

证券代码：300973

债券代码：123179

证券简称：立高食品

债券简称：立高转债

立高食品股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2024-002

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"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>现场交流会</u>
参与单位名称及人员姓名	广州国鼎投资控股有限公司 董化春；深圳汇合创世投资管理有限公司 王兆江；广州理工学院 C.V 证券分析工作室 张嘉俊、陈铭恩；上海扬梦资产管理有限公司 王二鑫；路演光年 庄曼琦；国海证券 景皓；中信证券 江皓云（排名不分先后）
时间	2024年5月14日
地点	广州市白云区云城东路559-571号宏鼎云璟汇2栋5楼会议室
上市公司接待人员姓名	证券事务代表：欧阳群女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>以现场交流会形式，主要交流内容如下：</p> <p>首先介绍公司主要的产品构成及销售渠道：2023年度，从产品收入结构来看，冷冻烘焙食品收入占比约63%，同比增长约24%，增量主要由核心商超、餐饮客户的规模增长贡献；烘焙食品原料（奶油、酱料及其他烘焙原材料）收入占比约36%，同比增长约13%，主要贡献因素依次为稀奶油新品和核心餐饮客户的稳健增长。</p> <p>按最终销售客户类别分渠道看，2023年度，流通渠道收入占比接近55%，同比基本持平。商超渠道收入占比接近30%，同比增长约50%；餐饮、茶饮及新零售等创新渠道收入占比接近15%，合计同比增速接近翻倍。</p> <p>问答环节</p>

问题 1: 公司已经回购 5000 多万, 后续是否还会继续进行回购?

答: 如果回购股份事项完成, 公司将及时按照相关法律、法规和规范性文件的规定履行信息披露义务。

问题 2: 公司目前在营销和推广方面采取的措施?

答: 公司在品牌宣传推广方面, 积极参加行业内比较有影响力的烘焙展会, 比如 5 月举办的 2024 第 27 届中国烘烤展览会, 公司产品吸引了大量关注并为客户提供了多元的产品应用以及痛点解决方案, 都在向客户树立品牌形象和经营赋能。

营销渠道的推广主要分三个渠道:

1、流通饼房渠道主要是通过与大经销商建立合作, 掌握烘焙行业大型经销商合作资源, 可以更好的进行产品导入, 公司积极与行业内大型的经销商建立更深入的合作关系;

2、商超渠道主要是直供客户, 这个渠道主要是通过不断推出更有质量的新品, 以及保证公司对客户需求的服务响应速度;

3、餐饮、茶饮渠道等创新渠道是近年来增速较高的渠道, 公司在业务开拓过程中发现这个渠道很适合导入冷冻烘焙产品, 因为这类渠道一般不会配备专门的烘焙师傅, 但是有很多场景都会使用到烘焙产品, 比如自助餐、下午茶、围餐, 为此公司组建了专门研发团队及销售团队来服务这个渠道的客户, 推出更多适合这个渠道的产品。

问题 3: 公司是否有考虑过通过线上平台拓展销售渠道?

答: 对于线上渠道, 公司目前主要还是与美团、朴朴生鲜等多个主流 O2O 平台建立合作, 希望借助社区电商的优势和力量, 提高公司在消费者的触达力度。

问题 4: 去年有做研发小组改革, 目前的研发考核导向是怎样的?

答: 公司目前以大单品、大客户、大经销商为抓手, 坚持多渠道、多品类发展策略, 这要求我们进一步提升大单品品类的产品品质, 公司已经在精简产品 SKU, 提高投产产品的质量, 所以在研发考核上, 不是一味追求数量上的增多, 会更加注重每一款上新的产品质量能够得到更高的保证。

	<p>问题 5：去年整体物流费用是比较高的，今年在这一块上有什么策略降低费用？</p> <p>答：公司此前的物流运输板块是一个三角形的关系，依次是供应链生产计控部门、实际运输和仓储职责的物流运输子公司致能冷链，以及进行销售活动的营销子公司。营销子公司并不承担对外仓的周转率、库存水位、先进先出等日常管理细节的考核，此前在冷链物流这一块的内部权责关系没有理得很顺。去年年底开始，公司对冷链物流、仓储整个链条的权责关系和业务关系进行重新调整，最新的调整架构是所有外仓仓储以及外仓向客户发货城配业务，由属地的营销中心去负责经营，并且纳入到营销中心在各省公司或者各个区域分公司的业务考核范围内，希望通过这个管理模式，让营销子公司关注仓储及物流运输费用管控问题。</p> <p>问题 6：新品的研发方式？</p> <p>答：产品研发是双向的过程，一方面从市场需求出发，成立产品需求中心进行管理，公司会根据客户提出的需求，结合自身销售研发能力来决定新品的开发；另一方面是公司内部通过市场调研及研发师傅的经验，提出研发思路，主动推出一些新品。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024 年 5 月 14 日