

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：2021-012

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	具体参与单位名称及人员姓名见附件
时间	2021年12月20日 - 2021年12月24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><b>1、公司未来计划是走大单品路线，还是探索多元化之路？</b></p> <p>青豌豆、蚕豆、瓜子仁等豆制品过去一直是公司的拳头产品，占销售较大份额，在行业内保持着一定的竞争优势。但靠单一品类，品牌力不够且市场扩张受局限。公司也在不断拓展发展思路，聚焦甘源的品牌心智，陆续推出了花生、口味性坚果产品，河南安阳工厂的烘焙类和膨化类产品也将在春节后亮相。从口味丰富的豆制品起步，再到我们的口味性坚果，我们围绕五谷坚果口味性产品打造甘源的产品心智。</p> <p><b>2、花生市场也很多品牌在卖，我们有什么竞争优势？</b></p> <p>花生是个大品类，被老百姓广泛接受，但是目前国内生产花生的厂家比较分散。公司推出的花生类产品品类齐全，包括市面上已经被消费者认可的各类花生产品，比如多味花生、南乳花生、麻辣花生、五香花生、核桃味花生等，在一定程度上丰富了公司的产品线。同时，针对花生公司也不断在做创新研发，明年还会推出几款创新的花生产品。</p> <p><b>3、公司如何考虑口味性坚果发展空间？</b></p> <p>坚果类产品市场前景广阔，正是我们可突破的领域。坚果源自国外，国内现有</p>

的坚果产品大多是原味或者简易加工的，口味也较为单一。公司之前推出了包括夏威夷果，核桃、碧根果、巴旦木等在内坚果产品，但是这几款单品公司认为还没有突破市面上现有的产品，因此今年一直对坚果进行深入研究，充分利用多年积累的口味性研发优势，最后对口味性坚果类产品进行了升级。目前升级的芥末味夏威夷果已经在市场销售，包括一些商超和全国的山姆会员店，其余几款升级后的口味性坚果将在春节后在市场推出。

#### **4、与会员制商超合作后，对公司有什么帮助吗？**

像会员制商超对于选品很有讲究，倾向于选择有创新、有产品力的高品质产品，这次山姆选择了我们新推出的芥末味夏威夷果进行首次合作，对我们的产品研发方向给予了一定的信心。因为甘源多年来在口味上深入研究，谋求产品的突破与创新，希望能打破常规，让好的口味与好的产品相结合。此次合作也给了我们很多启发，我们对消费者体验等方面需要加强，在合适的消费场景下做一些宣传和试吃，甘源产品的特色在于“好吃”，消费者吃后觉得确实不错，复购率就高了。再有，一些大型商超看到我们推出的有创新、有产品力的产品，也愿意主动提供资源与公司直接合作。接下来我们需要做的是持续推新和渠道深化，一方面需要打造好的产品，继续和山姆保持合作。另一方面与其他正在转型的商超以及一些创新性的渠道进行合作。产品和渠道相融合，才能保持持续发展。

#### **5、通过代工合作利润有影响吗？**

通过经销商合作是比与直接合作更低一点，但是也保证了应有的利润。之后主要用甘源自己的品牌通过有口碑有特色的商超渠道进行深入推广，利润会更有空间。

#### **6、口味坚果并不是新颖的零食，公司如何看待市场竞争？**

首先坚果作为营养丰富的健康食品，本身已占据市场一定份额。从带壳坚果到每日坚果再升级到现在我们定义的口味性坚果，都是消费升级市场需求所推动的。我们以口味性坚果为战略突破口，推动其在坚果领域中快速发展。其次口味性坚果生产工艺较为复杂，由于市面上没有标准设备，产品与设备都属于我们的研发范围内，针对有些产品的特性，设计专门与之匹配的非标设备生产，同时花费了很大精力针对各种脱壳后坚果的特性不断研究调整搭配再精细加工，最后才做出满意的产品。目前市场一些大型公司侧重渠道而忽略了产品本质，而小型工厂又相比欠缺研发投入能力。不是说别家做不了相同的产品，但是仿照市场跟风做热门产品较难短期见成效。

