**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 | 证券时报在线平台注册投资机构及个人 |
| 时间 | 2021年8月31日15：00-16：00 |
| 地点 | 通过“机会宝”网上路演中心举行 |
| 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 | 1. **介绍公司2021年半年度经营情况**   报告期内，公司营业收入10.17亿元，同比增长10.62%；净利润0.76  亿元，同比减少62.13%；毛利率34.27%，较去年同期下降8.12个百分点。   1. 收入按产品分类来看，火锅调料和中式菜品调料收入共计9.62亿元，火锅调料4.34亿元，占比42.69%，同比增加14.02%；中式菜品调料5.28亿元，占比51.94%，同比增加7.79%。 2. 收入按渠道来看，经销商渠道收入为8.14亿元，同比增加1.19%，占比80.16%。定制餐调渠道收入1.21亿元，随着下游餐饮复苏，有较大增长，同比增加328.17%，占比11.92%。 3. 收入按地区分类，西南地区、华中地区和华东地区占较大，三个区域总计达到66.87%。公司市场网络已经覆盖全国31个省、自治区及直辖市，形成了四川、河南、江苏、陕西、甘肃、新疆、天津、北京、上海等多个优势省市以及由浙江、江西、云南等组成的快速增长区域。   2021年上半年，公司围绕战略目标规划，持续做好以下六方面工作：1、推行营销系统管理的结构性改革；2、稳步推进智能新车间建设；3、打造行业领先、完整的研发体系；4、建立数字化、智慧化运营管理系统；5、深化人才梯队建设；6、打造健康、可持续发展的产业生态圈。   1. **与投资者互动交流环节** 2. **毛利率下滑的原因**   2021年上半年毛利率下滑主要系上半年产品促销力度加大、产品结构变化以及原材料价格上涨所致。   1. **哪些原材料上涨较大**   油脂类涨幅较大，包材及部分农副产品价格也有上涨。   1. **目前终端渠道库存情况**   通过2季度一系列去库存的举措，目前渠道库存是良性的。零售终端还有一些效期相对偏长的产品。   1. **下半年改善库存的措施**   主要有以下四个举措：1、生产端：以销定产，确保产品新鲜度；2、研发端：下半年做好产品上市分析，新品精准投放市场；3、终端：保持合理的促销力度，集中资源消化效期相对偏长的产品；4、营销端：进一步强化渠道管理，充分发挥经销商联盟作用，为经销商赋能，提高经销商的运营能力及积极性。   1. **社区团购对公司销售影响**   社区团购对终端消费造成了一定的分流，且社区团购对产品的性价比要求较高，基于公司对产品中高端的定位，目前在社区团购渠道无明显优势。社区团购短期带来了价格竞争的扰动，侧面也反映短期需求的疲态，但从长期来看，随着需求的改善，产品力、品牌力强的企业更具有持续增长的空间。公司会积极拥抱新零售渠道，但为保持整个价盘的稳定，社区团购渠道与其他渠道的销售政策要一致，同时开发一些差异化的产品参与其中。   1. **如何看待定制餐调的行业空间和盈利能力**   随着餐饮连锁化、标准化的发展趋势，“中央厨房+门店”模式广泛  应用，为定制化复合调味品发展提供更多机会。定制模式具有产品多规格、低毛利、柔性制造等特点，还可以保证上菜速度快、产品更新及时的双重需求，并且通过规模化生产有效降低生产成本，因此我们认为定制化调味品是未来调味品发展的重要风口。目前随着市场竞争环境的变化，定制与非定制企业也在互相渗透。经过这几年的发展，公司的定制餐调业务模式主要是“头部聚焦+标品”，并为餐饮客户提供应用解决方案，将具有规模的餐饮连锁店作为切入点，小B客户则用通用标品，随着餐饮行业的复苏，我们将会持续加大这方面的投入。   1. **复调行业发展趋势**   疫情反复，对经济发展造成一定影响，调味品短期需求疲软，加之竞争加剧、新渠道对消费的分流，短期内对业绩增长造成一定的压力。但是，目前调味品行业集中度还是很低，随着行业整合的不断推进，集中度不高的行业格局在逐步改变，将逐步向资源整合能力强的头部企业集中。优势企业无论是在产品研发、生产规模、渠道建设、品牌推广等方面，依然保持领先优势，行业竞争逻辑并无本质变革。头部企业为获得更加稳固的市场地位对中小企业形成挤压式竞争，经过一轮行业激烈竞争，也是一轮洗牌过程，推动头部企业不断建立竞争护城河。   1. **上半年新增经销商数量，2季度新增经销商数量以及目前新增经销商质量**   2021年上半年经销商共计3,386家，较年初增加385家，其中2季度新增202家。公司开发经销商，主要从复调销售经验、资金实力、渠道能力、运营能力等方面作为参考来选择当地头部经销商。新开发的经销商对公司产品和市场有一个了解的过程，订货有逐步上量的过程，一般情况下，12个月以上才能评估确定其整体销售能力。   1. **公司赞助浙江卫视广告费用什么时候确认的，下半年有哪些广告**   **费用？**  公司在上半年进行了广告投放，根据会计准则，在广告受益期上半年进行了费用计提。下半年公司将参考快消品行业广告的投放情况并考虑往终端贴近消费者的场景倾斜，积极扩大品牌影响力，提高市场占有率。今年全年广告费用的投放预计在8000万元到10000万元之间。 |