

湛江国联水产开发股份有限公司

关于未弥补亏损达到实收股本总额三分之一的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

湛江国联水产开发股份有限公司（以下简称“公司”或“国联水产”）于 2025 年 4 月 28 日召开了第六届董事会第十二次会议及第六届监事会第十一次会议，审议通过了《关于未弥补亏损达到实收股本总额三分之一的的议案》。根据《公司法》及《公司章程》相关规定，本事项需提交公司股东大会审议。现将有关事项说明如下：

一、情况概述

经中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司 2024 年度合并报表未弥补亏损金额-1,363,101,923.42 元，实收股本 1,128,167,253.00 元，公司未弥补亏损金额超过实收股本总额三分之一。根据《中华人民共和国公司法》《公司章程》等相关规定，公司未弥补亏损金额达实收股本总额三分之一时，需提交公司股东会审议。

二、原因分析

2024 年，全球经济弱复苏背景下，国内外消费需求不振，水产行业持续受复杂多变的国内外宏观经济形势及下游消费市场的影响，水产消费场景气度不佳、南美白对虾等水产品销售价格持续处于低位、终端市场销售缓慢、公司计提较大的资产减值等因素，全年出现较大亏损。

三、应对措施

1、聚焦核心优势产品，持续提升市场占有率

公司持续推进 321 大单品战略的实施，集中力量打造具有市场竞争力的拳头

产品，通过持续研发创新和生产工艺改进，重点培育一批年销售额有望突破 5 亿元的核心产品。这些产品需具备三大特征：品质过硬、便于规模化生产、深受消费者喜爱。公司坚决执行大单品战略，提升大单品在各渠道的市场占有率，通过优化生产资源配置，实现 20%SKU 覆盖 80%以上销售额，形成规模化生产优势，有效降低综合成本，持续提升产品利润率。

2、深耕市场渠道，织密销售网络

全面推进销售网络下沉战略，构建独具国联特色的经销体系。在巩固现有合作商基础上，重点填补空白市场和服务薄弱区域，实现全国区域市场全覆盖。与经销商共同打造“产品+服务”双驱动模式：一方面提供适配不同渠道的产品组合方案，另一方面建立专业服务团队，帮助餐饮客户提升菜品开发与营销能力；国际营销中心与国际采购中心联合构建全球贸易供应链，依托供应链优势积极拓展全球“五大洲”业务。

3、夯实“中国虾王”形象，助力企业品牌价值提升

围绕“为人类提供健康海洋食品”使命，坚持以对虾为核心的竞争优势，提升对虾产品在各渠道的市场占有率，实施差异化品牌战略。针对家庭消费市场，以明星预制菜产品为载体，通过美食短视频、达人探店等形式，打造“厨房小白也能做出餐厅美味”的亲民形象；面向餐饮企业，持续输出“品质稳定、供应可靠”的专业形象，与知名连锁餐饮共建菜品研发中心。逐渐在消费市场打造品牌形象认知，龙霸“餐饮食材方案专家”，小霸龙“你的贴心饭友”，多渠道夯实“中国虾王”地位。

4、加强产品研发能力，聚力打造核心大单品

公司继续加强研发队伍建设，积极引入院校等社会研发资源，提升预制菜研发能力，支撑公司孵化核心大单品，提升大单品的产品力和市场竞争力，同时支撑公司未来可延展品类的拓展。公司主要围绕白对虾、鱼类、小龙虾和牛蛙等水产品进行精深加工，依托已经推出的小龙虾、烤鱼、酸菜鱼、牛蛙等大单品，根据公司大单品发展战略，持续加大研发力度，不断优化升级特色大单品，最终形成具备较高市场占有率和品牌美誉度的预制菜大单品。

四、备查文件

- 1、第六届董事会第十二次会议决议；
- 2、第六届监事会第十一次会议决议；

特此公告。

湛江国联水产开发股份有限公司董事会

2025 年 4 月 29 日