公司代码:605179　　公司简称:一鸣食品

浙江一鸣食品股份有限公司 2025 年年度报告摘要

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、天健会计师事务所(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

经天健会计师事务所(特殊普通合伙)审计,在合并报表下,公司 2025 年度实现的归属于本公司股东的净利润 51,193,357.42 元。董事会决议,公司以 2025 年度利润分配实施公告确定的股权登记日当日可参与分配的股数为基数进行利润分配。本次利润分配方案如下:

公司拟向全体股东每 10 股派发现金红利 0.38 元(含税)。截至 2026 年 4 月 21 日,公司总股本 40,100 万股,以此计算共分配利润 15,238,000 元(含税),本年度公司现金分红(包括中期已分配的现金红利)总额 25,263,000 元(含税),占公司 2025 年度归属于上市公司股东净利润的 49.35%,剩余未分配利润结转以后年度。2025 年度公司不送红股,亦不进行资本公积金转增股本。

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	一鸣食品	605179	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	林益雷	翁文静
联系地址	浙江省温州市平阳县一鸣工业园	浙江省温州市平阳县一鸣工业园
电话	0577-88350180	0577-88350180
传真	0577-88350090	0577-88350090
电子信箱	820914180@qq.com	1031576114@qq.com

2、报告期公司主要业务简介

2025 年,在国家扩内需、促消费系列政策持续发力,居民健康消费意识全面升级的双重驱动下,我国食品制造业实现稳健复苏与结构性增长,行业发展核心逻辑从规模扩张转向品质升级、价值提升与效率优化的高质量发展路径。公司核心布局的低温乳制品、烘焙食品两大主业,深度契合“新鲜、健康、便捷、高营养”的消费主流趋势,依托全产业链协同优势与“一鸣真鲜奶吧”特色连锁渠道,在行业结构性变革中持续夯实竞争壁垒,迎来广阔发展空间。

(一)宏观消费环境:消费市场稳步复苏,结构分化趋势凸显

2025 年我国消费形势稳中向好,社会消费品零售总额突破 50 万亿元大关,同比增长 3.7%,社会消费品零售总额稳步增长,最终消费支出对经济增长的贡献明显回升。其中粮油食品类作为民生刚需品类,零售额增速持续显著高于社零整体增速,展现出极强的消费韧性。消费端与政策端呈现三大核心变化:一是渠道结构深度重构,传统商超渠道稳步调整,会员商超、社区便利店等新兴线下业态快速发展,直播电商、即时零售等线上新业态保持高增态势,吃类商品网上零售额延续两位数增长,为乳制品、烘焙食品的全渠道布局提供了新增量;二是消费理念全面升级,居民消费从“性价比”向“质价比”转型,对食品的新鲜度、营养性、清洁标签、原料可追溯性需求显著提升,高蛋白、低添加、短保化产品成为市场增长核心引擎;三是行业监管持续趋严,2025 年新版《食品添加剂使用标准》《预包装食品标签通则》正式实施,行业准入门槛与合规要求全面提高,加速中小弱势企业出清,具备全链路品控能力、规模化生产优势为企业提升产品力与渠道能力提供发展空间。同时,国家持续出台《促进健康消费专项行动方案》《中国食物与营养发展纲要(2025 — 2030 年)》等系列政策,从健康消费引导、产业升级扶持、消费场景拓展等多维度,为食品制造业高质量发展筑牢政策根基,也让行业规范得到持续完善。

