

证券代码：002650

证券简称：ST 加加

加加食品集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-01

投资者关系活动类别	<div><input type="checkbox"/>特定对象调研</div> <div><input checked="" type="checkbox"/>分析师会议</div> <div><input type="checkbox"/>媒体采访</div> <div><input type="checkbox"/>业绩说明会</div> <div><input type="checkbox"/>新闻发布会</div> <div><input type="checkbox"/>路演活动</div> <div><input type="checkbox"/>现场参观</div> <div><input type="checkbox"/>其他：电话会议</div>	
参与单位名称及人员姓名	华创证券 泰康资管 广东正圆私募基金	彭俊霖、严文炀 卢日欣 冯荃晴
时间	2025 年 2 月 21 日下午	
地点	华创证券投资策略分析会（长沙君悦酒店）	
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 杨亚梅	
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、公司基本情况介绍</b></p> <p>加加食品创建于 1996 年，2012 年 1 月在深圳证券交易所上市，是公司所在地本土首家上市公司，被誉为“中国酱油第一股”。公司创始至今一直致力于酱油的研发、生产和销售，是国内酱油行业中拥有全国性品牌影响力和渠道覆盖度的企业之一。</p> <p>公司主要业务和产品涉及酱油、植物油、食醋、鸡精、蚝油、料酒、味精等的生产及销售，产品广泛用于日常生活所需食品的烹饪及调味。“加加”酱油和“盘中餐”食用植物油是公司的核心产品，具有广泛的品牌知名度和美誉度。</p> <p><b>二、互动交流</b></p> <p><b>问：公司近期经营情况如何？</b></p> <p>答：公司于 2025 年 1 月 18 日披露了《2024 年度业绩预告》，预计公司 2024 年度归属于上市公司股东的净利润亏损 13,500.00 万元—25,000.00 万元，预计扣除非经常性损益后的净利润亏损 16,000.00 万元—27,500.00 万元。本次业绩预告相关数据是公司财务部门初步测算的结果，未与会计师事务所预沟通，未经会计师事务所预审计，具体经营情况，请持续关注公司的定期报告。</p> <p><b>问：请问公司股票被实施其他风险警示的原因是什么？</b></p> <p>答：因审计机构中审华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2023 年度内部控制出具了否定意见的审计报告，触及《深圳证券交易所股票上市规则》第 9.8.1 条（四）的规定：上市公司出现“最近一年被出具无法表示意见或者否定意见的内部控制审计报告或者鉴证报告”的情形，公司股票于 2024 年 4 月 30 日起被实施其他风险警示。</p>	

	<p><b>问：公司因关联交易产生的相关问题，目前解决进展情况怎么样？</b></p> <p>答：（1）公司 2023 年度及 2024 年一季度委托关联方代加工生产味精，导致公司原辅材料超标耗用，形成代加工损失共计 6,724.68 万元，公司将上述损失确认为应收关联方欠款，计入其他应收款。因实际控制人及其关联方的偿债能力有限，截至目前实际控制人及其关联方尚未偿还该损失赔偿款及相关利息。</p> <p>（2）公司尚有存货存放在关联方厂区，截至 2024 年 9 月 30 日，存货账面净值 7,129.41 万元（未经审计），目前该等存货因关联方破产清算事项已被宁夏青铜峡市人民法院查封，公司丧失了上述存货资产的控制权和处置权。</p> <p>（3）关联方破产管理人自 2024 年 8 月起，开始拍卖公司存放在关联方厂区的存货资产，截至目前，成功拍出磷酸、片碱、食用碱、液碱、硫酸、煤、味精母液水解液及玉米，公司暂未收到拍卖所得款项，且后续可能还存在存货被拍卖的情形。</p> <p>公司一直在积极与相关方沟通，持续关注相关事项的进展情况，将严格按照有关法律法规及规范性文件的要求及时履行信息披露义务。</p> <p><b>问：公司第一大股东有无改组董事会的计划？</b></p> <p>答：公司于 2024 年 12 月 21 日披露了第一大股东的《详式权益变动报告书》，其在《详式权益变动报告书》的第五节“三、对上市公司现任董事、监事及高级管理人员的调整计划”中提到：“信息披露义务人将根据第一大股东地位并根据上市公司需要择机向上市公司提出改选董事、监事及高级管理人员，但具体计划正在协商研究中。届时，信息披露义务人将严格按照相关法律法规及公司章程的要求，依法履行相关程序和信息披露义务。”</p> <p><b>问：公司 2025 年整体规划是怎样的？</b></p> <p>答：公司将继续从产品、渠道、管理、技术、人才等多方面改变和调整。产品方面，会持续推广高毛利产品，加强减盐、零添加等中高端系列产品的销售；渠道方面，将积极探索新市场、新模式，深耕餐饮渠道，发力新零售业务，持续线上线下同步的多元化布局；同时，持续推动精细化管理，坚持降本增效，结合优化产品结构、加强对业务人员的管理和激励等措施不断提升公司整体运营能力，提高市场占有率及综合盈利能力。</p> <p><b>问：公司有哪些吸引经销商的措施？</b></p> <p>答：公司始终坚持从产品质量和服务提升等方面来稳定经销商，通过创新合作模式、给经销商更灵活化和市场化的支持等吸引更多优质的经销商加入。同时，也会加强经销商在战略性单品推广及网点开发方面的激励和考核。</p>
附件清单 （如有）	
日期	2025 年 2 月 21 日