公司代码:603719　　公司简称:良品铺子

良品铺子股份有限公司 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、未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
独立董事	舒安宁	个人工作安排冲突	龚顺荣

4、普华永道中天会计师事务所(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

经普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)审计,2025 年度公司合并报表实现归属于上市公司股东的净利润为 -147,652,273.22 元;截至 2025 年 12 月 31 日,公司母公司报表中期末未分配利润为人民币 370,974,492.95 元。经董事会决议,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分配利润。本次利润分配、公积金转增股本方案如下:

公司拟向全体股东每 10 股派发现金股利 2.49 元(含税),不送红股,不进行资本公积金转增股本。如执行上述预案,截至 2025 年 12 月 31 日,公司总股本 401,000,000 股,以此为基数计算,本次将派发现金红利 99,849,000.00(含税)。本年度公司未进行股份回购和注销。

如在本预案披露之日起至实施权益分派股权登记日期间,公司参与分配的股本总数发生变动的,公司拟维持每股分配比例不变,相应调整分配总额,后续总股本变动情况将另行公告。

本次利润分配方案尚需提交股东会审议。

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	良品铺子	603719	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	徐然	罗丽英、孟妍
联系地址	武汉市东西湖区航天路 1 号良品大厦	武汉市东西湖区航天路 1 号良品大厦
电话	027-85793003	027-85793003
传真	027-85793003	027-85793003
电子信箱	dongban@lppz.com	dongban@lppz.com

2、报告期公司主要业务简介

(一)公司所处的行业

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》(中国证券监督管理委员会公告[2012]31 号)的规定,公司所属行业为零售业(分类代码:F52)。从公司经营的主要产品以及经营模式来看,一般认为公司业务属于休闲食品行业。

(二)行业发展阶段

休闲食品的消费人群广、消费场景丰富、产品形态多样。消费者多样化、多变、爱尝鲜、冲动购买等特征使得零食行业产品更迭和渠道变迁速度较快,而每一轮大的产品更迭和渠道变迁都对应巨大的产业发展机会。

2025 年,休闲食品行业整体处于存量竞争与结构性变革深度交织的阶段。从市场规模看,根据艾媒咨询发布的《2025 年中国休闲食品行业发展状况与消费行为调查数据》,2025 年,我国休闲食品行业规模为 11,804 亿元。消费需求端呈现出显著的“K 型分化”趋势:一端是更倾向于“确定的省”的消费者,追求极致的性价比,对价格高度敏感;另一端则是更愿意为“确定的好”买单的消费者,他们追求更好的体验、更健康的成分、更安心的品质,愿意为高品质产品支付溢价。

(三)公司行业地位

公司深耕休闲食品行业 19 年,是全渠道发展的休闲食品企业之一。“良品铺子”作为全国驰名品牌,销售规模处于休闲食品行业前列。2020 年,公司作为上海证券交易所首家“云上市”企业登陆 A 股市场。创立至今,公司始终坚持“良心的品质、大家的铺子”创业初心,秉持“好原料造就好味道”的品牌主张,持续为广大用户提供高品质休闲食品。2025 年,公司聚焦“一品一链”战略,发起“寻味中国好原料”溯源活动,通过布局优质原产地,从源头夯实产品品质,品牌“好原料”形象持续深化。同时,公司积极践行产业助农,以高效、透明的零食供应链带动上游农业产化发展,获评湖北省工商业联合会“2025 湖北民营服务业企业 20 强”、武汉企业联合会“2025 武汉企业 100 强”等奖项,实现了经济效益与社会效益的双重提升;“拇指风干牛肉”、“岩烧猪肉脯”、“牛乳蛋白棒”、“益生元西梅”产品获第七届 iSEE 全球美味奖。

(四)公司的主要业务

公司主要从事休闲食品的研发、采购、销售、物流配送和运营业务,是以产品创新和渠道发展双轮驱动,经营全品类零食,多品牌运营、全渠道均衡布局、全产业链协同的平台化、数字化、产品科研的创新型零售企业,致力于为消费者提供更高品质的产品和服务,满足客户对不同健康营养成分、不同购买任务、不同使用场景的细分需求。