(二)乳制品行业:政策红利持续释放,结构升级深化推进

乳制品行业作为食品制造业的核心赛道,2025 年呈现“总量平稳、结构优化”的发展特征。根据国家统计局数据,2025 年 1–12 月全国乳制品产量达 2950.3 万吨,产量整体保持稳定,行业供需呈现“液态奶过剩、高附加值产品短缺”的结构性矛盾,产业结构转型与产品深加工步伐持续加快。需求端,居民乳制品消费需求持续扩容,营养健康属性成为核心消费决策因素。在消费升级及健康需求提升的背景下《中国食物与营养发展纲要(2025 — 2030 年)》明确设定 2030 年人均奶类年消费量 47 公斤的发展目标,为行业长期增长打开空间;国家“学生饮用奶计划”持续扩容,青少年营养健康需求推动低温巴氏奶、发酵乳等高品质乳制品渗透率持续提升。同时,奶酪作为乳制品深加工核心品类,在烘焙、茶饮、咖啡等 B 端餐饮场景“准刚需”属性日益凸显,家庭消费场景渗透率持续攀升,成为行业向价值链高端跃升的核心增长引擎。自 2026 年起我国对原产于欧盟的进口相关乳制品征收反补贴税,将显著扭转进口产品不公平竞争格局,为国产奶酪、黄油等深加工品类释放广阔的进口替代空间。供给端,行业竞争逐步向供应链能力转变,“中央工厂 + 冷链配送”的短保供应模式成为低温乳制品企业的核心竞争力。行业龙头企业持续深化精益生产与智能制造升级,通过柔性生产体系提升订单响应效率,依托全产业链布局强化成本管控与品质保障能力;同时,市场化 OEM/ODM 模式成为行业发展新趋势,具备定制化研发、规模化生产、全链路品控能力的乳企,在 B 端餐饮、大客户定制赛道迎来快速发展机遇。

(三)烘焙食品行业:短保健康化引领变革,场景创新驱动行业扩容

2025 年,我国烘焙食品行业持续保持稳健增长,行业发展从规模扩张转向“品质提升、场景拓展、健康引领”的深度发展阶段。根据艾媒咨询数据,2025 年中国烘焙食品行业市场规模保持稳步发展态势,短保烘焙、现烤烘焙品类增速显著高于行业平均水平,成为行业增长核心动力。行业发展呈现三大核心趋势:一是健康化转型全面深化,新版行业标准落地推动行业告别过度添加模式,在原料选择、配方优化等方面持续升级,清洁标签、无防腐剂、动物奶油、优质乳源原料成为产品创新核心方向,消费者对短保新鲜、原料可追溯的烘焙产品需求持续攀升;二是场景化创新持续突破,烘焙产品消费从节日礼品向日常早餐、下午茶、社区佐餐、校园配餐等全场景渗透,“乳制品 + 烘焙”的组合模式、“单品 + 饮品”的小店模型成为行业主流创新方向,早餐场景作为核心刚需赛道,成为企业布局的核心重点;三是渠道格局持续优化,行业呈现“高端精品化与大众平价化”双向分化趋势,一二线城市精品烘焙店与下沉市场高性价比烘焙业态并行发展,社区连锁门店、校园渠道、即时零售成为品牌增长的核心抓手。同时,冷冻面团技术的成熟与产业化应用,大幅降低了现烤烘焙门店的运营门槛,为烘焙连锁业态的规模化扩张提供了坚实的供应链保障。

(四)米制鲜食行业:刚需场景持续扩容,短保鲜食化引领行业升级

米制鲜食作为居民主食消费升级的核心赛道,2025 年迎来高速发展期,成为食品制造业中兼具刚需属性与高成长性的优质赛道。根据艾媒咨询《2025 年中国即食鲜食行业发展报告》,2025 年中国米制鲜食行业市场规模突破 2800 亿元,同比增长 9.2%,其中短保米制鲜食增速达 14.6%,显著高于行业平均水平,成为即食食品赛道的核心增长引擎。行业发展与公司核心布局的长三角区域市场、社区奶吧渠道、早餐刚需场景高度契合,为公司品类拓展提供了广阔空间。政策端,国家持续推进健康中国战略与主食营养升级,《中国食物与营养发展纲要(2025 — 2030 年)》明确推动主食多样化、营养化发展,各地校园配餐、城市一刻钟便民生活圈建设政策持续落地,鼓励短保鲜食、营养主食的研发与本地化供应,为米制鲜食行业规范化发展提供了坚实政策支撑。同时,食品安全全链条监管持续趋严,加速行业中小散户出清,具备中央工厂 规模化生产、全链路冷链品控、终端高效周转能力的企业竞争优势持续凸显。行业发展呈现三大核心趋势:一是产品端健康化、本土化、多元化创新成为主流。消费者对短保、无防腐剂、清洁标签的米制鲜食需求持续攀升,杂粮配比、高蛋白添加、本土化风味创新成为产品升级核心方向,品类从传统饭团、寿司向米汉堡、糯米饭团、营养粥品、即食杂粮饭等多元形态延伸,与乳制品、烘焙产品形成极强的消费场景互补性;二是渠道端社区便民场景、校园渠道、即时零售成为增长核心。传统连锁便利店仍是行业核心阵地,而贴近居民生活的社区连锁门店、校园配餐渠道凭借高复购、强场景触达的特点,增速持续领跑行业;即时零售的快速普及,推动 30 分钟达的短保米制鲜食渗透率持续提升,全渠道融合成为行业发展主流;三是供应链端“中央工厂 + 当日冷链配送”模式成为核心竞争壁垒。米制鲜食的短保属性对生产效率、冷链配送、终端周转要求极高,行业龙头企业通过精益生产、柔性供应链体系,实现“当日生产、当日配送、当日上架”,在保障产品新鲜度的同时,通过规模化生产实现成本优化,构筑了极高的行业准入门槛。当前行业格局整体分散,以区域型企业为主,全国性龙头尚未形成,具备全产业链协同、全渠道布局、持续创新能力的企业,有望在行业集中化进程中抢占先发优势。

