

证券代码：002946

证券简称：新乳业

新希望乳业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
参与单位名称	天风证券 张东雪、国盛证券 杨传忻、长城证券 陈姝、民生证券 刘光意、开源证券 张宇光、开源证券 叶松霖、国投瑞银 王方、紫金保险 熊梓宇、君和资本 刘旭文、太平洋证券 蔡雪昱、东兴证券 韦香怡、华创证券 欧阳予、华夏基金 王世佳、中信证券 汤学章、中银国际证券 毕翹楚、中欧基金 冯允鹏、恩宝基金 周翔、中金公司 方云朋、天风自营 薛余来、宽远资产 刘佳奇、同泰基金 麦健沛、东方财富证券 李欣欣、金泊投资 陈建煌、金泊投资 陈佳琦等
时间	2021 年 9 月 29 日 15:00-17:30;
地点	宁夏夏进乳业集团股份有限公司工厂
上市公司接待人员姓名	董事、总裁：朱川 党委书记、董事会秘书、总裁助理：郑世锋 夏进乳业总经理：黄学 董事会办公室：何经纬
投资者关系活动主要内容介绍	公司整体情况介绍： 新乳业是新希望集团旗下重要的事业板块，新希望在 2001 年进入乳制品赛道，新乳业于 2019 年成功上市。经过二十年的耕耘，新乳业在西南、华东、华中、华北、西北及东南地区均有布局，目前，公司共有 57 家控股子公司、16 个工厂、15 个主要乳品品牌以及 13 个自有牧场。公司在 2021 上半年营业总收入 43.16 亿元，同比增长近 70%，归母净利润 1.46 亿元，同比增长 90%以上。 新乳业的核心特点：新乳业的“新”字取自新希望的“新”，公

	司也有很多与“新”相关的特点：第一个是“新鲜”，公司在 2010 年提出“鲜战略”并以新鲜为核心，存量部分公司的低温奶产品占总产品比例从不到 30%上升到接近 60%。第二个方面是“新潮”。公司的产品以低温类为主，积极开拓年轻客群，而年轻消费者对产品的新潮、创新要求较高。公司通过不断创新产品来满足消费者对新鲜度的要求，同时公司采取更加符合潮流、消费者更加喜闻乐见的营销方式和消费者建立连接和互动。第三个方面是“新科技”，主要包含两点，其一是生物科技，公司的牛奶业务与生物科技高度相关，在上游的奶牛养殖、产品研发端等都需要利用生物技术提高竞争力。公司在全球四大洲六个国家拥有合作研发平台，在成都有科技研究院，在上海有研发中心，不断增强公司的科研力量和布局，增强生物技术实力。其二是数字化科技，数字化转型是新乳业未来 5 年战略规划里面非常重要的战略组成部分。数字化转型包括智慧牧场、智慧工厂、智慧营销、智慧管理等内容，这是公司后续发力建设的重点。 新乳业的第二个核心特点是其独特的发展路径，新乳业是一家通过并购整合发展起来的企业。从 2001 年进入乳品行业，公司最初并没有相关经验，所以通过并购的方式积累发展。在 2001 年到 2003 年，公司进行了第一轮并购，收购了七、八家地方乳企。当时的整合管理难度很大，公司管理层在这个过程中不断吸取经验教训并优化整合管理方法。 2010 年是公司发展重要的转折点，新的领导班子对并购整合经验做系统化梳理，并向集团申请了很好的激励机制，促进公司发展，“鲜战略”也在这一年被提出。此后公司进入快速发展阶段。 在 2015 年至 2016 年，公司进行了第二轮并购，公司收购了四家企业，多为亏损企业。在第二轮并购中，公司管理层很好地利用过往积累的经验和方法进行投后的整合与管理，在见效快的企业用一年左右就收获了很好的成效，整合难度大的企业也在 2-3 年便实现扭亏为盈。在该轮并购中，湖南南山是整合管理难度最大的公司，也在不到 3 年的时间里发生很大的变化，这也体现了新乳业核心的可复制的整合能力。
--	--

在 2019 年公司上市后，开始了第三轮并购。公司先后并购/投资了现代牧业、夏进乳业、澳牛乳业、一只酸奶牛以及 9 月份刚刚发布的澳亚投资。

未来三年新乳业的收入和利润要在 2020 年的基础上“翻一番”，公司股权激励的目标也是相匹配的。未来五年，我们希望公司能快速做大规模，力争进入全球领先乳企的行列。

问答环节：

1. 夏进未来五年的战略规划要如何实施？

夏进自 1992 年成立，到明年就是 30 周年了。夏进发展历程比较久，是一个朴实、勤奋的公司。未来布局主要有几点：（1）夏进产品在宁夏本地市场市占率高，未来面对的是产品升级和渠道变化。目前线上渠道占比较低，现在夏进开始在私域流量开展优化管理，未来在低温、鲜奶、酸奶上渠道策略也会有变化；（2）夏进在陕西、甘肃做全品类布局，做市场复制；（3）在河南、山东、辽宁有一些客户沉淀和品牌价值积淀，会进行供应链的延伸；（4）对于类似“枸杞奶”、“塞上牧场”这类地方特色产品，则会通过线上销售走向全国。

