

山东得利斯食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系 活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话交流会）
参与单位名称 及人员姓名	叶倩瑜 光大证券研究所食品饮料行业 分析师 杨 哲 光大证券研究所食品饮料行业 研究助理
时间	2022年1月10日
地点	线上电话会议
上市公司 接待人员姓名	董事会秘书：刘鹏
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>刘鹏先生就公司的基本情况作了简单的介绍，并就投资者关注的问题作相应的解答，主要交流内容如下：</p> <p>一、公司基本情况</p> <p>1、公司发展历程：</p> <p>1989年，公司开始推出低温火腿肉制品，成为全国首家低温肉制品制造企业，产品定位中高端市场，并围绕肉制品加工做产业链延伸。</p> <p>2000年，公司通过引进欧洲先进设备，成为国内首家提供脱酸排毒冷却肉的生猪屠宰企业，推出“得利斯”冷却肉。</p> <p>2011年，公司引进意大利整套生产线和全套技术工艺，以欧得莱猪后腿为原料，推出高端发酵产品——帕珞斯发酵火腿。</p> <p>2015年计划布局牛肉产业，并于2017年投资建设肉牛加工项目。2019年在该项目规划内建设存储加工和冷链物流合作中心，现负责为海底捞山东地区门店提供存储与配送服务，并由公司为其提供动物蛋白相关产品。</p>

2、发展战略：

公司过往屠宰端业务营收占比较大，约为 60%~70%，公司通过不断调整产品结构，截至 2021 年半年度，已将屠宰业务占比降至六成以下。未来公司发展重心在于动物蛋白加工，力争屠宰业务与加工业务营收占比各占 50%。

3、客户拓展方面：

现在公司重点拓展客户类型主要为全国内拥有多家连锁门店的餐饮企业、企事业单位团餐、老字号餐饮企业等 B 端客户，该类客户注重产品品质，综合权衡价格和出品率选择供应商；而 C 端消费者现阶段主要考虑产品的性价比。

传统客户存量订单稳定增长，市场开拓较为容易；新拓展客户重点放在想进军全国市场、对品质有要求的连锁餐饮客户（有 100-500 家门店）。公司与注重产品品质餐饮企业进行对接，并非只注重客户规模。

春节销售：今年春节礼盒的销量是去年的两倍，山东区域增长尤为明显。

二、细分业务板块情况

1、屠宰板块

公司 2021 年冷却肉等生鲜类产品销量可观，但由于生猪价格的下降，预计该部分营收略低于 2020 年水平。2022 年，生猪出栏量预计将保持稳定，为公司屠宰业务的稳定开展带来保障。屠宰业务毛利虽低，但因存在规模效应，生猪供应稳定的情况下，可取得稳定的业务收入。

目前公司拥有 300 万头/年的屠宰产能，其中山东基地产能为 100 万头/年，吉林基地产能为 200 万头/年（主要服务北京地区）。2021 年在陕西基地布局屠宰业务，新建产能 200 万头/年的屠宰工厂，该区域内生猪等原材料供应稳定。根据华南及港澳地区需求，未来公司也将在华东、华南、西南等区域进行布局。

	<p>2、预制菜板块</p> <p>预制菜是速冻调理类产品的延伸和升级，目前暂无行业标准。随着国家对食品安全的监管力度加大，相关部门行业规范的不不断出台，未来预制菜行业趋于规模化、规范化。公司将通过产品品质优势及先发优势占据有利地位。</p> <p>公司的预制菜业务在 B 端与 C 端的业务占比为 7:3。2020 年狭义的预制菜体量（剔除低温肉制品类）4 亿多，2021 年营收增长较快，预计 2022 年预制菜营收规模约 12 亿元。目前公司的预制菜产能并未充分释放，预计 2022 年随着风口扩大、B 端客户资源壮大，预制菜营收翻倍可行性较大。</p> <p>2022 年预期产值中 B 端 C 端平均毛利率约为 25%，净利率 3% 左右。主要因为（1）公司注重食品健康，对品质的追求始终在利润之前。（2）客户主要面向 B 端，其他品牌主要是 C 端，所以公司净利水平略低。（3）该指标预测趋于保守，更多的是出于市场份额的获取考量。</p> <p>产能方面，2021 年预制菜产能约为 3 万吨，公司在建预制菜产能有 15 万吨，其中山东本部拥有 10 万吨产能，并已开始部分试生产；另外，陕西基地 5 万吨预制菜产能预计 2022 年 7 月投产，2022 年底，预制菜产能将达到 15 万吨，预计于 2024 年实现满产。</p> <p>除现有客户的订单外，公司开辟全国连锁餐饮的客户。增加了全国连锁餐饮客户的订单的原因为：（1）该类客户原有的中央厨房的产能不足。（2）该类客户厨师成本较高，预制菜可使厨师专注于现场加工特色菜。（3）减少后厨面积，增加前厅堂食的区域，提高单位坪效。（4）使用预制菜降低消费者等待时间，提高翻台率。</p>
<p>附件清单</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2022 年 1 月 11 日</p>