福建圣农发展股份有限公司

证券代码:002299 证券简称:圣农发展 公告编号:2026-007

2025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:以实施分配方案时股权登记日的总股本扣除公司回购专户上已回购股份后的股份为基数,向全体股东每10股派发现金红利2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	圣农发展	股票代码	002299
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	廖俊杰	傅志诚	
办公地址	福建省光泽县十里铺圣农总部办公大楼	福建省光泽县十里铺圣农总部办公大楼	
传真	0599-7951250	0599-7951250	
电话	0599-7951250	0599-7951250	
电子信箱	snlj@sunnercn.com	fzc@sunnercn.com	

2、报告期主要业务或产品简介

一、报告期内公司从事的主要业务

公司需遵守《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第3号——行业信息披露》中畜禽水产养殖业的披露要求

公司成立于1983年,立企四十余年来,公司始终专注于白羽肉鸡产业,建立了全球最完整配套且唯一的白羽肉鸡"自育-自繁-自养-自宰-深加工"的全产业链,是中国首批实现核心种源自主突破并对外批量销售的企业,中国最大的集祖代、父母代种鸡和商品代肉鸡一体化养殖企业,以及国内最大的鸡肉食品深加工企业。立足产业龙头地位,圣农致力于打造世界级食品企业,持续为全球消费者提供优质的动物蛋白产品。

1、公司基地布局

公司生产基地主要分布在福建、江西、甘肃及安徽,并设立上海产品研发中心和杭州创新营销中心,已建及在建食品深加工产能合计超过50万吨,产品辐射范围广,并远销日本、韩国、蒙古、美国、菲洲,中亚地区,以及柬埔寨、菲律宾等东南亚国家与地区。

2、一体化的全产业链布局

公司建立了集饲料加工、原种育种、祖代与父母代种鸡养殖、种蛋孵化、肉鸡饲养、屠宰加工与销售、熟食加工及销售为一体的肉鸡饲养加工企业,主要生产鸡肉及熟食,供应给餐饮、食品工业、流通、零售、副品等市场领域。公司在白羽肉鸡全产业链企业排名中名列亚洲第一、世界第六。

3、公司主要产品

公司主要产品包括冻、鲜鸡肉产品及肉类深加工产品,公司深入分析白羽肉鸡终端消费场景,从终端消费需求出发,在全渠道匹配相应产品,让所有消费者在任意渠道都能获得圣农产品。

(1)冻、鲜鸡肉产品

公司冻、鲜鸡肉产品在全渠道均有销售,以不同加工程度、不同包装规格,满足各渠道客户的需求:

(2)深加工产品

①B端产品

公司致力于让消费者在各类型餐厅都可以吃到我们的产品,产品上从公司深耕的西式餐饮渠道逐步向中式餐饮渠道渗透,以丰富的餐饮服务经验、强大的食品研发能力及规模化供应能力,重新定义白羽鸡在中餐行业运用的大单品标准。

②C端

公司深入分析各类零售场景下的用户画像,围绕消费者多元化、个性化需求,打造契合场景特征的产品组合,实现产品对多消费场景的全面覆盖。

二、报告期内公司所处行业情况

1.行业概况

(1)白羽肉鸡生产行业

白羽肉鸡是对白羽快大型肉鸡的简称,中国白羽肉鸡产业始于上世纪七十年代,是目前我国农业产业中现代化、标准化、产业规模化程度最高的新型产业。

近年来,随着人们生活水平的不断提高和生活节奏的加快,消费者的食品消费观念已经从最初的满足于温饱发展成为追求高品质、方便快捷的消费,因此对营养价值高、食用便利、安全卫生的肉制品的需求越来越大,但我国的肉制品人均消费总量与发达国家相比仍相差甚远,发展空间巨大。在肉类产品中,鸡肉以其一高三低(高蛋白质、低脂肪、低胆固醇和低热量)及生产周期短、饲料转化率高、经济效益显著、环境友好等优势,已成为我国第二大消费肉类,且在我国肉类消费结构占比逐年迅速提升,具有非常广阔的发展前景。

