

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 年半年度报告摘要

第一节 重要提示

1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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/> 网站仔细阅读半年度报告全文。

1.2 本公司董事会及董事、高级管理人员保证半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。

1.3 公司全体董事出席董事会会议。

1.4 本半年度报告未经审计。

1.5 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
无

第二节 公司基本情况

2.1 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	-
电话	021-50188700	-
办公地址	上海市浦东新区金桥路1398号 金台大厦10楼	-
电子信箱	ir@milkland.com.cn	-

2.2 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末		本报告期末比上年度末增减(%)
		调整后	调整前	
总资产	8,548,728,606.18	7,720,899,535.16	7,720,899,535.16	10.72
归属于上市公司股东的净资产	4,560,886,298.81	4,409,235,955.26	4,409,235,955.26	3.44
	本报告期	上年同期		本报告期比上年同期增减(%)
		调整后	调整前	
营业收入	2,567,164,378.70	2,377,484,828.42	1,922,716,236.64	7.98
利润总额	176,458,879.64	95,157,913.28	98,371,170.86	85.44
归属于上市公司股东的净利润	132,970,122.05	71,387,521.55	76,778,291.24	86.27
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	102,449,285.67	56,884,593.60	56,884,593.60	80.10
经营活动产生的现金流量净额	235,887,386.72	267,102,884.31	240,491,448.22	-11.69
加权平均净资产收益率(%)	2.97	1.49	1.77	增加1.48个百分点
基本每股收益(元/股)	0.265	0.142	0.152	86.62
稀释每股收益(元/股)	0.265	0.142	0.152	86.62

2.3 经营情况的讨论与分析

2025 年上半年，公司依据三年发展战略和年度经营规划，通过 TOB 和 TOC 双轮驱动战略的实施，积极部署推动一系列经营举措，实现营业收入 256,716.44 万元，其中奶酪业务持续向好、同比增长 14.85%。同时，公司同步推动“极致成本”战略落实各项降本增效措施，报告期内实现归属于上市公司股东的净利润 13,297.01 万元，较上年同期大幅增长 86.27%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 10,244.93 万元，较上年同期大幅增长 80.10%。根据 Worldpanel 消费者指数，公司奶酪市场占有率持续稳居行业第一。

（一）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：

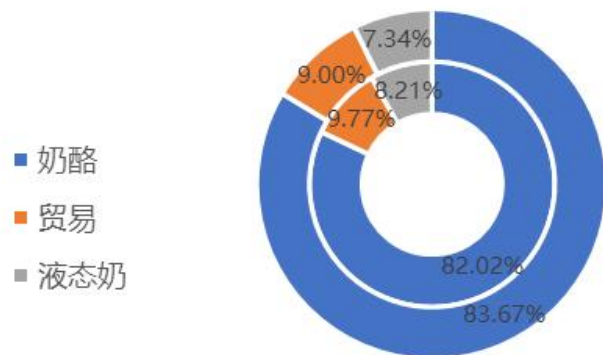
单位：万元

产品	2025 年上半年					2024 年上半年					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	213,575.63	83.67%	75,859.65	96.52%	35.52%	185,962.94	82.02%	68,845.44	97.61%	37.02%	14.85%	减少 1.50 个百分点
贸易	22,961.01	9.00%	1,086.37	1.38%	4.73%	22,143.13	9.77%	357.45	0.51%	1.61%	3.69%	增加 3.12 个百分点
液态奶	18,726.31	7.34%	1,644.71	2.09%	8.78%	18,609.12	8.21%	1,331.13	1.89%	7.15%	0.63%	增加 1.63 个百分点
合计	255,262.95	100.00%	78,590.73	100.00%	30.79%	226,715.18	100.00%	70,534.02	100.00%	31.11%	12.59%	减少 0.32 个百分点

