

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：2023-13

| | |
|---------------|--|
| 投资者关系活动类别 | <input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他：_____ |
| 参与单位名称及人员姓名 | 外贸信托 李思、莫靖妍 东北证券 吴兆峰、王动、王铄 |
| 时间 | 2023年9月6日下午 |
| 地点 | 北京金融街丽思卡尔顿酒店东北证券策略会 |
| 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：请回顾一下公司2023年上半年的业绩情况？</p> <p>答：公司报告期内实现营业总收入 85,414.50 万元，营业利润 181.27 万元，利润总额 345.93 万元，归属于上市公司股东的净利润 389.43 万元。</p> <p>影响公司业绩变动的原因主要有以下几个方面：</p> <p>1) 销售收入下降</p> <p>报告期内经济下行，行业回落，新零售对传统商业模式产生一定冲击，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。</p> <p>2) 采购成本降低</p> <p>报告期内公司包装材料采购价格同比下降，生产成本下降。</p> <p>3) 市场费用减少</p> <p>报告期内营业收入下滑，市场销售费用也相应降低，同时也对一线业务人员进行了优化和调整。</p> |

问：公司上半年线上销售情况如何？目前线上销售平台有哪些？具体是如何布局的？

答：公司上半年线上销售收入为 1,622.31 万元，毛利率同比上年增长了 58.71%。

线上是公司品牌曝光和形象树立的窗口。2023 年线上传统电商与兴趣电商同步发力，覆盖多种类型电商平台，包括淘宝、天猫、京东、拼多多等主流货架电商，抖音、快手、小红书等内容电商，微信公众号、视频号、微店等私域电商。主打产品有以零添加 200 天酿造特级生抽为主的“零添加”系列产品、以减盐零添加生抽为主的“减盐零添加”系列产品。

问：公司经销商的拓展情况如何？

答：公司一直在做全国性的招商工作，近两年的招商工作，更加注重经销商质量的考核。公司始终坚持从产品质量、服务提升、合作模式创新以及给经销商更灵活化和市场化的支持等方面，来吸引更多优质经销商。

问：公司在市场拓展方面是如何布局的？各个市场的销售情况如何？

答：公司一直做的是全国性的市场布局，在不同市场有强弱程度差异，针对不同业务区域做了差异化的梳理和提升，制定了针对性的市场政策及激励措施；核心市场主要有：湖南、湖北、江西、四川、云南、广西等。全国市场按地区划分为 7 个销售市场，其中华中地区上半年的销售收入占比约为 34.50%，华东地区占比约为 23.83%，西南地区占比约为 22.51%。营业收入增速最快的为西北地区，同比增长了 186.81%。

问：公司下半年的规划是怎样的？

答：2023 年下半年，公司将持续推广高毛利产品，加强减盐、零添加等中高端系列产品的销售。积极探索新市场、新模式，深耕餐饮渠道，发力新零售业务，持续线上线下同步的多元化布局。同时，为尽可能缓解成本上涨带来的压力，将持续推动精细化管理，坚持降本增效，结合优化产品结构、加强对业务人员的管理和激励等措施不断提升公司整体运营能力，提高市场占有率及综合盈利能力。

附件清单
(如有)

日期

2023 年 9 月 6 日