

证券代码: 300999

证券简称: 金龙鱼

编号: 202602

益海嘉里金龙鱼食品集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	☐ 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
参与单位名称及人员姓名	32 家机构, 详见附件 1
时间	2026 年 8 月 14 日-18 日
地点	上海市浦东新区博成路 1379 号金龙鱼大厦 Zoom 视频会议
上市公司接待人员姓名	董事长郭孔丰先生; 董事潘锡源先生; 董事兼总裁穆彦魁先生; 董事、常务副总裁牛余新先生; 副总裁邵斌先生; 董事兼财务总监陆玟妤女士; 董事会秘书洪美玲女士; 公司消费品渠道事业部总监赵红梅女士; 证券事务代表田元智先生; 公司 IR 团队: 陈宣妤女士、杜嘉怡女士
投资者关系活动主要内容介绍	一、主要 Q&A 1. 近期棕榈油等原材料价格有所上升, 请问公司对下半年原材料走势如何判断? 以及公司在采购方面是否有针对性的应对策略? 答: 当前原料市场面临较多不确定性因素, 包括地缘政治、气候变化等。海湾地区局势对石油、化肥等相关品类价格产生影响, 间接推动食用油价格上涨; 黑海地区粮食和油脂出口码头受冲突扰动, 带动国际小麦、玉米等品种价格走高。另外, 印尼、印度等地的天气情况仍存在不确定性, 未来数月可能面临干旱风险, 进一步增加了原材料市场的变数。 综合来看, 下半年原材料价格走势仍将受到多重因素交织影响, 公司将持续关注市场变化, 在原材料采购方面保持谨慎态度, 结合实际经营需求做好采购安排和风险管理。

2. 丰益堂大健康业务目前的销售策略及进展情况如何？

答：健康饮食是构建全民健康体系的重要一环。无论是居民个人健康意识的增强，还是政府公共卫生政策的导向，都推动健康食品的需求显著增长。随着人口老龄化、预期寿命延长，全球很多国家政府正在积极倡导健康饮食，希望通过预防性的健康管理来降低长期医疗支出。

目前中国已有数量不少的人口受到糖尿病、高血脂或高血压等慢性健康问题的影响。国家大力推进“健康中国2030”战略，倡导从“医养”向“食养”转变，鼓励通过科学膳食进行前置干预，功能性食品正从“小众需求”向“大众刚需”过渡。我们认为，功能性健康产品精准契合了政策导向与消费升级的交汇点，未来发展潜力可观。

公司丰益堂大健康产品传承中国食养文化，结合“食药同源”的传统智慧，从天然食物中提取功能性的营养成分，让这些植物营养成分成为“功能芯片”，融入日常饮食。在产品定位上，我们认为功能性健康产品应该惠及更大范围的消费者，而非局限于小范围群体。

公司多年来持续投入健康产品研发，目前已推出了低GI米面系列产品、甘油二酯油（DAG油）、植物甾醇、小麦胚芽等大健康产品，同时也开发了一些场景化的产品，比如DAG葱油拌面，金枪鱼海苔拌饭（低GI大米）等，使得消费场景更多元。生产功能性大健康产品的门槛较高，需要前端产品加工的规模优势、先进的加工设备和工艺，前沿的食品科技研发实力，这也使其毛利率高于普通粮油产品。我们希望在合理利润下，通过规模效应持续优化成本，让更多消费者受益。

营销方面，目前公司主要通过体验式营销进行推广，比如设立品牌体验中心，开展针对性的健康讲座等。这种“先体验、后认知、再购买”的模式，能够有效降低认知门槛。从近期的多场推广活动来看，转化效果较好，形成“体验-购买-复购-口碑裂变”的正向闭环。

综合行业前景与当前市场表现，我们对丰益堂的发展充满信心。

3. 公司央厨业务目前的盈利状况如何？目前已投产园区数量、出租率如何？如何展望未来？

答：中央厨房食品园区业务是公司非常看好的业务方向，目前央厨园区业务已经有比较明显的进步。近年来我们一直在优化业务模式，团队专业能力也在持续提升，我们对央厨园区业务保持较强的信心。

