

盐津铺子股份有限公司

投资者关系活动记录表

证券代码：002847

证券简称：盐津铺子

编号：2024-003

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	工银瑞信、广发基金、长盛基金、南方基金、汇添富基金、交银施罗德基金、建信基金、华宝基金、银华基金、浦银安盛基金、嘉实基金、鹏华基金、兴业基金、景顺长城基金等众多机构，共计 217 位投资者。
时间	2024 年 04 月 24 日（星期三）上午 10:00-11:00
地点	线上电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：张杨女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>Q:请对 2024 年第一季度收入的增长分渠道、分产品进行分析。</p> <p>A: 公司于 2023 年战略升级为“渠道为王、产品领先、体系护航”，2024 年一季度公司的业绩得益于对战略的践行。</p> <p>（1）公司通过年货销售旺季推动七大品类的销售：1）休闲魔芋-麻酱味素毛肚自 2023 年 10 月推出以来，月销环比爬坡，成为各个渠道的销售爆款；2）蛋类零食：公司鹌鹑蛋持续同比高速增长，一季度销售金额破亿元；3）深海零食、薯类零食、果干类产品均有亮眼表现。</p> <p>（2）公司线上线下渠道实现共振，共同助力收入增长：1）电商渠道收入占比已超过 20%，一季度零食礼盒全网销售金额突破 1 亿元；2）零食渠道收入占比已超过 20%，持续强</p>

化与头部渠道商的合作渗透率。

公司的线下渠道以及线上渠道协同产生共振效果，通过各个渠道增加公司的产品与消费者的触达率，进而提升品牌认知度。

Q：2024 年第一季度毛利率同比回落原因？

A：公司 2024 年第一季度毛利率同比下滑主要是因为渠道结构的变化，直营 KA 收入占比的下降导致公司整体毛利率有所回落。

同时 2024 年第一季度的经营性利润率同比提升，公司经营性利润率提升的原因包括：（1）公司在核心单品上“向上游多走一步”，目前已布局鹌鹑养殖、马铃薯全粉加工等项目，在稳健原料品质的前提下，进一步取得成本领先优势。

（2）公司持续加速智能制造、数字化转型发展，近年来生产效率、效益持续得到提升，精益生产成效突出。

Q：2024 年公司对于各个渠道具体的经营计划？

A：目前中国休闲食品消费的市场存量非常大，发展潜力也巨大。中式零食品类众多，目前休闲食品龙头企业大部分仅聚焦 1-3 个品类，行业集聚度较低。通过对休闲食品行业分析和洞察，公司认为一定要坚定不移的做好多品类战略，才能够取得持续的高质量发展。目前公司聚焦 7 大核心品类，包括辣卤零食、深海零食、休闲烘焙、薯类零食、蒟蒻果冻布丁、薯片和蛋类零食等。公司力争在未来几年时间，把现有 7 个品类做到行业数一数二，同时积极探索、打造新的增长品类（第 8、第 9 等）。

公司各个渠道将围绕 7 大核心单品共同实现收入利润增长。

（1）电商：公司电商致力于走品牌制造企业的电商发展道路，核心竞争力一方面是依托于公司强大的供应链和产品力（品质、性价比等），另一方面是近 3 年持续沉淀下来的

	<p>电商组织能力和运营能力。未来，电商渠道将持续聚焦公司核心品类，力争在社交电商、货架电商等多个平台取得品类数一数二，取得增量业绩，协同线下形成品牌传播声量。</p> <p>（2）零食量贩连锁门店因高效、贴近消费者和下沉的选址策略符合休闲零食“冲动消费”的特性，切实创造了消费需求，也是近两年休闲零食渠道变革的代表。公司产品多品类、散装为主、极致性价比的特性天然适合零食量贩渠道，公司将围绕头部零食量贩渠道商，强化渠道渗透，以产业合力共同发挥红利。</p> <p>（3）公司其他线下渠道包括传统散装、流通定量将以全国化为目标突破重点区域，以增加经销商数量、渠道渗透为抓手做好业绩增长。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>不涉及未公开披露的重大信息</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件</p>	<p>无</p>