(五)公司行业地位、发展机遇与风险应对

公司作为国内“低温乳制品 + 烘焙食品 + 米制鲜食”协同发展的龙头企业,深耕长三角市场二十余年,依托全产业链布局、特色奶吧连锁渠道、短保新鲜的产品定位,在区域市场形成了深厚的品牌护城河与差异化竞争优势。

在乳制品赛道,公司低温鲜奶、酸奶产品在浙江区域市场占有率稳居前列,学生饮用奶业务覆盖长三角多省市校园渠道,市场化 OEM 业务实现跨越式发展,大客户新品开发参与度达 100%;在烘焙赛道,公司依托冷冻面团技术突破,实现现烤烘焙产品的标准化、规模化供应,“奶吧 + 现烤”的特色模式深度契合早餐、社区日常消费核心场景,单店模型持续优化;在米制鲜食赛道,公司推出的饭团、米汉堡、能量碗等产品,与乳制品、烘焙产品形成“早餐、中餐黄金组合”,深度契合长三角居民消费习惯,依托中央工厂 + 全域冷链体系实现当日鲜配,成为门店复购与客单价提升的核心增长品类。

当前行业发展为公司带来明确增长机遇:一是行业结构升级机遇,低温乳制品、短保烘焙、米制鲜食等高增长赛道与公司产品布局高度契合,进口替代政策红利为公司奶酪、烘焙原料业务打开增长空间;二是渠道扩容机遇,长三角地区早餐市场规模超 3000 亿元,公司奶吧渠道可依托社区、校园场景持续下沉渗透,同时可借助即时零售、线上电商、B 端大客户渠道实现全渠道扩容;三是行业出清机遇,监管趋严加速中小企业出清,公司全链路品控体系、规模化生产能力与合规优势将进一步凸显,市场份额有望持续提升;四是供应链升级机遇,行业柔性生产、精益管理的发展趋势,与公司 IPS 节拍制生产方式、市场化 OEM 转型战略高度匹配,可依托供应链优势持续深化 B 端大客户合作,打开第二增长曲线。同时,行业发展仍面临多重挑战:宏观经济波动可能影响居民消费意愿,消费分层对企业差异化布局提出更高要求;原奶、小麦、大米等核心原材料价格波动带来成本管控压力;食品行业竞争持续加剧,消费趋势与渠道变革加速对企业研发、运营与供应链响应能力提出更高挑战;食品安全、绿色低碳等监管政策持续趋严,对企业全链条合规管理提出更高要求。公司将密切跟踪行业变化,持续深化全产业链布局与精益生产降本增效,加大产品研发投入贴合健康消费趋势,夯实奶吧渠道核心优势并推进全渠道协同发展,强化数字化转型与全链路品控体系建设,积极应对各类潜在风险,确保公司在行业变革中实现稳健经营与可持续发展。

