

公司代码：605567

公司简称：春雪食品

春雪食品集团股份有限公司
2022 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 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、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 大华会计师事务所（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

截至2022年12月31日，公司母公司期末可供分配利润为人民币124,285,355.38元。2022年度公司归属于母公司股东的净利润为79,249,808.74元。本年度董事会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1.5元（含税）。截至2022年12月31日，公司总股本200,000,000股，以此计算合计拟派发现金红利30,000,000元（含税）。本年度公司现金分红比例为37.85%。

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 | 李颜林 | 张立志 |
| 办公地址 | 莱阳市富山路382号 | 莱阳市富山路382号 |
| 电话 | 0535-7776798 | 0535-7776798 |
| 电子信箱 | cxzq@springsnow.cn | cxzq@springsnow.cn |

2 报告期公司主要业务简介

公司属于“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产品的研发、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，主营

业务与 2021 年相比未发生重大变化。

1、行业相关政策情况

2022 年 2 月 15 日,《山东省生产安全事故隐患排查治理办法》通过,2022 年 4 月 29 日,《山东省企业危险作业报告管理办法》通过,公司依据规定加强和规范了生产安全事故隐患排查治理,减少了生产安全事故,保障了公司财产安全、员工人身安全。

2022 年 2 月 17 日,山东省各有关部门共同发布《关于深化跨境贸易便利化改革优化口岸营商环境的通知》,深化通关全链条业务改革、规范口岸收费、提升口岸信息化水平、优化口岸综合服务、加强区域通关合作和实施保障,公司涉及的进出口业务效率进一步提升。

2022 年 3 月 15 日起,《食品生产经营监督检查管理办法》(国家市场监督管理总局令第 49 号,简称《办法》)正式实施。新增了飞行检查和体系检查两种监督检查方式,对生产、销售、餐饮等环节检查内容进行了补充和细化,要求更为严格。

2022 年 4 月 2 日,为贯彻落实“十四五”生态环境保护目标、任务,健全以环境影响评价制度为主体的源头预防体系,构建以排污许可制为核心的固定污染源监管制度体系,生态环境部办公厅印发《“十四五”环境影响评价与排污许可工作实施方案》的通知。

2022 年 4 月 4 日,山东省人民政府《山东省“十四五”冷链物流发展规划》明确提出,构建节点网络协同联动、重点品类特色发展、国内国际高效畅通的冷链物流运行体系,打造国家骨干冷链物流基地网络建设示范区和“一带一路”陆海双向国际冷链物流主枢纽,将肉类冷链物流、速冻食品冷链物流列为发展重点,有助于公司产品便捷运输至国内外目标市场。同时,按照烟台市委部署,公司作为“烟台国家骨干冷链物流基地建设项目”的牵头单位,向国家发改委申报,争取纳入国家骨干冷链物流基地建设名单。

2022 年 4 月 13 日,烟台市印发了《农业产业发展激励政策十三条》,以贯彻落实市委“1+233”工作体系要求,深入推进乡村产业振兴,发展壮大乡村富民产业,提升农业质量效益,增强农业产业核心竞争力。

2022 年 4 月 22 日,国家税务总局等十部门发布通知,进一步加大出口退税支持力度,促进外贸平稳发展。

2022 年 5 月 22 日,山东省人民政府确定《2022 年“稳中求进”高质量发展政策清单(第三批)》,提出对预制菜企业技改投资超过 5000 万元以上的,按银行最新一期贷款市场报价利率(LPR)的 35%,给予单个企业项目最高 2000 万元贴息支持。支持预制菜企业在电商平台新设网上店铺,对 2022 年前三季度新设店铺年网零额 50 万元以上且排名前 20 位的企业,省级财政给予每家 5 万元奖励。支持新上的总投资超 1 亿元、投资强度超 300 万元/亩的预制菜项目,纳入省市重点项目,强化土地等要素资源保障。支持劳动密集型产品利用新业态新模式开拓新市场,鼓励企业采取“前展后仓”方式,在东盟、中东、非洲、俄罗斯、荷兰等公共海外仓设立山东品牌商品展示中心,对展示场地租金给予不低于 70%的资金补贴。公司将会积极利用符合自身条件的相关优惠政策,实现发展与国内外市场的开拓。

