

证券代码：603345

证券简称：安井食品

## 安井食品集团股份有限公司

### 投资者调研记录表

|               |   |
|---------------|---|
| 投资者关系<br>活动类别 | <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他  |
| 时间            | 2026年1月   |
| 上市公司接待人员姓名    | 董事长：刘鸣鸣；总经理：张清苗；董事会秘书：梁晨  |
| 投资者关注的主要问题    | <p><b>1.行业价格战边际趋缓的底层逻辑？公司如何看待收促销，或者说小幅度提价的这种持续性？</b></p> <p>行业价格战并非特定经济周期的衍生现象，在景气阶段同样存在。速冻食品行业壁垒不高，但规模化运营与系统化管理能力构建难度较大。安井的综合优势在于行业内突出的总成本领先、品项丰富、渠道布局多元，可在不同品类与区域间灵活调配资源，避免陷入单一价格战的被动局面。今年公司已将过去的“渠道驱动”战略核心升级为“新品驱动”为主，效益路径从“降本增效”转向“提质增效”，更注重通过产品创新和品质提升来参与竞争。在当前存量市场中，单纯价格战的效果有限，消费者愈发追求“性价比”与“质价比”的统一。同时，依托于公司对数字化管理体系的投入，实现对单品维度价格、成本、原材料等信息的可视化追踪，对市场变化与成本波动保持高灵敏度，从而快速响应、精准定价，既避免非理性跟进，亦不错失市场机遇。</p> <p><b>2.公司25年新品的亮眼表现，主要是因为创新力，还是因为公司市场铺开速度更快？</b></p> <p>2025年公司新品、次新品整体表现符合预期，市场反馈积极。</p> |

新品、次新品亮眼表现的背后，既源于产品创新力的持续释放，也得益于市场铺开节奏的有效把控。

从具体产品来看，火锅料全家福作为混合装代表产品，销售额达到公司预期，展现出可观的市场潜力，验证了该产品形态的可行性；400克真空玲珑装系列成功开拓中档价格带，增速较高，具有重要战略意义，未来将通过补充新品进一步夯实该价格带的基础；100克滑类产品表现突出，其中虾滑系列尤为受到市场认可，该品类也成为公司与主要商超系统在2025年合作的重要切入点；肉多多烤肠是公司战略切入C端烤肠市场的关键单品，与公司原有的B端烤肠业务形成协同，未来公司将通过持续优化产品矩阵，巩固并拓展在C端烤肠市场的布局；虎皮炸蛋产品凭借其与公司传统丸子类产品的差异化形态，助力公司拓展水煮、冒菜等新兴渠道。此外，公司新推出象形包中的玉米包、橘子包市场表现也较为积极。

### **3.下游结构的两极化趋势是比较明显的，公司除了烤肠还有什么品类有升级趋势？**

下游消费结构的两极分化趋势在各行业、各板块均有显现，公司米面制品亦感受尤为明显。常规产品如豆沙包、奶黄包虽仍保有基本盘，但销量呈一定下滑，需要企业持续推进产品升级。

在此背景下，公司围绕原料、工艺、外观及概念等维度，对C端产品进行系统性升级迭代。如公司2025年新推出的“米面六小龙”系列，涵盖玉米包、橘子包、生椰拿铁包等创新单品，凭借差异化的口味与造型获得积极反馈，显著提升消费体验。

每个品类均存在持续升级的空间，安井的策略是“B端及时跟进，C端升级换代”，未来公司将继续围绕原料甄选、工艺优化、外观呈现与消费概念等层面，推动全品类结构化提升，以应对两极分化趋势下的市场竞争。

### **4.请问公司如何看待预制菜行业？**

预制菜的发展已成为餐饮行业的趋势，在标准化生产体系下，预

|                    |  |
|--------------------|--|
|                    | <p>制菜的食品安全与营养保留完全可以得到可靠保障，规范生产的预制食品并不需要添加防腐剂，包装技术成熟的产品同样不依赖于防腐剂进行保藏，在技术层面，速冻本身是一种良好的低温锁鲜工艺。在-18℃环境下，大部分细菌被杀灭或停止繁殖，能够有效防止食物变质。采用减压、真空包装技术的产品具备良好的密封性，可减少食物与空气、异味、湿气的接触，从而有效控制微生物生长繁殖，避免食品氧化、受潮、变质。</p> <p>随着预制菜行业标准的逐步完善，头部企业的价值有可能进一步凸显。规模化、规范化的生产企业具备更强的品控能力和供应链管理体系，能够保障产品安全与口味稳定性。未来待行业标准进一步成熟，公司将视条件适时推进产品推广与渠道建设。</p> <p>上述调研会议，公司与投资者进行了交流与沟通，严格依照相关管理制度及规定执行，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，未出现未公开重大信息泄露等情况。</p> |
| <p>参与单位名称及人员姓名</p> | <p>详见《附件 1：参会名单》</p>   |

