公司代码：600882　　公司简称：妙可蓝多

上海妙可蓝多食品科技股份有限公司 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

因公司2025年末母公司报表未分配利润为负，公司2025年度拟不分配现金红利，不实施送股或资本公积转增股本。

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

截至报告期末，公司母公司财务报表中累计未分配利润为负，根据《中华人民共和国公司法》及《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等相关法律法规的规定，公司目前不满足实施现金分红的前提条件。

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	妙可蓝多	600882	广泽股份

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	谢毅	—
联系地址	上海市浦东新区金桥路1398号金台大厦10楼	
电话	021-50188700	—
传真	021-50188918	—
电子信箱	ir@milkland.com.cn	—

2、报告期公司主要业务简介

2.1 报告期内公司所处行业情况

(1) 产业端：乳制品产业结构转型加快

根据国家统计局数据，2025年1-12月全国乳制品产量为2,950.3万吨，产量基本稳定，受消费环境影响，乳制品市场供需依然在存阶段性失衡的问题。根据中国奶业协会2025年发布的《中国奶业战略发展重点课题研究报告》，我国乳制品市场呈现"规模庞大但结构失衡"特征，奶酪、黄油等深加工产品占比仅7.3%，不足发达国家平均水平的四分之一，主要原料进口依赖度较高，形成"液态奶过剩、高附加值产品短缺"的结构性矛盾。因此，亟需加快产业结构转型和产品深加工步伐，推动乳制品行业向价值链高端跃升。

中国政府健康饮食与奶酪产业扶持政策持续加码。2025年4月商务部等12部门印发《促进健康消费专项行动方案》，实施营养健康专项行动，为功能性乳制品、高营养奶酪品类开拓发展空间；农业农村部等3部门出台的《中国食物与营养发展纲要（2025—2030年）》，明确提出培育低温乳品市场、促进奶酪等干乳制品消费，设定2030年人均奶类年消费量47公斤的目标；农业农村部等七部委落地奶业高质量发展相关支持政策，通过财政补贴、金融赋能等方式支持乳企新增奶酪等深加工产能；中国奶业协会发布的《中国奶业奋进2030》《奶制品结构优化与消费拓展新路径方案》，将奶酪列为精深加工核心发展方向，明确推进国产原制奶酪规模化生产，依托国家"学生饮用奶"计划稳妥推广奶酪试点，丰富品类供给，同时强化乳清脱产、乳清蛋白回收与联产工艺应用，优化发酵菌种，推动乳清粉、乳糖等奶酪加工副产品高值化利用，完善奶酪全产业链布局。上述多项政策一起发力，围绕奶酪产业全链条布局，从健康消费引导、深加工产能扶持、生产技术优化到校园场景拓展全方位赋能，为国产奶酪产业高质量发展筑牢政策根基。

贸易反补贴政策为奶酪行业带来关键发展机遇。国务院关税税则委员会根据商务部的建议做出决定，自2026年2月13日起，对原产于欧盟的进口相关乳制品征收反补贴税，实施期限自2026年2月13日起5年，此举将直接增加进口产品综合成本，扭转不公平竞争格局。这一政策为国产奶酪释放了进口替代空间，加速推动原制马苏里拉、马斯卡彭等核心品类的国产化进程。

以上政策与贸易红利共同推动我国乳制品行业从规模扩张阶段迈入结构优化阶段，奶酪作为核心深加工品类，成为乳制品行业向价值链高端跃升的关键引擎，液态乳制品向固态乳制品发展的趋势进一步强化。

