

证券代码：001219

证券简称：青岛食品

公告编号：2026-037

青岛食品股份有限公司 关于募投项目延期的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

青岛食品股份有限公司（以下简称“公司”）于 2026 年 8 月 20 日召开第十一届董事会第七次会议，审议并通过了《关于公司募投项目延期的议案》，决定将募投项目智能化工厂改扩建项目、研发中心建设项目、营销网络及信息化建设项目（以下简称“募投项目”）延期至 2028 年 10 月 31 日。该事项尚需提交 2026 年第二次临时股东大会审议。现将具体情况说明如下：

一、募集资金基本情况

经中国证券监督管理委员会《关于核准青岛食品股份有限公司首次公开发行股票批复》（证监许可[2021]2383 号）核准，并经深圳证券交易所同意，公司向社会公开发行人民币普通股(A 股)2,220 万股，每股发行价格为人民币 17.20 元，募集资金总额为人民币 381,840,000.00 元，扣除各类发行费用之后实际募集资金净额为人民币 357,326,924.03 元。上述募集资金已全部到位，并由毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）于 2021 年 10 月 13 日出具《青岛食品股份有限公司验资报告》（毕马威华振验字第 2100962 号）审验确认。

上述募集资金已经全部存放于公司募集资金专户，募集资金的存放、管理和使用均符合《上市公司募集资金监管规则》等相关法律法规及公司《募集资金管理办法》的规定和要求。

截至 2026 年 6 月 30 日，募集资金专户存储情况如下：

单位：万元

账户名称	募集资金专户开户行	专户用途	账号	余额
青岛青食有限公司	青岛银行股份有限公司福州路支行	智能化工厂改扩建项目	802550200550276	23,886.23

青岛青食有限公司	青岛银行股份有限公司福州路支行	研发中心建设项目	802550200550261	8,820.29
青岛食品股份有限公司	青岛银行股份有限公司福州路支行	营销网络及信息化建设项目	802550200550234	3,701.74

注:上述余额包含活期存款余额和结构性存款余额。

二、募集资金使用情况

截至 2026 年 6 月 30 日,公司按照计划已使用的募集资金为 3,095.46 万元,募集资金使用具体情况如下:

单位:万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金承诺投资总额	已投入金额	投入进度
1	智能化工厂改扩建项目	29,031.21	22,350.80	946.39	4.23%
2	研发中心建设项目	11,104.19	8,550.83	587.99	6.88%
3	营销网络及信息化建设项目	6,276.86	4,831.06	1,561.08	32.31%
合计		46,412.26	35,732.69	3,095.46	8.66%

注:1. 以上数据未经会计师事务所审计。

2. 募集资金账户余额与尚未投入的募集资金差额 3,771.03 万元,为使用募集资金进行现金管理的投资收益、银行利息并扣除了银行手续费后的金额。

三、本次募投项目延期的具体情况

根据募投项目的实施进度,经审慎分析和认真研究,为了维护全体股东和公司的利益,在项目实施主体、募集资金项目投资用途及投资规模都不发生变更的情况下,公司决定将募投项目进行延期。上述募投项目本次延期前后项目达到预定可使用状态日期如下:

序号	项目名称	原预计达到预定可使用状态日期	延期后预计达到预定可使用状态日期
1	智能化工厂改扩建项目	2026 年 12 月 31 日	2028 年 10 月 31 日
2	研发中心建设项目	2026 年 10 月 31 日	2028 年 10 月 31 日
3	营销网络及信息化建设项目	2026 年 10 月 31 日	2028 年 10 月 31 日

四、募投项目延期的原因及后续保障措施

（一）智能化工厂改扩建项目

本项目主要建设内容包括新建智能仓储中心和饼干生产线扩建两部分。公司基于审慎使用募集资金的原则，对本项目分批次实施，一期先建设智能仓储中心，二期扩建饼干生产线。截至 2026 年 6 月 30 日，已投入 946.39 万元，主要用于部分旧生产线的升级改造和智能化仓储中心项目建筑设计以及自动化仓储软硬件系统建设方案的设计等工作。

