

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：2021-04-21

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 checked="" 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	公司投资者
时间	2021年4月21日 15:00-17:00
地点	http://www.yuediaoyan.com、“金字火腿投资者关系”小程序
上市公司接 待人员姓名	施延军、吴月肖、王启辉、刘伟
投资者关系活动 主要内容介绍	<p><b>1、请问公司是否有未来五年的目标和详细规划？</b></p> <p>答：您好！近年来，公司不断扩大业务范围。2018年起大力发展特色肉制品，2020年拓展个性化定制品牌肉业务，从火腿细分行业进入肉制品、肉类大产业，市场空间不断扩大。公司的发展战略为：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。</p> <p>公司的未来增长，将主要源自以下方面：一是新产品。火</p>

锅火腿、烤肉火腿等产品，让火腿进入火锅、烧烤等消费场景，提高消费频次，增加消费用量，填补消费市场空白。大肉香肠等肉制品适应消费升级趋势。火腿 XO 酱等产品则是美味佐餐产品，满足美味方便的消费需求。二是新渠道。生鲜电商、社区电商等新渠道的兴起，以及连锁餐饮、食品加工企业、火锅连锁品牌、火腿食材供应商等渠道用户的增加，都会带动公司业务增长。三是新用户。产品增加、渠道拓展后，新的用户群体会成为公司增长的新动力。谢谢。

**2、各位领导好，请问对猪肉价格走势有何判断？是否会影 响公司经营？**

答：您好。公司以打造品牌消费品为目标，所有原料都通过外采，然后进行生产销售，获得品牌溢价。公司自有 6 万吨大型冷库，原料可以通过国内、国外两个市场采购，猪肉价格低的时候多采购，价格高少采购，可以平滑原料价格波动。而且公司享有品牌优势，具有较强的定价权。同时，公司深耕肉类行业 30 多年，对猪肉价格、市场行情比较了解，具有丰富的经验，可以精准研判，提前准备。因此、公司有能力和措施应对猪价波动并保持公司盈利水平。谢谢您的关注。

**3、品牌肉业务随着猪肉价格下降，利润是否会受影响？公司品牌肉业务收入主要客户是哪些？未来品牌肉经营战略是什么？公司品牌肉经营范围在哪，占比较大的是哪一区域？品牌肉业务是否可以理解为屠宰类农产品初加工业务？与浙江本地华统业务是否存在直接竞争关系？面对竞争对手公司品牌肉业务有哪些优势？**

答：您好！公司以打造品牌消费品为目标，所有原料都通过外采，然后进行生产销售，获得品牌溢价。公司自有 6 万吨大型冷库，原料可以通过国内、国外两个市场采购，猪肉价格低的时候多采购，价格高少采购，可以平滑原料价格波动。而

且公司享有品牌优势，具有较强的定价权。同时，公司深耕肉类行业 30 来年，对猪肉价格、市场行情比较了解，具有丰富的经验，可以精准研判，提前准备。因此，公司有足够的能力和措施应对猪价波动并保持公司盈利水平。

品牌肉业务主要分 toB 和 toC 两个渠道，B 端主要是连锁餐饮、食品加工类客户，C 端主要有到家电商平台（如多多买菜、盒马鲜生、叮咚买菜等）、社区团购平台以及自建会员平台。

公司发展定制品牌肉类业务，可充分发挥公司国内外供应链、自有大型冷库、规模化原料自用需求、综合利用率高等优势，并与公司原有火腿、肉制品业务等相结合，形成内部供应链，延伸公司业务领域，优化产品结构，增加客户群体，有助于提升公司的竞争优势和盈利能力。

公司将继续做精品牌肉业务，及时掌握了解市场行情，判断市场趋势，做好原料采购。发挥公司自用优势，强化个性化定制优势和能力，开发连锁餐饮、食品加工等大客户，拓展生鲜电商、社区电商等新型渠道，提高品牌肉产品附加值，提高利润率。谢谢。

4、想问一下施总，未来 5 年内公司的整体规划，比如香肠类预计占领市场份额，地区化的销售策略，网络直播带货与现有知名主播的合作方式等，对于人造肉具体的开发策略，如何打造适合中国人餐桌的人造肉，还有中国人造肉国标公司是否持续编写中。

答：您好！香肠、腊肉、酱肉、咸肉等特色肉制品是我国历史传承的肉制品，具有纯肉制作、风味多样、营养丰富等优点，深受国人喜爱。随着我国经济的持续发展，消费购买能力的增强，传统肉制品标准化生产技术的提升，包装的进步，互联网购物的普及，物流配送的便捷发达，传统肉制品的独特风

味和历史文化传承日益得到消费者认同和喜爱，对传统肉制品的需求和认可也不断提升，市场前景乐观。随着生活方式的改变，对方便即食肉制品等产品的需求也不断提升。公司将培育重点新品，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。谢谢。