(2) 消费端：消费场景扩容，奶酪加速融入多元生态

当前奶酪行业需求端呈现"复苏回暖、场景多元"的鲜明特征，根据央视市场研究股份有限公司之Worldpanel消费者指数（以下简称"Worldpanel消费者指数"），2025年奶酪品类市场销售呈现复苏迹象，渗透率有所上升。近几年，奶酪在B端和C端的应用创新不断，奶酪兼具营养健康的功能属性和富含情绪价值的消费体验，深受越来越多消费者的喜爱。奶酪在烘焙、茶饮、咖啡等餐饮场景的"准刚需"属性日益明显，在社交媒体上的话题热度持续攀升，带动更多人尝试奶酪并喜爱奶酪，形成社交传播与消费增长的良性循环。在渠道革新浪潮下，社区店、便利店、即时零售以及会员商超成为消费新风尚，奶酪口味在这些场景能渠道和平台广受欢迎，多款芝士口味产品长期位于推荐榜单。

随着年轻人越来越愿意在日常饮食中增加高蛋白食物，来自乳制品的优质蛋白在生活场景中更是加速渗透，也成为日常膳食补充的优选。根据蒙牛与瓦赫于根大学合作，于《Food Research International》发表关于发酵乳蛋白消化的研究得出结论：发酵提升乳蛋白消化率与肽多样性，进一步验证了乳制品优质蛋白的营养价值。此外，美国农业部与卫生与公众服务部联合发布的《2025—2030年居民膳食指南》也建议提高优质蛋白质摄入量，尤其是乳制品中蛋白质，同时明确将乳脂肪定义为健康脂肪。

奶酪在中西餐、茶饮和烘焙行业的渗透率正在持续提升。中西餐市场中，乳制品已成为品类创新核心载体，在上下游协同创新趋势下，奶酪企业能通过创新产品与全链路协同模式深化场景渗透。根据红餐产业研究院与蒙牛专业乳品（内蒙蒙牛面向餐饮客户开辟的专业餐饮品牌）联合发布的《烘焙品类发展报告2025》，烘焙市场规模扩张且健康化、本土化趋势显著，马斯卡彭等高端奶酪需求攀升，国产原料接受度提升，国内奶酪企业可依托本土供应链提供高品质、清洁标签的原料及解决方案。新茶饮行业头部品牌对产品品质、生产规范及供应链定制创新的高要求，为国内奶酪企业凭借高品质、标准化及定制能力切入茶饮赛道创造契机。同时，B端市场对奶酪的需求也为乳制品深加工各环节副产品拓展了更适配、更多元的应用场景。

作为一家以奶酪为核心业务的A股上市公司，公司依托在产品、品牌、渠道方面的核心竞争力以及研发和供应链的优势，在奶酪行业的市场占有率持续领先。根据Worldpanel消费者指数，在2025年中国包装奶酪品牌销售额中，妙可蓝多奶酪市场占有率超过38%，其中奶酪棒市场占有率持续增长，稳居行业第一；马苏里拉产品市场占有率亦位居细分市场首位，优势显著；同时妙可蓝多奶酪片市场占有率也呈现超越外资品牌之势。另根据Euromonitor International统计，中国奶酪零售市场品牌市场占有率中，2025年妙可蓝多持续保持第一。多方数据表明奶酪市场份额正在逐步向头部企业集中。

2.2 主营业务及核心产品

公司致力于"让奶酪进入每一个家庭"，经过十年的快速发展已在行业内建立一定的领先优势。公司主营业务为以奶酪为核心的特色乳制品的研发、生产和销售，其中奶酪产品可以进一步细分为即食营养系列、家庭餐桌系列和餐饮工业系列。同时公司也从事液态奶的研发、生产和销售，以及乳制品贸易业务。奶酪棒、马苏里拉奶酪、奶酪片、黄油、稀奶油为报告期内核心产品。

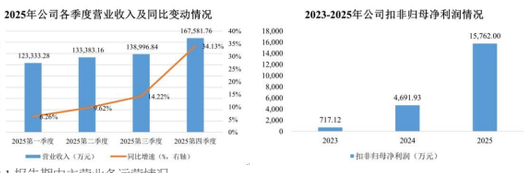
2.3 经营模式

公司自产业务的经营模式主要为特色乳制品的研发、生产和销售。公司采购奶酪、生鲜乳等原料，进行乳制品的生产加工，并通过经销商、电商、零食量贩、大型商场超市、餐饮大客户、即时零售等线上线下渠道对外销售。同时，公司结合奶酪产品生产加工业务，也开展与其相关的原辅料贸易业务。