(2)肉类食品深加工行业

国内目前肉类饮食消费习惯受传统饮食习惯影响以鲜肉为主,肉类深加工食品消费量占肉类整体消费比例不高,相较之下,肉类深加工食品在欧洲、美国、日本和其他发达国家更受欢迎,发达国家的肉制品约占肉类产量的50%。随着消费者对食品安全、健康、方便的需求不断增强,肉类深加工食品因其健康、安全、易加工、易保存、风味多样等特性越来越受消费者的青睐,未来随着肉制品加工工艺的不断提升,产品种类将更加丰富,市场前景广阔。

2.行业发展情况

(1)我国是全球第二大鸡肉生产国和消费国

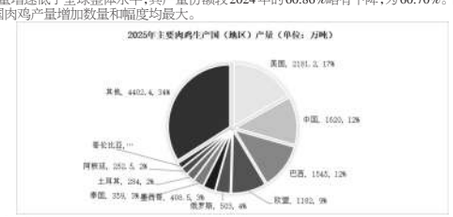
根据国家统计局数据显示,2024年全国家禽出栏173.4亿只,同比增加5.1亿只,增长3.1%,禽肉产量2660万吨,增加97万吨,增长3.8%,在主流肉类消费中占比提升至27.53%,较2023年提升0.94%。

在中国禽类消费结构中,白羽肉鸡占据绝对主导地位,根据2023年中国禽业发展报告显示,白羽肉鸡产量占禽肉总产量接近50%。根据卓创资讯数据,2025年我国白羽肉鸡屠宰量达到92.94亿羽,较2024年同比增长7.49%。

数据来源:历年中国禽业发展报告、卓创资讯等

2025年全球肉鸡产量实现强劲增长,根据USDA数据,2025年全球肉鸡产量达到10,755.4万吨,较2024年的10,420.30万吨增加335.10万吨,增长3.22%,增量和增幅均达近5年来最高水平。

2025年,四大主产国(地区)美国、中国、巴西和欧盟肉鸡产量分别达2181.20万、1620.00万、1545.00万、1182.00万吨,较2024年实现了不同程度的增长,增幅分别为2.20%、5.54%、3.00%和0.78%。四大主产国(地区)产量合计6528.20万吨,较2024年的6342.20万吨增长186.00万吨,增幅2.93%。由于2025年四大主产国(地区)合计产量增速低于全球整体水平,其产量份额较2024年的60.86%略有下降,为60.70%。四大主产国(地区)中,中国肉鸡产量增加数量和幅度均最大。



数据来源:USDA

3.行业发展趋势

(1)消费者更加注重质价比,餐饮连锁化率提升

根据国家统计局数据,2025年全国餐饮市场收入57,982亿元,同比增长4.1%。

数据来源:国家统计局

白羽肉鸡凭借着其高效生产、低成本、加工灵活性和供应链韧性等优势,成为西式快餐动物蛋白的核心来源,并在消费者质价比追求、餐饮连锁化率提升的催化下,向中式正餐、快餐、火锅等诸多场景高速渗透。

数据来源:国家统计局、中国连锁经营协会等

(2)消费者饮食习惯转变带动鸡肉需求高增长

随着"健康中国"战略的深入推进,国民饮食结构正经历从"量"到"质"的全面升级,消费者对营养均衡、便捷高效、高性价比的食品需求持续攀升。在此背景下,鸡肉(尤其是白羽肉鸡)凭借其健康属性、多元加工形态和供应链优势,成为这一趋势下的核心受益品类。

1)鸡肉成为"营养阶段"的优选蛋白

在健康意识不断觉醒的大背景下,鸡肉正逐渐成为"营养阶段"的优选蛋白。其低脂高蛋白的营养特点(鸡胸肉脂肪含量仅2%-5%、蛋白质含量约20%-25%)与消费者对"低热量、高营养"的追求高度契合,并在"减脂控糖、三高预防"等健康理念的推动下,对红肉形成明显替代趋势。据中国畜牧业协会数据显示,2024年白羽肉鸡消费量在禽肉中占比约50%,远高于其他主流动物蛋白消费增速。同时,白羽肉鸡凭借更高的饲料转化效率与更低的碳排放(仅为牛肉的1/10),满足Z世代对"低碳饮食"与"环保责任"的关注,进一步增强了鸡肉在年轻消费群体中的黏性。

