

证券代码：002216

证券简称：三全食品

三全食品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	参与公司 2020 年度业绩网上说明会的投资者	
时间	2021 年 4 月 27 日下午 3:00—5:00	
地点	全景网路演厅	
上市公司接待人员姓名	董事长：陈南 董事会秘书：李鸿凯 财务总监：李娜 独立董事：臧冬斌	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司于 2021 年 4 月 27 日 15:00—17:00，通过“全景·路演天下”(http://rs.p5w.net)采用网络远程形式举办 2020 年度公司业绩说明会，投资者对公司生产经营、业绩情况、食品安全等方面进行了提问，公司就投资者的相关提问进行了回复。主要内容如下：</p> <p>1、问：能不能简单介绍下 2021 年的总体发展规划？ 答：公司将继续围绕备餐、涮烤及早餐等多个场景，加大新产品研发，优化产品结构调整、渠道质量改善；在维护原有渠道、稳定原有市场的基础上，拓宽新渠道；同时，继续优化内部管理，降低生产经营成本，提高运行效率。公司将继续秉承以市场为导向，产品创新为依托，质量为本的原则，提高市场占有率和业绩水平，继续强化公司在速冻食品行业的领导地位。</p> <p>2、问：管理层对于今年业绩预期如何，将采取什么行动来确保今年公司的增长驱动？目前公司涮烤产品的情况如何？ 答：公司在保持利润率的前提下，继续加大渠道优化与产品质量改善，通过新产品的研发与推广，新渠道的开拓与下沉，加快公司业绩高速增长；目前涮烤消费场景的需求巨大，涮烤产品也是公司目前成长较快的调理产品，公司会针对场景特点，加快新品的研发与推广。</p> <p>3、问：什么时候分红呢？ 答：公司利润分配将在 2021 年 5 月 7 日的股东大会审议通过后两个月内实施完毕。</p> <p>4、问：感谢公司管理层能够来分享，想问一下公司今年对于新品类方面有什么具体规划，涮烤汇一季度增长如何，早餐类后续有没有计划，另外，传统米面类一季度增长情况如何，后面有什么规划？</p>	

	<p>答：在家庭和餐饮速冻食品方面，公司针对消费场景的不同针对性地进行产品设计和研发；涮烤汇属于公司涮烤场景的一个系列，一季度涮烤产品增速较快；公司继续围绕备餐、涮烤及早餐等多场景，加大新产品研发与推广，同时瞄准大品类，在巩固原有渠道的基础上，不断开拓新渠道，提高公司业绩的可持续增长。</p> <p>5、问：请问公司运营 711 便利店的收入归为零售及创新市场口径还是餐饮口径？此外，建议公司延续多年前所倡导的“餐桌美食供应商领导者”这一容易深入人心的广告语，这样可以使消费者对公司的理解从传统的速冻食品厂商转化为优质食品供应商、多场景食品领导者的形象，并保持对营养配比更加均衡的健康食品的研发，形成独特品牌形象，谢谢！</p> <p>答：公司运营 7-ELEVEN 业务属于零售及创新市场口径，公司始终致力于速冻面米类食品、速冻涮烤类食品、冷藏保鲜料理类食品等多种食品的研发、制造与销售，致力于成为“餐桌美食供应商的领导者”。</p> <p>6、问：请问一季度我们零售和餐饮业务的增速分别是多少？</p> <p>答：今年一季度零售市场业务个位数增长，渠道结构优化成效明显，收入增长平稳。餐饮市场业务增速约 40% 左右，继续保持健康稳健增长态势。未来公司将进一步发力市场渠道建设，促进收入稳步增长。</p> <p>7、问：2021 年 1 季度猪肉降价的情况下，为什么毛利率和净利润率都降低了？内部结构调整又不行了吗？</p> <p>答：一季度毛利率稍有下降，扣非后净利率基本保持同期水平。毛利率下降主要为：1. 经销渠道占比较 2020 年 1 季度变化较大，此渠道属低毛利低费用。2. 原料端成本上行略有影响。2021 年一季度受天气和季节性原因影响，蔬菜价格上涨，整体原材料成本在可控范围内。渠道改革是持续进行的，有望为公司打开新的增长空间。</p> <p>8、问：2021 年的行业竞争会不会比 2020 年更加激烈呢？公司未来如何看待竞争格局变化？</p> <p>答：近几年速冻食品集中的程度比较明显。未来，中国速冻食品品类将更大，速冻不是一个单一的产品，涵盖面将越来越广，除了主食以外，还会有辅食，公司将通过品类增加来增加市场容量。速冻行业发展会与城镇化进程的深化，家庭小型化，居民收入水平的提高和工作节奏的加快等因素密切关联，行业前景广阔。目前整个行业竞争仍相对激烈，公司将紧紧围绕消费需求的变化，加大产品的研发与创新，以产品创新为突破口，通过持续、快速的创新来培育市场竞争优势。</p> <p>9、问：感谢公司管理层百忙之中抽空来和投资者做活动交流，作为坚定持有并看好的小股东首先表示感谢，想请问下：1. 贵公司相对的核心优势和长期优势具体体现在哪几个方面？2. 另外经过过去几年的内部改革和优化，你们认为未来几年的增长，和市场拓展中所面临的挑战和不足还有哪些？感谢分享，祝商祺。</p> <p>答：公司拥有“三全”和“龙凤”两大知名品牌，在郑州、成都、天津、太仓、佛山等地建有生产基地，生产能力和装备水平均处于国内领先地位。公司研发中心是行业中在研究食品、营养和检验检测领域处于领先地位的研发机构，设有行业首家“国家认定企业技术中心”和“博士后科研工作站”，形成了产、学、研一体的研发体系和强大的新产品研发能力。公司将会在继续深化内部机制调整的同时实现业务发展，通过品类延伸、场景开发实现业绩的可持续增长。</p> <p>10、问：请问公司投资锅圈的原因是什么？</p> <p>答：锅圈食汇作为火锅烧烤食材便利店模式的领跑者，在一、二线城市到县级城市，都具有强大的产品下沉能力，目前运营情况良好，公司投资锅圈食汇，可以促进公司与锅圈食汇在多个领域的协同效应的释放。</p>
--	---

