

证券代码：300783

证券简称：三只松鼠

## 三只松鼠股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2025-001

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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（路演活动）
参与单位名称及人员姓名	参与公司 2024 年度网上业绩说明会的投资者
时间	2025 年 4 月 3 日 15:00-16:00
上市公司接待人姓名	董事长、总经理：章燎源先生 董事、董事会秘书：潘道伟先生 财务总监：周庭先生 独立董事：黄钟伟先生、吴声先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>交流问答</p> <p>1. 公司 2024 年整体经营情况如何？</p> <p>答：尊敬的投资者，您好。2024 年度，公司营业收入 106.22 亿元，同比增长 49.30%；净利润 4.08 亿元，同比增长 85.51%；扣非净利润 3.19 亿元，同比增长 214.33%。报告期内，公司坚决贯彻“高端性价比”总战略，坚守“全品类+全渠道”经营方式，坚定“制造型自有品牌零售商”的商业模式，并向“制造、品牌、零售”前后一体化的战略推进全面布局，围绕在全体松鼠人及生态伙伴的共同努力下，如期达成 2024 年“重回百亿”总目标。感谢您对三只松鼠的关注。</p> <p>2. 请问公司 2024 年度营收增长的主要原因？</p> <p>答：尊敬的投资者，您好。报告期内公司主要通过以下举措推动业</p>

绩增长：

(1) 全品类供应链布局，进一步提升产品竞争力。围绕“一品一链”供应链战略，持续推进全球原料直采及东区（弋江、无为）、北区（天津）、西南区（简阳）等地建立全品类集约供应基地与自主制造的渗透，通过此项举措实现了总成本领先，进一步提升了产品竞争力。

(2) 全渠道业务拓展，进一步提升终端竞争力。围绕“D+N”（短视频+全渠道）全渠道战略，以短视频渠道为中心打造一批内容大单品，推动全渠道销售增长，特别是线下分销市场获得了较大幅度的增长，在瓜子炒货及烘焙肉食等日销品中表现强劲，让全渠道销售更加均衡的发展。

(3) 多品牌矩阵布局，进一步提升销售规模。子品牌小鹿蓝蓝在全新理念的加持下，2024年销售近10亿元并实现较好盈利，同时加快布局和孵化如超大腕（方便速食）、东方颜究生（中式滋补）、巧可果（巧克力）、围裙阿姨（预制菜）等新品牌，多品牌矩阵布局初步形成。

(4) “品销合一”网络型组织，让全员充满活力。公司在穿越周期中，充分发挥互联网认知优势，沉淀出一套互联网时代的组织管理体系，通过持续的组织变革，已经全面落地了去传统科层制的管理系统，依托于数字化构建出248个小而美经营体，成功实践打造了互联网时代“品销合一”网络型组织，为持续规模化发展奠定了管理基础。

感谢您对三只松鼠的关注！

**3. 董秘你好，请问一下，咱们2024年度利润增长这么快的原因有哪些呢，谢谢。**

答：尊敬的投资者，您好。2024年度，公司实现净利润4.08亿，同比增长85.51%；扣非净利润3.19亿，同比增长214.33%。净利润增长的主要原因如下：(1)规模增长带动净利润同步提升；(2)毛利率提升，主要系品类结构调整、自主制造等全链路成本及效率优化所致；(3)综合费率下降，主要系互联网时代下的“品销合一”网络型组织较好地提升了人效。感谢您对三只松鼠的关注！

**4. 公司坚果品类发展如何，目前看公司在发力瓜子、花生等籽坚**

果？

答：尊敬的投资者，您好。三只松鼠是一家“全品类+全渠道”经营的企业，坚持“制造、品牌、零售”一体化布局，向消费者提供“高端性价比”的好产品。其中坚果是三只松鼠的核心品类，连续八年中国坚果销量遥遥领先。报告期内，公司打造了每日坚果、夏威夷果、开心果、巴旦木、腰果、坚果乳等超 20 款亿级大单品，多款爆品位列抖音、天猫品类榜单 TOP1。同时，公司重点推动从树坚果到籽坚果的品类延伸及爆款打造，推出瓜子、花生等爆款籽坚果产品，并通过供应链布局及价值链重分配，极大提升终端产品竞争力，实现销售规模及市场份额的快速提升。其中瓜子、花生、板栗和豌豆四大籽坚果单品销售额均已超亿元。感谢您对三只松鼠的关注！

