

证券代码：002695

证券简称：煌上煌

江西煌上煌集团食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-003

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 _____
参与单位名称及人员姓名	陈方园 国联基金 韩冬伟 国华兴益保险 陈彦宁 中邮证券 罗寅骁 高毅资产 凌 超 海南羊角私募基金 沈 莉 北京怀信投资基金 沈洁盈 上海怀澄基金 苏乐天 上海青骊投资 胡文婧 瞰道资产 孙 宇 华能贵诚信托 程丽丽 信达证券 王 盼 上海证券 薛 涵 方正证券 高 鸿 广发证券 袁紫馨 长城证券 李茵琦 财通证券 吴文德 财通证券 彭俊霖 华创证券 罗嶝影 东吴证券 童 杰 华福证券 江皓云 中信证券 秦一方 国海证券 杨逸文 中邮证券 齐晓石 浙商证券 冯佳文 天风证券
时间	2023年10月17日14:00-17:00
地点	公司总部
上市公司接待人员姓名	公司董事、副总经理、财务总监兼董事会秘书曾细华先生、财务中心总监胡泳先生、总经办副主任陈建坤先生、酱卤事业部副总监郑忠于先生、信息中心总监助理段建明先生、数字企划部副总监徐振华和证券部经理

	万明琪先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>期间，投资者参观了公司生产车间和酱卤文化博物馆，并对公司的生产经营情况和发展战略进行了互动和交流，相关具体事项如下：</p> <p>1、请问行业下游需求现状及未来的预期如何？</p> <p>【答】：</p> <p>随着生活水准的提升和对健康的日益关注，更多消费者已将关注点放在了新鲜和健康方面，开发新鲜、低热量、低脂肪、低糖、低盐分等功能的健康型酱卤食品将是酱卤休闲食品新品开发及市场拓展的主流。健康生活理念已逐步被消费者接受，酱卤休闲食品逐渐成为人们健康平衡膳食的组成部分，对食品的消费需求会转向“健美乐”的升级。</p> <p>2、公司今年遇到的消费变化以及应对措施？</p> <p>【答】：</p> <p>（一）今年以来的消费变化情况</p> <p>随着消费力整体降级，实体经营环境下行的影响，居民日常消费的细分化、理性化，消费频率的降低，导致现有部分门店收入处于低位；1-7月公司老店业绩总体增长3.3%，区域出现不平衡。各区域就业压力及人口流动，当地当地市场经济环境疲软，家庭高额负债，收入降低，导致消费力、消费频率的大幅下降，随着全国经济转型的提速，整体消费力也会逐步上升与释放。</p> <p>（二）公司采取的应对措施</p> <p>①公司深入践行“1+N”营销模式，加大新零售业务赋能门店，触达顾客深入本地生活业务，通过建立外卖、抖音等业务标准、流程，增加外卖销售，抖音本地生活赋能门店流量，实现线上销售占比30%以上。</p> <p>②引导门店可以加大餐桌类产品的销售占比，增加产品文化附加值，如：产品与菜品搭配的做法、知识卡片等。</p> <p>③在产品保证质量情况下，以薄利多销的方式提振消费频率，巩固、培养消费者的依赖度和忠诚度。</p> <p>3、公司对于成本管控及后续走势？</p> <p>【答】：</p>

在公司成本端，鸭副价格已从高位下行，近期价格继续走低，预计2023年四季度仍会小幅走低。明年会看各养殖企业的投苗量数据，及饲料行情、供给关系变化，预测明年行情变化。公司主要原材料采取战略储备制度，随着原材料价格下降，公司成本也将呈下降趋势。

4、公司的长中期规划如何实现？

【答】：

未来3-5年，即到2026年公司营业收入（不含税）达到40亿元规模，年平均复合增长率达到16.20%，公司计划通过以下措施实现：

①加快实施“千城万店”发展战略；

②全面推进公司数字化转型，构筑坚实可靠的ERP基座，建立智能生产、供应链管理、门店管理等五大运营系统，实现营销精准化、供应链智能化、部门协同化、管控透明化；

③基于各大事业部经营方向，“把宏伟蓝图变成施工图”，夯实年度经营计划管理；将持之以恒打造人才梯队，强化人才保障、思想保障、学习保障。从理念到实践，推动公司变革，实现企业文化+经营业绩提升双轮驱动；

