

证券代码：300783

证券简称：三只松鼠

三只松鼠股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2024-002

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	参与公司 2023 年度网上业绩说明会的投资者
时间	2024 年 3 月 28 日
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：章燎源先生 董事、董事会秘书：潘道伟先生 财务总监：周庭先生 独立董事：黄钟伟先生、吴声先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>交流问答</p> <p>1、2023 年度，公司坚定且彻底地执行“高端性价比”总战略，想问问效果如何，在本报告期已经有所体现吗？未来还会继续实行该策略吗？</p> <p>答：尊敬的投资者，您好。2024 年 3 月 26 日公司披露了《2023 年年度报告》，营业收入 71.15 亿元；净利润 2.20 亿元，同比增长 69.85%；扣非净利润 1.02 亿元，同比增长 148.72%。从分季度来看，第一季度处于战略导入初期，叠加年货节前移，对当季度营收影响较大；但从第二季度开始，公司积极拥抱短视频新渠道、发挥自主制造优势强化核心品类竞争力，实现季度营收同比基本持平；第三、四季度迅速实现业绩逆势增长，合计贡献增量超 10 亿元，为 2024 年货节的大幅增长奠定坚实</p>

基础。2024年，公司将坚持以“让坚果和好零食普及大众”为使命，以“国民零食、国民好价”为品牌总定位，坚定“制造型自有品牌零售商”的商业模式，坚持“高端性价比”为总战略，坚守“全品类、全渠道”的经营方式，发挥公司创新基因，不断把公司的发展带上另一个新高度。感谢您对公司的关注。

2、章总您好！很高兴能看到2024年松鼠目标是“重回百亿”，问下具体的举措是什么？

答：尊敬的投资者，您好！2024年公司规划的总体目标是：“重回百亿，在全中做强”。具体来看，一是以“一品一链”为核心，做强一批大单品。实现总成本领先的前提下，以全球视野持续夯实坚果主品类，并聚焦优选一批零食大单品实现一品一链。二是以“抖+N”协同为核心，做强全渠道。通过短视频电商的内容属性不断打造大单品并赋能全渠道，在渠道建设上特别聚焦分销业务逐步推动日销品区域化深度分销的打造以及社区零食店在根据地市场的密度布局。三是以“品销合一”为核心，做强新组织。聚焦“产品、市场、渠道”三个关键环节高度平衡，实现以市场为导向，以消费者为中心并高度协同的网络化组织，进而向市场和消费者交付高端性价比的产品。四是以“儿童高端健康零食”为全新差异化定位，开启核心大单品在全渠道矩阵的渗透，做强子品牌小鹿蓝蓝。感谢您对公司的关注。

3、国家在推进新质生产力，公司怎么理解，有什么计划？公司打通了一二三产业，通过信息化实现业务数据化，属于全链条的数据搜集、处理、应用，应该是新质生产力的典范代表。

答：尊敬的投资者，您好！中国零售行业正在发生一场深刻的供需全域大变革，整体呈现供需失衡状态，而零食行业作为中国特色品类在这轮变革中将迎来结构性变化，供给效率和供给方式将发生质的改变。基于此，2022年底，公司在行业内率先提出“高端性价比”战略，并历经一年时间，依托“高端性价比”新战略助力公司走出困境周期，2023年下半年起实现逆势转增。“高端性价比”是指基于市场需求为导向，以消费者为中心，创新为主导，通过对全链路、全要素的整合重组，做

到“链路更短、工具更先进、组织更协同”，实现全品类、全渠道在交易全链路总成本领先的基础条件下，实现产品更高品质，更有差异化、价格更亲民，同时叠加松鼠品牌力，让消费者重新感受到品牌新价值。其本质是从原料、制造到交付的一二三产深度融合下生产经营效率大幅提升的先进生产力，是新质生产力在坚果行业的松鼠实践。感谢您对公司的关注。

4、请问三只松鼠除了年节卖礼盒以外，在日常销售的情况如何？未来计划如何布局？

答：尊敬的投资者，您好。公司于2021年开始布局线下分销业务，起初基本以年节销售及礼盒产品为主。随着“高端性价比”战略的提出，分销渠道迎来了新的发展机遇——日销品持续贡献增量。“高端性价比”改变了过去的损益模型，产品不再因为层层加价导致终端售价高企，而是通过“两选三对标”保证终端产品价格与质量的竞争力。报告期内，公司线下分销业务实现营收16.41亿元，其中日销品贡献超30%，实现从年节转向日销的可持续发展，平抑季节性波动的同时，带动规模与盈利能力的双提升。2024年，公司将重点聚焦分销业务，逐步推动日销品区域化深度分销的打造。感谢您对公司的关注。

5、公司产品应顺应市场需求，解决市场真痛点，请问公司当前产品表现如何？

答：尊敬的投资者，您好。感谢您的建议。报告期内，公司聚焦坚果品类深耕，推动零食大单品，初步构建了“全品类”的新基本盘，打造了每日坚果、夏威夷果、辣卤礼包、鹌鹑蛋、鳕鱼肠等系列大单品，均位列抖音对应类目TOP1。其中松露巧克力于2023年11月上线，已打造成为千万级大单品，位列天猫松露巧克力销售TOP3。感谢您对公司的关注。

6、请问怎么看我们的业务模式和量贩零食的竞争与合作关系？

答：尊敬的投资者，您好。中国休闲食品市场很大，对于公司而言，重点是把核心品相供应链做到极致，从而在品质、价格、品牌等方面具备竞争优势。头部量贩体系在逐步走向主流的过程中，必然需要质高价

