

## 盐津铺子股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

证券代码：002847

证券简称：盐津铺子

编号：2026-001

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> <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 type="checkbox"/>现场参观                                <input checked="" type="checkbox"/>其他（电话会议）         </p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>广发证券、长江证券、财通证券、兴证全球基金、博时基金、方正证券、工银瑞信基金、广发基金、嘉实基金、富国基金等投资机构，总计 161 位投资者</p>
<p>时间</p>	<p>2026 年 4 月 8 日（星期三）上午 10:00-11:00</p>
<p>地点</p>	<p>线上电话会议</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>           董事、副总经理：杨林广            董 事 会 秘 书：张 杨            财 务 总 监：杨 峰         </p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>           2025 年，公司聚焦中国风味零食、健康高蛋白零食、健康甜味零食三大核心赛道，以品类品牌战略为牵引，推进大单品落地。公司于 4 月 8 日披露的年度报告中，财务数据也体现了公司的战略突破：1.魔芋产品持续高速增长：全年魔芋实现 17.37 亿元的销售收入，同比增长 107.23%；2.魔芋产品、蛋类零食（鹌鹑蛋）等核心单品的毛利率分别提升 1.12pct、5.63pct，品类品牌战略逐步彰显成效；3.整体经营质量持续提升：2025 年全年实现收入、利润双增。在魔芋原材料价格大幅度提升的前提下，2025 年全年净利率、毛利率、毛销差的全面提升。         </p> <p><b>Q：请介绍公司 2025 年分渠道表现、电商调整节奏，以</b></p>

## 及 2026 年分渠道展望？

A：公司 2025 年整体营收增速为 8.64%，增速处于近年最低位，核心原因是公司主动调整电商业务，线下业务保持持续稳健增长（2025 年同比增长 16.79%）。

自 2025 年 5 月起，电商事业部主动缩减了贴牌产品、公司非重点产品以及低毛利产品，聚焦品牌制造企业电商发展战略，进一步强化电商的“品牌传播”“新品孵化”等职能。

从结果看，调整后电商收入明显下降，但利润模型和产品结构更优，也更符合公司长期战略。2025 年下半年，电商业务同比降幅约 40%，预计调整将持续至 2026 年年中。受此影响，公司整体营收增速在表观上有所放缓。

在线下渠道方面，2025 年增速较快的渠道依次包括：海外渠道、高势能会员店渠道、定量流通渠道和零食量贩渠道。其中，海外业务呈现翻倍增长；高势能会员店渠道增长迅猛；定量流通装渠道，在麻酱素毛肚核心大单品带动下，产品结构、区域结构及经销商结构均发生明显改善，华东、华北、东北等原本较薄弱区域实现了高速增长；零食量贩渠道同比增长 30% 以上。传统经销商散装渠道处于收缩阶段，同比下滑约 20%。

展望 2026 年，公司预计高势能会员店将是增速最快的渠道；定量流通渠道将进一步优化经销商、分销商结构，培育一大批核心战略合作商，进而强化高质量终端网点建设，以麻酱魔芋素毛肚超级大单品带动其他品类矩阵的形成，预计全年保持较高增长；零食量贩渠道将继续保持较好增长势头，公司将进一步深化与鸣鸣很忙集团全方位战略合作。同时，公司将重点拓展 2,000 至 4,000 家门店规模的腰部零食量贩系统，通过增加 SKU 覆盖、联合打造核心爆品等实现销售增量。

海外业务方面，公司将继续推进魔芋、鹌鹑蛋、芒果干等核心品类在更多国家的拓展。

**Q：近期观察到公司在山姆会员店上架了第三个单品“纯鳕”鳕鱼卷，目前已占据热销榜单前列。公司目前在产品创新能力上面有什么经验可以分享？并请公司介绍品类结构、规划。**

**A：**山姆会员店是与公司健康化、高蛋白产品战略高度契合的优质渠道。借助山姆会员店领先的消费者洞察，结合公司品类优势和体系化研发创新能力，公司与山姆会员店共创研发了多个新品。公司目前已在山姆推出的三个重点单品，包括两个蛋类产品和一个鳕鱼卷产品，整体表现较好。公司对后续新品发展保持积极预期：主要得益于公司在原料保障、研发创新、品质稳健和先进精益制造的优势，并已形成了明确的新品研发的系统性方法论。