当前，休闲食品行业已进入调整“深水区”，量贩零食与会员店等新零售渠道重构了行业定价逻辑，叠加《预包装食品标签及营养标签新国标》及“体重管理年”政策导向，市场对“低 GI、功能化、药食同源”类产品的需求显著提升。与此同时，行业呈现出消费者需求多变、产品迭代加速、单品生命周期缩短的特征，尽管公司营收保持逐年增长，但增速相对平缓，现有产能尚能满足当前产品的生产需求。公司正围绕“附带功能属性、年轻态休闲零食、渠道联名类产品”三大方向进行多元化尝试，并重点聚焦“钙多多”IP，规划向儿童营养、银发代餐及运动复原等细分赛道延伸。近年来采取了更为稳健的“轻资产试错”策略，依托 OEM/ODM 模式灵活开发新品，旨在通过小批量、多批次的市场测试，精准捕捉消费需求，避免因盲目开工导致的资源浪费。由于当前新品营收仍处于爬坡阶段，收入占比相对较低，尚未出现足以支撑大规模固定资产投资的大单品，公司需更多时间对产线进行模块化、功能化升级设计，以确保其具备足够的灵活性以匹配未来的产品矩阵。现结合最新市场环境变化与经营实际，为有效规避投资风险和确保投资精准性与效益最大化，从股东创造可持续的长期回报角度出发，遵循审慎性的投资原则，公司拟将项目达到预定可使用状态日期延期至 2028 年 10 月 31 日。

（二）研发中心建设项目

本项目主要包括研发检测场所建设和人才招聘。截至 2026 年 6 月 30 日，已投入 587.99 万元，主要用于部分研发和质检设备采购以及支付研发人员薪酬等工作。

近年来，公司坚持“研发前置、轻量投入”的策略，已实质性构建技术护城河。2024 年，公司使用募集资金 200 余万元完成了核心研发与质检设备的更新，

并聘请了多名研发人才，研发投入同比大幅增长。这一策略成效显著，公司新品上市节奏已由早年每年仅数款提升至目前每年几十款，研发响应速度与质量管控水平实现了质的飞跃。然而，当前行业正处于调整“深水区”，消费者需求多变且迭代极快。公司当前战略已全面转向“低 GI、功能化、药食同源”等高附加值赛道，重点打造“钙多多”IP 下的儿童营养、银发代餐及运动复原等细分品类。尽管公司新品收入增速可观，但在总营收中的占比仍相对较低，在此背景下，公司采取 OEM/ODM 模式进行“小步快跑”的市场测试应对策略，减少公司的资产的沉没成本。新的研发方向对实验室配置及中试线的柔性化程度提出了更高的要求。鉴于当前休闲食品行业的深度变革以及公司产品研发逻辑的迭代，为确保募投项目与公司整体战略高度协同，并精准匹配未来市场需求，经审慎评估，公司拟将该项目达到预定可使用状态日期延期至 2028 年 10 月 31 日。

（三）营销网络及信息化建设项目

本项目主要包括省外营销网络建设、多渠道营销宣传投入、公司配套信息化系统升级等。截至 2026 年 6 月 30 日，已投入 1,561.08 万元，主要用于市场开发与广告宣传，以及 ERP 管理系统和营销中心的建设。

