

鍋圈發布2025年財報：全維度創新驅動增長提速

錨定萬億級 在家吃飯 賽道持續領跑

2026年3月12日，鍋圈食品（股份代碼：02517.HK）發布2025年全年業績公告。

2025年，公司實現營業收入78.1億元，同比增長20.7%；核心經營利潤4.61億元，同比增長48.2%；淨利潤4.54億元，同比大幅增長88.2%，核心經營利潤率提升至5.9%，利潤增速約為營收增速的2.3倍；每股基本及攤薄盈利0.163元，同比增長93.8%。與此同時，2025年度股東回報總額5.7億元，同比增長164.3%。

這份「利潤增速明顯跑贏營收增速」的成績單，是鍋圈長期投入的系統能力的集中兌現。鍋圈作為「在家吃飯」龍頭標的護城河持續夯實，以產業基建為根、以模式創新為翼，在渠道、門店、場景、業態等多個維度完成突破，讓增長從「靠速度」走向「靠體系」，進入規模效應釋放與戰略升級協同驅動的良性循環。

全維度創新協同發力 不斷突破增長天花板

在即時零售成為消費主流趨勢的當下，鍋圈率先完成了「線上線下一體化」的模式重構，打造了以「鍋圈閃購」為核心的全渠道履約體系，打破了傳統門店的物理邊界與流量天花板。

2025年，鍋圈以遍布全國的11566家門店為前置倉節點，構建即時履約的零售網絡。鍋圈對下沉市場的深耕成效顯著。2025年淨新增鄉鎮門店1004家，鄉鎮市場門店總數達3010家，針對鄉鎮消費需求打造的差異化產品結構與門店陳列，讓其在低線市場站穩腳跟。

同時，中高線市場的業態創新同步推進，全年完成超三千家零售門店的智能化無人化改造升級。24小時無人零售門店的落地，進一步豐富了門店業態矩陣。

公司積極推進線上線下深度融合，通過抖音等社交電商平台的全域布局，全年平台曝光量超94.1億次，門店通過抖音渠道實現GMV達14.9億元，同比增長75.3%，讓線上流量切實轉化為單店的經營紅利。

與渠道創新相輔相成的，是會員體系的深度運營。鍋圈始終將用戶資產作為長期增長的核心複利。截至2025年末，註冊會員數量達6490萬名，同比增長57.1%；預付卡預存金額達12億元，同比增長22.3%。

產品端的持續創新與品類豐富，是鍋圈留住消費者的關鍵。2025年公司始終秉持好吃方便還不貴的經營理念，全年推出282個火鍋及燒烤類產品新SKU。圍繞露營、夜宵、家庭聚餐等多元場景，打造燒烤露營集裝箱套餐、小龍蝦暢享套餐、六大國民火鍋套餐等爆款組合。

在新業態方面，鍋圈小炒的實戰落地成為年度創新亮點之一。鍋圈小炒作為公司「社區中央廚房」戰略重要延伸，不僅豐富了家庭一日三餐的消費場景，更有望成為公司探索第二增長曲線的關鍵抓手。



同時，公司亦在延伸一站式戶外幸福解決方案——鍋圈露營。從「家中的餐桌」拓展到「戶外社交餐桌」，為消費者提供創造歡樂和情緒價值的全新場景。

堅持「單品單廠」戰略 持續強化供應鏈布局

業績的穩健增長，歸根結底源於供應鏈端的硬實力支撐。鍋圈產供銷一體化的閉環建設，構築起難以複製的行業壁壘。

公司堅持「單品單廠」戰略，截至2025年末已擁有七個食材生產廠，覆蓋調味料、丸滑水產、牛肉等核心品類，形成品類齊全、分工明確的產能矩陣。位於海南省儋州市的食品生產基地正式動工，未來將進一步拓寬地理覆蓋範圍，優化供應鏈輻射半徑。

在物流與倉儲環節，鍋圈布局20個數碼化中央倉庫，通過數碼化存貨和條碼管理實現產品快速流通。多數訂單實現中央倉到零售門店次日達配送，供應鏈的數字化管理讓存貨周轉效率持續提升。

系統能力的直接體現，是效率指標與費用結構的改善。2025年，公司存貨周轉天數由2024年的51天下降至44.6天，銷售及分銷開支、行政開支佔收入比重均實現同比下降。

財務基本面穩健 持續大手筆分紅回報股東

財報顯示，鍋圈的現金流與資本結構保持穩健，為後續發展提供充足支撐。

2025年公司經營活動所得現金5.88億元，較2024年的5.31億元有所增長。截至2025年末，現金及銀行存款13.49億元，按公允價值計入損益的金融資產6.18億元，計息銀行及其他借款1.39億元。資產負債比率從2024年的3.2%升至6.7%，整體財務風險可控。

在資本市場，分紅派息是一個受到投資者尤為關注的指標。公司推出合理的利潤分配方案，建議派付末期股息每股普通股0.0381元，中期已派息每股0.0716元，持續為股東創造價值。2025年公司還以約2.01億港元回購7802.72萬股H股作為庫存股份，彰顯公司對未來盈利持續增長的信心。

獲多家券商一致看好 開啓成長新篇章

從更長周期看，鍋圈正圍繞「在家吃飯」這一核心場景，持續推進門店創新、場景創新、渠道創新和產業創新的協同發展，創新仍將是鍋圈下一階段的重要主線。

面向2026年，鍋圈錨定高質量增長目標：門店總數將超14500家，淨新增門店超2934家，關店率控制在4%以下。同時實現門店店效高單位數增長，註冊會員數量突破9500萬名，核心經營利潤增速將顯著高於收入增速。

近段時間以來，華泰證券、開源證券、中金公司、長江證券、銀河證券、國信證券等多家證券公司，發布覆蓋公司研究報告，一致看好公司發展潛力。

開源證券在近期一份研報中認為，公司深耕在家吃飯一站式餐食藍海賽道，供應鏈+數碼化優勢顯著，通過「門店規模擴張+單店收入恢復+新店型放量」的三輪驅動，疊加費用端的規模效應，有望實現營收與利潤的戴維斯雙擊。

站在當下時點，「社區中央廚房」模式重新定義中國家庭餐飲服務生態，鍋圈顯然已具備多維增長動能。隨着全渠道、門店、場景、業態的創新持續深化，以及國內市場的深耕與海外探索穩步拓展，鍋圈有望在萬億級市場中持續領跑。

