

盐津铺子食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

证券代码：002847

证券简称：盐津铺子

编号：2026-006

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 媒体采访 ☐ 新闻发布会 ☐ 现场参观 ☐ 分析师会议 ☐ 业绩说明会 ☐ 路演活动 ☒ 其他（2026 年湖南辖区上市公司投资者网上集体接待日暨半年度业绩说明会活动）
参与单位名称及人员姓名	线上参与 2026 年湖南辖区上市公司投资者网上集体接待日暨半年度业绩说明会活动的投资者
时 间	2026 年 09 月 02 日（星期三）下午 14:30-17:00
地 点	“全景路演”网站（ https://rs.p5w.net ）
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：张杨女士 证券事务代表：吴瑜女士
投资者关系活动主要内容介绍	在本次说明会上，公司就所处行业状况、发展战略、经营业绩等情况与投资者进行互动交流，主要问题及答复如下： 1.公司的护城河怎么样？目前的估值低么？公司今后的战略方向是什么？ 答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司自成立以来专注中国传统特色中式休闲零食行业，经过多年发展，在原料配方、生产工艺、技术设备、质量标准、品牌信誉等方面达到行业领先水平。1. 品牌与品类矩阵优势：公司聚焦魔芋零食、海味零食、健康蛋制品、休闲豆制品、果干果冻及烘焙薯类六大品类，拥有“盐津铺子”主品牌及“大魔王”、“31°鲜”、“憨豆爸爸”、“蛋皇”、“蒟蒻满分”等品类品

牌矩阵；2. 全产业链供应链优势：公司持续加大研发投入，以市场需求为导向，加快推进智能制造转型，并坚持向上游延伸，推动核心产品向第一产业布局；3. 全渠道立体营销网络：公司打造了全渠道、线上线下相结合的营销网络；4. 食品安全与质量控制体系：公司构建了以“源头控制、自主生产、产品溯源”为核心的食品安全体系，按照 ISO9001、HACCP、ISO22000 标准建立严格质量管控体系，实现对采购、生产、销售全链条的品质保障；5. 管理体系优势：公司推进组织架构变革，整合事业部内营销、研发、生产、供应链及职能板块形成一体化作战单元，纵向贯通产品价值链，实行统一指挥机制，强化经营结果导向。

公司保持战略连贯性，聚焦中国风味、健康高蛋白、健康甜味三大赛道，以品类品牌战略推进大单品落地。中国风味零食：“大魔王”品牌效应持续释放，全渠道覆盖不断深化；健康高蛋白零食：健康蛋制品、海味零食得益于高势能渠道，增长强劲；健康甜味零食：果干果冻、烘焙薯类产品专注打磨产品力。渠道建设方面，深耕全渠道布局，线下零食量贩保持较好增长势头，定量流通渠道将进一步优化经销商、分销商结构，培育一大批核心战略合作商，进而强化高质量终端网点建设，以麻酱魔芋素毛肚超级大单品带动其他品类矩阵的形成，持续深化与高势能渠道的合作；线上主动优化结构；海外市场稳步推进，核心产品进入泰国 7-Eleven 等东南亚主流渠道。智能制造与供应链持续深化，保障核心品类产能供应与品质优化。谢谢！

2.从公司最新经营数据来看，基本面是否发生变化？当前业务进展是否符合年初制定的经营目标？您认为当前市场对公司最大的担忧是什么，后续公司计划采取哪些经营层面的举措改善基本面，修复市场信心？公司是否有考虑回购、大股东增持或者进一步加强投资者交流等市值层面的安排？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司始终坚定不移聚焦主业，持续专注休闲食品行业，长期坚持自主制造。公司经营管理层也致力于达成《2025 年限制性股票激励计划》中设置的业绩考核目标，目前公司生产经营正常有序，有关公司业绩情况请关注公司在深交所指定信息披露平台披露的定期报告。

市场对休闲食品行业普遍关注食品安全、行业竞争等风险。公司始终将食品安全视为生命线，长期坚持自主制造，已构建覆盖采购、生产、流通全链条的品控体系；面对行业竞争，公司依托多品类矩阵与全渠道布局持续增强经营韧性，有效应对竞争风险。

