春雪食品集团股份有限公司

公司代码:605567　　公司简称:春雪食品

2025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https://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、中审众环会计师事务所(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，向全体股东每10股派发现金红利1.00元(含税)。截至2025年12月31日，公司总股本2亿股，以此计算合计拟派发现金红利20,000,000.00元(含税)。

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	春雪食品	605567	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	李丽林	张立志
联系地址	莱阳市富山路382号	莱阳市富山路382号
电话	0535-7776798	0535-7776798
传真	0535-7322588	0535-7322588
电子信箱	cxzq@springsnow.cn	cxzq@springsnow.cn

2、报告期公司主要业务简介

公司所处行业属于"C13农副食品加工业"(《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017))，主要从事白羽鸡鸡肉食品的研发、生产加工和销售业务。主要产品为鸡肉调理品(预制菜)和生鲜品。

(一)所处行业情况

公司预制菜业务依托前端养殖自供原材料优势，供应稳定；后端借助B端、C端及出口渠道，具备规模化生产能力。

1、白羽鸡肉行业情况及公司所处行业地位

(1)白羽鸡肉行业2025年基本情况

2025年，中国白羽鸡肉行业呈现"供给持续增长、需求增长乏力、产业链利润压缩"的基本格局。中国畜牧业协会数据显示，全国白羽肉鸡总屠宰量达92.86亿只、同比增长6.30%，延续了自2019年以来的增长态势。屠宰环节集中度显著提升，屠宰量超1亿只的22家企业合计市场占有率达67.36%，然而，鸡肉消费增长动力不足，导致市场供给过剩矛盾突出，肉鸡出栏价格连续三年呈下跌趋势。

1)从产业链各环节看，2025年白羽肉鸡产业陷入极限成本竞争局面。种鸡环节盈利幅度收窄，父代代种鸡苗和商品代鸡苗价格同比下跌。肉鸡养殖环节和屠宰环节同样面临压力，全年毛鸡、鸡肉产品价格同比下降，养殖与屠宰环节大部分企业处于微利或亏损状态。饲料价格总体相对平稳，但年中因玉米、豆粕等饲料原料价格高位震荡，饲料价格随之有所上涨，进一步压缩了养殖环节的利润空间。

2025年全年祖代种鸡更新量突破150万套，行业供给端增长基础进一步夯实。

2)从产业效益与分化情况来看，改益分化特征明显，头部企业凭借规模、技术及渠道优势领跑，通过产业链延伸与整合扩大市场份额;中小散户因抗风险能力薄弱，成本控制不足，加速退出市场。

(2)白羽鸡肉行业2025年所处发展阶段

2025年，中国白羽鸡肉行业处于从规模扩张向价值重构的关键转型期，由"量增"转向"质变"，进入"品质化+品牌化"深度洗牌期和成熟整合期。这一阶段的主要特征体现在以下方面：

1)从规模扩张向提质增效转型。行业产能已形成较大基数，前期单纯追求规模增长的模式逐步转变，聚焦生产效率提升、产品品质优化及产业链价值挖掘成为主流。

2)国产种源自主化进程加速推进。种源从"进口依赖"向"自主可控"跨越，国产替代成为产业安全核心支撑，技术创新聚动品种性能持续升级。

3)产业集中度快速提升。据行业统计，规模化养殖占比达78.5%，中小产能加速出清，头部企业通过全产业链布局、智能化改造构建竞争壁垒，行业格局持续优化。

4)产业链协同深化。"养殖-屠宰-深加工"一体化发展成为常态，各环节协同性增强，深加工、品牌化成为产业增值核心方向。

(3)白羽鸡肉行业2025年行业周期性特点

1)产能传导周期持续显现。按照"祖代-父代-商品代"的产业传导规律，2025年的祖代种鸡更新高峰预计主要影响2027年及以后的肉鸡出栏。

2)价格周期处于下行通道。2025年上半年，鸡苗价格最低降至1.73元/羽，较年初降幅18.78%；毛鸡价格触及近五年最低点，降至2.79元/斤，较年初降幅24.39%。全年来看，毛鸡价格同比下跌9%，已连续三年呈下跌趋势。

3)成本周期联动波动。饲料成本占养殖成本比重较高，2025年玉米、豆粕价格呈现"先高后低、年末回落"的波动态势，推动商品鸡平均养殖成本下降比较。饲料价格波动与养殖周期、消费周期叠加，进一步放大了行业盈利波动幅度，中小型养殖主体受成本冲击更为显著。

4)季节性周期影响显著。2025年第四季度以来，祖代种鸡更新量意外跌升，10月、11月分别达21万套和19.55万套。10月白羽肉鸡淡入需求旺季，鸡苗价格环比上涨。冬季养殖成本较夏季增加，疫病防控压力加大。

