定。公司已对照新标准调整配方,确保调理品无违规添加。	2025年2月8日
	2025年3月14日	国家市场监管总局	《食品标识监督管理办法》	总局令第100号	统一规范食品标签标注,强化真实性、合规性要求。	公司已启动标签改版工作,确保过渡期内完成切换	2027年3月16日
	2025年3月16日	国家卫生健康委、市场监管总局	2025年第2号公告	——	正式发布50项新食品安全国家标准与9项修改单	GB 7718-2025《预包装食品标签通则》、GB 28050-2025《预包装食品营养标签通则》的变化对食品企业影响较大,公司按照要求,进行标签整改、生产规范和过渡期安排。	2027年3月16日
	2025年3月16日	国家卫生健康委、市场监管总局	《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》	GB 7718-2025	预制菜等预包装食品标签要求升级,明确保质期、贮存条件、致敏物质等	公司已对调理品、生鲜品标签进行排查,按新规修订	2027年3月16日
	2025年3月16日	国家卫生健康委、市场监管总局	《食品安全国家标准 预包装食品营养标签通则》	GB 28050-2025	营养标签强制标示从"1+4"扩为"1+6",新增饱和脂肪、糖。	公司已开展营养成分检测和标签设计,满足新要求	2027年3月16日
	2025年3月16日	国家卫生健康委、市场监管总局	《食品安全国家标准 食用畜禽副产品加工卫生规范》	GB 12694-2025	规范白羽肉鸡副产品加工卫生,为预制菜原料提供标准支撑。	公司已对副产品加工环节进行卫生升级	2026年3月16日
	2025年3月19日	中共中央办公厅、国务院办公厅	《关于进一步强化食品安全全链条监管的意见》	——	围绕8大薄弱环节,提出21项具体措施,构建全主体、全品种、全链条的食品安全监管体系,消除监管缝隙与盲区,提升治理效能	强化畜禽产品、预制菜全链条监管,压实企业主体责任。公司需进一步完善从养殖到餐桌的全程可追溯体系。	2025年
	2025年4月15日	国家市场监管总局	《食品生产经营企业落实食品安全主体责任监督管理规定》	总局令第97号	明确食品企业负责人、食品安全管理人员责任,适用于白羽肉鸡及预制菜生产。	公司已配备食品安全总监和食品安全员,落实'日管控、周排查、月调度'机制。	2025年
	2025年5月6日	国务院食安办等六部门	《食品添加剂滥用问题综合治理方案》	食安办发〔2025〕5号	整治超范围、超限量使用添加剂,覆盖养殖、加工、预制菜全链条。	公司已开展自查,确保添加剂使用合规。	2025年
	2025年6月6日	国家卫健委	《关于进一步规范"无抗"类认证活动的通知》	认秘函〔2025〕21号	规范白羽肉鸡等禽产品"无抗""冷鲜"等标识标注,禁止误导性宣传。	公司无抗养殖产品已获第三方认证,标签合规。	2025年
	2025年9月	国家卫健委	《食品安全国家标准 预制菜》(GB 31605-2025)	GB 31605-2025	首次在国家层面对预制菜定义、范围、原料、添加剂、加工工艺、微生物限量等进行全面规范,严禁使用防腐剂。	要求企业排查添加剂合规性、升级生产车间、改版标签。公司已按征求意见稿进行准备,待正式实施后完成切换。	待定
	2025年11月21日	山东省市场监督管理局	《山东省冷藏预制调理食品生产许可审查方案》	鲁市监食生规字〔2025〕13号	强制热加工中心温度≥70℃且持续一定时间,强化杀菌与温控。	公司已对调理品生产线进行工艺验证,确保符合要求	2026年1月31日
	2025年12月12日	国家市场监管总局	《食品委托生产监督管理办法》	总局令第113号	规范预制菜等委托加工,明确委托方、受托方质量责任	公司现有委托生产业务,已经完善委托合同和质量协议	2026年12月1日
	2025年12月17日	国家市场监管总局	《食品销售连锁企业落实食品安全主体责任监督管理规定》	总局令第114号	明确连锁食品销售总部与门店食品安全管理责任。	公司线下渠道涉及连锁超市合作,已关注其责任落实要求	2026年3月20日
产业扶持与消费促进政策	2025年2月23日	中共中央、国务院	《关于进一步深化农村改革扎实推进乡村全面振兴的意见》(中央一号文件)	中发〔2025〕1号	强调深入推进粮油作物大面积单产提升行动、扶持畜牧业稳定发展、强化动物疫病防控等措施,为白羽肉鸡行业提供了政策框架。	支持白羽肉鸡等优质禽肉标准化、规模化生产,强化疫病防控与质量安全。	2025年
	2025年2月27日	农业农村部、国家卫生健康委、工业和信息化部	《中国食物与营养发展纲要(2025-2030年)》	农科技发〔2025〕1号	围绕新需求,践行大农业观、大食物观,对食物与营养工作进行一体化设计、一体化部署,明确提出六项重点任务。	公司根据"优化畜禽肉类产销结构,扩大禽肉消费,加快推行冷链配送,冰鲜上市"的任务安排	2025年
	2025年3月16日	中共中央办公厅、国务院办公厅	《提振消费专项行动方案》	新华社正式对外发布	大力提振消费,全方位扩大国内需求,以增收减负提升消费能力,以高质量供给创造有效需求,以优化消费环境增强消费意愿,针对性解决制约消费的突出矛盾问题。	该方案的实施,对食品行业的消费产生积极影响。	2025年
	2025年4月	农业农村部	《关于做好农业种质资源保护、种畜禽生产性能测定和重大品种研发推广应用一体化等项目的通知》	农种创函〔2025〕1号	通过财政补贴,加速三个(圣泽901、广明2号、沃德188)自主培育的快大型白羽肉鸡国产品种的市场推广和应用。	有助于减少国内企业对国外引种的依赖,公司全产业链布局与种源自主化战略与政策高度契合,可享受到政策红利。	2025年
	2025年6月9日	山东省财政厅	《进一步支持民营经济高质量发展若干财政政策》	鲁财办〔2025〕8号	紧紧围绕民营企业关心关注的问题,聚焦于五个领域,细化提出10个方面、50条具体的政策。	公司在"推动产业升级,实施技改专项贷贴息、设备更新补贴"等政策方面,可以享受部分优惠政策,有利于企业的发展。	2025年
	2025年7月27日	农业农村部等十部门	《促进农产品消费实施方案》	农市发[2025]2号	聚焦优化供给、创新流通、激活市场三大方向,推出23条具体措施,全面释放农产品消费潜力。		2025年
数字化转型与绿色制造政策	2025年6月5日	工业和信息化部等七部门	《食品工业数字化转型实施方案》	工信部联消费〔2025〕129号	方案部署了4大行动、18项具体措施,对保障食品安全、提升产业竞争力、满足消费升级需求具有重要意义。		2025年
	2025年12月25日	工业和信息化部等八部门	《人工智能+制造专项行动实施意见》	工信部联科〔2025〕279号文	《意见》部署了七大重点任务及21项具体措施,系统规划了人工智能赋能制造业的路径、目标和任务。	公司将借助"信息化智能化建设项目"的实施,在研发、生产、营销与运营环节进行智能化转型升级	2025年
	2025年11月20日	工业和信息化部和中国人民银行	《关于用好绿色金融政策支持绿色工厂建设的通知》	工信厅联节函〔2025〕490号文	深入贯彻党中央关于加强金融服务实体经济有关决策部署,落实国务院办公厅《制造业绿色低碳发展行动方案(2025-2027年)》以及中国人民银行等七部门《关于金融支持新型工业化的指导意见》	建立完善绿色金融支持绿色工厂工作机制,鼓励企业进行国家绿色工厂申报。	2025年
	2025年12月3日	生态环境部	《建设项目环境影响评价分类管理名录》(修订征求意见稿)		明确取消了部分环评的行业/项目类别	有利于企业实施设备更新改造项目,有机肥料及微生物肥料制造等项目	2025年
养殖与饲料相关政策	2025年4月25日	农业农村部	《养殖业节粮行动实施方案》	农办牧〔2025〕15号	鼓励低蛋白饲料、节粮养殖模式,提高白羽肉鸡饲料转化效率。	公司采用精准饲料配方技术,推行新的饲养模式和发酵豆粕的应用,更加精准地满足肉鸡营养需求,进一步提高饲料转化率,降低养殖成本,减少粮食耗用。	2025年
	2025年1月24日	农业农村部	《2025年兽药质量监督抽检和风险监测计划》、《2025年畜禽产品兽药残留监控计划》、《2025年动物源细菌耐药性监测计划》	农牧发〔2025〕2号	全面保障畜牧养殖生产安全、动物源性食品安全、公共卫生安全和生物安全,为推动畜牧业高质量发展奠定坚实基础。	公司作为白羽肉鸡产品生产者,多年来严格按照国家及有关进口国要求,从源头严格规范使用饲料原料与兽药,保证了畜禽健康和禽肉产品品质,促进中国畜牧业高质量发展。	2025年
	2025年2月5日	农业农村部	《2025年饲料质量安全监管工作方案》	农办牧〔2025〕2号	落实饲料质量安全监管法规制度要求,规范饲料生产、经营和使用行为,分析评估各环节存在的潜在风险因素,提升饲料企业质量安全管理水平,严厉打击养殖环节使用"瘦肉精"等违法违规行为	对于促进饲料行业产品质量保障与提升有很大作用。	2025年
地方产业扶持政策	2022年11月16日	山东省人民政府	《关于推进全省预制菜产业高质量发展的意见》	鲁政办字〔2022〕138号	这是山东省推动预制菜产业发展的纲领性文件,为全省预制菜产业发展明确了方向、目标和重点任务	省、市、区三级政策共同构成了推动预制菜产业发展的政策框架,在集群培育、企业扶持、金融信贷、品牌建设等方面提出了具体措施。	2022年 持续有效
	2022年11月21日	烟台市人民政府	《关于加快推进烟台预制菜产业高质量发展的实施意见(2022-2025)》	烟政办发〔2022〕26号			2022年 持续有效
	2022年9月	莱阳市人民政府	《莱阳市加快推进预制菜产业高质量发展的实施意见》	——			2022年 持续有效

