

证券代码: 300999

证券简称: 金龙鱼

编号: 202404

## 益海嘉里金龙鱼食品集团股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	73 家机构, 详见附件 1
时间	2024 年 6 月 13 日
地点	中金 2024 年中期策略会
上市公司接待人员姓名	董事、财务总监陆玟妤女士; 董事会秘书洪美玲女士; 公司市场部总监、包装油事业部总监陈波先生; 证券事务代表田元智先生; 公司 IR 团队: 余嘉钰女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、主要 Q&amp;A</b></p> <p><b>1. 多年来, 市场不断涌现新的粮油品牌与产品, 公司如何应对市场竞争?</b></p> <p>答: 公司从上世纪九十年代开始推出包装油产品, 是食用油包装化和品牌化的开拓者, 所以大家对于市场上的领军品牌, 会有更深刻的印象。随着行业的成长性与机会被大家发现, 市场的参与者也逐渐增加, 这符合商业发展规律。我们认为在品质、品牌、成本等方面的良性竞争, 能够促进行业整体发展。</p> <p>公司在行业竞争中拥有众多优势。首先是企业群的生意模式。公司通常在一个选址中布局多个工厂, 一个工厂的产成品是另一个工厂的原材料, 这样可以降低物流、仓储、设施、管理等运营成本, 在成本节约方面显著优于行业内其他单体工厂。目前, 我们拥有 79 个企业群, 其中约一半是综合性的企业群模式。</p> <p>第二个是我们拥有多元化的销售渠道。对 C 端客户, 我们进入了各大超市、电商平台等。对 B 端客户, 我们与众多餐饮渠道和食品工业渠道客户已经建立良好且稳定的合作关系。这些渠道能够很好的承载我们丰富的厨房食品产品。在饲料原料板块, 我们也与许多大型饲料厂建立了不错的业务往来。</p>

第三个是我们的研发优势。我们建立了领先的研发中心，聘请很多研发人员，深耕农产品与食品领域各方面的研究，近年来推出了MLCT油、发酵空心挂面、发酵豆粕、六步鲜大米等众多产品。

第四个是循环经济的加工方式。以水稻为例，公司将水稻加工成品牌大米，将副产品稻壳用来发电，并从稻壳灰中提取白炭黑、活性炭等高附加值产品，同时，副产品米糠被用来榨取高营养价值的米糠油和米糠粕，做到“吃干榨尽”。这样的模式也同样应用于我们的大豆和玉米的加工中，能够有效提升产品和产业链价值。这个业务模式需要建立在足够的生产规模之上，才能发挥优势。

第五个是品牌优势。公司建立了覆盖高端、中端、大众的综合品牌矩阵，包括金龙鱼、胡姬花、外婆乡、欧丽薇兰等，每个品牌的定位与受众不同，从而应对激烈的市场竞争。

除此之外，我们十分重视供应链管理，从采购到销售，在生产运营的每一个环节，寻找能够降低成本的机会点，从而用最低的成本生产品质最好的产品，来应对市场竞争。

我们十分看好中国食品行业的长远发展，公司这几年一直保持较高的投资规模，不断拓展新的相关产业，新项目可能会影响公司的短期效益，但是这有助于增强公司整体的竞争力。

## 2. 公司毛利率逐年下降，未来毛利率是否会回升？

答：近几年，受原材料价格波动、消费需求、市场竞争等因素的影响，公司的毛利率有所下降。今年一季度，加上不符合套期会计的期货损益后，毛利率大约为6%至7%左右。

对于C端产品，我们预计未来消费者对更健康、更有营养的产品需求会增加，所以持续调整现有业务的产品结构，提升产品的高端化水平。对于B端产品，一方面，B端产品价格与行情的关系更加紧密，所以毛利率水平会和头寸的把握以及套保的操作有关联，另一方面与市场竞争有关，以食用油为例，餐饮渠道的竞争格局仍在发展期，各个厂家还在占领市场的阶段，所以目前更加看重各自的规模与成长能力，待未来发展到一定阶段后，大家可能会开始注重毛利率和利润的提升。同时公司在不断地向下游业务发展，这些新业务的毛利率水平相对更高。所以我们相信公司未来的毛利率会有提升。

