

盐津铺子股份有限公司

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：2026-005

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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	广发证券、长江证券、国泰海通证券、光大证券、易方达基金、工银瑞信基金、汇添富基金、中欧基金、嘉实基金、富国基金等投资机构，总计 179 位投资者
时间	2026 年 8 月 20 日（星期三）上午 10:00-11:00
地点	线上电话会议
上市公司接待人员姓名	董事、副总经理：杨林广 董 事 会 秘 书：张 杨 财 务 总 监：杨 峰
投资者关系活动主要内容介绍	公司于 8 月 20 日披露了 2026 年半年度报告，公司在报告期内实现营收 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%；毛利率 32.22%，同比提升 2.56pct。产品结构优化、供应链效率释放和核心品类规模效应持续兑现，推动业绩平稳向好。 Q：请拆解上半年增长驱动力，电商何时能看到明显改善？全年渠道端增长指引是否调整？魔芋零食进入平稳增长期，品类的第二、第三增长曲线成长性如何？ A：公司上半年整体营收增长 4.41%，整体稳健增长。 渠道端：H1 线下营收增长约 17%；电商渠道因 2025 年

Q2 起主动调整策略，同比下滑约 50%。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。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。公司将以魔芋为核心带动多品类形成组合势能。另外，定量流通渠道于报告期内进行管理调整，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。

品类端：多品类战略核心价值持续凸显。魔芋零食 H1 收入实现 8.80 亿元，同比增长 11.28%。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。海味零食和健康蛋制品 H1 增速均达 50%以上。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。鹌鹑蛋销量稳居行业第一，在各个渠道中均实现了正向增长。待后续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。

Q：品牌联名共创路线上有怎样的方法论可总结和后续复制？

A：公司在品牌联名共创的探索中，我们总结了一套行之有效的的方法论，并在实战案例中得到验证。以“大魔王”与六必居的合作为例，我们借助老字号的国民认知度和优质原料，通过公司的研发创新和全渠道推广，让百年品牌重新焕发活力。这一模式带来的直接成果是魔芋零食在两年多内实现年销达 20 亿（含税）的规模，三年时间沉淀为品类品牌并

触达上亿消费者心智，验证了公司具备从单品到品类再到品牌的高效运作能力。在与伊利的合作中，我们同样遵循这一逻辑，围绕产品做深度创新，通过添加伊利纯牛乳提升品质，并借助品牌效应快速建立认知。未来，我们将继续坚持“强强联手”的既定打法，并将这套从单品引爆到品类占位、再到品牌沉淀的成功经验，进行标准化复制，以实现更多品类的突破。

Q: 即时零售和新鲜零食等新渠道目前进展和规划如何？已进入新鲜零食渠道的产品有哪些？

A: 公司持续推进全渠道战略。即时零售方面，公司自去年起开始运营合作，目前已进入快乐猴、小象超市、朴朴、松鼠便利、京东便利店等多个系统，实现多个品类的销售。新鲜零食赛道今年以来增长迅猛。公司高度重视，成立专门营销和产品组织，并开展相关合作，品类逐步丰富，与传统品类形成差异化和创新。已进入新鲜零食渠道的产品主要包括芒果干、魔芋等，后续更多品类也在沟通协商过程中。

Q: 第二季度销售费用率有所回升，后续及全年费用率展望如何？

A: 费用方面，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。

Q: 全年收入和利润增长规划有无新调整？股权激励目标达成预期如何？未来3—5年发展信心怎样？

A: 营收方面，受消费弱复苏及电商渠道、定量流通渠道影响，收入预计增长平稳。利润方面，公司仍将以股权激励目标为考核指标。成本方面，今年因地缘政治、宏观经济影

	响，鳕鱼原材料、包材的采购价格同比增长，但整体风险可控。 长期来看，公司已就未来 3—5 年战略进行深入讨论与共创，渠道端、品类端及全产业链端均具备广阔发展空间，当前进展扎实，管理层对持续保持良好发展态势充满信心。
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	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。