公司代码：605339　　公司简称：南侨食品

南侨食品集团（上海）股份有限公司 2025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http://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、毕马威华振会计师事务所（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

经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计，截至2025年12月31日，公司2025年度实现的归属于母公司股东的净利润40,668,290.19元。以母公司实现的净利润8,604,324.46元为基数，提取法定盈余公积860,432.45元，加上母公司上年结转未分配利润653,009,651.30元，并扣除期中已分配之现金股利71,544,609.99元后，母公司实际可分配利润589,208,933.32元。公司2025年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本（扣除公司回购专用证券账户中的股份数量）为基数分配利润。本次利润分配预案如下：

公司拟向全体股东每10股派发现金红利0.30元（含税）。截至本报告披露日，公司总股本424,290,616股，扣除公司回购专用证券账户中的股份数量3,439,969股为计算基数进行测算，本次利润分配可享受现金红利的股数为420,850,647股，合计拟派发现金红利为12,625,519.41元（含税）。最终实际分配总额以实际权益分派股权登记日时有权参与本次权益分派的总股数为准计算。公司通过回购专用账户所持有的本公司股份，不参与本次利润分配。公司2025年度不进行资本公积金转增股本，不送红股。公司2025年度拟分配的现金红利总额占年度归属于母公司股东净利润的比例为31.05%。

如在利润分配方案公告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，因可转债转股/回购股份/股权激励授予股份回购注销/重大资产重组股份回购注销等致使公司总股本发生变动的，公司维持每股分配现金红利不变，相应调整分配总额，并将另行公告具体调整情况。

公司2025年度利润分配预案经2025年年度股东会审议通过后，将于该次股东会召开之日起二个月内进行现金股利分配。

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	南侨食品	605339	-

联系人和联系方式	董事会秘书
姓名	苏璠
联系地址	上海市徐汇区宜山路1397号A栋12F
电话	021-61955678
传真	021-61955678
电子信箱	ncfgs@ncbakery.com

2、报告期公司主要业务简介

（一）烘焙行业概况

国内烘焙食品行业起步较晚，于20世纪80年代由我国香港、台湾地区率先引入。近年来，随着我国人均可支配收入提升、国内人均消费水平增长、居民餐饮消费结构改变，及年轻一代更为多样化的饮食习惯，共同推动烘焙行业市场规模持续增长。面包、蛋糕、糕点等不仅作为主食，也作为休闲零食、节日食品，甚至作为一种时尚的生活方式，逐渐成为消费者饮食结构的重要组成部分。消费者对产品品质和消费体验的要求提高，推动烘焙行业多样化、高端化发展，将助力烘焙行业量价齐升。

从消费层面看，我国烘焙行业已进入稳定增长期。根据Euromonitor的数据，2020年至2025年，中国烘焙行业年复合增速约2.2%，较2010-2020期间11.1%的高增速有较大幅度回落，行业已从此前高速成长期过渡到平稳发展阶段。2025年中国烘焙食品行业零售市场规模为2,595亿元，预计2030年市场规模将达3,022亿元，行业增长空间仍在。从人均消费角度看，尽管我国人均烘焙食品消费量一直呈增长状态，但与发达国家和地区相比仍有一定差距。根据欧睿的数据，2023年中国人均烘焙消费为25.9美元，人均烘焙消费占人均可支配收入比不足0.5%，远不及欧美以及日韩等发达国家的水平，提升空间较大。从消费场景看，山姆盒马等商超烘焙以及咖啡茶饮等消费场景的崛起，带动烘焙市场渠道结构改变，同时也对上游烘焙原料供应商的创新研发能力、市场趋势洞察能力提出了更高的要求。

（二）烘焙食品原料行业

公司所生产的烘焙油脂、淡奶油、馅料等是烘焙食品的主要生产原料，位于烘焙食品产业链上游，主要面向烘焙食品加工企业、现烤烘焙门店等中下游客户。近年来，我国烘焙产业的蓬勃发展，也带动了上游烘焙原料行业快速发展。

