

证券代码：002661

证券简称：克明面业

## 克明面业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：

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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	华创餐饮董广阳、欧阳予、程航；金广资产李芳如；悟空投资杨蕊青；光大自营苏晓君；招商资管黄涛；安信资管朱文杰、王炳修；国金资管邱友锋。
时间	2020年12月21日
地点	现场交流
上市公司接待人员姓名	总经理陈宏先生、副总经理杨波先生、董事会秘书陈燕女士
投资者关系活动主要内容介绍	沟通与交流的主要情况： <b>Q1：公司未来的三年有怎样的规划？</b> A1：（1）持续夯实主营业务，增加与外部研究机构合作，加快老产品升级与新产品开发，关注新营销，组建专业化的团队进行产品创新、渠道创新和内容创新；（2）大力发展新业务，通过并购、投资、合作等方式，整合具备技术基础且协同性高的公司，加大对方便食品的投入，实现产品组合创新以及方便食品配套优化加速发展；（3）持续推进管理创新，执行精细化管理与科学的分配制度。

**Q2: 公司发展战略中体现大力发展方便食品，目前方便食品渠道的拓展情况怎么样？**

A2: 线上渠道，疫情前后与知名主播开展了多次直播带货，五谷道场非油炸产品线上销售占比增速明显高于同行；线下渠道，1)渠道下沉。五谷道场非油炸产品从北方七省往全国拓展，疫情期间，新增 3000-4000 个网点，疫情期间同比增长 200%-300%，疫情结束后，行业大多企业都出现同比下滑，但五谷道场同比增速也有 60%左右；2)设立非油炸专区、试点区域，比如北京物美，“五谷道场”已经排入前五，整体而言，目前渠道布局可以在方便食品供应链体系建立后快速实现渠道下沉。

**Q3: 方便食品核心竞争要素是什么？**

A3: 方便食品的核心竞争要做一款消费者记得住、愿意买，然后还喜欢去向身边人介绍的产品，俗称爆品。

**Q4: 公司方便食品具有差异性吗？**

A4: 公司方便食品都使用“五谷道场”品牌，定位是非油炸健康食品，现有非油炸方便面、常温速拌面、自热面、自热米饭、微波面等产品，各品类产品有不同口味，可以满足多种消费场景、消费人群的需求，多品类组合可以形成明显差异化。

**Q5: 公司如何看待社区团购渠道？**

A5: 社区团购是一个新的营销机会，目前公司与兴盛优选等平台合作，销售公司传统业务产品，以此提升市场份额及社区的品牌知名度。

**Q6: 方便食品现有经销商数量大概是多少？与挂面经销商重合吗？**

A6: 目前方便食品经销商有 300 多家；因方便食品和挂面

	<p>消费场景有差别，方便食品经销商与公司挂面经销商重合率不高。</p> <p><b>Q7：当下主要消费人群在转变，公司是否针对这一变化采取相应措施？</b></p> <p>A7：公司也意识到了消费群体越来越年轻，其消费需求与60后、70后的消费需求有显著差异，这也是近几年方便食品快速发展的原因。根据这一变化，公司在产品研发及品牌营销两方面都做了较大的调整。1) 产品研发方面，公司推出了方便速食这一大类产品，满足消费者对便捷、口感的追求；挂面领域也研发出满足细分市场需求的的产品，如低盐、低脂、进口系列、有地域特色等产品；2) 品牌营销方面，近两年在高铁做投放广告，并与江苏卫视《非诚勿扰》、与湖南卫视《中餐厅》综艺节目进行产品植入合作，在电视剧《长安十二时辰》、《下一站是幸福》植入广告，2020年6月，公司签约著名演员刘涛作为“陈克明”品牌形象代言人，现在还有策划并创作一些网剧、小视频，这些都是为了让年轻的消费者更加了解面条文化、公司品牌及产品文化，同时对一些产品包装进行升级，满足年轻消费群体对产品颜值的需求；3) 渠道方面，加大线上渠道投入，与头部网红主播合作带货，受到广大年轻白领、中产阶级的追捧。</p>
<b>附件清单(如有)</b>	无
<b>日期</b>	2020年12月23日