

证券代码：002726  
债券代码：128119

证券简称：龙大美食  
债券简称：龙大转债

## 山东龙大美食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 type="checkbox"/> 其他 _____
参与单位名称及人员姓名	通过“龙大美食投资者关系”微信小程序参与公司2023年度网上业绩说明会的广大投资者
时间	2024年4月23日 15:00-17:00
地点	“龙大美食投资者关系”微信小程序
上市公司接待人员姓名	董事长兼总裁：杨晓初；董事、副总裁、董事会秘书：张瑞；首席财务官：张凌；独立董事：余茂鑫
投资者关系活动主要内容介绍	
<p><b>1、龙大美食在2023年采取了哪些措施来增强其市场竞争力？</b></p> <p><b>A：</b>尊敬的投资者您好！2023年度，公司主要通过加强渠道建设、加大产品研发、拓展产能、优化专业服务、提升行业知名度等措施增强市场竞争力。感谢您的关注！</p> <p><b>2、23年预制食品增长如何？</b></p> <p><b>A：</b>尊敬的投资者您好！2023年食品板块实现收入22.23亿元，较上年同期增长34.60%，占公司营业收入的比例由10.25%提升至16.69%；其中预制食品业务实现收入19.84亿元，同比增长50.94%。从产品来看，全年表现较好的有烤肠和肥肠系列，肥肠系列突破3亿，烤肠系列突破1亿；渠道方面，公司持续通过固老开新，老客户拓品类、同时开发新客户，大B同比增长20%-30%。感谢您的关注！</p> <p><b>3、请介绍23年公司在不同渠道的市场表现。</b></p> <p><b>A：</b>尊敬的投资者您好！公司整体渠道以B端为主，C端为辅。2023年大B占比50%左右，中小B占比40%左右，C端占比10%左右。大B增速较大，主要得益于近两年餐饮端恢复较好，加上公司也在大力开发西快客户，整体B端增速较好。感谢您的关注！</p>	

**4、我之前在抖音看过你们直播，买过一些产品，你们去年抖音、京东平台卖得怎么样啊？**

**A:** 尊敬的投资者您好！2023 年公司持续深耕京东、抖音等优势平台业务，不断优化天猫、拼多多、抖音自播等运营模式，并依托美团、拼多多头部平台，进一步扩大了京东、抖音、快手、拼多多、快驴、美团等线上平台的销售规模，其中京东的销售收入居于首位，金额为 9,250.92 万元，较 2022 年增加 587.93 万元；抖音的销售收入 2022 年增加 1,485.51 万元。各平台销售产品主要包括五花肉、肋排块、棒骨块、猪皮、脊骨块等生食产品以及黑猪鲜肉肠、四季鲜肉、金汤酸菜鱼、里昂火腿、白煮肥肠、龙大鲜食记鲜肉灌肠、果木烤火腿肠、慕尼黑烤香肠等熟食产品。感谢您的关注！

**5、贵公司预制食品 24 的总体目标？未来预计有多大体量空间？**

**A:** 尊敬的投资者，您好！预制食品 24 年预计增速将保持在 20%-30%，希望能做到 25 亿。未来 5 年内期望能达到 50 亿的体量。感谢您的关注！

**6、集团对食品业务考核关注哪些指标？**

**A:** 尊敬的投资者您好，公司食品业务考核主要关注业务收入、毛利率、销量以及新产品贡献等指标。感谢您的关注！

**7、请问公司对 2024 年及以后的业务发展有何规划？**

**A:** 尊敬的投资者您好！公司将持续推进以食品为主体、养殖和屠宰为两翼的“一体两翼”战略。2023 年已对非主营业务进行战略收缩，2024 年将更加聚焦食品主体业务，以扭亏为目标，以利润为核心。对三大板块的业务战略定位如下：**养殖板块：**主要对全产业链及大客户溯源，未来会采取多种方式控制成本和灵活调整规模。此外，公司也在探索差异化模式，增加有溢价能力的品种猪，减少周期波动对整体业绩的影响。**屠宰板块：**作为原料供应板块，总体维持 600-800 万头的年屠宰量，并持续进行新产品和新工艺创新，优化产品品质，进一步改善渠道和产品结构，在提升毛利水平的同时为食品板块提供更好的基础支撑。**食品板块：**是公司最重要的发展方向，会继续做大做强食品板块，为公司提供新的增长动力，从几个方面入手：1) 品控：食品安全是公司的生命线，夯实品控，凭借公司多年对日出口的品质保障，提供高标准的产品。2) 研发：立足三大研发中心，加强研发投入，进一步强化与大客户的合作，进一步提升大客户的响应速度。3) 渠道：基于多年来与大客户的合作积累以及行业发展特点，公司将坚持以 B 端为主、C 端为辅的策略，大 B 继续推进固老开新政策，同时开发中腰部以及成长较好的新型餐饮连锁企业或西式烘焙类的企业。中小 B 通过持续扩充经销商数量、优化客户结构、逐步培育核心经销商体系，进一步提升中小 B 的规模，C 端通过线上和线下同步发展，做好品牌露出。4) 产品：持续强化大单品战略，进一步聚焦推广酥肉类、肥肠类、丸子类等大单品，不断优化工艺，