从竞争格局看，当前消费者对烘焙产品的质价比关注度越发提升的大背景下，下游烘焙企业对上游烘焙原料企业也有同样诉求。而国内烘焙原料除了规模化企业外，还存在大量中小企业，行业竞争格局仍较为分散、竞争激烈且同质化。预计2026年3月起，稀奶油等品类的新国标结束过渡期正式实施后，行业整体竞争烈度有望改善。未来，品牌知名度高、研发能力强、具有规模效应、能提供定制化服务的头部企业将拥有更大的营收提升空间。随着国内收入水平的提升和消费观念的转变，消费者更加注重烘焙产品的品质与口感，也会影响下游烘焙企业对烘焙的选用，推动中高端烘焙油脂的市场占比提升。以南侨食品为代表，产品具有较高品质、能够适应市场变化，且可以不断调整产能、渠道和单品策略，兼具研发硬实力及终端服务软实力的专业优质企业，更能得到各界客户的信任，从而逐步提高市场份额。

从市场需求结构看，随着国内对烘焙食品接受度不断提升，烘焙食品市场由一二线城市向三四五线城市乃至乡镇快速下沉。据美团数据统计，无论是烘焙食品的交易额增速，还是门店数增长占比统计，三线及以下的下沉市场都有更好表现。天猫数据显示，烘焙食品新消费者中下沉市场占比较高，下沉市场增量空间值得挖掘。未来，拥有更广的销售及营销网络、多元化渠道及运营能力的烘焙食品原料企业将更具竞争优势。

（三）预制烘焙行业

预制烘焙相较传统烘焙兼具新鲜口感和规模效益两个优势。随着下游烘焙门店租金成本、坪效、人力成本持续上升以及烘焙消费者对价格敏感度提高，下游烘焙业参与者更加注重效率提升和压缩成本，为预制烘焙的发展提供了契机。我国预制烘焙需求近年来快速增长，成为烘焙产业增长较快的细分领域。但我国预制烘焙行业尚处于成长初期、基数较小，尽管增速快，但总体渗透率仍较低。目前我国预制烘焙渗透率逐年提升，但对比预制烘焙起步较早的成熟市场，日本、北美、欧洲的渗透率在30-80%，国内市场渗透度仍然偏低。

由于我国预制烘焙行业起步较晚，且对技术和初始投入要求较高，需要较长的时间周期和较高的资金成本，存在一定技术、资金、营销网络和服务壁垒，目前国内行业内参与者快速增长，但具备大规模生产能力的公司仍然偏少。对于预制烘焙行业而言，规模领先意味着更低的生产成本和更高的研发效率，且供应链链速、国外设备进口及安装调试存在门槛，未来行业集中度有进一步提升的空间。

（四）公司行业地位

公司深耕烘焙油脂领域近30年，是国内烘焙原料行业的领军企业之一。在2021年FoodTalks全球食品特种油脂企业榜上位列全球11名，更为国内第一。公司秉持多元发展、求新求变的理念，持续发展淡奶油、乳制品、预制烘焙品、馅料等多项烘焙相关业务。凭借在烘焙食品领域的综合实力、品牌知名度和行业地位，入选餐饮大数据研究与测评机构NCBD（餐宝典）选出的“2021中国烘焙供应链TOP10”榜单。同时，2025年公司成功入选工信部公布的2025年度“中国消费名品”名单，荣获“2025中国消费名品”认定；也荣获“上海好商标”认定并取得证书，成为2025年获得首评认证的24家企业之一。此外，公司在报告期内取得北京华测食农认证五星级清洁标签认证及Intertek清洁标签A+++最高等级认证，积极响应Clean Label清洁标签国际趋势。

公司具有行业领先的研发实力，总部设有研发中心，同时在上海南侨、天津南侨、广州南侨、天津吉好、广州吉好分别设有研发部门。报告期内公司新增19项专利授权，截至2025年12月31日，公司获得授权的专利共计184项，其中28项为发明专利，155项为实用新型，1项为外观设计。同时，公司曾多次参加全国糖果和巧克力标准化技术委员会、全国粮油标准化技术委员会、油料及油脂技术工作组、大陆商业联合会。公司研发部主管曾参与起草《饼店等级划分和评定》国家标准草案和植脂奶油行业标准。在技术研发和专业水平上，公司始终走在行业最前沿。

（五）公司的主要业务

公司主要从事烘焙油脂相关制品的研发、生产和销售，深耕烘焙应用油脂领域近30年，并逐步将业务拓展到淡奶油、乳制品、馅料等其他烘焙原料领域以及预制烘焙领域。公司始终秉持追求设备第一、技术第一、品质第一、服务第一的目标和使命，服务广大烘焙食品消费市场。

