

证券代码：002991

证券简称：甘源食品

甘源食品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-001

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 （电话会议）	
参与单位名称及人员姓名	机构名称	姓名
	1 GIC - Private Equity	Sharmaine Oh
	2 Aspex Management	Key Yin,
	3 Invesco Global	Patricia Chung
	4 King’ s Court Capital	Liu Yu
	5 Panview Capital	Mark Jiang
	6 Snow Lake Capital	Yanting Wang
	7 T.Rowe Price	Dawei Feng
	8 Teng yue Partners	Lucy Zhang
	9 Aia Group	Boyong Liu
	10 Sparx Asset Management	An Qi
	11 Tiger Pacific Master Fund	Zhongxiang Zhao
	12 J. P. Morgan	Liu Grace
时间	2021 年 1 月 13 日 10:00-10:50, 11:00-11:50, 14:00-14:50	
地点	线上电话会议	
上市公司接待人员姓名	董事长 严斌生；董秘 严海雁；财务总监 涂文莉；证券事务代表 张婷	
投资者关系活动主要内容介绍	交流内容： 1、公司介绍 甘源食品股份有限公司（以下简称“公司”或“甘源”）成立于 2006 年，坐落于江西省萍乡市清泉生物医药食品工业园，是一家已经成立了 14 年的休闲食品制造企业，2020 年 7 月 31 日在深交所上市。公司以生产豆类炒货、坚果果仁为主，包括青豌豆、蚕豆、瓜子仁、花生、夏威夷果、核桃等产品，开发的产品口味有蟹黄味、酱汁牛肉味、芥末味、椰香味、咸蛋黄味等，通过独特而丰富的口味差异化来满足不同消费者的需求。公司目前主要的销售模式是经销商模式，拥有超过一千家经销商。公司不断提高自主研发能力，拥有 100 多项专利。为提高公司产品的生产效率和稳定性，公司非常重视生产的自动化水平，目前利用自动化生产线逐步实现了生产规模化、现代化。甘源的产品原材料建立了非常严谨的臻选制度，比如甘源选用的	

青豌豆来自美国，美国青豌豆粒大饱满，品质更优；甘源选用的瓜子仁来自于新疆和内蒙，瓜子颗粒较大，果仁饱满，品质较高，通过严选采购地、供应商，保证了原材料的优质和新鲜。为了确保产品的质量，公司构建了完善的品控体系，拥有一套完整的产品追溯系统。公司创立以来一直保持着清晰的产品定位，在炒货领域深耕细作，经过十余年的发展和沉淀，在豆类食品这一细分领域保持着领先优势。

2、公司推出的产品有没有最适合的消费场景？接受度是否有地域差异？

公司生产的豆类食品属于大众香脆口味、价格亲民的休闲食品，消费场景以家庭消费为主，老少皆宜，接受度较广，没有明显的地域差异。我们的产品使用的都是优质产地精选的豆子和坚果等原材料，质量好并且有一定的营养价值，因此对大部分消费者来说都是可以接受的。为了满足更多消费者的需求，我们还推出了含油量更低的烘焙类产品。

3、今年原材料普遍在上涨，对公司毛利率是否有影响？

公司产品的毛利率会受原材料价格的影响，近期部分时段部分原材料，比如棕榈油、瓜子仁等原材料价格有所上涨，因此对我们的毛利率会造成一些影响。

4、公司的产品规划是以哪些产品为主？明年计划什么时候推出新品？

公司产品目前以青豌豆、蚕豆、瓜子仁系列为主，近期推出花生系列和口味性坚果系列产品，2021年上半年还会推出十几款新品。

5、公司的现金流情况较好，是怎么管控的？

公司目前合作的经销商客户都是先款后货的，公司的应收账款主要是直营商超和电商代销，近三年平均应收款余额占营收比基本保持在2%以内。

6、产品的保质期是多久，经销商的进货周转情况如何？

公司的产品保质期一般是八个月，经销商平均每月大概两次进货，公司的销售系统可以了解到经销商的库存，公司业务员也会协助客户进行库存的盘点和统计库存情况。

7、公司的专柜投放情况如何？2021有什么计划？

目前公司大中小型各类专柜已在市场上投放有近万个，2021年计划投放数千个大中型专柜，实现更佳的品牌形象展示。

8、公司在河南建设的工厂何时投产？计划生产哪些产品？

甘源食品（安阳）有限公司是公司的子公司，旗下工厂（以下简称“安阳工厂”）预计2021年上半年投产。安阳工厂作为公司的北方生产基地，一期投产后主要生产公司的新产品。

9、公司1月8日和薇娅合作的直播销售效果很好，后续是否还会进行类似合作？

公司与多名知名主播团队建立了良好的合作关系，进行了多场次直播带货活动，效果很好，后续会有更多的直播加入，助力产品销售和品牌传播。

10、线上渠道现在占比多少，以后是否会加大投入？

	目前公司线上渠道的销售约占销售收入的 12%，公司认为现在线上运营不止是一种销售渠道，更是一个非常重要的品牌传播平台，我们会考虑围绕线上客户进行一些定制化产品设计，会开发更多的新零售渠道，希望发挥线上品牌传播的功能，将线上作为重点来突围。 11、从商超目前的发展趋势来看，商超的人流量在变小，公司的销售是否会有影响？公司怎么看待这种趋势？ 因为疫情等原因，目前商超的到店的人数有所减少，同时，商超对入驻品牌商的要求在提高，并且也在加速优化。这对于公司来说也是一个机会，公司产品品类丰富，供货稳定，在豆类食品领域处于领先地位，并且投放了产品形象的品牌专柜，可以向商超提供优质稳定的服务，是比较受各大商超欢迎的合作伙伴。 12、公司准备从哪些方面着手来扩大销售规模？ 公司计划从以下几个方面来开展销售推广工作：1、增加产品品类。口味化是公司产品的优势，我们认为每一种豆子、坚果都有适合它的口味和吃法，公司今年将推出一系列新产品，丰富我们的产品线。2、加大品牌推广力度。公司将统一并提升公司产品形象，推出更多的品牌专柜，加大广告投放力度，让更多消费者吃到甘源，记住甘源。3、经销商和公司销售人员管理优化。公司将努力发展更多优质的经销商，与优质经销商建立长期合作关系。同时做好销售人员的培训管理工作，更好地服务于市场，服务于经销商，吸引更多的头部经销商与公司进行深度合作。
附件清单 (如有)	无
日期	2021 年 1 月 13 日