

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：2022-10

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	<p>2022年6月27日下午15:00-16:00 线上：</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr><td style="width: 50%;">国信证券</td><td>刘匀召</td></tr> <tr><td>进门财经</td><td>郑丹丹</td></tr> <tr><td>国信证券</td><td>陈青青</td></tr> <tr><td>平安基金</td><td>左睿</td></tr> <tr><td>招商基金</td><td>王钊宇</td></tr> <tr><td>方正富邦基金</td><td>张婷</td></tr> <tr><td>天治基金</td><td>王策源</td></tr> <tr><td>华商基金</td><td>常宁</td></tr> <tr><td>深圳前海昊创资本</td><td>陈春燕</td></tr> <tr><td>浙江国恬资产</td><td>卫申鹏</td></tr> <tr><td>长安基金</td><td>蔡沛恩</td></tr> <tr><td>东海基金</td><td>黄佳斌</td></tr> </table> <p>2022年6月28日下午16:00-18:30 线下：</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr><td style="width: 50%;">德邦证券</td><td>花小伟、林晨星</td></tr> <tr><td>东吴证券</td><td>王颖洁、冯军</td></tr> <tr><td>开源证券</td><td>张宇光、方勇</td></tr> </table>	国信证券	刘匀召	进门财经	郑丹丹	国信证券	陈青青	平安基金	左睿	招商基金	王钊宇	方正富邦基金	张婷	天治基金	王策源	华商基金	常宁	深圳前海昊创资本	陈春燕	浙江国恬资产	卫申鹏	长安基金	蔡沛恩	东海基金	黄佳斌	德邦证券	花小伟、林晨星	东吴证券	王颖洁、冯军	开源证券	张宇光、方勇
国信证券	刘匀召																														
进门财经	郑丹丹																														
国信证券	陈青青																														
平安基金	左睿																														
招商基金	王钊宇																														
方正富邦基金	张婷																														
天治基金	王策源																														
华商基金	常宁																														
深圳前海昊创资本	陈春燕																														
浙江国恬资产	卫申鹏																														
长安基金	蔡沛恩																														
东海基金	黄佳斌																														
德邦证券	花小伟、林晨星																														
东吴证券	王颖洁、冯军																														
开源证券	张宇光、方勇																														
时间	2022年6月27日下午15:00-16:00 2022年6月28日下午16:00-18:30																														
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，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 style="text-align: center;"><b>二、互动交流</b></p> <p><b>问：2022年第二季度业绩情况怎么样？</b></p>																														

答：受新冠疫情反复、原材料价格上涨等因素影响，给公司业务人员出行、物流运输等方面造成了一定的压力，公司从去年就开始做了相应的布局和调整，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。

**问：公司下半年产品渠道和布局上是否会发生变化，还是继续延续上半年？**

答：公司下半年将继续延续上半年的布局，同时也会根据市场的变化情况，从产品、销售和内部管控等方面有针对性地做相应的战略布局。

**问：原材料上涨，企业成本压力大，公司是如何应对的？成本上涨对毛利率的影响情况？**

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带来的成本端压力，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：全国化的市场推广情况怎么样？**

答：公司一直做的是全国性市场布局，不同市场确实有强弱程度差异。针对差异化市场，公司也做了相应的梳理和提升措施：1) 差异化安排重点业务人员，加强招商和布局；2) 制定有针对性提升的市场政策及激励措施；3) 制定“一地一策”的方针政策，激励业务人员通过不同的方式及渠道多元化开拓市场。

**问：餐饮渠道发展怎么样？主要发力渠道是哪些？**

答：餐饮渠道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。公司目前主要还是传统渠道在发力，传统渠道做存量部分，新兴渠道做增量部分。

**问：直播、电商平台的推广对公司产品的贡献程度高吗？线上、线下营销会有什么分歧？**

答：传统销售渠道和新零售销售渠道是息息相关的，线上线下一体化更是有利于产品营销推动的方向。公司利用线上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。

**问：减盐系列产品推广情况如何？优势是什么？**

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：公司提价的产品，渠道和终端对于提价的接受度如何？**

	<p>答：去年 11 月份提价，提价主要针对调味品，整体传导情况良好，因为原材料上涨的因素，行业也普遍进行了提价，所以渠道端是有心理预期的。同时，我们的提价幅度也考虑了消费者的接受程度。</p> <p><b>问：疫情趋于常态化的情况下，公司未来计划采取什么样的措施？</b></p> <p>答：疫情的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。希望在以后通过不断的磨合，公司根据市场情况不断地调整企业的渠道力和产品力，以便更好更快地应对市场。</p> <p><b>问：公司应对下半年成本变化的措施有哪些？</b></p> <p>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。</p> <p><b>问：近期有看到公司推出零添加产品，产品定位是什么？</b></p> <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。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。</p>
附件清单 (如有)	
日期	2022 年 6 月 28 日