报告期内,公司主要业务未发生变化。

(五)公司的主要产品

1、公司拥有涵盖休闲零食与其他生活场景的丰富产品线

为覆盖从日常零食到其他生活场景的广泛需求,公司着手布局多样化品类组合。日常零食包括肉类零食、海味零食、素食山珍、话梅果脯、红枣果干、坚果、炒货、饮料饮品、糖巧、罐头果冻、烘焙糕点、饼干膨化、礼品礼盒等产品线;为满足用户的刚需场景需求,增加多温区饱腹代餐类产品品种,满足用户追求新鲜、便捷的生活场景需求。

2、公司以消费者的需求为导向提供多类产品

公司始终坚持以用户需求为核心、为顾客创造价值的产品策略,以品质零食为核心,在自然健康零食的基础上,在产品原料、工艺及配方上进行升级,持续完善产品矩阵的同时提升产品品质。公司针对学龄儿童食用、家庭囤货、上班便捷、下午茶分享、企事业单位福利等分别推出了儿童零食、散货及分享装产品、早餐晚餐代餐、现制食品及饮品、节庆送礼、椰汁植物饮料及养生水等多类产品。

(六)公司的经营模式

公司以消费者的细分需求为导向进行产品创新,以领先的食品健康营养技术为支撑,制定原料、产品工艺与配方的质量规范与标准,向上游供应商采购产品,完成严格的产品质量检验后进行收货、仓储、发货等动作,最终通过完善的全渠道网络将产品销售给客户,为顾客提供高品质产品和服务。

1、研发模式

公司以市场需求为导向,以食品科学技术为支撑,通过委外合作研发迭代产品,优化口味/口感/形态,快速响应市场需求。同时,公司也围绕研发创新开展产品配方升级、工艺改善、绿色环保、产品标准完善、降本增效、品质提升、参与行业标准制定等工作。

2025 年,在延续既有产品研发合作模式上,实践“原料好、产品好”的产品开发理念,联合行业专家深入多个原料基地挖掘好品质原料和地域特色食材,已开发出“香酥龙虾尾”、“Mini 夹馅小圆饼”、“香脆蔬菜虾饼”、“水牛乳奶泡泡”等多款爆款产品。

2、产品运营模式

公司的产品运营模式是以公司战略意图、市场分析、顾客需求洞察为基础,以“一品一链”的产品运营模式为核心,包含产品开发规划、单品企划设计、研发与开发、产品测试与试验、上市与交付、成熟运营、产品退市等七大业务流程,以强化产品企划、市场推广及销售运营的三方协同,满足不同消费人群对休闲食品的差异化需求。

3、供应链管理模式

公司建立了以供应计划为调控枢纽,以物流管理为供应保障,以质量管理为安全保障,对产品的采购、仓储、物流、交付进行全流程控制和管理的供应链管理模式。

在供应计划环节,公司结合销售预测(基于历史数据、趋势及预算目标)和节假日、商品供应等级、保质期等因素,动态修正 SKU 备货计划。同时进一步迭代杉树智能补货平台,结合工厂生产周期、运输周期、下单间隔期、安全库存天数等核心参数实现系统智能订单核算。2025 年,公司优化物流链路,利用物流集约资源实现降本增效。

在采购环节,公司通过优势原料的溯源,与产业带前端或原料产地的供应商建立长期、稳定的合作伙伴关系,采用“锁量锁价 + 联合采购”和“一品一链”双结合的采购模式,实现“重点品种或核心单品集中供应,新品种通过市场化竞争供应”的双循环,在保证产品品质与新鲜度的同时进一步降低采购成本。

在仓储物流环节,公司线上、线下销售渠道共享库存,通过 OMS/ERP 系统智能分配订单至就近仓库,同时 WMS 仓储管理系统计算订单参数(数量、体积、交付时间等),联动 TMS 运输管理系统生成运输指令,由合作承运商高效配送,实现库存的高效周转、订单需求的满足及商品的快速交付。

4、质量管理模式

2025 年,公司在全流程质量控制体系基础上,以源头升级、机制提效、标准从严、检测增项为核心,持续压实食品安全主体责任,推动质量管理从“合规管控”向“风险预控”升级,全方位筑牢产品品质防线。

