

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：2021-006

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	东方基金：吕燕晨 淳厚基金：祁洁萍 华安证券：陆金鑫 递归资产：陈曦 金元顺安基金：侯斌 国网英大集团：王理廷 和聚：宋月婷
时间	2021 年 11 月 4 日 15:00—16:00
地点	华安证券线上会议
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 11 月 4 日

附件：会议纪要

一、公司三季报情况：

第三季度营收 2.27 亿，同比增长 13.47%，归母净利润 2,300 万元，同比有些下降，毛利率 28%，与去年同期持平。

今年前三季度营收 6.18 亿，同比增长 41%，归母净利润 6,000 万元，同比增长 58%，毛利率和净利润率有所上涨，前三季度整体比较乐观。

第三季度回落的原因：去年的基数高。去年第三季度疫情缓和后，经销商和终端补库存比较多。

营收增长的原因：（1）这几年对终端餐饮的持续开发取得了回报，第三季度餐饮增长 20%以上；（2）食品原料部保持两位数增长，主要是一些新品（海南公司生产的冷冻椰子乳，作为专供饮品的原料，签了古茗和蜜雪冰城 2 个大客户），未来可能这个单品还会有新的增量；（3）零售奶酪业务的拓展，相关销售费用（含人员费用、进场费、条码费、促销费用）拉低了集团的利润。

二、问答环节：

Q1：第三季度盈利承压，炼乳等产品成本上涨，公司有哪些应对策略？

A：（1）第三季度成本压力还好，毛利率没有太大的变化。核心原材料奶粉和白砂糖涨价，但公司预料到原材料价格上涨的压力，年初就进行了战略采购准备。（2）去年底因为鲜奶和奶粉价格的上涨，公司调整了销售价格。公司有调价的主动权，这个问题还在关注，目前还没有定。

Q2：公司目前对餐饮、工业渠道的发展策略怎么样？比如餐饮里的烘焙、茶饮增长很快，公司已经开拓了哪些客户，未来的发展策略？和竞品相比的优势和挑战有哪些？

A：（1）餐饮渠道里面中餐的增长有限，看好烘焙和饮品渠道，乐乐茶、阿姨奶茶、喜茶都是我们的客户，熊猫更贴近市场，饮品配方的共同开发以及配方变化的配合程度相对于竞品有一定优势。（2）大工业方面，竞品在炼乳领域做的时间比较长，国外的品牌影响力还在，但我们的灵活性较好，配方应急快，对客户的配合度比较好，比如达能、新希望酸奶用炼乳的时候找我们共同研究配方；我们在新品上的应用也领先一步，比如奶茶的条包，我们速度和价格方面有一定的优势。（3）国潮兴起国内品牌越来越被认可，都会推动我们这个品牌炼乳在渠道上与竞品占有同等的份额。

Q3: 公司贸易业务由于毛利率不高, 对公司有一些影响, 未来的策略、业务的定位、发展的战略?

A: 贸易不是我们的主战略, 但和公司主业是协同的。因为子公司之前做的不错, 客户建立了比较好的关系, 所以贸易业务一直在做。我们对奶粉国际价格的掌握, 制造企业也会有这样的需求, 未来希望能在保证利润的前提下稳定增长体量。

Q4: 目前产能已经跑满了吗?

A: 炼乳有淡旺季差别, 3-7 月比较淡, 10 月到 1 月比较旺, 苍南厂的产能已经满了, 山东厂还是有剩余。

Q5: 我们是炼乳行业第二大公司, 对下游客户的成本转嫁能力如何?

A: 两家在炼乳市场上地位明确, 保持固定的价格体系。

Q6: 零售市场方面, 在上海经常能看到, 公司对零售市场的布局 and 思路?

A: 奶酪会打开第二增长曲线, 熊猫预备了相当的资源去做, 配了团队也找了营销机构协助。奶酪棒是比较好的突破口, 我们用它构建零售体系。

Q7: 研发和设备和其他竞品是统一的, 设备都是春光、中亚提供? 还是说我们自身的研发路线不太一样?

A: 研发路线同中取异, 设备方面是春光和中亚的。