

证券代码: 300999

证券简称: 金龙鱼

编号: 202305

益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	39 家机构, 详见附件 1
时间	2023 年 6 月 8-9 日、14 日、16 日、19 日
地点	中金 2023 年中期策略会 公司上海、杭州企业群
上市公司接待人员姓名	董事会秘书洪美玲女士; 公司市场部总监、包装油事业部总监陈波先生; 证券事务代表田元智先生; 公司上海、杭州企业群管理团队
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、主要 Q&A</p> <p>1. 目前部分市场经销商库存较低, 而且进货意愿度也不高, 主要原因是什么? 答: 今年上半年的情况主要分两个阶段, 一是 1-2 月份, 整体消费市场及各渠道环节呈现积极的态势, 随着春节来临, 人口流动大, 三四线城市经销商备货也增多。二是 3-5 月份, 消费持续偏弱, 导致经销商遗留的库存处于缓慢消化阶段, 叠加行情下行因素, 导致经销商进货意愿偏低。</p> <p>2. 部分经销商反映他们目前的盈利水平处于相对低位, 且难以把握后续发展, 请问公司如何展望未来? 答: 经销商的盈利情况也分为两个阶段, 一是 1-2 月, 春节期间盈利正常, 进货销货情况良好; 3 月份以来, 消费市场偏弱, 行情下行, 存留的库存待消化, 导致盈利出现压力。整体来看, 我们认为还是农产品行业周期性原因。</p> <p>3. 下游大概什么时候能够实现盈利恢复? 拐点在什么位置? 答: 我们认为要恢复到相对正常的情况, 主要有两个因素: 一是消费力的恢复, 目前看线上流量以及线下进店人数都还未完全恢复; 二是</p>

行情能够企稳，增加经销商进货意愿。如果两个因素叠加修复，相信应该能恢复到正常水平。

4. 在目前下游的消费趋势中，有哪些油种或品牌是态势稳定或逆势上升的？

答：目前我们感觉消费仍呈现两级分化的趋势，在消费力不足的情况下，价格相对较低的产品，如大豆油、棕榈油、棉油、普通的调和油还是比较畅销；高端部分，如胡姬花花生油、外婆乡小榨等高端风味型的菜油、压榨甜香玉米胚芽油、稻米油都比较畅销，尽管价格较高，但是有健康或者风味的独特卖点，消费群相对比较稳定。

5. 公司目前有什么新品的规划？

答：包装油方面，主要以优化产品结构为主，因为预计未来食用油消费总量增长可能放缓。公司目前推出的新品主要有两方面：一是风味型产品，推出了如胡姬花，外婆乡，压榨甜香玉米胚芽油等风味型高端产品，目前这几款产品发展良好；二是健康方向，公司着力打造了稻米油，目前该产品的市场接受度和反馈非常积极，也打造了“零反”系列产品，主打产品的健康特性，该产品系列包括有玉米油、葵花油、菜籽油、大豆油等。

大米方面，公司最新推出了“六步鲜系列大米”。六步鲜工艺获得了中国粮油学会特等奖，通过六个步骤，增加大米的新鲜度，该产品从5月份开始初步上市，着力打造差异化单品。

调味品方面，公司全面启用新包装和新品牌，即金龙鱼调味品系列，目前终端反馈良好。未来随着泰州调味品厂二期的投产以及阳西广式酱油工厂的投产，将会支撑金龙鱼系列调味品的全面上市。

预制菜方面，公司在多地开展央厨业务，每个区域推出的产品类型不同。比如杭州推出了狮子头、小酥肉等单品，也有便当产品，主要供给便利店。在廊坊，公司今年将投产新产线，生产即食米饭。

另外，未来公司也将推出冷冻面团产品，植物肉系列产品等。

未来，公司会继续丰富产品品类，带给消费者质量更好、更美味、更健康、更安全、价格更合理的产品，也可以根据不同客户的需求提供优质的差异化产品。

6. 目前市场上有很多公司也做小酥肉产品，而且有些公司规模已超10亿元，但是公司小酥肉规模还比较小。公司的预制菜产品知名度较低，投产进度慢。公司战略是否有变化？

答：每个央厨项目的产品规划不同，会根据各个地区的特色及市场需求进行调整。我们跟其他预制菜企业有所不同，我们是产业园的运营模式创新，做好开放式的园区，使园区内自营和合作伙伴能够共享资源，互相成就。目前央厨的业务重点会放在B端，并努力提升产能利用率。

