

证券代码：300973

债券代码：123179

证券简称：立高食品

债券简称：立高转债

立高食品股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2023-010

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（请文字说明其他活动内容）投资者网上集体接待日
参与单位名称及人员姓名	通过“全景·路演天下平台”参与公司2023广东辖区上市公司投资者网上集体接待日的投资者
时间	2023年9月19日 15:45-17:00
地点	“全景·路演天下”平台（ http://rs.p5w.net ）
上市公司接待人员姓名	董事长彭裕辉 副董事长赵松涛 总经理、董事陈和军 副总经理、董事会秘书、财务总监王世佳
投资者关系活动主要内容介绍	<p>投资者提出的问题及公司回复情况</p> <p>公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复：</p> <p>1、请问陈总，现在我单位员工饭堂早餐都用上奥昆的蛋挞、牛角包和老婆饼，to C的空间也挺大，公司如何去布局和抢占这个市场？</p> <p>尊敬的投资者您好，公司多样化的产品能够满足下游多元化客户多样化的购买需求以及不同的应用场景，公司目前已同美团、朴朴生鲜等多个主流O2O平台建立合作，借助社区电商的力量提高公司产品在消费者的触达力度。谢谢！</p> <p>2、请问彭董，盒马与山姆部商品的价格战，对公司商品渠道的销售和盈利有没影响？谢谢</p>

尊敬的投资者您好!公司 2023 年上半年商超渠道收入占比略超 35%，同比增长约 75%。核心商超渠道收入表现稳健增长，上市多年的老品仍保持增长趋势，近一年内上市的新品均达到较为理想的销售体量，新老结构合理。谢谢!

3、读公司报告，最近觉得有个最大的不同，以前是追求市场占有率，现在是盈利能力得以提升的前提下，扩大市场占有率，例如缩减长尾产品和明年对销售费用率的管控等等可以看出，请问彭董，公司的策略是否有所转变?

尊敬的投资者您好，公司坚持立足长远进行内生经营变革，推动高质量发展。展望下半年，公司将上半年主要工作的基础上，继续做好以下工作：一是深化大单品战略，将公司资源调度优先向潜力大单品倾斜，并基于产能优势做好盈利能力与市场影响力的平衡；二是强化渠道融合，提高经销体系和业务人员的多产线销售能力，立足销售团队规模深挖营销效率；三是优化产品中心团队配置，提升烘焙潮流新品的研判跟踪能力，进一步提升新品命中率；四是优化仓储物流体系，提高库存管理水平和外仓周转率，对标优秀企业降低储运费用率。谢谢!

4、请问陈总公司上半年销售：华南 8 亿多，华东 3 亿多，华中、华北、西南 1 个多亿，西北、东北仅 5 千万以下，从销售情况来看是公司产能布局的不平衡，还是地方饮食习惯不一样所至?

尊敬的投资者您好!公司的产品是覆盖全国的，公司的最大销售区域在华东和华南，是因为消费市场在这些地区较为发达。目前华北的京津冀也是很大的消费市场，西南地区成长也是很快的。销售区域的差异是来自地域性的需求差异，以及地区烘焙食品发展程度的差异。谢谢!

5、王总好，从资本市场过去的追捧看，立高的行业空间大，前景诱人，但从现实的经营来看，食品行业竞争激烈，压制和影响利润的因素很多，成长遭遇各种艰险。您怎么看待这个问题? 谢谢!

尊敬的投资者您好，有竞争说明大家看好这个行业，如果一个行业连竞争都没有，这个行业缺少发展的潜力，很多企业想去做说明这个产品市场需求好。我们拥有庞大的产品研发团队，能够为客户提供专业、高效的服务，这并不是一家企业想去做就能直接达到的，还是需要很长时间的积

累。立高成长到现在，本身上也是一个竞争的结果，所以我们并不怕竞争。
谢谢！

6、世佳总说：“公司卖的不是产品，是一种效率”，联想到改革初期深圳蛇口的口号：“时间就是金钱，效率就是生命”。世佳总说得很经典，再贴切不过，农夫山泉广告语：“我们不生产水，我们只是大自然的搬运工”，以我看“我们卖的不是产品，我们卖的是效率和品味”，可以作为奥昆的宣传或广告语，以上纯是个人看法，如说得不对请见谅。

