

证券代码：003030

证券简称：祖名股份

祖名豆制品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-001

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>业绩交流会</u> ）
参与单位名称及人员姓名	海通证券
时间	2024年4月22日 15:00-16:00;
地点	公司会议室（线上电话会议）
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书兼财务总监：高锋先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司 2023 年度业绩情况</p> <p>各位投资者好！2023 年，在市场消费需求不足、行业价格战加剧的背景下，公司依然保持了健康和平稳的发展态势。公司 2023 年度营业收入同比略微下滑，但净利润有所提升。</p> <p>从主营业务收入渠道来看，2023 年直销渠道增长比较快，主要源于老乡鸡等餐饮渠道以及电商渠道的销售增长。如果对比 2019 年数据，2023 年（剔除并表）来看，商超模式、经销模式和直销模式均有显著增长。</p> <p>从产品品类来看，生鲜豆制品和休闲豆制品和去年基本持平，植物蛋白饮品略有下滑，其中，玉米汁和瓶装豆奶产品保持了增长，但是自立袋产品出现了下滑。2023 年，公司其他业务收入有显著增长，这部分主要来源于对豆渣的再利用，通过烘干加工，配套给宠物公司做猫砂。公司扬州新厂也投入了豆</p>

渣烘干设备，未来扬州基地的豆渣也会对外销售，在宠物经济兴起的背景下，豆渣猫砂市场需求有望进一步扩大。

二、公司 2024 年一季度业绩情况

2024 年一季度公司营业收入增长 17.26%，其中太原、贵州和北京三家子公司并表的贡献较大。三家子公司保持了良好的收入增速，主要缘于公司通过资源整合，帮助其引入了大型商超客户资源，实现了业务增量；公司还在餐饮渠道为其提供赋能，帮助其引入知名的餐饮连锁客户；此外，并表子公司的产品也在提升改造，通过引入祖名的产品以及更好结合祖名的品牌效应，进一步改善了产品销售。

从利润端来看，这 3 家子公司一季度净利润合计亏损，主要原因在于 23 年其对产线设备做了技术改造，目前技术改造尚未完成。技术改造完成后将提升子公司的运营效率和质量。

三、问答环节

1、如何看待后续大豆价格？

答：从大豆期货数据来看，期货价格趋于平稳，我们认为 2024 年大豆整体价格将保持稳定。公司将持续关注大豆价格变化，结合自身库存等情况，科学灵活地制定大豆采购计划。

2、公司在渠道开拓上有哪些创新性举措？

答：面对传统销售渠道的疲软及新销售渠道的兴起，公司通过分产品、分渠道挖掘市场需求。公司积极切入社区店和社区团购，探索小餐饮渠道，深耕批发渠道，不断丰富合作客户类型；通过微信公众号、抖音等新媒体，以及展会推广、新品展示、电商平台直播等多种形式加大宣传推广力度，不断提升公司品牌影响力；重点开拓合肥“样板市场”，通过经验积累形成可复制的新市场开发模式；创新性地推出了直接控制终端网点的小配送模式，一区一人一车，专攻周边小商店，通过对小商店高效及时的服务实现公司产品全覆盖，扫除市场盲区，目前滨江区小配送试点已经初具成效。

	<p>3、公司 2024 年的股权激励目标并不低，请问公司是如何考量的呢？</p> <p>答：本激励计划业绩指标的设定是结合了公司现状、未来战略规划以及行业的发展等因素综合考虑而制定。考虑到未来的经营发展具有一定挑战性，在销售端，公司希望通过激励销售人员，实现销售增速提升；在生产端，公司希望通过激励生产基地和外部子公司负责人，提升产品出品率、降低成本。因此，2024 年股权激励目标的设定一方面是为了提升公司竞争能力以及调动员工的工作积极性，另一方面，能聚焦公司未来发展战略方向，稳定经营目标的实现。</p> <p>4、24 年会通过哪些举措来改善江浙沪地区的销售？</p> <p>答：在商超渠道面临下滑的背景下，我们会通过针对社区小餐饮的小配送服务来弥补。我们从去年下半年开始做小配送试点，截至今年一季度已经推出了 8 条线路。此外除了杭州滨江外，我们会在江苏、浙江省会和地级市来开辟线路，预计全年会达到 100 条小配送线路。</p> <p>产品端来看，由于各个地区消费习惯接受度不一样，所以 24 年会重点开发区域特色产品。此外我们会加大有机和低嘌呤产品研发，来打造差异化竞争优势。</p> <p>5、对于饮料业务的展望如何？</p> <p>答：饮料方面，我们未来业务的重点是玉米汁和瓶装豆奶，玉米汁+瓶装豆奶可以在全国市场范围内进行销售，我们也会和盒马、东方甄选等渠道进一步深入合作，这一块未来的发展空间仍然比较广阔。自立袋的消费场景主要是在早餐渠道，竞品比较多，所以我们的策略是以维持稳定为主。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024 年 4 月 22 日