



重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司

2025 年 11 月 18 日、20 日-21 日投资者关系活动记录表

证券代码：002507 证券简称：涪陵榨菜 编号：2025-016

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 投资者线上交流会		
参与单位名称及人员姓名	本次参与交流的人员名单如下：		
	序号	姓名	机构
	1	吴文德	财通证券
	2	黄欣培	财通证券
	3	费馨涵	汇丰晋信
	4	李文华	汇丰晋信
	5	徐犇	汇丰晋信
	6	徐洋	国泰海通证券
	7	黄琦	翼虎
	8	房俊	国联安基金管理有限公司
	9	施旭健	浙江龙航资产管理有限公司
	10	方军平	上海人寿保险股份有限公司
	11	张夺	合煦智远基金管理有限公司
	12	张珈玮	华泰资产管理有限公司
	13	鲍强	嘉实基金管理有限公司
	14	金昊	中国人民健康保险股份有限公司
	15	宋芳	南京证券（自营）
	16	李梦遥	中国国际金融股份有限公司
	17	熊正寰	中庚基金管理有限公司
18	王子昂	申万宏源证券股份有限公司	



	<table><tr><td>19</td><td>薛一品</td><td>合众资产管理股份有限公司</td></tr><tr><td>20</td><td>杨伟</td><td>农银汇理</td></tr><tr><td>21</td><td>袁多武</td><td>九泰基金管理有限公司</td></tr></table>	19	薛一品	合众资产管理股份有限公司	20	杨伟	农银汇理	21	袁多武	九泰基金管理有限公司
19	薛一品	合众资产管理股份有限公司								
20	杨伟	农银汇理								
21	袁多武	九泰基金管理有限公司								
时间	2025 年 11 月 18 日 10:20-11:30 2025 年 11 月 20 日 15:00-16:00 2025 年 11 月 21 日 16:00-17:00									
地点	2025 年 11 月 18 日 10:20-11:30 在公司分部会议室交流 2025 年 11 月 20 日 15:00-16:00 通过线上会议方式交流 2025 年 11 月 21 日 16:00-17:00 通过电话会议方式交流									
上市公司参会人员	公司董事、董事会秘书、副总经理兼财务负责人：韦永生 公司证券事务代表：谢正锦									
投资者关系活动主要内容介绍	本次会议纪要如下： 1、公司目前价格带布局，是否稳住市场。 回复：公司目前榨菜产品价格带覆盖 2 元-12 元区间，自 60g 产品推出以来，公司重新占据 2 元价格带市场，基本稳住终端市场占比，60g 产品推出是目前公司布局价格带的有效决策，目前 60g 与 70g 产品合计占比公司营收 50%左右。 2、B 端渠道的展望。 回复：餐饮渠道去年以来保持了较好地增长，同时公司新开发了道新开发了泡辣椒、泡姜等多种产品，增加了大包装产品的品类，可满足餐饮渠道范围更广，今年增速预计超过 20%，目前整体 B 端渠道销售额超 1 亿。 3、公司如何稳固榨菜品类的市场竞争。 回复：目前主要通过在线下渠道投入推广费用，维持终端品牌曝光，主要费用投向包括：超市堆头、促销、买赠活动、超市海报等，并对部分区域市场针对性做“定向爆破”活动，维持终端占比。 4、产品出口是否收到影响。 回复：关税上涨后，公司产品在北美地区的销售受到一定程度影响，但通过提升部分价格等措施基本稳住终端情况，其余国家和地区影响较小，整体出口无大幅下滑。									



	5、公司是否继续开展并购。 回复：公司将持续在佐餐开味菜行业寻找合适亲缘并购标的，主要考虑佐餐开味菜行业内及复合调味料行业的优质企业，公司持续考察标的企业，并适时开展并购工作。 6、公司推销新品的策略。 回复：主要从两个方面进行推广，一方面在线上进行试销后转线下，销售通路上，前期主要利用终端推广并辅以产品试吃、买赠、促销等方式，提高新品的知名度，促进消费者食用新品的习惯，另一方面在销售人员薪酬激励方面，除了老产品按照之前的提成方式激励外，新品类设置专项的推广激励，对销售及经销商均有一定的激励作用。 7、原料保护价的机制。 回复：公司按片区与地方政府或合作社签订保护价条约，约定每年雨水节前以 800 元/吨价格收入青菜头原料，当青菜头市场价格高于 800 元/吨时以市场价收购，市场价低于 800 元/吨时以 800 元/吨收购，公司作为地方国企，且行业内青菜头原料需求最高的企业，保护价机制能够促进农民种植原料积极性，打通上游产业链，保障公司长期稳定原料需求。 8、中国榨菜城项目情况。 回复：项目建设正在积极进行中，窖池、厂房及配套设施等基础建筑完成后，生产线待根据公司老旧产能替换及销售终端产品生产需求逐步上线。 9、公司今年推出的新品表现。 回复：脆口系列新产品自五月起上市，目前累计调货额 500 万左右，后续将持续推广；萝卜品类今年整体优化完善并上市，销售额度基本达到预期；肉末豇豆及老重庆杂酱等新品 7 月起在电商上架，目前合计金额已过千万。 10、明年新品推出规划。 回复：今年推出新品类较多，明年预计将放缓推新节奏，主要对现有
--	---



	新品（如萝卜、豇豆、肉末酱豆、爆炒系列等）进行持续优化和推广，公司预计未来趋势为“柔性化、小批量、多批次”生产模式，以适应消费者多样化需求。 11、公司在新兴渠道的布局是否完善。 回复：目前公司主营渠道分为线上与线下，线上方面：由电商团队负责，覆盖天猫、京东、抖音、快手等，基本均已对接。线下方面：分为家庭消费渠道与餐饮渠道，各设置专门团队运营。针对山姆、盒马等会员超市类的渠道，公司已成立“大客户运营中心”专项对接，由公司与客户对接具体合作模式与产品。目前采取经销商与公司双轨并行：若部分新兴渠道不接受经销商介入，公司将承接合作洽谈。 更多近期调研情况及高频问题，可查阅公司近期于互动易平台刊载的各期《投资者关系活动记录表》。
附件清单 （如有）	无
日期	2025 年 11 月 18 日、20 日-21 日