

山东得利斯食品股份有限公司 投资者关系活动记录表

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	投资者网上提问
时间	2026年4月30日(周四)下午 15:00~16:30
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”(https://ir.p5w.net)采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人 员姓名	1、董事长郑思敏 2、董事、副总经理兼财务总监柴瑞芳 3、副总经理兼董事会秘书刘鹏 4、独立董事刘海英
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复：</p> <p>1、2025年公司新零售销售额突破亿元，请问2026年公司能否继续保持高速增长态势？</p> <p>尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注。2026年，公司将继续发力新零售线上布局，依托杭州新零售运营中心和上海运营中心，深耕抖音、天猫、京东等主流电商平台，让线上渠道成为拓客增量的重要支撑。</p> <p>2、2026年公司在渠道拓展上会重点发力哪些方向？有没有具体的区域拓展计划或者渠道升级安排？</p> <p>尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注。2026年，公司将在巩固传统优势渠道的同时，进一步做强新零售、直播电商、团餐、特通与商超，持续挖掘渠道增长潜力。区域布局方面，以上海为枢纽，加速全国市场拓展。海外市场方面，扎实推进“出</p>

海双引擎”战略，探索推动欧洲、东南亚、非洲落地本地化产品与运营，力争实现海外营收突破。

3、如何看待公司当前股价表现，有无市值管理计划？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注。二级市场股价波动受宏观经济、行业周期、市场情绪等多重因素影响。公司未来会结合自身经营发展、行业环境等情况综合考量统筹布局，聚焦公司价值提升，持续重视股东回报。

4、股价多年低迷，与大盘相向而行；企业管理僵化，家属式固有僵化思维，与市场化，信息化管理模式脱节；多年不分红，投资发展乏力；请问可有啥实际的变化？可有啥提振广大股民持有股票信心的计划？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注。公司注重引进与培养高端研发、营销、国际化、数字化领域专业人才，打造多层次、专业化的人才梯队，推行数字化转型，不断提升公司管理效能。公司上市以来多次进行现金分红，累积现金分红金额超1亿元，并于2023年度实施了现金分红。2025年度公司实施完毕股份回购，以集中竞价方式累计回购公司股份8,000,000股，成交总金额为35,013,591.00元（不含交易费用）。公司未来将持续聚焦主业，不断提升公司价值，做好基本面支撑，此外，公司会继续坚持发展成果与全体投资者共享的理念，以提升信息披露质量和创新投资者关系管理为抓手，探索运用多种投资者回报方式，增强投资者信心。

5、想请教下公司2026年的整体发展规划是什么？重点会放在哪些方面？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注。2026年，得利斯将立足全产业链协同、品牌积淀、全国化基地布局、全球化业务起步及预制菜赛道现有优势，围绕“提质、增效、创新、拓市、风控”五大核心，锚定“努力实现营收稳步增长、盈利能力改善、产品结构优化、渠道效能提升、国际化落地见效、管理数字化精益化迈上新台阶”六大核心目标，重点开展产品创新、市

场渠道、全链提质、数字化转型、组织人才五大攻坚，以扎实业绩回报股东、社会与员工。

6、您好，麻烦咨询几个问题：1. 目前猪肉价格处于低位，对于预制菜而言成本降低，对公司预制菜能的盈利能否有较大的影响？2. 公司在新加坡开始出口，未来公司出口预制菜还有什么发展规划？3. 公司预制菜未来还有什么扩大生产规模的想法么？4. 公司觉得预制菜的行业发展如何？谢谢！