2022 年 5 月 26 日,国务院办公厅印发《关于推动外贸保稳提质的意见》,提出保障外贸领域生产流通稳定、加大外贸企业财税金融支持力度、进一步帮助外贸企业抓订单拓市场、稳定外贸产业链供应链,有助于公司出口业务的保稳提质。

2022 年 8 月 11 日,国家卫生健康委印发《食品安全标准与监测评估“十四五”规划》,对“十四五”时期食品安全标准与监测评估工作总体要求、基本原则、发展目标、主要任务、保障措施做出系统设计和具体部署。

2022 年 8 月 25 日,烟台市委、市政府印发《烟台市实施企业倍增计划推动先进制造业高质量发展行动方案(2022—2025 年)》,力争到 2025 年年底,全市先进制造业集约化、数字化、智能化水平明显提升,形成产值倍增、供给提升、全面突破的良好发展态势。春雪食品集团股份有限公司被列为全市重点倍增培育企业其中的龙头骨干型 100 家企业之一,给公司带来了很好的发展

机遇，公司也同步制订了 2025 年倍增计划的实施方案。

2022 年 11 月 12 日，山东省人民政府办公厅印发《关于推进全省预制菜产业高质量发展的意见》，打造一批预制菜产业高地和产业集群，推动全产业链高质量发展。到 2025 年，全省预制菜加工能力进一步提升、标准化水平明显提高、核心竞争力显著增强、品牌效应更加凸显，预制菜市场主体数量突破 1 万家、全产业链产值超过 1 万亿元。公司的“年产 4 万吨鸡肉调理品智慧工厂项目”符合本次发展意见。

2022 年 11 月 11 日，山东省委、省政府印发《先进制造业强省行动计划（2022—2025 年）》，全力促进制造业高端化、智能化、绿色化、服务化、生态化发展。公司以“5000 万只肉鸡宰杀智慧工厂项目”、“年产 4 万吨鸡肉调理品智慧工厂项目”、“信息化及智能化建设项目”，参与到本次行动计划。

2022 年 11 月 18 日，烟台市人民政府办公室印发《关于加快推进烟台预制菜产业高质量发展的实施意见(2022-2025)》，重点依托春雪、仙坛、民和、鲁花等龙头企业，打造世界知名、远近闻名的“中国预制菜产业名城”，力争到 2025 年，预制菜产销能力进一步提升，产值达到 200 亿元以上。

2、行业分环节情况

公司前端和后端业务涉及农副食品加工和肉鸡养殖，主要产品为鸡肉调理品和鸡肉生鲜品，其中鸡肉调理品属于预制菜范畴。

(1) 从产品终端市场来看

a) 鸡肉调理品（预制菜）：

既符合当前人们生活餐饮简便、快捷、安全的生活需求，也符合人们吃好、吃健康、吃营养的现实需求，具有广阔市场前景。

2021 年，国内预制菜行业处在了高速增长的起点；2022 年，全国预制菜行业步入高速发展阶段，各地政府纷纷出台相关扶持政策，挖掘各地市具有地域特色菜品，利用本土品牌的影响力，推进预制菜增品种、提品质、创品牌行动，大力发展预制菜行业。由于行业空间大，企业面临的机遇远大于挑战，导致许多企业推进向预制菜的转型。据《中国烹饪协会五年（2021-2025）工作规划》，目前国内预制菜渗透率只有 10%-15%，预计在 2030 年将增至 15%-20%，市场规模将达到 1.2 万亿元。而美国、日本预制菜渗透率已达 60%以上，由此可见，中国预制菜市场还有较大的扩容空间。

