

证券代码：300783

证券简称：三只松鼠

## 三只松鼠股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2026-001

<b>投资者关系活动类别</b>	<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（路演活动）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	参与公司 2025 年度网上业绩说明会的投资者
<b>时间</b>	2026 年 4 月 29 日 15:00-16:00
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事长、总经理：章燎源先生 董事、董事会秘书：潘道伟先生 财务总监：周庭先生 独立董事：黄钟伟先生、吴声先生、吴小亮女士
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>交流问答</b></p> <p><b>1、公司“质量回报双提升”行动方案进展？</b></p> <p>答：公司始终重视投资者利益，制定市值管理制度及“质量回报双提升”行动方案，力争提高公司市值管理水平。</p> <p>（1）主业发展方面：2025 年度，公司持续贯彻“高端性价比”总战略，深化“全品类、全渠道”布局，推进“制造、品牌、零售”一体化战略，并向品质化和差异化持续升级。期间重点夯实线上电商、线下分销基本盘业务，抢抓社区零售新赛道机遇，孵化全品类自有品牌“生活馆”新店型并持续迭代升级。2026 年，公司将坚定围绕“一低两高”的组织经营导向持续推进战略规划，实现基本盘业务稳中求进，生活馆新业务稳中求稳。</p>

(2) 合规运作方面：公司高度重视信息披露工作，始终恪守“真实、准确、完整、及时、公平”的原则，严格遵守法律法规及监管规则，不断提高信息披露质量和透明度。同时公司连续五年获深交所信披考核 A 级评价。

(3) 市值维护方面：为了促进公司健康稳定长远发展，以及增强投资者对公司的信心、维护广大投资者的利益，公司拟以 1 亿~2 亿元回购公司股票，用于股权激励或员工持股计划，及维护公司价值及股东权益，详见公司于 2026 年 3 月 26 日披露的《关于回购公司股份方案的公告暨回购报告书》。

(4) 股东回报方面：自 2019 年上市以来，公司每年实施现金分红，重视投资者回报。其中 2025 年度分红拟分配现金红利 46,763,811.90 元，占当期归属于上市公司股东的净利润比例为 30.10%。

(5) 投关管理方面：公司构建多重沟通渠道，以信息披露为核心，通过互动易、邮箱、热线电话、业绩说明会、线上交流、东财企业号等多渠道、多平台开展投资者关系管理工作，积极畅通投关交流。

## 2、公司 2026 年一季度整体经营情况及业绩？

答：尊敬的投资者，您好。2026 年一季度，公司营业收入 38.35 亿元，同比增长 3.01%；归母净利润 2.73 亿元，同比增长 14.35%；扣非净利润 2.46 亿元，同比增长 51.59%。

公司在“高端性价比”战略及“一低两高”组织经营导向牵引下，借助全国集约基地成本及效率优势，抢抓年货节销售旺季，实现利润较大增长。深化“D+N”全渠道协同，通过强规划和强协同，夯实心智品类优势，对重点及机会单品开展系统化品质升级，做强大单品，带动整体电商渠道利润较大增长，其中短视频电商通过精准运营实现较好盈利；线下分销适配高端坚果礼，聚焦核心品类并跑通工厂直发模式，实现营收及利润双增长；生活馆持续迭代店型并推动标准化落地升级，目前已开设 33 家，市场反馈良好。

2026 年，公司将坚定围绕“一低两高”持续推进战略规划，实现基本盘业务稳中求进，生活馆新业务稳中求稳。感谢您对三只松鼠的关注！

### **3、公司如何调整产品矩阵，强化坚果品类优势？**

答：尊敬的投资者，您好。三只松鼠是一家“全品类+全渠道”经营的企业，坚持“制造、品牌、零售”一体化布局，向消费者提供“高端性价比”的好产品。其中坚果是三只松鼠的核心品类，打造了每日坚果、夏威夷果、紫皮腰果、开心果等数款亿级大单品，多款爆品位列抖音、天猫品类榜单 TOP1。目前公司正对坚果核心品类矩阵进行系统化品质升级，打造“金装”系列，从而持续强化坚果心智单品。同时为进一步夯实坚果品类优势，公司在国内建设全国四大集约基地，配套建设坚果及核心零食品类工厂，强化总成本优化及品质保障；在云南、广西、新疆等原料核心产区重点建设原料基地；在广西龙州、云南永德、吉林东丰等地建立产地工厂，强化原料直采优势。国际方面构建全球优质原料直采模式，并于柬埔寨建成芒果干工厂，采用“本地化采购+标准化加工”模式，与国内供应链形成“双轮驱动”，进一步提升供应链及产品竞争力壁垒。感谢您对三只松鼠的关注！

### **4、生活馆目前经营现状、什么时候放开加盟？**

答：尊敬的投资者，您好。2025 年度，公司抢抓社区零售新赛道机遇，孵化全品类自有品牌“生活馆”新店型，以“好货不贵，三餐必备”为核心，立足“平价社区超市”定位，目前已初步完成在皖南市场布局并持续调优，开设 33 家门店，市场反馈良好。未来开放加盟条件将结合市场环境及公司战略统筹而定。感谢您对三只松鼠的关注！

