

证券代码：605300

证券简称：佳禾食品

## 佳禾食品工业股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2026-001

投资者关系活动类别	<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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司2025年度网上业绩说明会的全体投资者
时间	2026年05月12日 15:00-16:00
地点	价值在线（ <a href="https://www.ir-online.cn/">https://www.ir-online.cn/</a> ）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：柳新荣 董事、副总经理、董事会秘书：柳新仁 独立董事：庄伟元 独立董事：秦春 独立董事：沈弋 财务总监：沈学良
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1. 请董秘介绍一下2025年公司经营情况。</b></p> <p>答：尊敬的投资者您好，公司2025年度营业收入22.56亿元，同比下降2.36%，降幅较2024年的18.68%明显收窄；归母净利润3,079.63万元，同比下降63%；扣非归母净利润878.83万元，同比下降87.54%。利润承压主要源于两方面：一是粉末油脂、咖啡豆原材料成本上升导致毛利率收缩；二是C端业务销售费用持续投入。感谢您的关注。</p> <p><b>2. 近期粉末油脂行业发展的近况如何？</b></p> <p>答：您好，短期受茶饮行业去植脂末化趋势影响，头部茶饮品牌普遍推进原料升级、增设鲜奶产品，粉末油脂在高端茶饮渠道需求承压，倒逼行业向零反式脂肪酸、非氢化功能性粉末油脂方向升级，以适配茶饮行业品质化与健康化并行的发展趋势。公司已率先完成产品升</p>

级，旗下相关产品全面实现零反式脂肪酸，在健康化转型中具备先发优势。感谢您的关注。

**3.尊敬的董事长,上证指数创十年来新高,公司市值却创上市来新低,要给投资者信心,信心比黄金更重要。您认为公司现有市值是低估吗?是否考虑增持和回购措施?**

答:尊敬的投资者您好,近年来,公司始终聚焦主业,深耕核心赛道,经营基本面保持稳健。二级市场股价受宏观环境、行业周期、上下游情况、市场情绪、资金流向与公司基本面等多重因素影响。公司始终将维护股东利益、提升股东回报、稳定市场信心作为核心工作之一。公司于2024年以集中竞价交易方式回购公司股份4,579,198股,支付的资金总额为人民币60,864,944.13元(不含交易费用)。若公司进行增持、回购等,将按照法律法规及时进行公告。再次感谢您的关注。

**4.今年佳禾植脂末业务的打法?下游茶饮品牌对于植脂末的接受度还在持续减少吗?**

答:尊敬的投资者您好,公司粉末油脂(植脂末)业务的发展与当前茶饮行业的发展趋势息息相关。茶饮门店总量已经触及天花板,当前稳定在40万家左右,2025Q4关店率有所上升,预计2026年整体门店数量保持持平,品牌重心聚焦内部经营效率提升。各大品牌更加聚焦毛利率更高的核心大品类,适配外卖占比提升的运营模式,高性价比粉末油脂相关品类的转移趋势较为明显,该趋势在外卖大战的推动下有所加速。此外,2026年茶饮品牌普遍会布局咖啡品类,布局咖啡一方面可以补充早餐等茶饮经营的淡季时段、提高门店坪效,另一方面也可以丰富品类创新方向,未来茶饮和咖啡的品类边界会越来越模糊。感谢您的关注。

**5.上市公司方面如何看待目前的食品消费市场总体状态及竞争环境,对于食品类消费未来的趋势如何看待,如何把握行业动向?**

答:您好,目前食品类消费朝着健康化、便捷化、多元化的方向发展。消费者愈发重视健康属性,对功能性食品、健康化食品原料的需求不断提升;同时平价便捷的消费场景也在拓展,现调饮品、便捷咖啡等品类保持较快增长,餐饮零售终端的消费升级也拉动了适配新品类原料的需求。公司将从多维度把握行业动向,一是持续贴合市场需求推新,在咖啡、植物基、创新食品等品类布局,契合健康化、

