

# 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：2022-001

|               |  |
|---------------|--|
| 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<br><input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><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   | 名单详见附件   |
| 时间            | 2022年1月5日 11:00-12:00<br>1月5日 14:00-16:00  |
| 地点            | 公司会议室、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<br>证券事务代表：涂卓<br>证券主管：左露  |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p><b>1、问：公司目前经营情况如何？</b><br/>           答：2021年前三季度，公司实现收入75,060.94万元，第三季度为27,823.46万元，保持双位数的增长。从收入情况来看，2021年下半年以来有所提升，跟行业逐渐回暖和公司的整体经营策略有一定的关系；从利润方面来看，2021年前三季度净利润有所下滑，主要原因为：政府补助减少、原材料成本上涨、研发费用、销售费用投入增加等因素影响。公司目前继续围绕主营产品发力，深耕渠道，经销商及销售团队的优化成果逐步显现，整体上来讲，公司经营的基本面是稳健向好的。</p> <p><b>2、问：公司2022年整体的策略和规划是怎样的？</b><br/>           答：经营战略上，公司继续聚焦在卤味零食领域，把卤味零食做大做强，休闲鱼制品还有非常大的空间，同时公司还有豆制品、肉制品、素食类等多个产品品类，都有很大的潜力。<br/>           整体的目标来看，我们在2021年股权激励方案中设定了未来两年的增长目标，目前我们还是按照这个目标进行任务分解。</p> <p><b>3、问：公司2021年推出了哪些新的产品？2022年在新品方面的计划是什么样的？</b><br/>           答：分品类看：2021年鱼制品的新品大包装产品是公司</p> |

的重点。第三季度公司推出整盒销售和整袋销售的劲仔小鱼新的 SKU，对渠道而言这是一个新的产品。过去鱼制品在主流货架区陈列不多，在传统渠道多是放在货架底端拆开售卖。大包装新品一方面提高了每次的客单价，另外也可以适配更多的销售的渠道，以及覆盖更多的人群。豆制品方面公司推出了对生产工艺和技术要求更高的短保质期的豆干，目前市场反馈还不错。肉制品方面，手撕肉干是近两三年增长速度是最快的单品，公司在 2021 年持续做了优化及 SKU 的升级。手撕肉干推出 2-3 年时间，已经成为亿元级单品，具有较大的潜力。此外公司还推出魔芋、素肉、鱿鱼等新品。

整体而言，公司产品战略是以劲仔小鱼为突破口，后续其他几大品项继续跟进的销售策略，未来希望能够成为有多个大单品组成卤味零食领导品牌。

#### **4、问：公司推出的大包装产品是否会与原有产品冲突，产生替代关系？**

答：过去公司的盒装产品主要是在货架底端拆开零散售卖，有小量高频的特点。但对于很多消费者而言，在主流的货架挂袋区域看不到劲仔产品。劲仔目前还处于提高铺市率的增量阶段，远远没有达到产品市场饱和，大包装产品能够增加渠道终端的曝光率，让更多的消费者看到和选择劲仔的产品。另外卤味零食有冲动型消费的特性，大包装产品更加便于消费者分享，也提升了客单价格。

因此在现有的市场基础上，大包装产品不会与原有产品冲突，而是起到对渠道的完善和占领终端货架资源提高铺市率的功能。

#### **5、问：公司目前销售方面的调整最近进展如何？**

答：2021 年的调整主要体现在几个方面：

第一是公司团队的调整，从 2020 年底开始，公司逐步引进了营销、研发、电商、人力资源等各个板块的人才。营销体系中，部分大区及渠道总监也进行了优化，销售队伍的能力有了较大的提升。

第二是经销商合作团队的完善。内部团队调整到位以后，公司做了很多经销商网络布局的优化和完善。劲仔食品以传统渠道为主，2021 年开发了更多有终端服务能力的经销商，渠道管理已经进行进一步细分，提升了经销商的活跃度和整体的渠道管理能力。

第三是品牌方面，在 2021 年 4 月份公司做了公司名称和简称的变更，做到了品牌名和公司名称的统一。目前从招商的情况来看，对我们还是有一定的促进作用，品牌效应对于整个市场和消费者来讲，都是具有一定影响力的。

#### **6、2022 年市场费用投放的策略是怎样的？**

2021 年公司在终端建设方面投入了较大的精力，比如在投入产出比较好的 KA、BC 超市、校园超市做了固化陈列和推广，打造更多的示范样板店。目的是为了提升劲仔品牌在终端的曝光率，提升品牌形象与市场氛围。2022 年公司在渠道终端的建设投入还会继续加大。

**7、问：公司的销售渠道结构是什么样的，2022 年对于渠道端整体的规划是怎么样的？**

答：公司线上渠道和线下渠道分别占比约 20%和 80%左右，其中线下渠道分为以社区店、BC 店、校园超市等为主的传统流通渠道和以 KA、CVS 为主的现代渠道。

2022 年首先是继续夯实传统渠道，传统流通渠道是劲仔食品的核心渠道，还有很多的空白区域及网点没有覆盖，需要 we 继续做深做透，持续优化经销商结构开发有终端服务能力的经销商，同时把核心终端的陈列维护好，市场氛围感打造好，提升整体的铺市率。第二方面是通过大包装产品的推出，更多的进入包括 KA 和 CVS 等现代的渠道，目前公司现代渠道占比仅有 5-6%，有很大的提升空间。

