

## 盐津铺子食品股份有限公司 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：2026-003

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	广发证券、光大证券、国泰海通证券、长江证券、中信证券、博时基金、交银施罗德基金、易方达基金、汇丰晋信基金、嘉实基金、浦银安盛基金等投资机构，总计 169 位投资者
时间	2026 年 4 月 29 日（星期三）上午 10:00-11:00
地点	线上电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：张杨 证券事务代表：吴瑜
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司于 4 月 29 日披露了 2026 年第一季度报告，公司在报告期内实现营收 15.83 亿元，同比增长 2.94%；归母净利润 2.31 亿元，同比增长 29.48%。净利率、毛利率均实现了同比提升。充分展现 2025 年以来产品结构、业务结构调整以及品类品牌战略落地的阶段性成果。</p> <p><b>Q：请拆解公司 2026 年一季度分渠道收入表现，并介绍后续渠道展望？</b></p> <p><b>A：2026 年第一季度，公司线下渠道整体收入增长约 20%，明显好于整体收入增速。线下增长主要由零食量贩、高势能会员店和定量流通渠道驱动。这三个渠道一季度增速均超过线下整体水平，也超过公司此前给出的全年增速指引。</b></p>

电商渠道仍处于调整期，一季度收入同比下滑约 50%。公司主动收缩部分贴牌产品、非核心产品及低毛利产品，短期拖累收入增速，但有利于利润模型优化和品牌化发展。

**Q: 定量流通渠道当前进展如何？团队、网点和产品导入有哪些变化？**

**A:** 定量流通渠道一季度取得较好增长，增速明显高于公司此前全年指引。该渠道当前处于组织能力和终端网络同步升级阶段。

团队建设方面，公司已完成定量流通渠道负责人的调整，并引入行业内优秀人才。未来公司仍会继续提升组织能力和人才密度，在售点管理、经销商管理、动销管理以及费用管控方面进一步精细化。

网点拓展方面，目前进度符合公司预期。公司仍以 3 年售点数量达到行业龙头水平为中长期目标，并以此反推当前阶段终端网点拓展节奏。

产品导入方面，定量流通当前重点仍是魔芋大单品建设。魔芋最早正是从定量流通渠道起势，并逐步完成全国化消费者认知。公司在华北、华中等区域拓展过程中，仍会以魔芋作为重点推广品类，相关费用投放也会向魔芋倾斜。其他品类会根据区域消费人群和渠道需求进行尝试，但短期不是渠道主线。

**Q: 公司一季度毛利率和净利率改善的核心原因是什么？**

**A:** 一季度毛利率提升主要由产品结构调整带动，而非原材料成本红利。2026 年一季度魔芋成本对毛利率是负贡献，因 2025 年一季度仍在使用的相对低价的库存原材料，而 2026 年一季度魔芋成本处于较高水平。毛利率提升的核心来源包括：第一、魔芋、蛋制品、海味零食等高毛利产品出货占比提升；第二、魔芋品类内部产品结构进一步优化；第三、电商渠道低毛利产品和长尾产品持续清理，低毛利收入占比下

	<p>降。公司一季度毛利率接近 3 个百分点左右的增幅，主要来自上述产品和渠道结构优化。</p> <p><b>Q：如何看待魔芋成本回落、竞争格局和盈利能力？</b></p> <p>A：公司判断，魔芋成本下降目前不会显著恶化行业竞争格局，反而有望利好头部企业盈利能力。魔芋是近十年来较罕见的现象级爆款品类，其品类红利与超级食材属性、健康属性高度相关，行业仍处于成长阶段。</p> <p>从竞争格局看，公司及头部友商与小白牌之间的终端定价差异并不大，但头部企业生产成本更低，主要得益于智能制造、规模化采购以及向上游延伸的供应链体系。因此，头部企业在研发创新、产品品质、全渠道布局和费用投放能力方面更具优势。</p> <p>公司认为，未来魔芋竞争格局有望保持稳定，头部品牌将继续扩大份额。公司将专注于产品研发创新、供应链效率和品牌化能力带来的长期优势。</p> <p><b>Q：公司如何评价自身产品研发和爆品打造能力？</b></p> <p>A：2023 年以来，公司已经连续向市场证明产品研发能力。从“大魔王”麻酱素毛肚魔芋、“蛋皇”鹌鹑蛋产品，以及海味零食中的“纯鳕”鳕鱼卷和辛辣豆腐，公司均体现出较强的研发创新和渠道落地能力。</p> <p>公司研发能力的核心并不局限于某一个渠道，而是建立在原料研究、消费者洞察、品质保障、智能制造和渠道共创基础上。未来公司会在现有产品结构框架下持续推进新品研发和品类创新。</p> <p>公司将基于现有渠道能力和产品研发能力，继续提升收入和利润水平，并通过中国风味零食、健康高蛋白零食、健康甜味零食等核心赛道实现更长期增长。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重</p>	<p>不涉及未公开披露的重大信息</p>

大信息的说明	
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件	无