

劲仔食品集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

证券代码：003000

证券简称：劲仔食品

编号：2023-007

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 checked="" 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
参与单位名称及人员姓名	通过全景网 (https://rs.p5w.net) 及深交所互动易“云访谈”栏目线上参与“2023年第三季度业绩说明会”的投资者
时间	2023年11月14日(周二)下午15:00~17:00
地点	全景网“投资者关系互动平台” (https://ir.p5w.net) 及深交所互动易“云访谈” (http://irm.cninfo.com.cn)
上市公司接待人员姓名	董事长 总经理 周劲松 董事 副总经理兼董事会秘书 丰文姬 副总经理兼财务总监 康厚峰 独立董事 刘纳新 保荐代表人 李江娜
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司对投资者提出的问题进行了回复，情况如下：</p> <p>问题 1、抖音占公司的线上收入占比较大，对于公司网上领域未见有小红书，哔哩哔哩的布局。是否有与小红书、博主的合作推广尝试？微信视频号是否也有相关的布局？公司对于线上平台是否是优先布局老平台，新零售方面未有尝试和推进？</p> <p>答：您好，公司高度重视线上渠道的管理和运营，通过天猫、淘宝、京东、拼多多等国内主流电商平台，以及抖音、快手等新媒体渠道，兴盛优选、美团优选等社区团购平台进行产品的销售和渠道建设。2023年以来，面对传统电商渠道流量下滑趋势，公司采取精细化运营，完善产品结构，紧跟新媒体发展趋势，布局短视频、社交平台、达人直播等新兴渠道，建立从头部流量到自播带货的传播矩阵，实现品牌和销量的双重提升。在品牌传播</p>

渠道方面，公司集中优势资源，线上线下联动打通。一方面，挖掘产品“健康”属性，通过社交媒体持续种草，以更高效触达消费者，在抖音、快手、小红书等平台与热门主播 KOL 绑定，加大劲仔品牌在年轻一代消费群里中的曝光率；另一方面，开展了“抖音 CNY”，“‘4.1’ 鱼人节”、“5.20 活动”、“高考考试季”等活动，紧跟年轻消费群体的关注点，贴近 Z 世代群体热衷的活动形式、话题内容，融入新一代“健康”的生活理念，取得较好的传播效果。感谢您的关注！

**问题 2、三费费用率未来如何展望，占比结构将如何变化？
公司研发费用的投向会有什么变化？**

答：您好，从全年来看，公司费用率会按照预算进行整体规划，基本维持稳定。公司会密切关注毛利率和费用率的变化，持续提升公司盈利能力。目前公司主要的研发方向有几个：第一个是丰富品项完善产品矩阵。公司目前有小鱼、鹌鹑蛋、豆干、肉干、魔芋、手撕素肉等六大产品系列。公司将按照发展规划和市场需求把六大系列产品进行进一步开发和优化，打造更加丰富的产品矩阵。第二个是核心品类的迭代和升级。公司将继续加强食品创新升级，紧跟消费者需求，为消费者带来更多更美味更创新的产品。第三个是食品基础加工技术的研究。公司将持续对食品加工工艺进行改善，为消费者带来更健康更有品质的产品。感谢您的关注！

问题 3、目前销往的区域均是欧美或亚洲，是否考虑跟着一带一路去布局南美、非洲等与中国关系友好的国家？辣制品也是一个很有特色的产品。

答：您好，感谢您的建议。劲仔食品目前在肯尼亚进行了原材料基地的布局，同时公司以“致力成为全球有影响力的休闲食品企业”为愿景，重视全球市场拓展，目前已覆盖超 30 个国家，未来会继续为实现公司愿景而努力。

