

嘉美食品包装（滁州）股份有限公司

2025 年度暨 2026 年第一季度业绩说明会

投资者活动记录表

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	嘉美包装 2025 年度暨 2026 年第一季度业绩说明会采用网络远程方式进行，面向全体投资者
时间	2026 年 5 月 12 日 15:00-16:30
地点	深圳证券交易所“互动易平台” http://irm.cninfo.com.cn “云访谈”栏目
上市公司接待人员姓名	主持人：嘉美包装 董事长，总经理：陈民 董事，副总经理，董事会秘书：陈强 财务负责人：季中华 独立董事：何冰玉
投资者关系活动主要内容介绍	<p>首先，由公司接待人员对公司整体情况作了简要介绍。</p> <p>报告期内，公司业绩变动主要受 2025 年属于饮料行业的“小年”，即春节旺季落在 2025 年的天数较少，同时叠加饮料礼品消费场景需求不及预期影响。</p> <p>在此背景下，公司练好“内功”，调整结构、控制成本；充分消化股改后历年来使用留存收益和募集资金持续进行的资本性开支。公司积极推进核心客户的各业务板块交叉销售；拓展三片马口铁啤酒罐和二片铝罐越南市场出口业务等新市场；完善以 OEM 业务能力为核心的饮料服务平台；推动 OBM 业务起步；打造好“全产业链的饮料服务”平台，应对饮料市场趋势和消费者需求的持续迭代，各项新业务、新市场、新客户增量收入弥</p>

补了部分存量缺口、但利润贡献度仍受制于规模有限。

2025 年，公司业绩虽然与去年同期有较大幅度下降、但仍稳定在“小年”的正常平均水准；同时业务和客户结构调整效果显著，第一大客户占比、单一大客户依赖风险显著降低。

“全产业链饮料服务”平台继续发展，新客户、新市场、新商业模式下的增量订单已形成规模效益、并具有可持续性。平台战略已覆盖了市场热销饮料品项（含果冻汽水、燕麦奶、厚椰乳、椰奶、椰子水、豆奶、咖啡、含汽饮料、气泡酒、果汁等细分领域）里的初创品牌、网红品牌、跨界品牌；新零售、连锁茶饮的自有产品、白牌产品；传统头部饮料品牌的新品项等一批潜力客户。部分头部客户订单数量和订单频率增长明显，平台代工灌装的商业模式发展态势良好，随着规模的进一步提升、在利润方面也有望成为公司新的增长点；并发挥增强客户粘性的战略意义，为与潜力客户、潜力品项的深度和全方位持续合作、共同成长提供新动力。

公司与近年来部分头部的创新品牌的全方位合作的商业模式开始起步，启动 PET 无菌冷灌装业务板块，在资本、供应链、市场等方面深度绑定、共同成长。

传统核心优势业务订单数量稳定在“小年”平均水平、奠定公司可持续发展的基础。同时在植物蛋白饮料、含乳饮料、混合蛋白饮料、凉茶等细分领域的传统核心客户中的各业务板块交叉销售有明显进展、弥补了传统礼品需求市场下跌的缺口。公司也积极拓展三片马口铁啤酒罐和二片铝罐越南市场出口业务等新市场并取得成效。

2025 年，公司“全产业链的中国饮料服务平台”战略继续推进，传统核心客户增量、新客户、新产品、新业务发展态势良好，弥补了部分存量缺口；业务结构调整效果显著，第一大客户占比、单一大客户依赖风险显著降低。