(4)白羽鸡肉行业2025年行业重大变化

1)祖代种鸡更新来源结构根本性转变。国内自繁占比超过国外引种。科宝、AA+及罗斯308、利丰三大体系构成更新第一梯队，改变了以往个别品种过于集中的局面。这一变化有助于降低因国外单一地区疫病或贸易政策突变引发的供应链断裂风险。

2)国际贸易格局趋势。2025年中国鸡肉首次实现出口量超过进口量，成为鸡肉净出口国家，标志着产业国际竞争力显著提升。出口产品结构优化，高附加值深加工制品出口占比达33.3%，出口市场拓展至120个国家和地区。

3)产业数字化转型提速。智能化、标准化养殖技术广泛应用，合成生物、精准营养模型等新技术的应用，进一步压缩养殖成本，成为企业生存关键。

● 深耕消费端转型。龙头企业加速布局预制菜，开展消费者教育与跨界促销，推动产业链从生产端向消费端转型，同时通过紧密型一体化整合，提升抗风险能力。

● 深化出口市场拓展。抓住海外市场需求旺盛机遇，加快产品认证和市场开拓。东南亚、中亚、非洲及中东地区成为关键增长引擎，对接欧美高端市场，完善全球出口布局。

● 争取政策支持。关注农业农村部"节粮行动"补贴，推广低蛋白饲料配方，降低豆粕用量。

(9)春雪食品所处的2025年白羽肉鸡行业地位情况

作为中国肉鸡调理品细分行业的领先企业，公司在2025年白羽肉鸡行业中占据重要地位，核心优势与行业地位体现在以下方面：

1)全产业链规模布局。构建了涵盖商品肉鸡养殖、宰杀、冷冻生鲜鸡肉生产、鸡肉调理食品(预制菜)研发加工及销售的完整产业链，年可宰杀商品肉鸡1亿只，年可生产调理食品13.6万吨、冷冻生鲜鸡肉26.5万吨，总体产能规模位居行业前列。

2)精准业务定位。公司专业从事白羽鸡鸡肉食品的研发、生产加工和销售业务，在行业整体陷入极限成本竞争的背景下，坚持走"高端化、差异化"路线，避开同质化价格带，由"量增"转向"质变"。作为国内少数以鸡肉调理品为核心业务的企业，调理品收入占食品营收持续稳定在50%左右。

3)出口业务表现突出。全年出口总量达到2.68万吨，同比增长15.52%，其中出口创汇额首次突破1亿美元。

4)行业认可度。报告期内，公司董事长荣获"山东省畜牧行业40年功勋企业家"荣誉称号，春雪食品获得"行业贡献奖"。11月，公司被国际畜牧网评为2025年中国白羽肉鸡30强企业，这标志着公司在山东省乃至全国畜牧行业的领先地位得到广泛认可。

春雪食品在白羽肉鸡行业深度洗牌期，通过差异化战略、品牌化运营和国际化布局，成功规避同质化价格竞争，在行业整体微利的背景下实现业绩大幅增长，展现了较强的抗周期能力和独特竞争优势。

2、预制菜行业情况及公司所处行业地位

白羽肉鸡作为预制菜核心蛋白原料，其产业链发展与预制菜行业深度绑定。

(1)预制菜行业2025年行业基本情况

2025年预制菜行业经历了深刻调整与变革，增速较前两年明显放缓，整体迈入规模化、规范化发展周期。艾媒咨询数据显示，2025年中国预制菜市场规模已突破6173亿元，预计2030年将达到10698亿元。其中禽肉类预制菜(白羽肉鸡为核心原料)成为细分赛道主力军。

1)从产品结构来看，行业形成B端餐饮供应链+C端家庭消费双轮驱动格局。B端仍为主流，聚焦餐饮连锁、团餐、便利店等场景，主打大包装、标准化调理品；C端主打小包装、即热即烹/即食单品，贴合年轻家庭、独居群体、健身人群需求。白羽肉鸡预制菜核心单品涵盖小酥肉、宫保鸡丁、卤椒鸡、烤鸡排、鸡米花、调理鸡块等，其中小酥肉、调理鸡翅肉品类渗透率最高。

2)从产业链来看，行业已形成"上游白羽肉鸡规模化养殖—中游精细化屠宰分割—深加工预制菜生产—下游全渠道分销"的完整闭环，规上企业普遍搭建HACCP、ISO22000食品安全管控体系；冷链物流体系持续完善，有效保障预制菜产品品质与流通半径。