2)产品多元化创新,从基础食材到场景化解决方案

从消费端来看,鸡肉制品呈现出多元化的发展态势。相较于过去主要停留在鲜/冻分割肉层面,目前市场上已涌现出种类丰富、形式多样的鸡肉熟制品,包括广受消费者喜爱的腌制鸡肉、即食或半成品鸡排、鸡翅,以及适宜空气炸锅烹调的各式便利食品等。此类多元化产品不仅满足了不同人群在口味、用餐场景和烹饪方式方面的多样化需求,也顺应了人们对健康与便利的双重追求。

3)渠道渗透深化,全场景覆盖构建消费生态

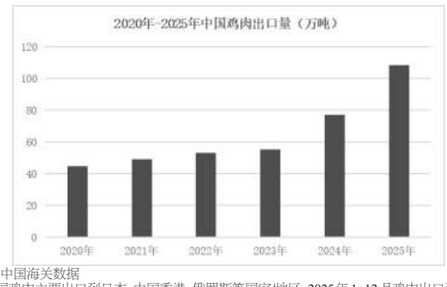
与此同时,鸡肉因其相对适中的价格与突出的营养价值,在当前注重"质价比"的消费趋势下,进一步赢得零售终端的重视与支持。无论是便利店、会员制商店,还是传统商超,皆不断丰富和升级鸡肉制品的陈列与供应,通过生鲜、冷冻腌制、即食料理、休闲零食等多种形式,为消费者打造全方位、立体化的购物与消费体验。

(3)出口及宠物食品行业的增长,打开鸡肉增长空间

1)中国成为鸡肉贸易净出口国

伴随鸡肉消费的转型升级,肉鸡企业布局加快向终端市场延伸,国内鸡肉出口量不断增长,我国鸡肉贸易从进口为主转向以出口为导向的模式,2025年我国鸡肉出口增至108.49万吨,同比增长40.87%,2025年我国鸡肉进口量为67.91万吨,同比下降30.06%。

这得益于以下因素:一方面,全球消费者对于健康、低脂肉类需求不断扩大,鸡肉以其营养丰富、胆固醇含量较低等优势,得到越来越多国家和地区的认可;另一方面,中国白羽肉鸡在养殖技术、屠宰加工及熟食加工方面积累了丰富经验,规模化、集约化程度不断提高,生产成本进一步下降,也提高了在国际市场的竞争力。



数据来源:中国海关数据

2025年我国鸡肉主要出口到日本、中国香港、俄罗斯等国家/地区;2025年1-12月鸡肉出口到日本20.15万吨,同比增长8.66%;鸡肉出口到中国香港19.20万吨,同比增长5.35%;鸡肉出口到俄罗斯11.47万吨,同比增长54.8%。

出口品类占比方面,鸡肉出口主要产品以鸡胸肉、鸡腿肉、冻鸡块肉为主,2025年1-12月,鸡胸肉(其他冻鸡块肉、其他制作或保藏鸡胸肉)出口总量67.61万吨,占出口总量的62.33%,同比增长54.43%;其他制作或保藏的鸡腿肉出口总量13.20万吨,占比12.17%,同比增长8.31%;带骨冻鸡块肉出口总量7.10万吨,同比增长114.09%,占比6.55%。

2)宠物食品行业发展拉动白鸡需求持续增长

宠物食品行业的蓬勃发展,为白羽肉鸡产业提供了新的需求增长点。根据艾媒咨询预测,2025年中国宠物经济产业规模预计突破8,000亿元,其中肉类原料需求占据重要比重。作为关键的动物蛋白来源,白羽肉鸡所产出的鸡胸肉(高蛋白)、鸡肝(适口性增强剂)、鸡骨架(钙质来源)等富余原料及副产品,正逐渐被更多宠物食品企业所采用,为白羽肉鸡行业在产品端上有着良好的互补作用。

