



重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司

2025年5月15日-16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：2025-004

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>投资者线上交流会</u>																																																
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 border="1" data-bbox="443 748 1307 1765"><thead><tr><th>序号</th><th>姓名</th><th>机构</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>童兰</td><td>兴全基金</td></tr><tr><td>2</td><td>吴悠</td><td>兴全基金</td></tr><tr><td>3</td><td>倪欣雨</td><td>华泰证券</td></tr><tr><td>4</td><td>胡东</td><td>华泰证券</td></tr><tr><td>5</td><td>白嘉怡</td><td>太保资管</td></tr><tr><td>6</td><td>朱骏</td><td>华泰资管</td></tr><tr><td>7</td><td>王策源</td><td>天治基金</td></tr><tr><td>8</td><td>董懿夫</td><td>华泰保险资产</td></tr><tr><td>9</td><td>张鹏</td><td>孝庸基金</td></tr><tr><td>10</td><td>黎晓楠</td><td>混沌投资</td></tr><tr><td>11</td><td>戴维</td><td>Himalaya Capital Management</td></tr><tr><td>12</td><td>Sophia Zhang</td><td>柏骏资本</td></tr><tr><td>13</td><td>Kristin Qin</td><td>Point72</td></tr><tr><td>14</td><td>Weishen Shi</td><td>Pinpoint</td></tr><tr><td>15</td><td>潘越阳</td><td>华泰证券</td></tr></tbody></table>	序号	姓名	机构	1	童兰	兴全基金	2	吴悠	兴全基金	3	倪欣雨	华泰证券	4	胡东	华泰证券	5	白嘉怡	太保资管	6	朱骏	华泰资管	7	王策源	天治基金	8	董懿夫	华泰保险资产	9	张鹏	孝庸基金	10	黎晓楠	混沌投资	11	戴维	Himalaya Capital Management	12	Sophia Zhang	柏骏资本	13	Kristin Qin	Point72	14	Weishen Shi	Pinpoint	15	潘越阳	华泰证券
序号	姓名	机构																																															
1	童兰	兴全基金																																															
2	吴悠	兴全基金																																															
3	倪欣雨	华泰证券																																															
4	胡东	华泰证券																																															
5	白嘉怡	太保资管																																															
6	朱骏	华泰资管																																															
7	王策源	天治基金																																															
8	董懿夫	华泰保险资产																																															
9	张鹏	孝庸基金																																															
10	黎晓楠	混沌投资																																															
11	戴维	Himalaya Capital Management																																															
12	Sophia Zhang	柏骏资本																																															
13	Kristin Qin	Point72																																															
14	Weishen Shi	Pinpoint																																															
15	潘越阳	华泰证券																																															
时间	2025年5月15日 15:00-16:00 2025年5月16日 15:00-15:40																																																
地点	2025年5月15日 15:00-16:00 通过线上会议方式交流 2025年5月16日 15:00-15:40 通过电话会议方式交流																																																
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、目前市场竞争格局中公司做了哪些应对举措。

回复：当前榨菜市场竞争属于存量竞争，公司一方面开发新品类产品迎合消费需求、一方面拓宽新兴渠道及餐饮渠道，稳步执行公司“拓品类、拓渠道”的长期发展战略，同时，在部分竞争激烈市场开展定向爆破项目，稳住终端渠道布局及占有率。

2、新增窖池容量对公司的效用。

回复：2024年底，公司新投入使用约3万吨新建窖池，窖池容量提升对公司应对原料价格波动有积极作用，公司近两年收购青菜头价格较低、数量多，减少了年中半成品收购比例，公司成本控制水平有所提升。

3、公司针对市场情况所做的改善措施效果何时体现。

回复：公司一直以来坚定不移执行“双拓”战略，经过去年全年的调研、调整、执行，公司开展了多项工作，一方面针对外部市场改善，例如定向爆破项目，效果初步显现，另一方面针对内部组织架构调整、经营条线改善，面对当前外部环境及行业现状，制定灵活应对市场的措施，并持续改善。

4、公司拓展新兴渠道但目前占比未有明显提升的原因。

回复：公司渠道以传统线下渠道为主，近几年在顺应市场发展和消费习惯变化的同时布局了包括电商渠道、社区团购、零食店渠道等渠道，以电商渠道为例，公司顺应消费习惯进入包括淘宝、京东、抖音等平台，但目前电商渠道价格战竞争激烈，电商渠道公司产品利润率低于线下渠道利润率，同时费用投入成本更高，公司对电商渠道始终抱有积极拥抱、谨慎对待的态度，针对电商渠道与线下渠道进行产品区隔。

5、电商渠道低价竞争白牌产品是否影响公司线上销售。

回复：公司产品定位于行业中高端产品，白牌产品价格低廉、产品质量无法保证，与消费者日渐增长的食品健康安全消费理念不符，公司更愿以布局不同价格带产品，为不同消费者提供可选择的产品进行竞争。



6、餐饮渠道增长情况如何。

回复：2024 年度餐饮渠道增速达到 30%，公司进入餐饮渠道最初以榨菜产品进入，24 年下半年经过对餐饮渠道的调研改进后，加快了餐饮渠道定制性产品研发速度，增加了萝卜、泡菜品类进入餐饮渠道，持续丰富产品品种。

7、公司并购复合调味料企业的考虑，并购后管理及产品渠道安排。

回复：公司多年以来主要在酱腌菜的品类深耕，对于复合调味料产品的开发、生产等经营经验不足，经过长期调研考察，复合调味料细分市场目前市场空间较大、发展潜力大，公司通过并购形式能够快速进入市场。并购完成后，管理团队仍然以标的公司原管理人员为主，同时希望能够依托并购企业的 B 端渠道优势，为公司餐饮渠道发展助力，以公司线下 C 端渠道优势帮助推广其复合调味料产品，达到产品与渠道互补的双赢效果。

8、公司二季度推广费用投入安排。

回复：今年一季度公司推广费用投入较少，公司产品二三季度属于传统消费旺季，二季度将根据榨菜消费需求提升及新品推出进度逐步加大投入推广费用，二季度环比费用将有所增长，全年预计费用投入总额较去年有所增长。

9、公司是否规划开发休闲化产品。

回复：公司近两年对榨菜休闲化进行了尝试，2023 年度公司推出小脆口产品，该产品研发、口味、包装、推广等都定位为休闲化产品，公司目前未针对休闲零食类产品投入大规模的推广支持。

10、公司产品研发柔性化生产改善效果如何。

回复：公司经过对内部组织架构调整，将研发、生产、销售链条紧密联系，极大缩短了公司调研、研发、生产、上市的新品开发时间，从调研到研发的反应更为迅速，为公司针对终端需求提供定制化产品提供了有效解决措施。

11、公司是否有股权激励相关计划。

回复：公司针对发展需要推进相关计划，若有安排将及时进行公告。



附件清单 (如有)	无
日期	2025年5月15日-16日