

证券代码：002650

证券简称：加加食品

## 加加食品集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-03

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 checked="" type="checkbox"/> 其他：电话会议																																										
参与单位名称及人员姓名	<p>2022年2月23日线下会议：</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 60%;">国金证券</td> <td>叶韬、蔡昊</td> </tr> <tr> <td>国金证券（广州）</td> <td>王艳洁</td> </tr> <tr> <td>东方证券</td> <td>刘晶晶</td> </tr> <tr> <td>上海国际信托</td> <td>吴杏</td> </tr> <tr> <td>玖歌投资</td> <td>李祎诺、郭飞、宋岩峰</td> </tr> <tr> <td>银叶投资</td> <td>秦怀宝</td> </tr> <tr> <td>盛宇股权投资</td> <td>吴小川</td> </tr> <tr> <td>创金合信基金</td> <td>刘毅恒</td> </tr> <tr> <td>睿亿投资</td> <td>刘笑涵</td> </tr> <tr> <td>睿郡资产</td> <td>谭一苇</td> </tr> </table> <p>2022年2月24日线上会议：</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 60%;">华泰证券</td> <td>张光耀、龚源月、史琨、王可欣</td> </tr> <tr> <td>华泰证券</td> <td>倪欣雨、俞慕寒、张墨</td> </tr> <tr> <td>华泰证券</td> <td>袁双、林鹰谷、蔡菁</td> </tr> <tr> <td>北京神农投资</td> <td>赵晚嘉</td> </tr> <tr> <td>惠升基金管理</td> <td>游懿轩</td> </tr> <tr> <td>国投瑞银基金</td> <td>王方</td> </tr> <tr> <td>光大保德信基金</td> <td>王凯</td> </tr> <tr> <td>All View Management</td> <td>Holly Huang</td> </tr> <tr> <td>北京壹玖资产</td> <td>刘冬姣</td> </tr> <tr> <td>北大方正人寿</td> <td>陆晓菁</td> </tr> <tr> <td>中国人民人寿保险</td> <td>万力</td> </tr> </table>	国金证券	叶韬、蔡昊	国金证券（广州）	王艳洁	东方证券	刘晶晶	上海国际信托	吴杏	玖歌投资	李祎诺、郭飞、宋岩峰	银叶投资	秦怀宝	盛宇股权投资	吴小川	创金合信基金	刘毅恒	睿亿投资	刘笑涵	睿郡资产	谭一苇	华泰证券	张光耀、龚源月、史琨、王可欣	华泰证券	倪欣雨、俞慕寒、张墨	华泰证券	袁双、林鹰谷、蔡菁	北京神农投资	赵晚嘉	惠升基金管理	游懿轩	国投瑞银基金	王方	光大保德信基金	王凯	All View Management	Holly Huang	北京壹玖资产	刘冬姣	北大方正人寿	陆晓菁	中国人民人寿保险	万力
国金证券	叶韬、蔡昊																																										
国金证券（广州）	王艳洁																																										
东方证券	刘晶晶																																										
上海国际信托	吴杏																																										
玖歌投资	李祎诺、郭飞、宋岩峰																																										
银叶投资	秦怀宝																																										
盛宇股权投资	吴小川																																										
创金合信基金	刘毅恒																																										
睿亿投资	刘笑涵																																										
睿郡资产	谭一苇																																										
华泰证券	张光耀、龚源月、史琨、王可欣																																										
华泰证券	倪欣雨、俞慕寒、张墨																																										
华泰证券	袁双、林鹰谷、蔡菁																																										
北京神农投资	赵晚嘉																																										
惠升基金管理	游懿轩																																										
国投瑞银基金	王方																																										
光大保德信基金	王凯																																										
All View Management	Holly Huang																																										
北京壹玖资产	刘冬姣																																										
北大方正人寿	陆晓菁																																										
中国人民人寿保险	万力																																										
时间	2022年2月23日上午 2022年2月24日下午																																										
地点	上海浦东丽思卡尔顿酒店会议室																																										
上市公司接待人员姓名	董事会秘书      杨亚梅																																										
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;"><b>一、加加食品集团股份有限公司基本情况介绍</b></p> <p>加加食品创建于1996年，2012年1月在深交所上市，被誉为“中国酱油第一股”。公司主要业务和产品涉及酱油、植物油、食醋、鸡精、蚝油、料酒、味精等的研发、生产及销售，产品广泛用于人民群众饮食的烹饪、调味及食品加工</p>																																										

业。“加加”酱油和“盘中餐”食用植物油是公司的核心产品，具有广泛的品牌知名度和美誉度。

目前，公司拥有 6 家全资子公司，企业总资产 31.3 亿元，净资产 25.6 亿元。2020 年，公司实现营业收入 20.73 亿元，实现净利润 1.76 亿元，综合实力位居国内调味品行业前列。

