

公司代码：603043

公司简称：广州酒家

广州酒家集团股份有限公司

2024 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、 华兴会计师事务所（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

2025 年 3 月 26 日，公司第四届董事会第三十四次会议审议通过了《广州酒家集团股份有限公司 2024 年度利润分配的议案》，公司 2024 年度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 4.80 元（含税）。截至 2024 年 12 月 31 日，公司总股本 568,770,805 股，以此计算合计拟派发现金红利 273,009,986.40 元（含税）。本年度公司现金分红数额占合并报表中归属于上市公司股东的净利润的比例为 55.28%，剩余未分配利润结转至下一年度。如在本利润分配预案披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，公司总股本发生变动的，公司拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额。该预案需提交公司 2024 年年度股东大会审议。

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	广州酒家	603043	-

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	卢 加	许 莉
联系地址	广州市天河区科韵路16号自编第4栋第10层	广州市天河区科韵路16号自编第4栋第10层
电话	020-81380909	020-81380909
传真	020-81380611-8803	020-81380611-8803
电子信箱	luj@gzr.com.cn	xul@gzr.com.cn

2、 报告期公司主要业务简介

报告期内，国内经济延续复苏态势，积极因素增多、动能持续增强，但国内经济运行仍面临有效需求不足等问题挑战。根据国家统计局数据，2024 年全国居民人均可支配收入比上年实际增长 5.1%，全国居民人均消费支出比上年实际增长 5.1%，收入与消费呈现同步上升态势。叠加国家部署一揽子增量政策，打出强有力的政策组合拳，促消费政策发力显效、消费供给优化以及消费场景更新，促进了居民消费需求释放和结构优化。但居民的消费能力和消费意愿仍显不足，消费需求有待进一步提振。

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》和中国上市公司协会发布的《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引》，公司属于“制造业”之“食品制造业”。食品制造业不仅是经济增长的稳定器，更是技术创新的试验田。随着消费升级与政策红利的双重驱动，行业正从“量”向“质”转型。

伴随着家庭小型化、独居等小家庭结构和 Z 世代“懒宅经济”的兴起，人们对烹饪便捷、健康美味的方便食品需求持续提升。其中，我国速冻食品行业在消费升级、技术迭代与渠道变革驱动下实现稳健增长，行业发展潜力较大。作为方便食品新品类，预制菜行业现正处于快速增长期，众多竞争者参与，格局呈现高度分散化特点。2024 年 3 月，市场监管总局等六部门联合发布《关于加强预制菜食品安全监管 促进产业高质量发展的通知》，标志着我国预制菜行业进入规范化、高质量发展新阶段，为未来预制菜行业从“规模扩张”向“质量为先”转型，为实现预制菜蓬勃发展奠定制度基础。以中秋月饼、端午粽子为代表的节令食品，依托深厚的文化根基和稳定的节日消费需求，在传承与创新的动态平衡中持续发展，现已形成规模庞大但增速趋缓的成熟市场。随着消费者偏好变迁与政策环境调整，传统节令食品正加速向健康化、日常化与体验化方向转型。一方面，产品健康化趋势显著，低糖、低脂、无添加产品渗透率提升。另一方面，消费者对节令食品的需求从“礼品刚需”转向“自用场景”，叠加国家政策，零食化、日常化产品需求上升，过度包装消费降温。

我国餐饮行业呈现出韧性强、潜力大、活力足的态势，现已成为我国拉动内需的重要动力。商务部等 9 部门出台《关于促进餐饮业高质量发展的指导意见》，从提升餐饮服务品质、传承发展中华优秀传统文化等方面提出具体措施，推动餐饮等基础型消费潜力的释放。受前几年复杂外部环境的影响，行业现已进入“内卷革命”与“体验经济”并行的新周期，需求从“吃饱吃好”向“吃出价值感”跃迁。菜品美味营养已成为消费者选择底线，高性价比与情绪价值的提供是餐饮业“内卷”的主要方向。个性化与场景化需求爆发式增长，各餐饮店通过打造主题场景体验、IP 联名、感官新体验等以赢得消费者的青睐。其中，连锁餐饮企业凭借在菜品品质、运营效率以及服务创新等方面的优势，进一步赢得消费者的信赖，推动了行业集中度的提升。

（一）公司从事的主要业务情况

广州酒家，始创于 1935 年，多年来致力于深耕“餐饮+食品”两大核心领域。公司在“创百年老字号驰名品牌，打造国际一流饮食集团”的长远目标指引下，坚守“餐饮强品牌，食品创规模”的发展战略，坚持“做大市场、做强品牌、做活机制”，以新质生产力赋能公司实现高质量发展。报告期内，公司主要业务未发生变化。

