

证券代码：300783

证券简称：三只松鼠

三只松鼠股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2024-001

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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	具体参与单位名称及人员姓名见附件
时间	2024年3月26日
上市公司接待人员姓名	董事、董事会秘书：潘道伟先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>整体介绍</p> <p>3月26日，公司披露《2023年年度报告》，营业收入71.15亿元；净利润2.20亿元，同比增长69.85%；扣非净利润1.02亿元，同比增长148.72%。在“高端性价比”战略推动下，报告期内公司第三、四季度迅速实现业绩逆势增长，合计贡献增量超10亿元，为2024年货节的大幅增长奠定坚实基础。</p> <p>交流问答</p> <p>1、2023年公司经营情况如何？</p> <p>答：2023年度，公司营业收入71.15亿元，同比基本持平。从分季度来看，第一季度处于战略导入初期，叠加年货节前移，对当季度营收影响较大；但从第二季度开始，公司积极拥抱短视频新渠道、发挥自主制造优势强化核心品类竞争力，实现季度营收同比基本持平；第三和第四季度，“高端性价比”战略成果初显，两季度合计营收增量约10亿，</p>

实现较大幅度增长。其中短视频电商贡献主要增量，小鹿蓝蓝在第四季度营收增长的同时，实现扭亏为盈。

2、“高端性价比”战略如何解读？

答：“高端性价比”是指基于市场需求为导向，以消费者为中心，创新为主导，通过对全链路、全要素的整合重组，做到“链路更短、工具更先进、组织更协同”，实现全品类、全渠道在交易全链路总成本领先的基础条件下，实现产品更高品质，更有差异化、价格更亲民，同时叠加松鼠品牌力，让消费者重新感受到品牌新价值。其本质是从原料、制造到交付的一二三产深度融合下生产经营效率大幅提升的先进生产力，是新质生产力在坚果行业的松鼠实践。

3、“高端性价比”战略提出背景是什么？

答：公司于2022年底率先提出“高端性价比”战略。其提出的背景是公司认为中国零售行业正在发生一场深刻的供需全域大变革，其特征是总供给过剩且供给方式多元与总需求相对不足之间的不平衡。第一是产品层面，基于完善的食品制造基础设施，零食品类供给大于需求；第二是渠道层面，随着“AI数字化、城镇化建设、交通物流”三大基础设施的完善，流量高度分化，触达消费者的渠道呈现多元特征，成本也更低；第三是需求层面，更加理性化，更关注性价比。基于上述背景，公司充分借助过去十几年供应链纵深经验，深入二产自主制造，确立“高端性价比”战略，从而持续向消费者提供质高价优的坚果及好零食。

4、抖音渠道增长迅速，其战略定位是什么？

答：2023年度，抖音渠道营收12.04亿，同比增长118.51%，其中下半年度营收7.68亿，同比增长超260%。

抖音是公司“抖+N”全渠道协同体系的重要基础。其具备两大优势，第一是能够通过商品与运营的匹配，快速建立规模优势，从而以优质渠道牵引供应链变革，进一步实现全链路、全要素成本优化，从而全面提升产品竞争力快速渗透供应链；第二是内容属性，叠加公司在内容创作与品牌运营的长期经验，能快速提升全国化品牌势能，进而赋能销售转化。报告期内，公司全面拥抱抖音短视频电商，打造了罐装每日坚

果、随心装夏威夷果、鹌鹑蛋、沙琪玛、鳕鱼肠等多款大单品，均位列抖音对应类目 TOP1。

5、公司为何将重点发力线下分销？

答：公司于 2021 年开始布局线下分销业务，起初基本以年节销售及礼盒产品为主。随着“高端性价比”战略的提出，分销渠道迎来了新的发展机遇——日销品持续贡献增量。“高端性价比”改变了过去的损益模型，产品不再因为层层加价导致终端售价高企，而是通过“两选三对标”保证终端产品价格与质量的竞争力。报告期内，公司线下分销业务实现营收 16.41 亿元，其中日销品贡献超 30%，实现从年节转向日销的可持续发展，平抑季节性波动的同时，带动规模与盈利能力的双提升。2024 年，公司将重点聚焦分销业务，逐步推动日销品区域化深度分销的打造。

