

仲景食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 <u>(请文字说明其他活动内容)</u>
参与单位名称及人员姓名	申万菱信基金 游彤洵 慎知资产 张海涛 华安基金 章昕乔 国源信达基金 李淑圆 星石投资 王辉 国寿安保基金 吕安琪 中欧瑞博 季文宣 国泰海通 訾猛 颜慧菁 程碧升
时间	2026年1月13日（星期二）下午
地点	公司会议室（线上）
公司接待人员姓名	董事会秘书：王飞
投资者关系活动主要内容介绍	
1、仲景香菇酱的市场地位以及未来发展？ 作为香菇酱品类的开创者与定义者，公司依托“西峡香菇”产地资源，通过持续低油少添加的品质升级，结合线下渠道精耕与线上传播推广，始终保持着市场领先地位。未来，将继续立足真材实料的产品力，通过线上线下协同及供应链效率优化，进一步巩固并扩大竞争优势。	
2、仲景上海葱油发展情况及面临的挑战？ 公司原创上海葱油品类，以风味、健康、方便三合一的产品力，发展成为年销超亿元的大单品。然而在2025年，受侵权仿冒产品冲击、竞争者涌入等因素影响，营业收入较同期下降。面对挑战，公司将继续坚持做正确的事，正确的做事，一方面聚焦产品创新与风味升级，另一方面将已积累的品牌资产和消费者信任作为坚实依托，通过强化线下体验与优化线上精准投放，在稳固市场领先地位	

的同时，推动业务重回增长。

3、调味配料业务发展情况？

公司的调味配料业务在 2022–2024 年间，年均产量达 3,722 吨，实现年均营业收入 4.36 亿元，生产规模与市场占有率稳居全国第一。2025 年，凭借优质产品与技术服务，深化与知名食品企业的战略合作，进一步提升市场份额，实现业务稳健发展。

4、西洋参产品情况及规划？

公司西洋参系列产品，是首款核心营养成分含量明确的西洋参健康饮品。推出西洋参浓缩液（即开即饮型）与西洋参茶（即冲热饮型），实现了每袋产品含西洋参皂苷 100mg，参香浓郁，微苦回甘。通过可衡量的营养成分和可体验的本草风味，为消费者提供品质保障。

该系列产品是公司向大健康食品领域战略拓展的重要探索。目前销售以线上渠道为主（京东“仲景元气官方旗舰店”、天猫“仲景元气旗舰店”），辅以线下健康礼品市场。现阶段反馈较好，公司将以务实的态度持续优化产品与运营，力求在食养健康市场，确立独特的品牌地位。

5、其他新产品介绍？

今年推出香菇鲜生抽、葱油蒸鱼鲜等酱汁类产品，延伸厨房使用场景，目前已在电商渠道销售。

6、电商的费用投放趋势？

当前电商行业普遍面临流量成本持续上升、投资回报率降低的挑战，在产品过剩的市场环境中，能否通过数据驱动实现精细化运营，就显得更加重要。公司在电商费用投放上，坚持“当省不花，当花不省”的原则，持续学习并优化投放结构，低效费用做减法，高效推广做加法。

7、南阳工厂产能利用情况？

南阳工厂现阶段的定位，是保障仲景上海葱油规模化生产，并为未来新品预留产能。运营上，工厂已实现上海葱油全品项量产，完成了调味食品线上线下统一由南阳仓发货的整合，新品的研发储备工作也在有序推进。整体而言，产能释放节奏稳健，为现有业务与未来拓展提供了有力支撑。

8、公司分红情况？

公司始终重视股东回报，自上市以来已连续五年实施现金分红，累计派发现金红利 4.46 亿元。其中，2024 年度累计向全体股东每 10 股派发现金红利 10 元（含税），以真金白银回报股东信任。面向未来，公司将继续实行连续、稳定的分红政策，与投资者共享发展成果。

附件清单

无