

证券代码:003000 证券简称:劲仔食品 公告编号:2022-046

劲仔食品集团股份有限公司
2022年半年度报告摘要一、重要提示
本半年度报告摘要来自半年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。所有重不重要已出席了审议本报告事项的会议。
□适用 不适用
董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案
□适用 不适用
公司计划不派发现金红利,不送红股,不以公积金转增股本。董事会决议通过的报告期优先股利润分配预案
□适用 不适用
二、公司简介
1.公司简介

股票简称	劲仔食品	股票代码	003000
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	李文刚	陈嘉	
办公地址	湖南省长沙开福区万达广场A座46楼	湖南省长沙市开福区万达广场A座46楼	
电话	0731-89822256	0731-89822256	
电子邮箱	info@jinzi.cn	zqb@jinzi.cn	

2.主要财务数据和财务指标
公司是否否调整数据和更正以前年度会计数据
□是 否

营业收入(元)	本期	上年同期	本报告期比上年同期增减
归属于上市公司股东的净利润(元)	66,250,251.21	47,273,807.13	31.30%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	50,670,426.03	41,112,264.37	37.84%
经营活动产生的现金流量净额(元)	53,373,779.82	31,675,451.39	68.34%
基本每股收益(元/股)	0.141	0.103	36.89%
稀释每股收益(元/股)	0.141	0.103	36.89%
加权平均净资产收益率	6.32%	4.70%	1.62%
	本报告期末	上年末	本报告期末比上年末增减
总资产(元)	1,101,014,026.16	1,075,715,668.11	2.35%
归属于上市公司股东的净资产(元)	897,603,131.29	883,138,740.06	1.58%

注:营业收入较上年同期增长31.30%,主要是公司推行大包装品牌营销,开发及优化经销商,终端市场销售及新产品推广所致。

2.归属于上市公司股东的净利润较上年同期增长37.84%,主要是营业收入增长所致。

3.归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润较上年同期增长68.34%,主要是营业收入增长以及计入当期损益的政府补助较上年同期减少所致。

4.经营活动产生的现金流量净额较上年同期增长113.70%,主要是销售商品、提供劳务收到的现金增加所致。

5.基本每股收益以及稀释每股收益较上年同期增长36.89%,主要是营业收入增长,归属于上市公司股东的净利润增加所致。

3.公司股东数量及持股情况
单位:股

报告期末普通股股东总数	14,749	报告期末表决权恢复的优先股股东总数(如有)	0
-------------	--------	-----------------------	---

前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况
陈嘉	境内自然人	30.86%	124,426,368	124,426,368	
陈嘉(青岛)现代企业有限公司	境内非国有法人	14.68%	59,184,000	0	质押 18,870,000
洪滨	境内自然人	8.98%	36,210,240	36,210,240	
陈元元	境内自然人	5.94%	23,958,845	18,141,424	质押 6,900,000
陈嘉明	境内自然人	5.09%	20,159,800	0	
陈嘉明	境内自然人	4.95%	19,958,500	0	
陈嘉明	境内自然人	3.37%	13,585,899	0	
陈嘉	境内自然人	2.20%	8,867,418	0	
陈林	境内自然人	2.07%	8,351,942	0	质押 5,700,000
陈嘉华	境内自然人	1.80%	7,273,500	0	

上述股东关联关系或一致行动的说明:上述前十名股东中,陈嘉与陈嘉明为夫妻关系。除此之外,公司未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动关系。

3.重要事项
1.受疫情大环境影响,持股比例4.999975%。4.控股股东报告期内未发生变动。
控股股东报告期内未发生变动。
□适用 不适用
公司报告期控股股东未发生变更。实际控制人报告期内未发生变更。
□适用 不适用
公司报告期实际控制人未发生变更。5.公司先进股东总数及前10名先进股东持股情况
公司报告期无先进股东持股情况。6.在半年度报告批准报出日存续的债券情况
□适用 不适用

