

证券代码：002650

证券简称：ST 加加

2021 年 3 月 2 日投资者关系活动记录表

编号：2021-2

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	安信证券：苏铖、赖雯、徐哲琪、黄颖谦；宝盈基金：肖肖；格林基金：刘思敏；海宸投资：王鹏程；银华基金：孙昊天；西部利得：潘宇；永诚保险：黄佳斌；东证期货：余济穷。
时间	2021-3-02
地点	加加食品集团长沙办公室 （开福区芙蓉中路一段478号，运达国际广场7楼）
上市公司接待人员姓名	名誉董事长杨振；董秘杨亚梅；名誉董事长助理夏劲松。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、展厅参观，公司产品介绍；</p> <p>二、名誉董事长杨振讲述加加的品牌故事、战略规划和“三定、三扩、三增”的营销方案。</p> <p>1、加加品牌故事</p> <p>90年代初期，酱油瓶盖的设计在使用时存在安全和卫生隐患。因此，我做了一个酱油瓶盖的创新设计，但没有找到合适的酱油厂合作，于是决定自己创立酱油厂。</p> <p>为什么取名为“加加”？有几层含义：首先，在国家和城市的命名中，“加”字出现次数最多；其次，“加”字的组成是由“力”和“口”组成，有努力吃、使劲吃的意思；“加”与“家”、“佳”、“嘉”谐音，都有很好的寓意；“加加”是一个重叠词，是一种亲昵的称呼，多用于表达爱意，有亲和力，适合传播；同时，“加加”代表着一种不断累积的过程，符合人类文明和社会发展规律。</p> <p>“加加”是一个有着强大创新能力和文化底蕴的品牌，25</p>

年的发展历程中，屡创行业第一：

第一次创新设计的酱油瓶盖，引领了中国酱油行业的一场包装革命；

第一次提出“生抽”、“老抽”酱油概念，开启了中国家庭同时使用两瓶酱油的消费时代；

大力发展生抽，再创造一个中国酱油市场；

行业中，第一个在中央电视台标王段位投放广告，成为全国性品牌；

第一个中国酱油上市公司，并成为第一批由中国制造转型为中国智能制造的企业；

第一个提出“减盐生抽”理念，并作为战略推广。

从上述加加品牌的发展历程来看，我们具有超强的创新能力，并且对行业趋势的判断具有很强的前瞻性。虽然近年来我们发展停滞，但我们有理由相信，在未来的10年，加加一定能成为调味品行业数一数二的品牌，成为一个伟大的企业。

2、公司战略规划

短期的“1+1”品牌战略，长远“1+N”品牌战略：把“加加”作为酱油品牌，“盘中餐”为食用油品牌，两大品牌同步发展；

“12345”的产品战略：“1”是指减盐生抽，“2”是指原酿造和面条鲜，“3”是指味极鲜、金标生抽、草菇老抽，“4”是指蚝油、鸡精、醋、料酒，“5”是指其他概念性产品；

“1+4”渠道策略：“1”是指现有的传统零售渠道，“4”是指餐饮渠道、KA卖场渠道、新零售渠道、福利物资渠道；

“6+1”的营销模式：运用到2021年的“三定”、“三扩”、“三增”规划中。

3、三定、三扩、三增的营销方案

三定：定方向、定方案、定方法；

三扩：扩经销商、扩销售渠道、扩终端网点；

三增：增品项、增规格、增动销。

三、投资者互动交流

1、在2012年之前，整个酱油的产业输送网按照中高端的价格在走，2013年开始，包括海天和厨邦也做了一些中低端产品，加加也降价销售，为什么在后面几年其他企业没有再做中低端产品的时候，加加仍然在做中低端产品？

答：以千禾、海天和加加为代表，千禾成为零添加酱油的头部品牌，主要做高端产品。海天由中低端走向中高端，成为行业头部企业，着力做了渠道、网点和经销商。加加最开始也是做高端产品，后来由于我个人没再负责销售，开始走低端路线，把“加加”品牌做砸了。降为中低端其实是犯阶段性错误，拐了一个大弯，现在已经重新定位升级。2019年我本人回归主业后，全面提升品牌，全新升级“12345”产品战略。2021年我们也将通过“三扩”、“三增”和具体的营销手段，配合整个公司完成战略转型和产品升级。

2、想了解一下杨董体外资产的情况，负债情况，哪些和上市公司有关？

公司上市以后，我借了4亿元左右给几个合作多年的上游企业发展，后面发现他们无偿还能力，就共同寻求解决方案。他们将一些不良资产股权转给了我，我控股后发现该公司除了高额银行贷款，还有民间债务。为了将这些资产盘活，又投入大量费用做技改。期间进行了多次担保融资，最后破产，导致债务都成了我个人的，但这个与上市公司无关。

我其他投资的企业还有“辣妹子”、“顾大嫂”、“派仔食品”等，都非常具有前景。

3、关于社区团购的新零售方式，从目前贵公司投放的产品来看，投放的还是中低端产品，一旦量起来，那么未来加加不还是会走中低端产品的道路吗？

答：我们现在对新零售、新渠道的品牌定位就是走中高档，传统的零售渠道也正在由中低档产品向中高档产品的转型升级。执行过程中，可能还是存在电商平台的产品定位不够清晰的现象，近期会继续强化这个事情。

4、过去十年间发展比较平稳，在这个过程中，有哪些地方是做的不足的？

	<p>答：我们已经找到差距形成的根本原因，是产品覆盖率不够，主要体现在渠道不够、终端网点不够、产品品项和规格不够等。市场消费的基本定律，可以归结为“买得到、买得起、乐意买”这九个字。“买得到”反映的是终端网点的密度，“买得起”反映的是主流价格段位，“乐意买”反映的是“品质和服务”。2021年公司将通过“三扩”、“三增”的方式，拓展产品市场。</p> <p>5、那过去的十年也发现了产品覆盖率不够这个问题，在做终端网点推广的过程中是遇到什么问题吗？</p> <p>答：过去我们是没有做这个事情，终端网点的数量还处于创业初期阶段的水平，现在已经意识到了这个问题。2021年我们将从8个亿元省份开始，扩大市场份额。</p> <p>6、2021年“三扩”、“三增”计划，公司有没有针对管理层、业务员的考核激励的办法？</p> <p>答：考核激励主要以绩效考核的方式，股权激励也会作为探讨的方向。</p> <p>7、前面提到的您个人债务问题，目前是否已经偿还？</p> <p>答：目前还未完全偿还，是我未来需要解决的一个问题。</p>
附件清单（如有）	
日期	2021-3-02