

证券代码：003030

证券简称：祖名股份

## 祖名豆制品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-003

<b>投资者关系活动类别</b>	<input checked="" 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）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	东海证券 曹科峰、徐鸣等；上海磐鹰私募基金 徐争辉等；海南陆和私募基金 张晓伟等；中盛晨嘉私募证券基金 戴维；浙江俊皓投资 李小鹏；浙江中纬资产管理 董一平；浙江金永信边兴等；杭州点将台投资管理 金乐等；杭州瑜瑶私募基金管理 高于婷等；杭州九禄投资 吴斌；杭州城投资产管理 郑磊等；杭州象树资产 沈琪等；杭州观云资产 乔华杰；杭州正方资产 夏丹等；个人投资者 李海春、李家农等；证券日报 黄华镇等，共计 35 人。
<b>时间</b>	2022 年 9 月 13 日下午
<b>地点</b>	杭州江陵路 77 号公司三楼会议室
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事长兼总经理：蔡祖明先生 董事兼副总经理：李国平先生 副总经理、董事会秘书兼财务总监：高锋先生 电商负责人：郜波先生
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	一、现场参观工厂及祖名文化馆 二、公司经营情况介绍 公司 2022 年半年度业绩同比虽然有所下滑，但是也有不少亮点：1、生鲜豆制品、休闲豆制品及其他类产品营收均保持增长；2、经销模式、商超模式、直销模式营收均保持增长；

3、销售渠道方面，经销商数量保持向上增长趋势；4、产能扩张方面，武汉豆制品生产基地项目正在前期筹备中，扬州祖名迁建项目正在建设中；5、研发方面，公司坚持创新引领发展，取得的专利数量逐年增加。另外，公司自2021年将第三方电商公司收购为全资子公司后，目前公司电商业务运营正常。

### **三、互动交流**

#### **1. 大豆价格未来趋势及公司面临原料持续高位有何应对措施？**

答：众所周知，公司产品毛利率同比下降，主要系原料大豆价格上涨并持续高位所致，今年国内新豆马上要上来，产量相比去年有所增加，理论上大豆价格会有所回调，但综合大豆种植成本、气候及国际环境等因素，估计下半年大豆价格回调幅度不会太大，基本还是震荡走势。面对大豆价格持续高位的现状，公司除了采用精细化管理，研发创新等手段来主动释放成本压力外，不排除采取以下措施：1、通过供应商代收代储，满足公司部分大豆采购需求；2、进口非转基因大豆，目前仓容证申请正在办理；3、利用期货套期保值。

#### **2. 公司未来对外拓展计划及并购项目品牌如何运行？**

答：豆制品是刚需消费品，故公司未来会在消费能力强、人口基数大的京晋冀、珠三角及内陆的省会城市进行拓展，主要通过自建或并购等方式。对于通过并购取得项目，公司实施双品牌运行，维护原品牌的市场影响力，同时改善并购项目的销售体系，提升服务理念，并补充公司品牌的新产品，引导市场消费。

#### **3. 公司电商业务运营情况**

答：目前公司电商业务由全资子公司杭州祖名唯品科技有限公司负责运营，主要销售休闲豆制品、瓶装植物蛋白饮品、部分生鲜豆制品及腐乳等其他类产品，目前主要销售渠道有：

1) 天猫、拼多多、京东旗舰店，天猫、京东超市等传统电

商渠道；2) 抖音、快手等新媒体电商渠道；3) 云集、鲸好麦、爱库存、辣妈计划等社交电商渠道；4) 店铺直播及与头部主播合作的达人直播渠道；6) 搭建品牌私域板块，以有赞和社群为运营阵地，在社群深度运营品牌客户。

此外，公司电商公司也在逐步拓展快团团、群接龙等主流团购渠道。多元化的线上销售渠道有利于公司品牌形象的树立与推广，提升市场影响力。

#### **4、面对竞争市场，上市公司的优势在哪里？**

答：公司的优势集中体现在营销网络优势、冷链物流配送优势、信息化管理优势、多样化的产品线优势及先进的生产工艺设备和技术优势。豆制品属于大众类消费品，从现阶段看，公司的产品成本往往要高于一般的中小型豆制品企业，尤其是小作坊产品。但公司始终相信，只要坚持做高品质、健康豆制品，坚持创新引领发展，真心诚意地对待消费者，服务好消费者，随着消费群体结构的变化，销售渠道的多层次发展，未来的市场应该属于那些规范的全心全意做豆制品的良知企业。

#### **5、公司如何实施品牌战略？**

答：公司与专业的品牌战略定位公司进行了合作，以吃豆腐，更多人选祖名为品牌定位宣传，把新产品、新品牌通过地铁等传统媒介及小红书等线上媒介进行推广，逐渐让公司品牌深入消费者内心，达到祖名即豆腐，豆腐即祖名的效果，使公司品牌达到一定高度，定位更加清晰。

#### **6、部分线下渠道公司产品单一及直销模式占比小和低价竞争的问题**

答：针对一些线下渠道产品相对单一的情况，主要系公司从产品渠道差异化布局考虑，防止冲突。公司的销售模式主要为经销模式、商超模式及直销模式，其中直销模式营收占比较小，主要销售对象为餐饮机构、食堂等，近年来新冠疫情反复，对餐饮行业影响较大，无疑也影响了公司的销

	<p>量，但对于个别合作的餐饮机构要求牺牲我方利润来降低其成本的合作行为，公司是坚决不支持的，所谓便宜没好货，由此会造成产品质量的下降，导致消费者体验感下降，进入恶性循环，也违背了合作共赢的初衷，我们始终相信，只有真诚服务于消费者，让消费者吃到真正的好食材，才是餐饮长期为继的根本，随着疫情常态化，公司高品质的豆制品及定制化的服务会日益受到餐饮机构、食堂等客户青睐，直销模式占比增长潜力较大。</p> <p><b>7、公司与东方甄选直播平台的合作，预计给公司的销售增长贡献如何？</b></p> <p>答：公司与东方甄选合作已近两月，公司主要为其代工东方甄选品牌鲜榨玉米汁，目前来看，订单量稳定，合作比较顺利。随着合作的深入，有望开发新的产品。若东方甄选一直能成为消费者信赖的直播平台，一如既往地保持严选风格，保持独特的人文风格，公司与其保持长期合作，势必对公司销售造成正面的积极影响。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022年9月13日