注：上表中合数与各列分项数据直接相加之和的尾数差异，系因四舍五入所致。

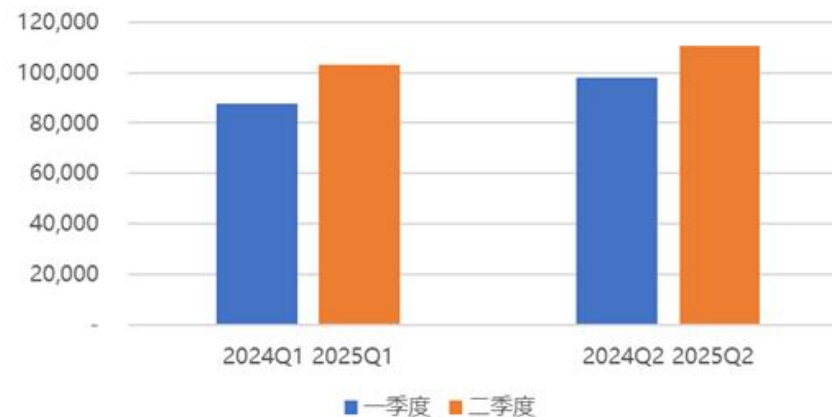
报告期内，公司奶酪业务实现收入 213,575.63 万元，较上年同期增加 14.85%。奶酪业务收入占主营业务收入比例由去年同期的 82.02%进一步增长至 83.67%，贸易业务及液态奶业务分别实现收入 22,961.01 万元及 18,726.31 万元，占主营业务收入比例进一步下降。公司稳步推进业务结构优化，主营业务经营质量稳步提升，结构布局持续向好。

2025年上半年奶酪收入占比较去年同期提升



单位：万元

二季度奶酪收入同比环比持续增长



（二）报告期内主要经营举措

公司聚焦产品创新开发，通过旗舰打法，持续推动品牌升级，不断推进势能渠道拓展及下沉深耕，通过“极致成本”战略落实降本增效，数智化升级亦初显成效，各项举措推动公司经营业绩持续向好，巩固奶酪行业领先地位。

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”；妙可蓝多奶油芝士荣获第27届中国国际焙烤展“创新产品奖”。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。

报告期内，即食营养奶酪方面，儿童营养奶酪系列已形成涵盖多款不同形态产品的矩阵，全面覆盖儿童食用场景；成人休闲奶酪系列推出奶酪小三角、云朵芝士等新品以及多款功能奶酪产品。公司同时不断拓宽常温奶酪产品品类，奶酪小丸子以及部分奶酪零食入驻零食量贩渠道；针对会员超市推出定制化产品适配高势能渠道的消费场景。家庭餐桌奶酪方面，马苏里拉与奶酪片销量持续增长，黄油表现优异，涂抹奶油奶酪满足消费者早餐和面包、贝果等搭配的需求，进一步丰富了家庭餐桌奶酪品类，为消费者呈上更多奶酪美食。餐饮工业奶酪方面，黄油和稀奶油销量显著增长，原制奶酪也获得大客户的认可。妙可蓝多专业奶酪与爱氏晨曦专业乳品共同开拓 B 端极具潜力的市场，基于市场前沿趋势的洞察，不断丰富奶酪的创新应用，推出多款季节限定新品，为 B 端客户提供全方位奶酪解决方案。

报告期内公司奶酪板块各产品系列营业收入和毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2025 年上半年					2024 年上半年					业务收入	毛利率
	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
即食营养系列	108,337.11	50.73%	51,857.98	68.36%	47.87%	107,673.19	57.90%	52,065.71	75.63%	48.36%	0.62%	减少 0.49 个百分点
餐饮工业系列	81,632.67	38.22%	17,387.86	22.92%	21.30%	59,910.87	32.22%	11,574.57	16.81%	19.32%	36.26%	增加 1.98 个百分点
家庭餐桌系列	23,605.85	11.05%	6,613.81	8.72%	28.02%	18,378.87	9.88%	5,205.17	7.56%	28.32%	28.44%	减少 0.30 个百分点
合计	213,575.63	100.00%	75,859.65	100.00%	35.52%	185,962.94	100.00%	68,845.44	100.00%	37.02%	14.85%	减少 1.50 个百分点

2025 年上半年，妙可蓝多与蒙牛奶酪双品牌融合协同效应增强，即食营养系列、餐饮工业系列、家庭餐桌系列分别实现营业收入 108,337.11 万元、81,632.67 万元、23,605.85 万元，三大奶酪产品系列均延续正增长。其中，餐饮工业系列凭借公司供应链及专业化服务优势，营业收入同比增长 36.26%，同时国产奶酪进程推进亦带来毛利率持续提升；家庭餐桌系列受益于渠道合作深化及整合带来的优势品项扩充，营业收入同比增加 28.44%。