**5、我国火腿行业中小作坊太多，行业市场高度分散，贵司如何在接下来几年加速做大做强，成为重点龙头企业？**

答：您好！近年来，火腿行业的市场保持稳步增长态势，并且产业集中度不断提升，生产企业逐步减少，市场正在向领导品牌集中。公司计划未来继续大力发展火腿产品，让火腿可以满足更多的消费场景。2020年，公司重点推广火腿火腿、烤肉火腿、淡火腿等火腿产品，努力培育爆款产品。如火锅火腿，填补了火锅消费场景中缺少猪肉类产品的空白，目前正在火锅行业里进行推广，反响良好。接下来，公司还将继续创新，争取让火腿成为家庭日常炒菜的主要食材，增加消费频次，提高消费用量，扩大市场规模，带动火腿业务增长。谢谢！

**6、目前线上 toC 线下 toB 的营收比例是多少？2021 年线上线下团队如何构建？**

答：您好！2020年公司在做好平台电商、社交电商等基础上，积极探索直播电商、生鲜电商、社区电商、内容电商、到家电商等新模式，加大品牌宣传推广力度，保持了快速增长的良好势头，线上销售 1.42 亿元，同比增长 87.48%。

公司分线上线下两个营销团队。线上团队负责网络销售，包括平台电商、社交电商、直播电商等。线下团队主要负责与餐饮酒店、食品加工、商超卖场、经营商等渠道的开发维护。2021年公司将培育新产品，拓展新渠道，开发新模式，并重点推广火锅火腿、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。根据业务发展，公

司将充实营销团队，增强力量，并根据经营情况及时优化提升。  
谢谢！

**7、拟新建 C2M 数字化超级工厂主要用途？现在处于什么阶段了，预计何时开始建设？**

答：您好！公司 2021 年 1 月竞得位于金华开发区的 172 亩工业用地，拟用于建设数字化超级工厂。目前该项目还在规划论证、方案设计准备中，公司将争取尽快开始建设。谢谢！

**8、请问管理层如何看疫情常态化以后线上渠道的增速？今年有信心持续高增长吗！**

答：您好！公司将继续积极拓展生鲜、社区、直播、视频、内容等电商模式，扩大品牌和消费者的触及面。对优势平台重点扶持，挖掘潜力，做大做强，加快线上渠道发展。谢谢！

**9、目前我国火腿行业还处于工业化初期，公司在现代加工技术和生产设备的升级上有哪些技术优势，生产优势？**

答：您好！感谢关注。公司拥有国家发明专利（专利号为 ZL200410014841.4, 专利名称为“一种在控温控湿和封闭条件下生产低盐金华火腿的方法”）和（专利号为 ZL200810121847.X, 专利名称为“一种火腿高汤的制作工艺”），是《发酵肉制品》国际标准、《地理标志产品-金华火腿》国家标准、《中式香肠》国家标准主要起草单位。承担的《传统特色肉制品现代化加工关键技术及产业化》2020 年 1 月荣获国家科技进步奖。公司生产技术先进，装备自动化程度高，工艺优势明显，在技术、工艺、装备上具有较强的引领优势。谢谢！

**10、请问贵司金字火腿在火锅类快食品销售以及礼品类电商销售发展计划？**

答：您好！针对火锅市场，公司重点推出火锅火腿新品，主要针对火锅消费场景，提高消费频次，增加消费用量，填补

消费市场空白。火锅火腿推出以来，公司组织专门团队，针对火锅连锁品牌、火锅食材供应连锁企业等重点渠道进行重点开发推广，目前进展情况良好。针对线上电商渠道，公司将继续拓展生鲜、社区、直播、视频、内容等电商模式，扩大品牌和消费者的触及面。对优势平台要重点扶持，挖掘潜力，做大做强。新型渠道要强化沟通引导，加快成长。谢谢。

**11、生猪期货套期保值的进展情况可否介绍下，收益如何？**

答：您好，公司目前还没有正式开展生猪期货套期保值业务。谢谢！

**12、为何公司四季度常年出现亏损？有季节性原因吗？**

答：您好，公司 2018 年-2020 年四季度亏损主要是由于中钰资本亏损并表及出售中钰资本股权形成应收款计提坏帐准备所致。剔除中钰资本影响，公司 2020 年四季度实际经营利润为 2560 万元。谢谢！

**13、公司的火锅火腿与哪些餐饮品牌有合作？比如海底捞、小龙坎。**

答：您好！火锅火腿是公司今年重新培育的新产品，主要针对火锅消费场景，提高消费频次，增加消费用量，填补消费市场空白。火锅火腿推出以来，公司组织专门团队，针对火锅连锁品牌、火锅食材供应连锁企业等重点渠道进行重点开发推广，目前进展情况良好。谢谢。

