



重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司

2023年11月17日投资者关系活动记录表（二）

证券代码：002507

证券简称：涪陵榨菜

编号：2023-016

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 type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场调研 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>重庆辖区 2023 年投资者网上集体接待日活动</u> ）
参与单位名称及人员姓名	本次活动通过全景网（ https://rs.p5w.net ）“投资者关系互动平台”以线上远程文字交流方式进行。
时间	2023年11月17日下午15:00-17:00
地点	本次活动通过全景网（ https://rs.p5w.net ）“投资者关系互动平台”以线上远程文字交流方式进行。
上市公司参会人员	1、董事、董事会秘书、副总经理兼财务负责人韦永生 2、证券事务代表谢正锦 3、投资事务管理员向茜 4、证券事务管理员黄紫红
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次活动提问及回复可通过“全景网（https://rs.p5w.net）”进入本公司“互动交流”区进行查询，本次活动中投资者提出的主要问题及公司的回复整理如下：</p> <p>1、建议贵司与知名企业共同打造联名款产品。 回复：您好，阶段性已在实施联名款产品，谢谢关注。</p> <p>2、公司目前包装化产品占比如何？ 回复：您好，公司现有产品均为包装产品，谢谢关注。</p> <p>3、请问公司 60g 的 2 元产品推进怎么样？有多大销售额？ 回复：您好，60g 产品为公司应对 2 元价格带的策略性产品，主要是为了完善公司价格体系、夯实 2 元价格带市场，在部分省级市场进行布局，未对其进行单独销量统计披露，感谢您的关注。</p>

4、公司有没有向外拓展产业布局的计划？

回复：您好，公司 2022 年提出“品类+渠道”的“双拓”战略，即通过“从专注榨菜品类，拓展到乌江调味菜、乌江泡菜、休闲零食、豆瓣酱等品类协同发展”的拓品类战略和“从家庭消费市场，拓展到餐饮市场和食品工业消费市场”的拓市场战略，形成榨菜、下饭菜与休闲零食、酱类互相跨界。2022 年公司已相继推出轻盐下饭菜、调味菜、酸萝卜鱼调料及轻盐下饭酱、翠小菜等产品，今年新推出了四款酱类产品，产品提味增鲜、鲜脆爽口，可下饭佐餐、可炒菜烹饪，感谢您的关注。

5、公司的产品有没有提价计划？

回复：尊敬的投资者，您好，公司一直以来坚持品质匹配价值，重视消费者对产品品质的要求，产品价格随品质提升而变化，未来仍将以产品优化升级为导向，致力于满足消费者需求。当前消费疲软，公司目前暂无提价安排，谢谢关注。

6、股票跌了不少了，请问管理层有何措施提振股价吗？公司未来的发展机遇在什么地方？以及未来风险在哪？

回复：您好，股价是公司价值体现的一个方面，唯有做大蛋糕才好更好的分蛋糕，公司将坚守主业，向“榨菜+”、榨菜亲缘品类、川式复合调料和川渝预制菜四个方向发展，目前川渝预制菜方向处于研发调试与市场调研阶段，未来将紧跟市场情况及战略推进进度布局规划，前瞻性风险请关注公司定期报告内的相关内容，感谢您的关注。

7、据报道，公司的智能化生产线使得车间工人数量大幅减少，但年产能却有显著提升。公司在智能化生产方面的投入是否带来了明显的成本节约和效益提升？另外，这种智能化生产方式对公司的盈利能力有何影响？是否能够提高产品的竞争力和市场份额？谢谢！

回复：尊敬的投资者，您好，智能化主要还是效能的提升、生产集约化后各品类产能联动及腌制液循环利用，进一步确保产品品质的稳定性，提升产品力，在竞争中取得优势，谢谢关注。

8、涪陵榨菜作为一家食品企业，对于食品安全和质量控制有着重要的责任。请问公司在食品安全和质量方面有哪些措施和标准？除了符合国家

相关法规外，公司是否有自行制定的更严格的内部标准？另外，公司是否获得过相关的认证或荣誉，如 ISO9001 质量管理体系认证、HACCP 食品安全管理体系认证等？这些认证或荣誉是否能够证明公司在食品安全和质量方面的优势和竞争力？

