

证券代码：002991

证券简称：甘源食品

甘源食品股份有限公司

投资者调研活动记录表

编号：2023-007

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 checked="" 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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	线上参与 2023 年半年度业绩说明会的投资者
时间	2023 年 8 月 10 日（星期四）下午 15:00—16:00
地点	公司会议室
公司接待人员姓名	董事长 严斌生先生；董事会秘书 张婷女士；财务总监 涂文莉女士；独立董事 刘江山先生
形式	网络线上
投资者关系活动主要内容介绍	<p>2023 年半年度报告业绩情况说明：</p> <p>2023 年上半年，公司实现营业收入 8.26 亿元，同比增长 34.57%；净利润 1.2 亿元，同比增长 190.92%，基本每股收益 1.3 元/股。报告期内公司新增多个系列产品，公司以标准化自主生产为基础，以品牌化运营和全渠道销售为通路，打造多样化、新风味、高品质的休闲零食，有效满足消费者多元化休闲食品的需求。目前主要产品有瓜子仁、蚕豆、青豌豆、豆果、调味坚果、薯片等在内的多品类休闲食品组合。</p> <p>投资者交流问答情况：</p> <p>问：公司对上半年业绩是否满意，是否达到公司预期？</p> <p>答：您好，公司上半年实现营业收入8.26亿元，同比增长34.57%；净利润1.2</p>

亿元，同比增长190.92%。根据2022年员工持股计划股权激励目标，公司2023年营业收入目标为20.19亿元，净利润目标为2.40亿元。公司主要经营以炒货、坚果为主的休闲食品品类，下半年将迎来销售旺季，公司管理层将与全体员工凝心聚力，积极推进公司战略规划，坚定有序地开展各项工作，继续围绕既定的业绩考核指标而努力。

问：能否介绍下公司2022年根据渠道特性进行事业部改革后所产生的成效？

答：您好，面对休闲零食行业的渠道变革，公司快速调整销售组织架构，采取事业部管理模式，积极拥抱新兴渠道、推出各渠道适配产品，突出公司柔性供应链优势，进一步提高产品丰富度和品牌辨识度，通过全渠道布局与多家主流销售系统建立合作关系，以多元化产品结构匹配不同渠道，并不断扩充产品品类，扩大业务规模，今年上半年，电商渠道、高端会员店渠道和零食折扣渠道已成为公司业绩新增量的重要来源。

问：去年以及上半年推出的新品在报告期内表现如何？下半年有哪些上新计划？

答：您好，公司去年以及上半年推出的新品主要以调味坚果和烘焙膨化食品为主，如芥末味山核桃仁、玫瑰盐山核桃仁、藤椒腰果、芥末味绿蚕豆、冻干芒果腰果、烘焙薯片等。其中，调味坚果归为综合果仁及豆果系列产品，综合果仁及豆果系列上半年营业收入同比增长47.29%；薯片类产品归于其他系列产品，其他系列上半年营业收入同比增长42.42%。下半年将继续推出调味坚果系列产品，进一步丰富公司调味坚果产品系列，树立甘源调味坚果零食品牌。

问：公司q2利润端增速亮眼，原因是什么？安阳工厂折旧摊销预计什么时候结束？

答：您好，公司二季度利润率水平环比一季度增长0.71%，上半年利润率同比增长7.78%，主要原因是上半年部分原辅料采购价格同比下降，毛利率水平整体提升以及销售同比增长带来的规模效应。安阳工厂固定资产的折旧计提按照会计准则采取年限平均法，不同类别的资产采取不同的折旧年限，具体参见半

年报“第十节财务报告”之“五、重要会计政策及会计估计”。

问：请问公司华北营收+50.77%，经销商-78家，增长驱动力是什么？

答：您好，报告期内公司主要通过优化经销商质量、加强渠道建设、加速新品导入等方式，帮助经销商实现更大的销售空间，在华北地区与优质经销商建立高效稳定的合作关系，实现经销商与公司的良性互动，从而实现销量增长。

问：大股东有没有减持计划？

答：您好，公司未收到控股股东的减持计划。若有相关事项达到披露要求，公司将严格按照深交所相关规则及时履行信息披露义务。

问：说说二股东减持的事？

答：您好，公司于2023年6月6日披露了《关于持股5%以上股东减持股份预披露公告》（公告编号：2023-030），截至目前，严海雁先生在预披露的减持计划期间内尚未减持其所持公司股份。后续若有相关事项达到披露要求，公司将严格按照深交所相关规则及时履行信息披露义务。