6、公司在坚果供应链上做了哪些布局，未来如何规划？

答：公司目前已全面进入坚果品类的自主制造环节，构建了以“礼包分装、每日坚果、夏威夷果、碧根果、开心果”等品类的自动化产线升级，并与世界 500 强翱兰国际合资建成产线，同时以自主制造为关键点渗透到原料产地，实现了全链路成本的优化。报告期内，公司坚果品类营收占比为 53.59%，其中坚果自产比例约四成，未来将持续加大自产占比。同时，公司将持续以“一品一链”为核心，通过全球视野持续夯实坚果主品类，做强一批大单品。

7、公司今年年货节为什么做的比较好？

答：今年年货节取得较好成果的原因，不仅在于“高端性价比”战略的正确性，同时也在于组织高度协同与精益管理理念的贯彻执行。一方面通过精细化管理，实现损耗与库存的最小化，另一方面通过品销协同，实现全链路、全要素的成本优化，小至一个纸箱的节约、一次搬运流程的改善，真正减少管理的无效环节，从而实现全链路总成本最优与组织的高效协同。

8、如何看待公司和量贩零食之间的关系？

答：中国休闲食品市场很大，对于公司而言，重点是把核心品相供

应链做到极致，从而在品质、价格、品牌等方面具备竞争优势。头部量贩体系在逐步走向主流的过程中，必然需要质高价优的优势单品，而当三只松鼠的产品优势足够大时，双方自然能建立良好的合作。同时，从竞争角度，公司线下社区零食店采取差异化模式，是基于对量贩零食业态长期分化趋势的判断，立足自有品牌，充分发挥供应链优势所开创的新店型，致力于为广大社区家庭提供丰富的质高价优好零食。

9、小鹿蓝蓝当前发展情况，未来有何规划？

答：小鹿蓝蓝是公司重点孵化的子品牌，历经三年发展已经成长为一个年销超 5 亿规模并有较高知名度的品牌。报告期内，公司进一步完善了“零食、辅食、营养品”三大品类矩阵的搭建。未来，小鹿蓝蓝将以“儿童高端健康零食”为全新差异化定位，开启核心大单品在全渠道矩阵的渗透，将极大改善经营能力，并有望开创一个全新品类。

10、未来公司是否会孵化打造 10 亿级的品类品牌？

答：2023 年，公司以“高端性价比”为总战略，聚焦坚果品类深耕，推动零食大单品，初步构建了“全品类”新基本盘。在夯实坚果大单品矩阵的同时，打造了一大批具备发展潜力的零食大单品。未来公司将持续以“一品一链”为核心，做强大单品，不排除进一步打造品类品牌的可能。

11、“品销合一”下，公司的组织与管理发生了哪些变化？

答：当前公司的组织发生了较大的变化，摆脱了过去电商时代的组织惯性，以德鲁克、戴明管理理念为指导，实现精益化管理。“品销合一”具体是指聚焦“产品、市场、渠道”三个关键环节高度平衡，实现以市场为导向，以消费者为中心并高度协同的网络化组织，进而向市场和消费者交付“高端性价比”的产品。2023 年度，公司初步打造“品销合一”的组织形态与协同的组织价值观，初步实现“业务、供应链、组织”的结构化重构或升级，从而助力业务可持续发展。

12、公司 2024 年的具体规划？

答：“让坚果和好零食普及大众”为使命，以“国民零食、国民好价”为品牌总定位，坚定“制造型自有品牌零售商”的商业模式，坚持

	<p>“高端性价比”为总战略，坚守“全品类、全渠道”的经营方式，发挥公司创新基因，不断把公司的发展带上另一个新高度。2024年公司规划的总体目标是：“重回百亿，在全中做强”。具体来看，一是以“一品一链”为核心，做强一批大单品；二是以“抖+N”协同为核心，做强全渠道；三是以“品销合一”为核心，做强新组织；四是以“儿童高端健康零食”为定位，做强子品牌小鹿蓝蓝。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024年3月26日

