

证券代码：600872

公司简称：中炬高新

中炬高新技术实业（集团）股份有限公司
投资者关系活动记录表

投资者关系 活动类别	机构交流会
活动主题	中炬高新 2025 年中期业绩投资者交流会
时间	2025-08-28 - 14:00-16:30
地点/方式	公司现场
上市公司接 待人员姓名	董事长：黎汝雄，副董事长：余健华，总经理：余向阳，董事、常务副总经理兼财务负责人：林颖，副总经理：陈代坚，董事会秘书：余曼妮
参与单位名 称与人数	广发证券、财通证券、华创证券、浙商证券、国信证券、西南证券、方正证券、野村东方国际证券、华鑫证券、开源证券、民生证券、银华基金、江海证券、杭州哲云私募、中信建投证券、招商证券、西部证券、民生证券、中信建投证券、天风证券、华西证券、光大证券、中信证券等 30 家机构（注：以上机构顺序排名不分先后）
投资者关系 活动主要内 容介绍	投资者关系活动主要内容 会上，董事长黎汝雄致辞，分享了其职业背景及对公司未来的信心，提到公司短期面临内部改革挑战，但长期发展前景乐观。 董事、常务副总经理兼财务负责人林颖对公司上半年经营数据进行分析分享，公司上半年营业收入 21.32 亿元，同比下降 18.58%，调味品业务收入 20.98 亿元，同比下降 17.92%。二季度收入 10.2 亿元，同比下降 7.2%，环比改善。毛利率 39.05%，同比提升 2.59 个百分点。 调味品主业 Q2 逐月恢复，6 月企稳回升。 公司总经理对公司未来战略重点举措进行分享： 1. 市场定位与目标 坚持长期主义：明确公司的使命愿景和核心价值观，坚持长期发展。 坚持再造厨邦：重塑品牌形象，提升市场竞争力。 2. 组织架构调整 优化组织结构：根据业务发展需要，调整组织架构，提高运营效率。

	加强基础建设：夯实基础管理，为长远发展奠定坚实基础。 3. 数字化升级 打造全新市场体系：通过数字化手段，构建更加高效、智能的市场体系。 提升管理效率：利用数字技术优化内部流程，提高决策准确性和响应速度。 4. 人才与激励政策 重视人才培养：加大人才引进和培养力度，为公司发展提供有力支撑。 完善激励机制：制定合理的激励政策，激发员工积极性和创造力。 Q&A 1、公司之前制定激励目标较高，可能是很好的思路，但在大环境不好的情况下，在执行过程中动作可能会变形，现在新董事长过来，是否会考虑激励目标或内部目标适当降低？ 回复：公司长期目标不会变化，但鼓励员工分段执行，我们增长目标必须对标市场，并高于市场的增速。虽然现在市场有点低迷，但我们有信心在这样的情况下提高市场占有率。 2、公司之前经销商改革，也借助了一些啤酒经销商，经过一两年的尝试之后，想问下对比之前现在有没有新的变化或策略？ 回复：公司营销管理主体框架设计非常清晰，我们提出了客户分级管理理念并实施价促分离机制，明确了事业部和总部之间的权责划分。然而在执行过程中存在一定偏差，我们认识到任何一种能力在战略目标调整时都需要配套组织保障体系支撑。2024 年变革中我们采取了业务先行的方式，但在组织体系和组织能力的建设方面有所欠缺。未来变革我们将继续深化客户分级管理，坚持以经销商为主的价格管理体系，强化终端管理理念，同时运用公司的客户经营趋势体检表工具进行精准诊断，通过问题导向的协同机制推动系统性解决方案的制定与实施。 3、去年重点推行减盐生抽以来，该产品目前的规模体量大概怎样？未来规划如何？公司之前产品定位偏高端，后面是否会考虑推出大众价格带的单品以符合当前消费趋势？ 回复：关于调味品发展趋势一定是趋向更健康、营养，包括像“药食同源”这样的理念。对于零添加、减盐等产品国家对相关管理制度会进一步规范化。减盐产品为现阶段公司产品的主要发展方向，我们参考日本调味品发展规律，公司未来会进一步全面开展与院校开展合作。从经营的角度看，减盐产品的上市能促进经销商更好地提高市场份额和增加资源。 公司会坚持自身中高端品牌的价格定位，我们认为风味的竞争优于价格的竞争，做好传承，进一步深入到消费者心里。
--	--

目前餐饮竞争格局在人均消费支出下降的情况下，两极分化明显。餐饮的竞争来自于菜的品味，菜的品味来源于调味品，在成本和风味之间，我们要抓住消费者核心诉求，保证菜品品质，不是一味地局限于价格竞争。

4、请教董事长就任后关于公司管理的抓手是什么？组织调整还是经营目标绩效管理？

回复：管理工作的关键在于精细落地而非纸上谈兵，如果必须聚焦于一项核心任务，我认为人才梯队建设至关重要，优化团队结构，保留具有“狼性”特质的人才。董事长到任两个月以来，公司二季度业绩已经有明显的改善，这主要得益于前期改革初见成效。未来，董事长会在既有的改革成果基础上继续推进改革，对未来发展还是有信心的。