公司旗下产品线丰富，产品品类众多，能够满足烘焙、餐饮、茶饮、咖啡、商超、便利店、团膳、游乐休闲、食品工业等不同类型下游客户的多种需求。公司目前于天津、广州、上海三地设有五座生产工厂，客户遍及中国主要城市。凭借先进的研发技术、丰富的产品品类、高端的品质管理、360度顾问式全方位服务，加之多年的努力耕耘，公司已成为国内烘焙油脂市场的领军企业。

（六）公司的主要产品及用途

公司的产品包括烘焙应用油脂、淡奶油、乳制品、预制烘焙品、馅料等五大系列，产品范围涵盖200多个品种。

1、烘焙应用油脂系列

烘焙油脂是烘焙食品最主要的生产原料之一，也是公司发展最早、最主要的产品系列。目前包括了南侨经典系列、南侨维佳系列、南侨澳仕系列、南侨欧仕系列、南侨发酵大黄油系列、王牌系列、玉峰系列、侨饼家汉饼专用油系列、鲜牛奶烤焙油系列以及侨百乐发酵黄油系列等品类。产品品质高端、品类齐全，按照功能性又可分为搅拌类、裹油类、液态类、夹心类、汉饼类、馅料类等，能够充分满足烘焙、食品工业、餐饮等不同领域客户的多样需求。南侨烘焙应用油脂经过多年发展，持续推陈出新，完善产品组合以满足市场需求，在烘焙市场上有较高的知名度，是烘焙应用油脂领域头部品牌之一。

2、淡奶油系列

淡奶油系列主要产品包含侨艺800淡奶油、侨艺淡奶油（蛋糕专用）、吉悦淡奶油、侨百乐稀奶油、维特利稀奶油、艾易纯稀奶油、JoyQ霜享、霜艺奶浆等；

（1）侨艺800淡奶油：一款含乳脂冷藏型复合淡奶油产品。兼具稀奶油乳香醇厚和植脂奶油塑型能力强的优点，相较稀奶油更具价格优势，相较植脂奶油更健康且口感更好，近年来市场需求稳定。该产品奶香浓郁、细腻丝滑，同时耐酸性强。不仅适用于蛋糕，也广泛应用于奶茶及蛋挞、慕斯等多种西点产品的制作。

（2）侨艺淡奶油（蛋糕专用）：基于近年来蛋糕市场的发展以及消费者对于蛋糕品质更高的追求，公司推出针对蛋糕应用的侨艺淡奶油产品。侨艺淡奶油（蛋糕专用）以新鲜牛奶为主原料，口感细腻、打发量高、稳定性强、抹面顺滑，更适合用于蛋糕抹面。

（3）吉悦淡奶油：公司针对下沉市场推出的一款含乳脂冷藏型复合淡奶油。吉悦淡奶油操作性好、打发率高、塑形性好，同时性价比高，将更好地服务于各类细分市场及下沉市场，满足不同客户群体的需求。

（4）侨百乐稀奶油：公司首款自主研发的高端稀奶油，采用独特的欧洲特色发酵工艺原料，品质卓越，2024年5月上市后已在市场上得到良好反馈。随着奶油市场不断演变及升级，稀奶油预计将是奶油产品中最具有成长性的细分赛道。公司作为非乳制品企业半壳布局，不仅展现了公司在产品创新上的不断探索，也体现了公司强大的研发及生产能力。

（5）维特利稀奶油：公司自主研发的国产稀奶油，带有差异化的轻奶酪风味，入口即化、操作性好，为客户蛋糕西点产品增添附加值。2024年12月上市后市场表现稳步提升。随着消费趋势和大环境变化，奶油应用业态及产品更加丰富，对国产稀奶油需求不断增加，公司布局该细分赛道，有利于满足不同客户的需求，提高市场份额。

（6）艾易纯稀奶油：基于发展国产纯乳脂稀奶油，快速抢占国产替代的市场策略，公司于2025年12月新推出艾易纯稀奶油。该产品符合新国标稀奶油标准，以生牛乳鲜制，乳脂含量36%，乳香浓郁，配料清洁，成分简单，同时具备卓越操作性能，能有效助力公司把握市场升级及国产替代进口的需求趋势。

（7）JoyQ霜享系列：针对近年来现制茶饮、咖啡市场的蓬勃发展，公司推出JoyQ霜享系列产品，其中奶油顶、奶盖、基底乳产品能为茶饮客户提供便捷高效的全方位解决方案，有效提升门店效率。同时，伴随近年来植物基风潮盛行，植物奶也成为茶饮咖啡新选择，公司推出主打健康营养低负担的开心果燕麦奶油及开心果燕麦奶，两款产品0蔗糖、0胆固醇、0乳糖、0反式脂肪酸，含膳食纤维，符合当下消费者追求健康的趋势。