多元化的消费趋势，针对不同场景开发对应产品，例如开发全谷物燕麦奶等植物基新产品，推出适配中小餐饮客户的饮料原浆产品，以及便捷型咖啡产品；二是依托自身核心竞争力巩固优势，公司具备稳定的供应保障能力，打造了智能示范车间，可满足客户多品种、多批量的灵活需求，同时拥有完善的国内外营销网络，能够及时触达市场感知变化；三是持续做好风险管理，应对市场需求波动、食品安全、原材料价格波动等各类潜在风险，保障公司稳定运营。感谢您对公司的关注。

**6.公司如何判断咖啡行业的竞争格局？行业竞争是否会有所趋缓？**

答：尊敬的投资者您好，咖啡行业呈现全方位竞争的趋势，单一品类布局难以抵御市场风险，公司已布局咖啡全产业链产品，同时在B端和C端均有布局，可分散单一赛道的市场风险。当前咖啡业务发展符合公司增长预期，由于前期基数较低，此前增速较快，随着业务规模扩大，咖啡业务整体增速会较此前有所放缓，未来公司将持续深耕咖啡领域，推出更多新品及C端产品，覆盖行业发展红利。感谢您的关注。

**7.尊敬的财务总监，公司今年一季度利润同比增长356%，扣非后增长3843%，业绩亮眼。能介绍下是何原因让公司利润大幅增长吗？一季度开门红，是否预示着今年的业绩会比较可观？**

答：尊敬的投资者您好，26年一季度公司利润大幅增长，盈利改善核心源于棕榈仁油、咖啡豆等原材料价格有所回落，叠加产品结构优化、高毛利产品占比稳步提升导致。2026年全年的业绩情况，请您关注公司后续的相关定期报告及经营数据公告，再次感谢您的关注。

**8.公司咖啡业务后续的增长支撑是什么？**

答：当前消费者对咖啡的认知逐步加深，咖啡市场蛋糕处于持续扩大的过程中，公司咖啡业务并不局限于咖啡、茶饮等现制门店场景，而是围绕年轻人宅家、外出等多元生活场景的咖啡需求布局，重点打造RTD、胶囊咖啡这类适配门店外消费场景的产品，除面向门店推广咖啡豆、咖啡液外，也会在更多场景拓展咖啡业务。

**9.尊敬的柳总，公司是否是细分行业龙头？能介绍下公司今年的战略目标和规划吗？**

答：您好，公司深耕专用油脂领域，粉末油脂是公司核心产品之一，公司建有健康粉末油脂（国际）联合创新中心、苏州市功能性粉末油脂工程技术研究中心等研发载体，参与申报的《食品工业专用油脂升级制造关键技术及产业化》项目荣获2020年度国家科学技术进步奖二等奖，植脂末（粉末油脂）产品为江苏省“专精特新”产品，先后参与起草《植脂末》《粉末油脂》《植物基奶油》等多项行业标准，目前已巩固了粉末油脂行业内的领先地位。今年公司的主要目标及规划为：第一，在成本方面，建立原料价格预判机制，通过战略采购、长单锁定、库存优化等方式，降低原料价格波动带来的影响，同时严控期间费用，提升运营效率。第二，强化技术研发，持续加大咖啡、植物基领域的研发投入，突破核心技术，推出差异化、高附加值产品，筑牢技术壁垒。第三，拓展多元化渠道：B端深化与头部客户的战略合作，同时拓展中小客户群体；C端聚焦核心渠道，精准营销，提升品牌知名度与市场渗透率，逐步实现新业务盈利。

**10.公司依托在连锁茶饮渠道的现有优势，拓展咖啡业务是否更具优势？**

答：您好，传统咖啡品牌的产品以美式、拿铁等基础品类为主，需要的是标准化的大品类咖啡原料解决方案；而茶饮品牌做咖啡有两个差异化路径，要么主打高性价比，要么主打风味创新，后者需要适配茶饮门店复杂操作的个性化原物料解决方案，和公司现有向茶饮客户提供定制化原料的业务逻辑契合度高。感谢您的提问及关注。

