

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：2022-003

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 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3月21日 14:00-15:30; 16:30-18:00
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>一、公司 2021 年整体经营情况如何？三、四季度业绩改善的原因是什么？2022 年是否能持续改善？</p> <p>答：公司 2021 年业绩稳健发展，全年实现营业收入 11.11 亿元，较上年同比增长 22.21%，鱼制品、豆制品、禽肉制品分别增长 15.94%、14.37%、64.49%。</p> <p>2021 年下半年，公司营收增长 39.56%，扣非净利润增长 45.66%，整体情况改善主要来源于多个方面的调整和布局。1、品牌方面：公司坚持走全国化、专业化的品牌路线。2020 年公司上市，2021 年 4 月份公司实现品牌名称和企业名称的统一，对于品牌的促进作用逐渐得到了体现。从消费者角度来看，在中式辣卤风味的零食品牌中，“劲仔”品牌具有一定的知名度，公司上市后得到更多消费者和个人投资者的认可。从经销商的角度来看，“劲仔”品牌的可靠度和市场竞争力进一步提升，合作的风险性更低，长期合作的意愿更强了。另外，公司在市场传播方面对品牌进行了一些优化，通过年轻化的传播渠道，主打全球热销卤味零食等品牌定位，让更多消费者了解和认可“劲仔”品牌。2、销售团队和渠道布建方面：公司自上市以来持续对销售团队和经销商团队进行优化。销售人员方面公司引进了具备丰富行业经验的高端人才，加强对销售队伍的考核和管理，实行更加科学的人才队伍建设和淘汰机制，更加充分发挥销售团队的能动性；渠道布建方面，公司要通过经销商的改革加强对渠道终端的管理能力，一方面新开发更加具备终端配送能力的经销商，另一方面对终端网点覆盖率较低，终端管理能力不足的经销商进行优化，这是公司在渠道布建方面的改革方向。可以看到我们在新增 500 多家经销商，新开经销商业绩贡献较大，同</p>

时通过对存量经销商的优化和精细化管理与服务,渠道管理能力也有所增强,这些变化将持续改善公司的业绩。3、产品方面:公司在核心品类的优化和新品类推出方面都取得了一定成果。核心品类方面,公司以劲仔小鱼为切入点,推出了大包装系列产品。大包装系列产品一方面填补了部分传统规格不适合售卖的空白渠道,另一方面通过线下全渠道的终端陈列改善,提升了品牌形象和消费者的购买客单价。目前劲仔小鱼大包装系列获得了不错的市场反馈,豆干和肉干已经跟进大包装系列产品的推出,相信能取得很好的市场表现。新品的开发方面,公司逐步完善公司产品矩阵,推出了短保豆干、魔芋爽、无骨凤爪、手撕鱿鱼等等新品,配合三大核心品类打造更加丰富的终端陈列形象,也为更多的热销爆品提供基础。

整体来讲,2021年公司是在各方面持续改善的情况下稳定发展,2022年公司将会继续加强品牌、渠道和产品等方面的改善。

二、休闲鱼制品行业 2021 年发展趋势如何? 如何应对部分竞争对手进入公司所处赛道的情况?

答:休闲鱼制品整个品类的趋势是快速增长的。以前的鱼制品,产品深加工的比例是偏低的,鱼制品本身是一个很好的食材,只是过去受限于去腥、去头、去内脏等各种技术以及生产工艺标准化、规模化等方面的限制,导致品类规模目前相较其他一些大品类来讲稍有不足,但是它的增速是比较不错的。

对于很多休闲零食企业而言,休闲鱼制品一直是其产品品类之一,并非近期才开始布局。从长远发展角度来看,有其他食品企业关注休闲鱼制品行业是好事。零食这么多,特别是在辣味卤味零食里面,目前的竞争格局其实还是属于小品牌为主,非常分散的一个阶段。如果更多的、有实力的大品牌一起来做,就能把这个鱼类零食做的产品更加优质,更能满足消费者的需求,市场更加火热。未来零食不仅是不同企业之间的竞争,也是不同品类之间的竞争,我们应该做的是一起扩大休闲鱼制品在渠道终端的份额,只有鱼制品行业整体发展,更多消费者关注和喜欢吃休闲鱼制品,企业才能拥有更多的竞争机会。劲仔在鱼制品行业有一定的先发优势,公司相信可以继续夯实鱼类零食领导者的地位。

三、2021 年公司研发费用增加较多, 2022 年还会继续保持吗? 主要的研发方向是怎样的?

答:研发费用的投入力度还是会继续保持。目前公司主要的研发方向有几个:第一个是丰富品项完善产品矩阵。公司目前有小鱼、豆干、肉干、魔芋、手撕素肉、凤爪、鹌鹑蛋等七大产品系列。其中小鱼、豆干和肉干作为三大核心产品已经进行了一定的品规优化,产品结构基本完善。2022 年公司将按照发展规划和市场需把七大系列产品进行进一步开发和优化,打造更加丰富的产品矩阵。第二个是核心品类的革代和升级。2021 年公司开发的短保豆干就是豆制品产品革代升级的案例。2022 年公司将继续加强食品创新升级,紧跟消费者需求,为消费者带来更多更美味更创新的产品。

第三个是食品基础加工技术的研究。公司将持续对食品加工工艺进行改善，研究减脂减盐加工技术、低温杀菌标准化生产工艺研究与应用等项目，为消费者带来更健康更有品质的产品。

四、公司 2022 年对于市场建设规划有没有什么调整？如何看待零食很忙等专业零食渠道的兴起？

答：公司坚持全渠道的发展战略，线上和线下渠道都紧跟市场变化情况，对渠道布建策略进行调整和优化。目前公司线上线下渠道的占比为二比八左右，这也符合休闲食品整体的渠道分布规律。

