

公司代码：605567

公司简称：春雪食品

# 春雪食品集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2026-001

# 春雪食品集团股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

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 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"/> 一对一沟通 <input type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称	参与春雪食品2025年度暨2026年第一季度业绩说明会的投资者
时间	2026年5月14日，上午10:00—11:00
地点	上证路演中心网络文字互动
公司接待人员姓名	董事长：郑维新先生 董事、总经理：郑钧先生 董事、副总经理、董秘：李颜林先生 独立董事：杨克泉先生 财务总监：郝孔臣先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、董事长致辞</b></p> <p>尊敬的各位投资者、各位网友：大家好！非常高兴今天能与大家一起就春雪食品集团股份有限公司2025年度暨2026年第一季度业绩说明会进行实时在线交流。在此，我谨代表春雪食品，向今天参加网上交流的各位投资者和网友表示热烈的欢迎！向关心与支持春雪食品的各界朋友表示衷心的感谢！</p> <p>我们真诚地希望借此机会能与各位投资者坦诚沟通，更热切地希望得到各界朋友的意见与建议，我们将再接再厉，以更优异的业绩回报投资者，回馈社会！</p> <p><b>二、预征集问题回复</b></p> <p><b>问题一</b></p> <p>问：1. 公司7兆瓦光伏发电与储能建设项目，已于2026年4月举行开工仪式，请问该项目预计何时可以正式并网发电？预计每年能为公司带来多少度的发电量，对应多少成本节约，对公司利润端的贡献有多大？2. 2026年一季度海外出口收入占比达28.89%。请问当前公司核心出口市场的需求是否具备持续性？针对东南亚、非洲、中亚等新兴市场的拓展，目前取得了哪些进展，全年的拓展目标是什么？3. 公司在年报中明确设定2026年营业收入同比增长20%、调理品销量同比增长30%以上的经营目标，但一季度营收仅同比增长9.61%，远低于全年目标的季度均衡进度；同时一季度调理品收入占比48.07%，与生鲜品占比基本持平，较2025年全年没有任何提升，甚至出现结构倒退。请问管理层如何解释一季度目标进度的严重落后？4. 公司2025年调理品产能13.66万吨，全年销量仅6.29万吨，产能利用率不足46%，在此基础上仍规划2026年新增调理品产能2.88万吨。请问截至一季度末，新增产能的实际建设进度如何？在现有产能严重闲置的情况下，执意扩产的商执意扩产的商业合理性是什么？</p> <p>答：1、公司7兆瓦光伏发电及储能建设项目目前已进入安装施工阶段，整体进展顺利，预计将于2026年8月底前全部完工并投入使用。该项目以“自发自用”为主，有助于进一步提升公司绿色能源使用比例，降低能源成本，增强公司绿色低碳</p>

投资者关系活动主要内容介绍

发展能力。根据目前测算，项目建成后预计年发电量约 1000 万度，可实现年降低电费支出约 400 余万元。随着项目投入运行，公司在能源成本控制、绿色制造及可持续发展方面的优势将进一步增强，对提升经营质量和长期盈利能力将起到积极作用。未来，公司也将继续围绕“高端化、智能化、绿色化”方向，持续推进节能降耗、绿色制造及数字化升级相关工作，不断提升企业综合竞争力。

2、2026 年一季度，公司海外出口收入占比达到 28.89%，出口业务继续保持较好增长态势。从目前行业趋势和公司自身竞争力来看，我们认为核心出口市场需求具备较强持续性。日本和欧洲是公司最主要的出口市场。其中，日本市场属于中国鸡肉调理食品的传统核心出口市场，消费习惯成熟、供应链稳定，客户更加注重长期稳定供货能力、食品安全和品质一致性。春雪食品深耕日本市场多年，在产品品质、交付稳定性以及客户信任方面形成了较好的积累，日本市场整体呈现“稳中有升”的特点。欧洲市场则是公司近年来增长较快的新兴市场。与日本市场更关注结果不同，欧洲客户更加关注体系化能力，包括食品安全体系、可追溯体系、ESG 及可持续发展能力等。公司近年来持续推进国际认证、绿色制造、数字化追溯等建设，与欧洲市场的发展方向较为契合，因此欧洲市场目前仍处于较好的成长阶段。春雪食品长期出口积累形成的品质信赖红利、国际认证壁垒以及产品研发和创新能力，将成为未来全球化发展的核心支撑。在新兴市场方面，公司也在积极推进东南亚、非洲、中亚等区域的市场拓展。目前部分区域已完成客户开发、产品适配及业务对接工作，整体仍处于市场培育和渠道建设阶段。公司对新兴市场的定位，更多是作为未来全球化布局的重要增量市场，而非短期规模贡献市场。2026 年，公司仍将重点围绕日本和欧洲两大核心市场提升市场份额，同时稳步推进新兴市场布局，持续优化出口市场结构，增强公司全球化经营能力及抗周期能力。

