

证券代码：002650

证券简称：加加食品

## 加加食品集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-07

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他：电话会议
参与单位名称及人员姓名	2022年5月19日上午10:00-11:00 国信证券                                刘匀召 金泊投资                                陈佳琦  2022年5月20日上午10:30-11:30 天风证券                                梁甜、周嘉钰 中睿合银                                杨坤山 守正基金                                吴钰衍 丹桂顺资管                              钟震、游艺 红土创新基金                            张洋 玄元投资                                贺佳瑶 恒大人寿                                袁一丹
时间	2022年5月19日上午10:00-11:00 2022年5月20日上午10:30-11:30
地点	加加食品集团长沙办公室 （芙蓉中路478号，运达国际广场写字楼7楼）
上市公司接待人员姓名	董事会秘书                            杨亚梅
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、加加食品集团股份有限公司基本情况介绍</b></p> <p>加加食品创建于1996年，2012年1月在深交所上市，是公司所在地本土首家上市公司，被誉为“中国酱油第一股”。公司创始至今一直致力于酱油的研发、生产和销售，是国内酱油行业中拥有全国性品牌影响力和渠道覆盖度的企业之一。</p> <p>公司主要业务和产品涉及酱油、植物油、食醋、鸡精、蚝油、料酒、味精等的、生产及销售，产品广泛用于日常生活所需食品的烹饪及调味。“加加”酱油和“盘中餐”食用植物油是公司的核心产品，具有广泛的品牌知名度和美誉度。</p> <p><b>二、互动交流</b></p> <p><b>问：2021年度公司业绩变动主要受哪些方面的影响？</b></p> <p><b>答：</b>2021年是公司变革之年，期间内疫情反复、材料价格上涨、新兴渠道竞争激烈等，调味品整体行业受到冲击和考验，公司也面临前所未有的挑战。</p> <p>2021年公司业绩出现亏损的情况，主要有以下原因：1) 传统渠道受新兴渠道冲击，收入规模下降；2) 原材料价格上涨，行业利润减少，生产端成本压力增加，整体毛利率下降；3) 公司为稳定市场份额及拓展新增业务区域，加大了产品</p>

促销力度，增加了一线市场业务人员以及费用投入，销售费用增加；另一方面，为了人员稳定，凝聚人心，去年做了股票期权激励，薪酬结构也做了调整。4) 基于谨慎性原则计提了减值准备，信用及资产减值损失增幅较大。

综合以上因素，造成公司净利润较上年同期降幅较大，出现亏损。

**问：疫情对公司销售有什么影响？**

答：疫情的影响不仅是我们公司，整体行业甚至整体经济都有不同程度的影响。主要体现在三个方面：一是业务人员出行受限，业务拓展难度增加；二是物流有不同程度的影响，运输和交付时间受阻；三是最显著的表现原材料价格上，受贸易、疫情等因素的影响导致原材料价格波动较大。

**问：公司目前会有新品上市吗？针对线上销售端会如何安排呢？**

答：公司有一直在推新品，目前正加大对“减盐生抽”系列的产品推广力度。公司会根据市场情况，对产品做相应的调整和转型，以适应线上、线下不同的销售模式。

传统销售渠道和新零售销售渠道是息息相关的，线上线下一体化是更有利推动的方向。目前公司在线上利用抖音、快手、小红书、B站、网红带货等新兴渠道的媒体属性和渠道属性，推进产品品牌影响力建设，进而推动产品销售；线下渠道拓展方面，我们将创新一些新的商业模式或合作模式，向业务合作商以及战略伙伴商的模式转变，做大商的形式，共同面向市场。

**问：2021年11月份公司对产品进行了提价，目前价格传导怎么样？什么时候能看到效果？**

答：我们是去年11月针对原材料上涨的情况做的提价，主要针对调味品，总体平均调价幅度在5%左右，价格传导情况比较良好，提价的效果最终会通过财务数据体现，可以关注定期报告。

**问：今年公司主要发力点在哪些方面？未来向高毛利产品转移的规划是怎样的？**

答：公司今年还是会从渠道、产品、组织结构等方面，做优化调整。1) 从渠道方面来说，公司主要发力点还是传统渠道，通过设立子公司或者合资公司，利用合作方的优势资源，实现资源的优势互补，寻求多元化渠道发展，争取在新零售渠道、餐饮渠道有所突破；2) 从产品方面来看，重点布局以减盐系列产品为代表的中高端产品，加强高毛利产品的推广和销售工作；3) 组织结构方面，会侧重对销售人员的考核，结合数字化的管理模式，在考核销售收入的同时，加强高毛利产品推广的考核。

**问：减盐产品的占比有多少？减盐产品作为战略性单品有哪些优势？**

答：2021年减盐生抽系列占酱油类产品营业收入的7%左右，今年公司还是会继续加大对“减盐生抽”系列的产品推广，希望今年在“减盐生抽”系列这个单品上业绩有所突破。

减盐产品的优势，我们认为主要有以下几个方面：1) “减盐”这个理念我们是在2019年提出来的，近几年通过不断的技术改进，目前已研发出：特级减盐生抽、特级减盐味极鲜、特级减盐金标生抽等一系列减盐产品，形成了减盐产品矩阵。2) 公司采用先进的日式高盐稀态工艺、恒温酿造，并结合数字化酱油工厂的

先进控盐技术，将减盐系列产品盐分降低；3) 公司集中并整合优势资源，把减盐系列产品作为战略性单品进行推广和销售。近期公司合资成立了加加味业(湖南)有限公司，利用产品优势、广告资源优势和销售渠道优势整合，集中力量做减盐系列产品推广和销售。

**问：目前公司各个渠道的占比情况怎么样？**

答：当前主要还是传统渠道在发力，其他渠道的占比较低。2021 年公司在经销商渠道、市场下沉有做比较大量的工作，我们的规划是传统渠道做存量市场，新兴渠道做增量市场，未来希望在新兴渠道有所突破。

**问：公司的市场分布情况怎么样？其中湖南市场大概占比多少，近几年的发展情况怎么样？**

答：公司一直做的都是全国性的市场布局，我们的核心市场包括：湖南、湖北、江西、四川、云南、广西等。我们将全国市场按地区划分为 7 个销售市场，其中华中地区 2021 年的销售收入占比约为 36.56%，华东地区占 27.02%，西南地区占 20.67%。作为湖南本地品牌，湖南市场发展相对比较稳定。

**问：经销商今年还会继续拓展吗？会以哪些方式来吸引经销商呢？**

答：去年我们在经销商方面也做了一些工作，数量上看有一定的增长，同时也从质量方面也做了调整。公司今年会依旧坚持从产品质量、提高服务、创新合作模式等方面，吸引优质的经销商。

**问：关于今年原材料的发展趋势您怎么看呢？**

答：原材料的波动受各方面因素的影响，给行业带来了一定的生产成本压力。为了应对原材料上涨带来的影响，我们去年已经做了提价。另外针对部分进口原材料也在积极寻找国内更优质的供应商。同时也会及时跟踪白糖、大豆等原辅材料价格变动趋势，提前做好采购计划，强化数字化线上采购，通过与网采平台合作，扩大供应商招募，系统性的做好成本管控工作。

附件清单  
(如有)

日期

2022 年 5 月 20 日