近年来，公司持续加大市场营销资源的投入规模与覆盖范围。通过高频次参与全国糖酒会、广交会等头部展会，落地首家品牌形象店，并冠名赞助潍坊风筝节、青岛马拉松等大型文体活动，拓宽品牌传播触点。同时，公司积极布局小红书等内容渠道开展产品种草，并投入资源打造“钙多多”IP。公司借助第十五届全运会及相关赛事热点，确立了以体育营销为主线的品牌年轻化战略，特别是通过独家冠名山东游泳队、深耕校园互动及策划 75 周年系列庆典，公司品牌声量与省外市场渗透率实现了梯次跃升，但是投入产出比相对滞后。线下渠道拓展已从早期的“广覆盖”转向“精细化深耕”，传统流通渠道动销逻辑生变，新设营销中心的选址增加了区域消费力、竞品铺市率等复杂数据模型，单点尽调周期大幅拉长；品牌传播环境向碎片化触点演变，公司媒介策略从单纯的流量购买转向“体育 IP+文旅”的整合营销，这对营销网络的响应速度与资源配置提出了全新的柔性要求。为避免盲目铺点造成的资源浪费，确保每一笔营销投入均能转化为长效的品牌资产与市场占有，经审慎评估，公司拟将该项目达到预定可使用状态的日期延期至 2028 年 10 月 31 日。

（四）后续保障措施

尚未投入的募集资金将继续用于募投项目的建设，公司将根据实际情况有计划、有步骤的稳步实施，以确保募投项目资源配置的合理性和项目推进的稳健性。

公司会密切关注行业发展趋势，结合公司实际情况，制定实施计划。同时，公司继续严格遵守募集资金使用相关规定，规范募集资金管理与使用，严格执行募集资金管理制度，加强对募集资金使用的监督管理，有序推进募投项目建设。

五、募投项目重新论证分析

公司对智能化工厂改扩建项目、研发中心建设项目和营销网络及信息化建设项目的必要性及可行性进行了重新论证，该等项目延期未改变项目建设的内容、投资总额、实施主体等，项目继续实施仍然具备必要性和可行性。具体情况如下：

公司作为拥有七十余年发展历史的“中华老字号”企业，以“青食”牌钙奶饼干为代表的系列产品在山东及周边市场享有极高的品牌声誉与消费者忠诚度。近年来，在消费结构调整持续深化、国货品牌加速崛起、线上线下渠道融合发展的多重背景下，公司核心产品市场需求持续攀升，品牌影响力由区域向全国加速拓展。为实现高质量、可持续发展，公司需继续提高生产能力、加大研发投入及市场营销投入。

（一）智能化工厂改扩建项目

1. 项目建设的必要性

钙奶饼干作为公司核心产品，现有生产设施产能平均利用率已达 93.64%，旺季满负荷生产存在供给紧张的情况，从长期发展角度来看，产能瓶颈对公司进一步扩大市场形成制约。伴随休闲食品行业进入深度调整阶段，消费结构调整趋势持续深化，消费者对健康、营养、功能性食品的需求不断增长，公司现有产线生产品种的局限性较多，且基本已到达会计估计的折旧年限，中长期视角下仍存在产能突破、生产效率提升的客观需求。改扩建项目是公司破解远期产能约束、保障未来市场供给的战略储备，同时也是顺应消费升级大趋势、优化中长期产品结构的现实需要，有利于夯实“青食”老字号品牌势能，提升长期市场竞争力，实现未来有效衔接产品创新与产能落地的重要途径。本项目从长期发展视角出发，具备充分实施必要性。

2. 项目建设的可行性

本项目是公司立足长期发展、破解发展痛点、放大品牌红利的核心战略布局，为突破现有产能瓶颈、完成传统食品制造智能化迭代，同时放大“青食”中华老字号品牌价值、拓展全国消费市场。项目引入先进生产设备，建设智能仓储中心，将高效提升采购、生产、仓储、配送全链条的自动化、智能化水平。该建设方案符合国家产业规划，是公司响应国家智能制造政策导向的重要举措。依托“青食”中华老字号品牌优势，公司紧抓第十五届全运会营销契机，2025 年饼干业务实现营收 4.58 亿元，同比增长 4.18%，主业稳健增长；通过“线上+线下”融合的新零售渠道加速省外布局，为未来产能释放储备了充足的市场空间。

