**证券代码：603345 证券简称：安井食品**

**安井食品集团股份有限公司**

**投资者调研记录表**

|  |  |
| --- | --- |
| 投资者关系活动类别 | □特定对象调研 □分析师会议□媒体采访 □业绩说明会□新闻发布会 □路演活动□现场参观 ☑其他 |
|

|  |
| --- |
| 参与单位名称及人员姓名 |

 | 一、11月3日，公司参加天风证券举办的策略会，参会人员：天风证券 吴文德天风证券 薛涵银叶投资 秦怀宝、李悦交银施罗德基金 王崇、刘鹏平安资产 张汉毅新思哲 吴文峰Pinpoint Asset Management Limited 张凤涛保银私募 祝海杰华泰柏瑞基金 王欣然中海基金 章俊长信基金 李泽明太平资产 王紫艳兴业银行理财 王毅成上海晓煜 刘婉璐诺安基金 曾广坤财通证券 陈建新博道基金 陈磊海富通基金 高通广发基金 刘娜中欧基金 冯允鹏中欧基金 韩婧华泰资产 张燕华安基金 章昕乔景林资产 雨晨北京源乐晟 戴佳娴中信保诚基金 杨传忻中信保诚基金 管嘉琪上海彤源发展 张伟欣中银基金 池文丽平安资产 范自彬南方基金 章晖二、11月3日，公司参加瑞士信贷组织的线上交流会议，参会人员：Arohi Asset Management Pte Ltd - Elora Liu、Vivien CaoArtisan Partners (Global Equity) - Nina ZhangBalyasny Asset Management (HK) Ltd. - Ting WangBanque Pictet & Cie SA - Sam ChanCommando Capital - Liyang FengCredit Suisse Asset Management (Hong Kong) - Winnie SoDymon Asia Capital (HK) - Sean ZhangEastSpring Investments - Nathan YuInvesco Hong Kong Limited - Patricia ChungJP Morgan Asset Management (Europe) - John CitronLombard Odier Darier Hentsch (Asia) Ltd - Henry ZhangManulife Asset Management (HK) Ltd. - Emily Liao, Keng Lin TanMorgan Stanley Investment Management (SNG) - Crystal ChanNeuberger Berman, LLC - Lily LiOverlook Investments Ltd - Jason Lin, William LeungPinpoint Asset Management Co Ltd - Haijie ZhuRBC Global Asset Management (Asia) Limited - Qian YuRobeco Group N.V. - Lin TangSeatown Holdings International Pte Ltd - David LawSnow Lake Capital (HK) Limited - Yanting WangWard Ferry Management Ltd. - Vivienne MaoCredit Suisse - Frank Su三、11月3日，公司参加华泰证券组织的策略会，参会人员：华泰证券 龚源月华泰证券 张墨3W Fund Mgmt 丁丹丹Central Asset Investment - Elaine SongDymon ASIA - Tiff XuEnreal Asset 黄海鹏Tiger Pacific Capital - Zhongxiang Zhao上投摩根基金 邢达 万晟实业 楼莉莎 辰翔私募基金 周胤杰 兴银理财 王毅成 华泰证券资管 冯潇 晋文瑄科技 李精 国投瑞银 冯新月 太平资产管理 曹燕萍 希瓦基金 Yumeng Han 平安养老 朱丽丽 广发基金 刘娜 弘尚资产 王飞惠理基金 樊晓阳 施罗德 童若凡淡水泉投资 贾婷婷 易同投资 赵迪 睿亿 王慧林野村投资 桑健 鲍尔太平 颜言 鹏扬基金 吴西燕 鹏扬基金 朱国庆3wfund 陈涛 Elevation Capital - Grace LuValue partners - Cao liyan pinpoint 祝海杰 wt capital - ray 万家基金 王丁世诚投资 朱虹旭合远基金 刘颜中信建投基金 孙永泰信达澳亚基金 张兆函 创金合信基金 黄浩东华泰资产 张燕博时基金 陈鹏扬 嘉实基金 华莎嘉实基金 左勇复胜资产 周菁 大摩资管 赵综艺巨杉资产 李晓真平安资产管理 范自彬 弥远投资 简佳 彤源投资 杨霞 歌斐资产 于青青 源峰基金 张喆 长信基金 徐颢 龙航资产 颜孝坤四、11月15日，公司参加上海证券交易所组织的“国际投资者走进沪市上市公司”交流活动，参会人员：Cepheicapital - Wei WangWelight Capital - Neal LyuT. Rowe Price - Tony Ji兆信资产 张雅慧国泰君安证券 扶晓婉China Galaxy International - Lei Yang银河国际 孙菲菲JP Morgan - Yibo Wuchina galaxy international – constance zhangUBS - Christine PengNuveen - Lisa WangSchroders - Yun AnCoalescence Partners – Teng ZhaoNew Silk Road Investment – Rubing PangArohi Elora LiuCiti Investment Management sarah xingManulife Investment Management bryan wangEurizon – Hao WuSumitomo Mitsui DS Asset Management – Alan LaiMillennium – Yichi ZhangExpecta Capital – May YuOverlook Investments – William LeungAzimut Investments - Justin Liu安中投资 yang songDymon Asia – Sean ZhangFountainCap Research& Investment - Yifan MiaoCDPQ – Zhen JiangUBS – Qiuyi LvEnbao Asset Management Limited 周翔Somerset Capital - Lilian TaiEastspring Investment - 黄海晨三星资管 徐平海通证券 程碧升CLSA - Dexter Khoo五、11月16日，公司参加安信证券举办的线上策略会，参会人员：浦银安盛基金 王爽博时基金 孙少锋中融基金 钱文成广发基金 田文舟诺安基金 曾广坤华富基金 朱程辉天治基金 王策源石锋资产 田汉长城财富保险资产 杨海达大家资产 李德宝中金公司 谢秉稚玖鹏资产 王语加富荣基金 张芷潇恒生前海基金 陈令丹弘毅远方基金 王兴伟上海万纳资产 杨君弈汇华理财 游彤煦鹏扬基金 王亦沁合众资产管理 苏杨华泰保险资管 张燕太平洋资产 李卓华泰保兴基金 黄佳丽广银理财 郑少轩中国人保资产 周亮北京沣沛投资 李爽前海保险 陈泓君万家基金 王丁西部利得基金 靳晓婷安信证券自营 王紫嫣鑫元基金 姚启璠和谐汇一 陈阳国金基金 