2022年上半年,受疫情反复、地缘政治冲突等因素影响,部分原料价格持续高位运行,供应链稳定性不佳,诸多领域企业经营承压加剧。面对外部环境严峻,公司坚持稳健主业,克服困境,持续推动自2020年深层次的结构性改革,大力引进人才推进组织变革,加大研发投入与产品创新,深化营销网络建设,持续提升品牌化、轻量化、定制化、智能化、绿色化、低碳化、数字化水平,经营业绩持续向好,2022年下半年以来,公司的品牌化运营优势持续显现,公司“大包装升级”战略取得阶段性成果,产品矩阵持续优化,渠道竞争力不断巩固,品牌竞争力进一步提升。

2022年1-6月,公司实现营业收入6,025.03万元,同比增长31.30%,主要产品食品、豆制品、禽类制品分列增长27.26%、17.14%、57.79%;实现归属于上市公司股东的净利润5,667.04万元,同比增长37.84%;实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润5,332.18万元,同比增长64.34%。

其中:公司第二期实现营业收入3,068.041万元,同比增长45.09%;归属于上市公司股东的净利润3,660.84万元,同比增长84.72%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润3,603.53万元,同比增长202.66%。

报告期内,公司主要经营情况如下:
1.产品端:大包装打造爆款,产品矩阵进一步优化

2021年下半年以来,公司以“大包装”为抓手,推动品牌、包装、大包装产品营销,重点完善网络布局,开发有终端服务能力经销商,开拓了全国网点和渠道优势,提升了终端品牌影响力。报告期内,公司大包装产品的销售收入同比增长超100%。

产品矩阵方面,公司聚焦食品、豆制品、禽类制品三大品类,打造了“小鱼、豆干、肉干、腐竹、素肉、休闲食品、膨化食品”六大产品系列,同时还积极研发节日礼品、线上专供食品、品牌联名等创新产品,满足消费者多样化的消费需求。公司产品品类多、新品迭代快,产品矩阵进一步完整。

2.渠道端:线上线下齐发力,渠道结构持续完善
报告期内,公司致力于打造数亿大单品,推进线下传统流通渠道,实现线上线下立体式全渠道运营。
公司经销商数量从1,869家增加至2,000家,公司直销销售收入8,692.82万元,同比增长126.37%。主要渠道线上零售渠道,线上京东自营及天猫超市等B2B平台营业收入持续提升。1.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。2.终端产品端:注重经销商布局,持续提升终端品牌影响力
报告期内,公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升,持续提升终端品牌影响力。一方面,公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升,持续提升终端品牌影响力。另一方面,公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升,持续提升终端品牌影响力。3.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。4.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。5.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。6.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。7.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。8.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。9.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。10.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。11.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。12.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。13.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。14.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。15.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。16.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。17.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。18.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。19.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。20.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。21.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。22.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。23.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。24.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。25.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。26.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。27.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。28.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。29.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。30.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。31.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。32.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。33.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。34.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。35.品牌端:品牌建设和品牌溢价提升
品牌溢价是公司的重要品牌,报告期内公司持续加大品牌建设和品牌溢价提升。一方面,公司持续加强经销商网络的管理和建设,稳步发展终端渠道的高品质客户,不断优化大经销商团队,推动更多终端覆盖;另一方面,加强对经销商的培训、指导、管理和维护,提高经销商活跃度,充分发挥现有渠道优势,与经销商共同成长,提升服务质量,积极协助经销商开拓和用好优质的渠道产品,提升品牌在渠道有更强的竞争力。

证券代码:003000 证券简称:劲仔食品 公告编号:2022-045

劲仔食品集团股份有限公司
第二届董事会第六次会议决议公告本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。
一、董事会会议召开情况
劲仔食品集团股份有限公司(以下简称“公司”)第二届董事会第六次会议由董事长陈嘉先生召集,会议于2022年8月15日通过电子邮件、电话的形式传达至各位董事,董事会会议通知中包含会议的相关材料,同时明确了会议的召开时间、地点、内容和方式。
2、本次董事会于2022年8月15日在长沙市开福区万达广场A座写字楼46楼公司会议室召开,采取现场投票和通讯投票方式进行表决。
3、本次会议应出席董事人数7人,实际出席董事人数7人,无委托出席情况。
4、本次会议由董事长陈嘉先生主持,公司监事、高管列席了本次会议。
5、本次会议的召开和表决程序符合《中华人民共和国公司法》等法律法规和公司章程的有关规定。
二、董事会会议决议情况
经与会董事认真审议并表决,一致通过了如下议案:
(一)审议通过《关于公司2022年半年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》的议案
报告期内,公司严格按照《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》等有关规定,及时、真实、完整地披露募集资金的使用及存放情况,募集资金使用及管理不存在违规行为。具体内容详见同日披露在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)上的公告。
表决结果:7票同意,0票反对,0票弃权。
(二)审议通过《关于公司2022年半年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告》的议案
报告期内,公司严格按照《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》等有关规定,及时、真实、完整地披露募集资金的使用及存放情况,募集资金使用及管理不存在违规行为。具体内容详见同日披露在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)上的公告。
表决结果:7票同意,0票反对,0票弃权。
三、备查文件
1.劲仔食品集团股份有限公司第二届董事会第六次会议决议;
2.劲仔食品集团股份有限公司独立董事关于第二届董事会第六次会议相关事项的独立意见。
劲仔食品集团股份有限公司 董事会
2022年8月16日

