

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：2025-001

<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 type="checkbox"/>路演活动 <input type="checkbox"/>现场参观 <input checked="" type="checkbox"/>其他（电话会议） </p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>广发证券、长江证券、方正证券、工银瑞信基金、广发基金、嘉实基金、富国基金、汇添富、兴全基金等投资机构，总计320位投资者</p>
<p>时间</p>	<p>2025年4月23日（星期三）上午10:00-11:00</p>
<p>地点</p>	<p>线上电话会议</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事、副总经理：杨林广 董 事 会 秘 书：张 杨 财 务 总 监：杨 峰</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>Q: 请问今年包括未来三年如何从品牌和品类两个角度展望增长抓手和竞争优势？公司在新阶段下做了哪些组织管理调整？</p> <p>A: 2024年，公司启动品类品牌战略，主推“大魔王”和“蛋皇”。两个品类品牌在公司的全渠道能力和高效的品牌策略下，迅速获得了单品冠军：麻酱素毛肚16个月单月月销破亿，打破休食最快单品破亿纪录；鹌鹑蛋后来居上，通过“蛋皇”打通高势能渠道，定义高品质鹌鹑蛋，在品类上取得绝对领先优势。</p> <p>公司未来的品牌品类策略将围绕“渠道为王、产品领先、体系护航”战略主轴展开，公司的六大品类（未来的第七、第八）均会跑出强势单品，借助公司的全渠道能力，将健康、</p>

美味的零食触达至海内外的消费者。

组织调整：公司于去年进行了组织架构的调整，根据公司六大品类的味型，成立了辣味、甜味、健康三个品类事业部，前后拉通了生产、产品和品牌，更有利于大单品的聚焦；新品研发将通过内部赛马的方式，交由市场/渠道进行筛选。

Q：以魔芋这个核心品类展开，如何看成长空间及竞争优势，公司在供应链上有哪些前瞻布局？公司在魔芋销售上，渠道有哪些安排？

A：公司从 2021 年开始进入魔芋品类的竞争，从 2021 年的 1.17 亿至 2024 年的 8.38 亿，3 年复合增速达到 92.88%，增长 7 倍多。从最初的渠道能力，到“向上游多走一步”的策略，到 2024 年差异化研发打造的麻酱素毛肚的破圈、破纪录，公司的能力在不断助推品类的高速成长。另外，魔芋品类的热度更放大了公司的能力，公司预判魔芋类零食仍处于高速成长期，健康属性和消费者需求的契合将助力品类的高速成长。

供应链方面：魔芋作为公司提前布局的重要品类，公司拥有从一产开始的完备供应链，2025 年预计将在国内和泰国继续进行产线建设，以备后续的产能需求。

渠道方面：目前魔芋品类进行了全渠道、全球布局。国内市场通过电商渠道和线下各渠道形成渠道矩阵，同频共振，共同推高“大魔王”的品牌势能，其中定量流通渠道重点销售“大魔王”产品。海外市场将以公司自有品牌“Mowon”的休闲魔芋，打通当地主流渠道、根据当地消费者的口味习惯研发本土化产品，逐个打造根据地市场。

Q：公司如何平衡前期在品类品牌方面的费用投入和后期利润收获的过程？今年公司利润率扩张的主要驱动因素以及毛利率提升的途径？

	<p>A: 公司在品类品牌的费用投入方面更注重投入产出比。公司毛利率的提升主要通过产品结构和渠道结构的优化调整。</p> <p>产品结构方面：今年 Q1 魔芋品类及蒟蒻，蛋皇等产品的收入增速高于公司整体增速，且均为高毛利产品，预计全年可延续该趋势，有望带动公司整体毛利率的提升。</p> <p>渠道结构方面：公司大力拓展的海外渠道以及以山姆为代表的高势能渠道、定量流通渠道。预计上述渠道今年的经营增速将高于公司整体增速，这些高增长渠道的拓展也对毛利率的提升有促进作用。</p> <p>公司今年净利润达成将以公司股权激励目标作为指引。</p> <p>Q: 海外供应链在魔芋品类的布局 and 规划如何？以及海外市场发展的预期目标？</p> <p>A: 公司看好海外市场潜力，未来预计将持续放量。公司计划在东南亚进一步扩大魔芋产品的市场，特别是在泰国建厂后，原料获取和人工成本更低，目前销售 80%以上来自泰国，我们对未来在东南亚乃至更多区域的拓展非常有信心。海外市场的战略定为 3~5 年再造一个盐津，目前计划夯实基础。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>不涉及未公开披露的重大信息</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件</p>	<p>无</p>