



重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司
2025 年 5 月 23 日投资者关系活动记录表

证券代码：002507 证券简称：涪陵榨菜 编号：2025-005

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☒其他 <u>投资者电话交流会</u>																																																						
参与单位名称及人员姓名	本次参与交流的人员名单如下：<table><thead><tr><th>序号</th><th>姓名</th><th>机构</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>成佩剑</td><td>上海五地私募基金管理有限公司</td></tr><tr><td>2</td><td>孙勇</td><td>明世伙伴私募基金管理(珠海)有限公司</td></tr><tr><td>3</td><td>刘江波</td><td>西藏源乘投资管理有限公司</td></tr><tr><td>4</td><td>白宜清</td><td>天弘基金管理有限公司</td></tr><tr><td>5</td><td>陈思远</td><td>上海东方证券资产管理有限公司</td></tr><tr><td>6</td><td>何方圆</td><td>汇鑫投资</td></tr><tr><td>7</td><td>武凯祥</td><td>安信基金管理有限责任公司</td></tr><tr><td>8</td><td>曹海珍</td><td>深圳广汇缘资产管理有限公司</td></tr><tr><td>9</td><td>李梦遥</td><td>中国国际金融股份有限公司</td></tr><tr><td>10</td><td>杨海达</td><td>长城财富保险资产管理</td></tr><tr><td>11</td><td>李思琦</td><td>中天国富证券有限公司</td></tr><tr><td>12</td><td>张智皓</td><td>北京神农投资管理股份有限公司</td></tr><tr><td>13</td><td>韦琦</td><td>玄卜投资(上海)有限公司</td></tr><tr><td>14</td><td>吴秋如</td><td>深圳市怀德医疗健康管理有限公司</td></tr><tr><td>15</td><td>贾殿村</td><td>生命人寿保险股份有限公司</td></tr><tr><td>16</td><td>张庭坚</td><td>盈峰资本</td></tr><tr><td>17</td><td>徐小勇</td><td>长安基金管理有限公司</td></tr></tbody></table>	序号	姓名	机构	1	成佩剑	上海五地私募基金管理有限公司	2	孙勇	明世伙伴私募基金管理(珠海)有限公司	3	刘江波	西藏源乘投资管理有限公司	4	白宜清	天弘基金管理有限公司	5	陈思远	上海东方证券资产管理有限公司	6	何方圆	汇鑫投资	7	武凯祥	安信基金管理有限责任公司	8	曹海珍	深圳广汇缘资产管理有限公司	9	李梦遥	中国国际金融股份有限公司	10	杨海达	长城财富保险资产管理	11	李思琦	中天国富证券有限公司	12	张智皓	北京神农投资管理股份有限公司	13	韦琦	玄卜投资(上海)有限公司	14	吴秋如	深圳市怀德医疗健康管理有限公司	15	贾殿村	生命人寿保险股份有限公司	16	张庭坚	盈峰资本	17	徐小勇	长安基金管理有限公司
序号	姓名	机构																																																					
1	成佩剑	上海五地私募基金管理有限公司																																																					
2	孙勇	明世伙伴私募基金管理(珠海)有限公司																																																					
3	刘江波	西藏源乘投资管理有限公司																																																					
4	白宜清	天弘基金管理有限公司																																																					
5	陈思远	上海东方证券资产管理有限公司																																																					
6	何方圆	汇鑫投资																																																					
7	武凯祥	安信基金管理有限责任公司																																																					
8	曹海珍	深圳广汇缘资产管理有限公司																																																					
9	李梦遥	中国国际金融股份有限公司																																																					
10	杨海达	长城财富保险资产管理																																																					
11	李思琦	中天国富证券有限公司																																																					
12	张智皓	北京神农投资管理股份有限公司																																																					
13	韦琦	玄卜投资(上海)有限公司																																																					
14	吴秋如	深圳市怀德医疗健康管理有限公司																																																					
15	贾殿村	生命人寿保险股份有限公司																																																					
16	张庭坚	盈峰资本																																																					
17	徐小勇	长安基金管理有限公司																																																					



