证券代码：300973　证券简称：立高食品　公告编号：2025-023
债券代码：123179　债券简称：立高转债

立高食品股份有限公司
2024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。

中审众环会计师事务所（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：以未来实施权益分派方案时股权登记日的总股本扣除公司回购专用账户股份后的股本为基数，向全体股东每10股派发现金红利5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	立高食品	股票代码	300973
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	王世佳	欧阳群	
办公地址	广州市增城区石滩镇兴石一路3号	广州市增城区石滩镇兴石一路3号	
传真	020-36510920-8000	020-36510920-8000	
电话	020-36510920-8973	020-36510920-8973	
电子信箱	dongmiban@ligaofoods.com	dongmiban@ligaofoods.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司主营业务

公司主要从事冷冻烘焙食品及烘焙食品原料的研发、生产和销售。产品主要包括麻薯、挞皮、甜甜圈、冷冻蛋糕等冷冻烘焙半成品及成品，以及奶油、水果制品、酱料、油脂、肉松制品等烘焙用原料。公司产品类型众多，规格多样，产品品规总量近千种，能够充分满足下游不同类型客户的多产品、多规格的一站式采购消费需求，提高了客户的使用便利性。由于产品的不断丰富，公司终端客户也从最初的烘焙门店为主向大商超和餐饮及新零售渠道延伸。

公司围绕全国烘焙消费的主要市场进行了产能布局。目前，公司已在华南的广州增城和南沙、佛山三水，华东的浙江长兴，华北的河南卫辉等地先后投资建立了三大生产基地九大生产厂区。通过全国性的生产基地布局，公司能够有效满足客户对烘焙产品及时性的要求，提高运营效率和获客能力，降低物流成本，并结合当地原料优势降低一定采购成本。

（二）公司的主要产品及用途

1、冷冻烘焙食品

冷冻烘焙食品指烘焙过程中完成部分或全部工序后进行冷冻处理得到的烘焙产品，并通过冷冻方式进行储存和运输，保存期通常6到9个月，能够在安全、健康和保持口感的情况下，大幅延长烘焙产品的使用周期。冷冻烘焙技术将烘焙产品的制作分解为面团制作、烘烤熟制等多个独立的环节。

产品主要覆盖了速冻面米制品系列、冷冻蛋糕及甜点系列、速冻熟品烘焙系列等多个系列，并涵盖了挞类、甜甜圈类、蛋糕类、面包类、麻薯类、饼类、起酥类、披萨类等多个类别。这些产品不仅适用于烘焙业，还可以在餐饮行业、商超、便利店系统、电商零售以及工业领域等多种渠道中使用。

无论是饼店、面包房、甜品店还是餐饮店，都可以利用这些冷冻烘焙食品系列来提供丰富多样的美食选择。此外，这些产品也适用于超市、便利店、电商的零售销售，方便消费者在家中享受高品质的烘焙食品。

产品图片	

2、烘焙食品原料

公司烘焙食品原料主要包括奶油、水果制品、酱料、油脂、肉松制品等，其中奶油、水果制品主要用于蛋糕、西点的表面装饰和夹层，也可用于奶盖、奶茶、果咖、果汁等饮品调制；酱料主要用于糕点、面包夹心，也可用于餐饮及家庭调味使用。

奶油是公司烘焙食品原料中发展最早的产品。目前，公司奶油产品主要分为稀奶油、含乳脂植脂奶油、植脂奶油和饮品奶油四类。稀奶油主要来源于乳脂肪的分离提取和深加工，具备奶香浓郁、口感细腻的特点，定位高端，目前从相对消费量看在我国尚处于快速成长阶段。由于受国内奶源获取制约，公司的稀奶油产品此前主要以代理进口产品为主，但随着公司自主研发生产的新产品UHT稀奶油于2023年5月份上市并于上市后取得良好的市场反馈，公司正式进入自主生产高端乳品奶油领域。含乳脂植脂奶油是在植脂奶油中添加乳脂成分，兼具稀奶油奶香浓郁和植脂奶油塑型能力强的优点，价格居中，是现阶段烘焙奶油市场的中坚产品。植脂奶油是以植物油脂为原料制造，为公司第一代奶油产品，具备打发性好、稳定性强，经济实惠的特点。饮品奶油是2023年上市的新品，产品奶香自然浓郁，口感饱满顺滑，有一定的耐酸性，打发性，应用场景广泛，搭配茶汤、咖啡、水果或汤料等能做出各种特色创新的奶茶、咖啡、甜品等产品。公司现阶段已经形成了覆盖高中低档次，具有多种乳脂结构、产品性能、价位和口味，能够充分满足客户不同的应用需求。

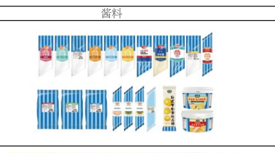
水果制品包括果馅、果溶、果泥、饮料浓浆等多种不同形态和用途的产品。其中果馅和果溶用于蛋糕、西点等烘焙食品制作：果馅中含有果肉颗粒，用于蛋糕等烘焙食品夹层或表面；果溶为水果打浆制成，水果含量更高，主要与奶油等烘焙食品原料混合使用，满足蛋糕等烘焙食品的调味需要。果泥、饮料浓浆和常温果溶用于提供和稳定茶饮饮品的水果底味和风味，冲调水果茶，制作冰沙、果汁、奶茶等茶饮水吧应用，或冰淇淋、夹心内馅等的特通渠道应用。

