

证券代码：002991

证券简称：甘源食品

甘源食品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-010

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	信达证券：程丽丽 民生证券：王玲瑶
时间	11月25日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 严海雁；证券事务代表 张婷
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、怎么看待四季度需求环境及后期的营收展望？</p> <p>从第三季度看，环比来看消费端有所恢复，同比去年是有所增长的。四季度是食品行业旺季，参考以往趋势春节将近也是有助于卖场人流恢复的有利因素。围绕即将到来的年货高峰期及明年春糖会，我们推出新品拓宽市场及加大渠道建设，对促进收入稳步增长会起到积极的作用。</p> <p>2、目前成本端涨价对公司营收影响？有何应对措施？</p> <p>由于棕榈油、瓜子仁、蚕豆等原材料成本端价格有所上涨，公司二季度做了相应的提价动作。影响方面，短期内提价影响了二季度的销售情况，长期来看公司产品本身零售价比较亲民，终端消费者接受程度较高，加上经销商保持了一定的利润，因此销售情况也逐步恢复了正常，第三季度保持健康稳健增长。同时工厂为合理利用棕榈油，也对工艺进行改善，有利于一定程度上降低成本。除此之外，公司在制造端一直致力于提升生产自动化智能化水平以降低人工成本，希望提升成本控制能力，以进一步提高毛利水平。综上所述，成本端涨价对公司的营收影响较小。</p> <p>3、收入增速放缓的原因？</p> <p>一是上半年调价动作直接影响了二季度的部分销量，二是商超消费端人流下降，导致专柜投放计划放缓，影响了销量的增长，三是销售人员组织的调整，人员的交替短期影响了销量。三季度开始随着前期工作的落实，业绩已逐步回暖向好。</p>

4、KA 渠道人流减少，相对应能带来收入上升的渠道是哪些？

从线下渠道来看，目前 KA 人流量减少，部分原因是消费者分流分到 BC 店、社区店等其他渠道。现公司也对 BC 店、社区店、水果店等渠道重点关注，专门围绕这些渠道的特性和需求去定制产品，根据人群特色以及口味包装等特点，用不同于 KA 产品的差异化定量装、组合装等进行投放，推出更加匹配渠道的产品。

5、对于公司不同地区存在销量差异，有什么针对性的打法？

公司销售渠道一直都是全国性布局，产品销售到全国各个省市，但部分城市产品的覆盖率做得还不够。今年公司重点工作是调整销售队伍，打磨新产品，明年我们重点则在营销组织上下功夫，经销商数量和质量齐抓，争取更多的优质客户积累，推进业务发展和渠道下沉。

6、对今年食品公司渠道结构的变革如何看待差异？

今年大家都随着市场变化在调整策略，KA 总体人流减少，便利店以及一些会员类商超在快速发展。为快速地响应渠道变化，我们要拥抱这些渠道。公司推出的新品口味性坚果中有个别单品市场反馈较好，对公司新品信心提振较大，目前我们已筹备对有潜力的单品从包装到口感全面升级，计划打造更多优质产品，带动各大渠道的深度合作。

7、公司有计划推出大单品吗？

除去老三样青豆、蚕豆、瓜子仁，公司计划针对一些目前市场效果不错的产品，比如花生、口味性坚果等进行改造升级，力求通过创新研发出区别于市面上同类单品的产品，口味和口感上要有突破。后续会围绕河南新品及时跟进市场反响，迎合市场需求，着力发展市场上被消费者认可的品类，丰富产品矩阵，加大产品影响力，提升甘源品牌在消费者心智中的地位。

8、食品行业普遍存在窜货情况，公司目前对渠道管控有什么新的措施？

维持顺畅、稳定的销售通路，是销售活动顺利进行的一项基本保障。为理顺各终端的进货渠道我们采取了一些防止窜货的技术，为每一位客户编制一个独立的码，把客户码喷到了主要产品的独立包装上，由此实现对产品渠道的更好管控。

9、公司对之后的利润提升空间有什么展望吗？

首先，未来如果原材料价格下降将有利于降低公司成本，提高产品毛利率。另外，在制造端设备加速自动化能降低运营成本，也会有相应的提升空间。最主要的是把产品做好，产品品质好受消费者喜爱，形成一定规模效应。

10、今年专柜铺货情况？明年专柜投放计划？

今年原计划是加速投放专柜，拉动销量的增长。但是根据目前商超变化趋势，投柜动作已放缓。公司及时调整策略，根据公司市场调研情况精准投放以实现投入产出比。同时明年河南的新品推出后，也有利于我们更好地进行专柜投放。

	<p>11、请问计划推出的新品什么时候上市？ 河南工厂投产的新品，计划年底在部分现有渠道中先推出部分产品，春节后开始面向全国市场销售，同时计划在明年春季糖酒会上进行招商。</p> <p>12、对明年新品推出的业绩预期？ 今年对公司来说是储备的一年，一方面重点研发大量新产品，建设生产项目，不断丰富产品矩阵；另一方面销售队伍革新优化，引进了数位销售大区总监，有利于公司销售管理和营销团队水平的提高。前期准备充足，明年将借助公司的优质产品和优秀团队为公司添砖加瓦，冲刺销量。</p> <p>13、今年线上销量增速情况？展望电商未来发展的战略与策略是什么？ 今年线上同比有一定的增长。电商运营不止是一种销售渠道，更是一个非常重要的品牌传播平台。我们在原有的长沙电商部基础上还在萍乡工厂与杭州都组建了直播团队，不断加大线上营销。未来我们将打造专属线上新品积极与头部主播合作，提升线上销量的同时助力品牌建设，发挥线上品牌传播的功能加强与消费者互动，扩大品牌知名度和影响力，这些举措对未来的品牌打造以及营收会起到有利作用。</p> <p>14、之前回购的股权激励的推进情况？ 公司实施股权激励计划目的是为进一步招揽及留住高层管理人员及骨干人员，使其利益与企业的长远发展更紧密地结合。随着未来新品的上新，我们会加快股权激励计划的推进，乘着东风让大家更有信心向目标全力冲刺，努力奋斗。后续有关股权激励事项的安排，敬请关注公司披露的相关公告。</p>
附件清单（如有）	无
日期	11月25日