

证券代码：300094

证券简称：国联水产

湛江国联水产开发股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-03

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
调研人员和时间	2022年4月28日 国海证券 刘洁铭 国海证券 肖依琳 中邮基金 綦征 湘财基金 刘骜飞 开源资管 黄子航 国泰基金 智健 平安理财 马成 国信证券 鲁家瑞 国信证券 李瑞楠 华商基金 常宁 中加基金 张泽讯 国泰君安 谢伟
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	董事、副总经理吴丽青；财务总监樊春花；董事会秘书梁永振；证券事务代表陈颜乐

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>会议开始前董事会秘书梁永振就公司基本情况进行了介绍，现场交流的主要问题如下：</p> <p>1、Q1 国内市场烤鱼大单品的规模，以及中长期的规划是怎样的？</p> <p>从目前趋势来看，我们有信心将烤鱼单品突破亿元。烤鱼是市场接受度高的产品，尤其在超市渠道表现较好，在餐饮小 B 端渠道表现也很不错。公司未来要把这个单品打造为具有影响力的大单品，然后形成一个系列的预制菜产品矩阵，进到各个渠道中。目前烤鱼的产品上线的主要是罗非鱼烤鱼的三种口味，今年会迭代、更新口味，来满足 C 端消费者尝新需求。餐饮客户也将有其他鱼类上新，满足 B 端各层级餐饮客户的需求。</p> <p>2、烤鱼在 C 端、B 端消费者比例？未来重点发力渠道？</p> <p>烤鱼在 C 端增速略大于 B 端。在预制菜产品未获市场广泛关注之前，公司在国内商超推烤鱼受到一些抵触，商超更希望上线的是能带来人流、流量的产品，但从去年四季度开始，商超主动上新的意识强了很多。我们在永辉、大张、沃尔玛、盒马都有上线烤鱼，其他品类也都在陆续上新。在 C 端，我们去年将产品品牌进行了重新梳理。2022 年一季度产品形象全部更新了，包括产品品相、包装等，未来会把我们的产品 B 端和 C 端进行品牌统一，生鲜类的产品统一用“龙霸”品牌，预制菜统一按照“小霸龙”品牌。品牌逐步形成线上与线下的互动，我们在线上的抖音、小红书等都有投入，线下也能看到线上同样的产品，甚至 B 端渠道里也能以网红单品的形式出现，“小霸龙”品牌形成线上、线下、B 端共同影响力。</p> <p>3、国联水产的相对优势有哪些？对比上游企业、速冻企业、预制菜的专业生产企业和餐饮企业。</p> <p>目前不同类型食品企业都有涉及预制菜的赛道，每一</p>
----------------------	---

种类型的企业它都有各自的这种优势，它也有它的劣势。针对于这些企业来说，我们认为国联水产的这个优势可能主要是体现在以下几个方面：

1) 第一个方面就是我们的水产品对于上游的控制的优势。水产品跟其他的食品品类有一个很大的不同点，它的地域化是非常强烈的，我们主要的工厂布局在沿海和沿江这些水产品的主要产地，所以在上游产品的控制，国联是有先天的优势。

2) 第二个方面成本效率方面的优势会比较的明显、突出。我们规模化的这种生产效率可以达到最高最极致，成本可以控制到比较优良的水平上。

3) 第三个方面在整个的食品安全控制方面，我们在针对水产品的特性的研发会更加专业、在工艺的标准化方面也会把握的更好。

4) 第四个方面就是我们的全渠道营销网络，也是使预制菜的承载力会更加的强。。

4、今年储备的新品？以及未来中长期对预制菜品类的规划？

公司现在打造的单品除了烤鱼以外，还有酸菜鱼、小龙虾、裹粉等产品都是亿元几亿元大单品规划方向。酸菜鱼在今年重新调整以后上线。

另外在新品上线规划方面：1) 在原有上线的产品上做新口味的叠加，例如，原有的虾饺、塔可饼、烤鱼会推出新的口味。2) 新品投放上，主要聚焦金鲳鱼产品，会有比较大的投入。新品的研发选品，主要考虑两个方面，第一个是市场影响力比较大的，尤其在餐饮影响比较大的单品，进行标准化生产，然后推到C端渠道。第二个是聚焦在我们核心原料本身，以工厂为核心，周边半径的核心鱼类原料，我们定制研发一些新的深加工产品推到市场上。金鲳鱼在两广沿海是大单品，而且上游的养殖量已经

有了几十万吨，整体市场规模很大，这个产品公司有金鲳鱼出售，今年重点围绕研发和推广这些鱼类。

5、酸菜鱼行业单品增长空间？酸菜鱼怎么改良？

餐饮端的发展来看，酸菜鱼在市场上已经算是大单品了，酸菜鱼连锁店“鱼你在一起”也是上千家的规模，从餐饮连锁的发展势头来看，烤鱼和酸菜鱼都是被消费者广泛接受的产品。酸菜鱼过去在国联的体系内推广不是特别聚焦，主要是原来的鱼系列产品没有形成一个产品矩阵，所以没有在酸菜鱼这块投入太多精力。今年我们从以下方面把它重新改良上新：1) 原来取的是罗非鱼原料，现在对C端的酸菜鱼重新改良，采用黑鱼作为原料。2) 在酸菜、金汤各种口感的筛选上重新改良。

交流过程中，公司人员与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照有关规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况。