酱料包括沙拉酱、西点奶油夹心酱、功能性酱料三大系列产品。其中沙拉酱以植物油、水、酸性配料为主要原料，添加或不添加食糖、含蛋黄的配料、香辛料等辅料经乳化而成的半固态复合调味料，既能用于蔬菜、水果、肉类的调味，也能用于面包涂抹和夹馅；西点奶油夹心酱常是以牛奶、白砂糖、鸡蛋为主要原料，可按需要加入淀粉改良硬度或加入淡奶油芝士、香草精调味，混合后经加热制成，具有顺滑的口感和浓郁的蛋奶香，可用于制作各类烘焙甜点；功能性酱料用于烘焙食品表面涂抹及夹心，也可加入面糊搅拌过程中，每一款都有独特用途，提高面包蛋糕等烘焙食品口感的丰富度，为烘焙食品带来独特的风味。丰富的酱料品类，充分满足烘焙、餐饮、工业、家庭等不同渠道及用户的需求。

烘焙油脂主要分为搅拌类油脂、裹油类油脂、液态类油脂、夹心类油脂四大类产品。其中搅拌类油脂包括乳酸黄油、发酵黄油、烤焙油、酥油，常用于面包、蛋糕、中式点心及西餐烹饪等产品中，能赋予产品独特风味、改善质地。裹油类油脂有片状乳酸黄油、片状发酵黄油、乳脂丹麦面包专用油、乳品甜片油，用于制作可颂面包、羊角面包、西式点心（如拿破仑蛋糕）、千层北海道吐司等一系列丹麦类产品，产品延展性优异，面包层次分明，留香持久。液态类油脂包含乳脂液态酥油（牛奶味、黄油味），主要用于制作蛋糕胚体、麻薯等，能让产品口感轻盈、质地细腻；夹心类油脂的含盐乳酸黄油片，用于制作海盐羊角等产品，赋予馅料独特乳脂咸香风味。公司乳品烘焙油脂应用广泛，能够满足烘焙连锁饼房、精品烘焙店、工业烘焙、商超烘焙、餐饮等多渠道、多场景需求。公司还将持续技术创新，为烘焙行业带来更天然、更健康的乳酸黄油、发酵黄油等产品。

肉松制品主要包含酥脆松、肉粉松、肉松和油酥肉松四大系列，酥脆松口味包括海苔、香椰、秋葵等，肉粉松口味包含原味、咸蛋黄味、香辣味等，肉松和油酥肉松主要供给客户定制系列产品，这些肉松产品主要用于面包蛋糕的表面装饰或夹馅使用，销售渠道涵盖西式烘焙、中式糕点、烘焙工业流通、餐饮等多个渠道，可以满足消费者的不同需求和口味偏好。

奶油	
产品图片	
用途	

水果制品	
产品图片	
用途	

酱料	
产品图片	
用途	

肉松	
产品图片	
用途	

油脂	
产品图片	
用途	

（三）公司许可证书

截至2024年12月31日，公司及子公司拥有的与生产经营有关的主要业务资质情况如下：

1、食品生产许可

序号	主体	许可证编号	发证机关	有效期至
1	增城分公司	SC10344018300886	广州市增城区市场监督管理局	2026年7月28日
2	佛山分公司	SC10244060700331	佛山市三水区市场监督管理局	2027年6月23日
3	广州奥昆	SC11144011500360	广州市南沙区市场监督管理局	2026年6月10日
4	广州昊道	SC10344011500298	广州市南沙区市场监督管理局	2026年3月17日
5	浙江奥昆	SC11133052200667	长兴县市场监督管理局	2027年1月6日
6	佛山立高	SC11744060701604	佛山市三水区市场监督管理局	2026年11月18日
7	河南奥昆	SC11141078100802	新乡市市场监督管理局	2026年9月29日
8	湖州奥昆	SC11133052206142	长兴县市场监督管理局	2027年8月29日
9	河南立高	SC10241078100938	新乡市市场监督管理局	2027年6月5日
10	广州立源	SC13144011501701	广州市南沙区市场监督管理局	2027年8月31日
11	佛山奥昆	SC11144060702134	佛山市三水区市场监督管理局	2028年4月24日
12	立高奥喜多	SC10444060702325	佛山市三水区市场监督管理局	2028年9月20日
13	广州立澳	SC10244011801193	广州市增城区市场监督管理局	2029年7月16日

2、食品经营许可

序号	主体	许可证编号	发证机关	有效期至
1	立高食品	JY14401830126351	广州市增城区市场监督管理局	2027年6月12日
2	佛山立高	JY14406070186663	佛山市三水区市场监督管理局	2026年4月21日
3	广州奥昆	YB14401150004066	广州市南沙区市场监督管理局	-
4	广州昊道	JY14401150003119	广州市南沙区市场监督管理局	2025年11月2日
5	广州立源	YB14401150010192	广州市市场监督管理局	-
6	立高营销	JY14401180189206	广州市增城区市场监督管理局	2027年12月1日
7	立高茶饮	YB14401110067035	广州市白云区市场监督管理局	-
8	广州立澳	YB14401180027275	广州市增城区市场监督管理局	-