代林玲韶夏投资 方玉含红土创新基金 张洋长城基金 林皓上海光大证券资产 房俊中科沃土基金 林茵众安在线财产保险 孙毓晨玖鹏资产 郭鹏飞太平养老保险 仝栋材惠通基金 林焜百嘉基金 张路榆长安基金 朱施乐光大证券资产 季运佳恒生前海基金 鲁娜国联安基金 周维兴业基金 蒋丽丝富国基金 余驰平安资管 范自彬博道基金 陈磊中欧基金 邓新翱巴富罗 胡晓忆金信基金 张景鹏广发基金 刘娜六、11月18日，华创证券组织公司线下调研，参会人员：华创证券 董广阳华创证券 欧阳予华创证券 彭俊霖华创证券 沈昊国泰君安 訾猛国泰君安 姚世佳中信证券 薛缘中欧基金 冯允鹏鹏华基金 黄德庄南方基金 赵舜交银施罗德基金 张程交银施罗德基金 芮晨平安基金 周金菲国泰基金 智健华安基金 章昕乔国泰基金 胡运昶华夏基金 李柄桦淡水泉 贾婷婷源乐晟 戴佳娴东方红 王焯高毅资产 王治璇 |
| 时间 | 2022年11月 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事长：刘鸣鸣；总经理：张清苗；董事会秘书：梁晨；证券事务代表：林阳；IR：郑儒楠 |
| 投资者关注的主要问题 | **Q：公司未来在速冻火锅料、速冻米面制品、预制菜肴三大业务板块会是否有侧重点？未来将如何布局？**A：首先，传统速冻食品行业仍有稳定增长。其中，火锅料制品需求仍在扩张，叠加渠道精耕抢占份额，在行业洗牌整合的同时后续有望保持稳健增长；速冻面米制品已处于行业成熟阶段，差异化创新成为新的增长点。安井通过大单品战略聚焦资源，带动销售规模扩大；定位“高质中高价”，提升产品性价比；推行“销地产”+“产地研”策略，不断推出新品，产品结构的持续升级助力龙头企业市占率提升，收入规模和盈利水平都呈现快速增长趋势，发展势头良好。另一方面，速冻行业格局分散，龙头市占率仍有望提升，安井近年来市占率呈稳步提升态势。从细分品类来看：火锅料行业总量上火锅、麻辣烫、烧烤等餐饮终端处于短期疫情受损，但中长期维度下行业复合增速仍有后劲。份额上，公司依托强产品力+渠道力，通过销地产、分区域精耕等完善布局，份额稳步提升，龙头地位愈发稳固。速冻米面行业格局稳定，其中以在大型连锁商超销售为主的汤圆、水饺类产品发展相对成熟；安井以大单品主打包子、馒头、手抓饼等发面类制品，依托自身BC兼顾的强渠道力，通过产品渗透带来营收增量，同传统米面企业实现错位竞争。预制菜肴行业万亿赛道炙手可热。餐饮连锁化进程加快，加上外卖和团餐市场发展迅速，降本增效需求推动 B 端预制菜放量；社会结构变化驱动C端预制菜市场快速扩容，疫情加速渗透率提升。但行业整体尤其是C端预制菜肴市场目前尚处导入期，格局极为分散。近几年，预制菜在安井产品结构中的占比逐年增大，也一直保持较高的收入增长速度。**Q：预制菜行业目前的渠道特点？**A：预制菜肴行业B端和C端发展阶段和成熟度不一样，对于行业整体而言，B端市场约占80%。B端预制菜产品已经被广泛运用于多种餐饮消费场景，产业链处于快速发展的成长期，确定性更强；C端则是处于产品导入期和验证期。**Q：如果明年宏观环境变化，我们新品类的增速是什么预期和规划？**A：预制菜行业的格局特点是：有品类无品牌、区域型企业较多、销售半径窄、渠道单一；行业B、C端发展成熟度不一样，B端市场约占80%，而C端消费者对预制菜的认知及复购使用率受到疫情催化加速。行业发展现状是B端产业链进入快速发展的成长期；C端则是刚进入产品导入期，消费者认知提升在一二线城市更为显著。目前公司部分预制菜新品属于口感偏重、粘性较强类产品，未来预制菜品产品结构呈现两种趋势，一端是偏重口味类；另一端是低脂、低糖、低油、低添加类别。公司作为预制菜行业中的速冻食品派，具备两点主要优势：一是冻品行业比专业预制菜行业发展更早，公司率先建立了全国销售网点和营销渠道，现阶段产品快速起量和渠道扩张有直接关系；二是公司推广新品的方式是不断优化、打磨选品模式，具备更成熟的消费品推广经验。