

证券代码：300094

证券简称：国联水产

湛江国联水产开发股份有限公司 2025年度业绩说明会投资者问答记录表

编号：2026-01

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司2025年度业绩说明会的投资者
时间	2026年05月21日 15:00-17:00
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理 李忠 独立董事 杨雅莉 财务总监 樊春花 董事会秘书 梁永振
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 海外市场拓展情况如何？目前有什么新布局计划嘛？</p> <p>答：尊敬的投资者您好！2025年公司国际营销板块抓住国际市场机遇，抢占美国市场份额，扩大海外贸易，营收和利润同比实现较大幅度增长。2026年公司将从多维度推进海外市场拓展：一是市场开发层面，将开发非洲、南美洲的空白市场如南非、阿根廷等，同时深耕东南亚空白国家市场如泰国、印尼等，依托优势产品打开市场并推进品牌推广；二是渠道深化层面，深化现有渠道布局，针对新加坡、香港、加拿大等已实现本地超市直接合作的区域，加大品牌宣传力度，扩大公司自有品牌市占率；三是品牌与供应链层面，公司将围绕自有品牌全球化战略，构建“龙霸 + 小霸龙 + Talassa”多品牌协同矩阵，加大品牌在五大洲的布局，依托“全球</p>

买、全球卖”经营战略，联动海外子公司SSC与本地化渠道，提升成熟海外市场的自有品牌渗透率，同时构建全球供应链体系，打造海内外OEM战略工厂合作体系，由国际营销中心与国际采购中心联合搭建全球贸易供应链，依托供应链优势拓展全球“五大洲”业务，持续推进品牌全球化布局。感谢您对公司的关注！

2. 针对中美贸易关系的不确定性，公司有哪些长期的应对策略，来保障美国市场的出口业务稳定和竞争力？

答:尊敬的投资者您好，2025年公司水产品出口美国收入同比增长26.55%，中美贸易摩擦对公司整体影响有限。针对中美贸易关系的不确定性，公司长期坚持的应对策略为优化以国内市场为主、国内国际双循环的销售格局，持续推进全渠道营销，积极拓展多元化全球市场，降低单一市场波动带来的风险。在市场布局层面，公司在维护既有美国市场相关业务的基础上，积极紧抓非美市场机遇，做好拉美、欧洲、澳洲、加拿大、港澳等成熟市场大客户服务，并积极在韩国等新兴市场寻求突破，推进市场多元化发展，拓宽海外收入来源，为国际业务持续增长筑牢根基。同时公司依托全球贸易供应链优势，不断完善全球市场布局。在运营层面，公司聚焦高附加值产品与全球化品牌战略，重点投入高毛利产品，通过优化产品结构、升级供应链效率抢占全球市场份额，打造国际化自有品牌，依托“以产定销”模式精准匹配市场需求，驱动核心品类销售规模攀升，持续提升公司全球业务的整体竞争力。感谢您对公司的关注。

3. 公司在美国对虾市场的主要竞争对手有哪些？和它们相比，公司的核心竞争优势是什么？

答:尊敬的投资者您好，2025年公司水产品出口美国收入同比增长26.55%，产品出口美国优势突出。美国对虾供应商众多，除国内的同行业公司外，也有来自厄瓜多尔、印度、越南等众多供应商。公司的竞争优势如下：1、全球化采购能力。从供应来看，水产品上市采购时间相对集中，而且水产品种类繁多，客户对具体水产品的需求也各不相同，丰富的多品类采购经验对供应保障尤其重要。公司深耕水产行业20余载，拥有经验丰富的采购团队，在中国、南美洲、东南亚和中东等世界对虾及综合水产品的主要原料产地构建了比较完善的采购体系，实现全球化与规模化采购，对稳定供应有充分保障。2、强大的食品质量管控能力。公司始终将食品安全管理放在首位，率先在行业内推行“2211”电子化监管模式，拥有国家认可的CNAS实验室，通过了HACCP、BRC、BAP等高标准国际认证，是

全国仅有的两家同时获得BAP对虾及罗非鱼四星认证（种苗、饲料、养殖、加工）的企业之一，实现从养殖到餐桌的全程可追溯，保障产品质量安全。3、研发能力。公司多年来致力于基于消费者洞察的新产品研发，为客户创造更大价值。公司重视上海和湛江两地的食品研发中心建设，配备来自国际大型连锁餐饮的资深研发总监、研发总厨组成的研发团队，建立起系统化的产品研发体系，近年来持续研发一批如酸菜鱼、风味烤鱼等快煮系列、金粟芙蓉虾的裹粉系列、虾滑系列、虾饺的米面系列、调味小龙虾的小龙虾系列、蒜蓉粉丝贝系列等丰富多样的深加工菜品，实现了从原料加工向食品研制的创新升级。感谢您的关注！

