

证券代码: 300999

证券简称: 金龙鱼

编号: 202402

益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

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 checked="" type="checkbox"/> 其他: 股东大会
参与单位名称及人员姓名	股东大会现场股东 参与公司 2023 年度网上业绩说明会的投资者
时间	2024 年 4 月 15 日、4 月 16 日
地点	上海市浦东新区博成路 1379 号金龙鱼大厦 上海证券报·中国证券网路演中心
上市公司接待人员姓名	董事长郭孔丰先生; 董事潘锡源先生; 董事、总裁穆彦魁先生; 董事、常务副总裁牛余新先生; 副总裁邵斌先生; 董事、财务总监陆玟妤女士; 独立董事任建标先生; 独立董事管一民先生; 独立董事钱爱民女士; 董事会秘书洪美玲女士; 公司包装油事业部总监、市场部总监陈波先生; 证券事务代表田元智先生; 公司保荐代表人中信建投证券钟犇先生
投资者关系活动主要内容介绍	一、主要 Q&A 1. 公司在年报里面提到未来高端化、品牌化是行业的竞争重点, 请问公司目前的厨房食品中, 高端产品的一个占比情况, 以及高端化策略对公司盈利能力带来了哪些改善? 答: 虽然这两年产品高端化速度会有一些减慢, 但是整个高端化的趋势并没有改变。从食用油来看, 目前高端产品占我们小包装食用油销量约 20%, 这个比例正逐年提升。我们在持续推出高端产品, 例如“六步鲜”大米、零反系列的食用油、零添加系列调味品等, 来推动产品结构的优化。 2. 证监会发布了新修订的上市公司章程指引, 其中涉及到现金分红条款的修订, 比如要求公司章程修订关于中期分红的条款。公司本次修

订的公司章程，涉及到了现金分红条款，但是没有按照上市公司章程指引的要求进行修订。所以想请公司说明没有修订的具体原因？

答：证监会新修订的条款鼓励上市公司进行中期分红。根据公司章程有关内容，公司原则上采取年度利润分配政策，但是董事会可以根据公司的发展规划、盈利状况、现金流及资金需求计划提出中期利润分配预案，经临时股东大会审议后实施。这与新修订的《上市公司章程指引》并不冲突。另外，公司今年也提高了分红的比例。后续，如果经过评估，有修改章程相关条款的必要，我们会再考虑进行修改。

3. 在 2023 年的粮食市场当中，国进民退的程度有多大，或者说国家有没有准备把所有的粮食市场进行国营化经营这样的迹象？

答：习总书记提出了“中国人要把饭碗端在自己手中”，主要是指水稻、小麦等粮食的生产能力要基本实现自给自足，而粮油加工属于制造业。我们可以看到，这些年来国家继续加大开放力度，陆续减少外资在制造业领域的很多限制，增加了鼓励外商投资产业目录的范围。从目前的情况来看，在粮食加工行业，并没有出现明显的国进民退现象。

4. 现在许多商超出现倒闭、关店情况。在大量实体店倒闭之后，公司为实现股权激励目标，会不会在经营策略上有一些变动？

答：目前商业环境和渠道正在发生变化。一是电商的兴起与电商渠道的进一步细分，这对原来的实体渠道会有影响。二是随着城镇化进程，城市结构和人口结构发生变化，也会产生影响。不过整体来说，因为油、米、面是必需消费品，主要受供应端和消费端这两方面的影响，而这两方面的变化不大。目前，供应端的厂家情况相对稳定。消费端对必需品的消费，以及对更健康的、更优质的粮油产品的需求一直在稳步增长。所以改变来自于中间渠道环节上的此消彼长。目前电商发展相对更快，但是它的增速与早年的快速增长相比，已有所减缓。所以我们主要是根据市场变化，适当调整渠道策略。

