



证券代码：002507

证券简称：涪陵榨菜

公告编号：2025-018

重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司 关于 2024 年度业绩说明会召开情况的公告

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

重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司（以下简称“公司”）于 2025 年 4 月 11 日 15:00-17:00 通过线上交流的方式召开了 2024 年度业绩说明会。关于本次业绩说明会的召开事项，公司已于 2025 年 3 月 29 日在巨潮资讯网发布了《关于召开 2024 年度业绩说明会的公告》（公告编号：2025-016）。

现将有关事项公告如下：

一、业绩说明会召开情况

2025 年 4 月 11 日公司董事、总经理赵平先生，董事、董事会秘书、副总经理兼财务负责人韦永生先生，独立董事张志宏先生，公司 2020 年非公开发行股票项目持续督导保荐代表人孔辉焕先生，公司证券事务代表谢正锦先生出席了本次说明会。公司就 2024 年度经营情况和未来发展规划等事项进行了详细介绍，在信息披露允许的范围内就投资者普遍关注的问题进行了回答。

二、投资者提出的主要问题及公司回复情况

本次业绩说明会提问及回复，可通过“约调研（www.yuediaoyan.com）”平台进入本公司“网上说明会”查询，本次业绩说明会中投资者提出的主要问题及公司的回复整理如下：

1、2024 年度公司对于保留或取消经销商资格采用什么标准来区分？经销商布局在之前存在哪些问题？

回复：您好，公司 2019 年拓展三四线市场期间开发经销商增长较快，部分地区出现经销商布局重合，同时经过 2024 年度对销售终端调研，发现部分经销商经营出现问题，由于外部经营环境困难，部分经销商承压能力不足以支撑经营，同时部分小



经销商贡献少、不遵守市场秩序规则、任务长期无法完成并出现公司发展规划不符等情况，经过对经销商全面的梳理、沟通之后，取消与出现上述问题的经销商合作，加强了与大中型经销商合作，感谢您的关注。

2、萝卜品类销量下降的原因以及公司对萝卜品类的规划。

回复：您好，近几年以来公司对萝卜产品进行了阶段性推广投入，从销量上看其销售依旧寄托公司费用投放支持，未形成媲美榨菜品类的产品力，但萝卜食用场景广泛，市场空间大。公司经过 2024 年度调研对萝卜产品进行了制造工艺、产品味型的大幅优化，目前已在部分市场上市最新“嘎吱脆”风干萝卜干新产品，同时未来也将针对餐饮渠道定制性开发萝卜产品，持续扩大公司“拓品类”战略，感谢您的关注。

3、2024 年公司餐饮渠道销售增长幅度是多少，在总销售里占比多少？对餐饮渠道的规划。

回复：您好，2024 年度餐饮端销售额突破 1 亿，占比 4%左右，增速 30%左右。公司针对餐饮渠道进一步开发了酸菜、泡菜、萝卜及豇豆等系列产品，其在餐饮渠道食用场景更加广泛，市场空间更大，公司将持续拓宽餐饮渠道品类覆盖，感谢您的关注。

4、公司去年营收和净利润双降的具体原因是什么？后续对业绩提升的规划。

答：尊敬投资者您好，新兴渠道对传统渠道的冲击、萝卜类产品力不强导致的同比下滑、产品规格不断调整和优化测试，对销售均有一定影响，后续公司将持续优化榨菜老品，大力提升萝卜类产品力，同时加快新品上市、优化销售管理，实现业绩增长，谢谢关注！

5、公司对榨菜品类采取了哪些优化措施，对产品销量、市场份额及品牌形象的提升，起到了怎样的实际效果？

回复：您好，公司 2024 年度针对榨菜品类主要对产品内容物进行口味、形状改进、对包装形象和材质规格进行优化、柔性生产能力（规格等）进行提升。2024 年下半年公司放开 60g 产品调货限制，补充公司产品在市场中的 2 元价格带，稳住终端市场占比，同时推出 9.9 元实惠装量贩系列产品，提高单客购买量；另一方面根据消费场景需要优化瓶装、小规格包装等，满足各类消费者需要，为消费者提供更多选择，感谢您的关注。

6、在 2024 年，传统渠道如商超、便利店等和新兴渠道如电商平台、社区团购等



的销售业绩分别有怎样的表现？公司针对不同渠道，制定了哪些差异化的营销策略？未来在渠道拓展上，还会有哪些新的布局和动作？

回复：尊敬的投资者您好，2024 年公司电商等新兴渠道占比约 10%，公司销售以传统渠道为主，公司针对不同渠道主要采用不同产品规格、价格体系、渠道专销等差异化策略，未来公司将进一步完善渠道布局管理和营销策略，做到渠道互补、产品差异化，谢谢关注。

7、请问公司在原材料采购方面，采取了哪些措施，来稳定原材料供应和控制采购成本？

回复：您好，公司实行原料收购保护价政策，能够切实保护农民利益，提高农民的种植积极性，能够发挥龙头企业带动作用、促进产业长期良性发展，确保能基本满足公司需要的种植面积，以保证公司能利用窖池容量优势保持相对稳定成本水平，并联合政府、合作社、农户等各方资源积极引导种植及原料初加工，持续巩固并优化“一个保护价、两份保证金、一条利益链”的利益联结机制，实现产业数据库持续健康和农民增收双赢目标。未来公司通过不断推进产业科学化运作、加强原料窖池建设等方式平抑原料市场价格大幅波动，以充足的原料储存对未来原料价格上涨进行成本对冲，感谢您的关注。

8、公司在品牌建设上如何规划及达到效果。

回复：您好，公司未来品牌宣传工作将聚焦“品销”联动，围绕榨菜品类进行市场竞争，以升级新品上市为着力点，开展促销、打造爆品、打造大市场，确保投入产出效率最大化。利用目前“乌江”已有的品牌认可度和知名度助力公司新品类的推广，公司将始终坚持精品战略，不断进行产品升级与优化，以更好地满足广大消费者多样化、高品质的需求，感谢您的关注。

9、公司产品目前出口情况怎么样，出口美国占比多少？

回复：您好，公司 2024 年度出口占比约为 2%，其中美国市场占比较小，对公司整体业绩影响较小，感谢您的关注。

10、公司 2024 年度分红方案制定的依据是什么？

回复：您好，公司每年根据实际利润情况及回报规划实施分红，旨在为投资者提供长期持续、稳中有升的分红回报，公司 2024 年度响应股东诉求并结合公司长期发



展规划制定分红方案，感谢您的关注。

11、公司如何看待行业未来的发展前景？

回复：您好，根据市场观察来看，佐餐开味菜整体市场经过多年的自由竞争，目前市场竞争处于存量竞争状态，整体市场向头部企业集中，各企业不局限于榨菜品类进行竞争，公司经过对消费市场的大规模调研，对竞品的市场推广策略和产品布局进行综合研究判断，同时根据公司自身的发展需求，未来将会在多品类、多渠道中逐步进行扩张、发展。公司将以榨菜为基础，同时寻求市场发展空间较大的品类，包括萝卜品类、复合调味料品类等市场空间大、需求增长明显且未形成大品牌、大规模的消费品类，公司未来也将持续寻求发展机会，进入复合调味料市场，感谢您的关注。

特此公告。

重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司

董事会

2025年4月15日