尊敬的投资者您好！公司已获悉并重视您对公司的建议，非常感谢您的创意，谢谢！

7、从半年报数据来看，我注意到公司冷冻烘焙食品和酱料的营收增长较快，而奶油和水果制品的营收下滑。我想了解一下，这种情况是由于市场需求的变化还是公司自身的问题？如果是公司自身的问题，公司是否有相应的调整措施来改善这种情况？另外，对于奶油和水果制品的营收下滑，公司是否有计划进行产品创新或市场推广来提振销售？谢谢！

尊敬的投资者您好！今年年初公司冷冻烘焙、奶油、酱料营销组织架构完成初步整合，三产线、双产线经销商比例有所提升，对市场覆盖力度增加。今年上半年，公司重点单品依乐斯乳脂植脂奶油、稀奶油 360PRO 等新品接续上市，销售体量表现理想。下半年，公司将继续做好以下工作：一是深化大单品战略，将公司资源调度优先向潜力大单品倾斜，并基于产能优势做好盈利能力与市场影响力的平衡；二是强化渠道融合，提高经销体系和业务人员的多产线销售能力，立足销售团队规模深挖营销效率；三是优化产品中心团队配置，提升烘焙潮流新品的研判跟踪能力，进一步提升新品命中率。谢谢！

8、请问公司对奶油业务毛利率的未来展望？

尊敬的投资者您好！整体还是比较稳定的，上半年奶油毛利率的提升主要由原材料价格下降带来的，但后面随着高端奶油的上市，原材料中植物油脂的占比会降低，未来植物油脂的价格波动对奶油毛利率的影响会比上半年略小一些。感谢您的关注！谢谢！

9、从山姆会员店看，公司的蛋糕类竞争优势不明显，只有开心果蛋糕和纸杯蛋糕二款，之前的栗子蛋糕也下架了，请问陈总，你是怎么看

呢？

尊敬的投资者您好，公司在重要商超渠道上市的新产品，比如杂粮奶酪包、可颂甜甜圈、开心果蛋糕、枸杞桂圆核桃蛋糕等，这些产品加起来，从月销售量的角度来说达到较为理想的销售体量，核心商超渠道收入表现稳健增长，上市多年的老品仍保持增长趋势，近一年内上市的新品均达到较为理想的销售体量，新老结构合理。谢谢！

10、我想了解一下公司是如何管理和维护与合作伙伴的关系的。毕竟，公司的销售人员众多，营销网络遍布全国，与经销商和直销客户的合作伙伴数量也很庞大。请问公司是否有相应的管理机制和措施来确保与合作伙伴的良好合作？另外，公司是否提供培训和支持措施，以帮助合作伙伴更好地推广和销售公司的产品？谢谢！

尊敬的投资者您好！公司在营销层面，数字化销售平台“兴高采链”和 CRM 客户管理系统已投入使用并持续磨合优化，系统能够实现经销商自主下单，能够实时更新促销返利、区域商品库存、实时物流等信息，同时可协助经销商掌握动销情况。此外，配合营销活动降低经销商资金成本的相关供应链金融方案亦已投入运营，通过助力降低经销商资金成本，提高经销商盈利能力，不仅实现了客户关系的稳固和拓展，也利于双方长期共同发展。最后，公司也为客户提供烘焙店运营培训，公司通过为客户提供持续而深入的服务，一方面，帮助客户提升管理运营能力，实现销售增长，从而与客户建立良好的关系，提高双方信任度，谢谢！

11、公司董秘您好！针对 2023-2025 年的营收和净利润预测，我想了解一下公司是否有具体的发展计划和策略来实现这一目标？在制定计划时，是否考虑到市场竞争加剧和新品推广不及预期等风险因素？另外，公司是否有相应的措施来应对这些风险，以确保预测目标的实现？谢谢！

尊敬的投资者您好，具体请您参看公司《2022 年年度报告》中关于公司“经营目标”、“经营计划”、“公司所面临的风险及应对措施”的相关内容，公司持续做好自身生产经营工作，努力提升经营业绩。谢谢！

12、公司对于原材料价格的波动有何应对策略？是否有进一步提高产能利用率的计划？另外，对于原材料价格的波动，公司是否有进行风险管理和采购策略调整？谢谢！

尊敬的投资者您好！应对原材料价格波动，一方面，公司在保证产品质量的前提下，通过使用优质国产原料替代进口原料等方式，对产品配方进行优化调整；并与部分供应商提前达成协议，锁定未来一段时间的采购价格，降低原材料价格波动对公司造成的影响。另一方面，公司还会综合考虑原材料市场价格、市场供需环境等因素，在必要时对公司产品的销售价格进行调整。

