

证券代码：002695

证券简称：煌上煌

江西煌上煌集团食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-002

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	李蓬勃 个人投资者 吴雁 个人投资者 余承 上海承风金萍私募 蔡学标 钤钛投资 王莹 钤钛投资 王德慧 上海九方云 徐文俊 鼎森集团 宋文略 信迹投资 李默然 深圳卓成投资 张世远 知行利他私募 代勇峰 上海掌未资产 曹威 大尧（杭州）资产 郭博安 广发证券 董洁 爱建证券 裴国强 塑盈投资
时间	2025年11月27日 10:00-11:45
地点	江西省南昌县小蓝经济开发区洪州大道66号公司会议室
上市公司接待人员姓名	公司董事、副总经理、财务总监兼董事会秘书曾细华先生 财务中心总监胡泳先生 财务中心经理谭鹏飞先生
投资者关系活动主要内容介绍	期间，投资者参观了公司生产车间和酱卤文化博物馆，并对公司的生产经营情况和发展战略进行了互动和交流，相关具体事项如下： 一、财务中心经理谭鹏飞先生介绍公司2025年前三季度公司经营情况及未来的发展战略。 二、投资者提问环节

1.公司当前三大业务板块具体是什么？各板块核心产品与市场情况如何？

【回复】

公司当前三大业务板块中，酱卤板块为核心支柱，核心产品是拥有行业发明专利的手撕酱鸭，该单品市占率正逐年提升。从行业环境来看，酱卤赛道规模已突破 4000 亿元，年增速保持在 10%以上，具备较强增长潜力；在经营模式上采用“中央工厂+线上线下融合”，其中线下门店贡献近八成营收，线上渠道占比 20%以上，全国范围内布局 8 大生产基地（总部基地规模最大）及 1 个丰城初加工屠宰基地，保障产品供应效率与品质稳定。

米制品板块由子公司真真老老运营，该品牌是嘉兴粽子领域第二大品牌，拥有百年文化底蕴。核心产品涵盖粽子、月饼、青团等，同时不断拓展休闲米制品品类，如麻薯、方便粥等，不断丰富产品矩阵；市场布局上以江浙地区为核心深耕，同时逐步向全国范围拓展，借助区域口碑打开更广阔的市场空间。

冻干食品板块是 2025 年 9 月通过收购福建立兴食品新增的业务，核心产品包括冻干巧克力、冻干茶饮、冻干酸奶块等，业务渠道以 To B 端为主，已与山姆、伊利、每日黑巧等品牌建立合作。从市场前景来看，国内冻干食品市场容量仅 4 万多吨，而美国市场达 400 万吨，存在巨大增长空间；立兴食品作为行业标准制定者，拥有 37 条冻干生产线，技术水平领先，为该板块的发展提供坚实支撑。

2.公司收购福建立兴的契机是什么？

【回复】

收购契机主要是福建立兴业务契合公司推进健康休闲零食赛道整体战略，双方创始人理念一致、文化契合，且福建立兴日常运作规范、具备技术与产能优势。公司收购立兴食品，可进一步丰富公司产品矩阵，实现多元化发展战略，增强公司在行业中核心竞争力。借助立兴食品的销售渠道和市场资源，进入航天、军事、户外探险、医疗等新兴市场，接触更广泛消费群体，实现市场多元化拓展；同时，可依托公司自身门店及相关销售渠道，进一步拓展立兴食品销售渠道。此外，公司将立兴食品先进冻干技术应用于卤味产品保鲜等开发等领域，丰富公司产品形态，满足消费者对休闲、便捷、健康食品的需求。

3.公司未来的并购战略是怎样的？是否会参与非控股投资？

【回复】

公司并购战略将持续围绕健康、休闲等食品细分领域标的进行；公司并购目标是将标的公司纳入上市公司并表范围，不会参与非控股投资，避免因控制权缺失导致的投资风险。

4.公司线下门店的布局及线上线下融合情况如何？

【回复】

线下门店核心布局江西（占比 40%左右）、广东、福建等地，当前正顺应新零售、新媒体运营趋势，深化线上线下融合运营。

线上端已搭建多元渠道矩阵，既涵盖外卖平台、团购平台、直播平台、社区电商平台等流量型渠道，也布局了淘宝、天猫、天猫超市、阿里巴巴、京东、拼多多、有赞商城及自营店铺等销售型平台，主打乐鲜装、高温包装酱卤制品（煌家酱鸭、卤鸭锁骨等）、米制品（粽子、粥、青团等）系列产品。