2、品牌引领

报告期内，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：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、联合专业机构发布奶酪研究报告，打造营养周专案等，加强营养背书，拓展场景与消费的关联性；打造奶酪市集、精致路演等特色活动，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。

公司联动十大 IP，多维赋能品牌价值升级：借势奥运、世界杯、NBA 三大全球顶级赛事，拉升品牌全球视野与专业高度；联动中国田协、足协，通过国家顶级运动队与冠军选手的深度绑定，锚定“冠军品质”认知，强化产品营养属性；与中国航天基金会和北京环球度假区深度合作，建立品牌高端定位；更有汪汪队、小马宝莉、哪吒等儿童顶流 IP 加持，深度渗透家庭与儿童核心社交场景。

媒介投放坚持长期聚焦策略，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以及抖音、小红书、视频号等社交媒体创新模式，以场景化的内容与消费者积极互动，提高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，大力开发烘焙、母婴、零食量贩、会员超市等势能渠道。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，在京东、天猫、拼多多等传统电商平台持续深耕，不断优化运营效率。“618 大促”期间，公司电商全渠道发力，通过多平台营销联动驱动品效合一，儿童线、成人线推新效果明显，持续领跑行业。公司大力发展抖音、快手等兴趣电商平台，积

极拓展美团小象、朴朴超市等即时零售业态。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商向专业乳品服务商的转型升级，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，不断进化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“百胜和羹之友”。

（2）全面启动“极致成本”战略，打造企业成本护城河

公司全面启动“极致成本”战略，将其作为构建核心竞争力的关键护城河，通过覆盖研发、采购、制造等全链条的协同管理，推动组织效率与能力升维。目前公司已完成战略启动与核心布局，引入专业管理模型，推动各业务板块制定落地措施，为战略深化筑牢根基。

（3）夯实全面质量管理体系，强专业赋能业务

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，五家工厂通过清真认证，为产品出口做好保障。公司继通过 CNAS 评审之后，于今年五月份通过了上海市市场监督管理局的 CMA 资质认定，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。

（4）持续推进“数智妙可”建设，提升企业运营效率

公司持续推动“数智妙可”相关工作，继续推进全面预算管理信息化和数字营销平台建设，全公司层面推广使用 AI 赋能业务、降本增效，助力企业快速、高质量发展。

（5）推出期权与员工持股计划，增强团队凝聚力和向心力

报告期内，公司推出《2025 年股票期权激励计划》和《2025 年员工持股计划》，同时设定营业收入与归母净利润为激励计划业绩考核指标，营业收入的稳健增长和盈利能力的增强并重。公司本次激励计划设定的考核指标具有一定挑战性，一方面有助于提升公司竞争能力以及调动员工工作积极性，另一方面，能聚焦公司未来发展战略方向，保障公司有质量增长和可持续发展。

2.4 前 10 名股东持股情况表

单位：股

截至报告期末股东总数（户）				34,343		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）				0		
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结的股份数量	
内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司	境内非国有法人	36.63	187,569,222	0	无	0
柴�琇	境内自然人	14.86	76,103,632	0	质押	76,103,632
国信证券股份有限公司	其他	3.15	16,137,495	0	无	0
上海妙可蓝多食品科技股份有限公司－2025 年员工持股计划	其他	1.56	8,000,000	0	无	0
温美华	境内自然人	1.29	6,619,400	0	无	0
沂源县东里镇集体资产经营管理中心	其他	1.28	6,539,943	0	无	0
吉林省东秀商贸有限公司	境内非国有法人	1.03	5,280,000	0	质押	5,280,000
全国社保基金六零二组合	其他	1.02	5,233,001	0	无	0
亓瑛	境内自然人	0.87	4,441,232	0	无	0
张耀坤	境内自然人	0.78	4,000,000	0	无	0
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				

2.5 截至报告期末的优先股股东总数、前 10 名优先股股东情况表

□适用 √不适用

2.6 控股股东或实际控制人变更情况

□适用 √不适用

2.7 在半年度报告批准报出日存续的债券情况

☐适用 ☒不适用

第三节 重要事项

公司应当根据重要性原则，说明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

☐适用 ☒不适用