公司的生产基地产线投放进度与市场需求相匹配，结合业务淡旺季等周期变化动态，2023年上半年公司整体产能利用率处于合理稳定水平，下半年随着销售旺季的到来，产能利用率水平有望进一步提升，感谢您对公司的关注！

13、立高食品的冷冻烘焙业务为何能够持续高增？公司是否有进一步的市场拓展计划，以保持业务增长的持续性？另外，公司有何策略来推动流通渠道的调整，以适应市场变化和提升销售效率？

尊敬的投资者您好！公司建设了广泛而深入的营销网络布局，营销网络遍布我国除港澳台外全部省、直辖市、自治区，同时公司依托产品的丰富和经过多年的发展，建立了覆盖烘焙店、饮品店、商超、餐饮、便利店等多样化的销售渠道。公司采取经销为主、直销为辅模式，还会针对商超、大型连锁烘焙店、大型连锁餐饮企业等部分采购金额较大的客户或拟重点开发的大型、知名客户采取直销方式，由公司统一配送，统一管理。

公司通过为客户提供高频次、高质量服务，帮助客户提升管理运营能力，促进销售提升，同时深度绑定公司产品与客户终端成品，增强客户粘性。公司会上门为客户提供专业技术指导，像冷冻烘焙食品的后期加工和应用、蛋糕裱花装饰等；公司挖掘全新客户需求，打造更为丰富的销售场景，例如主打夏季的冰激凌烘焙能够在较为炎热的烘焙淡季补充客户产品线；公司还会经常开展线上线下的大规模服务活动，创建供业内人士交流的平台，提高客户对公司的认同感，更为高效地服务客户。公司服务优势不仅提升了客户开发优势，还进一步规避了客源流失的风险。随着公司营销团队融合工作的稳步推进，公司的销售队伍管理更加精细高效，在立足一二线、下沉三四线的拓展策略下，公司依托更为前置的技术服务中心，能够为客户提供更为周到及时的技术服务，提升公司销售效率。谢谢！

14、随着监管力度的逐渐加强，我想了解一下公司是否有相应的合规措施和风险管理机制？另外，我也关注到食品安全问题备受关注，想请问一下公司是如何确保产品的质量和安全的呢？谢谢！

尊敬的投资者您好，在研发方面，公司凭借完善的研发体系和高质量的研发团队，不断开发出适合规模化生产的产品配方。在生产方面，公司取得了相应的食品生产许可证或食品经营许可证。公司建立了严格的食品安全和质量控制体系，覆盖采购、生产、存储运输、销售全流程。此外，公司建立了食品安全的可追溯控制体系，培育各流程各环节相关人员的责任意识，不断完善和优化自身食品安全管理体系，从而有效地控制和防范食品安全风险。谢谢！

15、请问公司一个产品的研发出来的流程是什么？有多少研发人员/面点师？公司的研发体系与别的公司/行业有什么不同？有哪些烘焙产品适合冷冻烘焙，哪些不适合？

尊敬的投资者您好，公司从3大产品中心改组成立了50多个产品小组，每个小组深耕研发细分品类。产品中心立项做一个产品，首先要确定这款产品满足什么样的市场需求或消费场景，还要评判需求的市场规模，一系列的指标确定后再开始研发，研发之后的检验也是按照标准执行，接下来，对产品中心推出的产品进行竞争选择，我们有日常的产品淘汰机制，对一些低效、长尾的产品进行适时替换。具体的研发人员数量请您详见公司披露的年度报告。谢谢！

16、根据最近的调研数据显示，医药生物、电子、机械设备等行业的调研热度较高，而立高食品所处的食品行业是否也受到了投资者的关注？请问公司在食品行业中有何独特的竞争优势和发展战略？另外，公司是否有计划进一步拓展市场份额，以应对激烈的竞争环境？谢谢！

尊敬的投资者您好！公司调研情况请您查阅公司披露的《投资者关系活动记录表》。公司的竞争优势主要包括技术优势、产品品类多样化优势、研发优势、营销网络及渠道优势、服务优势、冷链物流优势等。冷冻烘焙食品存在较高的技术门槛，且产线投资规模较大，对技术和资金实力要求较高，因此，冷冻烘焙食品行业实现规模化生产的企业数量不多。公司长期从事冷冻烘焙食品和烘焙食品原料的研发、生产与销售，生产规模、技

术研发、产品品类、销售渠道均处于行业的领先地位。公司围绕全国烘焙消费的主要市场进行了产能布局,已在华南的佛山三水、广州增城和南沙,华东的浙江长兴,华北的河南卫辉等地先后投资建立了五大生产基地九大生产厂区。

未来公司持续开发餐饮、商超、酒店、便利店、社团等渠道,在各个渠道全面发力,从多方面着手提升市场份额:持续推进渠道下沉,通过组织结构融合提高人效,以集约销售资源并提升下沉渠道覆盖力度;注重产品研发,打造更多王牌产品,提高产品渗透力,以及新品研发的响应速度和质量;持续打造全渠道生产和冷链物流供应能力,有效满足客户对烘焙产品及时性的要求,提高运营效率和获客能力。谢谢!

