

证券代码：300973

证券简称：立高食品

债券代码：123179

债券简称：立高转债

立高食品股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2026-003

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	具体详见附件《参与单位名称及人员明细清单》
时间	2026年4月27日 20:00-21:00
地点	广州市增城区石滩镇兴石一路3号3A楼会议室
上市公司接待人员姓名	职工代表董事、副总经理、董事会秘书、财务总监：王世佳先生 证券事务代表：欧阳群女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司职工代表董事、副总经理、董事会秘书兼财务总监王世佳先生根据2025年年度报告及2026年一季度报告对公司经营情况进行了简要概述，随后由各投资者提问，主要交流内容如下：</p> <p>一、2025年年度报告业绩情况简介</p> <p>2025年度，实现营业收入43.54亿元，同比增长13.51%。</p> <p>2025年度主要产品及渠道表现分析如下：从产品收入结构来看，冷冻烘焙食品收入占比约53%，同比增长约7%；烘焙食品原料（奶油、酱料、水果制品及其他烘焙食品原料）收入占比约47%，同比增长约21%，主要为公司UHT系列奶油、酱料产品保持稳健增长，以及其他烘焙食品原料包括挞液、油脂、面糊等品类市场开拓带来增量，2025年度公司UHT奶油产品线实现销售收入超8.5亿元。</p> <p>按最终销售客户类别分渠道看，流通（经销商）渠道收入占比约51%，同比表现基本持平。商超渠道收入占比约27%，同比增长约25%，</p>

主要是公司在核心商超渠道产品推新迭代保持较好节奏，新品上市取得较为理想的销售表现；餐饮、茶饮及新零售等创新渠道收入占比约22%，合计同比增速约35%，主要得益于公司加大新渠道投入，重点突破高潜力渠道，开发适配多元化场景产品，推进定制化供应、终端动销与联合营销，提升新渠道营收规模。

2025年度，公司归属于上市公司股东的净利润3.05亿元，同比增长13.71%，扣除非经常性损益后的净利润为2.95亿元，同比增长16.13%，剔除股份支付费用对净利润的影响后，归属于上市公司股东的净利润2.92亿元，较上年同期剔除股份支付后的归母净利润增长8.02%；扣除非经常性损益后的归母净利润2.81亿元，较上年同期剔除股份支付后的扣非归母净利润增长10.11%。

二、2026年第一季度报告业绩情况简介

2026年第一季度，公司实现营业收入10.48亿元，同比增长0.27%，公司归属于上市公司股东的净利润6,401.52万元，同比下降27.56%，扣除非经常性损益后的归母净利润为6,075.45万元，同比下降29.57%。2026年第一季度净利润较上年同期剔除股份支付后的归母净利润下降28.76%；2026年第一季度扣非归母净利润较上年同期剔除股份支付后的扣非归母净利润下降30.76%。

报告期收入结构方面，分产品看，冷冻烘焙食品收入占比约52%，同比下降约12%；烘焙食品原料收入占比约48%，同比增长约20%，其中UHT系列奶油产品仍保持较好的增长趋势，报告期收入增长接近25%。分渠道看，流通饼房渠道收入占比略超42%，同比持平微增，延续企稳趋势；商超渠道收入占比近35%，同比下降约10%，下降主要受去年同期特定季节产品良好表现的较高基数影响；此外，得益于公司对商超调改的积极把握，报告期内公司地方性商超收入增长超过50%；餐饮及新零售渠道收入占比接近23%，同比增长约25%，仍保持较为理想的增长态势。

业绩变动主要原因为：成本费用方面，一季度公司毛利率29.7%，同比基本持平，期间公司综合采购成本优化与新产能爬坡的正负向影

响相抵。销售费用率同比上升约 0.4%，主要受报告期内渠道收入结构变化及餐饮渠道加大投入所致；管理费用率同比上升 1.0%，主要为公司广州区域产能调整前期储备投入及信息化、数字化、自动化投入所致；研发费用率同比上升 0.8%，主要为公司大单品储备及重点客户定制开发投入所致。