3)从区域格局来看，华东、华南为核心消费市场，产能与销量占比超60%；山东、河南、河北等白羽肉鸡主产区，依托原料优势成为预制菜生产核心集群，产业集聚效应凸显。

(2)预制菜行业2025年所处发展阶段

2025年预制菜行业整体处于快速成长期向成熟期过渡的关键阶段，彻底告别早期无序扩张、同质化竞争的野蛮生长阶段，呈现"标准升级、集中度提升、细分深耕"的核心特征。从行业发展阶段定位来看，行业已走过萌芽期(90年代-2000年)、成长期(2000-2019年)、爆发期(2020-2023年)，2024年起进入规范整合期。这一阶段的本质特征是"由乱到治"，政策规范与市场洗牌同步推进。

1)行业标准化逐步落地。国家及地方预制菜团体标准、行业规范全面推行，产品品质、标签标识、加工工艺、冷链储运等环节有规可依，倒逼中小作坊式企业出清，行业准入门槛大幅提高。

2)渗透率持续提升但未饱和。德邦证券研报显示，从渗透率角度看，国内预制菜渗透率只有10%-15%，对比成熟市场美国和日本60%以上的水平，中国预制菜市场还有较大的扩容空间。

3)头部效应初显但格局未定。行业集中度缓慢提升，尚未形成全国性绝对龙头，区域性龙头、细分赛道龙头凭借供应链、渠道、产品优势拉市场，差异化竞争成为核心逻辑。

4)产业链协同深化。上游养殖与下游加工深度绑定，"养殖+加工+销售"一体化企业抗风险能力凸显，单纯代工、贸易型企业生存空间持续压缩，行业向全产业链模式转型。

(3)预制菜行业2025年周期性特征

2025年预制菜行业呈现"弱周期性+强季节性"的双重特征，同时与上游白羽肉鸡养殖周期形成联动效应，波动规律清晰可辨。

1)上游原料周期联动性。预制菜行业成本端受白羽肉鸡养殖周期影响显著，呈现3-4年的温和周期波动：2025年白羽肉鸡种源自给率提升，毛鸡价格波动收窄，原料成本趋于稳定，弱化了预制菜行业的强周期性；饲料成本、鸡苗价格的波动，仅带来预制菜企业毛利率的温和调整，而非行业整体供需失衡。

2)消费端强季节性。行业需求呈现明显的节假日旺季特征，春节、国庆、中秋等长假期间，C端家庭消费爆发，销量环比增长；暑期、开学季、年末团餐旺季，B端餐饮、团餐渠道需求走强；寒暑假、周末居家场景带动休闲预制菜(鸡米花、烤鸡排等)销量攀升，工作日则以便捷正餐预制菜为主。整体来看，季节性波动远大于行业自身周期波动，企业可通过产能调配、库存管控平滑季节性影响。

3)行业弱周期属性强化。随着预制菜消费常态化、场景多元化，行业摆脱了单纯依赖节庆消费的周期性短板，叠加餐饮连锁化、团餐标准化的刚性需求，2025年行业整体呈现"稳增长、弱周期"态势，抗宏观经济波动能力显著增强。

4)政策周期转折。2024年3月六部门通知明确预制菜定义、2025年9月国标草案过审，标志着行业政策周期从"宽松包容"转向"规范引导"，政策周期的转折正在重塑行业发展轨迹。

(4)预制菜行业2025年行业重大变化

1)国标草案过审，强制信息披露提上日程。2025年9月，由国家卫健委主导的《预制菜食品安全国家标准》草案通过审查。该草案若正式实施，将成为行业发展的里程碑事件。该标准不仅将为"预制菜"身份提供统一界定，还将首次将餐饮门店是否使用、如何使用预制菜纳入强制信息披露范畴。这意味着预制菜经营将进入"明牌"时代。

2)消费需求升级，健康化、轻量化成主流。消费者从追求"便捷"转向"便捷+健康"，低脂、高蛋白、零添加、减盐减糖的白羽肉鸡预制菜成为爆款；健身鸡胸肉、低脂小酥肉、原味调理鸡块等健康单品增速远超传统重油重盐预制菜，倒逼企业研发端向健康化转型。

3)渠道结构重构，线上线下融合深化。传统商超、批发市场占比小幅下滑，线上渠道(电商、直播带货、社区团购、生鲜平台)占比提升，直播电商成为C端获客核心抓手；线下深耕餐饮直供、团餐配送、便利店合作等精准渠道，全渠道融合成为企业核心竞争力。

4)产业链一体化加速，原料优势成核心壁垒。白羽肉鸡产业区位优势给国内上游延伸至预制菜，打通"种鸡-养殖-屠宰-预制菜"全产业链，降低原料成本、保障品质稳定；单纯加工型企业被迫转型，产业链协同能力成为企业竞争的核心分水岭。