4. 预制菜行业价格战激烈，公司如何应对？有哪些差异化竞争优势？

答：尊敬的投资者您好，面对预制菜行业的竞争，公司主要通过以下措施积极应对：公司推进321大单品战略，集中力量打造品质过硬、可规模化生产、深受消费者喜爱的核心拳头产品，通过优化生产资源配置，实现20%SKU覆盖80%以上销售额，形成规模化生产优势降本增效，提升核心产品市场占有率与利润率；持续加强产品研发，聚力打造核心大单品，依托现有小龙虾、烤鱼、酸菜鱼、牛蛙等产品，持续升级优化，最终打造具备高市场占有率和品牌美誉度的预制菜大单品；推进销售网络下沉战略，填补空白市场与服务薄弱区域实现全国覆盖，和经销商共建“产品+服务”双驱动模式，同时依托全球化供应链拓展全球市场，构建国内国际双循环的优质销售格局。感谢您的关注！

5. 公司水产食品出口中，对虾产品的占比大概是多少？行业普遍认为在 90% 左右，是否符合公司近年的实际情况？

答：尊敬的投资者您好，公司水产食品出口中，对虾产品的占比约为70%，感谢您的关注！

6. 公司 2025 年总进口额约为多少亿元？其中对虾原材料的占比大概是多少？

答：尊敬的投资者您好，公司 2025 年总进口额约为5.3亿元，感谢您的关注！

7. 目前在手订单情况如何？

答：尊敬的投资者您好，公司在手订单主要为餐饮重客渠道、商超渠道的订单，订单情况较为稳定。公司具体业绩以公司披露的定期报告为准。感谢您的关注！

8. 国内暂停进口日本水产品带来市场缺口，公司是否从中受益？具体体现在哪些方面？

答:尊敬的投资者您好，公司水产品目前向日本出口较少，该事项对公司业务未产生较大影响，感谢您的关注！

9. 请问管理层认为公司业绩是否已经见底？预计何时能扭亏？

答:尊敬的投资者，您好！ 2025 年度，受复杂多变的国内外经济形势影响，公司主要产品南美白对虾、罗非鱼市场行情低迷，产品销售价格持续低位。面对市场困难，公司坚定推进战略转型，坚定“优势再造，再造优势，蓄势开新篇”的经营方针指向，持续执行“聚焦”“破局”“开源”“降本”的行动纲领，优化市场渠道和产品结构，扎实推进研、采、产、销全链路基础管理提升，全力筑牢公司的市场规模根基，坚定不移地将公司深化转型、提升核心竞争力、打造行业标杆的战略目标推向纵深。公司2026 年的主要工作计划是围绕年度经营方针，重点做好产品创新、渠道拓展、品牌建设等工作：

- 1、聚焦核心优势产品，持续推进大单品策略 公司持续推进大单品策略，聚焦核心单品，强化市场竞争力，集中力量打造具有市场竞争力的拳头产品，通过持续研发创新和生产工艺改进，重点培育一批年销售额有望突破 5 亿元的核心产品。面包虾作为公司核心品类之一，是落实公司大单品战略的关键举措。公司须全力推动面包虾产能、产量、利润三重跃升，打造国联全球化品牌，实现面包虾“以产定销”模式。
- 2、构建全球供应链体系，深耕全球市场渠道 快速推进塘头养殖备案面积，重点覆盖白对虾、鱼、牛蛙等水产品，通过塘头直采等合作方式加强对上游资源的掌控力。打造海内外的 OEM 战略工厂合作体系，输出公司产品品控、工艺标准、营销渠道等，实现轻资产运营，快速的市场扩张；国际营销中心与国际采购中心联合构建全球贸易供应链，依托供应链优势积极拓展全球“五大洲”业务。
- 3、夯实“中国虾王”形象，推进自有品牌全球化 围绕“为人类提供健康海洋食品”使命，坚持以对虾为核心的竞争优势，提升对虾产品在各渠道的市场占有率，实施差异化品牌战略。强化自有品牌价值，构建差异化品牌矩阵，以产品创新与品质升级赋能品牌价值，构建“龙霸 + 小霸龙 + Talassa”多品牌协同矩阵，实现全渠道深度覆盖，以虾类产品为核心发力点，目标达成虾类产品销售量行业第一。
- 4、加强产品研发能力，聚力打造核心大单品 公司加强研发队伍建设，积极引入院校等社会研发资源，提升预制菜研发能力，支撑公司孵化核心大单