数据来源:艾媒咨询

(4)食品安全问题加速行业规范、健康发展

2025年3月19日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步强化食品安全全链条监管的意见》,针对当前从农田到餐桌食品安全全链条监管中存在的衔接不畅等问题,提出了多项有针对性的监管举措,覆盖食用农产品、食品生产经营许可、贮存、运输、寄递和配送、网络食品销售新业态、餐饮服务以及进口食品等多个关键环节,要求有关部门有效协同,确保食品安全全链条、各环节监管有机衔接,责任全面落实。3月18日,农业农村部召开部常务会议,会议指出,我国农产品量大品种多,农产品质量安全问题仍不容忽视。要落实国务院食安委部署,突出抓好源头治理和全链条监管,要持续集中整治农产品质量安全突出问题,压紧压实各级责任,要健全从田头到餐桌的监管机制,制定产地准出分类监管办法,推进质量安全风险监测部省统筹,提高监测覆盖面。

随着公众健康意识的提高和监管力度的不断加强,食品安全已成为衡量食品企业综合实力与社会责任的重要指标。在此背景下,白羽肉鸡行业依靠规模化、集约化的生产方式,具备了天然的食品安全管控优势,尤其在一体化全产业链模式下,更能从源头到终端实现全过程的严格管控,为消费者提供放心、可靠的动物蛋白。

(注:本节图表数据来源于国家统计局、USDA、Wind等)

三、核心竞争力分析

1、全产业链优势

公司建立了集饲料加工、种源培育、祖代与父母代种鸡养殖、种蛋孵化、肉鸡饲养、肉鸡屠宰加工、食品深加工等环节于一体的肉鸡产业链。

自繁自养全配套全产业链有以下四个优势:

(1)全产业链能有效熨平行业周期波动,降低盈利的波动性;全产业链布局相较于比较单一的运作环节,能减少各板块间外部交易成本,优化各环节利润水平。同时有效抵御市场价格波动导致的各环节经营压力及风险,进一步增强公司抵抗周期性风险的能力,从而确保与同行业其他公司相比,公司整体盈利水平更加稳定。

(2)全产业链实现产品"优质、可控、可靠、可追溯",给公司带来品质红利;公司依靠自繁自养全配套全产业链建立了可靠的食品安全全程追溯体系,优异的鸡肉品质与有保障的食品安全,为公司与百胜、麦当劳等高要求、高标准的优质客户开展长期合作提供坚实基础。

(3)全产业链保障了生产的稳定性;依靠自繁自养全配套全产业链,公司内部的各生产环节环环相扣、均衡生产,计划性强,确保供应链和生产稳定。

(4)全产业链闭环管理有效实现疫病防控;公司在饲料加工、种源培育、祖代与父母代种鸡养殖、种蛋孵化、肉鸡饲养、肉鸡屠宰加工、食品深加工等环节均采取了闭环管理,能有效阻绝外部因素的影响,确保公司防控体系安全有效。

2、自研种源优势

公司潜心十余年开展白羽肉鸡育种工作,成功培育出"圣泽901"白羽肉鸡配套系,于2021年末获得农业农村部批准,取得对外销售资格,并于2022年6月正式对外出售父母代种鸡雏。公司是国内首个打破国外企业在种源上的垄断,批量供应国产父母代种鸡雏的企业。2023年,公司育种攻关取得新突破,利用基因组测定和表型数据相结合的模式,进行精准选育,推进遗传改良,进一步优化"圣泽901"配套系综合性能,成功研发并推出了"圣泽901plus",在保持父母代种鸡、商品代肉鸡性能和原种鸡疾病净化水平稳定的情况下,降低料肉比,提升养殖综合效益。

种源的突破使得公司具备以下三个优势:

(1)自研种源有效保障上游稳定供应。近几年,国际形势多变、禽流感频发,国外种源供应不确定性加大,自研种源不受国外种源供应限制,公司可以准确制定自身的生产计划,降低经营风险,同时也为行业提供稳定的种源供应。

