

证券代码：002732

证券简称：燕塘乳业

广东燕塘乳业股份有限公司投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员	现场交流： 安信证券：王玲瑶 招商基金：汪彦初 泰昇私募基金：李伟驰 万孚控股：傅浩 羊角基金：凌超、解睿 电话会议： 中银基金：李建、杨庆运、杨亦然、王伟、苗婷、黄珺、池文丽
时间	2023年5月10-11日
地点	公司五楼会议室
上市公司接待人员	副总经理兼董事会秘书：李春锋 证券法务部部长助理：包洋 董事会办公室专员：郭海嫩
投资者关系活动主要内容介绍	1、请问公司在2023年有哪些重点发展规划和目标？ 答：2023年是公司中长期发展规划的起步之年，也是奋力开创公司高质量发展新局面的关键之年。公司将坚持“聚焦主业、稳中求进、防控风险”的总基调，全面贯彻新发展理念，锐意进取、攻坚克难，聚焦高质量发展，奋力开创企业发展新局面。 具体重点发展计划如下： (1)、奶源建设方面

不断完善牧场数据集团管控管理平台，提高奶源质量和管理水平。同时借力国际战略合作伙伴优势资源，持续打造“规模化、集约化、标准化、智能化”的现代化牧场。在战略合作牧场方面，利用示范牧场优势，加大技术支持力度，考察并适当增加合作牧场数量，确保优质奶源稳定供应。

(2)、饲草种植方面

坚持“种好草、养好牛、产好奶”的核心理念，继续在牧场及周边推广全株玉米等青贮配套种植，逐步提高自产青饲料种植的供应量和质量，增强青贮保障能力，提升种养一体化水平，持续提高生鲜乳质量。

(3)、营销网络建设方面

对成熟区域、成熟渠道进行固本强基。同时秉持“精耕广东、聚焦湾区、覆盖华南、迈向全国”的发展战略，聚焦粤港澳大湾区市场，加快渗透湾区市场，加快渗透三四线城市及乡镇消费市场，稳步辐射和扩张周边市场。在渠道上，推进全渠道覆盖，加强自有封闭渠道建设，巩固护城河；紧贴消费趋势，大力开拓机团、社区生鲜店，并加强电商、新零售渠道开发力度；整合门店、到户、直播、自售机等直营业务，不断完善会员一体化运营。在新品推广上，继续推进明星爆品策略，扩大明星产品群。

此外，坚持融合地方文化特色，打造新鲜、时尚的品牌形象；深化线上线下、传统与现代、市区与外区的高效精准传播；利用新媒体矩阵，以产品带品牌，实施多样化精准传播，增强销售转化能力。

(4)、科技兴乳方面

充分利用国家乳制品加工技术研发专业中心、博士后科研工作站、全国示范性劳模和工匠人才创新工作室、CNAS 国家认可实验室和 DHI 检测中心的平台优势，筹备建立乳业研究院，强化科技领先。同时，加强对外产学研合作，激发创新活力，为全产业链提供更强大的科技支撑，为公司高质量发展提供科技支撑。

(5)、产品研发方面

公司将坚持产品系列化、差异化和高端化的发展方向，推进与高校及科研院所的产学研合作，提高产品开发和技术创新力度。同时，依托旗舰工厂的先进生产力，推进科研成果转化，优化公司的产品矩阵，不断推出新产品，满足不同消费群的需求，提高市场占有率。谢谢！

2、公司 2023 年推出了哪些新产品，新产品是否符合消费者的需求和偏好？是怎样分类的？

答：公司秉承“研发一代、储备一代、推出一代”的研发策略，强化产品双线推广，通过持续推出新鲜、健康、时尚的新产品，扩大明星产品群，打造新利润增长点。2023 年，公司已推出了多款新品，包括采用 0 蔗糖酸奶与高纤水果谷物脆组合，打造轻体活力的代餐型酸奶高纤控糖鼓粒酸奶、采用先进的纳米级 RO 膜反渗透分离技术，原生蛋白质高达 4.6g（是国标的 2 倍）及富含 150mg 原生钙的新广州浓酸酸奶、采用 80%以上的生鲜牛奶，添加真实黑巧克力和可可粉制成的巧克力鲜奶布丁、采用开菲尔菌种发酵，自然产气，添加葡萄原汁，口感清爽刺激的小汽气泡酸奶饮品等，获得了良好的市场反响。此外，公司另有数款新品储备即将推出，进一步丰富优鲜兵团，满足差异化的消费需求。

根据蛋白质含量进行分类，公司产品分为液体乳类、花式奶、乳酸菌乳饮料类三品类，新品中的新广州浓缩酸奶、巧克力鲜奶布丁、鼓粒风味发酵乳属于液体乳；小汽气泡酸奶饮品属于含乳饮料。谢谢！

