

证券代码：002661

证券简称：克明食品

## 陈克明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 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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人数	东北证券范林泉、钟云柯；银华基金李爽；中信保诚基金孙鹏；浦银安盛基金王爽；天弘基金马雪薇；德邦资管刘婧；野村资管黄佳斌；盈丰资本胡涛联。
时间	2023年2月23日
地点	电话交流
上市公司接待人员姓名	董事会秘书陈燕女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>沟通与交流的主要情况：</p> <p><b>1、2022年全年的营收增速？</b></p> <p>目前年度审计工作还没有完成，根据2022年四季度经营情况，预计2022年全年营收的增长趋势和前三季度的趋势相差不大。</p> <p><b>2、2022年毛利率同比变动情况？</b></p> <p>2022年对全行业毛利率影响比较大的因素是小麦成本的上涨，为了应对成本上涨的压力，公司上调了所有产品的价格，同时不断优化产品结构、提升自动化水平及内部管理效能，据初步统计2022年整体毛利率较2021年略微有一点上升，具体</p>

还需要以正式披露的定期报告为准。

### **3、外销面粉的毛利率同比变动情况？**

外销面粉的毛利率跟 2021 年相比略有提升，但仍然是个位数的水平，外销面粉对公司整体毛利率的贡献是一个负面因素，但因为公司挂面和方便食品销量同比增加，公司内供的面粉需求也会增加，所以外销面粉的量有明显下降，综合同比而言，对公司也是一种毛利率的贡献。

### **4、小麦价格上涨的情况，面粉毛利率同比上升的原因？**

(1)公司面粉产品有提价，因为面粉不是公司的主要产品，所以其他面粉企业上调面粉价格时，公司的面粉产品也会跟随提价。

(2) 2022 年外销面粉的数量较 2021 年是明显下降的，对销售人员而言，销量目标的压力变小，其可销售产品、渠道的可选择空间就变大了，同比而言，就会选择销售毛利相对高一些的产品，实现面粉产品内部结构的提升。

### **5、2023 年小麦成本没有太大的改善的背景下，公司对各个产品毛利率是怎么展望的？还会通过提价和产品结构优化来改善毛利率吗？**

在有选择的前提下，提价策略会放到最后。原材料成本上涨属于整个行业面临的问题，2022 年公司产品提价以后，对于很多的挂面企业来说，经营压力反而变小了，头部企业希望高成本压力能对整个行业有一次洗牌，这对于未来的发展是比较良性的。到目前为止，公司还没有提价信号，会维持 2022 年的价格水平，尽量先优化内部结构，积极探索新营销手段，不断提升公司自身综合能力，来保证整个毛利率、净利率的提升。

### **6、KA 渠道目前一直处于下滑趋势吗？未来渠道方面的发**

## 展方向大概是怎么样子？

如果把 KA 渠道定义为以前的那种传统的连锁卖场，这类渠道在公司内部的体量确实是在下滑，之前，对公司而言 KA 渠道是品牌宣传的重要渠道，但对销量、收入，特别是利润贡献度是有限的。我们预估，未来渠道的发展方向主要是：首先是社区便利店，但县级和乡镇市场更多还是偏向于比较大一点的卖场。其二是线上渠道，比如社区团购、京东买菜、美团买菜等，这类渠道是对线下社区便利店的一个补充，目前公司在这块的资源投放增长也是比较明显的，也是未来公司会重点去拓展的渠道。最后，直播类渠道未来可能也有比较明显优势，比如抖音，公司也在储备直播型人才。

## 7、疫情放开后公司的销售情况较疫情期间的变化？

挂面跟去年同期相比，销量有一点下滑，但是在收入端同比是上涨的，这跟公司对产品价格调整或者结构调整都有关系。

## 8、挂面提价是否会对销量有一定的影响？

公司这两次提价都比较成功，对公司的销量影响不大，等定期报告披露后，大家可以看看同比数据变化。

## 9、与同行相比，公司的提价幅度是在什么水平？提价以后的市占率有没有变化？

(1) 与同行相比，公司“陈克明”品牌定位中高端，价格带较同行也是偏高的，这次公司提价额度比同行也要高一些。

(2) 从同比数据来看，2022 年在销量、收入等方面都是增加的，市场占有率肯定也是提升的。

## 10、公司目前渠道是下沉到了哪一级？未来渠道的空间还有多大？

(1) 目前公司南方市场渠道下沉到了村里的便利店，北方

	<p>市场的网点覆盖率还不是很理想。</p> <p>(2) 公司成熟市场在南方，未来在南方市场发展空间也还是比较大的，就湖南市场而言，公司深耕了一二十年，目前市场占有率还不到 30%，还有很大的空间可以去继续努力。</p> <p><b>11、公司与金沙河、想念的差异？与行业头部企业相比有哪些竞争优势？</b></p> <p>(1) 金沙河、想念和公司属于互补型的品牌，公司在产品方面主打中高端产品，金沙河主打高性价比产品，公司与其正面冲突还是比较少的，想念对公司而言主要是在河南市场的竞争。</p> <p>(2) 公司与挂面行业头部企业相比，各有各的优势，但并不意味着对方的优势就是自己的劣势，只能说当下的模式是企业各自最合适的选择。相较金沙河，公司全国供应链布局相对分散一些，这是基于公司中高端产品的定位，能及时满足客户的需求，金沙河相对比较集中，因为其主打高性价比产品，大基地可以更好的发挥规模优势。第二个就是经销商选择，公司以选择相对小而美的经销商为主，因为公司希望经销商可以把一个街道的每个网点都能覆盖，所以公司主要选择比较灵活的适度大小的经销商。但金沙河主打高性价比产品，其匹配的销售人员也相对比较少，所以金沙河主要是大经销商。产品方面也会有很大的差异，因为公司的定位是中高端产品，所以会一直推出各种差异化产品，比如儿童面、老年人面、杂粮面、进口面、地域特色面等，但金沙河主要做的就是全国性的产品。这些差异都符合各自品牌自身的定位，非常好的一些东西彼此也会相互借鉴。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023 年 2 月 24 日