（8）霜艺奶浆：一款制作软冰淇淋的奶浆产品。随取随用、操作便利省时、口感温润绵密，可服务于烘焙店、餐厅、游乐园、电影院等众多休闲娱乐领域具有冰激凌消费场景的客户。

3、乳制品系列

公司从欧洲引进多款高端乳制品烘焙原料，目前已形成奶油、黄油、芝士的产品矩阵。奶油产品包括米勒奶油系列，黄油产品包括加得兰、富比威、米勒三款黄油，芝士产品则是引进了嘉瑞吉奶油芝士。公司未来计划开发更多不同产地的乳制品烘焙原料，以应对国内烘焙行业更丰富多样的升级需求；

（1）米勒稀奶油系列：随着西式甜点、下午茶、私房蛋糕和网红蛋糕等高端烘焙热潮崛起，业界对于奶油的品质要求不断提高，进口纯乳脂稀奶油受到烘焙从业者及爱好者的大力追捧。公司从英国进口的米勒奶油系列口感细腻、乳香醇厚、定位高端，广泛应用于五星级酒店、高端烘焙店、网络蛋糕、私房烘焙等高端客户，也受到新中式点心、茶饮等客户青睐。其中蓝米勒更是国内目前最受欢迎的进口稀奶油品牌之一。

（2）加得兰黄油、富比威黄油、米勒黄油：近年来黄油在国内餐饮和烘焙领域需求量逐渐增加，但由于国内黄油产能的限制，目前国内使用的黄油高度依赖进口。公司引进来自三个国家的黄油系列，希望服务于烘焙产品中有乳脂升级需求的客户。加得兰黄油来自英国北爱尔兰，金黄色泽、具新鲜牛乳风味；富比威黄油来自比利时，发酵工艺带来独特乳香风味；米勒黄油来自北爱尔兰，采用与蓝米勒稀奶油同等品质的优质奶油制作而成，脂肪含量达82%，浓郁顺滑。三款具有风味特色差异的黄油产品，能满足不断升级且多元的烘焙客户需求。

（3）嘉瑞吉奶油芝士：奶油芝士是制作芝士蛋糕、半熟芝士、轻乳酪蛋糕等芝士甜品的重要烘焙原料，也可作为抹酱搭配贝果等烘焙品。随着国内饮食多元化的发展，奶油芝士不仅应用于烘焙，在奶盖饮料、咸食等领域也大量使用，奶油芝士的进口量也因此逐年增加。公司从西班牙引进的嘉瑞吉奶油芝士，具有质地柔软、轻盈自然乳酸风味、易涂抹的差异化特色，为国内客户提供高品质进口奶油芝士的更多选择。

4、预制烘焙品系列

预制烘焙品是指在烘焙过程中完成部分或全部工序后进行冷冻处理得到的半成品，后续只需简单二次加工或加热便可完成烘焙成品的制作，从而节约使用者手工制作的成本和时间。公司预制烘焙品目前主要分为两大类：冷冻面团产品和预烤焙产品。冷冻面团为生制品，解冻后仅需进行发酵或醒发、烘烤等工序后即可得到成品，公司具体产品包括菠萝系列、可颂系列、丹麦系列、起酥系列、汤种系列、欧包系列、美点系列、多拿滋系列、基础面团系列等。预烤焙产品在生产过程中已完成所有工序，产品在解冻后进行简单二次烘烤即可使用，具体产品包括贝果系列、欧包系列及丹麦系列等。

预制烘焙经过近几年的市场教育，在国内的需求不断增加。通过使用预制烘焙，不仅可以解决客户研发难、生产技术人员短缺、人工成本增加、门店坪效低等问题，还能最大程度保证产品品质、口味的稳定。预制烘焙为客户提供了高效便捷、高附加值的解决方案，也满足了消费者追求新鲜现烤烘焙产品的消费趋势。

公司预制烘焙客户涵盖国内外烘焙业者、高端酒店、餐饮业者、新中式点心、茶饮、咖啡、商超量贩、空厨、公司、学校、团膳、休闲乐园以及食品加工厂等众多不同业态。除现有品类，公司团队还可以根据客户的不同现烤环境、设备与人力条件，为客户设计、供应不同工序所需的定制化产品，以提高客户粘性。

