

## 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 checked="" 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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	投资者
时间	2022年4月29日 15:00—17:00
地点	全景网（ <a href="http://ir.p5w.net">http://ir.p5w.net</a> ）
上市公司接待人员姓名	董事长郑思敏女士、副董事长闫德中先生、董事兼总经理于瑞波先生、董事兼财务总监柴瑞芳女士、董事会秘书刘鹏先生、独立董事王月永先生。
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>问题 1:</b> 请问 21 年收入减少、净利增加的原因是什么？</p> <p><b>答:</b> 您好。报告期内，国内生猪产能逐渐恢复，生猪存出栏量增加，市场供应相对充足，致使生猪价格大幅下降，公司生鲜系列产品生产成本及销售价格下降明显，因此销量增加而销售额下降。同时，公司根据生猪价格变化及时调整采购量及库存量，加强成本管控，生鲜系列产品毛利率较上年同期有较大幅度提升。综合上述原因，公司 2021 年度营业收入略微下降，净利润实现较大幅度增长。另一方面，报告期内公司着力发展预制菜相关肉制品精深加工业务，持续优化产品结构，加大产品研发，加强市场开拓力度，控制各项成本费用，销售费用占比较去年同期有所下降，提高了盈利水平。</p> <p><b>问题 2:</b> 请问对预制菜有什么规划</p> <p><b>答:</b> 2022 年将继续加大研发投入，加强研发创新能力，缩短产品研发周期，增加预制菜产品储备，积极探索助于提升产品质量与降低成本</p>

的新工艺、新技术，增强产品竞争力和盈利能力，挖掘客户潜在需求，全面提升产品力、营销力和品牌力，进而提升公司在预制菜行业的市场地位。渠道方面，公司将重点布局预制菜需求旺盛的华东和西南区域，与 B 端客户建立更广泛、更深入地合作，大力推进与餐饮行业头部客户的战略合作，提升服务能力，以确保及时、灵活、高效响应客户需求，提供全方位、立体式综合服务。针对 C 端客户，公司将借助短视频、直播等新媒体平台，拓展新的销售渠道，加大在京东自营店、天猫旗舰店等传统线上渠道的促销及推广力度，对当前以线下渠道为主的 C 端市场形成有效补充；同时在北方市场已形成消费认知的部分区域加大线下直营旗舰店以及经销商加盟门店的建设，提升终端消费者对公司产品和品牌的认知度，从而逐步构建起多层次营销体系，提升品牌影响力，打造预制菜全国知名品牌。

**问题 3：**你们如何保障股票投资者的利益

**答：**公司根据《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等法律法规以及《公司章程》的有关规定，不断完善公司治理，提高规范运作水平，不断完善公司内控体系和治理结构，切实保障股东尤其是中小股东的合法权益，及时、真实、准确、完整地进行信息披露，确保公司所有股东平等获取公司相关信息，保障全体股东的合法权益。同时，公司通过网上路演、投资者热线电话、投资者关系互动平台、实地调研、电子邮箱等多种方式与投资者进行沟通交流，提高公司整体透明度和诚信度。

**问题 4：**您好郑总，可以给 2021 做个总结，把 2022 年的公司发展方向思路说一下吗？

**答：**2021 年，公司全体员工团结一致，积极探索公司未来发展的新思路，将预制菜作为公司重要发展方向。经营方面持续加强公司内部管控力度，深入开展技术升级改造，加大营销创新及市场推广力度，拓展优化营销渠道，加强人才梯队建设，严控风险，提质增效，供应链和生产经营平稳运行，实现了经营业绩的持续增长。2022 年，公司将继续优化成本管控，推进管理创新，全方位提升研发创新能力，拓展营销渠道，