证券代码:003000 证券简称:劲仔食品 公告编号:2022-044

劲仔食品集团股份有限公司
关于公司募投项目结项并节余募集资金永久补充流动资金的公告本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。
一、募集资金投资项目基本情况
公司于2022年8月15日召开第二届董事会第六次会议,审议通过了《关于公司募投项目结项并节余募集资金永久补充流动资金的议案》,鉴于公司募投项目“风味小鱼生产线技术改造项目”与“品牌推广及营销中心建设项目”已实施完成并达到预定可使用状态,同意上述募投项目结项并节余募集资金1,192.94万元(暂估金额,包括现金管理收益及银行理财收益,实际金额以银行转出当日专户余额为准)永久性补充流动资金,后续公司将以上项目未使用的合同金额及保证金将继续投入,补充流动资金用于公司日常经营和业务发展。
二、募集资金使用和管理情况
根据《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》以及《公司募集资金管理制度》等相关规定,公司对募投项目进行了严格的资金管理,确保了募集资金的安全使用。
三、募集资金使用和管理情况
根据《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》以及《公司募集资金管理制度》等相关规定,公司对募投项目进行了严格的资金管理,确保了募集资金的安全使用。
四、募集资金使用和管理情况
根据《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》以及《公司募集资金管理制度》等相关规定,公司对募投项目进行了严格的资金管理,确保了募集资金的安全使用。
五、其他事项
公司本次使用节余募集资金永久性补充流动资金,符合以下要求:
1.募集资金到账超过一年;
2.不影响募集资金项目的实施;
3.本次使用节余募集资金永久性补充流动资金严格按照深圳证券交易所的要求履行相应的审批程序和信息披露义务。
六、相关专项意见
(一)独立董事意见
根据《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》等有关规定,公司本次使用节余募集资金永久性补充流动资金的议案,符合相关法律法规的要求,不存在损害公司及全体股东利益的情形。因此,保荐机构和会计师事务所关于公司本次使用节余募集资金永久性补充流动资金的专项报告,符合相关法律法规的要求,不存在损害公司及全体股东利益的情形。因此,保荐机构和会计师事务所关于公司本次使用节余募集资金永久性补充流动资金的专项报告,符合相关法律法规的要求,不存在损害公司及全体股东利益的情形。
七、备查文件
1.劲仔食品集团股份有限公司第二届董事会第六次会议决议;
2.劲仔食品集团股份有限公司独立董事关于第二届董事会第六次会议相关事项的独立意见;
3.劲仔食品集团股份有限公司第二届监事会第六次会议决议;
4.保荐机构出具的相关专项报告。
特此公告。

