

证券代码：603345
108

证券简称：安井食品

公告编号：临2023-

安井食品集团股份有限公司

关于举办“走进上市公司”活动情况的公告

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法律责任。

2023年12月19日，安井食品集团股份有限公司（以下简称“公司”）组织了“走进上市公司”主题投资者交流活动。本次活动旨在加强公司与机构投资者的沟通交流，增进机构投资者对公司及行业的了解，提高公司市场认同度，助力公司高质量发展。活动相关情况公告如下：

一、沟通交流活动基本情况

1、时间：2023年12月19日

2、地点：无锡华顺民生食品有限公司三期生产车间及技术中心（参观）、无锡百乐温德姆花园酒店（交流）。

3、调研机构（排名不分先后）：Causeway Capital、CPE 源峰、安信基金、安信证券、安中投资、保银资产、贝莱德基金、博道基金、博时基金、才华资本、财通证券、财通资管、大家资产、淡联投资、淡水泉投资、德邦证券、东北证券、东方财富证券、东方证券、东海证券、东吴证券、东证资管、敦和资管、方正证券、富达基金、富国基金、工银瑞信基金、光大证券、广发证券、国都证券、国华兴益保险、国联证券、国盛证券、国泰君安、国信证券、海南夏尔、海通国际证券、海通证券、海通资管、豪山资产、华安基金、华宝基金、华创证券、华福证券、华金证券、华商基金、华泰保兴、华泰证券、华泰资产、华西证券、华鑫证券、汇安基金、汇丰前海证券、汇添富基金、惠升基金、加拿大鲍尔、嘉实基金、旌安资产、景顺长城基金、宽远资产、庐雍资产、麦星投资、民生证券、摩根基金、南方基金、南京证券、诺安基金、诺德基金、鹏华基金、平安基金、平

安养老、平安证券、平安资管、乾瞻资管、沁源投资、泉果基金、融通基金、瑞银集团 UBS、睿郡资产、上海证券、申万宏源、慎知资产、施罗德、太平洋证券、万家基金、微明恒远投资、新华基金、信达澳亚基金、信达证券、兴业基金、兴业证券、兴证全球基金、兴证资管、野村东方国际证券、颐和久富、易方达基金、银河基金、银华基金、永赢基金、源峰基金、远信投资、长江证券、长信基金、招商信诺资管、浙商证券、中庚基金、中金公司、中欧基金、中泰证券、中泰资管、中信保诚、中信建投、中信证券、中信资管、中意资产、中邮证券、重阳投资、朱雀基金等机构代表。

4、公司出席人员：总经理张清苗先生、副总经理黄清松先生、财务总监唐奕女士、董事会秘书梁晨先生。

二、交流的主要问题及公司回复概要

1、市场竞争中安井小厨和冻品先生下一步的定位如何？串烤事业部收入体量预期？

安井小厨定位鸡肉调理品，上半年把串烤项目部并入安井小厨，以鸡肉调理品和串烤两条主线推进，更加符合安井的渠道特点。两条主线同步发展空间更大，安井小厨今年小酥肉、糯米鸡的表现都达到预期。

冻品先生定位预制菜专业板块，有独立的事业部运作。冻品先生将聚焦两条主线：（1）酒店菜的通路化改造。安井的优势渠道是开放式小 B 和 C 端渠道，酒店是相对封闭的渠道，并不是安井的传统强项；从小 B 和 C 端切入，对酒店菜进行通路化改造更符合安井一贯坚持的“产品适销对路”的理念。（2）火锅周边食材系列化丰富。冻品先生的毛肚、黄喉、百叶、鸭肠、黑鱼片、巴沙鱼片等火锅周边产品叫好也叫座。火锅周边和安井主业契合、想象空间大。第四季度天气开始转冷时，牛羊肉卷销售情况在旺季到来之前达到预期，未来或将发展为火锅周边系列产品的主打爆品。国内牛羊肉这个赛道原有企业更多在养殖屠宰端，在消费者端品牌力和渠道控制力不强。我们在这一品类上，结合原有水发产品协同发力。接下来在供应链端会进一步延伸，着力培育牛羊肉这个品类，并在未来 3-5 年持续推广。

2、如何看待现在市场的竞争和对后续费用的把控？公司长期稳态利润率是怎样的？

第二季度以来，米面制品的价格竞争更明显。有些产品安井已经有明显的成本优势和行业地位沉淀，价格竞争对我们也只是短期的冲击。价格竞争如果没有明显带动或拖累销售，参与价格竞争的意义也不大。安井绝大部分主推产品均具备成本优势，我们也会根据原材料的成本变动采取灵活的方式参与到竞争。在保证总体盈利的前提下，通过加大促销力度和市场费用投入压制竞争对手，提升市场占有率，确保不会因为拒绝参与价格竞争而导致单品市占率下降的现象发生。现在超市里竞品有 9.9 元的锁鲜装在销售，短时间对我们有一定影响；安井同类产品价格更高，但是品质差别很大，不会影响产品固定的消费群体。