预制菜的兴起动力与驱动因素，主要来自 B 端中餐餐饮企业降本增效、连锁餐饮对菜品一致性质量要求以及 C 端生活方式的变革。预制菜的消费市场呈现“以 B 端为主，C 端为辅”的局面，据公开数据统计，目前国内预制菜 B 端、C 端的销售占比为 8：2，B 端市场销售规模仍然遥遥领先。不少专家学者认为，虽然随着时间的推移，后续 C 端市场有望加快增长，但预计相当长时间内我国预制菜消费市场仍会以 B 端为主。

80 后、90 后、00 后年轻群体已成为 C 端消费主力。在 C 端市场，消费习惯正在培养成，便捷性与安全性兼顾的预制菜有高频消费的属性，处于蓝海市场。未来随着终端市场的不断发展，消费频次有望提升。下一步，大型全国连锁商超、社区超市、新零售门店、便利店及电商、直播带货等渠道将成为 C 端预制菜的重要销售渠道。

b) 鸡肉生鲜品：

消费结构升级叠加饮食多元化，我国肉鸡市场具有广阔的增长空间。中央经济会议提出要着力扩大国内需求，把恢复和扩大消费摆在优先位置，国内需求的增长必将带动鸡肉消费的增长；同时，随着航空机场、旅游和餐饮业的恢复，会带来鸡肉消费的增加；

鸡肉具有“一高三低”的营养优势特点，即高蛋白、低脂肪、低胆固醇、低热量，更有益于人类健康，随着健康的消费理念日渐深入人心，无论是年轻一代还是老年人都开始注重饮食健康，猪肉的消费会越来越低，鸡肉成为最大的空缺替代肉类，有望成为中国最大的肉类消费品；此外，

外卖产业发展、快餐业的兴盛、预制菜品的兴起和普及、生鲜电商的崛起，也将进一步带动鸡肉消费增长。

(2) 从中间生产端来看

作为食品加工企业，一方面是成本增加。2022年，受国际、国内环境影响，燃油、燃气、食用油及各种辅料价格上涨，导致原料采购成本、产品生产成本、运输成本等较去年同期有所增加。另一方面，上市公司加快“抢食”预制菜领域，老牌公司纷纷加大业务布局，新进入者快速跑马圈地。部分公司预制菜业务实现高速增长，占总营收比重不断提升，逐渐成为业绩“第二增长曲线”。同时，速冻食品企业、畜禽水产产业链企业、餐饮企业及新零售企业也纷纷进入预制菜赛道，加码预制菜业务布局。

(3) 从原料供应端来看

种鸡养殖环节来看：祖代鸡更新量下滑，父母代种鸡存栏量下滑。中国祖代种鸡主要来源于进口种鸡和国内企业自主繁育种鸡。2022年总更新量为91万套，比2021年减少36万套，降幅为28%。2022年5月以后，白羽祖代种鸡更新量大幅减少，将导致未来白羽肉鸡产业供需失衡，预计2023年年底或是2024年上半年，白羽肉鸡产业会出现比较明显的供不应求状态。（数据来源：中国畜牧业协会）

商品代肉鸡养殖环节来看：2022年白羽肉鸡出栏量为74亿只，同比2021年增加8%。2023年鸡肉消费将会逐步恢复正常水平，预计白羽肉鸡出栏量小幅增加。受俄乌战争影响，饲料原料豆粕价格较2021年上涨25%左右，导致商品代肉鸡养殖成本上升，商品代肉鸡毛鸡价格第二季度环比一季度上涨幅度较大，全年同比2021年上涨9%。（数据来源：中国畜牧业协会 博亚和讯）

3、从企业转型来看

目前白羽肉鸡、生猪养殖行业的盈利重心正在向下游食品深加工延伸，养殖企业纷纷布局下游食品深加工业务，以削弱周期波动对业绩的影响。B端餐饮行业的规模扩张和模式升级，以及C端新消费的崛起，正在为以鸡肉、猪肉、水产调理品为代表的预制食品提供广阔市场空间，向食品转型已是大势所趋。

