

证券代码：600929

证券简称：雪天盐业

雪天盐业集团股份有限公司投资者关系活动记录表
2022年5月（下）

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 type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 电话通讯 <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	分别由海通证券、方正证券、民生证券、宝盈基金组织的专场研究员、投资者网络/现场交流会
时间	2022年5月18日-2022年5月31日
地点	通讯形式
上市公司接待人员姓名	公司董事会秘书刘少华等
投资者关系活动主要内容介绍	见附件一至附件四
日期	2022年5月

附件一、雪天盐业-方正证券专场投资者网络交流会

编号：2022007

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 type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 电话通讯 <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	方正证券研究所 刘畅 崔琪琪 理成资产 徐杰超 华泰柏瑞基金 和磊 中邮基金 闫宜乘 圆信永丰 马杰
时间	2022年5月18日
地点	通讯形式
上市公司接待人员姓名	公司董事会秘书刘少华、公司证券法务部副部长王婷
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">经营情况介绍：</p> <p>雪天去年以来的发展态势是稳中向好，公司盈利能力得到持续提升。从两个板块来介绍，一个是盐板块，另外一个为盐化工板块。</p> <p>盐板块公司深耕多年，公司的技术研发，品牌建设和渠道运营都有明显的优势。盐的销量近年以来稳步提升，特别是省外小包盐市场保持了较大的增速，尽管目前因为疫情各地物流配送受到一些影响，但是雪天在省外市场的销量同比增速较大。广东市场4月份销量甚至创了新高。这是量的增长。</p> <p>结构调整方面，雪天逐步迈出坚实的步伐，中高端盐去年占到14%。今年公司加大营销力度，特别是在春节以后央视一台黄金时段做品牌宣传，促进了经销商和消费者对公司更高的认可度。现在公司在全国市场达到了相对较高的市场份额，在此基础上在结构优化调整上发力，采取有针对性的措施推进高端战略，比如全国连锁的KA卖场，去年以来新发展30家大型连锁，门店拓展新增约3000家；另外对省外的大中城市，中高端盐的投放也加大了力度，包括营销政策的</p>

支持，现在中高端盐销量稳步提升。所以盐板块呈现了量价齐升的趋势。

盐化工板块分为两部分，一是湘渝盐化的纯碱和氯化铵，今年纯碱和氯化铵延续了去年稳中向好的趋势，市场需求旺盛，价格坚挺。展望全年，纯碱在今年四季度技术改造完成后，合成氨产能会提升，成本控制将有明显成效。二是烧碱来势很好，烧碱类产品在去年还没有形成较好的量产，今年要逐步达产，烧碱和双氧水这一块是一个增量，效益将逐步显现。

Q：今年疫情对物流方面都是有影响的，是否会一定程度上暂缓我们的规划和预期。

A：今年的疫情管控，物流各方面影响较大，但是雪天每个区域不一样。总体来讲，雪天因各地设有分公司，有仓储配送，经销商也有一定库存，在省外市场的销量拓展及结构优化是稳中有升的，我们有信心做得更好。

Q：今年公司在整个结构升级上以及高端产品的教育上，进度如何？

A：公司去年对高端盐的宣传主要集中在湖南省内，比如投放湖南卫视的综艺节目、省内的景区、城市地铁等人流量大的地方。今年则是面向全国，用更高层级的媒介来做品宣，包括在中央一台黄金时段做广告，选择超一线的大城市做品宣投放。另外，面向经销商和消费终端加大地推，从终端拉动出货，公司有相应的营销政策支持，也对一线加大激励措施，调动积极性，效果不错。

Q：请问公司判断，在盐化工领域今年整个涨价的趋势大概能够延续到什么状态？

A：对于纯碱供应端来说，今年新增产能是有限的。但需求端应该会加大增量，因为对于玻璃的需求可能会增加，风光电的发展在提速，所以对纯碱的需求总量是加大的，供需紧张平衡的情况在今年年内不会有大的改观。而氯化铵最主要的是受国际形势的影响，肥料来源短缺的状况会更加突出，这种供需状况很难在年内有改观，也是长期的。而烧碱受区域性的供需影响较大，九二盐业所在的园区，周边耗氯企业的产能现在逐步增加，制约烧碱和双氧水产量的瓶颈将

解除，打通烧碱类产线，将实现达产达效。

Q：产能会有扩建吗？

A：目前湘渝盐化双 70 万吨的产能正在进行改造，改造完成以后，年内合成氨产能将由 24 万吨提高到 30 万吨，相应的在明年纯碱和氯化氨会进一步提高产能达到双 90 万吨。九二盐业的烧碱二期现在在做配套改造，并且近期也追加了投资，由原计划做到 20 万吨提高到 24 万吨，年内会实现烧碱和双氧水的较大增量。展望后期，公司可能整合纯碱产能进一步提高规模效应。