提升产品力，打造流通核心标品，并以培根类、烤肠类为特通餐饮定制品类为抓手，聚焦西快赛道，发展新业务。同时，根据行业发展趋势和市场机会，结合公司自身研发优势，一方面对老品进行品质优化升级，重点开发西式烘焙类及健身赛道的低脂、低盐、“0添加概念”健康类休闲产品的开发设计，进一步完善公司的产品体系。总体来看，公司将坚持可持续发展，保持战略定力和韧性，积极应对外部环境变化，持续培育自身增长动能。感谢您的关注！

#### **8、龙大 23 年的亏损主要是是什么原因造成的？**

**A:** 尊敬的投资者您好！本年度亏损的原因主要系传统业务板块受毛猪销售价格及猪肉市场价格持续下跌，并叠加疫病影响，导致公司传统板块业务出现较大亏损；同时，公司贸易板块业务根据战略也进一步缩减，且相关业务也受到猪价影响，亏损较大；此外，受猪价影响，公司按照企业会计准则的相关规定和谨慎性原则，对存货及生物资产计提了减值准备。综上所述，公司 23 年整体亏损，2024 年公司将更加聚焦食品主体业务，以扭亏为目标，以利润为核心。感谢您的关注！

#### **9、公司在 2023 年度报告中提到了哪些风险提示，公司将如何应对这些风险？**

**A:** 尊敬的投资者您好！公司可能面对的风险主要有：1) 发生疫病的风险；2) 食品安全风险；3) 市场开拓风险；4) 材料价格波动的风险。

公司将从以下几个方面进行应对：1) 公司将持续做好疫病防疫防控工作，并在各个生产环节疫病防疫体系进行季节性系统化升级，同时一如既往的严格执行防疫防控措施，确保公司所有单位生产经营有序进行。2) 公司长期高度重视食品安全，严格要求把食品安全落实到生产经营的每个环节。公司在生产经营中根据国家法律法规及市场监督管理部门的规章制度要求，建立了完善的食品安全控制体系，通过了 ISO9001 国际质量管理体系和 ISO22000 食品安全管理体系的认证，并对关键环节在国家标准的基础上制定了更为严格的多个企业标准，进一步细化食品安全控制工作。在每个生产基地配备专职质量控制人员、每个市场安排专职质量监督人员，从而达到对采购、生产、储存、运输、销售等环节实施有效的食品安全质量控制的目标；通过执行《标识和可追溯性管理制度》等相关产品质量控制制度，使产品质量和食品安全控制具有可追溯性，尽可能降低食品安全事件发生的可能性。3) 公司将一方面加强管理、提高效率进行成本控制，一方面充分发挥公司全产业链布局的优势，通过调节产品结构、生产高附加值产品、加快食品业务发展等方式，一定程度上化解生猪价格波动对公司盈利能力带来的风险。4) 公司着力构建消费市场洞察体系，服务广大食品加工和餐饮企业，协同进行市场推广，创新营销模式，积极应用市场思维打造爆款明星单品，以大单品策略快速服务市场。此外，公司加快开拓专业销售渠道，加强定制化服务；聚焦核心区域，打造样板市场，实现优势区域全覆盖；构建流通经销商网络，实现

全国范围渠道拓展。感谢您的关注！

**10、龙大美食在 2023 年度是否进行了会计政策变更，如果变更了，变更的主要内容是什么？**

**A:** 尊敬的投资者您好！财政部于 2022 年 11 月 30 日发布了《企业会计准则解释第 16 号》，对《企业会计准则第 18 号——所得税》中递延所得税初始确认豁免的范围进行了修订，明确对于不是企业合并、交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）、且初始确认的资产和负债导致产生等额应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的单项交易，不适用《企业会计准则第 18 号——所得税》关于豁免初始确认递延所得税负债和递延所得税资产的规定。该规定自 2023 年 1 月 1 日起施行，可以提前执行。公司自 2023 年 1 月 1 日起执行该解释，并根据解释要求对 2023 年 1 月 1 日因适用该解释的单项交易而确认的租赁负债和使用权资产产生的应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异财务报表列报数据进行重述。感谢您的关注！

**11、龙大美食在 2023 年度的存货及生物资产计提了减值准备，这是否对公司的财务状况产生了显著影响？**

**A:** 尊敬的投资者您好！公司对 2023 年度存货及生物资产计提了减值准备，减少了 2023 年度税前利润总额 44,891.20 万元。感谢您的关注。

**12、针对于今年猪价走势公司如何看待？公司应对猪价波动策略？冻品运作思路？**

**A:** 尊敬的投资者您好！综合来看，当前生猪供给处在相对过剩的状态，还需要一段时间去化。基于此，公司在养殖板块会控制规模以及严格控制成本，养殖总体保持在屠宰量的 10%以内，主要满足客户溯源，同时也在尝试做差异化的产品。屠宰业务以稳营收，提利润为目标，同时将冻品库存控制在合理范围内，保障产品供应的稳定。感谢您的关注！

附件清单（如有）	无
日期	2024 年 4 月 23 日