

证券代码：000848

证券简称：承德露露

承德露露股份公司投资者关系活动记录表

编号：2022-001

| | |
|-------------|---|
| 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 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 | 兴业证券：苏铖、金含；兴证基金：王志强；招商基金：王奇玮、虞秀兰、汪彦初；工银瑞信基金：齐欢、袁辰昱；永赢基金：包恺；银华基金：洪亦秋、孙昊天、王丽敏；信诚基金：闫志刚；华夏基金：李柄桦；华夏久盈：翟晓虹；中融基金：陈方园；金鹰基金：李敏晗；鹏扬基金：王亦沁；中银基金：蔡国栋；中银资管胡晓航；汇添富基金：田立；天弘基金：马雪薇；万家基金：王琴；施罗德：童若凡；财通基金：沈犁、姜春曦；德邦基金：刘敏；华安资产：于华杰；东证资管：孟博；创金合信：刘毅恒；长城基金：柴程森；鹏华基金：赵璐；新华资产雷凯；农银汇理：蒲天瑞；人保资产：丁月梅；华泰保兴：黄佳丽；泰达宏利基金：史佳璐；长盛基金：吕睿竞 |
| 时间 | 2022年12月23日10:00-11:00 |
| 地点 | 电话会议 |
| 上市公司接待人员姓名 | 副董事长、总经理梁启朝， 副总经理、财务负责人丁兴贤， 副总经理孙威， 董事会秘书刘明珊。 |

投资者关系活动主要内容介绍

一、公司近期情况介绍

1、经营方面：今年疫情确实给公司的经营带来了一定的挑战，公司也在尽最大努力将疫情影响降到最低，切实保障公司的正常生产经营。公司前三季度实现营收 19.71 亿元，较上年同期增长 6.32%，实现净利润 4.2 亿元，较上年同期增长 5.13%。总体情况稳中有进。四季度迎来传统的旺销节点，公司已在全全面备战春节，各项工作持续推进，相信防疫政策优化后，随着经济恢复，消费也会恢复正常，公司也能恢复正常的增速水平。

2、项目建设方面：公司年产 50 万吨露露系列饮料项目（一期）经过方案优化，已于今年 8 月份开工建设，预计 2024 年 6 月竣工投产。

3、新品研发方面：根据公司战略发展规划，公司围绕杏仁露、杏仁奶、其他植物基持续开展新品研发，目前已有相应产品储备，今年 6 月份已在杭州、重庆及电商渠道上市了两款新品——经典低糖杏仁露及核桃露，明年将陆续上市其他新产品。

二、提问环节

Q1：对于目前的新冠疫情形势，公司如何应对旺季的生产供应？

A：公司根据今年的疫情形势对旺季可能面临的情况进行了预判并提早准备，在重点销售区域增设了库房，以应对储货、调货需求。12 月初疫情政策调整后，京津冀地区尤其是河北部分首先达到感染峰值，承德工厂产能受到短暂影响，但目前已经恢复 70%，下周预计会全部恢复。郑州工厂目前已全部恢复产能。

Q2：新品方面，公司今年上了哪些新品，推广情况如何？后续的产品上新是如何规划的？

A：今年 6 月份在杭州、重庆及电商渠道上市了两款新品：经

典低糖杏仁露、经典低糖核桃露。目前量产了三次，从杭州和重庆两个市场来看，动销情况还不错，在餐饮渠道、便利店渠道销售较好。另外，目前公司储备了 10 款以上产品，明年 1 月份计划上市杏仁奶产品，其他品项也会根据市场情况陆续上市。

Q3: 新品定价体系是怎样的？明年销售费用率的规划？

A: 公司新品定价总体以市场为导向，综合考虑消费者体验、渠道利润空间、市场竞争等多种因素进行定价。明年销售费用率较今年会有所提高，老产品销售费用会保持稳定或略微下降，资源会重点向新产品、新市场的推广倾斜。

Q4: 北方市场目标实现 219 个空白县级市、地级市的开发覆盖，当前的进展如何？今年的招商情况及明年的节奏大概如何？北方市场未来空间还有多大？

A: 空白县市的开发工作、招商工作今年正常推进，具体情况将在今年年度报告中披露。明年各地区将根据市场开拓情况，继续不断进行市场下沉，开发优质的经销商或者分销商，逐步完善销售渠道及网络布局。北方市场目前存在的空白市场还很大，比如黑龙江、吉林、山东、河南等地区，还有很大市场没有占领，公司要继续在北方市场做深、做透。

Q5: 目前新品在杭州和重庆重点推广，未来会有更多区域的布局么？

A: 杭州、重庆是华东、西南市场的试点城市，公司将会总结经验，未来将逐步拓展到华东、西南其他重点城市。

Q6: 明年 1 月份上市的杏仁奶会在哪些区域上市？

A: 北方市场的重点城市、线上渠道、重庆和杭州等，我们会持续跟踪销售情况，根据销售反馈进行下一步铺开。

Q7: 人员考核方面，研发、销售等不同部门的考核指标、激励机制情况能否介绍下？今年团队的磨合程度如何，执行力以及协作程度？

A: 公司对研发、市场等关键业务部门制定具有竞争性和激励性的考核办法，研发部门考核从产品研发的数量及质量、上市及储备情况、研发团队及研发体系搭建、项目推进等多个维度设置考核指标；销售部门主要以销售业绩作为主要考核指标。今年公司搭建了南方市场拓展队伍，扩大了研发、品牌队伍，引进了有行业相关工作经验的人才，目前各业务单元协同配合，一致为实现公司目标推进相关工作。

Q8: 成本端方面，近期看到马口铁、苦杏仁价格都有下行，公司的原料采购成本变化情况如何？通常锁价周期及对明年的成本展望？

A: 公司杏仁、纸箱、印铁罐、易拉盖等大宗原材料现阶段价格较之前价格有所下降。一年内通常锁价 2-3 次，11 月至次年 3 月、4 月至 7 月、8 月至 10 月。明年预计价格不会变动很大。

Q9: 诉讼目前的进展情况？

A: 目前公司起诉被告王宝林、王秋敏与公司关联交易损害责任纠纷一案一审承德中院裁定驳回公司起诉，公司不服判决，计划向河北高院提起上诉。

Q10: 当前的渠道结构和原先比有变化吗？流通、餐饮等占比变化，及南北方差异？

A: 当前渠道结构在原有传统渠道基础上增加了婚宴、团购等特殊渠道，可直接触达目标消费群体，起到很好的品牌宣传作用。同时近几年不断进行“两个下沉”，即：一，城市社区下沉，产品进社区店；二，乡村市场下沉。总体上北方市场渠道占比变化不大。对比北方市场，南方市场流通渠道占比更小，餐饮渠道、KA 渠道、CVS 渠道的占比更大。

Q11: 对明年经营业绩的展望，中长期公司的定位，发展规划？

A: 预计短期内疫情仍会对公司造成一定影响，但后续国民生活、消费恢复正常后，公司经营活动也能恢复到正常状态，

| | |
|----------|---|
| | <p>业绩预计也能恢复正常增长。公司的战略目标是“引领植物饮品发展”，中长期公司仍会聚焦市场拓展、新品研发上市、品牌推广等重点工作，加强人才引进及绩效考核，增强内部协作性及执行力，实现公司产品创新、品牌价值提升及市场份额进一步扩大！</p> <p>本次交流活动中，公司相关人员严格遵守相关规定，与投资者进行了充分的沟通和交流，未出现未公开重大信息泄露等情况。</p> |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2022年12月23日 |