证券代码:003000 证券简称:劲仔食品 公告编号:2022-043

劲仔食品集团股份有限公司
关于会计政策变更的议案本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。
一、变更的原因
根据财政部2021年12月30日发布的《企业会计准则解释第15号》(财会〔2021〕35号)的要求,公司将按照自2022年1月1日起执行新解释中“关于企业将固定资产公允价值计入使用权资产或者发生过程中产生的自产产品或自产服务的会计处理”(以下简称“试运行销售相关会计处理”),对相应会计政策进行变更。
二、变更的日期
公司于2022年1月1日起执行“试运行销售的相关会计处理”,并按准则相关要求编制2022年1月1日至12月31日止的财务报表。
三、变更前采用的会计政策
变更前,公司执行财政部发布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其相关规定。
四、变更后采用的会计政策
财政部2021年12月30日发布的《企业会计准则解释第15号》(财会〔2021〕35号)的要求,公司将按照自2022年1月1日起执行新解释中“关于企业将固定资产公允价值计入使用权资产或者发生过程中产生的自产产品或自产服务的会计处理”(以下简称“试运行销售相关会计处理”),对相应会计政策进行变更。
五、其他事项
公司本次使用节余募集资金永久性补充流动资金,符合以下要求:
1.募集资金到账超过一年;
2.不影响募集资金项目的实施;
3.本次使用节余募集资金永久性补充流动资金严格按照深圳证券交易所的要求履行相应的审批程序和信息披露义务。
六、相关专项意见
(一)独立董事意见
根据《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》等有关规定,公司本次使用节余募集资金永久性补充流动资金的议案,符合相关法律法规的要求,不存在损害公司及全体股东利益的情形。因此,保荐机构和会计师事务所关于公司本次使用节余募集资金永久性补充流动资金的专项报告,符合相关法律法规的要求,不存在损害公司及全体股东利益的情形。因此,保荐机构和会计师事务所关于公司本次使用节余募集资金永久性补充流动资金的专项报告,符合相关法律法规的要求,不存在损害公司及全体股东利益的情形。
七、备查文件
1.劲仔食品集团股份有限公司第二届董事会第六次会议决议;
2.劲仔食品集团股份有限公司独立董事关于第二届董事会第六次会议相关事项的独立意见;
3.劲仔食品集团股份有限公司第二届监事会第六次会议决议;
4.保荐机构出具的相关专项报告。
特此公告。

证券代码:003000 证券简称:劲仔食品 公告编号:2022-042

劲仔食品集团股份有限公司
关于公司募投项目结项并节余募集资金永久补充流动资金的公告本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。
一、募集资金投资项目基本情况
公司于2022年8月15日召开第二届董事会第六次会议,审议通过了《关于公司募投项目结项并节余募集资金永久补充流动资金的议案》,鉴于公司募投项目“风味小鱼生产线技术改造项目”与“品牌推广及营销中心建设项目”已实施完成并达到预定可使用状态,同意上述募投项目结项并节余募集资金1,192.94万元(暂估金额,包括现金管理收益及银行理财收益,实际金额以银行转出当日专户余额为准)永久性补充流动资金,后续公司将以上项目未使用的合同金额及保证金将继续投入,补充流动资金用于公司日常经营和业务发展。
二、募集资金使用和管理情况
根据《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》以及《公司募集资金管理制度》等相关规定,公司对募投项目进行了严格的资金管理,确保了募集资金的安全使用。
三、募集资金使用和管理情况
根据《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》以及《公司募集资金管理制度》等相关规定,公司对募投项目进行了严格的资金管理,确保了募集资金的安全使用。
四、募集资金使用和管理情况
根据《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》以及《公司募集资金管理制度》等相关规定,公司对募投项目进行了严格的资金管理,确保了募集资金的安全使用。
五、其他事项
公司本次使用节余募集资金永久性补充流动资金,符合以下要求:
1.募集资金到账超过一年;
2.不影响募集资金项目的实施;
3.本次使用节余募集资金永久性补充流动资金严格按照深圳证券交易所的要求履行相应的审批程序和信息披露义务。
六、相关专项意见
(一)独立董事意见
根据《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》等有关规定,公司本次使用节余募集资金永久性补充流动资金的议案,符合相关法律法规的要求,不存在损害公司及全体股东利益的情形。因此,保荐机构和会计师事务所关于公司本次使用节余募集资金永久性补充流动资金的专项报告,符合相关法律法规的要求,不存在损害公司及全体股东利益的情形。因此,保荐机构和会计师事务所关于公司本次使用节余募集资金永久性补充流动资金的专项报告,符合相关法律法规的要求,不存在损害公司及全体股东利益的情形。
七、备查文件
1.劲仔食品集团股份有限公司第二届董事会第六次会议决议;
2.劲仔食品集团股份有限公司独立董事关于第二届董事会第六次会议相关事项的独立意见;
3.劲仔食品集团股份有限公司第二届监事会第六次会议决议;
4.保荐机构出具的相关专项报告。
特此公告。