17、我想了解一下公司对于零售渠道的发展有何计划和策略?是否有针对零售渠道的改进措施?另外,对于零售渠道营收下降的原因,公司是否有深入分析和解决方案?谢谢!

尊敬的投资者您好!公司不断探索多种渠道引进先进技术,打造出品质更稳定、使用更便捷,性价比更突出产品,公司目前已同美团、朴朴生鲜等多个主流 O2O 平台建立合作,借助社区电商的力量提高公司产品在消费者的触达力度。谢谢!

18、根据最近的技术面分析,投资者对公司的短期和中期趋势都感到不明朗,主力资金也还没有明确的选择方向。针对这种情况,我想了解一下,公司是否有计划采取措施来引导主力资金的选择,以推动股价的上涨?另外,公司在推动股价上涨方面有哪些具体的策略和计划?谢谢!

尊敬的投资者您好!感谢对公司的关注,股价受宏观经济、行业政策、市场预期、投资者偏好等多方面因素影响,公司将致力于做好经营管理,提升内在价值。未来,公司持续打造多方位的核心竞争力,坚持“全球烘焙集成服务商”的战略定位,巩固公司在产品、渠道、供应链等方面优势,努力为客户提供更加专业的销售服务与经营赋能,持续助力烘焙行业的蓬勃发展,争取以更好的业绩回报广大投资者。谢谢!

19、请问公司对于原料营收增速较低的情况有何解释?是否有计划改善原料业务的表现?另外,公司是否有考虑过增加原料产品的种类和

品质，以吸引更多的客户和提高市场份额？谢谢！

尊敬的投资者您好！今年年初公司烘焙、奶油、酱料营销组织架构完成初步整合，三产线、双产线经销商比例有所提升，对市场覆盖力度增加。今年上半年，公司重点单品依乐斯乳脂植脂奶油、稀奶油 360PRO 等新品接续上市，销售体量表现理想，带动了奶油业务很不错的增长。公司的产品种类丰富且各类产品均拥有众多的产品品规，公司奶油、水果制品、酱料和冷冻烘焙食品的品规超过 1,000 种，较之行业内大多数公司具有较为明显的产品品类多样化优势。谢谢！

20、我对公司的主营业务很感兴趣，特别是货物进出口和收购农副产品方面。我想了解一下，公司在这些领域有何独特的竞争优势？是否有其他公司也在这些领域有竞争力？另外，公司在面对竞争时如何保持市场份额和盈利能力的稳定？谢谢！

尊敬的投资者您好，公司主要从事冷冻烘焙食品及烘焙食品原料的研发、生产和销售。公司定位烘焙集成服务商，在同行业中产品品类多样化优势明显，既有奶油、水果制品、酱料、巧克力等各类烘焙食品原料产品，又有糕点、面包各类冷冻烘焙食品，能够充分满足下游不同类型客户一站式采购消费需求，提高了客户使用便利性，为客户简化供应商管理提供了更多可行性。

面对竞争，公司会在各个渠道全面发力，从多方面着手提升市场份额：持续推进渠道下沉，通过组织结构融合提高人效，以集约销售资源并提升下沉渠道覆盖力度；注重产品研发，打造更多王牌产品，提高产品渗透力，以及新品研发的响应速度和质量；持续打造全渠道生产和冷链物流供应能力，有效满足客户对烘焙产品及时性的要求，提高运营效率和获客能力。谢谢！

21、针对公司的扩产计划，我想了解一下是否有具体的增产计划，以满足市场需求？另外，考虑到当前原材料价格的上涨风险，公司是否有相应的风险管理策略来应对这一问题？

尊敬的投资者您好！是否需要新增产线要看客户需要的品系是怎样的，如果客户需要的品系和我们已有的品系是重叠的，可能会做一些技改，但不会增加产线，如果说因为客户的订单导致我们某些产线的产能利用率

