

公司代码：603345

公司简称：安井食品

安井食品集团股份有限公司  
2024 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](http://www.sse.com.cn) 网站仔细阅读年度报告全文。

2. 本公司董事会、监事会及董事、监事、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. 立信会计师事务所（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

公司于 2025 年 4 月 25 日召开第五届董事会第十八次会议审议通过以下利润分配预案：拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣减公司回购专用证券账户的股份数后为基数，向全体股东每股派发现金红利 1.015 元（含税）。截至 2025 年 3 月 31 日，公司总股本 293,294,232 股，扣减公司回购专用证券账户中 1,160,900 股后为 292,133,332 股，以此计算本次拟派发现金红利为 296,515,331.98 元（含税）。上述利润分配预案尚待本公司股东会审议批准。

公司 2024 年中期（包含半年度、前三季度）已向全体股东合计派发现金红利 680,670,663.56 元（含税）。

根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 7 号—回购股份》第八条规定，上市公司以现金为对价，采用集中竞价方式、要约方式回购股份的，当年已实施的股份回购金额视同现金分红金额，纳入该年度现金分红的相关比例计算。2024 年度，公司以集中竞价的方式累计回购公司股份 753,600 股，金额为 62,873,869.00 元（不含交易费用）。

综上，2024 年度公司累计分红金额预计为 1,040,059,864.54 元（含税），占公司 2024 年度合并报表归属于上市公司股东净利润（经审计）的比例为 70.05%。

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 | 安井食品 | 603345 | 无       |

| 联系人和联系方式 | 董事会秘书                     | 证券事务代表                    |
|----------|---------------------------|---------------------------|
| 姓名       | 梁晨                        | 王庆祝                       |
| 联系地址     | 厦门市海沧区新阳路2508号            | 厦门市海沧区新阳路2508号            |
| 电话       | 0592-6884968              | 0592-6884968              |
| 传真       | 0592-6884978              | 0592-6884978              |
| 电子信箱     | zhengquanbu@anjoyfood.com | zhengquanbu@anjoyfood.com |

2. 报告期公司主要业务简介

中国速冻食品行业主要由速冻调制食品、速冻菜肴制品、速冻面米制品及其他速冻食品子行业组成。据行业顾问弗若斯特沙利文的数据，2023 年，中国速冻食品行业规模约为 2,200 亿元人民币，是全球第二大速冻食品市场。其中，速冻调制食品尚处成长期，2023 年市场规模约 550 亿元人民币。在火锅、麻辣烫、烧烤等就餐方式日趋多元化，以及对优质产品的需求日益增加等多个因素驱动下，行业预计较快增长，未来 5 年增速约 8%；速冻菜肴制品 2023 年的市场规模约 800 亿元人民币，处于起步期。随着行业标准出台和消费者对美味、优质、便捷的产品需求提升，有望实现强劲增长，未来 5 年增速约 18%；速冻面米制品则呈现分化发展态势，饺子、汤圆、粽子等传统速冻面米制品已较为成熟，而以烧麦和手抓饼为代表的新兴面米制品还有很大的市场潜力。

从全球市场来看，2023 年，速冻食品行业规模已达到 4,100 亿美元。弗若斯特沙利文预测，未来五年全球速冻食品行业仍将保持稳健增长，2025 年市场规模有望突破 5,500 亿美元。分地区来看，不同国家和地区的速冻食品行业发展阶段存在明显的结构性差异。欧美日等发达市场有着成熟的速冻食品消费习惯，2023 年度 CR5 集中度分别为 40%、43%、70%，均远高于中国的 16%。随着以火锅为代表的中式餐饮等中国品牌及文化近年来的持续出海，相关顾客群也逐步扩展至非华人群体，为速冻食品海外发展带来新的机遇。东南亚的速冻食品行业起步较晚，市场竞争格局分散，CR5 不足 5%，但人口基数和消费潜力大，且文化和消费习惯与中国相近，预计未来 5 年增速可达 14%，正经历迅速发展阶段。