问题 4、请问深度跟踪公司的分析师分别是哪几位。

答：您好，公司注重与投资者的沟通与交流，除定期报告和临时报告披露公司信息外，公司采用线上及线下多种方式与投资者就公司的经营情况进行交流，包括股东大会、业绩说明会、投资者交流会、券商策略会、实地调研等。公司还安排专人接听及回复投资者来邮来电，及时准确回复互动平台。公司对所有的投资者均一视同仁，公开公平公正的传递公司信息，后续我们将一如既往的与投资者密切沟通、充分交流。

问题 5、公司对产品毛利率的态度是怎么样？是维持毛利率的稳定，还是会让渡一些毛利率给渠道，获取更大的份额？

答：您好，公司会根据渠道不同，开发适合渠道销售的产品。如公司大包装系列产品，更多覆盖的是 KA\BC 超市等高势能渠道，对经销商的渠道服务能力有一定要求，与经典款的产品相比，经销商的毛利会有一定的增长，能有效调动渠道的积极性。感谢您的关注！全面管控，最大限度地把控产品质量安全。

问题 6、请问我们公司未来的发展方向是什么？

答：您好，公司未来仍然会继续以“超十亿级”单品小鱼为绝对核心。公司今年下半年推出了新品劲仔深海鳀鱼，从原材料选用、加工工艺、产品口味、保鲜方式、包装设计等各个方面进行了升级。目前深海鳀鱼进行了第一轮铺货，在西安区域的部分高端渠道进行销售。这是公司对于产品价值的挖掘，对于品牌高端化的探索，符合公司产品营养、美味、健康的发展方向。我们对于新品的发展非常有信心，相信未来会让更多消费者了解劲仔食品产品的价值。感谢您的关注，谢谢！

问题 7、有关注到公司的持股计划低于目前的股价，然后公司实施了回购，继续用于股权激励。建议公司不要太着急搞股价，若公司一直能维持竞争力，稳定分红，扎实吸引长期资金，

进行轮动式股权激励，将更有利于做大企业。君不见宝新能源年度计提员工持股计划奖励金，频繁做持股计划，以平滑股价对于员工激励的风险。

答：您好，感谢您的关注和建议。

问题 8、请问，目前公司从股市募集的资金主要用于扩大生产，是否存在“步子迈得太大”的情况，扩大生产能否与销量相匹配。

答：您好，劲仔食品处于快速增长的阶段，公司会根据市场需求及时布局各个品类产能。目前鱼制品、豆制品、肉干、魔芋产能储备较充分，现有场地能及时根据市场需求增加产能。鹌鹑蛋方面，经过今年前三季度爬坡，现有产地产能逐步释放，逐渐稳定。目前公司在积极布局新的鹌鹑蛋生产基地，为鹌鹑蛋朝“十亿级”单品迈进做好准备。感谢您的关注！

问题 9、请问，目前公司的产品除了小蛋圆圆和小鱼，其他产品在市场上其实同类化很严重，有没有在研发新的产品？可以在养生 中药方面下点功夫，毕竟公司主打的是健康饮食，药膳也不是不可以。

答：您好，公司目前有“小鱼、鹌鹑蛋、豆干、肉干、魔芋、素肉”六大产品系列。2023 年，公司陆续开发了“深海鳀鱼、蜂蜜味鹌鹑蛋、真有鱼豆干”等 8 项新品上市。未来公司将继续加大研发投入，一方面通过对原辅料、工艺、配方等持续研究改良，提升产品品质，满足消费者对休闲食品消费升级的营养、健康的需求；另一方面持续开发更多品类、品规休闲零食。感谢您的关注，谢谢！

问题 10、对于维护股价方面，近期公司又开展了回购，奖励员工。未来是否有计划将回购的股份注销。

答：您好，公司再次回购股份的用途是实施股权激励或员工

持股计划，实施目的是为了吸引和留住核心人才，打造事业共同体，进一步完善全公司长效激励机制和利益共享机制。后续如涉及公司回购股份用途变更，公司将根据法规要求及时进行公告。感谢您的关注。