5、馅料系列

为让烘焙客户实现一站式采购，公司开发焙可诗、焙可芯两个馅料系列，可作为夹心、内馅等搭配各种烘焙产品。焙可诗为即食奶油馅料，焙可芯为焙烤前后皆可使用的卡仕达馅料。两者均有多种口味，易与公司各系列产品进行搭配。

（七）公司主要经营模式

1、采购模式

公司采购工作严格按照公司制定的采购管理办法、采购控制程序、供应商评审程序等规章制度执行。同时公司建立了完善的原物料类采购计划、乳制品采购计划、供应商选定机制、供应商管理、询价、议价、采购以及物资到货验收等机制。每年根据各事业部年度销售计划制定采购计划，再由各子公司根据每月滚动三至六个月的供应计划进行实际采购。

2、生产模式

公司建立了以市场需求为导向，以销定产、计划性与机动性有效平衡的生产模式。生产部门根据年度计划作出费用预算、产销计划，并每月发出滚动三个月的预测，以便生产管理部门精确排程，根据各产线需求安排人力。生产过程中严格遵守作业标准，以确保产品质量。不同批次油品分开储存，先进先出，可溯源。罐区采用自动化管理系统，控制收发油量、品种、批号、油温。

3、销售模式

（1）直销和经销的销售模式

公司采取直营和经销两种模式。直营渠道主要以品牌知名度较高的连锁客户及食品工业客户为主。公司为该类客户及时提供新烘焙产品的研发、技术支援、人员培训、门店营运管理咨询等附加服务，以建立长期稳定的合作关系。

对于三、四线城市范围内物流配送不便的中小型客户，公司通过经销模式，借助经销商广阔的辐射网络和影响力扩大市场覆盖范围，同时进一步提升南侨品牌在烘焙市场的知名度。公司向经销商的销售均为买断式销售，依据经销商销量、行为等进行考核，定期判定经销商等级。

此外，为了服务更多的烘焙业者，也为了触达青睐公司产品的C端消费者，公司在天猫平台也开设了南侨食品旗舰店，在线上开展零售业务。未来，公司也将继续努力研究、开拓新渠道，提高公司整体销售水平。

（2）国内和国外销售情况

报告期内，公司主要在国内进行销售。

公司已正式开拓海外渠道，通过新加坡、香港及泰国子公司，成功销售烘焙油脂、淡奶油、预制烘焙品至新加坡、泰国、马来西亚、越南、印尼等东南亚国家；并有少量冷冻面团产品出口至日本、加拿大以及中东等地区。目前虽然海外销售占比依然较低，但随着公司持续的资源投入及业务拓展，海外业务预计将有较大的成长空间。未来公司将依托“一带一路”及RCEP等政策支持，以东南亚为起点，建立高品质、高标准的贸易渠道和生产基地，从而释放业务潜能，提升品牌在海外的知名度及市场占有率。

（3）全方位顾问式服务

公司始终秉承“全方位顾问式”的服务理念，利用自身先进的研发技术和市场经验向客户提供关于产品、技术、门店等全面的指导和建议，与客户保持积极良性的互动，为客户创造特有的竞争优势，以此提高客户粘性。

报告期内公司于全国各地持续增设客户服务中心，截至2025年底，公司在全国23个城市建立了客户服务中心，一方面可以为当地客户提供更快速、更便捷的售后服务，展现不同产品的应用优势，提供烘焙专业领域的辅导和技术培训课程。另一方面，还可以结合当地饮食文化特色自主创新，开发地域化的烘焙产品供客户参考和使用。

（八）业绩驱动因素

1、政策引领经济向好，烘焙食品行业稳步发展

中国经济持续增长，韧性与潜力同在，预计在十五五规划纲要引领下，未来消费将成为拉动经济增长的主引擎。在人均收入不断提升、居民的生活水平不断提高的大背景下，居民消费观念进一步转变，对烘焙食品的认知度不断提高。烘焙食品消费呈现加速、细分及升级的趋势，带动整个行业收入和利润不断增长，从而带动下游客户对公司烘焙原料及预制烘焙品的需求增长。