3、公司“专营店”渠道有什么特点？

答：专营店通常只销售公司“燕塘”品牌的牛奶产品，对产品的质量、保质期、生产日期等都有较高的要求，确保产品的新鲜度和品质，增强消费者的信赖感；专营店通常会开在人流量和消费者密度较

高的地段，专门为公司品牌进行宣传和市场推广，提高品牌知名度和美誉度，吸引更多的消费者；此外，专营店能够为消费者提供更完善、更专业的服务，包括产品展示方式、产品介绍、售后服务等方面，消费者可以直接感受到牛奶产品的特点和优势，在购买过程中感受到便捷和舒适。谢谢！

4、公司 2022 年种植玉米的面积有多少？是为了自给自足还是出售给其他企业？

答：公司 2022 年全株玉米春造种植达 1.9 万亩，主要用于满足自有牧场青贮需要，保证牧场的生鲜乳奶质稳定。未来，公司将坚持“种好草、养好牛、产好奶”的核心理念，继续在牧场及周边推广全株玉米等青贮配套种植，逐步提高自产青饲料种植的供应量和质量，增强青贮保障能力，提升种养一体化水平，持续提高生鲜乳质量。谢谢！

5、据了解，公司与战略合作牧场签订的购销合同是一年一签，且采用提前定价锁价的方式。除了锁定价格，是否也锁定采购数量（即锁量）？

答：公司与战略合作牧场建立了互助互信、风险共担的“三赢”模式战略合作关系，购销合同一年一签，提前锁价，牧场将原料奶直接供应给公司，无需为产奶量的季节性波动担忧销路，也不必担心恶性竞争而利益受损，能够更专心的投入到牧场管理及提高奶源质量上来，有效保障了原奶的质量。此外，奶牛是生物资产，奶牛产奶量受多种因素影响，为确保原奶供需的稳定性，避免波动风险，双方会在购销合同中约定原奶采购数量和采购数量范围的上下限。谢谢！

6、请问公司今年的毛利率会受哪些因素影响？

答：您好！毛利率主要的影响因素包括内外部因素，内部因素包括成本、费用等，比如原奶奶价、白糖在内的原材料成本；外部因素

包括产品的市场售价以及销售品类数量的变化等，需要综合多种因素进行分析。谢谢！

7、公司的产能利用率是否还有进一步的提升空间？下一步的产能规划是怎样的？

答：您好！公司的产能利用率主要受销售旺淡季需求波动、不同产品结构等因素影响。目前，公司在充分挖潜的基础上，借助委外代加工，合理调配生产安排，充分保障供应，以更好满足消费增量需要及多元化需求。未来，公司将综合战略发展、市场开拓等情况，通过自建新工厂、技术改造、寻找优质代加工方等方式，满足公司未来发展的产能需求。谢谢！

8、公司现在销量增长较快的单品是哪款，对于爆款单品的培育有哪些思路？

答：您好！公司的 250ml 原味酸奶饮品，也称“小蓝盒”属于公司销量较大的明星单品，主要得益于此款产品本身的口感、味道俱佳而受到消费者的喜爱以及公司根据市场反响进行一系列的精准营销。此外，2022 年度内公司的鲜致牧场、健菌多、鲜奶布丁、小白奶、老广州杯产品全年销量实现较高增长，表现抢眼。

产品的成长和培育是需要时间的，对此，一方面，公司将紧抓市场机遇，在爆款产品方向深耕，不断提高核心竞争力，充分利用公司多年的品牌知名度和影响力，将更多的科技含量高，新鲜健康高质量的产品推向市场；另一方面，在乳制品行业良好的发展趋势和国家政策支持推动下，公司紧密围绕“主动出击拓市场，精耕细作强管理，创新发展求突破”的经营思路，以市场为导向，对新品、次新品及主推品类开展精准营销，通过产品的持续创新迭代，精准定位消费群体，不断满足差异化的消费需求。谢谢！

9、公司的 2022 年度利润分配政策是如何确定的？

	<p>答：您好！2023年是全面落实党的二十大精神开局之年，也是公司中长期发展规划的起步之年，公司将以“聚焦主业、稳中求进、防控风险”为总基调，积极开拓新渠道、新市场，夯实公司奶源布局，不断提高精细化生产管理，推进科技兴乳、人才强企，因此预计公司在2023年度将需要较多的运营流动资金。所以，公司2022年度的分配预案是在重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司可持续发展原则的基础上提出的，与公司业绩成长性和发展需求相匹配。谢谢！</p> <p>10、请介绍下公司新零售的发展情况？</p> <p>答：您好！为适应消费习惯与市场改变，公司逐步深耕新零售渠道，与新零售渠道商共同推出专属定制产品，同时借助新零售渠道逐步搭建周边省份的线下渠道，提高周边省份市场份额。根据公司年报数据显示，2022年新零售业务实现营业收入1.29亿元，同比增加58.43%。谢谢！</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2023-5-12