

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	阿巴马资管：詹炳东、李琪 燊茂投资：李旭明 科金控股：蒋明山 璞一投资：陈俊伟 励京投资：朱垵 粤信志诚资产：林佳增 善一投资：何延庆 诚鸣基金：许伟明 科乐投资：何沛 三和创赢资产：周亚军 百嘉基金：黄超 兴鼎鳌投资资产：江卫军 易高资本：郭玥希 宝悦天富：叶诗文 麻王投资：冯健饶 邦得资本：潘奕成
时间	2022年2月18日 15：30—16：00
地点	广州市天河区临江大道395号天德广场1号楼26层粤开证券股份 有限公司会议活动室
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

投资者关系 活动主要内 容介绍	<p>1、公司目前市场开拓情况？</p> <p>答：公司坚持“精耕广东，放眼华南，迈向全国”的发展战略，精耕横拓省内外市场，深挖粤港澳大湾区市场。</p> <p>作为公司销售市场的主战场，粤港澳大湾区总人口约 7000 万人，是中国开放程度最高、经济活力最强的区域之一，乳制品消费市场需求巨大，一直都是公司发展的重心。同时，公司合理借助已有的线下营销渠道、配送优势、客户资源和品牌美誉，逐步加大对省外区域的市场开拓，目前的省外销售业务已在海南、广西、江西、湖南、福建等周边省份展开。此外，公司电商渠道已实现全国接单与供货。</p>		
	<p>2、当前公司的产能及利用率情况？未来是否有产能扩张计划？</p> <p>答：根据公司《2021 年半年度报告》显示，公司产能情况如下：</p>		
	项目	设计产能（吨/年）	2021 年上半年产量（吨/年）
	广州旗舰工厂	198,000	144,606
	湛江生产基地	55,000	30,409
	合计	253,000	175,015
	<p>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、技改、寻找优质代加工方等方式，满足公司发展需求。</p>		
	<p>3、公司面对其他乳企的竞争，主要竞争优势都有哪些？</p> <p>公司目前已经建立起稳定优质的奶源优势、新鲜安全的产品质量优势、区域品牌影响力优势、差异化的产品品类优势、完善封闭的冷链配送优势、覆盖率高的立体销售网络优势、强大的产品研发优势、智能工厂生产技术优势等，赢得了众多消费者的认可，拥有较高的品牌知名度和市场影响力。</p>		
	<p>奶源方面，通过建立全新型、现代化的自有奶源基地，以“规模化、集约化、标准化”的方式进行管理，奶源质量处于南方领先水平。同时，公司与大中型牧场建立战略合作关系，通过带动合作牧场养殖水平全面提高，保障公司稳定优质的原料奶来源。</p>		
	<p>生产质量方面，公司建立了华南地区乃至全国领先成熟的乳制品</p>		

产品质量控制体系，先后通过 FSSC22000、ISO9001、HACCP、GMP、ISO14001、ISO45001 认证。同时，公司建立起完善的质量检测体系，为高品质、差异化的特色产品提供了完善的保障。

研发技术方面，公司充分利用国家乳制品加工技术研发专业中心和博士后科研工作站，提高公司的技术创新，推进科技成果转化。同时，公司通过与高等院校的全面合作，发挥高等院校在人才、研发能力上的优势。此外，公司结合本土独特的饮食文化，形成了独特的产品风格。

市场营销方面，公司已构建了立体式营销网络，能够迅速、灵活的响应消费者的消费需求，充分发挥区域性乳制品企业的优势，避免与其他全国性品牌或区域性品牌在营销渠道上形成较大的冲突。

冷链运输方面，公司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。一方面，充分缩短配送链条，有效避免了转运切割或业务外包中高发的质量失控风险，确保产品质量的稳定。另一方面，使得公司可以直接掌握所有终端销售网络信息，构建起封闭的渠道管控体系，同时也直观的向消费者传递“新鲜、健康”的产品理念。

4、如何应对伊利、蒙牛等品牌在广东地区带来的竞争压力？

广东是经济大省，人口多且人均收入较高，广东乃至华南地区的乳制品消费市场空间和潜力都很大，各大型乳企在广东布局生产或销售的情况早已存在，相应的竞争格局也早已存在。

根据《中国奶业统计》年鉴的数据显示，我国人均饮奶量约世界平均饮奶量的三分之一。自步入后疫情时代，消费者健康管理意识不断提高，加之国家卫生健康委员会发布《新冠肺炎防治营养膳食指导》提出“尽量保证每天摄入 300 克的奶及奶制品”，这将积极促进消费者的乳制品消费，乳制品消费市场空间将迎来全新的发展局面。

未来，公司坚持以“精耕广东、放眼华南、迈向全国”为发展战略，进一步深化企业管理体制改革，坚持“质量立企、科技兴企、人

	<p>才强企”的发展方针，坚持走专业化品牌发展路线，利用已有的品牌、渠道和科研技术优势，巩固并提升公司在广东省现有行业地位的基础上，善用优质市场资源，积极加大力度扩张外埠市场，提高市场占有率和品牌影响力，寻找新的利润增长点，筑牢企业发展根基。</p> <p>5、公司有没有并购计划？</p> <p>答：公司一直坚持实体经营和资本运作双轮驱动，坚持“精耕广东、放眼华南、迈向全国”的经营战略，结合自身发展情况，围绕经营主业，在省内和省外寻找与公司产业关联度较高、与战略步骤推进相匹配的投资机会，同时也欢迎市场向我们推荐投资项目。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2022-2-18