

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	方正证券：张冬雪、刘畅、杨笑谈、孙思茹、周翔 广发基金：陈樱子、丁泽、侯跃隆 前海开源基金：毕建强、袁怡纯 广汇缘投资：李少玲、赵鹏 摩根士丹利：苏香、王宠 中欧瑞博投资管理：杨舸 金信基金：龙毅、杨杰 华泰柏瑞基金：王欣然 工银瑞信基金：袁辰昱 景顺长城基金：黄海晨 北信瑞丰基金：庞文杰 华泰证券资管：冯潇 东方证券自营：邢恺 华夏基金：李柄桦 博时基金：柴文超 长城基金：柴程森 建信基金：张艳姝 安信基金：陈嵩昆 人保资产：张海波 东方基金：吕燕晨 长金投资：何明瑾

	<p>高毅资产：王治璇</p> <p>君和资本：刘旭文</p> <p>富国基金：余驰</p> <p>德邦基金：刘敏</p>
时间	2022年4月28日
地点	电话会议
上市公司接待人员	<p>副总经理兼董事会秘书：李春锋</p> <p>证券事务代表：李嘉旋</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、疫情对乳制品行业发展的影响？</p> <p>答：您好。作为国民营养膳食结构中的重要一环，奶业是健康中国、强壮民族不可或缺的产业。近年来，随着国家奶业振兴战略的全面推进，“奶”被列为需要保障供给安全的重要农产品。</p> <p>疫情对乳制品行业的发展既是机遇也是挑战。疫情等不可抗力事件的爆发，会阶段性对消费者的消费需求、场景、方式以及企业的成本、生产效率、供应链等造成影响，与此同时，基于乳制品的功效，消费者健康管理意识不断提升，国家卫生健康委员会发布的《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”，乳制品消费市场迎来较好发展前景。</p> <p>2、怎么看待今年公司一季度业绩下跌？</p> <p>答：您好。2022年，面对广东地区多点疫情突发，公司在做好疫情防控的同时，积极调整经营策略，不断推动精细化管理、开展精准营销，加大力度开拓新渠道、新市场，促使公司经营业绩总体平稳。公司2022年一季度净利润同比下降的主要原因是：一是珠三角部分城市受疫情影响，阶段性抑制了消费需求、影响生产效率；二是2021年第一季度气候温暖，同时国家倡导“就地过年”，并出台相关扶持政策，激发春节消费旺盛活力，从而导致公司2021年第一季度业绩基础相对较高；三是受国内外大环境影响，部分原材料成本持续上升，同时社保、公积金支出受上年度缴费基数调整相应增加。</p>

此外，从公司历年业绩来看，一季度业绩占全年比例较低。公司2019年-2022年第一季度实现营业收入分别为28,137.00万元、25,849.40万元、39,837.62万元、38,645.55万元，年均增长率为11.16%；实现净利润分别为1,093.95万元、85.46万元、3,411.62万元、1,996.00万元，公司经营情况总体平稳。

3、在珠三角地区，伊利、蒙牛的对我们的竞争压力如何？

答：您好。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。自步入后疫情时代，消费者健康管理意识不断提升，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。

公司作为以低温奶产品占有相对优势的城市型乳制品加工企业，公司品牌在本地竞争优势突出，这是区域性乳企的天然竞争优势。常温奶方面，坚持走差异化、精细化的产品研发策略，结合本土独特的饮食文化，公司走出一条具有自身特色的产品发展道路，形成了独特的产品风格。

同时，公司已构建起特色工牧一体化全产业链，通过各节点资源的优化配置，充分发挥各生产管理环节之间的协同效应，实现了标准化生产并有效降低运营管理成本。比方说，在上游环节，通过自有奶源基地和战略合作奶源基地，保障了公司稳定优质的原料奶来源；在中游环节，通过领先成熟的乳制品产品质量控制体系和华南地区最大的乳品冷链配送体系，全面确保产品的高品质，同时积极利用“国家乳制品加工技术研发专业中心”和博士后科研工作站，结合消费者的需求，不断推出新品，丰富产品线；在下游环节，通过立体的销售网络，快速获取市场信息，实现供需精准匹配，并反向推动产业链上中游环节的改善和创新。

4、乳制品是大众消费品，季节波动比较小，为何公司收入的周期性比较明显？

答：您好。珠三角这边城市外来人口较多，春节期间回家过年，因此会对公司业绩产生一定影响。同时，受气候因素影响，广东省乳制品消费量夏季、秋季高于冬季、春季。

5、公司未来在省外拓展的计划如何？

答：粤港澳大湾区的消费群体巨大、产品需求旺盛，一直是公司的发展重心。过去受限于产能，公司产品会优先就近供应、就优势渠道和优势市场供应。自公司旗舰工厂投产后，公司产能逐步释放，公司也逐步加大周边市场的开拓力度，分区域销售收入情况详情请参见公司定期报告。未来，公司将继续坚持以精耕广东、放眼华南、迈向全国为发展战略，坚持精耕和横拓并举，逐步开拓周边外埠市场。

6、自有奶源和合作奶源的占比以及定价方式？

公司的原料奶来源于自有奶源基地和战略合作奶源基地，目前公司自有原料奶数量占当期原料奶消耗量的比重约为三分之一，长期战略合作奶源基地供应的原料奶约占三分之二。

公司与战略合作牧场的购销合同一年一签，原奶定价主要以原奶中各项检测指标为依据，提前定价锁价。自有牧场原奶定价与战略合作牧场定价方式一致。

7、公司产能利用率如何？目前原奶的供给能否支持工厂的产能？

答：根据公司年报显示：

项目	设计产能（吨/年）	2021年实际年产量（吨/年）	比率
广州旗舰工厂	216,000	153,832.86	71.22%
湛江生产基地	55,000	34,262.34	62.30%
合计	271,000	188,095.20	69.41%

同时，公司部分花式奶产品、液体乳类产品因需求旺盛，导致公司相关生产线短期内无法满足需求量，因此公司采用委托加工的方式生产，解决产能缺口。

目前，公司的原料奶来源于自有奶源基地和战略合作奶源基地，

	<p>有效的保障了公司稳定优质的原料奶来源。2021年，公司在加紧推进阳江牧场二期建设的同时，结合公司业务发展需求，公司与甘肃前进牧业科技有限责任公司签署《投资合作协议》，公司拟投资8,000万元，前进牧业拟投资12,000万元，双方以燕塘传祁为项目建设公司，建设6,000头奶牛养殖基地产业化建设项目。</p> <p>8、公司2022年的经营目标和经营方向有没有变化？</p> <p>答：2022年，公司在做好疫情防控的同时，坚持创新驱动发展，坚持开源节流，不断推动精细化管理、开展精准营销，积极开拓新渠道、新市场，同时积极通过“米、面、油、肉、蛋、菜、奶”等重要民生物资“绿色通道”及公司已有的社区团购等新零售渠道，聚焦最后一公里，努力再创佳绩，充分发挥乳业国家队示范引领作用，为提高国民健康和奶业振兴贡献力量。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2022-4-28