

盐津铺子股份有限公司

投资者关系活动记录表

证券代码：002847

证券简称：盐津铺子

编号：2018-003

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（深交所践行中国梦•走进上市公司）
参与单位名称 及人员姓名	1. 深交所投教中心助理经理刘然； 2. 全景网人员高德猛、朱文娟、周卓、任银哲； 3. 证券时报刑云； 4. 第一财经蒋汉昆、曹志军； 5. 各证券公司以及个人投资者等单位和个人； 以上共计 44 人。
时间	2018 年 9 月 6 日，下午 14:30-17:00
地点	湖南省长沙市雨花区长沙大道 567 号运达中央广场写字楼 A 座 32 楼，盐津铺子食品股份有限公司，大会议室
公司接待 人员姓名	朱正旺（董事会秘书、财务总监） 王 勇（总经办主任） 吴 瑜（证券事务代表）
投资者关系 活动主要内容 介绍	<p>一、组织带领各投资者参观了公司产品陈列室，向投资者展示公司烘焙、果干、干杂三大系列产品；</p> <p>二、观看公司宣传片和视频连线公司生产现场，以便投资者更好的了解公司及对产品的制作流程进行深入了解；</p> <p>三、深交所投教中心助理经理刘然以“投资者教育”为主题发表演讲，为帮助投资者增进专业知识、远离金融欺诈上了生动一课。</p> <p>四、主要调研问题回复：</p> <p>1. 公司的扣非净利润已经连续 6 个月负增长，而另一方面公司的营收确是稳步增长，这是反映公司怎样的战略趋势？</p> <p>答：公司 2017 年上市后，制定了由区域企业向全国性食品企业转型的战略。在进攻性市场战略下，公司新品研发和渠道的投入较大，而且去年包材涨价，管理费</p>

用增加，还有在电商方面的投入，这样的情况最后呈现的就是营收增长，利润下滑。在今年上半年，公司主要因烘焙和果干等新品推广期产生培育性亏损，针对新品市场定位和市场战略安排，各项资源必然有所倾斜，此举实属新品预期性亏损。随着新品销量提升，拐点之后，规模效应突显。

2、公司对环保方面情况怎样？税收政策变化会不会对公司利润产生影响？

答：食品生产不是重污染，三个生产基地均配套污水处理厂，排放达到排放标准。公司税负率较高，公司2011年起上市规范，增值税17%调整至16%对公司更有利。

3. 盈利能力下降的原因有哪些？

答：影响我们净利润的两大因素，（1）销售费用：全国转型增加销售人员，新进入卖场合同费和条码费，新区域的经销商的投入；（2）成本：新品推出，部分原材料的上涨。侵蚀存量盘的利润。经过拐点之后会改观。

4. 2017年业绩下滑原因？

答：第一个原因是成本上升。成本上升或者说毛利率下降，体现在两个方面：一是去年包材原材料都有不同程度的上涨。第二个，因为我们去年推出的一些新品还没量产，生产成本相对还比较高，新品的毛利刚开始只有百分之二十几，拉低了整体毛利率。所以成本是原料上涨和销售结构两个因素所致。第二个原因是销售费用增加。第三个原因就是我们的线上电子商务，去年是亏损600万。这三点这是我们业绩下滑的原因，2017年我们因为募投项目在投，要提前拓展销售渠道和市场，这是基于公司生产经营实际需要做的一个战略选择，虽然2017年业绩下滑，但公司的基本面还是良性趋势。

5. 电商目前发展状况如何？公司对电商如何定位？

答：电商还在规模拓展阶段，我们还是规模效益兼顾。我们把线上定位为线下的延伸和补充。

6. 电商业务扭亏的原因？

答：电商做了一些调整，去年推出新品非常多，SKU太多，前期成本太高，电商产品更多与线下产品同款，包装不同，电商体量未来没有设计硬性要求，不盲目追求速度，渠道可能不赚钱，但对公司品牌推广非常有作用。

7. 线下市场情况？

答：全国范围来看，线下商超还有巨大的发展潜力，费用增速低于营收增速也将让公司持续盈利。

8. 市场上有没有别人没有但我们做得好做得有特色的产品？

答：“人无我有”的产品不多。“人有我优”的产品很多。

9. 公司对新品的开发有什么考虑？

答：目前公司线上线下共有 400 多个单品，公司现在每年计划推出 40、50 个新品，涉及公司目前主推的三大品类烘焙、干杂、果干。豆制品是公司的拳头产品，是目前公司销售第一大品类，销售占比已达 40%。公司产品结构已经向多元化发展，烘焙、干杂、果干三大品类并驾齐驱。公司会对产品线不断优化结构，大概保持 15% 到 20% 左右的更新速度。产品推广基本上采取末位淘汰。此外，公司豆制品的创新还有很大空间，比如豆制品和蔬菜搭配等。

10. 公司产品跟同行业相比独特的地方优势在哪？

答：公司给自己定位为自主制造企业，愿景做卓越的食品制造企业，依赖优质的产品质量，努力把产品做到极致，渠道的重要程度也许就没有那么大，做成行业的领导品牌。

11. 政府补贴占利润占比较高,是否形成依赖？

答：公司最近几年在浏阳，江西修水，广西凭祥都有较大金额投资建设，企业发展不容易，特别是民营企业，政府适当给予了一定的扶持，基数不大，除出来比例就很大，公司核心竞争力在逐步增强，并不对政府补助形成依赖。

12. 现金分红利润占比情况怎么确定？

答：分红回报规划是每 3 年经过董事会审议一次：公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的实际经营情况和可持续发展。公司分红回报规划将充分考虑和听取股东（特别是中小股东）和独立董事应当发表的明确意见，坚持以现金分红为主的分配原则，如无重大投资计划或重大现金支出发生，在公司当年实现的净利润为正数且当年末公司累计未分配利润为正数的情况下，公司以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%。

13. 公司的渠道如何规划？

答：我们的优势是自主制造，重点还是放在制造上，渠道上借船出海，我们选择了“直营商超+经销商+电商”来销售公司产品。

14. 公司的终极目标是什么？

答：我们的愿景是成为卓越的食品制造企业，成为中国零食自主制造的领导品牌和领先企业。让大家买得放心，吃得放心，最后买股票也放心。

附件清单	承诺书、身份证复印件		
董事会秘书 签字		日期	2018年9月10日