休闲食品行业的发展离不开品牌、创新和产能。公司作为《饼干质量通则》（GB/T 20980）国标制定参与者，拥有多项专利技术，核心技术覆盖生产工艺、配方创新及智能化生产等领域，本项目核心工艺与现有成熟技术同源，技术落地风险可控。公司多年深耕饼干行业，积累了丰富的产业链管理经验，在原材料采购、生产制造及产品销售环节掌握了大量核心资源，保障了供应链的稳定与流畅。同时，公司严格执行全流程质量控制制度，叠加成熟的管理团队、销售骨干及熟练技术工人储备，能够充分满足产能扩张后的品控要求与运营需求，为项目实施提供充分的保障。

（二）研发中心建设项目

1. 项目建设的必要性

随着休闲食品行业竞争加剧，消费需求加速向营养、功能、健康方向升级，行业新品迭代速度持续加快，公司现有研发与检测载体已难以匹配业务发展的需要。本项目的建设具有充分的必要性：一是构建全链条创新体系，通过完整落地研发实验室与中试产线，配齐全套研发软硬件，搭建覆盖短期新品落地与远期新品储备的完整创新体系，同步引进专业研发人才、完善人才培育机制，持续产出新工艺、新产品并积累专利技术，稳固企业行业竞争优势；二是筑牢食品安全防线，项目配套高端综合检测中心后，可独立完成 200 余项理化、微生物、农残、重金属及营养指标检测，实现原材料、包装、半成品、成品的全流程自检，高效管控各类质量风险，切实履行食品安全主体责任，维护“青食”老字号品牌口碑与消费者信任；三是拓宽长期发展空间，完备的研发载体可同步支撑多品类并行研发，助力公司持续优化产品结构、开拓省外与海外市场，同时依托研发配套开展

产学研交流合作、参与行业标准制定，提升企业行业话语权，为公司长远可持续发展提供稳定的技术支撑。

2. 项目建设的可行性

本项目拟按照国家级技术中心标准建设研发与检测一体化平台，通过搭建五大专业化实验室、完整中试产线及精密检测实验室，可实现新品配方开发、工艺优化及 200 余项食品安全指标自主检测，彻底打通“小试—中试—量产”技术转化链路，符合国家关于“加快食品行业发展，推动食品工业转型升级”的产业政策导向。公司设有省级技术中心，长期参与饼干和花生酱国家及行业标准的制定工作，在饼干配方、工艺技术及质量控制等方面积淀深厚，依托既有的 6 项实用新型及 4 项外观专利，可确保研发成果向规模化生产顺畅转化。

公司多年深耕饼干行业，已建立起广泛、深入的经销网络，与多家大型商超保持稳固合作。依托“青食”中华老字号品牌势能及第十五届全运会营销契机，既可保障新品快速推向市场，又能通过营销端精准捕捉健康化、功能化消费趋势，及时反馈至研发中心开展靶向研发。项目建成后预计每年可支撑几十款新品上市，为“钙奶饼干+休闲饼干”双轮驱动战略提供持续创新动能，进一步巩固公司在钙奶饼干细分市场的领军地位。项目建成后将通过“内培外引”壮大复合型研发队伍，配套完善知识产权与成果转化激励机制，构建长效人才储备，为本项目实施提供人才保障。

（三）营销网络及信息化建设项目

1. 项目建设的必要性

随着消费升级和生活节奏的加快，饼干等休闲食品行业将维持长期良好发展，但休闲食品生产企业众多，行业竞争日趋激烈。当前公司八成以上营收集集中于山东省内，省外市场布局薄弱，整体市场占有率偏低，现有销售渠道无法充分承接新建生产线产能增量。本项目一方面通过在省外落地区域营销网点、配套仓储物流体系，构建“广告投放+内容种草+精准投流”的立体品牌宣传矩阵，在加大传统广告投放力度的同时，重点发力线上电商直播带货与全域流量运营，深度挖掘省外消费潜力，打破“青食”品牌的地域局限，有效提升全国市场曝光度与品牌认知度，稳步提升产品销量与市场占有率；另一方面升级全渠道营销数字化管理系统，打通总部与各区域网点的数据链路，整合仓储、销售、客户、财务等全流

