

证券代码：002216

证券简称：三全食品

三全食品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-002

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☒业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他
参与单位名称及人员姓名	三全食品 2024 年度业绩说明会采用网络远程方式进行，面向全体投资者
时间	2025 年 5 月 9 日 15:00-16:00
地点	深圳证券交易所“互动易平台” http://irm.cninfo.com.cn “云访谈”栏目
上市公司接待人员姓名	董事长：陈南 财务总监：李娜 独立董事：黄继红 董事会秘书：刘铮铮
投资者关系活动主要内容介绍	1、公司之后的盈利有什么增长点？ 答：您好，公司将持续优化产品品质，提高产品竞争力，深入调研市场需求，精准切入多样化及个性化消费需求，不断创新产品，引领产品升级；持续加强渠道服务质量，为经销商提供市场拓展、经营管理及客户管理服务，提高渠道效率及满意度；继续紧跟市场趋势，抓住新渠道发展机会，快速布局新兴业态，公司跟随零食折扣店迅速扩张趋势，与零食有鸣、鸣鸣很忙集团达成良好合作；持续推进数字化、智能化建设，利用新技术提升生产效率，降低生产成本，提升企业科技创新力和市场竞争力。 2、行业以后的发展前景怎样？ 答：您好，我国速冻食品行业市场规模不断扩大，市场空间广阔。近年来，随着消费者日益多样化的需求，行业品类逐渐多元化，行业渠道也趋向多元化，随着居民消费能力、消费意愿的逐步恢复与提升、餐饮连锁化率的提升以及人口结构的变化，未来速冻食品行业还会有更加广阔的发展空间。 3、公司本期盈利水平如何？ 答：您好，公司 2025 年第一季度实现营业收入 22.18 亿元，净利润 2.09 亿元；自 2024 年第三季度以来，各项经营指标持续向好，感谢您的关注！ 4、想问公司两方面业务：1. 河南全省现已有 7-11 便利店 80 多家，可

	以说是比较少有的省 7-11 独家经营权，但该业务较少信息出现在年报上，能否请您介说说该业务发展情况，门店数量持续增长对上市公司业务增量体现；2. 公司去年 4 季度继续中标军民融合项目，新一年的项目规模是否有所扩大，谢谢 答：您好，1、截止 2024 年 12 月，已有 83 家门店，711 业务收入在“分行业-零售及创新市场”板块中体现，目前占上市公司收入比重不大。后期随着不断开城，门店增加，收入将持续增加。2、军民融合项目规模视需求而定，我司持续进行产品研发，并做好产能储备，以更好获取订单。感谢您的关注！ 5、公司账上现金逐年增长，目前已高达 30 亿余，公司一无大的资本开支了，二无明显并购意向，公司自身发展又能持续产生可观的现金流入。在当下愈发重视股东回报的氛围下，公司能否增加半年报分红，切实回馈广大股东，提高股东们的股息率，谢谢。 答：您好，公司董事会将会在充分考虑公司未来内生及外延增长目标所需资本开支规划的基础上，坚持“长期、稳定、可持续”的多渠道股东回报机制，适时调整分红政策，与广大股东共享公司发展成果。感谢您对公司的支持与关注！ 6、关于销售战略，据 24、23 年年报，公司经销商数量在缩减（按老经销商计，两年减少 20%），另一个事实，公司总营收以及经销商体系的营收都减少，公司真的确认缩减与经销商的命运共同体的方向正确？直营电商，在 24 年取得不错增长，公司真的认为直营电商是销售改革的增长方向？笔者在公司京东自营店的网购体验（状元荠菜饺子 1 公斤袋装*4 袋）很差，为保温不得不过度包装，电商自营不可能做大规模。这是速冻品性质决定的。谢谢 答：您好，公司在经销商管理服务方面持续优化，通过减少低效客户数量、扶持弱势区域客户、对优质高增长客户提供贴身服务等措施，提升公司与客户间的合作粘性及满意度。近年来随着消费者的消费习惯变化，渠道结构也发生了重大的改变。电商渠道已经成为公司重要的收入增长点以及产品、品牌宣传渠道。通过引进专业团队、优化组织管理、强化运营能力等措施，公司直营电商渠道 2024 年营收高速增长，盈利能力持续改善。 7、您好，请问劳务外包情况。24 年报数据：外包小时 998 万小时，报酬 3.69 亿元，折合 37 元/小时，（注：深圳 25 年的小时工资最低是 24 元），同时，公司现金流量表显示支付员工薪酬 9.9 亿元，外包的一块就达到 3.69 亿元，现在用工成本压力是不是很大？谢谢 答：您好，我司外包员工含生产机器手等技术工人、搬运工等高强度工人；劳务支出含工资、工伤保险等费用。感谢您的关注！ 8、公司营收自 22 年达到高点后，后续两年逐年下滑。您认为，公司今后从哪些方面着手，能够重新恢复业绩增长，谢谢 答：您好，公司始终坚持稳健但不失进取的战略思路，合理制定经营策略，通过品类延伸，场景开发、业务发展实现长期业绩的可持续增长。公司将继续强化消费者洞察能力，在多元化、个性化趋势下加强产品创新，开发更多适应不同消费需求的产品；在深耕传统线下优势渠道的同时继续强化连锁餐饮、电商、新零售等新兴渠道业态的扩展，营销端适时发力，提高新兴渠道渗透率，优化渠道结构；持续推进数字化、智能
--	---

	化建设，围绕生产、销售、渠道、财务、质量等多维度业务信息系统；推动建设公司数字中台，提升企业科技创新力和市场竞争力；积极推进更加市场化的考核机制，激发团队的内在活力与创造力，在市场竞争中专注主业，提升核心能力，实现可持续、高质量发展。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 5 月 9 日