品，提升大单品的产品力和市场竞争力，同时支撑公司未来可延展品类的拓展。公司研发端的核心工作是以新技术应用驱动产品创新，为大单品提供核心竞争力支撑；同时对标竞品优化品质，紧扣“清洁标签”趋势，开发低脂高蛋白、零添加等健康产品，抢占细分市场，以技术转化支撑大单品从研发到规模化的全面突破。截止目前，公司各项经营管理工作都在正常推进，公司一季度实现营收7.91亿元，净利润432万元。具体经营情况请查阅公司披露的公告。谢谢。

10. 公司与海底捞、百胜中国等头部餐饮客户的合作情况如何？

答：尊敬的投资者您好，公司与上述客户保持紧密的战略合作，业务合作较好。感谢您的关注！

11. 公司去年处置新盈食品回笼资金超3亿元。请问还有其他非核心资产处置计划吗？

答：尊敬的投资者您好，公司聚焦水产食品核心业务，积极寻求机会出售上游板块相关资产。感谢您的关注！

12. 李总，今年公司的具体经营目标？

答：尊敬的投资者您好！公司2026年主要经营方针是聚焦优势，效益优先，开启新篇章。主要工作计划是围绕年度经营方针，重点做好产品创新、渠道拓展、品牌建设等工作：1、聚焦核心优势产品，持续推进大单品策略 公司持续推进大单品策略，聚焦核心单品，强化市场竞争力，集中力量打造具有市场竞争力的拳头产品，通过持续研发创新和生产工艺改进，重点培育一批年销售额有望突破5亿元的核心产品。公司坚决执行大单品战略，实施SKU管控，通过优化生产资源配置，实现前20%SKU覆盖80%以上销售额，形成规模化生产优势，有效降低综合成本，持续提升产品利润率。面包虾作为公司核心品类之一，是落实公司大单品战略的关键举措。公司须集中研、采、产、销、人才、资金全链路的优势资源，全力推动面包虾产能、产量、利润三重跃升，打造国联全球化品牌，实现面包虾“以产定销”模式。2、构建全球供应链体系，深耕全球市场渠道 快速推进塘头养殖备案面积，重点覆盖白对虾、鱼、牛蛙等水产品，通过塘头直采等合作方式加强对上游资源的掌控力。打造海内外的OEM战略工厂合作体系，输出公司产品品控、工艺标准、营销渠道等，实现轻资产运营，快速的市场扩张；国际营销中心与国际采购中心联合构建全球贸易供应链，依托供应链优势积极拓展全球“五大洲”业务。全面推进销售网络下沉战略，构建独具国联特色的经销体系，持续抓好三大核心工作：一要持续深耕渠道，

	<p>搭建完善的国内经销商体系，制定合理的经销商价盘，联合经销商做好地推工作，开发更多餐饮终端以及乡厨客户，提升餐饮终端的产品配套能力和地推能力；二要设计匹配渠道下沉的产品组合，快速动销，确保产品能快速抢占空白市场；三是强化团队建设，引进优秀的销售人才，组建能打胜仗的销售团队。</p> <p>3、夯实“中国虾王”形象，推进自有品牌全球化 围绕“为人类提供健康海洋食品”使命，坚持以对虾为核心的竞争优势，提升对虾产品在各渠道的市场占有率，实施差异化品牌战略。强化自有品牌价值，构建差异化品牌矩阵，以产品创新与品质升级赋能品牌价值，构建“龙霸 + 小霸龙 + Talassa”多品牌协同矩阵，实现全渠道深度覆盖，以虾类产品为核心发力点，目标达成虾类产品销售量行业第一。加大品牌五大洲布局，构建多元海外市场矩阵，依托集团“全球买、全球卖”经营战略，以“重点市场深耕+新兴市场突破”为核心，联动海外子公司 SSC 与本地化渠道，深耕成熟海外市场，提升自有品牌渗透率。以“安全、可持续、高品质”核心价值观，同时持续强化国际认证优势，不断推进品牌全球化布局。</p> <p>4、加强产品研发能力，聚力打造核心大单品 公司继续加强研发队伍建设，积极引入院校等社会研发资源，提升预制菜研发能力，支撑公司孵化核心大单品，提升大单品的产品力和市场竞争力，同时支撑公司未来可延展品类的拓展。公司主要围绕白对虾、鱼类、小龙虾和牛蛙等水产品进行精深加工，已经推出小龙虾、烤鱼、酸菜鱼、牛蛙等大单品，新近推出马蹄虾块、罗非鱼条等畅销新品。公司研发端的核心工作是以新技术应用驱动产品创新，为大单品提供核心竞争力支撑；同时对标竞品优化品质，紧扣“清洁标签”趋势，开发低脂高蛋白、零添加等健康产品，抢占细分市场，以技术转化支撑大单品从研发到规模化的全面突破。</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>日期</p>	<p>2026年05月21日</p>