回复：您好，公司始终坚持以质量求生存、以品质求发展的方针，通过制度建设对生产全过程进行严格的质量控制。通过了 ISO9001、ISO22000、HACCP 体系认证、美国 FDA 登记，食品安全管理处于国内同行业领先水平。感谢您的关注。

9、请问公司未来几年业绩预期增长趋势如何。

回复：您好，公司市场前景广阔、战略目标清晰，企业的战略在实施过程中会不断地根据经济形式、消费趋势、内部效能等多方面因素进行校准和更新，公司将保持战略定力、拓展战术方式，通过内生式增长、外延式并购等方式实现公司中长期战略的落地，感谢您的关注。

10、面对当前消费降级的现象是否有利于公司的产品销售？

回复：尊敬的投资者，您好，公司产品为广普性产品，经济发展环境会产生一定影响但不会带来断崖式波动，谢谢关注。

11、请问公司管理层做了哪些工作来提高企业的效益？

回复：您好，公司紧紧围绕“以榨菜为原点，复合拓品类，跨界拓市场，进行矩阵式发展”的战略，年内重构销售组织变革，成立了三大营销职能部门，重点推进“榨菜升级、推下饭菜、榨菜酱上市”三大战略任务的达成，采取以“占领 2 元价格带、轻盐袋装和瓶装榨菜产品推广、大市场打造、下饭菜建立全国市场网络、榨菜酱作为未来支柱品类打造、地面品牌传播”等六大战略动作为抓手开展销售工作，通过布局专业经销商、开发餐饮渠道，同时积极拓展国际业务和线上业务，实现线上、线下业务齐头并进，感谢您的关注。

12、涪陵榨菜今年上半年的销售费用同比减少了 6.22%，其中市场推广费用和销售工作费用减少了较多，而电商费用却大幅增加。请问公司在电商渠道上的投入是否取得了预期的效果？对于电商渠道的发展，公司是否有更多的计划和战略？在电商渠道上的投入是否会对公司的销售额和市

场份额产生积极影响？是否有考虑进一步拓展电商渠道，以应对市场竞争的变化？

回复：尊敬的投资者，您好，电商作为公司重要的补充渠道，需要持续加大投入，确保其收入稳步增长，同时兼顾公司品牌传播作用，电商销售额的增长促进公司业绩增长，谢谢关注。

13、请问公司现在有几个生产基地？都是分布在哪些地方？

回复：您好，公司的生产基地包括重庆涪陵、四川眉山和东北辽宁生产基地，感谢您的关注。

14、请问和 b 站合作的新包装产品，销量情况如何？

回复：您好，该产品刚刚推出，目的是贴近新生代消费人群，销量暂未统计，感谢您的关注。

15、我注意到公司在报告期内的研发费用同比增加了 42.22%，这让我对公司的研发方向和重点产生了兴趣。请问目前公司的研发方向和重点是什么？是否有新产品或技术的研发进展？另外，公司在研发方面是否有与其他公司或机构的合作计划，以加快创新和技术进步的步伐？谢谢！

回复：尊敬的投资者，您好，2023 年 6 月止公司研发投入主要在榨菜定位剖切和筋皮剥撕一体设备、健康益生榨菜新品开发、豆瓣酱产品研发及乌江绿色智能化生产基地设备研发等，谢谢关注。

16、请问公司产品现在出口占比有多少？

回复：您好，当前公司出口占比尚较小，未做单独数据披露，感谢您的关注。

17、请问公司有没有布局零食产业？

回复：您好，公司通过品牌联营的方式拓展休闲类产品，目前已推出“翠小菜”、“开味说”系列休闲产品，未来公司将持续优化布局休闲零食市场，感谢您的关注。

18、明年分红可以加大分红和配股。

回复：您好，公司始终重视对投资者的分红回报，近年来现金分红比例稳中有升，未来公司仍将在实现企业发展的基础上稳步提高回报力度，感谢您的关注。

19、1. 公司存有现金 31 亿元，公司 2023 年前三季度的营收已成定局、加上四季度的营收，其与 2022 年公司的营收基本没有什么差距。2. 2022 年的净资产收益率下降的原因系公司筹集的 31 亿元基本没有使用所致。留有的 31 亿元不如回购股份并注销，以提升净资产收益率。公司有何打算？

