

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：2025-004

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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司 2025 年半年度业绩说明会的投资者
时间	2025 年 09 月 08 日（星期一）15:00-17:00
地点	“盐津铺子投资者关系”微信小程序
上市公司接待人员姓名	董事长/总经理：张学武先生 董事/副总经理：兰波先生 董事/副总经理：杨林广先生 独立董事：刘灿辉先生 副总经理：张磊先生 财务总监：杨峰先生 董事会秘书：张杨女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>在本次说明会上，公司就投资者关心的问题给予了答复，并对相关问题进行了梳理，主要问题及答复如下：</p> <p>1、请问公司对海外业务是如何计划的，未来预计海外业务增长趋势如何，有没有具体数值的预期？</p> <p>答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司看好海外市场潜力，未来预计将持续放量。公司计划在东南亚进一步扩大魔芋产品的市场，特别是在泰国建厂后，预计</p>

将获得更佳的成本优势，目前销售 80%以上来自泰国，我们对未来在东南亚乃至更多区域的拓展非常有信心。谢谢！

2、请问目前山姆、盒马等新渠道的营收占比是多少？渠道战略收缩传统商超后，新渠道的盈利水平能否弥补缺口？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！渠道战略收缩传统商超后，公司根据市场、渠道的变化捕捉新机会，稳健推进“渠道为王、产品领先、体系护航”的战略方向，通过战略推进，2025 年上半年，公司实现营收 29.41 亿元，同比增长 19.58%；归母净利润 3.73 亿元，同比增长 16.70%。其中，2025 年第二季度，公司实现营业收入 14.03 亿元，同比 13.54%；归母净利润 1.95 亿元，同比增长 21.75%，公司 2025 年第二季度的归母净利率为 13.86%。公司通过品类聚焦、全渠道渗透，提升了公司整体经营质量。公司上半年的业绩增长，得益于公司对大魔王麻酱素毛肚的战略聚焦。上半年休闲魔芋实现收入 7.91 亿元，同比增长 155.10%。

2025 年，面对消费升级与行业变革，公司将以创新驱动新质生产力，深化数字化与智能制造，构建品牌生态矩阵，加速全球化布局，推动公司高质量发展，持续提升盈利能力。谢谢！

3、请问当前东南亚市场的魔芋产品定价策略与国内有没有差异？本地化口味调整（如酸辣味适配）对毛利率有没有产生影响？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司会根据不同地区来进行口味的适配。公司计划在东南亚进一步扩大魔芋产品的市场，特别是在泰国建厂后，预计将获得更佳的成本优势。谢谢！

4、在原材料涨价背景下，请问公司如何平衡终端价格竞争力与盈利能力？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！【1】

公司持续构建总成本领先的优势：深入产业链前端布局；【2】强力聚合精益制造和智能制造，提升生产效率；提升规模效应。【3】通过强化战略引领，持续提升管理效率和盈利能力。谢谢！

5、近五年中期，公司毛利率从 40.51%一路下滑至 29.66%，毛利率走低的原因有哪些？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！毛利率走低主要是【1】渠道结构的变化，新兴渠道收入占比提升：2021 年之后，公司渠道转型成功，新兴渠道如零食量贩店及兴趣电商在公司收入占比大幅度上升。此类新兴渠道以高周转、高效率、较低零售价格的特性获得消费者欢迎。且此类渠道的零售价格较低，导致公司毛利率有所下降；【2】物流费用归集口径原因，自 2021 年度起，物流费用按照新会计准则要求归集在营业成本中，物流费用占营业收入比在 4% 以上；【3】2025 年上半年部分原材料（如：魔芋精粉及油脂类）成本上升。谢谢！

6、魔芋原材料价格持续高位，公司有哪些应对措施？对魔芋原材料价格的后续走势如何展望？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！目前尽管魔芋原材料价格仍处于高位震荡，公司依托控股股东的上游布局，通过对魔芋原材料价格走势的预测采取囤货等方式，获取一定的成本优势；同时持续精益制造和智能制造，提升生产效率；产品策略调整等方面积极面对。2025 年国内魔芋价格走势，主要受全国实际种植面积与当年天气气候状况的影响。这两者直接作用于魔芋产量，进而引发价格波动。从目前来看，魔芋种植面积预计会扩大，下游需求也在持续增长，不过魔芋原料价格的最终走向，还是由供需关系这一核心因素来决定的。谢谢！

