

证券代码：002661

证券简称：克明面业

2019年01月23日投资者关系活动记录表

编号：

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	（排名不分先后） 中金公司吕若晨、王亦沁，盛宇投资题龙，景林资产高翔，诺德基金王海亮，神农投资李京朋，上海磐耀资产孙智超，中广核资本熊丹。
时间	2019年01月23日
地点	公司研发检验大楼四楼会议室三
上市公司接待人员姓名	副总经理杨波、证券事务代表陈燕
投资者关系活动主要内容介绍	现场沟通与交流的主要情况和观点： Q1：公司2018年四季度的收入、利润情况如何？是否在业绩预测范围内？ A1：公司四季度的经营数据要等2018年年报或者2018年快报出来的时候我们才能掌握一个比较准确的数据。目前，信息披露部门没有收到财务部2018年业绩预告修正的需求，如在1月31日前没有披露2018年业绩预告修正公告，则公司2018年的经营业绩情况就在公司季报预告的范围内。

Q2: 2019 年公司对于利润与收入哪方面会更注重?

A2: 利润和收入对公司而言都是非常看重的, 在集中度不断提升的行业背景下, 万一出现公司必须二者择其一的情形时, 公司可能倾向于保收入而牺牲部分利润, 这是目前形势下较优的选择。

Q3: 湿面全年的增速怎么样? 主要在哪些渠道销售? 湿面的毛利率比挂面低吗?

A3: (1) 湿面在三季度的收入同比增速已近 70%。

(2) 2017 年公司的湿面主要供应给“全家”, 2018 年下半年还增加了华南“711”、“海底捞”。(4) 湿面毛利率整体上比挂面要低, 但是也有个别单品的毛利率比挂面要高。

Q4: 湿面的保质期会影响运输半径吗?

A4: 公司目前开发的湿面产品大部分都是常温保存的, 一个工厂发全国, 也可以做出口业务, 保质期不会影响运输半径。其中, 乌冬面常温保存下保质期有 10 个月, 半干面在常温保存下保质期为 3 个月, 冷藏可以保存 6 个月。

Q5: 湿面的渠道与挂面渠道有协同吗?

A5: 湿面的渠道与挂面的渠道不完全一样, 湿面主要是在商超的冷藏柜售卖, 还有 B 端渠道, 正是基于这样的现状, 公司成立了冷鲜面事业部和传统挂面事业部, 对湿面和挂面进行分开管理, 如此, 可以提升各事业部的专业度、工作效率, 有利于公司的长远发展。

Q6: 网上有一些渠道说五谷道场方便面销量不是太好, 主要原因是没有生产, 请问这种说法是否属实?

A6: 五谷道场方便面已经在 2018 年 12 月正式恢复生产, 在此之前, 五谷道场的生产经历了三波影响, 第一, 中粮计划

出售五谷道场后，到克明面业接手之前，这个期间出现了断档；第二，克明面业接手以后，与之前的一些销售渠道有一些交涉，亏损的渠道没有第一时间进入；第三，2018年8月，将五谷道场的工厂从北京搬迁至河南新乡，搬迁过程中虽然有一定数量的囤货，但由于搬迁时间超预期，还是出现了一些断货情况，但是2018年12月份已经恢复了正常供货。

Q7：供应链一体化战略落地后对公司最明显的影响是什么？

A7：（1）供应链一体化战略，生产成本将会降低，公司已推出农贸市场专供产品，公司产品在农贸市场的份额会有快速增长，农贸市场将呈现新的格局。（2）供应链一体化战略，公司推出高性价比产品后，并不意味着公司中高端产品退出市场，公司中高端产品的增长幅度还是可观的，高性价比产品的推出只是把公司产品的价格段拉得更长，公司产品价格分段更多，消费者可选择的空间就会更大，“陈克明”品牌会被更多的人群所熟悉。

Q8：公司挂面产能的扩张是因为建了面粉厂还是其挂面行业自身发展所需？

A8：公司挂面产能扩张的原因主要是基于其自身市场占有率的目标，要想达到10%的市占率，大概需要60万吨的产能，要达到20%的市占率，大概需要120万吨的产能，10%或20%的市占率是未来行业集中度提高以后，挂面行业龙头企业可以实现的目标。

Q9：在渠道下沉过程中，是否会加大对经销商的费用支持？

A9：在渠道下沉过程中，公司对经销商的支持主要体现在精细化管理方面，比如说，经销商以前喜欢将费用投放在购买端架，但是端架展示效果并没有达预期，但据公司调研后的信

	息反馈，地堆可能更适合当下的市场，公司会及时将此市场信息反馈给经销商，对费用支持的项目也会有所选择，引导经销商将费用投放到更合适的项目上，实现费用效率的提高。2019年公司会继续将费用投放到更有成效的地方，也会对新开拓的市场给一定的支持，这样新开拓市场的存活率会更高，市场份额才能提高。
附件清单（如有）	无
日期	2019年01月23日