Q：目前行业整体小包盐市场份额总量大概有多少，雪天占多少？

A：全国的小包盐市场总量约 500 万吨，去年雪天销量 41 万吨，大概占比 8%。全国的食用盐（含小包盐）总量 1000~1200 万吨之间，雪天去年食用盐销量 160 多万吨，大概占 15%。

Q：中高端盐在这个食盐板块中，有没有什么竞争对手？

A：公司推出高端战略以后，在行业里产生了较大影响，去年有企业推出了含量 99.5% 的高端盐（雪天是 99.6% 以上），另外也有一家盐企提出了高端战略。因为消费升级是大势所趋，在盐业市场竞争中要脱颖而出，必须走结构调整之路。

Q：整个行业对于食盐的品类和功能的开发刚刚起步，公司未来对中高端，及功能盐的研发投入有什么计划，新产品研发周期多久？

A：公司一直注重研发投入，并持续增加。对于盐的品类和功能拓展的研发，新产品有一定的研发周期，公司一直在滚动推进，有新产品储备，公司拥有的专利里面有一些品类就是储备用的，后续还将继续推进新产品研发。雪天盐产品研发有三个大的方向，一个就是食盐的品质升级，主要是工艺技术升级推进中高端，如松態 997 系列；另外一个为日用盐的研发，贴近大众消费需求，挖掘盐的功能，如含盐牙膏、沐浴液、足浴盐、洗衣液、洗鼻盐、运动盐丸等等；还有就是食盐差异化，包括利用资源禀赋的优势推出含微量元素高端产品如锶盐、钙盐等等，开发特殊人群用盐如增鲜控

钠盐、孕妇用盐、婴幼儿用盐等等。

Q: 目前的高端盐市场情况，市场对于高端盐的认知，未来会有一个怎样的增长？

A: 盐以前是专营产品，大家对于盐的认知就是个基础的、咸的调味料，对于其他的附加值，包括其他的功能没有太多的认知。但在专营政策改革以后，盐产品出现了差异化，适应消费升级的大趋势，正在向高端化发展。当然对于消费者的教育，或者说市场的培育和拓展会有一个过程。

食盐市场当前最主要的矛盾是结构性短缺。一般家庭消费对盐的开支不敏感，占比太小，因为每个人一年只吃4公斤左右。相当多的消费者愿意多花点钱，买到更高品质的盐产品。所以现在雪天中高端盐在全国市场，特别是在大中城市，在中青年消费群体里越来越受欢迎。适应消费升级趋势，公司在品类的开发方面加大力度，在品宣方面也逐步转化为对品类的宣传，把雪天盐的品类细分向消费者进行传达，逐步向高端品类认知转化，接受度也越来越高。

Q: 全国化布局，未来公司会重点或者说优先布局哪些重点市场？

A: 未来重点是全国大中城市。从去年下半年开始，公司在全国的大型KA卖场全面铺开，另外在线上的运营也加大了力度。

Q: 线上消费、线上渠道大概占比是多少？

A: 以前是传统渠道，线下为主。近年来公司线上加大开拓，公司还创建了自营的电商平台——开门生活，并且专门成立了电商商超事业部，整合全国的资源由总部来统一运营，成效不错。

Q: 疫情对于中高端盐的省外的拓展计划会不会有什么影响？今年中高端盐省外销售的占比会不会有调整？

A: 公司对于省外的规划是稳步提高销量和结构，量会有适当的提升，但是更关注的是在结构上面更加优化。疫情下，企业经营会受到一些影响。但是对于雪天的影响不大，主要是得益于全国化的分销团队和经销商仓储配送的这种基础保障能力，公司产能也是区域性布局，对于周边省份的供应保障较强。随着雪天全国化战略的推进，销量和结构将会

稳步提高。

Q: 对于盐化工板块, 公司未来还有收购的计划吗?

A: 纯碱和氯化铵高景气, 如果条件允许, 不排除并购产能, 并努力往价值链高的方向延伸发展。

Q: 对于纯碱, 波动价格之后是否有前瞻性的判断?

A: 年内纯碱新增产能有限, 国家对纯碱产能的管控从紧从严, 未来供给端增加不会很快, 而需求端应该是长期稳步增加的, 因为锂电和光伏的发展, 以及今后钠离子的量产, 所以会保持一个长期的紧张平衡的状况, 价格相应地会较好。

Q: 如果有合适的标的公司是否继续进行并购跟整合?

A: 是的。

Q: 盐穴储能进展如何?

A: 正在做前期工作。

Q: 复合调味品领域发展如何?

A: 因为疫情影响, 进度稍微慢一点, 年内抓紧尽早上市。

Q: 整个全年的话, 收入增速的规划上, 有没有一个大致的方向和指引?

