

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：2022-002

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 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12日 10:00-11:30
地点	公司会议室
公司接待人员姓名	董事、副总经理、董事会秘书：丰文姬 证券事务代表：涂卓 证券主管：左露
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、问：公司2022年成本有没有压力，在费用投入方面整体规划是怎样的？</p> <p>答：2022年疫情对市场的影响还具有不确定性，包括原材料价格也还无法准确预估，成本方面还是会有一定的压力。但是目前公司整体的经营是比较稳定向好的，在费用投入方面，我们还是会继续保持，销售费用、研发费用的投入也不会减少。</p> <p>2021年公司在终端建设方面投入了较大的精力和费用，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。目的是为了提高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。</p> <p>研发费用方面，2021年公司整体研发投入同比增长较多，劲仔食品研究院不仅有人才的引进、产品项目的开发，还有一些食品加工基础技术方面的研究，目的是提升劲仔产品的核心竞争力。2022年我们还会继续保持。</p> <p>2、问：公司2022年新产品推广的重心是什么，招商方面有没有什么困难？</p> <p>答：目前来讲，劲仔小鱼的大包装产品是公司市场推广的核心新产品。我们在核心城市打造全渠道样板市场来推广核心产品，后续会根据样板市场的反馈来调整渠道策略，以及确定接下来的市场推广节奏。同时我们的豆制品、肉制品也参考了劲仔小鱼大包装产品的规格和价格体系进行了新产</p>

	<p>品的推出，春节后也会陆续开始推向市场。其他新产品如短保豆干、魔芋、鱿鱼等新品都在持续推广。</p> <p>经销商开发和经销商网络布局的完善是目前公司的核心工作之一，公司开发有终端服务能力的经销商，每月实时跟进市场开商情况，遇到困难会及时整理市场反馈信息积极改善。</p> <p>3、问：公司今年春节的备货情况跟往年对比如何，有没有受到影响？</p> <p>答：今年春节时间比往年要稍早一些，从公司收到的信息反馈来看，经销商备货的积极性并没有受到太大影响。</p> <p>4、问：公司豆制品做的时间也不短，为什么体量一直没有明显的突破？</p> <p>答：这和不同的产品特性和本身产品的竞争力有一定的关系。豆制品虽然有广泛的消费基础，但是全国不同区域的消费习惯还是有比较大的差异，所以休闲豆制品方面大部分还是区域品牌，要突破就需要把产品做的更有竞争力。豆制品我们做的是深度加工，从大豆到最终的成品。我们现在在基础研究工作方面进一步加强，开发更加有产品竞争力的新产品，比如短保豆干就是一个市场反馈不错的产品，后续我们相信会有更多优质产品出来。豆制品的市场空间很大，很有发展潜力。</p> <p>5、问：公司董事长是渠道还是产品出身，目前的重心主要在哪方面？</p> <p>答：公司创始人、董事长周劲松先生从1990年开始创业就是全盘负责，30多年一直从事休闲食品行业。从规模较小的作坊式工厂到成为上市企业，对产品对销售都比较关注和了解，同时也高度关注引才聚智。2019年公司将营销与管理中心搬迁到长沙，也陆续引进了营销、市场、研发、职能等方面的人才负责各个板块，部分核心人员也列入了公司2021年股权激励范围。公司组织架构和人才团队不断优化，董事长更多的重心在研究和把握公司战略与发展规划方面。</p>
附件清单（如有）	参加人员名单
日期	2022年1月12日

附件：参加人员名单

序号	机构名称	姓名
1	华创证券	彭俊霖、范子盼
2	中银基金	蔡国栋
3	中信自营	张羽鹏
4	正心谷资本	李安宁
5	蓝墨投资	吴洁
6	和铭资产	彭逸辰
7	歌汝基金	郝朋哲
8	和谐汇一	刘天雨
9	海通证券	张宇轩