随着企业规模成长，费用（如营销宣传等）不会同比例增加。公司的净利率与原材料成本挂钩，原材料成本高低将对公司净利率产生较大影响；另外，通过产品结构的优化调整，提升高端产品比重将对提高净利率起到正面作用。在高端产品持续增长的前提下，原材料即使上涨，毛利率也能维持。目前来看火锅料家庭消费有逐渐向高端发展的趋势，C 端称重产品如中档的糖果装产品正在经历迭代的阶段。锁鲜装系列作为火锅料 C 端高端产品的代名词，通过持续地推广，公司会是最大的受益者。

3、对大 B 定制化明年有更进一步的发展，大 B 的规划和想法？

今年公司根据当前消费环境及渠道变化积极在研发上做出相应的调整。

（1）爆品系列化。安井过去是“超级大爆品+爆品集群”策略，通过这样的模式推动企业的增长。接下来会对细分行业的潜在爆品，以行业专业厂家维度思考，打造爆品系列化；针对不同渠道如电商渠道、小 B 等推出不同规格产品，比如烤肠和牛羊肉卷有不同规格、不同口味的 SKU。用细分行业的大品类策略把爆品打爆，整个集团在面对细分行业竞争者的时候，不会在系列化或产品矩阵上有劣势和空白。

（2）研发属地化。安井全国基地布局基本完成，销地产策略上进一步升级为产地研、产地销。全国各地口味差别大，我们会在工厂所在区域开展属地化研发工作。比如前两年针对华中市场研发的夹心鱼饼、脆骨肉丸、亲亲肠、麻辣香包都有不错的销量，属地化产品可以快速蚕食区域性竞争对手的市场份额。接下来“产地研”“产地销”的研发策略会着重在华南、东北和西南区域开展。

（3）定制化。为了主动顺应渠道碎片化和分化的趋势，我们也将主动拥抱

特通渠道定制化、大 B 定制化、新零售定制化。公司将很快完成组织架构的调整，扩编特通部门、设立新零售部门，以适应渠道变化和市场发展趋势。

4、品类策略上，明年有哪些潜力新品以及背后的储备思路？

在火锅丸子、米面制品之外，全力做烤机渠道（自建终端）。目前主要产品是火山石烤肠，接下来会结合烤肠机做一些以鱼浆/鸡肉/猪肉做原料的创新产品，如墨鱼烧等。

安井增长会选一些高速增长、大品类、上升周期的产品（也即“高大上”产品）。在烤肠方面，特通渠道配合连锁系统投烤机卖安井的烤肠，资源投入会倾斜向我们认为有更大潜力的板块。

5、产能富裕后预制菜有多少比例考虑自产？这两年有一些项目价格估值比以前好很多，未来协同性上有没有考虑并购比较好的标的？

随着产能的不断释放，有些外协产品自己能做的会陆陆续续自己做。糯米鸡过去是 100%外协，现在由新宏业代加工；小酥肉也有部分是自己加工。

并购要谨慎，有战略目的才会并购，实现 1+1>2。公司并购三原则要志同道合（基于速冻食品和预制菜专业赛道、经营者价值观趋同、产品与渠道相匹配）、产业互补（品类互补、品类优势、渠道补齐）、锦上添花（标的本身具备较好的成长性）。

6、安井的优势在大流通，尤其是火锅渠道，扩品类更多是在大餐饮、烧烤渠道，怎么补齐渠道能力？通过现有经销商还是新招商？

烧烤、关东煮、火锅、麻辣烫很多经销商是不完全区隔，很多渠道同时卖。公司每个月都有厂商沟通会，总结每个月渠道开发、产品推广情况，密切关系，厂商一体做市场。渠道拓展厂商联手一起做，会更快一些。

7、展望成本走势、产能投产的节奏？

原料主要是鸡肉、猪肉、油脂类、大豆蛋白、包材，都有一定幅度下降，预计短期内原料价格不会太高。目前在摸索期货市场，目的是降本增效。

2013 年开始保持每年 2 个工厂各一期投入的节奏。根据募投项目投入计划和全国各大区市场需求，分期推进基地建设，有序释放产能。调整后的辽宁三期项目已建设完毕，也即冷库主体已完工，目前正进行冷库保温工程安装，计划 2024 年 6 月投入使用；广东安井已于 2023 年 6 月正式投产；山东安井正在进行

主体厂房及附属设施的消防竣工验收，计划 2024 年 3 月份试产；河南三期建筑主体已封顶，计划 2024 年投入使用；泰州三期正在进行宿舍及仓储项目消防竣工验收，计划 2024 年 1 月投入使用；洪湖安井目前正在开展主体工程的建设安装，计划 2024 年 4 月分步投入使用。

8、应收应付账款下降的原因？

应收之前给 30 天账期，现在缩短到 15 天，进一步提升管理效率。水发产品是季节性产品，应收和存货周转会慢一些。

三、风险提示

公司郑重提醒广大投资者，有关公司信息以公司在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）和法定信息披露媒体刊登的相关公告为准，敬请广大投资者理性投资，注意投资风险。

公司对长期以来关注和支持公司发展的广大投资者表示衷心感谢！

特此公告。

安井食品集团股份有限公司

董 事 会

2023 年 12 月 23 日