

证券代码：300268

证券简称：佳沃食品

## 佳沃食品股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2022-012

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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	国联证券                                陈梦瑶、孙凌波 国元证券                                凌晨 天风证券                                蒋梦晗、金模楹、林毓鑫 东亚前海证券                           汪玲、赵雅斐 华西证券                                魏心欣 华安证券                                万定宇 海通证券                                颜慧菁 中信证券                                黎刘定吉 惠通基金                                刘利钊 广发基金                                王伯铭 长城国瑞                                戴晓彬 交银施罗德                             杨金金 中邮基金                                任慧峰 财通基金                                朱海东 深圳前海知行资管                    徐宏立 东证资管                                张伟锋、蔡毓伟 国君资管                                张炳炜 方瀛研究与投资(香港)有限公司      Yifan Miao 凯石基金                                张俊、唐楚彦

	<p>禾永投资 马健</p> <p>深圳前海珞珈方圆 赖欣</p> <p>玄卜投资（上海）有限公司 夏一</p> <p>大家资产 胡筱</p> <p>正道兴达 方明、王旭</p>
时 间	2022 年 8 月 29 日
地 点	电话会
上市公司接待人员姓名	<p>总经理：唐寅</p> <p>董事会秘书：吴爽</p> <p>财务总监：石月宁</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>第一部分、公司 2022 年上半年业绩概况</b></p> <p>2022 年上半年全球三文鱼市场恢复，佳沃食品实现营业收入 23.86 亿元，归母净利润 1.55 亿元，同比增长 214%。其中核心资产智利子公司 Australis 盈利大幅恢复性提升，实现营业收入 16.84 亿元，同比增长 9.64%；净利润 3.17 亿元，同比由亏转盈；平均毛利率 19.90%，去年同期为-1.02%，同比提升 20.92 个百分点。</p> <p>2022 年公司三文鱼收货量预计为 9.5 万吨，较年初的 9.1 万吨增加约 4,000 吨。</p> <p><b>第二部分、互动提问环节</b></p> <p><b>1. 公司三文鱼业务收入 80%以上来自海外市场，目前海外市场 B 端和 C 端的占比情况如何？</b></p> <p>公司三文鱼主要销往北美洲、南美洲、欧洲和亚太地区等全球各地，在境外的客户类型主要为终端零售商、分销商等。</p>

其中 60%为零售渠道，40%为餐饮渠道。

公司积极对现有客户进行高效服务和维护，建立长期、可持续发展的伙伴关系，同时亦非常重视新客户的开拓，致力于保持销售客户的多样性，优化销售结构，提高抗风险能力，进而提升整体销售规模和利润水平。

## 2. 目前国内 C 端业务拓展情况如何？

今年以来，国内 C 端业务整体保持较快增速增长，公司从新产品开发、品牌运营、销售渠道等多个维度推动对中国市场的拓展。其中，3R 预制菜海鲜零售品牌“佳沃鲜生”与朴朴超市合作，目前已有 9 款冰鲜三文鱼产品上市；同时还推出了三文鱼鲜虾蔬菜饼、韩式柠檬柚子三文鱼等风味预制食品。高营养儿童食品品牌“馋熊同学”继续深耕儿童高营养赛道，目前已有 13 款 SKU 在售。除通过抖音、小红书、天猫、京东等线上渠道加大品牌露出外，产品已成功进驻了数十家知名母婴终端渠道，有效覆盖 17 个省市及 500 余家线下门店。此外，三文鱼鲜切连锁业务已有 4 家连锁店先后在青岛开业，自运营以来广受消费者好评。

3. 公司今年上半年三文鱼平均售价为每公斤 7.05 美元 WFE，而一季度的平均售价为每公斤 6.91 美元 WFE，二季度的平均售价大概为多少？

公司二季度单季度每公斤大西洋鲑售价约为 7.2 美元 WFE。

4. 美威在 2022 年半年报中披露，智利销往美国的三文鱼均价为每公斤 8.25 美元，为何公司二季度的销售价格低于美威的销售价格？

美威报告中披露的智利地区销往美国的三文鱼平均价格 8.25 美元 GWT，为 UB 价格指数统计的冰鲜 Trim-D 级三文

鱼鱼柳价格，并不是美威公司的实际销售价格，两者不具备可比性。

参考纳斯达克三文鱼指数，挪威三文鱼价格为每公斤 10.62 欧元 GWT；参考 UB 价格指数，智利三文鱼价格为每公斤 8.25 美元 GWT。智利和挪威公司三文鱼价格指数的计算标准不同，智利公司的标准为 WFE（带头带脏整鱼），挪威公司为 GWT（带头去脏整鱼），需要将 GWT 价格换算为 WFE 价格，即  $8.25 \times 0.9 = 7.425$  美元/公斤，二者才有可比性。

