

证券代码：002991

证券简称：甘源食品

甘源食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-002

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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称	线上参与 2025 年度暨 2026 年第一季度业绩说明会的全体投资者
时间	2026 年 4 月 24 日（星期五） 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 刘江山先生
形式	网络线上
投资者关系活动主要内容介绍	提问与回答环节 问：甘源核心的竞争力是什么？目前是否依旧保持竞争力？ 答：尊敬的投资者，您好！公司的经典豆类产品（“老三样”）因其深厚的消费基础和稳定的需求，在线下终端始终保持较高的铺货率和可见度，这是公司基本盘稳固的体现。经过多年发展，公司实现了从细分品类龙头向多元化休闲食品品牌的战略跨越，其核心竞争力在工艺技术、供应链、品牌和渠道维度上都得到了实质性提升和拓宽。产品方面，公司成功构建了以豆类与风味坚果为核心、膨化及烘焙为补充的多元矩阵，凭借百余项专利及持续风味创新，产品力显著提升。渠道上，公司深化全渠道布局，覆盖国内大型商超、高端会员店、零食量贩店以及海外东南亚市场等。财务健康度方面，公司现金流稳健，毛利率保持行业较好水平，展现出良好的成本管控与盈利弹性，为未来持续增长奠

定了坚实基础。感谢您的关注。公司相信，当前聚焦于渠道质量改善、新品培育和海外布局的战略，将有助于公司积蓄长期发展动能。感谢您的关注。

问：公司的渠道调整是否已经完成？为什么线下终端只能看到老三样产品，却看不到公司的新产品？

答：尊敬的投资者，您好！公司正加速推进新品的线下推广与渠道优化。春节期间，公司已成功在大润发、步步高、永旺等商超系统上架了芥末夏威夷果仁、芥末味脆皮腰果仁等风味坚果新品。公司对传统经销商渠道的优化已取得积极进展，同时深化与零食量贩系统、高端会员店等新兴渠道的战略合作，并积极拓展海外市场。公司的渠道调整是一项持续性的优化工作，核心目标是构建一个更健康、更高效、更能支撑多品类发展的全渠道网络，这项工作将伴随市场变化持续进行。关于新产品在线下终端的可见度问题，这正是公司渠道精细化运营的重点之一，新品推广遵循“渠道匹配、分步推进”的策略。公司正通过精细化运营，努力提升新品在各类终端的能见度，让消费者在更多场景看到并体验到甘源的创新产品。感谢您的关注。

问：公司品类未来是否还有增长空间？

答：尊敬的投资者，您好！公司的核心品类业务未来仍具备明确的、多维度的增长空间。在豆类基本盘上，公司通过持续的产品升级和渠道优化，致力于提升该品类的销售规模，实现有质量的增长。风味坚果目前市场规模仍在快速成长，公司持续发挥创新优势，致力于成为该品类的市场定义者。后续公司将不断探寻有发展潜力的品类和产品，积极打造符合当下消费者喜爱的新产品，努力实现公司各品类规模的可持续增长。公司自成立以来，始终专注于休闲食品的研发、生产与销售，并在此领域积累了深厚的品牌、渠道、技术和供应链优势。管理层认为，聚焦主业、在已建立的竞争优势基础上做深做透，是公司实现可持续发展的最有效路径。感谢您的关注。

问：今年一季度营收增长的原因和各渠道的情况？

答：尊敬的投资者，您好！一季度各渠道实现了协同发力。传统商超渠道在经过 2025 年主动优化经销商结构和产品结构后，渠道质量得到提升，成功扭转

下滑趋势，实现同比增长，增长主要得益于与优化后的核心经销商体系深化协作，并有效把握了春节消费旺季的促销机会。零食量贩渠道继续保持良好增长态势。公司已与国内主流零食量贩系统建立稳定合作，并通过持续导入新品、增加合作 SKU 数量来持续拓展产品品类，不断提升单店产出与合作深度，是该渠道增长的核心动力。电商渠道依然是公司的重点渠道，公司将其定位为“新品首发和品牌营销的主阵地”，借助战略新品拉动，线上产品生态更趋健康。海外印尼、马来西亚等新市场则实现了从 0 到 1 的突破，本土化设计的产品已开始陆续进入当地销售渠道。感谢您的关注。

问：山姆超市里热销的黄豆粉裹黄豆，是甘源食品供货的吗？

答：尊敬的投资者，您好！山姆会员店在售的“黄豆粉裹黄豆”确为公司供应的产品，已于 2026 年 3 月上市。该产品是公司深耕核心豆类战略、持续进行风味创新的成果，依托豆类天然的高蛋白健康属性，并运用核心裹粉工艺，形成了独特的风味与口感，上市后获得了消费者的积极认可。这进一步巩固了公司与重要零售渠道的紧密合作，并有助于提升品牌影响力。目前，该产品销售规模在公司整体营收中占比较小。未来，公司将继续通过产品创新，为市场和消费者提供更多优质选择。感谢您的关注。

问：甘源食品今年是否考虑实施股权激励？

答：尊敬的投资者，您好！未来公司如有相关计划，将严格按照法律法规要求及时履行信息披露义务。具体情况请以公司在法定信息披露媒体发布的公告为准。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

无

有)	
日期	2026 年 4 月 24 日