

证券代码：603345

证券简称：安井食品

安井食品集团股份有限公司

投资者调研记录表

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他
时间	2024年2月
上市公司接待 人员姓名	董事会秘书：梁晨
投资者关注的 主要问题	<p>1、未来能够看到哪些产品结构亮点，下一个打算做什么品类？</p> <p>去年整体消费环境一般，这对于传统食品企业来说是一个共同面临的挑战。锁鲜装仍然是公司最重要的C端产品系列，依然保持较好的增长，对于提高毛利、改善产品结构和提高C端静销力非常重要。锁鲜装的定位是战略产品，目的是盈利；而对于其他企业可能是战术单品，重视程度不一样。因此，在去年旺季的内部宣讲会中，我们强调保价盘的重要性，以防止不同渠道、不同区域之间的价格战。去年整个消费市场表现出两极分化的趋势，中端产品受影响较大，低端产品和中高端产品的表现相对稳定。烤肠属于高速增长、大品类、上升周期的产品（也即“高大上”产品），公司已经将火山石烤肠的提升到与主业火锅料同等的战略高度。在烤肠的营销推广方面，我们全力做烤机渠道（自建终端）；烤肠有安井的LOGO，配备定制的中高端烤肠机，重点覆盖社区、旅游景点和学校周边等渠道。这些都是我们迎合当前消费降级趋势的营销动作。</p> <p>在去年第四季度，我们发现了牛羊肉卷这个传统单品焕发新生命力，显现出很好的发展势头。因此，公司召开了牛羊肉卷的专门推广会议，并邀请了销量较大的经销商参加，希望能够共同推广这个产品。我们对牛羊肉卷的重视程度与酸菜鱼等主打产品的战略地</p>

位相当。

2、关于B端丸之尊升级，现在有变化吗？

我们通过产品分层矩阵，有锁鲜装、玲珑装、大包装，满足不同消费客群的需求。在火锅店消费升级的背景下，我们布局“丸之尊”，以满足一些连锁火锅店对食材品质的要求。丸之尊1.0系列是之前“三大丸”、“四大丸”的老品，在去年大环境不好的情况下销售表现不俗；丸之尊2.0系列品质升级、口味创新，定价也较1.0系列高。但是去年C端消费较弱，在推丸之尊2.0系列的过程中难度不小。丸之尊系列我们是做长远打算的，在兼顾B端高端领域的需要之后，想逐步替代市场上的散装产品。在新品上市之初，如果定位为B端高端，一旦降价会影响品质认知，因此在价格策略上比较谨慎。去年针对农贸渠道一些大流通、单品牌类、价格敏感类产品有价格跟进动作，如千夜豆腐以及竞争激烈的米面类产品，其他相对没有太多的价格让步。

3、公司春节整体动销如何？

受暖冬天气及四季度消费疲软的影响，去年10月至12月上半月市场整体表现一般，12月下半月天气降温后，公司动销恢复良性。1月因春节备货+公司“开门红”政策，春节动销良好，渠道拿货积极；2月有春节错期影响，在23年高基数下，合计1-2月市场表现环比改善。

4、公司产能的释放节奏？

根据中国证监会的要求，公司每半年需要披露募投资金存放与实际使用情况，向投资者说明募投项目的进度。公司采用以销定产的策略，即根据销售情况来确定产能释放的节奏。在2023年下半年，消费市场疲软，公司采取谨慎扩张、稳步推进的策略。

根据募投项目投入计划和全国各大区市场需求，分期推进基地

建设，有序释放产能。调整后的辽宁三期项目已建设完毕，也即冷库主体已完工，目前正进行冷库保温工程安装，计划 2024 年 6 月投入使用；广东安井已于 2023 年 6 月正式投产；山东安井正在进行主体厂房及附属设施的消防竣工验收，计划 2024 年 3 月份试产；河南三期建筑主体已封顶，计划 2024 年投入使用；泰州三期宿舍及仓储项目消防竣工验收，2024 年 1 月投入使用；洪湖安井目前在开展主体工程的建设安装，计划 2024 年二季度分步投入使用。接下来，更加有序地投放产能、合理分配订单成为了内部管理和产能增长决策的重要问题。

5、公司的渠道策略有变化吗？

公司继续坚持“BC 兼顾、全渠发力”的渠道策略，同时为顺应当前消费市场渠道分化、碎片化特点，以及餐饮连锁化率提升和新零售平台产品定制化需求增加的市场趋势，有针对性去做相应渠道的开发和建设。