公司专业从事白羽鸡鸡肉食品的研发、生产加工和销售业务,主营产品为鸡肉调理品(预制菜)和生鲜品。公司是目前大型白羽鸡鸡肉食品企业中少数以鸡肉调理品(预制菜)生产、销售为主的企业,致力于成为中国鸡肉调理品细分行业的龙头企业。报告期内公司经营模式未发生重大变化。

(一)主要业务

1、公司主要业务:鸡肉调理品(预制菜)的研发、生产与营销;商品代肉鸡养殖与肉鸡屠宰分割加工;饲料生产(自用),生物有机肥的生产与销售。

2、主要产品产销量

(1)全年生产调理品(预制菜)6.32万吨,同比增长4.67%;销售调理品(预制菜)6.29万吨,同比增长8.45%(其中出口2.68万吨,同比增长15.52%)。

(2)全年宰杀肉鸡8029万只,同比增长6.68%;生产鸡肉生鲜品19.45万吨,同比增长9.22%;销售鸡肉生鲜品16.67万吨,同比增长14.23%。

(3)全年外销毛鸡349万只、0.81万吨,同比分别下降45.38%、52.65%。

(4)全年采购商品代雏鸡9346万只,同比增长8.51%;养殖出栏商品代肉鸡8378万只,同比增长3.38%;

(5)全年供应商品代肉鸡饲料34.61万吨,同比增长4.72%。

(6)全年销售有机肥4913吨,同比下降13.99%。

(二)经营模式

1、盈利模式

公司专业从事白羽鸡鸡肉食品的研发、生产加工和销售业务,主要通过向市场销售鸡肉调理品(预制菜)和鸡肉生鲜品实现收入及盈利。

2、采购模式

公司加工调理品和生鲜品的原料主要来自于公司委托农户养殖的肉鸡,为进一步控制鸡肉食品质量,养殖肉鸡所需的商品代雏鸡、药品、疫苗等均由公司子公司春雪养殖统一采购供应,提供给委托养殖户的饲料也由春雪养殖自主研制配方、自主生产(或委托生产)并统一供应给养殖户。所以,公司采购主要涉及相关业务环节的原辅料采购及委托养殖的采购,其中原辅料的采购主要包括饲料原料采购、商品代雏鸡采购、药品、疫苗采购及调理品的调味辅料采购等。同时在产品供不应求,委托养殖的鸡肉不能及时满足公司的生产需求时,公司经过严格检测合格后,会向非委托养殖户采购部分商品代肉鸡或对外采购部分生鲜鸡肉产品进行进一步加工。