5、后续并购是不是公司的增长点以及并购的进展？

回复：现阶段市场竞争激烈，我们也持续关注潜在标的，但秉持审慎稳健的投资理念。公司高度重视并购后的持续经营能力，坚决避免因盲目扩张导致业绩下滑的风险。尤其在当前股市环境情况下，高 PE 的公司面临较大压力，公司经过前两年的改革，现在 PE 压力较小。董事长对团队在并购的工作还是充满信心的，相信在并购工作推进上，我们有望在利润和 PE 增长上给股东带来价值。

公司现阶段将重点强化内部管理能力建设，同时持续扩大标的筛选范围，一旦有进展的话会第一时间跟大家分享。

6、复合调味品在 B 端和 C 端的市场应用趋势如何？厨邦打算怎么做？突破点在哪里？

回复：B 端应用以对手核心配方技术和工艺要求为主题，考验公司产品供应能力、品质、质量、研发及成本控制实力；C 端民用应用方面，过去产品研发常将自我思维传输给消费者，如今新零售电商等平台让消费者能表达想法并形成共识后，催生新产品。公司在变革中会坚持客户分级管理、二批特色传达管理模式，进一步细化渠道管理和价格管理，如推行客户经营趋势健康体检表帮助团队精准发现问题并探讨解决方法。

7、除传统经销和 B 端渠道外，新零售渠道如何做？内部如何细化渠道并排序优先发展？

回复：新零售电商更多的是让消费者发表自己的想法，最终在产品上达成共识，消费者的消费理念是一个产品，调味品也是一个产品，公司会坚持多元化发展，从生产上加强柔性定制生产能力。在新零售渠道排序上会把内容电商放在第一位。

8、公司经销商和内部销售人员做了哪些激励，确保大家有信心完成后续的目标？

回复：设定一个合理目标，对我们组织能力的激发非常重要。反思公司 2024 年变革过程中，绩效考核（调整）颗粒度不够，调整方向有一些偏差。后续公司会制定合理目标，让团队快速调整心态，践行“四个一批”，让更多愿意加入公司改革队伍中的人加入，践行真正的市场化。

9、在渠道多元化上，我们在渠道和市场扩张上有什么思路？

回复：在渠道开拓上我们也在探索，重点强化新零售渠道中复合调味料品类的市场开拓。同时，将会加快餐饮渠道开发，着力构建有自身特色的餐饮渠道运营模式，并做好产品差异化，贴近区域的饮食文化，打造大单品。

10、在人员融合和管理上，后续如何去做好分工，更好达成公司目标？

回复：总经理在经营上专注短中期目标，如营销、生产的问题，是要即时效果的，有 KPI 的事情。董事长着力中长期发展，比如公司战略、并购。要不要离开现有的舒适区，找新行业或跨行业发展。董事长主要是管文化，总经理管生意。现在公司没有分新旧厨邦的概念，都是厨邦人。

11、9 月份以后到年底，管理层对于外部销售环境的看法？公司改革效果现在进入的时期，是释放期还是爆发期？

回复：在当前宏观经济环境下，期待短期爆发式增长并不现实的，行业整体下行趋势仍在延续，但基于我们市占率不是很大，我们仍具备稳健发展的空间和潜力。

公司改革阶段还是以客观数据作为衡量标准，企业发展轨迹并非线性增长，如果改革成功，会上一个台阶，相反不成功，就会掉一个台阶。这一过程需要给予充分的消化时间，而非追求简单的线性发展路径。

12、公司在价格管理梳理过程中遇到的难点和现阶段取得的成果？

回复：经过公司持续为经销商提供更多支持与赋能后，经销商已从最初不愿提供价格数据转变为积极配合。现在我们通过“客户经营趋势健康体检表”工具，系统性地帮助经销商诊断包括组织管理、供应链等关键环节的问题，获得了良好的反馈效果。价格修复工作在主销区部分地区已得到显著效果，部分地区会继续重点推进。自 8 月份开始已呈现回升态势，若保持当前修复进度，预计在今年的 10 或 11 月份预计能完成这项工作。

13、公司作为消费品品牌，董事会是否考虑研究并讨论更改公司名称及股票代码，使二者保持一致？目前未更名存在哪些困难？

回复：董事长履任两个月以来，对公司品牌包装等有不同看法，但鉴于现在公司名称已深入人心，是否改名还需讨论，目前先将内部管理放在首位。

14、目前公司股价低迷，是否有提振股价的积极措施？账上现金充沛，后续是否考虑回购股份或者提高分红比例？另外在外延并购方面，今年是否有落地的具体项目？

	回复：董事长表示将审慎评估潜在并购机会，确保选择能够为公司带来长期战略价值的优质项目。在资金运用方面，公司将秉持稳健审慎的原则，通过科学决策和精准投资，更好创造价值回馈股东。这一过程需要给予充分的研究论证时间，以确保每项决策都能为公司未来发展奠定坚实基础。 15、公司引入战略投资人以及公司名下 1600 亩土地处置是否仍为本届董事会的考虑事项？ 回复：关于战略投资者，公司一直都开放，政府也是支持的。公司名下土地的处置也会以公司及股东利益最大化的方向处置。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	接待交流过程中，公司接待人员严格按照有关制度要求，没有出现未公开重大信息泄露等情况。
活动过程中所使用的演示文稿、提供文档等附件（如有）	无