在产品质量保障方面,公司持续完善覆盖供应商管理、生产过程、入库检验、产品上市质量监控的全链路质量管控体系,依托良品铺子通过 CNAS 认可的实验室,实现从原料到终端的闭环管理。本年度重点推进四大质量提升举措,进一步巩固高标准、稳品质的产品供给能力。

(1)供应商管理优化

在传统自主审核基础上,补充第三方权威机构实施供应商年度审核,除增加检查频率外,还提升审核独立性与专业性;同步优化供应商分级与处罚机制,进一步加大红线行为、食品安全风险的处罚力度,强化供应商质量主体责任,推动供应链整体质量水平稳步提升。

(2)质量标准体系全面优化

系统升级产品质量标准,对原辅料等级、产地限定、关键质量指标进行明确约定与刚性约束,将好原料的理念固化为可检查、可验证的标准条款,并纳入供应商年度审核与日常检核,从源头保障原料品质一致性。

(3)型式检验扩项,强化风险防控

在常规型式检验基础上,新增高风险项目检测,聚焦微生物、农残、重金属、食品添加剂及特色品类风险因子,扩大检测覆盖范围、提高检测频次,以更严苛的检测标准提前识别、预警、消除潜在质量安全风险。

(4)全链条监督常态化、精准化

延续供应商突击检查、不定期视频检核、专项质量培训(高温季节防控、微生物监控、标签规范等),结合第三方审核、标准落地核查、原辅料符合性检查,形成“日常监督 + 专项检查 + 年度审核”三位一体监管模式,确保供应商严格按照品铺子标准组织生产。

5、销售模式

公司采取以门店为核心的全渠道销售模式,广泛通过线上、线下各类渠道向用户提供产品和服务。目前,公司已布局门店渠道、平台电商渠道、社交电商渠道及团购渠道,构建了与用户实现交互的全方位触点,及时、准确地响应用户需求,智能推送与用户需求相匹配的信息,向“不断接近终端、随时提供服务”的全渠道布局升级。

(1)门店渠道

公司持续巩固“直营 + 加盟”双轮驱动的门店网络优势,迭代升级线上线下深度融合的立体化零售生态。在直营渠道端,公司通过全资运营的良品铺子品牌连锁门店,实现对终端消费场景的精准把控与标准化服务输出,直营体系资产及经营成果直接归属于公司,同步推进直营门店运营效率优化与体验升级。在加盟渠道端,门店的资产、负债、盈亏归属于加盟商,依据《特许经营合同》协议条款,公司通过全链路商品供应、精细化标准化运营管理服务全方位赋能加盟门店,加盟商则按约定向公司结算商品采购款项并支付品牌授权及运营服务费用,实现品牌与加盟商的共生共赢。

门店业务深化升级“线下门店 + 本地生活 + 私域运营”的协同体系,深化与抖音、美团等本地生活平台的战略合作,实现精准引流到店与高效转化,通过外卖渠道稳定提供 3 公里 30 分钟到家的即时零售服务;同步深度挖掘店圈企业福利、会议茶歇、团餐等多元化需求,拓宽门店营收渠道,并依托企业微信社群、门店直播、会员专属活动等工具深化会员私域精细化运营,持续提升老客复购率。形成“实体为基、全域联动、精耕细作”的经营生态,全面覆盖用户全时段、多场景消费需求,实现店圈流量的高效经营与价值最大化。

(2)平台电商渠道

平台电商渠道是指在第三方电子商务平台上从事 B2B(例如天猫超市、京东自营等)和 B2C(例如良品铺子天猫旗舰店、良品铺子京东旗舰店等)的业务渠道。公司还积极拥抱即时零售、社区团购等创新业态,通过深度分析用户画像与购物习惯,以数据驱动精准匹配货品与营销内容,构建全链路数字化经营体系,旨在全方位满足消费者线上美味购物需求。

(3)社交电商渠道

社交电商渠道是指通过图文、短视频、直播的新媒体内容形式建立粉丝与品牌的互动,并借助 MCN 机构、达人合作带货及直播等形式,实现商品销售的电子商务活动的渠道(例如抖音、快手渠道等)。公司通过商城、自播、与 MCN 机构/达人/团长合作等多种形式与消费者进行互动与沟通,有效提升了品牌知名度和用户黏性。

