

证券代码：300783

证券简称：三只松鼠

公告编号：2026-008

# 三只松鼠股份有限公司 2025 年年度报告摘要

## 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。

德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

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

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 399,690,700 股为基数（以公司截至公告日总股本 401,686,400 股扣除截至公告日库存股 1,995,700 股得出，最终以实施 2025 年度利润分配方案时股权登记日公司总股本扣除库存股后的股数为准），向全体股东每 10 股派发现金红利 1.17 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

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	三只松鼠	股票代码	300783
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	潘道伟	吕金青	
办公地址	安徽省芜湖市弋江区长江南路与峨山东路交汇口松鼠 Sunshine 阳光之城	安徽省芜湖市弋江区长江南路与峨山东路交汇口松鼠 Sunshine 阳光之城	
传真	0553-8783156	0553-8783156	
电话	0553-8788323	0553-8788323	
电子信箱	ir@3songshu.com	ir@3songshu.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

三只松鼠是一家“全品类+全渠道”经营的企业，坚持“制造、品牌、零售”一体化布局，向消费者提供“高端性价比”的好产品。

公司坚持“高端性价比”总战略，以“品质化、差异化”为牵引持续打造全品类货盘，适配全渠道发展。

**夯实坚果心智品类，连续八年中国坚果销量遥遥领先**

公司打造了每日坚果、夏威夷果、紫皮腰果、开心果等数款亿级大单品，碧根果、甘栗仁、芒果干等数款五千万级单品，多款爆品位列抖音、天猫品类榜单 TOP1。同时，公司基于坚果心智延伸打造瓜子、花生等坚果品类。布局坚果乳、AD 钙奶、八宝粥等水饮品类，持续推动产品创新，抢占市场份额。

**升级零食品类矩阵，构建有竞争力的“全品类”货盘**

公司打造了沙琪玛、鸡胸肉、蛋黄酥、黑芝麻核桃软糕等爆款产品，并以“品质化、差异化”为牵引，持续上新趋势零食单品，贡献超亿元销售。同时为提升整体品类运营效率，公司主动优化长尾零食单品，有效提升整体货盘竞争力。报告期内公司建成华东供应链集约基地弋江零食园区，包括肉食、手撕面包、蛋黄酥三大工厂，拥有七条产线，有效提升零食品类整体自产比例。

**丰富婴童零食矩阵，打造“儿童高端健康零食”**

小鹿蓝蓝已成功孵化婴标面、钙锌饮、米饼、鳕鱼肠、泡芙、山楂棒等多款千万级大单品，并新增巧克力棒、烤鲜奶条等新一代千万级爆款，多款产品位居抖音京东等平台对应类目 TOP1。同时推出小鹿蓝蓝 CARE 和小鹿蓝蓝 PLUS 两大子品牌，业务布局逐步拓展至婴童全领域。小鹿蓝蓝及相关产品先后斩获京东杰出创新品牌奖、京东宝宝零食金榜第一、天猫宝宝零食类目 TOP1、抖音婴童面条类目 TOP1、抖音超级新品奖、618 好物节搜索榜 TOP1 等多项行业荣誉，市场地位持续领先。同时蜻蜓教练、超大腕等子品牌孵化初见成效，打造鸡胸肉、螺蛳粉、火鸡面等大单品，初步形成多品牌矩阵。

**探索进入生鲜品类，打造中央厨房实现新鲜直达**

报告期内，公司推出全品类自有品牌“生活馆”，在坚果零食基础上，进入生鲜、日化、米面粮油等全新品类。为保障生活馆战略顺利落地，强化供应链竞争壁垒，公司于安徽芜湖配套打造基于生鲜和现制的“中央厨房”，启用“一日一配”机制和全流程数字化管理，确保产品品质及全流程效率优化，从而更好地服务社区居民的“一日五餐”。

**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

元

	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末增减	2023 年末
总资产	6,823,452,348.55	6,766,694,642.93	0.84%	5,543,066,058.24
归属于上市公司股东的净资产	2,968,163,924.80	2,826,915,909.68	5.00%	2,513,868,260.42
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	10,189,003,026.45	10,622,053,469.43	-4.08%	7,114,575,915.74
归属于上市公司股东的净利润	155,356,723.56	407,736,015.40	-61.90%	219,789,407.07
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	49,401,470.47	319,321,793.62	-84.53%	101,589,183.94
经营活动产生的现金流量净额	208,463,539.57	601,744,703.80	-65.36%	334,156,332.66
基本每股收益（元/股）	0.39	1.02	-61.76%	0.55
稀释每股收益（元/股）	0.39	1.02	-61.76%	0.55
加权平均净资产收益	5.39%	15.18%	-9.79%	9.12%

