

中炬高新技术实业（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 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 <u>2025年度股东会暨投资者交流会</u>
参与单位名称及人员姓名	天风证券、中银国际证券、华宝基金、融通基金、中金、长盛基金、国联民生证券、平安基金、高盛、华安证券、中泰证券、华创证券、景林资产、上海原点资产、方正证券、长江证券、中国银河证券、中邮证券、中欧基金、东方证券、中信证券、广发证券、嘉实基金、浙商证券、开源证券、国泰海通、华鑫证券、东兴证券、中信建投证券、华福证券、财通证券、国盛证券、野村东方国际证券、华西证券等60家机构，超100人参会（注：以上机构顺序排名不分先后）
时间	2026年5月19日 16:00-17:30
地点	公司904会议厅现场交流
上市公司接待人员姓名	董事长 黎汝雄 副董事长 余健华 总经理 余向阳 董事、常务副总经理兼财务负责人 林颖
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 公司在存量的传统渠道之外积极拓展大B业务，包括团餐、餐饮定制等，目前这块业务整体的体量有多少，今年下游客户拓展情况如何？</p> <p>回复：团餐业务是我们近期重点规划并着力推进的新业务方向之一。我们希望通过真正服务于广大普通家庭和日常消费群体，推动大众化餐饮的灵活供给与品质提升。</p>

在学生餐方面，我们正积极响应国家近年来对校园食品安全、营养健康标准不断提高的政策方向。中国营养学会、中国教育协会等机构已对学生餐提出了更严格的食品安全、健康与营养要求，为此，我们从供应链到终端服务都进行了系统升级。我们希望通过这种合作，打造一种可复制、可持续的学生餐业务模式，全面提升从供应商到终端学校的服务水平。目前，各区域团队正在紧锣密鼓地推进招标及准入工作，力争尽快实现更大范围的项目落地。

2. 自上年开始，公司在组织人员、内部提效方面做了很多工作，持续缩小与龙头差距，从2026年看，内部提效能有多少空间和利润贡献？

回复：关于组织架构调整与运营效率提升，公司自2023年底已持续推进，虽然公司近年员工人数有所下降，但人工成本总额没有明显下降，主要原因在于过去管理模式过于传统，人才素质不高，平均工资水平较低。今年公司加大了高层次人才的引进力度，同时通过信息化建设、流程优化、组织架构调整、市场化外包等措施，减少了基础性岗位人员，使得员工平均工资水平提高，使其更具备市场竞争力。

3. 公司从去年四季度以来在经营细节、员工面貌等方面变化明显，业绩也超预期。公司自上年董事会换届后做的最对的几件事是什么？未来3-5年，希望公司在行业中处于什么样的地位？

回复：我们认为，公司业务的基本面是良好的。此前的核心问题在于不同团队间沟通不畅，导致管理团队在新旧交替过程中产生了一些摩擦，也造成了变革期间的不稳定。但目前，随着团队之间沟通机制的改善，大家已经形成共识，就是全心向外、聚焦业务，工作也逐步落实到位。

4. 公司对现有股权激励及未来激励有什么计划？

回复：关于股权激励计划事宜，公司一直高度重视对核心团队的长期激励与约束机制建设。目前，公司正在对既有的股权激励方案进行全面审视，并将结合最新发展战略和市场环境变化，本着“以奋斗为本、以业绩论英雄”的原则，继续研究制定更贴合当前发展阶段、更具可操作性及风险可控的激励方案，具体请以公司对外披露信息为准。

5. 在基础调味品业务修复阶段，公司将如何平衡外延并购与内涵增长？在手现金充裕的情况下，未来2-3年并购补强的优先级和预期是怎样的？

回复：关于公司未来的增长战略，我们明确将内涵式增长作为公司发展的核心路径，公司正从体系、信息化、组织、团队四个方面进行全面能力升级，因为战略的落地必须匹配相应的能力，才能支撑公司持续健康的发展目标。此外，我们也在关注消费者对新产品的需求，并通过数据来指导产品结构调整和推广策略。此外，公司还将推动电商业务的发展，依托传统渠道与新渠道的协同效应。公司一直在持续寻找和储备合适的并购项目，确保具备相对稳健的财务能力来支持未来并购的落地。这不仅仅局限于调味品方向，也包括具备技术研发能力的相关企业，我们希望通过对这些方向的有效补充，进一步增强公司的产品矩阵和技术壁垒。总体而言，公司会在积极寻找合适并购机会的同时，严格控制估值，避免因商誉过高对财务报表产生不利影响。公司将在审慎评估每一机会所带来的新价值和潜在财务风险的基础上，选择合适的时机推动并购落地。

