**四川天味食品集团股份有限公司**

**投资者交流活动记录表**

证券代码：603317 证券简称：天味食品

|  |  |
| --- | --- |
| 活动类型 | 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电话通讯其他 |
| 接待对象类型 | ☑机构个人其他 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 易方达基金、广发基金、东方资管、诺德基金、太平资产、平安基金、鹏华基金、博时基金、招商基金、长江养老、嘉实基金、银华基金、天弘基金、安信基金、QFII（合格境外机构投资者）、中金、信达证券、中信建投、国泰君安、申万宏源、国金证券、长江证券、中泰证券、东兴证券、中银证券、东吴证券、太平洋证券、民生证券、华西证券、国盛证券、浙商证券、华金证券、天风证券、东北证券、东方证券、开源证券、华泰证券、方正证券、德邦证券等300余人 |
| 时间 | 2021年4月6日-9日 |
| 地点 | 公司会议室 |
| 上市公司接待人员 | 副总裁兼董秘何昌军先生、证券事务代表李燕桥女士 |
| 活动主要内容介绍 | 现将投资者沟通交流活动中的主要内容，归纳整理如下：1. 公司2021年的销售目标及规划

2021年公司计划营业收入目标为同比增长不低于30%；净利润同比增长不低于15%。为实现收入与利润的持续稳定增长，保证战略目标的达成，公司制定了一系列发展举措：1、公司将坚持“好人家”、“大红袍”品牌双轮驱动营销战略布局，持续扩大C端零售业务综合优势；2、内容电商和品质电商持续发力，实现公司品牌和渠道的全网领先目标；3、为头部客户提供深度定制服务，聚焦餐饮优势品类和高地市场；4、全面构建“战略市场中心”职能运作体系，引领战略、品牌、营销和产品创新；5、公司业务全面实现数字化转型，建设自动化、智能化车间，打造智慧化运营管理系统。1. 组织建设方面

根据公司五年战略规划，制订了公司级绩效目标和部门组织绩效，根据战略目标逐层进行经营指标分解，并从财务、客户、运营、成长等几个维度进行考核。按照全员赋能的思路，去中心化管理，“营销中心”裂变为零售事业部、电商事业部、餐饮事业部、战略市场中心四个平行组织，并建立多个能力中心，通过组织裂变助力能力提升。1. 营销方面

 公司实施品牌“双轮驱动”，两个品牌定位有所差异。“好人家”定位中高端市场，“大红袍”定位大众市场和餐饮小B端市场。1、好人家：充分发挥核心大单品类的优势，通过品牌定位和品牌战略规划提高好人家的品类认知。全面布局高地市场，系统构建中心城市占领，同时持续推动网络结构下沉。2、大红袍：加速渠道布局，保持老品系列的持续增长。构建火锅底料全系列产品矩阵，确立优势爆品。进军餐调小B端市场，探索新模式，完善新组织，打造专属的运营团队和经销商队伍。1. 研发方面

今年我们将继续进行原有产品的升级迭代及新产品的研发，我们会针对性开发多口味、多场景、小规格的产品。公司产品研发主要以市场需求为导向，在做好应用研究的同时，加大基础研究的投入。公司根据消费者细分有针对性地开发多口味、多场景、多规格的产品，销售一代，开发一代，预研一代，以1-3年为周期，打造具有广泛市场需求的大单品。同时，加大对消费人群和消费产品的研究，为用户提供更美味、健康、便捷的产品。1. 运营管理方面

为匹配公司战略目标，公司将着力打造数字化、智慧化运营管理系统。公司对业务进行了全面数字化转型规划，主要包括推动公司营销数字中台化建设，先后推出营销费用管理服务系统、云商服务平台等，不仅提升了后台响应能力，更为经销商管理升级赋能；打破传统川调企业劳动力密集型的制造模式，公司目前正在双流基地和郫县基地扩建2个新厂区，基于数字化管理平台规划，最终实现生产全过程的自动化、数字化、智能化为一体的管理新模式，有效解决产能瓶颈，降低对操作工人的依赖，提高工艺稳定性，降低生产运营总体成本，大幅提高生产效率， 以智能制造形成公司的核心竞争力。 |