极其紧张，那么我们会考虑去增加相应的产线，在相同的情况下希望尽可能提高产能利用率。

应对原材料价格波动，一方面，公司在保证产品质量的前提下，通过使用优质国产原料替代进口原料等方式，对产品配方进行优化调整；并与部分供应商提前达成协议，锁定未来一段时间的采购价格，降低原材料价格波动对公司造成的影响。另一方面，公司还会综合考虑原材料市场价格、市场供需环境等因素，在必要时对公司产品的销售价格进行调整。谢谢！

22、我想了解一下，公司是否有计划在未来一段时间内进行一些重大的战略调整或者业务拓展？如果有的话，能否透露一些相关的信息？我希望能更深入地了解公司的经营情况和未来的发展方向。谢谢！

尊敬的投资者您好，公司始终坚持“立信为本、和合共生、需求导向、务实创新”的价值观，以成为“全球烘焙集成服务商”为长期战略目标。展望下半年，公司将继续做好以下工作：一是深化大单品战略，将公司资源调度优先向潜力大单品倾斜，并基于产能优势做好盈利能力与市场影响力的平衡；二是强化渠道融合，提高经销体系和业务人员的多产线销售能力，立足销售团队规模深挖营销效率；三是优化产品中心团队配置，提升烘焙潮流新品的研判跟踪能力，进一步提升新品命中率；四是优化仓储物流体系，提高库存管理水平和外仓周转率，对标优秀企业降低储运费用率。谢谢！

23、我对公司在冷冻烘焙赛道中的领先地位很感兴趣。我想了解一下，公司是如何建立起这个领先地位的？是否有独特的竞争优势？另外，我还想了解一下，面对经营成本偏高的痛点，公司是如何应对的？是否有一些有效的措施来降低成本或提高效率？谢谢！

尊敬的投资者您好！公司的竞争优势主要包括技术优势、产品品类多样化优势、研发优势、营销网络及渠道优势、服务优势、冷链物流优势等。冷冻烘焙食品存在较高的技术门槛，且产线投资规模较大，对技术和资金实力要求较高，因此，冷冻烘焙食品行业实现规模化生产的企业数量不多。公司长期从事冷冻烘焙食品和烘焙食品原料的研发、生产与销售，生产规模、技术研发、产品品类、销售渠道均处于行业的领先地位。公司围绕全国烘焙消费的主要市场进行了产能布局，已在华南的佛山三水、广州增城

和南沙，华东的浙江长兴，华北的河南卫辉等地先后投资建立了五大生产基地九大生产厂区。

公司采取措施降本增效，用规模效益、自动化和经营的改善来降低成本和费用，提高产品竞争力。在原材料采购方面，公司将持续关注原材料成本变动情况，通过启动产品调价机制、锁定采购价格并分批采购等措施。在营销层面，一季度公司冷冻烘焙、奶油和酱料三产线正式融合运行，配合营销活动降低经销商资金成本的相关供应链金融方案亦已投入运营。在供应链层面，集团联合采购已在原材料降本增效方面初见成效，并将继续着力于提升物流能力，以提高履约能力降低物流成本。谢谢！

24、公司是否有计划进一步扩大与商超经销商的合作？另外，是否有计划进一步拓展餐饮、茶饮及新零售等创新渠道？这些举措是否能够进一步提升公司的市场份额和盈利能力？

尊敬的投资者您好，目前公司核心商超渠道收入表现稳健增长，餐饮、茶饮等新渠道保持较快增长趋势，公司将进一步扩展营销渠道，加强广度和深度的开发，完善经销商体系，同步开发餐饮、商超、酒店、便利店、社团等渠道，并向海外市场进军，实现产品与渠道的双驱动发展，将公司打造成全国最具竞争力的烘焙原料及冷冻面团研发及生产基地，全面提升公司在行业中的市场地位。谢谢！

25、公司是否有具体的策略来提升奶油产品的销售？是否有计划推出更多的新品来满足市场需求？另外，公司是否考虑通过产品创新或者市场推广等方式来扩大奶油产品的市场份额？谢谢！

尊敬的投资者您好！今年年初公司烘焙、奶油、酱料营销组织架构完成初步整合，三产线、双产线经销商比例有所提升，对市场覆盖力度增加。今年上半年，公司重点单品依乐斯乳脂植脂奶油、稀奶油 360PRO 等新品接续上市，销售体量表现理想，带动了奶油业务不错的增长。未来我们也将顺应现阶段消费者对于高端乳制品奶油的需求，推出高品质奶油。谢谢！