报告期内,公司采购全部为市场采购模式,无自产供应。主要原材料价格未发生变动超过30%的重大波动。

3、生产模式

(1)自主生产模式

公司进行鸡肉调理品加工主要采取以销定产并辅以适当备货的生产模式,实行年度生产计划、月度生产计划、每日生产计划相结合。每年末,公司运营管理部召集生产部、营销部、采购部、仓储部、财务部等相关部门负责人召开年度生产经营会,对本年度生产经营情况进行总结,并确认下年度公司生产经营计划。各月末,计划采购部根据营销中心订单交期编制月度预算生产计划。经审核后,生产计划员结合月度生产计划动态安排每日生产计划,并下达给生产工厂进行生产。

(2)委托加工模式

报告期内,在订单量较多、时间较急的情况下,公司出于现有加工产能限制,为了保证出货速度,会将部分简单的鸡肉加工业务,如鸡肉小部位分割、切块、切片、串签等业务采用委托加工方式与外协厂商进行合作。委托加工厂商均经过严格资质审核,并纳入公司质量管控体系。

(3)公司报告期内主要产品的产能、产量情况如下:

主要产品	产能与产量	2023年度	2024年度	2025年度	
				按照年末设计产能计算	按照年初设计产能计算
调理品(预制菜)	设计产能(吨)	118640	118640	136640	
	实际产量(吨)	56413	60397	63216	
	产能利用率(%)	47.5	50.9	46.3	53.3
鸡肉生鲜品	设计产能(吨)	265000	265000	265000	
	实际产量(吨)	127666	178119	194539	
	产能利用率(%)	48.2	67.2	73.4	73.4

说明:

①2025年度,调理品(预制菜)年初设计产能118640吨,增扩产能18000吨完成后(在第二调理食品厂一层车间增加2条生产线,于12月底完成投产),年末调理品设计总产能达到136640吨;因新产能于年底投产,全年实际产量63216吨,按年初设计产能计算的产能利用率为53.3%,按年末设计产能计算的产能利用率为46.3%;2025年度鸡肉生鲜品年末设计产能26.5万吨。

②2026年度,调理品(预制菜)年初设计产能136640吨,计划在扩设计产能2.88万吨(在第二调理食品厂二层增加4条生产线),完成后,调理品设计总产能达到16.54万吨;鸡肉生鲜品现有设计产能26.5万吨,无扩产计划。

③产能利用率较低主要系年度新增产线于年底投产,属于阶段性现象。当前产能利用率仍有提升空间。未来若订单稳步增长,产能释放有望对业绩产生积极影响。但订单增长受市场环境、行业竞争等因素影响,存在不确定性。

4、销售模式

公司主要以直销模式进行销售,不存在经销商和实体门店销售。以销售调理品(预制菜)为主,鸡肉生鲜品在总体满足调理品生产需要的前提下同时对外出售。此外,根据情况也销售部分副产品、饲料产品和富余的商品代肉鸡。

5、研发模式

截至报告期末,公司设有三处研发中心,分别设在公司总部烟台莱阳、青岛和上海。未来根据公司市场布局情况,将在全国设立不同的区域研发中心。

目前主要有三种研发模式:一是自主研发。公司根据现有设备、技术和生产条件,结合市场需求和消费者情况,面向国际、国内市场,进行新产品研发和市场推广;二是定制研发。由客户提供样品或者配方,公司根据其产品要求,针对相关目标客户,进行新产品定制研发、生产和销售;三是共同研发。结合公司与客户双方的各自优势,根据市场和消费者的需求,双方共同进行新产品的研发、生产和销售。

另外,围绕鸡肉食品营养、健康、安全的核心理念,公司还采用产研结合的方式,与外部高等院校的教授和专家合作,共同开发适合不同消费者需求的预制食品。

6、公司采用目前经营模式的合理性及变化情况

公司现有经营模式是在发展过程中,根据行业特点、企业不同的发展阶段不断完善而形成的,受外部市场、客户需求、市场竞争、业务性质等多方面因素影响,符合行业特点和商业惯例。报告期内公司经营模式未发生重大变化,影响公司经营模式的重要因素未发生重大变化,在可预见的一段时间内,公司经营模式也不会发生重大变化。

(三)公司产品市场地位

作为国内白羽肉鸡食品加工领域的上市企业,深耕鸡肉调理品与生鲜品赛道多年,已形成"全产业链闭环运营+双品牌矩阵+内外贸协同"的发展格局。公司在报告期内成功入选iiMedia Research发布的"2025年中国国货消费品牌500强",这标志着公司产品在国货消费浪潮中获得了广泛的市场认可,品牌信誉与消费者心智占有率稳步提升。核心市场地位可概括为以下方面:

1、细分赛道头部卡位,鸡肉调理品优势突出

公司是国内少数以鸡肉调理品为核心主业的食品企业,报告期内鸡肉调理品营收占食品营收比重持续稳定在50%左右,稳居国内鸡肉调理品细分赛道第一梯队。依托24条现代化调理食品生产线、13.6万吨/年调理食品产能、26.5万吨/年生鲜鸡肉产能,产品覆盖油炸、电烤、炭烤、蒸煮等全品类鸡肉调理食品,成为餐饮端、零售端鸡肉调理品核心供应商。同时,公司积极布局海产品预制菜等新品类,逐步拓展"鸡肉+X"预制菜多品类产品矩阵,进一步巩固细分赛道话语权。

2、全球化+全国化双线渗透,区域龙头根基扎实

报告期内,公司持续巩固在白羽鸡肉深加工细分领域市场地位,品牌影响力得到进一步提升。从市场覆盖广度来看,公司已构建起多层次、全方位的销售网络。在国内市场,公司产品渗透至大型连锁超市、新零售门店、便利店、电商平台、餐饮及食品加工等多个领域,实现了对B端(企业客户)与C端(终端消费者)用户的全覆盖。在国际市场,公司产品已成功销往日本、欧洲、中东以及东南亚等众多国家和地区,出口销量逐年稳步增长,全球化布局初具规模。

