

证券代码：002991

证券简称：甘源食品

甘源食品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-011

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	具体参与单位名称及人员姓名见附件
时间	2021年12月14日 - 2021年12月17日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 严海雁；证券事务代表 张婷
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司目前的经营情况</p> <p>2021年公司前三季度累计实现营业收入8.55亿，同比增长7.78%，其中：一季度同比增长38.84%、二季度同比下降16.61%、三季度同比增长2.71%。截止至9月底，公司产品线上渠道占比14.11%，线下渠道占比82.39%，线下渠道分为散装与袋装两个品类，散装目前占比为55%，袋装占比为45%。累计线上增长22.93%，线下增长5.13%。第四季度安阳的新工厂开始投产，预备明年一季度会向市场推出一系列全新产品。</p> <p>2、目前新品规划的进展？</p> <p>2021年是公司全力打造产品的一年。经过多次研发改良测试，公司针对夏威夷果、碧根果、腰果、核桃仁等口味性坚果的优化升级基本完成，其中夏威夷果已投入市场，其余口味性坚果计划与安阳的系列新品一起在春节后推出。此外，安阳的膨化、烘焙类新品正在投产，为年后上市做准备，春节开工后开始向部分现有经销商寄出样品，之后会在三月春糖会及五月中食展上大规模招商且在经销商的数量和质量上做双重考量，选择能与公司适配的经销商，助力实现销售目标。</p> <p>3、对新品有什么预期？产品毛利净利率？</p>

疫情之下一些新型渠道已经崛起，对原有的零售市场、零售渠道产生冲击，搅动了行业格局，他们也在面临着竞争。而公司发展需要多元化，因此除炒货外，还需其他产品补充，不断用创新带动市场份额。公司主品牌甘源聚焦炒货、坚果，而安阳膨化、烘焙类新品计划使用子品牌，新品上市后与主品牌产品相辅相成，可以带动整体销售的可持续增长。一些大型商超看到我们推出的有创新、有产品力的新产品，愿意主动提供资源与公司直接合作。公司必须建立起自己的竞争堡垒，坚持做好产品，利用研发、制造等优势增加市占率。新品的净利润率和毛利率计划向现有老品靠齐。

4、今年线下零售格局有所变化，公司的渠道战略是否有变化？

商超一直是公司的主要渠道，面对今年商超人流量有所下滑的情况，公司快速调整销售策略。在下半年进行了包装规格升级，根据每个渠道特性定制产品包装，增加适配渠道的产品规格，逐步投入资源，以提升品牌呈现能力促进终端销售。针对线上渠道，尤其是直播这块我们也做了一些规划，未来计划与头部主播合作的同时还扩大了公司现有的直播团队，目前在萍乡工厂、杭州、长沙均有直播基地，明年还会开通安阳工厂的直播。此举一方面是可以为公司带来销量的增长，另一方面也更好的传播公司产品，促进公司品牌知名度的提升。

5、目前线上渠道定位是什么？计划之后的营销定位？

线上是品牌传播阵地、产品的重要销售渠道以及新品类试销推广的重要平台。在渠道方面，表现较好的产品继续在线上销售，另外对于一些新品，尤其是在线下渠道产品力较强、消费者认可度高的品类，我们准备挑选几款在线上重点去推广，通过比如抖音、小红书等新媒体阵地传播。让线上产品发挥起快速提供消费者数据优势，了解、分析公司新品发展，再与线下包括一些特殊渠道合作从而拓展组成一个立体的销售模式，有节奏的投入资源，增加产品能见度，继而扩大市场份额，提升公司品牌力。

6、怎么看未来几年老三样增长？

公司的老三样产品青豌豆、蚕豆、瓜子仁有着良好的销售基础，未来还有机会继续深耕下沉渠道。明年安阳新品上市后，我们会重新组合散装专柜，把一些表现力稍弱的老产品替换为新产品，丰富产品矩阵，吸引优质经销商，提高散装柜的销售额。同时产品品类丰富对下沉到四五线城市和县级城市也有推波助澜的效果，市场渗透率提升后，本身老三样的产品销量也会带动。