5. 董事长好，公司旗下品牌小鹿蓝蓝发展如何了？请回复一下，谢谢。

答：尊敬的投资者，您好。2024 年度小鹿蓝蓝实现营收 7.94 亿元，持续保持增长并实现较好盈利。小鹿蓝蓝定位“儿童高端健康零食”，不断丰富全领域产品线。报告期内，小鹿蓝蓝重点开展组织变革，构建以品类运营为核心的高品销合一的组织，上新超百款产品，为多元化渠道适配多样化儿童产品。成功打造了婴标面、米饼、山楂棒、鳕鱼肠、钙锌饮、泡芙条等数款千万级大单品，多款产品位列抖音对应类目 TOP1。小鹿蓝蓝品牌及相关产品先后荣获天猫 2024 年度新品牌新潮引力奖、鲸灵集团 2024 年度超新星品牌奖、2024 京东超市宝贝趴卓越营销奖、2024 噢创奖超级新品奖（益生元跳跳麦丽素）等多项荣誉。感谢您对三只松鼠的关注！

6. 松鼠老爹，你好，请问：扁平化的迷你 ceo 机制，是否可以继续推动公司业绩增长？这块儿是如何管理的？

答：尊敬的投资者，您好。公司在穿越周期过程中，充分发挥互联网认知优势，沉淀出一套互联网时代的组织管理体系，通过持续的组织变革，已于报告期内全面落地去传统科层制的管理系统，依托于数字化构建出 248 个小而美经济体，成功实践并打造了互联网时代“品销合

一”网络型组织，为持续规模化发展奠定了管理基础。感谢您对三只松鼠的关注！

**7. 公司如何保障自产和代工的食品安全问题。本次公告出现拟赴港上市的，真实意图是什么？是否会对中小投资者产生利益稀释问题**

答：尊敬的投资者，您好。

(1) 公司一直秉承着“持续为主人提供健康安全的产品”的质量方针，上游连接原材料供应商及食品加工生产合作伙伴，建立供应商准入、日常评估考核、巡检飞检、督导淘汰等监管机制，产品标准编制、产品质量检测、质量问题处理等流程举措，供应商端、仓储物流端、门店端以及消费端全链路透明可持续追溯体系，在源头进行防控，做好过程改善。此外，公司正积极推进供应链集约基地建设，强化自主制造能力，截至目前，公司已落地东区、北区、西南供应链集约基地，实现核心坚果及零食品类自主生产，自产比例大幅提升。在行业数字化升级背景下，公司凭借数字化驱动的管理与制造能力，提升供应链效率，降低运营成本，确保产品品质稳定性与价格竞争力，为长期践行“高端性价比”战略奠定坚实基础。

(2) 2024年，公司在“高端性价比”总战略牵引下，在全体松鼠人及生态伙伴的共同努力下，如期达成2024年“重回百亿”总目标。目前公司正处于战略深化的关键阶段，围绕“高端性价比”长期战略，公司正在重构产品结构、渠道体系与供应链效率，以适应消费分级趋势下的新零售环境。因此，在战略深化及行业格局重塑的重要窗口期，公司选择此时启动H股发行筹划主要基于两方面考量：一是支持公司在供应链全球化布局、数字化能力建设、线下渠道拓展等方面的关键性投入；二是优化资本结构，提升融资灵活性和资本效率。

(3) 公司始终高度重视中小投资者利益保护，并持续从以下方面做实工作：第一，坚持“高端性价比”总战略，持续夯实业绩基本面，优化产品结构和供应链效率，不断增强核心竞争力，实现可持续发展。第二，实施稳定的现金分红政策，致力于通过业绩基本面的持续增长，支撑稳定的现金分红安排。同时2024年度公司积极实行多次分红，保障投

资者回报的同时，持续增加投资者获得感。第三，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平。并持续强化投资者关系管理工作，通过互动平台、业绩说明会、投关热线等多元方式与投资者保持密切沟通，倾听市场声音，积极回应投资者关切。

感谢您对三只松鼠的关注！

**8. 请问贵公司，25年在国家大力发展战略内需的大环境中，公司的增量提升发展能完成计划目标吗？25年稳定二级市场股价让长期投资三只松鼠的股民得到回报。谢谢。**

答：尊敬的投资者，您好。2025年度，公司在全渠道有效渗透、全品类供应链雏形落地及“品销合一”网络型组织的基础之上，公司基于总成本领先，全面迈向高端化、高品质、差异化。

