



重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司
2026 年 9 月 11 日投资者关系活动记录表

证券代码：002507 证券简称：涪陵榨菜 编号：2026-008

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	本次参与交流的人员名单如下：<table><tr><th>序号</th><th>姓名</th><th>公司</th></tr><tr><td>1</td><td>王尧</td><td>中国国际金融股份有限公司</td></tr><tr><td>2</td><td>李茗蕙</td><td>中国国际金融股份有限公司</td></tr><tr><td>3</td><td>黄欣培</td><td>华创证券</td></tr><tr><td>4</td><td>崔健</td><td>-</td></tr><tr><td>5</td><td>邹朝服</td><td>-</td></tr></table>	序号	姓名	公司	1	王尧	中国国际金融股份有限公司	2	李茗蕙	中国国际金融股份有限公司	3	黄欣培	华创证券	4	崔健	-	5	邹朝服	-
序号	姓名	公司																	
1	王尧	中国国际金融股份有限公司																	
2	李茗蕙	中国国际金融股份有限公司																	
3	黄欣培	华创证券																	
4	崔健	-																	
5	邹朝服	-																	
时间	2026 年 9 月 11 日 14:30-15:30																		
地点	2026 年 9 月 11 日 14:30-15:30 在公司总部二楼会议室座谈交流																		
上市公司参会人员	公司董事、董事会秘书、副总经理兼财务负责人：韦永生																		
投资者关系活动主要内容介绍	本次会议纪要如下： 1、半年度销售费用增加的原因及后续规划？ 回复：半年度销售费用投入增加，主要用于新品推广以及老品线下市场维护，费用采取阶段性评估后集中投放的模式，叠加二季度属于行业传统销售旺季，配合终端市场需求加大阶段性投入。后续将结合市场变化及新品上市节奏，灵活制定阶段性的费用投放计划。 2、销售费用投放结构及考核机制？ 回复：销售费用主要分为老品市场维护投入与线上新品推广投入，新品推广的资源倾斜力度高于老品；品牌广告类投放已逐步收缩，目前更多围绕实际销售需求开展品牌投入。公司对销售费用实行专项规划，针对不																		



同品类设置差异化考核标准，对新品投入重点考核推广转化成效，老品本身营收已有一定规模，费用投入比会更低。

3、全年营收目标及二季度收入环比下降原因？

回复：公司将加大旺季上量、加速新品上市，全力冲刺年度目标，实际达成情况仍需开展阶段性评估。二季度收入环比回落，主要受萝卜、泡菜品类下滑影响。

4、产品消费者画像及渠道布局情况？

回复：佐餐开味菜品类核心购买人群集中在 30-50 岁家庭女性，实际产品消费者已覆盖各年龄段人群，核心消费场景为日常佐餐。渠道方面，线下覆盖商超、流通、社区零售网点、餐饮终端；线上布局天猫、京东、抖音、拼多多等主流电商平台，搭建起线上线下、国际国内协同的销售网络。

5、营收及餐饮渠道增长驱动因素？

回复：近年公司产品销售量保持一定规模，公司通过线下推广费用投放、强化厂家与经销商两只队伍管理、拓宽产品加大渠道渗透等方式实现营收增加与餐饮增长，但受产品结构调整影响，60g 规格及电商小规格产品占比提升，同等袋数下整体销售吨量有所回落。餐饮渠道增长同时受到提价与销量两方面因素共同作用，目前尚未对两类因素贡献做量化拆分。

6、下半年及各品类业务规划？

回复：下半年重点推广品类将根据市场实际反馈动态确定。泡菜品类已达到一定规模相对稳定，公司资源有限，需要优先保障榨菜基本盘，同时兼顾新品培育；酱类赛道将加快油辣子、虎皮青椒、老重庆杂酱等创新产品上新节奏。对于出现阶段性营收下滑的萝卜品类，公司将持续布局该赛道，适度配套市场推广资源，推动品类发展。

7、二季度营收走势及榨菜市占率情况？

回复：公司所属佐餐食品行业传导周期相对更长，营收变化呈现缓慢释放的特征，但整体趋势和大消费市场保持一致。根据公司内部测算，榨菜品类市占率维持在 30%以上，市占率无明显变化。



8、并购思路及标的竞争如何应对？

回复：公司围绕复合调味料等亲缘赛道持续搜寻并购标的，行业内竞争充分，并购能够帮助企业快速切入赛道、把握行业发展机遇。标的遴选高度关注业务协同效应，佐餐赛道各品类与公司现有榨菜、萝卜、海带等产品矩阵具备较好协同基础。遇到优质标的存在多方竞争时，公司依托自身既有优势开展商务争取，但市场各方均存在多元选择，结果存在不确定性。

9、原材料与包材成本及天气影响？

回复：包材成本存在部分上涨，但占总成本比重较低，对整体成本影响有限。青菜头种植受天气条件制约较大，干旱、冬季积雪等极端气候均会对种植造成影响；就当前来看，天气暂未对青菜头种植节奏形成负面影响，后续仍需持续观察气候变化。

10、公司分红政策规划？

回复：公司分红总额将保持稳中有升的总体导向，分红规模随利润水平动态调整。

11、拓品类战略面临哪些经营约束？

回复：公司内部营销资源存在总量约束，在推进多品类创新的同时，需要优先保障榨菜核心基本盘的资源供给。公司泡菜品类已达一定规模相对稳定，新品上市也需要持续配套费用投入，品类拓展节奏需要结合资源禀赋审慎推进。

12、如何平衡短期经营与中长期战略？

回复：公司一方面紧盯年度经营目标做好阶段性复盘评估，灵活调整销售费用投放节奏，区分新老品类实行差异化费用考核；另一方面坚持拓品类战略不动摇，通过自主创新+产业并购两条路径丰富产品矩阵，同时持续观察成本、消费需求、行业竞争等外部变量，保障企业稳健经营。

更多近期调研情况及高频问题，可查阅公司于互动易平台刊载的各期《投资者关系活动记录表》。



附件清单 (如有)	无
日期	2026 年 9 月 11 日