(2)自研种源的本土适应性强。国外引进的种鸡常携带多种疾病,带来了极大的生物安全隐患,"圣泽901"完成了多种垂直性传播疾病的净化,鸡群干净、本土适应性强。

(3)自研种源性能优异,塑造成本优势。"圣泽901"繁衍的父母代种鸡及商品代肉鸡在产重率、料蛋比、出栏日龄、增重等众多效益指标和抗病能力均体现出明显且稳定的优势,一系列优异性能共同塑造了公司养殖环节的成本优势。

3、供应链优势

公司凭借着全产业链以及多年餐饮客户的服务经验,构建了稳定的柔性供应能力、领先行业的产品研发能力、可防可控可追溯的食品安全能力、市场趋势分析能力、ESG可持续发展能力等供应链护城河优势,奠定公司在餐饮行业的强大优势及市场地位。

4、产能规模化优势

公司白羽鸡养殖产能近8亿羽,已建及在建食品深加工产能合计超过50万吨,位列全国第一。

公司产能规模持续领跑行业,一方面,规模化有助于公司提升采购议价能力、分摊固定成本,通过标准化养殖模式,提高生产效率和产能利用率,降低生产成本,从而提高经济效益;另一方面,领先的产能规模,确保公司既能满足大客户的批量订单,又能依托生产的协同,及时消化大客户旺季临时新增的订单需求,全方位保障下游客户供应链的稳定,在开发和服务优质大客户方面具有绝对优势。

5、大客户优势

圣农在白羽鸡行业40多年的沉淀和积累以及在食品深加工行业20多年的精耕细作,已与百胜中国、麦当劳、塔斯汀、德克士、沃尔玛、永辉等国内外知名客户建立了长期的战略合作关系。

公司始终致力于深化与大客户的战略合作,在产品研发、质量把控、市场开拓和信息共享等方面全方位携手共进,充分融入全球先进的食品供应链体系,适应多元企业文化,开创了从产品供应到价值共创的多赢模式,巩固了公司在食品加工领域的领先地位,为进一步携手全球顶尖食品、餐饮企业奠定坚实基础。

6、资金成本优势

公司始终注重财务健康与资金安全,兼顾流动性充裕与资金成本的优化。多年来,公司账面资金充裕,经营性现金流稳健,本报告期经营性现金流量净额40.32亿元,增幅32.25%,在同业企业中保持领先水平;此外,凭借40年来在业界积累的优质信用,使公司拥有大量尚未使用的授信额度,资金成本水平也在同行业中处于较低的水平。

充裕的流动性、较低的融资成本结合多年来的稳健经营,使公司能有效抵御系统性经济风险、应对行业周期性所带来的经营和财务压力,为公司在复杂、多变的经济环境下整合行业优势资源提供了有力的支持。

四、主营业务分析

1、概述

(1)回顾报告期情况

报告期内,公司管理层持续推进精益化运营、数智化转型,激活高质量发展新动能,发力BC双端增长飞轮,以种源优势、成本领先、大食品规模服务能力构筑全产业链及产业生态能力,最终实现客户和消费者的价值创造。2025年度,公司经营业绩实现稳步提升,充分展现了公司在面对产品价格压力与市场挑战时的良好经营韧性及可持续增长动能,进一步夯实了公司在行业中的竞争优势。

报告期内,公司产量、销量均实现增长。鸡肉生食销售量157.68万吨,深加工肉制品产品销售量44.76万吨,分别较2024年增长12.40%、41.25%。报告期内,公司实现营业收入200.94亿元,同比增加8.12%,归母净利润13.80亿元,同比增幅90.55%,扣非归母净利润8.45亿元,同比增幅22.27%。

(2)报告期内重大事项

1)持续突破,成本领先战略成果显著

报告期内,公司管理层深入推进成本领先战略落地,确保各板块、各环节的成本控潜持续发力,有效降低市场波动风险,支撑公司整体竞争力持续提升。

种源性能不断提升,夯实产业链基础

公司自有种源"圣泽901"于2021年12月正式通过国家畜禽遗传资源委员会审定、鉴定,并于2022年6月成功实现国产种源首次批量供应。2023年底,在原有"圣泽901"基础上,公司成功迭代研发了种源新组合"圣泽901plus",性能方面获得大幅提升,料肉比指标较原组合得到显著改善,产重率、生长速度、抗病性等指标均达到国际领先水平。