**14、贵公司是否有进入休闲食品的计划？**

答：您好。目前阶段，公司的发展战略为：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。谢谢。

**15、猪肉进口和来自国内的比例大致是怎样的？**

答：您好。公司原料可以国内国外两个市场采购。目前，公司原料大部分来自欧盟国家。谢谢。

**16、直营团购的毛利比上年减少了 25%，请问未来公司销售费用政策如何？**

答：您好！公司的销售费用是根据产品、市场、渠道等不同制订相应的投放政策。2021 年公司将对火锅火腿、大肉香肠、火腿 X0 酱等新品加大推广力度，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。谢谢！

**17、单个爆款产品大单品预期达到多少的收入比例？**

答：您好！公司将继续开发新产品，培养大单品，形成产品梯队，提高新品占整体销量的比例。重点培育大肉香肠、火锅火腿、烤肉火腿、淡火腿等，并陆续推出 X0 酱、火腿酱等即食方便肉制品，增强产品竞争能力。其中火锅火腿、烤肉火腿等产品，让火腿进入火锅、烧烤等消费场景，提高消费频次，增加消费用量，填补消费市场空白。大肉香肠等肉制品适应消费升级趋势。火腿 X0 酱等产品则是美味佐餐产品，满足美味方便的消费需求。谢谢。

**18、亲问公司电商直播，只在抖音一个地方开设直播间吗？也没有选择淘宝，快手，苏宁和拼多多平台直播或者一个直播可以在多个平台直播。**

答：您好！公司目前抖音，淘宝，拼多多，京东店都开设直播间，每天在不同时间段进行直播，谢谢关注！

### 19、公司未来利润增长点主要在哪些方面？

答：您好！公司未来增长，将主要源自以下方面：一是新产品。火锅火腿、烤肉火腿等产品，让火腿进入火锅、烧烤等消费场景，提高消费频次，增加消费用量，填补消费市场空白。大肉香肠等肉制品适应消费升级趋势。火腿 X0 酱等产品则是美味佐餐产品，满足美味方便的消费需求。二是新渠道。生鲜电商、社区电商等新渠道的兴起，以及连锁餐饮、食品加工企业、火锅连锁品牌、火腿食材供应商等渠道用户的增加，都会带动公司业务增长。三是新用户。产品增加、渠道拓展后，新的用户群体会成为公司增长的新动力。谢谢！

### 20、请问施总，公司业绩、营收是否有信心在 2021 年依然保持高速增长？

答：您好！当前，公司正面临有利发展环境：一是消费升级，中式肉制品会快速增长。随着生活改善，人们对健康食材的需求不断增加。中式肉制品，用纯肉制作，营养健康，且中式肉制品口味丰富，符合中国人口味。随着消费升级，市场会越来越大。二是生活方式改变，方便肉制品需求越来越大。生活节奏越来越快，人们希望烹饪更方便、更快捷。餐饮企业、食品加工企业的中央厨房模式、半成品需求越来越多。即食类方便肉制品符合健康、营养、方便的饮食需求，今后的市场会越来越大。三是产业升级，品牌企业集中度会增加。公司在传统肉制品业务方面，有技术、团队、品牌等优势，会受益于产业集中和整合升级。四是科技进步，带动用户消费增长。移动互联网、冷链、快递等技术发展，生鲜电商、社区电商、视频电商等兴起，将增加新的渠道，加快品牌对用户的覆盖，促进公司的发展。

公司未来的增长，将主要源自以下方面：一是新产品。推出火锅火腿、烤肉火腿等产品，让火腿进入火锅、烧烤等消费

场景，提高消费频次，增加消费用量，填补消费市场空白。大肉香肠等肉制品适应消费升级趋势。火腿 XO 酱等产品则是美味佐餐产品，满足美味方便的消费需求。二是新渠道。生鲜电商、社区电商等新渠道的兴起，以及连锁餐饮、食品加工企业、火锅连锁品牌、火腿食材供应商等渠道用户的增加，都会带动公司业务增长。三是新用户。产品增加、渠道拓展后，新的用户群体会成为公司增长的新动力。因此，对公司的未来发展，我们充满信心。谢谢！

**21、对公司产品成本和销售价格的管控上，有哪些措施？**

答：您好！公司以打造品牌消费品为目标，所有原料都通过外采，然后进行生产销售，获得品牌溢价。公司自有 6 万吨大型冷库，原料可以通过国内、国外两个市场采购，猪肉价格低的时候多采购，价格高少采购，可以平滑原料价格波动。公司深耕肉类行业 30 多年，对猪肉价格、市场行情比较了解，具有丰富的经验，可以精准研判，提前准备。因此、公司有足够的能力和措施应对猪价波动并保持公司盈利水平。同时公司享有品牌优势，具有较强的定价权。根据产品、渠道、市场制订不同的销售价格。谢谢！

