

证券代码：605089

证券简称：味知香

## 苏州市味知香食品股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2024-001

<b>投资者关系活动类别</b>	<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"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
<b>参与单位</b>	2024年4月26日 国泰君安、天治基金、银河基金、瑞兴投资、中银国际、高信百诺投资、盛华私募、桐石私募、中泰证券、东海基金、汇鑫私募、胤胜资产、清和泉资本、光大保德信基金、长乐汇资本、泰康信托、尚诚资产、呈瑞投资、浦银理财、名禹资产、新思哲投资、方正证券、景顺长城、中信建投、招商餐饮、万家基金、南京证券、国都证券、沅沛投资、华强鼎信投资、浙商证券、泰康资产、东海证券、民生基金、上海人寿、高盛、创富兆业、拾贝投资、雷钧资产、中天国富、明达资产、Ivory Bay Capital、华夏久盈、中略恒晟、中金基金、尚诚资产、贵源投资、富实资产、紫阁投资、华宝信托、茂典资产、国金证券、同犇投资、景诚实业、三鑫资产、ABCI SECURITIES COMPANY LIMITED - CLIENT ACCOUNT、平安证券、华美国际、融通基金、奇盛基金、长江证券、Orchid Public Investment Management Co Limited、中睿元同投资、光大证券、博远基金、正圆基金、中信资产、华夏基金、青骊投资、平安理财、金恩投资、新华基金、汇丰晋信基金、惠理海外投资、兴业银行、

	国投证券、财通食饮、建信理财、合远私募、长城财富保险、信泰人寿、广发证券、川流私募、名禹资产、新华资产、南土资产、玄甲私募、德华投资、恬昱投资、龙麟集团
时间	2024 年 4 月
地点	电话会议
上市公司接待 人员姓名	财务总监兼董事会秘书谢林华 证券事务代表王甜甜
投资者关系活动 主要内容介绍	<p><b>一、基本情况介绍</b></p> <p>味知香让美味变得更加容易获取，让美食成为家常，让更多家庭能在餐桌上享受“省时”“省心”“免洗”“免切”的美食产品，大步踏入美味与健康缺一不可的时代。</p> <p>2023 年度，公司加大主营业务投入，提升产品研发质量、加速渠道拓展和产能扩充，保证公司稳定发展。公司 2023 年度实现营业收入 7.99 亿元，同比上期增长 0.10%，实现归属于上市公司股东的净利润 1.35 亿元，同比上期下降 5.42%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 1.31 亿元，同比上期增长 2.07%。2024 年第一季度，公司实现营业收入 1.66 亿元，同比上期下降 17.92%，实现归属于上市公司股东的净利润 1,890.58 万元，同比上期下降 46.94%。</p> <p><b>二、提问</b></p> <p><b>1、问：公司加盟店开店节奏放缓的原因？</b></p> <p><b>答：</b>结合消费环境以及销售市场的整体情况，加盟商开店的积极性有所减缓，一些想开多店的加盟商处于观望状态，导致开店节奏放缓。但公司在年初召开了加盟商大会，较多的老客户对市场未来表现依然有一定的信心，在加盟商大会现场进行了合作签约，目前在等待市场行情扭转的时机去进行新店的开设。随着消费环境逐渐向好，新客户的开店意愿结合老客户开多店的举措，相信会有较快的开店速度。</p>

**2、问：当前加盟店开店的区域选择是怎样的？**

**答：**公司始终坚持以华东区域为主，逐步向外围区域扩张的策略，同时由一二线城市逐步向三四线城市拓展。近年来，我国下沉市场的前景广阔成为共识，支持下沉经济发展的利好政策相继落地，同时，当前越来越多的人群选择从繁华的都市“返乡”，尤其是一二线城市人员回乡比例较大，下沉市场的消费能力将进一步释放。公司将加大对下沉市场的开拓，抓住下沉市场的消费活力。

**3、问：成本端在 2023 年大多有所下降，毛利率有所提升，但在 2024 年 1 季度毛利率有所下降，公司后续如何展望成本与毛利率？**

**答：**结合目前的经济环境及当前市场的供需关系的影响，原材料仍处于低位运行的状态并且该趋势仍会持续一段时间，公司为了更好的应对市场的变化，对产品的售价进行了调整，从而对毛利率进行调控。未来在公司毛利率维持在相对稳定的范围内的基础上，尽可能让利消费者，提高产品竞争力。

**4、2024 年一季度收入、利润下滑的原因是什么？**

**答：**收入、利润下滑的主要因素：从收入端来看，一方面是受到大环境的影响，在消费降级的趋势下，公司牛肉类等高货值产品销量占比下降，反观一些家禽类等低货值的产品所占比例上升，另一方面是为应对当前市场的竞争环境结合原材料成本的低位运行，公司也对产品售价进行了调整。从利润端来看，一方面是销售收入的减少，另一方面是公司为新工厂的投入使用，匹配了各项人员以及相关配套的投入，导致了相应费用的增长，公司目前也进行了相关的措施对费用投入进行排查控制，着力推动降本增效的实现。

**5、问：公司批发端业务团餐、乡厨、社会小餐饮等中小**

**客户的开发情况？**

**答：**公司在 2023 年上半年计划是将批发端的各个渠道拆分进行业务开拓，但是在后续的运行中发现这样的模式可能会导致公司与一些批发端客户产生竞争，不利于公司与客户的共同发展。所以公司在 2023 年下半年进行了调整，主要是深化和大批发商的合作，进行“1+N”的模式，更有效的推动业务的进行。

**6、问：公司对未来的展望？**

**答：**目前市场状态处于逐步向好的趋势，公司对两大事业部的负责人进行了调整，在零售端，以农贸市场加盟店为主，以客户做大为方向，提升经营能力，鼓励优秀店主多开店，提高信息化水平，更好的服务客户；在批发端，一方面与目前的经销商深化合作，协助现有经销商做大业务，另一方面在市场上寻找大经销商，与之建立联系，采取“1+N”的模式，实现业务端提速增效；同时，公司新增的商超渠道目前运行良好，未来将进一步拓宽客户群，建立合作关系。

**7、问：日前发布的《关于加强预制菜食品安全监管促进产业高质量发展的通知》对公司会产生什么影响？**

**答：**近年来预制菜产业较为火热，但同时也面临了标准不一、食品安全、监管标准等问题，存在着劣币驱逐良币的情况。当前相关标准的逐步出台，各企业在同一规范下进行竞争，企业的发展目标也更加明确，从长期来看，必将优胜劣汰，激发行业优质生产力。公司一直以来致力于为消费者提供健康、绿色、方便、美味的菜肴，公司将不断的提高产品生产技术和企业管理水平，从多方面进行资源整合，提高经营效率，加速渠道扩张，提升公司品牌形象，带动公司的可持续发展。

**8、问：公司在现金分红上有什么规划？**

	<p><b>答：</b>公司一直坚持持续、稳定的利润分配政策，建立科学、持续、稳定的股东回报机制，实现所有股东共享公司发展的经营成果。同时，公司制定了《未来三年（2024-2026 年）股东回报规划》，重视投资者的合理投资回报和公司的可持续发展。</p>
附件清单(如有)	无