优的优势单品，而当三只松鼠的产品优势足够大时，双方自然能建立良好的合作。同时，从竞争角度，公司线下社区零食店采取差异化模式，是基于对量贩零食业态长期分化趋势的判断，立足自有品牌，充分发挥供应链优势所开创的新店型，致力于为广大社区家庭提供丰富的质高价优好零食。感谢您对公司的关注。

7、高端性价比战略是否会对毛利率产生影响？

答：尊敬的投资者，您好！“高端性价比”战略指引下，公司毛利率有所调整，但盈利能力逐步改善。报告期内，公司净利润 2.20 亿元，同比增长 69.85%；扣非净利润 1.02 亿元，同比增长 148.72%。产品性价比的提升是通过供应链全链路的优化，在确保产品品质的同时实现利润的溢出，并将这部分利润让渡给消费者，从而实现高质的同时兼具性价比。目前，公司已全面进入坚果品类的自主制造环节，构建了以“礼包分装、每日坚果、夏威夷果、碧根果、开心果”等品类的自动化产线升级，并与世界 500 强翱兰国际合资建成产线，同时以自主制造为关键点渗透到原料产地，诸如在广西、云南等地设立采购点，与全球第一大夏果农场“金牌”坚果公司(Golden Macadamia)、全球第一大蔓越莓农场 OceanSpray、全球第一大开心果农场 Wonderful、全球第一大碧根果农场 Easterlin 等开展了全面合作，实现了全链路成本的优化。报告期内，坚果礼线上市场份额遥遥领先，每日坚果、夏威夷果、辣卤礼包、鹌鹑蛋、鳕鱼肠等系列大单品位列抖音对应类目 TOP1。感谢您对公司的关注。

8、董秘您好，请问小鹿蓝蓝 2023 年表现怎么样，2024 年准备怎么做？

答：尊敬的投资者，您好！小鹿蓝蓝是公司旗下全资子公司品牌，自 2020 年 6 月上线以来位居全网宝宝零食类目前列，2023 年实现营收 5.88 亿，同比增长 19.76%。同时，自 2023 年 3 月以来，上线超 200 款新品并取得亮眼成绩，其中鳕鱼肠、功能软糖、果泥、山楂棒等爆款新品位列抖音对应品类 TOP1。2024 年，小鹿蓝蓝全新升级“儿童高端健康零食”品牌定位，不断丰富婴童食品全领域产品线，深耕单品运营，并在全渠道矩阵渗透。感谢您对公司的关注。

9、从抖音上看到三只松鼠卖得很好，很多产品都排第一，请问是怎么做到？

答：尊敬的投资者，您好！2023 年度，抖音渠道营收 12.04 亿，同比增长 118.51%，其中下半年度营收 7.68 亿，同比增长超 260%。抖音是公司“抖+N”全渠道协同体系的重要基础。其具备两大优势，第一是能够通过商品与运营的匹配，快速建立规模优势，从而以优质渠道牵引供应链变革，进一步实现全链路、全要素成本优化，从而全面提升产品竞争力快速渗透供应链；第二是内容属性，叠加公司在内容创作与品牌运营的长期经验，能快速提升全国化品牌势能，进而赋能销售转化。报告期内，公司全面拥抱抖音短视频电商，打造了罐装每日坚果、随心装夏威夷果、鹌鹑蛋、沙琪玛、鳕鱼肠等多款大单品，均位列抖音对应类目 TOP1。感谢您的关注。

10、公司社区零食店有多少家？是否会开在大学、社区附近？

答：尊敬的投资者，您好。感谢您的建议。公司于 2023 年 6 月开出首批自有品牌社区零售店，截至 2023 年末共有 149 家，重点分布在浙江区域，尚处于发展初期，未来将进一步深化布局。在选址方面，公司同样重视大学、职校、中小学等附近的商圈选址并已有门店布局，同时公司社区零食店致力于服务广大社区家庭，未来也会积极布局适合的社区商业街等业态。感谢您对公司的关注。

11、公司除了在现有休食业务以外，还有没有新增业务的打算，比如三只松鼠动漫、电影，并向全国推广？

答：尊敬的投资者，您好。三只松鼠通过电商构建起全国化的品牌认知。公司以 IP 化的品牌为原点，衍生出系列趣味周边、《三只松鼠》、《三只松鼠之中国行》等科普益智系列动画片、抖音短视频内容矩阵等多元生态。其中，公司制作及发行的长/短视频、动画片网络播放量累计超 150 亿次，覆盖超 6 亿观众，电视台播映期间，收视率多次位列央视少儿、卫视第一，并先后荣获长三角青年动漫创新创业大赛一等奖、国家级版权示范单位、安徽省第七届动漫大赛金奖等多个奖项。未来，公司将持续以全国化品牌 IP 为原点，不断输出内容，讲好中国故事，赋予

	<p>品牌新的生命力。感谢您对公司的关注。</p> <p>12、大股东继续减持的原因？</p> <p>答：尊敬的投资者，您好。今日资本是优秀的知名创投机构，在 2012 年投资公司，投资期已超 10 年，其减持是出于基金管理及其自身资金需求的考虑，不代表其对公司发展前景和长期投资价值的判断。公司十分欢迎看好中国休闲零食行业、认可公司基本面及投资价值的战略投资者加入公司，与公司一起成长，实现共赢。感谢您的关注！</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 3 月 28 日