

证券代码：603755

证券简称：日辰股份

## 青岛日辰食品股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2023-09-20

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 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 checked="" type="checkbox"/> 电话会议 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（证券公司策略会）
参与单位名称	中金公司、中信证券、华泰证券、中信建投、招商证券、长江证券、方正证券、平安证券、华福证券、华鑫证券、安信证券、国泰君安、财通证券、财信证券、德邦证券、东北证券、东方证券、东海证券、东吴证券、东兴证券、国都证券、国海证券、国金证券、国盛证券、国信证券、华安证券、华创证券、华西证券、民生证券、申万宏源、东方财富证券、摩根士丹利（中国）、瑞信证券(中国)、瑞银证券、首创证券、西南证券、信达证券、兴业证券、浙商证券、银河证券、中航证券、中泰证券、华夏基金、交银施罗德基金、银华基金、长城基金、华泰柏瑞、嘉实基金、人保养老、中加基金、国华兴益保险、泰康资管、亚太财保、阳光资管、英大保险、中意资管、博道基金、东吴基金、国联安基金、国新国证基金、金鹰基金、融通基金、天治基金、西部利得基金、兴业基金、易米基金、永赢基金、工银国际、海通国际、兴银理财、中融汇信期货、天合投资、招商信诺、紫欣投资、深圳惠通、华泰证券(上海)资管、淡水泉(北京)、江苏瑞华、平安银行、安中投资(上海)、北京沣沛、北京汉和汉华、雪湖资本、北京金百镛、北京诺昌、北京泰德圣、东方睿信(海南)、敦和资产、歌斐资管、海南和谕、杭州秉怀、杭州汇升、红思客资管(北京)、华美国际、锦绣中和(北京)、晋江和铭、宁波东玛、磐厚动量(上海)、上海保银、彬元资本、大箏资管、上海丰仓、上海沣杨、上海合道、上海恒复、上海泾溪、上海景熙、玖鹏资产、上海宽潭、上海雷根、上海理成、上海聆泽、上海弥远、名禹资产、上海明河、上海摩旗、上海仁布、睿扬投资、上海深积、同犇资本、万纳资产、汐泰投资、上海相生、银叶投资、上海盈象、永唐盛世、域秀资本、深圳前海汇杰达、禾丰正则、深圳善道投资、深圳奕金安、深圳源和、西藏银帆投资、西藏源乘投资、循远资管、浙江巽升、中信聚信(北京)、外贸信托、杭州长谋、金股证券投资咨询、摩根资管(中国)、上海启石、深圳华强鼎信、深圳金泊、深圳裕晋、郑州智子、财通资管等 160 余家机构及在上证路演中心线上平台互动问答的投资者。
活动时间	2023 年 8 月 21 日-2023 年 9 月 20 日

活动地点	公司会议室、线上电话会议、策略会（广发证券、浙商证券、国金证券、国盛证券）、上证路演中心（ <a href="http://roadshow.sseinfo.com">http://roadshow.sseinfo.com</a> ）
上市公司接待人员	<p>董事长、总经理：张华君</p> <p>独立董事：张世兴</p> <p>董事会秘书：赵兴健</p> <p>财务总监：张韦</p> <p>投资者关系经理：刘耀雷</p>
投资者关系活动主要内容	<p><b>一、上半年经营情况总结</b></p> <p>上半年，公司所面临的外部市场环境总体改善向好、呈现结构变化。一方面，社会餐饮需求回暖、居家饮食需求减少。随着各类社会消费场景的逐步恢复、促消费政策的持续发力，居民的社会餐饮消费逐步恢复、稳步增长；上半年，社会消费品零售总额（227,588亿元）同比增长8.2%，其中：餐饮收入（24,329亿元）增长21.4%，对经济增长的贡献度显著提升。但相应地，居民居家饮食消费频次减少，C端业务渠道动销减缓、增长承压。另一方面，食品制造行业成本上涨的压力有所缓解。上半年，我国食品制造业工业生产者出厂价格（PPI）同比下降0.2%、工业生产者购进价格同比下降3.0%，其中：食用油类、包材类等原材料价格及运费成本有所回落，但糖类、香辛料类、淀粉类等部分原材料价格仍有不同程度上涨。</p> <p>上半年，公司的营业收入和归属于上市公司股东的扣非净利润同比均实现双位数增长。其中：营业收入16,277.21万元，同比增长12.30%；净利润2380万元，同比下降6.79%；扣非净利润2199万元，同比增长11.08%；剔除股份支付成本因素影响后，扣非净利润同比增长14.49%。</p> <p>按季度拆分来看：收入端，二季度营收同比增长17.7%、环比一季度增长3.5%，呈现良好复苏态势。利润端，二季度扣非净利润同比增长45.5%、环比一季度增长25.9%，持续改善向好。</p> <p>按渠道拆分来看：（1）餐饮渠道上半年营收同比增长52.6%，其中：一季度同比增长34.3%、二季度同比增长78.8%。（2）食品加工渠道上半年营收同比略降3.4%，其中：一季度同比下降18.3%、二季</p>