4、从国内外销售渠道来看

国内餐饮渠道销售受消费减弱冲击较大。对于有出口业务的企业，2022年度受海运费高涨、人民币对美元汇率变化影响较大，国外市场受通胀影响，产品价格提高幅度较大。

1、主要业务及产品

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。

主要业务包括：鸡肉调理品（预制菜）的研发、生产与营销，商品代肉鸡养殖，肉鸡屠宰及有机肥的生产与销售。

主要产品产销量：

(1) 全年销售鸡肉调理品5.8万吨，同比增长7%；其中出口1.85万吨，同比增长50%，出口创汇额8400万美元，同比增长61%。

(2) 全年宰杀肉鸡4175万只，同比下降13%；生产鸡肉生鲜品9.9万吨，同比减少13%。

(3) 全年外销毛鸡2310万只，同比增长117%。

(4) 全年采购商品代雏鸡7034万只，养殖出栏商品代肉鸡6485万只，同比增长10%。

(5) 全年生产供应商品代肉鸡饲料27.6万吨，同比增长11%。

(6) 全年生产有机肥8900吨，销售有机肥6800吨，同比增长50%。

2、经营模式

(1) 采购模式

公司加工调理品和生鲜品的原料主要来自于公司委托养殖的肉鸡，为进一步控制鸡肉食品质

量，养殖肉鸡所需的商品代雏鸡、药品、疫苗等均由公司子公司春雪养殖统一采购供应，提供给委托养殖户的饲料也由春雪养殖自主研制配方、自主生产并统一供应给养殖户。所以，公司采购主要涉及相关业务环节的原辅料采购及委托养殖的采购，其中原辅料的采购主要包括饲料原料采购、商品代雏鸡采购、药品、疫苗采购及调味辅料采购等，同时在产品供不应求，委托养殖的鸡肉不能及时满足公司的生产需求时，公司经过严格检测合格后，会向非委托养殖户采购部分商品代肉鸡和对外采购部分生鲜鸡肉产品进行进一步加工。

报告期内，公司采购全部为市场采购模式，无自产供应。无主要原材料价格同比变动 30% 以上的情况。

（2）生产模式

a) 自主生产模式

公司进行鸡肉调理品加工主要采取以销定产并辅以适当备货的生产模式，实行年度生产计划、月度生产计划、每日生产计划相结合。每年末，公司运营部门召集生产部、营销部、采购部、仓储部、财务部等相关部门负责人召开年度生产经营会，对本年度生产经营情况进行总结，并确认下年度公司生产经营计划。各月末，生产计划部根据营销中心订单交期编制月度预算生产计划。经审核后，生产计划员结合月度生产计划动态安排每日生产计划，并下达给生产部进行生产。

b) 委托加工模式

报告期内，在订单量较多，时间较急的情况下，公司出于现有加工产能限制，为了保证出货速度，会将部分简单的鸡肉加工业务，如人工鸡肉小部位分割、切块、切片、串签等业务采用委托加工方式与外协厂商进行合作。

c) 公司报告期内主要产品的产能、产量情况如下：

| 主要产品 | 单位 | 2021 年度 | 2022 年度 |
|----------------|-----------|---------|---------|
| 鸡肉调理品 (预制菜) | 设计产能 (吨) | 72,400 | 72400 |
| | 实际产量 (吨) | 54,983 | 57658 |
| | 产能利用率 (%) | 75.94 | 79.64 |
| 鸡肉生鲜品 | 设计产能 (吨) | 120,000 | 240000 |
| | 实际产量 (吨) | 113,690 | 98596 |
| | 产能利用率 (%) | 94.74 | 41.1 |

备注：

1、2021 年 5 月开工，投资 3.2 亿元建设的“年宰杀 5000 万只肉鸡智慧工厂项目”已经于 2022 年 8 月份投产，年新增鸡肉生鲜品设计产能 12 万吨。