## 二、互动交流

**问：**去年 11 月份公司发布提价公告，对酱油、蚝油、料酒、鸡精和醋系列产品的出厂价格进行调整，上调幅度为 3%~7%不等，渠道和终端对于提价的接受度如何？目前市场反馈情况怎么样？提价的产品大概占公司销售额的比例大概是多少？

**答：**首先，去年大豆原材料普遍涨价是大众都知道的一个事情，并且从行业情况来看，提价并不止我们一家，所以在经销商这端是有一定心理预期的。我们总体平均调价幅度在 5%左右，这个提价幅度也考虑了消费者的接受程度，从消费者的角度看不会有大的影响。本次提价主要针对调味品，目前价格传导情况良好。

**问：**2021 年业绩变动的主要原因？

**答：**1) 销售收入下降 2021 年，调味品行业回落，受新零售渠道对传统渠道的冲击影响，公司占比较大的传统渠道销售收入减少，导致整体营收下滑。

2) 采购成本上涨报告期内原材料价格上涨，行业利润挤压，生产端成本压力增加，但公司产品售价年末才进行提价，全年整体毛利率下降。

3) 销售费用增加公司为稳定市场份额及拓展新增业务区域，加大了产品促销力度，增加了一线市场业务人员以及费用投入。

4) 计提减值准备基于谨慎性原则，根据《企业会计准则》和公司会计政策的相关规定，公司在报告期末对存货、应收账款和预付账款等进行了清查。为适应市场的需要，产品优化升级，年末按存货可变现净值低于成本的部分计提了存货跌价准备；针对资金压力和经营能力减弱且账期逾期的客户和供应商，单项计提了应收账款和预付账款坏账准备，导致本期计提的减值准备较上年同期增长 100%以上。

综合以上因素，造成公司净利润较上年同期降幅较大，出现亏损。

**问：**公司 2022 年在销售方面的布局和规划是什么样的？

**答：**首先，还是将“减盐”酱油作为公司战略聚焦的大单品。“减盐”是全人类健康发展的一个共同命题，符合人类健康发展理念，它不仅限于“减盐”酱油。其次，我们把“减盐”酱油提升到公司的战略高度，加大推广力度，也是为了适应未来消费心理的发展。

第二，利用抖音、快手、小红书、B 站、网红带货等新兴渠道的媒体属性和渠道属性，推进产品品牌影响力建设，进而推动产品销售。

第三，在渠道拓展方面，我们将创新一些新的商业模式或合作模式，向业务合作商以及战略伙伴商的模式转变，做大商的形式，共同面向市场。

第四，还是会继续坚持“三定”、“三扩”、“三增”战略。定方向、定方案、定方法；扩经销商、扩销售渠道、扩终端网点；增品项、增规格、增动销。

**问：**公司做减盐大单品原因是什么？减盐产品的竞争力表现在什么地方？产品推广方面费用投放会有哪些不同？

**答：**“减盐”这个理念我们是在 2019 年提出来的，经过前期的研发投入，目

	<p>前公司已有规模基础，同行也有类似业绩。同时居民对健康的关注度提升，国家、国际也都在倡议减盐，我们认为减盐是大势所趋，容易引起消费者共鸣并快速打开市场，加加未来三年内会朝着大单品目标打造。</p> <p>竞争力方面，首先加加强调减盐大单品战略，目前是把“减盐”作为战略进行推广，会从费用投放、销售业绩考核等方面有针对性的做一些调整。其次，我们能够做到减盐 30%不减鲜还是花了很长时间去研发的，设备和工艺方面还是有一定的壁垒的。未来我们努力的方向，是要通过减盐系列产品，将健康的产品理念传导给消费者。</p> <p>在费用投放方面，会朝着创新合作模式、调整费用投放结构的方向努力。注重经销商考核、业务人员激励等方面的费用投放，关注过程管理，同时结合动态考核标准。</p> <p><b>问：从 2021 年的销售情况来看，公司各个渠道的销售占比如何？餐饮渠道具体如何布局？</b></p> <p>答：公司目前主要还是传统渠道在发力，公司在 2021 年经销商渠道、市场下沉做了比较大量的工作，未来的规划还是传统渠道做存量市场，新兴渠道做增量市场。2021 年具体的销售情况，还请到时间关注公司的年度报告。</p> <p>公司餐饮渠道起步比较晚，但推广力度还是比较大。目前我们已经成立了餐饮事业部，也已经签订了一些适合加加的渠道（如学校、企业等单位食堂及团膳、冷链等系统），另外也在积极和本地餐饮渠道大商洽谈，希望借助他们现有的渠道把加加有优势的产品推向餐饮渠道。餐饮渠道目前是做了两个方向的计划：一个是味极鲜、红烧酱油、草菇老抽等传统单品，走传统的餐饮渠道；另一个未来希望能切入高端餐饮市场，高端餐饮可以走减盐、原酿造等高毛利产品，这是我们在积极探讨的一个方向。</p>
附件清单 (如有)	
日期	2022 年 2 月 24 日