

安井食品集团股份有限公司

投资者调研记录表

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他
时间	2025年12月
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：梁晨
投资者关注的主要问题	<p>1. 公司在清真食品板块未来的规划是什么？</p> <p>全球清真食品市场规模巨大，近2万亿美元，其消费人群20亿，且市场基础不仅限于特定信仰群体，普通消费者对符合清真标准的优质牛羊肉丸类产品亦有普遍需求。因此公司初步筹划开拓清真食品这一广阔市场。为此，公司已启用“安斋”品牌，该品牌名称兼具清真属性和与“安井”的关联性。</p> <p>公司未来在清真食品板块的战略规划，将以“安斋”品牌为核心，在国内聚焦西北、华北等安井品牌无法全面覆盖的清真渠道，同时依托清真食品的通行标准与广泛接受度，积极拓展东南亚等海外市场。公司希望通过提供高性价比的清真类速冻食品进而推动相关品类在目标渠道内的整合与升级，从而改变当前清真食品区域竞争格局。公司将采取“中质中价”的定价策略，定位介于安井品牌与区域品牌之间，以强化产品竞争力，实现在服务清真市场的同时，有效完成对特定市场的进一步聚焦和整合。运营上依托现有河南安井生产基地及组织体系，不增加太多成本，通过配置具备清真生产经验的管理团队，确保合规、高效运营，实现低风险、轻投入的稳健拓展。</p> <p>2. 公司今年整体新品的表现情况如何，有哪些表现亮眼的新品</p>

出现？

公司今年新品整体表现符合预期，市场反馈积极。具体来看，火锅料全家福作为混合装代表产品，销售额达到公司预期，展现出可观的市场潜力，验证了该产品形态的可行性；400 克真空玲珑装系列成功开拓中档价格带，增速较高，具有重要战略意义，未来将通过补充新品进一步夯实该价格带的基础；100 克滑类产品表现突出，其中虾滑系列尤为受到市场认可，该品类也成为公司与主要商超系统在 2025 年合作的重要切入点；肉多多烤肠是公司战略切入 C 端烤肠市场的关键单品，与公司原有的 B 端烤肠业务形成协同，未来公司将通过持续优化产品矩阵，巩固并拓展在 C 端烤肠市场的布局；虎皮炸蛋产品凭借其与公司传统丸子类产品的差异化形态，助力公司拓展水煮、冒菜等新兴渠道。此外，公司新推出象形包中的玉米包、橘子包市场表现也较为积极。整体而言，今年新品不仅在销售端贡献显著，更在多品类、多价格带上验证了产品策略的有效性，为后续创新与市场拓展奠定了扎实基础。

3. 公司今年在商超定制与新零售等渠道的持续拓展，传统经销商渠道是否受到相应影响或冲击？

经销商渠道作为公司长期发展的基石，并未因新兴渠道的开拓而受到削弱。该渠道基本盘保持稳固，且通过系统化赋能与公司整体战略协同升级。从数据看，经销商渠道（农贸流通经销商、BC 超市经销商）增速已于第三季度呈现企稳态势，核心经销商客户合作持续稳定并保持增长，这充分印证了经销商渠道仍具备扎实的存量基础与可持续的增长韧性。

公司始终将经销商视为重要的战略合作伙伴。在公司整体战略转向“以新品驱动”增长为主的背景下，公司致力于通过提供较高毛利、更具市场竞争力的新品、次新品，持续优化经销商的盈利结构。在运营层面，公司通过一系列举措赋能经销商转型升级：例如，推进星级终端建设；通过“大咖计划”系统支持经销商开展本地化内容营销与短视频引流；并依托赛事赞助、卡通 IP 联创等品牌活动，协

	<p>助经销商有效触达消费群体。</p> <p>商超、新零售等渠道的拓展与传统经销商渠道的发展并非替代关系，而是公司全渠道布局中相辅相成的组成部分。公司通过清晰的产品差异化策略、精细化的渠道运营管理与赋能支持，确保各渠道协同并进，共同支撑公司整体发展。</p> <p>4. 公司目前的分红情况及未来的规划是什么？</p> <p>公司 2025 年半年度合计派发现金红利约人民币 4.73 亿元（含税），占公司 2025 年半年度合并报表归属于上市公司股东净利润（未经审计）的比例为 70.02%。</p> <p>公司重视股东投资回报，利润分配会兼顾股东的合理投资回报及公司的可持续发展，坚持积极、科学实施利润分配的基本原则，落实常态化现金分红要求，确定合理的利润分配方案，保持公司利润分配政策的连续性、稳定性、及时性和可预期性。</p> <p>5. 公司是否计划对部分产品进行涨价？</p> <p>产品的定价策略是一个动态调整的过程，公司会综合考虑市场动销情况、原材料成本波动、行业竞争格局以及消费者需求变化等多方面因素，灵活制定并适时调整价格。</p> <p>近期，公司针对部分产品进行了促销政策的适度回收，主要是基于当前市场环境评估。未来，公司仍将密切关注各项内外部因素的变化，在保障产品品质的基础上，科学决策，保持价格体系的合理性与市场竞争力。</p> <p>上述调研会议，公司与投资者进行了交流与沟通，严格依照相关管理制度及规定执行，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，未出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
参与单位名称及人员姓名	详见《附件 1：参会名单》

