

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：2023-18

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input 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	德邦证券 熊鹏、李欣欣
时间	2023年11月23日下午
地点	加加食品集团股份有限公司宁乡总部
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、现场参观，公司产品展厅及生产车间介绍</p> <p>二、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>三、互动交流</p> <p>问：公司经营方面有怎样的规划？</p> <p>答：公司未来将继续专注主业，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生产、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。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。</p> <p>问：公司的营销渠道是如何布局的？</p> <p>答：公司在精耕传统渠道同时，设立了KA、餐饮、电商、新零售和福利物资五个销售渠道，建立“流通渠道下沉、多渠道发展、线上线下融合”的立体式营销格局。目前主要发力点还是传统渠道，传统渠道做存量部分，新兴渠道做增量部分。</p>

	<p>问：公司目前主要的产品有哪些？</p> <p>答：公司实施“1+1”品牌战略，“加加”专注于调味品，以酱油为核心，产品涵盖食醋、鸡精、蚝油、料酒、味精等；“盘中餐”专注于植物油，产品主要以纯正花生油、花生调和油、茶籽调和油等包装油为主。公司坚持“12345”产品战略，以“零添加”战略单品为主要发力点，同时，继续推进“减盐生抽”、“原酿造”、“面条鲜”等大单品运作，加大味极鲜、金标生抽、草菇老抽等酱油品类的市场推广，加快食醋、蚝油、料酒、鸡精等行业集中度低、成长性大的产品的市场开拓，推进复合调味料、凉拌汁、酱料、汤料、高鲜鸡精五大类产品的研发和市场布局；盘中餐以“花生油”、“花生调和油”、“茶油”为重点产品，向中高端食用油市场发展。</p> <p>问：公司目前有哪些线上销售平台？线上主推的产品是什么？</p> <p>答：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。</p> <p>主推产品有以零添加 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。</p> <p>问：公司的市场定位如何？在市场拓展方面是否有侧重点？</p> <p>答：公司的定位一直是全国性市场，目前公司的核心市场主要有：湖南、湖北、江西、四川、云南、广西等。</p> <p>全国市场按地区划分为 7 个销售市场。不同的市场确实强弱程度不同，针对不同的市场公司做了差异化安排，具体来说：1) 对业务区域进行差异化市场分层，有效招商和布局；2) 制定有针对性提升的市场政策及激励措施；3) 制定“一地一策”的方针策略，激励业务人员通过不同的方式及多元化渠道开拓市场。</p>
附件清单 (如有)	
日期	2023 年 11 月 23 日