

证券代码：831726

证券简称：朱老六

主办券商：九州证券

长春市朱老六食品股份有限公司 关于接待机构投资者调研情况的公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

长春市朱老六食品股份有限公司（以下简称“公司”）于2021年9月10日接待了2家机构的调研，现将主要情况公告如下：

一、 调研情况

调研时间：2021年9月10日

调研形式：网络调研

调研机构：丹桂顺发展（深圳）有限公司、深圳长河资本管理有限公司

公司接待人员：董事长朱先明先生、财务总监兼董事会秘书朱瑛女士

二、 调研的主要问题及公司回复概要

问题 1、请问贵公司未来一年、三年、五年发展战略如何、产品多元化发展策略如何？近四年公司主营产品结构中腐乳销售收入占比均在80%以上，未来主营产品布局是否维持目前的比例？

回答：

长期来看，公司仍深耕主业，以东北市场为主，逐渐扩大华北和华东的市场占有率。未来一年，公司将逐步扩大酸菜产品的产能，力争较现有产能增加一倍，再建一座污水处理站，腐乳产能随着募投项目的建设和投产，将比现有产能增长60%；未来三年，酸菜产能预计将比2022年再翻一番、腐乳产能也将扩大一倍。腐乳产品占销售收入的比重会有所下降，酸菜产品的占比会提升。

问题 2、腐乳和酸菜主营产品的未来国内市场空间如何？公司对主营产品营销策略如何规划？公司目前产能情况和产能扩张计划？

回答：

1、腐乳和酸菜产品的市场空间

腐乳产品：腐乳在调味品属于小品类，没有公开的统计数据。腐乳产品的市场空间主要体现在：①市场规模：根据华泰证券研究数据显示，2017 年我国腐乳行业市场规模 60 亿元，且未来预计将保持年均 6%的复合增长率，因而，2021 年市场规模有望达到 75 亿元。②火锅行业的快速发展将带动腐乳行业的进一步发展；腐乳是火锅的重要基础蘸料之一。根据 36 氪研究显示，2013 年至 2018 年，我国火锅行业市场规模从 2,813 亿元增长至 4,814 亿元，年均复合增长率 11.34%，预计至 2022 年，火锅市场规模将达到 7,077 亿元；根据光大证券研究所数据，2019 年火锅行业市场规模 5,304 亿元，2013-2019 年年复合增速 11.15%。根据研究显示，2013-2018 年火锅行业市场规模年均复合增长率超过 11%。因而，火锅行业的快速发展将助推腐乳行业稳步增长。③东北菜系的接受度提高，将促进公司腐乳产品的增长。随着新一代消费者的逐渐成长，他们对各地口味的接受度越来越高，口味多元化表现更加明显，以东北菜为代表的北方菜系在南方已大范围渗透。因而，随着东北菜系在南方市场的渗透率提高，公司腐乳产品具有广阔的市场空间。未来公司力争做到“有腐乳的地方就有朱老六”。

酸菜产品：目前，酸菜市场没有龙头企业，2019 年随着大坑酸菜的取缔，给酸菜产业带来较大的市场缺口。①酸菜的规模，按辽宁食药监局清理大坑酸菜时的相关报道，东北的酸菜规模大约在 200 万吨左右。预计产值 100 亿元。②不规范的中小企业逐步淘汰，监管政策引导行业健康有序发展，这也为规范化生产企业带来良好的发展机遇。③公司对酸菜有一个愿景“让全世界爱上东北酸菜”。通过持续的研发、生产和市场投入，未来酸菜的市场占有率将进一步提升。

2、公司对主营产品的营销策略规划

公司坚持尊重市场和行业发展的态度，始终秉持“花小钱，办大事”的原则，深耕东北市场，提升华北和山东市场的占有率，逐步走向全国。

销售渠道上，公司将从以下几个方面进行拓展：

(1) 公司将持续完善现有面向 C 端的销售网络，进一步渠道下沉，填补空白区域；

(2) 公司将结合公司腐乳和酸菜产品的特点，产品及包装上开发适合餐饮

渠道的大包装产品，渠道上也会加大对餐饮的倾斜力度，提高餐饮渠道的销售比重；

(3) 积极拥抱新媒体，通过社区团购、建立自营电商平台、直播等方式进行品牌宣传和营销。

3、产能情况

腐乳产品：2020 年下半年，公司新增一条腐乳自动化生产线，产品生产效率提高。此外，公司对现有生产车间进行了改造，增加了前发酵室，使得 2021 年腐乳产品的产能有所提高，较 2020 年产能增加约 10%，达到 27,500 吨。未来随着腐乳募投项目的建成和投产，产能有保障。

酸菜产品：随着大坑酸菜的取缔，释放了较大的市场缺口，公司正着手考虑酸菜扩产。

问题 3、近几年东北人口净流出较严重，对朱老六的大本营东北市场是否有较大影响？公司如何应对？年轻人对腐乳和酸菜喜爱和接受度是否市场调研、调研情况如何？

回答：

东北人口外流对公司的东北市场有一定影响，但影响程度有限，主要因为人口流出的是农村地区，城镇化带来农村人口的减少。公司的产品销售策略也随之调整：(1) 由农村的农贸市场调整为城市的生鲜店为主；(2) 针对年轻人，研发适合年轻人的口味和包装。

问题 4、朱老六采取经销为主的销售模式，经销商以中小微规模为主，其中个体工商户占比较高，经销商如何管理？主要终端客户情况分类如何？公司与经销商结算属于买断形式，经销商商品从买断至最终销售周期一般多久？

回答：

1、经销商管理

公司建立了《经销商管理制度》，对经销商管理进行了规范，包括对经销商的选取、经销商的合作模式、经销商开户和关户、产品价格、市场维护、市场秩序、经销商考核和退出、经销商返利政策等方面做出了具体规定。对于包括个体工商户在内的小微规模经销商，公司均严格按照经销商管理制度的规定标准进行规范管理，将遵循公司管理制度的规定作为合作的前提条件，对经销商的考核，

重点在三个方面：产品销量、品牌建设、配合厂商统计数据。

2、主要终端客户分类

目前，主要终端客户包括农贸摊位、餐饮店、生鲜、便利店、大型商超等，部分经销商还通过网络平台进行销售，终端客户的数量众多且分布广泛。

3、最终销售周期

由于经销商距离公司工厂的距离不同、经销商一次的进货量不同，最终销售周期也不尽相同；通常来说，经销商商品从买断至最终销售周期在1周之内到1个月不等。为防止经销商压货，公司根据每个月经销商的库存量来决定其发货量。

问题 5、公司研发方面投入和规划情况？与吉林大学和吉林农业大学具体研发合作方式如何？

回答：

1、研发规划：未来三年，公司加大研发投入力度，在人力、财力、项目上都会有很大的投入。

2、与省内科研实力最强的两所大学研发合作，合作方式是委托研发。

问题 6、2021 年公司半年报显示公司业绩提升，但主要原材料大豆价格上半年价格增长，且公司主营产品腐乳生产周期较长，公司业绩下半年是否会受影响？公司如何应对大豆等原材料波动风险？

回答：

1、由于公司腐乳产品的生产周期在3-6个月，因而上半年原材料价格上涨会影响下半年的腐乳产品的生产成本，相应的对下半年产品的毛利率有所影响。

2、为应对2020年原材料采购价格上涨的影响，公司于2020年第四季度提高了部分型号（350克*15瓶）腐乳产品的售价，腐乳产品的提价能够覆盖原材料大豆价格上升造成的成本上升。

长春市朱老六食品股份有限公司

董事会

2021年9月10日