注：根据国家相关规定，仅销售预包装食品企业仅需备案，无需办理经营许可证，仅进行备案。据此广州奥昆、广州立源、立高茶饮、广东立澳办理了仅销售预包装食品的备案。

3、质量认证

序号	资质主体	证书名称	证书编号	发证单位	证书有效期
1	佛山分公司	HACCP体系认证证书	001HACCP2300800	中国质量认证中心	2026年9月24日
2	佛山分公司	质量管理体系认证证书	00123Q37389ROM/4400	中国质量认证中心	2026年9月17日
3	佛山分公司	食品安全管理体系认证证书（ISO 22000）	00FSMS2300077	中国质量认证中心	2026年1月30日
4	佛山分公司	食品安全体系认证证书（FSSC）	CQC23FS0505ROM/4400	中国质量认证中心	2026年2月12日
5	佛山分公司	测量管理体系认证证书	CMS 鄂[2023]AAA4274 号	中启计量体系认证中心	2028年1月15日
6	佛山奥昆	质量管理体系认证证书	00123Q36632ROM/4400	中国质量认证中心	2026年8月22日
7	佛山奥昆	HACCP体系认证证书	001HACCP2300679	中国质量认证中心	2026年8月22日
8	佛山奥昆	食品安全管理体系认证证书（ISO 22000）	001FSMS2300604	中国质量认证中心	2026年8月22日
9	佛山奥昆	食品安全体系认证证书（FSSC）	CQC23FS0418ROM/4400	中国质量认证中心	2026年8月22日
10	佛山奥昆	BRCGS认证证书	0176553	intertek	2025年6月5日
11	立高奥喜多	HACCP体系认证证书	001HACCP2400918	中国质量认证中心	2027年10月27日
12	立高奥喜多	食品安全管理体系证书	001FSMS2400815	中国质量认证中心	2027年10月28日
13	立高奥喜多	食品安全管理体系证书	CQC24FS1074ROM/4400	中国质量认证中心	2027年10月27日
14	立高奥喜多	质量管理体系认证	00124Q39529R0M/4400	中国质量认证中心	2027年11月3日
15	广州奥昆	食品安全体系认证证书	CQC24FS0200R2L/4400	中国质量认证中心	2027年11月29日
16	广州奥昆	HACCP体系认证证书	001HACCP1500150	中国质量认证中心	2027年4月9日
17	广州奥昆	食品安全管理体系认证证书	001FSMS1500196	中国质量认证中心	2027年4月7日
18	广州昊道	HACCP体系认证证书	001HACCP1500428	中国质量认证中心	2027年10月27日
19	广州昊道	食品安全管理体系认证证书	001FSMS1500547	中国质量认证中心	2027年10月28日
20	增城分公司	HACCP体系认证证书	001HACCP1600523	中国质量认证中心	2026年9月17日
21	增城分公司	质量管理体系认证证书	00123Q37415R3S/4400	中国质量认证中心	2026年9月17日
22	增城分公司	食品安全管理体系认证证书	001FSMS2300078	中国质量认证中心	2026年1月30日
23	增城分公司	食品安全体系认证证书	CQC23FS0069R0M/4400	中国质量认证中心	2026年2月12日
24	浙江奥昆	食品安全体系认证证书	CQC24FS0800R2M/3302	中国质量认证中心	2027年9月2日
25	浙江奥昆	HACCP体系认证证书	001HACCP1800793	中国质量认证中心	2027年8月22日
26	浙江奥昆	食品安全管理体系认证证书	001FSMS1800451	中国质量认证中心	2027年8月22日
27	浙江奥昆	BRCGS认证证书	CQC24BR0200R2M/3302	中国质量认证中心	2025年9月6日
28	浙江奥昆	RSPO认证证书	SGS-RSPO/SC22-00326	SGS	2027年11月30日
29	佛山立高	质量管理体系认证证书	00122Q35191R0M/4400	中国质量认证中心	2025年7月13日
30	佛山立高	食品安全管理体系认证证书	001FSMS2200427	中国质量认证中心	2025年7月17日
31	佛山立高	HACCP体系认证证书	001HACCP2200413	中国质量认证中心	2025年7月17日
32	佛山立高	食品安全体系认证证书	CQC23FS0560R0M/4400	中国质量认证中心	2025年7月24日
33	佛山立高	BRCGS认证证书	0195580	intertek	2025年10月24日
34	湖州奥昆	HACCP体系认证证书	001HACCP2300109	中国质量认证中心	2026年2月15日
35	湖州奥昆	BRCGS认证证书	CQC24BR0285R1S/3302	中国质量认证中心	2025年11月2日
36	湖州奥昆	ISO9001体系认证证书	00124Q31425R0M/3302	中国质量认证中心	2027年2月17日
37	河南奥昆	食品安全管理体系认证证书	001FSMS2300020	中国质量认证中心	2026年1月8日
38	河南奥昆	HACCP体系认证证书	001HACCP2300034	中国质量认证中心	2026年1月8日
39	河南奥昆	食品安全体系认证证书	CQC24FS0110R0M/4100	中国质量认证中心	2026年3月12日
40	河南奥昆	BRCGS认证证书	0176575	intertek	2025年6月9日
41	河南立高	HACCP体系认证证书	001HACCP2300498	中国质量认证中心	2026年6月29日
42	河南立高	食品安全管理体系认证证书	001FSMS2300435	中国质量认证中心	2026年6月29日
43	河南立高	食品安全体系认证证书	CQC23FS0321R0M/4100	中国质量认证中心	2026年7月3日
44	广东立澳	质量管理体系认证证书	00125Q30002R0M/4400	中国质量认证中心	2028年1月1日
45	广东立澳	食品安全管理体系认证证书	001FSMS2500003	中国质量认证中心	2028年1月1日
46	广东立澳	HACCP体系认证证书	001HACCP2500001	中国质量认证中心	2028年1月1日
47	广东立澳	食品安全体系认证证书	CQC25FS0018R0M/4400	中国质量认证中心	2028年1月2日
48	广东立澳	国内清真	2454	广东省伊斯兰教协会	2028年1月2日
49	浙江奥昆	国内清真	2024-10	浙江省衢州市伊斯兰教协会	2025年8月28日
50	浙江奥昆	印尼清真	果酱：00410014795481223 烘焙类：00410014795881223 沙拉酱类：00410014795851223	宗教部清真产品保证管理机构(BPJPH)	/
51	湖州奥昆	国内清真	2024-9	浙江省衢州市伊斯兰教协会	2025年10月19日
52	河南立高	国内清真	2459	广东省伊斯兰教协会	2025年9月29日
53	佛山分公司	国内清真	2462	广东省伊斯兰教协会	2025年10月31日
54	佛山分公司	马来清真证书	2356240000	山东哈拉认证服务有限公司	2027年12月4日
55	增城分公司	国内清真	2463	广东省伊斯兰教协会	2025年11月27日
56	增城分公司	马来清真	3423240000	山东哈拉认证服务有限公司	2027年11月4日
57	佛山立高	马来清真	5218240000	山东哈拉认证服务有限公司	2027年6月25日

