



证券代码：002507

证券简称：涪陵榨菜

公告编号：2023-014

重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司 关于 2022 年度业绩说明会召开情况的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

公司于 2023 年 3 月 31 日 15:00-17:00 通过线上交流的方式召开了 2022 年度业绩说明会。关于本次业绩说明会的召开事项，公司已于 2023 年 3 月 25 日在巨潮资讯网发布了《关于召开 2022 年度业绩说明会的公告》（公告编号：2023-013）。

现将有关事项公告如下：

一、业绩说明会召开情况

2023 年 3 月 31 日公司董事、总经理赵平先生，董事、董事会秘书、副总经理兼财务负责人韦永生先生，独立董事张志宏先生，公司 2020 年非公开发行股票项目持续督导保荐代表人孔辉焕先生，公司证券事务代表谢正锦先生出席了本次说明会。公司就 2022 年年度经营情况和未来发展规划等事项进行了详细介绍，在信息披露允许的范围内就投资者普遍关注的问题进行了回答。

二、投资者提出的主要问题及公司回复情况

本次业绩说明会提问及回复，可通过“约调研（www.yuediaoyan.com）”平台进入本公司“网上说明会”查询，本次业绩说明会中投资者提出的主要问题及公司的回复整理如下：

1、榨菜品类销量下滑原因及应对。

回复：您好，公司市场工作正常开展中，公司 2022 年榨菜品类销量下滑，既有报告期外部形势急剧变化、市场需求持续紧缩、业务战略推进艰难的大背景，也有公司战略动作实施调整带来的三大短期连锁反应：一是公司 2022 年进行了产品迭代升级，推出从减盐到包装全线换版的轻盐升级榨菜产品，产品迭代存在过渡期；二是公司在 2021 年年底进行价格调整，并于 2022 年上半年逐步传导到终端，短期内对销售



造成了一定影响；三是公司在完成 2021 年聚集榨菜战略任务基础上，2022 年提出拓品类战略，在政策支持及品牌投入方面对榨菜以外的品类有所倾斜，对其他品类的销售推动力度更大。2023 年，公司将以“抓双拓稳增长，调管理谋发展”为首要战略任务，坚定决心信心、提升业绩、做大增量，感谢您的关注。

2、公司如何应对 3 元以下产品竞争问题。

回复：您好，公司 2023 年持续推动榨菜升级的同时，将完善价格体系，推出 2 元价格带产品，以老品 60g 策略性产品补充市场价格带，感谢您的关注。

3、公司 2023 年度渠道策略如何。

回复：您好，公司 2023 年将继续推动拓渠道战略，巩固家庭消费市场，同时规划以榨菜品类、酱类产品及部分泡菜产品对接餐饮市场，向餐饮渠道提供更多元化的产品、触及更广泛的餐饮目标客户，感谢您的关注。

4、2023 年青菜头收购价格明显提升，有何影响，是否提价并如何应对。

回复：您好，公司一直以来坚持品质匹配价值，重视消费者对产品品质的要求，产品价格随品质提升而正向传导，未来公司仍将以产品优化升级为导向，致力于满足消费者需求。原料价格长期看来呈现波动上涨趋势，对此公司将通过不断推进产业科学化运作、创新改良原料发展及收购模式、加强原料窖池建设等方式平抑原料市场价格大幅波动，以充足的原料储存保障生产，稳定产品毛利率，谢谢。

5、公司募投项目建设进度缓慢原因。

回复：您好，因募投项目工程量较大，前期涉及工程建设团队及设备招标工作较多，耗时较长，年前已经完成总体项目建设招标工作，并开始动工进行土地建设，预计项目工程总体完工并开始投产时间为 2025 年，感谢您的关注。

6、萝卜产品毛利下降原因。

回复：您好，萝卜产品毛利下降，主要为 2022 年公司东北生产基地投产，萝卜产品由该基地生产，因此分摊的折旧费用上升。感谢您的关注。

7、公司是否存在委托加工情况，如何保证品质一致化。

回复：您好，公司目前除榨菜酱（下饭酱）产品（2022 年产量共 82 吨）为委托加工生产外，榨菜、下饭菜、泡菜等其他产品均为自产。公司对委托加工全程实施严格的安全质量管理（包括加工方资质审核、原料质量检查、加工过程跟踪、成品质量



验收等), 持续为消费者提供安全健康、优质美味的产品。感谢您的关注。

8、泡菜品类的反响和未来规划。

回复: 您好, 公司泡菜类产品有瓶装系列和袋装系列, 酸爽美味, 包括酸萝卜鱼调料、泡豇豆、泡青菜等产品。泡菜品类目前基数较小, 增长较快, 公司从去年开始对泡菜配置了专门的推广费用及政策支持以促进销售, 谢谢!

9、如何看待榨菜受众群体。

回复: 您好, 公司产品品类、口味多样, 食用场景广泛, 老少皆宜, 同时公司开展品牌宣传积极探索多渠道、多平台传播, 努力创新传播形式, 以触达年轻消费者, 升级推出减盐产品, 迎合年轻消费者对健康食品的需求, 感谢您的关注。

10、关于品牌投入的整体诉求与思路。

回复: 您好, 公司围绕乌江品牌“轻盐、健康”与“乌江不止榨菜”的核心价值开展全年品牌传播, 将充分挖掘品牌故事、产品核心价值、独特卖点, 制造优质传播内容进行专题、公关传播, 将榨菜、下饭菜、榨菜酱三大品类的传播与“大乌江”品牌传播相结合, 利用互联网平台、地面传播、户外广告及其他媒体等多渠道协同, 将“乌江=榨菜”向“乌江=不咸的佐餐开味菜”升级, 打通线上线下销售终端触点, 助力重点产品与新品类产品上架、打造大市场, 持续影响、吸纳主流消费群体购买乌江佐餐开味菜, 为销售赋能, 感谢您的关注。

11、公司长期品类发展规划。

回复: 您好, 公司品类发展规划将以榨菜为中心, 向“榨菜+”、榨菜亲缘品类、川式复合调料和川渝预制菜四个方向发展, 形成品牌、市场、技术、资本、人才及管理优势, 在佐餐开味菜行业, 采用外生扩张并购和内生创新发展去做大。第一步, 稳基础、抓双拓(拓市场和拓品类)、推新品、调管理。坚定佐餐开味赛道方向不动摇; 第二步, 跨入川式复合调料领域去探索发展, 做大佐餐开味菜; 第三步, 利用智能化改造传统产业, 跨界休闲果蔬及预制菜产业, 把公司做大做强。以榨菜为中心, “榨菜+”和榨菜亲缘品类方向形成一轮驱动发展; 以榨菜为中心, 用榨菜腌制液生产豆瓣酱, 向川式复合调料和川渝预制菜业务方向形成另一轮驱动发展, 形成双轮驱动发展。感谢您的关注。

12、公司品牌宣传费用规划。



回复：您好，公司每年品牌费用投入均根据当年战略规划需求制定，2023 年品牌推广费用投入主要用于榨菜升级、下饭菜铺市营销、榨菜酱上市与其他新品上市宣传等传播活动，同时在投放过程中及时进行效果评估和规划调整。感谢您的关注。

特此公告。

重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司

董事会

2023 年 4 月 4 日