

证券简称：良品铺子

证券代码：603719

良品铺子股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2024-002

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 checked="" type="checkbox"/> 电话会议	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 一对一沟通
参与单位及人员	60 家机构 77 名参与人员（详见附件《与会人员清单》）	
时间	2024 年 4 月 30 日	
接待人员	董事长兼总经理杨银芬；副总经理、董事会秘书兼财务负责人徐然等	
投资者关系活动主要内容		
公司就经营情况、主要经营举措等内容做了介绍。		
主要互动问答部分		
1、公司在线下门店的经营举措		
<p>答：门店业务坚持实施“好货不贵”的价格策略，通过调低 300 多款产品的价格，在门店内设立特色陈列区，提升了产品的市场竞争力。同时，门店业务持续探索新的品类模式，在门店试点新鲜短保零食，以更好地满足顾客的多样化需求；并通过季节性推出即食冻品、现烤食品，如冻榴莲、冻板栗、冻杨梅等，有效提升了门店当季的客单价和销售额。此外，门店业务积极拓展与本地生活平台的合作，如抖音、美团等，旨在扩大市场覆盖范围并提高业务能力。</p> <p>公司的门店业务在产品价值提升、消费者认知改善以及满足顾客差异化产品</p>		

需求等方面取得了积极进展，客单数同比稳步提升。

2、公司如何看待及应对消费趋势变化

答：2023年，市场产品与渠道创新层出不穷，在经历渠道品牌的快速扩张后，休闲零食行业将进入精耕细作阶段，对于零食企业找准战略方向、抓住发展机遇也提出更高的要求。公司积极应对外部环境的变化，围绕供应链/流程/人员效率提升，上下游资源优势整合，门店模型及结构优化，加强产品创新体系建设等内容对公司战略及业务进行调整。

3、公司线下门店、电商、团购渠道之间的关系

答：良品铺子品牌的价值主张是“自然健康新零食”。在产品上我们需要思考加什么减什么，比如加营养成分，减盐、减糖、减脂、减油、减食品添加剂，强化对特色产地原材料的掌控等等，为用户提供“好原料、好配方、好味道”的零食。门店、电商、团购都是公司的细分渠道，公司采取以门店为核心的全渠道销售模式，门店的定位是服务中心、交付中心，是形成品牌心智的主阵地，电商业务数据链完整且链路短，人群区域覆盖面广，适合对研发及新品进行测试；基于公司品牌影响力、电商及门店业务的健康发展，团购业务能够进一步巩固公司的品牌形象和市场美誉度。各渠道差异化定位，构成了高度融合的全渠道销售网络，及时有效的响应满足了消费者的需求。

4、公司线上渠道的业务策略

答：针对线上竞争环境的变化，公司电商业务将继续保持创新发展的态势，加强对各平台用户的购买场景和行为习惯的研究，围绕消费者追求自然健康的消费新趋势，为用户的各类消费场景提供自然健康的零食解决方案，提升产品附加值；并不断优化商品采购及订单交付成本，提升电商业务竞争力。

社交电商平台的优势是能以视频、直播等富媒体的形式，向用户传递产品信息，比较适合推广新品，公司充分与有内容创造能力的和传播能力的达人进行合作，通过他们广泛的内容的创作和分发，在平台上获取到流量。同时，公司通过将产品内容、流量与商城进行有效整合，借助精准持续的营销推广，将我们的产品内容及价值有效的传递给用户，提升用户的贡献值。

5、公司供应链效率提升的举措

答：公司供应链提效主要有以下举措：发挥供应链规模效应，通过提升整体采购规模和议价能力来降低采购价格；联合核心供应商通过提前锁量锁价、大宗采购等举措，降低原料成本；协同支持供应商通过原料直采、市场统采分级应运、减少运输损耗、提高自动化程度等方式，逐步降低原料成本，减少损耗，提升经营效率，降低成本，进而实现为用户提供更多具有质价比优势的产品。

