

证券代码：002991

证券简称：甘源食品

甘源食品股份有限公司
投资者调研活动记录表

编号：2023-003

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 checked="" 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	线上参与 2022 年度业绩说明会的投资者
时间	2023 年 4 月 27 日（星期四）下午 15:00—16:00
地点	公司会议室
公司接待人员姓名	董事长 严斌生先生；副董事长 严海雁先生；董事会秘书 张婷女士；财务总监 涂文莉女士；独立董事 刘江山先生
形式	网络线上
投资者关系活动主要内容介绍	<p>2022 年年度报告及 2023 年一季报业绩情况说明：</p> <p>2022 年度，公司实现营业收入 14.5 亿元，较上年同期增长 1.57 亿元，同比增长 12.11%；实现归母净利润 1.58 亿元，较上年同期增长 465 万元，同比增长 3.03%；实现扣非后净利润 1.48 亿元，较上年同期增长 16.16%。2023 年一季度，公司实现营业收入 3.9 亿元，较上年同期增长 7,097 万元，同比增长 22.15%；实现净利润 5,516 万元，较上年同期增长 3,264 万元，同比增长 145.02%；实现扣非后净利润 4,934 万元，较上年同期增长 103.08%。</p> <p>投资者交流问答情况：</p> <p>问：公司口味型坚果中，排名前三的大单品及体量？如何考量坚果和味型的匹配度？</p>

答：尊敬的投资者，您好！调味坚果系列是公司深度研发的创新性坚果产品，目前夏威夷果仁、松子仁和腰果的销量较为领先。

问：公司一季度八个渠道事业部的增量贡献？哪些渠道达到预期，哪些有待改进？

答：尊敬的投资者，您好！公司目前将销售部门划分为八个事业部：袋装事业部、散装事业部、零食直营部、高端会员部、电商事业部、流通事业部、特渠事业部与出口事业部。2023年第一季度，零食直营部、高端会员部、电商事业部市场表现突出，做出了增量贡献。

问：如何评价电商模式的2022年营业收入同比下降5.62%？

答：尊敬的投资者，您好！公司电商模式的2022年营业收入同比下降主要原因系线上渠道发生变化，传统电商平台成长受限。公司于第四季度积极转变线上经营策略，顺应线上变化趋势，借助抖音、快手等在内的新电商平台拉动新增长。目前，电商销售情况在2023年第一季度已有明显改善。

问：综合果仁及豆果系列的2022年营业成本同比上升45.27%，请问原因是什么？

答：尊敬的投资者：您好！根据公司2022年年度报告，公司综合果仁及豆果系列2022年营业成本同比上升27.78%，营业收入同比上升29.27%，收入增长率略高于成本增长率。

问：请问在公司的员工持股计划及股权激励计划中，对应的2023年业绩考核目标是否不变？

答：您好，暂时没有调整计划，如有调整情况，将按照法规要求进行信息披露。

问：请问公司2023年的营收计划是多少亿？

答：您好，为促进公司长期、持续、健康发展，公司在2022年已推出2022年

员工持股计划，未来公司将努力实现既定的业绩考核指标。（上述经营目标不代表公司对未来业务的盈利预测或业绩承诺，公司实际经营情况受各种内外部因素影响，存在不确定性，敬请投资者注意投资风险。）

问：请问从现在的零食渠道来看，不同渠道的规模和增速是怎样的？未来公司有什么着力的渠道吗？

答：尊敬的投资者，您好！零食渠道量贩店主打性价比、品类丰富度高，以多品类、低折扣吸引大量消费者，呈现较快增长趋势。公司与零食很忙、零食有鸣、赵一鸣等为代表的零食量贩店建立了稳定的合作关系，对推动公司销售增长发挥了积极作用。

问：电商业务为什么2022年是下降？

答：尊敬的投资者，您好！公司电商模式的2022年营业收入同比下降主要原因系线上渠道发生变化，传统电商平台成长受限。公司于第四季度积极转变线上经营策略，顺应线上变化趋势，借助抖音、快手等在内的新电商平台拉动新增长。目前，电商销售情况在2023年第一季度已有明显改善。

问：领导好，请问整体费用率今年如何展望？一季度的费用率主要是哪些方面得到了优化？

答：尊敬的投资者：您好！公司2023年一季度的销售费用从发生额来看较2022年变动较小，一季度费用率的下降主要由于销售规模的提升导致。

问：公司对定量装的发展规划？

答：尊敬的投资者，您好！目前公司青豌豆、瓜子仁、蚕豆、调味坚果等产品都有多规格定量包装，可适配投放在商超渠道、会员店渠道、零食渠道以及线上渠道。其中商超渠道、会员店渠道主推大包装定量装产品，零食渠道主推小包装定量装产品。不断推陈出新，坚持全渠道发展策略。

问：请问23年的渠道拓展上，有什么计划吗？

	<p>答：尊敬的投资者，您好！目前公司根据市场渠道变化趋势，将从商超渠道、零食专营渠道、高端会员店渠道、电商渠道、流通渠道等进行业务拓展。其中，零食专营渠道、高端会员店渠道、电商渠道是2023年的重点发展渠道。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及应披露重大信息
附件清单（如有）	无
日期	2023年4月28日