目前公司已有9个央厨园区投产，整体出租率持续提升。从市场需求来看，央厨模式可以帮助食品加工企业降低初始固定投资门槛、提高运营效率。另外，公司既是上游核心食材的供应商，又能够在原料采购、营销配送、实验研发等方面为客户提供增值服务，若客户发展顺利，我们还能协助其向全国市场拓展。公司在央厨园区领域具备较为突出的竞争优势，这是同行难以复制的。我们未来能在全国范围内形成数十家央厨园区的布局规模。

4. 公司上半年经销商的数量略有所下降，未来传统经销渠道的定位是否会有所调整？公司在直销、线上商超等新兴渠道方面的布局策略又是怎样的？

答：过去行业内企业多专注于单一品类，如米面油各自独立经营，

经销商通常也只做其中一类产品。相比之下，我们较早推行多品类协同策略，我们很多经销商的产品线也涵盖米面油、调味品等多产品线。近年来，随着电商及其他新兴渠道的快速发展，我们一直在持续推进渠道结构的优化调整，目前仍在调整中。

传统经销商是我们营销网络中非常重要的组成部分，公司会重视这一渠道。与此同时，电商作为新兴渠道，我们也还在积极探索如何实现最优利用，核心是在发挥电商优势的同时，兼顾传统经销商的利益，公司内部仍在持续进行相关策略的协调与平衡。

5. 2026 年上半年，公司高端油类产品的增速表现如何？不同价格带的食用油在增长态势上是否存在明显差异？

答：今年上半年，公司高端油类产品整体表现良好，呈现双位数增长。从不同价格带来看，价格较低的产品所在市场的价格竞争较为激烈，增长有所承压。

总体而言，公司食用油业务整体销量保持增长态势，其中高端油持续较快增长，对包装油利润贡献也较为显著。

6. 2026 年下游养殖行业整体盈利状况不佳，但公司饲料原料业务销量仍实现同比增长，请问增长的主要驱动力是什么？在当前国内大豆、豆油、豆粕库存偏高、压榨开机率开始下行，且仍有新增压榨产能投产的背景下，如何看待公司大豆压榨业务的长远竞争力？

答：今年饲料原料业务销量仍实现较好增长，主要得益于以下几方面：第一，采购端节奏把握较好，对原料成本的控制较为有效；其次，销售渠道网络日趋完善，客户覆盖能力持续增强；第三，产品矩阵较为丰富，公司饲料原料品种超过 20 个，涵盖豆粕、膨化大豆、大豆浓缩蛋白、发酵豆粕、豆皮、麸皮、米糠等，能够针对猪料、水产料、禽料等不同客户需求提供专业化的细分产品，渠道协同优势较为突出。叠加今年大豆压榨开机率整体较高，也对销量增长形成支撑。

关于压榨业务的竞争力，我们认为不能仅以单季度利润波动来评判，压榨利润受采购成本及市场周期影响，本身具有波动性。重点要关注的是，公司业务模式相较于同行是否具备更大的竞争优势。

公司的榨油厂通常位于综合企业群内，这些企业群内的大豆压榨、精炼、小包装、中包装等加工环节使得整体产业链更长、更全面。同时，公司作为国内最大的饲料原料供应商之一，产品品类齐全，营销人员服务专业、响应及时。这种模式在生产与营销两端均具备协同效应，某一品种价格承压时，客户仍有其他产品可选择采购。相较单一压榨工厂，公司的这一模式更具竞争优势。

7. 公司在即时零售渠道以及会员店渠道的销售增速如何？这些新渠道对传统渠道是形成替代还是带来增量？

答：在即时零售方面，公司与小象超市、叮咚买菜等平台有深入合作，基本实现全产品线覆盖，销售增速保持在双位数以上。公司围绕即时消费场景，联合客户开发了多款定制化产品，是推动增长的重要动力之一。

