

证券代码：002557

证券简称：洽洽食品

洽洽食品股份有限公司投资者关系活动记录表

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（股东会）
参与单位名称及人员姓名	具体参与单位名称及人员姓名见附件。
时间	2026年5月18日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理陈先保先生；副董事长、副总经理陈奇女士；职工董事张婷婷女士；独立董事李姚矿先生、汪大联先生、王熹徽先生；副总经理、董事会秘书陈俊先生；副总经理徐涛先生；财务总监胡晓燕女士。
	<p>主要内容：</p> <p>1、公司2026年产品端策略的重心是什么？对魔芋、冰淇淋等现有新品有怎样的进一步规划？</p> <p>回答：公司目前新品研发与推广仍在推进，重点布局的品类包括风味坚果、魔芋以及冰淇淋等。公司推出的瓜子冰淇淋、坚果冰淇淋属于植物基冰淇淋赛道，市场上同类产品较少，凭借口感新奇、具备健康属性有较好的市场反馈，但公司作为该赛道新进入者，资源适配、渠道布局以及消费者认知培育仍需要时间检验。公司推出的魔芋新品口感更好、营养保留更完整，目前该品类仍处于市场拓展阶段。风味坚果属于成熟大赛道，市场规模大，也是公司重点推进的品类之一。</p> <p>2、公司如何看待当前渠道端的新变化？2026年公司渠道端的策略是什么？</p> <p>回答：公司对渠道变化秉持积极拥抱的态度，整体策略为守正创新。对于传统优势渠道，包括批发渠道和KA渠道，公司认为调整后的传统渠道仍存在红利机会，会持续巩固优势，同时积极配合渠道调整。对于零食量贩店、零食折扣</p>

投资者关系
活动主要
内容介绍

店等新兴渠道，公司遵循人流量、场景、机会的核心逻辑进行布局。2026年，公司对组织架构进行了调整，将即时零售、零食连锁部门升级为一级组织。

3、公司认为产品质量存在波动的原因是什么？后续有什么改进措施？

回答：公司产品质量存在波动受内外部多重因素影响，外部原因包括农产品原料特性，内部原因主要是短期成本压力和原料供应量的压力。公司始终把品质和品牌作为立身之本，2026年，公司坚定地推进质量提升工作，具体措施包括由研究院牵头提高产品质量标准，拉通内部认知，统一目标，对质量严格管控。

4、新渠道崛起对公司造成了哪些影响？公司如何看待后续渠道端的发展趋势？

回答：新渠道的崛起给品牌商的利润带来了一定的影响，当前市场已经从增量阶段进入存量阶段，渠道商在达到一定规模后，希望和规模大、质量稳定的品牌商合作，保障自身口碑和经营稳定性。公司始终坚持创新，在技术上面加大投入，做出差异化的产品。公司认为行业正在从量变转向质变，好品牌、好质量的企业会持续存活并扩大市场份额。随着国家对食品消费品管控趋严，行业愈发规范，品牌、品质、稳定供应链、规模的价值会进一步凸显，公司的发展机会将持续扩大。

5、针对葵花籽等原料价格和产量的波动，公司有什么应对措施？

回答：公司一方面会优化采购模式，另一方面会持续加强原料储存技术研发，结合原料战略储备，以平抑原料价格波动风险。

6、公司电商业务的发展现状、未来规划以及相关调整措施是怎样的？

回答：2026年年货节期间公司抖音板块增长较快，主要是公司组建了新的团队，在上海、杭州都新设了电商团队。公司从2024年开始公司电商回归价值主线，守住了价值经营的策略，后续将通过更新的产品线、差异化的产品推进电商业务发展，同时加强直播布局，除了达人直播合作外也会提升自有直播占比，同时加深和其他各类平台的合作，希望下一个年货节会有更好的表现，公司认为电商板块整体潜力较大。

7、公司在会员店、传统商超渠道的合作情况和未来规划是怎样的？

回答：会员店渠道方面，目前和山姆、盒马等会员店保持战略合作，公司针对会员店消费群体提供差异化、适配消费场景的创新产品，同时依托稳定的供应链能力，在关键节点可以提供保质保量的供应。传统KA、LKA渠道也正在模式优化和转型，渠道方和公司开展战略合作，开发PB产品或者推出联名定制产品，公司会针对性进行产品创新和供给匹配。

8、公司如何应对行业竞争加剧以及新兴渠道带来的影响？

	<p>回答：近年行业竞争比较激烈，新兴渠道兴起对公司经营业务产生了一些冲击。公司内部从经营层到一线业务人员完成了经营思路的转变，确立了以客户为中心、以市场为导向，拥抱渠道、拥抱消费者。公司将依托全产业链的规模优势、创新优势、技术优势适配不同渠道需求，针对零食连锁等新渠道推出小包装产品，保持产品质量不变的前提下以量换利，实现规模增长，守住市场份额。</p> <p>9、公司在营销费用投放以及成本管控方面有哪些安排？</p> <p>回答：营销费用方面，公司实行精准投放策略，将加强营销系统建设和数据采集能力，提升费用使用效率。不同渠道定价模式不同，对应的费用率和利润率存在差异，行业整体最终会回归理性利润率水平。成本管控方面，从2025年开始，公司级项目中有降本增效、开源节流的项目，2026年将持续推进和加强。当前消费者越来越理性，更注重产品质价比，公司也希望通过自身的努力回馈消费者和股东。</p> <p>10、公司在团队管理尤其是年轻干部培养方面有什么调整和进展？</p> <p>回答：公司优化了年轻干部培养策略，建立了沟通赋能机制，对遇到困难年轻干部进行一对一指导，帮助其提升信心、优化工作方法。2025年以来，公司进一步加大年轻干部任用力度，启动了一批有思想、有干劲、有业绩的年轻人，给予其平台、机会和充分授权，目前年轻团队的工作状态和成果符合公司预期。</p> <p>11、公司2026年海外业务有什么规划？</p> <p>回答：海外业务方面，公司制定了中长期发展规划，进一步提升海外的销售规模 and 市场份额，公司在拓展葵花籽品类的同时，进一步拓展坚果品类以及其他休闲食品。公司薯条、冰淇淋等产品已经在海外获得良好的市场反馈，经销商信心充足。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>本次活动不涉及未公开披露的重大信息。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>参与机构单位名称及人员姓名</p>

附件：参与机构单位名称及人员姓名

序号	机构名称	姓名
1	瑞银证券有限责任公司	刘思莹
2	国泰海通证券股份有限公司	张宇轩
3	国盛证券有限责任公司	李梓语
4	中泰证券股份有限公司	于思淼
5	中邮证券有限责任公司	杨逸文
6	光大证券股份有限公司	董博文
7	浙商证券股份有限公司	隋牧含
8	中国银河证券股份有限公司	彭潇颖
9	长江证券股份有限公司	徐爽
10	国信证券股份有限公司	杨苑
11	中信证券股份有限公司	汤学章
12	招商证券股份有限公司	朱彦霖
13	兴业证券股份有限公司	林佳雯
14	东方财富证券股份有限公司	秦一方、赵国防
15	上海松熙私募基金管理合伙企业（有限合伙）	姜思辰
16	天风证券股份有限公司	黄诗汶