3、公司年度经营目标是基于全年经营规划制定的，一季度经营情况受春节错期、消费淡季、渠道节奏以及产品结构调整等因素影响，季度间通常存在一定波动，不能简单按季度均衡拆分全年目标。从结构上看，公司当前仍处于由生鲜品向调理品持续升级的过程中。调理品业务尤其是高附加值产品的市场导入、渠道建设及客户培育，需要一定周期。一季度调理品收入占比与全年相比未出现明显提升，主要与部分出口订单春节交付节奏、高质生鲜品阶段性需求增长以及国内消费市场恢复节奏有关，并不意味着公司战略方向发生变化。从趋势来看，公司调理品销量和出口业务仍保持增长态势，尤其欧洲等高端市场增长较快。公司目前也在持续推进新品开发、渠道升级及国内外市场结构优化。管理层对于全年经营目标保持审慎乐观态度，后续将继续围绕“高性价比差异化产品+全球化市场布局”推进经营改善和结构升级。

4、食品加工行业的产能利用率不能简单按静态数据理解。公司出口日本、欧洲等多个国家，产品形态和规格较多，同时国际客户对过敏源、微生物控制等要求较高，不同产品切换过程中需要进行深度清洗和验证，这会对整体产能利用率产生一定影响。同时，公司部分核心设备在订单高峰期已接近满产运行。参考行业公开口径，食品调理品行业产能利用率普遍处于 60%-70%区间，因此不能简单以传统工业制造业标准衡量食品加工行业产能利用情况。此外，公司 2026 年新增的 2.88 万吨调理品产能，并非新建工厂，而是在前期已完成基建投入的预留空间内实施扩产，边际投入远低于新建同等规模项目，具备较好的成本和效率优势。公司认为，当前预制食品行业仍处于快速发展阶段，未来竞争的核心之一是优质产能和稳定交付能力。尤其出口市场客户认证周期较长，公司需要提前进行产能储备和布局。公司有信心随着市场拓展和产能逐步释放，推动未来经营规模和盈利能力持续提升。

**问题二**

问：1. 公司一季度研发费用同比大幅缩减。研发费用同比大幅缩减的原因是什么

投资者关系活动主要内容介绍

么？公司在年报中提及将推进合成生物、精准营养模型等新技术的研发应用，但请问目前这些新技术的研发与应用进展如何？在养殖端降本、产品端升级方面，已经取得了哪些实际成效？2026年在研发投入、新技术落地方面有哪些具体规划？2. 2026年白羽肉鸡行业明确面临祖代鸡海外引种受限、商品代毛鸡供应紧张、“缺鸡不缺肉”的供需错配格局，请问截至一季度末，公司商品代毛鸡的自给率是多少？相较于全产业链布局的同行业公司，公司在原料端是否完全没有自主可控能力，只能被动接受毛鸡价格上涨的成本冲击？3. 2026年白羽肉鸡行业进入产能出清、集中度提升的周期，请问管理层如何看待当前的行业竞争格局？相较于同行业的圣农发展、仙坛股份等竞争对手，公司的核心竞争壁垒是什么？2026年及未来3-5年，公司的市场份额提升目标是什么，将通过哪些方式实现行业集中度的提升？