2、烘焙场景进一步多元化

烘焙行业销售渠道和消费场景日渐多元，虽然传统烘焙门店仍是烘焙品消费的主要场景，但比例呈下降趋势；商超、便利店、餐饮、茶饮咖啡店、线上等非传统烘焙渠道销售烘焙品的占比逐年提升，烘焙产品也成为这些非传统烘焙渠道追求创新和差异化、获取新客、拉动复购的重要抓手之一。这些丰富的新兴业态进一步拓展了烘焙市场的成长空间，更直接推动了烘焙原料行业及预制烘焙行业的活跃与发展。公司的客户也从烘焙门店客户逐步多元化，为公司业务带来更多增长空间。

3、预制烘焙品渗透率加速提升

伴随消费趋势多样化，预制烘焙品的应用场景迎来进一步扩展：

（1）头部高端会员店、精品超市近年来越发重视烘焙区，运用现烤面包通过试吃引流、气味营销等方式成功打造爆品，推动商超烘焙区迅速崛起。加之国内环境对消费习惯的改变，消费者更习惯“一站式购足”并追求健康新鲜的现烤烘焙，在超市购买烘焙品的概率大幅提升。商超渠道由于自身不会自建烘焙中央工厂，且烘焙后厨空间有限，其现烤产品主要依赖预制烘焙的现场再加工。预制烘焙为商超渠道提供了供应链整体能力的解决方案，随着越来越多的商超积极跟进设立现烤烘焙区，预制烘焙在商超渠道的应用率还将进一步提升。

（2）随着房租、人力等成本增加，前店后厂的烘焙店降本增效需求迫切，预制烘焙能为烘焙门店提供有效解决方案，预计将逐渐受到烘焙门店的欢迎。

（3）咖啡店、新式茶饮店的盛行也催生了预制烘焙的需求。大部分咖啡店与茶饮店后厨面积较小，无法放置烘焙生产设备，而随着茶饮+烘焙热潮兴起，越来越多咖啡或茶饮店开始搭配烘焙产品，带动对预制烘焙品尤其是预烤焙产品的需求提升。

（4）预制烘焙目前在我国餐饮渠道应用程度较低，但在餐饮业集中度提升、连锁化、供应链社会化逐渐成为我国餐饮业发展趋势的大背景下，预制烘焙预计将与冷冻米面、预制菜、调理包等标准化产品一样，成为餐饮渠道的重要环节。

（5）家庭烘焙逐渐流行，预制烘焙能协助消费者在家中轻松动手，无需专业技术也能制作出安心便捷的现烤烘焙美味，家庭烘焙渗透率具有一定的提升空间。

4、消费诉求升级，带动淡奶油和乳制品烘焙原料需求提升

过去蛋糕产品多为生日蛋糕，消费者需求频次低且对口感要求不高。如今随着消费需求的升级，下午茶、甜品等休闲方式逐渐流行，蛋糕等烘焙品成为日常化消费；外加家庭烘焙借助互联网兴起，进一步提升了消费者对于奶油口感和品质的要求。含乳脂淡奶油或纯乳脂稀奶油开始取代植物奶油成为主流，黄油和奶油芝士等其他乳制品烘焙原料应用也日益广泛，推动公司的淡奶油和高端乳制品系列需求空间进一步扩大。

5、中式点心行业稳步增长

近年来中式点心在国潮风口带动下沉淀出一批优质品牌，推动中式点心从过去仅在春节、端午或中秋等特定节日的消费场景，向日常零食化场景转变。基于口味创新化、营销潮流化等转变，中式/新中式点心逐渐受到各年龄层消费者青睐。中点行业经过多年发展，新中式品牌已从此前受资本投机影响下的快速爆发与衰退，逐渐转变为优质品牌平稳发展的阶段，并进一步从大陆延伸至海外市场。而各类烘焙老字号品牌也顺应趋势推出国潮新品，公司积极与这些品牌开展“一城一饼”合作。随着国家加强传统文化宣传、鼓励老字号走向国际市场，中式糕点的发展预计将迎来新机遇。

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

	2025年	2024年	本年比上年增减(%)	2023年
总资产	4,239,735,608.60	4,306,588,663.01	-1.55	4,095,203,344.87
归属于上市公司股东的净资产	3,419,483,030.22	3,451,572,357.65	-0.93	3,345,395,528.53
营业收入	3,064,754,924.93	3,159,344,486.70	-2.99	3,082,500,695.97
利润总额	46,569,312.52	238,920,953.91	-80.51	271,855,439.03
归属于上市公司股东的净利润	40,668,290.19	201,394,274.13	-79.81	232,394,544.59
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	36,869,539.56	182,566,913.07	-79.80	216,700,678.49
经营活动产生的现金流量净额	52,926,470.77	231,556,838.57	-77.14	420,502,371.16
加权平均净资产收益率(%)	1.19	5.93	减少4.74个百分点	7.05
基本每股收益（元／股）	0.10	0.48	-79.17	0.55
稀释每股收益（元／股）	0.10	0.48	-79.17	0.55