相较于欧美日等发达市场，中国速冻食品行业存在较大发展空间。首先，受益于行业加速整合的预期，市场份额正加速向头部优质企业集中；其次，中国餐饮连锁化率仅为成熟市场的 1/2，提升空间显著，正进一步带来对标准化和预处理食材的大量需求，推动着速冻行业快速增长；再

次，中国人均速冻食品消费量仅 9.8 公斤，远低于发达市场（美国 62.2 公斤、英国 44.9 公斤及日本 24.6 公斤），蕴含巨大的增长潜能；最后，中国团餐市场和西式餐饮市场规模正迅速扩张，对标准化、品质化和效率化的需求显著，速冻食品行业有望受益。

伴随餐饮场景端消费渗透率以及家庭场景端人均消费的提升，速冻菜肴子行业的高速成长，冷冻基础设施的完善，中国速冻食品行业 2023-2028 年预计复合增长率可达 10.0%，超过其他的食品和饮料子行业（如主食、零食、油、调料、液态奶），赛道长坡厚雪。

### （一）公司的主要业务

公司主要从事速冻调制食品（以速冻鱼糜制品、速冻肉制品为主）、速冻菜肴制品和速冻面米制品等速冻食品的研发、生产和销售，是行业内产品线较为丰富的企业之一。经过多年发展，公司已形成了以华东地区为中心并辐射全国的营销网络，逐步成长为国内最具影响力和知名度的速冻食品企业之一。

### （二）公司的主要产品

公司主要经营“安井”品牌速冻食品，现有超过 400 种产品，包括：撒尿肉丸、鱼豆腐、鱼籽包、火山石烤肠、亲亲肠、霞迷饺等速冻调制食品；烧麦、手抓饼、奶香馒头、核桃包、红糖馒头等速冻面米制品；子公司新宏业食品和新柳伍食品的小龙虾，全资子公司安井冻品先生的酸菜鱼、藕盒、牛肉/羊肉卷，子品牌安井小厨的小酥肉、荷香糯米鸡，以及原有安井品牌旗下的千夜豆腐、蛋饺、虾滑等形成了丰富产品矩阵的速冻菜肴制品。

此外，公司坚持每年聚焦培养 3-5 个“战略大单品”。面向 C 端全渠道销售的中高端火锅料锁鲜装系列自 2019 年推出以来，不断迭代，在渠道持续扩张的同时迅速抢占行业制高点，大大提高了公司的盈利能力和品牌影响力。以 2024 年为例，公司单品年营收超过人民币 1 亿元的产品有 39 种，其中有 4 种产品超过人民币 5 亿元，彰显了强大的产品开发及商业化能力。

### （三）公司的采购模式

公司根据当期生产计划制定采购计划，与供应商签订合同，并通过采购订单来进行采购。公司原辅材料采购主要分鱼糜、畜禽肉类、粉类等大宗商品，以及农副产品、添加剂、调味品及包材等小额物料两大类。其中，鱼糜、畜禽肉类、粉类等通用性的大宗原料根据销售、生产需求批量采购或锁定价格，而小额物料按照生产计划，结合销售订单、库存管理进行采购。采购部依据各部门提交的原料需求预算和申购单，通过比价、议价选定具体供应商并签订采购合同，以订单方式分批采购；在货款结算方面，公司在采购合同中订立了结算条款，规定公司在收取货物并验收合格后的一定信用期内，按照议定价格结算并支付货款。

为了确保原材料采购质量，公司制定了严格的准入管理及详细的供应商评审流程。准入管理中包含资质审查、现场评审、送样通知、样品确认、物料试用等环节，所有环节根据供应商类别需要选择相应准入要求，审批通过后供应商生效，新增供应商方可列入合作供应商名单内。在新

物料准入及评审阶段，采购部负责各类原辅料供应商的寻找、认证、引进等主要工作，并负责将经过资质认证合格的供应商及原料推荐给技术中心小试，小试合格后由技术中心负责组织质量部、生产车间等部门对原材料进行中试，中试合格，样品确认可用，供应商进入合格供方评审环节，由质量部根据原辅料相关产品的风险系数和风险等级，组织相关部门对供应商进行实地考察评审。