证券代码:003000 证券简称:劲仔食品 公告编号:2022-041

劲仔食品集团股份有限公司
关于公司募投项目结项并节余募集资金永久补充流动资金的公告本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。
一、募集资金投资项目基本情况
公司于2022年8月15日召开第二届董事会第六次会议,审议通过了《关于公司募投项目结项并节余募集资金永久补充流动资金的议案》,鉴于公司募投项目“风味小鱼生产线技术改造项目”与“品牌推广及营销中心建设项目”已实施完成并达到预定可使用状态,同意上述募投项目结项并节余募集资金1,192.94万元(暂估金额,包括现金管理收益及银行理财收益,实际金额以银行转出当日专户余额为准)永久性补充流动资金,后续公司将以上项目未使用的合同金额及保证金将继续投入,补充流动资金用于公司日常经营和业务发展。
二、募集资金使用和管理情况
根据《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》以及《公司募集资金管理制度》等相关规定,公司对募投项目进行了严格的资金管理,确保了募集资金的安全使用。
三、募集资金使用和管理情况
根据《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》以及《公司募集资金管理制度》等相关规定,公司对募投项目进行了严格的资金管理,确保了募集资金的安全使用。
四、募集资金使用和管理情况
根据《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》以及《公司募集资金管理制度》等相关规定,公司对募投项目进行了严格的资金管理,确保了募集资金的安全使用。
五、其他事项
公司本次使用节余募集资金永久性补充流动资金,符合以下要求:
1.募集资金到账超过一年;
2.不影响募集资金项目的实施;
3.本次使用节余募集资金永久性补充流动资金严格按照深圳证券交易所的要求履行相应的审批程序和信息披露义务。
六、相关专项意见
(一)独立董事意见
根据《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》等有关规定,公司本次使用节余募集资金永久性补充流动资金的议案,符合相关法律法规的要求,不存在损害公司及全体股东利益的情形。因此,保荐机构和会计师事务所关于公司本次使用节余募集资金永久性补充流动资金的专项报告,符合相关法律法规的要求,不存在损害公司及全体股东利益的情形。因此,保荐机构和会计师事务所关于公司本次使用节余募集资金永久性补充流动资金的专项报告,符合相关法律法规的要求,不存在损害公司及全体股东利益的情形。
七、备查文件
1.劲仔食品集团股份有限公司第二届董事会第六次会议决议;
2.劲仔食品集团股份有限公司独立董事关于第二届董事会第六次会议相关事项的独立意见;
3.劲仔食品集团股份有限公司第二届监事会第六次会议决议;
4.保荐机构出具的相关专项报告。
特此公告。

证券代码:003000 证券简称:劲仔食品 公告编号:2022-040

劲仔食品集团股份有限公司
关于公司募投项目结项并节余募集资金永久补充流动资金的公告本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。
一、募集资金投资项目基本情况
公司于2022年8月15日召开第二届董事会第六次会议,审议通过了《关于公司募投项目结项并节余募集资金永久补充流动资金的议案》,鉴于公司募投项目“风味小鱼生产线技术改造项目”与“品牌推广及营销中心建设项目”已实施完成并达到预定可使用状态,同意上述募投项目结项并节余募集资金1,192.94万元(暂估金额,包括现金管理收益及银行理财收益,实际金额以银行转出当日专户余额为准)永久性补充流动资金,后续公司将以上项目未使用的合同金额及保证金将继续投入,补充流动资金用于公司日常经营和业务发展。
二、募集资金使用和管理情况
根据《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》以及《公司募集资金管理制度》等相关规定,公司对募投项目进行了严格的资金管理,确保了募集资金的安全使用。
三、募集资金使用和管理情况
根据《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》以及《公司募集资金管理制度》等相关规定,公司对募投项目进行了严格的资金管理,确保了募集资金的安全使用。
四、募集资金使用和管理情况
根据《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》以及《公司募集资金管理制度》等相关规定,公司对募投项目进行了严格的资金管理,确保了募集资金的安全使用。
五、其他事项
公司本次使用节余募集资金永久性补充流动资金,符合以下要求:
1.募集资金到账超过一年;
2.不影响募集资金项目的实施;
3.本次使用节余募集资金永久性补充流动资金严格按照深圳证券交易所的要求履行