26、我注意到公司的直销渠道营收增长较快，而零售渠道的营收下滑较多。针对这一情况，我想了解一下公司对于零售渠道的发展有何计划和策略？是否会加大对直销渠道的投入？另外，公司是否考虑通过其他方式来提升零售渠道的表现？

尊敬的投资者您好!公司目前的销售模式为以经销和直销相结合的模式,并补充少量线上电商。产业链中的供应商、地方的内部业务团队、渠道伙伴、终端用户、C端消费者5种角色,公司都提供了相应的平台工具。在流通饼房渠道,公司以强大的销售团队为支撑,持续开拓及维护饼房客户,不断实现更多品类的渗透;在商超渠道,公司为大客户组建了一对一服务小组,提供更快的响应速度及更高质量的服务水平,使产品上新速度得到明显改善;在餐饮渠道方面,公司已成立专业餐饮渠道推广团队,积极与酒店、自助餐、团膳、餐饮连锁和茶饮连锁等渠道对接合作,相关渠道收入占比出现较为明显提升。在线上渠道方面,目前已同美团、朴朴生鲜等多个主流O2O平台建立合作,借助社区电商的力量提高公司产品在消费者的触达力度。谢谢!

27、请问陈总三季度流通饼房渠道的销售能否在二季度有所好转的情况下继续增长?

尊敬的投资者您好!在行业规模较快增长的同时,行业销售渠道和消费场景日渐多元,传统的烘焙饼房虽仍是主要购买场景,也存在着被一些其他更为高效的渠道分流的客观情况。公司将持续做好公司的生产经营、增强公司的核心竞争力,以优良的经营业绩回报投资者。感谢您的关注!

28、请问陈总 华东基地有厂区已投入生产的吗?如果有,生产什么品类的产品?

尊敬的投资者您好!公司在华东的浙江长兴建立了生产基地并已投产,主要生产的品类包括冷冻烘焙及酱料。谢谢!

29、公司对于食品安全的管理和控制方面有哪些具体的措施?是否有相关的风险防范和应对计划?另外,公司是否有建立完善的监测体系和质量控制体系,以确保产品的安全和质量?谢谢!

尊敬的投资者您好!公司作为一家食品行业的生产和销售企业,依法合规开展经营,公司及下属处于从事生产销售活动的分公司和子公司取得了相应的食品生产许可证或食品经营许可证。公司建立了严格的食品安全和质量控制体系,覆盖采购、生产、存储运输、销售全流程。此外,公司建立了食品安全的可追溯控制体系,培育各流程各环节相关人员的责任意识,不断完善和优化自身食品安全管理体系,从而有效地控制和防范

食品安全风险。谢谢！

30、我对立高食品的产品推进计划和渠道拓展策略很感兴趣，能否详细介绍一下？另外，我想了解一下公司对未来展望积极的依据是什么？公司是否有明确的市场需求和竞争优势支撑这些计划和策略的实施？谢谢！

尊敬的投资者您好，在产品层面，上半年公司对产品中心进行了组织架构和激励机制调整，目前已成立 50 余个产品项目组，按照“责任田”机制配置一定研发、技术、产品和市场人员，围绕特定的产品方向进行研发。在营销层面，公司在总结 2022 年对销售团队进行融合试点经验的基础上，于今年起对商超、重客以外的销售渠道进行了全面融合，实现了公司全品类一体销售，同时隶属于各区域分公司的前置技术服务中心正在积极建设，将为终端客户提供更为高效快捷的技术支持和产品解决方案。

公司的竞争优势主要包括技术优势、产品品类多样化优势、研发优势、营销网络及渠道优势、服务优势、冷链物流优势等。冷冻烘焙食品存在较高的技术门槛，且产线投资规模较大，对技术和资金实力要求较高，因此，冷冻烘焙食品行业实现规模化生产的企业数量不多。公司长期从事冷冻烘焙食品和烘焙食品原料的研发、生产与销售，生产规模、技术研发、产品品类、销售渠道均处于行业的领先地位。公司围绕全国烘焙消费的主要市场进行了产能布局，已在华南的佛山三水、广州增城和南沙，华东的浙江长兴，华北的河南卫辉等地先后投资建立了五大生产基地九大生产厂区。谢谢！

31、公司的主要业务是冷冻烘焙食品和烘焙食品原料，这两个领域的市场前景如何？公司是否有进一步扩大市场份额的计划？另外，公司在产品研发方面是否有新的创新和改进计划，以应对激烈的市场竞争？