（四）公司经营模式

公司采用的经营模式是综合考虑行业相关规定及政策、行业特点、行业产业链状况以及公司具体产品情况、供应商关系、客户类型等关键因素后确定的。公司根据自身多年的经营管理经验，结合现阶段发展及经营状况，形成了现有的经营模式，主要包括采购模式、生产模式、销售模式和仓储及物流模式。

1、采购模式

公司采购的主要原材料有面粉、油脂、糖类、水果等。

公司建立了供应商考核和管理体系，对新的原材料出现需求时，公司会对几家供应商同时进行考察。当需要新增供应商时，公司将供应商提供的小样送质量中心进行检测，判断是否满足生产标准，同时对供应商相关业务资质、产品质量标准进行审查，并进行现场考察，包括供应商生产及仓储环境、工厂设备及过程管理文件等，确定合格供应商清单。公司每年还会对合格供应商清单中的供应商进行1到2次的再评估，要求得分较低的供应商进行辅导整改，整改后仍不合格则淘汰出合格供应商体系。

公司原材料采购由采购委员会统筹负责，根据具体生产情况进行采购。每月底，公司制定下个月的生产计划，并根据生产计划，结合公司原材料需求和原材料周转率等情况，制定采购计划，由采购委员会责成采购管理部进行采购。公司还会定期根据实际原材料库存情况，调整采购计划。在原材料采购价格方面，公司主要通过询价对比的方式确定采购价格，也正逐步通过邀请招标等方式来进行定价。对部分定制原料，公司一般与厂商通过协商谈判的方式确定采购价格。对面粉、油脂、糖类等主要原材料和大宗原料，公司会结合市场行情，对预计价格上涨的原材料与供应商提前达成协议，在确保采购量的情况下进行锁价，分批进行采购。近年来，随着大宗商品价格波动加大，公司亦加大了外部投资咨询机构的合作，以帮助公司更好把握大宗商品行情。

除采购原材料外，为丰富公司产品结构，公司还直接采购部分成品进行销售，公司主要根据销售部门的销售预测，制定采购计划，其中部分境外采购通过进口代理商进行。

2、生产模式

公司主要进行自主生产，公司每月底根据销售部门对下月的销售预测数据，结合实际库存情况和历史经验，在满足安全库存的基础上，制定下个月的生产计划。公司每周会根据月生产计划和实际销售情况，对月生产计划进行调整，制定下周的具体生产计划，并以此安排生产人员的排班。

除自主生产外，公司还存在少量对非主要产品实行的外协生产。公司外协生产包括外协贴牌和委托加工两种形式，且以外协贴牌为主。公司通过外协贴牌生产的方式以迅速补充配套产品的品类。

3、销售模式

由于公司终端客户以烘焙行业广泛存在的烘焙门店为主，该类终端客户的单店规模较小且分布较散，因此，公司采取经销和直销相结合的销售模式，并补充少量线上电商。在营销渠道上，公司建立了覆盖烘焙店、饮品店、商超、餐饮、便利店等多样化的销售渠道。在定价政策上，公司一般综合考虑产品成本及市场供求情况进行定价。公司建立了扁平化的经销商管理模式，经销商直接与公司签订经销协议。公司向经销商的销售均为买断式销售，即公司产品向经销商销售后产品控制权已转移至经销商，经销商参考公司指导价自行销售。大量终端客户具有分布分散、单次采购量小、配送时效性要求高的特点，公司通过经销模式可以借助经销商已有的销售网络，提高销售效率，实现市场的全面覆盖；同时公司与经销商一同对终端客户进行技术服务，快速响应终端客户需求，协助终端客户设计产品推广方案。

公司直销模式是指公司对终端客户直接进行销售，直销客户主要为配送能力较强的大型连锁烘焙店、商超、餐饮等客户。此外，公司存在少量线上电商的零售业务。

4、仓储及物流模式

公司冷冻烘焙食品及烘焙食品原料一般需要零下18°C存储和运输，属于食品行业中对仓储、物流要求相对较高的一类细分行业，除自有及租赁仓库和自有冷链车辆运输外，公司还利用第三方仓储服务和冷链物流。

公司自有车辆主要负责厂区及各地仓库至客户处的物流，对于厂区及各仓库间的干线运输，以及少量偏远地区的配送则由第三方物流公司负责。同时，针对从厂区及各地仓库至客户处的物流“小批量、多频次”的特点，通过冷冻烘焙食品及烘焙食品原料拼车运输的方式进一步降低物流成本。

公司建立了严格的第三方物流公司筛选及考核机制，从资质、车辆情况、温度控制、配送效率、客户满意度等各类关键指标对第三方物流公司进行考核，淘汰不符合公司标准的物流公司。

由于公司大部分产品需要进行冷链保存，公司建立了冷链监控中心，通过一系列严格的控制措施，保证仓储、物流等流通环节的温度达标，以维持产品良好的口感和质量。在物流方面，公司设置合格车辆准入清单，要求自有及第三方车辆均具备实时温度监控系统或便携式温度仪，保证装货前及在途运输中温度达标。在仓储方面，公司实时监控温度，并每月按仓储温度达标、仓储温度回传等指标对第三方外仓进行考核。在经销商管理方面，公司已建立了经销商管理方面的冷链管控制度，并正逐步将温控仪接入经销商仓库中，以提高公司产品在整个流通环节中的温度控制水平。

