

盐津铺子股份有限公司

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：2026-004

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> <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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（电话会议） </p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>参与深圳证券交易所“拓市场谋发展·新消费强引擎”主题集体业绩说明会的全体投资者</p>
<p>时间</p>	<p>2026年5月13日（星期三）下午 15:00-17:00</p>
<p>地点</p>	<p>深圳证券交易所“互动易平台”（http://irm.cninfo.com.cn）“云访谈”栏目</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事会秘书：张杨</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>Q：公司持续推进品类品牌建设，26Q1 扣非净利率延续25年下半年以来的改善趋势并创历史新高，背后的驱动因素以及全年展望？大魔王从爆发式增长进入高速成长阶段，公司如何延续大单品产品生命周期，并在新品孵化上有哪些布局？</p> <p>A：公司持续推进品类品牌建设，公司的毛利率和净利率得到了一定的改善和提升来自产品和渠道的结构优化。主要核心因素包括：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，低毛利收入占比下降。</p>

2025 年公司完成了核心品类品牌的构建。其中，“大魔王麻酱素毛肚”这一单品不仅推动了魔芋品类成长，也系统性改变了公司的品类品牌模型、大单品模型、定量流通渠道模型和外区域销售模型。2026 年，公司预计魔芋品类仍将保持 30%以上高速增长。当前魔芋零食行业仍处于成长阶段，距离成熟期尚远。更多企业进入魔芋赛道是积极信号，反映出行业景气度和空间都在提升。

当前魔芋零食领域已经形成双龙头的竞争格局。竞争的核心在于研发创新、品质保障、精益生产、供应链与组织能力等综合实力。基于此，公司对未来竞争保持积极态度。

公司 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。

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。

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。

Q：2025 年年报显示，公司主动对电商业务进行战略调整，收缩低毛利产品，导致线上渠道营收下滑。请问公司主动调整电商是出于什么考虑？电商调整后，公司如何保持线上线下行业的平衡和行业内竞争力？

A：公司 2025 年整体营收增速为 8.64%，增速处于近年最低位，核心原因是公司主动调整电商业务，线下业务保持持续稳健增长（2025 年同比增长 16.79%）。

自 2025 年 5 月起，电商事业部主动缩减了贴牌产品、公

	<p>司非重点产品以及低毛利产品，聚焦品牌制造企业电商发展战略，进一步强化电商的“品牌传播”“新品孵化”等职能。</p> <p>从结果看，调整后电商收入明显下降，但利润模型和产品结构更优，也更符合公司长期战略。2025年下半年，电商业务同比降幅约40%，预计调整将持续至2026年年中。</p> <p>在线下渠道方面，2025年增速较快的渠道依次包括：海外渠道、高势能会员店渠道、定量流通渠道和零食量贩渠道。其中，海外业务呈现翻倍增长；高势能会员店渠道增长迅猛；定量流通装渠道，在麻酱素毛肚核心大单品带动下，产品结构、区域结构及经销商结构均发生明显改善，华东、华北、东北等原本较薄弱区域实现了高速增长；零食量贩渠道同比增长30%以上。传统经销商散装渠道处于收缩阶段，同比下滑约20%。</p> <p>公司主动调整电商是为了强化品牌价值，通过线下多元高增长渠道承接增长任务，并优化利润结构，从而实现线上线下职能互补的平衡格局，在保持行业竞争力的同时，为长期高质量发展奠定基础。</p> <p>展望2026年，公司预计高势能会员店将是增速最快的渠道；定量流通渠道将进一步优化经销商、分销商结构，培育一大批核心战略合作商，进而强化高质量终端网点建设，以麻酱魔芋素毛肚超级大单品带动其他品类矩阵的形成，预计全年保持较高增长；零食量贩渠道将继续保持较好增长势头，公司将进一步深化与鸣鸣很忙集团全方位战略合作。同时，公司将重点拓展2,000至4,000家门店规模的腰部零食量贩系统，通过增加SKU覆盖、联合打造核心爆品等实现销售增量。</p> <p>海外业务方面，公司将继续推进魔芋、鹌鹑蛋、芒果干等核心品类在更多国家的拓展。</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