**11.公司2026年连锁咖啡客户订单增长情况的展望？**

答：您好，当前咖啡消费已经不局限于咖啡门店，覆盖全渠道、全品类、全消费场景，行业增长确定性较强，公司将依托咖啡定增项目，做大做强烘焙咖啡豆、研磨咖啡粉、咖啡液等全品类咖啡产品，公司咖啡业务有望延续良好的增长态势。

**12.尊敬的柳总，公司2025年全面推进智能数字化落地，将AI技术深度应用于公司产业链。能否介绍些公司的AI技术具体用于哪些方面？和传统行业有哪些不一样之处？**

答：在人工智能发展趋势下，公司的信息管理部门紧密贴合公司业务实际需求，将AI技术深度应用于合同审批、制度查询、客户留言分析、私域运营等多个业务场景，有效提升工作效率与用户体验。同时搭建

集团运营管理驾驶舱，整合销售、采购、人力、财务、市场营销等核心系统全量数据，构建全域、多维度的一体化经营监控平台，实现各业务板块核心指标实时可视化展示；并建立预警阈值机制，实现业务异常自动识别与提醒，为管理层决策提供科学依据，持续提升集团数字化核心竞争力。感谢您的关注。

### **13.公司2026年境外业务的发展展望是怎样的？**

答：您好，2025年公司海外业务收入实现10%以上的增长，一方面通过维护东南亚主阵地的老客户，克服部分地区海运不畅、局势动荡带来的产品运输阻碍，另一方面已经开始逐步拓展非洲、南美洲、欧洲等新区域。2026年公司将延续2025年的海外拓展政策，重心向新区域拓展倾斜，公司管理层已赴非洲考察、参加迪拜展销会，彰显海外新区域拓展的决心，2026年将是公司重点开拓海外新客户的年份。感谢您的关注。

**14.尊敬的董事长，您是公司的掌舵人，也是企业的灵魂。您的行动不但向市场传递信心，市场千万双眼睛也在注视您。公司市值屡创新低您要站出来表态啊，要用增持、回购、向市场宣传公司、释放利好信息等实际行动向市场传递信心。公司一荣俱荣，我们都坚定追随您！**

答：尊敬的投资者您好，非常感谢您的建议及信任。祝您生活愉快，投资顺利！

### **15.公司海外扩张当前处于什么阶段？海外团队配置、供应链及渠道布局的具体规划？**

答：尊敬的投资者您好，目前海外市场是公司突破国内市场内卷的重要战略方向，公司从事国际贸易业务多年，已完成初步海外布局，当前正处于业务加速发力、品类持续拓展的扩张阶段。从布局情况来看，公司已成立专门的部门负责境外销售业务，并且在新加坡设立了100%持股的新加坡晶茂国际有限公司作为业务中心，形成了以新加坡为中心，辐射新加坡、印尼、马来西亚、越南、泰国、缅甸等东南亚地区的成熟销售布局，同时业务也已经延伸到中东、非洲、南美洲以及部分欧洲国家。业务层面，公司海外布局最初以粉末油脂类产品为主，现已将产品范围从传统植物油脂拓展到咖啡、糖浆、植物基等品类，公司C端品牌也在积极推进海外拓展，比如已经将燕麦奶、咖

啡产品推入新加坡市场。后续公司将继续深耕人口基数大、发展速度快、年轻人喜好茶饮或咖啡类产品的国家市场，稳固东南亚现有客户资源，持续开拓中东、非洲、南美洲等新兴市场，随着公司出海业务逐步发力，公司配套的海外供应链也将逐步触达对应区域场景，进一步完善渠道覆盖。感谢您对公司的关注。

**16.公司水果原浆新品目前的销售进展如何，主要在哪些渠道推广？**

**2026年有哪些值得关注的重点新品？**

答：尊敬的投资者您好，水果原浆类产品属于公司面向茶饮以外的餐饮客户推出的新品尝试，2025年开始线下推广，主要布局火锅、日料等餐饮渠道。2026年公司餐饮端新品将集中在线上渠道推广，计划开拓50个新品，聚焦核心自建供应链优势品类，包括冲调粉末、油脂类、糖浆类产品，以及适配糖水铺、餐厅、茶饮店菜单需求的、可实现快速出餐的产品解决方案。感谢您的关注。

