

证券代码：002702

证券简称：海欣食品

海欣食品股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-004

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 及人员姓名	中金公司 沈旻 武雨欣
时间	2025年12月2日
地点	公司
上市公司接待 人员姓名	副总经理、董事会秘书 郑铭 财务总监 项金宏 证券事务代表 杨斌
投资者关系 活动主要内容 介绍	一、我们了解到公司产品已经进入山姆超市渠道，已经过了考核期吗，是否能持续向山姆供货？ 答：公司产品“鱼极 五福到家”已成功入驻山姆超市，目前仍处于销售考核期。凭借优质的产品品质与市场认可度，该产品在山姆火锅丸滑类目中销量位居前列。后续公司将持续围绕山姆等优质商超业态，深化爆品开发与推广力度，优化产品适配性与供应链协同，全力保障稳定供货，同时探索更多品类合作机会。 二、公司长期深耕冻品行业，除了火锅丸滑外，是否计划扩大其他类型的冻品？ 答：有的，目前火锅丸滑产品仍是公司核心营收来源，基于公司在冻品行业多年积累的生产技术、供应链优势及渠道基础，公司已布局速冻面点、烘焙食品等多元冻品品类，丰富产品矩阵以满足消费者多样化需求。目前相关新品类尚处于市场培育与推广阶段，营收贡献暂未凸显。后续公司将持续加大研发创新力度，优化产品配方与口感，

同步推进渠道适配与营销赋能，加速新品类市场渗透，逐步形成多品类协同发展格局。

三、未来有没有加深拓展线上销售渠道的打算，比如加强直播电商布局？

答：公司高度重视线上渠道的布局与深耕，已构建起覆盖京东、天猫等传统电商平台，以及抖音等新兴直播电商平台的全链路线上销售网络，精准适配当下消费者购物习惯与市场趋势。线上业务方面，公司不仅通过软硬广告组合投放强化品牌知名度与美誉度，还积极探索内容营销、达人合作、自播矩阵搭建等多元形式，提升品牌触达效率与用户转化效果。去年公司曾与多位平台网红合作，董事长亲自下场参演视频、广告等，期间在互联网上有一定传播量能。后续公司将持续优化线上运营策略，深化与平台的合作协同，进一步释放线上渠道增长潜力。

四、公司在冻品生产与配送环节的供应链保障能力如何，能否支撑多品类扩张与渠道拓展需求？

答：供应链体系是公司冷冻食品业务发展的核心支柱之一。目前，公司已构建起贯穿原材料采购、生产加工、冷链仓储与物流配送的全链条供应链能力。在生产环节，连江工厂新增产能有效增强了产能弹性与品类适配性，为多品类发展提供有力支持；在冷链物流方面，公司通过招标方式与专业物流伙伴协同，打造了高效、稳定的低温配送网络，切实保障产品品质与交付效率；在采购端，公司与核心供应商保持长期稳定合作，强化原材料供应的可靠性与成本控制。未来，公司将不断优化供应链资源配置，加快仓储物流网络升级，推进数字化管理能力建设，为持续推动多品类扩张与全渠道拓展夯实配套基础。

五、公司毛利率同比提升，为何仍未能实现扭亏？

答：从已披露的三季报看，今年毛利率的提升，主要得益于公司

	持续推进的产品结构优化与生产成本精准管控。然而，由于整体营业收入出现下滑，其形成的毛利额增量尚不足以完全覆盖销售、管理等固定费用。 六、公司过去的销售高度依赖流通、KA、BC等传统渠道，目前在新兴渠道的资源适配与协同方面面临哪些挑战？ 答：公司确实面临渠道转型中的经验与资源适配挑战。由于过去数十年聚焦传统渠道，公司资源配置、运营逻辑已深度适配流通渠道的经销商分销模式，以及KA、BC渠道的终端陈列、堆头促销等打法，而新兴渠道（如抖音、快手等内容电商，社区团购，即时零售、零食量贩等）的底层逻辑与传统渠道差异显著。我们认识到，将传统渠道的优势平移到新兴平台需要过程。当前，公司正着力构建更具渠道针对性的运营团队和资源分配机制，加速对新渠道消费逻辑的理解与响应。目标是逐步实现传统与新兴渠道的高效协同，推动新品放量。
附件清单	无
日期	2025 年 12 月 2 日