

证券代码：002650

证券简称：加加食品

加加食品集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-6

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	信达澳银基金： 张剑滔 徐聪 刘维华 丁凡伦
时间	2021年11月24日15:00-17:00
地点	加加食品集团长沙办公室 (芙蓉中路478号，运达国际广场写字楼7楼)
上市公司接待人员姓名	名誉董事长 杨振 董事会秘书 杨亚梅 投资及IR总监 夏亦才
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、展厅参观，公司基本情况和产品介绍。</p> <p>二、投资者互动交流：</p> <p>问：公司最近公告了股权激励计划，公司战略是否也有相应的变化？</p> <p>答：为促成公司股权激励计划目标实现，公司从产品和销售做了相应的战略布局。</p> <p>（一）产品战略</p> <p>1、产品升级，包括但不限于持续提升产品品质及包装形象等方面；</p> <p>2、品牌升级，优化产品结构，设计了产品价格梯度，持续推动中高端产品推广；</p> <p>3、“12345”的产品战略：“1”是指减盐生抽，“2”是指原酿造和面条鲜，“3”是指味极鲜、金标生抽、草菇老抽，“4”是指蚝油、鸡精、醋、料酒，“5”是指其他概念性产品。在这个产品矩阵中，减盐系列将始终为主打产品。</p> <p>4、品类品牌化发展思路，将单个品类做成品牌，打造品牌矩阵。</p> <p>（二）销售战略</p> <p>坚持和强化三定（定方向、定方案、定方法）、三扩（扩渠道、扩网点、扩经销商）和三增（增品项、增规格、增动销）营销战略的落地实施。在此基础上：</p> <p>1、加大社群营销、抖音、快手、网红带货等新媒体、新渠道销售和品牌宣传力度，新兴渠道主推高毛利产品；</p> <p>2、继续拓展餐饮渠道，从业务合作商或战略伙伴商等角度，创新商业模式。</p> <p>问：为了完成上述战略布局，公司人员和组织架构已经做了哪些调整？明年</p>

可能还会做哪些方面的调整？

答：在渠道拓展的布局上，人员方面任命了餐饮渠道总经理，分管集团餐饮及工业渠道销售工作。明年计划从业务合作商、战略伙伴商等角度，创新商业模式，人员或组织架构会根据公司发展的实际情况做相应的调整。

问：未来 3-5 年的发展规划中，公司在酱油和食用油两大品类，是否有侧重点，还是依然齐头并进？

答：酱油一直都是公司的主营业务，食用油是公司产业的拓展和延伸，主要作为公司营业收入增长点，未来的着力点还是酱油。

问：公司酱油的经营规模与千禾味业相当，但是毛利率较低，是什么原因？

答：首先品牌定位存在差异。加加最开始也是走中高端产品路线，但发展过程中逐渐偏离中高端路线了。近两年回归主业之后，也一直在往中高端产品路线发展。其次，公司始终追求高品质产品，对产品质量、设计、包装等方面都有比较高规格的要求，这也是影响公司毛利率的一个因素。

问：未来公司如果经营规模扩大，现有的湖南、四川、河南三大生产基地，酱油品类最大产能是多少？

答：集团公司整体生产产能在 50 亿左右，目前公司的营业收入是 20 亿左右，产能布局是可以较好承载未来销售规模发展的。

问：目前市面上有“零添加”，酱油未来可能还有哪些差异化的东西？

答：加加的产品也是有差异化的，加加的差异化是“减盐”。食品行业最终应落实到安全、健康的产品理念上，这也是加加一直倡导的方向。世卫组织建议成人每日食盐量不超过 5 克，以降低心脑血管疾病的患病风险，中国也有“9·15”减盐周，提倡人类从饮食上控盐。加加是第一个提出“减盐生抽”理念，“减盐生抽”与健康饮食和消费习惯是相匹配的，始终作为公司战略单品一直在重点推进。

问：金龙鱼进入调味品行业，公司是怎么看的？

答：加加品牌已有 20 多年历史，在调味品行业具备一定的品牌优势，金龙鱼在食用油行业也具备自身的优势。调味品行业在未来发展过程中，企业品牌定位和产品品类创新是促进和推动能否长效发展的主要因素。

问：公司 11 月 16 日开始提价，目前从经销商的反馈、终端传导，他们的接受情况是怎么样的？

答：原材料普遍涨价是众所周知的事项，行业普遍进行了提价，经销商是有一定心理预期的；我们的提价幅度考虑了接受程度，从消费者的角度看不会有大的影响。

附件清单
(如有)

日期

2021 年 11 月 24 日