3、行业认证与品牌口碑加持,合规壁垒凸显

公司为国家首批"三同"示范企业,亦是白羽肉鸡行业规范化运营的标杆企业之一。报告期内,依托严苛的品质管控体系、高标准的国际体系认证以及规模化生产能力,在行业食品安全监管持续趋严的背景下,公司以全产业链溯源体系、进口高端生产设备及标准化生产流程,构建起显著区别于中小零散企业的合规竞争壁垒,市场认可度稳步提升。

(四)竞争优势与劣势

详见本报告"第三节 管理层讨论与分析"之"六、公司关于公司未来发展的讨论与分析" 之"(二)公司发展战略 1、公司分析"。

(五)主要业绩驱动因素

报告期内,公司业绩实现稳步修复、结构性增长,核心驱动因素兼具内生经营优化与外生行业回暖双重属性。主要驱动因素:

1、内生驱动:经营提质增效,筑牢业绩增长根基

(1)产品结构优化,高毛利产品销量提升。报告期内,核心产品调理品销量同比增长8.45%,是利润增长的重要来源之一,对冲了鸡肉生鲜品薄利业务对业绩的影响。

(2)降本增效与精细化管理成效显著。公司在养殖端通过优化采购、提升养殖效率及与行业对标管理,叠加全年主要原料(如鸡苗、豆粕)采购价格同比去年下降的有利条件,有效降低了毛鸡养殖成本,从而显著改善了盈利空间;优化生鲜品产销联动机制,同时新增鸡胸肉生品间接出口渠道,拓宽外销营收来源。

(3)数智化转型赋能,运营效率提升。公司持续推进数智化生产、供应链管理升级,生产流程智能化、库存管控精准化程度提升,减少生产损耗与运营浪费,进一步夯实盈利基础。

2、外生驱动:行业周期回暖,政策与消费双重加持

(1)海外市场拓展驱动,出口销量增幅较大。公司顺应中国鸡肉出口量大幅增长趋势,加大市场开发力度,海外市场出口销量实现同比增长15.52%,成为业绩增长的重要突破口。

(2)行业消费复苏,赛道红利持续。伴随消费趋势向健康化与品牌化转变,鸡肉调理品凭借高性价比、便捷性成为消费主流,行业需求扩容带动公司产品销量增长。

(3)政策规范行业秩序,集中度提升利好龙头。食品安全监管政策、白羽肉鸡行业环保政策持续收紧,中小散企逐步出清,行业集中度加速提升,公司凭借合规资质、规模化产能抢占市场份额,实现份额与业绩同步增长。

(六)业绩增长与行业发展状况匹配度分析

2025年白羽肉鸡及预制菜行业呈现"周期回暖、集中度提升、预制菜结构性增长"的核心特征,公司业绩增长整体贴合行业发展趋势。在符合行业大背景的同时,也展现出超越行业平均水平的成长性。具体匹配情况如下:

1、业绩整体走势高度契合行业发展基调。公司业绩增长的原因之一来自于主要原料采购价格的下降,这与2025年度白羽肉鸡行业上游原料价格的整体走势相符。同时,公司海外市场的拓展抓住了中国鸡肉出口增长的机遇。海关数据显示,2025年中国鸡肉出口量为108.49万吨,同比增长40.9%,鸡肉出口量创历史新高。公司的出口大幅增长符合这一积极向好的行业趋势。

2、业绩增长结构贴合行业细分发展逻辑。当前行业呈现"深加工业务优于生鲜业务、B端渠道优于散销渠道、合规龙头优于中小厂商"的发展逻辑,公司业绩增长结构完全契合这一趋势。高附加值的调理品业务成为核心增长极,B端大客户营收占比保持稳定,规模化、合规化运营助力公司抢占中小厂商退出的市场空间,细分业务增长与行业细分赛道发展趋势高度匹配。

3、优于行业成长性表现。尽管2025年白羽肉鸡行业整体仍处于持续低迷状态,但公司通过"走向高端化"和"加速出海"的策略,成功摆脱了单纯依赖国内行情波动的被动局面,实现了净利润的大幅增长。这表明公司的业绩增长并非仅仅依赖行业周期性回暖,更多是源于自身产品结构优化(调理品占比提升)、全球化市场布局(海外销量大增)以及内部精细化管理(降本增效)等内生性动力的驱动。因此,公司的业绩变化在顺应行业出口增长大趋势的同时,其盈利能力的显著提升,更是公司战略转型和核心竞争优势逐步释放的结果。

(七)食品安全情况

1、基本情况

公司根据国家相关法律法规、部门规章或其他规范性文件建立了完善的食品安全管理制度。公司通过了ISO9001质量管理体系、HACCP危害分析关键控制点体系、欧盟BRC(全球食品安全标准)认证、欧盟GAP良好农业操作规范认证、ISO45001职业健康管理体系认证、ISO14001环境管理体系认证、SEDEX供货商商业道德信息交流认证、ISO22000食品安全管理体系认证。公司检测中心通过了CNAS认证(国家实验室能力认可)。公司内部建立了《质量管理手册》、《自检自控体系》和《产品追溯体系》。

2、与食品安全相关的人员配置、资金投入及其使用情况

公司设立了品控部和食品安全部,具体负责食品安全工作。截至报告期末,人员共计128人,其中品控部104人(含各厂品管人员),负责相关质量体系与制度的建立、实施与完善;食品安全部24人,负责养殖环节、宰杀环节、深加工环节、储存环节等全产业链的药残、农残、细菌等项目的化验、检测。以上人员年度发放工资760万元,年食品安全投入(检测、化验耗材费用及其他费用)315万元。

3、食品安全事故情况

报告期内,公司没有发生特别重大食品安全事故、重大食品安全事故或其他影响正常生产经营的食品安全事件。

4、落实有关食品安全法规政策情况

2025年度,国家围绕食品安全监管、畜禽养殖、预制菜产业规范发展等领域出台多项法规政策,行业规范化、标准化程度持续提升,为食品制造企业高质量发展营造了良好的政策环境。