3、经营情况讨论与分析

2025年，公司依据发展战略和年度经营计划，以TOB和TOC双轮驱动，积极部署一系列经营举措，实现营业收入563,295.04万元，较上年同期增长16.29%。其中，第四季度实现营业收入167,581.76万元，较上年同期增长34.13%，较第三季度环比增长20.57%，连续三个季度营业收入持续攀升，整体经营增长态势强劲，增长质量与可持续性进一步提升。2025年公司奶酪业务更是持续向好，全年实现收入461,522.73万元，同比增长22.84%，为公司整体营业收入增长的主要驱动因素。

公司同步推动各项降本增效战略举措，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润15,762.00万元，较上年同期大幅增长235.94%。



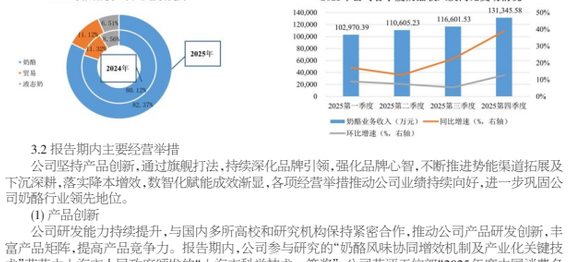
3.1 报告期内主营业务运营情况

报告期内公司主营业务分产品情况如下：

单位：万元

产品	2025年					2024年					业务收入	毛利率
大类	业务收入	占比	毛利	占比	毛利率	业务收入	占比	毛利	占比	毛利率	变动	变动
奶酪	461,522.73	82.37%	156,017.85	96.56%	33.81%	375,699.58	80.12%	131,651.82	96.84%	35.04%	22.84%	减少1.23个百分点
贸易	62,328.77	11.12%	2,527.71	1.56%	4.06%	53,073.47	11.32%	1,462.46	1.08%	2.76%	17.44%	增加1.30个百分点
液态奶	36,494.30	6.51%	3,043.81	1.88%	8.34%	40,139.93	8.56%	2,822.22	2.08%	7.03%	-9.08%	增加1.31个百分点
合计	560,345.80	100.00%	161,589.37	100.00%	28.84%	468,912.98	100.00%	135,936.51	100.00%	28.99%	19.50%	减少0.15个百分点

报告期内，公司奶酪业务实现收入461,522.73万元，较上年同期增加22.84%。奶酪业务收入占主营业务收入比例由去年同期的80.12%进一步增长至82.37%，贸易业务及液态奶业务分别实现收入62,328.77万元及36,494.30万元，占主营业务收入比例进一步下降。公司奶酪业务保持了较好的毛利水平，毛利率为33.81%，同时贸易业务和液态奶业务毛利率分别较去年同期增加1.30及1.31个百分点。公司稳步推进业务结构优化，主营业务经营质量稳步提升，结构布局持续向好。



3.2 报告期内主要经营举措

公司坚持产品创新，通过旗舰打法，持续深化品牌引领、强化品牌心智，不断推进势能渠道拓展及下沉深耕，落实降本增效，数智化赋能成效渐显，各项经营举措推动公司业绩持续向好，进一步巩固公司奶酪行业领先地位。

(1) 产品创新

公司研发能力持续提升，与国内多所高校和研究机构保持紧密合作，推动公司产品研发创新，丰富产品矩阵，提高产品竞争力。报告期内，公司参与研究的"奶酪风味协同增效机制及产业化关键技术"荣获由上海市人民政府颁发的"上海市科学技术一等奖"；公司获评工信部"2025年度中国消费名品"；公司再次荣获中国乳制品工业协会技术进步一等奖，本次获奖项目为"慕斯奶酪关键技术及其相关装置的研究与应用"；奶酪小三角新品入选"2025年上海特色旅游食品"。公司坚定以消费者为导向，不断进行产品创新，持续完善奶酪产品矩阵，进一步巩固奶酪行业领导者地位。