### **5、生活馆的优势及差异化体现在什么方面？**

答：尊敬的投资者，您好。三只松鼠生活馆新店型的差异化，主要体现在全国化的 IP 品牌、高自有品牌商品占比、“现制+生鲜+标品”的新品类组合、选址及店型等。未来公司将持续升级迭代生活馆新店型，推动标准化体系搭建及落地，构建“产地直供+区域冷链+自有品牌”三大核心能力，系统性切入社区新零售赛道。感谢您对三只松鼠的关注！

### **6、食品行业品控非常重要，公司质量保障举措？**

答：尊敬的投资者，您好。公司一直以来秉承着“持续为客人提供健康安全的产品”的质量方针，以“主体责任、闭环管理、高风险严控”

为三大原则并持续升级质量管理体系，推动质量管理体系和食品安全管理体系的双体系、双循环发展模式，实施全面质量管理。质量检测中心牵头联合国内外知名的专业第三方机构开展质量体系和审核能力建设，提升供应商准入门槛。公司全资子公司安徽中创食品检测有限公司（以下简称“中创检测”）拥有检验仪器设备 300 余台，大型仪器 30 余台，配备 ICPMS、超高效液相色谱仪、气相色谱仪等国内外一线的检测设备，目前中创检测已取得 CMA 资质认定以及 CNAS 认可，具备两百多项检测能力。同时，中创检测于 2019 年首次荣获国家高新技术企业后持续至今，并入库安徽省科技中小型企业、芜湖市专精特新中小型企业。感谢您对三只松鼠的关注！

#### **7、公司宠物子品牌及乳饮孵化进展？**

答：尊敬的投资者，您好。公司复用小鹿蓝蓝子品牌孵化经验，打造“饿了个喵”“金牌萌神”两个宠物品牌，以“给毛孩子更好的”为使命，聚焦猫犬全场景养护需求，持续完善宠物食品及用品业务布局。乳饮方面公司已打造了坚果乳、AD 钙奶、八宝粥等水饮大单品矩阵。感谢您对三只松鼠的关注！

#### **8、公司如何持续发挥品牌 IP 优势？**

答：尊敬的投资者，您好。三只松鼠通过电商构建起全国化的品牌认知。目前，“三只松鼠”商标已被国家知识产权局予以驰名商标保护。公司以 IP 化的品牌为原点，衍生出系列趣味周边、《三只松鼠》《三只松鼠之中国行》等科普益智系列动画片、抖音短视频内容矩阵等多元生态，持续输出内容，讲好中国故事，不断赋予品牌新的生命力。感谢您对三只松鼠的关注！

#### **9、公司市值管理规划、如何开展股东回报？**

答：尊敬的投资者，您好。公司始终将保护中小投资者利益放在重要位置，并持续通过以下方面进行努力：

（1）提升公司业绩和内在价值：公司坚持长期主义发展思路，围绕“高端性价比”战略持续优化产品结构和供应链效率，不断增强核心竞争力，推动经营质量和盈利能力持续改善，以此夯实公司内在价值。

(2) 实施稳定的现金分红政策：公司始终重视股东回报，致力于通过持续的盈利能力支撑稳定的现金分红安排，确保投资者获得合理回报。

(3) 保持信息披露的透明和充分：公司将继续通过定期报告、临时公告等方式，及时、准确地向市场传递经营成果与战略动态，增强投资者信心与透明度。

(4) 强化投资者关系管理：公司持续完善投资者管理体系，通过互动平台、业绩说明会、路演调研等多元方式与投资者保持密切沟通，倾听市场声音，积极回应投资者关切。感谢您对三只松鼠的关注！

### 10、未来经营规划及业绩的可持续性？

答：尊敬的投资者，您好。2026年，公司将坚定围绕“高端性价比”战略及“一低两高”组织经营导向持续推进战略规划，实现基本盘业务稳中求进，生活馆新业务稳中求进。具体如下：

(1) 依托集约基地构建本地化供应链，进一步做实“一低两高”。随着华南集约基地进一步完成投产建设，四大基地适配区域化、本地化品类工厂布局，共同形成覆盖核心品类的产能网络与供应链基础。同时围绕全国化需求、规模化品类与区域化供应链，重塑产品供给新链路，从而形成“本地化交付”与“本地化供应”的高效协同网状运营体系，做实“一低两高”。

(2) 持续夯实电商及分销业务基本盘，升级迭代生活馆新模型。进一步夯实线上电商及线下分销业务，深化“D+N”全渠道协同与精益运营，推进线上渠道品牌及内容的专业化运作，品类结构的改善与单品提效；深耕线下分销体系与区域化深度适配，聚焦60款核心单品，深耕重点客户及渠道，实现基本盘业务“稳中求进”。持续升级迭代生活馆新店型，推动标准化体系搭建及落地，构建“产地直供+区域冷链+自有品牌”三大核心能力，系统性切入社区新零售赛道。

(3) 适配新战略及业务发展，重塑三层经营管理架构。在“高端性价比”战略和“一低两高”组织经营导向指引下，进一步适配业务发展，缩短决策链路，实现从市场洞察、品类开发、渠道承接、供应链交

	付的完整且高效链路，重塑“集团总部-事业部-经营体”三层经营管理架构，从而实现事业部经营闭环，更好地面向市场与激活组织。感谢您对三只松鼠的关注！
附件清单（如有）	无
日期	2026年4月29日