	18	惠博闻	上海聚鸣投资管理有限公司
	19	唐琪	百川财富（北京）投资管理有限公司
	20	黄艺明	百嘉基金管理有限公司
	21	江婧	华西证券（自营）
	22	曲蕾蕾	摩根基金管理(中国)有限公司
	23	童兰	兴全基金
	24	李公民	光证资管
	25	陈硕旸	长江证券
时间	2025 年 5 月 23 日 15:00-15:40		
地点	2025 年 5 月 23 日 15:00-15:40 通过电话会议方式交流		
上市公司参会人员	公司董事、董事会秘书、副总经理兼财务负责人：韦永生		
投资者关系活动主要内容介绍	本次会议纪要如下： 1、公司二季度主要工作开展及效果。 回复：二季度国内经济形势复杂，但传统上第二季度属于公司产品销售传统旺季、二季度策略性推广投入较一季度有所增加，终端表现有所回温。在渠道布局上，家庭渠道方面将抓住旺季，持续开展流通铺市终端买赠、商超主题活动，配合品牌物料投放开展多点陈列，强力挤压竞品市场空间，全力推进抢陈列、消库存、增销量目标；餐饮渠道方面二季度逐步完善产品矩阵，转型推多品初见成效，助推二季度目标任务达成；电商业务通过 10 款电商专销品开发进一步推动线上线下产品区隔、与经销商共建旗舰店店群，全力推进线上店铺布局；出口业务顶住欧美市场压力，极拓展东南亚及非洲市场、保持增长不下滑，集团全渠道发力为稳住基本盘、寻求增量增长奠定坚实基础。 2、拓展餐饮渠道的策略。 回复：公司 2024 年度通过对终端进行调研，发现对于餐饮端单一榨菜品类难以满足各类消费场景，公司针对餐饮渠道开发辣椒、酸菜、萝卜及豇豆产品，拓宽餐饮渠道消费场景，以不同品类进入更多餐饮渠道，同时		



根据品类调整对餐饮企业合作模式进行进一步调整。截止 4 月底，餐饮渠道保持较快增幅。

3、公司对传统渠道的规划。

回复：目前传统线下渠道仍然是公司的主要渠道，公司在发展其他新兴渠道的同时，将维持对线下渠道的推广与布局，持续深耕成熟市场，下沉县级市场。

4、公司如何看待复合调味料市场。

回复：经过对复调市场的多方调研与考察，我们认为目前复调品类市场空间大，行业内特别是部分细分品类暂未形成明显大品牌分割市场，属于广泛竞争阶段，当前阶段跨界复合调味料品类是公司拓品类战略发展的有力举措。

5、并购味滋美有何优势。

回复：味滋美深耕川调领域多年，主营川式风味复合调料和预制菜，已经具备成熟的 B 端产品研发生产能力，在产品研发、柔性生产、市场快速反应等方面独具优势，通过本次收购，公司可依托其餐饮终端，完善公司产品在餐饮渠道布局，从而快速实现渠道拓展。同时，公司多年来经营家庭消费端产品，在经销商和渠道网络、销售网络上具备一定优势，味滋美储备产品中针对家庭端的部分可借公司自身渠道销售，同时实现品类的新增与渠道的布局。

6、二季度原料成本是否下降。

回复：目前二季度仍然使用去年收购原料，2024 年度与 2025 年度原料价格相差不大，预计对全年成本影响不明显。

7、今年销售费用投入规划。

回复：今年销售费用投入规划总额较 2024 年度有所增长，2025 年费用投入规划到全年第二、三季度费用投入总额较第一、四季度更多，同时配合新品类上市开展市场推广，并在投放时期阶段性评估投放结果并及时调整。



	更多近期调研情况及高频问题，可查阅公司于互动易平台刊载的各期《投资者关系活动记录表》。
附件清单 (如有)	无
日期	2025 年 5 月 23 日