

劲仔食品集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

证券代码：003000

证券简称：劲仔食品

编号：2025-005

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☒ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
-----------	---

	焦主业，强化核心竞争力，提高公司经营质量。公司于7月份推出了股份回购计划并顺利推进，目前正在实施过程中。感谢您的关注，谢谢。 3、公司持续保持较高的研发投入（H18），建立了多个科研平台。能否请管理层分享一些具体研发方向的最新进展？比如在减盐、保鲜技术或功能性健康零食方面的成果。这些研发投入预计何时能转化为具有市场竞争力的新一代大单品？ 答：您好，公司在“鱼制品、禽类制品、豆制品”三大核心品类陆续推出了充氮锁鲜富含DHA的劲仔深海鳀鱼、无抗可生食“七个博士”溏心鹌鹑蛋、0添加短保“周鲜鲜”平江酱干等，形成了优质蛋白（鱼、蛋、豆）、0添加（防腐剂、色素）、三减（盐、糖、脂）和富营养素（硒、叶黄素、DHA）等多个健康零食研发体系；同时公司基于渠道需求积极开发新品，推出了多款核心品类的差异化定制产品以及“京门爆肚”麻酱魔芋、“周爽爽”脆卤花生等渠道热门产品，满足渠道的发展。感谢您的关注，谢谢。 4、劲仔今年下半年具体的经营规划是什么？ 公司将保持战略坚定，不断加强渠道和品牌建设，并通过提升产品力、组织力和供应链效力，进一步夯实公司的核心竞争力。下半年，公司加强渠道建设，提升渠道渗透率和渠道服务能力，确保与各渠道实现可持续、健康化发展。同时，通过产品口碑来强化“好吃又健康的零食”品牌定位，并加强场景化营销，来链接更广泛消费者，用文化价值引发消费者情感共鸣。感谢您的关注，谢谢。 5、半年报提到部分原材料成本上涨对毛利率产生了压力。请问管理层对下半年主要原材料（如鳀鱼、鹌鹑蛋）的成本趋势有何判断？公司采取了哪些具体的供应链管理措施（如海外布局、长期协议）来应对成本波动？我们何时能看到这些努力在毛利率上得到体现？
--	--

答：您好，鱼制品方面公司在上游供应链方面有一定规模优势，会在捕捞季对主要原料鳀鱼进行战略库存，并积极布局供应链，开拓全球优质原料基地以保障原料稳定；鹌鹑蛋方面公司根据产品创新发展需求优化上游供应链，培育了“无抗生素”、“可生食标准认证”的优质蛋源供应链。感谢您的关注，谢谢。

6、公司量贩渠道收入增长非常快（H1 超 50），但直营模式通常伴随较高的销售费用。想了解公司如何平衡量贩渠道的扩张与盈利能力？目前该渠道的毛利率和净利率水平与公司传统渠道相比如何？未来在提升量贩渠道费效比方面有何具体措施？

答：您好，公司与主要零食专营系统均有合作，上半年该渠道保持快速增长。公司在推进“大单品、全渠道”发展过程中，会注重渠道可持续健康发展，目前该渠道盈利能力和消费者触达价值符合公司发展战略规划。作为在休闲鱼制品、豆制品、蛋制品等品类领先的产品品牌型企业，公司将继续加强产品创新，不断升级品类，在零食量贩渠道品类覆盖以及 SKU 丰富上深化合作，助力公司市场拓展与盈利提升。感谢您的关注，谢谢。

7、公司海外收入增速不错（H140），但基数还较小。想了解公司对海外市场，特别是东南亚等重点区域，是否有更具体的规划和发展目标？在产品口味适配、渠道建设、品牌宣传方面，下一步的策略是什么？

答：您好，公司设立了国际贸易部，负责海外市场的拓展，产品目前销售到日本、韩国、美国、欧洲、东南亚等 30 多个国家和地区。公司国际贸易渠道处于快速发展中，目前主要采用聚焦重点区域重点市场重点品类进行市场开发的策略推动海外市场的发展。感谢您的关注，谢谢。

8、公司业绩下滑严重影响了贵公司股票在 2 级市场的表现，有什么提升业绩的对应措施？

	答：公司上半年实现营收 11.24 亿元，净利润 1.12 亿元。公司基本盘稳定，主要品类休闲鱼制品、豆制品均实现稳健增长。下半年公司将以渠道建设为中心，以产品创新为动力，积极开发渠道适配产品，深耕渠道，提升公司市场规模。感谢您的关注，谢谢。 9、公司半年报提到禽类制品因行业竞争承压，但公司正通过“无抗生素可生食溏心鹌鹑蛋”等产品进行差异化升级。请问管理层，目前这类高端差异化新品的市场反馈和收入占比如何？公司预计何时能看到这些新品有效抵消行业价格战对收入的负面影响？ 答：您好，公司将继续坚持专业化、健康化发展路径，正逐步将产品全面升级为“无抗生素”鹌鹑蛋，并通过发力定量装等品规，基于公司优势渠道，渗透到公司核心渠道，进一步提升市场规模。公司“七个博士”溏心鹌鹑蛋作为公司开发的创新型升级款产品，目前主要覆盖线上自营渠道，目前正在积极布局，未来将覆盖更多渠道。感谢您的关注，谢谢。
附件清单（如有）	
日期	2025-09-22