

甘源食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-004

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（电话会议）
参与单位名称	具体参与单位名称见附件
时间	2026 年 8 月 22 日（星期六） 9:30-10:30
地点	公司会议室
公司接待人员姓名	董事会秘书 张婷女士 财务总监、董事 涂文莉女士
形式	网络线上
投资者关系活动主要内容介绍	提问与回答环节 问：请介绍公司上半年整体经营业绩情况？ 答：2026 年上半年，公司实现营业收入 10.70 亿元，同比增长 13.18%；实现归属于上市公司股东的净利润 0.80 亿元，同比增长 7.34%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 0.68 亿元，同比增长 6.79%。营业收入增长主要得益于零食量贩、电商自营及海外等渠道的同比增量贡献。核心品类中，瓜子仁、蚕豆、青豌豆及其他系列产品均实现不同程度增长。 毛利率方面，上半年综合毛利率同比下降 1.58 个百分点，主要受成本端原材料成本上升以及渠道端销售均价下降、渠道结构变化影响。 净利润方面，净利润增速低于营收增速，主要系毛利率同比下降所致。但报告期内销售费用率及管理费用率同比均有所优化，在一定程度上对冲了

	毛利率下降对净利率的影响。 问：请介绍公司当前各渠道的业务进展？ 答：公司坚持“全渠道+多品类”的经营战略，通过精准匹配不同渠道的产品需求，推动各渠道协同发展，2026 年上半年，公司经销、电商及直营模式收入规模均有不同程度增长，主要增量来自零食量贩、电商自营及海外渠道。其中，零食量贩渠道方面，公司与万辰、鸣鸣很忙等主流系统合作持续深化，通过持续导入新品、扩充 SKU 强化扩品策略，有效提升了单店产出与合作深度；电商渠道方面，电商自营保持较快增长，作为新品首发与品牌营销的主阵地，有效拉动新品销售放量，线上产品生态持续优化；海外业务方面，境外经销商数量及收入均实现稳步提升。与此同时，传统商超渠道通过经销商优化与部分系统直营化调整，阶段性调整已基本完成，后续将逐步显现成效。未来公司将继续坚持全渠道战略，巩固传统渠道基本盘，深化高成长性渠道合作，稳步拓展海外市场，持续提升渠道运营效率与协同效应。 问：公司上半年毛利率变动的原因及改善措施？请问成本端上涨对公司毛利率的影响程度如何？ 答：上半年综合毛利率变动主要受以下因素影响：一是成本端，原材料成本上升导致主营业务成本增长；二是渠道端，为应对市场竞争，经销模式下的销售渠道阶段性加大促销力度，销售均价有所下降，同时渠道结构变化亦对毛利率形成一定影响。针对上述影响因素，公司已制定相应改善举措。供应链端，通过规模化集中采购、锁价等机制平滑原材料价格波动对成本的影响，同时持续推进工艺优化以降低单位制造成本；产品端，持续优化产品矩阵，提升高毛利产品在总收入中的占比，通过产品结构升级对冲低毛利渠道占比提升带来的压力；费用管理方面，动态评估各渠道投放效果，优化费用节奏与资源配置，减少低效投入，提升整体费效比。上述举措将有助于公司进一步优化成本结构，逐步实现毛利率的稳定与改善。
--	---

问：请问公司海外业务的拓展情况如何？

答：公司海外业务稳步推进，取得了一定进展。截至 2026 年上半年，境外经销商数量增至 109 家，海外市场拓展势头良好。从区域方面看，产品已出口至越南、印尼、马来西亚、新加坡、泰国、俄罗斯等国家和地区。从产品方面看，公司目前已推出多款英文版产品，未来将逐步完善全球产品矩阵，以适配不同区域消费者的口味偏好。同时，公司已在海外设立了专门的销售团队，以支持海外市场业务发展；生产端主要依托位于江西萍乡、河南安阳的国内生产基地，保障全球范围内的产品供应与市场需求。整体来看，海外业务仍处于初期布局阶段，收入占比相对较低，是公司中长期重要的增量方向。海外市场的拓展进度与业绩贡献受当地市场环境、消费偏好、合规要求及汇率波动等多重因素影响，公司将根据市场情况与业务发展需要审慎规划全球供应链体系建设并推进各项海外战略。

问：请问公司销售费用情况及后续规划？

答：2026 年上半年公司销售费用率同比下降 0.97 个百分点，销售费用增速较去年同期有所放缓，主要得益于前期战略性投入逐步转化为收入增长，以及渠道效率提升与产品结构优化带来的协同效应。从投入方向来看，公司销售费用主要集中于产品促销及推广与渠道团队建设两大领域，旨在把握国内新兴渠道与海外市场的发展机遇，稳固传统渠道份额，同时加快培育第二增长曲线产品。展望后续，随着前期投入效果的持续释放和渠道效率的进一步提升，公司产品结构有望持续优化，渠道发展更趋均衡健康。在费用管理方面，公司将强化精细化管理，重点跟踪各渠道的投入产出效率，动态评估投放效果，努力提升营销资源的使用效率。

问：公司对下半年的经营有何展望与规划？

答：展望下半年，公司将继续坚持“全渠道+多品类”经营战略，聚焦产品与渠道两个维度持续提升经营质量。产品端，深耕豆类与风味坚果两大核心品类，巩固经典豆类基本盘的同时，围绕健康化趋势持续丰富产品矩阵，打造有竞争力的产品梯队。渠道端，持续推进全渠道网络优化，传统渠道

	在阶段性调整完成后有望逐步恢复，零食量贩、会员店等高成长性渠道继续保持良好增长态势，同时稳步推进海外市场。公司将扎实推进上述举措落地，努力实现全年稳健发展。 注：以上已将本次交流中类似或重复问题进行了整理和合并。
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）	无
风险提示	以上公司回复内容均围绕定期报告和公司经营情况展开，不构成公司盈利预测或业绩承诺。
日期	2026 年 8 月 22 日

附件：

会议参与单位名称（按机构名称首字母排序）：

机构名称	机构名称
北京橡果资产管理有限公司	华源证券股份有限公司
财通证券股份有限公司	开源证券股份有限公司
创金合信基金管理有限公司	摩根士丹利亞洲有限公司
东方财富证券股份有限公司	山西证券股份有限公司
东兴证券股份有限公司	上海东方财富证券投资咨询有限公司
方正证券股份有限公司	上海名禹资产管理有限公司
甘源食品股份有限公司	上海原点资产管理有限公司
耕霖(上海)投资管理有限公司	首创证券股份有限公司
光大证券股份有限公司	太平洋证券股份有限公司
广东汇创投资管理有限公司	西藏东财基金管理有限公司
国金证券股份有限公司	西南证券股份有限公司
国联民生证券股份有限公司	溪牛投资管理(北京)有限公司
国盛证券有限责任公司	信达证券股份有限公司
国泰海通证券股份有限公司	圆信永丰基金管理有限公司
国泰君安证券股份有限公司	长江证券股份有限公司
国投证券股份有限公司	浙商证券股份有限公司
国信证券股份有限公司	中国国际金融股份有限公司
海南佳岳私募证券基金管理有限公司	中国银河证券股份有限公司
海通证券股份有限公司	中泰证券股份有限公司
华安证券股份有限公司	中信建投证券股份有限公司
华泰证券股份有限公司	中信证券股份有限公司
华鑫证券有限责任公司	中邮证券有限责任公司