**河南双汇投资发展股份有限公司**

**投资者****调研记录**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **时间** | 2020年6月17日  | **地点** | 电话会议 |
| **投资者关系活动类别** | 投资者交流会 |
| **参与单位名称及人员姓名** | 中信证券 薛缘华夏基金 王世佳招商基金 虞秀兰WT Asset Management Limited Brian Tang国信证券 闵晓平等40多人。 |
| **公司接待人员** | 公司副总裁兼董事会秘书张立文。 |
| **会议记录** |
| **1、公司肉制品新品推广情况？**2019年公司推出的新产品数量减少，但销量、销售收入上升，新产品推广的质量提升。2019年培育出了双汇筷厨、无淀粉王中王、辣吗辣香肠、香菇粒肉肠、斜切特嫩烤火腿等数主要新产品。2020年，公司将秉承“主推高端产品，减少数量，提升质量，聚焦主导”的新产品开发思路，坚持“精选产品，精准推广，加强营销宣传，加强业务激励”的新产品推广策略，聚焦推广培育双汇筷厨、无淀粉王中王、辣吗辣香肠等数个年化万吨级新产品；重点培育金品壹号、香菇粒肉肠、斜切特嫩烤火腿、火炫风刻花香肠、素食界、猪头肉等数个年化5000吨级新产品。**2、公司在营销方面的投入和战略如何？**2020年一季度，公司通过启动网红直播带货、开展“火炫风抖音挑战赛”等线上营销活动，促进品牌的年轻化，提升品牌影响力。下一步，公司会继续加大营销投入，采取以下营销战略：一是聚焦主导，抓重点产品营销，打造拳头产品；二是精准调研市场，洞察消费需求，配合结构调整；三是开展线上线下联合营销，激活市场上规模。**3、公司如何看待大型养殖企业布局屠宰业？**国家不断加强环境治理、食品安全等方面的整顿，大型养殖企业进军屠宰业会改变屠宰业的竞争格局，加速小型不规范屠宰厂的退出，净化行业竞争局面，提升行业集中度。随着消费升级，消费者的品牌意识和食品安全意识逐步提高，有利于大企业发挥其综合优势进行行业整合，公司多年来建立良好的品牌形象，在全国有比较完善的工业布局和强大的销售网络，对未来屠宰业的发展和参与市场竞争充满信心。**4、冷鲜肉消费增长情况？** 冷鲜肉在中国发展较晚，占比还不太高，国内部分地区存在食用热鲜肉的习惯，但冷鲜肉在卫生、营养、健康方面要优于热鲜肉，国内冷鲜肉的消费总体呈现增长态势。**5、肉制品中式产品的发展规划？**2020年中式产品的推广策略：聚焦主导，加快建店，全面发展。具体措施：① 培育拳头产品，丰富产品品项；②升级门店经营，提升运营质量；③依托工厂布局，加快熟食店建设；④完善加工工艺，提升产品品质；⑤改进包装形式，支持市场流通等。**6、公司发展养殖的原因，未来如何定位？**公司未来的定位仍然是以肉类为主的消费品企业。公司发展养殖业不是为了改变自身业务定位，主要是为了加强前端资源控制和成本控制的话语权，从而更好地控制原料成本，提高主业业绩的稳定性，进一步强化公司肉制品的竞争力。 |
| 记录 | 张霄 | 审核 | 张立文 | 批准 | 张立文 |
| 整理日期 | 2020-6-18 | 审核日期 | 2020-6-18 | 批准日期 | 2020-6-18 |