答：1、公司2026年一季度研发费用同比有所波动，主要受研发项目推进节奏阶段性变化以及研发人员结构调整等因素影响，并不代表公司降低研发投入力度。根据公司年报披露，2025年公司全年研发投入达1267.14万元，同比增长13.97%，研发投入已连续多年保持增长，过去五年研发投入复合增长率达27.37%，整体仍处于持续加大投入阶段。目前，公司研发方向正在从传统产品研发，逐步向“产业链研发”延伸。在养殖端，公司围绕精准营养模型、智能化养殖及数字化管理等方向持续推进，通过优化饲料配方、养殖效率和健康管理，降低综合养殖成本；在食品端，公司重点围绕高性价比差异化产品、出口标准产品以及健康化消费趋势推进新品和工艺研发。公司在年报中提到的“合成生物、精准营养模型等新技术的应用”，是指白羽肉鸡行业在2026年的共性应对策略，部分公司会有所布局。公司相关研发方向更多是结合公司实际业务场景逐步推进应用。公司认为，未来食品行业竞争不仅是规模竞争，更是研发能力、产品创新能力和体系化能力的竞争。此外，公司部分技术投入和工艺升级，会体现在数字化、设备改造及生产效率优化等环节，并不完全体现在单一研发费用科目中。2026年，公司仍将持续推进研发投入及新技术落地，进一步提升养殖效率、产品附加值和长期竞争力。

2、截至2026年一季度末，公司商品代毛鸡自给率为100%。公司目前主要采用委托养殖模式，本质上更接近“轻资产自养”模式，因此公司经营受外部社会市场毛鸡价格波动影响相对有限，更主要受委托养殖成本变化影响。公司并非被动接受原料价格波动，而是通过产业链协同进行综合对冲。一方面，在采购端持续优化鸡苗、玉米、豆粕等主要原料采购成本；另一方面，在养殖端持续提升养殖效果和管理效率，降低综合养殖成本。同时，公司也在持续提升高附加值鸡肉深加工调理品业务占比，通过产品结构升级增强盈利能力和抗周期能力。公司认为，未来白羽肉鸡行业竞争不仅是上游资源竞争，更是全产业链经营效率、食品深加工能力和客户体系能力的竞争。公司将继续围绕高附加值食品方向推进经营升级，提升对行业周期波动的综合应对能力。

3、公司认为，2026年白羽肉鸡行业正在进入新一轮提质增效和集中度提升阶段，这与国家“十五五”规划中强调的高质量发展、高端化、智能化、绿色化方向是一致的。未来行业竞争将逐步从过去单纯的规模竞争、价格竞争，转向价值竞争、品牌竞争和体系化竞争。随着行业周期波动加剧以及消费者对食品安全、品质和健康需求不断提升，中小产能、低效产能将面临更大压力，具备食品加工能力、品牌能力、出口能力及数字化管理能力的企业，有望进一步提升市场份额。与部分同行相比，公司核心竞争力更多体现在食品属性而非单纯养殖属性。公司长期深耕鸡肉深加工调理品领域，出口日本近30年，并持续拓展欧洲等高端市场，在国际认证体系、食品安全管理、客户信赖、产品研发及柔性制造方面形成了较强竞争壁垒。同时，公司持续推进数字化、智能化和绿色化升级，通过提升养殖效率、加工效率及供应链协同能力，实现产业链提质增效。公司认为，未来行业集中度提升，不仅是鸡源的集中，更是价值、品牌和全球化能力的集中。未来3-5年，公司将继续围绕