尊敬的投资者您好，冷冻烘焙作为烘焙行业的新兴细分领域，是对传统烘焙食品生产和经营模式的优化和提升。现烤烘焙需要烘培师在烘培厨房进行烘培，商家需要负担人力和空间资源的成本，而冷冻烘培作为半成品，可以帮助节省人力成本，大幅降低商家成本。随着社会发展带来人力成本上升，以及大众对烘培食品接受度提高，冷冻烘焙食品不断向大众生活领域延伸，以更多元的方式融入日常家庭场景。近年来，大众在居家

期间培养了家庭烘焙的习惯，而冷冻烘焙半成品既能免去繁复的制作工序，又能使人享受烘焙带来的乐趣，成为消费者入门烘焙的选择，展现出巨大的增长潜力。随着我国冷冻烘焙食品技术的进步及冷链运输的发展，尤其是在消费结构升级、企业降本增效等因素的带动下，我国冷冻烘焙食品行业将迎来更广阔的发展空间。

公司持续开发餐饮、商超、酒店、便利店、社团等渠道。未来公司会在各个渠道全面发力。未来公司将从多方面着手提升市场份额：持续推进渠道下沉，通过组织结构融合提高人效，以集约销售资源并提升下沉渠道覆盖力度；注重产品研发，打造更多王牌产品，提高产品渗透力，以及新品研发的响应速度和质量；持续打造全渠道生产和冷链物流供应能力，有效满足客户对烘焙产品及时性的要求，提高运营效率和获客能力。

公司坚持以客户需求为导向，开展持续的产品创新。谢谢！

32、我想了解一下，公司对于未来股价的预期如何？是否有具体的增长计划和目标？另外，公司在面对竞争激烈的市场中，有没有考虑采取一些措施来提升竞争力和市场份额？谢谢！

尊敬的投资者您好！股价受宏观经济、行业政策、市场预期、投资者偏好等多方面因素影响，公司将致力于做好经营管理，提升内在价值。面对市场竞争，公司持续打造多方位的核心竞争力，坚持“全球烘焙集成服务商”的战略定位，巩固公司在产品、渠道、供应链等方面优势，努力为客户提供更加专业的销售服务与经营赋能，持续助力烘焙行业的蓬勃发展，争取以更好的业绩回报广大投资者。谢谢！

33、公司如何去平衡新品研发和老品升级的预算，达到新老结构合理。

尊敬的投资者您好，公司持续提升预算管理水平，对每项新老产品的支出都做好预算绩效评价与考核，不断优化支出结构，合理配置各项资源。谢谢！

34、针对立高食品面临的原材料价格波动超预期的风险，我想了解一下公司是否有采取一些措施来应对这种风险？比如，是否有与供应商签订长期合同以确保稳定的原材料供应？另外，公司是否有进行原材料库存管理，以减少对市场价格波动的敏感度？谢谢！

尊敬的投资者您好，上半年，从成本端来看，部分原材料价格较去年同期有所回落，公司上半年已根据全年需求抓住有利窗口期分批次进行了锁价。针对原材料价格波动的情况，一方面，公司在保证产品质量的前提下，通过使用优质国产原料替代进口原料等方式，对产品配方进行优化调整；并与部分供应商提前达成协议，锁定未来一段时间的采购价格，降低原材料价格波动对公司造成的影响。另一方面，公司还会综合考虑原材料市场价格、市场供需环境等因素，在必要时对公司产品的销售价格进行调整。谢谢！

35、董秘您好！2023 上半年公司的毛利率和经营性净利率都有所提升，这是非常好的消息。我想了解一下，公司是否有进一步的措施来继续改善利润率？是否有计划进一步降低成本和费用率？在当前市场环境下，公司是否有考虑到竞争压力和行业变化，制定相应的成本控制和费用管理策略？谢谢！

尊敬的投资者您好！公司采取措施降本增效，用规模效益、自动化和经营的改善来降低成本和费用，提高产品竞争力。在原材料采购方面，公司将持续关注原材料成本变动情况，通过启动产品调价机制、锁定采购价格并分批采购等措施。在营销层面，一季度公司冷冻烘焙、奶油和酱料三产线正式融合运行，配合营销活动降低经销商资金成本的相关供应链金融方案亦已投入运营。在供应链层面，集团联合采购已在原材料降本增效方面初见成效，并将继续着力于提升物流能力，以提高履约能力降低物流成本。谢谢！