食品业务：公司主要从事多种广式传统特色食品的研发、生产与销售。公司拥有以“广州酒家”“陶陶居”“利口福”为主的老字号品牌矩阵，其产品涵盖广式月饼系列、端午粽子、元宵佳品等应时节令食品，以及核桃包、流沙包、叉烧包等广式点心冷链产品，还有盆菜、乳鸽系列、营养汤品等预制菜肴，广式腊肠腊味肉制品，以及中式糕点饼酥、西式面包蛋糕等各式产品。

餐饮业务：从“食在广州第一家”到“体验粤菜真谛”，从“百年骑楼”到“西关园林”，公司坚持技艺传承与创新，传递岭南饮食文化的内蕴，聚焦打造泛场景化消费体验。公司会持续强化“广州酒家”“陶陶居”两大中华老字号品牌调性，实现两者优势互补与错位发展。让消费者无论身处各方，皆能体验到一脉相承的地道正宗的广府菜肴和广式点心。其中，“广州酒家”坚持粤菜文化传承者的品牌定位，结合菜品服务、服务群体的不同，创新性打造商务时尚、传统经典不同系列的餐饮场景，为消费者带来美好的

美食体验；“陶陶居”聚焦粤菜新潮品牌，围绕年轻、时尚、国潮的品牌调性，推出更受潮流人群欢迎的新派粤菜。

（二）公司经营模式

公司持续聚焦“餐饮+食品”双轮驱动的经营模式。通过在餐饮行业近 90 年的匠心打造，公司不仅积累了丰富的品牌口碑和持久的顾客忠诚度，更打造了一支专业的研发团队，凭借其优秀的研发创新能力，将公司部分畅销菜品、点心转化成公司拳头产品。公司以此为契机，进一步拓展产业链，依托智能制造的强大支撑，构筑起产销高效协同的联动体系，从而推动食品业务向高质量的发展阶段迈进。报告期内，公司经营模式未发生变化。

1. 食品业务

（1）产品研发：产品研发是企业成长、经营和发展的重要驱动力。公司以利口福公司“高新技术企业”为依托，聚力建强研发平台，成立食品科创研究院，加强与科研院校合作，坚持新品开发创新和原有产品降本提质两手抓，不断发挥创新创造活力，积极推进创新链产业链深度融合，实现经济效益进一步提升。

（2）原材料采购：公司严格按照公司采购管理办法以及采购流程开展原材料采购工作，以集中采购和参股核心原材料供应商等形式稳定供货渠道，深入供应商产地源头考察调研，强化食品原材料质量管控。同时，推进实施战略性采购，通过密切关注上游供应市场信息，把握采购时间节点和竞争引入机制等方式，不断提高采购决策准确性以有效控制采购成本。

（3）生产加工：公司产品主要以自产模式为主，公司现有 4 大生产基地，分别位于广东省广州、茂名、梅州和湖南省湘潭，已形成了跨区域产能联动布局。其中，广州基地为全品类综合食品生产基地；茂名基地主要生产速冻食品、月饼系列产品及烘焙类食品；湘潭基地主要生产月饼系列产品；梅州基地主要生产速冻食品。同时，会为其他第三方品牌提供 OEM/ODM 服务；针对生产技术成熟的部分端午粽、肉脯等休闲零食类的其他产品，采取委托加工生产模式。

（4）销售环节：公司自有品牌产品通过全渠道销售体系有效实现消费场景线上线下全覆盖。其中，线下销售包括食品连锁门店与餐饮门店零售、经销商分销与主流商超销售，线上销售包括主流电商平台自营门店零售、线上经销商分销与主流线上商超销售等渠道。

线下销售之直接销售：

食品连锁门店是由连锁公司负责运营，连锁门店以直营店为主，同时开展加盟业务，主要覆盖广州、深圳和佛山，分布在主流街道、社区周边等人流密集的区域，赋能品牌宣传的同时便于居民购买公司的产品，食品连锁门店主要销售公司自有品牌产品，同时也销售第三方品牌配套商品。

依托餐饮门店的优势，在旗下主要的餐饮门店同步设立食品产品的销售区域，直接向消费者售卖产品，强化餐饮与食品两大业务的联动。

公司也组建专业团队开展 OEM/ODM 业务。

线下销售之经销与代销：

公司选择与优质的经销商、主流商超、会员制商超签订经销或代销合同，保持互惠互利、长期稳定的合作关系，通过长期广泛建立的经销商分销网络以及商超渠道，将公司的产品销往各地。

线上销售：

主要由电商公司运营，除了在各主流电商平台、兴趣电商平台开设直营店铺外，还通过线上经销商分销、天猫超市/京东自营等线上主流平台销售；同时，涉猎线上微信小程序、社区平台等渠道销售。

2. 餐饮业务

公司餐饮业务以直营店连锁经营为主，其中“陶陶居”品牌餐饮业务是自营和商标许可第三方经营两种模式并存。

（1）原材料采购：公司以集中采购为主、定点采购为辅的采购模式，统一采购原材料，集中管控，建立起食材从采购到餐桌严格的溯源机制，构建集上下游一体的高效采购供应保障。