报告期内,公司持续围绕研发投入、疫病净化、生产管理、原种及祖代生产性能提升等方面展开工作,种鸡核心指标进一步提升,产重性能、产肉性能等指标均创最佳水平,种鸡生产性能的不断优化助推养殖端综合成本实现持续下降。种源性能的持续提升,为公司长期降本提供了坚实的支撑,管理水平迭代与技术沉淀则为降本增效积蓄更实动能。自2018年以来,公司综合造肉成本保持下行态势,由此形成的成本领先优势已成为保障公司盈利能力的核心竞争壁垒。

2025年,公司种鸡对外销售500余万套,推广范围覆盖全国10余个省份,市场认可度不断提升,在自主国产种源中保持第一的市场份额。同时,公司积极开拓国际市场,向坦桑尼亚、塔吉克斯坦等国出口多个批次,实现国产白羽肉鸡新品种推广的国际、国内双轮驱动。

未来,圣农将继续扩大育种研发投入,持续提升种鸡生产性能,为白羽肉鸡行业提供更多优质种鸡来源,保障中国白羽肉鸡种鸡的供应安全,推动整个行业健康稳定发展。

充分挖潜,持续管控成本

报告期内,公司持续深化成本领先战略,挖掘内部管理潜能,充分发挥全产业链优势,在成本管控体系上紧抓"原料采购价格管控"与"内部成本管控"两个关键点,进一步巩固成本领先优势。

在原料采购方面,公司构建了多元化采购体系和全球化供应链能力,通过精准研发高效配方、积极使用部分替代原料、充分运用基差、远月合约采购等工具,助力公司降低造肉成本。

在内部成本管控方面,依托数十年经验沉淀和科学管理体系,公司创新性构建了全产业链闭环养殖系统。通过数字化平台建设,有效消除各养殖环节的信息孤岛,将饲料配给、疫病防控、物流运输等模块纳入统一管理体系,实现全流程动态监测与精准管控,切实提升养殖业务的可控性与生产效率。

重塑仓流智配体系,优化营运效率

营运管理方面,公司持续推动系统性的流程优化和效率提升,围绕精准预测、高效生产、精益仓储、智能物流的供应链闭环,加强产销协同和供应链资源调配能力,最终实现高效运营和订单的完美交付。

2)全渠道协同发力,驱动全场景增长

报告期内,公司深入分析白羽肉鸡终端消费场景,在市场营销端坚定推进"全渠道制胜策略",深化结构升级与战略转型,制定有针对性的渠道策略、品类策略和产品组合策略,实现各价值渠道业务的全面增长。

B端业务方面,公司持续深化"产品+研发+市场"三位一体的协同闭环合作模式,凭借完善的餐饮供应链能力以及优秀的产品组合策略,通过客户全周期精细化管理、履约链路高效管控及组织能力赋能,持续为客户创造价值。在加强与B端优质核心客户紧密合作的同时,公司实行精准拓客策略,新客户贡献稳步上升,特别是中餐赛道的业绩表现较为亮眼。出口方面,公司延续日本鸡肉出口份额第一的成绩,国际知名度稳步提升,并成功开拓中亚、东南亚等多个海外新市场,出口业务实现同比增长。

C端业务方面,公司紧抓零售行业结构性变化机遇,全面覆盖会员店、零食店、即时零售等高增长渠道,积极推进经销商网络拓展和终端网点建设,提升渠道渗透率。在产品策略上,公司深入分析各类零售场景下的用户画像,围绕消费者多元化、个性化需求,打造契合场景特征的产品组合,实现产品对多消费场景的全面覆盖,提升消费者触达率与转化率。报告期内,公司C端业务实现收入约35.5亿元(含安徽太阳谷2025年并表后的C端收入),同比增长超60%。

