

证券代码：002695

证券简称：煌上煌

江西煌上煌集团食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-004

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 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"/> 其他 <u>电话会议</u>
参与单位名称及人员姓名	刘 畅、童 杰、王瑾璐 华福证券 王泽华、薛 涵 方正证券 张宇光、陈钟山 开源证券 马 铮、程丽丽 信达证券 沈 旻、武雨欣 中金公司 孙山山、廖望州 华鑫证券 吴文德、李茵琦 财通证券 秦一方、刘洁铭 国海证券 顾训丁、江皓云 中信证券 李有为 中信资管 杨 舸 中欧瑞博基金 许高飞 中天汇富基金 麻锦涛 中国人寿 高 远 中邮人寿 袁紫馨 长城证券 李 谦 长谋投资 熊智超 申万宏源 陈梦瑶 国联证券 周 桓 国联基金 王 承 国联人寿 邓 晖 国元证券 詹妍慧 国新证券 韩冬伟 国华兴益保险 彭俊霖 华创证券 王 治 华安证券 李 田 首创证券 齐晓石 浙商证券 高 鸿 广发证券 胡 幸 海通证券 肖韦俐 海通国际 高 岷 财信证券

	和芳芳 山西证券 罗嶝影 东吴证券 冯佳文 天风证券 杨 志 晟茗投资 骆华森 恒穗资产 胡 文 恒识投资 林叙希 迎水投资 钱 钢 宁聚投资 苏乐天 青骊投资 赵 栋 青骊泰川 凌 超 羊角基金 孟 博 金百镭投资 陈佳琦 金泊投资 张培祥 金建投资 吴清源 林锐私募基金 林昱明 佳润实业 杨 恒 东海基金 徐 磊 牛乎资管 黄俊杰 明达资管 李小博 鑫宇投资 何晓璐 佳岳投资 吴亚雯 工银国际 王 磊 鸿竹资管 陈建群 高上资本 杨 坤 博永投资 林丽芬 理成资产 卢日欣 泰康资产 李 爽 银华基金
时间	2023年10月30日 15:00-16:00
地点	董秘办公室
上市公司接待人员姓名	公司董事、副总经理、财务总监兼董事会秘书曾细华先生 财务中心总监胡泳先生 证券部经理万明琪先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、董事、副总经理、财务总监兼董事会秘书曾细华先生介绍公司 2023 年前三季度公司经营情况及未来的发展战略。</b></p> <p>一是 2023 年前三季度公司实现营业收入 15.81 亿元，今年以来公司单店收入情况有所恢复，营收下降趋势收窄，尤其 9 月份营收止滑逆转同比增长 10%，个别市场譬如江西等区域已经恢复到疫情前 2019 年的水平。</p>

二是 2023 年前三季度公司实现归母净利润 1.01 亿元，同比增长 19.40%，主要原因是今年二季度以来成本端主要原材料价格出现下行，其中鸭脖单价由最高 27 元/kg 降至 10 元/kg，鸭掌单价由最高 37 元/kg 降至 25 元/kg，生产成本的逐步回落带来综合毛利率的稳步回升（第三季度综合毛利率同比增长 3.87 个百分点）。

三是门店拓展方面，前三季度实际拓店 1004 家，完成拓店计划 72%。

最艰难的时期已经过去，面对“千城万店”的发展目标，公司将保持初心不变，坚持发展第一要务，同时提升单店业绩，以推动上市公司未来经营目标的实现。

## 二、投资者提问环节

1、之前交流说今年新开店侧重社区街边店，目前门店结构如何？

### 【回复】

公司今年的开店会侧重于街边社区店，今年新开店中，街边、社区店占比在 52%，高铁、机场、高速服务区等高势能门店占比 25%，综合体和商超店占比 23%；

截至 2023 年 9 月底，公司 4000 多家门店，街边社区店占比 56%，比重进一步提升，高势能店占比 10%左右，综合体、商超店占比 28%左右，其他为特通渠道店。