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注。1. 猪肉价格低位运行在一定程度上有助于预制菜毛利的提升，但公司预制菜产品原料结构较为丰富，涵盖猪肉、鸡肉、牛肉等多种品类，且已通过和供应商建立长期战略合作、加强采购计划管理、完善价格预测机制等措施平滑原材料价格波动风险，具体影响仍需结合终端产品销售定价策略及市场竞争状况综合评估。2. 未来，在海外业务方面公司将扎实推进“出海双引擎”战略，探索推动欧洲、东南亚、非洲落地本地化产品与运营，力争实现海外营收突破。3. 预制菜产能方面，公司截至目前拥有山东本部 10 万吨猪肉、鸡肉预制菜产能，3 万吨牛肉系列预制菜产能；江西基地结合当地饮食文化和口味偏好开发区域特色产品，拥有 6 万吨预制菜产能；陕西基地 5 万吨预制菜产能，市场服务能力已得到进一步完善和提升，后续将重点围绕产品创新、市场渠道、全链提质、数字化转型、组织人才进行攻坚，以扎实业绩回报股东、社会与员工。4. 预制菜是现代农业与食品工业深度融合的新兴产业，近年来随着消费习惯的改变、多元化销售渠道的发展、政府政策支持和生产技术的提升，成为食品消费市场的热门赛道，呈现长期扩容趋势。根据艾媒咨询预测数据，2025 年中国预制菜市场规模预计为 6,173 亿元，同比增长预计达 27.3%，2026 年预制菜市场有望继续保持高速增长，规模预计达 7,490 亿元，预计同比增长 21.3%。公司将全力抢抓发展机遇，不断提升预制菜业务竞争能力，推动公司经营持续稳健发展。

7、当前肉制品和预制菜行业竞争激烈，想请教管理层，目前公司面临的行业整体环境如何？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注。当前肉制品与预制菜行业进入集中度提升、健康化升级、全链化竞争、全球化拓展的新阶段。未来面临五大趋势，一是消费向健康、便捷、安全、美味升级，低温、低脂、清洁标签、预制菜或成主流；二是政策严监管常态化，屠宰 GMP、全链条追溯、环保与食品安全标准只升不降；三是渠道重构，新零售、直播、社区团餐、跨境电商重塑格局；四是行业头部企业整合加速，研发、供应链、品牌成为核心壁垒；五是全球化提速，国内国际双循环打开新空间。面对当前行业环境，公司接下来将立足全产业链协同、品牌积淀、全国化基地布局、全球化业务起步及预制菜赛道现有优势，围绕“提质、增效、创新、拓市、风控”五大核心，锚定“努力实现营收稳步增长、盈利能力改善、产品结构优化、渠道效能提升、国际化落地见效、管理数字化精益化迈上新台阶”六大核心目标，以扎实业绩回报股东、社会与员工，在当前的行业竞争中赢得主动。

8、管理层您好，数字化转型是当前制造业升级的重点，请问公司在数字化转型方面有哪些具体布局？对经营效率提升的作用？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注。报告期内，公司全面推进数字化转型，与用友网络展开合作，成立数智化项目领导小组、实施小组，积极探索数字化、智能系统的应用机会，通过数字化转型助力公司在采购、生产、财务核算、仓储物流到市场销售等环节增强预算控制能力，稳步提升生产效率、精细化管理水平和相关数据的准确度。公司以客户为中心构建消费者大数据平台，精准分析需求，推动 C2M 定制化生产；加强质量管理，探索应用区块链技术，强化食品安全溯源公信力。报告期内，公司生猪屠宰和肉品加工数字化系统建设与示范项目入选山东省 2025 年“工赋百景”制造业数字化转型揭榜挂帅试点项目，彰

显数字化转型的深厚潜力。

9、请问公司的线上业务发展的怎样？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注。报告期内，公司线上构建电商平台营销矩阵，通过“品牌+直播电商”模式加大与第三方直播平台及达人主播的运营合作，积极拓展直播业务。公司已先后与东方甄选、与辉同行、辛选集团等头部机构合作，产品在抖音、快手等平台取得良好反响，部分爆款产品曾在抖音平台火腿爆款榜、火腿好评榜等榜单登顶榜首。同时，公司加速新零售战略布局，推动线上线下深度融合。2025年，公司新零售业务销售额突破一亿元，目标达成率超200%，展现出强劲的增长动能。

10、国际化战略的进展如何？目前海外业务有没有实质性突破，预计什么时候能对公司营收产生明显贡献？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注。2025年，公司稳步推进国际化战略，正逐步搭建覆盖欧洲、东南亚、非洲的合作网络。近日，全资子公司山东同得利食品有限公司首批出口新加坡的冷却肉正式启运，公司在深耕国际市场、践行高质量发展的进程中迈出坚实一步。公司目前海外业务尚未对公司整体经营产生重大影响，敬请广大投资者注意投资风险，理性投资。

