**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、9月6日，公司参加银河国际证券组织的线上电话会，参会人员：  Arohi Asset Management Elora liu  Arohi Asset Management Vivien Cao  Banjaran Asset Management Xu Jing  China Industrial Securities International Asset Mgmt Hidy Chen  Eastspring Investments Nathan Yu  Fuh Hwa AM Ivan Du  Fullgoal Asset Management Judy Guo  Lion Global Investors Zhan Qing Khong  Manulife Asset Management Wen Lin Li  Okasan Securities Risako Taguchi  PT Henan Putihrai Asset Management Indra Saputra  SP Investment Management Teng Chee Ngan  Whitefield Capital Simon Deng  二、9月11日，公司股东大会现场交流，参会人员：  华福证券 童杰  国金证券 张子阳  国盛证券 吴思颖  中信证券 顾训丁  方正证券 王泽华  方正证券 薛涵  海通国际 宋琦  华福证券 刘畅  太平洋证券 郭梦婕  兴业证券 林佳雯  东吴证券 罗頔影  中金公司 沈旸  银河证券 刘光意  东北证券 吴兆峰  泰康资产 钱頔玥  信达证券 娄青丰  上海证券 王珠琳  中泰证券 晏诗雨  金鹰基金 李敏晗  易方达 黄逸群  华泰资产 董懿夫  中信证券 薛缘  中欧基金 冯允鹏  华安基金 章昕乔  申万宏源 曹欣之  中金公司 胡跃才  富国基金 徐哲琪  华创证券 严文炀  同犇投资 刘慧萍  中泰证券 范劲松  财通证券 李茵琦  建信资管 张旭菁  国海证券 秦一方  永赢基金 郑州杰  光大证券 杨哲  三、9月13日-14日，公司参加高盛中国投资论坛，参会人员：  贝莱斯尼资产 Huiling Yu, Kerith Chen, Ting Wang  富达投资 Flora Wang  富达国际 Alice Li  富达基金 Olivia He  富兰克林邓普顿基金集团 Tony Sun  马歇尔卫斯公司 Cathy Xie  千禧管理 Becky Lu, Ronnie Ruan, Yejun Qian, Yichi Zhang  保银投资 Austin Zhou  Point72 XiaoZheng Li, Yifei Wang  柏骏资本 Esther Wen  淡马锡 Yuliang Chang  瑞银资产 Baoying Zhai  WT Tongshu Wang  毅恒资本 Kaiyuan Wang  宏利资产 Bryan Wang, Wenlin Li  泰康资产 Iris Tao  加拿大养老金 Alex Ye, GuangLei Li, Helen Wu  Keystone Investors Han Li  四、9月25日，公司参加中邮证券组织的策略会，参会人员：  天弘基金 马雪薇  盘京投资 陈静  新华资管 夏旭  英大资产 孙颖  华安财保 于华杰  中金公司 方榕佳  淡水泉 陈睿婕  中邮保险 乔林建  西部利得 温震宇  博时北京 姚爽  诺安基金 李新帜  西部利得基金 侯文生  博时基金 王诗瑶 |
| 时间 | 2023年9月 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事长：刘鸣鸣；董事兼总经理：张清苗；  董事会秘书：梁晨；证券事务代表：林阳 |