6. 自上年董事会改组之后的改革成效？公司目前还有哪些短板需要弥补？

回复：我们认为，公司真正需要的改变，不是一两个具体举措，而是要从根本上统一内部的声音，关键在于大家是否拥有共同的利益点和目标。我们相信，只要大家都想把事情做好，就一定能形成合力。在团队建设方面，我们正在积极推动让有能力的人能够主动站出来承担责任。这半年来，已经有七个新的部门负责人到岗，其中既有外部引进的优秀人才，也有内部晋升的骨干。我们强调的是，公司需要的是整个团队都想做事，才能真正见到效果。因此，我们的工作重点在于确保沟通到位、思想到位、激励到位，进一步推动团队的执行力和凝聚力。

7. 公司大众餐饮的进展及未来2-3年明确的产品/渠道抓手是什么？

回复：关于大众餐饮的布局，餐饮渠道对公司而言具有重要的意义，但在不同区域的发展水平并不均衡。我们在广东、福建、浙江、广西、海南等省份持续推进品牌建设，为此，我们一方面依托公司传承多年的酿造工艺和产品积淀，另一方面也在组织架构和推广团队上进行调整。我们认为，消费者的核心需求在于口味，但更关键的是如何将产品与具体的烹饪场景有效结合，让产品真正被端上餐桌。因此，我们从大众化餐饮的基本需求出发，重点解决老百姓日常烹饪中的痛点。这既需要我们有能力服务好餐厅厨房，也需要重建厨师服务

体系。此外，在火锅底料、烧烤调料等品类上，公司也在加大布局力度，通过现有合作，推进火锅底料及相关产品的开发。

8. 请问公司如何看待复合调味料行业的竞争格局？尤其是酱油与调味酱两个赛道差异较大——酱油相对稳定、走大单品模式，而调味酱非常细碎、渠道分布分散。公司在收购复合调味料公司后，未来在调味酱赛道的发展战略、组织建设方面是如何规划的？

回复：我们观察到当前消费者的需求正在发生深刻变化，无论是受电商模式的影响，还是生活理念的改变，消费者的需求已经呈现出碎片化、个性化的特征，并且正在向数字化、成品化方向转变。消费者越来越关注产品的质量与便捷，同时对产品提出了更高的要求。作为产品生产商，我们必须顺应这一趋势。我们认为，未来的复合调味品行业将围绕三个核心方向展开：一是消费者培育，二是人群的个性化需求，三是基于不同场景和生活方式的产品特性。这意味着，消费者愿意为能够满足其需求的优质产品付出更高的成本。如果企业能够在满足消费者需求体验这一核心上有所突破，所获得的回报将远超基础层面。我们认为，未来的调味品需要在功能性、概念性和营养性上进行全面提升。我们相信，通过持续创新，不断满足消费者对生活品质 and 认知需求的提升，将是公司未来在调味品行业中的核心策略。

9. 请问公司土地方面的进展及后续规划是怎样的？

回复：土地资产在公司整体资产中占有一定比例，我们目前将土地盘活作为公司净增长的重要方向之一。需要说明的是，公司不会在土地方面再做大规模的扩大投入，而是会把主要精力聚焦在主业发展上，同时积极推动存量土地的价值释放。具体来说，我们主要通过三种方式来推进：第一，积极推动土地收储。公司的地块位于中山市一个较为优越的位置，处于城区与开发区之间，属于待开发的片状化区域。近年来中山市的城市发展较快，包括节假日期间的关注度也在提升，整个区域正在不断开发。该地块紧邻中山市造价最高的一条快速路——世纪大道，这条快速路将从地块附近穿过，为地块带来较为合理的价值支撑。第二，我们会盘活原有的、过去十几年一直未能有效利用的一些隐性市场和存量房地产资产，这部分我们认为仍有增长空间。第三，中山市目前市场关注度较高，我们会积极寻找房地产商、合作伙伴等开展合作。通过这三种方式，我们将持续挖掘和释放公司土地资产的潜在价值。

关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及未公开披露的重大信息。
附件清单（如有）	无
日期	2026年5月19日