

证券代码：603170

证券简称：宝立食品

## 上海宝立食品科技股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2024-03

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 checked="" type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他_____
参与单位名称 (按首字母排序)	财通证券、德邦证券、长江证券、东吴证券、方正证券、广发证券、国都证券、国海证券、国金证券、国盛证券、国泰君安证券、国信证券、海通国际、海通证券、华安证券、华创证券、华福证券、华金证券、华泰证券、华西证券、华鑫证券、民生证券、平安证券、申万证券、太平洋证券、天风证券、西部利得、兴业证券、招商证券、中金公司、银河证券、中泰证券、中天国富证券、中信证券等 61 位机构投资者
时间	2024 年 8 月 30 日 15:00-16:00
地点	线上会议
上市公司接待人员 姓名	董事、财务总监：任铭 副总经理、董事会秘书：李潇涵
投资者关系活动主 要内容介绍	一、开场致辞 二、交流问答环节 1、新老客户如何带动公司上半年 B 端业务的成长？长期来看，B 端业务的渠道或者品类会有什么变化？

回复：报告期内公司 B 端业务的成长，离不开新老客户的共同贡献，一方面公司从老客户的客群中获取更多的产品订单，提高订单的渗透率，另一方面不断开拓新客户，寻找业绩的增量。

产品方面，公司目前拥有较为完善的产品布局，未来也会在尚未涉猎的食品研发和加工领域进行持续探索，进一步夯实公司作为食品综合解决方案服务商的目标定位。渠道方面，公司已基本覆盖西式餐饮连锁渠道，除了餐饮渠道外，公司在食品工厂、C 端消费市场、商超等渠道也进行了布局，努力提升覆盖渠道的广度和深度。

## **2、关注到公司空刻业务二季度有复苏的迹象，请问新品贡献力度如何？未来空刻发展的产品规划是什么？**

回复：从空刻目前的销量来看，经典烛光意面系列依旧在收入中占据主导地位。随着公司不断在产品花式、口味和适用场景等方向的研发和创新，新品意面在收入中的比例提升已成趋势，如草莓熊粉色意面在 618 购物节期间对销售额起到了正向的促进作用、冲泡意面自推出至今整体市场表现良好。

未来，空刻将根据核心客户群体画像，围绕健康、便捷、创新等产品理念，继续推出契合市场需求的新产品，为客户提供丰富、美味、健康的产品同时，保留客户在产品体验过程中的可操作性，为客户增添生活情趣。

## **3、请介绍公司毛利率变化的原因？**

回复：公司 2024 年上半年整体毛利率较去年同期下降 2.70%，主要受两方面的因素影响，一是产品结构的变化，二是市场竞争对盈利空间的挤占。B 端业务上半年毛利率较去年同期略有下降，2024 年第一、第二季度毛利率水平基本持平，一方面受烘焙业务和贸易业务低毛利率特征的影响，另一方面受下游市场价格传导的影响。C 端业务上半年毛利率降幅较 B 端稍大一些，主要受去年一季度毛利率基数相对较高和今年上半年的赠品策略的影响。

**4、公司的 B 端业务中，餐饮、食品工厂类的大客户收入增速是否高于公司 B 端整体业绩增速？大客户是否对公司传递下游市场价格压力？**

回复：从公司收入结构来看，公司 B 端业务成长主要靠大客户的带动，因此大客户的收入增速基本和公司 B 端业务增速保持相近的水平。

下游客户向上游供应商传导价格压力是正常的商业行为。面临这样的市场竞争环境，公司会继续发挥研发创新驱动的优势，通过更多的新品研发提高产品利润空间，兑现研发溢价。同时公司也会加强上游供应链的管理效率，优化成本空间，在保证产品安全和质量的前提下，为客户提供具有性价比的产品。

**5、公司披露的二季度经营简报中的经销商数量有增长，这部分的增长是源于 B 端市场还是 C 端市场？**

回复：B、C 端市场的经销商数量均有成长。B 端市场主要是流通领域的经销商规模在不断成长；C 端市场中，渠道的布局也逐步趋于均衡化，虽然空刻仍以线上渠道销售为主，但随着线下销售渠道的深入布局，经销商的体系搭建也日渐完善。

**6、公司的定期报告中介绍空刻推出和迪士尼 IP 联名的系列产品，请问这部分的费用是否计入了销售费用？**

回复：这部分的费用主要来源于品牌授权费用，公司计入了销售费用，对整体的销售费用影响有限，目前空刻的销售费用还是以推广费用为主。

**7、空刻是否考虑过产品价格带的拓宽？目前空刻的渠道分布情况如何？**

回复：拓宽产品的价格带是公司的销售策略中的一部分，并且目前已经进行了市场测试，如公司今年推出的冲泡意面就已经将空刻

意面系列产品的价格带进行了拓宽。

公司未来会推出更多产品系列，打造品牌产品矩阵，对不同渠道产品和产品组合进行差异化定价，满足不同购买力和消费习惯的客户需求，覆盖更广的消费人群。公司将根据市场情况和消费者偏好的不断变化，适时调整产品的销售策略，提高公司产品的市场适应能力。

#### **8、公司对山东宝萃募投项目增加投资额是出于什么考虑？**

回复：山东宝萃募投项目投资总金额由 28,804.27 万元增加至 29,945.03 万元，主要为公司基于市场变化，计划依托项目所在地的原材料优势，调整募投项目产能规划，这有利于弥补公司半固态类产品的产能缺口，同时又为公司生产工艺环节向产业链上游的农产品加工延伸提供空间。根据调整后的产能规划，公司对项目建设所需的场地和设备进行了调整，固定资产投资有所增加。

#### **9、市场竞争愈发激烈，公司如何保持自身的创新优势？**

回复：公司始终坚持以研发创新为导向，也在不断提升自身的创新能力。公司在建设人才队伍时十分重视研发团队，并设置了合理的培养机制及激励机制，为研发团队提供具有市场竞争力的薪酬水平。公司注重对研发团队的提升和培养，为团队提供多样化的成长路径，通过聘请外部专家对研发人员进行定期培训，组织研发人员不定期至国内外进行采风等，不断创造学习进步条件，激发团队创新思维、培养团队创新能力。

#### **10、关注到公司计划进行 2024 年中期分红，请问未来的分红计划是怎样的？**

回复：公司 2024 年中期分红比例为每 10 股派 1.50 元（含税）。自上市以来，公司始终践行积极回馈投资者、回馈资本市场。2022 年上市以来，公司已经累计现金分红 2.5 亿元（含税）。2022 年度和 2023

	<p>年度现金分红金额占当年度归属于上市公司股东净利润的比例分别达到 46.43%和 49.83%。未来，在没有大额资本开支和保证正常经营的前提下，公司将保持稳定、持续的分红政策，积极回报投资者。</p> <p><b>三、结束致辞</b></p>
附件清单 (如有)	无