**Q：目前有哪几个品类是想做成大单品的，大单品战略会对利润率有什么趋势性的影响？**A：在今年消费环境疲软的背景下，公司继续实施大单品战略。今年下半年公司产品按照“1:1:1:1”的推广策略，火锅料新品聚焦火山石烤肠系列；面点新品聚焦爆浆糍粑；安井冻品先生聚焦酸菜鱼；安井小厨聚焦小酥肉。通过新品聚焦、爆品系列化，让公司内部员工和下游客户都更清晰地感知业务方向及推广重心。**Q：今年的费用控制政策在未来是否会延续？**A：广告费用的投放和营销费用促销人员的聘请是根据市场表现顺势而为的操作。在今年消费环境背景下，费用投放性价比较低，收缩相应的营销费用投放、提质增效、内部挖潜是公司的合理对策。在疫情扰动及市场疲软的情况下，公司的综合竞争优势逐步发力，将竞争对手的存量市场转变为公司增量现象越发显著。在目前消费环境下，行业增速会受到一定影响，龙头企业的竞争力不仅是顺应行业发展有所增长，还需要内部挖潜。今年因商超大环境表现一般，公司及时对商超做费用管理，收紧超标费用，减少促销员人数；在生产端也有相应节能节费管控，每个月均以生产成本分析会、财务费控分析会等形式展开内部分析，通过不同工厂比较和销售费控比较推动费用控制。**Q：安井冻品先生的渠道是怎样构成的？**A：安井冻品先生目前主要有三类经销商：一是原有冻品经销商中具备销售预制菜能力的，此类经销商公司更多采用竞品替代的策略；二是公司广大经销商中原先不具备预制菜终端销售渠道和销售经验的，此类客户由公司引领其进行业务扩容；三是新开发的专业预制菜经销商。由于进入行业较早，此类经销商掌握一定终端客户资源，而预制菜早期产品存在一定同质化，此类经销商专业性强、选择面宽，公司正在逐步开发和拓展。目前冻品先生经销商主要由第二类构成，公司原有经销商团队具备较强的资金实力、丰富的产品推广经验且对公司有着极高的忠诚度和认可度，公司与经销商共同扩大能力边界，按照“原有渠道叠加新品——新品导入拓展新渠道”的模式不断开拓业务。**Q：成本明年的趋势？**A：战略原材料层面，通过持续多年的技术提高和工艺改良，公司原材料中淡水鱼糜的战略地位不断提高。受疫情、外部环境等因素影响，近海资源萎缩，今年海水鱼出货量相对较少，高等级鱼类价格较高，普通海水鱼糜的价格则相对平稳。公司对于淡水鱼糜的提前布局达到成效，价格方面相对占有一定优势。速冻鱼糜作为公司重要原材料，公司首先考虑战略供应的保障以稳定生产，其次考虑采购成本。战术原材料层面，猪肉类、禽肉类产品、牛肉产品以及木薯淀粉等原料价格目前都是上升趋势。因此公司接下来需要根据生产计划做好排产与囤货的安排。今年三季度，公司围绕集团采购的大宗物料设置品类总监，由各生产基地总经理兼任，具体包括鱼糜、禽类、畜类、淀粉、糯米粉、小麦粉、大豆蛋白等。品类采购总监职责为关注行情变化，在集团内预警提示囤货高低点并提出操作建议；协调集团层面供应商在各基地间的订单分配；负责集团供应商的验厂安排、合格供应商准入等；同时按月度和季度出具行情分析报告。此举目的在于加强协作和业务指导，实现公司利益最大化。**Q：锁鲜装未来的增长是拓新品还是拓渠道？**A：产品方面，公司锁鲜装系列产品经过三年聚焦市场推广，已成长为在大型连锁商超、BC类中小超市、电商平台、新零售、农贸市场等C端全渠道销售，深受消费者和客户青睐的同品类代表性产品。锁鲜装在具备较高市占率的同时，保持了较好的毛利水平，未来公司将根据市场需求陆续推出锁鲜装3.0系列新品。渠道方面，公司在锁鲜装推广过程中开发的BC类超市经销商对公司及产品的信赖度不断提高，业务合作的广度和深度持续加强，公司渠道能力显著提升。上述调研会议，公司与投资者进行了交流与沟通，严格依照相关管理制度及规定执行，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，未出现未公开重大信息泄露等情况。 |