## 3. 公司ROIC水平较低，但这几年仍保持较高的资本开支水平，公司如何看待这个问题？

答：由于公司还在不断发展，新项目筹建需要这些战略投入，且项目建成投产之初有一段爬坡期，这会对回报率产生影响。

## 4. 公司作为必选消费品，近期是否感受到消费下降的压力？

答：今年春节前夕消费增长明显，节后消费偏淡，这是正常现象。四月消费出现萎缩现象，五月略有恢复，六月受618和端午节的影响，出现消费小高峰。今年到目前为止，经销商和终端门店的囤货意愿不强，持观望心态，市场整体消费偏弱。

## 5. 公司是否会因此而降低全年经营目标？

答：由于目前只过完了5个月，以当前的经营情况来判断全年的经营

	<p>偏差还为时尚早。更重要的是，粮油产品是必需消费品，人口决定了整体消费量是既定的，只不过消费者的需求可能会在不同结构的产品之间转换，我们有丰富的产品矩阵来满足各类消费者的需求，能够更从容地应对市场变化。另外，我们在全国布局工厂，对于市场变化的反应速度更快，这也是我们的优势。</p> <p><b>6. 公司如何看待线下商场关店潮和消费不景气？</b></p> <p>答：一些超市和卖场关闭受到两方面因素的影响，一个是电商替代，中国有最发达且最丰富的电商业态，而电商行业在过去高速发展的阶段，采用补贴的方式，使消费者以低于实体店的价格，足不出户买到同样的产品，这影响了线下实体店的销售。另一方面与当前消费需求有关，在大家对未来预期信心不足的情况下，商家持观望心态，更为谨慎，从而做出关店决策。</p> <p>对于消费不景气的现象，我们会以需求为导向，提供更多物美价廉的产品。同时，也会通过加强运营管理、降本增效、产品创新等方式提升自己的竞争力来应对挑战。</p> <p><b>7. 公司认为未来哪些业务能够帮助提升营收和利润水平？</b></p> <p>答：我们在食用油行业的占比已经较高，接下来会持续进行产品结构的调整，这对营收和利润都有促进作用。而我们在米、面行业的市占率还很低，公司在米、面及其相关下游产品领域仍然具有广阔的发展空间，随着行业集中度增加，我们盈利能力会进一步提升。长远来看，我们正在发展的下游产品，包括调味品、央厨、玉米深加工等，也会对我们的盈利带来帮助。</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）	附件1《2024年6月13日调研活动附件之与会清单》
日期	2024-6-17

## 附件1《2024年6月13日调研活动附件之与会清单》

ABCI	海通自营	利檀投资	西藏瑞华资本
EIP Alpha	豪山资产	领骥资产	兴业银行
King Tower China Growth Fund	恒健远志投资	留仁资产	幸福人寿
Manulife Asset	恒盈资本	鹏华基金	循远资产
Pinpoint Asset	红杉资本	平安证券	野村东方国际证券
Point72	鸿商资本	瀑布资产	颐和久富投资
Polunin Capital	鸿盛私募	前海承势资本	永禧投资
Sumitomo Mitsui AM-Clients Funds	华宝信托	青沣资产	元兹投资
Willing Capital	华泰资产	沙钢投资	长盛基金
Zhongou Rabbit	华夏基金	尚诚资产	中国人保资产
ZY Investment	华兴资本	申万宏源证券	中海基金
成泉资本	汇丰晋信基金	泰康资产	中金公司
澄明资产	汇华理财	天猷投资	中金银海
创富兆业	混沌投资	天治基金	中略投资
敦和资产	积深资产	同犇投资	中泰国际资产
复星高科技	嘉世私募	外贸信托	中银国际证券
观富资产	景顺长城基金	万丰资产	中邮创业基金
光大保德信基金	景熙资产	西部利得基金	紫金矿业集团资本
归德私募			