问：目前公司电商的情况怎么样？

答：您好，公司的电商模式主要有电商自营（B2C）和电商平台销售（B2B）两种业务模式，上半年营业收入整体同比增长36.37%。电商自营（B2C）的自营品牌旗舰店主要有天猫、京东、拼多多、抖音、快手等，公司以“自播提效，达播升级，短视频下沉”为宗旨，大力发展品牌自播、达播以及短视频业务，目前有6个品牌直播间，电商自营占公司上半年总营收11.40%，同比增长50.67%。电商平台销售（B2B）模式的第三方销售平台主要有天猫超市、京东自营等，占公司上半年总营收3.65%，同比增长5.20%。

问：请问上半年电商业务毛利率提高9个百分点，明显高于经销业务毛利率提升的幅度，除了原料成本下降外还有什么原因？

答：您好，报告期内，公司电商模式毛利率为43.87%，较上年同期增长8.98%，

其主要增长原因为：今年上半年部分原辅料价格同期有所下降，整体原材料采购成本有所回落；公司产品结构持续调整优化；以及电商销售策略的调整，销售数据实现同比增长带来的规模效应。

问：想问一下安阳工厂目前投产情况？谢谢。

答：您好，为早日实现安阳工厂的规模效应，公司今年加速推进产品的市场投放效率，加大渠道覆盖率，上半年安阳子公司实现营业收入5,896.29万元。下半年安阳子公司将加快步伐，落实新品的全渠道推广方案，加大安阳生产线产品的销售力度，未来随着安阳工厂多款产品的产能释放，会逐步显现规模效应。

问：领导，您好！请问今年成本情况如何？下半年棕榈油价格展望？

答：您好，公司上半年各类原料采购成本同比有降有升，总体生产成本略有下降，公司会持续关注各原材料市场价格的变化情况。

问：公司有无具体的措施，来降低食品安全问题发生的可能性

答：您好，作为一家食品生产企业，必须贯彻“食品安全第一”的发展宗旨。公司经过17年的发展，已形成了一套比较完善的食品安全管理体系。公司于2012年就导入并实施了ISO22000和HACCP食品安全管理体系，通过系统的推行来保证食品安全管理的有效实施，通过引入第三方的监督审核来强化完善公司的食品安全管理体系。从原材料的采购、进场检验到生产的过程管理以及产品的出厂检验，严格控制每一个生产环节，及时进行风险排查，同时建立了食品追溯系统，保证信息化追溯，致力打造安全放心的好零食。

问：公司目前的产品，是否有主动适应目前休闲食品消费人群年轻化、健康化的趋势

答：您好，零食消费属于可选消费，是居民消费能力提高的衍生需求。面对休闲食品消费人群年轻化、健康化的趋势，公司在研发方向中以市场消费需求为导向，加速推出一系列迎合消费人群喜好的零食新品，如芥末味夏威夷果仁、芥末味山核桃仁、玫瑰盐山核桃仁、藤椒腰果、芥末味绿蚕豆等口味丰富兼具

	<p>营养的坚果产品；同时针对健康化趋势，推出原料天然，配料干净的冻干芒果腰果、冻干榴莲腰果等产品，以产品为核心，提高消费者体验感，触达消费者内心。同时，公司采用全渠道销售模式，使消费者无论在线下实体店，还是线上渠道，都能以最迅速、快捷、安全的方式买到满足需求的甘源零食。</p> <p>问：请问管理层，目前大型KA的客户和新品的拓展情况怎么样？未来公司在渠道方面的侧重点是什么呢？谢谢</p> <p>答：您好，公司重点拓展优质KA客户，产品坚持全渠道布局，未来将对渠道运营策略进行系统规划，细分渠道销售目标，加强对渠道过程的管控，从渠道定位、渠道结构、渠道产品规划、渠道覆盖、费用规划等方面构建完善的渠道网络体系，从而实现从粗放型渠道运作向精细化渠道运作转变，形成科学系统的渠道规划体系。面对不同的渠道结构要提供有针对性的产品组合，使产品能够匹配渠道的特性，从而有效满足消费者的需求，实现渠道和产品的良性互动。</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	2023年8月11日