

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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称 及人员姓名	开源证券：分析师叶松霖 银华基金：基金经理张萍 必达资本：投资合伙人夏秀萍 宝弘景资产：投资总监石沁雅 一犁基金：投资总监李阳 浦东新区金融服务专业委员会：秘书长卢长利 盘京投资：分析师陈静 嘉实基金：华莎 远希实业：业务总监杨华 同犇投资：刘慧萍、龚小乐 韶夏资本：许洁文 友山基金：杨捷 红塔证券：陈彦宁 前海鸿富：彭卫
时间	2022年2月16日
地点	上海开源证券策略会
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>1、预制菜业务相关情况</p> <p>公司在2015年筹划成立菜肴事业部，基于品质高于一切的产品理念，得利斯与B端合作更多、更密切，B端和C端比例是七三开。大中B端客户更加注重品质，价格敏感度相对较弱，C端消费者相</p>

对注重产品价格，目前很多预制菜竞品对标的 C 端客户为主。未来，得利斯仍将继续以 B 端客户为主，C 端为辅。C 端消费者现阶段对于产品品质把控能力和品鉴能力相对较弱。

得利斯服务 B 端在供应链和菜品研发上具有相对优势。B 端有降本增效的诉求和菜品更新的诉求，得利斯与其有更多契合点。

(1) 公司全新预制菜产能已经投产，过去受产能限制，现有合作的客户比如正新鸡排、锅圈食汇、杭州汇裕、江苏雅玛吉、全家、便利蜂、盒马鲜生便利连锁等部分订单难以满足不了，2022 年公司将进一步与这些客户进行更紧密合作；(2) 因得利斯有生鲜猪牛肉、预制菜品、面点类产品以及低温肉制品等，2022 年，得利斯将发力企事业单位团餐业务，开拓更多的团餐客户；(3) 2022 年，公司会对接连锁的餐饮客户，全国有 200 家以上门店的 B 端客户，这类客户自建中央厨房相对不经济，其自身体量和规模支撑中央厨房运转压力较大，且降本增效的需求日益迫切：第一点是减少厨师聘用；第二点是在翻台率上有很高的诉求，预制菜大大缩短卤、烤、蒸相对费时菜品制作时间；第三点是有了预制菜可以减小后厨面积，增加前厅堂食区域；第四点是减少供应链端过去采购上漏洞和利益输送的问题。

2022 年，得利斯将快速提高预制菜产能利用率。目前，公司也正在对接陆正耀的舌尖工坊、钟薛高理象国酱卤系列产品以及杭帮菜餐厅的合作。

2、新客户开拓以什么形式？服务流程是什么样的？

公司大客户业务部根据市场调研情况，筛选与公司相对匹配客户进行拜访（或经现有合作客户、经销商介绍），根据双方需求进行定制化或标准化产品打样，根据样品情况签署合作合同，并从单品供应到更多品类合作。大型 B 端客户均为公司直接对接服务，保证服务质量。

3、2022 年的 B、C 端的比例？

2022 年，公司 B 端基本会维持在 70%左右，2023 年预期目标 B:

C 是 6:4。

4、下游大客户对产品和服务有什么要求？

B 端客户对于价格敏感度相对较低，原材料价格波动频繁，若锁价，供应商会通过原材料配比调整成本，影响产品品质，所以，大部分客户会锁定毛利。大型的 B 端客户是定制化需求，他们的体量和规模可以支撑研发的成本和压力。

5、公司有什么优势预制菜单品吗？

公司研发的藤椒牛小排、红烧牛腩、元气牛肉汤、椒麻小酥肉、蒸烤鸡翅、红烧肉，均为复热后直接食用的单品，产品还原度和鲜度都有很好的保持。

6、C 端的线上销售情况如何？

2022 年，得利斯将重点打造全新团队发力线上，C 端线上运输大部分需要全程冷链。得利斯在京东自营店已销售几年，一方面将依托京东自营店物流，把产品运到京东的区域大仓，然后由京东配送；另一方面是通过顺丰冷链配送直接送达消费者。

7、C 端销售渠道有哪些？

C 端目前围绕已有产能的山东、北京、西安、吉林等周边市场，目前，预制菜相关系列产品消费认知仍需要时间周期，在下沉渠道和流通渠道发展相对受限，公司将通过线上慢慢拓展。

8、牛肉是从哪里采购的？

牛肉是国外直采，公司成立了贸易直采团队。国内牛肉品种和量的供应仍需继续完善。十四五规划，公司看到了国家对肉牛产业的布局，未来，公司股东新疆中泰也将给公司提供相对优质、丰富的肉牛、猪肉等原材料。

9、公司设备自动化程度如何？

得利斯发展初期大多是平房式的工厂，设备的自动化程度高，但受限于平房工厂在宽度和高度，难以完成机械臂、机械手等大型辅助设备的应用。公司全新预制菜工厂自动化程度会进一步提升，成本优势也会日益凸显。

	<p>10、为什么 B 端大客户最后选择了得利斯？</p> <p>最核心还是品质优势。本届冬奥会，公司也供应了 30 多吨产品配餐。B 端客户看重的第一位是品质；第二是价格；第三是供应链稳定性；第四是产能供应是否具有弹性（单品具有阶段性爆发增长的可能）。</p>
附件清单	无
日期	2022 年 2 月 18 日