

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：2024-002

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"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位	2024年8月29日 国泰君安、西部利得基金、合众资产、中睿元同投资、嘉承金信投资、加银基金、润晖投资、开思私募、泰康信托、光大证券、招商基金、德邦证券、锦绣中和（天津）投资、诚旸投资、中邮人寿、天治基金、东吴证券、杭银理财、资瑞兴投资、国泰基金、汇鑫投资、中泰证券、中航信托、建信养老、兴华基金、长江证券、光大保德信、招商餐饮、羊角基金、高盛、前海汇杰达理资本、瑞银、中信证券、pinpoint、宝盈基金、工银瑞信、财通餐饮、新华资产、汇正财经、远信私募、博时基金、中意资产、永安期货、利檀投资、合煦智远基金、尚诚资产、恒健远志投资、海岸号角积木、上海国际信托、中金公司、金犇投资、混沌道然资产、和聚私募、巨子私募、浙商证券、农银理财、弘康人寿、华商基金、涇溪投资、东方证券、同犇投资、华西证券、博道基金、石锋资产、明耀投资、阳光资产、正圆私募、中航基金、国海自营、沙钢投资、南京自营、华美投资、华福证券、泰康资产、同泰基金、国联基金、华宝基金、长信基金、海通证券、顺安基金、太平洋资产、安联基金、保

	兴基金
时间	2024年8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>一、基本情况介绍</p> <p>味知香以“为顾客奉献好产品，为社会发展做贡献”为使命，让美食成为家常，服务千万用户的家庭餐桌。</p> <p>2024年半年度，公司实现营业收入3.27亿元，同比上期下降21.53%，实现归属于上市公司股东的净利润0.42亿元，同比上期下降43.37%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润0.41亿元，同比上期下降43.10%。</p> <p>公司积极应对当下市场环境的变化，专注主业，坚守初心，对产品结构、渠道拓展、生产流程、设施设备、信息技术等多方面不断优化升级，紧抓食品安全、聚力降本增效，提高企业内部的资源配置能力，增强企业经营的韧性与活力。</p> <p>二、提问</p> <p>1、问：如何看待当前农贸市场客流量的走势？</p> <p>答：随着当前消费场景的多样性，农贸市场的客群被商超、生鲜店、线上等渠道分流的现象是客观存在的。但传统的农贸市场仍然有其特殊的优势，公司需要做的是帮助加盟店提高农贸市场客流，提升走进加盟店的进店率和购买率，这两者的提升足够支持店铺很好的运营。</p> <p>目前，公司针对无锡市场的30多家加盟店进行试点改造，通过对门店装修、产品陈列、产品结构等方面进行门店的升级改造，目前已完成20多家门店的升级并得到了市场不错的反馈，后续会逐渐将此方式往其他区域的门店去推广。公司还引入“慧运营”系统，提升加盟店系统管理能力，同时公司当前正与线上相关团队接洽，顾客可以线上下单，再由就近门店</p>

进行配送，不仅提升了配送效率，还能一定程度上弥补被分流客群带来的空缺。

2、问：批发端业务的开展情况？

答：今年上半年由于整体市场环境的影响，餐饮行业的需求下降，当前公司销售团队组织了两个队伍去帮助大的经销商客户进行推广促销活动，围绕“做大客户”的目标，帮助大批批发商去开发二批、三批客户，助力“1+N”模式的推广，后续也会持续发力，激发批发渠道的销售潜力。

3、问：二季度加盟店关店数量较多的原因？

答：一是因为大环境导致门店赚钱效应下降，一些本身经营不太好的店主在经营过程中看不到希望就选择了关店。二是因为公司正在进行门店提升改造工作，对一些经营不善或者不服从加盟店管理的店主进行主动的关店，从而可以把市场位置腾挪出来让给可以更好经营的店主。在上半年的消费环境下，一些想开店的店主多数处于观望的状态，想等到情况好转后再开店，我们相信随着市场环境趋势向好，店主开店的信心也会相应增强。

农贸市场加盟店是公司持续发展的基石，当前公司大力进行门店改造升级活动，也是把重心放在提升门店销售能力上，而不是片面追求门店数量。

4、问：公司目前在销售区域上的选择是怎样的？

答：公司在销售区域上还是选择聚焦华东，此前公司尝试在多个区域发展，在实践中发现，与其各项资源的分散使得整体效率下降，不如深耕华东区域，提高投入产出比。从公司目前在华东区域的门店数量来看，还有比较大的发展空间，所以公司坚持深耕华东区域，逐步向外围扩张的策略。

	<p>5、问：公司在费用上采取什么样的策略？</p> <p>答：公司一直对待费用比较谨慎，2024 年上半年费用变动较大的主要是由于新厂投入使用折旧摊销产生的管理费用的增加，后续该项费用也会保持在基本稳定的水平。公司会根据市场环境去调控费用端的投入，在环境承压的情况下，及时的进行费用管控、降本增效，在环境向好的情况下，也会积极的进行相关费用投入、开拓市场。</p> <p>6、问：展望一下三季度和今年下半年的发展？</p> <p>答：在市场上，供求关系很大程度上影响了价格，当前牛肉类和猪肉类原材料价格开始有了明显的上涨，一定程度上反映出了需求正在扩大，消费有所好转。结合近段时间，公司销售业务在市场上得到的反馈也是有所改善。如果这种趋势持续向好，我们相信后面应该会有较大改善。不管怎样，公司始终会做好本职工作，根据市场情况积极应对，增加企业经营韧性。</p>
附件清单(如有)	无