

证券代码：002991

证券简称：甘源食品

甘源食品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-014

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	具体参与单位名称及人员姓名见附件
时间	2022年12月6日-26日
地点	公司会议室
公司接待人员姓名	董事会秘书 严海雁；证券事务代表 张婷
形式	网络线上
投资者关系活动主要内容介绍	<p>投资者问答情况</p> <p>问：如何看待零食渠道的发展趋势？</p> <p>答：零食渠道和其他的传统渠道有所区别，通过与厂家直营，把省去的销售费用让利给终端消费者，所以高性价比是此类渠道的优势。零食渠道目前发展速度较快，在四五线城市市场覆盖率高，稍有规模的小区附近都有门店，使得消费者十分便利，让消费者能在家门口买到种类丰富的产品。目前各个系统正在大量地跑马圈地，发展快速高效，成长空间较大。</p> <p>问：如何平衡零食渠道、经销商以及KA等其他渠道价格差异的关系？</p> <p>答：目前各渠道主要通过包装和规格差异化来区分产品，不同渠道配套不同包装方式的产品，以此来减小价格差异的影响。</p>

问：对明年零食渠道的规划是什么？

答：我们正积极拥抱零食渠道，今年已和 17 家零食系统建立了合作关系，有些系统已经做到合作 20 款以上单品，有些系统刚刚进店 3 至 4 款产品，待通过数据测试后再进行长期合作。前期公司已梳理出来 54 款匹配零食渠道的产品，未来还需要不断扩品，结合渠道快速扩张，积极推进产品与渠道的共同发展。

问：介绍一下零食、流通渠道梳理的 54 款产品类型？

答：主要包括老三样、豆果组合、花生、调味坚果以及安阳工厂的烘焙膨化产品，通过不同口味与不同包装形态组成了 54 款产品来匹配零食、流通渠道。

问：分享公司为切入新兴渠道的转变及发展历程？

答：过去公司销售对象主要以传统经销商为主，随着市场变革及新型渠道的发展，市场所需的产品结构、规格、价格与传统渠道不同，所以公司的产品结构、供应链以及包装都需要时间进行梳理，再来回磨合调整，同时对各渠道销售人员的谈判能力、组织能力要求也有所不同，后期产品梳理落地后匹配渠道的销售队伍也做了一些变革，目前已形成一套较好的进场流程。

问：公司今年新品定位调整的原因？

答：公司在发展过程中不断调整思路，之前一直以豆类、坚果品类拓展创新，过程中有些产品已被市场检验得到认可取得了一定成效，比如调味坚果品类已逐步进入高端会员店渠道。但过去公司没有专门的团队来管理会员店渠道，今年在构建组织架构上花了一些时间，阶段性优化磨合的进度有些缓慢。另外烘焙、膨化产品也在调整，目前薯片产品已经加到两条生产线生产。

问：今年与高端会员店的合作情况？

答：从销售数据来看，销售情况是同期增长的，验证了这类渠道的可持续发展。我们将会继续研发创新，推出满足高端会员店需求的特色产品。我们认为此类偏高端产品的发展领域不仅仅局限于高端会员店，还可以适配高端水果店、高端零食店等市场。

问：公司如何规划未来电商业务发展？

答：今年在线上渠道没有太大成长，直播、达播方面成绩不佳，还是以原来传统电商平台为主，导致线上增长乏力。针对电商发展的问题，公司一方面积极调整组织架构、引进了电商专业人员；另一方面将整合公司调味性、健康性等优势，重新梳理匹配线上渠道的产品，这些工作预计今年可以完成。后期会加大直播、达播方面的业务，希望能够带来可持续性把流量引到其他更多的产品线上，形成良性循环。

问：公司对销售组织变革的举措？

答：今年我们销售组织变革实行业务部制，计划分为八个事业部：袋装事业部、散装事业部、零食直营部、高端会员部、电商事业部、流通事业部、特渠事业部与出口事业部。

问：事业部的拓宽是否销售人员也增加了？

答：目前没有因此增加销售人员，因为过去部分销售人员是围绕商超门店做服务性的工作，随着市场变革这部分投入的边际效益逐步递减，我们也需要重新调整人员。现在是以整合资源型的方式对应渠道垂直型管理，更利于引导大家探索生意机会。

问：请介绍公司的研发竞争优势？

答：公司认为研发主要围绕两个策略，一是“坚持聚焦垂直做深”，比如豆类和调味坚果，我们不盲目追热点，而是实行命题式研发，深度挖掘零食赛道。比如在调味坚果的研发中，从原料端、设备端到调味端公司都已有较深入的沉淀，积累了实践经验，熟悉不同产品的特性，不断研究调整搭配攻克

	<p>问题，这就是我们比较坚实的一块，在去年开始已取得一些成效，未来会继续深入研究。二是“产品跨类开阔视野”，为了拉动规模，我们还会瞄准一些有差异化、知名度、接受度广的产品赛道，在这类大单品中尝试做些高性价比产品。对于我们研发团队来说，跨品类也可以开拓视野提高专业能力，提供更多的创新思路与积累更丰富的研发经验。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及应披露重大信息
附件清单（如有）	无
日期	2022年12月28日

附件：

电话会议参与单位名称及人员姓名（按机构名称首字母排序）：

机构名称	姓名	机构名称	姓名
富国基金	徐哲琪	信达证券	程丽丽
富国基金	王园园	信达证券	王爽
富国基金	赵宗俊	招商证券	田地
富国基金	方竹静	招商证券	于佳琦
广发基金	陈樱子	中庚基金	陈涛
华泰证券	冯潇	中庚基金	王郁冰
华泰证券	朱俊	中庚基金	刘晟
华泰证券	毛甜	中庚基金	骆志远
华泰证券	秦瑞	中庚基金	张玮舜
开源证券	陈钟山	中庚基金	吴承根
申万菱信	刘含	中银基金	池文丽
天风证券	王泽华	中银基金	高小艾
天风证券	董懿夫	中银基金	黄珺
西部证券	黄培欣	中银基金	杨庆运
西南证券	夏霁	中银基金	李建
西南证券	朱会振	中银基金	杨亦然