

证券代码： 600073

证券简称： 光明肉业

上海光明肉业集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

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"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	通过线上方式参与公司2024年半年度业绩说明会的投资者
时间	2024年9月13日（周五）下午 14:00~16:30
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	董事长兼总裁 李俊龙先生、独立董事 田仁灿先生、副总裁兼董事会秘书 何茹女士、财务总监 郑炜峰先生、证券事务代表 袁勤女士。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>以下是投资者在本次说明会中提出的主要问题及公司回复：</p> <p>1、罐头上半年经营情况为什么下降那么多？下半年有什么提升经营情况的举措？</p> <p>回复：受宏观经济、市场环境、消费需求变化以及耐储藏食品在去年同期业绩基数仍相对较高等因素影响，公司罐头食品业务在2024年上半年的经营情况同比明显下降。公司未来将紧贴消费市场需求，积极开发适配各种销售渠道和消费趋势的新产品，独立小袋装的「片装午餐肉」等新产品已上市销售。同时，公司将不断加强市</p>

场推广力度，通过品牌联名推广、城市巡展等活动，保持和消费者的密切沟通，用更好的产品和服务回馈消费者。

2、目前牛肉价格走势如何？银蕨农场如何应对市场波动？

回复：据国家统计局数据统计，2024年1-8月国内牛肉价格同比下跌10.6%，目前国内牛肉价格总体处于价格低位。银蕨农场产品的主要市场是中国、美国、欧洲等地，银蕨农场将根据全球牛肉市场情况动态调整经销方案，通过合理调配不同全球市场间的出口份额将产品向利润空间较好的地区倾斜。

3、董秘你好，马上中秋节了，公司有相关的产品吗？卖的好吗？

回复：中秋佳节到来前，公司旗下冠生园食品推出了四种口味组合的“大白兔x冠生园”流心月饼礼盒、“大白兔桂花味”奶糖等产品，与广大消费者“一起快乐共此时”；上海爱森推出了“老上海传统鲜肉月饼”以及新口味“黑松露味鲜肉月饼”等产品，并在线下门店现烤现卖，收到消费者好评。您可通过关注公司开设的微信公众号“光明肉业集团”及子公司在抖音、微博、小红书等各平台开设的官方账号了解公司最新动态、品牌及产品信息，祝您中秋快乐。

4、公司在应对市场环境变化和消费需求波动时，采取了哪些策略来保持公司的财务稳定和业务增长

回复：由于行业情况波动等外部发展环境的复杂性、严峻性和不确定性上升，影响公司经济工作的因素较以往更为复杂，公司经济运行面临

不少困难挑战。光明肉业坚持“降成本、提效率、重协同、亮品牌、强主业、稳增长”的经济工作总基调，以提质增效为目标，统筹资源整合，全力推进各项工作有序开展。重点措施有：持续推动各系列化产品的不断优化与更新；围绕新品发布、品牌宣传、新媒体和跨界营销等途径加强品牌创新和文化赋能，激发品牌新动能；打造适应市场和消费需求的分销体系等，是提质增效以及增强竞争优势的重要途径。

5、大白兔和冠生园等品牌在国际市场的表现如何？公司计划如何进一步拓展海外市场，特别是在亚洲其他地区或新兴市场？

回复：公司大白兔、冠生园等品牌的休闲食品等产品出口到美国、菲律宾、马来西亚、印尼、新加坡等多个国家。公司将根据当地消费者偏好、市场需求、文化差异等调配产品，满足特定需求。除了传统的零售渠道，通过有效品牌推广活动提高品牌在海外市场的认知度和影响力，进一步拓展海外市场。

6、公司下面有很多好品牌，请加大宣传力度！

回复：公司始终将品牌和渠道建设作为重点工作之一，线下推广活动方面，公司近期开展了上海梅林十城巡展、正广和 160 周年庆校园活动等多种多样的推广活动，同时上海梅林与 CF 推出联名款片装午餐肉，大白兔与元梦之星开展联名活动，不断拓宽年轻消费者市场。此外，公司在多个社交平台持续进行品牌宣传、产品推广及公司动态推送，您可通过关注公司开设的微信公众号“光明肉业集团”及子公司在抖音、微博、小红书等各平台开设的官方账号了解公司最新动