附件 1：参会名单

2025 年 12 月 9 日，参加国金证券组织的线下调研。

序号	姓名	机构	序号	姓名	机构
1	杨佳	友邦保险	2	富迪	友邦保险
3	赵一路	友邦保险	4	丁戈	友邦保险

2025 年 12 月 17 日，参加广发证券的线下调研。

序号	姓名	机构	序号	姓名	机构
1	宋礼之	君和资本	2	施展	长江资管
3	丰一凯	长江资管	4	吴思颖	广发证券

2025 年 12 月 18 日，参加华安证券组织的电话会。

序号	姓名	机构	序号	姓名	机构
1	邓欣	华安证券	2	韦香怡	华安证券
3	郑少轩	华安证券	4	刘宁	汇添富
5	李泽明	长信基金	6	吴悠	兴全基金
7	鲍强	嘉实基金	8	李爽	银华基金
9	郝征	长盛基金	10	陈哲	广发基金
11	关山	融通基金	12	刘浩	民生加银
13	周晓文	国寿养老	14	潘俊伊	平安理财
15	陈曦	递归资产	16	徐哲琪	富国基金
17	白玉	浙商基金	18	白桢萍	金鹰基金
19	朱丽丽	平安养老	20	陈磊	博道基金
21	范明月	民生加银	22	李晴	人保资产
23	田陈希	中金基金	24	靳木兰	民生加银
25	崔晓雯	中信建投	26	秦庆	甬证资管
27	王漪昆	天风资管	28	王凯	中金资管
29	吕燕晨	东方基金	30	韩雅丽	兴银基金

31	韩冬伟	国华兴益保险	32	徐易安	永诚保险资管
33	范杨	国泰海通资管	34	王海亮	亘曦资产
35	孙好	招商资管	36	赵耀	安联基金
37	聂嘉雯	华富基金	38	匡荣彪	创金合信基金
39	刘天雨	和谐汇一	40	宋佳龄	恒越基金
41	陈静	盘京投资	42	王兵	华安自营

2025年12月22日，参加华福证券组织的电话会。

序号	姓名	机构	序号	姓名	机构
1	沈雪峰	华泰柏瑞基金	2	郑名洋	泓德基金
3	雨晨	景林	4	王卓琳	兴业证券
5	郭嘉熙	泰康基金	6	彭俊霖	财通基金
7	唐朝	中泰证券	8	童杰	华福证券
9	张霖	太平养老保险	10	刘琪铭	兴业证券
11	郭纪婷	诺德基金	12	鲍强	嘉实基金
13	董高峰	上海亘曦私募	14	王叶	华富基
15	邵璟璐	中银基金	16	余科苗	中欧基金
17	季参平	交银施罗德	18	钱怡	大家资产
19	刘安坤	融通	20	赵梓峰	上海途灵资产
21	林静	西部利得	22	罗煜	博道基金
23	赵强	新华基金	24	张文玺	融通基金
25	桑永亮	华夏久盈资产	26	申坤	富安达基金
27	王宇颖	佛山弘信私募	28	梁斌	中信建投证券
29	袁多武	九泰基金	30	姜怡	东吴基金
31	郦莉	兴银理财	32	吴晓思	广东正圆私募
33	苏林洁	融通基金	34	郑尚海	上海乘是资产
35	胡慧婷	华夏基金	36	周维	中国人保资产
37	安昀	长信基金	38	陈佳昀	万家基金
39	季文宣	深圳市中欧瑞博	40	刘伟	上海孝庸私募

41	袁震	鑫元基金	42	张燕	华泰资产
43	钱怡	大家资产	44	许俊武	万和证券
45	徐易安	永诚财产保险	46	陈泳含	佛山弘信私募
47	许廷全	汇丰晋信	48	申坤	富安达基金
49	朱晓龙	摩根基金	50	白玉	浙商基金
51	段怡帆	开源证券	52	陈磊	博道基金
53	彭俊霖	财通基金	54	徐嶒	蜂巢基金
55	陈信	荷瑞股权投资基金	56	赵耀	安联基金
57	张文玺	融通基	58	袁震	鑫元基金
59	王海亮	上海亘曦私募基金			

2025年12月23日，参加华西证券组织的电话会。

序号	姓名	机构	序号	姓名	机构
1	卢周伟	华西证券	2	寇星	华西证券
3	邓凯成	民生加银	4	刘宵汉	民生加银
5	夏荣尧	民生加银	6	范明月	民生加银
7	靳木兰	民生加银	8	苗宇	东方红
9	李彦诚	东方红	10	王焯	东方红
11	蔡毓伟	东方红	12	孟博	东方红
13	满臻	东方红	14	胡晓	东方红