

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：2026-001

投资者关系活动类别	<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 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>
参与单位	海富通、彤源投资、德邦基金、长江餐饮、国信证券、兴全基金、国泰海通、路博迈基金、北银理财、富国基金、东方证券、工银安盛、益民基金、泓德基金、华夏久盈、湖南源乘、国联安基金、光大保德信、广发基金、彝川资本、名禹资产、华夏基金、国联基金、中国人民养老保险、泰康资产、上银基金、农银汇理、鹏华基金、沅沛投资、万家基金、华富基金、天弘基金、银河基金、浙商证券、观富资产、民生加银、光大证券、华富基金、中欧基金、正圆私募、原泽私募、茂源财富、Foundation Asset Managemengt、深圳易特安、Pleiad Investment Advisors Limited、西部利得、迎水投资、平安证券、中宏保险、彤心雕龙基金、元兹投资、华宝信托、全国社会保障基金理事会、循远资产、深圳前海承势资本、远信投资、RIGHT TIME ASSET、博时基金、上海行知、中航信托、LUNA MARE GLOBAL、KTF Capital Management Limited、Bamboohill Investment、雷钧资产、中金公司、财通证券、兴银基金、兴业自营、外贸信托、紫金信托、信达澳亚、国投瑞银、兴证资管、京管泰富基金、远信投资、鹏扬基金、国金基金、宏利基

	金、递归资产、耕零资产、嘉实基金、上海亘曦资产、建信养老、东财餐饮、华创餐饮、紫阁投资
时间	2026 年 1 月
地点	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 董事会秘书王甜甜 证券事务代表曹铭楚
投资者关系活动 主要内容介绍	<p><b>1、问：公司现炒门店的模型是怎么样的？</b></p> <p><b>答：</b>公司现炒门店选址以从下沉市场向高线城市进阶为核心思路开展市场测试，通过下沉市场的经营探索为后续高线城市及区域的开拓打下基础。现炒门店营收通过线上线下的双渠道，当前首家现炒门店产品涵盖小炒类、炖煮类、煎炸类、锅仔类等核心品类，搭配现制小食，同时配备自动炒菜机，实现产品标准化、高效化出品。后续公司将持续丰富完善产品库，精准匹配不同区域、不同客群的消费偏好，进一步优化产品和市场布局。</p> <p><b>2、问：公司的产品优势体现在什么方面及后续规划？</b></p> <p><b>答：</b>公司多年深耕半成品菜行业，甄选全球优质食材，产品种类丰富。依托成熟的标准化生产工艺与核心调味配方，既打造丰富多元的口味体系，又兼顾烹饪的便捷性与场景的适配性，可满足家庭日常、餐饮商用等多维度的需求。公司从食材采购、生产加工到物流配送实现层层把关，在保障产品安全与稳定品质的基础上，持续优化产品口感与食用体验。</p> <p>公司秉承为顾客提供“美味、不贵、健康、方便”的产品理念，从“单一产品”向“解决方案”升级。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，另一方面以消费者的核心消费需求出发反向推动产品创新。同时，深化产品的场景化开发，针对一人食、家庭日常、亲友聚会、节日宴请等消费场景，从“满足需求”到“创造需求”。</p>

	<p><b>3、问：未来加盟门店拓展是怎么规划的？</b></p> <p><b>答：</b>展望 2026 年，门店拓展仍将是贯穿全年的核心战略。公司一方面推进“城市合伙人”计划，鼓励多店加盟，协助优秀店主实现门店规模化发展；另一方面将进一步深化战略重心下沉，从以往集中的一二线城市，向三四线及乡镇市场拓展，同步开展外围区域布局，公司划分了部分核心区域和次核心区域，分层布局，逐步扩大公司市场覆盖范围。</p> <p><b>4、问：公司商超渠道有什么进展？</b></p> <p><b>答：</b>公司积极推进组织架构改革，商超业务也成立了多个单独的业务单元去强化商超渠道的拓展力度。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。当前商超行业正经历深度调改升级的过程，由此催生了大量创新业态与优化门店，公司也在积极推进业务洽谈。未来，公司将持续深化与各类商超的合作，进一步扩大市场覆盖范围，抢占渠道变革带来的新增长先机。</p>
附件清单(如有)	无