A: 去年实现营收 47.8 亿, 归母净利润 4.01 亿, 预算今年营收 51 个亿, 5 个亿以上净利润。公司对后续加速发展有信心。

附件二、雪天盐业-海通证券专场投资者网络交流会

编号：2022008

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"/> 电话通讯 <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	海通证券 刘威 李智 程碧升
时间	2022年5月18日
地点	通讯形式
上市公司接待人员姓名	公司董事会秘书刘少华、公司证券法务部副部长王婷
投资者关系活动主要内容介绍	<p>Q：请介绍公司盐产品的销售结构，毛利率变化情况？</p> <p>A：公司盐产品中食用盐 160 余万吨（其中 41 万吨小包盐，120 万吨食品加工盐）；工业用盐 270 万吨（外销），自用 90 万吨。毛利大概都是 30%左右，食用盐的毛利率近年有所下降，和会计处理方式调整和煤炭成本上涨关系较大。同时基础小包盐的提价还没完全跟上成本上涨幅度，工业盐的价格去年以来涨了比较多，毛利率同步上涨。</p> <p>2018 年以前，公司 TO C 端的小包盐销量 20 余万吨，在湖南省内销售，省内只有一家；2021 年公司在全国的销量有 41 万吨，增长很快。</p> <p>Q：公司盐、碱的生产工艺和煤炭成本？</p> <p>A：公司以井矿盐为主，水溶法开采、多效真空制盐，一吨煤约产 6-8 吨盐。煤炭是外购的，之前是每个企业分散采购，现在实行集采，长协煤的比重在增加。纯碱的生产工艺，湘渝盐化是联碱法，湘渝盐化的煤气化技改项目将采用水煤浆气化技术，这一技术具有煤种适应能力强、碳转化率高、能源利用率高、稳定性好等显著优势，将显著降低生产成本。一季度纯碱、氯化铵双吨生产成本是 2000 多/吨（不含税）。</p> <p>Q：合成氨的技改情况</p> <p>A：合成氨技改后计划产能扩展到 30 万吨。目前 24 万吨</p>

	<p>合成氨可以产 72 万吨纯碱和氯化铵，达到 30 万吨以后，未来纯碱和氯化铵可以提到 90 万吨。合成氨四季度技改完，联碱装置明年中期基本上能投产，轻重碱基本各占一半，可以调节。</p> <p>Q：烧碱产能和成本情况？</p> <p>A：烧碱也在做技改，还会增加两个电解槽，全部完成有 24 万吨的产能（目前 20 万吨），氯可以外销或自己做盐酸，氢气做双氧水。一季度，烧碱类的生产成本约 500 块/吨。</p> <p>Q：公司一季度的业绩构成？</p> <p>A：湘渝盐化净利润约 1 个亿，为主要盈利来源。</p> <p>Q：公司未来的资本开支考虑？</p> <p>A：投资计划包括项目投资、技改；对外收并购等。</p>
--	--

附件三、雪天盐业-民生证券专场投资者网络交流会

编号：2022009

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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"/> 电话通讯 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>民生证券 刘海荣</p>
<p>时间</p>	<p>2022年5月23日</p>
<p>地点</p>	<p>通讯形式</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>公司董事会秘书刘少华、公司证券法务部副部长王婷等</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>Q：公司现在盐矿资源在哪几个地方，产能可以提升吗？ A：公司的几个盐矿分布在湖南衡阳、常德，重庆万州，江西赣州，未来产能可以提升，但主要是做差异化产品和盐化工产业链的延伸。</p> <p>公司拥有盐 500 多万吨、盐化工 200 多万吨产能：其中小包食盐销量 41 万吨，食品加工盐 120 万吨；工业盐自用 90 万吨，外销 270 万吨。纯碱和氯化铵产能双 70 万吨，预计明年增加 20 万吨。去年技改以前，公司的烧碱只有 8 万吨产能，现在实施第二期改造，目前已经达到 20 万吨产能，今年年内会达到 24 万吨。双氧水 18 万吨，今年产能将逐步发挥。</p> <p>Q：盐业和盐化工近期开工情况。 A：盐的生产平稳，一般不会有大的波动。纯碱产线基本保持满产状态。氯碱产线由于氯平衡问题，去年没有很好地发挥新增产能，随着园区其他耗氯产线逐渐增多，氯碱的产能利用率会逐渐的提升，双氧水产能也将逐步形成量产。</p> <p>Q：公司“松态 997”高端系列等中高端盐 2021 年销售量，销售价格和销售占比？ A：“松态 997”高端盐去年 5 月初正式上市，品质好，纯度高达 99.7%以上，不含抗结剂。基础款的批发价 12000 多，全年销量 3000 多吨，产能是 12 万吨。公司有自营电商</p>