报告期内,公司完成了对太阳谷的控股合并,通过前期的产业赋能与精益化管理导入,太阳谷自身经营效率获得显著提升,已为上市公司带来可观收益。本次合并后,公司将充分发挥种源自主可控与全产业链布局的协同优势,加速对太阳谷的深度整合与技术、管理赋能,进一步挖掘其盈利潜力,为上市公司未来业绩持续增长注入新动能。

3)推进数智化升级,打造全产业链协同的智慧型企业

报告期内,公司不断巩固和提升全产业链优势,全面推进数智化升级建设,推动"AI+BI"双轨落地,以智能分析驱动效率提升,实现数据实时可视、管理及时响应,让数据真正赋能业务。同时,公司管理层积极推进公司智慧中台建设,生产运营管理体系迭代升级,多维度铸就柔性的智能供应链,运营效能全面提升,不断提升公司的整体竞争优势。

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	23,215,786,377.39	20,890,943,324.46	11.13%	22,512,731,712.88
归属于上市公司股东的净资产	11,211,002,035.60	10,439,998,355.63	7.39%	10,308,123,149.43
	2025年	2024年	本年比上年增减	2023年
营业收入	20,094,480,816.16	18,585,565,098.76	8.12%	18,486,738,694.46
归属于上市公司股东的净利润	1,380,058,462.24	724,267,685.28	90.55%	664,273,529.84
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	844,832,540.97	690,961,646.80	22.27%	667,096,642.83
经营活动产生的现金流量净额	4,032,265,082.10	3,049,013,016.02	32.25%	2,291,361,945.27
基本每股收益(元/股)	1.1203	0.5875	90.69%	0.5368
稀释每股收益(元/股)	1.1203	0.5875	90.69%	0.5368
加权平均净资产收益率	12.59%	6.96%	5.63%	6.58%

(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	4,114,656,924.89	4,741,748,304.71	5,849,481,319.26	5,388,594,267.30
归属于上市公司股东的净利润	147,553,408.60	762,696,199.99	248,669,626.06	221,139,227.59
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	170,225,950.07	205,385,073.36	256,541,260.64	212,680,256.90
经营活动产生的现金流量净额	557,453,242.57	867,628,872.95	1,661,293,812.87	945,889,153.71

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	38,142	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	33,236	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
福建圣农控股集团有限公司	境内非国有法人	44.68%	545,510,048	0	不适用	0
环胜信息技术(上海)有限公司	境内非国有法人	5.00%	62,220,500	0	不适用	0
香港中央结算有限公司	境外法人	2.67%	53,182,988	0	不适用	0
傅长玉	境内自然人	2.00%	33,253,520	0	不适用	0
傅芬芳	境内自然人	1.63%	20,283,972	15,212,979	不适用	0
浙商银行股份有限公司-国泰中证畜牧养殖交易型开放式指数证券投资基金	其他	1.49%	12,033,737	0	不适用	0
全国社保基金一零二组合	其他	1.18%	10,513,713	0	不适用	0
中国农业银行股份有限公司-中证500交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.82%	9,177,952	0	不适用	0
中国工商银行股份有限公司-中证主要消费交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.74%	9,015,592	0	不适用	0
苏晓明	境内自然人	0.70%	7,343,703	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	福建圣农控股集团有限公司系本公司控股股东,公司董事长傅光明先生和公司董事傅芬芳女士分别持有福建圣农控股集团有限公司 40.00%和 60.00%的股权,傅光明先生与傅长玉女士系配偶关系,傅芬芳女士、傅露芳女士系傅光明先生和傅长玉女士之女;傅光明先生、傅长玉女士及傅芬芳女士三人是本公司的实际控制人,傅露芳女士为实际控制人的一致行动人。除以上情况外,本公司未知其他上述股东之间是否存在关联关系,也未知是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	无					

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

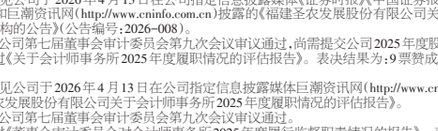
□适用 √不适用

(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

无

证券代码:002299 证券简称:圣农发展 公告编号:2026-006

福建圣农发展股份有限公司
第七届董事会第二十次会议决议公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