④为逐步实现未来长中期规划目标，公司将持续推出若干期员工持股计划、期权等股权激励方案，从而吸引、留住人才。

5、公司对于千城万店发展战略的具体规划？

【答】：

公司“千城万店发展战略”即未来3-5年即到2026年门店数量计划达到万家，同时为实现未来3-5年万家门店市场开发规划，确保市场快速开发并形成全国性市场规模，在目前现有6大深加工基地及1个在建基地（浙江）的基础上，公司未来计划在海南、山东、京津冀继续投资建设基地。

市场开发方面，一是以战区所在城市为聚焦的核心区域，设置区域独占的商圈，并设立全国作战地图，以实现精准市场布局；二是以旺街铺、综合体和高势能专柜、小而美的社区店开发为主，提高各区域市场覆盖率。

6、公司单店恢复情况及2023年计划措施？

【答】：

随着 2023 年宏观经济形势不断改善，公司也加快了“1+N”线上线下相结合的经营模式转变，新零售业务的快速发展不仅带来了消费引流，也使消费场景更加多元化，单店平均销售情况也得以改善，从 2019-2022 年期间不断下滑转为开始逐步增长。

2023 年 1-6 月单店年均销售额达到 65.00 万元，比 2022 年单店年均销售额增长了 5.84 万元，同比提升 9.87 个百分点，单店销售情况回升，基本恢复到疫情前(2019 年)单店平均销售额水平的九成左右。

2023 年提升单店的具体措施：

①随着消费力整体降级，实体经济经营环境下行的影响，居民日常消费的细分化、理性化，消费频率的降低，导致现有部分门店收入处于低位；1-7 月公司老店业绩总体增长 3.3%，区域出现不平衡。随着国内经济转型提速，整体消费力也将逐步上升、释放。

②深入践行“1+N”营销模式，加大新零售业务赋能门店，触达顾客深入本地生活业务，通过建立外卖、抖音等业务标准、流程，增加外卖销售，抖音本地生活赋能门店流量、同城达人探店达人分发引流，以团购、私域会员、微信营销、社群营销等辅助方式，让顾客能够多场景购买，实现线上销售占比 30%以上。

③引导门店加大餐桌类产品的销售占比，增加产品文化附加值，如：产品与菜品搭配的做法、知识卡片等。

④在产品保证质量情况下，以薄利多销的方式提振消费频率，巩固、培养消费者的依赖度和忠诚度。

7、公司目前门店拓展进程？未来门店拓展目标、区域等规划如何？

【答】：

2023 年 1-6 月公司实际拓店 600 家，完成拓店计划 79%，7-9 月完成拓店 404 家，1-9 月拓店 1004 家，完成拓店计划 72%。

2023 年门店拓店计划是新开 2000 家，由于年初消费市场复苏缓慢，预计实际完成 1500-1600 家门店，开店方向以街边店为主，也是适当开一些高势能门店和综合体门店，商超只会开地理位置好的大型商超店。

未来随着千城万店战略的实施，每年要开 2000 家以上门店，用 3-4

	<p>年时间使得门店总数达到 10000 家以上。期间将通过鼓励大商省外拓店和与知名招商机构合作进行招商引进有实力的加盟商开店,省外市场空间巨大。门店拓展策略会有所不同,省外市场主要在大中型城市,省内市场向地级市延伸。</p> <p>8、公司未来并购方向如何?</p> <p>【答】:</p> <p>未来公司将充分利用上市公司资本平台,寻找行业内休闲类、互补类的优质标的公司,加大同行业兼并重组力度,全面提升公司的核心竞争力,将公司打造成为食品细分领域的龙头企业,向全球影响力、综合性的企业集团迈进。</p> <p>9、公司旗下真真老老、独椒戏品牌发展情况?</p> <p>【答】:</p> <p>①真真老老公司以米制品为主,品牌定位为“高汤鲜粽倡导者”,持续以“鲜”字为核心卖点。目前依托总部平台,着力打造“真真老老+煌上煌融合店”,以实现产品的融合、品牌的融合,取得不错效果,未来将立足江浙沪大本营,打造区域独占新品牌。</p> <p>②独椒戏形成以烤猪蹄为主打爆款,加以烤串引流,辅以饮品,形成饮食链条,以满足消费者多样化需求。目前已开设 30 余家门店,未来将集中江西南昌、广东深圳等区域聚焦拓店,打造线上网红品牌。</p>
附件清单 (如有)	
日期	2023 年 10 月 17 日