采购部建立合格供应商名录，由专人管理及时更新维护。对于新增供应商，符合要求列入正常采购为合格供应商后，需及时更新至合格供应商名录。每年由采购部主导实施供应商评审，根据质量管理年度分数，由质量部进行评审，采购部综合价格因素，仓储车间根据交货效率，内务处理，项目因素，对供应商进行评分，根据年度评价得分作出供应商的等级评价，低于 60 分不列入合格供应商，大于 60 分列入合格供应商，并结合实际供需情况及供应商等级决定供应商在后续合作意向。

2022 年以来，公司围绕集团采购的大宗物料设置品类总监，由各基地总经理兼任，目的在于加强协作和业务指导。品类采购总监职责为关注行情变化，提供集团内预警提示囤货高低点及操作建议；集团供应商基地间订单分配、如必要的集采议价；集团供应商验厂安排、合格供应商准入等；提供月度或季度行情分析报告。各基地对所采购的物料质量安全成本负主体责任，若同品类总监意见相左，则报请集团讨论决定。

#### （四）公司的生产模式

公司营销中心下设营运部门，由营运总监根据销售预测、订单情况、产品库存等，每月定期召开“产销协调会”，各子公司生产部制定月度生产计划、并根据生产设备及一线员工人数及产品库存信息等情况，及时调整生产周计划，并经工厂总经理、营运总监审批确认、安排生产等相关部门进行生产、质检、入库等程序。

采购部根据生产计划，通过系统运算用料需求，得出理论采购量，同时分析原辅料库存、各车间领用及请购情况，在询价对比后选择合适供应商，负责各类物料的按时、保质、保量供应；生产部下属各生产车间按照接收到的生产任务单，组织生产员工排班，负责原辅料的限额领料、现场生产秩序协调及卫生环境维护、劳动纪律及操作规范的检查纠正，并配合质量部对各生产工艺的过程进行检验，同时将生产过程中的各种信息及时、准确地反馈到相关部门；质量部负责对原辅料、在制品、成品在生产过程各节点进行质检监测；设备部负责生产设施、生产设备、生产工器具的提供、维修及管理，保障生产正常无障碍进行；生产部下属仓储车间负责原辅料的数量验收、在库管理、安全库存、领料出库等工作，同时负责产成品的入库、在库、发货管理，并负责及时将各类单据、数据录入生产管理系统。生产制造信息化方面，公司已全面上线 EDI 电子交换系统，打通生产系统相关设备，严把产品质量，全面提高生产管理效能。

#### （五）公司的销售模式

##### 1. 经销模式

公司自设立至今，建立了适合自身发展的经销模式，其基本特点表现为无论是在传统渠道，还是线上业务拓展赋能经销商（主要形式为：帮助经销商开拓 C 端超市、菜场等终端，协助经销商开设线上直播间等新兴营商模式），在此基础上实施经销商选择、经销商管理、经销商支持、经销商反馈。为进一步提升经销商的经营水平，公司还通过技能培训、信息化手段等方式，帮助经销商掌握现代营销技巧，提升市场竞争力，并进一步强化经销商与公司的业务联系和合作关系。

## 2. 商超模式

公司针对商超的销售模式主要分为两种情况，一种是基于供销合同的标准销售，即依据合同约定的采购订单进行发货,并按约定进行对账结算；另一种是寄售代销，即依照代销合同分期送货，公司根据商超提供的代销清单进行收入确认。公司针对商超的营销方式主要是以健康饮食为品牌诉求，制定风格统一的全年推广活动计划，通过“品牌主题”、“饮食文化”、“绿色健康”等加强品牌形象的宣传活动，提升品牌知名度，并协助商超开展形式多样的终端产品促销，结合节假日主题开展终端多样式店内秀活动，提高商超渠道的销售额。

目前，公司产品在国内的商超客户主要包括大润发、永辉、沃尔玛、物美、天虹等具备一定规模的大卖场。随着线上平台赋能各商超系统，公司同步加强商超线上 O2O 销售拓展及与线上第三方销售平台美团超市便利等品牌方签约拓展，同时积极参与各大商超的直播带货活动，并积极为线下商超系统及线上平台开展个性化产品定制。