(4)团购渠道

公司以城市为单位、针对用户大批量采购或定制采购需求的团购渠道开拓团购代理商,进行品牌及产品推广、销售渠道网络搭建与经营服务管理。团购业务深耕城市网络、建立长期良好的客户关系网络,现已形成核心爆款产品池及礼品定制自选服务,提供“员工福利”、“商务馈赠”、“高端会所招待”、“高铁赠品”及“机上配餐”等多种场景的产品解决方案。

(七)公司的业绩驱动因素

报告期,公司围绕品质升级,通过“一品一链”迭代采购体系,持续优化供应链;打造从源头到消费终端的透明化、可视化产业链条,全链路溯源,强化品牌信任状;同步优化单店模型,精益生产改善,提升经营效率,进而提升公司产品及渠道竞争力。

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	3,822,728,580.77	4,702,029,816.22	-18.70	5,521,460,814.80
归属于上市公司股东的净资产	1,996,592,597.66	2,243,056,222.59	-11.03	2,489,308,020.59
营业收入	5,485,531,798.81	7,159,201,563.03	-23.38	8,045,888,960.40
利润总额	-178,780,344.41	-25,677,423.71	不适用	262,072,616.49
扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入	5,428,528,374.26	7,104,367,465.98	-23.59	7,951,400,892.03
归属于上市公司股东的净利润	-147,652,273.22	-46,104,461.34	不适用	180,285,890.50
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-177,643,883.40	-74,761,399.53	不适用	65,141,846.21
经营活动产生的现金流量净额	411,954,774.32	5,771,529.32	7,037.71	1,279,750,894.98
加权平均净资产收益率(%)	-6.99	-1.93	减少 5.06 个百分点	7.43
基本每股收益(元/股)	-0.37	-0.12	不适用	0.45
稀释每股收益(元/股)	-0.37	-0.12	不适用	0.45

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	1,732,123,213.77	1,096,597,596.84	1,311,438,822.09	1,345,372,154.11
归属于上市公司股东的净利润	-36,148,567.92	-57,404,590.08	-28,767,087.21	-25,332,038.01
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-40,182,201.30	-78,806,620.60	-27,179,717.56	-31,475,343.94
经营活动产生的现金流量净额	361,490,391.32	-108,681,371.49	-67,071,994.08	226,217,748.57

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)	36,314
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	34,072
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)

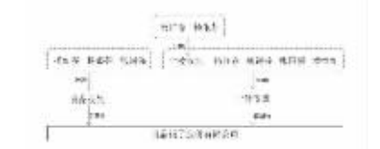
股东名称(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
宁波汉意创业投资合伙企业(有限合伙)	0	141,287,094	35.23	0	质押/冻结	141,287,094	其他
达永有限公司	-4,010,000	72,826,126	18.16	0	无		境外法人
宁波良品投资管理有限公司	0	11,970,120	2.99	0	无		境内非国有法人
宁波艾邦投资管理有限公司	-850,000	4,750,000	1.18	0	无		境内非国有法人
良品铺子股份有限公司-2023 年员工持股计划	0	3,016,600	0.75	0	无		其他
宁波汉兆奇好投资管理合伙企业(有限合伙)	-121,900	2,692,013	0.67	0	无		其他
赵文慧	2,562,601	2,562,601	0.64	0	无		境内自然人
陈丽雯	2,415,887	2,415,887	0.60	0	无		境内自然人
宁波汉林致好投资管理合伙企业(有限合伙)	-238,800	2,260,613	0.56	0	无		其他
龙秦璋	2,194,300	2,194,300	0.55	0	无		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	(1)截至报告期末,宁波汉意创业投资合伙企业(有限合伙)、宁波良品投资管理有限公司系一致行动人。(2)截至报告期末,宁波汉亮奇好投资管理合伙企业(有限合伙)、宁波汉林致好投资管理合伙企业(有限合伙)、宁波汉宇信好投资管理合伙企业(有限合伙)、宁波汉良佳好投资管理合伙企业(有限合伙)系一致行动人。(3)截至报告期末,宁波汉意创业投资合伙企业(有限合伙)的大股东杨红春担任宁波良品投资管理有限公司的执行董事和法定代表人;宁波汉意创业投资合伙企业(有限合伙)的合伙人之一杨银芬担任宁波良品投资管理有限公司的监事。						
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。