2、规划的几个基地的推进情况，产能匹配前端销售的情况？

### 【回复】

基于未来 3-5 年“千城万店”的战略发展布局，公司合理配置前沿生产基地，贴近市场，基地产能设计在 8000 吨左右。

截至目前公司规划的陕西基地、重庆基地已经投产，浙江基地正在建设中，该基地预计明年年内也将投产，海南基地已选址购地（含食品加工及进口原料冷链仓储，辐射东南亚区域），山东、京津冀基地的规划预计也将提上议事日程。

3、从区域看，公司门店布局情况，以及未来重点发展方向？

### 【回复】

从区域看，公司门店较多主要为江西和广东，其中江西有 1542 家门店，广东有 764 家左右，其次就是浙江、福建、辽宁、山东地区各有 200 家左右的门店。

公司未来主要的拓店方向主要是老市场深耕、新市场拓展，其中包括优势老市场如江西、广东、福建、辽宁等地区的深耕，以及围绕新建加工基地周边的重点新市场如陕西、重庆、浙江、山东地区等大力拓展。

#### **4、成本端，鸭副产品的趋势如何，对毛利率的指引？**

##### **【回复】**

鸭副产品价格已从高位下行，近期价格继续走低，预计 2023 年四季度仍会小幅走低，目前已经进入主要原材料战略采购的窗口期。首先公司将逐步加大原材料采购力度，确保安全储备库存，期后将完成一年以内的战略储备，以锁定未来一段时间的产品毛利空间。

随着鸭副产品价格持续下行，将有利于公司产品毛利率的不断提升，期间公司第三季度综合毛利率提升了 3.87 个百分点。

#### **5、目前加盟商的加盟开店意愿情况？已经有门店的加盟商提升带店率情况？**

##### **【回复】**

以往三年的疫情一定程度上影响了加盟商的开店积极性，随着 2023 年以来经济逐步复苏，加盟商开店意愿逐步提升。

提升加盟商带店率主要有两方面，一是公司针对以战区所在城市为聚焦的核心区域，设置区域独占的商圈，逐步提高门店覆盖率；二是公司推动了大商扶持计划，很多加盟商都在积极开店，想进入到大商的群体，与公司发展更趋同频。

#### **6、成本下降后，公司是否会增加门店货折？**

##### **【回复】**

下半年主要原材料成本下降后，公司将快速推动市场消费，在费用率管控的前提下推出不同阶段的促销政策，比如免收加盟费、门店装修支持等，并通过每月多样的促销活动主题让利给终端消费者和加盟商，同时通过品牌整合传播结合新零售玩法，增强与终端消费者的黏性，提升门店顾客忠诚度。

	<p><b>7、如何解决零食行业小包装产品与公司门店产品之间的冲突？</b></p> <p><b>【回复】</b></p> <p>目前消费市场上零食行业连锁门店发展迅速，其小包装产品与公司门店产品很大的差异化，一是零食连锁店小包装产品基本为 OEM 代工，可以为公司销售占比较小的包装产品拓展更多的销售渠道，是为渠道互补；二是公司核心产品为全程冷链门店鲜货产品，与零食连锁店小包装产品，无论从产品新鲜度、包装形态上都区别较大，可以说是产品互补。</p> <p>综上，零食行业小包装产品与公司门店产品基本不存在冲突，相反具有互补性；同时，未来公司将加大新品研发的推广，推出系列短保产品，以满足各类产品的搭配和终端消费者的需求。</p> <p><b>8、独椒戏是否和酱卤业务有协同？</b></p> <p><b>【回复】</b></p> <p>基于品牌、终端消费群体和产品之间的差异化，独椒戏与酱卤业务之间有所区别。其一独椒戏品牌形象更趋于年轻化，门店装修投入较酱卤连锁门店高出不少，故投资回报期相对较长；其二独椒戏作为新进入市场的网红品牌，正属于新品牌的快速扩展阶段，其加盟商自有毛利空间相对较大。</p> <p><b>9、请介绍一下加盟商发展、招商标准等。</b></p> <p><b>【回复】</b></p> <p>公司加盟商的数量也在逐步增加，由 1700 人增长至 1800+；公司新加盟商的准入，主要会从行业连锁经验、企业文化认同、经营资金充裕等方面加以审核，同时公司推动了大商计划，通过政策支持鼓励大商拓店，由老市场带动新市场的发展。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	
<p>日期</p>	<p>2023 年 10 月 30 日</p>