（五）品牌运营情况

公司根据产品拥有“立高”“奥昆”“美煌”“立澳”“奥喜多”等注册商标，经过多年的发展，在各自产品领域形成了较高的品牌知名度和认知度。为聚合力，公司以“蓝条纹”构建集团化的品牌资产。主要品牌情况有：

立高	定位天然优质烘焙乳品制造商，以奶油、水果制品为主，奶油包括稀奶油、含乳脂植脂奶油、植脂奶油和饮品奶油，水果制品包含果馅、果溶、果泥、饮料浓浆等烘焙原材料	
奥昆	定位全品项冻烘焙食品制造商，包括甜甜圈类、蛋糕类、面包类、麻薯类、饼类、起酥类、披萨类等多个类别	
美煌	定位优质烘焙酱料制造商，包括沙拉酱、西点奶油夹心酱、功能性酱料三大系列产品	
立澳	定位高端烘焙油脂制造商，包括搅拌类油脂、裹油类油脂、液态类油脂、夹心类油脂四大系列产品	
奥喜多	定位高品质烘焙肉松制造商，包含酥脆松、肉粉松、肉松和油酥肉松等系列产品	立高 奥喜多

（六）主要的业绩驱动因素

1、烘焙食品行业快速发展、渠道逐渐多元与行业经营成本上涨

随着我国饮食结构日渐多元化，居民消费水平的提高，我国烘焙行业的市场规模持续增长。行业研究数据显示，2023年，国内烘焙食品零售市场规模已超过5,500亿元，同比增长近10%，并且预计2029年烘焙零售市场有望突破8,500亿元的规模。其中烘焙行业中的冷冻烘焙行业在冷链技术水平提升、企业降本增效诉求增强等因素推动下，已成为我国烘焙行业中快速增长的子赛道。

在行业规模较快增长的同时，行业销售渠道和消费场景日渐多元。传统的烘焙饼房虽仍是首要购买场景，但占比呈现下降趋势，线下商超便利店、餐饮渠道、茶饮咖啡店、酒店自助餐和线上O2O等新兴渠道占比日渐提升。这些新兴渠道通常不会以烘焙品类作为最主打产品，因此一般不会配备专业的烘焙师傅；但从提高门店坪效、迎合消费者多样化需求的角度考虑，通常仍需要设置一定数量的烘焙产品。这种必要但不主要的场景下，冷冻烘焙成为较好的解决方案，有助于冷冻烘焙渗透率的较快速提升。

此外，烘焙行业仍在面临经营成本偏高的痛点，一是房租等刚性成本支出占比较高；二是人工成本仍保持在较高水平，且随着人口老龄化和年轻人择业观念等影响，烘焙师傅招聘难度持续加大，部分烘焙门店被迫将纯手工制作品类收缩至有限的主打单品。冷冻烘焙因为品类丰富、存储方便、操作简单快捷等特点，实质在向操作繁复的烘焙行业输出效率，对于行业降本增效有较大意义。

2、营销网络建设、多元化的销售渠道及高质量客户服务

公司建设了广泛而深入的营销网络布局，营销网络遍布我国除台湾省外全部省、自治区、直辖市和特别行政区，建立了覆盖烘焙店、饮品店、商超、餐饮、便利店等多样化的销售渠道。公司采取经销为主、直销为辅模式，还针对商超、大型连锁烘焙店、大型连锁餐饮企业等部分采购金额较大的客户或拟重点开发的大型、知名客户采取直销方式，由公司统一配送，统一管理。

公司通过为客户提供高频次、高质量服务，帮助客户提升管理运营能力，促进销售提升，同时深度绑定公司产品与客户终端成品，增强客户黏性。公司会上门为客户提供专业技术指导，例如冷冻烘焙食品的后期加工和应用、蛋糕裱花装饰等；公司挖掘全新客户需求，打造更为丰富的销售场景，例如主打夏季的冰激凌蛋糕、冰激凌麻薯等能够在较为炎热的烘焙淡季补充客户产品线；公司还会经常开展线上线下的大规模服务活动，创建供业内人士交流的平台，提高客户对公司的认同感，更为高效地服务客户。公司服务优势不仅提升了客户开发优势，还进一步规避了客源流失的风险。随着公司营销团队融合工作的稳步推进，公司的销售队伍管理更加精细高效，在立足一二线、下沉三四线的拓展策略下，公司依托更为前置的技术服务中心，能够为客户提供更为周到及时的技术服务，提升公司营销网络服务的质量。

3、泛全国化产能和仓储布局

冷冻烘焙相关产品为保证使用品质，运输过程中温度通常需要控制在零下18℃，吨均运费相比其他冷冻食品行业偏高，这也导致过长运输距离或者较低运输密度的客户将很难具备开发价值。公司现阶段已在广州周边、浙江湖州、河南新乡形成三大生产基地，结合当地采购成本优势进行适当的产能倾斜配置，并依托自有冷链在全国形成多个租赁外仓，从而能够在生产和运输方面拥有较强的规模经济性。在供应链层面更优的规模经济性，在销售层面通常意味着更好的获客能力。

4、产品矩阵丰富

公司定位烘焙集成服务商，在同行业中产品品类多样化优势明显，既有奶油、水果制品、酱料、巧克力、肉松和油脂等各类烘焙食品原料产品，又有糕点、面包各类冷冻烘焙食品，能够充分满足下游不同类型客户一站式采购消费需求，提高了客户使用便利性，为客户简化供应商管理提供了更多可行性。

