**四川天味食品集团股份有限公司**

**投资者调研活动记录表**

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 |
| 时间 | 2020年8月20日15:00－16：30 |
| 地点 | 通过证券时报在线平台举行 |
| 上市公司接待人员 | 副总裁、董事会秘书何昌军证券事务代表李燕桥 |
| 活动主要内容介绍 | **一、2020年半年度经营情况简介**公司于2020年8月20日披露了2020年半年度报告，上半年受新冠疫情影响，公司经营发展的挑战与机遇并存。C端及电商业务加速发展，但由于餐饮行业受挫，公司定制餐调业务受到了较大影响。报告期内，公司实现营收9.19亿元，较上年同期增长45.98%，净利润为2亿元，同比增长94.62%。上半年，公司主要开展了以下工作：1、实施股权激励方案；2、启动非公开发行A股股票工作；3、实施“双轮驱动”品牌战略；4、持续加大新品开发力度。1. **与投资者互动交流环节**
2. **2020年上半年，公司经销商的增长来源？**

答：上半年，经销商净增加830家，总计2051家。主要为“双轮驱动”战略实施后的品牌经销商拆分、空白区域经销商填补及渠道下沉的增加。1. **公司新开发经销商的条件有无降低？**

答：公司经销商开发的条件没有变化，由考察对方的合作意愿、资金实力、渠道能力、仓储配送能力、管理能力、信誉等因素决定，主要考察经销商：①是否有较强的合作意向；②是否经营与公司有直接竞争关系的产品，营业额情况，是否具备充足的资金；③经营覆盖区域如何，是否有能力掌握下游分销商，与当地商超的合作情况；④是否已经建立稳定的业务运作系统并配备人员和运输车辆；⑤对员工的管理能力，是否建立进销存管理；⑥经销商在当地的口碑情况。1. **公司B端的恢复程度？**

答：上半年，公司B端业务在逐步恢复，一季度下滑69.54%，二季度随着疫情缓解，下降趋势趋缓，二季度下滑39%。目前，B端在加速恢复中。1. **公司应收规模与同行业公司相比较小的原因？**

答：经销商客户及定制餐调客户采用先款后货的结算模式，只有极少数信用良好的经销商及定制餐调客户在特殊情况下经申请同意后才可享受一定的信用期。公司直营商超的销售采用账期结算，视超市不同而账期长短不同，直营商超占比上半年仅1.21%。1. **好人家品牌前三大单品？**

答：好人家品牌前三大单品分别为好人家手工火锅系列、老坛酸菜鱼系列和小龙虾系列产品。1. **公司全年净利润目标？**

答：2020年初，公司制定了全年业绩目标，净利润目标为3.42亿元，同比增长15%。1. **上半年，公司电商销售收入增长情况？**

答：公司电商渠道上半年销售额为6,549.52万元，占比7.13%，增长了132.30%。1. **如何看待行业新进者的竞争？**

答：从复合调味品行业目前情况看，增长较快，且很分散，目前还没有哪家处于绝对优势的龙头地位。有竞争是好事，我们一起引导消费者，把市场做大，同时规范整个行业健康发展；从长期看，竞争态势会怎样发展，还有待观察。我们还是按照我们的战略规划，做好自己的事。全面提升管理、产品研发、产能布局、渠道拓展、品牌建设等等方面的能力，增强竞争力。1. **公司渠道库存情况？**

答：目前经销商库存情况正常。公司要求经销商需保证有合理的库存量，并在销售合同中规定经销商的最低库存量，该最低库存量根据区域市场情况、历史销售情况来规定。同时，公司为确保经销商的库龄合理，每月要求经销商提报库存量及库龄，根据经销商的库存库龄情况，公司和经销商商讨消化库存的办法，指导经销商以促销活动、免费品尝、市场推广等方式消化临期和滞销品库存。1. **全年销售费用投放计划？**

答：上半年受疫情影响，部分营销费用预算方案未如期实施。下半年，我们将陆续投放电视广告并邀请明星代言。1. **公司产能利用率如何？**

答：公司自上市以来加快扩产节奏。2019年产能达11万吨，随着家园生产基地、双流生产基地项目完工，2020年预计产能达14万吨，2021年设计新增6万吨产能。调味品产业化项目、食品、调味品产业化生产基地扩建项目稳步推进，未来5年有望步入产能释放期。1. **毛利率提升的原因**

答：上半年，毛利率提升主要是因为部分产品涨价及产品结构调整所致。 |