

证券代码：003030

证券简称：祖名股份

祖名豆制品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-004

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>业绩交流会</u> ）
参与单位名称及人员姓名	西南证券
时间	2021年8月23日 10:00-11:00
地点	公司会议室（线上电话会议）
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书兼财务总监：高锋先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司 2021 年上半年基本情况介绍</p> <p>公司 2021 年上半年实现营业收入 6.18 亿元，同比增长 8.69%；实现归属于母公司股东的净利润 0.32 亿元，同比下降 36.44%，降幅收窄；二季度营收环比增长 3.41%，归母净利润环比增长 55.47%，原料成本压力逐渐减弱。公司有些产品，尤其是超市渠道大部分提价在 3 月，涨价因素会集中反应在二季度后。</p> <p>整体看，公司对下半年做了战略方面的调整：1）内部产品线提升，公司陆续推出针对不同消费人群和消费习惯的产品。2）走出长三角，7 月公司和南京果果签了战略合作框架协议，后续会加快与全国经济发达地区、省会城市的企业之间的合作推进，以具体公告为准。3）单独成立植物蛋白饮品事业部，到目前为止，生鲜、饮品、休闲、餐饮、电商各事业部</p>

共同发展，为业绩增长打下基础。

二、问答环节

1、 生鲜豆制品行业竞争格局怎么样？公司相较小企业有哪些竞争优势？

答：生鲜豆制品行业百亿规模，但主要呈现：1）行业散而乱，类似于十几年前的乳品或啤酒行业，基本上全国省会城市、主要二三线城市都有自己的豆制品厂，且受保质期影响，配送、销售范围都不大，各自为据；2）全国豆制品消费习惯和口味都不同，各地都形成了有当地特色和风味的豆制品，在各地都保持一定的销售量。

整个行业可大致分为三个梯队：第一梯队营收规模较大，除了祖名作为第一家民营企业上市公司外，一般是国资背景或是有原先政府菜篮子工程遗留下来的引资，属于区域龙头企业，包括上海清美、北京白玉等，企业数量不多。第二梯队大多是民营企业，规模仅次于第一梯队，属于地方性强势品牌，比如南京果果、北京香香等。第三梯队是分布在全国其他地方的小型豆制品企业，甚至大量手工作坊，营收1个亿以下。随着国家对环保和食品安全的重视，大部分企业都会面临着洗牌局面，因为污水处理设施和设备升级改造所需投入的资金量较大，一般企业难以承受。

公司主要竞争优势体现在：1）多样化的产品线，一方面可以满足不同客户、不同层次的消费需求，另一方面能有效实现集约化生产；2）冷链物流配送及信息化管理方面具有明显优势；3）祖名品牌在长三角知名度较高，未来有望借助资本市场走出长三角，成为全国性品牌。

2、 生鲜豆制品提价和产品结构升级对收入贡献了多少比例？

答：从生鲜豆制品细分产品来看，豆腐销量和销售额增加，豆干、千张、素鸡销量和销售额有所下降。公司整体销售收入

增长了 8.69%，拆分来看：日本生产线生产的高端豆腐贡献销售收入 1700 万左右；提价因素带来销售收入增长约 5%。

3、 上半年提价的幅度和次数情况？下半年提价规划怎么样？

答：公司今年上半年只提了一次价，主要集中在 3 月份对超市的部分生鲜产品做了提价，整体提价幅度约 5%。现在湖北、安徽已有少量新豆上市，大量东北黄豆会在 9 月底或 10 月初上市，公司也在了解进口非转基因大豆的价格。预计随着新豆上市，价格可能会有下降空间。考虑到豆制品属于菜篮子商品，提价对居民消费影响较大，公司下半年暂无提价计划，除非原料成本压力再次放大。

4、 饮品增长 50%+的原因是什么？未来对饮品的规划怎么样？

答：去年早阳、巴比等早餐门店因疫情影响业绩受到冲击，今年随着早餐门店正常经营，自立袋豆奶销量恢复。另一方面，公司上半年推出了瓶装全豆豆乳，新品带来一定的增长贡献。

相较于动物蛋白，植物蛋白饮品蛋白质含量高的同时不含胆固醇及脂肪，基于平衡膳食需求，中国豆制品专业委员会倡议“早晚两杯奶：一杯豆奶，一杯牛奶”，目前居民每日饮用豆奶的习惯尚未形成，存在广阔的市场空间。公司植物蛋白饮品原先主要通过生鲜渠道销售，搭配早餐饮用，后来发现线上、小店、社区便利店等对饮品的销售需求增长，于是调整营销策略单独成立了饮品事业部，多渠道进行推广。公司陆续推出全豆豆乳、有机豆乳等，从营养健康的角度慢慢吸引、引导消费者。

5、 上半年经销、直销收入增长比较好，商超收入有所下降，是什么原因？

答：从整个行业来看，上半年商超销售收入都在下降。去年疫情影响下，商超生意非常好，而今年商超被两个渠道分流：

	一是盒马、叮咚买菜、每日优鲜等新零售平台，二是明康汇、钱大妈、肉联帮等社区生鲜店。公司与传统商超合作的同时，也在加大与线上平台、社区生鲜店的合作，多层次的营销网络布局为公司应对单一渠道下滑风险提供有力保障。
附件清单(如有)	无
日期	2021年8月23日