程经营数据，实现统一调度与精细化分析，通过数字化手段精准评估广告投流效果与市场需求变化，补齐渠道布局、品牌推广、数字化管理等多方面短板，构建线上线下深度融合的全国一体化营销体系，强化客户画像与分类服务能力，更好适配行业竞争态势。本项目实施是破解公司区域依赖瓶颈、消化新增产能、构建全国性品牌势能及筑牢长期可持续发展基础的必要举措。

2. 项目建设的可行性

未来随着智能化工厂改扩建项目产能释放及研发中心差异化产品的持续输出，本项目将获得充足的供给侧支撑，可有效解决过往新品推广中存在的产品适配与产能瓶颈问题，为营销网络向省外纵深拓展奠定坚实基础。依托“青食”七十余年品牌积淀及第十五届全运会等顶级流量入口的营销势能，公司品牌在全国市场的认知度与美誉度显著提升，为省外市场渗透提供了强有力的品牌背书。

在渠道建设层面，公司在山东省内精耕多年的“深度分销+终端掌控”模式已高度成熟，具备极强的可复制性，能够为省外经销商的遴选、赋能与管理提供标准化的操作范本。在信息化支撑层面，拟建的全渠道营销系统与 ERP、MES 等后台系统实现数据贯通，可实现对全国市场动销数据的实时采集、分析与预警，驱动供应链快速响应与精准营销，为精细化运营提供决策支持。同时，公司组建了具备跨区域作战经验的营销团队，并配套建立了完善的人才引进、培养与激励机制，为本项目实施提供人才和机制保障。项目建成后，将有效打破地域销售天花板，在夯实省内基地市场的同时，提升省外市场营收占比，实现业务规模的高质量增长。

（四）重新论证结论

综上所述，募投项目和公司当前的发展战略规划相契合，本次延期未改变募投项目建设的内容、投资总额、实施主体等，继续实施仍然具备必要性和可行性。同时，本着为股东负责、审慎投资的原则，公司将密切关注行业发展变化，有计划、有步骤地稳步实施募投项目，切实维护公司及全体股东的长远利益。

六、募投项目延期对公司的影响

本次募投项目延期，是公司根据自身经营需要及募投项目实际情况做出的审慎决定，未改变投资项目的实施主体、募集资金用途及投资规模，项目的延期仅涉及募投项目进度的变化，不存在变相改变募集资金投向和损害公司及股东利益

的情形，亦不会对公司的正常经营产生重大不利影响。公司也将加强对项目进度的监督，使项目按新的计划进行，以实现公司与全体投资者利益的最大化。

七、公司相关审议程序

（一）审议程序

公司于 2026 年 8 月 20 日分别召开第十一届董事会审计委员会第五次会议、第十一届董事会第七次会议，审议通过了《关于公司募投项目延期的议案》，同意公司及子公司在不影响公司正常生产经营及确保资金安全的前提下，对募投项目进行延期。该议案尚需提交 2026 年第二次临时股东会审议。

（二）保荐人核查意见

经核查，本保荐人认为：

本次青岛食品募投项目延期事项，已经公司董事会审计委员会和董事会审议通过，并将提交股东会审议，履行了必要的程序，符合《上市公司募集资金监管规则》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》等相关法律法规的规定。

综上，本保荐人对青岛食品本次募投项目延期事项无异议。

八、备查文件

1. 第十一届董事会第七次会议决议；
2. 第十一届董事会审计委员会第五次会议决议；
3. 中信证券股份有限公司关于公司募投项目延期的核查意见。

特此公告。

青岛食品股份有限公司

董事会

2026 年 8 月 21 日