(1)在白羽肉鸡产业领域:中央一号文件明确支持优质禽肉标准化、规模化生产,强化疫病防控与质量安全监管;农业农村部出台相关办法,规范种畜禽生产经营许可及畜禽产品标签标识,推进养殖业节粮行动,引导养殖模式优化升级。

(2)在预制菜产业领域:国家进一步收紧食品添加剂使用范围,明确预制菜热加工、温控、标签标注等核心要求,完善预包装食品标签及营养标签相关国家标准,强化生产环节安全监管。

(3)在食品制造业通用监管方面:国家持续强化食品安全全链条监管,完善食品生产经营企业食品安全主体责任制度,开展食品添加剂滥用问题综合治理,规范食品委托生产及连锁销售企业食品安全管理。

报告期内,公司严格遵守上述各项法律法规及政策要求,积极落实食品安全主体责任,主动适配政策调整,规范生产经营各环节管理,确保公司业务合规有序开展;同时,密切关注未来将实施政策的推进情况,提前布局合规准备工作,保障公司长期稳定发展。

以上详细行业法规政策清单见本节"二、报告期内公司所处行业情况(二)所处行业相关政策情况 2、相关行业法规政策情况"。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1近3年的主要会计数据和财务指标

单位:元 币种:人民币

	2025年	2024年	本年比上年增减(%)	2023年
总资产	2,198,638,331.22	2,177,193,848.09	0.98	2,194,142,119.59
归属于上市公司股东的净资产	1,102,424,233.73	1,077,868,550.26	2.28	1,065,679,865.95
营业收入	2,628,496,358.78	2,514,331,815.74	4.54	2,796,200,012.62
利润总额	58,853,596.28	20,722,890.19	184.00	-15,414,483.02
归属于上市公司股东的净利润	39,517,733.83	8,165,199.49	383.98	-34,686,272.87
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	33,245,518.41	3,170,202.45	948.69	-43,856,381.34
经营活动产生的现金流量净额	95,130,402.75	101,170,466.11	-5.97	198,525,303.67
加权平均净资产收益率(%)	3.64	0.76	增加2.88个百分点	-3.13
基本每股收益(元/股)	0.20	0.04	400.00	-0.17
稀释每股收益(元/股)	0.20	0.04	400.00	-0.17

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	594,666,085.42	635,832,661.09	681,170,414.88	716,827,197.39
归属于上市公司股东的净利润	11,167,600.26	3,108,926.71	19,594,097.99	5,647,108.87
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	10,906,160.78	2,554,648.32	17,892,128.20	1,892,581.11
经营活动产生的现金流量净额	-45,380,829.29	49,514,600.32	68,674,662.19	22,321,969.53

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

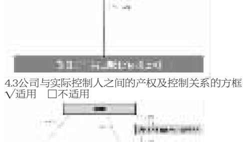
截至报告期末普通股股东总数(户)	12,594
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	14,287
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	

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	
山东春雪食品有限公司	0	54,045,000	27.02	0	无	0	境内非国有法人
郑维新	0	14,623,950	7.31	0	无	0	境内自然人
莱阳市华元投资中心(有限合伙)	0	7,743,000	3.87	0	无	0	其他
上海天自投资管理有限公司-烟台天自雪瑞股权投资中心(有限合伙)	-5,150,000	4,810,000	2.41	0	无	0	其他
上海天自投资管理有限公司-烟台天自春雪股权投资中心(有限合伙)	-950,000	3,285,000	1.64	0	无	0	其他
吕新刚	0	1,925,798	0.96	0	无	0	境内自然人
山东毅达创业投资基金合伙企业(有限合伙)	0	1,925,700	0.96	0	无	0	其他
莱阳市同盈投资中心(有限合伙)	-156,900	1,828,850	0.91	0	无	0	其他
高盛公司有限责任公司	1,473,961	1,795,224	0.90	0	无	0	其他
孙玉文	0	1,569,946	0.78	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司实际控制人郑维新持有山东春雪食品有限公司45.15%股权;上海天自投资管理有限公司-烟台天自春雪股权投资中心(有限合伙)、上海天自投资管理有限公司-烟台天自雪瑞股权投资中心(有限合伙)系一致行动人;2025年9月24日,莱阳市华元投资中心(有限合伙)执行事务合伙人由郑维新变更为王克祝,莱阳市华元投资中心(有限合伙)与郑维新依然构成一致行动关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

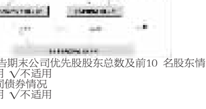
4.2公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4报告期末公司优先股股东总数及前10 名股东情况

□适用 √不适用

5、公司债券情况

□适用 √不适用

第三节 重要事项

1、公司应当根据重要性原则,披露报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内实现营业收入2,628,496,358.78元,较上年同期增加4.54%,归属于上市公司股东的净利润39,517,733.83元,归属于上市公司股东的扣非后净利润33,245,518.41元。

2、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的,应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

□适用 √不适用

证券代码:605567　　证券简称:春雪食品　　公告编号:2026-017

春雪食品集团股份有限公司
关于修订及新增部分公司制度的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

春雪食品集团股份有限公司(以下简称"公司")2026年4月21日召开第二届董事会第十八次会议,审议通过了关于《修订及新增部分公司制度》的议案。公司依据相关法律、法规、规范性文件的规定,结合公司实际情况,对公司相关治理制度进行了梳理与修订,进一步完善了公司治理制度,具体如下:

序号	制度名称	类型	股东会审议
1	春雪食品集团股份有限公司董事、高级管理人员薪酬管理制度	修订	是
2	春雪食品集团股份有限公司薪酬管理制度	新增	是

上述制度尚需提交股东会审议通过后实施,上述制度全文同日披露于上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)。

特此公告。

春雪食品集团股份有限公司董事会
2026年4月23日

证券代码:605567　　证券简称:春雪食品　　公告编号:2026-014

春雪食品集团股份有限公司
关于使用闲置自有资金进行现金管理的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

重要内容提示:

- 基本情况

投资金额	不超过3亿元(含3亿元)
投资种类	购买机构不限于银行、证券等金融机构的理财产品
资金来源	自有资金

- 已履行的审议程序

春雪食品集团股份有限公司(以下简称"公司")于2026年4月21日召开了第二届董事会第十八次会议,审议通过了公司关于《使用闲置自有资金进行现金管理》的议案。

一、投资情况概述

(一)投资目的

公司及全资子公司使用自有闲置资金进行现金管理,可以提高资金使用效率,获得一定的投资收益,不会影响公司主营业务的发展。

(二)投资金额

拟投资总金额不超过人民币3亿元(含3亿元)。

(三)资金来源

公司及全资子公司闲置自有资金。

(四)投资方式

公司及全资子公司拟对不超过人民币3亿元(含3亿元)的闲置自有资金通过购买安全性高、流动性好、购买机构不限于银行、证券等金融机构的理财产品降低财务成本。

(五)投资期限

公司董事会审议通过之日起一年内有效,期内可循环使用。

二、审议程序

2026年4月21日,公司第二届董事会第十八次会议审议通过了关于《使用闲置自有资金进行现金管理》的议案,同意本次现金管理预计事项。

三、投资风险分析及风控措施

(一)投资风险分析

公司及全资子公司拟购买安全性高、流动性好、购买机构不限于银行、证券等金融机构的理财产品,但金融市场受宏观经济影响较大,不排除该投资受到市场风险、信用风险、政策风险、流动性风险、不可抗力风险等因素影响,存在一定的投资风险。

(二)投资风控措施

1、公司遵守审慎投资的原则,严格筛选发行主体,选择信用好、资金安全保障能力强的发行机构。

2、公司财务部门将及时分析和跟踪现金管理产品投向、项目进展情况,如发现存在可能影响公司资金安全的风险因素,将及时采取相应措施,控制投资风险。

3、公司独立董事有权对公司投资现金管理产品的情况进行检查,必要时可以聘请专业机构进行审计。

4、公司将根据上海证券交易所的相关规定,及时履行信息披露义务。

(下转B238)

证券代码:605567　　证券简称:春雪食品

春雪食品集团股份有限公司

2026 第一季度报告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

重要内容提示

公司董事会及董事、高级管理人员保证季度报告内容的真实、准确、完整,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。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人(会计主管人员)保证季度报告中财务信息的真实、准确、完整。

第一季度财务报表是否经审计

□是 √否

一、主要财务数据

(一)主要会计数据和财务指标

单位:元 币种:人民币

项目	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减变动幅度(%)
营业收入	651,789,650.75	594,666,085.42	9.61
利润总额	8,580,762.49	15,220,510.32	-43.62
归属于上市公司股东的净利润	8,602,424.36	11,167,600.26	-22.97
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	9,217,894.63	10,906,160.78	-15.48
经营活动产生的现金流量净额	29,495,227.13	-45,380,829.29	不适用
基本每股收益(元/股)	0.04	0.06	-33.33
稀释每股收益(元/股)	0.04	0.06	-33.33
加权平均净资产收益率(%)	0.78	1.03	减少0.25个百分点
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减变动幅度(%)
总资产	2,205,584,031.86	2,198,638,331.22	0.32
归属于上市公司股东的所有者权益	1,111,026,658.09	1,102,424,233.73	0.78

(二)非经常性损益项目和金额

√适用 □不适用

单位:元 币种:人民币

非经常性损益项目	本期金额	说明
非流动性资产处置损益,包括已计提资产减值准备的冲销部分	3,846.94	
计入当期损益的政府补助,但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	9,703.13	
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益		
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	417,655.71	
委托他人投资或管理资产的损益		
对外委托贷款取得的损益		
因不可抗力因素,如遭受自然灾害而产生的各项资产损失		
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回		
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益		
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益		
非货币性资产交换损益		
债务重组损益		
企业因相关经营活动不再持续而发生的一次性费用,如安置职工的支出等		
因税收、会计等法律、法规的调整对当期损益产生的一次性影响		
因取消、修改股权激励计划一次性确认的股份支付费用		
对于现金结算的股份支付,在可行权日之后,应付职工薪酬的公允价值变动产生的损益		
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益		
交易价格显失公允的交易产生的收益		
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益		
受托经营取得的托管费收入		
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-1,251,832.81	
其他符合非经常性损益定义的损益项目		
减:所得税影响额	-205,156.76	
少数股东权益影响额(税后)		
合计	-615,470.27	

对公司将《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》未列举的项目认定为非经常性损益项目且金额重大的,以及将《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》中列举的非经常性损益项目界定为经常性损益的项目,应说明原因。

□适用 √不适用

(三)主要会计数据、财务指标发生变动的情况、原因

√适用 □不适用

项目名称	变动比例(%)	主要原因
利润总额	-43.62	主要是受报告期内美元汇率同比下降、鸡苗采购价格同比上涨因素影响。
归属于上市公司股东的净利润	-22.97	
基本每股收益(元/股)	-33.33	
稀释每股收益(元/股)	-33.33	
经营活动产生的现金流量净额	不适用	主要是本期销售商品,提供劳务收到的现金增加。

二、股东信息

(一)普通股股东总数和表决权恢复的优先股股东数量及前十名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	14,287	报告期末表决权恢复的优先股股东总数(如有)	不适用

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	持股数量	持股比例(%)	持有有限售条件股份数量	质押、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
山东春雪食品有限公司	境内非国有法人	54,045,000	27.02	0	无	0
郑维新	境内自然人	14,623,950	7.31	0	无	0
莱阳市华元投资中心(有限合伙)	其他	7,743,000	3.87	0	无	0
上海天自投资管理有限公司-烟台天自雪瑞股权投资中心(有限合伙)	其他	4,810,000	2.41	0	无	0
吕新刚	境内自然人	1,925,798	0.96	0	无	0
山东毅达创业投资基金合伙企业(有限合伙)	其他	1,925,700	0.96	0	无	0
基本养老保险基金一三零二组合	其他	1,823,500	0.91	0	无	0
莱阳市同盈投资中心(有限合伙)	其他	1,786,850	0.89	0	无	0
贾礼伟	境内自然人	1,774,275	0.89	0	无	0
上海喜岳投资管理有限公司-星辰之喜岳2号增强私募证券投资基金	其他	1,759,500	0.88	0	无	0

前10名无限售条件股东持股情况(不含通过转融通出借股份)