C端即食营养奶酪方面，公司聚焦精准人群布局、持续优化产品矩阵，针对儿童营养推出奇炫奶酪棒、成长酪乳、后生元成长奶酪杯、捷捷高液体奶酪钙等；针对成人休闲推出明星单品奶酪小三角、云朵芝士杯等奶酪零食新品，同时布局奶酪坚果脆、奶酪小丸子，精准适配山姆、零食量贩等重点渠道，进一步拓宽了消费场景边界。C端家庭餐桌奶酪方面，公司持续强化品类和技术优势，马苏里拉奶酪、奶酪片、国产淡味黄油贴合家庭需求稳步起量。

报告期内，B端餐饮工业奶酪领域持续突破、成效显著。依托爱氏晨曦专业乳品与妙可蓝多专业奶酪形成的"两油一酪"全品类优势，聚焦西餐、烘焙、茶咖、工业及中餐五大核心客户群，为B端客户提供一站式奶酪解决方案。其中，国产原制马苏里拉奶酪的推出具有里程碑意义——填补了国产高端原制马苏里拉的市场空白，打破核心品类进口依赖格局，成为推动行业原制化、高品质升级的重要推力，也为行业原制奶酪规模化生产树立标杆；爱氏晨曦马斯卡彭以国产原制工艺与清洁配方，精准适配烘焙、茶咖多元场景，进一步丰富高端原制奶酪供给矩阵，加速餐饮工业领域国产替代进程。

(2) 品牌引领

妙可蓝多通过系统化品牌战略升级，成功实现从儿童奶酪向全民奶酪的升级跨越。公司不仅突破传统儿童及家庭客群边界，触达年轻消费者、运动爱好者、银发人群等更广泛客群，更将消费场景拓展至户外社交、职场零食、餐饮搭配等多元生活空间，完成人群与场景的双重破圈，夯实全民奶酪品牌定位；公司以创新营销矩阵驱动增长：针对儿童奶酪棒核心产品，持续在头部媒体集中造势传播，开展奶酪品类营养教育；借势假日经济打造事件营销，持续强化品牌认知；开展多元营销，如联动马拉松赛事推广新产品，打造营养周专家等，加强营养背书，拓展场景与消费的关联性；冠名多档热门综艺，深度植入产品优势，借势艺人资源完成新品推广及人群破圈；打造奶酪市集、冠名汉堡节等特色活动，培育奶酪消费市场、传递营养与功能价值，以系列动作推进品牌升级，担当品类引领。

2025年，妙可蓝多通过构建全域IP矩阵，多维赋能品牌价值升级、深化消费者认知：借势奥林匹克、2026 FIFA世界杯两大全球顶级赛事IP，拉升品牌全球视野与专业调性；正式成为体育?训练局国家队运动员备战保障产品，助力12支中国国家队全力备战；联动NBA赛事、中国国家田径队、中国足协中国之队，通过与顶级体育IP及国家运动队的深度绑定，锚定"冠军品质"认知，强化产品营养属性；成为中国航天事业战略合作伙伴，建立品牌高端定位；更携手汪汪队、小马宝莉、哪吒、北京环球度假区等深受儿童及家庭喜爱的顶流IP，深度渗透家庭与儿童核心社交场景，传递"守护童心、美味相伴"的品牌温度。从赛场到日常，每一个重要时刻妙可蓝多始终陪伴。通过全域IP矩阵联动，实现从品牌认知到品类联想的深度绑定，让"妙可蓝多=奶酪"的用户心智占领持续深化。