(1) 持续以“一品一链”为核心，做实集约基地，做强单品的同时拓宽全品类边界。围绕规模化品类构建全链条的新供给体系，国内供应链集约基地继“东区、北区、西南”后再添华南，进一步落实总成本领先，适配区域化、本地化品类工厂布局，提升坚果、零食自产比例；国际供应链布局将持续深入规模化全球集采，在东南亚进一步建设优势品类工厂。

(2) 加速线下数字化分销，持续推进爆品再造，做强全渠道的同时探索零售新业态。依托“D+N”全渠道协同体系，线上电商加速对优势及潜在品类的运营细化；线下分销加速全品类适配与全渠道渗透，积极布局饮料品类，进一步实现全渠道均衡发展。

(3) 深化“品销合一”，不断推进组织裂变，做强新组织的同时赋能更多生态合伙人。依托全新的互联网化组织管理理念，更好的实现以市场为导向，激发激活组织活力，持续推动“小而美”经济体组织变革，内生裂变更多的MINI-CEO，创造更多人才。通过投资与管理输出，外生赋能更多生态合伙人。

(4) 沉淀新品牌孵化经验，关注品类分化，做强小鹿蓝蓝的同时孵化更多新品牌。小鹿蓝蓝以全新差异化定位及运营方法成长为十亿体量的“儿童高端健康零食”，围绕市场品类分化趋势，充分复用品牌打造

经验，孵化“超大腕、蜻蜓教练、东方颜究生、巧可果、围裙阿姨”等新品牌矩阵。

感谢您对三只松鼠的关注！

#### **9. 公司下阶段如何布局线下网点**

答：尊敬的投资者，您好。2024 年度，线下分销整体营业收入 26.41 亿元，同比增长超 80%。报告期内，线下分销重点推进日销品打造，重点发力炒货、烘焙、肉食等品类，打造超百款适配线下消费场景的日销专供货盘。其中以瓜子为代表的 9.9 元集约化堆头成效显著。同时，导入“鼠销宝”数字化工具，通过数据赋能实现需求精准匹配与传统终端优化升级。感谢您对三只松鼠的关注！

#### **10. 抖音等短视频电商发展咋样了**

答：尊敬的投资者，您好。2024 年度，抖音系平台实现营收 21.88 亿，同比增长 81.73%。报告期内，公司持续发挥短视频电商“品类发动机”优势，打造了水牛乳千层吐司、1 号蛋、猪肉脯、芒果干、辣卤礼包等系列大单品，推动全渠道销售增长。感谢您对三只松鼠的关注！

#### **11. 请问，线下渠道扩张持续推进，加盟店管控模式有何特色，进一步下沉市场开拓计划？**

答：尊敬的投资者，您好。公司门店业务布局，以加盟为主，直营为辅。通过直营店打造标杆，进而辐射区域市场，形成加盟门店的品牌势能。公司将以市场为导向，持续推出适配线下终端的商品，不断满足消费者需求，进而提升门店经营水平。感谢您对三只松鼠的关注！

#### **12. 公司年度分红情况？**

答：尊敬的投资者，您好。公司十分重视股东回报，并结合当期经营情况、未来发展规划及公司章程的相关规定等综合因素，制定分红方案。公司于 2025 年 1 月 24 日完成 2024 年前三季度利润分配，以 400,729,300 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利人民币 1.25 元（含税），合计派发现金红利 50,091,162.50 元。2024 年度利润分配方案为公司拟以 400,729,300 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利人民币 1.25 元（含税），合计拟派发现金红利 50,091,162.50 元。

	<p>公司 2024 年度累计拟派发现金分红总额为 100,182,325.00 元，占 2024 年归属于上市公司股东的净利润比例为 24.57%。具体情况请详见公司于信息披露平台发布的《2024 年前三季度权益分派实施公告》（公告编号：2025-001）、《关于 2024 年度利润分配方案的公告》（公告编号：2025-010）。感谢您对三只松鼠的关注！</p> <p><b>13. 筹划港股上市，募集的资金主要投向哪些方面？</b></p> <p>回复：尊敬的投资者，您好。本次 H 股发行募集的资金，将用于（包括但不限于）：深化全球供应链布局、推进线上线下销售渠道扩张、提升数字化能力及科技创新驱动能力、战略投资与并购及其他一般性运营资金等。以上投向将助力公司构建长期增长动能，持续提升核心壁垒与竞争力。感谢您对三只松鼠的关注！</p>
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 4 月 3 日