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（1-3月份）	第二季度（4-6月份）	第三季度（7-9月份）	第四季度（10-12月份）
营业收入	789,488,393.23	765,478,720.57	713,066,891.68	796,720,919.45
归属于上市公司股东的净利润	28,963,133.42	6,997,630.18	-7,139,504.77	11,847,031.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	27,820,462.38	5,833,629.92	-8,069,203.50	11,284,650.76
经营活动产生的现金流量净额	14,777,056.13	19,559,388.20	-39,114,199.13	57,704,225.57

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用　√不适用

4、股东情况

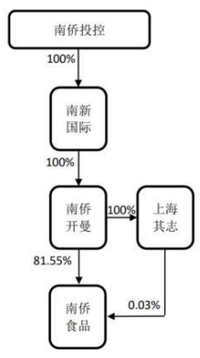
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前10名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)	18,856						
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	15,514						
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	-						
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)	-						
前十名股东持股情况(不含通过转融通出借股份)							
股东名称（全称）	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
NAMCHOW (CAYMAN ISLANDS) HOLDING CORP.	0	346,015,384	81.55	-	无	-	境外法人
Alfred & Chen Partners Co. Ltd.	0	10,345,948	2.44	-	无	-	境外法人
栾盛谊	0	7,238,488	1.71	-	未知	-	境内自然人
南侨食品集团（上海）股份有限公司回购专用证券账户	110,000	3,439,969	0.81	-	无	-	境内非国有法人
张丽	504,454	3,027,800	0.71	-	未知	-	境内自然人
Intro-Wealth Partners Co. Ltd.	0	2,716,667	0.64	-	无	-	境外法人
张菲远	-175,351	733,349	0.17	-	未知	-	境内自然人
宁波梅山保税港区侨祥投资管理合伙企业(有限合伙)	0	460,078	0.11	-	无	-	境内非国有法人
香港中央结算有限公司	457,163	457,163	0.11	-	未知	-	其他
郑玲	0	427,400	0.10	-	未知	-	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	NAMCHOW(CAYMAN ISLANDS)HOLDING CORP.、Alfred & Chen Partners Co.Ltd.为实际控制人同一控制的股东。此外，未知前十名股东之间、前十名无限售条件股东之间及其相互之间存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。公司的实际控制人之一陈飞龙先生于报告期内逝世，公司将根据后续事项的进展及时发布相关公告。详见公司于2026年2月24日披露的《南侨食品集团（上海）股份有限公司关于实际控制人之一逝世的公告》(公告编号：临2026-006)。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	-						

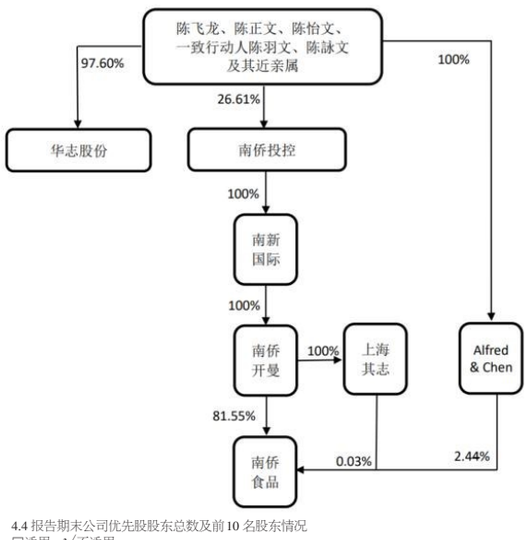
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

2025年公司实现营业收入306,475.49万元，较去年同期315,934.45万元，减少2.99%；归属于上市公司股东的净利润4,066.83万元，较去年同期20,139.43万元，减少79.81%。

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

证券代码：605339　　证券简称：南侨食品　　公告编号：临2026-013

南侨食品集团（上海）股份有限公司 关于召开2025年度业绩说明会的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

重要内容提示：

会议召开时间：2026年3月25日(星期三)下午14:00-15:00

会议召开地点：上海证券交易所上证路演中心(网址：http://roadshow.sseinfo.com/)