2、2022 年 3 月份开工，投资 2.46 亿元建设“年产 4 万吨鸡肉调理品智慧工厂项目”，预计 2023 年 9 月份投产，年新增鸡肉调理品（预制菜）设计产能 4 万吨。

3、2023 年度，公司鸡肉调理品（预制菜）现有设计产能 72,400 吨，在建产能 40,000 吨，鸡肉生鲜品现有设计产能 24 万吨。

（3）销售模式

公司全部以直销模式进行销售，无经销商和实体门店销售。以销售调理品（预制菜）为主，生鲜品在总体满足调理品生产需要的前提下同时对外出售。此外，公司也少量销售部分副产品、饲料产品和富余的商品代肉鸡。

3、食品安全情况

a) 2022 年 9 月 22 日，国家市场监督管理总局令印发《企业落实食品安全主体责任监督管理规定》，督促企业落实食品安全主体责任，强化企业主要负责人食品安全责任，规范食品安全管理人员行为。公司根据国家相关法律法规、部门规章或其他规范性文件建立了食品安全管理制度，配齐配强食品安全管理人员，完善食品安全主体责任体系，确保出了问题后找得到人、查得清事、

落得了责；有利于及时防范化解风险隐患，守住食品安全底线。

公司通过了 ISO9001 质量管理体系、HACCP 危害分析关键控制点体系、欧盟 BRC（全球食品安全标准）认证，欧盟 GAP 良好农业操作规范认证，ISI45001 职业健康管理体系认证，ISO14001 环境管理体系认证，SEDEX 供货商商业道德信息交流认证，ISO22000 食品安全管理体系认证。公司检测中心通过了 CNAS 认证（国家实验室能力认可）。公司内部建立了《质量管理手册》、《自检自控体系》和《产品追溯体系》。

b) 公司与食品安全相关的人员配置、资金投入及其使用情况

公司设立了品控部和食品安全部，具体负责食品安全工作。人员共计 103 人，其中品控部 83 人（含各厂品管人员），负责相关质量体系与制度的建立、实施与完善；食品安全部 20 人，负责养殖环节、宰杀环节、深加工环节、储存环节等全产业链的药残、农残、细菌等项目的化验、检测。以上人员年度发放工资约 461 万元。年食品安全投入（检测、化验耗材费用及其他费用）277 万元。

c) 公司每年度单独披露 ESG 报告，2022 年，春雪食品获得万得 ESG 行业排名评级由 2021 年的 27/162 名跃升至 2022 年的第二名（2/167），处于食品行业的领先地位。

d) 报告期内公司没有发生特别重大食品安全事故、重大食品安全事故或其他影响正常生产经营的食品安全事件。

e) 中国肉类协会于 2022 年 3 月公布了公司参加的“中国肉类食品安全信用体系建设示范项目”，助力肉类食品行业健康发展。公司对消费者的承诺：严格遵守国家有关食品安全的法律、法规，认真执行食品安全标准，为肉类食品安全担负起应尽的责任。切实做到：认真筛选供货商，严把原、辅材料进货关；按照产品标准和工艺要求，严把产品质量生产关；按照产品贮存要求，严把成品储存关；做好产品质量自检工作，严把产品质量出厂关；加强产品流通过程管理，严把产品质量温度关；加强产品销售及售后管理，建立产品追溯体系，实施问题产品召回制度，严把产品质量服务关。

