

四川天味食品集团股份有限公司

投资者调研活动记录表

证券代码：603317

证券简称：天味食品

活动类型	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 电话通讯 <input type="checkbox"/> 其他
接待对象类型	<input checked="" type="checkbox"/> 机构 <input type="checkbox"/> 个人 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	Heisenberg Capital、HUOBI CAPITAL、Millennium Capital、Pinpoint Asset、POLUNIN CAPITAL、VALLIANCE ASSET、百嘉基金、北京沅沛投资、北京神农投资、北京中睿元同投资、财通证券、长江证券、长盛基金、淡水泉投资、东吴证券、富国基金、富荣基金、高盛证券、工银瑞信基金、光大证券、国都证券、广发证券、国盛证券、国信证券、华宝基金、华能贵诚信托、华泰证券资管、华夏基金、华夏久盈资管、华鑫证券、华西证券、汇丰晋信基金、嘉实基金、建信基金、诺安基金、浦银安盛基金、上海同犇投资、上海彤源投资、泰康养老、天治基金、同犇投资、万家基金、伟星资管、西部利得基金、鑫巢资本、信泰人寿保险、兴全基金、兴业银行、兴证证券资管、易方达基金、银华基金、永禧投资、中金公司、中泰证券、招商证券、中信证券等 80 余位机构投资者
时间	2024 年 9 月 2 日-9 月 13 日
地点	公司会议室、线上会议
上市公司接待人员	副总裁、董事会秘书何昌军先生
活动主要内容介绍	<p>投资者沟通交流活动中的主要内容归纳整理如下：</p> <p>1. 介绍目前行业情况 根据公开数据显示，复合调味品行业增长速度放缓，头部企业的市场占有率有所增加，市场竞争主要集中在存量企业，消费者对复合调味品的品牌认知需要长期积累，随着行业的发展，渗透率和集中度将进一步提升。</p> <p>2. 上半年毛利率同比增加的原因 1) 原材料综合采购成本下降；2) 产品结构变化。</p> <p>3. 上半年原材料成本情况和下半年原材料价格趋势 上半年公司原材料综合成本总体来看稳中有降。因公司主要原材料</p>

价格涨跌不一，下半年价格预计和上半年保持稳定，对成本的影响在可控范围内。

4. 小龙虾调料上半年情况

上半年小龙虾调料实现了超过 20% 的增长，符合预期。

5. 火锅底料下滑的原因

1) 市场竞争加剧；2) 用户多样化需求增加，渠道动销放缓；3) 季节性波动。

6. 上半年手工火锅系列和老坛酸菜系列销售情况

手工火锅系列和老坛酸菜系列上半年收入有所下滑。公司继续保持大单品策略不变，同时补齐产品矩阵，朝着健康化方向开发产品。

7. 目前小 B 渠道拓展情况

目前小 B 渠道拓展工作正在稳步推进，通过定制化产品和灵活的营销策略，已初步建立了一定的市场基础。目前业务贡献量较小，尚需时间培育，作为未来业绩增长的重要渠道，也是公司关注的重点。

8. 二季度市场费和广告费投放同比减少的原因

基于公司整体费用规划和市场策略调整的考虑，更加注重费用投放效率。同时，也在积极寻找更能触达消费场景终端的营销渠道和方式，以实现资源的优化配置。

9. 今年推出了哪些新品

上半年新品主要集中在中式菜品调料，新增烤鱼类、烧烤类调料，鲜番茄酸汤鱼调料等。公司的新品开发坚持以消费端对复合调味料多元化需求为中心，C 端产品以打造大单品为核心工作，同时开发地域特色风味系列的调料；B 端产品结合餐饮业态的发展现状，满足用户使用需求，开发细分餐饮业态的复合调味料。

10. 下半年广告费用规划

公司将结合市场情况和营销策略制定相应的广告投放计划，预计下半年旺季会高于上半年。

11. 今年香肠腊肉调料销售策略

香肠腊肉调料的销售主要受天气和猪肉价格的影响。公司将结合不同地区的销售表现，匹配资源，提升产品势能，并持续跟踪销售情况，及时调整营销策略。

12. 公司下半年举措

公司将聚焦大单品，提升渠道力、品牌力、产品力，通过精细化管理实现业绩增长。1) 加强产品创新和消费者洞察，推出符合多元化消费需求的产品；2) 密切关注市场动态，及时调整销售策略，进一步提升品牌力和市占率；3) 优化渠道布局，深化与经销商及平台的战略合作，共同开拓市场；4) 强化内部管理，提升运营效率，确保全年目标的实现。