公司业务团队将继续努力，推进现有既定的战略目标。

公司 2026 年一季度业绩增长主要受 2026 年一季度属于饮料行业的“大年”，即春节旺季订单落在 2026 年的天数较多影响，同时 2026

	<p>年一季度随着公司可转债转股，财务费用大幅降低，显著提升了公司业绩。</p> <p>2026 年一季度，公司业绩虽然比去年同期有较大幅度上涨、但仍稳定在“大年”的正常平均水准；传统优势业务的稳定奠定公司可持续发展的基础。同时“全产业链饮料服务”平台继续发展，新客户、新市场、新商业模式下的增量订单已逐渐形成规模效益、弥补了部分存量缺口。平台代工灌装的商业模式发展态势良好，随着规模的进一步提升、在利润方面也有望成为公司新的增长点；并发挥增强客户粘性的战略意义，为与潜力客户、潜力品项的深度和全方位持续合作、共同成长提供新动力。</p> <p>2026 年一季度，公司主营业务仍为食品饮料包装容器的研发、设计、生产和销售及提供饮料灌装服务。</p> <p>其次，以投资者提问的方式进行了互动交流，以下为互动交流的主要内容：</p> <p>问题 1：请问陈董，1. 俞浩成为实控人后，俞浩、及追觅生态如何定位嘉美？2. 嘉美一季度业绩大增是否有追觅及俞浩旗下生态企业给的业务？</p> <p>答：经公司向收购方苏州逐越鸿智科技发展合伙企业（有限合伙）（以下简称“逐越鸿智”）实际控制人俞浩发函，俞浩先生回复如下：在俞浩取得上市公司控制权后的 36 个月内，俞浩及其关联方不会对上市公司进行资产注入，且目前不存在任何资产注入计划。俞浩关联企业在生产经营、核心技术发展等方面独立自主运作、与上市公司业务无关联。截至目前，公司与俞浩及其关联方不存在需要披露的关联交易。</p> <p>问题 2：市场传闻这次入主只是资本运作借壳，追觅科技后续有没有资产注入预期？如果短期 3 年都不注入，是不是只做财务投资、没有实质性产业协同？</p> <p>答：经函询俞浩先生，俞浩关联企业在生产经营、核心技术发展等方面独立自主运作、与上市公司业务无关联。截至目前，公司与俞浩及其关联方不存在需要披露的关联交易。公司主营业务与俞浩关联企业现有业务</p>
--	---

关联性和协同性不高，预计本次交易完成后 12 个月内不会对上市公司业绩产生重大影响。

问题 3：市场一直炒作追觅生态协同，但至今没看到实打实大额包装订单落地，是不是只是口头合作、没有实质性大额订单导入？什么时候能落地真实营收，还是单纯讲故事炒概念？

答：公司公告已明确，截至目前，逐越鸿智不存在未来 12 个月内改变上市公司主营业务或对上市公司主营业务进行重大调整的计划；不存在未来 12 个月内对上市公司或其子公司的资产和业务进行出售、合并、与他人合资或合作、或上市公司拟购买或置换资产的资产重组计划。为进一步明确后续发展安排，俞浩及其关联方经梳理现有资产，考虑到其战略规划及业务发展情况尚存在较大不确定性，同时基于对上市公司主营业务发展的充分信心和坚定看好，为支持上市公司主营业务的持续稳定发展，在前期逐越鸿智承诺基础上，逐越鸿智实际控制人俞浩进一步承诺，取得上市公司控制权后的 36 个月内，俞浩及其关联方不会对上市公司进行资产注入，且目前不存在任何资产注入计划。

问题 4：追觅生态旗下企业是否在嘉美公司内建有或者准备建生产线？

答：没有。公司不涉及俞浩关联企业经营的机器人、扫地机器人等相关业务，主营业务仍为食品饮料包装容器的研发、设计、生产和销售及提供饮料灌装服务；公司生产经营未发生重大变化，市场环境或行业政策未发生重大调整；生产成本和销售等情况未出现重大变化。

问题 5：这跟俞浩追觅没关系，那个跟俞浩追觅无关联，俞浩花几十个亿收购嘉美的目的是什么？吹瓶子？

答：公司公告已明确，截至目前，逐越鸿智不存在未来 12 个月内改变上市公司主营业务或对上市公司主营业务进行重大调整的计划；不存在未来 12 个月内对上市公司或其子公司的资产和业务进行出售、合并、与他人合资或合作、或上市公司拟购买或置换资产的资产重组计划。为进一步明确后续发展安排，俞浩及其关联方经梳理现有资产，考虑到其战略规划及业务发展情况尚存在较大不确定性，同时基于对上市公司主营业务

发展的充分信心和坚定看好，为支持上市公司主营业务的持续稳定发展，在前期逐越鸿智承诺基础上，逐越鸿智实际控制人俞浩进一步承诺，取得上市公司控制权后的 36 个月内，俞浩及其关联方不会对上市公司进行资产注入，且目前不存在任何资产注入计划。

