证券代码：600872　　证券简称：中炬高新

中炬高新技术实业（集团）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	□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 2026年三季报业绩交流会
参与单位名称及人员姓名	国泰海通、南方基金、华安基金、平安基金、融通基金、摩根士丹利、东方证券、中邮证券、中金、兴业证券、圆信永丰基金、工银安盛资管、景顺长城基金、浙商证券、Jefferies、UBS、九富、创金合信基金、勤远资产、华创证券、合煦智远基金、嘉实基金、国联民生证券、安信基金、安联保险资管、富国基金、广发证券、开源证券、招银理财、汇丰晋信基金、汇添富基金、申万宏源、睿远基金、银河基金、高毅资产等140家机构，超200人参会（注：以上机构顺序排名不分先后）
时间	2026年10月28日 9:00-10:00
交流平台	进门财经
上市公司接待人员姓名	总经理　余向阳 董事、常务副总经理兼财务负责人 林颖
投资者关系活动主要内容介绍	**管理层介绍公司2026年前三季度及第三季度经营情况** 2026年前三季度，公司经营保持稳健，营业收入实现较好增长，盈利能力和经营质量持续改善。公司利润增长主要来自经营收益增加、毛利率以及费用管控效率提升。 **1.公司酱油业务未来将采取哪些措施实现突破？** 酱油品类是公司的核心竞争力，是强化基本盘建设和厨邦品牌建设的重要保障。公司将持续扩大终端覆盖范围、提升覆盖质量和SKU组合，把“从终端出发”战略举措落实到全国经销商体

	系，并将相关管理要求纳入未来三年规划的过程考核和体系建设，推动酱油业务稳健发展。 **2.公司目前库存水平如何？对四季度有何展望？中长期激励进展如何？** 库存方面，公司高度重视库存管理，将其作为维护市场健康的关键指标，实行严格的红线管理。目前公司整体库存处于健康水平，重点大单品库存管理持续细化，公司将继续加强库存管理，保持渠道良性发展。 业绩方面，公司正积极朝着年度预算目标推进。四季度公司将聚焦未来三年规划，重点推进基础调味品与复合调味品战略结合、渠道融通，努力完成年度预算目标。 中长期激励方面，公司正在合规前提下积极探索有效绑定核心团队的中长期利益机制，大股东对市场化机制方向给予支持，相关工作正有序推进。 **3.如何看待大豆等成本上涨及行业提价传闻？** 成本端，三季度毛利率变化主要受成本环比上涨影响。展望未来，新国标落地、国际局势等因素可能带来原材料价格波动，成本压力有所加大。公司将通过推进供应链体系转型、工艺改良等方式持续降本增效，产品价格调整将根据公司实际情况及市场情况综合考虑。 从消费端看，基础调味品人均消费在众多消费品中处于较低水平，随着消费者对风味、健康安全的需求提升，基础调味品存在价格调整的承受空间。成本驱动的价格调整对大型企业而言更多是机会，公司将结合行业经验做好预案，积极应对。 **4.公司费用管控机制是怎样的？** 公司主要大单品的费用管控由销售管理部统筹管理，并实施分区域、分场所的分级客户管理。依托终端管理系统积累的数据基础，公司将持续推进费效精准投放，支持业务目标达成。 **5.四季度公司是否会加大对复合调味品的费用投放？** 公司对复调的投入重点是打造正确的生意模型，而非依靠短期促销费用支撑销量增长。生意模型的核心来源于组织能力和团队建设，公司正同步加强团队招募和体系完善。四季度公司将加快复调与基调的双向融合，推进线上线下渠道开发。 **6.公司复合调味品业务目前进展如何？** 公司复合调味品战略覆盖线上与线下，构建从产品洞察、概

	念、研发、测评到推广上市的全新业务体系。线上方面正开展新产品测评工作，部分产品已具备向线下拓展条件；线下方面依托区域优质经销商和优势渠道开展推广。整体来看，线上线下推广均积累了经验，公司将持续加大推广力度，为后续产品全面上线做好准备。 **7.与2025年相比，公司对经销商的政策有哪些变化？** 公司持续优化经销商政策：一是经销商盈利水平改善，经营压力较此前明显减小；二是成立经销商市场联盟管理委员会，充分听取并快速响应经销商诉求；三是围绕经销商需求建立内部协调配合机制，主动做好服务；四是在价格管理上协助各省市场联盟开展区域治理，实现厂商目标一致。 **8.未来几年经销商政策还将在哪些方面继续改善？** 公司将在以下方面持续改善：一是加快核心产品和主要品类SKU的系统建设，提升市场管理精准度；二是推进产品形象和包装升级，并推出清洁标签、功能性酱油等新产品，改善产品老化问题；三是加强与头部商超的业务合作，基于消费者反馈优化研发方向；四是满足经销商对复调产品的代理诉求；五是持续推进供应链改革，改善订单时效性、精准性和运输效率。 **9.公司在基础调味品领域的产品线宽度方面有什么规划？** 公司持续强化基本盘业务，针对酱油、鸡精、醋、料酒等基础调味品已规划各品类市场地位目标并制定发展计划。公司将对标行业优秀企业，结合消费者认知变化和头部商超调改经验，把握消费者生活方式和产品认知趋势，制定相应的发展规划。 **10.火炬开发区领导发生变化，对公司经营管理及管理层激励是否有影响？** 公司近期召开董事会会议，董事会明确市场化机制是核心。公司会坚持上市公司治理机制和市场化治理机制。厨邦调味品业务是高度市场化的业务，从大股东角度看，公司业绩稳健增长、新业务快速成长最符合其利益。目前董事会认可并支持公司当前战略方向及各项管理举措，团队对市场化机制、核心团队和中长期战略的稳定性抱有信心。 **11.在调味品健康化、功能化趋势下，公司在减盐、减糖等方向有哪些动作？** 营养健康是调味品行业的重要趋势，基础调味品的改善空间较大。针对清洁标签、减盐、减脂、减糖等方向，公司已与江南

	大学开展合作，并将相关内容纳入战略性项目，长期、中期、短期项目均在推进中。核心是获得消费者喜爱，在满足消费者诉求的过程中做好现有产品和新产品的布局，把握消费者认知发展趋势，及时精准对接消费者需求。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及未公开披露的重大信息。
附件清单（如有）	无
日期	2026年10月28日