福建圣农发展股份有限公司(以下简称"公司"或"本公司")第七届董事会第二十次会议于2026年4月10日下午在福建省光泽县十里铺公司办公大楼四层会议室以现场和通讯会议相结合的方式召开,本次会议由公司董事长傅光明先生召集并主持,会议通知已于2026年3月31日以专人递送、传真、电子邮件等方式送达给全体董事、高级管理人员。应参加会议董事九人,实际参加会议董事九人(其中:董事丁晓先生、独立董事杨翼飞女士、独立董事张晓涛先生、独立董事王松先生以通讯表决方式参与了会议),高级管理人员列席了本次会议。本次会议的召集、召开符合《中华人民共和国公司法》和《福建圣农发展股份有限公司章程》(以下简称"《公司章程》")的有关规定。

公司现任独立董事张晓涛先生、王松先生、杨翼飞女士,在本次会议上作《福建圣农发展股份有限公司2025年度独立董事述职报告》,并将在公司2025年度股东会上进行述职。

本次会议以记名投票表决方式逐项表决通过了以下决议:

一、审议通过《公司2025年度总经理工作报告》。表决结果为:9票赞成,0票反对,0票弃权。

与会董事听取了公司总经理傅芬芳女士所作《公司2025年度总经理工作报告》:2025年公司管理层持续推进精益化运营与数智化转型,激活高质量发展新动能,深入贯彻"种源优势领先战略"、"成本领先战略"、"B端业务行业领先战略"、"C端与品牌战略",通过完成太阳谷并购整合、全渠道协同发力、数智化升级等举措,持续构筑全产业链及产业生态系统,实现客户与消费者的价值创造。2025年度,公司经营业绩稳步提升,充分展现了公司的经营韧性与可持续增长动能。2026年公司总体经营方针在2025年经营策略的基础上做一定延续,同时结合行业发展趋势的变化,聚焦"全渠道制胜战略"、"品牌信任和价值领航"、"成本领先战略"、"智慧中台战略",支撑全产业链价值升级,成为行业发展的价值导向。

二、审议通过《公司2025年度董事会工作报告》。表决结果为:9票赞成,0票反对,0票弃权。

2025年,公司董事会严格按照法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定和要求,本着对全体股东负责的态度,从维护公司利益和广大股东权益出发,切实履行股东会赋予的董事会职责,勤勉尽责开展各项工作,促进公司持续、健康、稳定发展。

具体内容详见公司于2026年4月13日在公司指定信息披露媒体《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》或巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)披露的《福建圣农发展股份有限公司2025年年度报告》相应章节。

本议案尚需提交公司2025年度股东会审议。

三、审议通过《公司2025年度内部控制评价报告》。表决结果为:9票赞成,0票反对,0票弃权。

根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况,于内部控制评价报告基准日,公司不存在财务报告内部控制重大缺陷;公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况,于内部控制评价报告基准日,公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出之日,公司未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。

具体内容详见公司于2026年4月13日在公司指定信息披露媒体巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)披露的《福建圣农发展股份有限公司2025年度内部控制评价报告》。

本议案已经公司第七届董事会审计委员会第九次会议审议通过。

四、审议通过《公司2025年度可持续发展报告》。表决结果为:9票赞成,0票反对,0票弃权。

2025年,公司坚持稳中求进、高质量可持续发展,将可持续理念融入公司治理与经营管理,建立健全治理体系,切实保障股东权益,坚决维护员工利益,实现公司与股东、债权人、客户、供应商、员工之间的和谐健康发展,促进企业与社会和谐进步,有效履行企业社会责任。

具体内容详见公司于2026年4月13日在公司指定信息披露媒体巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)披露的《福建圣农发展股份有限公司2025年度可持续发展报告》。

五、审议通过《公司2025年年度报告及其摘要》。表决结果为:9票赞成,0票反对,0票弃权。

《公司2025年年度报告》及《公司2025年年度报告摘要》的编制程序符合相关法律、法规及规范性文件的规定,报告内容真实、准确完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

具体内容详见公司