

证券代码：839273

证券简称：一致魔芋

公告编号：2023-072

湖北一致魔芋生物科技股份有限公司 关于接待机构投资者调研情况的公告

本公司及董事会全体成员保证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、准确和完整承担个别及连带责任。

湖北一致魔芋生物科技股份有限公司（以下简称“公司”）于 2023 年 4 月 28 日（星期五）下午 15:00-16:30 在湖北长阳经济开发区长阳大道 438 号公司二楼会议室举办了线上机构投资者调研活动，现将主要情况公告如下：

一、调研情况

调研时间：2023 年 4 月 28 日（星期五）下午 15:00-16:30

调研地点：湖北长阳经济开发区长阳大道 438 号公司二楼会议室

调研形式：线上调研

调研机构：开源证券、上投摩根基金、西部利得基金、兴华基金、兴证资产、中山证券、工银国际、建信信托、大家资产、递归基金、纯达资产、东北证券等

上市公司接待人员：公司董事长、总经理吴平女士、公司董事会秘书唐华林先生、证券事务代表董琴女士

二、机构投资者调研主要内容

公司董事会秘书唐华林先生在线上介绍了公司基本情况，并同时就投资者关心的问题进行了交流。主要问题及回复如下：

1、请问今年一季度利润下滑的原因是什么？

回复：一季度公司销售处于增长趋势，但利润出现下滑，原因有三：一是公司外贸销售额下降，去年外贸产品利率为 31%，内贸产品为 20%，内外贸产品销售结构的变化降低了综合毛利率；二是去年魔芋原料采购价格较低，传导到销售价格方面，存在一定的滞后性，即魔芋原料成本在没有重大变化的情况下，主要产品魔芋胶的销售单价有所下降，降低了综合毛利率；三是一季度加大了营销力度，公司销售费用与管理费用有所增加，也降低了综合毛利率。魔芋食品增长幅度较大，但基数和占比相对较小。公司正在积极拓展海外市场以及魔芋晶球、魔芋休闲食品的销售渠道，通过产品开发、渠道建设、降本降费等措施来应对销售价格及外销下降导致的利润下滑问题。

2、第一季度社会零食业增速高于公司销售增速的问题是什么？

回复：公司的主要收入为魔芋粉，占比八成以上，是公司发展基础，面向的是 B 端客户，魔芋休闲食品等零食占比不到二成。一季度处于春节消费高峰期，零食业增幅较大，尽管魔芋休闲食品增长幅度较大，但在公司产品销售结构中占比较小，整体增幅不及社会零食业的增速也是合理的。

3、公司第一季度存货较多的原因是什么？

回复：一季度存货进一步增加，主要是根据年度经营计划来确定，同时考虑到募投项目的建成投产，产能逐步释放，原料的需要量会进一步增加，因此适当增加了原料库存。

4、公司目前产品分类和大概占比情况是什么？公司的未来预期是什么？

公司未来发展与目标是什么？

回复：公司主要产品分为魔芋亲水胶体（魔芋粉）、魔芋食品、魔芋美妆用品三大类。其中魔芋亲水胶体主要应用在凝胶食品、素食、肉制品、休闲食品、保健品、宠物食品等领域。2022 年末，公司魔芋粉占主营业务收入 83.50%，魔芋食品占主营业务收入 13.73%，魔芋美妆用品占主营业务收入 1.63%。

未来预期：魔芋食品会大幅增长，以自有品牌“魔乐哥”拓展商超渠道和直销渠道，不断丰富魔芋类休闲食品品种，如魔芋波波球、魔芋大辣片、素虾

仁等；另外以魔芋预制菜拓展餐饮渠道，打造魔芋预制菜“一致”品牌。

未来发展与目标：尽快完成募投项目的实施，释放产能，实现规模与销售业绩的增长。

5、请说明魔芋健康食品市场空间情况，并对标日本市场的差异性是什么？

回复：据国家统计局统计，我国居民消费水平近几年逐年提升，人均消费支出从2015年的15,712元增长至2020年的21,210元，复合增长率达6.18%。在我国消费结构持续升级的背景下，居民针对食品的消费能力日益增强，饮食习惯逐渐从以往的“吃得饱”转变为“吃得好”，再转变为当前的“吃得绿色又健康”。魔芋食品来源于天然植物，其加工过程以物理工艺为主，与传统动物源胶体相比不存在病毒携带风险，是优质的食品原料。日本和东南亚国家对魔芋认识程度和接受程度均较高，魔芋加工产业成熟，市场空间稳定。据日本魔芋协会调查，2020年日本人均魔芋食品消费金额为621日元（按同期汇率折算约合40元人民币），魔芋食品总消费额为765亿日元。据此推测，如果达到日本的人均魔芋消费水平，中国的市场空间将达到人民币560亿元。对标日本市场，中国魔芋的认知、认同度较低，日本认为魔芋是长寿制品，但在中国则把魔芋当做芋头土豆，当做一个低端菜肴。

6、魔芋种植难度高，供不应求，价格波动相对较大，请说明影响价格的因素是什么？

回复：主要影响因素是供求关系、种植面积、原料质量和采购规模。

7、生产中自动化程度怎么样？主要需要人力的环节为哪些？未来生产标准化、自动化的计划和具体措施？公司是否具有较大制造成本降低空间？

回复：公司生产自动化逐年改善提高，目前外包环节人工较多，这次募投项目，需加强优化生产工艺，提升机械化自动化，进一步降低制造成本。

8、公司在营销方面如何投放？渠道重点是什么？请说明线上与线下渠道建设情况、销售布局情况、不同渠道的客户差异特点分别是什么？请说明地区

上国内外营收占比、毛利率差异以及近年新增客户与存量稳定合作客户情况。

回复：Toc 端的布局为自有品牌和品牌代工并重，通过品牌代工不断积累和升级的技术工艺，以此提升自有品牌的品质，拓展自有品牌“魔乐哥”“一致”等快销品分布在超市、旅游、线上的营销渠道，一季度公司自有品牌经销商招商数量在不断增加，争取年底达到 300 家。2022 年外贸占比 40%，内贸约为 60%，毛利率外贸 31%，高于内贸 20%。2020 年及 2021 年度存量客户销售金额占比为 82.79%、为 86.07%，公司 2022 年新增客户为 690 个，存量客户销售占比约为 91%，存量客户的稳定性较强。

湖北一致魔芋生物科技股份有限公司

董事会

2023 年 5 月 5 日