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>高附加值鸡肉食品方向发展，持续提升调味品占比、出口占比和高端客户占比，通过产品升级、渠道升级、全球化布局及优质产能释放，进一步提升公司行业竞争力和市场影响力。</p> <p><b>三、网络文字互动交流问题回复</b></p> <p><b>问题一</b></p> <p>问：公司 2025 年归母净利润实现了大幅增长，请问增长的主要驱动力是什么？这种增长是否具有可持续性？</p> <p>答：公司 2025 年归母净利润实现较大幅度增长，主要是产品结构优化、出口业务增长以及内部提质增效共同作用的结果。</p> <p>一方面，公司持续提升鸡肉调味品等高附加值产品占比，带动整体盈利能力改善；另一方面，公司出口业务特别是欧洲等高端市场增长较快，较好对冲了国内市场价格波动风险。同时，公司近年来持续推进精益化管理和数字化升级，在采购、养殖、生产及供应链协同等方面不断提升经营效率，叠加部分主要原料价格阶段性回落，对利润改善形成了积极支撑。</p> <p>公司认为，行业利润本身具有一定周期属性，但未来企业之间的竞争，将越来越体现为价值竞争、品牌竞争和体系化竞争。公司当前更关注长期经营质量，而不是单一阶段利润波动。随着调味品占比提升、全球化市场拓展以及数字化提质增效持续推进，公司长期盈利能力有望保持相对稳健的发展态势。</p> <p><b>问题二</b></p> <p>问：1. 公司把一季度利润下滑归为鸡苗涨价 + 美元贬值：公司对鸡苗价格有没有对冲或锁价方案？美元汇率如果继续贬值，二季度、全年利润是否会继续大幅下滑？有没有相关对应方案 2. 公司在 2026 年全年对利润方面有没有设定具体的目标？</p> <p>答：鸡苗价格和汇率波动属于白羽鸡出口行业经营中需要长期面对的重要变量。一季度利润受到鸡苗价格上涨及美元阶段性贬值影响，更多体现的是阶段性经营压力，并不意味着公司经营逻辑发生变化。针对鸡苗价格波动，公司目前主要通过产业链协同方式进行管理，包括优化采购节奏、加强供应商合作、提升养殖效率以及持续推进降本增效等。同时，公司采用委托养殖模式，本质上更偏向“轻资产自养”，整体更关注综合养殖成本，而不仅仅是单一鸡苗价格波动。</p> <p>针对汇率风险，公司出口业务已积累多年国际化运营经验，目前正通过外汇风险管理措施以及出口市场多元化等方式，降低币种波动对经营的影响。同时，公司多数海外客户属于长期战略合作客户，双方合作稳定，在价格调整、产品结构优化、配方调整等方面具备一定协同空间，有助于缓冲短期汇率波动带来的经营压力。此外，公司也在持续提升高附加值调味品占比，以增强盈利韧性和风险对冲能力。总体来看，公司认为行业短期波动属于正常经营现象，未来将继续通过产品升级、全球化布局及提质增效等方式，持续提升企业抗周期能力和长期经营质量。</p> <p>公司 2026 年目前已披露的经营目标，主要聚焦营业收入、调味品销量及经营质量提升等方面，包括营业收入同比增长 20%、调味品销量增长 30% 以上等目标。对于利润指标，公司考虑到白羽鸡行业本身具有一定周期性，同时原料价格、汇率波动及国际市场环境仍存在不确定性，因此目前未单独披露具体利润目标。未来，公司将持续通过提升高附加值调味品占比、扩大出口业务、推进数字化降本增效以及优化产品和渠道结构等方式，不断提升整体盈利能力和抗风险能力。</p> <p><b>问题三</b></p> <p>问：您好，请问公司今年有扩展其他业务的打算吗？</p>
----------------------	---

投资者关系活动主要内容介绍

答：公司今年整体仍将围绕鸡肉食品主业和“大食品”战略展开，短期内不会偏离食品主业进行大跨度跨行业扩张，而是更注重在现有产业基础上的延伸和升级。

一方面，公司将继续深耕鸡肉调理品（预制菜）业务，持续提升高附加值产品占比；另一方面，也在积极探索“鸡肉+X”多品类食品方向，例如海产品预制菜等新品类，目前部分产品已进入山姆会员店并出口日本，属于公司在“大食品”方向上的有益尝试。此外，公司也在持续推进数字化、智能化和绿色化相关布局，包括智能应用+食品制造、智慧工厂、绿色能源等方向，更多是围绕主业提质增效，而不是单纯追求业务多元化。公司认为，未来食品行业的发展趋势，是从单一产品竞争逐步转向品牌、渠道、供应链和综合服务能力竞争。因此，公司当前更希望通过产业链延伸、产品升级和全球化布局，逐步提升公司长期竞争力和抗周期能力。

**问题四**

问：公司一直将鸡肉调理品（预制菜）作为核心主业，请问 2025 年该业务的表现如何？未来公司在预制菜领域有何新的布局和规划？

答：2025年，公司鸡肉调理品业务整体实现了“量质齐升”。全年调理品销量达到6.29万吨，同比增长8.45%；实现营收12.30亿元，占食品营业收入比重稳定在50%左右。尤其在行业价格竞争较为激烈的背景下，公司调理品毛利率同比提升4.56个百分点至17.49%，体现出较强的产品竞争力和盈利韧性。

公司认为，预制食品行业正在从过去的“流量竞争”逐步进入“价值竞争”和“品牌竞争”阶段。未来消费者对食品安全、健康化、高性价比和便捷性的需求会持续提升，这也与国家“十五五”规划提出的食品工业高质量发展方向相契合。

