

证券代码：002982

证券简称：湘佳股份

湖南湘佳牧业股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-001

| | |
|---------------|---|
| 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 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 | 中信证券-盛夏、中信资本-谢振东、景熙资产-程峰、大成基金-齐炜中、方正证券-程一胜、上投摩根-舒亮、Yulan Capital-陈作佳。 |
| 时间 | 2021年3月24日 |
| 地点 | 公司食品产业园会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事长喻自文先生、董事会秘书何业春先生、证券事务代表易彩虹先生 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>Q&A 环节</p> <p>1、去年上半年和下半年公司冰鲜产品的毛利率变化较大，原因是什么？ 答：上半年受新冠疫情影响，冰鲜产品一度供不应求，价格比较坚挺；下半年原料成本上升，售价降低，拉低毛利率；另商超、新零售及其它渠道占比变化，上半年冰鲜收入商超占比80%以上，下半年逐步下降。</p> <p>2、随着同行业的转型，是否会给公司带来竞争压力？公司如何应对？ 答：市场竞争加剧，公司也会有面临竞争压力。实际上，这种竞争压力一直存在，应对措施：主要是要把质量和服务作好，全方位构筑竞争优势，提高综合服务能力，继续完善标准化养殖体系、食品安全体系、冷链物流体系、营销服务体系；不断丰富产品品类，优化产品，满足不同消费群体的消费需求。</p> <p>3、未来，公司冰鲜产品的销售网络布局有哪些规划？冰鲜市场壁垒有哪些？ 答：公司未来冰鲜销售网络计划向二、三线城市下沉，目前在部分省份已</p> |

经开拓了地县级城市，如湖南湖北。壁垒是多方面的，站在消费者角度，产品体验是关键；站在 B 端的角度，产品质量、食品安全、冷链物流、营销服务是重点；冰鲜市场的发展需要国家对冰鲜上市政策的进一步推动、消费者消费习惯的改变，冰鲜消费意识和消费水平的提高以及国家对食品安全的监管。

4、除商超渠道外，其他销售渠道如何布局的？

答：公司会选择有相同经营理念的企业合作，凡是注重品质、注重食品安全的企业都是我们争取合作的对象，无论是品牌餐饮、传统商超、新零售、社区团购的头部企业我们都非常重视。子公司湘佳电商，就是对商超销售渠道以外的补充和完善，主要向电商、团购大客户、餐饮企业和新兴线上销售平台等销售冰鲜产品。

5、山东基地建起后，是否会降低华东和华北区域的物流成本？

答：目前，山东基地还只是对公司总部品类的补充，要达到和公司一样品类齐全的话，估计还需要三五年的培育时间。山东基地的逐步发展，有利于公司全国物流体系的完善。

6、2020 年，公司养殖端自养和代养比例如何，今后的发展趋势如何？

答：2020 年自养占比约 35%，代养约 65%。今后，随着公司自养基地不断建成投产，自养占比会不断提升。公司预计达到 2 亿羽规模时，自养比例规划占比为 70%左右。

7、随着商业环境的变化，公司在组织架构上如何应对？

答：随着市场环境的变化，公司加强了物流和销售端的人员配备。目前，公司设有两个副总裁对销售端不同渠道进行管理，一个是分管传统的商超板块；一个分管新零售、团购客户、品牌餐饮等。

8、公司涉足柑橘产业是如何考虑的？

答：随着公司养殖规模的不断扩大，粪污处理是公司面临的一大问题。为了解决这个问题，公司子公司湘佳现代农业建立了有机肥生产车间，并利用石门县柑橘之乡的区位优势，采用“公司+农户”的形式发展有机蔬果产业，不是一定要搞柑橘，而是通过这种方式解决公司养殖产生的粪污污染，同时资源有效利用，借助现有物流和营销网络优势，增加附加值提高效益。

9、除禽肉外，公司开始进入禽蛋、生猪领域，目前进展如何？市场如何定位？

| | |
|------|---|
| | 答：今年公司完成了对三尖农牧的收购，禽蛋销售除了之前传统的批发销售渠道，公司会提升产品的品质，逐步进入中高端市场。生猪板块，公司会以石门黑猪、桃源黑猪等湘西黑猪地方品类为主，开发湘佳黑猪系列产品，注重高品质，满足中高端消费者需求。 |
| 附件清单 | 无 |
| 日期 | 2021年3月24日 星期三 |