问题 11、请问，在消费降级的大环境下，公司未来新的增长点在哪里，是如何构思的。

答：您好，从品类来看，公司仍然会继续以“超十亿级”单品小鱼为绝对核心，“潜力十亿级”单品鹌鹑蛋为第二曲线，打造“一超多强”的产品系列矩阵。从渠道来看，公司会继续坚持以大包装+散称为抓手，不断完善产品矩阵，完善渠道结构，覆盖更多的空白网点，提高渠道竞争力。我们相信无论是在卤味零食的大赛道，还是在鱼制品、豆制品、禽类制品等细分赛道，劲仔都有足够的成长空间。感谢您的关注！

问题 12、请问，公司在食品安全方面有没有新的举措，可以让消费者吃着放心，买点安心。毕竟一部分人对于日本排海影响海产品还是比较担心的。

答：您好，公司的鱼制品是经过深加工的具有中式风味的休闲零食，建立了从原料、生产、出厂、销售等全流程溯源体系和多环节检测标准，严格按照国家食品法律法规经营，确保触达消费者的产品安全。公司原料鱼产自东南亚海域，该海域受影响较小。同时，我们非洲肯尼亚水产品原料基地正在积极拓产。所有原料鱼均经海关等部门系统化检疫检测后进入国内，从源头上杜绝了食品安全问题。我们会持续关注核污水问题，并按照国家要求加大监测检测，保障原料鱼进口安全和产品安全，并积极做好相关预案，持续为消费者提供美味、营养、健康的产品。感谢您的关注，谢谢！

问题 13、公司主要产品目前的成本控制情况如何？

答：您好，公司主要原材料会根据市场情况储备战略库存，同时随着主要产品销售规模扩大，自动化水平提高，上游供应链进一步完善，生产效益逐步提升。目前公司主要产品成本比较稳定。感谢您的关注，谢谢！

问题 14、公司目前毛利率情况如何？销售费用如何控制？

答：您好，公司前三季度毛利率逐季度改善。主要是公司原材料价格有所下降，同时销售收入提升带来一定规模效益，此外鹌鹑蛋、魔芋等产品的加工水平持续改良也带来一定生产效益提升。三季度销售费用率上升主要是公司在新品的市场投入费用以及线上新媒体费用增长所致。从全年来看，公司对销售费用率会按照预算进行整体规划，基本维持稳定。公司会密切关注毛利率和费用率的变化，持续提升公司盈利能力。感谢您的关注，谢谢！

问题 15、你好，请问公司前三季度的业绩表现如何，谢谢。

答：您好，2023 年前三季度公司持续高增长，营业收入、净利润已 2022 年全年总额。2023 年前三季度，公司实现营业收入 149,344.70 万元，同比增长 47.85%；实现归属于上市公司股东的净利润 13,319.14 万元，同比增长 47.49%。公司第三季度营收、净利润均创下自上市以来单季度新高。公司第三季度营收实现 5.69 亿元，同比增长 45.92%；实现净利润 5006.22 万元，同比增长 48.36%。感谢您的关注。

问题 16、请问公司对鹌鹑蛋产品后续发展有哪些期待？

答：您好，鹌鹑蛋产品上市一年半的时间，公司内部不断进行品质升级、工艺优化、设备迭代，推出的鹌鹑蛋产品品质稳定，美味营养，产品力强，深受消费者喜爱。截至 9 月份，月销已突破 4400 万元。经过今年前三季度爬坡，现有产地产能逐步释放，

	<p>逐渐稳定。目前公司通过跟上游供应商建立紧密合作，稳定采购价格，建立了更加稳定、优质的原材料供应链。同时，公司在积极布局新的鹌鹑蛋生产基地，为鹌鹑蛋朝“十亿级”单品迈进做好准备。随着生产基地的集中筹建，规模效应的提升，鹌鹑蛋还有非常大的挖潜增效的空间。感谢您的关注，谢谢！</p>
附件清单(如有)	
日期	2023-11-14