



重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司

2021年9月17日投资者关系活动记录表

证券代码：002507

证券简称：涪陵榨菜

编号：2021-014

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>投资者电话交流会</u>
参与单位名称及人员姓名	威灵顿管理公司—Jun Oh、Melody Bai、唐欣
时间	2021年9月17日 15:00-16:00
地点	本次投资者交流会通过电话会议方式进行
上市公司参会人员	公司董事、副总经理、董事会秘书：韦永生先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>2021年9月17日下午 15:00-16:00，公司参会人员通过电话会议方式与投资者进行了在线交流，本次会议纪要如下：</p> <p>1、公司今年二季度业绩同比下滑的原因。 回复：一方面，经销商在去年年底库存清理、今年年初任务推动等因素作用下，今年一季度发出订单较多，二季度库存消化订单放缓；另一方面，在疫情特殊影响下，去年一季度市场缺货，二季度出货补货较多，同期业绩基数较大。</p> <p>2、榨菜消费是否有季节性？ 回复：榨菜四季皆宜，且随着其消费属性和食用场景的不断丰富，已不再有明显淡旺季之分。同时得益于榨菜鲜脆爽口、下饭开味的特点，在全年气温相对较高、食欲易受影响的二三季度需求会相对旺盛一点。</p> <p>3、公司如何设置布局经销商？ 回复：公司结合不同区域市场情况、不同渠道开发情况以及经销商实力、业务范围对应部署经销商，保证网络铺细、市场做透，同时通过考核不断优化经销商配置，保持渠道与市场开发管理能力。</p>

4、公司未来渠道工作规划。

回复：总体规划，做精做透省地级市场，大力开拓县级市场。

省地级市场做精做透，根据人口数量、经济发展水平、人均榨菜消费水平等情况，对标同类城市，根据不同城市体量来确定增量目标。同时持续优化经销商结构、梳理渠道，有效配置销售资源，实现精准营销。

县级市场，继续做好开发培育，加快与经销商磨合，提升产品渗透率，逐步提升渠道出货量，充分发掘市场潜力，为未来公司发展贡献增量。

5、榨菜以外的其他品类发展计划。

回复：公司于 2020 年未经理过战略咨询评估分析之后对公司品类发展战略进行了调整，确定“先聚焦，再多元”的品类发展思路，聚焦榨菜品类、“乌江”品牌进行战略资源投入，对其他品类维持已有的政策支持和经销商渠道，待完成“乌江”品牌的建设之后，利用品牌效应拉动其他品类发展扩张，公司未来将在坚守优势榨菜品类的基础上推动其他酱腌菜品类发展布局。

6、公司费用投放规划。

回复：公司费用投放全年有总体规划，以量入为出为基本策略，按年初战略目标分步推进，通过阶段性总结把握投放节奏。

7、公司对毛利率如何看待。

回复：公司结合生产经营管理实际，认为毛利率保持在 50%以上即为合理水平。未来公司仍将不断加强各环节工作，从产品价值创造、成本费用管控、收入利润增长等方面着手，保持合理毛利率水平。

8、榨菜原料价格走势。

回复：近年来，榨菜原料价格走势与 CPI、农副产品价格变化趋势总体上基本保持同步，短期内受市场供求等因素影响会出现区间波动，长期看总体维持平稳向上。

9、电商渠道销售占比。

回复：公司电商渠道销售主要分为自营电商渠道与经销商电商渠道，该渠道目前占比较小，合计营收占比 10%左右。

10、公司是否针对不同地区口味设计产品？

回复：公司产品种类丰富、规格多样，适用于广泛的消费人群及场景。依靠丰富的产品线和布局全国的销售网络，公司在提供产品服务时，可结合不同地区消费者口味偏好，以主力大单品为基础搭配相应产品进行推广，以更充分、更精准地满足市场需要。



附件清单 (如有)	无
日期	2021 年 9 月 17 日