7. 央厨产业园中引入的其他企业，会收取相应费用吗？是否类似于地产行业，打造一个产业园区？

答：公司不是地产商，我们做央厨食品园区与房地产的业务是不同的概念。我们引入的企业有两类，第一类是与我们有上下游合作关系的，例如肉、蔬菜、海鲜等企业，他们可以给园区内企业供应原料，并且能借助园区资源辐射周边市场；第二类是做终端产品的预制菜生产企业，可以使用公司的原料，也可以使用园区内其他企业的产品。引入这些企业后，我们会收取如租金、物流服务等相应费用。整体来看，公司是希望能够通过产业园区的模式，在园区内形成合力，资源共享。

8. 公司酱油销量及铺市量怎么样，定价策略如何？

答：关于酱油，公司与中国台湾知名品牌丸庄公司合作，工厂位于泰州，以高端黑豆酱油作为切入点，相对来说成本和价格定位更高一些，“丸庄”铺货主要集中在一二线城市，包括电商及大型卖场，目前丸庄的品牌在培养与爬坡的过程，整体体量不会太大。调味品产品地域特征较强，不同地区居民的饮食习惯不同，所以我们也计划参与广式酱油产品，在广东阳江筹建了工厂。我们将采用双品牌、双策略，金龙鱼品牌主要在餐饮渠道，以及传统渠道，如超市、社区超市、粮油店等铺货，其定价策略是对标行业主流价格。

9. 公司资本开支计划？

答：近几年公司的资本开支主要有四个方面：一是因原有基地的搬迁而新建基地；二是陆续投产和扩产的大米、面粉项目；三是持续布局的央厨项目；四是其他下游项目，如玉米淀粉、味精等。公司这几年的资本性支出金额预计会比较高。

10. 公司内部是否反思过，有无觉得发展情况不如预期的业务？

答：由于前几年的新冠疫情和中国经济放缓，我们的一些新业务进展慢于预期。

11. 公司调味品业务有发生过战略性方向上的变化吗？比如公司从日式酱油转移到了广式酱油。

答：调味品行业发展空间广阔，并且和公司粮油主业协同性较强，公司将会持续发展高端品牌丸庄，同时也会参与广式酱油产品，因为目前在量大且更注重性价比的B端渠道，主要需求是广式酱油。

我们布局新业务，基本上是按照公司自身渠道和业务发展节奏进行的，相信随着未来央厨业务的发展，调味品的产品将会越来越多。

12. 公司在大米方面的线上发展情况如何？

答：根据尼尔森数据，公司包装大米产品现代渠道市场份额排名第一。从产品类型来看，我们有东北米、苏北米、丝苗米、油粘米、进口米等；从产品结构来看，有泰国大米、五常大米、有机米、油粘米、“蟹稻共生米”等高端米，也有中端及大众米产品。我们在电商渠道排名也是领先的，从京东、天猫等传统电商，到现在的新电商模式，如O2O，社区拼团，即时电商平台等，公司实现了全覆盖。不过公司大米线下销售占比远高于线上。

	<p>总的来说，公司的战略是实现全平台、全品类、全价位的覆盖。</p> <p>值得一提的是，公司的大米产业模式属于循环经济模式，通过“吃干榨尽”，提高大米全产业链的附加值。我们利用优质原料，加工品牌化优质大米，提高溢价能力；作为主要的副产品，稻壳用来发电；稻壳灰用来提取白炭黑等高附加值产品；另一项副产品米糠用来榨取高营养价值的稻米油，可以进一步深加工为多种食品、保健品原辅料；米糠粕可以销售给饲料客户。这一模式可以充分利用水稻的价值，提升产业链的附加值，实现经济效益和社会效益最大化。这也是需要在具备规模优势基础上的模式，也比较难以被复制。</p> <p>13. 高端油脂在总体油脂业务的占比多少？利润贡献主要来自于中端产品还是高端的产品？</p> <p>答：从小包装油的销量结构看，高端小包装产品占比约 20%，由于高端产品毛利更高，所以一般其毛利贡献占比会高于销量贡献占比。中端及大众品的销量占比较大，所以整体的利润也是比较可观的。</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）	附件 1 《6 月 8-9 日、14 日、16 日、19 日调研活动附件之与会清单》
日期	2023-6-21

附件1《6月8-9日、14日、16日、19日调研活动附件之与会清单》

彼得明奇资产管理	华鑫证券私募基金研究中心	天风证券	招商银行
创金合信基金	华鑫证券自营	万家基金	浙江国信投资
淡水泉	嘉实基金	微明恒远投资管理	浙江四叶草资产
德邦基金	理成资产	悟空投资	浙商资管
东海证券	民生证券	野村资管	至璞资产
国华兴益	南银理财	翼升资产	中金公司
国金证券自营	睿亿投资	银河基金	中泰证券
国盛证券	石智基金	银河证券	中信证券
合众易晟基金	苏泊尔集团	胤胜资产	紫金投资
华鑫证券	太平基金	甬证资管	