度同比增长 11.0%，逐步恢复正常状态。（3）品牌定制渠道上半年营收同比下降 17.5%，其中：一季度同比增长 4.8%、二季度同比下降 32.6%，主要是受部分零售品牌客户的业绩下降所致。（4）C 端“味之物语”自有品牌上半年营收同比增长 2.1%，其中：一季度同比增长 28.1%、二季度同比下降 14.5%，主要还是受居家消费频次减少、C 端动销减缓所致。

## 二、互动问答

### 1、上半年，公司存量与增量的业务恢复情况如何？

答：从上半年的收入来看，公司营收增长 12.30%，与消费复苏的现实情况相对匹配；一方面，社会餐饮有序恢复，但还低于我们年初的预期，这在公司微观层面的表现是老客户老产品的自然增长相对较弱；但另一方面，上半年公司有 40%的营收来源于 2022 年以来所开发新产品的业绩贡献，这个比例明显高于往年，体现出公司在市场开拓方面的主动增长动能较强。

从上半年的利润来看，公司净利润出现了同比下降，但拆分来看，主要还是政府补贴、理财投资收益等非经常性损益因素的影响，扣除非经常性损益之后的净利润同比增长 11.08%，剔除股份支付成本因素影响后的扣非净利润同比增长 14.49%，基本与收入增长相匹配。此外，上半年公司在 C 端的销售费用投入有所增加，但受整体 C 端市场动销减缓影响，这部分费用投放的效果尚不显著；公司是以 B 端业务渠道为主，若剔除 C 端销售费用投入对利润的影响，单纯分析 B 端来看，我们的业务增长还是非常良性的。

我们相信，下半年及未来的时间，社会消费的逐步恢复将带动我们老产品的业绩贡献恢复和增长，公司市场开拓力度的持续加强将带动新客户、新产品贡献度提升。

### 2、公司股权激励计划中 30%的增长目标今年是否有信心完成？

答：从 7、8 月份的消费恢复情况以及往年的历史数据来看，预计下半年的表现会好于上半年，但能否达成全年股权激励增长目标还要看三、四季度销售旺季的情况。

### **3、公司烘焙预拌粉、预制菜的开拓进展？**

答：烘焙预拌粉和预制菜项目是我们正在推进的定向增发项目中的募投项目，目前暂不具备大规模生产的能力，前期主要进行产品研发储备、合作渠道搭建等工作。在预制菜领域，结合市场调研和现有数据分析，公司逐步建立适合餐饮端的预制菜产品库，为打造更具自身优势特色的预制菜品奠定基础；在烘焙预拌粉领域，公司已经开发了煎饼粉、牛乳风味松饼粉、舒芙蕾预拌粉等产品，并形成小批量试销订单。

### **4、大 B 端市场行业竞争是否加剧？新建产能投产后对公司竞争力的影响如何？**

答：对于大 B 客户的个性化定制业务，是研发创新、解决方案、品质管理、服务效率等多方面的综合竞争，并不只是单一价格的竞争，故而竞争壁垒相对较高。从公司微观感受来看，目前行业竞争或有加强，但并未从根本上改变行业发展逻辑和公司的发展空间。着眼于未来，公司致力于扩品类、拓渠道、提产能，新建产能也更多侧重于多品类供给能力的增加、支撑长三角区域市场的拓展，预计明后年会陆续投产，这将进一步增强公司的客户服务能力和市场竞争力。