1.销售模式

公司产品销售以“一鸣真鲜奶吧”连锁门店为核心渠道,同时辅以非门店销售渠道,如区域经销、直销(学校、大型企事业单位、自动售货机)、电商等多元非门店销售渠道。其中,公司的奶吧门店采取加盟与直营相结合的经营模式。直销门店选址主要位于社区、商圈、学校、医院及交通枢纽等高客流区域,满足即时消费需求;非门店渠道的区域经销主要通过区域经销商面向早餐店等终端进行产品销售。根据公司与加盟商、经销商分别签订商业特许经营合同、经销商合同,公司加盟商需专营公司生产或许可的产品,经销商则在公司产品销售领域不得经销同类竞品。其中,加盟商以公司统一标识的“一鸣真鲜奶吧”特许加盟门店运营,为维护公司品牌形象,加盟店须专营公司特许产品,不得销售其他来源采购产品;公司经销商系面向区域内早餐店、小型商超等开展产品销售,不得以公司特许门店或商号形式经营的情况,且不得在公司产品范围内经销同类竞品。

(1)奶吧门店销售渠道

公司开创性推出奶吧模式,即打造以的新鲜乳品、烘焙食品及米制鲜食相结合的综合食品连锁门店模式。在渠道便利方面,公司奶吧与连锁便利店较为相近,主要开设在居民社区、商业街区、学校周边、地铁站与高铁站等人口集聚或流通密集场所,满足了现代社会快生活节奏下对即食食品购物便利的需求。在产品结构方面,奶吧门店突出了乳品与烘焙食品组合的新鲜、健康特性,相较传统面包、蛋糕等烘焙店扩展了乳品种类,满足了消费者各类乳制品与烘焙食品的搭配消费需求。

公司产品为短保质期的新鲜乳品、烘焙食品及米制鲜食,能否对奶吧门店产品流通情况实施有效、及时、准确的监督管理,确保直营与加盟门店所提供产品与服务的一致性,是保障短保食品在流通环节质量安全的必要条件,也是公司产品定位与奶吧体系得以持续运营、健康发展的重要基础。由此,公司在二十多年的奶吧门店运营管理过程中,通过探索尝试、积累改进,逐步形成了门店主要管理制度。

在门店终端信息化运营方面,公司要求所有直营与加盟门店安装并使用统一的零售终端信息系统(POS 系统),各门店通过智能要货系统进行产品订货,通过 POS 系统验收、零售结算及库存管理等门店经营活动。公司通过该信息系统能够及时、准确地掌握门店终端的产品进销存情况,并以此为基础,对直营与加盟门店进行产品配送、销售监管与经营指导。同时,为确保加盟商有效执行门店的信息化运营,公司与加盟商在《商业特许经营合同》中对安装与使用 POS 系统做出约定,并规定对加盟奶吧门店员工进行统一的业务培训,以熟练掌握 POS 系统业务操作,培训合格后方可上岗工作。

在门店产品送货与管理方面,公司通过干线与支线冷链物流体系,对所有直营与加盟门店进行直接配送。各门店提前两日通过智能要货系统向公司提交产品订单,公司以此为基础进行产品生产与配送;产品配送后,各门店通过 POS 系统进行验收确认、记录存货。其中,公司对加盟门店实行买断式销售,根据加盟门店的货品验收情况进行货款结算,门店产品的报损损失由加盟商承担。各奶吧门店在夜间下班前,对将于次日过期的临保产品进行现场报损处理,并通过 POS 系统记录上传报损情况。

(1)

在加盟门店的运营监管方面,为避免加盟门店出现临保或过期产品未及时下架报损、兼售非公司特许产品、拖欠支付门店员工工资等违规行为,进而影响公司加盟体系正常运转及奶吧品牌形象的情况,公司要求加盟商为加盟门店开设加盟专用银行账户,专门用于存放门店现金营业款、结算公司销售货款、发放门店员工工资及转出门店剩余营业款等用途,并授权合作银行定期将加盟专用账户的交易明细、余额信息发予公司,以核实现金收银与交易记录的一致性,监管门店运营情况。同时,公司要求门店员工在产品验收、日常物料管理等各个环节落实食品安全的各项制度,特别是在临保食品下架销毁环节。门店员工需在每日晚班打烊前,对门店存货进行盘点,将临保食品的销毁过程拍照留档、填写报损记录,并在 POS 系统中及时记录报损产品信息。

在经营定位方面,直营门店较加盟门店承担更多程度的门店员工输出、品牌示范与市场开拓功能。通过直营门店的快速、重点布局,公司可在新市场区域内较快形成市场知名度,促进产品品牌与门店终端的示范推广;通过加盟门店的逐步铺展,公司可进一步提高区域内的客户覆盖与市场占有率。