7、泰国魔芋基地投资 3,000 万美元，请问预计何时投产并贡

献收入？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！相关工作正在有序推进中，谢谢！

8、公司研发投入同比减少 11.21%，新品上市成功率从 85% 降至 60%，而魔芋跨界口味创新（如三养火鸡面酱味）复购率提升 25%，为何研发投入与创新效果出现背离？请问未来重点品类的研发资源将如何分配？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！您在问题中提及的“新品上市成功率”“复购率”等数据公司未在法定信息披露渠道进行披露，请核实数据的来源及真实性。

公司秉持做好食品的初心，全力打造“好零食、盐津造”的核心竞争优势。持续聚焦打磨产品力，强化核心品项的储备和开发，以消费者驱动为导向，精益求精打造产品力，强化清洁标签、健康导向等基础研究。谢谢！

9、魔芋原材料价格处于历史高位，公司期末存货减值准备计提是否充分考虑了价格波动风险？下半年去库存计划如何安排？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司期末存货减值准备计提严格按照《企业会计准则》和公司会计政策的相关规定。公司实行“以销定产”的生产模式和“以产定购”的采购模式，根据市场行情和生产规划控制存货数量，并随着公司信息化数字化管理深入而不断优化存货管理。谢谢！

10、公司在烘焙、深海零食等品类是否有新品储备计划？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司持续聚焦六大核心品类：辣卤零食、深海零食、烘焙薯类、蛋类零食、蒟蒻果冻布丁以及果干坚果，全力打磨供应链，精进升级产品力。加快研发技术创新，深度开发魔芋、蛋类产品，打造新风味标签，不断把消费者的需求变成产品研发的

源头，加大新品开发强度，围绕魔芋、深海零食、蛋类等核心品类深化研发，打造中国风味零食，满足消费者多样化需求。同时在烘焙研发在项目研发方面全面推进新品研发、工艺更新、物料替代、产品改良。目前公司还有多个产品储备上市中。谢谢！

11、上半年魔芋制品作为核心驱动力，其生产产能利用率是多少？是否有新增产能规划？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司生产具有淡旺季特征，公司产能会按照下一个春节的最大日需求来配置产能，每年都适当提前补足产能，魔芋等公司核心品类公司生产高峰期时产能利用率达 99%以上。谢谢！

12、下半年，公司在产品供应、渠道促销和新品上市方面有哪些规划？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！上半年，公司围绕核心产品品类积极进行新品研发与市场拓展，推出了多款新产品。其中包括香菜麻酱素毛肚和香辣麻酱素毛肚以及与知名品牌“三养”联名合作的“火爆魔芋味”系列，新开发的虎皮豆干和溏心鹌鹑蛋等产品。上述新品上市后市场反响良好，取得了较为积极的销售表现。公司其他品类均推出多款新品，受到消费者及渠道的认可。

下半年，公司继续聚焦和围绕核心品类，大力研发创新，打造系列爆款新品，通过优化供应链、精准渠道策略，为公司提供持续增长动能。谢谢！

13、请问，下半年是否有更加着重于互联网渠道销售？这一块能否成为后续盈利曲线的主要增长。

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司上半年各渠道的收入增速整体符合公司预期。其中，定量流通渠道因聚焦“大魔王”麻酱味素毛肚，通过精耕市场进一步提升售点数量，报告期收入增速强劲；零食量贩渠道通过

	<p>门店数量增长、品类扩张、营销等方式持续实现稳健增长； 电商渠道进行了业务及产品结构的主动调整，导致其短期业绩承压。未来，电商渠道将聚焦品类品牌建设，复制“大魔王”麻酱味素毛肚的爆款模式，打造更多爆款，提升电商的经营效率。展望下半年乃至全年，为进一步推动魔芋产品增长，着重发力定量流通渠道和零食渠道。谢谢！</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（如有）</p>	<p>无</p>