

证券代码：002847

证券简称：盐津铺子

公告编号：2026-021

盐津铺子股份有限公司

关于“质量回报双提升”行动方案的进展公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

为响应并践行中央政治局会议提出“要活跃资本市场、提振投资者信心”及国务院常务会议提出的“要大力提升上市公司质量和投资价值，要采取更加有力有效措施，着力稳市场、稳信心”的指导思想，维护全体股东利益，促进公司长远健康可持续发展，盐津铺子股份有限公司（以下简称“公司”）制定了“质量回报双提升”行动方案，分别于2024年3月1日及2025年4月23日披露了《关于推动落实“质量回报双提升”行动方案的公告》及《关于“质量回报双提升”行动方案的进展公告》。自行动方案发布以来，公司积极开展和落实相关工作，公司于2026年4月7日召开第四届董事会第二十三次会议审议通过了《关于“质量回报双提升”行动方案进展报告的议案》，现将行动方案的实施进展情况报告如下：

公司自2005年8月成立以来，一直坚定不移聚焦主业，持续专注休闲食品行业，长期坚持自主制造。

2025年，中国休闲零食行业进入结构调整与品质升级阶段。随着渠道格局深度演变、消费需求加速分层，行业竞争正由规模扩张转向品类深耕、品牌建设与体系能力竞争。面对外部环境变化，公司保持战略定力，坚定不移推进“多品牌、多品类、全渠道、全球化”战略，高质量发展成效显著。

2025年公司实现营业收入57.62亿元，同比增长8.64%；归属于上市公司股东的净利润7.48亿元，同比增长16.95%；基本每股收益2.78元；加权平均净资产收益率36.82%。利润增速高于收入增速，资本回报水平保持高位，公司经营质量与运营效率稳步提升。尤为重要的是，公司大单品发展模式取得阶段性成效，战略主线日益清晰。

一、聚焦核心赛道，大单品矩阵加速显效

顺应全球食品饮料健康化、高蛋白化、功能化，以及零食风味创新加快的趋势，公司聚焦中国风味零食、健康高蛋白零食、健康甜味零食三大核心赛道，以品类品牌战略为牵引，推进大单品布局。

公司进一步优化资源配置，围绕核心品类集中投入，逐步完善研发、制造、品牌、渠道全链路协同。产品研发端聚焦核心品类，强化大单品孵化能力；供应链与制造端围绕魔芋、鹌鹑蛋等核心食材纵深布局；品牌与渠道端聚焦核心产品、优势渠道和关键场景，提升资源投入效率和终端转化效果。

报告期内，核心大单品带动效应持续显现。“大魔王”带动魔芋跃升为公司第一大品类，年销售收入达 17.37 亿元，同比增长 107.23%；鹌鹑蛋品类实现销售收入 6.28 亿元；虎皮鳕鱼豆腐、蒟蒻果冻等多款产品亦保持良好增长势头。多品类跨渠道协同起势，验证了公司大单品体系的可复制能力，为后续品类拓展奠定基础。

二、持续夯实核心能力，筑牢高质量增长基础

大单品体系的持续突破，离不开核心能力的协同支撑。报告期内，公司围绕产品研发、供应链制造、品牌建设和渠道运营四大关键能力持续投入，进一步夯实高质量增长基础。

1. 产品与研发能力稳步增强。公司依托品类事业部机制，打通从消费者洞察到产品定义、研发落地的关键环节。坚持“大单品、大口味”与“清洁标签”导向，围绕核心品类深耕：风味零食聚焦大魔王麻酱素毛肚，在风味口感和产品工艺上不断精进，以厨房常见的天然香辛料为核心构建风味体系，蒜蓉魔芋等新品陆续推向市场；健康高蛋白零食围绕“蛋皇”核心单品，产品结构加速优化，品类竞争力显著增强；蒟蒻果冻实现全系列零防腐剂，“无边藜麦吐司”通过自主研发关键设备突破工艺共性难题。公司积极推进开放式创新，与百年老字号六必居达成十年战略合作，锚定“正宗麻酱”的品质标准；与韩国农心集团联合开发辛辣豆腐，拓宽风味开发边界。

2. 供应链与智能制造能力升级。公司向产业链纵深延伸，围绕全球魔芋核心产区夯实采购体系，从源头强化原料品质与成本竞争力；蛋皇纪鹌鹑养殖农场

（二期）竣工投产，建成国内领先的现代化鹌鹑养殖基地；新疆塔城马铃薯全粉基地稳定运营。

智能制造方面，全球魔王超级工厂（漯河）建成投产，采用全流程智能制造模式；大魔王智能车间集群（浏阳）快速扩充产能，南北双基地布局基本成型。甜味事业部引入新一代压切产线，以装备升级带动工艺优化。多基地相继通过 FSSC 22000、BRC 等国际食品安全体系认证，并完成美国 FDA 注册，制造实力加速与国际标准接轨。