我们重视所有的渠道，您提到的商超属于我们现代渠道，即使门店数量、来客数的下降，使得销量下降，但对于我们整体销量的影响并不大。

5. 我在京东金龙鱼自营旗舰店购买的大米为什么不是京东物流配送，而是第三方配送？这会导致有时候快递会直接放丰巢快递柜。

答：京东平台涉及两种物流方式，一是京东自营超市，采用的是京东物流，我们送货到京东的大仓，由它自己的京东物流向下一层仓库一层一层配送，最后送达消费者。另外一部分是我们自己在京东的直营店铺和我们经销商在京东的店铺，采用一件代发模式。为了提高发货效率并节约物流成本，我们不会把产品送到京东的仓里面，而是直接从工厂发货。工厂会通过招标，综合考量物流公司的服务质量、价格以及响应速度等方面的情况，选择所在地区最有优势的物流方进行合作，所以会涉及多个物流公司。但是无论使用哪一家物流公司，我们对物流服务的要求是一致的，即坚持做好客户体验。我们接下来会关注您提到的问题，并向物流公司提出要求。

6. 公司变更名称的原因是什么？

答：我们认为变更后的公司名称能更全面地反映公司业务发展现状。

7. 公司拟承接母公司丰益国际中亚五国的市场，从事相关经营活动，请问中亚五国的市场空间有多大？对此公司有怎样的中长期规划？

答：中亚五国人口约 8,000 万，再加上周围还有阿富汗等国，具有广阔的市场空间。地理位置与中国较为接近，当地食品加工行业相对比较落后，经过我们的考察，有不错的可以合作的本土企业，具有良好的投资环境。中国企业走出去是趋势，我们相信可以在中亚五国取得不错的发展。

8. 公司控股股东会不会再次自愿延长限售股股份的锁定期？

答：公司控股股东暂时没有减持意向。

9. 我认为食用油的市場接近饱和，很难与其他企业形成差异，公司未来毛利率会有怎么样的趋势？高端产品的毛利率有多少？

答：随着食用油行业的发展，包括豆油、玉米油等在内的产品同质化程度逐渐提高，毛利不会太高，但因为我们食用油的市场占有率较高，销量较大，所以整体利润还不错。我们食用油产品主要有两个发展方向，一是产品的高端化，我们推出了山茶油、浓香菜油、花生油等。我们认为随着中国人均收入增加，消费者会逐渐倾向更健康、更高端的食用油。第二个方向是产品的功能性，花生油有独特的香味，稻米油、茶油、橄榄油等更有助于身体健康，这些产品相对毛利率更高。

不过如果仅靠食用油，毛利增加是有限的。要实现毛利的增长，就要在提高收入规模的同时降低成本。在一些行业中，许多企业刚开始做得很好，后来走下坡路，是因为规模没有增长。如果我们只是做油，随着行业逐渐饱和，行业内其他企业也会进入橄榄油、山茶油等品类的竞争，我们的情况会不太乐观。我们将业务拓展到米、面等产品，在全国建立生产基地，可以加工水稻、玉米、小麦、油籽等丰富的国产和进口原料，通过全国性的营销网络可以一站式地配送包括调味品、洗洁精、挂面等具有互补性地产品，共享品牌、营销网络等优势，从而降低生产、营销、物流成本。

中国有 14 亿人口，消费者对食品非常挑剔，对食品的要求远远高于欧美等国家，且消费能力预计会持续增强。所以我们的业务模式是以最低的成本做最好的产品，具有广阔的市场前景和很大的潜力，只是这个过程还需要时间。我们相信在这样的模式下，未来产品毛利率会有所提升。而且米面油的毛利率虽然比较低，可是它的量很大，所以综合来看，应该能够带来不错的收益。

小包装高端油产品毛利率可以达到 20% 以上。

10. 根据上一次股权激励，目前已达成 2022-2023 年目标，2024 年只要做到 4209 万吨销量就可以达成第二期目标，我想请教各位管理层，股权激励的连续性和可实现性的问题？

答：我们本次业绩考核指标的未来四年年平均销量复合增长率超过了近三年实际销量年平均复合增长率，也超过了 2022 年第一次股权激励计划设定的年平均销量复合增长率指标。并且公司目前的体量已经非常大，虽然增长率是个位数，但是从绝对增长量来看具有挑战性。

11. 后续的利润分配能不能保持在一个相对稳定的水平？

答：公司上市以来，每一年都进行分红，且分红率持续提高。我们需要根据公司的长远发展来决定分红水平。我们认为中国食品市场还具有很大的发展空间，有长期投资的计划，资本性支出相对较多。目前的分红方案是综合考虑前述因素后制定的。