（七）公司所面临的风险

1、与食品安全相关的风险

公司主要从事冷冻烘焙食品及烘焙食品原料的研发、生产和销售，直接关系到食品安全问题。随着消费者对食品安全的要求与日俱增，食品安全问题也日益受到监管部门和社会舆论的高度关注。虽然公司建立了严格的食品安全控制体系，但由于公司生产经营环节众多，运输和仓储存在利用第三方冷链物流和仓储服务的情况，一旦公司或运输、仓储等环节有所疏忽，食品安全问题依旧可能发生，出现媒体关注，消费者向公司追溯赔偿或监管部门对公司进行处罚等状况，从而对公司的品牌形象以及相关产品的销售造成不良影响。另外，虽然国家不断强化食品安全方面的监管，但食品行业分支众多，企业数量庞大，难免存在部分企业不规范运作的情况，若某个食品子行业的个别企业发生严重食品安全事故，也将可能给整个烘焙食品行业经营发展造成负面影响。

应对措施：公司作为一家食品行业的生产和销售企业，依法合规开展经营，公司及下属处于从事生产销售活动的分公司和子公司取得了相应的食品生产许可证或食品经营许可证。公司建立了严格的食品安全和质量控制体系，覆盖采购、生产、存储运输、销售全流程。此外，公司建立了食品安全的可追溯控制体系，加强各流程各环节相关人员的责任意识，不断完善和优化自身食品安全管理体系，从而有效地控制和防范食品安全风险。

2、消费者消费偏好变化的风险

近年来，公司潜心研发的新品取得了市场的认可，销售规模快速提升，已经成为公司收入增长的主要来源。随着经济的发展和消费升级，消费者自身对产品口味、营养价值等方面的需求偏好也在发生转变，若公司未能根据市场需求的变化及时对产品做出调整，主要产品可能无法继续得到消费者的认可，将会导致主营业务收入下滑，进而对经营的持续发展造成不利影响。

应对措施：公司坚持以客户需求为导向，开展持续的产品创新。首先，在原有产品体系基础上，优化馅料、糖分、油脂等配方成分，引进优质原料，增加新口味，同时，调整生产工艺，提供更加符合消费者健康、美味需求的优质产品。其次，积极开展品类创新，依托成熟的技术工艺和产线设施，研发与目前产品生产工序接近的新品类，如UHT奶油、乳化液、汤体产品等。再者，公司将继续前往欧美、日本、中国台湾省等烘焙市场发达地区考察，了解国际烘焙产品的最新流行趋势，将新品类积极引入并进行适应性的改造，打造畅销品类。另外，提升原材料的综合加工能力，对水果类产品的果皮、果核等进行综合加工处理，形成多元产品加工体系，同时，应用保鲜等技术手段，提高产品的新鲜度和风味。

3、原材料价格波动的风险

公司为生产型企业，直接材料成本占比较高，主要原材料为油脂、糖类、面粉等大宗农产品，其价格波动将会影响公司产品的毛利率和经营利润。随着公司业务规模日益扩大，采购作为公司现金流支出第一大项，对采购管理工作的专业性提出了更高的要求。因此，若未来公司主要原材料价格发生较大波动，而公司未能采取有效应对措施，将会对公司未来业绩产生一定影响。

应对措施：一方面，公司在保证产品质量的前提下，通过使用优质国产原料替代进口原料等方式，对产品配方进行优化调整；并与部分供应商提前达成协议，锁定未来一段时间的采购价格，降低原材料价格波动对公司造成的影响。另一方面，公司还会综合考虑原材料市场价格、市场供需环境等因素，在必要时对公司产品的销售价格进行调整。报告期内，公司于集团层面成立采购委员会，对主要通用物料合并全集团需求，进行集中谈判、议价和份额分配工作，并通过多种方式加强事前审核和事后复核。

4、规模扩张带来的管理风险

为缩短对核心市场的配送距离，提升产能和销售网络的辐射能力，近年来，公司陆续在华东、华北、华南等区域设立区域公司和建设生产基地。另外，公司的产品品类、人员数量和资产规模亦随着经营规模的快速增长而增加。规模的持续扩张在一定程度上给公司的经营决策、生产管理、存货周转、品质控制、资金调配等对公司的综合管理水平提出了更高的要求。如果公司的管理体系和管理水平不能很好地适应业务发展，未能及时完善，将会对公司的发展带来一定的不利影响。

应对措施：公司从组织架构上做了革命性的变革，将各个厂由分公司和事业部管辖，改变为统一的供应链中心统筹，以令厂房更综合利用，生产更贴近销售区域，产线更柔性配合多元化产品，产能更充分利用。公司不懈地打磨经营模式和组织架构，让企业不断地跟上发展节奏和市场变化。公司拥有专业的冷链物流公司，在全国设立中转商以配合货物的调配，除此以外，还有数量庞大的第三方配套机构。公司将持续建设供应链的全面细致化，要用数据，用科学来精准指导整个供应链的运作，真正高效地使整个供应链架构畅动衔接、高效运作、合理调配。

5、经销商管理风险

公司目前销售以经销模式为主。烘焙食品行业集中度相对较低，从业企业数量众多，通过经销渠道，公司能够迅速提高市场占有率，节约运输成本，提高回款效率。庞大的经销商规模，导致公司对经销商管理的难度也越来越大。若公司对经销商的管理未及时跟上业务扩张步伐，可能会出现市场秩序混乱、产品销售受阻的情况，从而对公司的竞争能力和经营业绩造成不利影响。

应对措施：公司于2023年上线了“兴高采链”系统用于经销渠道管理。过去与经销客户的合作依赖销售人员定期拜访，现在客户可通过系统随时选择产品、订单量，系统会自动核算折扣、促销、返利，下单后可实时查看物流信息；同时销售人员可在系统上跟踪经销客户的采购频率、采购量、区域商品库存等信息，再对长时间未下单的客户进行沟通拜访。公司将持续进行数字化变革，打造高效的烘焙综合服务商。