附件

参与机构单位名称及人员姓名：

序号	机构名称	人员姓名	序号	机构名称	人员姓名
1	国泰君安证券	訾猛、陈力宇、杨柳、闫清徽	49	景顺长城基金	肖峰
2	中邮人寿保险	孙婉宁	50	京管泰富基金	王欣伟
3	中银基金	蔡国栋	51	建信保险资产	张旭菁
4	中银国际证券	胡晓航	52	嘉实基金	李亨通
5	中信证券	汤学章、陈金璐、赵康	53	汇华理财	游彤煦
6	中信建投基金	崔晓雯	54	汇安基金	王苏煦
7	中泰证券	唐朝	55	华鑫证券	孙山山、张倩
8	中金公司	武雨欣、方榕佳、项洪波	56	华西证券	卢周伟
9	招商证券	蔡靖	57	华泰资产	董懿夫
10	长盛基金	吕睿竞	58	华泰证券	逯海燕、倪欣雨、朱骏
11	长江证券	丰一凯	59	华金证券	林挺
12	永赢基金	黄韵、秦秀娟、郑州杰	60	华富基金	卞美莹、王叶
13	银华基金	洪亦秋	61	华安基金	李杨
14	易方达基金	黄逸群	62	弘毅远方基金	王鹏程
15	兴华基金	崔涛、任选蓉	63	合煦智远基金	张夺
16	星泰投资	vivian	64	杭银理财	徐廷玮
17	信达证券	程丽丽	65	海通证券	张宇轩
18	鑫元基金	姚启璠	66	国投证券	王玲瑶
19	西南证券	张颢蓝	67	国投瑞银基金	冯新月
20	西藏银帆投资	曹梦迪	68	国华兴益保险资产	韩冬伟
21	西部证券	郭亦骏、黄欣培	69	国海证券	秦一方、黄诗汶

22	无锡汇鑫投资	杨君弈	70	国海富兰克林基金	赵钦
23	万家基金	王丁	71	广州惠泰私募证券	王健
24	天治基金	王策源	72	广发证券	胡慧
25	天风证券	胡世炜	73	光大证券	董博文
26	太平洋资产	白嘉怡	74	工银瑞信基金	张杭
27	神农投资	赵晚嘉	75	富国基金	徐哲琪
28	康曼德资本	万宣宣	76	沅京资本	景戎鑫
29	深圳奇盛基金	吴涵泳	77	方正证券	毛学东
30	申万宏源证券	赵玥、熊智超	78	敦和资产	丁宁
31	迎水投资	林叙希	79	东兴证券	王洁婷、孟斯硕
32	沃珑港投资	陈宇琪	80	东吴证券	杨默曦
33	同犇投资	韩冰洁	81	东海证券	曹子渊、万静
34	慎知资产	张海涛	82	东方证券	张玉洁
35	山楂树基金	岳路路	83	递归资产	陈曦
36	明河投资	葛天惟	84	大家资产	李德宝、钱怡
37	名禹资产	刘宝军	85	财通证券	李茵琦
38	理成资产	林丽芬	86	兵工财务	肖扬
39	玖鹏资产	王语加	87	北京源峰基金	付竹云
40	鹤禧基金	王帆、程亮	88	北京金百镭投资	孟博
41	和谕基金	笪菲、李禹蒙	89	北京和聚基金	马衡
42	山证资产	李培玉	90	北京国际信托	陈凯南
43	厦门坤易投资	郑婷	91	北京高信百诺投资	王慧怡
44	浦银安盛基金	李俐璇	92	北京沅沛投资	李爽
45	磐厚动量（上海）资本	张云	93	Schroders	Candice Chen

46	宁波盛世知己投资	王浩	94	Grand Alliance Asset Management Limited	Tiana Zhou、翁子康 Jacky
47	南方基金	李榴心	95	CM SECURITIES INVESTMENT	许科 CharleyXU
48	民生证券	张玲玉			