3. 品类品牌建设成效显著。公司签约王一博为“大魔王”全球品牌代言人，围绕影视植入、线下快闪、校园推广、电商直播等触点开展整合传播，品牌搜索、社交互动及新客渗透大幅增长，“大魔王”品牌实现从“品类认知”向“大众心智”的跨越。

与此同时，多个子品牌同步取得突破。“蛋皇”鹌鹑蛋连续两年全国销量第一（据欧睿认证），鹌鹑蛋品类在山姆会员店持续热销，品牌力在标杆渠道获得验证；“31°鲜”虎皮鳕鱼豆腐斩获多项国际大奖，连续三年全国销量第一（据欧睿认证）；蟹柳品类表现亮眼，蒟蒻果冻与三丽鸥 IP 联名打开增长空间。以大魔王、蛋皇、31°鲜为代表的品类品牌架构基本成型，母品牌“盐津铺子”提供品质背书。

4. 全渠道布局纵深推进。面对渠道结构变化，公司深入推进全渠道布局，不断提升消费场景覆盖能力。2025 年，线下渠道实现营业收入 48.41 亿元，同比增长 16.79%。零食量贩渠道保持行业领先地位，重点系统运营效率稳步提升；通路事业部加快充实一线团队，商超、校园及便利店渠道实现规模化覆盖；会员店渠道深耕山姆等标杆系统，保持稳健增长。

电商业务主动优化产品结构，聚焦核心品类经营，强化品牌传播与消费者沟通职能，经营质量显著改善。海外业务实现销售收入 1.71 亿元，同比增长 172.47%，自有品牌 Mowon 进入泰国 7-11、美国 99 Ranch Market、新加坡思必客等主流零售终端，覆盖近 30 个国家和地区，出海战略取得阶段性进展。

三、夯实公司治理，积极履行社会责任

不断夯实公司治理基础，健全内部控制制度。规范公司及股东的权利义务，充分发挥审计委员会的监督职能，防止滥用股东权利、管理层优势地位损害中小

投资者权益。加强投资者关系管理，拓宽机构投资者参与公司治理的渠道，引导中小投资者积极参加股东会，为各类投资者主体参与重大事项决策创造便利，增强投资者的话语权和获得感。

公司不断健全、完善公司法人治理结构和内部控制制度，持续深入开展治理活动，提升公司法人治理水平，为公司股东合法权益的保护提供有力保障。公司管理层将进一步提升公司的治理水平和运营效率，不断提高公司核心竞争力、盈利能力、全面风险管理能力和可持续发展能力，实现长期稳健的发展目标，回馈广大投资者。

公司连续六年披露 ESG / 社会责任报告，在食品行业 ESG 评价中位居前列。依托原料产地供应链布局，带动上游产业升级与农民增收致富，并荣获“全国就业与社会保障先进民营企业”。公司将绿色制造与节能减排理念融入生产经营全过程。

四、高质量信息披露，传递公司价值

公司高度重视信息披露，在深交所对上市公司信息披露考核工作中，公司2018-2024年度（2018年5月1日至2025年6月30日）信息披露考核结果连续7年获评【A】。

公司内部信息管理和对外信息披露严格规范，内外部信息传递通畅，保持信息披露的有效性和透明性，保证信息披露的“真实、准确、完整、及时、公平”，公司以投资者需求为导向，持续多层次、多角度、全方位向投资者展示公司经营等方面的信息，同时畅通投资者的信息获取渠道，不断拓展投资者沟通的广度与深度，完善公开、公平、透明、多维度的投资者沟通渠道，使投资者更直观、全面地了解公司核心价值，增强对公司的信心。

五、高比例现金分红，高度重视投资者回报

公司注重保障股东特别是中小股东的利益，积极回报投资者，上市后连年持续较高比例现金分红。2025年度利润分配预案拟派发现金红利2.73亿元，此次利润分配预案尚需提交公司2025年年度股东会审议批准，本次利润分配顺利实施后，公司自2017年2月上市至今累计现金分红将达到21.19亿元，远超IPO募集资金2.83亿元。2025年8月，公司入选中国上市公司协会2025年上市公司现金分红榜

单。

六、其他说明

未来，公司将继续积极推动落实“质量回报双提升”行动方案，聚焦休闲零食的研发、生产、销售，规范公司治理，强化核心竞争力，推动公司高质量发展再上新台阶。坚持以投资者为本，牢固树立回报股东意识，持续提升信息披露质量，提高投资者的获得感，切实履行上市公司的责任和义务，将“质量回报双提升”行动方案执行到位，为稳市场、稳信心贡献力量！

特此公告。

盐津铺子食品股份有限公司

董 事 会

2026年4月8日