

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 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	天风证券：刘畅 中融基金：陈方园 华夏基金：何竞舟 建信基金：王麟锴 大家资产：高大亮 新华资产：雷凯 大成基金：李燕宁
时间	2021年6月4日 16:00—17:00
地点	公司五楼会议室（电话会议）
上市公司接待人员	副总经理兼董事会秘书：李春锋 证券事务代表：李嘉旋 证券法务部主任助理：包洋
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、广东省当前常温奶、低温奶市场的竞争格局？公司的占比？可否拆分公司在广东各地区市场情况以及省外拓展情况？</p> <p>答：因低温奶能最大程度保留牛奶中的天然活性营养、营养成分和新鲜风味，随着消费者日益注重健康管理和产品品质，在冷链运输发达的地区，将有望逐步成为消费者首选的产品，但对于冷链运输无法覆盖的地区，常温奶依然是主要趋势。</p> <p>目前，因其他乳企未充分披露广东省市场销售情况，同时也未有行业统计数据公布，因此公司暂无法确认市场占比情况。</p> <p>根据公司2020年报显示，公司珠三角地区营业收入占比为</p>

73.75%，珠三角以外地区营业收入占比为 24.36%，广东省外营业收入占比为 1.88%。

2、未来乳酸菌饮料的发展趋势？

答：乳酸菌饮料是用鲜乳或乳制品为原料，经乳酸菌类培养发酵制得的乳液产品，其富含“益生菌”，有利于促进肠道对营养物质的吸收。未来，伴随着消费者健康管理观念的不断提高及消费习惯的培养，乳酸菌饮料市场将持续向好。

3、当前公司的产能及利用率情况，可否拆分各工厂情况？自有奶源占比为多少，其他原料奶来自哪里？奶价对于公司的毛利率影响如何？

答：根据年报显示，2020 年公司产能情况如下：

项目	设计产能（吨/年）	2020 年实际年产量（吨/年）	比例
广州旗舰工厂	198,000	144,606	73%
湛江生产基地	55,000	30,409	55%
合计	253,000	175,015	69%

奶价的上升，将会相应增加营业成本，降低毛利率，反之则减少营业成本，提高毛利率。目前，公司自有奶源占三分之一，通过战略合作牧场提供的原料奶占三分之二，公司与战略合作牧场通过一年一签的方式提前锁定次年原奶供应量与供应价格，有效保障公司和合作牧场的共同利益，促进和谐、健康发展。

4、公司冷链配送、送奶到户的物流供应链情况？送奶入户在低温的占比有多少？

答：公司自有近两百辆冷藏运输车、超过 200 人的专业配送队伍，构建了广东省乃至华南地区规模最大的乳制品冷链配送体系之一，目前基本满足公司低温产品在珠三角区域的运输。

公司低温产品的销售渠道包含经销渠道、送奶入户渠道、商超、机团等，除了我们自有的送奶入户渠道外，经销商也有此类型业务，因此公司暂无法统计相关渠道占比。

5、 公司目前渠道及经销商的体系结构规模以及占比？

答：公司目前营销渠道包括经销、商超、机团、专营店、送奶服务部等几乎覆盖全渠道的线下立体化营销网络及线上电商销售模式。

其中以经销商渠道为主，占公司营收 65%以上。

6、 新董事长上任对于经营发展战略有何调整？

答：公司新董事长上任以来，坚持以“精耕广东、放眼华南、迈向全国”为发展战略，以“质量立企、科技兴企、人才强企”为发展方针，持续强化奶源保障，提高产能规模，推动科技创新，积极开拓新渠道、新市场，引入战略联盟，丰富营销模式，不断扩大公司的市场占有率和品牌影响力，同时深化延伸新产业模块，促进牧工贸一体化，深入打造多元化产业链。

7、 学生奶的销售收入和毛利情况？未来可能的增速和行业规模大概多少？

答：公司作为“国家学生饮用奶计划推广先进企业”，于 2019 年还获得首批（17 家）低温学生奶试点企业资质，推广学生奶是企业承担社会责任的重要表现，同时也有利于培育学生的健康饮奶习惯，提升企业形象。

目前，国家、协会层面，均积极倡导每人尽量保证每天摄入 300 克的奶及奶制品，综合考虑我国目前在校学生人数，未来我国学生奶发展前景可期。

8、 公司对于超巴奶的评判其对低温行业的影响。

答：目前，超巴奶标准类产品推出后，得到部分消费者的认可。尽管如此，因低温奶能最大程度保留牛奶中的天然活性营养、营养成分和新鲜风味，随着消费者日益注重健康管理和产品品质，未来低温奶将成为发展的主要趋势。

9、 公司今年推出了哪些新品？

答：公司坚持科技兴乳，秉承“研发一代、储备一代、推出一代”的产品上市原则，积极利用“国家乳制品加工技术研发专业中心”和

	<p>博士后科研工作站，结合消费者的需求，不断推出新品。2021年，公司推出了“原生基因·天然亲和”A2β-酪蛋白鲜牛奶、鲜牛乳含量高达80%的全新休闲零食“鲜奶布丁”、鲜致牧场ELS牛奶等新品，深受消费者喜爱。</p> <p>10、2021年公司实现高增长的原因？该增长趋势今年能得到延续吗？</p> <p>答：公司今年一季度的业绩增长主要原因是，随着消费者健康管理意识不断提升，乳制品消费市场迎来新的发展机遇。同时，2021年“就地过年”政策激发了消费者的节日消费活力，公司不断开拓新渠道、新市场，优化产品结构，增强了综合盈利能力。另一方面，由于2020年一季度疫情使乳品终端需求受到一定抑制，从而导致公司2020年第一季度业绩基数相对较低。</p> <p>未来，伴随着城乡居民收入水平提高、城镇化和学生饮用奶计划等加快推进、消费者健康管理观念的不断提高及消费习惯的培养，加之国家、协会层面均积极倡导每人尽量保证每天摄入300克的奶及奶制品，乳制品消费市场仍将保持持续、稳定增长。</p> <p>（说明：已剔除近期调研活动中的重复性问答。）</p>
附件清单 （如有）	无
日期	2021-6-4