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

| | 2022年 | 2021年 | 本年比上年 增减(%) | 2020年 |
|------------------------|------------------|------------------|----------------|------------------|
| 总资产 | 1,979,460,129.27 | 1,595,325,899.94 | 24.08 | 1,092,571,150.77 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 1,149,640,148.68 | 1,090,390,339.94 | 5.43 | 492,697,651.04 |
| 营业收入 | 2,495,141,000.86 | 2,033,360,493.79 | 22.71 | 1,862,971,958.64 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 79,249,808.74 | 56,581,368.15 | 40.06 | 148,435,698.14 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 67,916,082.24 | 49,532,190.93 | 37.12 | 102,662,045.95 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 59,256,498.41 | 101,285,899.94 | -41.50 | 192,919,841.30 |
| 加权平均净资产 | 7.09 | 8.62 | 减少1.53个百分点 | 34.24 |

| | | | | |
|-----------------|------|------|-------|------|
| 产收益率 (%) | | | 点 | |
| 基本每股收益 (元/股) | 0.40 | 0.35 | 14.29 | 0.99 |
| 稀释每股收益 (元/股) | 0.40 | 0.35 | 14.29 | 0.99 |

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 | 486,113,249.89 | 637,277,821.69 | 702,439,955.97 | 669,309,973.31 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 11,777,093.22 | 30,920,686.14 | 35,100,241.92 | 1,451,787.46 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润 | 9,545,797.93 | 29,302,713.25 | 33,414,198.50 | -4,346,627.44 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -54,347,849.22 | 78,468,628.76 | 29,786,842.63 | 5,348,876.24 |

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

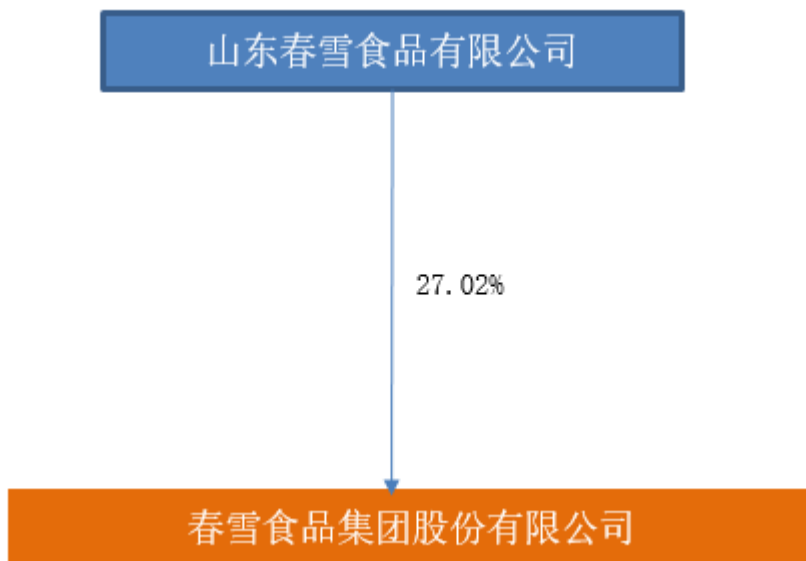
单位：股

| 截至报告期末普通股股东总数 (户) | | 17,255 | | | | | |
|-------------------------------|--------|------------|-----------|--------------|------------|----|---------|
| 年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数 (户) | | 15,571 | | | | | |
| 截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数 (户) | | 不适用 | | | | | |
| 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) | | 不适用 | | | | | |
| 前 10 名股东持股情况 | | | | | | | |
| 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 | |
| 山东春雪食品有限公司 | 0 | 54,045,000 | 27.02 | 54,045,000 | 无 | 0 | 境内非国有法人 |
| 莱阳市同利投资中心 (有限合伙) | 0 | 23,226,450 | 11.61 | 0 | 无 | 0 | 其他 |
| 郑维新 | 0 | 14,623,950 | 7.31 | 14,623,950 | 无 | 0 | 境内自然人 |