(2)非门店销售渠道

非门店销售渠道是乳品、烘焙食品及米制鲜食的传统销售渠道与线上渠道,公司组建了销售中心对非门店销售渠道进行统一规划与管理。非门店销售渠道的主要业务形态包括通过经销商向早餐店等类型客户供应产品,通过直销方式向学校、商超、团购客户等类型客户供应产品,以及通过电商渠道扩大品牌销售区域等。公司在与经销商签署的经销协议中明确约定产品的统一售价、经销区域等,并通过销售中心的外勤巡检,监督与杜绝经销商出现销售过期商品、产品差异定价、跨区域销售等行为。

乳品类产品

米制鲜食及烘焙类产品

季节性产品

2.产品生产模式

为保证产品的健康安全、新鲜口感,确保产品在最短时间送达消费者,公司对乳品、烘焙食品等核心产品实行自主生产的生产模式,并建立了一套完善的“智慧一鸣”生产与销售一体化信息系统,及时汇总各种渠道的需求信息并快速转化为生产指令。例如,奶吧门店每日定时将产品需求通过终端系统发送给信息中心,生产部门根据需求统计调整每日生产的具体品种及产量,运输部门通过冷链物流体系对产品进行及时配送。公司先后获得了工业和信息化部授予的“制造业 与互联网融合发展试点示范项目”称号、浙江省经信委授予的“省级工业互联网平台”称号、

公司以“创造新鲜健康生活”为使命,始终关注食品的新鲜、营养、健康,在需要以 OEM 生产方式进行产品供应补充时,公司在全国范围内遴选具有较高技术标准的大型食品制造企业,如中粮食品等。围绕着产品新鲜提升,供应链体系通过“新鲜配模式”创新,实现核心产品当天生产当天到店的“当日鲜”,这是公司新鲜战略的重大改进。基于此,工厂在生产方式上改进了产线流程模式,柔性生产,在提升品质和效率的同时提升交付能力,物流通过订单拆分、WMS 指令实现分波次分拣,实现当天生产当天到店,大大改善了用户新鲜体验。

(1)乳品生产工艺流程图公司各类乳品产品所使用的生产设备大致相同,普遍采用共线生产模式,但具体的工艺参数有所不同。以发酵乳为例,该类产品的主要生产工艺流程如下:

(2)烘焙食品工艺流程图

烘焙食品的制作大致包括种面醒发、烘烤、配料装饰等步骤,具体如下:

3.采购模式

公司采购原材料主要包括生鲜乳、奶粉、面粉、白糖、粮油、肉制品、果酱果粒及包装材料等。其中,生鲜乳由奶源事业部统一归口管理,其余原辅料由采购中心集中采购与管控。公司采购以“以产定购”为核心,结合安全库存水位、采购周期、物流时效及市场价格波动进行综合统筹,确保合理库存水平稳定支撑连续生产计划。上述原材料多为市场化程度高、供应充分、竞争充分的大宗商品与通用辅料,价格透明度高、供应稳定性较好。

采购中心建立供应商全生命周期管理体系,实施分级分类、准入认证、过程管控、绩效评价与动态淘汰的闭环管理机制。依据物资战略重要性、供应风险、采购金额及技术依赖度,将供应商划分为战略供应商、重要供应商、一般供应商三个等级,实施差异化管理策略:对战略供应商开展长期战略合作与精益增效降本;对重要供应商强化质量与交付管控;对一般供应商实施标准化流程管理,确保整体供应链稳健、高效、低成本运行。

新供应商引入实行严格的资格预审一体系审核—现场验证—样品确认—小批量试供—正式准入流程。由采购、质量、技术、生产、合规等部门组成跨职能评审小组(CFT),对供应商营业执照、生产许可、体系认证(ISO9001/HACCP/FSSC22000 等)、质量管理体系、过程控制能力、添加剂合规管理、追溯体系、环境卫生、仓储物流条件、社会责任与劳工标准等进行综合评审,并结合现场审核结果,形成准入评估报告,经审批后方可纳入合格供应商名录。