7、口味性坚果的优势体现在哪里？

随时代发展，消费者对产品的品质和健康营养的追求越来越高，坚果作为营养丰富的健康食品，近年来备受欢迎，发展趋势较好。但坚果消费量虽然逐年增长，我国各类坚果的人均消费量还是远低于其他海外国家，仍有很大的增长空

间。口味性坚果是公司未来的重点产品系列之一，以兼顾健康与美味为出发点来设计这款产品，这类产品对注重营养又喜爱零食的人群以及乐于接受新事物的一些年轻人来说很有吸引力。如今消费者对营养与口感要求越来越高，而我们的口味性坚果产品恰好两者兼备，目前在市场反馈不错，发展潜力非常广阔。

8、目前口味型坚果有市场上的竞争对手吗？创新工艺体现到哪里？

首先，口味性坚果不同于每日坚果简单烘焙加工包装，生产工艺较为复杂。在市场上开发任何一款产品，需要相应的研发技术、设备和供应链支撑。且口味型坚果属于创新性产品，我们的生产设备经过公司与供应商不断研发改造后才达到最终效果，研发周期也较长。其次，我们使用的都是国内甚至全球优质的原材料，原材料采购价格不低，通过大宗采购才有成本优势。比如我们的夏威夷果，我们已经在海外锁定了明年的部分需求量。因此，从原料端和研发技术端来看，短期内要想做出我们这样同品质同口感的产品出来比较困难。核心技术和品质保障才是企业提升竞争力的护城墙。

9、口味性坚果之前的销量增长没有那么明显，升级之后公司的销售思路？

目前人均的坚果消费量虽然逐渐增长，但坚果属于价格偏高的零食，消费人群存在差异。之前口味性坚果的推广我们忽略了消费受众群体，广撒网导致销量参差不齐，加上产品还没有达到我们想要的最佳口感，整体的销售效果不太明显。今年公司通过聚焦优势渠道和产品优化后，市场的反馈给予我们很大的信心，也总结出打造优质的产品需要同时依托渠道聚焦，才能形成最大的共振效应。明年其它优化后的口味性坚果会继续考量渠道的适配程度，且公司将更替新一代包装，希望在终端货架方面也给消费者更好的视觉感受，传播甘源的品牌力量。

10、今年成本端的压力如何？明年利润率会恢复吗？

受到疫情影响，今年棕榈油、瓜子仁、蚕豆等原材料成本端价格均有上涨，公司二季度也做了相应的提价动作。短期内提价影响了二季度的销售情况，但公司产品本身零售价比较亲民，终端消费者接受程度较高，第三季度销售逐步恢复正常，近期部分原材料价格已有松动下降。如果明年疫情好转稳定，预估部分原材料价格会回落稳定，利润影响也将随之减小。目前公司正逐步增加原料储备战略，锁定了部分原料价格，有些原材料生产成本可以有效地控制。

11、目前与山姆合作的销售情况？销量带动后夏果的供应是否紧张？

目前与山姆合作的产品单品为芥末味夏威夷果，从数据来看截止 11 月底单品累计出厂约四千万。后期还有另外一款口味的夏威夷果会合作。为确保后期夏威夷果产品的正常供货，公司一方面锁定了部分明年的原材料做储备，同时也在加紧增加产能储备。

12、后续与商超的深度合作是指在对方渠道全面去推自有产品，还是会在一些他们品牌上与之合作？

两者皆有。公司的芥末味夏威夷果产品改良后得到高度认可，山姆用他们的品牌引进了公司的产品，销售情况良好。我们后续又达成了另外一款夏威夷果和两款新品花生的合作意向。继续通过经销商与山姆合作。我们由此也看到了创新类、口感好、品质优的产品，在这些渠道是非常有潜力和竞争力的。所以针对其他升级后的口味型坚果，我们计划在春节后主要用自己的品牌通过其他有口碑的商超渠道进行深入推广。

