

证券代码：603237

证券简称：五芳斋

浙江五芳斋实业股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-005

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" 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 type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称	中证报、上证报、证券时报、浙商证券、东方证券及个人投资者
会议地点	五芳斋会议室
上市公司接待人员姓名	总经理：马建忠； 财务总监：陈传亮； 董事会秘书：于莹茜
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、近年来如黑猪肉粽子，海鲜粽子，坚果粽子等新粽子崛起，公司怎么看待创新，怎么吸引年轻人？</p> <p>答：近年来，随着“国潮”概念的崛起，以及国家对于弘扬传统文化的重视，粽子和中式传统糕点被赋予了新的文化内涵和活力，消费群体愈发年轻化。年轻群体偏爱好看、好吃、好玩以及健康的产品，所以这些年各大品牌推出了规格更小，更适合单人食用的迷你粽子，以及口感和外形更创新有趣的糕点产品。</p>

五芳斋也进一步启动了品牌年轻化战略，积极发扬国潮文化。结合新时代人文精神，将爱国情怀与传统节日文化融入产品设计中，打造具有文化特色的粽子和中式糕点。延续“品牌联名”的新群体拓展策略，近两年持续和“蜜雪冰城”、“格力高”、“好欢螺”多家品牌联名合作，围绕年轻消费群体实现创意内容跨界推广，取得较好的市场反馈。同时，为贴近年轻消费群体，瞄准了Z世代、追求潮流爱尝新的年轻一族，打造FANG粽系列产品，去年推出冰粽，用糯米粉和藕粉等做成的透明外皮代替传统糯米，配以芒果、杨梅、榴莲、桑葚等超高果肉馅料比，在小红书中占据热帖。此外，“啊呜一口”迷你粽、馅料比1:1爆料粽、创新保鲜工艺“五芳鲜粽”都很受年轻群体欢迎。同时，公司也在持续打造具有高品质及独特性的核心单品，包括品质直接可感知的爆料粽系列、具备独特记忆口味的奶香流心糯月饼、低糖低油的白糯米月饼、主打“爆料”概念的饭团、针对早餐场景的“江南湿点”等，其中爆料粽线下连锁门店单只成交均价、毛利率表现均优于常规新鲜粽，“爆料粽”首年推出就完成超千万级的目标；爆料饭团及“江南湿点”的收入均同比实现增长。

2、请教下公司未来对分红及回购的考虑？

答：五芳斋一贯重视投资者合理回报的稳定性和持续性，在公司章程中制定了详细的利润分配制度，且董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策。上市以来，公司累计实现现金分红2.5

亿元，回购总金额 1 亿元，分红及回购总金额达 3.5 亿元，股息率在食品行业内名列前茅。

公司持续积极回购股份，并制定稳定的分红政策，从而更好的体现公司价值。未来我们也会进一步提升公司的经营质量，寻求高质量发展，持续加强对于投资者的回报，这不仅是我们对自身的要求，也是响应证监会以及各个监管机构对于上市公司高质量发展的要求。

3、2023 年，华东地区营收占公司总营收比重的 50% 左右。作为知名的“中华老字号”品牌，五芳斋如何提升非华东地区营收占比？进一步扩大品牌在全国范围的影响力？

答：公司是全国首批“中华老字号”企业，是粽子行业内的龙头企业和行业标准制定者，在国内粽子市场上占据举足轻重的地位，特别是在华东市场已形成了良好的消费者心智。但是在渠道布局上还有下沉的空间，接下来我们也会逐步开发江浙沪区域的二三线城市和各县区，我们认为华东区域的粽子市场还有更大的成长空间供大家期待。

五芳斋一直致力于加大对非华东区域空白市场的渗透，由于各区域地理环境、民风习俗不同，消费者的消费习惯、产品需求和口味偏好不同，对公司品牌和产品的认识也会有差异。这需要公司整合资本、人才、技术等资源要素，充分利用品牌优势，深度洞察消费者需求和使用场景，适时布局新渠道、新品类、新业态，持续保持渠道竞争力。目前公司在发展华东核心地区的同时，巩固线上优势，布局华北、华中、华南、西南、西北等区域的重点城市。其中西北区

域、西南区域的增长率高于全国区域的平均增长率。华南、东北地区收入仍运行在千万级以上。未来，公司将持续完善经销体系，围绕终端拓展为指导思想，稳固粽子经销商规模和渠道数量的同时，加大非粽产品网点铺设，通过不断增加零售系统网点数量来提升销售规模。

4、2023年，公司主推了爆料粽、爆料饭团、爆浆汤圆、奶香生椰流心糯月饼等大单品，公司如何洞察产品打造爆款的潜力？公司还有哪些产品储备有望持续引领销售市场？

答：公司认为，战略的落地和企业的组织能力是成功的关键因素，去年公司针对业务战略进行了组织上的调整，新增“粽子事业部”、“非粽事业部”，重点打造产品力和精益生产力；新成立“食品销售中心”，进一步整合线上线下资源，加强渠道力建设，为企业未来成长提供内在动力。在产品研发上，公司聚焦家庭早餐、日销及“春节、端午、中秋”三大节日场景，持续梳理和优化产品价值链，推出爆料饭团、爆浆汤圆、奶香生椰流心糯月饼等新品，进一步强化产品特色。同时针对不同成熟阶段的新品类制定差异化策略，对于成熟产品则遵循底层逻辑，着重提升成本效率，进一步提高公司主营业务的运营效率。在渠道布局上，公司根据市场环境制定主流终端政策，聚焦优势渠道，强化渠道管理，在现有资源和费用投入下产生最大化销售。在营销推广上，深度洞察“节令+日销”场景，聚焦核心品类及爆品，强化“最潮老字号”定位，增强消费者对公司产品品类的

