



重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司

2024年6月24日投资者关系活动记录表

证券代码：002507

证券简称：涪陵榨菜

编号：2024-008

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）																					
参与单位名称及人员姓名	本次参会人员及所在单位名单如下： <table><thead><tr><th>序号</th><th>机构</th><th>姓名</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>广发证券</td><td>符蓉</td></tr><tr><td>2</td><td>广发证券</td><td>廖承帅</td></tr><tr><td>3</td><td>中信建投基金</td><td>崔晓雯</td></tr><tr><td>4</td><td>中意资产</td><td>张珈伟</td></tr><tr><td>5</td><td>民森投资</td><td>于思艺</td></tr><tr><td>6</td><td>金泊投资</td><td>陈佳琦</td></tr></tbody></table>	序号	机构	姓名	1	广发证券	符蓉	2	广发证券	廖承帅	3	中信建投基金	崔晓雯	4	中意资产	张珈伟	5	民森投资	于思艺	6	金泊投资	陈佳琦
序号	机构	姓名																				
1	广发证券	符蓉																				
2	广发证券	廖承帅																				
3	中信建投基金	崔晓雯																				
4	中意资产	张珈伟																				
5	民森投资	于思艺																				
6	金泊投资	陈佳琦																				
时间	2024年6月24日 14:00-15:30																					
地点	重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司总部及脆口智能化生产线																					
上市公司参会人员	公司董事、董事会秘书、副总经理兼财务负责人韦永生先生																					
投资者关系活动主要内容介绍	<p>2024年6月24日下午，参观公司脆口智能化生产线，参观结束后在公司总部二楼会议室座谈交流。本次交流纪要如下：</p> <p>1、在当前疲软的消费形势下，公司如何实现2024年度财务预算目标？</p> <p>回复：公司2024年度财务预算为集团年度经营计划的内部指导性目标，能否实现取决于经济环境、市场情况、行业发展状况与公司管理团队的努力等多种因素，存在很大的不确定性。公司致力于稳住榨菜根基，在</p>																					

此基础上做大豇豆、海带丝、酱类等潜力产品和新品类的市场增量，最大程度地朝目标迈进。

2、公司如何应对消费降级？

回复：公司产品定位于行业中高端，同时也推出了 60g 策略性产品充实 2 元价格带。在经济不好+原料成本下降的情况下，低价产品较为活跃，对此公司也适时进行了产品结构阶段性调整，形成多规格、多层次、有梯度的产品和价格体系，以适应并满足市场多样化的消费需求。同时，公司将加大新品推广力度，初期着重开展终端铺市以尽快形成市场覆盖，待新品达到一定体量形成规模优势时带动产品毛利提升，助力大单品集群形成。

3、公司未来增长规划。

回复：产品品类方面，稳住榨菜根基，坚持精品战略，适时适当配置资源，做大豇豆、海带丝、酱类等潜力产品和新品类的市场增量；渠道方面，一二线市场加强渠道精耕，加强市场精细化管理、做优做透，县级市场持续开展网点建设和市场培育、夯实壮大，线上、餐饮等新渠道持续开拓、发掘增量；并购合作方面，持续关注佐餐开味菜、复合调料等亲缘行业企业，积极寻求并购合作等外延发展机会，通过渠道、品类、管理等方面强强联合、优势互补促进公司发展。

4、二、三季度费用投放规划。

回复：公司费用投放需结合当年战略目标规划、市场竞争态势及当期产品推广计划等适时适量决定，由于二、三季度属于传统营销旺季，且公司计划持续开展产品优化和铺市，因此二、三季度费用投放将较一季度有所增加，并且费用投放方式以地面传播为主，旨在加强线下产品曝光度及市场渗透率，助力旺季营销。

5、公司新品推广如何选择经销商？

回复：公司进行新品推广时，力求覆盖范围广、上架时效快，以在短期内最大幅度进行铺货上市，只要有推广合作意愿的经销商，公司都十分欢迎且积极支持。



	<p>6、公司今年原料成本变化。</p> <p>回复：公司每年收购的新鲜青菜头将在当年度 5-6 月份逐步投入使用，新原料成本将在下半年度逐步体现，今年原料收购成本较去年降低，因此下半年原料成本较上半年有所下降，同时从全年整体来看，预计 2024 年全年平均原料成本较 2023 年变化不大。</p> <p>7、未来几年资本开支计划。</p> <p>回复：主要为募投项目建设开支，此外还有部分产线技改。</p> <p>8、餐饮渠道发展情况及规划。</p> <p>回复：公司去年餐饮渠道营收 6000 万左右，目前渠道开发工作仍在进行中，现已拥有餐饮渠道合作经销商一百多家，终端涵盖小面、火锅、快餐等连锁餐饮企业及酒店等。由于各餐饮终端对产品需求存在差异，待未来形成长期、稳定的合作关系后，公司将逐步根据餐饮端消费需求提供餐饮定制产品，不断提升渠道服务能力。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2024 年 6 月 24 日