	<p>11、问：领导们好，我是三全食品的一名股东，有以下问题想要了解一下： 1.请问公司在河南地区 711 便利店 2020 年经营状态如何，能否透露相关数据？目前对我国各便利店供应增长情况？ 2.在餐饮业务方面，能否透露一下已经开始进行供应的新品类？ 3.对于涮烤汇系列产品，后期是否在品类和数量方面会增加对锅圈食汇的供应？ 4.除涮烤系列产品外，其他零售产品的研发进度如何？2021 年新品推出预期如何？谢谢！</p> <p>答：公司与 7-ELEVEN 合作的河南地区便利店业务推进顺利，门店数稳步增加，获得本地年轻人群的良好口碑，预计 6 月将达到 20 家左右，门店日销保持在较高水平，即将展开加盟业务。公司在餐饮用业务市场推出酥脆升级油条系列、金鱼馄饨系列等预制速冻食品。公司预计 2021 年与锅圈供应链（上海）有限公司发生关联交易金额合计不超过 9,000 万元（不含税），具体内容详见公司相关公告。公司将继续加大新品种和新品种的研发与推广，瞄准大品类，利用渠道优势，针对性地进行产品设计和研发。</p> <p>12、问：你好，请问最近股票一直下跌有何举措？</p> <p>答：公司股价在二级市场上的表现受多方因素影响，公司管理层会勤勉尽责，提升公司业绩。</p> <p>13、问：① 请问公司 1 季度餐饮端增速与零售端增速分别是多少呢？②怎么看未来收入增速发展？③涮烤汇业务 Q1 增速？④开展经销商后销售费用未来怎么投放呢？销售费用率会比 2020 年有所增加吗？⑤目前公司在速冻米面，速冻火锅料的市占率？行业竞争格局在加剧吗？⑥2020 年总产量没增加多少，产能利用率也没有达到 100%，公司扩产是出于什么考量？⑦与河南 7-11 的合作进展？收入占比大概是多少？会扩展至全国吗？</p> <p>答：公司会继续通过渠道结构调整和产品优化，在保证利润率的前提下追求收入高增长，同时围绕多场景的消费需求，加大新产品研发与推广；涮烤产品 1Q 增速符合高速增长的预期，在巩固原有的渠道基础上，不断拓宽新渠道，保持产品的高速增长；公司在新产品释放较多的情况下不断对产能进行调整和协调，对大品类的产能布局也初见成效，目前产能可以完全满足市场供应需求，同时各个生产基地的产能将不断随着市场的需求合理安排部署；公司与 7-ELEVEN 合作范围是在河南地区，目前便利店业务推进顺利，门店数稳步增加，获得本地年轻人群的良好口碑。</p> <p>14、问：建议公司开发针对不同需求消费者的产品，打造低糖低脂、低热量、粗纤维等健康概念</p> <p>答：感谢您对公司的建议及关注！</p> <p>15、问：很感谢公司从 2020 财年开始能大幅度提高分红比例，作为长期持有风格的投资者，衷心表示感谢，并会继续关注三全食品的继续成长和不断壮大，愿意继续用更多的真金白金和股份增持 一起鉴证 三全作为速冻品龙头公司的 加速发展，做时间的朋友。 预祝公司和管理团队，越来越好哈。</p> <p>答：感谢您对公司的关注！</p> <p>16、问：公司应该着力发展某些特色食品，而不是杂乱无章，火锅类的感觉没有什么发展潜力，市场上做的太多了，是否在比如婴幼儿，儿童食品方面发力。</p> <p>答：公司有儿童水饺、儿童牛排、以及适合儿童的汤圆、馄饨、面点等产品。同时会针对特定人群及消费升级的需求，不断加大产品的研发和创新力度。</p> <p>17、问：一季度我国餐饮已经恢复到 19 年的 98% 了，我们一季度餐饮端增速多少？全年呢？有什么措施和打算？</p> <p>答：自 2020 年三季度以来餐饮市场业务逐渐恢复，今年一季度餐饮市场业务继续</p>
--	---

