

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：2022-17

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	东北证券                                      吴兆峰、郭梦婕 高鹏私募基金                               苏波、王宇韬
时间	2022年10月28日下午
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>一、公司介绍</p> <p>二、加加食品集团股份有限公司基本情况介绍</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>三、互动交流</p> <p>问：公司减盐系列产品目前市场拓展情况如何？</p> <p>答：“减盐”是公司的战略单品，一直在研发和工艺上不断的创新和改进，无论从品质还是销售渠道都有针对性的区割，有一定规模且处于稳定增长状态。</p> <p>问：原材料持续上涨，对公司成本端的影响大吗？</p> <p>答：原材料持续上涨是导致公司毛利率下降的重要原因，为了尽可能缓解原材料成本上涨带来的压力，去年公司就针对性做了相应的规划和调整：1) 产品重心向高毛利方向倾斜；2) 组织架构更加趋向扁平化和高效；3) 渠道方面多种创新模式，多元化布局；4) 多措并举控制成本，通过提高生产效率、节能降耗等持续挖潜成本效益。今年也一直朝着这些方面持续努力。</p> <p>问：疫情对公司的影响有哪些？</p>

答：疫情管控已经趋于常态化了，虽然有一定影响，但公司也在根据市场的情况不断地调整企业的渠道和供应链管理，以便更好更快地应对变化。

**问：公司的市场布局如何？一线城市铺货情况怎么样？**

答：公司的定位一直是全国性市场，在不同市场确有强弱程度差异，一线城市当然也是我们重点布局的方向。

**问：目前公司线上的销售平台有哪些？**

答：公司目前线上在售平台有天猫、京东、苏宁、拼多多、快手小店、抖音抖店等。公司利用线上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。

**问：今年公司的营业收入目标指引是多少？目前完成情况如何？**

答：公司《2021年股票期权激励计划》中，设定的业绩考核目标是营业收入不低于20亿元。截至到2022年9月30日，公司完成营业收入12.72亿元。

**问：今年的经销商拓展情况怎么样？**

答：从去年开始，我们在经销商方面做了一些工作，招商工作方面更加注重经销商质量的考量。公司始终坚持从产品质量、提高服务、创新合作模式等方面来吸引更多优质的经销商。

**问：公司对业务员的考核和管理有什么新的政策吗？**

答：今年对销售人员的考核标准及导向性相对往年更明确，加重了高毛利产品占比的考核指标，考核系数也做了相应调整，采用了滚动式平衡及强激励的模式。同时通过数字化和信息化的管理，提升业务员的整体市场服务水平。

**问：公司今年在广告投放方面是如何规划的呢？**

答：公司目前主要还是传统渠道在发力，传统渠道做存量，新兴渠道做增量，在稳定传统渠道的基础上，加大了新兴渠道的投入，广告投放相对以前会更加精准。

**问：公司近期是否有新产品上线？**

答：公司一直以来重视产品的研发和质量，目前标注零添加的系列产品的升级，我们的零添加是指0%添加白砂糖、0%添加转基因脱脂大豆、0%添加防腐剂、0%添加食用香精。

附件清单  
(如有)

日期

2022年10月28日