

劲仔食品集团股份有限公司

投资者调研接待记录表

证券代码：003000

证券简称：劲仔食品

编号：2024-003

| | |
|---------------|--|
| 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 checked="" 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 | 参与公司2023年度暨2024年第一季度业绩说明会的网上投资者 |
| 时间 | 2024年4月29日 |
| 地点 | 公司会议室 |
| 公司接待人员姓名 | 董事长、总经理：周劲松 董事、副总经理、董事会秘书：丰文姬 副总经理、财务总监：康厚峰 独立董事：陈嘉瑶 保荐代表人：李江娜 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>公司于2024年4月29日15:00—17:00，通过“全景·路演天下”（http://rs.p5w.net）及深圳证券交易所的“互动易”平台“云访谈”栏目（网址：http://irm.cninfo.com.cn）采用网络远程形式举办2023年度暨2024年第一季度业绩说明会，投资者对公司生产经营、业绩情况等方面进行了提问，公司就投资者的相关提问进行了回复。主要内容如下：</p> <p>一、公司2024年营收目标多少？</p> <p>答：您好，公司2024年制定了“三年倍增”的整体目标，公司按照此目标稳健推进。感谢您的关注，谢谢。</p> <p>二、如何保持营收，利润高增长？</p> <p>答：您好，劲仔食品坚持聚焦主业，市场拓展方面：公司坚持全渠道发展思路，核心大单品劲仔“深海小鱼”已经占据细分赛道领先地位，为公司渠道发展打下了坚实的基础，鹌鹑蛋产品增长趋势明显，豆制品、手撕肉干、魔芋等产品均保持稳定增长态势。盈利能力方面：公司将依托现有团队进一步提升公司效益，对于销售费用、管理费用等更加严格地管控和优化，同时关注原材料成本变化，及时调整采购策略，加大供应</p> |

链建设，优化生产工艺，降本增效，提升公司的盈利能力。感谢您的关注，谢谢。

三、请问公司小鱼和鹌鹑蛋产品的核心竞争力是什么？如果同业同步扩产是否能获得相对竞争优势？

答：您好，公司专注休闲鱼制品赛道多年，目前劲仔“深海小鱼”保持市场领先地位，在品牌认知、渠道布建、产品品质、生产制造成本、供应链效率等多个方面占据优势。劲仔于2021年开发出“小蛋圆圆”爆汁鹌鹑蛋产品，一经推出便深受消费者喜爱，同时，公司注重产品品质，持续创新，陆续开发了“无抗鹌鹑蛋”“溏心鹌鹑蛋”等产品。目前，公司按照“十亿级单品”对鹌鹑蛋进行布局，将继续努力，保持市场份额、产品品质的领先地位。感谢您的关注，谢谢。

四、请问公司在产品创新和市场拓展方面有哪些新的计划？

答：您好，渠道拓展方面：公司一方面继续空白区域和渠道的经销商开发，另一方面将继续重视经销商的整体服务能力提升，开发和扶持高质量经销商，帮助提升经销商规模，共同服务好终端，一起做大做强。产品创新方面：公司以“做好吃又健康的休闲食品，改善人们生命质量”为使命，专注优质蛋白健康食材赛道，不断改善产品品质，开发了“深海鳀鱼”、“溏心鹌鹑蛋”、“周鲜鲜短保豆干”等优质创新产品，未来将继续创新，为消费者提供更加美味健康的产品。感谢您的关注，谢谢。

五、如何加大线上销售力度？请问公司计划加大线上销售比例吗？

答：您好，公司高度重视线上渠道的管理和运营，通过天猫、淘宝、京东、拼多多等国内主流电商平台，抖音、快手等新媒体渠道，以及社区团购平台进行产品的销售和渠道建设。2024年以来，公司采取精细化运营，完善产品结构，紧跟新媒体发展趋势，布局短视频、社交平台、达人直播等新兴渠道，建立从头部流量到自播带货的传播矩阵，实现品牌和销量的双重提升。

公司线上渠道目前占比20%左右，符合休闲食品赛道的线上渠道占比情况，公司将继续保持线上渠道占比的稳定趋势。感谢您的关注，谢谢。

六、欧洲杯，奥运会快要到了，是否产品销售有重要的影响？

答：您好，公司劲仔“深海小鱼”等产品适合聚会、追剧、佐餐等多种消费场景，公司针对欧洲杯等活动会开展相关活动，增加品牌曝光，促进产品销售。感谢您的关注，谢谢。

七、北海劲仔小蛋圆圆现有产能多少？什么时候满产运行？

答：您好，北海劲仔已投入生产，正在稳步推进产能提升。感谢您的关注，谢谢。

八、公司成立以来提价多少次？一般多久提价一次？什么情况下可以提价？

答：您好，公司产品在不同的渠道终端销售指导价格会有不同，公司产品的定价会基于产品成本、市场需求状况、市场竞争状况等因素综合考虑确定，目前公司没有进行价格调整，未来会根据市场及公司情况进行评估与调整。感谢您的关注。谢谢。

九、零食行业相对来说进入门槛较低，公司产品的核心竞争力是什么？相较于其他业内公司的同类产品，特点和优势是什么？

答：您好，公司主要有几个方面的优势：1、品牌优势：自成立以来，公司一直高度重视品牌建设和发展，致力于打造国内外知名休闲食品品牌。经过多年的深耕运作，公司的“劲仔”品牌已在全国许多区域的消费者心目中获得了较高的认可度，拥有众多忠实、稳定的消费者。2、质量优势：公司在产品的食品安全方面要求严谨苛刻，建立了从原材料采购、生产、检验到成品出库各个环节的质量控制标准，对整个生产过程进行全面管控，最大限度地把控产品质量安全。3、渠道优势：公司依托销售经验丰富的营销团队，已形成了覆盖全国市场的高效、全面的营销网络体系。依托人员充足、经验丰富的营销团队和优质的经销商客户，公司拥有较强的市场终端渗透能力和敏锐的市场变化感知能力，在业内具有一定的渠道优势。4、技术优势：公司致力于利用现代工业技术改造传统行业，高度重视技术进步和工艺改造，投入了大量资金建设现代化生产基地，积极推进传统风味休闲食品的自动化生产。多年实践经验的积累，公司现拥有风味小鱼加工技术、风味豆干加工技术、

| | |
|----------------------|---|
| | <p>自动化设备生产技术等 44 项行业领先专利技术,使公司在行业竞争中具有一定的技术优势。5、规模优势:公司自成立以来,始终专注并深耕传统风味休闲食品领域。经过十余年的发展,公司在行业内具有一定的规模优势。在行业上游,公司可以利用规模优势合理制定采购计划,面对供应商时有着较强的议价能力;在行业下游,公司具有规模化的竞争优势和较强的品牌影响力,与小规模同行企业相比有更强的市场号召力,对客户的把控较为严格,管理较为规范。感谢您的关注,谢谢!</p> <p>本次业绩说明会的投资者提问与回复情况具体详见全景网“劲仔食品 2023 年度暨 2024 年第一季度业绩说明会”(https://rs.p5w.net/html/142051.shtml)及深圳证券交易所的“互动易”平台“云访谈”栏目(http://irm.cninfo.com.cn)。</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) | |
| 日期 | 2024 年 4 月 30 日 |