此外，UB 价格指数仅参考了 3-4 磅 Trim-D 鱼柳这一种规格的价格，由于每家公司销售三文鱼产品形态可能多种多样，比如整鱼、Trim-A、Trim-B、增值产品（VAP）等，对应的价格均有所不同，每家公司销售产品组合不同，最终的单位销售均价也有差异，不可直接对比。

根据美威披露的半年报显示，在市场需求不断增强的推动下，三文鱼价格强势上涨，二季度挪威三文鱼在欧洲价格同比增长 72%；智利和加拿大三文鱼在迈阿密价格同比增长 17%、在西雅图同比增长 24%。根据公司披露的半年报，今年上半年大西洋鲑销售价格为每公斤 7.05 美元 WFE，该价格反应了包括整鱼、鱼柳（Trim-A、Trim-B、Trim-C、Trim-D 等）、以及增值产品（VAP）等多种规格产品在内的均价，较去年同比增长 46.88%，销售均价整体符合市场预期。

**5. 今年上半年公司三文鱼收获量为 3.82 万吨，销售量为 3.59 万吨，为什么在鱼价较高的情况下，销售量少于收获量？**

三文鱼养殖企业每季度的销售量与捕捞量存在差异，主要原因是会受物流发货时间影响。一般财报中披露的销售量结转时间为 ETD 离岸时间，但考虑到订单系统下单与实际港口发货（财务收入确认）的时间差，以及安全库存等因素，统计出的实际销售量与捕捞量会存在些微不同，公司披露的前两季度

差额属于正常范围内。

另外，由于三文鱼生长周期长达三年，当年进行收获并进行销售的冰鲜三文鱼，一般为三文鱼养殖商三年前提前进行计划并排产。所以大型国际化三文鱼养殖商一般需要结合自身养殖牌照情况并要保持自身供给的稳定，来制定配套的收获计划。而且三文鱼养殖商很难在投产时（三年前）即准确预测未来市场价格，并以此调整其生产计划，否则会面临较大的经营风险。

因此三文鱼短期供应也不会随着短期价格的波动进行大幅增减，但每家公司会基于运营策略通过调整冻品库存的数量来应对市场价格波动。

**6. 公司在半年报中披露，预测第三季度将实现 3.24 万吨的收获重量，其收获重量几乎等于一、二季度的收获重量之和，为什么不能在一、二季度市场价格表现较好的情况下提前捕捞？**

对于大型的三文鱼养殖企业而言，都需要提前制定养殖计划，根据养殖计划采购鱼卵，淡水育苗后，再转移至海水养殖场，三文鱼整个生长周期长达三年。当年进行收获并进行销售的冰鲜三文鱼，一般为三文鱼养殖商三年前提前进行计划并排产。

同时大型国际化三文鱼养殖商还需要结合自身养殖牌照情况并要保持自身供给的稳定，来制定配套的收获计划。三文鱼养殖商很难在排产时（三年前）即准确预测未来市场价格，并以此调整其生产计划，否则会面临较大的经营风险。

因此三文鱼短期供应也不会随着短期价格的波动进行大幅增减，但每家公司会基于运营策略通过调整冻品库存的数量来应对市场价格波动。公司会考虑当期价格，择优微调收获量

以实现公司利润的最大化，但整体收获节奏在投苗时已基本确定。

**7. 公司在十二区的加工厂是否已正式投入运营？预计加工厂的运营带来多少成本的下降？**

公司十二区的加工厂 Dumestre 已完成主要机电设施的安  
装以及配套设施和系统的嵌入工作，新工厂的机电设施采用领  
域内先进成熟技术，所有的机器均通过模拟测试。应智利三文  
鱼养殖行业加强监管的要求，Dumestre 工厂待拿到商业执照  
Permit 之后，即可进行 Holding tank 活鱼测试，同时调整各养  
殖中心收获规划后正式投产运营。预计工厂将于今年四季度正  
式投入运营。

该工厂是区域内首座规模化智能加工厂，年加工产能高达  
7.2 万吨，将是十二区首座拥有陆地超纾压暂养池的屠宰厂，  
同时具备屠宰和深加工能力。D 工厂投入运营后对成本的节降  
是一个循序渐进的过程，随着工厂满产率的提升，对于成本的  
节降作用也越加明显。