问题 6：请董秘查一下截止 2026 年 5 月 12 日最新的股东数，不要懒，中登公司可以查，只需提出申请。不会的话，问豆包。

答：请见公司定期报告。谢谢。

问题 7：公司灌装用的 PET 瓶是外面购买还是公司自己生产？

答：公司外购瓶胚后吹瓶。谢谢关注。

问题 8：年报期间公司变更了营业范围，请问这是实控人为了企业转型还是后续关联资产交易做的伏笔？

答：根据《嘉美食品包装（滁州）股份有限公司详式权益变动报告书》披露：“信息披露义务人对上市公司主营业务发展前景具有充分信心，将支持上市公司现有业务稳定发展。截至本报告书签署日，信息披露义务人不存在未来 12 个月内改变上市公司主营业务或对上市公司主营业务进行重大调整的计划。如果根据上市公司实际情况需要对上市公司主营业务进行调整，信息披露义务人将按照相关法律法规的要求，履行相应的法律程序以及信息披露义务。”经核查，逐越鸿智未改变上市公司主营业务或者对上市公司主营业务作出重大调整。

问题 9：网传追觅已经在改造嘉美的生产线，请问是否属实

答：不属实。公司不涉及俞浩关联企业经营的机器人、扫地机器人等相关业务，主营业务仍为食品饮料包装容器的研发、设计、生产和销售及提供饮料灌装服务；公司生产经营未发生重大变化，市场环境或行业政策未发生重大调整；生产成本和销售等情况未出现重大变化。经函询俞浩先生，俞浩关联企业在生产经营、核心技术发展等方面独立自主运作、与上市公司业务无关联。截至目前，公司与俞浩及其关联方不存在需要披露的关联交易。公司主营业务与俞浩关联企业现有业务关联性和协同性不高，预计本次交易完成后 12 个月内不会对上市公司业绩产生重大影响。

问题 10：展望第二、三季度，饮料 OEM 及饮料灌装服务的增长趋势

如何？

答：2026年二、三季度，预计随着新零售业态、白牌产品等即饮市场的进一步扩张。公司“全产业链饮料服务”平台将继续发展，新客户、新市场、新商业模式下的增量订单会形成规模效益、并具有可持续性。平台战略已覆盖了市场热销饮料品项（含果冻汽水、燕麦奶、厚椰乳、椰奶、椰子水、豆奶、咖啡、含汽饮料、气泡酒、果汁等细分领域）里的初创品牌、网红品牌、跨界品牌；新零售、连锁茶饮的自有产品、白牌产品；传统头部饮料品牌的新品项等一批潜力客户。部分头部客户订单数量和订单频率增长明显，平台代工灌装的商业模式发展态势良好，随着规模的进一步提升、在利润方面也有望成为公司新的增长点；并发挥增强客户粘性的战略意义，为与潜力客户、潜力品项的深度和全方位持续合作、共同成长提供新动力。

公司与近年来部分头部的创新品牌的全方位合作的商业模式开始起步，启动PET无菌冷灌装业务板块，在资本、供应链、市场等方面深度绑定、共同成长。

问题 11：上市公司实际控制人现已变更为苏州逐越鸿智科技发展合伙企业（有限合伙），请问：上市公司如何利用好实际控制人的资源给上市公司赋能？在产业协同、提质增效、降本增效等方面有什么样的具体措施？谢谢！

答：经函询俞浩先生，俞浩关联企业在生产经营、核心技术发展等方面独立自主运作、与上市公司业务无关联。截至目前，公司与俞浩及其关联方不存在需要披露的关联交易。公司主营业务与俞浩关联企业现有业务关联性和协同性不高，预计本次交易完成后12个月内不会对上市公司业绩产生重大影响。

问题 12：收购之后，企业有啥变化？

答：实控人变更后、公司仍不涉及实控人俞浩先生关联企业经营的机器人、扫地机器人等相关业务，主营业务仍为食品饮料包装容器的研发、设计、生产和销售及提供饮料灌装服务；公司生产经营未发生重大变化，市场环境或行业政策未发生重大调整；生产成本和销售等情况未出现重大

证券代码：002969

证券简称：嘉美包装

	<p>变化。</p> <p>接待过程中，公司严格按照《信息披露管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2026年5月12日