12. 公司如何看待目前市值水平？

答：我们对公司的前景非常看好。中国是人口大国，也是粮食生产和消费大国。中国小麦、大米一年的消费量均超过 1.2 亿吨，食用面粉约 6 到 7 千万吨，食用油超过 3 千万吨，玉米加工量也超过 1 亿吨。我们在行业中是效益较好的企业之一，小包装米面油产品市占率第一，我们也是国内最大的特种油脂和油脂科技加工商之一。在这个基础上发展调味品、日化等业务，有很大的潜力。我们认为，和我们业务的发展空间相比，公司目前的市值不高。

13. 想问一下独立董事管一民先生，您还担任了其他公司的独立董事，金龙鱼是一个好公司，那为什么您不选择辞掉其他公司的独董职位？

答：谢谢这位股东的关心。独董新规出台后，将独董可担任独董企业数量从 5 家调整为 3 家。包括金龙鱼在内，我（管一民）现在担任独董的企业一共有五家，所以必须辞掉 2 家。因为今年年底就将结束金龙鱼的任期，而我在另外 3 家公司担任独董的时间还不到两年，所以我考虑再三，决定辞去金龙鱼独董一职。我在金龙鱼担任了五年多审计委员会的主任委员，从我独立董事的职责出发，我认为金龙鱼在内控及信息披露方面都是非常规范的。

14. 公司在市值管理上是不是有进一步的计划？以及是否有上下游的并购、重组等计划？

答：公司目前没有大的收购计划，因为我们现有的业务有很大的发展空间，我们要做综合性的加工园区，在我们自己的园区内生产成本更低，效益会更高。如果有很优质的公司，且价格合适，我们会考虑去并购。关于市值管理，我（董事长）一般不让我们的员工过于关注股价的问题，通过踏实地做好业务，把公司管理好，公司市值迟早会体现出来。

15. 公司在品牌宣传上的政策是什么？通过什么渠道进行广告投放？

答：由于我们所处行业毛利率不是很高，所以我们在广告的投入上比较谨慎。在广告上，我们主要分两种，一种是品牌类的广告，一种是产品类的广告。品牌类的广告主要集中做金龙鱼大品牌的广告。因为金龙鱼涵盖了米、面、油、调味品，跨度很大。金龙鱼是 2020 年东京奥运会、2022 年北京冬奥会、2024 年巴黎奥运会连续三届中国体育代表团官方粮油产品赞助商，所以近几年时间，我们围绕着奥运会塑造金龙鱼大品牌。另外一些产品广告，例如胡姬花，我们主打新潮国货主题，突出产品与中国传统文化结合，传承中国古老技艺精髓的品牌形象。另外我们还会注重“六步鲜”大米、欧丽薇兰品牌橄榄油、稻米油、外婆乡菜油等产品的投放。

在媒介的投放形式上，我们会在央视做广告投放。我们的主力消

费群体是中年及以上人群，并且我们是大众食品，选择大众媒体效率最高、成本最合理、覆盖面最广，所以央视作为最权威性和具有全国高度的媒体，是我们目前最大的广告投入渠道。我们也是央视国品计划最早的参与者，多年来跟随央视一起发展。

同时我们也会在地方卫视的热门栏目进行投放，比如即将播出的《乘风 2024》，赞助这类热门的栏目可以获得更多关注。

网络将成为我们未来投放的重点，包括网剧和网络媒体等。

除此之外还有一些户外媒体，包括机场、高铁、公交车等，我们选择的媒体都是大众媒体，覆盖人群比较广，媒体的质量和媒体的影响力比较大，对细分和小众的媒体投放较少。

16. 对预制菜未来的空间怎么看？金龙鱼未来在行业处于什么样的位置？以及我们这块业务板块未来的一个规划？

答：现在人们生活习惯改变，很多人没有时间做饭，和家人一起吃饭的时间也有限，所以外卖越来越普遍，并且以前外卖产品在安全卫生和口感味道等方面做的不太好，配送也不如现在准时，所以如果我们能将预制菜的产品质量、食品安全做好，价格和口味做到最优，我们相信预制菜是很有潜力的。

我们做央厨不是只做预制菜。过去，我们做综合性的加工基地，把米面油工厂建在一个基地中，共享设施、渠道、经销商，多种产品一起配送，这是我们的优势。现在我们做央厨食品园区，是把前端的产品延伸到下游食品行业，而且我们是开放的平台，欢迎猪肉、鸡肉、蔬菜等原料的供应商以及其他食品加工企业入驻我们的园区，享受更便宜的原材料、加工成本、配送成本等等，我们也可以帮他们销售产品。

