

证券代码：002847

证券简称：盐津铺子

公告编号：2024-046

盐津铺子食品股份有限公司

2024年半年度业绩预告

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。

一、本期业绩预计情况

1、业绩预告期间：2024年1月1日-2024年6月30日

2、业绩预告情况：扭亏为盈 同向上升 同向下降

项目	2024年1月1日-2024年6月30日	上年同期
归属于上市公司股东的净利润	盈利：31,000万元~33,000万元	盈利：24,567.34万元
	比上年同期增长：26.18%~34.32%	
扣除非经常性损益后的净利润	盈利：26,000万元~28,000万元	盈利：23,119.80万元
	比上年同期增长：12.46%~21.11%	
基本每股收益	盈利：1.16元/股~1.24元/股	盈利：0.92元/股
营业收入	收入：240,000万元~250,000万元	收入：189,395.47万元
	比上年同期增长：26.72%~32.00%	

注：1、2023 年年度权益分派方案：以公司《2023 年度权益分派实施公告》确定的股权登记日的总股本 195,992,985 股扣减 1,050 股后 195,991,935 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 15 元（含税），同时以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4 股。公司 2023 年度权益分派方案已于 2024 年 5 月 24 日实施完毕，合计转增 78,396,774 股。

2、基本每股收益按照公司 2024 年 6 月 30 日总股本 274,389,759 股加权计算，同时调整上年同期基本每股收益。

二、业绩预告预审计情况

本次业绩预告相关财务数据未经注册会计师审计。

三、业绩变动原因说明

公司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。2017年2月8日上市后开始从区域向全国拓展，经过2018~2020年三年夯实基础，2021年按照“多品牌、多品类、全渠道、全产业链、(未来)全球化”中长期战略，全面启动供应链转型升级，聚焦提升产品力，大力发展智能制造，持续加大研发投入，推进数字化改革，品类做减法（聚焦核心品类），渠道做加法（拓展全渠道），供应链数量做减法体量做加法，并整合上游延伸打造全产业链，致力于“以尽可能低的价格，让消费者享有安全、美味、健康的品牌零食”。

2022年起规模效应逐步显现，公司产品从“高成本下的高品质+高性价比”逐渐升级成为“低成本之上的高品质+高性价比”。2023年公司战略主轴由“产品+渠道”双轮驱动增长升级为“渠道为王、产品领先、体系护航”，持续强化渠道渗透，进一步提升产品力，坚持消费者需求导向，聚焦品牌建设，构建业务结构、组织架构体系化升级和创新。同时，接连实施2023年第一期和第二期《限制性股票激励计划》，进一步健全优化公司长效激励机制。

2024年半年度公司业绩同比上升的主要原因如下：

1、公司多个渠道、多个品类实现快速发展，持续聚焦七大核心品类：辣卤零食、深海零食、休闲烘焙、薯类零食、蒟蒻果冻布丁、蛋类零食以及果干坚果，全力打磨供应链，精进升级产品力。产品全规格发展：除优势散装外，全力发展定量装、小商品以及量贩装产品，满足消费者各种场景的零食需求。全渠道覆盖：在保持原有KA、AB类超市优势外，重点发展电商、零食量贩店、CVS、校园店等，与当下热门零食量贩品牌零食很忙、赵一鸣、零食有鸣等深度合作，在抖音平台与主播种草引流，品牌影响力和渠道势能持续增强。2024年，“蛋皇”鹌鹑蛋进驻山姆会员商店，“大魔王”麻酱味素毛肚赢得消费者和线上线下渠道商的广泛认同，品质大单品加上全渠道能力提升，助推鹌鹑蛋、休闲魔芋等品类高速发展。

2、原材料价格影响：2024年1-6月，鸡蛋、油脂等部分原材料价格有所回落，整体生产成本有所下降。

3、股份支付费用列支：2024年半年度所得税前列支股份支付费用5,545.18万元（注：2023年半年度所得税前列支股份支付费用1,981.21万元）。

四、其他相关说明

本次业绩预告是公司财务部门初步测算的结果，未经审计机构审计，具体财务数据以公司披露的《2024年半年度报告》为准。

敬请广大投资者谨慎决策，注意投资风险。

特此公告。

盐津铺子食品股份有限公司

董 事 会

2024年7月11日