

华文食品股份有限公司

投资者调研接待记录表

证券代码：003000

证券简称：华文食品

编号：2020-001

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（视频会议）
参与单位名称及 人员姓名	名单详见附件
时间	2020年9月18日上午10:00-11:30
地点	视频会议
公司接待人员姓名	董事、副总经理、董事会秘书：丰文姬 副总经理、财务总监：康厚峰 证券事务代表：涂卓 证券主管：左露
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>1、问：请您简单介绍一下公司。</p> <p>答：华文食品是一家以风味休闲食品制造为核心的企业，主要产品有风味鱼制品、豆制品和肉制品等几大系列，代表产品“劲仔小鱼”销售规模在国内鱼类零食类线上线下渠道均排名第一，豆制品业务跻身体闲豆制品行业前十，是一家具有湖湘美食风味特色的休闲食品企业。</p> <p>2、问：鱼类零食的发展情况及市场规模情况如何？</p> <p>答：答：鱼类零食起源于餐桌食品，在过去较长的时间存在工业化难度较大等困难，没有形成规模企业，目前还处于发展阶段；据行业协会数据显示，2020年国内鱼制品行业市场规模为200亿左右，预计到2030年市场规模将发展到600亿。</p> <p>3、问：“劲仔”相对于其他品牌小鱼产品有什么优势？</p> <p>答：公司深耕鱼制品行业多年，在规模化和品牌方面具有一定优势。从行业上游来看，规模较大的企业在供应商处拥有较强的议价能力，在产品品质、采购价格方面</p>

	<p>均有一定的优势；从行业下游来看，规模较大的企业在与下游经销商、客户合作时，一般都处在一个较为强势的地位，对经销商、客户的把控较为严格，也更加方便规范管理。品牌方面，公司作为较早布局全国渠道的企业，自 2013 年就邀请汪涵作为产品代言人，2019 年更换为形象更为年轻化的邓伦，相较其他品牌，消费者对劲仔小鱼有更强的品牌认知度。</p> <p>4、问：公司豆制品业务发展情况如何？ 答：风味豆制品是公司的第二大支柱产品，2019 年销量为 1.2 亿元。公司创始人周劲松创业 30 年，创业初期就是做传统豆制品，对豆制品有深厚感情。公司风味豆制品的代表产品为传统的“劲仔厚豆干”，近两年公司逐步研发和推广手撕素肉、豆豆筋等新型豆制品。未来公司也将继续深耕发展豆制品，利用渠道和品牌优势，将豆制品打造成第二个爆品。</p> <p>5、问：公司销售渠道情况和市场发展战略是怎样的？ 答：公司销售模式以经销模式为主、直营模式为辅，销售渠道布局全国，分区域和渠道类型进行管理。公司在传统经销渠道方面具有一定优势，且较早的布局线上发展，代表产品“劲仔小鱼”在线上线下均为鱼类零食第一。未来，公司将进一步加强经销商网络的管理和建设，不断发展壮大经销商队伍，与经销商实现互利共赢，积极协助经销商客户拓展销售市场，维护和升级经销商渠道产品，保障产品符合市场需求，同时加强对经销商的培训、指导、管理和维护，充分发挥现有的渠道优势；另一方面，公司将继续坚持线下线上全渠道协同发展的运营模式，在积极发展线下渠道的同时高度重视线上渠道的管理和运营，通过天猫、淘宝等国内主流电商平台进行产品的销售和渠道的建设，在资金、品牌、人力等方面加大投入，在实现业务收入的同时，充分利用线上渠道特有的优势，加大品牌建设，营造良好的品牌形象，扩大品牌的市场知名度。</p>
附件清单（如有）	参会人员名单
日期	2020 年 9 月 18 日

附件：参加人员名单

序号	机构名称	姓名
1	安信基金	林焜
2	安信基金	黄燕
3	博时基金	宋星琦
4	国联安基金	高兰君
5	国泰基金	智健
6	华安基金	王旭冉
7	景林资产管理	高翔
8	巨杉资产	张朝宁
9	沛杨资产	姚乐
10	平安资管	朱慧灵
11	太平资产	徐邵冉
12	太平资产	孙宛
13	太平资产	杨涛
14	万家基金	王琴
15	信诚基金	管嘉琪
16	银河基金	卢轶乔
17	中银基金	池文丽