5)出口市场回暖，产品结构升级。2025年中国禽肉预制菜出口量价双升，高附加值调理品、熟食制品出口占比突破60%，替代传统冷冻分割鸡肉；市场多元化布局见效，从单一东南亚市场拓展至欧美、中东、澳洲等区域，国际认证(HACCP、BRC)成为出海核心通行证。

(5)预制菜行业2025年面临机遇与挑战

1)面临机遇

● 政策红利持续释放。多地政府出台预制菜产业扶持政策，在园区建设、冷链补贴、研发奖励、出口退税等方面给予支持，助力企业降本增效、拓展市场。

● 消费需求刚性扩容。城镇化加速、家庭结构小型化、年轻群体下厨意愿降低，推动预制菜日常消费渗透率持续提升；白羽肉鸡高蛋白、高性价比的特性，契合全民健康饮食趋势，细分需求持续增长。

● 餐饮连锁化带动B端刚需。连锁品牌为保障口味统一、降本增效，大规模采购标准化预制菜，团餐、快餐、便利店等场景需求刚性凸显。

● 技术与冷链赋能行业升级。超高压杀菌、锁鲜保鲜、数字化生产等技术应用，提升产品品质与保质期；冷链物流网络下沉，打通县域及农村市场，拓宽消费半径。

● 出海空间持续打开。中国白羽肉鸡预制菜具备成本、品质优势，国际市场认可度提升，海外中餐普及、跨境电商发展，为行业带来增量市场。

2)面临挑战

● 同质化竞争激烈，价格战频发。中小企业扎堆中低端市场，产品配方、包装、口味高度雷同，依靠低价抢占市场，挤压行业整体利润空间。

● 原材料成本波动压力。玉米、豆粕价格受国际行情、气候影响，白羽肉鸡饲料成本存在波动，压缩企业毛利率。

● 食品安全管控难度加大。预制菜产业链环节多、从养殖到终端流通的溯源管控要求高，一旦出现品质问题，对企业品牌中击极大。

● 渠道内卷严重，获客成本攀升。线上流量红利见顶，直播、电商推广成本上涨；线下餐饮、商超渠道进场费、账期压力较大，中小企业渠道拓展难度高。

● 品牌认知度不足。行业多数企业缺乏全国性品牌影响力，消费者忠诚度低，品牌溢价能力弱。

(6)预制菜行业2026年展望及应对策略

1)2026年行业展望

2026年预制菜行业将延续稳健增长态势，整体市场规模有望突破6200亿元，白羽肉鸡预制菜细分赛道维持增长。行业呈现三大趋势：一是规范化，品牌化成为核心主线，中小产能持续出清，集中度进一步提升。二是健康化、高端化，场景细分化成为产品创新方向，低脂、定制化、功能性预制菜快速崛起。三是全产业链、全球化布局成为龙头企业核心战略，国内深耕全渠道，海外拓展新兴市场，是预制菜长期增长的关键。

2)2026年行业应对策略

● 强化研发创新，打造差异化产品。加大健康化、高端化单品研发，聚焦细分场景(健身、儿童、老年)打造专属产品，提升产品附加值与竞争力。

● 深耕全产业链，筑牢成本与品质壁垒。向上游布局白羽肉鸡规模化养殖，实现原料自给自足；向下游整合渠道，缩短流通环节，降本增效。

● 推进品牌建设，提升消费者认知。加大品牌推广力度，聚焦核心单品打造爆款，依托品质管控树立品牌口碑，提升品牌溢价能力。

● 优化全渠道布局，线上线下融合。线上深耕直播、社区团购、电商平台，线下强化餐饮直供、团餐、商超、便利店合作，实现渠道全覆盖。

● 严控食品安全，完善溯源体系。搭建全流程品质管控与溯源系统，严守食品安全底线，规避经营风险。

● 布局海外市场，拓展增量空间。拿下国际食品安全认证，优化出口产品结构，聚焦新兴市场拓展海外业务。

(7)春雪食品2025年在预制菜行业地位情况

春雪食品是中国白羽鸡肉调理品、预制菜细分行业领先企业，深耕白羽肉鸡全产业链三十余年，在鸡肉调理品(预制菜核心品类)领域具备强代表性的市场地位与品牌影响力。2025年，公司凭借全产业链优势、品质管控能力与渠道布局，在国内白羽肉鸡调理品(预制菜)市场处于行业前列。