会议召开方式：上证路演中心网络互动

投资者可于2026年3月18日(星期三)至3月24日(星期二)16:00前登录上证路演中心网站首页点击“提问预征集”栏目或通过公司邮箱：ncfgs@ncbakery.com进行提问。公司将在说明会上对投资者普遍关注的问题进行回答。

南侨食品集团（上海）股份有限公司(以下简称“公司”)于2026年3月10日在上海证券交易所网站(http://www.sse.com.cn)披露了公司《2025年年度报告》，为便于广大投资者更全面深入地了解公司2025年度的经营成果以及财务状况，公司计划于2026年3月25日下午14:00-15:00举行2025年度业绩说明会，就投资者关心的问题进行交流。

一、说明会类型

本次投资者说明会以网络互动形式召开，公司将针对2025年度的经营成果以及财务指标的具体情况与投资者进行互动交流和沟通，在信息披露允许的范围内就投资者普遍关注的问题进行回答。

二、说明会召开的时间、地点

（一）会议召开时间：2026年3月25日下午14:00-15:00

（二）会议召开地点：上海证券交易所上证路演中心(http://roadshow.sseinfo.com/)

（三）会议召开方式：上证路演中心网络互动

三、参加人员

职工代表董事及总经理：林昌钰先生

董事会秘书：苏璠女士

财务总监：古锦宜女士

独立董事：黄泽民先生

四、投资者参加方式

（一）投资者可在2026年3月25日(星期三)下午14:00-15:00，通过互联网登录上证路演中心(http://roadshow.sseinfo.com/)，在线参与本次业绩说明会，公司将及时回答投资者的提问。

（二）投资者可于2026年3月18日(星期三)至3月24日(星期二)16:00前登录上证路演中心网站首页，点击“提问预征集”栏目(http://roadshow.sseinfo.com/questionCollection.do)，根据活动时间，选中本次活动或通过公司邮箱：ncfgs@ncbakery.com向公司提问，公司将在说明会上对投资者普遍关注的问题进行回答。

五、联系人及咨询办法

会议联系人：方欣

联系电话：021-61955678

公司邮箱：ncfgs@ncbakery.com

六、其他事项

本次投资者说明会召开后，投资者可以通过上证路演中心(http://roadshow.sseinfo.com/)查看本次投资者说明会的召开情况及主要内容。

特此公告。

南侨食品集团（上海）股份有限公司董事会
2026年3月10日

证券代码：605339　　证券简称：南侨食品　　公告编号：临2026-012

南侨食品集团（上海）股份有限公司 关于公司募集资金存放、管理与实际使用情况的专项报告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

一、募集资金基本情况

根据中国证券监督管理委员会《关于核准南侨食品集团（上海）股份有限公司首次公开发行股票的批复》(证监许可[2021]1198号)核准，本公司于2021年4月9日公开发行人民币普通股“A股”63,529,412股，每股面值人民币1元，每股发行价格人民币16.98元，募集资金总额为人民币1,078,729,415.76元，扣除相关承销及保荐费用人民币47,681,909.34元(不含增值税)后，实际收到募集资金共计人民币1,031,047,506.42元，此款项已于2021年5月12日存入本公司募集资金专项账户中。另扣除其他发行费用共计人民币39,770,234.59元，募集资金净额为人民币991,277,271.83元。上述募集资金到位情况已由毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审验，出具毕马威华振验字第2100640号验资报告。

截至2025年12月31日，本公司的募集资金余额为人民币218,300,293.26元。具体情况如下表：

募集资金基本情况表

单位：元　币种：人民币

发行名称	2021年首次公开发行股份
募集资金到账时间	2021年5月12日
本次投资期	2025年1月1日至2025年12月31日
项目	金额
一、募集资金总额	1,078,729,415.76
其中：超募资金金额	
减：直接支付发行费用	87,452,143.93
二、募集资金净额	991,277,271.83
减：	
以前年度已使用金额	595,692,901.63
本年度使用金额	227,598,553.04
暂时补流金额	
银行手续费支出及汇兑损益	13,436.93
其他-具体说明	
加：	
募集资金利息收入	50,327,913.03
其他-具体说明	
三、报告期末募集资金余额	218,300,293.26
其中：现金管理金额	160,500,000.00

二、募集资金管理情况

（一）募集资金管理制度情况

为规范本公司募集资金管理和使用，保护投资者的利益，公司根据《上市公司募集资金监管规