**22、公司的爆款产品力很强，消费者培育也做得很好，营销渠道未来有何新的布局？KP 渠道是否考虑下放全国二三线城市？**

答：您好！公司在营销渠道方面，线上将继续积极拓展模式及平台，布局生鲜电商、社区电商等新型渠道。线下市场积极开拓新客户、拓展新渠道，餐饮酒店、食品加工业、KA 商场卖场、经销商等渠道。未来公司将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 XO 酱等新产品，将按区域、产品情况拓展新渠道，开发新模式，推动各大业务的全面开展。谢谢！

**23、品牌肉虽然利润贡献高，但是毛利挺低，未来有什么举措来改善毛利率吗？**

答：您好！公司个性化定制品牌肉类业务的发展，得益于公司多年肉类行业经验、国内外供应链渠道，还有公司自用原料优势及自有冷库作为基础，可通过生鲜电商、社区电商等各类快速发展的新渠道直达用户，满足其便捷肉制品消费需求，也可满足中央厨房、食品加工企业、连锁餐饮等定制化标准化原料供应需求，成为其稳定的供应链合作伙伴，市场需求广阔，具有较强的持续性。品牌肉价格受肉类行情波动影响较大，其毛利率比其他产品要低，但其周转频次快，规模较大，因此对公司整体利润贡献较大。而且品牌肉业务与火腿、肉制品业务相结合，可形成内部产业链，提升综合利用率，延伸业务领域，增加客户群体，增强竞争能力，发挥协同效应，市场空间较大，有助于提升公司的竞争优势和盈利能力。

公司将继续做精品牌肉业务，及时掌握了解市场行情，判断市场趋势，控制原料成本。发挥公司自用优势，强化个性化定制优势和能力，开发连锁餐饮、食品加工等大客户，拓展生鲜电商、社区电商等新型渠道，提高品牌肉产品附加值，提高利润率。谢谢。

**24、请问公司的供应商为何会集中度那么高的？第一供应商会占比达到 33.6%？难道制作火腿的猪肉都是向一家采购的？是否有关联关系？**

答：您好！公司 2020 年的第一大供应商为进口代理清关公司。公司委托其代为办理海外采购货物的清关业务，所以体现的金额占比金额较大，但实际采购行为均由公司自主决定和操作实施，签订采购协议和开具采购发票均为双抬头，明确实际购买方为公司。谢谢！

**25、公司 2021 年 1 月披露竞得位于金华开发区的 172 亩工业用地，拟用于建设数字化超级工厂公司，目前有没有详细的规划？用于养猪吗？**

答：您好，公司 2021 年 1 月披露竞得位于金华开发区的 172 亩工业用地，拟用于建设数字化超级工厂，不会用于养猪。目前该地块项目还在规划论证、方案设计的前期准备中。谢谢！

**26、近两年公司的自有冷库都处于一个满负荷运转状态，何时才会有扩建的计划？**

答：你好，感谢关注。2020 年以来，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冷库扩建，预计可增加库存能力 14000 吨，以满足生产经营需要。项目前期准备工作已基本就绪，公司将争取尽快开工建设。谢谢。

**27、请问公司领导，植物肉产品进展到哪一步了，迟迟不见身影？未来规划是怎样的？**

答：您好！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，但也需要一个培育的过程。谢谢！

**28、《人造肉国标》公司是否还在持续编写中？**

答：您好！公司是植物肉国家标准的参与起草单位之一。谢谢。

**29、今年在跨境电商上有计划吗？建议公司开通海外的电商销售平台，加速拓展海外业务！**

答：您好，感谢你的建议。由于公司产品定位中式传统肉制品，主要市场在国内，因此公司将会以内销市场为主，线上

	<p>继续拓展生鲜、社区、直播、视频、内容等电商模式，扩大品牌和消费者的触及面。对优势平台要重点扶持，挖掘潜力，做大做强。新型渠道要强化沟通引导，加快成长。线下要开发商超卖场、餐饮酒店、食品加工、经销商等重点渠道、重点客户，巩固存量，提升增量。谢谢。</p> <p><b>30、公司央视广告筹划进展如何？</b></p> <p>答：您好！感谢你的关注。打造肉类品牌消费品是公司的发展目标。公司将持续加强品牌建设，做好品牌宣传与市场推广，不断提高品牌影响力。谢谢。</p> <p><b>31、请问公司目前就两家子公司吗？</b></p> <p>答：您好，公司目前拥有全资子公司 2 家，纳入合并报表范围子公司计 7 家。谢谢！</p>
附件清单(如有)	无
日期	2021 年 4 月 21 日