### **5、食品加工渠道二季度边际改善的原因？未来增长的预期如何？**

答：食品加工渠道分为对日出口型业务和国内市场业务两部分，整体来看，上半年同比略微下降，主要是受对日出口型业务的影响，一季度受我国节假因素及日本市场消费需求等影响出现阶段性下降，但在二季度逐步恢复至正常状态；国内市场方面，原有的肉类食品加工客户随着社会消费的逐步恢复而有序增长，同时，我们也新开拓了休闲零食类的客户、进一步打开下游市场空间。未来，预计对日出口型业务将保持一个相对稳定的状态，国内市场业务将随着社会消费的有序恢复和公司下游新市场的持续开拓而有所增长。

### **6、品牌定制渠道业务上半年下滑较大的原因？**

答：品牌定制渠道是公司近年来新开拓的一个市场，其客户主要

是面向家庭消费场景的 C 端品牌零售企业，客户数量相对较少、还在逐步拓展。上半年，品牌定制渠道业务收入下滑较大，主要是受个别客户业绩下滑的影响；上半年居家消费频次减少，导致 C 端市场动销减缓、增长承压。与此同时，公司与部分客户的合作品类增加、开发储备了一些新客户，以及随着 C 端市场的逐步恢复，公司在该业务渠道仍有良好的增长空间。

#### **7、公司费用率和利润率的趋势如何？**

答：上半年公司毛利率维持稳中有升，主要受益于营收结构变化以及成本压力缓解；费用率有所改善，主要受益于规模增长。上半年管理费用率控制较好，销售费用有所增长，主要系 C 端“味之物语”的渠道拓展费用增加，大 B 端的销售费用总体平稳。

未来公司将会进一步地加强市场开拓做大营收规模、合理管控原材料采购成本，以保持良好的毛利空间；进一步科学配置、优化使用各项费用，持续关注费效比的变化，以合理压降费用率。

#### **8、C 端自有品牌的发展规划如何？**

答：C 端“味之物语”自有品牌定位于公司在三五年之后的第二增长曲线，其在研产销各环节与大 B 端的个性化定制业务均有明显不同。因此，公司将基于发展战略，结合 C 端市场拓展的自然规律，科学有序地安排人员、费用、产能等投入，不保守但也不激进，维持在合理的空间。

#### **9、公司与百胜的合作情况如何？**

答：公司与百胜保持着良好的业务合作关系。去年下半年以来，我们有一些新产品陆续通过百胜的评审，后续将根据其业务发展需要，逐步转化成销售订单，但具体的产品上市时间、销量情况等均存在不确定性。

#### **10、公司定增项目的进展情况及后续发行计划如何？**

答：公司定增项目已于 2023 年 8 月下旬获得中国证监会的注册批复，有效期一年。公司将结合市场恢复及发行路演情况综合考虑确定发行方案，择机完成发行。谢谢！

	<p><b>11、请问年底股价能否到 42?</b></p> <p>答：股票价格走势受到的影响因素较多。公司一贯秉承健康稳定发展的原则，稳健迈好发展的每一个步伐，为全体股东创造高质量的价值回报是我们一贯的目标。公司将立足于复合调味品的主营业务，抢抓下游市场快速发展的机遇，继续扩品类、拓渠道、提产能；按照内生式增长和外延式扩张双轮驱动的发展战略，继续夯基础、优管理、借外力；在持续巩固现有 B 端市场优势的基础上，稳步推进 C 端业务布局，继续重研发、强服务、创品牌；努力成为一家数字化引领下的调味品行业领先企业，坚持用味道向世界传递美好！谢谢。</p> <p><b>12、请问贵公司预制菜调理食品项目何时上马?</b></p> <p>答：公司已成立预制菜及烘焙事业部，正在进行前期产品研发储备及合作渠道搭建等工作，青岛工厂目前暂不具备预制菜产品大规模生产供应能力。公司定向增发募投项目中有“年产 30,000 吨调理食品（预制菜）生产线建设项目”，项目建设工作正在有序推进中。谢谢！</p> <p><b>13、请问贵公司和呷哺呷哺合作的项目何时开始生产?</b></p> <p>答：公司与呷哺呷哺合资的天津工厂项目正在建设中，预计将于 2024 年底前建成投产。谢谢！</p>
风险提示	<p>以上如涉及对行业发展趋势、公司战略规划、未来经营情况等内容的预测，不能视作公司或管理层对相关事项的承诺和保证，实际情况以公司在法定信息披露渠道发布的公告为准。敬请广大投资者注意投资风险！</p>
附件清单 (如有)	无。