## 3. 特通直营模式

特通直营渠道模式的目标客户主要覆盖大型连锁餐饮、酒店、休闲食品、中大型企业团购等领域，致力于为客户提供完善的产品定制化解决方案，及时满足客户需求。随着公司产品在全国各大城市的加速拓展，安井产品的品牌、质量逐步取得终端消费者的认可，也带动了餐饮等特通渠道客户对公司产品的青睐。目前，公司与包括张亮麻辣烫、半天妖烤鱼、呷哺呷哺、海底捞、鱼你在一起酸菜鱼、喜姐炸串、夸父炸串、正新鸡排、绝味鸭脖、久久丫、兰湘子等国内多家餐饮连锁客户，以及湖北旭乐、浙江瑞松等休闲食品类上市公司上游供应链企业均建立了长期合作关系。

## 4. 电商模式

公司重视线上电商渠道建设，巩固强化各合作电商平台，积极参与平台重要的购物节活动；对公司旗舰店形象、客服团队进行优化升级，持续加强品牌宣传、新品推广，推动品牌兼顾年轻化发展趋势。同时，依托集团稳健供应链体系，利用平台数字化工具洞察消费者需求，科学精准与线上消费者保持互动，创新家庭消费为主的多品类组合，增加多区域前置仓布局建设，不断提高对 C 端市场的柔性高效供应能力。

## 5. 新零售模式

公司积极拓展与新零售平台的合作，运用新零售平台大数据，对商品线上服务、线下体验以

及现代物流开展深度融合。在盒马鲜生、叮咚买菜、京东超市、朴朴、美团小象超市、锅圈食汇等新零售渠道，公司凭借强大的产品研发及服务能力、丰富的产品矩阵及生产技术经验，开展推新品、占坑位、争曝光、做活动等措施，同时到各新零售平台进行战略签约，相互赋能，适应新兴销售场景需要。

### 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

|                        | 2024年             | 2023年             |                   | 本年比上年增减(%) | 2022年             |                   |
|------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------|-------------------|-------------------|
|                        |                   | 调整后               | 调整前               |            | 调整后               | 调整前               |
| 总资产                    | 17,375,098,414.12 | 17,300,427,961.51 | 17,300,427,961.51 | 0.43       | 16,142,714,784.96 | 16,142,714,784.96 |
| 归属于上市公司股东的净资产          | 12,952,529,210.53 | 12,628,023,306.47 | 12,628,023,306.47 | 2.57       | 11,679,283,536.65 | 11,679,283,536.65 |
| 营业收入                   | 15,126,651,674.36 | 14,045,234,826.03 | 14,045,234,826.03 | 7.70       | 12,182,663,119.36 | 12,182,663,119.36 |
| 归属于上市公司股东的净利润          | 1,484,831,242.06  | 1,478,066,338.58  | 1,478,066,338.58  | 0.46       | 1,101,029,966.93  | 1,101,029,966.93  |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 1,359,549,222.09  | 1,365,720,571.87  | 1,364,666,141.34  | -0.45      | 998,439,376.28    | 997,584,674.48    |
| 经营                     | 2,103,844,668.23  | 1,955,654,340.14  | 1,955,654,340.14  | 7.58       | 1,407,225,497.62  | 1,407,225,497.62  |

|                                        |       |       |       |                        |       |       |
|----------------------------------------|-------|-------|-------|------------------------|-------|-------|
| 活 动<br>产 生<br>的 现<br>金 流<br>量 净<br>额   |       |       |       |                        |       |       |
| 加 权<br>平 均<br>净 资<br>产 收<br>益 率<br>(%) | 11.48 | 12.10 | 12.10 | 减少<br>0.62<br>个百<br>分点 | 10.72 | 10.72 |
| 基 本<br>每 股<br>收 益<br>( 元<br>/ 股)       | 5.08  | 5.04  | 5.04  | 0.79                   | 3.89  | 3.89  |
| 稀 释<br>每 股<br>收 益<br>( 元<br>/ 股)       | 5.08  | 5.04  | 5.04  | 0.79                   | 3.87  | 3.87  |