差异化感知。目前五芳斋的“啊呜一口”迷你粽、馅料比1:1爆料粽、创新保鲜工艺“五芳鲜粽”都是很受市场欢迎的爆款产品。同时，公司也在持续打造具有高品质及独特性的核心单品，包括品质直接可感知的爆料粽系列、具备独特记忆口味的奶香流心糯月饼、低糖低油的白糯米月饼、主打“爆料”概念的饭团、针对早餐场景的“江南湿点”等。

5、2023年，公司粽子系列产品收入占比为75.52%，月饼、餐饮、糕点等产品占比25.5%左右。请问公司如何进一步提升非粽产品系列产品竞争力？

答：五芳斋奉行企业发展=好战略×组织能力的商业逻辑。2023年末，公司完成组织架构变革，形成了粽子事业部、非粽事业部，连锁事业部三大事业部，进一步清晰战略方向和完善组织保障，为第二增长曲线提供成长保障和内生动力。2024年，公司将继续围绕中式烘焙和速冻米面制品两大类产品，发展第二产品增长曲线，以武汉和江浙沪皖为区域样板市场，进行全渠道覆盖的营销策略，打通非粽品类的发展模式，形成非粽产品的增长模型。

烘焙类产品将围绕“糕、饼、酥、团”为核心，协同线上、线下渠道双轮驱动，打造各自的核心大单品，满足“春节、端午、中秋”三大节日和日销的不同场景需求，推动品类扩容及市占率提升，实现业务规模的快速增长。

速冻类产品将聚焦家庭早餐场景，以饭团、烧麦、汤圆等米面点心为重点，打造有质价比的五芳斋特色速冻食品；在江浙沪区域，沿“沪宁线、沪杭甬

线”制定“一城一策”的差异化营销策略，实现空白市场的单点突破；在武汉区域，利用武汉五芳斋汤圆的区域品牌势能，发扬自营连锁门店优势，结合本地各类 To C 渠道，对武汉样板城市进行全渠道重点打造，提高速冻全品类的销售额和影响力。

对于既有的烘焙大单品“月饼”的表现，四层流心糯月饼开始形成五芳斋月饼的特有心智。2023 年度，奶香生椰流心糯月饼获得消费者较高认可，荣获“中国特色月饼”奖。2024 年公司将围绕“糯月饼”的核心定位，进行品类扩容和全渠道覆盖的重点推广。此外，饭团等品类的产品也已经崭露头角，2023 年，公司以“爆料”馅心概念为主打的各类产品均实现收入的有效增长。

6、公司在加强投资者关系管理，增强投资者有效交流方面做了哪些努力？

答：自 2022 年于沪主板上市至今，公司秉承尊重投资者、回报投资者、保护投资者的理念，始终高度重视投资者的沟通与交流，积极展开多场业绩说明会、券商策略会、投资者线下调研、路演。通过积极与市场开展沟通，有效传递公司价值，同时确保信息传递的及时、公平与公正。

公司定期披露机构投资者调研纪要，内容涉及公司行业情况、战略规划、财务业务情况等，通过近百条问答积极与市场开展沟通。公司在上证 e 互动等上交所规定平台积极回答两百多条投资者提问，回复率同行业领先。

数字化时代，公司在充分、及时的信息披露基础上，也积极利用新媒体等工具主动开展多样化信息传

	<p>播，除了传统的官网、公众号、视频号等渠道，公司陆续入驻股票证券交易分析软件同花顺、华泰证券涨乐通、东方财富 app 等五芳斋企业号，拓展企业品牌和销售渠道，进一步展示宣传公司产品和企业形象。此外还参与华泰证券高管访谈、证券时报 e 公司等上市公司宣传活动，观看人度达到近 10 万人次，进一步加强五芳斋在证券市场上的知名度，突出公司的核心竞争优势、战略规划和价值主张，持续加深与投资者的沟通和交流。在半年报、年报披露时间节点，公司制作了可视化报告，将公司业绩与亮点相结合，形成更加生动、直观的投资者关系报告，优化投资者关系报告的呈现方式和内容，满足投资者对公司业绩和发展的关注和需求。2023 年，五芳斋荣获中国上市公司协会“投资者关系管理最佳实践奖”。</p> <p>今年，为响应国家号召，弘扬传统文化精髓，并进一步加强投资者互动，提升投资者体验，公司积极参与沪市主板公司业绩说明会“幸福生活”主题周活动，并于 2024 年 5 月 29 日参与并召开上交所组织的国货潮品行业集体业绩说明会，以现场交流、视频直播和网络文字互动的方式，多种交流方式相结合，满足不同投资者参与需求，提升投资者关注度，提高会议互动性和实效性。</p>
附件清单（如有）	
日期	2024 年 7 月