线下渠道方面，公司的优势是传统流通渠道，更多覆盖社区超市、学校、夫妻店等等终端，在大型 KA 超市、连锁便利店等现代渠道方面相对弱势。2022 年公司会继续精耕全国化的销售网络，开发空白网点，守住流通渠道基本盘，再通过产品结构的优化、经销商的优化，提高大包装产品的市场份额，逐步提升现代渠道方面的占比和市场竞争能力。线上渠道方面，公司加强核心直营渠道管理，做好品牌形象和价盘管理，再进一步加强抖音、小红书等新媒体渠道布局。

对于零食很忙等新兴渠道，公司 2021 年就已经有所布局。该渠道的特点是定位明确，能解决不同类型消费者群体对零食的需求。针对这些渠道，公司紧跟市场形势，为客户提供了定制化的产品和服务。2021 年，公司在好特卖、糖巢、零食很忙等零食连锁渠道已经有所布局，今年将继续加强合作，对公司线下渠道进行补充完善。

五、目前疫情的扩散对公司经营方面有哪些影响？如何面对成本提升的压力？

答：疫情下主要关注几个方面，第一个是市场方面：目前全国部分城市线上渠道的快递和线下渠道的物流发运都受到了一定影响。公司会根据各地方的防疫政策，尽量减少下游物流配送对公司业务造成的影响。第二个是生产方面：公司生产基地积极响应政策，严格做好疫情防控工作，目前正常运营，后续还需密切关注疫情情况。第三个是原材料成本方面：全球疫情的持续影响对于原料价格造成一定影响。目前来看大豆、油等原材料都还在高位，疫情也会导致我们主要原材料鳀鱼进口的检验检疫、航运、通关效率等方面受到影响，会对生产成本形成一定压力。

目前公司主要通过主要原材料的战略采购、产品包装优化、生产效益提升、费用优化等方式进行成本的管控。我们会密切关注经营成本变化情况，及时调整公司策略。

六、公司对于产品提价的规划是怎样的？

答：目前公司目前没有进行价格调整，更重要的还是市场份额的提升，未来会根据市场及公司情况进行评估与调整。目前公司核心策略是通过大单品模式，把我们的渠道和产品矩阵打造的更加有竞争力，提升整体的市场规模。公司在优势品类里有制造优势和

	<p>成本优势，90%以上的产品是自主生产，市场规模提升带来的效益提升非常重要。产品价格调整规划要做好几个方面的工作：第一是把渠道布建做好，加强空白网点和弱势渠道的开发；第二是把大包装产品推成功，占据好主流的渠道和货架，做好终端陈列，提升终端品牌形象；第三是丰富品类，完善终端辣卤零食品类里的产品矩阵。公司会按照节奏推进相关工作，逐步让“劲仔”成为消费者认可的辣卤零食领先品牌，形成公司的品牌护城河。同时，公司也会结合市场情况，关注和参考其他休闲零食，尤其是属性相近的辣卤零食企业的产品提价情况评估产品价格调整问题。</p> <p>七、2022 年公司是否按照股权激励目标来实施？对于利润指标是怎么考虑的？</p> <p>答：2021 年公司完成营业收入的增长目标，受原材料成本上涨、政府补助减少、股权激励支付费用增加等因素影响，最终实现净利润 8,493.89 万元，扣非后净利润 7531.74 万元，同比增长 0.79%。2021 年第三季度以来公司盈利能力持续改善，公司 2022 年将继续实施公司的战略规划。目前公司经营整体稳中向好，将依托现有团队进一步提升公司效益，对于销售费用、管理费用等更加严格地管控和优化，同时关注原材料成本变化，及时调整采购策略，优化生产工艺，降本增效，提升公司的盈利能力。</p>
附件清单（如有）	参加人员名单
日期	2022 年 3 月 23 日

附件：参加人员名单

序号	姓名	公司	序号	姓名	公司
1	董懿夫	天风证券	26	呼荣权	国联安基金
2	王泽华	天风证券	27	于蕾	中国人寿养老保险
3	朱琳	天风证券	28	Nicky Ge	Junson Asset Management (Hong Kong) Limited
4	乐京	珠海常倾资管	29	宁浮洁	同犇投资
5	龙娴	长隼资本投资	30	Tony Li	Haitong International
6	王真忆	溪牛投资	31	徐成	国金证券资管
7	卢日欣	泰康资产	32	许可	浦银理财
8	顾芸芝	上海泉汐投资	33	刘金沪	深圳鑫然投资
9	苏香	摩根士丹利华鑫基金	34	张祺乐	上海信托
10	游彤煦	汇华理财	35	徐勇	金元顺安基金
11	易浩宇	华融基金	36	田元强	平安基金
12	源乘投资	源乘投资	37	胡纪元	长城财富资产
13	韩冬伟	国华兴益资管	38	温震宇	西部利得基金
14	王凯	光大保德信基金	39	江昕	中欧瑞博投资
15	唐朝	安信证券	40	林焜	安信基金
16	柴珊珊	澜亭资本	41	赵媛	浙商证券
17	张宇轩	海通证券	42	张亮	宇昂投资
18	苏香	大摩华鑫基金	43	王寒	中银基金
19	谢泽林	嘉实基金	44	李心宇	复星保德信人寿保险
20	唐棠	嘉实基金	45	夏子航	上海证券报
21	张宁	煜德投资	46	刘倩	民森投资
22	周波	杭州汇升投资			
23	吕伟志	景泰利丰基金			
24	张龙	中信建投证券			
25	江珊	上海焱牛投资			