

证券代码：603719

证券简称：良品铺子

公告编号：2022-020

## 良品铺子股份有限公司 关于接待机构调研的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

良品铺子股份有限公司（以下简称“公司”）于 2022 年 3 月 21 日通过电话会议交流的形式接待了机构调研，具体情况如下：

### 一、调研情况

- 1、时间：2022 年 3 月 21 日 16:00--17:00
- 2、调研方式：电话会议交流
- 3、调研机构：天风证券、国泰君安、申万宏源、光大证券
- 4、公司接待人员：董事、副总经理、董事会秘书、财务负责人：徐然  
证券事务代表：罗丽英

### 二、交流内容概述

公司就 2021 年度业绩以及产品运营、细分市场拓展、渠道运营等内容做了介绍。主要交流互动内容如下：

1、请问 2021 年公司在产品策略上的亮点是什么？

答：2021 年，我们通过建立新的产品运营矩阵，提升产品运营效率，打造了首个 5 亿级大单品产品猪肉脯。围绕用户在健康营养方向的口味升级需求，公司聚焦高蛋白猪肉市场的机会进行品类创新，研发出好吃更营养的“高蛋白肉脯”，借助品牌营销的最大化渗透，打造猪肉脯用户心智第一选择，抢占先机引领新的增长机会，2021 年猪肉脯产品全年终端销售额突破 5 亿，同比增幅超 41%。

同时，公司重塑产品上新流程，建立 35 天快速产品上新机制，全年累计上新的产品共计 49 款，打造了黑麦吐司、大波浪面包等多款上市不足 6 个月即实

现全渠道终端销售额过千万的单品，满足广大消费者追求口味创新的消费需求。

2、可以介绍一下公司在儿童零食细分市场上取得的成果吗？

答：2021年，公司的儿童零食品牌“小食仙”全渠道终端销售额为4.17亿元，同比增长41.17%，其中，健康营养棒棒（糖）系列终端销售额达到1.28亿，占比超过30%，成长为明星系列，带动品牌整体成长。2021年推出了28款儿童零食新产品上市，销售占比35.17%，新品创新助力品牌快速成长。

同时节令礼盒方面，针对用户节庆送礼需求打造了品类丰富、产品组合多样、包装精美的礼盒。2021年公司全年礼盒品类产品营业收入较上年增长72.10%。

3、请介绍一下公司线下渠道拓展情况及成果。

答：截至2021年底，公司的线下门店数量近3,000家，2021年公司新开门店共计619家，其中直营门店185家，加盟门店434家。2021年公司围绕单客离店经营，依托本地生活服务、阿里生态、微信生态，整合优质离店资源，拓宽门店服务范畴及半径，多维度拓展和经营店圈流量，沉淀私域用户，2021年度微信公众号净增粉丝269万，同比增加81.2%，企微私域好友数达成1,606万。2021年离店业务终端销售额增长32.74%。

4、线上业务表现如何？

答：2021年，面对线上经营环境变化，公司将传统平台电商业务策略由流量运营转变为精细化用户经营，围绕行业呈主力增长趋势的人群目标做渗透，匹配用户的偏好产品及导购内容，通过爆款打造、节奏控制等策略举措，经营效益不断向好，优质会员数量持续增长。

在社交电商渠道上，公司深度与抖音、快手超头部达人合作，在年货节期间，与重点合作达人合作，实现单场直播成交额突破5,800万元；在2021年，公司荣获“抖音食品自播专场销售额TOP1”、“抖音食品行业单日销售TOP1”、“抖音食品单链接销售额TOP1”荣誉称号。

随着社区电商的兴起和规模的快速扩张，公司快速布局，通过美团优选、兴盛优选等社区团购平台，实现对社区用户的渗透覆盖。

2021年线上业务营业收入较同期增长21.42%。

5、公司在产品研发上的优势与举措是什么？

答：公司拥有高水平的研发团队，先进的研发设备和实验室资质，并建立了

自己的品控实验室，通过了国家级实验室（CNAS）认证。同时公司拥有广泛的外部协同研发资源，目前已经与中国农业科学院、中国食品发酵工业研究院、湖北省农科院、中国农业大学等科研院所和高校展开了深度食品研发合作。2021年，公司持续加大在品类研发上的投放，聚焦核心品类研发，围绕儿童、女性、健身、茶歇等细分人群与场景的特殊需求，开发出了 86 款上市产品及 47 款储备产品；同时启动了 19 项技术创新项目，通过产品/包装落地新型膨化技术、植物肉生产加工技术、三减（减油减糖减盐）技术，无糖技术等先进食品营养健康加工技术持续提升产品品质。

特此公告。

良品铺子股份有限公司董事会

2022 年 3 月 22 日