

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：2023-06

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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	国元证券 朱宇昊、黄迪龙、胡阳飞
时间	2023年3月2日下午
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、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：公司今年终端恢复情况如何？</p> <p>答：去年受疫情持续反复、新零售渠道对传统渠道的冲击等影响, 公司占比较大的传统渠道销售收入减少, 导致整体营收下滑; 原材料价格持续高位, 采购、物流压力增加, 生产端成本上涨, 导致整体毛利率下降。今年疫情放开之后, 消费回暖, 希望能有更好的市场表现。</p> <p>问：今年对渠道端的展望是怎样的？</p> <p>答：渠道方面还是以传统渠道为主, 在稳住传统渠道的同时, 寻求多元化发展, 加大新零售渠道、餐饮渠道的推广力度, 争取在新零售、餐饮渠道有所突破。</p> <p>问：公司线上渠道有设定目标吗？利润情况怎么样？</p> <p>答：公司今年会加大线上渠道的投入, 充分发挥线上渠道的渠道作用和品宣作用, 目前线上在售平台有天猫、京东、抖音抖店等。线上推广的利润空间会因</p>

为产品、体量以及跟相关方的合作模式等不同而有一定的波动，公司将从产品类型、规格、包装等方面综合考量，选取更适合的产品进行线上推广及销售。

问：2023 年公司费用投放的规划是怎样的？

答：公司在费用投放方面基本上会延续往年的框架，然后根据当年的实际情况做相应调整。在整体费用投放规划范围内，再根据不同的时间节点、市场环境、营收占比等做相应的调整。同时，今年线上渠道的投入较往年会有所增加。

问：怎么看待今年的原材料成本发展趋势？公司有什么应对措施？

答：成本受原材料波动等多方面因素的影响，要根据当下情况综合来看。为尽可能缓解成本端的压力，公司从以下方面做了相应的规划和调整：1) 产品重心向高毛利方向倾斜；2) 从原材料端管控，及时跟踪原辅材料价格变动趋势，提前做好采购计划，强化数字化线上采购，扩大供应商招募，加强对供应商的筛选工作，降低采购成本；3) 持续推动公司内部的精细化管理，通过提高生产效率、节能降耗等挖掘成本效益。

问：目前公司零添加系列产品的销售占比情况如何？

答：公司在去年四月份左右推出零添加系列产品，去年十月份开始重点推广。零添加系列产品目前在规格、外观等方面有新的设计，后期会进一步加强产品的生产、销售等方面，使得该产品有更高的市场接受程度，希望会有新的表现及市场预期。

问：2023 年公司将会从哪些方面提高竞争力？

答：公司为了提高竞争力，从不同的方面做了针对性的调整和规划，主要是：1) 产品方面，对高毛利产品进行区割和定位，重点加强减盐、零添加等中高端系列产品的推广和销售；2) 渠道方面，在稳定传统渠道的同时，突破新兴渠道，稳定存量市场，打开增量市场；3) 管理方面，对销售人员的数字化和信息化管理加强，考核及导向会更明确。

问：公司今年针对线下经销商有哪些规划？

答：首先，公司始终坚持从产品质量和服务提升等方面来稳定经销商，同时，也会通过创新合作模式、给经销商更灵活化和市场化的支持等方面，来吸引更多优质的经销商。

问：公司当前的市场布局情况是怎么样的？

答：公司的定位一直是全国性市场，针对不同市场有差异化安排，具体来说：1) 对业务区域进行差异化市场分层，有效招商和布局；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”的方针策略，激励业务人员通过不同的方式及多元化渠道开拓市场。

附件清单
(如有)

日期

2023 年 3 月 3 日