

证券代码：605089

证券简称：味知香

苏州市味知香食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-001

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 ☒ 电话会议 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位	国泰海通证券、新思哲投资、尚诚资产、弘尚资产、坤阳资产、国信证券、羊角基金、巨杉资产、光大证券、腾辉盛华私募基金、尚正基金、冰河资产、方物基金、Pleiad、海富通基金、象舆行投资、汇鑫投资、磐厚动量资本、长江证券、富唐资产、观富资产、恒立基金、中国对外经济贸易信托、万行佳联投资、天猗投资、汇丰晋信基金、圆信永丰基金、中略恒晟基金、汇升投资、Value Partners Limited、啟達投资、BAILLIE GIFFORD & CO、中金公司、财通证券、金元顺安基金
时间	2025 年 4 月
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	财务总监兼董事会秘书谢林华 证券事务代表王甜甜
投资者关系活动主要内容介绍	一、基本情况介绍 2024 年，国内消费市场在多种因素作用下呈现出复杂且多元的发展态势，国内消费市场正经历前所未有的转型，消费结构发生新变化。公司始终坚持以“为顾客奉献好产品，为社会发展做贡献”为使命，成为每一位味知香用户的“美好生活

	方式提供商”。公司 2024 年度实现营业收入 6.72 亿元，同比上期下降 15.90%，实现归属于上市公司股东的净利润 8,752.85 万元，同比上期下降 35.36%。 2024 年，公司对加盟店改造升级，对产品研发创新，并且广拓渠道，与团餐渠道客户和商超渠道客户达成了新的合作，让企业产品触达更广泛的消费者，并在 2025 年第一季度取得了一定成效。2025 年第一季度，公司实现营业收入 1.73 亿元，同比上期增长 4.24%，实现归属于上市公司股东的净利润 1,950.41 万元，同比上期增长 3.16%。 二、提问 1、问：公司在商超渠道上有怎样的开拓思路？ 答：近两年，公司在进入商超渠道的过程中整体较为顺利。当前，公司已与部分有影响力的商超进行了合作，与其他知名商超的合作也正在有序推进中，未来将不断加大渠道开拓力度，提升品牌影响力。在产品方面，公司除了原有产品，还会与商超渠道客户共同开发出针对其差异化需求的产品，实现产品与市场需求的高效匹配。展望未来，公司对商超渠道的发展前景满怀信心，商超渠道或将成为推动公司业务增长的重要动力。 2、问：传统菜市场客流下降，公司加盟店目前是怎么规划的？ 答：由于目前消费方式的转变，很多消费者从线下购物转移至线上消费，导致了传统菜市场客流量下降问题的出现，公司及时关注，并在 2024 年开展了一系列的补救措施。一方面公司抓住门店升级的核心，帮助加盟店店主对门店形象、产品陈列、门店装修等进行改造升级，提升顾客的到店率和消费体验；另一方面搭载 OTO 渠道，协助加盟店店主接入线上平台，形成“线上下单、附近门店派送”的模式，扩充销售半径，提
--	--

升用户覆盖范围，进而增强门店市场竞争力。

3、问：请介绍一下公司批发端业务情况的开展情况。

答：2024 年，在组织建设与业务拓展方面，公司实现了批发端团队人才结构的稳定，为“1+N”市场开发布局工作的开展奠定了坚实的基础。同时，公司在市场开拓的过程中，捕捉到了团餐市场的需求增长，通过高质量的产品供应和服务策略，推动团餐客户规模稳步扩张，从而对公司的收入增长添彩助力。未来，公司将持续秉承“客户导向”的价值观，深化业务拓展战略，不断挖掘市场潜力。

4、问：目前公司的产品品类是怎么规划的？

答：公司的产品以往是小炒类居多，随着消费习惯的转变，公司产品品类划分为小炒类、煎炸类、蒸煮类以及卤味类，逐渐推出现包、现拍系列，并且由冷冻食品向鲜品、熟食类发展。公司会加强产品研发与创新，不断推陈出新，满足消费者日益多样化的需求。例如，推出健康、营养、低卡的产品等，以适应当今的饮食需求

5、问：公司当下推出股权激励，背后是如何考量的？

答：公司当下推出股权激励，主要有两大因素：首先，从市场客户反馈和公司经营来看，当前的经营环境呈现出向好的态势。根据供需关系，原材料价格的攀升往往是市场需求旺盛的直观体现，近期原材料价格上涨，正是市场需求回暖的有力佐证。2025 年一季度，在公司并未调价的基础上，公司牛肉类产品销量有较为明显的上涨，更是印证了市场需求的上升趋势；其次，2025 年一季度业绩水平的增长扭转了此前的下滑趋势，公司自身经营情况也有效地提升了发展信心，当前公司团队稳定，广拓渠道，门店提升工作也在有序开展，相信在当前阶段推出股权激励计划，能够充分调动公司员工的积极性，

	助力公司长远发展。 6、问：请分析一下公司渠道数量波动的现象。 答：在加盟店渠道，2024 年度，较多客户由于经济形势的影响从积极的开店意愿转变为审慎的观望态度。面对这一转变，公司迅速调整策略，将工作重心放在已有门店提质增效上，帮助加盟店店主提升赚钱效应。当前，随着经营环境的企稳向好以及销售数据的增长，加盟店主的信心也在逐步恢复，有助于公司未来业务的稳健发展。 在批发渠道，团队人员在去年逐步得到稳定的背景下，客户开拓的方向更加专注于质量的提升，而非数量的增长。公司重点聚焦 “1+N” 模式中的 “N” 端的发展，通过系统性开发二批、三批客户，构建多层级的销售网络。同时，公司在巩固存量客户关系的基础上，持续挖掘，稳步开拓优质的新客户资源。 7、问：公司在下沉市场开拓以及区域规划上是如何考虑的？ 答：考虑到华东地区的经济发展水平以及经营效率，公司还是维持深耕华东地区，逐步向外围扩展的策略。针对华东地区的二三线城市以及部分乡镇地区，公司也会继续将业务拓展的工作深入其中，填补空白市场。秉持逐步向外围区域扩张的策略，公司会在评估考量下进行开发，重点城市重点布局。
附件清单(如有)	无