13、从今年的经营情况来看我们看到营收的增速同比没以往快？

一个是原材料价格同比上涨影响较大；第二是由于上半年消费端需求下滑且新型渠道对传统快消渠道的影响跟冲击，第三是上半年销售人员调整，在这个过程中势必会造成一些对业绩影响的变动。我们在三季度起改变了渠道布局和调整，围绕渠道特性和需求去定制推出更加匹配渠道的产品，团队也已调整到位，前期种种铺垫都是为了未来更好的发展。目前公司已基本调整完毕，业绩已逐步回暖向好。

14、对商超店中岛的展望？未来投放的计划能不能介绍一下？

今年年初，公司原计划是通过加速投放专柜来拉动销量的增长。但是由于商超的人流变化等影响，投柜动作已放缓。现在我们调整了方向：通过公司专项部门市场调研结果，精准投放专柜。另外商超人流量减少，我们针对其他渠道如BC店、社区店等，也可能推出与之匹配的小柜，不在追求专柜投放的数量，而是更加注重专柜的坪效。

15、公司目前在品牌影响力方面有什么想法？

公司一直以来品牌力相对稍弱，但是机遇与挑战是并存的。一方面，公司今年蓄力重点研发新品，建设全新的生产项目，摆脱目前市场上坚果类产品同质化的现状，用创新、优质、差异化打造有竞争力的产品，满足消费者多元化的需求。另一方面，公司明年将公司的产品包装进行升级迭代，设计更加有吸引力、辨识度的包装，让甘源的品牌通过产品跃入消费者眼帘。同时，线上渠道也是重要的品牌传播渠道，公司计划与头部主播或达人合作、在小红书上进行种草、天猫京东旗舰店进行多维度的形象展示。终端卖场形象也有计划进行升级优化，更加立体的呈现甘源品牌形象。

16、今后哪些区域是未来的重点市场？

第一，未来公司会聚焦一部分未开发的空白市场，进一步推进渠道下沉。第二，继续巩固大型商超，加强品牌传播推广，优化提升市场的覆盖率。第三，紧跟

渠道变迁的趋势，利用渠道优势强化品牌宣传，实现线上及新渠道的拓展突破。

17、公司年前备货情况？

春节备货和往年情况差不多，今年春节在 1 月底，公司在 12 月开始进行春节档的备货，春节旺季销售目前正在有序的推动，公司也在积极应对各渠道备货。

18、公司认为在未来休闲零食行业中如何脱颖而出？

消费品牌需要时间沉淀积累，不是花钱做营销或跟风做产品就能保证成功。休闲食品行业中的公司需要的是沉下心来，不急功近利。只有埋头辛勤耕耘，不断精益求精做好产品，满足消费者需要，品牌指向性走向明确，才能在庞大的零食市场中固定自己的竞争力。

