

甘源食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-007

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 ☐其他
参与单位名称	线上参与 2025 年第三季度业绩说明会的全体投资者
时间	2025 年 11 月 6 日（星期四） 15:00-16:00
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）网络互动
公司接待人员姓名	董事长、总经理、董事 严斌生先生 董事会秘书 张婷女士 财务总监、董事 涂文莉女士 独立董事 汤正梅女士
形式	网络线上
投资者关系活动内容介绍	提问与回答环节 问：海外业务未来的打法与战略？是否会推出清真产品与东南亚当地口味特色的产品？东南亚地区的销售收入确认方式？ 答：尊敬的投资者，您好！公司重视海外市场的发展，将分阶段推进海外业务的发展。公司对东南亚市场进行了深入的市场调研，了解目标国家的文化习俗、消费者偏好以及热销零食的情况。为了更好地满足当地市场需求，由产品经理对海外产品进行本土化设计。基于前期积累的本地化运营经验，公司计划依托自身自动化生产工艺和差异化创新的优势，持续强化豆类核心产品布局，同时结合其本地市场需求积极补充新品。公司尊重东南亚各国文化和法规要求，多款产品已获得国际认可的清真认证。我们将以长期主义的耐心，建立本地团队、研发贴合本地需求的产品、融入本地供应链，逐步在海外市场树立品牌，稳步

推动海外业务的长期发展。公司各销售模式收入确认方式详见公司 2025 年 8 月 13 日在巨潮资讯网披露的《2025 年半年度报告》第八节之“五、重要会计政策及会计估计”之“25、收入”，其他相关信息请关注公司发布的定期报告。感谢您的关注。

问：四季度原材料价格如何展望？

答：尊敬的投资者，您好！公司产品品类丰富，单一原材料依赖程度相对较低，公司有密切关注价格波动情况，为规避和防范原材料价格波动风险，将合理开展套期保值业务，同时通过逢低买入、价格锁定、加强成本管控等多种方式积极应对原材料波动风险，后续也会采取合理的措施管控原料成本。具体情况请关注公司后续披露的公告，感谢您的关注。

问：今年销售费用主要投在哪些方面？接下来是否会有控费用的措施？

答：尊敬的投资者，您好！公司为支持新品投放与海外新市场拓展而策略性提升了销售费用率。后续，公司将通过精细化预算管理，优化费用结构，将资源往优质渠道与核心单品集中，减少低效投入，推动费用率稳步回落。感谢您的关注。

问：今年会员店和量贩零食两个渠道表现如何？公司如何持续提升这两个渠道的规模？

答：尊敬的投资者，您好！公司始终践行全渠道发展战略，积极与各渠道开展密切合作。针对不同渠道的客群特质与场景需求，公司依托柔性的供应链体系，为 KA 卖场、会员店、量贩系统、即时零售等量身定制差异化方案。为了持续提升会员店和量贩零食渠道的规模，公司不断加大新品投放力度，充分发挥公司在裹粉、烘烤、调味上的核心优势，积极响应渠道的产品需求，强化合作力度。未来公司产品的合作渠道及消费场景将持续丰富，逐步将产品优势转化为渠道竞争力，提高渠道的认可度。感谢您的关注。

问：三季报营收和净利润呈反向增长的原因？

答：尊敬的投资者您好，公司第三季度营业收入同比以及环比均有所提升，同时扣非净利率相较上半年有所改善。第三季度净利润额有所下降，主要系公司

在业务扩张初期，为培育未来增长点，对于新品推广和渠道拓展有所投入导致。新产品虽具有市场潜力，但尚处于推广初期，未形成规模，对销售费用增长率产生阶段性影响。后续公司将加快各渠道新品投放节奏，提高新品铺市率，采取积极措施逐步提升市场规模。感谢您的关注。

问：三季度零食量贩或抖音等新渠道的销售占比是否有提升？

答：尊敬的投资者，您好！第三季度报告期内，公司进一步加深与零食量贩店、商超会员店等系统合作，推进新品上市。同时持续深耕传统商超系统，大力发展线上电商短视频和直播、达播等新业态以及线上经销商合作，不断开辟新的业绩增长点，报告期内实现整体销售规模进一步扩大。具体数据请以公司披露的相关公告为准。感谢您对公司的关注。

问：公司后续的新品计划？

答：尊敬的投资者，您好！公司以豆类和风味坚果作为两大战略品类。在豆类领域，我们在经典产品基础上，成功推出了如绿蚕豆、翡翠豆等新品，并正积极拓展“健康豆养”系列。风味坚果方面，以技术创新联动风味创新，构建产品壁垒，打造差异化风味坚果产品。我们以芥末味夏威夷果仁等产品切入市场，分渠道实现逐步覆盖。综上，公司拥有持续的新品储备和迭代计划，通过产品创新，不断拓展市场空间，提升品牌价值，优化盈利能力，从而实现高质量增长。感谢您的关注。

问：线上直播等新兴渠道是否给三季度带来营收增长？投入的费用高不高？

答：尊敬的投资者，您好！公司通过电商平台直接触达消费者，积累品牌用户，实现精准营销和复购提升。随着公司豆类与风味坚果核心单品矩阵的持续丰富与延展，未来，线上平台不仅仅作为公司销售渠道之一，同时也承担着新品传播阵地的关键角色。线上线下联动，实现“线上声量，线下销量”的协同效应，进一步提高产品成功率和品牌认知度。感谢您的关注。

注：以上已将本次交流中类似或重复问题进行了整理和合并。

关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及应披露重大信息。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 11 月 7 日