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

	2024年末	2023年末	本年末比上年末增减	2022年末
总资产	4,378,432,550.59	3,939,680,875.94	11.14%	2,854,750,342.08
归属于上市公司股东的净资产	2,563,794,380.08	2,471,671,122.25	3.73%	2,120,146,727.78
	2024年	2023年	本年比上年增减	2022年
营业收入	3,835,378,953.26	3,499,096,969.49	9.61%	2,910,588,966.94
归属于上市公司股东的净利润	267,967,762.81	73,027,000.54	266.94%	143,770,987.20
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	253,718,719.38	121,853,032.31	108.22%	143,275,817.53
经营活动产生的现金流量净额	452,596,092.95	304,711,416.11	48.53%	342,729,320.07
基本每股收益（元/股）	1.5947	0.4312	269.83%	0.8490
稀释每股收益（元/股）	1.5508	0.4188	270.30%	0.7878
加权平均净资产收益率	10.67%	3.24%	7.43%	7.04%

（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	916,148,663.51	865,270,950.57	935,844,593.71	1,118,114,745.47
归属于上市公司股东的净利润	76,771,771.42	58,501,761.75	67,833,291.27	64,860,938.37
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	67,765,556.79	57,167,981.75	66,552,573.21	62,232,607.63
经营活动产生的现金流量净额	20,303,425.04	156,575,423.37	70,002,326.64	205,714,917.90

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	12,112	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	9,688	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
彭裕辉	境内自然人	15.29%	25,889,000.00	19,416,750.00	不适用	0.00
赵松涛	境内自然人	10.19%	17,259,300.00	12,944,475.00	不适用	0.00
白宝鲲	境内自然人	9.69%	16,411,000.00	12,308,250.00	不适用	0.00
陈和军	境内自然人	6.41%	10,858,500.00	10,858,500.00	质押	2,570,000.00
宁宗峰	境内自然人	3.65%	6,183,768.00	0.00	不适用	0.00
上海立高兴企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	3.44%	5,817,100.00	0.00	不适用	0.00
彭永成	境内自然人	3.40%	5,753,100.00	0.00	不适用	0.00
中国建设银行股份有限公司－中欧养老产业混合型证券投资基金	其他	3.08%	5,210,517.00	0.00	不适用	0.00
张新光	境内自然人	2.64%	4,472,900.00	0.00	不适用	0.00
上海立高创企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.63%	4,459,800.00	0.00	不适用	0.00
上述股东关联关系或一致行动的说明	彭裕辉、赵松涛、彭永成于2017年12月14日签署了《一致行动协议》。赵松涛为彭裕辉的姐夫，彭永成为彭裕辉的父亲。彭裕辉直接持有公司2,588.90万股股份，占总股本的15.29%，同时作为执行事务合伙人分别持有上海立高兴、上海立高创28.24%、16.25%的出资额，从而间接控制公司3.44%、2.63%的股份；赵松涛直接持有公司1,725.93万股股份，占总股本的10.19%；彭永成直接持有公司575.31万股股份，占总股本的3.40%。三人直接和间接控制公司34.95%的股份。					

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

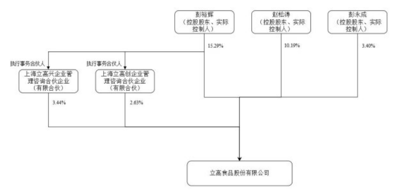
公司是否具有表决权差异安排

□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


彭裕辉（控股股东、实际控制人）
赵松涛（控股股东、实际控制人）
彭永成（控股股东、实际控制人）
15.29%
10.19%
3.40%
执行事务合伙人
执行事务合伙人
上海立高兴企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
上海立高创企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
3.44%
2.63%
立高食品股份有限公司

5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

☑适用 □不适用

（1）债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额（万元）	利率
立高食品股份有限公司可转换公司债券	立高转债	123179	2023年03月07日	2029年03月06日	94,995.91	0.40%1
报告期内公司债券的付息兑付情况	立高转债（债券代码：123179）于2024年3月7日按面值支付第一年利息，每10张“立高转债”（面值1,000.00元）利息为3.00元（含税）。					

注：票面利率第一年为0.30%、第二年为0.40%、第三年为0.80%、第四年为1.50%、第五年为2.30%、第六年为3.00%。

（2）公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

2024年6月26日，公司于巨潮资讯网披露了中证鹏元资信评估股份有限公司出具的《2023年立高食品股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券2024年跟踪评级报告》（中鹏信评【2024】跟踪第【516】号01），公司主体信用等级为AA-，评级展望为稳定，维持“立高转债”的信用等级为AA-。

2024年10月21日，公司于巨潮资讯网披露了中证鹏元资信评估股份有限公司出具的《中证鹏元关于关注立高食品股份有限公司董事、总经理变更事项的公告》（中证鹏元公告【2024】467号），中证鹏元认为，本次董事、总经理变更事项预计不会对公司经营发展造成重大不利影响，不会影响公司的信用水平及偿债能力。综合考虑公司现状，中证鹏元决定维持公司主体信用等级为AA-，评级展望维持为稳定，“立高转债”信用等级维持为AA-，评级结果有效期为2024年10月21日至“立高转债”存续期。

（3）截至报告期末公司近2年的主要会计数据和财务指标

单位：万元

项目	2024年	2023年	本年比上年增减
资产负债率	41.17%	36.88%	4.29%
扣除非经常性损益后净利润	25,371.87	12,185.3	108.22%
EBITDA全部债务比	48.83%	24.99%	23.84%
利息保障倍数	9.05	2.83	219.79%

三、重要事项

1、关于可转换公司债券2024年付息的事项

公司于2024年3月7日按面值支付第一年利息，计息期间为2023年3月7日至2024年3月6日，票面利率为0.30%。具体内容详见公司于2024年2月29日在巨潮资讯网披露的《关于可转换公司债券2024年付息的公告》。