附件 1：参会名单

2026 年 01 月 14 日，参加华泰证券组织的线上调研。

| 序号 | 姓名  | 机构   | 序号 | 姓名 | 机构   |
|----|-----|------|----|----|------|
| 1  | 查晓磊 | 华泰资管 | 2  | 冯潇 | 华泰资管 |
| 3  | 刘瑞  | 华泰资管 | 4  | 罗丹 | 华泰资管 |
| 5  | 朱骏  | 华泰资管 | 6  | 秦瑞 | 华泰资管 |
| 7  | 王曦  | 华泰资管 | 8  | 吴晖 | 华泰资管 |

2026 年 01 月 15 日，参加中信建投组织的新华资产线下调研。

| 序号 | 姓名  | 机构   | 序号 | 姓名  | 机构   |
|----|-----|------|----|-----|------|
| 1  | 陈志新 | 新华资产 | 2  | 李杰  | 新华资产 |
| 3  | 李琰  | 新华资产 | 4  | 黄冰寒 | 新华资产 |
| 5  | 吴昊  | 新华资产 | 6  | 严涛  | 新华资产 |
| 7  | 李明生 | 新华资产 | 8  | 杨思思 | 新华资产 |
| 9  | 杨骥  | 中信建投 |    |     |      |

2026 年 01 月 16 日，参加长江食品组织的线下交流。

| 序号 | 姓名  | 机构   | 序号 | 姓名  | 机构   |
|----|-----|------|----|-----|------|
| 1  | 范晨昊 | 长江证券 | 2  | 郑铮  | 博时基金 |
| 3  | 贺宝华 | 博时基金 | 4  | 于玥  | 博时基金 |
| 5  | 刘洁铭 | 天风证券 | 6  | 潘俊汝 | 永赢基金 |
| 7  | 何长天 | 中泰食品 | 8  | 田海川 | 中泰食品 |

2026 年 01 月 27 日，参加广发证券组织的线下交流。

| 序号 | 姓名  | 机构   | 序号 | 姓名  | 机构   |
|----|-----|------|----|-----|------|
| 1  | 赵雯  | 财通资管 | 2  | 陈太中 | 中泰资管 |
| 3  | 胡慧婷 | 华夏基金 | 4  | 雷泽成 | 中银基金 |
| 5  | 张健维 | 平安基金 | 6  | 覃晓露 | 长城基金 |
| 7  | 谭一苇 | 睿郡资产 | 8  | 李梓语 | 国盛证券 |
| 9  | 李依琳 | 国盛证券 | 10 | 陈熠  | 国盛证券 |

|    |     |       |    |     |        |
|----|-----|-------|----|-----|--------|
| 11 | 符蓉  | 广发证券  | 12 | 吴思颖 | 广发证券   |
| 13 | 郑婉玲 | 安信基金  | 14 | 郑名洋 | 泓德基金   |
| 15 | 吴志泰 | 杉树资产  | 16 | 戴佳娴 | 远信投资   |
| 17 | 张敏琦 | 华能信托  | 18 | 秦一方 | 国海证券   |
| 19 | 吴兆峰 | 东北新消费 | 20 | 黄欣培 | 财通证券   |
| 21 | 严文扬 | 华创证券  | 22 | 汤卓凡 | 上海乾瞻资管 |
| 23 | 黄晓龄 | 麦格理证券 | 24 | 宜欣  | 麦格理证券  |
| 25 | 张浩嵩 | 嘉实基金  | 26 | 刘力铜 | 鑫巢资本   |
| 27 | 彭俊霖 | 财通基金  | 28 | 李嘉祺 | 光大证券   |
| 29 | 罗世锋 | 诺德基金  |    |     |        |