

证券代码：002597

证券简称：金禾实业

安徽金禾实业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-001

|                  |   |
|------------------|---|
| <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<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><input type="checkbox"/> 现场参观<br><input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）  |
| <b>活动参与人员</b>    | 1、华夏基金 张俊                      2、国寿养老 冯昱祺<br>3、安信基金 胡双                      4、恒越基金 陈凯茜<br>5、兴银基金 石亮                      6、中邮人寿 杨琛<br>7、东证资管李瑞鹏                      8、泓德基金 余乐<br>9、南华资管 王琳楠                      10、国信证券 刘洋<br>11、星石投资 毛健                      12、聚鸣投资 周南<br>13、惠升基金 彭博文                      14、南京证券自营 顾诗园<br>15、东证融汇 王笑宇                      16、银叶投资 曹擎<br>17、银叶投资 李悦                      18、合远资产 王烨华<br>19、远信投资 杨大志                      20、红筹投资 刘健阳<br>21、申万宏源 马昕晔                      22、华安证券 王强峰 刘天其<br>23、华安证券自营 肖又通                      24、宏道投资 李蒙<br>25、中邮人寿 赵扬                      26、华安证券 万宣宣<br>27、颐和久富投资 陈帅                      28、上海敦和资产 梁作强<br>29、深圳榕树投资 丁煜                      30、新华资产 陈振华<br>31、富荣基金 李天翔 邓宇翔                      32、永赢基金 许拓<br>33、东证自营 郭哲                      34、中食科创资产 朱佳欢<br>35、英大资产 王文宾 |
| <b>时间</b>        | 2023年3月3日 14:00—17:00   |
| <b>地点</b>        | 金禾实业办公楼3楼会议室  |

|                    |  |
|--------------------|--|
| <p>上市公司接待人员姓名</p>  | <p>公司董事长杨乐先生，副总经理、财务总监、董事会秘书刘洋先生。</p>  |
| <p>交流内容及具体问答记录</p> | <p>公司董事会秘书刘洋先生向参加调研的投资者介绍了公司近期的生产经营情况，行业发展现状及趋势、市场竞争格局以及未来发展等相关情况。</p> <p>（一）公司近期生产经营情况简要介绍</p> <p>2022年，得益于8000吨三氯蔗糖产能的释放和销售、价格的不同幅度的提升，公司取得了较为亮眼的成绩，净利润达到了16.55-17.70亿之间。2023年公司要保持几个核心产品的市场地位和竞争力，从生产端要不断优化生产工艺，加速成本的下降，从销售端要加大出货的力度，提升经营效益。</p> <p>（二）本次调研活动主要沟通内容如下：</p> <p>1、2023年春节后，三氯蔗糖的价格一直走弱，是不是市场已经供大于求了？</p> <p>我们认为，现阶段供需结构受到产品价格的快速调整，下游客户处于观望状态，保持刚需采购，因此呈现出短期需求较弱的状态。</p> <p>2023年春节后三氯蔗糖的价格快速调整，主要是春节假期物流和下游生产的影响，导致供给端库存增加，再叠加下游客户采购的观望态度，导致了行业主要生产厂商倾向于调价出货。公司凭借成本优势，也主动调整了销售策略，价格以随行就市为主，销量方面要求有单必接，保证公司的销量份额和市场占有率。从目前公司销售情况来看，虽然客户保持了刚需采购的状态，但1-2月份总体采购量与同期相比仍然保持较好的状态。我们预计在近期价格稳定后，客户会增加采购需求量。</p> <p>从需求方面来看，2022年下半年疫情放开后，国内的人员逐渐流动起来，从很多公开数据能看到下游消费端的复苏较为明显。从国际主要食品饮料生产商的四季度报告和投资者会议纪要来看，无糖饮料在保持多年两位数增长的状态下，2022年</p> |

仍然呈现出快速增长的趋势，同时其整体气泡水产品的热量在快速的下降，也呈现出甜味剂在下游产品中的渗透率的快速提升。从国内主要调味品生产企业来看，今年一月份整体库存水平也在快速下降，因此在全球减糖、低糖化的大趋势下，随着终端品牌加大对甜味剂产品应用场景的开拓，公司认为甜味剂产品，尤其是三氯蔗糖产品的需求仍将保持较快速度的增长。因此目前需求较弱的情况，更多的是价格变动的影响。

2、公司在 2023 年有没有三氯蔗糖新增产能的规划？

公司目前共有年产 8000 吨的三氯蔗糖生产线，后续公司将通过技改方式进一步优化技术工艺，提升产品收率，在降低生产成本的同时，进一步提升产能规模。未来公司将根据市场的需求情况，将在定远二期规划和适时建设 10000 吨/年产能线，以保证公司核心产品的市场占有率和市场地位。