报告期,公司主要经营情况如下:

2025 年,公司开展核心产区溯源,通过“一品一链”产品创新升级,围绕渠道优化调整、产品价值传递、精益管理等举措,有序开展公司业务调整优化。

(一)核心产区溯源,强化品牌价值感知

2025 年,公司以“原产地 好原料”为顾客价值原点,持续夯实“好原料造就好味道”的品牌价值主张,以“一品一链”为核心抓手,通过“寻味中国好原料”IP 系统化打造原生内容与全域传播,将品牌价值从产品端延伸至产业链源头,提升用户对品牌的差异化感知及深度信任。

公司发起 23 次核心产区溯源行动,深入长白山红松、云南夏威夷果、贵州关岭牛肉、河北迁西板栗等 28 款明星产品原产地,三次携手中央广播电视总台等国家级媒体深入田间山头,以真实镜头呈现“原产地→好原料→好味道→与用户美好生活的关系”的全链路故事,将“好原料”从供应链语言转化为消费者可感知的品牌语言。

(二)推进各渠道优化调整,积极谋求经营改善

1、门店业务深耕用户价值,推进单店模型优化及精益化运营

报告期内,门店业务坚定聚焦用户服务、回归用户价值核心策略,以强化导购服务为抓手打造爆款,通过优化商品陈列、通知门店试吃等体验式服务,让优质产品被看见、被吃到,深度触达消费需求,策略落地取得显著成效。同步完成组织机制调整与流程重构,进一步提升渠道销售能力、优化组织运行效率,以产品为核心做好顾客服务。此外,积极探索现制工坊模式,丰富门店产品服务形态,打造新鲜即时的现制消费场景,强化线下消费体验与门店吸引力,有效提振门店人气,持续探索优化单店模型,全方位夯实门店经营根基。

同时,持续深化与抖音、美团、快手等本地生活平台深度合作,深度融合“线下强体验 + 线上全触达”生态,以场景溯源直播为核心抓手打造线上营销新场景,联动平台资源挖掘消费需求、打造爆款产品,高效整合公域与店圈私域流量,筑牢跨渠道用户闭环;通过直播与门店场景联动,实现公域流量精准引流到店,激活并深耕店圈流量,提升品牌线上线下联动效应与爆款产品市场触达率。

2、线上业务聚焦差异化内容表达,优化发展结构

2025 年,公司秉持用户中心理念,对线上业务实施深度战略调整,聚焦产品价值的内容化表达,以差异化新品内容为增长引擎,成功打造牛肉脆片、西梅、拇指风干牛肉等多款行业 TOP 级大单品,实现了从单品突破到品类占位的跨越。

平台电商渠道,通过数据化经营链路重构销售模型,以精细化内容沟通响应用户的全场景需求,构建单品链接、单品直播、单品视频三位一体的增长体系:聚焦 50 个细分市场,多链接布局打造细分市场的爆款链接和单品直播间矩阵,抢占搜索与推荐入口,以高付费推广的方式获流,以付费投入的效率获得竞争优势,抵御市场“低价”竞争的流量分化,爆款链接数量及销售 GMV 整体呈稳定上升态势。

社交电商渠道,重构兴趣直播流量模型,打通“内容种草”到“直播转化”的最短路径,成功打造百万级直播间,驱动销售规模持续攀升;在达人合作方面构建了覆盖 KOL 与 KOC 团长的高效种草矩阵,沉淀出标准化的爆款视频生产流程,提升内容产出效率与爆款命中率,让优质内容成为可复制的增长工具;同时,精细化运营抖音商城与超市业务,实现“内容场”与“货架场”的高效联动,带动商城销售同比增长。

3、团购业务持续渠道拓展与产品升级,推动高质量发展

公司在广泛的团购礼品分销网络的基础上,通过糖酒会等渠道在全国范围内引入传统渠道客户,使得客户数量达到 400 家及以上,并在麦德龙、沃尔玛等商超渠道进行布局,有效提升了公司产品的市场渗透率。

