

劲仔食品集团股份有限公司

投资者调研接待记录表

证券代码：003000

证券简称：劲仔食品

编号：2021-005

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
参与单位名称及人员姓名	广发基金陈樱子、万家基金丁玉杰、东亚前海证券高嘉麒、东亚前海证券贺晓涵、东亚前海证券杨逸飞、东亚前海证券龚琪
时间	2021年12月7日 15:30-16:00
地点	电话会议
公司接待人员姓名	董事、副总经理、董事会秘书：丰文姬 证券主管：左露
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、问：公司经营情况以及发展战略如何？</p> <p>答：公司坚持聚焦大单品的发展战略，挖掘细分品类的高势能产品，发挥生产规模效应和供应链优势，降本增效，提升市场竞争力。同时深耕渠道，深挖空白市场，提高铺市率，夯实细分品类的领导者地位，提升公司在渠道中的竞争力，提高品牌知名度和消费者的认可度，再带动公司其他品类的销售。公司目前三大品类，以休闲鱼制品为主、豆制品和肉制品为辅。其中劲仔小鱼是公司的核心大单品，已全球热销60亿包，线上渠道和线下渠道销量均排名第一。休闲豆制品和肉制品前三季度保持两位数的增长，有很好的市场潜力。</p> <p>今年下半年以下，公司进行了品类包装规格升级，重点开发了新的袋装系列，适配包括流通、KA、BC超市、连锁CVS等渠道，提升终端品牌呈现能力，促进整袋销售。品牌传播方面，公司更加重视年轻人喜欢的直播、短视频、社交平台等新媒体传播，传播效率更高。在消费热情受到一定影响的市场环境下，公司整体经营情况良好，前三季度营收保持增长，业绩稳步发展。</p> <p>2、问：原材料价格上涨，公司在原材料方面有没有布局？</p> <p>答：公司目前业务占比最大的是鱼制品，主要原材料鳀鱼干始终保持一定的战略库存，会根据市场情况在价格低、品质高时提高库存量，因此鱼制品原料成本控制得较好。黄豆、大豆油、鸭胸肉等原料价格目前时有波动，不过占公司业务比重相对较小。公司集研发、生产、销售于一体，自主</p>

掌控供应链，对成本的把控力更强。

3、问：公司对于产品提价的策略是怎样的？

答：公司目前没有直接提价，最重要的还是市场份额的提升。对于聚焦大单品的战略来说，市场规模提升带来的效益提升是非常重要的。公司主要针对不同渠道进行产品优化和品规调整，提供更符合不同消费者购买习惯的产品，新推出袋装定量装和散称装，实现进一步提升市场份额的核心任务。

我们会关注和参考其他休闲零食，尤其是属性相近的辣卤零食企业的产品提价情况。如果阶段性的成本上升压力大，公司会结合市场情况和公司实际评估产品价格调整问题。

4、问：公司 2021 年的股权激励目标是营收 20%增长，2022 年复合增长 20%，公司业绩目标如何实现？

答：实现业绩增长的关键还是把产品和渠道做好，持续打造品牌力，针对不同销售渠道进行产品创新与升级，把握渠道变迁趋势不断开拓优质经销商，同时持续投入品牌建设，研发上市新产品，围绕休闲辣卤零食继续深耕发力。

公司会按照整体的战略规划，将目标分解到各个业务团队，有节奏地一步步完成业绩目标。

5、问：怎么看待直播销售形式对公司的影响？

答：直播销售是目前线上销售中的重要部分，同时也是直接和消费者沟通，提升公司品牌力的重要途径。休闲零食属于冲动型消费产品，较为适合直播形式的销售。劲仔的产品力强、复购率高，因此直播一方面是带来公司销量的增长，让购买者成为持续消费者，另一方面是更好的传播公司产品，促进公司品牌知名度的提升。

6、问：公司未来在渠道方面的策略是怎样的？

答：公司的产品对各种渠道的适配性比较高，因此公司能很好的顺应零食消费习惯和渠道变化。

目前公司的核心是流通渠道，一方面通过增加有终端配送能力的经销商，提高渠道竞争力，另一方面进行跑马圈地，开发空白市场和新兴的零售渠道、特殊渠道，继续巩固流通渠道的优势，对更多的县级城市和空白网点进行覆盖；现代渠道方面，公司需要先完善适配渠道的品规，再逐步投入资源，提高现代渠道比例，目前也在稳步提升中；线上渠道方面，公司对各个新兴平台都保持关注，在各个电商和新兴渠道都保证覆盖，跟上年轻消费群体的喜好。

整体来说，公司希望把品牌做的足够强，再逐步对全渠道进行覆盖营销。

	<p>7、问：对于吸引人才，公司激励的计划是怎样？ 答：2019年公司总部从岳阳搬到长沙后，陆续引进销售、研发、人力资源等各个板块的高端人才，目前适应得较好。2021年上半年，公司首次推出股权激励，对公司的核心人员进行激励，绑定公司与核心人员的利益。后续公司也会结合实际情况考虑各种激励工具吸引更多人才。</p> <p>8、问：公司三季度研发费用率挺大，是什么原因引起的？ 答：今年新设立了食品研究院，组建了更强大的研发团队与人员，同时新增了研发相关设备，以提升研发能力。公司在逐步加强研发费用的投入，提升公司核心竞争力。</p> <p>9、公司主打产品较具有湖湘特色，往其他地区推广是否有一定阻碍？ 答：公司产品有香辣、麻辣、卤香、酱汁、糖醋等口味，集合了辣、甜、咸等各种风味，产品定位为全国市场，没有受某单一口味的局限性，口味较适合大众口味。目前各年龄阶层及地域人群均对公司的产品接受度较高。</p>
附件清单（如有）	
日期	2021年12月7日