

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：2022-09

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：电话会议
参与单位名称及人员姓名	中国银河证券 刘光意 东方基金 吕燕晨 中信证券资管 张恒源 健顺投资 韩骋 璞远资产 张瑞 前海联合基金 龙若朴
时间	2022年6月21日下午16:00-17:00
地点	加加食品集团长沙办公室 (芙蓉中路478号, 运达国际广场写字楼7楼)
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>一、加加食品集团股份有限公司基本情况介绍</p> <p>加加食品创建于1996年，2012年1月在深交所上市，是公司所在地本土首家上市公司，被誉为“中国酱油第一股”。公司创始至今一直致力于酱油的研发、生产和销售，是国内酱油行业中拥有全国性品牌影响力和渠道覆盖度的企业之一。</p> <p>公司主要业务和产品涉及酱油、植物油、食醋、鸡精、蚝油、料酒、味精等的生产及销售，产品广泛用于日常生活所需食品的烹饪及调味。“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。</p> <p>二、互动交流</p> <p>问：请介绍一下公司近期的情况？</p> <p>答：受新冠疫情反复、原材料价格上涨等因素影响，行业整体增长放缓，公司针对性做了相应的规划和调整：</p> <p>1) 产品重心向高毛利方向倾斜；2) 组织架构更加趋向扁平化和高效；3) 渠道方面多种创新模式，多元化布局；4) 多措并举控制成本，通过提高生产效率、节能降耗等持续挖潜成本效益。</p> <p>问：2022年第二季度业绩情况怎么样？</p> <p>答：公司从去年开始做相应的布局和调整，希望能在稳住传统渠道的同时做好增量市场。具体到第二季度的情况，敬请关注公司的定期报告。</p> <p>问：餐饮渠道拓展情况怎么样？</p>

答：餐饮渠道也是公司重点发力的方向，从去年开始加强布局，成立了专门的餐饮事业部，在渠道下沉及产品设计上做了差异化定位。

问：疫情对公司的影响有哪些？

答：疫情已经逐步趋于常态化，影响主要在三个方面：一是业务人员拓展市场难度增加；二是疫情风险地区物流运输和交付相对困难；三是原材料价格波动造成的成本端压力。

问：上半年招商情况是怎样的？

答：公司在传统渠道一直在做持续性的招商工作，今年有新的激励导向。同时在多元化渠道的发展方向，会采取不同的创新合作模式，做新兴经销商的运作。

问：减盐产品的优势有哪些？消费者认可度怎么样？减盐产品做了那些方面的布局？

答：“减盐”是健康理念的 trend，也是目前提倡的食饮方向，在消费端有一定的接受度。

公司的减盐单品在研发和工艺上不断的创新和改进，产品方面也在不断的推陈出新，无论从品质还是外观都在不断的升级改造：1) 从产品规格、标准、销售渠道等方面会有不同的区割和品类的优化；2) 减盐系列的高毛利产品占比纳入业务人员考核，策略性的引导倾斜。

问：公司如何应对原材料上涨等方面所带来的成本端压力？

答：原材料上涨是行业普遍关注的问题，公司为了应对原材料上涨的压力，去年 11 月份做了提价；同时也加强了内部的管理及管控，及时跟踪原辅材料价格变动趋势，提前做好规划；第三是在组织架构上加强信息化建设，打造以供应链为中心的链条化管理模式；第四是不断优化工艺，提高效能；第五是在新兴渠道的产品包装设计方面做了调整及改进，更适应多元化渠道的发展需求，减少损耗。

问：今年销售费用率有所提升嘛？全年的投放结构是怎样的？

答：根据去年的数据情况，今年有一些差异化的投放调整：1) 将根据不同的时间节点及市场现状做不同的规划；2) 在稳定传统渠道的基础上，加大新兴渠道的投入；3) 广告投放也会更加精准。

问：今年对食用油的战略规划是怎样的？

答：相对去年今年会重点向中高端食用油方向偏移。

问：减盐单品经销商层面如何动销？

答：针对减盐系列产品在终端动销有不同的政策及资源配置，公司对减少系列产品的定位一直是打造品牌兼利润的大单品趋势。

问：看到公司有零添加产品上线，该产品定位是怎么样的？产品拓展思路和减盐系列产品是否相似？

	<p>答：零添加系列产品是指 0%添加白砂糖、0%添加转基因脱脂大豆、0%添加防腐剂、0%添加食用香精。</p> <p>该产品系列定位是中高端路线，在规格、外观等方面有新的感觉。产品拓展思路与减盐系列相似，但会在减盐系列推广经验上有所创新和不同。</p> <p>问：请您帮我们展望一下公司下半年的经营情况，怎么实现股权激励计划目标？</p> <p>答：公司在设定股票期权激励目标时是有参照依据的，主要考虑了行业发展及公司前期业绩标准：1) 公司的主要发力点还是传统渠道，同时寻求多元化发展，争取在新零售、餐饮渠道有所突破；2) 产品布局还是以中高端为主，加强高毛利产品的销售及占比；3) 业务人员考核会更加侧重增量激励。</p>
附件清单 (如有)	
日期	2022 年 6 月 21 日