公司品牌宣传坚持长期聚焦策略，持续占位央视、卫视、分众等核心媒体；与此同时，公司拥抱市场变化，开拓爱奇艺等流媒体平台，布局抖音、小红书、视频号等社交媒体矩阵，并深化O2O场景化营销，以贴近消费场景的内容与消费者深度互动，实现贴近生意、品效销协同的传播目标。通过全域媒介矩阵的精准布局，持续提升品牌的认知度与美誉度，巩固奶酪品牌第一心智，让"奶酪就选妙可蓝多"的品牌价值诉求深入人心。

(3) 渠道精耕

渠道建设方面，针对C端零售线下渠道，整合双品牌的渠道优势，继续优化经销商在全国的布局，不断完善经销商服务体系；持续精耕现代渠道，改善经营效率，大力开发零食量贩、会员超市等势能渠道，同时持续优化终端运营效率。报告期内，公司多款定制产品表现亮眼，赢得势能渠道广泛认可，实现了渠道渗透与市场反馈的双向提升。针对C端零售线上渠道，报告期内线上双品牌布局，在天猫、京东、拼多多等传统电商平台深耕运营、优化效率，大力发展内容电商和即时零售业态。报告期内，新品打新能力进阶，成长奶酪杯突围成为电商大单品，捷捷高液体奶酪钙等表现亮眼，丰富产品矩阵助力业绩增长。针对B端餐饮渠道，公司整合双品牌的产品及渠道优势，持续推动由产品销售南向向专业乳品服务商的转型升级，报告期内马苏里拉、奶酪片、黄油、稀奶油等核心产品同步放量，以强大的技术和供应链能力，为客户提供一站式专业乳品解决方案。

(4) 管理提效

① 打造供应链全过程管理体系，提升全链路管理效率

公司不断完善供应链全过程管理体系，从计划、生产、销售实现全链路管理，通过数智化升级进一步提升供应链管理效率，为公司的降本增效打下坚实基础。公司凭借在奶酪领域的自主研发技术积累，不断迭代适应市场需求的创新能力以及卓越的产品品质。报告期内，公司荣获百胜中国颁发的"卓越供应链奖"和"金锅奖"两项荣誉，并成为首批"百胜和美之友"。

② 全面启动各项降本增效战略举措，打造企业成本护城河

公司全面启动各项降本增效战略举措，将其作为构建核心竞争力的关键护城河，以精益协同、精益生产、精益管理为核心抓手，通过覆盖研发、采购、制造等全链条的协同管理，引入专业管理模型，推动组织效率与能力升维。报告期内，组织效率与人均产出实现双提升。

③ 夯实全面质量管理体系，强化专业能力赋能业务

公司不断精进和完善妙可蓝多"SDS-ACT质量管理体系"，旗下工厂全部成熟运行ISO9001、FSSC22000、HACCP等质量管理体系，其中两家工厂持续运行诚信管理体系认证，五家工厂通过HALAL认证，为产品出口做好保障。报告期内，公司成为国内首家同时获得CNAS实验室认可和CMA资质认定的奶酪企业，标志着公司在奶酪检测领域的专业能力与权威性得到进一步夯实，可以为相关食品企业提供专业检测等服务。全面上线LIMS系统，推动实验室数字化与体系融合，显著提升检测效率与数据可靠性。

4、公司主要会计数据和财务指标

4.1 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	8,458,303,696.37	7,720,899,535.16	9.55	7,539,615,207.46
归属于上市公司股东的净资产	4,561,743,810.16	4,409,235,955.26	3.46	4,740,697,670.07
营业收入	5,632,950,354.38	4,843,753,794.70	16.29	5,322,202,155.91
利润总额	158,814,909.65	160,992,070.43	-1.35	82,119,910.15
归属于上市公司股东的净利润	118,493,733.40	113,620,696.95	4.29	60,065,609.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	157,620,033.20	46,919,280.55	235.94	7,171,235.98
经营活动产生的现金流量净额	459,306,102.23	530,727,216.06	-13.46	263,675,812.26
加权平均净资产收益率(%)	2.641	2.464	增加0.177个百分点	1.229
基本每股收益(元/股)	0.236	0.226	4.42	0.119
稀释每股收益(元/股)	0.235	0.226	3.98	0.119