**8、问：公司怎么看待线上渠道的发展？**

答：2021 年对直播、社区团购等很多业态有监管或变化，可能一些势头会有一些的调整。但整体而言，线上的方向还是不改的。对于线上渠道，公司非常重视并顺应市场发展的趋势进行布局。目前在天猫、京东、拼多多等传统的电商平台，抖音、快手、小红书等新媒体平台以及社区团购平台都有布局。线上渠道能触达更多消费者，增加劲仔品牌的曝光率，因此公司会赋予线上渠道一定的品牌宣传和传播的职责和职能。未来电商会是一个比较常规的渠道，会成为消费者购买零食的主流的方式之一。

公司 80%的销售是在线下渠道，需要线上线下维护好价盘体系，不与线上进行冲突，才能良性发展。因此 2021 年公司对线上渠道主流的品项都进行了包装升级和切割，与线下产品做了区隔。

**9、问：公司原材料涨价带来成本上涨是否会有大的影响？**

答：从 2021 年来看，公司的油、大豆、鸭胸肉等等原材料价格上涨较多。主要原材料鳀鱼干由于公司做了一定的战略库存，缓解了一部分其他材料上涨的压力。目前部分原材料的价格已经有回落，未来公司会高度关注原材料的价格变化，整体对明年的业绩的影响还有不确定性。

**10、问：目前公司新增产能建设情况如何？2022 年的产能是否能满足增长需求？**

|          |  |
|----------|--|
|          | <p>答：目前募投资项目平江劲仔4号车间正在建设中，尽量将项目进度往前提，将新增鱼制品2250吨产能。豆制品方面产能相对来说比较充足，现有厂房新增产能比较迅速。肉制品也会根据销量增加一些设备把产能进行提升。</p> <p>整体来说，在现有厂房进行设备的升级与增加相对时间比较短，可以根据市场需求尽快提升产能，满足增长的目标，公司在这方面做了相应的规划。</p> |
| 附件清单（如有） | 参加人员名单   |
| 日期       | 2022年1月7日  |

附件：参加人员名单

| 序号 | 机构名称   | 姓名             |
|----|--------|----------------|
| 1  | 民生证券   | 熊航、刘光意、王言海、王玲瑶 |
| 2  | 国金基金   | 代林玲            |
| 3  | 天治基金   | 王策源            |
| 4  | 兴银基金   | 乔华国            |
| 5  | 金友创智   | 孙畅             |
| 6  | 德邦资管   | 刘婧             |
| 7  | 华富基金   | 张敏             |
| 8  | 京华山一   | 李学峰            |
| 9  | 玄元投资   | 贺佳瑶            |
| 10 | 东吴基金   | 陈军             |
| 11 | 汐泰投资   | 冯佳安            |
| 12 | 国海证券   | 吴正明            |
| 13 | 中信建投基金 | 孙永泰            |
| 14 | 金元顺安基金 | 贾丽杰            |
| 15 | 平安养老   | 李志磊            |
| 16 | 富国基金   | 郭舒洁、余驰         |
| 17 | 上投摩根基金 | 刘健             |
| 18 | 中科沃土基金 | 朱淑仪            |
| 19 | 鸿道投资   | 张亚男            |
| 20 | 浦银安盛基金 | 褚艳辉            |
| 21 | 易方达基金  | 曹粤             |
| 22 | 银华基金   | 王丽敏            |
| 23 | 交银施罗德金 | 张雪蓉、余思颖        |
| 24 | 浙商证券   | 杜宛泽、黄欣培、朱柏廷    |
| 25 | 工银瑞信   | 袁辰昱            |
| 26 | 中欧基金   | 冯允鹏            |
| 27 | 嘉实基金   | 左勇、鲍强          |
| 28 | 安信自营   | 唐朝             |
| 29 | 复胜投资   | 周菁             |
| 30 | 德邦资管   | 项周瑜            |
| 31 | 太平资产   | 孙宛             |
| 32 | 华泰保兴   | 黄佳丽            |
| 33 | 德邦基金   | 朱慧琳            |
| 34 | 中信资管   | 李有为            |
| 35 | 中加基金   | 何英慧            |
| 36 | 申九资产   | 唐宇             |
| 37 | 太保资管   | 白嘉怡            |

|    |      |      |
|----|------|------|
| 38 | 泉上投资 | 王郑   |
| 39 | 中兵投资 | 孙一航齐 |
| 40 | 财通资管 | 赵雯   |
| 41 | 浦银安盛 | 李俐璇  |
| 42 | 九泰基金 | 周阳皓翔 |
| 43 | 敦和资产 | 吴极   |
| 44 | 万家基金 | 丁玉杰  |
| 45 | 凯读投资 | 胡楠   |
| 46 | 中庚基金 | 王郁冰  |
| 47 | 信达证券 | 程丽丽  |