

证券代码：605089

证券简称：味知香

苏州市味知香股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-004

投资者关系活动类别	<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 checked="" 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 type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位	中泰证券、天风证券、光大证券、重鼎资产、卡比尔基金、天瑞万合、汉鸿基金及业绩说明会线上投资者
时间	2026年5月
地点	上证路演中心、公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长及总经理夏靖 财务总监谢林华 独立董事肖波 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>1、问：报告期内驱动业绩增长的核心业务/产品是什么？</p> <p>答：您好，味知香核心业务主要由零售、批发、商超三大渠道业务组成，报告期内零售渠道通过门店优化升级、渠道下沉开拓夯实营收基本盘，推行“城市合伙人”计划，鼓励优秀店主实现多店经营，持续稳固终端家庭消费市场；批发渠道依托“饕玉”品牌深化餐饮、酒店及团餐客户布局，深化“1+N”业务模式，完善渠道网络，实现规模稳步增长；商超渠道通过成功入驻主流商超、地方性超市、生鲜超市及线上买菜平台等，</p>

加速突破新场景，三大渠道协同发力支撑公司发展。产品方面，紧密围绕市场需求，构建了覆盖“小炒、蒸煮、煎炸、卤味”等多烹饪方式的丰富产品矩阵，成功实现了从传统冷冻品向“冻品+短保”多元形态的升级，赋予了消费者不同的消费体验，谢谢。

2、问：请问“靖哥哥”熟食店运营模式是什么？该品牌未来是否会对外开放加盟？

答：您好，“靖哥哥”品牌门店正在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，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；线下以明厨亮灶实景经营增强消费者直观体验。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，谢谢。

3、问：未来的分红政策与股本扩张计划是怎样的？在提升股东回报方面（如分红、回购），有何具体考虑？

答：您好，公司始终坚持稳健的分红政策，高度重视对投资者的合理投资回报。公司会在兼顾自身经营发展及日常营运资金需求的基础上，合理平衡企业长远发展与股东回报，致力于为投资者创造长期稳健的价值回报，谢谢。

4、问：公司如何通过供应链优化来提升竞争力？

答：公司供应链优化的核心思路可以概括为“供应链降本+产品升级”，以此构建长期竞争力。一方面，我们持续优化供应链各环节，提升运营效率，并深化与上游优质厂家的合作，共同做大业务规模，实现互利共赢；另一方面，我们积极推动产品升级，依托益生菌保鲜技术等创新手段，确保产品新鲜度和口感，让消费者吃得更好、更安心。我们希望通过品质与效

率的双重提升，逐步将品牌打造为消费者信赖的“国民级食材”供应商。

5、问：公司在团餐渠道的拓展情况如何？

答：团餐是公司今年重点发力的增量渠道之一。目前，公司团餐业务已在江苏、浙江的多数区域实现覆盖，并稳步向周边及外围地区拓展。在拓展过程中，我们始终将产品品质放在首位，坚持以优质的食材和稳定的供应能力赢得客户的信赖。正因为坚守品质标准，公司团餐业务经营稳健、增长具备可持续性。公司看好团餐赛道长期空间，对公司团餐渠道的未来发展充满信心，后续将持续深挖市场，积极寻求更广范围、更深层次的合作。

6、问：公司如何看待并管理毛利率水平？

答：公司一方面通过上游原料集中采购、锁价、供应链协同等方式控制成本，缓解原材料价格波动带来的影响；另一方面持续优化产品结构，推进生产环节自动化与降本增效，在保持产品竞争力的同时，提高公司盈利水平。

未来公司将继续以提升运营效率、强化成本管控、优化产品矩阵为核心，平衡市场拓展与盈利水平，推动毛利率保持在合理健康区间，为公司长期稳定发展提供支撑。

7、问：公司如何看待当前行业竞争格局？

答：当前预制菜行业整体呈现规范化、品牌化、规模化发展趋势，市场正逐步向具备规模优势和优质供应链能力的头部企业集中，行业竞争更趋理性。公司坚持差异化竞争策略，依托自身在半成品菜领域的长期积累、合规化生产体系与成熟供应链，赢得消费者的信任。

未来公司将持续以更高产品品质、更稳定供应链、更强品牌力为核心，走质价比突出的国民级食材发展路线，通过供应

	<p>链效率优化与成本管控，不断提升市场渗透力与综合竞争力，在行业升级过程中把握增长机会。</p> <p>8、问：公司对于短保类产品与冻品的布局如何考虑？</p> <p>答：随着居民消费习惯转变，短保类产品凭借新鲜度高、周转效率高、食用体验佳等特点，越来越契合当下多种消费场景的核心需求，已成为行业发展的重要方向。与此同时，冻品具备储存方便、流通范围广的优势，其仍是半成品菜领域的基础品类，能够满足多样化的消费与渠道场景。</p> <p>公司结合行业趋势与自身供应链能力，依托益生菌保鲜技术和成熟供应链优势，持续加大短保类产品研发、生产与渠道布局，提升短保类产品供给能力与品质稳定性，从而满足消费者当下的需求；同时公司保持冻品业务稳健经营，优化产品结构与控制成本，形成互补协同的产品格局，更好适配多元消费场景。</p>
附件清单(如有)	无