

证券代码： 300915

证券简称：海融科技

上海海融食品科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：

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（_____）
参与单位名称及人员姓名	参与海融科技 2025 年度网上业绩说明会的投资者
时间	2026 年 5 月 12 日 15:00-16:00
地点	公司会议室
公司接待人员姓名	董事长：黄海晓 独立董事：孔爱国 财务负责人：金林泉 董事会秘书：庄涛
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 传统烘焙市场压力加大，公司如何应对？ 公司将始终坚持科技引领研发驱动的理念，深入洞察消费者需求，持续创新，不断精进产品、优化结构。继续深化与经销商合作，与优秀经销商建立长期深入合作关系。优化渠道布局，做深做细，联合经销商在当地落地品牌、产品、服务、渠道、营销五个中心，深入开发当地市场，提升市场反应速度，为终端客户提供更为优质便捷的服务。加快新零售、餐饮渠道的开发速度，积极开拓工业茶饮及餐饮大客户，提供个性化定制产品和服务，满足市场差异化需求。同时，加快产能布局，依托先进的生产技术设备，以及全面的市场服务体系，提升服务价值和用户体验，满足用户更深层次的需求，为合作伙伴提供优质的产品、快捷的服务。</p> <p>2. 公司募投项目进展情况如何？ 公司已按前期规划完成了募投项目所有子项目的建筑主体结构及土建工程内部验收，目前正进入外部验收阶段。其中，主项目奶油扩产及升级建设项目四条 UHT 无菌生产线以及配套的冷藏库建设项目设备已全部完成调试并达到预计可使用状态。</p> <p>3. 公司今年销售渠道拓展有哪些新举措？ 面对传统烘焙渠道竞争激烈、产品同质化严重的局面，以及以</p>

商超、线上销售为代表的新零售渠道带来的变革机遇，市场结构性调整压力日益凸显。公司以“精准运营、效能提升”为核心，优化资源配置，主动调整经销、直销渠道策略。通过细化区域市场策略，强化终端动销与数据驱动决策能力，建立经销商分级赋能体系，加强培训支持与协同营销，提升渠道粘性与周转效率，推动经销渠道优化、迭代和升级；同时加快客户分层开发节奏，依托数字化工具深化客户画像与需求洞察，实现产品、价格、促销策略的动态匹配，持续增强全链路运营效能。实现“产品-市场-销售”三位一体的运作模式，提升烘焙及茶饮餐饮 KA 客户响应速度与定制化服务能力。

4. 2026 年一季度公司现金流提升了，是什么原因导致的？

2026 年第一季度，公司经营活动产生的现金流量净额为 153.08 万元，较上年同期增长 103.80%。该增长主要源于：本期实现营业收入 27,148.29 万元，同比增长 13.09%；销售商品收到的现金流量为 29,248.79 万元，同比增长 5.58%。同时，公司第一季度客户回款情况良好，未出现异常变动。

5. 今年公司还会持续进行现金分红吗？

您好，经公司第四届董事会第十次会议审议通过，2025 年度拟实施利润分配预案如下：以 125,437,438 股（公司总股本 125,839,268 股，扣除公司回购账户持有股份数 401,830 股，最终以实施 2025 年度利润分配预案时股权登记日公司总股本扣除公司回购专用账户上已回购股份后的股数为准）为基数，每 10 股派发现金股利 4 元人民币（含税），合计派发现金 50,174,975.20 元人民币（现金分红总额以实际实施的结果为准），不进行资本公积转增股本，不送红股。本次利润分配预案尚需提交公司股东会审议批准后方可实施，尚存在不确定性。谢谢！

6. 公司今年在茶饮市场业务拓展的情况怎么样了？

公司持续深耕茶饮与咖啡赛道，紧密服务客户需求。在餐饮领域，全新推出常温软冰淇淋系列，并全新上市“甄优乳”与“轻乳基底”，两款代表性奶基底。产品严选优质奶源，经精益配比，口感香醇丝滑，茶香持久绵长，更显著提升前、中、后调的乳香层次。坚持使用 0 奶精、0 植脂末、0 反式脂肪酸、0 氢化植物的健康配方，契合当下消费者对饮品健康的追求趋势。与此同时，我们与客户共同创新，推出香芋乳、酸奶冰淇淋等特色风味产品，获得客户广泛认可，持续提供差异化解决方案。

7. 2026 年第一季度销售增长主要是哪些产品？

2026 年第一季度，公司实现营业收入 2.71 亿元，较上年同期增长 13.09%。从产品结构来看，主要增长来源于混合脂奶油与稀奶油贡献相对较大。

	<p>8. 海外业务拓展情况如何？</p> <p>2025 年公司进一步加快海外市场开拓的步伐，目前已在泰国、印度尼西亚、越南等地设立经销商，同时又在菲律宾、土耳其和马来西亚分别设立销售子公司，并加快周边如俄罗斯、菲律宾、韩国、新加坡以及欧洲等新外埠市场拓展步伐。公司参加了俄罗斯展（MBM）、土耳其伊斯坦布尔烘焙展览会（IBAKTECH）、越南胡志明国际烘焙展览会（VIBS）等国际展会，加快全球化布局的脚步。同时，海融印度市场近年来保持良好发展势头，公司在印度工厂的第二条生产线建设项目已正式投入生产。印度生产基地总产能设计已从 1.3 万吨/年提升至 3.5 万吨/年，能有效解决当前印度市场产能供应紧张的问题，并通过产线升级提升产品质量及工艺水平，而随着产能的逐步增加，公司将有更多的资源投入到产品研发和市场拓展中，为印度市场的未来发展奠定良好的基础。</p> <p>9. 今年在产品创新上取得了哪些成绩？</p> <p>公司在奶油产品线上不断研发创新，“奶油家族”系列新增多位成员，在植物基系列拓新了五谷口味，稀奶油系列上新了恋乳 70Pro 稀奶油、澳浓 Pro 稀奶油、慕醇稀奶油等多款产品，混合脂系列持续开发例如巧朵草莓奶油、巧朵酸奶奶油等特殊风味。在餐饮领域，全新推出常温软冰淇淋系列，并全新上市“甄优乳”与“轻乳基底”，两款代表性奶基底。与此同时，公司与客户共同创新，推出香芋乳、酸奶冰淇淋等特色风味产品，获得客户广泛认可。此外，公司积极布局系列冷冻西点和冷冻烘焙产品，研发包含 8 寸冷冻切片慕斯蛋糕、4 寸方型盒装慕斯、冷冻泡芙系列、司康、麻薯等。</p> <p>10. 公司有哪些竞争优势？</p> <p>公司的核心竞争优势体现在五方面：一是公司拥有 60 余项专利，积极推出低糖、低脂、植物基等健康创新产品及“茶饮+烘焙”一体化方案，抢占市场先机。二是构建覆盖国内外多元渠道的营销网络，拥有 900 多家经销商和 6 个海外子公司；三是从容应对新国标稀奶油规范，旗下多款稀奶油产品早于国标坚守纯乳脂底线，配方简洁纯净，品质稳定可靠，契合消费者对高品质乳品的需求；四是推进绿色智能制造，未来新增 8 万吨产能并引入 MES 系统；五是重视人才培育，实施“海融苗子培养计划”，通过系统培训与大师工作室结合，为行业可持续发展储备专业人才。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2026 年 5 月 12 日