对供应商绩效动态评价,建立量化的供应商绩效评价体系,定期开展综合考评,评价维度包括:产品质量稳定性、交付准时率、订单满足率、价格竞争力、售后服务配合度、技术支持能力、合规性与风险表现等。评价结果实行分级排名,并作为下一年度采购份额分配、合作优先级及价格谈判的重要依据。

建立供应商激励与淘汰机制,对绩效优秀的供应商,通过增加采购份额、优先合作、战略伙伴授牌等方式予以激励;对存在轻微问题的供应商,启动纠正预防措施、专项辅导等提升机制;对连续评价不合格、质量重大异常、交付严重违约或存在合规风险的供应商,执行暂停供货、限期整改直至淘汰退出合格供应商名录,确保供应链整体质量与风险可控。

供应商质量与风险协同管理,针对关键原辅材料,推行驻厂监检、飞行检查、批次追溯、第三方检测等强化措施,建立供应风险预警机制,对原材料价格波动、产能约束、物流中断、政策合规变化等风险进行提前识别与应对,保障供应链安全、稳定、可持续。

4.运输模式

为向消费者提供新鲜健康、安全可靠的产品,公司购置了多种型号的冷藏车,并组建了干线冷链物流车队。近年来,公司在原车辆 GPS 全程监控系统的基础上,投资建设了智能要货平台、冷链安全控制系统等多个 IT 系统,逐步推动公司物流体系向智慧物流转型,在采购端、配送端分别做好生鲜乳运输和冷链车辆的管控。根据《食品安全法》的相关规定,公司自有及第三方生鲜乳运输车辆均已取得车辆注册地县级人民政府畜牧兽医主管部门颁发的生鲜乳准运证明,并随车携带生鲜乳交接单。交接单载明生鲜乳收购站的名称、生鲜乳数量、交接时间,并经由生鲜乳收购站与公司运输收奶人员双方签字并存档。公司生鲜乳运输过程均按照流程执行,以防止生鲜乳运输过程中出现食品安全问题,具体包括运输车出厂检查消毒、奶罐温度检查、收奶上锁铅封、到厂开锁化验、卸车冲洗消毒、空罐品控检查及指定位置停放等操作与控制流程。

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	2,812,611,831.40	2,754,515,418.51	2.11	2,707,831,587.73
归属于上市公司股东的净资产	1,134,994,903.35	1,095,931,245.62	3.56	1,098,908,366.51
营业收入	2,903,960,178.46	2,751,221,106.89	5.55	2,643,206,392.54
利润总额	72,186,680.03	39,391,649.85	83.25	26,083,063.82
归属于上市公司股东的净利润	51,193,357.42	28,943,830.41	76.87	22,237,215.77
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	48,399,856.80	29,218,987.55	65.65	23,994,855.82
经营活动产生的现金流量净额	460,225,771.34	359,159,448.10	28.14	300,166,085.82
加权平均净资产收益率(%)	4.59	2.63	增加 1.96 个百分点	2.04
基本每股收益(元/股)	0.1277	0.0722	76.87	0.0555
稀释每股收益(元/股)	0.1277	0.0722	76.87	0.0555

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	654,136,578.47	747,336,608.39	744,081,467.20	758,405,524.40
归属于上市公司股东的净利润	13,306,745.84	18,910,465.36	14,190,529.24	4,785,616.98
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	14,773,372.25	17,461,516.38	12,126,496.34	4,038,471.83
经营活动产生的现金流量净额	53,176,183.50	137,306,888.08	159,954,448.92	109,788,250.84

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)	29,456
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	26,141
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	
浙江明春集团有限公司	0	161,908,000	40.38	0	无	0	境内非国有法人
李美香	0	76,194,000	19.00	0	无	0	境内自然人
朱立群	0	31,756,000	7.92	0	无	0	境内自然人
朱立科	0	31,756,000	7.92	0	无	0	境内自然人
李红艳	0	15,878,000	3.96	0	无	0	境内自然人
平阳心悦自有资金投资合伙企业(有限合伙)	-79,900	14,858,900	3.71	0	无	0	其他
平阳鸣牛自有资金投资合伙企业(有限合伙)	0	2,944,000	0.73	0	无	0	其他
平阳诚悦自有资金投资合伙企业(有限合伙)	-12,200	1,372,000	0.34	0	无	0	其他
中国银行股份有限公司–广发中证养老产业指数型发起式证券投资基金	817,500	817,500	0.20	0	无	0	其他
中国银行股份有限公司–华夏中证细分食品饮料产业主题交易型开放式指数证券投资基金	524,600	524,600	0.13	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	1.朱明春、李美香、朱立科、朱立群、李红艳属于一致行动人;2.明春集团的股权结构为:朱明春持股 70.00%,李美香持股 10.00%,朱立科持股 10.00%,朱立群持股 10.00%。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