作为山东白羽肉鸡预制菜核心集群代表企业，公司在华东、华北市场具备相对优势，全国市场渗透率持续提升，是行业内少数实现"肉鸡养殖-屠宰加工-预制菜生产"全产业链闭环的上市公司，行业话语权与示范效应显著。莱阳作为中国预制菜产业的重要集聚区，目前已形成"蔬菜、畜禽、水产、面点"全品类、全链条产业体系，春雪食品作为莱阳预制菜产业的代表性企业之一，在"中国预制菜第一市"的区域产业集群中占据重要地位。

2025年，在中国国际肉类工业展览会上，公司"爆计鸡来了"产品获得艾媒咨询(广州)有限公司颁发的"连续三年销量第一"和"品类开创者"市场地位确认证书；进入艾媒咨询发布的《2025年中国餐饮食材供应商百强榜》；入围了中国食品工业协会首度推出的"2025中国食品工业重点企业500家名录"。

以上数据支持:Mysteel、卓创资讯、博亚和讯、中国海关总署、中国畜牧业协会、现代畜牧网、肉类食品网、公司内部经营数据。

(二)所处行业相关政策情况

1、2025年行业政策环境综述

2025年是食品行业政策密集出台、监管体系全面升级的关键之年。国家围绕食品安全、产业升级、消费提振、数字化转型、绿色制造等领域出台了一系列重大政策，预制菜作为正式进入标准化、规范化发展的新阶段，白羽肉鸡产业链相关扶持政策接续发力，为公司所处行业营造了"规范发展有标准、产业升级有方向、消费扩容有支撑、技术创新有路径"的良好政策环境。具体而言，2025年政策环境呈现以下核心特征：

(1)食品安全监管全面数字化、标准体系加速完善

食品安全是2025年政策监管的主基调。国家层面相继发布50项新食品安全国家标准和9项修改单，新版《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》(GB2760-2024)正式实施，对食品添加剂的使用范围和限量做出更为严格的规定。农业农村部应开发出数字化监管平台，鼓励线智监控等四个方案计划，从源头保障畜牧养殖与动物屠宰性食品安全。特别是预制菜领域，2025年9月《食品安全国家标准 预制菜》(GB 31605-2025)通过审查，首次在国家层面对预制菜的定义、范围、原料、添加剂使用、加工过程、微生物限量等进行全面规范，标志着行业正式告别"野蛮生长"，进入标准化、透明化发展的新阶段。

(2)预制菜行业迎来规范化发展元年，准入门槛大幅提高

2025年是预制菜行业政策规范的转折之年。一方面，2024年3月六部门联合印发的《关于加强预制菜食品安全监管 促进产业高质量发展的通知》在2025年持续落地，各地陆续制定实施细则，明确预制菜定义、规范标签标注、强化添加剂使用管理等要求。另一方面，《食品安全国家标准 预制菜》的出台，首次在国家层面对预制菜身份进行统一界定，并将餐饮环节预制菜使用信息纳入强制披露范畴，预制菜经营正式进入"明牌"时代。政策规范的全面落地，加速了行业洗牌，不具备规模力的中小企业加速出清，市场份额持续向具备全产业链管控能力、合规运营体系完善的企业集中。

(3)消费提振与产业扶持政策协同发力，扩大内需成为政策主线

2025年，国家经济工作内需、提振消费摆在优先位置，《关于进一步扩大消费的若干政策》公开、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》，以增收减负提升消费能力，以高质量供给创造有效需求。农业农村部等十部门联合发布《促进农产品精深加工高质量发展的若干政策》，围绕优化供给、创新流通、激活市场推出23条具体措施，全面释放农产品消费潜力。《中国食物与营养发展纲要(2025-2030年)》明确提出"优化畜禽肉类产销结构，扩大禽肉消费，加快推行冷链配送、冰鲜上市"，为白羽肉鸡产业提供了明确的政策指引。地方政府层面，山东省出台《进一步支持民营经济高质量发展若干财政政策》，三年政策期预计财政直接投入360亿元以上，在技改专项贷贴息、设备更新补贴等方面给予企业支持，为公司产能升级创造了有利条件。

(4)数字化转型与绿色制造成为产业升级核心方向

数字化转型方面，工业和信息化部等七部门联合发布《食品工业数字化转型实施方案》，体现了对食品工业未来发展的深远布局：工业和信息化部等八部门联合发布《人工智能+制造专项行动实施意见》，推动人工智能与制造业深度融合。公司借助"信息化及智能化建设项目"，有序推进全流程智能化升级。绿色制造方面，工业和信息化部与中国人民银行联合下发《关于用好绿色金融政策支持绿色工厂建设的通知》，鼓励企业中规绿色工厂，公司已计划于2026年申报省级绿色工厂。生态环境部同步修订《建设项目环境影响评价分类管理名录》，取消部分环评项目类别，为企业设备更新改造项目提供便利。