问题 1：对新国标稀奶油 36%、34%的放量趋势是如何展望的？

答：今年三月中旬稀奶油的新国标开始正式实施，公司的工业端客户、消费者等，对于新国标的稀奶油和新国标的调制稀奶油，需要一段时间的过渡，公司新国标的两款稀奶油，整体趋势上预计会是一个前低后高的销售表现。在今年 5 月份的上海烘焙展会上，公司这两款稀奶油也会重点做推介和展示。

问题 2：想请教一下关于公司目前原材料成本的情况。

答：今年一季度公司油脂原料的平均成本没有上涨，主要得益于此前锁单的头寸，到目前为止，锁单头寸预计还能使用到今年的年中左右，此外，公司在去年底抓住窗口期，对公司另一大重要原材料乳制品相关的原料做了锁单的把控，目前来看，公司乳制品相关的原料锁单头寸也比较充裕。

问题 3：想请教一下公司今年一季度费用率的情况。

答：费用端，首先是销售费用率有所增长，主要原因是公司一季度渠道收入结构的变化，公司商超渠道因销售链条相对较短，渠道的销售费用率会更低一些，当商超渠道的收入占比下降之后，公司整体销售费用率就会有所上涨。另外，今年一季度，公司顺应了过去几年餐饮及新零售渠道的良好表现，今年一季度对公司餐饮营销中心的人员规模进行了扩编，是希望在未来的市场上能够把握住更多的餐饮及新零售等相关渠道的市场机会。

第二，管理费用率有所增长，主要是公司位于广州增城总部基地的集中搬迁，对于制造业来说，搬迁会涉及到熟练工人的变动以及产

线相关技术人员的提前储备培训、适配上岗等，这部分准备工作对公司整体的管理费用有一定的增长。同时伴随着广州部分区域产能生产线往增城总部基地转移，产线的智能自动化水平的投入有所增加，这些原因共同导致了一季度公司管理费用增长。未来随着公司业务规模的提升，规模效应会逐步体现。

问题 4：现在流通饼房渠道的需求表现趋势如何？

答：从去年至今的表现来看，流通饼房渠道还是处于相对筑底略微有所企稳或者有所回升的阶段，只是这个回升的斜率没有那么快，因为在整个烘焙消费渠道多元化趋势的影响下，对烘焙门店而言是不太有利的，但随着这几年饼房的发展和逐步的稳定，其经营能力不断提高，目前公司过半的销售收入仍然是来自于传统的流通饼房渠道，公司也会继续深耕服务这个渠道。

问题 5：产品端，公司 2026 年在冷冻烘焙这块儿聚焦在哪些品类上进行突破？

答：公司今年在产品端仍然是大单品策略、大客户和多元渠道的思路。公司现有 10 余条产品线，其实基本上已经能够覆盖冷冻烘焙行业所需要的绝大部分的大单品了，但不同渠道对于烘焙的需求存在差异，所以公司在不同的品类方面要做出更为丰富的产品。

问题 6：怎么平衡地方性商超和核心商超大客户对新品的需求？

答：地方性商超跟头部的商超客户或者其他大客户其实并没有产品上的冲突，因为公司对于头部核心商超客户，供应的单品都是定制开发，并且确保渠道销售的独立性，而地方性商超客户更多注重烘焙上架的解决方案，而不是一两款产品如何，所以地方性商超客户供应的产品矩阵跟公司现有的流通大单品的重叠度相对较高。