4.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元　币种：人民币

主要财务数据	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	1,233,332,768.29	1,333,831,610.41	1,389,968,358.62	1,675,817,617.06
归属于上市公司股东的净利润	82,396,663.23	50,573,458.82	42,967,940.21	-57,444,328.86
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	64,941,077.73	37,508,207.94	17,276,223.15	37,894,524.38
经营活动产生的现金流量净额	119,790,217.60	116,098,646.15	249,247,205.30	-25,829,966.82

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用　√不适用

5、股东情况

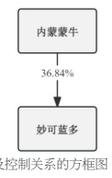
5.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前10名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)						36,963		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)						40,385		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)						0		
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)						0		
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(%)	持有有限售条件股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司	322,100	187,891,322	36.84	0	无	0	境内非国有法人
柴琇	0	76,103,632	14.92	0	质押	76,100,000	境内自然人
					标记	4,490,267	
					冻结	9,000,000	
国信证券股份有限公司	15,459,858	17,479,558	3.43	0	无	0	国有法人
上海妙可蓝多食品科技股份有限公司－2025年员工持股计划	8,000,000	8,000,000	1.57	0	无	0	其他
温美华	1,761,300	7,340,700	1.44	0	无	0	境内自然人
汀源县东里镇集体资产经营管理中心	0	6,539,943	1.28	0	无	0	其他
吉林省东秀商贸有限公司	0	5,280,000	1.04	0	质押	5,280,000	境内非国有法人
蜜金信托有限责任公司	4,689,743	4,689,743	0.92	0	无	0	国有法人
全国社保基金六零二组合	106,000	4,533,200	0.89	0	无	0	其他
夏斯瑾	468,900	4,448,400	0.87	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	东秀商贸系柴琇女士实际控制的公司，除前述关联关系外，公司未知前10名股东之间是否存在其他关联关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

5.2 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



5.3 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

5.4 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

6、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。

报告期内，公司积极推进各项举措，全年实现营业收入563,295.04万元，整体营业收入同比上升16.29%，主要系公司奶酪产品收入增加所致。同时，公司实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润15,762.00万元，同比增长235.94%。

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：600882　　证券简称：妙可蓝多　　公告编号：2026-022

上海妙可蓝多食品科技股份有限公司 2025年度募集资金存放、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法律责任。

上海妙可蓝多食品科技股份有限公司（以下简称"公司"）董事会根据中国证券监督管理委员会（以下简称"中国证监会"）发布的《上市公司募集资金监管规则》（证监会公告[2025]10号）及上海证券交易所发布的《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》《上海证券交易所上市公司自律监管指南第1号——公告格式》等相关规定，现将公司2025年度募集资金存放、管理与实际使用情况专项报告如下：

一、募集资金基本情况

经中国证监会出具的《关于核准上海妙可蓝多食品科技股份有限公司非公开发行股票的批复》（证监许可[2021]1466号）核准，公司向内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司非公开发行A股股票100,976,102股，每股发行价格为人民币29.71元。本次募集资金于2021年6月29日全部到账，并经利安达会计师事务所（特殊普通合伙）审验，于2021年7月2日出具了"利安达验字[2021]京A2003号"《验资报告》。

截至2025年12月31日，公司募集资金基本情况如下：

单位：万元　币种：人民币

发行名称	2020年非公开发行A股股票
募集资金到账日期	2021年6月29日
本次报告期	2025年1月1日至2025年12月31日
项目	金额
一、募集资金总额	299,999.99
其中：超募资金金额	-
减：直接支付发行费用	1,883.51
二、募集资金净额	298,116.49
减：	
以前年度已使用金额	147,144.91
本年度使用金额	31,721.49
暂时补流金额	-
现金管理金额注1	140,500.00
银行手续费支出及汇兑损益	-
其他	-
加：	
募集资金利息收入注2	23,503.66
其他	-
三、报告期期末募集资金余额注3	2,253.75

