

证券代码：603345

证券简称：安井食品

公告编号：临 2018-086

转债代码：113513

转债简称：安井转债

## **福建安井食品股份有限公司**

### **关于开展投资者交流活动情况的公告**

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

福建安井食品股份有限公司（以下简称“公司”或“安井食品”）于 2018 年 8 月 23 日在厦门公司总部办公楼会议室举办了投资者交流活动，相关情况如下：

#### **一、 交流活动基本情况：**

（一）**时间：**2018 年 8 月 23 日下午 15：00-16：30

（二）**地点：**厦门公司四楼大会议室

（三）**参与单位：**

厦门证监局、厦门市上市公司协会、厦门市证券期货业协会、福建广播电台、厦门电视台、信公咨询、海通证券、中天国富证券、安信证券福建分公司、太平洋证券厦门分公司、光大证券福建分公司、广发证券厦门分公司、华西证券厦门分公司、长江证券厦门分公司、坤易投资、中国外贸信托资管、国信证券厦门营业部、鼎祥投资、潜丰资本、中泰证券厦门营业部、国元证券厦门营业部、中国银河证券厦门营业部、永安国富资管。

（四）**公司接访人员：**董事长刘鸣鸣、总经理张清苗、财务总监唐奕、董事会秘书梁晨、技术总监周文果

（五）**记录人：**证券事务代表 吴美芬

#### **二、 交流活动主要内容：**

（一）安井食品董秘梁晨就公司概况、商业模式和产品情况进行介绍。

（二）投资者提出的主要问题及公司回复情况

**提问一：安井食品能迅速成为火锅行业的龙头，有何竞争优势？**

答：首先，安井阳光、进取的企业文化、高效的执行力和稳定的团队是安井成为行业领头的重要因素。9000 多人的团队要凝聚在一起，跟我们的企业文化密不可分。安井的价值观是“责任、正道、行动、共赢”，把责任放在第一位是因为一个企业不重视责任，企业的每一份子不尽职尽责，企业文化就无法形成。其次，公司非常注重技改创新，各工厂、各部门之间已形成制度化的 PK 模式，对控制成本、降低费用起到很大作用。另外，公司持续加大信息化建设的投入和运用，极大提升了公司在数据分析、科学管理与企业决策方面的成效。

**提问二：与同行的其他企业相比，安井的经销渠道有何不同？**

答：安井的渠道模式是“餐饮流通渠道为主，商超渠道为辅”，餐饮流通做销量，商超做品牌，餐饮流通渠道（B2B）约占 80%，商超渠道（B2C）约占 20%。其他企业则可能以商超渠道为主、餐饮流通渠道为辅，商超渠道毛利虽高但因为商超费用太高，从利润角度无法实现较高盈利和持续成长。公司对渠道的控制能力较强，在渠道发开、渠道维护和渠道下沉等方面做了很多卓有成效的工作，真正做到“渠道为王”。

**提问三：行业目前还是有很多小规模企业，如何看待行业的洗牌整合？**

答：目前，行业中小企业确实存在一些操作不规范的问题，按照商业及行业规律，未来火锅料行业的部分小企业份额会逐渐向大企业集中。无论是从食品安全、产品资源、成本优势的方面，还是从国家有关部门的监管力度来看，这些趋势都更有利于龙头企业的整合与发展。行业领头企业在生产、检测、技术、环保、人员、资金、品牌、渠道、安全等各方面都具有明显优势。行业整合对食品安全各方面起着积极推进的作用，安井公司将一如既往的推动行业品质提升、扩大行业规模、提高行业影响力。

**提问四：新品推出需要多长的时间？面对众多品项，如何对单品取舍？**

答：公司秉承“适度创新、及时跟进、持续改进”的研发理念，从单品战略、集约生产、成本优化等多种因素考虑，合理安排各工厂产品生产。每个产品皆有一定的生命周期，大多都会有新生期、成长期、巅峰期和衰退期。火锅产品的生命周期没有一个确定的时长，但每推出一个新品都会有几个月至半年的推广期；约再用半年至一年来推至顶峰；而在产品成长到巅峰期时，就会开始考虑它的替

代产品或衍生品，以保证大品类的持续性。对于不同重点客户或不同市场，公司也会开发一些有针对性的特色产品、专门定制。

**提问五：面对公司产品多样化，如何做到规模化生产？**

答：在确保食品安全、质量标准和口感稳定的前提下，公司通过机械化生产并持续技改，以机器代人，减少能耗和损耗等手段提高劳动生产率，不断降低生产成本，尽可能优化规模生产效益。随着公司产能不断提升及行业领头地位的稳固，这种优势会进一步体现。

**提问六：现在的消费模式在发生很大变化，例如电商的快速发展，公司有没有考虑过从 toB 到 toC 的转化？**

答：公司一直密切关注行业发展与变化。比如在电商领域，安井开设了天猫旗舰店，但是由于速冻制品的特性，最后一公里的运输暂时没有很好的解决方案，食品安全问题无法得到有效保障，故在电商渠道的销售品类和数量不多。公司目前主攻方向仍在 B2B 即餐饮流通领域，这也是公司的优势所在。对于渠道的发展变化，公司将继续加大关注，在保证主渠道业绩的前提下积极扩展与新平台的交流、合作。

**提问七：请介绍下目前公司小龙虾产品的情况。**

答：目前小龙虾产品是安井参股的新宏业公司在生产销售，上半年该公司的销售及利润情况均能达到预期。因仅参股 19%尚未达到并表及确认投资收益的范围，所以公司今年的半年报利润表数据里不含小龙虾部分。小龙虾分几个品类，有传统的虾尾、虾仁、清水虾以及去年开始起量的调味虾，其他品类也呈上升趋势。新宏业公司销售的调味虾以为其他公司贴牌为主，自主品牌洪湖诱惑在猫超、每日优鲜上出售。因今年生产布局尚未完全释放产能，故今年主要策略在于提升小龙虾线上贴牌销售的规模，扩大小龙虾产品认可度，不断巩固原有大客户粘性，后续产能进一步提升后会考虑线下渠道的拓展。

**提问八：公司如何在流通餐饮渠道上开展建设？**

答：公司设立有专门的特通销售部门，针对大型全国连锁餐饮客户进行洽谈，地方餐饮品牌主要交由当地经销商开展合作。为向餐饮渠道发展，首先是在研发产品的导向上，选择适合餐饮渠道的产品，如油条、丸之尊等新品，其次在对经销商选择和引导上，也往餐饮渠道上寻求再下游客户群。

特此公告。

福建安井食品股份有限公司

董 事 会

2018年8月26日