(5)种源自立与节粮行动上升为国家战略，养殖业降本增效获政策加持

2025年中央一号文件强调扶持畜牧业稳定发展、强化动物疫病防控。种业振兴行动持续推进，白羽肉鸡自主育种"圣泽901"、"丽2号"、"沃德188"等国产品种商业化推广获得政策支持，国产祖代种鸡引繁占比首次超过海外引种。农业农村部印发《养殖业节粮行动实施方案》，在保障粮食安全前提下，持续推进饲料粮减量替代，推动养殖业节粮降耗、降本增效。公司作为大型肉鸡养殖企业，采用精准饲料配方技术，推行发酵豆粕应用，进一步提高饲料转化率，降低养殖成本。

(6)出口贸易政策持续优化，国际市场拓展空间扩大

2025年，中国与日本、欧盟、中东等主要出口市场的检验检疫协定持续优化，RCEP框架下对东盟出口的关税优惠进一步扩大，公司作为出口导向型企业，产品远销日本、欧盟、英国、中东等市场，2025年出口创汇额首次突破1亿美元大关，调理品出口销量同比增长15.52%。政策环境的持续优化，为公司进一步拓展海外市场、推动品牌出海创造了有利条件。

综上所述，2025年政策环境呈现出"标准引领、规范发展、消费提振、数智赋能、绿色转型"的鲜明特征。公司紧密围绕国家政策导向，坚持全产业链布局与高附加值转型，在食品安全合规、调理品产能释放、出口市场拓展、数字化转型等方面与政策方向高度契合。未来，公司将继续紧跟政策步伐，将政策红利转化为发展动能，持续提升核心竞争力与可持续发展能力。

