

证券代码：002991

证券简称：甘源食品

甘源食品股份有限公司

投资者调研活动记录表

编号：2024-002

投资者关系活动类别	<input 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	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称	线上参与甘源食品 2023 年度暨 2024 年第一季度业绩说明会的全体投资者	
时间	2024 年 04 月 24 日（星期三） 15:00-16:00	
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）网络互动	
公司接待人员姓名	董事长、总经理、董事 严斌生 董事会秘书 张婷 财务总监、董事 涂文莉 独立董事 汤正梅	
形式	网络线上	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司 2023 年度以及 2024 年第一季度的业绩情况说明</p> <p>甘源食品是一家集研发、生产和销售为一体的现代化休闲食品制造型企业，自上市以来，公司加速产品迭代与开发，推出多款新品，产品线从单一豆类炒货逐渐拓宽，现已形成以豆类炒货、调味坚果仁和膨化烘焙类为代表的休闲零食品牌，主要产品包括青豌豆、瓜子仁、蚕豆、调味坚果、豆果、花生、薯片、米饼等多种休闲食品。</p> <p>2023 年度公司实现营业收入 18.48 亿元，较上年同期增长 3.97 亿元，同比增长 27.36%；实现归属于上市公司股东的净利润 3.29 亿元，较上年同期增长 1.7 亿元，同比增长 107.82%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 2.92 亿元，较上年同期增长 96.76%。</p> <p>2024 年一季度公司实现营业收入 5.86 亿元，较上年同期增长 1.95 亿元，同比增长 49.75%；实现归属于上市公司股东的净利润 9,129 万元，较上年同期</p>	

增长 3,606 万元，同比 65.30%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 8,351 万元，较上年同期增长 68.54%。

提问与回答环节

问：公司今年分红多少？

答：尊敬的投资者，您好！自 2020 年上市以来，公司重视对投资者的回报，在公司稳健发展的同时，一直践行着持续、稳定的现金分红政策，每年均有实施现金分红，分红比例始终保持归母净利润的 30% 以上，已累计实现分配现金红利约 3.49 亿元。根据公司披露的《关于 2023 年度利润分配预案的公告》，公司 2023 年度向全体股东每 10 股派发现金红利 21.80 元（含税），拟分配派发现金红利 200,934,809.58 元（含税）。同时，2023 年度公司已累计使用自有资金 60,093,500.56 元（不含交易费用）回购公司股份，通过上述两种方式，本次视同现金分红总额为 261,028,310.14 元，占 2023 年归属于上市公司股东的净利润比例为 79.33%。

问：展望 24 年原材料成本的影响？

答：尊敬的投资者，您好！原材料的价格走势具有市场的不确定性，公司有密切关注价格波动情况，会采取合理的措施管控原料成本，减轻原材料价格波动带来的影响。24 年的原辅料成本的管理目标是通过研究分析，逢低买入、价格锁定、供应商的寻源优化、集中采购、上游厂家战略合作等多种方式，降低公司原材料的总体采购成本。

问：对今天的股价波动，董事长怎么看？

答：尊敬的投资者，您好！股价波动受多方面因素影响。公司 2023 年度以及 2024 年第一季度业绩和经营情况良好，公司管理层对于 2024 年的经营发展有充分的信心，公司的产品和渠道发展都非常健康。公司坚持聚焦核心主营业务，通过业绩的成长、加大现金分红力度以及回购等方式提振市场信心，努力提升内在价值和可持续发展能力，回报股东和投资者。

问：董事长你好。请问公司现在起 2 年内，最大的挑战是什么？

答：尊敬的投资者，您好！目前市场渠道变化较大，比较考验企业的成本控制能力、柔性生产能力以及产品研发创新能力，企业在抓住市场机会的同时，也面临一定的挑战。甘源作为研发制造型企业，希望进一步加大公司的核心优势，在不断优化研发能力和智能制造水平的基础上，通过精细化渠道管理，产品升级、服务升级等方式强化渠道能力，拓宽销售途径，提高核心品类市场占有率。同时需要用心打磨产品，坚持品质为主导，严格把控质量标准，提高降本能力，培养产品和供应链快速适应市场变化的水平。

问：想请问一下，公司 24 年一季度线上礼盒产品的情况以及电商板块毛利下降的主要原因是什么？

答：尊敬的投资者，您好！随着公司产品品类丰富度的提升，公司迎合年节消费需求推出礼盒产品，线上线下均有销售。24 年一季度电商渠道毛利波动的主要原因是春节期间线上销售规模加大，同时产品结构和营销打法上发生变化，加之年节旺季背景下产品促销折扣力度较大，属于短期阶段性影响，不会对全年的利润产生持续的较大的影响。从全年来看，公司已经从源头上优化产品原料成本，电商 24 年一方面继续加大核心经典产品销售，另一方面会导入适配线上营销的新品，促进整体规模提升。同时，公司也在积极组织电商新兴渠道的运营力量，会加强线上费用管控，优化运营模式，以利于提高电商渠道的利润水平。

问：公司核心竞争力有哪些？过去这段时间为核心竞争力的提高做了哪些工作？

答：优秀的食品制造行业需要企业具备高度的专业知识、技术能力，以确保产品的安全和品质，同时需要具备抓取消费需求的能力。公司拥有较强的制造能力，可以更好地控制产品质量和成本，同时通过产品结构调整和产品创新可以在成本端有更多的灵活度，在激烈的市场竞争取得一定优势。公司在产品创新方面，积极培育并发展了如芥末味夏威夷果仁、芥末味绿蚕豆、芒果冻干腰果等深受消费者欢迎的热销产品。公司以标准化自主生产为基础，以品牌化运营和全渠道销售为通路，打造多样化、新风味、高品质的休闲零食，具备较强的竞争优势及品牌影响力。

	<p>问：公司出口业务如何开拓？</p> <p>答：尊敬的投资者，您好！海外市场空间巨大，在东南亚、东欧、北欧等地存在不同的休闲零食需求，公司产品具有丰富多样的品类和口味，目前豆类产品在海外客户的接受程度较高。同时，公司可以针对不同地区采用合适的产品配置。公司已经开展海外业务工作，在新增海外客户和订单量方面有所突破，目前还在业务开拓初期，未来随着团队的组建和产品的扩充，海外业务布局将进一步完善。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及应披露重大信息。
附件清单（如有）	无
日期	2024年4月25日