



重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司

2025年12月15日、17日投资者关系活动记录表

证券代码：002507

证券简称：涪陵榨菜

编号：2025-019

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 _____															
参与单位名称及人员姓名	本次参与交流的人员名单如下： <table border="1"><thead><tr><th>序号</th><th>姓名</th><th>机构</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>郝强</td><td>国投创益</td></tr><tr><td>2</td><td>曹语桐</td><td>中信建投</td></tr><tr><td>3</td><td>余璇</td><td>中信建投</td></tr><tr><td>4</td><td>王茜</td><td>中信建投</td></tr></tbody></table>	序号	姓名	机构	1	郝强	国投创益	2	曹语桐	中信建投	3	余璇	中信建投	4	王茜	中信建投
序号	姓名	机构														
1	郝强	国投创益														
2	曹语桐	中信建投														
3	余璇	中信建投														
4	王茜	中信建投														
时间	2025年12月15日 13:40-14:30 2025年12月17日 10:00-11:00															
地点	2025年12月15日 13:40-14:30 在公司重庆分部办公室现场交流 2025年12月17日 10:00-11:00 在公司总部会议室现场交流															
上市公司参会人员	公司董事、董事会秘书、副总经理兼财务负责人：韦永生															
投资者关系活动主要内容介绍	本次会议纪要如下： 1、建设募投项目的考虑。 回复：一方面，募投项目生产线建设完成后，未来将逐步替换公司目前部分老旧产能及根据市场需求增加产能，同时提升公司整体生产水平，完成柔性化、智能化生产的全面升级；另一方面，募投项目建成后公司原料窖池容量将极大提升，为公司未来原料储存、应对原料价格波动风险给予支撑，增强公司风险防控能力。 2、近两年以来公司经营重点。															



回复：公司坚持“拓品类、拓渠道”的双拓战略不动摇，去年经营业绩有一定程度下滑，今年截至三季度业绩情况维持平稳，同时今年以来加快了考察亲缘标的企业的节奏及推出新品的节奏，寻求新品种的增长空间。

3、公司成本占比分别是多少。

回复：以榨菜产品为例，原料占比 40%-45%，包材占比 20%，辅料占比 10%，人工占比 10%，制造费用等占比 10%。

4、销售费用增长主要投入哪些方面。

回复：一方面，公司今年加快了新品推出节奏，新品推出投入宣传费用进行推广入市，增加了部分销售费用；另一方面，针对公司老品竞争激烈地区，公司针对性投入销售费用进行终端布局，具体以投入车身广告、超市堆头、货架铺货等动作开展了“定向爆破”任务，针对性制定了推广规划，后续还将尝试多种类型的品牌传播方式，以维持品牌曝光和新品宣传。

5、近年来公司产品优化方向。

回复：2022 年，公司为迎合消费者对食品日益增长的健康需求，对榨菜品类进行了全面“轻盐”升级，榨菜产品减盐 30%，同时维持榨菜原有的口感；同时公司也在持续不断进行产品口味优化，今年推出“只有乌江”产品包含了酸甜、香辣、藤椒、泡椒四种味型，满足了消费者多元化的口味需求，未来公司仍将不断拓宽产品品类矩阵，让产品更加个性化、多元化，增加产品类别及味型。

6、管理层变化情况。

回复：今年内公司两位管理层人员退休，分别是监事会主席肖大波先生和副总经理贺云川先生，新聘任了总经理高翔先生、常务副总经理代富荣先生及副总经理巫燕女士，原总经理赵平先生担任公司一级资深经理。

7、公司每年青菜头采购量情况。

回复：近两年青菜头原料价格较低，公司年均收购原料总体 40 万吨左右，涪陵区内青菜头亩产约为 2-3 吨。



	<p>8、公司销售组织架构的调整。</p> <p>回复：公司目前设置了家庭、餐饮、国际、电商四大事业部。近两年来主要是家庭和餐饮渠道的销售办事处及经销商的变化，2019年公司提出渠道下沉策略，新设了办事处同时新增了经销商，但在后续合作中出现部分经销商贡献较少、窜货严重扰乱市场价格体系，公司经过研究，对部分经销商进行优化，同时减少了办事处。</p> <p>9、目前餐饮渠道合作客户主要有哪些。</p> <p>回复：公司餐饮渠道目前覆盖了部分学校、监狱、航空、酒店和大型连锁餐饮企业等多类特殊渠道，相关产品拓展和渠道拓展工作均在持续夯实。</p> <p>更多近期调研情况及高频问题，可查阅公司近期于互动易平台刊载的各期《投资者关系活动记录表》。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2025年12月15日、17日