回复：您好，公司 2020 年非公开发行股票募集资金需用于建设乌江涪陵榨菜绿色智能化生产基地（一期）项目及乌江涪陵榨菜智能信息系统项目；公司将根据市场及公司实际情况适时论证回购等事宜并按相关规定及时进行公告，感谢您的关注。

20、请问公司今后几年内的业绩发力点是什么？推动业绩成长的主要还是靠榨菜吗？

回复：您好，公司将以榨菜为中心，向“榨菜+”、榨菜亲缘品类、川式复合调料和川渝预制菜四个方向发展，形成品牌、市场、技术、资本、人才及管理优势，在佐餐开味菜行业，采用外生扩张并购和内生创新发展去做大，感谢您的关注。

21、涪陵得天独厚地理条件地产榨菜，而榨菜品牌良莠不齐，乌江榨菜才是上传品牌。浪费者分不清乌江和涪陵关系，也存在不少小作坊，小品牌蹭名字现象。针对这种情况，请管理层发表下相关看法。

回复：您好，公司品牌商标为“乌江”，“涪陵榨菜”为公司上市名称的简称，也是地域商标，涪陵行政区域内的从业企业均可使用。公司自 2021 年开始进行品牌打造工作，品牌建设的任务就是将“乌江榨菜”等于“涪陵榨菜”、等于榨菜，但又不同于其他涪陵榨菜，高于涪陵榨菜；2023 年度公司将紧紧围绕乌江品牌“轻盐、健康”与“乌江不止榨菜”的核心价值开展全年品牌传播，利用互联网平台、地面传播、户外广告及其他媒体等渠道，将“乌江=榨菜”向“乌江=不咸的佐餐开味菜”升级，公司将持续进行品牌打造工作，进一步强化品牌影响力和识别度，感谢您的关注。

22、我注意到公司在中报中并未提及收益凭证的风险因素和风险管理措施。作为投资者，我很关心公司对于收益凭证的风险有何认识？是否有相应的风险管理措施来保障投资者的利益？另外，公司是否有考虑到市场变化和投资者需求的因素，进行相应的风险控制和风险管理？谢谢！

回复：您好，公司购买理财产品均为保本型低风险产品，并且定期对在购理财产品发行机构和相关产品进行风险跟踪，确保资金安全，公司不涉及非保本类理财产品，感谢您的关注。

23、针对公司目前主要集中在榨菜行业的情况，公司是否有计划进一步扩大产品线，涉足其他食品领域？如果有，能否分享一下公司的战略是什么？在扩大产品线的过程中，公司是否会面临什么样的挑战和机遇？谢谢！

回复：您好，公司去年提出了拓品类战略，规划了以榨菜为中心，向“榨菜+”、榨菜亲缘品类、川式复合调料和川渝预制菜四个方向发展，公司产品目前以榨菜、萝卜、豇豆、海带丝等原料为主，今年新推出了四款酱类产品，产品提味增鲜、鲜脆爽口，力求满足新生代对便捷、美味、多元体验的需求，感谢您的关注。

24、作为食品产业最重要的就是卫生生产情况！请问公司怎么做好卫生生产？

回复：您好，公司多年来坚持实施“专业化生产 精益化品质”的质量精品战略，持续提高从业人员全员质量意识，聚焦质量风险点，着重从原料加工对标执行、安全指标逐项监控、供应物资全覆盖检验、升级产品过程质量把关等环节，做到生产精准管控，感谢您的关注。

25、在当前销量下滑和产能过剩的压力下，公司采取了拓展品类和市场的策略，推出了新产品并拓展了市场。这些新产品的销售情况如何？是否能够弥补销量下滑的影响？另外，公司在拓展市场方面有何具体的计划和策略？是否有进一步的市场细分和渠道拓展计划？