2、相关行业法规政策情况

分类	发布时间	发布部门	文件名称	文件文号	主要内容	与行业、公司关联影响	实施时间
食品安全与质量标准政策	2024年3月18日	市场监管总局、教育部、工信部、农业农村部、商务部、国家卫生健康委六部门	1.《关于加强预制菜食品安全监管 促进产业高质量发展的通知》	国市监食生发〔2024〕27号	规范预制菜范围、推进标准体系建设、加强全链条食品安全监管、促进产业高质量发展。	对行业内企业在产品界定、添加剂应用、生产许可、标签明示等方面提出明确要求。公司已按通知定成产品目录，确保合规。	2024年2025年持续落地
	2025年2月8日	国家卫生健康委、市场监管总局	《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》	GB 2760-2024	收紧预制菜、禽肉加工中食品添加剂使用范围，删除部分添加剂应用场景。	对食品添加剂的使用范围和限量做出了更为严格的规定。公司已对照新标准调整配方，确保调理品无违规添加。	2025年2月8日
	2025年3月14日	国家市场监管总局	《食品标识监督管理办法》	总局令第100号	统一规范食品标签标注，强化真实性、合规性要求。	公司已启动标签改版工作，确保过渡期内完成切换。	2027年3月16日
	2025年3月16日	国家卫生健康委、市场监管总局	2025年第2号公告	——	正式发布50项新食品安全国家标准与9项修改单	GB 7718-2025《预包装食品标签通则》GB 28050-2025《预包装食品营养标签通则》的变化对食品企业影响较大，公司按照要求，进行标签整改、生产规范和过渡期安排。	2027年3月16日
	2025年3月16日	国家卫生健康委、市场监管总局	《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》	GB 7718-2025	预制菜等预包装食品标签要求升级，明确保质期、贮存条件、致敏物质等。	公司已对调理品、生鲜品标签进行排查，按新规修订	2027年3月16日
	2025年3月16日	国家卫生健康委、市场监管总局	《食品安全国家标准 预包装食品营养标签通则》	GB 28050-2025	营养标签强制标示从"1+4"扩为"1+6"，新增饱和脂肪、糖。	公司已开展营养成分检测和标签设计，满足新要求	2027年3月16日
	2025年3月16日	国家卫生健康委、市场监管总局	《食品安全国家标准 食用香离副产品加工卫生规范》	GB 12694-2025	规范白羽肉鸡副产品加工卫生，为预制菜原料提供标准支撑。	公司已对副产品加工环节进行卫生升级	2026年3月16日
	2025年3月19日	中共中央办公厅、国务院办公厅	《关于进一步强化食品安全全链条监管的意见》	——	国级8大薄弱环节，提出21项具体措施，构建全主体、全品种、全链条的食品安全监管体系，消除监管缝隙与盲区，提升治理效能	强化畜禽产品、预制菜全链条监管，压实企业主体责任。公司需进一步完善从其到餐桌的全程可追溯体系。	2025年
	2025年4月15日	国家市场监管总局	《食品生产经营企业落实食品安全主体责任监督管理规定》	总局令第97号	明确食品企业负责人、食品安全管理人员责任，适用于白羽肉鸡及预制菜生产。	公司已配备食品安全监管和食品安全员，需实"日管控、周排查、月调度"机制。	2025年
	2025年5月6日	国务院食安办等六部门	《食品添加剂监用问题综合治理方案》	食安办发〔2025〕5号	整治超范围、超限量使用添加剂，覆盖养殖、加工、预制菜全链条。	公司已开展自查，确保添加剂使用合规。	2025年
	2025年6月6日	国家卫健委	《关于进一步规范"无抗"类认证活动的通知》	认秘函〔2025〕21号	规范白羽肉鸡等畜禽产品"无抗""冷鲜"等标识标注，禁止误导性宣传。	公司无抗养殖产品已获第三方认证，标签合规。	2025年
	2025年9月	国家卫健委	《食品安全国家标准 预制菜》(GB 31605-2025)	GB 31605-2025	首次在国家层面对预制菜定义、范围、原料、添加剂、加工过程、微生物限量等进行全面规范，严禁使用防腐剂。	要求企业排查添加剂合规性、升级生产车间、改版标签。公司已按征求意见稿进行准备，待正式实施后完成切换。	待定
	2025年11月21日	山东省市场监督管理局	《山东省冷藏预制调理食品生产许可审查方案》	鲁市监食生产〔2025〕13号	强制热加工中心温度≥70℃且持续一定时间，强化杀菌与温控。	公司已对调理品生产线进行工艺验证，确保符合要求	2026年1月31日
	2025年12月12日	国家市场监管总局	《食品委托生产监督管理办法》	总局令第113号	规范预制菜等委托加工，明确委托方、受托方质量责任	公司现有委托生产业务，已经完善委托合同和质量协议	2026年12月1日
	2025年12月17日	国家市场监管总局	《食品销售连锁企业落实食品安全主体责任监督管理规定》	总局令第114号	明确连锁食品销售总部与门店食品安全管理责任。	公司线下渠道涉及连锁超市合作，已关注其责任落实要求	2026年3月20日
产业扶持与消费促进政策	2025年2月23日	中共中央、国务院	《关于进一步深化农村改革扎实推进乡村全面振兴的意见》(中央一号文件)	中发〔2025〕1号	支持白羽肉鸡等优质禽肉标准化、规模化生产，强化疫病防控与质量安全。	支持白羽肉鸡等优质禽肉标准化、规模化生产，强化疫病防控与质量安全。	2025年
	2025年2月27日	国家农村部、国家卫生健康委、工业和信息化部	《中国食物与营养发展纲要(2025-2030年)》	农科技发〔2025〕1号	国统筹需求、践行大食观、大食物观，对食物与营养工作进行一体化设计，一体化部署，一体化推进。	公司根据"优化畜禽肉类产销结构，扩大禽肉消费，加快推行冷链配送、冰鲜上市"的任务安排	2025年
	2025年3月10日	中共中央办公厅、国务院办公厅	《提振消费专项行动方案》	新华社正式对外发布	大力提振消费，全方位扩大国内需求，以增收减负提升消费能力，以高质量供给创造有效需求，以优化消费环境激发消费意愿，针对性解决制约消费的突出矛盾问题。	该方案的实施，对食品行业的消费产生积极影响。	2025年
	2025年4月	农业农村部	《关于做好农业种质资源保护、种畜禽生产性能测定和重大品种改良推广应用一体化等项目的通知》	农种创函〔2025〕1号	通过财政补贴，加速三个(圣泽901、广明2号、沃德188)自主培育的快大型白羽肉鸡国产品种的商业化推广。	有助于减少国内企业对国外引种的依赖，公司全产业链布局与种源自主化战略与政策发展方向一致，可享受到政策红利。	2025年
	2025年6月9日	山东省财政厅	《进一步支持民营经济高质量发展若干财政政策》	鲁财办〔2025〕8号	紧紧围绕民营企业关心关注的问题，聚焦于五大领域，细化提出10个方面、30条具体政策。	公司在"推动产业升级，实施技改专项资金"、"加强人才引育"等方面，可以享受部分优惠政策，有利于企业发展。	2025年
	2025年7月27日	农业农村部等十部门	《促进农产品消费实施方案》	农市发〔2025〕2号	聚焦优化供给、创新流通、激活市场三大方向，推出23条具体措施，全面释放农产品消费潜力。	公司已对副产品加工环节进行卫生升级	2025年
	2025年6月5日	工业和信息化部等七部门	《食品工业数字化转型实施方案》	工信部联消费〔2025〕129号	方案部署了4大行动、18项具体措施，对保障食品安全、提升产业竞争力，满足消费升级需求具有重要意义。	强化畜禽产品、预制菜全链条监管，压实企业主体责任。公司需进一步完善从其到餐桌的全程可追溯体系。	2025年
	2025年12月25日	工业和信息化部等八部门	《人工智能+制造专项行动实施意见》	工信部联科〔2025〕279号文	《意见》部署了七大重点领域、六大行动、三大保障措施，以"强化智能赋能、优化规划了人工智能制造全路径、目标和任务。	公司将借助"信息化智能化建设项目"的实施，在研发、生产、营销与运营环节进行智能化转型升级	2025年
	2025年11月20日	工业和信息化部和中国人民银行	《关于用好绿色金融政策支持绿色工厂建设的通知》	工信厅联节函〔2025〕49号文	深入贯彻党中央关于加强金融服务实体经济有关决策部署，落实国务院办公厅《制造业绿色低碳发展行动方案（2025-2027年）》以及人民银行等七部门关于金融支持新型工业化的指导意见》	建立完善绿色金融支持绿色工厂工作机制、鼓励金融机构设立绿色工厂专项贷款。	2025年
数字化转型与绿色制造政策	2025年12月3日	生态环境部	《建设项目环境影响评价分类管理名录》(修订征求意见稿)	——	明确取消了部分环评的行业/项目类别	有利于企业规模扩张和技术升级，但对新的排放要求需关注	2025年
	2025年4月25日	农业农村部	《养殖业节粮行动实施方案》	农办牧〔2025〕15号	鼓励低蛋白饲料、节粮养殖模式，提高白羽肉鸡饲料转化效率。	公司采用精准饲料配方技术，推行新的饲养模式和发酵豆粕的应用，更加精准地满足肉鸡需养需求，进一步提高饲料转化率，降低养殖成本，减少粮食耗用。	2025年
	2025年1月24日	农业农村部	《2025年兽药质量监督抽检和风险监测计划》、《2025年动物源细菌耐药性监测计划》	农牧发〔2025〕2号	全面保障畜牧养殖生产安全、动物源性食品安全、公共卫生安全和生物安全，为推动畜牧业高质量发展奠定坚实基础。	公司作为白羽肉鸡产品生产者，多年来严格按照国家及有关法口国要求，从源头严格规范使用饲料原料与兽药，保证了畜禽健康和禽肉产品品质，促进中国畜牧业高质量发展。	2025年
	2025年2月5日	农业农村部	《2025年饲料质量安全监管工作方案》	农办牧〔2025〕2号	落实饲料质量安全监管法规制度要求，规范饲料生产、经营和使用行为，分析评估各环节存在的潜在风险因素，提升饲料企业质量安全管理水平，严厉打击养殖环节使用"瘦肉精"等违法违规行为	对于促进饲料行业产品质量保障与提升有很大作用。	2025年