	<p>保持健康稳健增长态势，一季度餐饮市场业务增速 40% 左右，公司将继续聚焦早餐、涮烤以及备餐三大消费场景，在新品发力的推动下，重点跟进餐饮市场业务发展情况，促使餐饮市场业务稳健增长。</p> <p>18、问：今年农产品涨价，是否对本公司原料成本有影响？这方面的问题怎么解决？</p> <p>答：今年年初，因为天气和季节性原因，蔬菜价格有阶段性上涨，但整体原材料成本在可控范围内。公司属加工企业且是加工基础性食品，食品是百姓生活的刚性需求，农产品的价格走势有一定的周期性不确定性。一方面，若看涨趋势必要时，公司会通过提前锁定采购订单，降低价格大幅上涨的风险；另一方面，若原料价格出现大幅上涨，公司有一定传导能力。</p> <p>19、问：如何保证食品安全？</p> <p>答：作为一家食品企业，公司非常重视食品安全，积极贯彻执行《食品安全法》，依照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动，公司打造了一条完整的、有足够控制力的从农田到餐桌的新型食品安全供应链，充分保证了从原料种植养殖、生产加工、储存、运输到终端销售的整个供应链产品的品质和安全，构建了覆盖全国的完善的“全冷链”系统，保证产品始终新鲜、安全。</p> <p>20、问：公司如何监控外协厂商？</p> <p>答：公司设立了完备的委托加工流程制度，包括《委托代加工备案管理规定》、《产品代加工采购管理办法》、《委托加工产品管理手册》等多项制度，从外协厂商资质、外协厂商质量管理能力、生产过程管控、成品管理等方面对外协加工生产加强品质监控，保证委托加工产品质量安全。</p> <p>21、问：公司如何培养人才？</p> <p>答：公司在经营规模不断扩大的同时制定了相应的人才的吸纳、培养、使用计划。公司目前采用管培生计划与社会招聘结合的方式来满足公司不断发展的人才需求，同时积极开展新员工入职培训，不定期开展各项业务技能培训，努力构建一支专业化、知识化的员工队伍。</p> <p>22、问：如何保证产品在运输过程中的安全？</p> <p>答：公司建立了完善的产品溯源机制和应急预案机制，采用先进的技术手段追踪、监督货物流程，如应用温度监控仪、电子化标签、温度超限报警，在冷藏车中使用多采点智能温度仪等措施，加强了对物流车辆的监管，另外公司也在不断加强对终端储存冷柜的监控，以保证产品在储存及运输过程中的质量。公司将进一步加强和完善全链条的质量管控体系，提高全员的质量和风险意识。</p> <p>本次业绩说明会的投资者提问与回复情况具体详见全景网“三全食品 2020 年度业绩网上说明会”(https://rs.p5w.net/html/126195.shtml)。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 4 月 27 日