新京报讯（记者王子扬）8月15日，休闲食品企业甘源食品股份有限公司发布的投资者关系活动记录表显示，甘源食品表示下沉市场不太理想，虽然产品丰富了，但规格和性价比不够匹配。接下来甘源食品将针对零食系统、流通渠道微调出适合此类渠道的规格及性价比产品。

根据甘源食品半年报显示，公司今年上半年实现营业收入6.14亿元，较上年同期增长约7028万元，同比增长12.93%；实现净利润4110万元，较上年同期增长408万

安阳新品的销售增长。

在本次接受的调研中，甘源食品称，二季度新品取得了一部分成绩，但是因为安阳产品前期设计的产品口味、包装规格形式较多，经销商下单新品口味规格相对零碎，使得部分单品规模不大，导入不够理想，导致生产端的效率受到影响。接下来安阳产品会先以流通、零食专营店、便利店等渠道为主，放弃部分口味单品，聚焦突出核心的口味单品。

根据半年报，甘源食品的子公司甘源食品（安阳）有限公司上半年收入4754万元，净利润亏损1522万元。甘源食品在接受调研时称，安阳工厂二季度开始正式投产，由于各生产环节仍在磨合中，员工熟练度有待提高，且产量较小，固定成本分摊较高，因而新产品成本较高，部分新产品处于亏损状态。

对于会员制商超的合作，甘源食品称目前已经跟OLE超市确定合作，定制的包装在准备中，近期产品会在门店上架。另外已经确定在盒马上架两款产品，并已跟麦德龙合作。还有许多传统供应链里定位相对较高端的门店，甘源食品也在推进合作。

编辑 祝凤岚

校对 柳宝庆