安井是一个渠道见长的公司。过去火锅丸子主要在小 B 渠道销售，开放式的小 B 是安井最熟悉、最擅长的渠道。由于近一两年来大 B 分流小 B，我们必须主动调整以迎合市场。麻辣烫、火锅、烧烤的连锁化率都在提高，他们亦需要非标准化的产品，包括不同规格和原材料的产品，以及不同的包装方式。去年底，我们内部召开了一次营销会议，强调了大 B 客户的重要性，其中包括了餐厅连锁以及平台的即时零售、新零售、线上线下联动等；在架构上也成立了新零售一部、新零售二部、特通一部、特通二部。

我们的经销商从“坐商”转向“行商”，现在是“行商”往“平台商”过度阶段。根据《2023 年前三季度与行业相关的定期经营数据公告》，公司有 1937 家的经销商，经销商数量的增长主要来自 BC 类商超经销商。在渠道分化的过程中，BC 类商超较好地承接了 KA 商超被分化后的流量，弥补了 KA 商超被分流带来的影响。

	上述调研会议，公司与投资者进行了交流与沟通，严格依照相关管理制度及规定执行，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，未出现未公开重大信息泄露等情况。
参与单位名称及人员姓名	详见《附件 1：参会名单》

附件 1：参会名单

1、2024 年 2 月 27 日，参加申万宏源策略会。

序号	姓名	公司	序号	姓名	公司
1	郑婉玲	安信基金	2	赵玥	申万资管
3	陈嵩昆	安信基金	4	冯新月	国投瑞银
5	吴政	华安基金	6	姜禄彦	诺德基金
7	章昕乔	华安基金	8	李泽明	长信基金
9	董懿夫	华泰保险	10	谭一苇	睿郡资产

2、2024 年 2 月 29 日，参加华创证券策略会。

序号	姓名	公司	序号	姓名	公司
1	韩冬伟	国华兴益保险资产管理有限 公司	2	韩璐	中再资产管理股份有限公司
3	刘健	摩根资产管理有限公司	4	邱红丽	中海基金管理有限公司
5	操昭煦	泓德基金管理有限公司	6	王叶	华富基金管理有限公司
7	姜涵予	兴业基金管理有限公司	8	丰一凯	长江证券（上海）资产管理有限 公司
9	陈涛	海富通基金管理有限公司	10	袁震	鑫元基金管理公司
11	王婧	浙商证券股份有限公司 FICC 事业部	12	包恺	永赢基金
13	张海涛	上海慎知资产管理合伙企业 （有限合伙）	14	刘旭明	国华兴益保险资产管理有限公司
15	刚登峰	泉果基金	16	姜禄彦	诺德基金管理有限公司
17	黄逸群	易方达基金管理有限公司	18	谢艺菲	浙江浙商证券资产管理有限公司
19	孙宛	太平资产管理有限公司	20	方振	上海高毅资产管理合伙企业 （有限合伙）
21	孙超	景顺长城基金管理有限公司	22	曾炳祥	光大证券资产管理有限公司
23	徐志华	汇添富基金管理股份有限公 司	24	乔雅	杭州融泰云臻私募基金管理有限 公司
25	黎思思	南方基金管理股份有限公司	26	章昕乔	华安基金管理有限公司
27	杨庆运	中银基金管理有限公司	28	许少波	博时基金管理有限公司
29	池文丽	中银基金管理有限公司	30	刘强	华夏基金管理有限公司
31	刘天雨	上海和谐汇一资产管理有限 公司	32	汤舒婷	嘉实基金管理有限责任公司
33	李彦	华夏基金管理有限公司	34	黄灿	华商基金管理有限公司
35	顾佳莹	上海合远私募基金管理有限 公司	36	周燕	银华基金管理股份有限公司
37	赵佳	华夏久盈资产管理有限责任 公司	38	龙一鸣	南方基金管理股份有限公司
39	陈保国	西部利得基金	40	王欣然	华泰柏瑞基金管理有限公司
41	董懿夫	华泰资产管理公司	42	刘智博	前海开源基金管理有限公司

43	刘伟刚	太平养老保险股份有限公司	44	徐椰香	中国人民养老保险有限责任公司
45	王睿	中信保诚基金管理有限公司	46	陈哲	广发基金管理有限公司
47	靳晓婷	西部利得基金	48	曾子潇	招商基金管理有限公司
49	张昌平	西部利得基金	50	冯佳安	上海汐泰投资管理有限公司
51	王凯	中金公司资产管理部	52	张燕	华泰资产
53	郑名洋	泓德基金管理有限公司	54	李亨通	嘉实基金管理有限责任公司
55	黄璜	上银基金管理有限公司	56	施文琪	银河基金管理有限公司
57	赵钦	国海富兰克林基金			