

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：2026-003

<b>投资者关系活动类别</b>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
<b>参与单位</b>	国泰海通证券、前海开源基金、光大证券、勤辰基金、钱唐汇鑫基金、开源证券、华创证券、名禹资产、中财益澄投资、巨杉资产、天治基金、递归私募、平安理财、尚诚资产、君榕资产、Nan Fung Trinity (HK) Limited、华福证券、国投瑞银基金、日盛投信、西部证券、创金合信基金、南方基金、浙商证券、摩根士丹利基金、青骊投资、华泰资管、安信基金、建信养老、东北证券、工银瑞信基金、中邮人寿、国盛证券、合众资产、敦和资产、景顺长城基金、泉果基金、民生加银基金、嘉实基金、盛来基金、新华基金
<b>时间</b>	2026年4月
<b>地点</b>	公司会议室及线上
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事会秘书王甜甜 证券事务代表曹铭楚
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<b>一、公司基本情况介绍</b> 2025年度,公司实现营业收入7.02亿元,同比增长4.48%,实现归属于上市公司股东的净利润6,874.81万元,同比下降21.46%。2026年第一季度,公司实现营业收入1.76亿元,同

比增长 1.54%，实现归属于上市公司股东的净利润 2,272.51 万元，同比增长 16.51%。

2026 年第一季度，公司整体经营业绩已呈现企稳向好、边际改善的积极态势。公司将聚焦客户结构、产品结构及供应链体系三大核心维度，全面深化改革，为不同渠道客户提供贴合需求的差异化产品与场景化解决方案，构建以客户为中心的可持续核心竞争力。

## 二、提问

### 1、问：公司“靖哥哥”品牌门店的进展情况？

**答：**目前“靖哥哥”品牌第二家门店已正式落地。该门店选址聚焦在苏州市区本地居民集中、人流量充足的社区，消费基础扎实、市场需求旺盛。门店在品牌形象、空间设计及调性上完成全面升级，主打现炒现制，突出新鲜、快捷、高性价比的产品优势；同时对产品体系进行迭代优化与新品测试，品类结构进一步丰富改善。在投资成本方面，二店实现模型优化与投入精细化管控，对比一店整体成本结构进一步完善。

“靖哥哥”品牌门店正构建线上线下联动的立体流量体系。线上布局新媒体矩阵，通过邀约本地垂类达人开展直播带货与探店引流，有效提升品牌区域声量；外卖业务则实施差异化产品策略，继首店之后，计划在二店推出专为外卖场景研发的“盖码饭”系列，以拓宽消费场景并覆盖全时段需求。公司将持续打磨“靖哥哥”品牌单店运营模型，择机对外开放加盟合作。

### 2、问：公司对 C 端传统门店的规划是怎样的？

**答：**2026 年公司将持续推进存量老店升级，实施形象、场景及运营体系优化，重点聚焦单店店效提升，通过门店装修、产品陈列、产品矩阵等环节焕新升级，同步赋能门店店主开展新媒体运营及私域流量转化，提升到店客流。

新店拓展实施“深耕华东、拓展全国”的渠道战略，由一二线城市逐步向三四线城市及乡镇市场下沉拓展。结合消费场景差异，从传统的农贸店，逐步向社区店及其他消费场景拓展，拓展多位一体的消费用餐场景，进而提升单店盈利能力。

通过“城市合伙人”多店经营模式加速加盟网络扩张，较多加盟商表达出了积极的态度且有部分已经完成了签约合作，后续将持续推进加盟商数量精简、整体门店规模扩容，同时进一步提升渠道标准化效率。

### **3、问：公司品牌发展规划？**

**答：**公司将实施“主品牌引领、多品牌协同、全渠道渗透”的品牌营销战略，构建覆盖家庭消费、专业餐饮及社区即时消费场景的品牌矩阵。“味知香”品牌围绕“家庭品质饮食解决方案”的核心定位，依托门店升级、商超入驻与线上买菜平台合作，持续强化消费者对半成品菜的品质认知与品牌信任；“馥玉”品牌在专业餐饮及团餐渠道逐步建立品牌认知度；“靖哥哥”熟食店品牌，以现制现售为经营特色，贴近社区家庭日常用餐场景。

### **4、问：如何展望未来成本及毛利率情况？**

**答：**面对市场环境的动态变化，公司将持续加强供应链垂直整合能力，提升原料成本控制和生产协同效率：一方面，采购端依托灵活稳健的供应链策略，通过提前锁价的方式，对冲后续原料涨价风险；同时深化与头部供应商长期战略合作，采用部位采、整采等多元采购模式，持续优化采购结构。另一方面，生产端同步推进生产工艺革新与数智化升级，以品质优化和效率提升为驱动力，在降低生产成本的同时，进一步增强对原料价格波动的抗风险能力。

在此背景下，公司 2026 年一季度毛利率已较 2025 年有所改善。后续公司将持续落地原料采购策略优化、供应链深度合

	<p>作、生产数智化改造等各项举措，稳定成本波动带来的影响，推动毛利率回归合理水平。</p> <p><b>5、问：当前商超渠道的发展情况？</b></p> <p><b>答：</b>目前公司商超渠道以冻品、短保两大核心品类为主，近年来始终保持较高增长态势，发展韧性强劲。商超渠道一方面是深化与现有核心商超客户的战略合作，优化产品矩阵与供货结构，强化品类专属优势；另一方面是加速新客户、新区域、新业态拓展，积极拓展国内外头部商超、连锁商超及新零售等多元业态，不断扩大市场覆盖边界与品牌渗透率；实现渠道规模稳步扩张，进一步强化商超渠道核心竞争力。</p> <p><b>6、问：公司团餐业务收入表现情况如何？</b></p> <p><b>答：</b>公司团餐业务初期主要依托经销商渠道，向团餐客户进行供货配送；后续公司逐步转变业务模式，主动参与各类团餐项目公开招投标，进一步拓宽项目获取渠道。当前团餐业务已从苏州本地辖区逐步向外延伸，实现跨地市、跨省域市场拓展，渠道覆盖范围持续扩大。后续公司将持续深耕团餐赛道，稳步推进项目拓展与区域渗透，持续优化合作模式、完善供应链配送体系，依托标准化产品与稳定交付能力，进一步做大团餐业务规模，提升渠道整体营收贡献。</p>
附件清单(如有)	无