在产品方面,团购业务围绕“好原料造就好味道”的品牌主张,深耕健康美味新零食,并以中国非物质文化遗产和新国潮为灵感,对产品包装进行美学升级,赋予礼盒更深厚的文化价值。在产品布局上,团购业务聚焦三大核心节庆:端午节主打“健康粽粽棕”,回归食材本味;中秋节推出“诗词新国潮”,将古典韵味融入现代口感;年货节则以“有解有潮更有料”为主题,打造兼具鲜美品质与潮流创意的年味礼盒,以提升其产品力。

(三)产品一品一链创新,供应链增值提效

报告期,公司为持续提升用户体验,进行一品一链产品创新,全链路上推行从育种、种养殖到产品设计、初加工、深加工、产品内容创作、产品多渠道销售等多环节多角色之间相互承诺互领、相互支持的供应合作模式。

产品围绕原料和工艺的差异化打造爆款拉动销售:以澳洲安格斯牛肉为原料的“澳洲安格斯牛肉脆”系列产品月销突破千万;以潜江小龙虾为原料实现从菜品到标准化包装零食品类跨越的“香酥龙虾尾”产品,以东北盘锦大米和地道药食同源八珍为原料的“八珍糕”,以黑龙江宝清红小豆为原料的“全麦椰香红豆卷”,以无抗鹌鹑蛋为原料的“什锦鹌鹑蛋”等产品,单品月销均突破百万;以工艺为支撑,在门店售卖卤味现烤板栗、现烤肉脯等特色产品,通过现制现售的方式让产品口味口感更好,现场香味更有食欲,上市后单月最高销售破三百万元。

2025 年,公司通过落实一品一链,提升产品供应效率降低全链路成本:同一产品集中供应,通过订单规模化降低成本,需求与原料互锁,发挥原料成本优势,以原料产地与工厂结合的距离优势、成本优势,降低产品成本;本年度公司已在牛肉、肉脯、红枣、蛋制品、炒货、坚果等产品线的核心品种上,实现集中供应,有效降低采购成本。

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:603719　　证券简称:良品铺子　　公告编号:2026-016

良品铺子股份有限公司关于 2025 年下半年度计提资产减值准备的公告

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。

良品铺子股份有限公司(以下简称“公司”)根据《企业会计准则》及公司会计政策的相关规定,对应收款项、存货、长期待摊费用等计提了资产减值准备,现将具体情况公告如下:

一、本次计提资产减值准备情况概述

公司根据《企业会计准则》和公司会计政策相关规定,基于谨慎性原则,2025 年 7-12 月计提各类资产减值准备人民币 23,049,311.52 元,具体情况如下:

项目(损失以“-”号填列)	金额(元)
信用减值损失	-2,907,235.94
其中:应收账款坏账	-1,269,037.46
其他应收款坏账	-1,741,898.40
长期应收款坏账转回	103,699.92
资产减值损失	-20,142,075.58
其中:长期待摊费用减值损失	-3,759,299.14
存货跌价损失	-2,222,274.73
长期股权投资减值损失	-11,956,512.35
商誉减值损失	-366,916.41
固定资产减值损失	-1,837,072.95
合计	-23,049,311.52

二、本次计提资产减值准备的具体情况

1、信用减值损失

对于划分为组合的应收账款和长期应收款,公司参考历史信用损失经验,结合当前状况以及对未来经济状况的预测,通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率,计算预期信用损失。对于划分为组合的其他应收款,公司参考历史信用损失经验,结合当前状况以及对未来经济状况的预测,通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率,计算预期信用损失。

2025 年 7-12 月公司应收账款计提信用减值损失 1,269,037.46 元,其他应收款计提信用减值损失 1,741,898.40 元,长期应收款转回信用减值损失 103,699.92 元。

2、长期待摊费用减值损失

2025 年 7-12 月,公司部分门店的长期待摊费用存在减值迹象。公司以单个门店作为一个资产组进行减值测试,经比较该资产组的公允价值减去处置费用后的净额和预计未来现金流量的现值后,采用预计未来现金流量的现值确定相关资产组的可收回金额,并计提长期待摊费用减值准备。