平台，也和第三方电商平台合作，中高端盐毛利空间相对较大，但宣传和推广的费用投入也较多，量产以后盈利能力会逐步提高。公司去年销售中高端盐 57000 吨，占小包盐 14%。毛利率在 40%以上。今年中高端盐的占比提升目标为 20-30%，同时小包盐总量做到 50 万吨以上。

Q: 盐改方案出台后，对行业的竞争格局的改变，对食用盐的价格影响？

A: 盐改方案出台以后，行业内较多的兼并重组和产能出清，产业不断结构优化，集中度持续提高，整体行业格局会继续改善。盐价经过前几年降价的周期以后基本到底了，现在基础盐价格在稳中向上，去年涨价主要是因为煤炭等成本推动，但是基础盐涨价幅度小，由于煤炭价格持续高位，今年回落风险不大。盐价提高的另一个原因是消费升级，由于家庭盐的消费量低，对价格的敏感度不高，随着对品质生活的追求，优质盐产品的市场将会逐渐打开，从而提高盐的均价。

Q: 一季度公司省内的经销商减少了将近 3600 家原因？

A: 公司对经销商进行了分类分级管理，重点发展培育优质经销商，对他们加大服务和营销方面的政策支持，这样有利于跟优质经销商形成更紧密的合作共同体。同时对一些不活跃的网点进行优化归集。

Q: 公司走出湖南布局全国，目前经销商数量，未来会继续扩充经销商去完善终端市场的铺设吗

A: 现在建立了 30 家省外分公司，在各省市区都有分公司销售团队，分销系统覆盖各省市区，渠道逐步健全，但是经销商数量还不够，需要继续扩充并优化。

Q: 今年的新业务增长点？

A: 复合调味料是新的业务，目前正在合作开发，本来计划 5 月份产品上线，受疫情影响有所延迟，目前正在推进，应该很快上线。同时将继续开发食盐的新品类，开拓日化用盐更多用途，比如含盐牙膏、沐浴露、浴足盐、清洗盐，等等。

附件四、雪天盐业-宝盈基金现场交流会

编号：2022010

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 电话通讯 <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	宝盈基金研究部 张若伦 天风证券 周嘉钰
时间	2022年5月24日
地点	上市公司总部展厅、技术中心
上市公司接待人员姓名	公司董事会秘书刘少华、公司证券法务部副部长王婷
投资者关系活动主要内容介绍	<p>Q：目前公司的主要关注点在哪个版块上？</p> <p>A：去年以来，业绩贡献度更大的的是盐化工，从长远来看调味品和食品更具持续性和爆发力。因此三年内看盐化工，三年以后看调味品。</p> <p>Q：化工板块的具体产能情况？</p> <p>A：包括纯碱和氯碱。目前湘渝盐化纯碱氯化铵双70万吨的产能正在进行改造，改造完成以后，年内合成氨产能将由24万吨提高到30万吨，相应的在明年纯碱和氯化氨会进一步提高产能达到双90万吨。九二盐业的烧碱二期现在在做配套改造，并且近期也追加了投资，由原计划做到20万吨提高到24万吨，年内会实现烧碱和双氧水的较大增量。展望后期，公司可能整合纯碱产能进一步提高规模效应。</p> <p>Q：介绍一下盐产品的销售情况？</p> <p>A：公司现有盐产品产能500多万吨，去年食盐小包41万吨销量，食品加工盐120万吨，工业盐自用90万吨，外销270万吨。公司在全国有较强的分销渠道，设有30家省外分公司，1.8万家经销商。</p> <p>Q：今年在食品方面的新业务增长点？</p> <p>A：公司立足盐主业，不断做精做深做大，同时往复合调味料方向发展。已有合作开发方案。经过市场调研，有发展前景。集</p>

团也成立了消费品基金助推发展。

Q: 在新能源这块是否有布局的考虑?

A: 纯碱在扩大规模效应的基础上, 希望能够往新能源方向延伸, 在产业链下游寻求发展空间。氯碱的产业链很长, 九二盐业所在园区的配套企业很多, 氯碱往下游走, 有很大的合作发展空间, 往产业链高端位移。

Q: 食用盐中, 中高端占比 14%。公司是怎么这么快的提到这个比例的?

A: 由于在食盐专营体制下, 盐产品长期品种单一、附加值低, 可以说是消费品市场里唯一没有品牌化的产品。公司不断提升品牌价值, 适应消费者对高端产品的追求, 高端盐的接受度也在不断提高, 未来还有很大的发展空间。

Q: 新冠疫情下, 所有行业都受损, 对雪天的影响有多大?

A: 疫情对实体经济有影响。但对雪天来说, 盐和盐化工的产能发挥比较稳定, 没受到大的影响。盐化工板块景气度上行, 公司盈利能力稳定提升。盐板块因为品牌优势和分销渠道健全, 实现了稳定增长, 某些区域的食盐销量甚至达到了历史峰值。