2. 夏进对低温的布局？

（1）消费升级是逐步的，目前夏进的渠道网络已经可以支撑公司在宁夏五年低温增长两倍的目标。夏进按照自己渠道的建设和开发，会走到年轻消费者购物的场景里面去。（2）同时夏进正着力完善人才激励机制，促进人效提升。（3）产品研发上总部积极帮助夏进做研发升级，低温产品也会有能力上的分享。（4）低温产品毛利率会逐步提高，未来夏进盈利能力还有提升空间。

3. 后续低温净利率提升的空间？

未来低温盈利可提升：一方面是车辆满载率的提升；另一方面是单点产出的提高，损耗的降低；第三方面是新品的不断推出和贡献的

	增加。低温板块规模体量提升后，加以管理改进和方法改善，可以实现低温板块增长的正循环。 4. 整合夏进的具体的心得？ （1）首先，标的公司管理层在并购整合过程中，需要对高管、合约条款、指标设定等有争取共识的态度，对文化有高度的认可。（2）收购主体本身需要有“过硬”的经营能力，这几年新乳业在低温产品上有产品创新、营销管理、渠道建设，整体发展良好，积累了不少的经验，这是整个并购整合成功的核心。（3）管控能力，包括母子公司之间的管控方式，比如红线管理，平台的提供，以及销售工具、生产管理的工具方法等的赋能，同时给子公司提供可根据自身的情况采用的适宜的模式。（4）在品牌营销、数字科技、研发创新、公共关系等方面不断输出、赋能。（5）总部也会不断吸取每一个并购公司的优点，持续提升对市场把控的能力。 5. 新乳业控股后，夏进公司运营的最大的变化？ （1）夏进多年来积累了一个较好的管理基础，新乳业进来后，制定了五年规划，2021 年是按照规划的思路推进。（2）经过 3-5 个月新乳业的文化在夏进就得到很好的贯彻、宣传和沉淀。（3）新乳业进入后，进行了老产品提升，新产品开发，目前产品更新都已完成。（4）人才梯队建设上，夏进原来投入比较少，新乳业并购整合后，一方面在各个条线输入人员；另一方面内部也定期对员工、干部进行培训。从管理手段、管理能力上不断提升。（5）夏进与新乳业下属其他“兄弟公司”每个月都在做对标，取长补短，吸取经验。公司每年在制造成本上都有所降低，运营效率比较高。年初至今原奶价格上涨，公司也想办法去消化成本，做了一些管理指标的要求，效益比较明显。 6. 未来夏进低温鲜奶和酸奶上是如何看？ 根据新乳业战略指引和夏进的规划要求，低温都是非常重要的品
--	--

	类，夏进未来无论在低温鲜奶还是低温酸奶上都会加大研发创新和拓展力度，逐步提升低温产品的占比。 7. 未来会采取哪种方式扩张自有可控奶源？ 公司目前自有可控奶源占比接近 50%，未来会保持该相对稳定的比例，根据公司发展的需要，继续适度布局上游奶源。主要通过两个方面：（1）公司会继续进行适当的牧场建设，包括夏进二期、部分核心工厂的周边地区。（2）根据需要，在合适的机遇下，也可通过投资更快速地获得稳定可控的奶源。 8. 当前行业在上游的布局越来越多，当奶价掉头向下，公司如何对冲重资产的牧场对公司盈利带来的影响？ 奶价波动有一定的周期性，在供求关系的博弈中，奶价的变动会逐步趋于合理。公司投资和自建的牧场都是为公司自身下游产品服务，只要下游产品需求稳定增长，上游的奶价变化对公司整体盈利能力影响不大。并且，自建牧场的饲草饲料品质更高，管理更加精细，原奶品质更好，可以支撑下游更高的产品品质和溢价空间，从而提升盈利水平。 9. 低温鲜奶是否增速较快，行业集中度较低？ 鲜奶行业集中度低于酸奶，且低于常温奶。鲜奶有运输半径，也有送奶上户等特殊形式，因此有相对封闭的渠道和人群，有较强的区域属性。消费者在消费过程中，也有选择本地新鲜产品的习惯。 10. 消费者对低温产品的区别感知不明确，公司如何进行消费者教育？ 中国市场消费者的需求千差万别，但是作为企业必须要明示，明确地告诉消费者产品的特性和所具备的营养成分。新乳业一直在做消费者沟通和交流，对于低温乳企业，与消费者的沟通是非常重要的。公司持续在通过产品包装、营销投放、“食育乐园”、直播、视频运
--	--

	营等方式向消费者传播产品特点、核心品质和供应链的服务能力。
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 10 月 8 日