问题 7：可以介绍一下公司新投产的披萨产线吗？

答：公司现在已经开发出了针对流通渠道的饼底产品，也针对重

	<p>点大客户研制出了超高含水量的面包类的产品，未来有可能会在公司重点客户得到上架和展示。</p> <p>问题 8：想了解一下地方性商超大概的客户画像，这类客户服务上是否有难度，因为它可能规模比较小，是不是比较倾向于使用地方性的供应链？</p> <p>答：公司的商超营销中心会覆盖全国范围内偏中等及以上体量的商超客户，这其中有一些中等体量的客户，它是以某个省为发展根据地。地方性商超，它的绝对门店数量是远高于全国性商超的门店数量的，地方性商超一般局限于区域的发展，其单店的体量与全国性的商超不太有直接可比性，但其数量不容小视。随着自媒体、社交媒体的发展，区域性的消费者对于烘焙或者高品质烘焙的追求，使得很多地方性的商超，需要尽快提升门店烘焙区域的质量，这给以公司为代表的很多冷冻烘焙企业带来增长机遇。目前很多地方性供应链在品项丰富度上有一定劣势，它通常不会像全国性的冷冻烘焙食品企业有那么多丰富品项的供应，在这种情况下，公司积极推广烘烤技术，通过输出烘焙产品、陈列方案等去协助地方性商超做出更好的现制烘焙的陈列区域。公司商超营销中心人员也会借用较好的客户案例，尝试向临近区域的其他商超客户做宣传推广，推动更多地方性商超客户的业绩增长。</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>《参与单位名称及人员明细清单》</p>
<p>日期</p>	<p>2026 年 4 月 27 日</p>

附件：参与单位名称及人员明细清单（以下排名不分先后）

序号	公司	姓名
1	汇丰晋信基金管理有限公司	费馨涵
2	泓德基金管理有限公司	郑名洋
3	中欧基金管理有限公司	冯允鹏
4	鹏华基金管理有限公司	陈金伟、李树培
5	路博迈基金管理（中国）有限公司	黄亚铷
6	Point72 Hong Kong Limited	洪瑞祥
7	美林（亚太）有限公司	陈若凡
8	北京金百镭投资管理有限公司	孟博
9	上海递归私募基金管理有限公司	陈曦
10	耕霖（上海）投资管理有限公司	曹慧
11	海南羊角私募基金管理合伙企业（有限合伙）	解睿
12	上海慎知资产管理合伙企业（有限合伙）	张海涛
13	上海万纳私募基金管理有限公司	杨君弈
14	上海浦胜私募基金管理有限公司	蒋小东
15	中信建投证券股份有限公司	夏克扎提·努力木
16	信达证券股份有限公司	程丽丽
17	东兴证券股份有限公司	孟斯硕、王洁婷
18	山西证券股份有限公司	和芳芳
19	华鑫证券有限责任公司	孙山山
20	华创证券有限责任公司	严文炆
21	中国国际金融股份有限公司	沈旻、武雨欣
22	中银国际证券股份有限公司	李育文
23	国信证券股份有限公司	柴苏苏、王新雨
24	国泰海通证券股份有限公司	徐洋、程碧升
25	湘财证券股份有限公司	张弛
26	光大证券股份有限公司	李嘉祺、叶倩瑜
27	兴业证券股份有限公司	金含
28	华福证券有限责任公司	童杰
29	国盛证券股份有限公司	李依琳
30	华泰证券股份有限公司	吕若晨
31	开源证券股份有限公司	张思敏
32	中泰证券股份有限公司	赖思琪
33	中邮证券有限责任公司	杨逸文、李鑫鑫
34	中国银河国际金融控股有限公司	孙菲菲
35	财通证券股份有限公司	黄欣培
36	华西证券股份有限公司	卢周伟
37	长江证券股份有限公司	范晨昊
38	浙商证券股份有限公司	隋牧含

39	天风证券股份有限公司	吴艾漪
40	中信证券股份有限公司	江皓云
41	华安证券股份有限公司	韦香怡
42	上海申银万国证券研究所有限公司	吕昌
43	东方证券股份有限公司	李耀、张玲玉
44	华源证券股份有限公司	周翔
45	国金证券股份有限公司	陈宇君
46	广发证券股份有限公司	吴思颖
47	浙商基金管理有限公司	陈霸鑫
48	高盛集团	钟沐欣
49	海南宽行私募基金管理有限公司	李旒
50	克里赛尔易莱纳信息技术（杭州）有限公司	Chaoyu Lao
51	国华兴益保险资产管理有限公司	韩冬伟
52	上海国泰海通证券资产管理有限公司	景健