股东名称	持有无限售条件流通股的数量	股份种类及数量	
		股份种类	数量
山东春雪食品有限公司	54,045,000	人民币普通股	54,045,000
郑维新	14,623,950	人民币普通股	14,623,950
莱阳市华元投资中心(有限合伙)	7,743,000	人民币普通股	7,743,000
上海天自投资管理有限公司-烟台天自雪瑞股权投资中心(有限合伙)	4,810,000	人民币普通股	4,810,000
吕新刚	1,925,798	人民币普通股	1,925,798
山东毅达创业投资基金合伙企业(有限合伙)	1,925,700	人民币普通股	1,925,700
基本养老保险基金一三零二组合	1,823,500	人民币普通股	1,823,500
莱阳市同盈投资中心(有限合伙)	1,786,850	人民币普通股	1,786,850
贾礼伟	1,774,275	人民币普通股	1,774,275
上海喜岳投资管理有限公司-星辰之喜岳2号增强私募证券投资基金	1,759,500	人民币普通股	1,759,500
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司实际控制人郑维新持有山东春雪食品有限公司45.15%股权;2025年9月24日,莱阳市华元投资中心(有限合伙)执行事务合伙人由郑维新变更为王克祝,莱阳市华元投资中心(有限合伙)与郑维新依然构成一致行动关系。		
前10名股东及前10名无限售股东参与融资融券及转融通业务情况说明(如有)	无		

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

三、其他提醒事项

需提醒投资者关注的关于公司报告期经营情况的其他重要信息

□适用 √不适用

四、季度财务报表

(一)审计意见类型

□适用 √不适用

(二)财务报表

合并资产负债表
2026年3月31日

编制单位:春雪食品集团股份有限公司

单位:元 币种:人民币 审计类型:未经审计

项目	2026年3月31日	2025年12月31日
流动资产:		
货币资金	365,162,473.52	398,483,810.67
结算备付金		
拆出资金		
交易性金融资产		
衍生金融资产		
应收票据		
应收账款	159,049,802.25	136,866,641.08
应收款项融资		
预付款项	11,405,276.56	3,706,477.52
应收保费		
应收分保账款		
应收分保合同准备金		
其他应收款	54,893,602.78	46,939,628.37
其中:应收利息		
应收股利		
买入返售金融资产		
存货	332,108,101.38	349,213,909.73
其中:数据资源		
合同资产		
持有待售资产		
一年内到期的非流动资产		
其他流动资产	266,460.65	2,668,035.71
流动资产合计	922,885,717.14	937,878,503.08
非流动资产:		
发放贷款和垫款		
债权投资		
其他债权投资		
长期应收款		
长期股权投资		
其他权益工具投资		
其他非流动金融资产		
投资性房地产	3,265,416.99	3,301,977.35
固定资产	1,106,370,395.58	1,083,710,061.30
在建工程	24,419,838.79	37,611,572.43
生产性生物资产		
油气资产		
使用权资产	6,482,562.85	3,920,393.63
无形资产	54,766,156.97	49,889,961.14
其中:数据资源		
开发支出		
其中:数据资源		
商誉		
长期待摊费用	39,383,476.33	39,866,552.52
递延所得税资产	37,488,629.49	37,343,884.64
其他非流动资产	10,521,837.72	5,115,425.13
非流动资产合计	1,282,698,314.72	1,260,759,828.14
资产总计	2,205,584,031.86	2,198,638,331.22
流动负债:		
短期借款	590,248,320.47	608,168,413.80
向中央银行借款		
拆入资金		
交易性金融负债		
衍生金融负债		
应付票据	51,941,510.63	45,038,776.69
应付账款	223,649,092.44	216,166,041.87
预收款项	1,654,357.35	1,701,353.32
合同负债	22,920,773.68	24,078,650.70
卖出回购金融资产款		
吸收存款及同业存放		
代理买卖证券款		
代理承销证券款		
应付职工薪酬	33,314,972.27	36,113,398.44
应交税费	10,619,169.87	7,995,097.14
其他应付款	96,072,603.70	92,467,297.97
其中:应付利息		
应付股利		
应付手续费及佣金		
应付分保账款		
持有待售负债		
一年内到期的非流动负债	17,383,697.51	18,775,804.76
其他流动负债	775,327.62	592,952.46
流动负债合计	1,048,579,825.54	1,051,097,787.15
非流动负债:		
保险合同准备金		
长期借款	1,324,388.00	
应付债券		
其中:优先股		
永续债		
租赁负债	5,165,626.16	3,149,490.00
长期应付款		
长期应付职工薪酬		
预计负债		
递延收益	13,279,937.10	13,677,875.97
递延所得税负债	26,207,596.97	28,288,944.37
其他非流动负债		
非流动负债合计	45,977,548.23	45,116,310.34
负债合计	1,094,557,373.77	1,096,214,097.49
所有者权益(或股东权益):		
实收资本(或股本)	200,000,000.00	200,000,000.00
其他权益工具		
其中:优先股		
永续债		
资本公积	611,802,151.41	611,802,151.41
减:库存股	9,751,544.42	9,751,544.42
其他综合收益		
专项储备		
盈余公积	19,652,520.32	19,652,520.32
一般风险准备		
未分配利润	289,323,530.78	280,721,106.42
归属于母公司所有者权益(或股东权益)合计	1,111,026,658.09	1,102,424,233.73
少数股东权益		
所有者权益(或股东权益)合计	1,111,026,658.09	1,102,424,233.73
负债和所有者权益(或股东权益)总计	2,205,584,031.86	2,198,638,331.22