注1：为截至报告期末未到期的理财余额。

注2：为募集资金到账之日起至报告期末所累计获得的理财收益和利息收入。

注3：不包括现金管理余额。

二、募集资金管理情况

为规范公司募集资金管理和使用，保护投资者权益，根据中国证监会及上海证券交易所发布的相关规定，公司董事会制订并适时修订了《募集资金管理制度》。募集资金到位后，公司严格按照《募集资金管理制度》的规定存放、管理和使用募集资金。

（一）募集资金专户开立和监管情况

根据公司《募集资金管理制度》和第十届董事会第三十一次会议审议通过的《关于设立募集资金专户的议案》，公司及实施募集资金投资项目（以下简称"募投项目"）的子公司上海芝享食品科技有限公司、广泽乳业有限公司、吉林市广泽乳品有限公司于中国光大银行股份有限公司上海金山支行、兴业银行股份有限公司上海闵行支行、招商银行股份有限公司上海分行、交通银行股份有限公司上海奉贤支行、吉林九台农村商业银行股份有限公司长春分行和吉林珲春农村商业银行股份有限公司长春市朝阳支行开立了募集资金专项账户，用于本次非公开发行股票募集资金的专项存储和管理。2021年7月7日，公司及实施募投项目的子公司与保荐机构东方证券承销保荐有限公司（已被其母公司东方证券股份有限公司吸收合并，自2024年9月起，公司持续督导保荐机构主体变更为东方证券股份有限公司）、相关募集资金专项账户开户银行分别签订了《募集资金专户存储三方监管协议》，相关三方监管协议与上海证券交易所《募集资金专户存储三方监管协议（范本）》不存在重大差异，且均得到正常履行。

2022年5月，为进一步便于募集资金管理，提高募集资金的使用效率及结算便利性，经公司第十一届董事会第五次会议审议通过，实施募投项目的子公司广泽乳业有限公司在交通银行股份有限公司上海奉贤支行、中国光大银行股份有限公司上海金山支行、中国银行股份有限公司上海市奉贤支行新增开立募集资金专户；经公司第十一届董事会第六次会议审议通过，实施募投项目的子公司广泽乳业有限公司、吉林市广泽乳品有限公司分别在上海浦东发展银行股份有限公司长春分行新增开立募集资金专户。公司及广泽乳业有限公司、吉林市广泽乳品有限公司与保荐机构和前述银行分别签订了《募集资金专户存储三方监管协议》，相关协议与上海证券交易所《募集资金专户存储三方监管协议（范本）》不存在重大差异。2022年9月，为进一步便于募集资金管理，经公司第十一届董事会第十一次会议审议通过，公司实施募投项目的子公司广泽乳业有限公司在兴业银行股份有限公司上海金桥支行新增开立募集资金专户，以提高募集资金的使用效率及结算便利性。公司及广泽乳业有限公司与保荐机构和前述银行签订了《募集资金专户存储三方监管协议》，相关协议与上海证券交易所《募集资金专户存储三方监管协议（范本）》不存在重大差异。

2024年11月，为进一步便于募集资金管理，经公司第十一届董事会第三十五次会议审议通过，公司在上海浦东发展银行股份有限公司上海自贸试验区新片区分行（其下辖机构南汇支行指定为监管户的开户行）新增开立募集资金专户，以提高募集资金的使用效率及结算便利性。公司与保荐机构和前述银行签订了《募集资金专户存储三方监管协议》，相关协议与上海证券交易所《募集资金专户存储三方监管协议（范本）》不存在重大差异。