3、请问公司对安赛蜜价格的展望，以及如何看待新进的安赛蜜的竞争者，未来将如何应对？

2018 年-2020 年安赛蜜价格 and 市场需求一直较为稳定。2021 年下半年因为原材料价格的大幅上涨等多重因素叠加，公司对价格进行了相应的调整，安赛蜜价格处于了相对历史的高位，近期原材料价格的调整带动了安赛蜜价格的波动。

2021 年以来，受到甜味剂行业需求的整体上涨，也带动了安赛蜜需求的增长，就目前行业有效产能来看，我们认为安赛蜜基本达到了供需相对平衡的市场格局。安赛蜜行业产能的新进入者项目在 2021 年底建设完毕后，2022 年没有有效释放产能，对公司和整个行业没有造成影响。2023 年度公司将高度保持对市场的嗅觉，不断调整自身的市场策略，保证公司在安赛蜜行业的市场地位和市场份额的绝对量。

同时公司认为，安赛蜜产品价格没有明显差异的情况下，新的生产厂家进入大客户的供应商体系还需要一定时间的验证。公司与下游客户经过多年的合作，建立了良好的合作关系，

下游客户具有一定的黏性。

#### 4、2023 年的甜味剂产品长协价如何，变化大吗？

公司一般是在当年的 10 月到次年的 2 月前后陆续和部分终端客户和重点客户签订第二年的长协订单。长协订单一般是锁定价格和采购量，按照客户的需求以“年度”为单位或者以“季度”为单位签订。

短期来看，2022 年第四季度原材料价格的下降带来产品价格波动，产品价格也有一定的变化，因此下游客户存在一定的观望情绪，虽然部分客户签订了一定的长协订单，但订单量略有减少，公司认为在价格稳定后，大部分客户将会追加订单，公司作为行业领先的生产企业，将能够获取绝大多数的长协订单份额。

#### 5、最近很多原料价格走低，公司的安赛蜜和三氯蔗糖的生产成本端有明显下降吗？

安赛蜜和三氯蔗糖产品的生产原料、辅料种类较多，原材料价格对生产成本会有一些影响。公司一直在持续投入对产品的生产技术和工艺改进和创新，以此不断降低生产成本，提升产品的竞争力。

#### 6、公司的阿洛酮糖产能有多少？未来有什么规划？

公司现拥有 1000 吨的阿洛酮糖装置，目前已顺利投产，并产出了合格产品，已有少量的销售，目前处于市场开拓期间。

公司始终对各类天然、糖醇类及合成类的甜味剂产品一直保持着关注，做了广泛且有深度的市场调研。同时公司也积极和国内的各大高校和研究所保持合作，基于不同的技术共同探索食品添加剂的研发和生产。阿洛酮糖作为一种新型的代糖产品，具有降血糖、低热量、能产生美拉德反应等优异性能，除了食品饮料端的应用，产品在烘焙领域也有广泛的应用场景。另外，随着空白市场和国家对于阿洛酮糖产品使用许可的获批，将推动阿洛酮糖的需求得到进一步释放。

阿洛酮糖项目经过了充分的市场调研,是公司基于化学合成的生产经验、技术优势的基础上,向合成生物学领域的进一步的拓展,目前公司已完成了产品后续的工程化方案。公司在设备装置的设计选型上积累了丰富的经验,目前公司正在基于这套中试装置开展益生元、膳食纤维以及其他淀粉糖(醇)等功能性食品添加剂产品的探索。

7、公司定远一期的香料和医药中间体产品销售情况怎么样?

经过持续的生产优化和产品质量提升,凭借过硬的产品质量和服务质量,公司的佳乐麝香和呋喃铵盐已进入了多个下游大客户供应商体系,预计这两个产品在2023年度的产能和出货量会有一定的提升,对金轩科技2023年度的业绩形成较好的支撑。

8、定远二期的进度如何,有没有确定的产品规划。

经过2022年度第二次临时股东大会审议,公司拟投资99亿元,基于产业链的纵向延伸和横向扩张的发展思路,在进一步发挥公司在化学工程落地能力以及在化学合成生产方面多年的经验,公司在定远盐化工业园建设生物-化学合成研发生产一体化综合循环利用项目。

目前该项目已正式启动,现阶段主要项目和工作是做好产业链基础设施和产品的配套,该阶段主要规划和建设年产60万吨硫酸、年产10万吨高纯度氯化亚砷(计划年产20万吨,暂开展10万吨项目的建设)、年产6万吨氯磺酸、年产6万吨离子膜烧碱、年产6万吨离子膜钾碱、15万吨双氧水等项目,同时公司正在布局和规划6万吨/年产能的山梨酸钾项目,计划首期产能为3万吨/年。虽然目前第一阶段布局的部分产品和产能以基础化工为主,但相关产品均是基于公司产业链基础布局的需要,下一阶段公司在进一步提升氯化亚砷对三氯蔗糖产能配套能力的同时,以氯化亚砷作为关键核心原料,向下