公司负责人:郑维新 主管会计工作负责人:郝孔臣 会计机构负责人:仲锡联

合并利润表
2026年1—3月

编制单位:春雪食品集团股份有限公司

单位:元 币种:人民币 审计类型:未经审计

项目	2026年第一季度	2025年第一季度
一、营业总收入	651,789,650.75	594,666,085.42
其中:营业收入	651,789,650.75	594,666,085.42
利息收入		
已赚保费		
手续费及佣金收入		
二、营业总成本	636,496,553.03	576,282,565.37
其中:营业成本	591,168,263.71	535,479,938.63
利息支出		
手续费及佣金支出		
退保金		
赔付支出净额		
提取保险责任准备金净额		
保单红利支出		
分保费用		
税金及附加	4,706,641.62	3,555,104.53
销售费用	17,827,967.44	17,360,532.48
管理费用	16,652,523.72	15,364,390.07
研发费用	2,000,136.14	3,346,446.63
财务费用	4,141,020.40	1,176,153.03
其中:利息费用	2,524,532.67	3,492,813.21
利息收入	1,202,788.05	1,077,257.63
加:其他收益	480,103.36	462,251.62
投资收益(损失以"-"号填列)		110,342.47
其中:对联营企业和合营企业的投资收益		
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益		
汇兑收益(损失以"-"号填列)		
净敞口套期收益(损失以"-"号填列)		
公允价值变动收益(损失以"-"号填列)		
信用减值损失(损失以"-"号填列)	-1,715,218.48	-1,247,496.69
资产减值损失(损失以"-"号填列)	-4,229,234.24	-2,365,068.36
资产处置收益(损失以"-"号填列)	3,846.94	-55.13
三、营业利润(亏损以"-"号填列)	9,832,595.30	15,343,493.96
加:营业外收入	59,256.38	55,028.55
减:营业外支出	1,311,089.19	178,012.19
四、利润总额(亏损总额以"-"号填列)	8,580,762.49	15,220,510.32
减:所得税费用	-21,661.87	4,052,910.06
五、净利润(净亏损以"-"号填列)	8,602,424.36	11,167,600.26
(一)按经营持续性分类		
1.持续经营净利润(净亏损以"-"号填列)	8,602,424.36	11,167,600.26
2.终止经营净利润(净亏损以"-"号填列)		
(二)按所有权归属分类		
1.归属于母公司股东的净利润(净亏损以"-"号填列)	8,602,424.36	11,167,600.26
2.少数股东损益(净亏损以"-"号填列)		
六、其他综合收益的税后净额		
(一)归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额		
1. 不能重分类进损益的其他综合收益		
(1)重新计量设定受益计划变动额		
(2)权益法下不能转损益的其他综合收益		
(3)其他权益工具投资公允价值变动		
(4)企业自身信用风险公允价值变动		
2. 将重分类进损益的其他综合收益		
(1)权益法下可转损益的其他综合收益		
(2)其他债权投资公允价值变动		
(3)金融资产重分类计入其他综合收益的金额		
(4)其他债权投资信用减值准备		
(5)现金流量套期储备		
(6)外币财务报表折算差额		
(7)其他		
(二)归属于少数股东的其他综合收益的税后净额		
七、综合收益总额	8,602,424.36	11,167,600.26
(一)归属于母公司所有者的综合收益总额	8,602,424.36	11,167,600.26
(二)归属于少数股东的综合收益总额		
八、每股收益:		
(一)基本每股收益(元/股)	0.04	0.06
(二)稀释每股收益(元/股)	0.04	0.06

本期发生同一控制下企业合并的,被合并方在合并前实现的净利润为:0元,上期被合并方实现的净利润为:0 元。

公司负责人:郑维新 主管会计工作负责人:郝孔臣 会计机构负责人:仲锡联

合并现金流量表
2026年1—3月

编制单位:春雪食品集团股份有限公司

单位:元 币种:人民币 审计类型:未经审计

项目	2026年第一季度	2025年第一季度
一、经营活动产生的现金流量:		
销售商品、提供劳务收到的现金	702,933,315.26	609,742,059.40
客户存款和同业存放款项净增加额		
向中央银行借款净增加额		
向其他金融机构拆入资金净增加额		
收到原保险合同保费取得的现金		
收到再保业务现金净额		
保户储金及投资款净增加额		
收取利息、手续费及佣金的现金		
拆入资金净增加额		
回购业务资金净增加额		
代理买卖证券收到的现金净额		
收到的税费返还	30,896,850.33	22,728,725.39
收到其他与经营活动有关的现金	7,252,895.59	33,292,965.45
经营活动现金流入小计	741,083,061.18	665,763,750.24
购买商品、接受劳务支付的现金	580,753,112.41	564,407,872.37
客户贷款及垫款净增加额		
存放中央银行和同业款项净增加额		
支付原保险合同赔付款项的现金		
拆出资金净增加额		
支付利息、手续费及佣金的现金		
支付保单红利的现金		
支付给职工及为职工支付的现金	85,389,688.24	84,002,017.56
支付的各项税费	20,799,893.22	23,150,756.71
支付其他与经营活动有关的现金	24,645,140.18	39,583,932.89
经营活动现金流出小计	711,587,834.05	711,144,579.53
经营活动产生的现金流量净额	29,495,227.13	-45,380,829.29
二、投资活动产生的现金流量:		
收回投资收到的现金		
取得投资收益收到的现金		
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-8,764.26	
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额		
收到其他与投资活动有关的现金	767,323.91	73,644.98
投资活动现金流入小计	758,559.65	73,644.98
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	30,849,744.48	27,628,475.74
投资支付的现金		
质押贷款净增加额		
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额		
支付其他与投资活动有关的现金	9,701,720.00	382,400.00
投资活动现金流出小计	40,551,464.48	28,010,875.74
投资活动产生的现金流量净额	-39,792,904.83	-27,937,230.76
三、筹资活动产生的现金流量:		
吸收投资收到的现金		
其中:子公司吸收少数股东投资收到的现金		
取得借款收到的现金	152,513,259.00	379,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	59,637,421.85	28,215,375.80
筹资活动现金流入小计	212,150,680.85	407,215,375.80
偿还债务支付的现金	170,915,000.00	284,370,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	2,220,472.22	2,449,284.69
其中:子公司支付给少数股东的股利、利润		
支付其他与筹资活动有关的现金	5,286,983.55	98,958,028.82
筹资活动现金流出小计	178,422,455.77	385,777,313.51
筹资活动产生的现金流量净额	33,728,225.08	21,438,062.29
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-1,521,614.03	1,859,385.28
五、现金及现金等价物净增加额	21,908,933.35	-50,020,612.48
加:期初现金及现金等价物余额	209,849,446.75	306,882,349.33
六、期末现金及现金等价物余额	231,758,380.10	256,861,736.85

公司负责人:郑维新 主管会计工作负责人:郝孔臣 会计机构负责人:仲锡联

(三)2026年起首次执行新会计准则或准则解释等涉及调整首次执行当年年初的财务报表

□适用 √不适用

特此公告

春雪食品集团股份有限公司董事会
2026年4月21日