2025 年前三季度重点发力抖音平台与第三方外卖平台，通过“门店 + 外卖 + 社群 + 抖音”全链路赋能模式，将线上公域流量精准导入门店，转化为私域社群及会员，助力门店销售额提升。目前门店线上线下下单占比达 35% 左右，线上业务采用差异化运营策略，避免对线下门店端造成冲击，核心聚焦门店新零售赋能与整体营收增长。

5.福建立兴冻干产品的布局及区域适配策略是什么？

【回复】

福建立兴作为“全品类冻干大师”，产品布局覆盖休闲食品、方便速食、高端饮品、婴童 / 康养食品等多品类，创新推出冻干巧克力等特色单品并探索中药冻干方向，依托 37 条冻干生产线、8000 m²设备及 41 项转化专利实现年产近 6000 吨冻干品，还提供 OEM/ODM 服务；区域适配方面，国内借助煌上煌近 3000 家门店下沉三、四线及县域市场（冻干减重特性适配低线物流成本），福建等核心区域聚焦细分场景推广，海外则依托出口渠道适配当地饮食偏好与监管要求。

6.当前公司品牌建设面临哪些问题？未来有哪些推广举措和规划？

【回复】

公司已构建“煌上煌”“真真老老”“福建立兴”三维品牌矩阵，各品牌均有差异化优势与荣誉积淀，但消费降级背景下仍面临区域知名度不均、行业竞争加剧、传统高成本营销效益下滑、年轻客群心智连接不足等问题。

未来品牌推广将聚焦三大方向：一是矩阵协同破区域盲区，结合各品牌优势开展组合推广与渠道渗透；二是创新低成本营销，推进高校快闪、场景化联名、主题事件营销，依托线上平台实现内容裂变；三是深化客群心智占领，推动品牌年轻化，精准匹配各品牌目标受众需求，探索创始人 IP 建设，搭建会员权益互通体系，夯实长期竞争力。

7.公司机器人业务的进展及后续规划是什么？

【回复】

公司将以“数字化全产业链升级”为核心，通过深化与 AI 机器人研究机构的合作，在智能工厂、智慧门店、消费场景创新等三大领域展开具体实践，推动 AI 人工智能与消费服务的深度融合。

8.公司在人才发展战略上有哪些规划？

【回复】

人才战略方面，公司每年招聘上百名大学生作为管培生，但留存率不高（主要因年轻人倾向大城市就业）；后续计划稳定核心管理层，逐

	<p>步实现团队年轻化迭代。后期将考虑搭建嘉兴基地人才培养功能，依托其靠近上海的地理优势，聚集优秀的经营管理人才，打造人才培养基地。</p> <p>9.当前消费环境对公司业务有何影响？公司采取哪些应对策略？</p> <p>【回复】</p> <p>当前消费市场呈现结构性分化特征，三、四线城市餐饮门店关停现象较为突出，消费购买力略显承压；而上海等一线城市外环区域餐饮业态复苏态势显著，市场需求逐步回暖。为应对这一态势，公司锚定“以顾客为中心、以利润为目标”的经营理念，围绕营业收入、净利润的双增长目标及“千城万店”五年战略，多维度推进应对工作：</p> <p>一是公司将以“数字化全产业链升级”为核心战略，深度整合数字化与智能化技术，围绕“营销精准化、运营高效化、生产智能化”三大方向，全面构建智慧型产业生态。</p> <p>二是构建AI智慧选址模型，基于地理信息分析与大数据建模，构建智能化选址决策平台，数据驱动精准化扩张，赋能门店拓展，优化渠道与门店质量，推动门店从“数量扩张”向“质量提升”转型。</p> <p>三是借力“江西名片战”打造酱鸭特产店模型，强化手撕酱鸭的江西特产礼属性，以热卤模式为试点建模新鲜卤味场景并复制推广，通过运营升级、组合式套餐售卖等方式，打造具有烟火气的新一代新鲜卤味门店，适配不同消费场景；</p> <p>四是深化品牌与产品创新，加速品牌年轻化，统筹策划《过红火年、吃煌上煌》等全国性联动活动，参与行业展会及音乐节、演唱会等年轻客群聚集的活动，同时推进商品企划升级，优化SKU结构、创新产品工艺与风味，推出手撕鹤鹑等新品，持续做强“手撕酱鸭”核心大单品；</p> <p>五是强化门店终端赋能，通过营销中台&POS一期项目落地，整合收银、会员等信息系统，实现智能化转型，同时构建全渠道会员运营体系，将公域流量导入会员中心，以等级制度、积分机制提升会员忠诚度；</p> <p>六是优化经营适配消费趋势，调整加盟商盈利模型，提升门店线上占比，聚焦中低收入阶层消费回升趋势，同步通过全渠道布局与精细化运营，构筑核心竞争力，保障业绩稳定增长。</p>
附件清单 (如有)	
日期	2025年11月27日