2025年6月，为进一步便于募集资金管理，经公司第十二届董事会第九次会议审议通过，公司在交通银行股份有限公司上海奉贤支行（其下辖机构奉浦支行指定为监管专户的开户行）、中国银行股份有限公司上海市奉贤支行、兴业银行股份有限公司上海漕河泾支行新增开立3个募集资金专户，以提高募集资金的使用效率及结算便利性。公司与保荐机构和前述银行签订了《募集资金专户存储三方监管协议》，相关协议与上海证券交易所《募集资金专户存储三方监管协议（范本）》不存在重大差异。2025年9月，为进一步便于募集资金管理，经公司第十二届董事会第十二次会议审议通过，公司在上海浦东发展银行股份有限公司长春分行新增开立募集资金专户，以提高募集资金的使用效率及结算便利性。公司与保荐机构和前述银行签订了《募集资金专户存储三方监管协议》，相关协议与上海证券交易所《募集资金专户存储三方监管协议（范本）》不存在重大差异。

（二）募集资金的存储情况

截至2025年12月31日，公司募集资金专户存储情况如下：

单位：万元　币种：人民币

发行名称			2020年非公开发行A股股票	
募集资金到账时间			2021年6月29日	
账户名称	开户银行	银行账号	报告期末余额	账户状态
上海妙可蓝多食品科技股份有限公司	中国光大银行股份有限公司上海金山支行	36770188000196476	2,902.59	使用中
其中：2025年挂钩汇率对公结构性存款定制第十二期产品651	中国光大银行股份有限公司上海金山支行	36770188000196476	2,000.00	使用中
上海妙可蓝多食品科技股份有限公司	兴业银行股份有限公司上海漕河泾支行	216330100100330901	35,000.61	使用中
其中：兴业银行企业金融人民币结构性存款产品	兴业银行股份有限公司上海漕河泾支行	216330100100330901	5,000.00	使用中
其中：兴业银行企业金融人民币结构性存款产品	兴业银行股份有限公司上海漕河泾支行	216330100100330901	10,000.00	使用中
其中：兴业银行企业金融人民币结构性存款产品	兴业银行股份有限公司上海漕河泾支行	216330100100330901	10,000.00	使用中
其中：兴业银行企业金融人民币结构性存款产品	兴业银行股份有限公司上海漕河泾支行	216330100100330901	3,500.00	使用中
其中：兴业银行企业金融人民币结构性存款产品	兴业银行股份有限公司上海漕河泾支行	216330100100330901	3,000.00	使用中
其中：兴业银行企业金融人民币结构性存款产品	兴业银行股份有限公司上海漕河泾支行	216330100100330901	3,500.00	使用中
上海妙可蓝多食品科技股份有限公司	上海浦东发展银行股份有限公司长春分行	61010078801400011181	5,000.00	使用中
其中：利多多公司稳利99JG0556期(三层看盈)人民币对公结构性存款	上海浦东发展银行股份有限公司长春分行	61010078801400011181	5,000.00	使用中
上海妙可蓝多食品科技股份有限公司	上海浦东发展银行股份有限公司南汇支行	98100078801800001919	48,508.76	使用中
其中：利多多公司稳利99JG0574期(三层看盈)人民币对公结构性存款	上海浦东发展银行股份有限公司南汇支行	98100078801800001919	5,000.00	使用中
其中：利多多公司稳利99JG0514期(三层看盈)人民币对公结构性存款	上海浦东发展银行股份有限公司南汇支行	98100078801800001919	15,000.00	使用中
其中：利多多公司稳利99JG0701期(三层看盈)人民币对公结构性存款	上海浦东发展银行股份有限公司南汇支行	98100078801800001919	10,000.00	使用中
其中：利多多公司稳利99JG0733期(三层看盈)人民币对公结构性存款	上海浦东发展银行股份有限公司南汇支行	98100078801800001919	18,500.00	使用中
上海妙可蓝多食品科技股份有限公司	中国银行股份有限公司上海市奉贤支行	440389043899	50,000.83	使用中
其中：中国银行公司客户结构性存款产品【CSDVY202514852】	中国银行股份有限公司上海市奉贤支行	440389