公司专业从事白羽鸡鸡肉食品的研发、生产加工和销售业务，主营产品为鸡肉调理品(预制菜)和生鲜品。公司是目前大型白羽鸡鸡肉食品企业中少数以鸡肉调理品(预制菜)生产、销售为主的企业，致力于成为中国鸡肉调理品细分行业的龙头企业。报告期内公司经营模式未发生重大变化。

(一)主要业务

1、公司主要业务:鸡肉调理品(预制菜)的研发、生产与营销;商品代肉鸡养殖与肉鸡屠宰分割加工;饲料生产(自用),生物有机肥的生产与销售。

2、主要产品产销量

(1)全年生产调理品(预制菜)6.32万吨，同比增长4.67%;销售调理品(预制菜)6.29万吨，同比增长8.45%(其中出口2.68万吨，同比增长15.52%)。

(2)全年宰杀肉鸡8029万只，同比增长6.68%;生产鸡肉生鲜品19.45万吨，同比增长9.22%;销售鸡肉生鲜品16.67万吨，同比增长14.23%。

(3)全年外销毛鸡349万只、0.81万吨，同比分别下降45.38%、52.65%。

(4)全年采购商品代雏鸡9346万只，同比增长8.51%;养殖出栏商品代肉鸡8378万只，同比增长3.38%;

(5)全年供应商品代肉鸡饲料34.61万吨，同比增长4.72%。

(6)全年销售有机肥4913吨，同比下降13.99%。

(二)经营模式

1、盈利模式

公司专业从事白羽鸡鸡肉食品的研发、生产加工和销售业务，主要通过向市场销售鸡肉调理品(预制菜)和鸡肉生鲜品实现收入及盈利。

2、采购模式

公司加工调