6、公司产品品类规划

答：为了满足不同用户不同场景下的需求，公司设立丰富的产品线，具体包括肉类零食、海味零食、素食山珍、话梅果脯、红枣果干、坚果、炒货、饮料饮品、糖巧、罐头果冻、花茶冲调、烘焙糕点、饼干膨化、方便速食、礼品礼盒、儿童零食等产品线。产品丰富、上新快有效满足了消费者多样化的需求，同时公司聚焦经营效率问题，优化产品结构，控制上新的质量，适量引进和品牌定位相匹配的非贴牌产品，平衡调整用户需求与经营效率。

7、如何做高产品价值感

答：“良品铺子”品牌对高品质零食进一步深化为“自然健康新零食”，围绕消费者对营养健康的要求，公司以“好原料、好配方、好味道”为锚点推动产品升级，核心围绕天然健康食材、生产过程中减盐/减糖/减脂/减油/减食品添加剂、添加营养健康元素方向进行研发，改善产品原有痛点，持续为消费者提供好吃又健康的高品质零食。同时，公司在品牌传播及沟通表达上进一步加强，积极做好产品价值传递，确保有特色的差异化产品能够得到充分展示和认可。

8、公司年货节销售情况

答：公司 2024 年年货礼盒销售额同比增长达 25%，其中，罐装坚果礼盒以其高质价比在市场上的领先地位得到了进一步巩固，实现了 158%的同比增长。此外，公司还推出了与五台山、电影《长安三万里》联名的 IP 礼盒，以及高蛋白系列礼盒，不仅满足了消费者对节日礼品的多样化需求，更在情感价值和祝福寓意上进行了深度挖掘，这些产品一经推出便受到市场的热烈反响，销售实现了 160%的同比增长。

附件 1 《与会人员名单》

机构	姓名	机构	姓名
北京博润银泰投资管理有限公司	李志国	上海深积资产	曲红丽
博润银泰	尚方建	上海同犇投资管理中心	韩冰洁
大家资产	李德宝	上海证券	赖思琪
东北证券	王铄	申万宏源	吕昌
东北证券	范林泉	申万宏源	熊智超
东方证券	张玉洁	申万宏源证券	周缘
东兴证券	孟斯硕	深圳三力星聚合同创科技有限公司	郑玲燕
东兴证券	王洁婷	深圳市前海禾丰正则资产管理有限公司	汪亚
方正证券	毛学东	速财资产	吴雨琦
蜂巢基金	王映雪	天风证券	胡世炜
富实基金	李雪铃	天治基金	王策源
高盛证券	穆笛	西部证券	黄欣培
光大证券	董博文	西南证券	夏霁
光大证券	叶倩瑜	信达证券	王雪骄
国海证券	黄诗汶	信达证券	程丽丽
国联证券	刘景瑜	信达证券	马铮
国联证券	邓洁	兴业证券	汪润
国盛证券	陈熠	兴证资管	刘欢
国泰君安证券	陈力宇	玄甲基金	符雅婷
国投证券	王玲瑶	长城证券	罗丽文
国新国证基金	王勃轩	长江证券	万牧原
国信证券	杨苑	长江资管	丰一凯
国信证券	张向伟	招商证券	丁浙川
国元证券	黄轩辕	招商证券	李星馨
华创证券	范子盼	浙商证券研究所	齐晓石
华创证券	李潜睿	中金公司	武雨欣
华金证券	王颖	中金公司	沈旻
华泰证券	倪欣雨	中泰证券	熊欣慰
华西证券	卢周伟	中泰证券	晏诗雨
华鑫证券研究所	叶颖欣	中泰证券	范劲松
华源证券	郑茜玥	中信建投证券	安雅泽
开源证券	任浪	中信建投证券	余璇
开源证券	周佳	中信建投证券	高畅
民生	石谋	中信证券	盛夏
民生加银基金	张泽	中信证券	赵康

民生证券	王言海	中银证券	汤玮亮
明泽投资	李芳芳	中邮证券	杨逸文
瑞银集团	宋婷	紫金投资	王梦如
山西证券	和芳芳		