在经营层面，公司持续深化全渠道布局，积极提升发展韧性。线下渠道中，两大核心抓手成效显著：高势能会员渠道上半年增速超预期，带动健康高附加值产品增长；零食量贩渠道未来成长空间较大，公司对未来 2~3 年零食量贩渠道的增长保持积极乐观。定量流通渠道正从单品类驱动向多品类协同转型，并以魔芋为核心带动多品类形成组合势能。同时，该渠道正推进管理优化，向大客户（大商）集中，为未来的重点渠道拓展、线下品牌推广、多品类势能扩展打好基础。

品类方面，多品类战略核心价值持续凸显。公司坚定看好魔芋品类中长期成长空间，魔芋“超级食材”特性和“健康+美味”零食属性未发生变化，在调味、形态上仍有很多创新空间。公司三季度将推出创新型的辣味魔芋产品，打造魔芋零食的品类矩阵，持续提高魔芋品类的市占率。海味零食以鳕鱼鱼糜为核心原料，持续拓展产品形态与消费场景。鹌鹑蛋销量稳居前列，各渠道均实现了正向增长，待在建养殖基地逐步投产后，将进一步提升健康蛋制品的销售占比。长期来看，健康高蛋白零食符合全球消费趋势，海味零食和健

康蛋制品有长期持续成长空间。公司始终把提升经营水平和发展质量等作为市值管理的根本，以扎实的业绩回报投资者。公司已充分关注到您的建议，后续如有相关计划，将按照相关规定及时履行信息披露义务。谢谢！

3.公司如何看到这些变革导致的暂时性收入下滑带来的影响？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！自 2025 年 5 月起，电商事业部主动缩减了贴牌产品、公司非重点产品以及低毛利产品，聚焦品牌制造企业电商发展战略，进一步强化电商的“品牌传播”“新品孵化”等职能。从结果看，调整后电商收入明显下降，但利润模型和产品结构更优，也更符合公司长期战略。谢谢！

4.半年报之后 2026 全年营收、净利润经营目标是否维持不变？ 三季度营收、利润的整体预期区间。

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！尊敬的投资者您好！感谢您的关注。公司 2026 年上半年实现营收 30.70 亿元，同比增长 4.41%；归母净利润 4.25 亿元，同比增长 14.10%，利润增速高于收入增速，整体经营稳健。公司经营管理层正致力于达成《2025 年限制性股票激励计划》中设定的业绩考核目标。三季度公司将推出创新型辣味魔芋产品，海味零食和健康蛋制品延续高增态势，电商渠道调整已逐步接近尾声，具体业绩请关注公司定期报告。谢谢！

5.截至目前，今年的收入增速还是明显放缓，对于下半年的收入指引有什么期待，今年有无信心完成全年的收入指引目标？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司上半年整体营收增长 4.41%，整体稳健增长。公司经营管理层正致力于达成《2025 年限制性股票激励计划》中设置

的业绩考核目标，上半年魔芋零食、海味零食、健康蛋制品三大核心品类均保持增长，海味零食及健康蛋制品增速超50%，品类结构持续优化。电商渠道主动调整已逐步接近尾声，公司正全力推进各项经营举措，具体业绩请关注公司定期报告。谢谢！

6.上半年大魔王魔芋营收增速已经明显回落，公司定义魔芋现在处于增速换挡阶段。请问下半年大魔王的目标增速区间，麻酱素毛肚后续增长天花板大致如何，能否稳住当前毛利率水平？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！魔芋零食 H1 收入实现 8.80 亿元，同比增长 11.28%。魔芋零食上半年增速放缓主要系公司主动进行渠道结构优化和品项策略调整所致。公司坚定看好魔芋品类中长期成长空间，魔芋“超级食材”特性和“健康+美味”零食属性未发生变化，在调味、形态上仍有很多创新空间。公司三季度将推出创新型的辣味魔芋产品，打造魔芋零食的品类矩阵，持续提高魔芋品类的市占率。谢谢！