(2) 门店运营：公司将各餐饮店作为独立核算单位，全力打造多元化餐饮品牌矩阵，推出品味、风味、新业态、年轻时尚等不同系列的餐饮门店，满足不同消费者的饮食需求和餐饮服务。

(3) 管理体系：公司对直营店进行统一运营管理，在业务、资产、财务、人力等方面实行统一标准、统一管理、统一协调，设立相关部门负责各直营店的日常管理，公司各归口部门负责制定相关制度并进行统一管理。公司授权第三方经营门店按照公司要求及标准运营，由第三方负责日常经营。

(4) 菜品研发：依托粤菜大师工作室平台，公司专业厨师团队持续对粤菜菜式、点心进行打磨创新，将传统烹饪技法与时尚理念相融合，打造粤菜新经典。同时，公司积极创新升级其他菜系新品，满足消费者的不同需求。

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

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	6,489,156,306.15	6,559,860,152.05	-1.08	5,854,205,023.52
归属于上市公司股东 的净资产	3,877,989,283.73	3,657,142,227.08	6.04	3,329,369,145.85
营业收入	5,123,689,351.96	4,900,549,418.32	4.55	4,112,347,081.55
归属于上市公司股东 的净利润	493,857,043.05	550,481,438.32	-10.29	523,240,752.19
归属于上市公司股东 的扣除非经常性 损益的净利润	452,034,634.49	506,395,937.58	-10.73	479,435,775.70
经营活动产生的现 金流量净额	891,516,153.06	1,038,236,504.45	-14.13	833,336,175.00
加权平均净资产收 益率(%)	13.27	15.92	减少2.65个百分点	16.77
基本每股收益(元 /股)	0.8683	0.9679	-10.29	0.9229
稀释每股收益(元 /股)				

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	1,012,348,645.31	899,537,627.03	2,191,004,875.79	1,020,798,203.83
归属于上市公司股东 的净利润	70,781,639.21	-12,328,268.03	389,570,912.03	45,832,759.84
归属于上市公司股东 的扣除非经常 性损益后的净利润	66,611,205.07	-16,171,114.69	383,778,006.73	17,816,537.38
经营活动产生的现 金流量净额	122,488,541.81	-40,035,816.52	1,036,928,304.67	-227,864,876.90

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

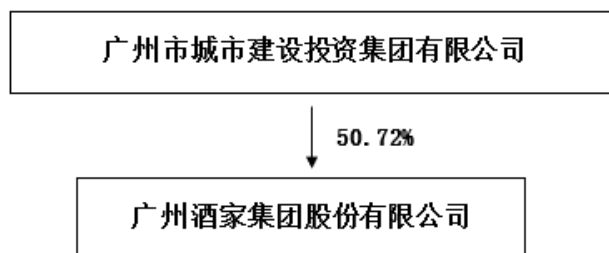
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					25,207		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					24,329		
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	
广州市城市建设投资集团有限公司	0	288,453,276	50.72	0	无	0	国有法人
广州产业投资控股集团有限公司	0	56,142,814	9.87	0	无	0	国有法人
广东省财政厅	0	38,288,454	6.73	0	无	0	国有法人
张浪	131,000	11,903,000	2.09	0	无	0	境内自然人
陈宇鹏	-472,900	9,431,550	1.66	0	无	0	境内自然人
香港中央结算有限公司	-8,636,041	5,821,551	1.02	0	无	0	其他
林杏绮	0	2,853,903	0.50	0	无	0	境内自然人
招商银行股份有限公司—南方中证 1000 交易型开放式指数证券投资基金	1,605,000	1,886,820	0.33	0	无	0	其他
深圳前海千惠资产管理有限公司—千惠广盈 6 号私募证券投资基金	-25,000	1,832,370	0.32	0	无	0	其他
长城人寿保险股份有限公司—万能—一个险万能	1,397,460	1,787,460	0.31	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	-						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	-						

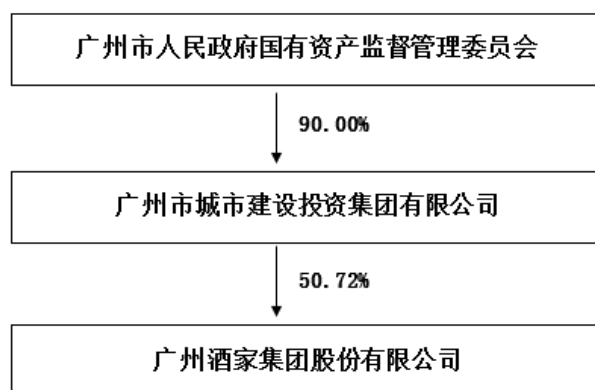
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

报告期内，公司经营稳健，没有发生对公司经营存在重大影响的事项。

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