

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：2026-005

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☒电话会议 ☐其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位	国泰海通、华夏基金、巨杉资产、工银安盛资产、华夏理财、易方达基金、瞰道资产、中金公司、中泰证券、太平洋资产、名禹资产、光大证券、红象投资、圆信永丰基金、国联安基金、天治基金、循远资产、华宝基金、中睿元同投资、东方国际资产、中银基金、递归基金、交银施罗德、银河基金、Government of Singapore Investment Corporation、财通证券、天治基金、泰聚私募、华安财保、中银基金、英大保险、富国基金、国投证券
时间	2026 年 8 月
地点	线上
上市公司接待人员姓名	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	一、公司基本情况介绍 2026 年上半年度，公司实现营业收入 3.45 亿元，同比上期增长 0.69%，实现归属于上市公司股东的净利润 4,117.72 万元，同比上期增长 28.89%。报告期内，公司围绕年初既定目标，稳步推进各项重点工作。在渠道端，公司持续“老店提

升+新店开发”的组合拳，帮助门店积极拥抱新媒体趋势，提升门店效能，团餐通过定制化解决方案表现亮眼，商超渠道延续稳步扩张的态势；在产品端依托益生菌锁鲜技术持续优化品质，同时构建多品牌矩阵覆盖不同消费场景。在供应链端通过工艺升级、柔性生产、产销联动实现运营提效与成本优化。展望下半年，公司将紧抓行业规范化发展机遇，以客户结构、产品结构、供应链三大板块为核心，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，持续构建以客户为中心的可持续核心竞争力。

二、提问

1、问：公司半年度毛利率水平较去年同期有所改善，主要采取了什么措施？

答：公司围绕“降本增效”的目标，在生产制造端持续推进设备更新与工艺技改，通过生产流程优化，有效降低生产环节损耗并提高生产效率。同时公司着力打造柔性供应链合作模式，改变过去简单的买卖采购关系，与部分供应商深度合作，通过上下游协同联动，优化采购成本。

今年以来，部分原材料价格变化，面对牛肉这类价格在高位波动的原材料品类，公司会提前和上游供应商锁价备货，并且会持续开展滚动锁价操作，使得公司实际采购成本具备一定优势，对冲原料涨价带来的压力。

2、问：今年半年度批发渠道表现亮眼的原因是什么？

答：现阶段公司批发渠道内部增长最为突出的板块是团餐业务，目前团餐业务已经覆盖多个区域，但还有大量区域有待进一步渗透拓展。团餐渠道今年上半年除了已有的业绩贡献外，公司团餐业务团队还有部分已经完成招投标流程、进入客户供应商名录的项目，目前处于待供货或者小批量试供货的阶段，可能在下半年为批发业务带来持续增量。

团餐业务本身非常看重综合服务能力，并不是简单完成产品供货。客户对于供货价格稳定性、产品品质一致性以及订单响应、配送时效都有着比较高的硬性要求，只要公司能够持续把价格、品质、交付效率等几个核心环节稳定落地，就能够凭借自身优势和下游客户建立长期可持续的合作关系，随着后续业务覆盖范围逐步的扩大，未来市场空间较为广阔。

3、问：如何规划公司门店端的发展？

答：针对加盟店经营现状，公司推出系统性的老店帮扶升级计划，从门店形象到运营能力进行全方位改造。一方面会对老店的门头设计、店内装修环境、商品陈列布局以及产品结构做针对性优化调整，适配当下消费者的消费偏好。另一方面，公司为门店搭载 O2O 线上经营渠道，同时对门店店主开展运营培训，引导店主自主拍摄短视频、开展直播、营销活动等，拓宽门店获客途径。公司还专门组建内部抖音团队，强化本地生活板块运营，开展线上直播，引导消费者线上购券后到线下门店完成核销消费；同时邀约本地达人到店探店引流，为门店导入公域流量，另外搭建门店对应的社区运营体系，维护私域客户，多措并举拉动单店客流与实际转化。

经营数据层面，二季度加盟店开关店数量已经实现持平，扭转此前持续净关店的状态。后续公司将持续进行门店店效提升工作，同时推进城市合伙人的实际落地转化，为渠道增长带来新的动力。

4、问：公司报告期内费用上升的原因是什么及后续规划？

答：报告期内公司费用出现一定幅度的上涨，主要来自两方面因素。第一是股权激励带来的股份支付费用增加；第二则源于今年公司组织架构的调整，公司搭建起多个业务 BU，推行小团队作战的业务模式，内部岗位职责进一步细分，为匹配业务发展需要引进了部分管理人员及一线业务人员，人员规模

	扩张也推动整体费用规模抬升。公司希望推动整体业务规模的进一步扩张，在费用额随业务扩张有所增长的前提下，依靠规模效应实现费用率维持在相对稳定的水平。 5、问：公司商超渠道半年度整体发展情况及规划？ 答：今年上半年，公司已实现多类型商超客户覆盖，包含连锁超市、生鲜超市以及各类线上平台等。为了更好支撑业务落地，公司还在华南和华北配置了专属业务团队开展驻地化拓展工作，并对接当地具备能力的生产资源，以更好适配商超客户的产品需求，并积极拓展国内外头部客户。在产品选择上，商超渠道以冻品、短保两大核心品类为主，公司依托益生菌保鲜技术和供应链优势，持续加大短保类产品的研发和生产，更好地满足消费者对新鲜、美味、健康、便捷的要求。 6、问：公司如何看待行业发展前景？ 答：从消费端来看，制约行业进一步发展的矛盾更多集中在产业链信息透明度不足上面。消费者会关心食材来源、加工流程、食品安全等问题，如果相关信息不够清晰，就容易产生顾虑。伴随着食品安全、食用便捷性、信息透明度等关键因素的完善和提升，消费者接受度自然会得到提升。放眼海外市场，预制菜相关业态发展已经较为成熟，市场渗透范围广，而国内行业整体发展时间尚短，消费者教育仍需要一定周期。同时国内也在持续推进预制菜相关行业标准的制定，伴随各类政策引导与行业规范不断落地完善，整个行业会进一步走向规范化发展轨道。
附件清单(如有)	无