公司目前已确立以产品驱动的战略布局：聚焦中国风味零食、健康高蛋白零食、健康甜味零食三大核心赛道。这三大赛道中，魔芋零食仍是公司的战略级单品，此外，2025年，海味零食、蛋制品、果冻等多个品类也体现出较好的增长韧性。公司预计2026年，海味零食、蛋制品等健康高蛋白零食的收入增速较为强劲。健康甜味零食预计将实现平稳增长。

**Q：魔芋作为大单品的发展规划。如何看待魔芋的成本、竞争格局以及公司的应对措施？**

**A：**2025年公司完成了核心品类品牌的构建。其中，“大魔王麻酱素毛肚”这一单品不仅推动了魔芋品类成长，也系统性改变了公司的品类品牌模型、大单品模型、定量流通渠道模型和外区域销售模型。2026年，公司预计魔芋品类仍将保持30%以上高速增长。

在魔芋竞争方面，当前魔芋零食行业仍处于成长阶段，距离成熟期尚远。更多企业进入魔芋赛道是积极信号，反映出行业景气度和空间都在提升。

竞争的核心在于研发创新、品质保障、精益生产、供应

链与组织能力等综合实力。当前魔芋零食领域已经形成双龙头的竞争格局。结合公司对魔芋零食的成长阶段的判断，公司对未来竞争保持积极态度。

**Q：公司如何看待原材料成本、魔芋精粉采购价格及利润率？**

**A：**2025 年魔芋精粉价格上涨幅度较大，但通过经营策略对冲了成本压力，魔芋品类毛利率仍保持提升。2026 年，公司核心原材料中，魔芋精粉价格总体呈下行趋势，尤其较 2025 年第三、四季度已有逐步回落迹象，但短期内尚不能预期出现大幅下降。

除魔芋精粉外，公司的主要原材料包括各类油脂、马铃薯全粉、面粉、奶粉、白糖等，已大部分完成锁价；包装材料在短期内可能对成本有一定扰动，但整体影响可控。公司认为，其在原料端和包材端的控制策略较为稳健，通过提前锁价、战略供应商合作及组合采购，可以较好地平抑成本波动。

**Q：请介绍定量流通渠道当前进展、终端建设情况、重点区域拓展方向，以及单点卖力提升的空间和举措？**

**A：**过去一年，“大魔王”麻酱素毛肚的销售突破显著改变了定量流通渠道的业务模型。首先，定量流通渠道销售持续快速增长；其次，公司持续加大组织投入，营销团队规模不断扩大。预计到 2026 年，公司还将继续扩充团队，并引进行业内高级人才，以提升团队密度和组织能力。

经销商结构方面，随着魔芋等核心大单品放量，公司在华北、华东、东北等原本相对薄弱区域实现了明显突破，也显著提升了经销商和分销商的信心。公司正以魔芋为基础，逐步构建新的定量流通产品矩阵，并借助这一势能强化终端网络建设。

在终端建设上，过去可控售点和高质量售点数量较少，

	<p>而随着年销售规模约 20 亿元（含税口径）的大单品逐步形成，公司在全国更多区域高质量终端数量持续大幅增加。2026 年，公司将继续大幅提升可控终端数量，并提高终端质量，通过相应政策推动目标落地。</p> <p>此外，公司通过代言人合作和品牌传播强化消费者心智，进而带动终端动销。未来公司将围绕核心单品进一步夯实组织结构、经销商与分销商结构以及终端售点结构，并通过多产品矩阵逐步实现整个渠道模型的升级。</p> <p>对于定量流通的产品组合，除魔芋外，还包括鹌鹑蛋、海味零食、果冻布丁等产品；校园渠道中还会搭配烘焙、薯片等品类。整体推进将遵循循序渐进的原则，兼顾周转效率和渠道效率，逐步实现对高质量可控售点的更强掌控。</p> <p><b>Q：请介绍未来资本开支规划？</b></p> <p>A：公司过去几年一直维持每年数亿元的投入，主要用于产能扩充、提升先进制造能力、提高效率、效益、强化原料品质保障及提升精益制造水平。2026 年重点方向包括鹌鹑蛋三期养殖项目、海味品类扩产以及魔芋相关智能化改造项目。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>不涉及未公开披露的重大信息</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件</p>	<p>无</p>