我们认为预制菜和食品行业会向成本更低、更安全的方向发展。我们的园区设备、建筑设计都是一流的，园区内使用的原料均是我们自己生产的或者来自大厂家的产品，园区内的企业也可以借助我们的优势更好地发展。所以央厨项目具有广阔发展前景，并且我们的优势也不容易被复制。

17. 公司对于小包装产品高端化有什么发展规划？

答：我们仍然看好产品高端化发展。现在越来越多的消费者对食品有更多的个性化需求，有的偏爱花生油，有的选择橄榄油，最近我们也推出了山茶油。预计未来我们高端小包装油的比例会提升。

二十多年前，我们主要的收入来源于小包装油，未来公司整体小包装油占的比例会越来越小，我们的米、面、特种油脂、央厨、油脂科技产品的占比会越来越大。

18. 公司调味品核心竞争力和优势在哪里？以及未来的规划和发展？

答：我们米、面、油毛利率比较低，但费用也比较低，而且因为量大，整体利润还可以。调味品、洗洁精、日化产品量相对小很多，价格和毛利率相对较高，营销费用也高。我们要用米、面、油的渠道销售这些产品，毛利率较高又能够共享米、面、油较低的营销成本、配送成本，我们的利润就会好很多。而且以我们的研发能力可以生产出非常优质的产品，未来随着央厨项目逐渐成熟，叠加我们的成本优势，调

	<p>味品等产品会有不错的前景。</p> <p>19. 对未来3年金龙鱼的营收和利润大概有一个什么样的预期？ 答：这几年，基于我们看好中国食品行业前景，每年新项目的投资金额都很大。食品行业未来高端化的趋势会越来越明显，竞争也会更激烈，企业要进一步降低成本才能取得成功。所以我们建这些工厂和新项目就是要达到这样的目的。这几年如果我们不投资新的项目，我们利润会增加很多。但相比短期利润波动，我们更关注长远发展，我们也看好公司长期的利润增长表现。</p> <p>20. 2023年公司的套期保值做得非常好，我想了解一下，油脂的行情对我们今年油脂业务有什么样的影响？ 答：如果去年没有做套保的话，业绩会较差。在我们所处行业中对原料进行套保是必要的，特别是大豆从进口采购到生产销售的周期较长，棕榈油也有一定的周期，去年整体套保做得不错。</p> <p>21. 公司是如何坚持长期主义的？以及如何来保证基业的常青？ 答：我们专注于农产品和食品加工，是因为中国人口多、食品行业的规模大。国外的公司想要进入中国市场做食品生意是不容易的，因为中国人对食品是最讲究的。在美国，常见的食品就牛排、炸鸡、热狗等，产品比较单调，而在中国对鸡肉的做法就有很多种。在调味品方面，中国的蚝油、酱油就有很多种，不同地区的调味品不尽相同。在主食方面，中国南方的面和北方的面不一样。所以我们相信随着业务一步步地做好，未来我们在生产、营销、物流、研发等方面的优势，是别人难以复制和超越的。</p> <p>22. 公司的经营受到上游大宗商品价格波动的影响比较大，如何去理解这种经营过程中的周期？ 答：一个好的上市公司，利润不能波动太大，所以我们要做更多下游产品，它们的毛利受大宗商品价格波动的影响相对较小，以减少原材料波动对利润的影响程度。我们相信，未来大宗商品的价格波动对我们利润的影响会越来越小。</p> <p>23. 公司把募投项目建设好后，未来会不会还有比较大的资本支出？建好的食品加工项目，建设周期大概是多久？ 答：我们这几年的资本开支集中于米、面、油工厂和央厨园区建设。由于建成投产的米、面、油工厂数量已经较多，所以未来这一部分的投资会减慢。预计未来我们投资比较大的是央厨园区。建立一个工厂一般需要大约两年的时间。</p> <p>二、业绩说明会</p> <p>公司于2024年4月16日15:00-17:00在上海证券报·中国证券网举行了2023年度业绩说明会，具体问答可以参考 https://szly.cnstock.com/fbh/jly2023</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信	本次活动不涉及应披露重大信息

息的说明	
附件清单 (如有)	无
日期	2024-4-18