

证券代码: 300999

证券简称: 金龙鱼

编号: 202106

益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☒ 路演活动 ☒ 现场参观 ☒ 其他 <u>股东大会</u>
参与单位名称及人员姓名	现场参会股东 30 名、参加调研的机构 39 家, 详见附件清单
时间	2021 年 12 月 8 日、12 月 10 日、12 月 17 日
地点	ZOOM 视频会议 上海市浦东新区博成路 1379 号金龙鱼大厦 上海市浦东新区高东路 118 号
上市公司接待人员姓名	董事长郭孔丰先生 (部分场次); 董事潘锡源先生 (部分场次); 董事、总裁穆彦魁先生 (部分场次); 董事、副总裁牛余新先生 (部分场次); 董事、财务总监陆玟好女士 (部分场次); 董事会秘书洪美玲女士 (部分场次); 证券事务代表田元智先生 (部分场次); 上海企业群管理团队陈琳先生、韦燕云女士 (部分场次)
投资者关系活动主要内容介绍	一、主要 Q&A 1. 公司今年套保的情况? 答: 公司所处的行业, 其原材料比如大豆、豆油等市场价格波动频繁, 价格波动风险管理是公司最重要的工作之一, 套保是其中一个风险管理的工具, 套保有同品种套保、跨品种套保等。 关于套保的情况, 不能只看投资收益和公允价值变动损益这两个科目。因为这是根据国内会计准则对套保处理的要求所致。当商业套保能够满足会计准则下的套保要求时, 已实现的部分计入营业成本, 未实现的部分计入库存成本; 但是当一些套期保值不能满足会计准则对套保要求时, 已实现的部分计入投资收益, 未实现的部分计入公允价值变动损益。所以从会计记账角度来看, 期货的亏损需要及时计入损益, 但是现货的盈利需要等到销售后才能体现, 会存在时间性差异。 2. 公司提价有决策权吗? 公司调味品是否有提价?

答：目前政府没有对终端产品价格进行管制。从产品来看，食用油非零售渠道的价格是随行就市销售的，零售渠道价格在去年底和今年均有不同程度的调整，但调整幅度不大；调味品价格基本没有调整，因为公司调味品的量比较小，目前来看收入可以覆盖成本。

3. 中央厨房的发展预期？

答：中央厨房是公司非常重要的新业务板块，我们现有的业务基本上都会在中央厨房上发挥作用。我们认为公司发展中央厨房业务是比较有优势的，因为我们拥有生产、营销、配送等一系列成本优势，且产品质量优质，相信会带来不错的效益。首先，我们的中央厨房大部分都是临近现有的综合性工厂，所以工厂生产的米、面、油等原料可以直接、及时配送至中央厨房，减少运输环节，节省包装成本；其次，公司有领先的烘焙中心，烹饪学院，技术开发人员比如烘焙师、面师，可以创新研究如何利用合适的原料以及应用方法开发更优质美味的产品，也可以为客户提供专业化定制化的产品研发、创新服务；另外，公司还有日化产线，可以给厨房、餐饮业提供清洁服务；最后，中央厨房的产品可以利用公司现有的销售渠道，进一步降低生产、物流及营销成本。

公司杭州的中央厨房项目预计最快今年年底会试投产，另外重庆、廊坊、西安的中央厨房项目正在建设中，预计于 2022 年投产，由于业务刚刚起步，预计在营收中的占比很小，中央厨房业务要发挥大作用估计要较长的时间。

4. 公司与 Wilmar（丰益国际有限公司）、ADM（Archer Daniels Midland Company）、鲁花的关系？

答：ADM 在丰益国际的投资从 1993 年开始，和丰益国际合作是希望能共同在亚洲有很好的发展。起初，ADM 在生产技术上具有领先优势，所以丰益国际也是把 ADM 的优秀技术引入国内，目前在生产技术上，国内已非常成熟和具备经验。

公司的主要产品为厨房食品、饲料原料，其主要原材料之一为大豆，国产大豆远远不能满足国内需求，中国对进口大豆依赖度较高，ADM 为全球重要的大豆等农产品供应商，公司会向 ADM 采购进口大豆；丰益国际为全球最大的棕榈油类产品生产贸易商之一，公司业务范围内的油脂科技、食品工业等业务领域对棕榈油有较大的需求，公司向丰益国际采购棕榈油产品。