态、品牌及产品。

7、在休闲食品业务方面，公司是如何通过产品创新和市场推动来吸引消费者？

回复：随着休闲食品市场竞争压力逐渐加大，功能化、健康化、休闲化、高端化将是未来的发展趋势，新兴的电商渠道和网络营销、口碑营销等营销模式得到广泛应用，产品品类升级、包装创新、品牌宣传、渠道整合依然是发展关键。目前公司及旗下品牌在包括微信公众号、小红书抖音平台在内的新媒体渠道开设了官方账号并进行推广营销工作，公司将持续营销创新，一方面选择合适的主流传统媒体进行品牌广告投放，同时线下线上互动，通过直播等多种线上方式进行品宣及销售的互动转化。

8、公司现在有什么预制菜产品？

回复：目前公司旗下苏食、联豪、爱森等品牌已推出多种半成品、预烹饪、火锅系列产品，例如：苏食围绕“苏食一桌菜”，研发蒜香寸骨、香菇蒸鸡、虎皮鸡爪等新品；同时对接盒马、老乡鸡等定制大客户，开发酱香肥肠、轻卤猪肚丝、黄焖鸡、香菇焖猪手、红烧肥肠等新品并上市销售；爱森品牌与盒马合作推出了酱爆腰花、酱爆猪心、藤椒猪肝等冷藏类预制菜产品；联豪品牌推出以“省时”和“美味”为核心的预制菜品“家常小炒”系列、“浓汤肉香”系列、“空气炸锅”系列和“火锅烧烤”系列等。

9、请问公司的预制菜产品在哪里可以买到？

回复：除了在苏食、联豪、爱森的线下门店和品牌专柜购买外，公司也在京东、天猫、抖音等线上店铺提供部分产品销售，并会在微信公众

号上推送新品及经典产品的上市及优惠信息，并提供线上购买方式。您可关注公司微信公众号“光明肉业集团”，获取具体产品信息以及购买方式。

10、在当前全球注重可持续发展的背景下，公司采取了哪些措施来推动绿色生产和环保发展？未来是否有更多绿色项目或计划的推进？

回复：在国家相关法规指引下，公司制定了《环境保护工作制度》并有相关部门负责对下属各企业进行日常环境监督与管理。我们深刻意识到作为上市企业，将 ESG 理念融入企业发展的方方面面将更有利于企业的可持续、高质量发展，亦能够与更多相关方共同成长，实现合作共赢。具体情况详见公司《2023 年度 ESG 暨可持续发展报告》。

11、请问公司在数字化转型和智能化升级方面有哪些具体的实施项目或计划？

回复：公司业财一体化工作有序推进，2023 年上半年一期项目全面上线，完成与 OA、主数据平台、报账系统等集成工作。一期项目完成后适时开始业财一体化二期项目，二期项目分休闲食品和肉类两组实施，2023 年底完成休闲食品组上线工作，2024 年 3 月底完成肉类组上线，实现了企业整体的业财一体化，为以后的数字化工作打下良好的基础。

12、公司在研发创新方面取得了哪些进展？未来如何继续加强产品研发，推出更多符合市场需求的新品，以保持产品的竞争力？

回复：公司致力于打造企业技术中心，为肉类主业和品牌食品产业提供技术改良和新产品研发

	<p>发的坚实能力支撑。2023年，公司共申请专利34项，其中发明专利6项；实用新型专利15项、外观专利13项。新品研发方面，推出苏食“淮扬一桌菜”、联豪“我就是大厨”、爱森联合盒马四款猪副产品鲜食等预制菜系列产品；梅林罐头推出“咔嚓一下就吃菜”家乡菜系列罐头、藤椒、蒜香等风味系列午餐肉罐头，具体情况请见公司定期报告。</p> <p>13、请问公司采取了哪些具体措施来降低养殖成本，提高盈利能力？未来在成本控制和增效方面还有哪些具体的规划或措施？</p> <p>回复：公司通过积极优化饲料配方、降低饲料成本；严格管理物料采购、实施集中采购；推行精益养殖等手段有效降低养殖成本。目前，公司生猪养殖业务在综合生物安全、区域性环保的投入相对较高，公司将持续推动养殖技术和成本控制的改善，感谢对公司的关注。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024-9-14