附件清单（如有）

无

日期

12 月 17 日

附件：

电话会议参与单位名称及人员姓名：

机构名称	姓名	机构名称	姓名
巨杉（上海）资产管理有限公司	李晓真	新华资产管理股份有限公司	吴极
中金基金管理有限公司	闫鑫	敦和资产管理有限公司	李爽
深圳市明达资产管理有限公司	葛皓青	北京沅沛投资管理有限公司	邬丹妮
深圳市前海锐意资本管理有限公司	刘思远	中银国际证券有限责任公司	谢伟
东方证券股份有限公司	邢凯	汇丰晋信基金管理有限公司	应晓立
厦门坤易投资管理有限公司	郑婷	考铂投资管理有限公司	高玮
深圳市人和汇资本管理有限公司	郝一奇	首创自营	赵现忠
农银汇理基金管理有限公司	魏刚	相聚资本管理有限公司	刘弘捷
香港京华山一国际 QFII	李学峰	上海仙湖投资管理有限公司	朱子君
国信证券	胡瑞阳	嘉实基金管理有限公司	朱慧琳
深圳望正资产管理有限公司	张金贵	德邦基金管理有限公司	张家庆
上海煜德投资管理中心（有限合伙）	孙佳丽	北京衍航投资管理有限公司	蔡春红
鹏华基金管理有限公司	张华恩	新华基金	孙金琦
华安基金管理有限公司	徐也	渤海人寿保险股份有限公司	游彤煦
国泰君安证券衍生品投资部	楼剑雄	汇华理财有限公司	范张翔
上海伯兄投资管理中心（有限合伙）	蔡天夫	轻工造纸	吕斐斐
太平资产管理有限公司	王紫艳	北京志开投资管理有限公司	黄安麟
长盛基金管理有限公司	吕睿竞	深圳榕树投资管理有限公司	竺艺
深圳云天志基金管理有限公司	李政文	中天国富证券有限公司（深圳）	蒋小东
安信基金管理有限责任公司	林焜	安信基金管理有限责任公司	李婷婷
国信证券	陈青青	湖南源乘投资管理有限公司	刘亮
国信证券	林若	长信基金管理有限责任公司	刘彬
新疆前海联合基金管理有限公司	张辰权	中金公司	周科帆
嘉实基金管理有限公司	华莎	复星保德信	朱怡琳
九泰基金管理有限公司	冯涛	天治基金	陈付佳
广发银行理财子公司	郑少轩	中邮	马姝丽
新疆前海联合基金管理有限公司	吴清宇	中金公司	沈昶
长安基金管理有限公司	朱施乐	中金公司	武雨欣
富国基金管理有限公司	赵宗俊	高毅资产	方振
国信私行客户	贺建华	中融基金	陈方园
平安基金管理有限公司	许炯东	星泰投资	陈婷婷
圆信永丰基金管理有限公司	陈彦辛	开源证券	陈钟山
深圳市凯丰投资管理有限公司	冯都	华夏基金	刘文成
上海东方证券资产管理有限公司	李威	华夏基金	罗绍武
新毅资产管理股份有限公司	樊奕	华夏基金	季新星
华宝基金管理有限公司	卢毅	华夏基金	王世佳
大成基金管理有限公司	杨艳林	华夏基金	朱熠
中邮创业基金管理股份有限公司	代林玲	上投摩根	杨景喻
长盛基金管理有限公司	周思聪	上投摩根	刘健
天风证券股份有限公司	张诗悦	华夏基金	李柄桦

机构名称	姓名	机构名称	姓名
兴业基金管理有限公司	邹冰洁	中信资管	史册
浙江巽升资产管理有限公司	靳晓婷	中信自营	张羽鹏
上海聚鸣投资管理有限公司	田江	中银基金	池文丽
上海鼎锋资产管理有限公司	刘翔宇	中信保诚资管	万力
国华人寿保险股份有限公司	蔡国亮	中信保诚资管	谢泓仪
兴银基金管理有限责任公司	王琦	财通基金	王朝宁
深圳望正资产管理有限公司	万雪飞	兴华基金	任选蓉
好奇资产管理有限公司	郑春明	九泰	周阳浩翔
平安基金管理有限公司	刘智博	东北证券	郭梦婕
前海开源	王雪雪	鹏华基金管理有限公司	孟博
深圳前海无锋基金管理有限公司	曾广坤	平安基金	高勇标
诺安基金管理有限公司	刘泽晨	钦沐	张龙
易米基金管理有限公司	陆经纬	博时基金	王诗瑶
国泰基金管理有限公司	万定山	巨曦资产	王海亮
观富资产管理有限公司	方玉冰	浦银安盛	沈瑞
农银汇理基金管理有限公司	王鹏程	东北证券	王动
上海海宸投资管理有限公司	唐亚丹	太保	李卓
湖南源乘投资管理有限公司	杨杰乐	光证资管	曾炳祥
上海胤胜资产管理有限公司	王亦沁	财通资管	赵雯
英大保险资产管理有限公司	杜塞骥	新华资产	雷凯
上海逸融投资管理有限公司	冯昕宜	建信	潘龙玲
中天国富证券有限公司（深圳）	李新帜	上海灏象资产管理有限公司	刘航
诺安基金管理有限公司	刘慧萍	中信自营	孙雯雯
上海同犇投资管理中心（有限合伙）	彭陈晨	东北证券	王铄
富国基金管理有限公司	刘颜	华商基金	崔志鹏
国泰君安资产管理	宋雅慧	长城基金	余欢
光大证券股份有限公司（自营）	段紫薇	东北证券	刘曼
上海聚劲投资有限公司	苏林洁	上海领久私募基金	张帅
融通基金管理有限公司	王申璐	东海资管	周元
光大永明	林嘉雯	钦沐	庄英杰
山石基金管理有限公司	张珈玮	朱雀	李晴
上海澄怀投资管理有限公司	王毅成	北信瑞丰	官忠涛
兴业银行股份有限公司资产管理部	管嘉琪	创金合信	刘毅恒
信诚基金管理有限公司	刘璐丹	聚鸣	王广群
华泰证券自营证投	徐路	东北证券	阚磊
深圳港丽投资咨询有限公司	袁琪科	华宝基金管理有限公司	黄超杰
同泰基金	项周瑜	西南自营	邱思佳
上海高毅资产管理合伙企业（有限合伙）	杨嘉文	甬兴证券	秦庆
易方达基金管理有限公司	关山	北信瑞丰	庞文杰
融通基金管理有限公司	赖桑生	东北证券	吕奕伟

