

证券代码： 002515

证券简称：金字火腿

金字火腿股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-04-15

投资者关系 活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>电话会议</u> ）
参与单位名称 及人员姓名	东海基金、红土创新、万联证券、东吴证券、长城自营、 长城证券
时间	2021年4月15日 16:00-16:50
地点	公司
上市公司接 待人员姓名	施延军、吴月肖、王启辉、黄特跃
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>1、公司 2021 年一季度的毛利率表现优秀，未来公司销售费用政策如何？</p> <p>答：打造爆品、培育大单品，是公司的目标。对火锅火腿、大肉香肠、火腿 X0 酱等新品，公司会加大推广力度，让新产品迅速进入市场，让更多的用户了解和体验公司的产品，但公司也会精打细算、精准营销，使费用与销售相匹配。</p> <p>2、公司品牌肉产品 2020 年平均售价为什么会比 2019 年低？</p> <p>答：品牌肉价格受肉类行情波动影响，2019 年国内猪肉价格整体上比 2020 年的时候高，所以 2019 年的平均售价比 2020 年的高。由于品牌肉类规模较大，对公司整体利润有积</p>

极的作用。

3、公司 2020 年的经销商同比增长 37.66%，未来公司市场如何布局，线上线下团队怎么配置？

答：公司计划大力培育发展经销商队伍，增加经销商数量，扩大市场覆盖面，尤其是重点推广火锅火腿、大肉香肠、火腿X0 酱等新产品，将按区域、产品情况等拓展经销客户，服务好经销商。

2021 年，公司将培育新产品，拓展新渠道，开发新模式，推动各大业务的全面开展。为此，公司将充实线下营销团队，增强力量，并根据经营情况及时优化提升。

4、公司各业务板块的发展战略？

答：公司的发展战略：大力发展中式火腿、欧式发酵火腿、火锅火腿、烤肉火腿、淡火腿等火腿产品，重点发展大肉香肠、香肠、腊肉、酱肉、淡咸肉等特色肉制品，快速发展满足生鲜电商、社区电商、中央厨房、食品加工企业、连锁餐饮等新渠道、新用户个性化需求的定制品牌肉业务，拓展网络营销，强化线下市场，努力提升金字品牌价值，打造肉类品牌消费品。

5、公司未来还有冷库扩建计划吗？

答：从 2019 年开始，公司自有冷库处于满负荷运转状态，公司拟在冷冻城现有区域进行扩建，但目前仍处在论证阶段，尚未开工建设。

6、公司电商渠道 2020 年下半年的销量为什么没有上半年的多？

答：主要是受疫情影响。2020 年上半年疫情较为严重的时候，线下业务受到一定影响，很多用户都在线上购买产品，所以 2020 年上半年电商销量较好，同比增长较快。但从全年

来看，线上渠道增长 87.5%，增长速度较快。

7、公司不同品牌定位如何？

答：金字为公司主要品牌，系中国驰名商标，主要定位中式火腿、中式肉制品、肉类业务。为满足不同平台、渠道的需求，公司也使用新味和、公记等作为中式肉制品业务的子品牌。巴玛为公司欧式发酵肉制品品牌。肉掌门品牌目前主要用于定制品牌肉业务。

8、公司在餐饮酒店渠道如何布局？会为餐饮渠道客户进行个性化定制服务吗？

答：餐饮酒店是公司的重点渠道。火腿系列、特色肉制品、定制品牌肉类产品都需要在餐饮酒店渠道进行布局。经过多年的积累，公司与众多餐饮酒店客户都有紧密合作。接下去，公司将根据不同的产品进行开发。如火锅火腿，公司会重点与川渝地区及华东区域的火锅餐饮企业及相关火锅食材供应商合作。针对个性化定制品牌肉，公司会与一些知名餐饮品牌、中央厨房等合作。

公司在与餐饮渠道客户沟通的过程中，会开发一些适应对方需求的产品，也会根据他们的要求进行开发定制，增加公司的竞争力。

9、公司植物肉产品目前进展以及未来规划？

答：植物肉产品符合健康、环保、绿色的消费趋势，市场前景广阔，是公司的未来业务重点。从目前来看，该产品占公司销售占比还很小。公司将持续培育，在产品研发和市场开发两个方面加以努力，完善产品，优化风味，培育市场，但需要一个培育的过程。

附件清单(如有)	无
日期	2021年4月15日