会员店方面，以山姆为代表，公司已与相关客户建立了战略级合作关系，围绕会员消费需求进行商品共创，合作关系稳定，成长性良好。

从整体消费需求看，因为当前市场总量趋于平稳，处于存量竞争阶段。会员店及即时零售等新业态的快速发展，客观上会对线下传统经销渠道形成一定分流。对此，公司也在积极探索赋能路径，协助传统经销商布局新兴业态，例如引导其参与“闪电仓”等即时零售新模式，帮助传统渠道实现转型升级。

8. 2026 年上半年厨房食品综合毛利率同比呈现小幅下降，主要受哪些因素影响？

答：上半年公司厨房食品销量增长，产品结构在不断优化，但受原材料成本上涨影响，毛利率短期有所承压。

9. 公司业务是否存在淡旺季特征？2026 年上半年旺季表现是否符合预期？结合当前消费环境，如何展望下半年经营情况？

答：公司业务会有季节性特征。以厨房食品产品为例，一季度受春节因素带动，送礼及员工福利需求较为集中，通常为销售旺季；二季度相对偏淡；下半年伴随中秋、国庆等节庆备货，又会进入新一轮旺季周期，这是粮油行业较为普遍的季节性规律。

从今年上半年业绩情况看，各业务板块表现良好，相信公司市场占有率也继续保持了较为稳健的竞争态势。

过去两年公司经营表现逐步向好，正是前期产能布局、推广新产品、持续研发，逐步释放成效的体现。综合来看，公司对下半年保持乐观。

10. 关于厨房食品业务，后续公司是否有产品调价计划？成本压力将如何向终端传导？

答：公司所处的粮油加工行业，原料成本占比较高。因此首先要做好原料采购和相应的套保管理，减小商品价格波动的风险；其次持续推进生产、营销及物流配送等全链条的精细化管理与降本增效，公司的综合企业群模式，通过实现基础设施、管理团队、品牌及渠道等资源共享，可以有效降低整体运营成本。

要保持利润空间，除了成本控制，还要扩大销量，同时积极开发新产品。公司始终坚持以民生产品为业务基石，不追求、也不认同暴利型商业模式。即便在大健康等产品领域，公司的宗旨也是提供高品质、且大众消费者可负担的产品。公司追求的是稳定、可持续的利润，而不是短期超额收益。

11. 公司在团餐业务上的布局思路是什么？

答：公司在学生餐及团餐领域具备比较突出的竞争优势。首先，公司自产米面油、调味品等核心食材，有成本优势；对于肉、菜等非自产原料，未来也可通过规模化集采进一步降低采购成本。其次，公司通过投入自动化生产设备，最大限度减少人工接触，可以有效提升食品

安全水平。

当前学生餐业务面临的一个客观问题是，学校在周末、节假日及寒暑假期间停餐，学生餐业务一年实际运营天数仅约 200 余天，且通常每日仅供应一餐，单一模式下盈利难度较大。因此，商业模式需进一步优化，在保障学生餐供应的同时，积极拓展其他团餐或配餐业务，提高整体开工率。

长期来看，大众化中餐及团餐模式将逐步向标准化、集约化方向发展，央厨模式不仅有助于提升食品安全水平，降低综合成本，还能够通过标准化流程，使非熟练工人也能做出品质稳定、质量安全的餐食。

这一过程需要较长的培育周期。公司愿意做长远的生意，我们认为，业务难度越大，成功后构建的竞争壁垒也越高。

12. 公司对面粉业务有何展望？

答：关于面粉业务的发展模式，公司认为传统的初加工模式，将小麦简单加工为通用面粉和麸皮，长期来看缺乏可持续竞争力。过去面粉厂通常仅生产不同灰分的产品，但如今已演变为生产几十种专用粉，以满足方便面、饺子、面包、蛋糕等不同用途需求，因此具备定制化研发生产能力已成为优质面粉厂的核心能力。

在价值链延伸方面，我们积极开展小麦深加工业务，不断丰富自身的产品矩阵。以小麦胚芽为例，过去很多企业将其作为饲料原料进行低价处理，但小麦胚芽营养非常丰富，且属于低 GI 食品，若能转化为高端食品原料，可显著提升附加值。另外目前小麦整体产量虽然充裕，但高筋与低筋品种仍存在结构性缺口，谷朊粉既可用于弥补面粉筋度不足的问题，也因宠物饲料需求增长而获得新的应用空间。小麦淀粉也广泛用于点心及各类食品加工，应用前景广阔。

