

证券代码：002820

证券简称：桂发祥

公告编号：2026-005

# 天津桂发祥十八街麻花食品股份有限公司

## 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。

非标准审计意见提示

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

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以总股本扣除回购股份后的 195,343,095 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.5 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

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	桂发祥	股票代码	002820
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	无		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	黄靓雅	乔璐	
办公地址	天津市河西区洞庭路 32 号	天津市河西区洞庭路 32 号	
传真	022-88111991	022-88111991	
电话	022-88111180	022-88111180	
电子信箱	huangjingya@gfxfood.com	qiaolu@gfxfood.com	

## 2、报告期主要业务或产品简介

桂发祥是专业从事传统特色及其他休闲食品的研发、生产和销售中华老字号企业。经多年发展，集合自身优势特点，形成“品牌+研发+生产+销售”一体化的综合型企业。公司所属行业为食品制造业，同时通过以直营店为主，经销商、商超及电子商务等相结合的营销体系，开展销售业务。公司产品包括以十八街麻花为代表的传统特色休闲食品，以及糕点、天津风味方便食品、甘栗及传统小食等其他休闲食品；主打产品为“桂发祥十八街”系列麻花，其制作技艺被评为国家级非物质文化遗产代表性项目，是我国传统特色饮食文化的代表之一，以酥脆香甜、久放不绵等优点享誉国内外。



公司自有品牌产品图示

作为中华老字号企业，公司品牌具有近百年历史，拥有较高的知名度和美誉度；主打产品十八街麻花采用传统“非物质文化遗产”制作工艺，是一种具有浓郁地方特色的传统休闲食品，广受消费者喜爱，是天津地区特产代表之一；在麻花细分市场，公司无论在生产技术、生产规模和品牌影响力上都位于行业前列。

## 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

单位：元

	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末增减	2023 年末
总资产	956,920,389.09	1,007,256,919.17	-5.00%	1,058,374,113.89
归属于上市公司股东的净资产	866,470,244.44	920,278,229.84	-5.85%	982,271,540.74
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	471,182,378.97	495,595,411.36	-4.93%	503,859,859.64
归属于上市公司股东的净利润	-24,525,336.36	27,073,049.04	-190.59%	61,034,959.63

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-25,180,429.62	24,419,064.97	-203.12%	57,204,113.61
经营活动产生的现金流量净额	52,148,206.92	62,473,865.18	-16.53%	109,210,121.18
基本每股收益（元/股）	-0.13	0.14	-192.86%	0.30
稀释每股收益（元/股）	-0.13	0.14	-192.86%	0.30
加权平均净资产收益率	-2.75%	2.89%	-5.64%	6.33%

## (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	146,346,658.05	102,739,196.32	128,380,041.14	93,716,483.46
归属于上市公司股东的净利润	6,644,728.71	-10,564,411.71	4,939,277.79	-25,544,931.15
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	6,301,085.13	-10,463,812.56	4,810,699.11	-25,828,401.30
经营活动产生的现金流量净额	25,249,358.17	10,719,240.97	27,298,054.97	-11,118,447.19

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	30,804	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	26,668	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
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	
天津市桂发祥麻花饮食集团有限公司	国有法人	33.99%	68,273,314	0	不适用	0	
南通凯普德股权投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.00%	2,013,156	0	不适用	0	

中山市新达投资管理有限公司	境内非国有法人	0.82%	1,640,300	0	不适用	0
李林	境内自然人	0.71%	1,430,720	0	不适用	0
刘晓芳	境内自然人	0.51%	1,028,015	0	不适用	0
华泰金融控股（香港）有限公司—中国宏泽基金	境外法人	0.36%	717,660	0	不适用	0
王楚钦	境内自然人	0.35%	703,300	0	不适用	0
李朝晖	境内自然人	0.35%	702,700	0	不适用	0
李祥	境内自然人	0.31%	632,400	0	不适用	0
BARCLAYS BANK PLC	境外法人	0.30%	605,200	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	天津市桂发祥麻花饮食集团有限公司为公司控股股东，与其他股东不构成关联关系或一致行动人；除此之外，未知上述其他股东之间是否存在关联关系，亦未知其是否构成一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用					