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。

2025 年公司实现营业收入 2,903,960,178.46 元,比上年增长 5.55%;实现归属于上市公司股东的净利润 51,193,357.42 元,同比上年增长 76.87%;实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 48,399,856.80 元,同比上年增长 65.65%。

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:605179　证券简称:一鸣食品　公告编号:2026–004

浙江一鸣食品股份有限公司 关于召开 2025 年年度股东会的通知

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:

● 股东会召开日期:2026 年 5 月 18 日

● 本次股东会采用的网络投票系统:上海证券交易所股东会网络投票系统

一、召开会议的基本情况

(一)股东会类型和届次

2025 年年度股东会

(二)股东会召集人:董事会

(三)投票方式:本次股东会所采用的表决方式是现场投票和网络投票相结合的方式

(四)现场会议召开的日期、时间和地点

召开的日期时间:2026 年 5 月 18 日 14 点 30 分

召开地点:浙江省杭州市余杭区五常街道奥克斯创智一号 14 幢 2 单元

(五)网络投票的系统、起止日期和投票时间。

网络投票系统:上海证券交易所股东会网络投票系统

网络投票起止时间:自 2026 年 5 月 18 日

至 2026 年 5 月 18 日

采用上海证券交易所网络投票系统,通过交易系统投票平台的投票时间为股东会召开当日的交易时间段,即 9:15–9:25,9:30–11:30,13:00–15:00;通过互联网投票平台的投票时间为股东会召开当日的 9:15–15:00。

(六)融资融券、转融通、约定购回业务账户和沪股通投资者的投票程序

涉及融资融券、转融通业务、约定购回业务相关账户以及沪股通投资者的投票,应按照《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号—规范运作》等有关规定执行。

(七)涉及公开征集股东投票权

本次股东会不涉及公开征集投票权。

二、会议审议事项

本次股东会审议议案及投票股东类型

序号	议案名称	投票股东类型
		A股股东
非累积投票议案		
1	《公司 2025 年度董事会工作报告》	√
2	《公司 2025 年年度报告及其摘要》	√
3	《公司 2025 年度财务决算报告及 2026 年度财务预算报告》	√
4	《公司 2025 年度利润分配预案》	√
5	《关于公司独立董事 2025 年度述职报告的议案》	√
6	《关于续聘公司 2026 年度审计机构并支付报酬的议案》	√
7	《关于 2026 年公司董事薪酬方案的议案》	√
8	《关于 2026 年度日常关联交易预计的议案》	√
9	《关于 2026 年度公司银行授信及担保额度预计的议案》	√
10	《关于提请股东会授权董事会办理小额快速融资相关事宜的议案》	√
11	《董事、高级管理人员薪酬管理制度》	√

1、各议案已披露的时间和披露媒体

上述议案已经公司第七届董事会第十六次会议审议通过,具体内容详见 2026 年 4 月 21 日刊载于公司指定信息披露媒体及上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)披露的相关公告。公司将于 2025 年年度股东会召开前在上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)披露《2025 年年度股东会会议资料》。

2、特别决议议案:议案 10

3、对中小投资者单独计票的议案:议案 2、3、4、6、7、8、9、10、11

4、涉及关联股东回避表决的议案:议案 7、议案 8

应回避表决的关联股东名称:议案 7:朱立科;议案 8:朱立科、朱立群、李红艳、李美香。

5、涉及优先股股东参与表决的议案:无

三、股东会投票注意事项

(一)本公司股东通过上海证券交易所股东会网络投票系统行使表决权的,既可以登陆交易系统投票平台(通过指定交易的证券公司交易终端)进行投票,也可以登陆互联网投票平台(网址:vote.sseinfo.com)进行投票。首次登陆互联网投票平台进行投票的,投资者需要完成股东身份认证。具体操作请见互联网投票平台网站说明。