回复：您好，公司前三季度销售收入中榨菜占比 85%左右、萝卜及泡菜占比 10%左右、榨菜酱及其他产品占比 4%左右。从量上看，前三季度总体销量同比去年基本持平，其中榨菜小幅下滑，泡菜小幅增长，其他品类（含榨菜酱）同期基数较小因此增长较快。目前公司销售渠道包括线上及线下，目前以线下为主。线下渠道按最终消费场景划分，主要可分为家庭端和餐饮端，其中家庭端是公司传统强势渠道，销售占比超八成；餐饮端为公司近年来着力开拓且增速较快的渠道，目前主要对接连锁餐饮及星级

酒店，是潜力巨大的渠道，未来公司将不断丰富餐饮端产品线，新增豆瓣酱、餐饮泡菜等产品对接餐饮市场，以实现餐饮市场持续增量。线上渠道方面，包括公司自营电商和经销商电商，近年来公司顺应互联网营销大趋势，加大线上渠道建设力度，同时鼓励经销商积极布局发展电商渠道。感谢您的关注。

26、涪陵榨菜的主要业务为方便食品的研制、生产和销售。在这个竞争激烈的市场中，公司在产品研发和市场推广方面有哪些创新举措？公司如何保持竞争优势？另外，是否有考虑过与其他食品企业合作，进行跨界创新，拓展更多的市场份额？

回复：您好，公司去年提出了“双拓”战略，即通过拓展品类和市场，形成榨菜、下饭菜与休闲零食、酱类互相跨界，今年公司持续推动多品类发展，在满足新生代对便捷、美味、多元体验的需求的同时，实现从“小乌江”到“大乌江”的发展，感谢您的关注。

27、我注意到在挖贝研究院的资料中提到宏裕包材与涪陵榨菜建立了合作关系。公司与涪陵榨菜的合作具体内容是什么？是否存在其他潜在合作机会？另外，公司是否计划与其他食品行业的企业展开合作？谢谢！

回复：尊敬的投资者，您好，宏裕包材为公司产品包装袋供应商，目前暂未与其进行其他方面的合作；公司现与部分花生休闲食品、酱类产品生产企业进行合作，谢谢关注。

28、我对涪陵榨菜市场占有率位居前列这一点很感兴趣。想请问一下，公司是如何保持市场占有率的领先地位的呢？是否有进一步扩大市场份额的计划？另外，公司对于竞争对手的威胁有何应对策略？希望能听到您的详细解答，谢谢！

回复：您好，公司紧紧围绕“以榨菜为原点，复合拓品类，跨界拓市场，进行矩阵式发展”的战略，年内重构销售组织变革，成立了三大营销职能部门，重点推进“榨菜升级、推下饭菜、榨菜酱上市”三大战略任务的达成，采取以“占领2元价格带、轻盐袋装和瓶装榨菜产品推广、大市场打造、下饭菜建立全国市场网络、榨菜酱作为未来支柱品类打造、地面品牌传播”等六大战略动作为抓手开展销售工作，通过布局专业经销商、

开发餐饮渠道，同时积极拓展国际业务和线上业务，实现线上、线下业务齐头并进，感谢您的关注。

29、根据半年报数据显示，公司的榨菜销售量出现了下滑，同比下降近 12%。请问公司对于榨菜销售量下滑的原因有何分析？是否存在榨菜产能过剩的问题？另外，公司是否有针对榨菜销售下滑的应对措施？是否有计划调整产品结构或拓展新的销售渠道？谢谢！

回复：您好，销量下滑影响主要是以下几个方面，1. 受大消费市场持续疲软影响，产品终端动销放缓；2. 二季度公司对部分终端老日期产品进行了促销拉动，并放缓了部分经销商的调货；3. 同期部分销售大区受大环境影响，居民备货及居家消费频次增加，销售基数增加，报告期该因素消除销售量同比下降；今年年初公司推出了 60g 策略性产品填补 2 元价格带空缺市场，完善公司价格体系，公司拓市场，持续精耕传统渠道，不断培育做大弱势市场，同时加大力度开拓餐饮渠道，进行多品类矩阵式发展，感谢您的关注。

30、据报道，公司通过科技创新来推动榨菜行业的转型升级和高质量发展。公司在科技创新方面的投入和成果如何？公司是否拥有相关的专利和技术优势？另外，公司在科技创新方面是否有与其他行业合作的计划，以进一步提升竞争力和市场份额？谢谢！