	<p>加强人才队伍建设，扩大品牌影响力，提升企业核心竞争力，快速实现转型升级，以更坚定的步伐、更开阔的视野，开创得利斯转型升级新篇章。</p> <p><b>问题 5:</b> 线上线下的销售占比、B C 端的销售占比分别是多少？</p> <p><b>答:</b> 您好，目前 B: C 端销售占比约为 7:3。针对目前 C 端销售以线下渠道为主的情况，今年公司将借助新媒体平台，拓展新的销售渠道，结合京东自营店、天猫旗舰店等传统电商平台促销活动及推广力度的加强，全方位发展 C 端零售，稳步提升 C 端销售占比。</p> <p><b>问题 6:</b> 公司 2021 年第三季度业绩明显优于其他季度，原因是什么？</p> <p><b>答:</b> 您好。三季度时值中秋佳节，是公司传统销售旺季，2021 年第三季度，公司推出多款新品礼盒，针对性制定营销及团购政策，礼盒销量增长。</p> <p><b>问题 7:</b> 能否帮忙介绍今年预制菜 12.5 亿的分类比例。谢谢</p> <p><b>答:</b> 速冻调理类：6.5 亿元；牛肉系列：3 亿元；即食休闲类：2.2 亿元；速冻米面类：0.8 亿元。</p> <p><b>问题 8:</b> 请问公司目前的产能情况怎么样？未来有扩产计划吗</p> <p><b>答:</b> 您好。公司本部 10 万吨预制菜产能已经投产，陕西 5 万吨预制菜产能预计将于今年第四季度达到投产条件。未来，公司将根据战略布局、各地区差异化市场诉求，适时进行产能扩张。</p> <p><b>问题 9:</b> 公司目前的投资项目、主要投资方向是什么？</p> <p><b>答:</b> 2022 年一季度公司完成了近 10 亿元规模的定增事项，募集资金主要投资方向为产能优化更新和扩张，以及加强市场营销网络建设。山东 10 万吨/年肉制品加工项目已投产，陕西 200 万头/年生猪屠宰及肉制品加工项目正加紧建设。未来，公司将持续提升公司预制菜业务规模，招募优秀人才加入得利斯，加强渠道开发及维护，不断提升盈利能力和市场竞争力。</p> <p><b>问题 10:</b> 我们公司有头部网红主播的资源，如果想销售得利斯的产品，请问和哪个部门联系？可以提供相关的联系方式吗？</p> <p><b>答:</b> 您好，感谢您对得利斯的支持。您可与公司电商部对接。联系</p>
--	---

电话：0536-6339335。

**问题 11：**在所有销售渠道中，只有经销渠道的营业收入实现增长，原因是什么？是因为公司 2021 年更注重经销渠道的拓展吗？还是由于其他外部因素？

**答：**2021 年度，公司将部分直营的中小型商超转为由经销商运营。一来可以增强公司与经销商的紧密合作，二来可以降低公司销售费用和应收款风险，提高对商超的服务能力。因此，报告期内公司经销渠道的销售额增长较为明显。

**问题 12：**双汇爆款有火腿肠，得利斯的爆款是什么？

**答：**您好，非常感谢您对公司的关注。目前公司的爆款产品：1、大肉块低温火腿系列产品：圆火腿、无淀粉火腿、布拉格火腿等；2、无油煎炸蒸烤类产品：奥尔良烤鸡翅。公司近期推出的元气牛肉汤、红烧肉、胡椒猪肚鸡、段段香肥肠、香辣羊蝎子等预制菜产品也广受好评。

**问题 13：**请问郑总对预制食品未来发展的看法是什么？公司在这方面会采取什么战略？

**答：**预制菜充分契合现代快节奏的生活方式，并满足餐饮行业降本增效、产品标准化等诉求。预制菜企业应不断增强优势品类竞争力，逐步实现产品品类多元化，兼顾渠道端与供应链布局，专注研发攻关、精进工艺配方，不断提高市场占有率。公司将按照稳定屠宰业务、扩大肉制品精深加工业务、快步发展预制菜业务规模和市场布局的工作方针，持续做大食品和健康业务板块，持续提升盈利能力。同时，公司以积极、开放心态，凝聚产业、渠道、人才等各领域资源，推动公司战略目标的实现，全面提升公司综合竞争力，为股东和社会创造更大价值。

**问题 14：**公司是否有数字化生产方面的投入？如果有，可以描述公司数字化建设的应用场景吗？

**答：**您好，非常感谢您对公司的关注。数字化生产管理在公司的生产经营中起到至关重要的作用。目前公司已经投入的应用包含：掌务通订货系统、财务的用友软件系统以及 OA 信息化办公系统等。同时，公司正逐步完善自动化生产线的升级与改造，降本增效，保障产品品质，