(二)同一表决权通过现场、本所网络投票平台或其他方式重复进行表决的,以第一次投票结果为准。

(三)持有多个股东账户的股东,可行使的表决权数量是其名下全部股东账户所持相同类别普通股和相同品种优先股的数量总和。

持有多个股东账户的股东通过本所网络投票系统参与股东会网络投票的,可以通过其任一股东账户参加。投票后,视为其全部股东账户下的相同类别普通股和相同品种优先股均已分别投出同一意见的表决票。

持有多个股东账户的股东,通过多个股东账户重复进行表决的,其全部股东账户下的相同类别普通股和相同品种优先股的表决意见,分别以各类别和品种股票的第一次投票结果为准。

(四)股东对所有议案均表决完毕才能提交。

四、会议出席对象

(一)股权登记日下午收市时在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司登记在册的公司股东有权出席股东会(具体情况详见下表),并可以以书面形式委托代理人出席会议和参加表决。该代理人不必是公司股东。

股份类别	股票代码	股票简称	股权登记日
A股	605179	一鸣食品	2026/5/12

(二)公司董事和高级管理人员。

(三)公司聘请的律师。

(四)其他人员

五、会议登记方法

(一)登记时间:5 月 13 日 9:00 — 17:00

(二)登记地点:浙江省杭州市余杭区五常街道奥克斯创智一号 14 幢 2 单元

(三)拟现名参加股东会的股东可携带下述文件至登记地点或将下述文件以邮件方式发送至公司邮箱 inmfood@yi-ming.cn 完成登记。

1、自然人股东持本人身份证或其他能够表明其身份的有效证件或证明文件、股东账户卡进行登记;自然人股东委托代理人出席的,代理人持本人身份证或其他能够表明其身份的有效证件或证明文件、授权委托书、委托人身份证复印件及委托人股东账户卡进行登记。

2、法人股东应当由法定代表人或其委托的代理人出席会议。由法定代表人出席会议的,凭法人单位营业执照复印件(加盖公司公章)、本人身份证、法人证券账户卡办理登记;由法定代表人委托代理人出席会议的,代理人凭法人单位营 业执照复印件(加盖公司公章)、本人身份证、法定代表人依法出具的《授权委托书》(见附件)、委托人证券账户卡办理登记。

3、合伙企业股东由执行事务合伙人或执行事务合伙人的委派代表出席会议的,凭本人身份证,能证明其具有执行事务合伙人或执行事务合伙人的委派代表资格的有效证明、证券账户卡办理登记;委托代理人出席会议的,代理人凭本人身份证、合伙企业执行事务合伙人或执行事务合伙人或委派代表依法出具的书面授权委托书(加盖合伙企业印章)、委托人证券账户卡办理登记。

六、其他事项

(一)出席会议人员请于会议开始前半小时内到达会议地点,携带相关身份证明材料、股东账户卡等原件,以便验证入场。

(二)为更好的服务广大中小投资者,确保有投票意愿的中小投资者能够及时参会、及时投票,公司拟使用上证所信息网络有限公司(以下简称“上证信息”)提供的股东会提醒服务,委托上证信息通过智能短信等形式,根据股权登记日的股东名册主动提醒股东参会投票,向每一位投资者主动推送股东会参会邀请、议案情况等信息。投资者在收到智能短信后,可根据使用手册(下载链接:https://vote.sseinfo.com/i/yjt_help.pdf)的提示步骤直接投票,如遇拥堵等情况,仍可通过原有的交易系统投票平台和互联网投票平台进行投票。

(三)与会股东食宿和交通费自理。

(四)联系地址:浙江省杭州市余杭区五常街道奥克斯创智一号 14 幢 2 单元

联系人:林益雷　联系电话:0577–88350180

特此公告。

浙江一鸣食品股份有限公司董事会

2026 年 4 月 21 日

附件 1:授权委托书

● 报备文件

提议召开本次股东会的董事会决议

附件 1:授权委托书

授权委托书

浙江一鸣食品股份有限公司:

兹委托　先生(女士)代表本单位(或本人)出席 2026 年 5 月 18 日召开的贵公司 2025 年年度股东会,并代为