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

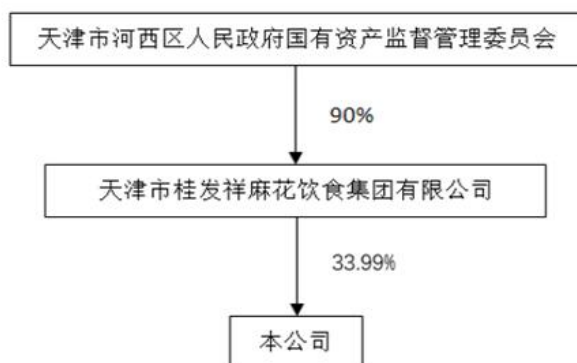
适用 不适用

## （2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

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，公司积极应对消费群体需求及购买力不足、行业竞争加剧等的外部压力，拉动电商渠道收入提升、增加直营店网点铺设，坚定推进全国市场开拓和数字化建设，为提升综合竞争力和覆盖全国市场打桩蓄力。受消费群体需求及购买力不足、行业竞争加剧的影响，公司直营渠道、经销渠道营业收入下降，电商渠道收入保持增长、但无法弥补传统渠道收入下降带来的影响，整体营业收入 4.71 亿元、同比下降 4.93%；同时，电商渠道的运营服务费及推广费等随收入大幅增长，2024 年末购置及新建办公楼折旧费用和房产税、信息化系统服务费及摊销等费用同比大幅增长，品牌宣传、广告费用、推进海外市场业务等相关费用投入同比增长，以上投入效果尚未全部显现，管理及市场效益有待进一步释放，综合净利润亏损 2,452.53 万元。具体经营情况如下：

### 1. 市场开拓稳步推进

直营渠道在天津区域持续拓展重点交通枢纽、热门商圈，并尝试开设茶饮主题新店，结合健康茶饮及特色烘焙，打造特色消费空间；在河北雄安新区开设门店，展示品牌形象、开发新市场。

经销渠道加大旅游景区销售网点营销活动和旅游酒店渠道的铺设力度，新设河北销售子公司，深入河北省拓展市场，同时聚焦山东、山西、河南，扩大销售布局。电商渠道全年引流促销活动密集开展，渠道收入保持较高增长。

海外业务设立事业部，制定拓展计划，子品牌王记麻花已取得 HALAL 国际认证，完成目标国家资质许可认证、部分跨境电商平台初步对接、品牌海外宣传准备等前期工作，按照拓展计划重点开发东南亚地区。

### 2. 数字化建设上线运营

数字化项目已完成子公司 SAP ERP 管理系统上线，在空港生产基地率先实现生产端的智能化升级，完成数据迁移、全员培训及应用预案准备等，后续将实施生产计划全链条管理的精细化监控和跟踪，为下一步细化成本核算、促进生产节约做好技术准备。

### 3. 紧跟市场特点推新品

落实产品休闲化战略，通过改进生产工艺、优化产品包装等，推出“四季款”“麻酥酥”系列休闲麻花新品；为电商渠道定制专供礼盒、零食礼包等，以自产、OEM 结合方式，加大上新力度，灵活匹配电商需求；紧抓天津上合峰会热点推出“和合”系列产品，“天蕴津彩—津桥系列”天津特色旅游特产礼盒等，多系列产品包装焕新，同时推出冰箱贴、钥匙链等配套周边文创产品，丰富优化产品、增添趣味性。

### 4. 品牌声誉进一步提升

凭借深厚的品牌文化、国家非遗特色工艺以及过硬的产品质量，公司为达沃斯、上合峰会等大型活动提供会务服务、产品支持，受到活动参与者的喜爱和主办方的赞誉；以“老字号品牌”+“津味文化”构筑品牌营销，制作发布品牌宣传视频、多平台宣传，线下开展非遗文化活动，品牌关注度、影响力进一步提升，并被工业和信息化部评为“首批中国消费名品”。