| 投资者关注的主要问题 | **Q：前几年鱼糜的价格一直往下走，今年上游的养殖户亏损的比较多，供给可能也会有出清。一些农业公司预计今年年底或者明年年初草鱼价格可能会大幅向上，对公司主业的净利率会有影响吗？还是说也可以通过结构升级的方式去转化成本上涨的压力？**  A：对于速冻食品企业而言，近些年主要原材料的价格有涨有跌，公司采购冷冻鱼糜的价格相对稳定。对此，首先看是否有能力向下游传导原材料价格的上涨；其次看能否通过产品结构的升级来争取效率最大化，后者主要考验公司的研发力、渠道力和品牌力。在过去几年中，猪肉、鸡肉的价格频繁波动，公司采取了较为有效的应对措施，也积累了相关经验，整体而言采购价格处于相对竞争对手更低的位置。  **Q.公司内部对串烤事业部的定位和规划？**  A：今年餐饮行业整体呈复苏态势，随着消费分级趋势日益显著，烧烤成为今年众多餐饮渠道中广受关注且增速较快的细分板块。公司近期已将串烤项目部并入安井小厨，明确安井小厨以鸡肉调理制品+烧烤串类作为主要产品，对标竞品和自我定位更为清晰，目前客户反馈积极。针对串烤业务，公司已推出麦穗肠、火山石烤肠等产品，并储备了虾串等未来将上市的新品。串烤类产品从生产的角度而言具备较大的区域差异，例如串的大小规格等。公司的优势在于各生产基地因地制宜研发、生产适销对路的区域单品。  **Q：今年高端化趋势的环境相对一般，如果后续消费还是弱复苏的状态，我们是否会延续着当前产品升级的思路，还是会顺手而为去调整应对方案，做更偏性价比的产品？**  A：公司策略根据市场需求的变化会及时调整。目前中高端火锅料在公司内部的增速依然高于平均增速水平。未来公司也可能根据市场的情况，针对竞品或针对区域市场推出产品。今年市场整体呈现哑铃结构，高端产品增长的同时，低端产品也在逐步修复。公司认为目前的市场并非简单的消费升级或降级，而是消费分级。  **Q：在产品端，对成本的要求非常高，我们怎么把预制菜成本降下来？**  A：冻品先生主要通过供应链的整合控制成本；随着各地基地的扩建，包括洪湖安井预制菜肴生产基地未来的投产，结合公司原有的小龙虾生产基地、对外投资的虾滑生产基地、近期新合作的牛蛙生产基地，公司产能的不断释放将带来规模效应以及生产成本的下降。安井在速冻食品制造上具备多年经验，只要产品销售量达到一定规模，通过部分自产就可以控制预制菜产品成本。  **Q：我们经常跟日本对比预制菜行业，但是针对两个点，第一他们一直都处于多寡头竞争的状态，没有一家能做到独大；第二是他们的利润率长期都在7个点以下，5-7点左右浮动，可能跟日本当地的渠道包括国情有关，我们怎么看利润率天花板和市占率的问题？**  A：我国预制菜产业和海外其他国家情况不同。中国拥有八大菜系，具备历史悠久的美食文化；除了传统名菜之外还有许多创新产品。因此公司认为，预制菜行业最后可能会细分为很多赛道，例如餐饮端也有多种多样的终端门店。不管是安井冻品先生还是安井小厨，公司对每一个事业部、每一个板块业务都有相对专业化的运作。公司希望团队能利用好所有可借用的资源；此外做好对竞品对手的持续专注。快消品行业的本质是打造爆品，如果找不出爆品，操之过急是无法持续增长的。  **Q：从中长期来看如何看待利润率未来提升的驱动力？**  A：目前公司的费用管控已经相对到位，未来规模效应还会带来销售费用率的下降，但销售费用绝对值预计没有太大的下降空间。在公司各个新工厂的自动化效率与产能爬坡阶段，它们的调整速度要明显快于老工厂，这就是规模效应发挥的正向作用，规模效应是长期作用的。短期内看是公司产品结构的提升，通过锁鲜装1.0-4.0的新品、通过今年丸之尊1.0和2.0的产品，在C端力求在逆势情况下进行一定程度的消费升级。对于B端高端餐饮，公司的对标企业已经在高端火锅料方面做出了一定体量，因此公司选竞品、换竞品也锚定了对标目标。