**17.尊敬的柳总，公司的核心竞争力能说一说吗？**

答：您好，公司深耕专用油脂领域，粉末油脂是公司核心产品之一，公司建有健康粉末油脂（国际）联合创新中心、苏州市功能性粉末油脂工程技术研究中心等研发载体，参与申报的《食品工业专用油脂升级制造关键技术及产业化》项目荣获2020年度国家科学技术进步奖二等奖，植脂末（粉末油脂）产品为江苏省“专精特新”产品，先后参与起草《植脂末》《粉末油脂》《植物基奶油》等多项行业标准，目前已巩固了粉末油脂行业内的领先地位。在咖啡方面，公司拥有“低咖啡因速溶咖啡”、“冷萃咖啡”相关专利技术，金猫咖啡建有“江苏省研究生工作站”等研发平台，有效推进了研发成果的持续转化，如：已建有标准化的连续式冷萃咖啡生产线，相关产品已实现批量式生产并投放市场。2024年，金猫咖啡获批建设“苏州市咖啡深加工工程技术研究中心”，打造了咖啡全产业链生态平台，金猫公司获得“国家高新技术企业”认定。同年，金猫咖啡获评江苏省智能制造车间、江苏省绿色工厂的荣誉。在IIAC国际咖啡品鉴大赛24-25年度系列赛事中，金猫咖啡共斩获7支金奖（含2支咖啡粉专项赛事）及1支铂金奖。截至2025年末，金猫咖啡共有40支金奖及2支铂金奖。在植物基食品领域，公司与国家粮科院在燕麦奶与植物奶方面有着深入的联合开发、成果产业化等方面合作，获得多项技术成果并进行产业化，其中合作的农业科技项目“燕麦奶及系列化特色植物基产品

	<p>创制关键技术研究”项目顺利通过验收结题。依托自主研发的酶解、浓缩技术，公司在率先上市冷冻燕麦浆、为燕麦奶行业市场发展提供更天然优质原料的基础上，还面向消费者推出了多款“非常麦”燕麦奶饮料，赢得了消费者的广泛认可。2023年公司被授牌“国家粮食产业（全谷物）技术创新中心”，进一步推动公司在粮食产业、国民营养健康领域的建设和发展。同时，公司与高校联合申报的“十四五”国家重点研发计划项目“特色杂粮品质提升关键技术研发与新产品创制”项目成功获批，该项目将系统开展杂粮品质提升关键技术攻关与健康产品创新，助力我国杂粮产业高质量发展与国民膳食营养改善。</p> <p><b>18.2025年金猫咖啡处于微亏状态，2026年咖啡豆价格下降、费用投放更理性，如何看待今年金猫咖啡的盈利能力？</b></p> <p>答：您好，公司咖啡业务采用全产业链布局+B端、C端双轮驱动的模式：B端客户覆盖茶饮、便利店、工业客户，特点是稳量、低营销成本，现金流相对稳定；C端业务处于快速增长阶段，目前公司正在加快零售渠道推广，随着营收规模扩大，费用率会逐步摊薄，未来C端预计会成为咖啡业务的利润主力军。感谢您的提问。</p> <p><b>19.2025年公司C端整体的体量、线上线下占比、各核心品类（燕麦奶、牛乳茶、金猫咖啡）的体量情况如何？</b></p> <p>答：您好，2025年公司C端业务同比增长1.3亿元，同比增速86%。从渠道商来看，线上和线下的结构约5:5。从产品角度来看，牛乳茶约占45%，剩余的55%由咖啡及植物基品类各一半。品类增速最快的是牛乳茶，全年同比约5倍的增长。感谢您的关注。</p> <p><b>注：相关活动如涉及对行业的预测、公司发展战略规划等相关内容，不能视作公司或管理层对行业、公司发展或业绩的承诺和保证，敬请广大投资者注意投资风险。</b></p>
<p><b>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</b></p>	<p>本次活动不涉及未公开披露的重大信息。</p>
<p><b>附件清单（如有）</b></p>	
<p><b>日期</b></p>	<p>2026年5月12日</p>