

证券代码： 002515

证券简称：金字火腿

金字火腿股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-07-12

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称 及人员姓名	银河金汇证券资产管理有限公司、华能投资管理有限公司、湘财证券股份有限公司、东海证券股份有限公司上海证券自营分公司、江苏瑞华投资管理有限公司、太平资产管理有限公司、易米基金管理有限公司、上海洪赢投资管理有限公司、上海禧弘私募基金管理有限公司、甬兴证券有限公司
时间	2023年7月12日 10:00-11:30
地点	公司
上市公司接待 人员姓名	黄柯杰、周国华、赵勤攻、马晓钟、黄特跃、张利丹
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>1、公司对未来猪价的想法，业绩与猪价变动的关系，对品牌肉未来的规划？</p> <p>答：定制品牌肉类业务，是指按客户要求向其提供分割后的指定部位、形状的肉品，与公司主营肉制品加工业务有一定的关联度，主要受猪肉价格波动影响。公司品牌肉亏损的原因系2022年至2021年上半年度采购猪肉数量较大、价格偏高，后期猪肉价格下降导致业务亏损。公司将根据市场行情及企业自身情况，合理组织货源，确保品牌肉业务的稳定持续发展。</p>

猪价历来有周期性波动，公司将主营肉制品加工业务，尽量减少猪价波动对公司的影响。

2、公司原料是否进口，目前库存情况？

答：公司目前总体库存情况较为合理。公司原料采购一般通过进口和国内两种方式，两者存在价格差异。公司根据市场形势、猪肉用途、生产销售情况等因素确定采购方向和模式。

3、公司欧式发酵火腿及传统火腿的市场格局和发展前景？

答：欧式发酵火腿产品因客单价偏高，受众面较窄，但欧式火腿毛利率高，未来发展潜力较大。公司将积极推进欧式火腿国产化进程，在稳定发展传统火腿的同时，实现欧式火腿的跨越式突破。

4、植物肉市场格局和发展前景？

答：植物肉产品目前国内市场处于低潮，我司继续做好技术储备，同时等待市场形势变化再做调整。

5、原实控人控制权转让的原因，是否有继续减持计划？

答：原实控人控制权转让包括后续是否有减持公司股份的计划，都是股东个人的意愿，公司将按相关要求及时披露进展情况。

6、公司控制权变更后管理层有哪些改变？

答：公司控制权变更后，管理层除增加两名高管外基本未变。2022年以来，公司主要紧抓以下几点：1.加强管理，管理上力求精细化，向管理要效益；2.提高产品质量，提升企业产品的知名度和美誉度；3.降低成本，从原材料采购到加工各个环节，严格控制成本；4.积极做好新产品开发，结合市场需求，重点做好预制菜和休闲食品的开发，丰富产品结构。

7、公司对预制菜的规划及渠道？

答：随着餐饮企业降本增效和消费者对便捷食品的需求快速增加，市场对于预制菜肴的接受度不断提升，预制菜肴行业已进入快速成长期。公司将根据市场情况，积极推进菜品的创新，适当增加预制菜品类。

公司预制菜产品的销售渠道主要是B端和C端，B端主要是为连锁餐饮、中央厨房提供定制服务。

8、火腿市场未来情况如何？

答：对比国外火腿人均消费情况，国内火腿市场发展空间较大。公司将夯实火腿主业，引领行业发展。

9、个人感觉火腿主要以送礼为主，不知未来能否打入大众消费领域？

答：传统火腿含盐量较高，以辅料、调味料为主。它的发展方向主要是降低含盐量，即通过工业化实现含盐量的精准控制，通过含盐量的降低，扩大消费场景。同时公司有小包装分割火腿块、火腿片等，以适应广大消费者使用。

10、公司市值管理的规划？

答：公司将努力做好经营管理，促进公司高质量发展，提升公司价值，以回馈投资者。

11、公司产能扩大后如何消化？出口情况如何？

答：公司将根据市场需求动态调整，充分考虑产能释放的过程，合理规划产能投产、达产的时间。因此募投项目产能将逐步释放，设备产能投入也将根据市场需求逐步上线形成，不会造成产能的闲置与浪费。另外，公司产品出口主要是香港、澳门等市场。

	<p>12、公司管理费用增加的原因？</p> <p>答：公司 2022 年度管理费用同比增加了 78.69%，主要是职工薪酬、存货报废损失和员工持股计划费用增加所致。</p> <p>13、公司营收下降的原因？</p> <p>答：2022 年度公司营业收入下降最主要的原因是公司品牌肉业务同比下降 69.76%。而品牌肉业务下降的原因系 2021 年采购时猪肉价格过高，后期猪肉价格下降导致。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023 年 7 月 12 日