7.大魔王的创新辣味产品预计什么时候可以正式铺货，公司对这个产品抱有什么样的期待？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！“大魔王”作为公司的核心战略单品，持续坚守“新中式魔芋零食标杆”战略定位。公司创新型的辣味魔芋产品为新口味，相关工作正在稳步推进中。谢谢！

8.蛋皇鹌鹑蛋上半年会员店渠道放量较好，量贩、普通商超铺货进度偏慢。三季度蛋皇在零食量贩、流通渠道的铺货规划、全年收入目标有没有调整？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司“蛋皇”品牌鹌鹑蛋零食在多个渠道销量持续健康增

长，销量稳居行业前列，溏心鹌鹑蛋在会员渠道持续热销。公司经营管理层正致力于达成《2025 年限制性股票激励计划》中设置的业绩考核目标，具体业绩请关注公司定期报告。谢谢！

9.我看到贵司和伊利联名的纯牛乳无边吐司评价很好，是贵司一个相对成功的产品吗？可否简单介绍

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司纯牛乳无边吐司与伊利联名推出，采用伊利纯牛乳作为核心原料，最大化保留伊利乳香，去除吐司硬边，打造松软绵密口感，适配家庭早餐、办公加餐等刚需食用场景。目前该款新品已全面登陆零食很忙，赵一鸣全国门店，品牌围绕“国民品牌联名、经典味道新吃”核心心智，开展全场景内容种草，终端动销表现亮眼。本次合作跳出行业表层 LOGO 联名的同质化套路，实现风味、技术、原料、品牌的双向赋能，为休闲食品跨品类深度合作探索可复制路径，也为盐津铺子国民零食矩阵持续注入增长动能。谢谢！

10.第二季度的营业收入相比起第一季度来说有一个比较明显的环比下滑，主要原因是什么？预计第三季度可以回到环比正增长吗？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司上半年整体营收增长 4.41%，整体稳健增长，上半年线下营收增长约 17%。第二季度收入相比第一季度收入有一定的下滑主要系春节错期导致收入季度间波动导致。

受消费弱复苏及电商渠道、定量流通渠道调整的阶段性影响，收入预计增长平稳。具体业绩请关注公司定期报告。谢谢！

11.二季度营收增速放缓、单季利润同比几乎零增长，核心原因来自上半年集中投放影视剧贴片等品牌广告费。下半

年 Q3、Q4 销售费用、品牌推广费整体投放节奏如何？销售费用率能否做到环比二季度不再上行？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司二季度销售费用率有所回升，主要与品牌及促销推广投入加大有关。上半年整体营销费用同比增长约 10%，投入节奏与营收增长和品类发展需求相匹配。公司延续务实谨慎的费用策略，全年仍将保持与业务发展相协调的投放节奏。谢谢！

12.上半年电商渠道收入同比下滑接近 50%，属于公司主动收缩低毛利品类。电商业务调整是否已经见底，Q3 线上收入降幅能否明显收窄，有无重回正增长的时间节点？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司电商渠道因 2025 年 Q2 起主动调整策略，同比下滑约 50%。目前电商渠道的调整已逐步接近尾声，预计后续将逐步企稳改善。谢谢！

13.公司当前对于电商业务和海外的投入是如何规划的？组织架构上是否组建了专门的海外和电商团队或事业部？人员投入和渠道建设投入如何？有无海外分公司办事处？有无全职直播电商员工？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司电商渠道因 2025 年 Q2 起主动调整策略，同比下滑约 50%。目前电商渠道的调整已逐步接近尾声，预计后续将逐步企稳改善。公司海外市场目前持续稳步推进，核心产品已进入泰国 7-Eleven 等东南亚主流渠道。具体情况请以公司正式信息披露为准。谢谢！

14.我发现贵司今年的海外收入同比去年是没有增长了，请问海外拓展是否有遇到了什么难题？目前海外的规划？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！

公司海外市场目前持续稳步推进，核心产品已进入泰国 7-Eleven 等东南亚主流渠道。公司品牌立足全球健康高蛋白零食市场，相关海外产品的铺市与推广工作进展顺利。以消费者为中心，深度洞察核心消费者需求，不断渗透高端市场。谢谢！