在测算预计未来现金流量的现值时,涵盖的年限与各资产组中主要资产的剩余可使用年限一致。本集团根据历史经验及对市场发展的预测确定收入增长率和毛利率,预测期增长率为 -23.35%至 20%基于本集团经批准的 5 年的预测(考虑各资产组中主要资产的剩余使用年限),预测期增长率考虑历史财务数据、同行业上市公司的经营情况以及宏观经济因素等确定,并经过合理性分析验证。稳定期增长率为 2%,其为预测期后所采用的增长率,参考了 GDP 增长率及 CPI 增长率,折现率为 11%。

2025 年 7-12 月公司根据门店资产组减值测试结果计提长期待摊费用减值损失 3,759,299.14 元。

3、存货跌价损失

存货跌价准备按存货成本高于其可变现净值的差额计提。可变现净值按日常活动中,以存货的估计售价减去估计的合同履约成本和销售费用以及相关税费后的金额确定。在同一地区生产和销售且具有相同或类似最终用途的存货,公司合并计提存货跌价准备。其中,对于库存商品、周转材料,公司根据效期、保管状态、历史销售折扣情况及预计未来销售情况等因素计提存货跌价准备。

2025 年 7-12 月公司计提存货跌价损失 2,222,274.73 元。

4、长期股权投资减值损失

对合营企业、联营企业的长期股权投资,公司于资产负债表日判断是否存在

减值迹象。当存在减值迹象的,估计可收回金额低于账面价值时,将可收回金额低于长期股权投资账面价值的差额计提长期股权投资减值准备。

2025 年 7-12 月公司计提长期股权投资减值损失 11,956,512.35 元。

5、商誉减值损失

在进行商誉减值测试时,本集团将相关资产组(含商誉)的账面价值与其可收回金额进行比较,如果可收回金额低于账面价值,相关差额计入当期损益。

本集团在进行减值测试时,经比较相关资产组的公允价值减去处置费用后的净额和预计未来现金流量的现值后,根据可收回金额与账面价值的差额计提减值准备 366,916.41 元。

6、固定资产减值损失

根据《企业会计准则第 8 号—一资产减值》的相关规定,资产存在减值迹象的应当估计其可收回金额。可收回金额应当根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高确定。可收回金额的计量结果表明,资产的可收回金额低于其账面价值的,应当将资产的账面价值减记至可收回金额。

2025 年 7-12 月公司计提固定资产减值准备 1,837,072.95 元。

三、计提资产减值准备对公司的影响

2025 年下半年公司共计提各项资产减值准备 23,049,311.52 元,对 2025 年合并报表利润总额影响 23,049,311.52 元。本次计提减值准备符合《企业会计准则》及公司会计政策的相关规定,能够真实客观反映公司截至 2025 年 12 月 31 日的财务状况和经营成果,符合相关规定和公司实际情况,不存在损害公司及股东利益的情形。敬请广大投资者注意投资风险。

特此公告。

良品铺子股份有限公司董事会
2026 年 4 月 22 日

证券代码:603719　　证券简称:良品铺子　　公告编号:2026-012

良品铺子股份有限公司关于使用部分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	不超过人民币 12 亿元(含 12 亿元)
投资种类	安全性高、流动性好、风险等级较低、单项产品期限最长不超过 12 个月的金融产品,包括但不限于理财产品、结构性存款、通知存款、定期存款、大额存单、协定存款等。
资金来源	自有资金

● 已履行及拟履行的审议程序

本事项已经良品铺子股份有限公司(以下简称“公司”)第三届董事会第十二次会议审议通过,该议案尚需提交公司 2025 年年度股东会审议。

● 特别风险提示

尽管公司现金管理产品属于中低风险投资品种,但金融市场受宏观经济的影响较大,不排除该项投资受到市场波动等因素影响,存在一定的系统性风险以及受发行主体等原因可能导致的本金受损风险。

一、投资情况概述

(一)投资目的

为提高公司资金使用效益,在不影响公司主营业务正常开展,确保公司经营资金需求的前提下,公司及控股子公司拟使用部分闲置自有资金进行现金管理,为公司和股东获取更多的资金收益。

(二)投资金额

不超过人民币 12 亿元(含 12 亿元),期限内任一时点的交易金额(含投资收益再投资金额)不超过该额度,额度内资金可循环滚动使用。

(三)资金来源

公司及控股子公司闲置自有资金。

(四)投资方式

1、投资品种:公司及控股子公司拟进行现金管理的品种为银行、证券公司等金融机构发行的安全性高、流动性好、风险等级较低,单项产品期限最长不超过 12 个月的金融产品,包括但不限于理财产品、结构性存款、通知存款、定期存款、大额存单、协定存款等。