| | | | | | | | |
|---|--|-----------|------|-----------|---|---|----|
| 上海天自投资管理有 限公司-烟台天自雪 瑞股权投资中心(有限 合伙) | 0 | 9,960,000 | 4.98 | 0 | 无 | 0 | 其他 |
| 莱阳市春华投资中心 (有限合伙) | 0 | 9,004,500 | 4.50 | 0 | 无 | 0 | 其他 |
| 莱阳市华元投资中心 (有限合伙) | 0 | 7,743,000 | 3.87 | 7,743,000 | 无 | 0 | 其他 |
| 山东毅达创业投资基 金合伙企业(有限合 伙) | 0 | 6,626,000 | 3.31 | 0 | 无 | 0 | 其他 |
| 上海天自投资管理有 限公司-烟台天自春 雪股权投资中心(有限 合伙) | 0 | 6,495,000 | 3.25 | 0 | 无 | 0 | 其他 |
| 莱阳市同盈投资中心 (有限合伙) | 0 | 2,738,550 | 1.37 | 0 | 无 | 0 | 其他 |
| 莱阳市同丰投资中心 (有限合伙) | 0 | 2,738,550 | 1.37 | 0 | 无 | 0 | 其他 |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | 1、公司实际控制人郑维新持有山东春雪食品有限公司 45.15% 的股份，同时担任莱阳市华元投资中心（有限合伙）执行事务合伙人；2、上海天自投资管理有 限公司-烟台天自春雪股权投资中心（有限合伙）、上海天自投资管理有 限公司-烟台天自雪瑞股权投资中心（有限合伙）系一致行动人；3、莱阳市春华投资中心（有限合伙）执行事务合伙人为莱阳市通达投资有限公司（法定代表人：李玉燕），莱阳市同盈投资中心（有限合伙）执行事务合伙人为李玉燕，但二企业并非一致行动人。 | | | | | | |
| 表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明 | 不适用 | | | | | | |

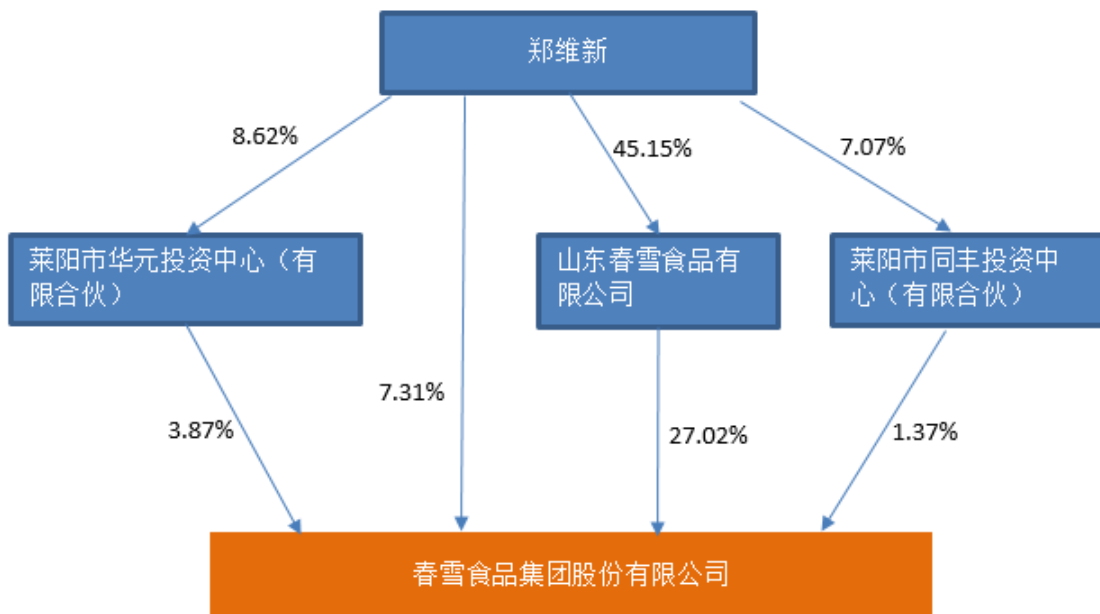
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

报告期实现营业收入 2,495,141,000.86 元，较上年同期上升 22.71%，实现归属于上市公司股东的净利润 79,249,808.74 元，较上期上升了 40.06%。

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