2、关于变更注册资本并修订《公司章程》及其他治理制度的事项

2024年3月28日，公司召开第三届董事会第四次会议，审议通过《关于变更注册资本并修订〈公司章程〉的议案》：公司可转换公司债券持续转股，总股本由16,934万股变更为16,934.0222万股，注册资本由人民币16,934万元变更为16,934.0222万元，基于以上原因，以及根据相关法律法规及规范性文件的最新修订，公司对《公司章程》中相关条款进行修改，并提请股东大会授权公司管理层及其授权人士办理后续工商变更登记、章程备案等相关事宜；审议通过《关于修订及制定公司部分治理制度的议案》：为进一步提升规范运作水平，完善公司治理结构，根据相关法律法规及规范性文件的最新规定，并结合实际情况，公司董事会全面梳理了现有的相关治理制度，对相关治理制度进行修订，并新制定部分治理制度。具体内容详见公司在巨潮资讯网披露的《关于变更注册资本并修订〈公司章程〉的公告》及相关治理制度。

2024年6月28日，公司披露了《关于完成工商变更登记并换发营业执照的公告》，公司完成了工商变更登记手续和《公司章程》备案，并取得了由广州市市场监督管理局换发的《营业执照》。

3、2023年年度权益分派实施情况

公司于2024年5月30日召开2023年年度股东大会，审议通过了《2023年度利润分配预案》。2024年6月20日，公司在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露《2023年年度权益分派实施公告》，2023年年度利润分配方案为：以公司截至公告披露日总股本剔除已回购股份1,433,677股后的167,906,545股为基数，向全体股东每10股派5元人民币现金（含税）。本次权益分派实施的股权登记日为2024年6月27日，除权除息日为2024年6月28日。

4、关于部分可转换公司债券募投项目延期并调整投资进度的事项

公司于2024年4月26日召开第三届董事会第五次会议和第三届监事会第四次会议，审议通过了《关于部分可转换公司债券募投项目延期并调整投资进度的议案》。公司在不变更募投项目投资用途及投资规模的前提下，决定将“立高食品总部基地建设项目（第一期）达到预定可使用状态日期延期至2026年12月并调整投资进度。具体内容详见公司于2024年4月29日在巨潮资讯网披露的《关于部分可转换公司债券募投项目延期并调整投资进度的公告》。

5、关于部分募投项目增加实施地点、实施主体并延期的事项

公司于2024年7月9日召开第三届董事会第六次会议和第三届监事会第五次会议，审议通过了《关于部分募投项目增加实施地点、实施主体并延期的议案》，在募投项目投资用途及投资规模不发生变更的前提下，公司决定对“华东生产基地建设及技改项目”（以下简称“华东项目”）中冷冻烘焙食品的建设实施地点增加“卫辉市唐庄镇纬二路与桃园西路交叉口西南角”（以下称“华北生产基地”）及“广州市增城区石滩镇东西大道北侧”（以下称“广州增城总部生产基地”）。其中，在华北生产基地的建设内容由项目原实施主体河南立高食品有限公司、河南奥昆食品有限公司实施，在广州增城总部生产基地的建设内容增加“立高食品股份有限公司”为项目实施主体，同时将“华东项目”达到预定可使用状态日期延期至2026年12月。具体内容详见公司于2024年7月9日在巨潮资讯网披露的《关于部分募投项目增加实施地点、实施主体并延期的公告》。

6、2024年前三季度权益分派实施情况

公司于2024年11月14日召开2024年第二次临时股东大会，审议通过了《2024年前三季度利润分配预案》。2024年11月22日，公司在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露《2024年前三季度权益分派实施公告》，2024年前三季度权益分派方案为：以公司截至公告披露日总股本剔除已回购股份1,813,777股后的167,526,455股为基数，向全体股东每10股派2.0元人民币现金（含税）。本次权益分派实施的股权登记日为2024年11月29日，除权除息日为2024年12月2日。

7、与专业投资机构共同投资的进展

报告期内，公司收到杭州云会股权投资合伙企业（有限合伙）基金管理人通知，杭州云会基金已募集完毕，具体内容详见公司在巨潮资讯网披露的《关于与专业投资机构共同投资的进展公告》。

8、公司于2024年12月24日召开第三届董事会第十二次会议，审议通过了《关于变更公司经营地址、注册资本并修订〈公司章程〉的议案》：由于公司可转换公司债券持续转股，公司总股本由16,934.0222万股变更为16,934.0305万股，公司注册资本由人民币16,934.0222万元变更为16,934.0305万元。同时根据有关法律法规及规范性文件的最新规定，按照公司实际情况，对《公司章程》中相关条款进行修改。

2025年2月27日，公司披露了《关于完成工商变更登记并换发营业执照的公告》，公司完成了工商变更登记手续和《公司章程》备案，并取得了由广州市市场监督管理局换发的《营业执照》。

9、公司办公地址变更、投资者咨询电话及传真变更的事项

公司因经营发展需要，总部于2024年12月16日起搬迁至新址办公，地址由“广东省广州市白云区云城东路559-571号宏鼎云璟汇2栋5楼”变更为“广东省广州市增城区石滩镇兴石一路3号”。公司原投资者咨询电话020-36510920-882及传真号码020-36503261停止使用，公司办理完毕通讯线路迁移业务后，投资者咨询电话变更为020-36510920转分机8973，传真号码变更为020-36510920转分机8000。具体内容详见公司于2024年12月12日、2025年2月27日在巨潮资讯网披露的《关于公司办公地址变更及启用临时投资者咨询电话的公告》、《关于公司投资者咨询电话及传真号码变更的公告》。