15.贵司有无和山姆持续合作新产品，推陈出新，今年除了纯鳕，还会有新的跟山姆的合作产品吗？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司持续推进新品研发和品类创新，与山姆等高势能会员店保持密切沟通，未来将基于双方战略协同和产品力持续推陈出新。具体新品上市计划请以公司官方信息为准。谢谢！

16.众多零食量贩品牌，贵司和鸣鸣很忙集团合作深入，SKU 很多，但是我发现和好想来、零食有鸣这些品牌的合作品类及 SKU 很少，为什么在其他腰部得零食量贩渠道，迟迟未能大幅拓展 SKU？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司与鸣鸣很忙集团的合作起步较早、协同较深，是战略级合作伙伴；对于其他零食量贩系统，公司始终保持积极拓展态度，结合各渠道定位与客群特点稳步推进产品适配与导入。随着公司多品类矩阵日益完善及定量流通渠道结构持续优化，后续将逐步推进，实现均衡发展。谢谢！

17.说实话公司这几年变革的不少，电商、零食量贩、商超。现在又在做定量流通渠道的改革，明明去年定量流通渠道才在高速发展，公司是基于什么原因要做定量流通渠道的改革？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司定量流通渠道正从单品类驱动向多品类协同转型。未来将以魔芋为核心带动多品类形成组合势能。本次调整主要向

大客户（大商）集中，其目的是为未来的重点渠道拓展、线下品牌推广、多品类势能扩展打好基础。谢谢！

18.盐津铺子的前五大客户占比已经达到比较危险的程度，盐津铺子是如何保证现在及以后的议价权，最后为什么不分红，第三季度也不分红吗？一般的公司一年分一次，好一些的公司一年分两次，顶级的按季度，按月。

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！2025 年度公司前五大客户占比 42.81%，公司重视并保持与核心客户稳定的合作关系！为提升经营韧性，公司持续深化全渠道布局，线下零食量贩保持较好增长势头，定量流通渠道将进一步优化经销商、分销商结构，培育一大批核心战略合作商，进而强化高质量终端网点建设，以麻酱魔芋素毛肚超级大单品带动其他品类矩阵的形成，持续深化与高势能渠道的合作；线上主动优化结构；海外市场稳步推进，核心产品进入泰国 7-Eleven 等东南亚主流渠道。

公司始终重视投资者回报，上市至今累计现金分红及回购金额 23.37 亿元，远超 IPO 募资总额。其中：公司 2025 年度权益分派（每 10 股派发现金股利 10 元，合计派发约 2.7 亿元）已于 2026 年 6 月 26 日实施完毕；此外，2025 年度股东会已审议通过了《关于授权董事会制定 2026 年中期分红方案的议案》，授权董事会在符合利润分配的条件下，制定并在规定期限内实施具体的中期分红方案。谢谢！

19.公司能不能分红？不是说分红的吗？

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司始终重视投资者回报，上市至今累计现金分红及回购金额 23.37 亿元，远超 IPO 募资总额。其中：公司 2025 年度权益分派（每 10 股派发现金股利 10 元，合计派发约 2.7 亿元）已于 2026 年 6 月 26 日实施完毕；此外，2025 年度股东会已

	审议通过了《关于授权董事会制定 2026 年中期分红方案的议案》，授权董事会在符合利润分配的条件下，制定并在规定期限内实施具体的中期分红方案。谢谢！ 20.股价下跌好多，有什么好办法吗？回购吗？ 答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注和关心！公司高度重视投资者权益，股价波动受宏观环境、市场情绪等多重因素影响。公司始终把提升经营水平和发展质量等作为市值管理的根本，以扎实的业绩回报投资者。公司基本面稳健，生产经营正常有序，经营管理层正全力以赴推进各项经营目标。公司已充分关注到您的建议，后续如有相关计划，将严格按照相关规定及时履行信息披露义务。谢谢！
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	不涉及未公开披露的重大信息
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有）	无
风险提示	以上如涉及对行业的预测、公司发展战略规划等相关内容，不能视作公司或公司管理层对行业、公司发展的承诺和保证；敬请广大投资者注意投资风险。