证券代码：300898

证券简称：熊猫乳品

熊猫乳品集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-005

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 √分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	华美国籍投资集团有限公司：齐全 中银资管：刘航 汇华理财有限公司：游彤煦 上海朴道瑞富投资管理中心：张富绅 重庆德瑞恒丰资产管理有限公司：江昕 哈尔滨银行：王娇 宝盈基金：王静 澄怀投资：杨兆媛 中债信用增进投资股份有限公司：张文静 高毅资产：王治璇 明泰汇金资本投资有限公司：钱健
时间	2021年8月31日 14:00—15:00
地点	西部证券线上会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书徐笑宇、证券事务代表傅妙妙
投资者关系活动主要内容介绍	详见会议纪要
附件清单（如有）	会议纪要
日期	2021年8月31日

附件：会议纪要

一、公司简介

“熊猫”品牌已有六十多年历史，公司的主营业务为浓缩乳制品的研发、生产和销售以及乳品贸易。公司现有浙江、山东、海南三个工厂，主要产品包括炼乳、奶酪、奶油、椰浆等，广泛应用于餐饮、烘焙、饮品、食品加工和家庭消费等领域。

公司经过多年拓展经营，已建立经销、直销两大营销渠道。经销网络已涵盖全国大部分省份；直销方面，公司与国内多家知名的食品企业建立了长期的战略合作关系。

(1) 炼乳是公司的核心产品，主要应用于饮品、烘焙和食品工业当中。公司从事炼乳的生产和销售已经有二十多年，在炼乳市场具有较大的竞争优势。目前公司在国内炼乳市场的市占率排名第二，国产品牌中排名第一。

(2) 近几年公司也是在积极布局奶酪板块，先后推出了马苏里拉奶酪和儿童奶酪棒等产品，并借此逐步切入C端市场。今年上半年公司推出了专为儿童研制的520奶酪棒，主打“5倍牛奶钙、2倍牛奶蛋白、0蔗糖”的概念。

(3) 今年夏天流行椰子风味饮品，公司的冷冻椰子乳作为产品原料，已经与几个茶饮大客户建立了合作，目前也是在积极扩充产能来满足订单需求。

公司已经在8月18日披露半年度报告，总体业绩稳中有进，报告期内营业收入3.9亿元，同比增加65.48%，净利润3,632万元，同比增加222.37%。报告期内增长的主要原因有餐饮消费市场的恢复以及公司对于终端客户的大力开发。

二、问答环节

Q1：（半年报）净利润增长的原因分析？

A：去年受到疫情影响，基数比较低。上半年营收增长，固定成本不变，数据上（净利润）绝对值增加了2千多万，所以增长比例较大。

Q2：各产品的（营收情况）拆分？

A：（1）公司未来战略重点在奶酪，作为第二增长曲线。

T0 B端的产品有马苏里拉奶酪和奶油奶酪，主要做餐饮，起步已经有2年多，负责这块业务的领导曾就职于百吉福和妙可蓝多。奶酪的竞争压力比较大，原因是竞品的价格较低，大的连锁店进入需要时间。

T0 C端的奶酪，今年4月份开始招商，招商比较顺利，奶酪布局的进度比预计的稍微慢了一点，原因是市场上促销政策都很大。公司计划做一些差异化产品，奶酪独立片、奶油奶酪、休闲奶酪等。

（2）核心产品还是炼乳。贡献了大部分营收和利润。

(3) 冷冻椰子乳产品：今年夏天比较受欢迎，相比于椰子粉来说，冷冻椰子乳的口感更好。目前签了古茗、蜜雪冰城等大客户。

Q3：冷冻椰子乳和炼乳主要都是做 B 端么？

A：对。

Q4：奶酪重点放 C 端还是 B 端？

A：C 端。

Q5：奶酪渠道切换的布局是怎样的？

A：在 B 端市场，公司有很好的基础和品牌，会继续做大。公司尝试 C 端渠道，专门成立零售事业部，以奶酪为基础做布局，公司坚持做差异化布局，在战区上做调整，避开竞争特别激烈的地区，先布局二三线城市。广告也会挑选有优势的重点城市做，不会大量铺开，但是会把重点渠道铺好。下半年会多一些产品类型。

Q6：奶酪重点城市有哪些？

A：山东和浙江。奶酪的生产地山东，浙江是母公司所在地。

Q7：奶酪人员布局的考量？

A：负责团队组建的领导从外面引进的比较多，是一些竞品公司的经理。销售和中层领导会自己培养。

Q8：妙飞也推出 0 蔗糖产品，我们当时是怎么考虑？

A：0 蔗糖奶酪棒 4 月份上市，在年初就有考虑了。主要是进行主题差异化考虑，从儿童的健康着手，提升文字方面的印象，提出了 520 的概念。现在很多品牌都会有 0 蔗糖的产品，差异化和不断优化才是食品企业的考验。

Q9：炼乳竞争格局分析？

A：（1）餐饮端，公司已经超过竞品。（2）零售方面竞品有优势，但是炼乳产品在零售场景增长有限。（3）烘焙和饮品是炼乳增长比较快的渠道，竞品的占有率不多。我们也签了几家比较大的饮品企业，乐乐茶、喜茶、古茗、七分甜都会有一些合作。

Q10：公司的竞争优势有哪些？

A：公司对于新品开发和合作应用比竞品更灵活。香飘飘茶饮用的条包，这种产品类型我们做的最早，比如书亦烧仙草这种应用到条包的市场基本上是我们的。

Q11：关于经销商的情况，每个报告期都有新增和减少，变动的原因是什么？

A：疫情影响有一些经销商受到严重影响，有一些退出。近几年公司注重终端渠道的开发，越来越注重烘焙、饮品的经销商，所以会有一些经销商的变化。

Q12：奶酪和椰子乳产品的毛利和净利率情况如何？

A: 椰子乳作为 TO B 原料产品, 是新产品, 毛利高于一般的 TO B 产品。奶酪的价格在被动调整, 毛利会降下来一点。

Q13: 是否会考虑电梯广告和动漫 IP。营销布局是怎样的?

A: 公司根据市场调整布局, 本身熊猫的形象已经是很好的 IP。会考虑电梯广告的合作。