

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：2025-005

投资者关系活动类别	<div><div><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研</div><div><input type="checkbox"/>分析师会议</div><div><input type="checkbox"/>媒体采访</div><div><input checked="" type="checkbox"/>业绩说明会</div><div><input type="checkbox"/>新闻发布会</div><div><input type="checkbox"/>路演活动</div><div><input checked="" type="checkbox"/>现场参观</div><div><input checked="" type="checkbox"/>电话会议</div><div><input type="checkbox"/>其他（请文字说明其他活动内容）</div></div>
参与单位	国泰海通、汇丰晋信、华夏基金、开源证券及业绩说明会线上投资者
时间	2025 年 11 月
地点	上证路演中心、公司会议室及线上
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理夏靖 财务总监兼董事会秘书谢林华 独立董事李金桂 证券事务代表王甜甜
投资者关系活动主要内容介绍	<div><div>1、问：公司产品策略上有没有新的想法？</div><div>答：在产品打造方面，一方面挖掘市场上的区域热销品类，进行精准的产品打造和迭代升级，另一方面聚焦当前消费需求，持续推进产品创新研发。同时，着力拓展多品类矩阵，从原材料单一部位延伸到多部位开发，拓宽产品应用场景。公司也会根据当今的饮食需求，推出健康、营养、低卡的产品等。</div><div>在产品价值方面，从“单一产品”向“解决方案”升级，优化产品使用说明书与操作流程，强化便捷性体验，坚持口味与性价比，并划分不同的价格层级，设置多梯次价格体系，</div></div>

提高顾客消费体验。

**2、问：介绍一下公司新的门店模型？**

**答：**公司新的门店模型以“熟食”为核心，依托公司的供应链优势，品类涵盖炒菜、卤味、炸物、炖煮等，主打鲜、快、好、省，服务于家庭消费场景，搭载了 O2O 模式，明厨亮灶，食材和调料直观可见，用品质来筑牢消费者信任根基。

**3、问：如何看待当前行业发展和竞争？**

**答：**预制菜是促进消费升级、助力乡村振兴的重要抓手，行业推进研发创新与品牌建设等环节有利于带动就业扩容及区域经济提质等多重价值，契合宏观战略发展导向。行业层面，随着国家标准的完善，市场发展将更为规范，优质企业将成为主流，品牌效应将持续凸显。公司更聚焦于用户便捷、健康、性价比的真实消费需求，持续优化产品矩阵与服务体系，形成高效、精准的消费解决方案。

**4、问：目前市场都在观望预制菜行业发展现阶段最大挑战是什么，有打算如何应对？**

**答：**您好，当前预制菜已深度融入现代生活，其品质与安全关乎千家万户，鞭策整个行业必须用更透明、更过硬的产品来回应市场期待。预制菜行业作为一个迅速扩张的新兴领域，亟需国家标准的出台，用清晰的“尺子”规范生产，终结市场乱象，让优质企业脱颖而出，也向公众更清晰地传递预制菜的真正定义，加强消费者的认知和信任。公司长期以来视食品安全为生命线，建立了从原料采购、生产加工、仓储运输到终端销售的全链条质量安全管理体系。我们将一如既往地坚守品质初心，加强与消费者的透明沟通，我们相信，预制菜行业必将走向更加规范、健康、可持续的未来，真正成为提升现代人生活品质的可靠选择，谢谢。

**5、请问公司目前批发渠道业务订单如何？主要是什么类型的客户？**

**答：**您好，公司批发渠道订单稳步增长，其中团餐业务表现较好。批发渠道客户一般从事冷冻食品批发业务，此类客户主要从公司采购“饌玉”品牌产品后销售给酒店、餐厅、食堂团餐等客户。公司在批发渠道经营过程中，帮助大批发商开发二批、三批客户，在扩大销售的同时，加深和大客户的合作关系，逐步实现“1+N”的业务模式，谢谢。

**6、问：公司布局商超渠道有哪些战略措施？**

**答：**你好！商超渠道主要由公司组建的专业商超团队负责商超渠道的市场拓展和品牌推广，目前公司产品已成功入驻部分知名商超，同时也覆盖了多家地方性超市和生鲜超市及线上买菜平台等渠道。公司将持续提升商超团队的专业能力，不断探索新的合作机会，为企业发展注入新的增长动力。

**7、问：目前公司积极开拓 B 端客户，像校园、团餐等领域，请问在与这些客户合作过程中，如何平衡产品定制化需求与公司标准化生产，以及预计多久能看到 B 端开拓对业绩的显著拉动？**

**答：**您好，2025 年公司批发渠道稳定增长，其中团餐业务发展态势较好。公司当前根据三大事业部对产品进行精细化划分，实现“渠道-产品”的精准匹配。公司自建产业园，拥有充足的产能，同时加快强化研发团队的专业能力建设，从而满足不同客户的多样化需求，谢谢。

**8、问：原材料成本上涨对毛利率影响明显，虽然三季度毛利率环比有所改善，请问公司后续深化成本管控体系建设，具体将从哪些环节发力，以进一步优化毛利率结构？**

	<p><b>答：</b>你好！面对成本波动，公司基于原材料价格走势对产成品进行调价，产品调价在时间传导效率与幅度上略滞后于原材料成本上涨速度，短期内未能完全抵消成本压力。为了改善成本压力，公司此前成立了相关工作小组强化供应链管控力度，对内部效率进行有效提升，三季度毛利率水平环比已有所改善，公司会持续深化成本管控体系建设，进一步优化毛利率结构。</p> <p><b>9、问：</b>公司第三季度 C 端业务表现仍有压力，后续在提升 C 端单店销售、拓展社区场景及下沉市场方面，有哪些具体的推进计划和时间节点？</p> <p><b>答：</b>您好，公司零售渠道开拓选择从一二线城市向三四线城市及乡镇区域下沉，并推行城市合伙人计划。在门店端，一方面是多开店、开新店，通过引入信息化系统，帮助客户提高多店管理的便利性，同时对加盟政策进行分类，帮助更多的新客户开店；另一方面是门店升级，公司聘请专业团队，从形象设计、产品陈列、营销活动等多个方面对门店进行改造并推动落地，帮扶老客户提升其经营能力。同时公司也在逐步和线上团队合作，进一步打通 O2O 渠道，扩大加盟店的覆盖人群，提升经营效率，谢谢。</p>
附件清单(如有)	无