ADM 和丰益国际作为全球综合性农产品集团，能够向公司提供及时、充分的市场供需信息，协助公司更好的开展采购业务。

关于鲁花，从 25 年前鲁花还只是一个比较小的花生油生产厂的时候，我们就开始与其合作，共同推动它发展到目前的规模。目前，我们在部分鲁花下属公司中拥有一部分股份。

5. 如何看待公司毛利率低的问题？

答：在多数行业，产品的毛利率会随着行业不断发展成熟而随之降低。我们刚进入油籽压榨和包装油业务时，毛利率要比现在高很多。对公司而言，量大利薄的生意会是一个较高的竞争壁垒，减少其他潜在竞争者进入行业

的机会，因为如果一个行业利润率高，就会吸引更多竞争者加入。

我们相信在中国大部分的消费品，现有产品毛利率总体呈现降低的趋势，所以就要求公司扩大销量，不断优化产品结构，积极拓展更高端、更优质的产品；同时在发展方面，要求公司不断优化成本，新业务的发展能够充分发挥品牌、渠道优势，能够使得公司产品竞争力和盈利能力进一步提升。

例如小包装油，公司自有压榨、精炼、灌装厂，同时产能规模也是国内最大的之一，所以生产成本具有领先优势；公司有 69 个生产基地，遍布全国，配送半径小，另外公司整体体量大，产品品类众多，可以共用品牌、销售渠道，所以物流、营销成本方面也会具备优势。未来随着中央厨房等新业务的进一步扩展，公司的优势也能够使得新业务从现有业务中借力，现有业务依托新业务的发展也会得到进一步的提升，优势会进一步加强，持续提升公司的盈利能力。

6. 调味品的发展预期？

答：调味品的市场很大，公司发展调味品也是具有优势的，这也是公司进入调味品行业的原因。生产方面，未来调味品生产可以依托现有的综合生产基地，同时公司有强大的研发技术能力，我们相信我们能够生产品质很好的调味品；营销网络方面，在零售渠道，公司的调味品产品可能知名度还不是很高，但在餐饮渠道，公司现有的米面油的平台可以作为非常好的载体去推广调味品产品，加之通过产品多样性、一站式配送等方面带来成本及服务优势将会帮助公司很好地发展调味品在餐饮渠道的业务。

我们在调味品上并没有要超过海天的计划，因为海天在现有市场上已经建立并占据了巨大的市场份额，但是我们相信我们的优质产品可以在调味品市场上占据一席之地。

7. 公司还有类似“金龙鱼 1:1:1 黄金比例食用调和油”的“爆品”吗？

答：1991 年，公司推出了第一瓶“金龙鱼”小包装食用油，2002 年“金龙鱼”第二代食用调和油上市，调和油的发展历程，一直伴随着中国人的餐桌革新。这些年公司持续创新食用油产品，关联膳食健康并深入研究到脂肪酸领域，推动国人从安全用油到营养健康用油的变革。

近年来，我们也推出了很多高端产品，比如：胡姬花古法小榨花生油、欧丽薇兰橄榄油、外婆乡小榨菜籽油、“零反式脂肪酸”油、稻米油、乳玉皇妃五常稻花香、金龙鱼小鲜米、含 51% 荞麦含量的荞麦挂面、发酵挂面、河套平原雪花粉等优质产品，也受到了消费者的大力欢迎。未来，公司也会顺应不断升级的消费趋势，持续推出更多优质的产品。

8. 如何看待公司未来的收入和利润的增长？

答：目前公司在小包装油领域市占率较高，随着居民生活水平的提高，国人对食品品质要求越来越高，未来将持续推广现有的高端产品及推出更多优质、健康新产品，持续进行产品结构升级。

我们在米、面产品方面的整体市场占有率还很小，米、面领域市场空间巨大，整体消费量是食用油的数倍，公司也正在持续投资米、面产能。公司在全国布局大米工厂，比如在南方、华东地区工厂，可以在当地加工

