有友食品股份有限公司投资者关系活动记录表

证券代码：603697 证券简称：有友食品

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 社会公众 | |
| 时 间 | 2025年9月16日 11:00-12:00 | |
| 地点/方式 | 上证路演中心 https://roadshow.sseinfo.com  网络文字互动 | |
| 参会人员 | 董事长、总经理：鹿有忠  董事、财务总监、董事会秘书（代）：崔海彬 独立董事：石元刚 | |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 投资者提出的问题及公司回复情况如下：  问题1：传统商超、量贩零食大部分是泡椒口味，对于大部分地区实在太辣。其他口味产品需线上购买，希望公司因地制宜铺货产品。  回复：感谢您的关注！公司除了泡椒口味的产品，还有很多其他风味的产品系列，公司目前已针对不同区域、不同渠道均有相应的产品系列呈现。  问题2：想问问公司后续对预制菜的发展是怎么的？  回复：感谢您的关注！公司对预制菜赛道一直予以关注，同时也看好预制菜赛道的发展，结合公司近30年的技术积累，后续将择机根据消费趋势有针对性地开发个性化产品，以满足不同消费者的个性化需求。  问题3：恭喜公司在上半年取得了优秀的中报业绩，公司在下半年和未来1-3年，乃至长期规划是怎么样的呢？有没有中期的愿景和展望。  回复：感谢您的关注。公司将在持续巩固肉制品核心优势的基础上，积极拓展素食等健康休闲食品品类，通过研发创新与渠道精耕挖掘增长潜力。未来1-3年将重点推进产品迭代升级、全渠道融合与供应链优化，全面提升企业核心竞争力，致力于成为可持续成长的休闲食品企业，为投资者创造长期稳定的价值回报。  问题4：如何避免有友食品成为山姆的“代工厂”，品牌力量如何发挥？下一步的增长点都在哪里？  回复：感谢您的关注。公司将持续深化全渠道战略布局，强化线上线下融合效能，加速新兴渠道探索与渠道升级发展，努力创造增量市场。通过精准洞察趋势、敏捷响应需求，保障资源高效协同，构建多维度竞争优势，驱动公司盈利能力持续向好发展。  问题5：和山姆合作后，有友几乎将一年的净利润，压在了山姆回款上，接下来如何应对这个问题？  回复：感谢您的关注！近日，沃尔玛中国在2025年供应商峰会上正式推出“供应商减排激励”计划，助力供应商提升资金周转效率的同时，鼓励其加大对节能减排的投入，实现合作伙伴经济效益与环境效益的双赢。公司已于2024年1月18日完成有友食品首个光伏发电项目竣工验收，后续其他减排项目也会按计划陆续实施。  问题6：公司目前的销售渠道仍然是线下为主，线上渠道拓展上有没有具体的计划。  回复：感谢您的关注。公司正积极拓展线上渠道，2025年上半年线上渠道销售收入达4853.27万元，同比增长115.97%。未来将持续深化全平台布局，推动线上线下融合发展。  问题7：在2024年7月有友食品成为山姆产品脱骨鸭掌的供应商之前，有友的营收和净利润连年负增长，有说法是“山姆救活了有友”，对此，有友怎么看？  回复：感谢您的关注。与高势能渠道的合作是公司长期战略布局的成果之一，近年来公司通过产品创新、渠道精耕优化等多方面综合举措，推动经营质量持续提升。公司坚信健康可持续的发展源于系统性竞争力，未来将继续深化全渠道建设与精细化运营，为消费者提供更优质的产品与服务。  问题8：问下公司在产品渠道方面与高势能会员制商超后续是否还是深度合作？公司产品在研发层面是否有新的进展？  回复：感谢您的关注。公司始终重视与高势能渠道的战略合作，将持续深化在会员制商超等渠道的布局与服务体系，提升品牌市场影响力。研发方面，公司将重点围绕市场需求趋势、技术创新应用及消费者洞察等方面展开，通过系统化的研发储备和市场测试，适时推出具有竞争力的新品。  问题9：在公司业绩刚刚有好的起色，前几年分红大股东拿走几个亿的情况下，为什么选择此时开始减持？并且是顶格减持？请不要简单用个人资金需求回答，这关系到很多投资者对贵公司的信心，谢谢！  回复：感谢您的关注。公司大股东减持系其基于自身资金规划作出的决策，程序符合相关规定。公司管理层始终致力于提升经营业绩和内在价值，将持续通过稳健发展和规范运作保障全体股东权益，未来也将进一步加强与资本市场的沟通，增强市场信心。  问题10：泡椒凤爪中报是否有增长？凤爪系列产品后期与其他竞品竞争策略是怎样的？  回复：感谢您的关注。泡椒凤爪作为公司核心产品，未来将持续通过品质升级、风味创新及渠道深耕来巩固优势，同时围绕消费者需求优化产品矩阵，提升整体竞争力。  问题11：消费者对于首发产品还是比较重视的，有友在首发产品上有哪些规划？  回复：感谢您的关注。公司在首发产品规划上，将重点围绕市场需求趋势、技术创新应用及消费者洞察等方面展开，通过系统化的研发储备和市场测试，适时推出具有竞争力的新品。  问题12：请问轻享时光下架后还会在其他渠道销售吗？  回复：感谢您的关注。公司产品策略始终围绕战略规划与市场需求进行动态优化调整，具体销售渠道安排将结合市场需求及渠道策略统筹考量后稳步推进。  问题13：请问中秋国庆双节临近，公司有无新品上市计划；从加强市值管理、稳定投资者信心、开展激励员工持股计划，公司有无股票回购计划和安排；从分享公司发展红利，回报投资者出发，建议公司增加分红次数，中报分红何时进行？  回复：感谢您的关注。公司将结合市场趋势及消费需求适时推进新品上市；目前暂无股份回购计划；公司已于2025年8月28日披露《有友食品2025年半年度利润分配方案公告》，具体实施安排请关注公司后续公告。 | |
| 附件清单  （如有） | 无 | |