机构名称	姓名	机构名称	姓名
恒识投资管理(上海)有限公司	费馨涵	海螺	吴伊丽
汇丰晋信基金管理有限公司	张超凡	华安财保	于华杰
东证融汇资产管理有限公司	汤晨晨	东北证券	李强
汴京资本管理有限公司	史佳璐	成泉资本	王雯君
泰达宏利	董丽蒙	蓝墨投资	吴洁
亚太财产保险有限公司	王子桐	兴业	姜涵予
上海大正投资有限公司	余驰	安信基金	黄燕
富国基金管理有限公司	陈方圆	幻方	楼枫烨
中加基金管理有限公司	王文沁	天弘	马雪薇
广州由榕投资有限公司	龙娴	中信自营	鲍明明
长隽资本投资管理(深圳)有限公司	周菁	华夏未来	张潇筱
上海复胜资产管理合伙企业(有限合伙)	平开明	中信自营	罗啦
上海胤胜资产管理有限公司	苏香	汐泰	冯佳安
天风证券股份有限公司	邢恺	星元投资	赵磊
东方证券股份有限公司	Shirley Feng	中信资本	叶铮
红杉资本有限公司	王凯	远策投资	刘英杰
光大保德信基金管理有限公司	孙永泰	大家资产	李德宝
中信建投基金管理有限公司	申坤	鸿道	张亚男
中金基金管理有限公司	张云	长盛	何思璇
上海仙湖投资管理有限公司	韩冬伟	东北自营	傅用增
国华兴益资产管理有限公司	陈鹏	金友创智	陈贞妮
安信基金管理有限责任公司	袁辰昱	源峰基金	薛松
工银瑞信基金管理有限公司	张岩松	浦银	李利璇
中银国际证券有限责任公司	蔡仁飞	国泰基金	姜英
上海兆天投资管理有限公司	施文琪	长城	陈蔚丰
银河基金管理有限公司	徐冠华	信诚	闫志刚
天风证券上海浦东分公司	姬雨楠	太保	白嘉怡
友邦保险	闫志青	英大保险	孙颖
君和资本管理有限公司	周鹏	盈峰资本	盘世雄
弘毅远方基金管理公司	Tina Chen	东北证券	徐页歆
星泰投资管理有限公司	任选蓉	东北证券	赵俊
兴华基金管理有限公司	杨霞	东北证券	刘国庆
上海彤源投资发展有限公司	翟会会	中银基金	黄珺
乘是资产管理有限公司	吴诗娴	敦和资管	丁宁
汇丰晋信基金管理有限公司	杨思思	佳岳投资	杜晓烨