	<p>实现生产、销售、仓储等环节的一体化高效管理，保持行业领先。后期公司还会对销售人员的巡店、终端市场费用的支持等增加信息化投入。</p> <p><b>问题 15:</b> 公司目前经营是否受到疫情形势严峻、居民消费低迷的影响？</p> <p><b>答:</b> 2022 年，疫情反复，对公司的生产、销售均产生了一定程度的影响。公司严格遵守并执行党委政府制定的防疫政策，全力抓好常态化疫情防控工作，目前，公司生产经营趋于正常。</p> <p><b>问题 16:</b> 公司主要产能所在地和销售重点地区距离较远，请问公司会怎么解决这个问题？</p> <p><b>答:</b> 非常感谢您对公司的关注。公司在山东、北京、陕西、吉林设有四大生产基地，现有及在建产能能够较好满足公司经营及日益增长的市场需求。经过多年的精耕细作，公司建立了稳定、广泛的客户群体，产品亦获得了消费者的青睐，具有良好的市场品牌效应以及品牌美誉度。根据产品特性及运输条件进行合理布局，销售范围覆盖华东、华北、山东、西北、东北、华南、西南等地区，下步计划重点布局预制菜需求旺盛的华东和西南区域，为消费者提供方便、便捷的购物体验。公司拥有多层次客户群体、合理市场网络和完善冷链物流运输体系。未来，公司将建设更加高效、把控力更强的体系化、多元化的市场营销网络，提高品牌知名度。</p> <p><b>问题 17:</b> 公司的成本管控成果突出，能否具体介绍公司的成本管控措施？</p> <p><b>答:</b> 采购方面：公司通过与主要供应商建立战略合作，加强采购计划管理，完善原材料价格预测机制，通过改善生产工艺、优化产品设计、提升管理效率、改善存货结构等方面进行成本管控；生产方面：公司生产车间实施从严管理、精细化管理，认真落实企业生产成本预算控制，进一步节能降耗、节约增效，持续优化产品成本，强化内控管理；日常管理方面：公司强化奖优罚劣考核，形成节能降耗、提质增效的长效机制，全面提升公司的精细化管理水平。</p> <p><b>问题 18:</b> 请问郑总对预制食品行业标准问题怎么看？未来行业的门</p>
--	--

	<p>槛会是什么？</p> <p><b>答：</b>非常感谢您对公司的关注。目前行业参与企业众多，竞争格局较为分散，且暂时尚未出台统一的行业标准。而且中华饮食极具地区特色，预制菜相关产品区域性属性较强。未来，随着行业标准的制定与完善，以及消费者注重健康、安全的意识越来越强，行业发展将趋向于标准化、规模化。因此，公司将不断增强优势品类竞争力，逐步实现产品品类多元化，兼顾产品力、供应链管理能力及品牌影响力，提高协同效应，通过加强产品研发创新能力不断扩大产品受众，培养忠实客户群体，专注研发攻关、精进工艺配方以提高口味还原度，稳步提高市场占有率。</p> <p><b>问题 19：</b>公司知名度不高，有没有什么举措？</p> <p><b>答：</b>公司作为国内首批农业产业化龙头企业，品牌影响力深厚。“得利斯”品牌被国家商务部认定为“中国最具市场竞争力品牌”，消费者对得利斯“但愿人长久，相伴得利斯”的广告语耳熟能详。公司一直以来积极引领国内大众消费潮流，立足屠宰、发力低温肉制品、延伸预制菜产业，不断进行产品升级，产品结构合理，积极探索“农业产业化、农产品标准化、餐饮业预制化”的新路径。未来，公司将继续强化成本管理与控制，推进管理创新，全方位提升产品研发能力，拓展营销渠道，加强人才队伍建设，扩大品牌影响力，提升企业核心竞争力，快速实现转型升级，以更坚定的步伐，更开阔的视野，开创得利斯转型升级新篇章。</p> <p><b>问题 20：</b>报告期内公司归母净利润大增的原因是什么</p> <p><b>答：</b>报告期内，公司根据生猪价格变化及时调整采购量及库存量，加强成本管控，生鲜系列产品毛利率较上年同期有较大幅度提升，净利润实现较大幅度增长。同时，2021年，公司着力发展预制菜相关肉制品精深加工业务，持续优化产品结构，加大产品研发，加强市场开拓力度，控制各项成本费用，销售费用占比较去年同期有所下降，提高了盈利水平。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重</p>	<p>无</p>

大信息的说明	
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件	无
日期	2022年4月29日