36、我想进一步了解公司对于费用的控制计划和措施。在销售费用率和管理费用率都有所增加的情况下，公司是否有进一步提高管理效率和降低费用率的计划？是否有具体的措施来实现这一目标？谢谢！

尊敬的投资者您好！展望下半年，公司将强化渠道融合，提高经销体系和业务人员的多产线销售能力，立足销售团队规模深挖营销效率，同时继续优化仓储物流体系，提高库存管理水平和外仓周转率，对标优秀企业降低储运费用率。谢谢！

37、最近私募机构对立高食品的调研次数明显增加，这是否意味着投资者对公司的关注度有所提升？请问公司是否有什么重大消息或者业

绩表现吸引了私募机构的关注？另外，私募机构对公司的关注是否会对公司的发展产生积极影响？

尊敬的投资者您好！公司依规履行信息披露义务，不存在应披露而未披露的重大信息。公司非常感谢广大投资者的关注，也将继续致力做好公司的经营管理。谢谢！

38、请问彭董，下个月公司将换届期满，管理层是否走年轻化的路子，来更激发公司拼搏的活力？

尊敬的投资者您好，董事会换届选举将着眼于立高未来发展和战略需要，非常感谢您的建议，公司会兼顾管理层的管理经验和专业能力。谢谢！

39、请问陈总，至今在全国范围内公司设有多少个中转仓？每个中转仓人员配备是多少？

尊敬的投资者您好，公司依托自有致能冷链在全国形成近 30 个干线外仓。谢谢！

40、请问公司是否有计划进一步提升品牌知名度和市场份额？另外，公司是否有具体的策略和措施来实现这一目标？

尊敬的投资者您好，2023 年上半年，公司召开两期“聚合力·赢未来”2023 年立高战略新品发布会暨经销商大会，会议旨在携手经销商伙伴与行业其他同仁一起解决行业难题，建立互信、互利、互相尊重的合作关系，共同维护市场秩序和整合极致的资源，实现共商共赢。此外，公司积极参加“良之隆 2023 第十届中国食材电商节”、“第二十六届中国烘焙展览会（广州展）”、“第二十五届中国国际烘焙烤展览会（上海）”，公司作为烘焙行业的龙头企业在展会上上百款产品吸引了大量关注并为客户提供展示了多元的产品应用以及痛点解决方案，获得了众多客户的认可。公司将持续创新，努力开发更多新产品，为客户提供更加专业的销售服务与经营赋能，持续助力烘焙行业的蓬勃发展。谢谢！

41、公司股东人数减少的原因是什么？公司是否有相关的股东关系管理和维护措施？另外，公司是否有计划吸引更多的股东参与？如果有，具体的计划是什么？如果没有，是否考虑采取一些措施来增加股东数量？

尊敬的投资者您好！公司截至 2023 年 3 月 31 日公司股东总户数为

	<p>4,445 户，截至 2023 年 6 月 30 日公司股东总户数为 7356 户。公司已建立《投资者关系管理制度》，公司高度重视与投资者的关系管理和维护。谢谢！</p> <p>42、公司如何在细分的产品上发现更多的用户需求、用户痛点？</p> <p>尊敬的投资者您好，公司产品中心从 3 大产品中心改组成立了 50 多个产品小组，每个小组深耕研发细分品类。此外，公司将重视对用户场景分析，通过进一步细分用户，深入挖掘用户需求。感谢您的关注，谢谢！</p> <p>43、公司 2023 年的营收情况如何？在哪些方面稳健增长？</p> <p>尊敬的投资者您好，2023 年上半年，公司实现营业收入 163,615.85 万元，较上年同期增长 23.61%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 10,353.87 万元，较上年同期增长 55.54%；剔除股权激励对应的股份支付费用后，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 13,279.92 万元，较上年同期剔除股份支付后的扣非归母净利润增长 28.60%。</p> <p>从产品收入结构来看，冷冻烘焙食品收入占比约 65%，收入同比增长约 33%；烘焙食品原料（含其他烘焙原材料）收入占比约 34%，收入同比增长约 7.5%。分渠道看，流通饼房渠道收入占比接近 50%，同比基本持平，流通饼房渠道未能获得增长的主要原因为去年底提前进行春节备货所致，二季度已有所好转；包含商超经销商在内的商超渠道收入占比略超 35%，同比增长约 75%；餐饮、茶饮及新零售等创新渠道收入占比略超 15%，合计同比增长超过 50%。感谢您的关注，谢谢！</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023 年 9 月 19 日