**8. 2022 年 7 月以来，大宗商品价格开始回落，是否会对公司的养殖成本产生正向影响？第三季度的成本是否会低于二季度？**

三文鱼的成本主要由出笼成本及其他成本组成，出笼成本  
主要包括饲料成本、人工成本、鱼苗成本等。全球三文鱼行业  
平均饲料成本约占出笼成本的 45%-55%。

受疫情、全球通货膨胀等因素影响，作为饲料主要原材料  
的小麦、玉米、植物油、鱼油、鱼粉等大宗商品价格自 2020  
年第二季度开始持续上涨，目前仍处于高位，从而推动了饲料  
成本上升。2022 年上半年，公司三文鱼单位出笼成本在 4.16  
美元/千克 WFE。

目前看，大宗商品出现一定回调趋势，但整体仍处于较高位置，且三文鱼饲料成本的下降相对大宗商品价格的下降有一定的滞后性。未来若外部经济环境发生变化，大宗商品价格不断走低，公司三文鱼的养殖成本一定程度上也会降低。

此外，三文鱼饲料原材料成分中，价格高的鱼粉鱼油的比重逐渐下降，改良后的饲料配方中加入的植物（大豆、小麦、玉米等）、植物油（豆油、菜籽油）、禽肉等价格低，价格波动小，替代了昂贵的鱼油及鱼粉，在降低成本的同时，保证了足量供应。1990 年挪威鲑鱼的饲料中平均含有 59% 的鱼粉和 24% 的鱼油，2020 年，挪威饲料含有 15% 的鱼粉、12% 的鱼油；而智利的鱼粉鱼油含量仅约为 7%。

**9. 2022 年一季度公司三文鱼平均售价为 6.91 美元 WFE，2022 年上半年的平均售价为 7.05 美元 WFE，公司如何看待后续三文鱼的价格走势？**

报告期内，受供应紧缺及需求恢复影响，价格水平抬升至新台阶。根据 Data Salmon 数据显示，2021 年以来，智利三文鱼价格呈现快速上升趋势。2022 年上半年智利销往美国鱼柳 Trim D（3-4 磅）行业平均价格同比上涨 25%；智利销往巴西蒙特港整鱼（12-14 磅）行业平均价格同比上涨 41%；智利销往中国上海整鱼（6+ 千克）行业平均价格同比上涨 69%。在需求复苏推动价格上涨的背景下，子公司 Australis 实现净利润 3.17 亿元，同比大幅扭亏为盈，业务毛利率实现恢复性提升，从去年同期的-1.02%提升了 20.92 个百分点，达到 19.90% 的水平。

海外专业分析机构认为，三文鱼行业的供需紧平衡状态还将持续，供给紧缺的情况将难以缓解，根据 Kontali 最新预测显示，2022 年全球三文鱼供给增长率低于-1%，2021-2026 年供给复合年增速仅为 4%。此前海产品分析机构 ABGSC 曾指

	<p>出，当供给增速小于 8.8%时，三文鱼价格将维持上涨趋势。</p> <p><b>10. 公司未来有哪些降负债的措施？</b></p> <p>公司非常重视降负债的工作，未来将持续加强融资和资金管理的能力，不断通过债转股、配套融资、引入战略投资者等多种举措来降低公司整体的负债率和财务费用，优化资本结构。</p> <p><b>11. 联营工厂的合作模式？有何优势？</b></p> <p>公司上游掌握了优质的三文鱼资源，下游建立了多元化的销售渠道，通过工厂联营可实现轻资产运营，持续开拓市场扩大市场份额的同时提高产品毛利率。目前公司合作的联营工厂加工生产的产品均为佳沃品牌，通过贯彻品牌运营策略，逐步建立佳沃在三文鱼品类的终端第一品牌。</p> <p><b>12. 2022 年上半年子公司青岛国星实现净利润 3335.38 万元，公司如何看待青岛国星今年整体盈利情况？</b></p> <p>子公司青岛国星的业务模式是进口狭鳕鱼、北极甜虾等产品，进行加工后销售。从供给端看，捕捞配额的限制及上半年严格的海关进口防疫政策使国内原料短缺，另外，部分加工企业的产能也受到了一定限制。从需求端看，欧美市场对于狭鳕鱼产品需求强劲，随着欧洲市场的放开和下游消费的恢复，包括餐饮、商超等渠道的需求增速较快，市场整体呈现供不应求的趋势。</p> <p>受下游需求的推动，2022 年上半年公司狭鳕鱼、北极甜虾等海产品业务毛利率达 17.28% ，同比增长了 14.19 个百分点。目前看，整体业务趋势没有发生较大变化，预计该业务全年也将保持较好的盈利能力。</p>
附件清单(如有)	无

日期

2022年8月29日