率				
---	--	--	--	--

## (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	3,723,193,572.97	1,754,365,857.89	2,281,114,649.91	2,430,328,945.68
归属于上市公司股东的净利润	239,009,727.00	-100,612,766.69	22,268,914.36	-5,309,151.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	162,394,068.49	-111,565,953.33	6,308,944.88	-7,735,589.57
经营活动产生的现金流量净额	107,960,997.08	-484,727,869.70	-129,075,762.46	714,306,174.65

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	53,689	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	47,402	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	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	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			
章燎源	境内自然人	40.30%	121,404,000	40,468,000	质押	12,000,000			
安徽燎原投资管理有限公司	境内非国有法人	1.67%	0	6,696,000	不适用	0			
NICE GROWTH LIMITED	境外法人	1.15%	0	4,638,300	不适用	0			
基本养老保险基金一六零三二组合	其他	1.02%	0	4,100,000	不适用	0			
安徽松果投资管理中心（有限合伙）	境内非国有法人	0.82%	0	3,295,600	不适用	0			
香港中央结算有限公司	境外法人	0.69%	0	2,764,639	不适用	0			
三只松鼠股份有限公司—2021 年事业合伙人持股计划	其他	0.68%	0	2,720,275	不适用	0			
招商银行股份有限公司—南方中证 1000 交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.55%	0	2,202,680	不适用	0			
招商银行股份有限公司—华夏中证 1000 交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.35%	0	1,394,200	不适用	0			
中信证券股份有限公司—社保基金 17052 组合	其他	0.33%	0	1,335,700	不适用	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司控股股东、实际控制人章燎源先生为安徽燎原投资管理有限公司控股股东、实际控制人。除此之外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。								

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

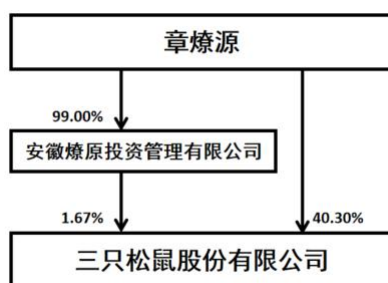
公司是否具有表决权差异安排

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

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

2025 年度，公司持续贯彻“高端性价比”总战略，深化“全品类、全渠道”布局，推进“制造、品牌、零售”一体化战略，并向品质化和差异化持续升级。期间重点夯实线上电商、线下分销基本盘业务，抢抓社区零售新赛道机遇，孵化全品类自有品牌“生活馆”新店型并持续迭代升级。

报告期内，公司营业收入 101.89 亿元，归属母公司净利润 1.55 亿元。

**营收变动原因：**（1）年货节销售旺季结构性错档；（2）调整渠道结构，持续优化传统店型，减少低效投放；（3）聚焦核心品类，缩减长尾单品；

**利润变动原因：**（1）坚果原料价格较大幅度上涨；（2）部分线上平台流量结构变化，费率有所提升；（3）传统门店优化、生活馆项目战略性投入；（4）新增物业折旧及摊销费用上升。

报告期内，公司重点经营举措如下：

### 1、持续推进“一品一链”供应链布局，核心品类实现自主制造

全国四大集约基地初步完成布局，报告期内新增签约华南供应链集约基地，扩展建设华东供应链集约基地南陵零食产业园，核心坚果品类自产比例大幅提升，同时新增沙琪玛、螺蛳粉、饼干、曲奇、焙烤类薯片等零食品类工厂。持续深入国际供应链，于柬埔寨落成芒果干工厂，采用“本地化采购+标准化加工”模式，进一步迈向总成本领先。

### 2、深化贯彻“D+N”全渠道协同体系，孵化“生活馆”新店型

整合综合电商与短视频电商，进一步强化“D+N”全渠道协同体系，调优货品结构并打造螺蛳粉、鸡胸肉、咖啡等全新爆款；深耕线下分销商品适配与渠道渗透，推出 AD 钙奶、八宝粥、火鸡面等千万级日销品矩阵。孵化全品类自有品牌

“生活馆”新店型，以“好货不贵，三餐必备”为核心，立足“平价社区超市”定位，目前已初步完成在皖南市场布局并持续调优，为下一步区域化扩张奠定基础。