	<p><b>7、公司目前渠道的覆盖情况？</b></p> <p>甘源的豆类产品获得了市场的广泛认可。过去我们的渠道主要在于产品矩阵不够丰富，导致渠道下沉不够到位。今年我们主要精力是打造新品扩充矩阵，加强销售人才队伍建设，拥抱目前发展较快的渠道。目前公司口味性坚果已完成升级研发，安阳工厂的几十款新产品也已经开始投产，再匹配我们的专业销售队伍，明年公司将加大力度推进渠道下沉，并同步拓展线上线下市场。</p>
附件清单（如有）	无
日期	12月24日

附件：

电话会议参与单位名称及人员姓名：

机构名称	姓名	机构名称	姓名
弘则研究	卢劲	德邦证券	花小伟
中信资产管理有限公司	刘将超	德邦证券	徐艺帆
上海尚雅投资管理有限公司	姜瑜	万纳资产	杨君弈
国泰	何雨容	长城基金	刘疆
杭州白犀资产管理有限公司	裘善龙	凯石基金	唐楚彦
宝盈基金	张若伦	肇万资产	于莎
国泰	智健	创金合信	刘毅恒
上海弘尚投资管理合伙企业 (有限合伙)	江凡	财通基金	王朝宁
景顺长城	李林岭	天治基金	王策源
上海阿杏投资管理有限公司	茹瑜	辰翔投资	朱雅倩
金百镛投资	孟博	嘉实基金	刘畅
上海相生资产	苏文晶	富国基金	徐哲琪
融通基金	苏林洁	清和泉	帅也
泰达宏利	庄腾飞	中欧瑞博	瞿诗明
中欧基金	冯允鹏	银华基金	郭思捷
国信证券自营（北京）	曹嘉诚	盘京资产	陈静
三十三度资本管理有限公司	陈斌	安信基金	郑婉玲
弘毅远方	王兴伟	泰信基金	戴隽
北京志开投资管理有限公司	吕斐斐	中海基金	何文逸
常春藤资产	黄勇	天风证券	刘章明
天弘基金	张寓	天风证券	王泽华
广东富业盛德资产管理有限 公司	麦敏莹	兴银理财	王毅成
长城证券股份有限公司	孔繁今	聚鸣投资	史书
申九资产	唐宇	福建泽源资产	丁思鑫
长盛基金	赵楠	大成基金	李燕宁
易米基金	刘泽晨	中银证券	董广达
东海证券资管	万静	泰康资产	卢日欣
上海阿杏投资管理有限公司	范建平	南银理财	许修竹
中国人寿养老保险	于蕾	东海基金	翟晴
长城证券股份有限公司	赵浩然	钜融资产	翟明岭
兴合基金管理有限公司	陈诚	安信证券自营	唐朝
同犇投资	刘慧萍	鸿道投资	张亚男
上海煜德投资管理中心(有 限合伙)	孙佳丽	浦来德资产	丁衡
太平洋资产管理有限责任公 司	白嘉怡	富安达	李雨桐
国寿安保基金管理有限公司	刘兵	中意资产	陈佳欢
上海名禹资产管理有限公司	刘宝军	中意资产	臧怡

泰达宏利	周笑雯	嘉实基金	左勇
华夏基金	林青泽	新华基金	王永明
中泰资管	郭祎姮	汇华理财	彤煦
易米基金	包丽华	益民基金	王聪颖
元兹投资管理（上海）有限公司	黄颖峰	长盛基金	周思聪
国海证券资产管理分公司	吴正明	长江养老	李卉
华泰证券（上海）资产管理有限公司	刘瑞	中银证券	汤玮亮
长盛基金	吕睿竞	中信保诚	闫志刚
新华基金管理股份有限公司	栾超	长盛基金	何思璇
大家保险	李德宝	工银安盛资管	吕佳音
常春藤资产	张双羽	彤源投资	刘颜
上海涌贝资产管理有限公司	马涌超	广发基金	陈少平
金信基金	许炯东	启昇资本	王艺豪
泰康资产	陈怡	上海鹤禧投资管理有限公司	宋正园
巨曦资产	林娟	中海基金	李东祥
上海楷泰投资管理有限公司	张俊潇	深圳前海华杉投资管理有限公司	辛俊东
泰达宏利	师婧	上海沃胜私募基金管理有限公司	魏延军
浙江钱唐永利资产	李岚	中国国际金融股份有限公司	黄江岩
华商基金	黄灿	西部证券股份有限公司上海第一分公司	周密
上海磐耀资产管理有限公司	项春民	华宝兴业	刘文正
华泰证券	俞慕寒	民生证券	王玲瑶