2、实施方式:为提高效率,公司董事会授权经理层在上述额度及决议有效期内行使投资决策权、签署相关文件等事宜,包括但不限于:选择合格的专业金融机构、明确现金管理金额、期间、选择产品/业务品种、签署合同及协议等,并由公司管理层组织相关部门实施。

3、现金管理受托方的情况:公司及控股子公司拟进行现金管理的受托方均为全国性的金融机构,包括但不限于银行、证券公司等,与公司、公司控股股东及实际控制人不存在任何形式的关联关系。

(五)投资期限

自公司股东会审议通过之日起 12 个月内。

二、审议程序

本事项已经公司第三届董事会第十二次会议审议通过,该议案尚需提交公司 2025 年年度股东会审议。

三、投资风险分析及风控措施

(一)风险分析

尽管公司本次现金管理产品属于中低风险投资品种,但金融市场受宏观经济的影响较大,不排除该项投资受到市场波动等因素影响,存在一定的系统性风险以及受发行主体等原因可能导致的本金受损风险。

(二)风险控制措施

针对前述投资风险,公司制定风险控制措施如下:

1、公司将严格遵守审慎投资原则,严格筛选投资对象,选择安全性高、流动性好、风险等级较低的现金管理产品进行投资。

2、产品存续期间,公司财务部门将与委托理财受托方保持密切联系,及时分析和跟踪理财产品投向、项目进展情况,合理预计各项投资可能发生的收益和损失,一旦发现或判断有不利因素,将及时采取相应措施,控制投资风险。

3、公司审计部门对资金使用情况进行日常监督,并定期对相关投资产品进行全面检查。独立董事、审计委员会有权对资金使用情况进行监督与检查,必要时可以聘请专业机构进行审计。

4、公司将按照《公司法》《证券法》《上海证券交易所股票上市规则》等相关规定的要求及时履行信息披露义务。

四、投资对公司的影响

公司及其控股子公司使用部分闲置自有资金购买安全性高、流动性好、风险等级较低、单项产品期限最长不超过 12 个月的理财产品或存款类产品,是在保证日常经营运作资金需求和资金安全的前提下实施的,不影响公司日常资金正常周转需要,不会影响公司主营业务的正常开展,有利于提高资金使用效率,增加公司收益,实现股东利益最大化。

根据新金融工具准则,公司将购买的理财产品根据产品协议具体内容计入“交易性金融资产”、“其他流动资产”或“货币资金”;列报于“交易性金融资产”和“其他流动资产”的理财收益计入“投资收益”,列报于“货币资金”的理财收益计入“利息收入”。具体以会计师事务所年度审计结果为准。

特此公告。

良品铺子股份有限公司董事会
2026 年 4 月 22 日

证券代码:603719　　证券简称:良品铺子　　公告编号:2026-011

良品铺子股份有限公司关于公司及控股子公司 2026 年度向金融机构申请综合授信额度并进行预计担保的公告

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:

● 担保对象及基本情况

被担保人名称	本次担保金额	实际为其提供的担保金额(不含本次担保金额)	是否在前期预计额度内	本次担保是否有反担保
湖北良品铺子食品工业有限公司	8.4 亿元	0.09 亿元	不适用:本次为年度担保预计	否
宁波良品铺子食品商贸有限公司	3.6 亿元		不适用:本次为年度担保预计	否

● 累计担保情况

对外担保逾期的累计金额(万元)	0.00
截至本公告日上市公司及其控股子公司对外担保总额(万元)	174,707.13
对外担保总额占上市公司最近一期经审计净资产的比例(%)	87.56
特别风险提示(如有请勾选)	√担保金额(含本次)超过上市公司最近一期经审计净资产 50% □对外担保总额(含本次)超过上市公司最近一期经审计净资产 100% □对合并报表外单位担保总额(含本次)达到或超过最近一期经审计净资产 30% □本次对资产负债率超过 70%的单位提供担保
其他风险提示(如有)	无

一、担保情况概述

(一)担保的基本情况

为满足良品