新鲜的东北米。米和油不一样，水稻价格波动远不及大豆等大宗商品价格波动，要把米的业务发展好，一方面要在生产、成本、品质端进行严格把控，另一方面，对水稻“吃干榨净”，充分利用水稻的价值，延伸产业链发展水稻循环经济是公司重要的不可复制的优势之一。关于面粉、挂面，我们也推出了鲜湿面等新品，这些产品在公司中央厨房业务上线后都将发挥巨大的优势作用。基于米、面的市场规模和发展机会，公司利用既有的全国网络优势、生产加工模式、品牌运作经验、资金实力、工厂布局等，未来预计米、面业务会有较快增长。

关于中央厨房，我们认为其未来发展空间巨大。随着人们生活节奏加快，消费者在家做饭频率减少，会希望能有快捷的餐饮解决方案；同时餐饮行业未来商场租金和人力成本也会越来越高，厨师的流动性强，以酒店、餐馆为例，肯定希望产品质量、口感能够保持稳定水平。

另外，公司还有调味品、冷冻面团等新业务，我们非常看好其未来发展前景，新业务与现有的油、米、面等产品都息息相关，是对现有产品类别的补充和丰富，也相信公司能够充分发挥优势将新业务开展好。

公司生产基地数还在增加，如果一个工厂供应全国，经销商春节备货要提前很长时间，而现在有了全国布局的生产基地，物流配送将非常高效快捷。未来随着电商业务的发展，这一优势将在电商配送方面突出体现。

公司的商业模式门槛非常高，也很难被其他竞争对手复制，跟百年企业比，公司只发展了三十年，未来发展空间还有很多。

9. 公司存货是如何进行管理的？

答：公司每年有约 400 亿左右的存货分散在各个工厂，公司有完善的《存货管理制度》，仓储部和财务部都会定期进行存货盘点或抽查盘点。

10. 各个业务如何发挥协同效应？

答：公司的管理模式是矩阵式的，有渠道平台、生意平台和职能平台，平台之间互相协同，生意平台专业化，职能平台公共化。从协同性来讲，我们的架构是根据业务发展、市场需求在不断变化的，今年也把五大销售渠道整合成营销管理平台，进行渠道之间的统筹管理。这种矩阵式管理也同样应用于工厂，各生意平台事业部总监对相关业务领域的原料采购、生产、品控、销售等进行全面管理，下属工厂具体执行集团层面的要求，保证了管理的有效性效率。同时，各个下属公司也会有一定的自主权，例如每个营销分公司都可以根据当地情况制定本地化的销售策略。

得益于公司矩阵式的管理模式，公司内部纵向、横向的交流都比较顺畅，效率较高。

二、上海企业群及研发中心参观

工厂管理层带领参观了企业群厂区，包括研发中心、小包装油科普长廊、特油工厂、消费者营养体验馆。

益海嘉里上海企业群，坐落于上海浦东高东工业园区，占地面积达到了 30 万平方米。工厂位于上海的东北角，距离东海的距离最近的地方只有 1.5 千米，非常利于货船将原料通过码头运输到工厂。

上海企业群是集研发、油脂精炼、食用油小包装、特种油脂生产加工、

	豆奶项目、仓储等业务于一体的综合性工厂。综合企业群以产业链为轴心，纵向一体化布局，内部建立统一的能源、原辅料供应以及仓储物流体系，同时在行政管理、后勤保障等方面统一管理，达到资源共享、节约成本、提高效率的目的。
附件清单（如有）	请见附件1《2021年12月8日、12月10日、12月17日调研活动附件之与会清单》
日期	2021-12-21

附件 1：2021 年 12 月 8 日、12 月 10 日、12 月 17 日调研活动附件之与会清单

3W Fund	东财基金	华宝基金	天风天成资产
Causeway	东海资管	汇添富基金	兴银理财
Dexin Investment Limited	复胜资产	嘉实基金	耀之资产
Flowing Capital	复兴保德信	景林资产	胤胜资产
Prospect View China	富国基金	君和资本	永盈基金
Serenity Investment Master Fund Ltd	高瓴资本	宽远资产	浙商基金
博道基金	亘曦资产	诺德基金	正心谷资本
德邦基金	国华兴益保险	钦沐资产	中银证券资管
德汇集团	国君自营	尚雅投资	朱雀基金
东北证券	国联安基金	申万菱信基金	