渠道方面，下游客户为降低成本，越来越多地转向散装运输方式。同时，配粉及质量控制环节正逐步引入人工智能等新技术。

营销层面，一般大型食品企业通常也在全国多地设置工厂，公司的全国网络布局，能够提供一站式解决方案。

短期来看，面粉业务盈利情况会受到小麦采购节奏及原料成本波动的影响。但长期而言，基于公司面粉业务在品类多样性、深加工能力及客户协同等方面的优势，我们对面粉业务的竞争力充满信心。

13. 公司布局蛋鸡业务的考量是什么？

答：公司布局蛋鸡业务，主要基于以下几方面战略考量：

从产业政策导向来看，蛋鸡业务符合国家推动现代农业发展的战略方向，同时契合市场对食品安全与健康营养日益增长的需求。公司在食品安全管理和生产可追溯体系方面具有多年积累，能够有效保障蛋品从源头到终端的安全可控，同时兼顾环保及可持续发展相关要求。

在成本方面，饲料占鸡蛋生产成本的比重较高，公司在饲料原料领域具备规模优势和成熟的供应链管理能力，有助于降低蛋鸡养殖的整体成本，形成相较于同业的成本竞争力。

从市场空间看，鸡蛋作为基础农产品，消费量大、需求刚性，具

	备广阔的市场容量。鸡蛋广泛用于零售、餐饮、烘焙、食品工业等渠道，下游客户对优质、稳定、价格公允的蛋品存在持续需求。公司依托现有的营销网络和客户资源，能够为下游客户提供品质可靠、价格合理的长期供应服务。 综合来看，蛋鸡业务能够与公司现有饲料原料业务和营销网络形成较好的协同效应，公司具备从生产、采购到销售的全链条优势。 14. 公司未来几年的资本开支规划是什么，例如在米面油及央厨上的规划？ 答：关于未来的资本开支，由于公司目前建成投产的米、面、油工厂数量较多，国内的产能布局已较为完善，所以未来这方面的投资金额会大幅减少。 结合当下的健康饮食趋势，我们将把更多资源投向健康产品的研发，研究如何生产更安全、更美味、更营养、更符合消费者需求的产品。我们也可以依托央厨园区平台，与合作伙伴一起开发具有健康属性的相关产品，让有不同健康需求的人群都能享受到适合自己的美食，同时兼顾营养健康。 15. 近几年公司分红比例持续提升，后续在股东回报方面是否有进一步规划？ 答：随着重资产的新项目陆续进入收尾阶段，未来资本开支会有所收缩，使公司有条件进行更多分红。 16. 广州益海案件的二审进展如何？以及公司对该案件的看法？ 答：该案件仍在二审审理中。我们认为，一审判决在认定事实、适用法律上均根本错误。在该案涉及的中转业务合作期间（2008年至2014年），作为中转方的广州益海完全按合同的约定履行了出库审查义务。本案的实质是安徽华文与云南惠嘉内外勾结、共同造假，造成国有资产巨额损失并掩盖近十年后，企图将巨额损失非法转嫁给广州益海，公司将穷尽法律所赋予的全部途径和手段以澄清真相，维护广州益海的合法权益。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及应披露重大信息
附件清单（如有）	附件1《2026年8月14日-18日调研活动附件之与会清单》
日期	2026-8-18

附件1《2026年8月14日-18日调研活动附件之与会清单》

AceCamp	光大证券	华源证券	长江证券
BofA	广发证券	交辉创投	招商证券
CGSI	国盛证券	摩根士丹利	浙商证券
Crisil Investment	国泰海通证券	首创证券	中金公司
Daiwa	国信证券	星展银行	中泰证券
博道基金	华创证券	银河证券	中信证券
财通证券	华泰证券	永赢基金	中银基金
东北证券	华西证券	长城证券	中邮证券