游拓展多种含氯化学品。推进以氯化亚砷、氨基磺酸为基础原料，探索、布局新能源电池化学品的可行性。其他相关产品公司已基本确定，正在做进一步的论证工作。

#### 9、山梨酸钾是基于怎样的考虑？

公司看好山梨酸钾在海外市场尤其是发展中国家的市场前景。围绕产业链的延伸和产品品类扩张的布局，公司在定远二期项目中规划了年产6万吨山梨酸钾项目，第一期产能为3万吨/年。山梨酸钾在市场上的工艺技术已经比较成熟，经过公司的深入调研和依托公司研究所的研发力量，公司在产品的技术工艺和成本方面有了一定的突破。山梨酸钾的下游客户和公司安赛蜜、三氯蔗糖的客户高度重叠，公司能够依托已有的客户渠道和市场拓展经验，协同上下游资源，进一步丰富公司食品添加剂产品线，为客户提供综合性的食品添加剂一站式采购服务。

#### 10、公司在研发方面工作如何规划的，合肥研究所的规划是怎样的？

公司高度重视技术研发在企业发展中的重要性，并在研发投入方面持续加量。在围绕工业化放大能力和工程化放大能力的优化外，也在布局对前端研发技术的预研和储备，以在未来更多产品技术领域取得突破。

研发的突破离不开科研人才，公司的合肥研究所目前拥有近80名研发人员，实验室面积达到5000平方米，拥有50L中试装置两套，公斤级精馏分离设备一套，固定床、微反应器、非标高压定制设备等先进研究工具。合肥研究所计划在接下来的2-3年时间内进一步壮大科研人才队伍，争取到2025年底，完成200-300人研发团队的配置，人员创新水平，技术储备和在研项目数量更上一个台阶，技术支持类研发项目覆盖公司所有核心产品，重点开发食品添加剂、香精香料、新能源材料、绿色农药等行业的技术和产品，重点关注生物基、生物合成领

域技术和产品。在 2025 年底，完成具有多个有竞争力的研发项目落地，用科技创新支撑公司未来高质量发展、可持续发展。

现阶段，合肥研究所正在积极推进 2023 年完成部分食品添加剂、日化香料和新材料小规模工业化生产装置的建设，为后续进一步扩大生产规模，促进公司新业务扩张做好产业基础研究的工作。

11、公司的发展定位和未来重点发力的技术、行业是哪些？

在国家十四五规划大蓝图下和 2023 年远景目标纲要的指导下，公司将立足于健康生活和先进制造两大主题，围绕“十大新兴产业高质量发展行动”规划，结合公司目前在绿色食品、新能源、新材料等产业的布局，制定新的五年规划战略目标，推动公司的产品转型和产业升级。

食品添加剂、食品配料及香精香料产品是我们的核心产品，不管是生产经营还是市场开拓上都积累了成功经验。公司将不断丰富甜味剂产品线，不断储备香精香料产品集群，结合未来新技术，推出更多类似三氯蔗糖和安赛蜜的产品。目前公司正与各高校院所展开合作，共同研发、论证其他甜味剂、乳化剂、亲水胶体、膳食纤维等食品配料产品和多款天然香料产品。公司未来将利用多种前沿技术手段，包括植物提取、化学合成、生物发酵和酶催化等技术组合，以最有效的方式推动产品落地。未来 3-5 年公司将通过非粮生物基材料综合利用和合成生物学有机结合，深化生物技术、物理技术和化学工艺协同创新攻关，与优势企业和头部高校院所共同搭建技术创新平台，系统集成物理工程、生物和化学等技术，打通非粮生物质到下游健康营养配料及生物基材料的全链路产业链，最大限度利用非粮生物基资源实现高附加值、高端产品的转换。

公司将加速新一代电池电解液、电解质等系列产品的落地。公司将利用现有产业链：氯碱、硫化工等优势，结合多年

|   |  |
|---|--|
|   | <p>精细化工生产经验，持续研究和开发有利于提升制造业生产力的<br/>高性能材料，深度布局高附加值精细化学品。公司将加快和<br/>高校合作，攻克卡脖子技术，服务于新材料、新能源领域，为<br/>客户创造最优产品解决方案。</p> |
| <p>关于本次活动是<br/>否涉及应披露重<br/>大信息的说明</p>                       | <p>否</p>   |
| <p>活动过程中所使<br/>用的演示文稿、<br/>提供的文档等附<br/>件（如有，可作<br/>为附件）</p> | <p>无</p>   |