回复：您好，公司作为今年重庆区县唯一入选“双百企业”，我们未来的目标是立足涪陵、放眼世界，充分发挥国有企业“种子”和“头雁”示范引领作用，未来将坚持“科创+、绿色+”，狠抓“产品、品牌、市场、机制”创新，运用数字化变革推动产业升级，切实推动公司高质量发展。年内我们积极对标世界一流企业进行价值创造行动，自今年 5 月份工作启动以来，价值创造行动在产品质量提升、经营管理改进、科技创新赋能、人才队伍建设等方面统筹推进，以进一步提升竞争力和市场份额，感谢您的关注。

31、近五年来，涪陵榨菜集团的榨菜产品出口量呈现明显增长趋势，这一增长主要是由于哪些因素推动的？在国际市场上，涪陵榨菜的竞争力如何？是否面临来自其他国家的竞争？另外，公司是否有计划进一步拓展

海外市场，以应对潜在的竞争压力？谢谢！

回复：您好，公司多年来均有布局国外市场，在2020年6月成立了重庆市道生恒国际贸易有限责任公司专门负责海外市场，乌江榨菜已出口五十多个国家和地区，未来公司将持续开拓、发展海外市场，感谢您的关注。

32、涪陵榨菜的产品在榨菜、萝卜、泡菜等方面的竞争如何？公司是否有计划进一步拓展产品线或者开拓新的市场？另外，对于榨菜行业来说，未来的发展趋势是什么？公司是否有相应的战略布局？

回复：尊敬的投资者，您好，公司所处行业所有品类市场竞争激烈，公司在建的乌江绿色智能化生产基地，将在产能、窖池容量、各品类产品集合生产、数字化营销等方面提高公司生产经营水平，满足市场需求，对于榨菜行业，未来品牌集中度将进一步提高，公司将持续坚持推动精品战略，谢谢关注。

33、关于收益凭证的分类，我注意到公司提到交易性金融资产中的收益凭证主要包含券商端的浮动收益理财产品，其他流动资产中的收益凭证主要包含券商端及银行端的固定收益理财产品。我想请问一下，公司对这两类收益凭证的投资策略有何不同？为什么选择了不同类型的收益凭证？在当前市场环境下，公司如何看待这两类收益凭证的风险和收益潜力？是否能给出一些具体的解释和分析？谢谢！

回复：您好，收益凭证分为保本保息类、保本浮动收益类，会计处理根据不同的产品性质进行分类。今年以来降息不断，各类理财产品收益不断下行，公司经审慎论证，适度加大了保本浮动收益类收益凭证的配置，公司通过各品类组合的形式，在明确保本的基础上追求公司收益的最大化，感谢您关注。

34、投资者对于公司的《中国榨菜城-乌江涪陵榨菜绿色智能化生产基地》项目进展非常关注。项目已经进行了两年半，但只完成了总工程的1%。请问公司对于进度缓慢的原因有何解释？是否存在技术、资金或其他方面的困难？另外，投资者也希望了解公司是否有具体的时间表，计划何时能够将项目建成并投入使用？谢谢！

回复：您好，因募投项目工程量较大，前期涉及工程建设团队及设备



	<p>等招标工作较多，公司募投项目于今年年初开始进行土建工作，预计 2024 年完成部分窖池建设并投入使用，待窖池建设完成后即可开展厂房及生产线建设；与此同时，公司已完成设备招标工作，待厂房建好后设备即可入场安装调试并投入使用，感谢您的关注。</p> <p>35、最近有投资者关注贵司的理财产品风险管理情况。请问贵司在理财产品风险管理方面有哪些具体的措施？是否有专门的团队负责进行风险跟踪和评估？另外，贵司是否有建立风险预警机制，以及如何应对潜在的风险事件？</p> <p>回复：您好，公司建立了《投资理财管理制度》，所购买理财产品均为保本型低风险产品，并由专人负责定期对在购理财产品发行机构和相关产品进行风险跟踪，确保资金安全，感谢您的关注。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2023 年 11 月 17 日