

## 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：2024-008

<p><b>投资者关系活动类别</b></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><b>参与单位名称及人员姓名</b></p>	<p>消费行业上市公司 2024 年度集中路演采用网络远程方式进行，面向全体投资者</p>
<p><b>时间</b></p>	<p>2024 年 09 月 13 日（星期五）下午 15:00-17:00</p>
<p><b>地点</b></p>	<p>深圳证券交易所“互动易平台”（<a href="http://irm.cninfo.com.cn">http://irm.cninfo.com.cn</a>）“云访谈”栏目</p>
<p><b>上市公司接待人员姓名</b></p>	<p>董事会秘书：张杨女士</p>
<p><b>投资者关系活动主要内容介绍</b></p>	<p>本次路演活动中，就公司所处行业状况、发展战略、经营业绩等情况与投资者进行互动交流，主要问题及答复如下：</p> <p><b>Q：公司近年来高速增长的背后逻辑？</b></p> <p><b>A：</b>尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司近年连续抓住了零食量贩渠道、社交电商等渠道红利，同时打造了休闲魔芋、蛋类零食等高速增长的大单品。“幸运”的背后是公司的组织能力，赋予公司洞察和把握机遇的能力。</p> <p>组织能力具体的核心点有：</p> <p>1、优秀的组织文化，远大的愿景、抱负，清晰的发展战略、掌舵人的企业家精神，持续影响激励团队快速前行。</p> <p>2、充分尊重专业，尊重人才，外部大力引进专业化人才，内部培养构建专业化人才梯队，以专业推动前段营销、后端</p>

供应链、中台各个版块业务快速发展。

3、公司倡导与团队“彼此成就”，充分发挥人才主观能动性和创造力，上市后先后实施4轮股权激励及多项合伙人计划，通过公司治理的工具激发管理层和骨干员工的活力。

人才和组织能力是盐津铺子在过往能够高质量发展，以及我们在未来能够保持更持续的高速增长高质量发展的核心关键。谢谢！

**Q：公司近期推出的“大魔王”“蛋皇”等品类品牌，可否谈谈品牌方面的规划？**

**A：**尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！当下，公司的七大品类已清晰，“全渠道布局”已升级为“渠道渗透”，在此基础上，公司提出“品类品牌”的战略，以“种树”理念，以产异化产品逐步培养品类品牌。公司的“品类品牌”战略将是中长期战略。在当下媒体碎片化的大环境下，公司的销售费用投放策略将以助推销售为出发点，与各个渠道事业部的销售特性结合进行全维度的消费者触达策略。

公司核心品牌策略是稳健长期建设“盐津铺子”主品牌、快速崛起某一品牌品类并建立消费者认知。公司在过去一年成功实现既定的品类品牌策略，通过“大魔王”素毛肚、“蛋皇”鹌鹑蛋等产品在市场中取得了一定的影响力，比如麻酱味创新口味素毛肚产品，“蛋皇”鹌鹑蛋可生食、无抗生素的健康标签。在过去不到一年的时间内，公司已经完成了整个B端对于盐津铺子大魔王系列和蛋皇系列这两个品类品牌的认知打造，并打通渠道，进而获取品类销售的增长和消费者触达。公司品类品牌的进度符合且略超公司预期。

近期的月度销售数据中，麻酱味大魔王月销占休闲魔芋的收入约为40%，“蛋皇”的月销占比鹌鹑蛋的收入约为60%。

谢谢!

**Q: 2024 年公司对于各个渠道具体的经营计划?**

A: 尊敬的投资者您好!感谢您对公司的关注和关心!目前中国休闲食品消费的市场存量非常大,发展潜力也巨大。中式零食品类众多,目前休闲食品龙头企业大部分仅聚焦 1-3 个品类,行业集聚度较低。通过对休闲食品行业分析和洞察,公司认为一定要坚定不移的做好多品类战略,才能够取得持续的高质量发展。目前公司聚焦 7 大核心品类,包括辣卤零食、深海零食、休闲烘焙、薯类零食、蒟蒻果冻布丁、薯片和蛋类零食等。公司力争在未来几年时间,把现有 7 个品类做到行业数一数二,同时积极探索、打造新的增长品类(第 8、第 9 等)。

公司各个渠道将围绕 7 大核心单品共同实现收入利润增长。

1、电商:公司电商致力于走品牌制造企业的电商发展道路,核心竞争力一方面是依托于公司强大的供应链和产品力(品质、性价比等),另一方面是近 3 年持续沉淀下来的电商组织能力和运营能力。未来,电商渠道将持续聚焦公司核心品类,力争在社交电商、货架电商等多个平台取得品类数一数二,取得增量业绩,协同线下形成品牌传播声量。

2、零食量贩连锁门店因高效、贴近消费者和下沉的选址策略符合休闲零食“冲动消费”的特性,切实创造了消费需求,也是近两年休闲零食渠道变革的代表。公司产品多品类、散装为主、极致性价比的特性天然适合零食量贩渠道,公司将围绕头部零食量贩渠道商,强化渠道渗透,以产业合力共同发挥红利。

3、公司其他线下渠道包括传统散装、流通定量将以全国化为目标突破重点区域,以渠道渗透、打造标杆市场等策略

	为抓手做好业绩增长。谢谢!
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	不涉及未公开披露的重大信息
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件	无