未来，公司将坚定推进“大食品”战略。一方面，持续提升调理品业务占比和利润贡献，在现有爆汁鸡米花等核心产品基础上，进一步打造具备长期潜力的大单品；另一方面，积极推进“鸡肉+X”多品类预制食品布局，目前海产品预制菜已进入山姆会员店并出口日本，为公司未来品类拓展积累了经验。

同时，公司也在持续推进智慧工厂和优质产能建设，为未来市场拓展和产品升级提供支撑，推动公司逐步由传统鸡肉加工企业向高附加值食品企业升级。

**问题五**

问：请问公司在智能应用方面情况如何？

答：公司近年来持续推进数字化与智能化转型，目前正围绕“业务在线、数据驱动、智能运营”的整体架构，逐步推进智能应用及数字化技术在经营管理各环节的应用。

公司已基于用友BIP系统搭建集团化运营管理平台，通过数据平台实现采购、养殖、生产、销售、财务等核心业务的数据贯通和协同管理，并积极探索“智能应用+食品制造”的应用方向。

具体来看，在养殖端，公司正推进智能化养殖、精准营养模型及数据化管理，持续提升养殖效率和健康管理水平；在加工端，推进智能排产、数字化质量控制及精益化生产，提高生产效率和柔性制造能力；在营销端和管理端，则通过数据分析和经营驾驶舱等工具，提升市场响应速度和经营决策效率。

公司认为，未来食品行业竞争不仅是产品竞争，更是数字化能力和体系化运营能力的竞争。公司将持续推进数字化、智能化与产业深度融合，通过“智能应用+制造”“智能应用+管理”等方向，推动企业向更加精细化、智能化的运营模式升级。

**问题六**

问：公司双品牌策略怎样运作？

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>答：公司目前实行“春雪食品+上鲜”的双品牌协同发展策略，核心思路是通过品牌差异化定位，实现不同渠道、不同消费场景的互补覆盖。</p> <p>其中，“春雪食品”品牌更多聚焦线下餐饮、商超及出口渠道，重点服务B端大客户和高端消费市场，依托公司长期积累的食品安全体系、出口标准和产品研发能力，强化专业化食品供应能力。</p> <p>“上鲜”品牌则重点布局电商、新零售及年轻消费群体，更加注重线上运营、用户互动和消费场景创新，目前已成为公司在C端市场的重要品牌抓手。</p> <p>渠道方面，公司同时覆盖B端餐饮、团餐、商超渠道以及C端零售、电商渠道，并形成了内销与出口相对均衡的市场结构。这种“双品牌+多渠道+内外贸协同”的模式，有助于增强公司抵御单一市场和单一渠道波动风险的能力。</p> <p>未来，公司也将继续围绕“大食品”战略，推动双品牌在产品、渠道、消费场景及用户运营等方面形成更强协同效应，进一步提升品牌影响力和市场竞争力。</p> <p><b>四、董事、副总经理、董事会秘书致辞</b></p> <p>尊敬的各位投资者、各位网友：大家好！非常感谢大家的积极参与，感谢你们对春雪食品集团股份有限公司的关注与支持！通过本次的网上交流，大家对春雪食品本期业绩、行业发展、经营目标、发展战略等情况有了更进一步的了解，也对公司未来的发展有了更多的信心。</p> <p>在聆听投资者的建议、期望和要求后，我们将予以认真反馈吸收，努力提升自身的经营管理水平。在今后的发展中，我们将把大家的宝贵意见和建议融入企业的经营管理中，借此进一步完善自身的发展，在合理控制经营风险和财务风险的前提下，继续加大产品和技术创新力度，组建优秀的人才队伍，扩大企业生产经营规模，以规范运作、科学管理、优良的经营业绩回报广大投资者！</p> <p>本次说明会到此结束了，但是我们仍希望能够通过更多渠道来与大家沟通交流。欢迎大家通过电话、信件、电子邮件等方式与我们保持密切联系，我们也将及时回复投资者们的意见，做好信息披露，自觉接受监督。</p> <p>最后，我谨代表公司管理层和全体员工，再次对社会各界朋友对春雪食品的关心和支持表示衷心的感谢！对上证路演中心为我们提供这样一个交流机会和良好的服务表示衷心的感谢！</p> <p>谢谢大家！</p>
<p>附件清单</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2026年5月14日</p>