11、2025年公司在产品研发上有哪些具体成果？推出的新品市场反馈怎么样？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注。2025年，公司聚焦用户需求，围绕高附加值、健康化、差异化三大核心打造产品矩阵。推出的低脂健康新品“醇香水煎鸡排”、无防腐剂高品质产品“好肉肉老火腿”“酱牛肉”等一经上市即成为爆款，凭借优质口感与健康属性获得消费者广泛好评。此外，公司以资源整合为抓手，充分发挥供应链优势，持续拓展业务边界与发展空间，推出金砖鹅肝、清酒鹅肥肝、红酒蓝莓鹅肥肝、鹅肥肝酱等高品质法式鹅肝系列产品，同时推动红薯及速冻果蔬等多种农产品的产业化进程。

12、领导，您好！我来自四川大决策，请问，公司对预制菜业务的战略定位是否发生了根本性调整？未来预制菜在总营收中的目标占比是多少？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注。公司对预制菜业务的核心战略定位未发生根本性调整。2025年，公司预制菜类产品营收占公司总营收的比例超过20%，已成长为公司核心的业务板块之一。此外，在预制菜产能方面，公司截至目前拥有山东本部10万吨猪肉、鸡肉预制菜产能，3万吨牛肉系列预制菜产能；陕西基地5万吨预制菜产能；江西基地结合当地饮食文化和口味偏好开发区域特色产品，拥有6万吨预制菜产能，公司预制菜业务的市场服务能力不断完善和提升。未来，公司将坚持打造以肉制品精深加工为核心的全链条绿色产业体系，稳步推进“立足屠宰、发力低温肉制品、延伸预制食品”的战略布局，从产品创新、渠道开拓、全链条管控、数字化转型等方面不断提升预制菜业务竞争能力，推动公司经营持续稳健发展。

13、公司的营销策略和渠道布局是怎样的？

尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注。公司坚持B端、C端同步发力。B端方面，公司聚焦重点客户，提供深度个性化服务，积极推进与餐饮、酒店和零售行业头部客户的战略合作，实现“双向赋能”。目前，公司已与家家悦、山姆、胖东来、信誉楼、盒马、美团小象超市、锅圈食汇、海底捞等保持稳定合作。同时，公司大力开拓团餐、特通等细分市场，报告期内成功中标威海、济宁、青岛等多地学校食堂采购项目，渠道结构更趋多元均衡。C端方面，公司坚持线上线下协同发力。线下围绕区域消费需求，梳理重点零售及餐饮客户资源，优化产品竞争力与终端消费体验，以精细化运营提升品牌影响力与美誉度。线上构建电商平台营销矩阵，通过“品牌+直播电商”模式加大与第三方直播平台及达人主播的运营合作，积极拓展直播业务。2025年，公司加速新零售战略布局，全年新零售业务销售额突破一亿元，目标达成率超200%。

	<p>14、您好，想了解下公司目前的业务结构？全国的生产基地布局具体是怎样的，各基地的产能大概有多少？</p> <p>尊敬的投资者，您好，感谢您对公司的关注。公司主要经营业务为生产和销售冷却肉及冷冻肉、低温肉制品、预制菜系列产品（速冻调理产品、牛肉系列产品）、发酵肉制品、速冻米面制品、即食休闲类产品等。产能布局方面，公司拥有山东、北京、陕西、吉林、江西五大生产基地，辐射华东、华北、华南、西北、东北、西南等市场区域。生猪屠宰产能方面，山东、吉林生产基地分别拥有 100 万头/年、200 万头/年的屠宰产能，在建的陕西生猪屠宰基地规划 200 万头/年的屠宰能力。预制菜产能方面，公司截至目前拥有山东本部 10 万吨猪肉、鸡肉预制菜产能，3 万吨牛肉系列预制菜产能；江西基地结合当地饮食文化和口味偏好开发区域特色产品，拥有 6 万吨预制菜产能；陕西基地 5 万吨预制菜产能。</p>
<p>附件清单(如有)</p>	
<p>日期</p>	<p>2026-04-30</p>