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<br>(1-3 月份) | 第二季度<br>(4-6 月份) | 第三季度<br>(7-9 月份) | 第四季度<br>(10-12 月份) |
|-------------------------|------------------|------------------|------------------|--------------------|
| 营业收入                    | 3,754,752,131.26 | 3,789,060,427.63 | 3,532,829,341.38 | 4,050,009,774.09   |
| 归属于上市公司股东的净利润           | 438,407,731.56   | 364,238,876.66   | 244,425,265.81   | 437,759,368.03     |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润 | 419,764,179.60   | 352,256,775.78   | 229,048,862.29   | 358,479,404.42     |
| 经营活动产生的现金流量净额           | 947,159,916.10   | -438,037,423.44  | 1,078,163,055.47 | 516,559,120.10     |

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

☐适用 ☒不适用

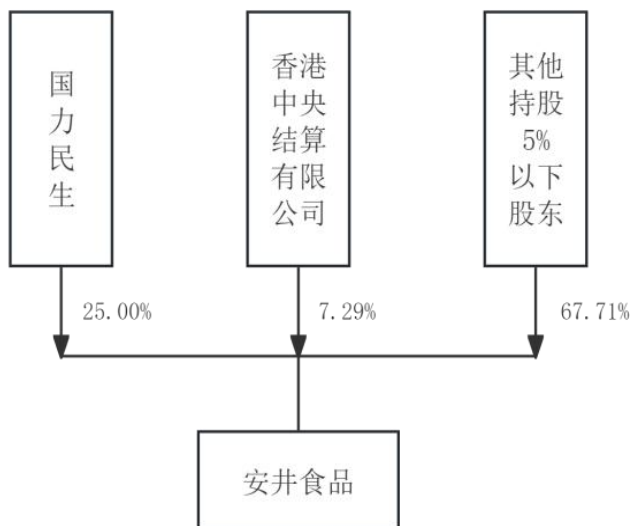
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

|                              |        |
|------------------------------|--------|
| 截至报告期末普通股股东总数（户）             | 39,000 |
| 年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）      | 35,260 |
| 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      |

[illegible]

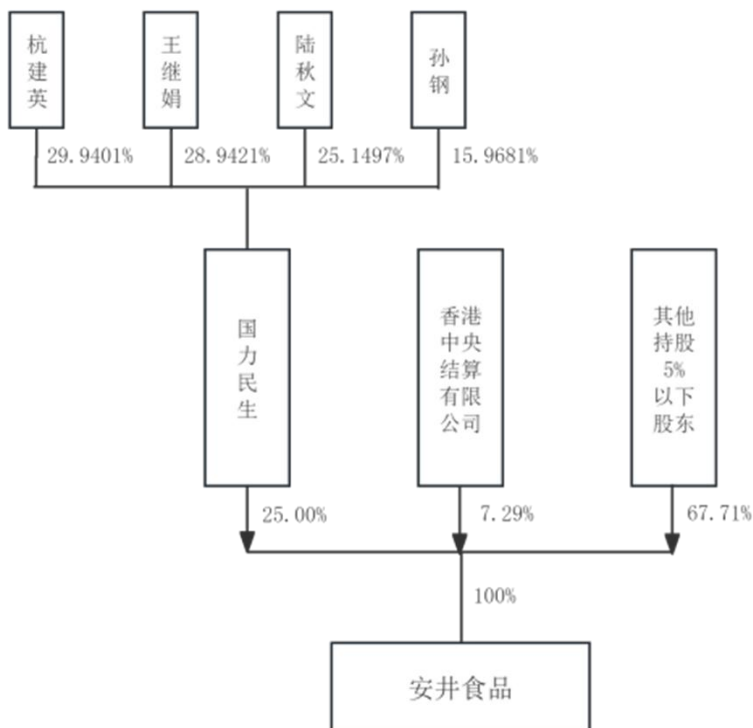
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

报告期内公司实现营业收入 151.27 亿元，较去年同期 140.45 亿元，增长 7.70%；归属于上市公司股东的净利润 14.85 亿元，较去年同期 14.78 亿元,增长 0.46%。

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