作为头部企业，公司不断提高B端和C端的中高端产品占比，以实现对产品结构的改善和升级。  **Q：今年小龙虾表现如何？低价原材料是否会提高公司盈利水平？**  A：小龙虾生长周期短、季节性强，其价格在每年采购季会随供给、需求等行情呈现波动。小龙虾原料下降对降低消费门槛、市场扩容，加工企业控制成本以及市场竞争、上游养殖户的养虾积极性都会造成一定影响。总体看来，我们认为小龙虾原料价格下降有利于工厂运营，一方面原料端成本下降，全年行情相对企稳，减少了高价囤货的风险；另一方面成品价格相应降低，有助于促进消费，增加产品销量。在菜肴领域小龙虾板块，公司计划通过销售和渠道赋能，推动渠道下沉和渠道结构变化；并通过“安井”和“安井小厨”的品牌授权经营，带动小龙虾产品品牌化运作，进而引导行业从无品牌到渠道品牌再到消费者品牌的发展过渡，进一步拉开与竞争对手的差距；公司还会通过信息化建设赋能，引导新宏业、新柳伍从粗犷型生产到精细化管理发展，全方位提升安井在小龙虾行业的综合竞争优势，进一步巩固安井在小龙虾行业的龙头地位。  **Q.想请教下未来贵公司具体的研究方向是以研发新产品为主；还是致力于提高肉类产品二次加工口味还原度为主**  A：公司将持续按照“研发一代、生产一代、储备一代”的新品规划思路进行产品研发和推广，坚持每年聚焦培养 3-5 个“战略大单品”。2023年上半年，公司面向 C 端全渠道重点推广打造的中高端火锅料锁鲜装系列的次新品及新品保持了稳定增长。在 B 端产品方面，公司以团餐渠道开发作为“渠道扫盲、终端为王”策略的突破点，推动销售渠道全覆盖；同时推出“丸之尊”系列中高端 B 端产品推动产品结构升级。在预制菜板块，安井冻品先生重点打造酸菜鱼和烤鱼，安井小厨聚焦小酥肉和荷香糯米鸡，持续进行大单品培育；同时公司将安井、安井小厨品牌分别授权新宏业、新柳伍使用，复用安井现有经销商渠道推动小龙虾业务尤其是调味小龙虾产品实现业务增量。  **Q.在重视股东回报方面，公司对于回购并注销和分红之间怎么思考的？**  A：公司自上市以来均通过现金分红等形式回报广大投资者，且每年分红比例均超过30%；近三年累计现金分红金额达到近三年平均净利润的90%。未来公司将继续采取积极有效的方式为广大投资者争取良好的投资回报，为活跃资本市场、提振投资者信心贡献一份力量。  **Q.能否展望一下未来3-5年公司的盈利能力趋势？锁鲜装，丸之尊能否带动公司净利率继续提升？**  A：公司将一如既往按照“三路并进”的经营策略，不断提升安井产品质量，提高品牌美誉度和企业竞争力。锁鲜装和丸之尊系列产品作为公司高毛利、高净利产品，随着产品销售规模的扩大，将推动公司产品结构升级，提升企业盈利能力。  **Q.请具体分析公司坚持的经营战略中“三路并进”各不同模块所处的行业发展阶段、竞争格局，以及公司如何在三个不同模块提升产品结构、提高行业占比？**  A：三路并进指的是安井火锅料、米面制品和预制菜肴三个板块齐头并进。火锅料板块方面，行业处于成熟期，增速5-10%，当前行业竞争格局是“一超多强”，安井领先优势比较明显，我们将通过持续推进C端的锁鲜装和B端的丸之尊系列提升市场占有率，优化产品结构；  米面制品板块，行业处于成熟后期，行业增速较低，安井在传统的汤圆水饺粽子板块不具优势，但在发面制品板块具备较强竞争优势，我们将继续从发面制品板块发力，不断推出BC兼顾的发面制品，如淄博烤饼等产品；  预制菜肴板块，行业仍处于野蛮生长期，行业较大且增速较快，但不同细分行业产品、渠道及运营方式差别也较大，因此，安井实施三箭齐发的策略，分三路进军预制菜肴，目前小龙虾行业处于龙头地位，预制菜肴处于领先地位，预制菜肴方面，未来我们将继续寻找冠军相产品，全力打造菜肴爆品，通过爆品集群来提升预制菜肴行业市场占有率。  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。 |