

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：2022-003

|               |  |   |
|---------------|--|---|
| 投资者关系活动类别     | <input type="checkbox"/> 特定对象调研<br><input type="checkbox"/> 媒体采访<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会<br><input type="checkbox"/> 现场参观  | <input type="checkbox"/> 分析师会议<br><input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 路演活动<br><input type="checkbox"/> 其他 |
| 参与单位及人员姓名     | 通过“全景·路演”（ <a href="http://rs.p5w.net">http://rs.p5w.net</a> ）参加公司 2021 年度业绩说明会的投资者  |   |
| 时间            | 2022 年 5 月 9 日 15:00-17:00;  |   |
| 地点            | 新希望乳业股份有限公司  |   |
| 上市公司接待人员姓名    | 董事长：席刚；<br>总裁：朱川；<br>独立董事：黄永庆；<br>党委书记、董事会秘书、总裁助理：郑世锋；<br>财务总监：褚雅楠；<br>保荐代表人：孙向威   |   |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p><b>交流环节：</b></p> <p><b>Q：公司电商经营的怎么样？</b></p> <p>A：21 年公司不断推动渠道变革，在线上线下、公域私域的渠道同步发展。21 年电商渠道取得增长 80% 以上的成绩，公司也在持续通过立体化的渠道发展来更好地触达消费者，提升用户的交互体验。</p> <p><b>Q：新乳业的拳头产品是哪一款？毛利率是多少？</b></p> <p>A：公司坚持“鲜立方”发展战略。品类中，低温鲜奶和低温酸奶为核心品类，低温鲜奶中，包括 24 小时鲜奶、A2 鲜奶、唯品有机鲜奶、娟姗鲜奶、今日鲜奶铺等明星单品，低温酸奶有活润系列、气泡酸奶等明星单品。24 小时鲜牛乳，是行业第一款以时间定义新鲜的鲜牛奶，采用特优级优质乳奶源，“只售卖上市当天”的超短售卖周期，并且</p> |   |

公司不断突破技术壁垒，在 24 小时鲜牛乳的基础上，全新升级黄金营养乳、铂金全优乳。“24 小时铂金全优乳”采用了 72℃/15S 的巴氏杀菌工艺，运用瑞典膜过滤技术，保留了更多活性营养物质，内含 20 倍免疫球蛋白，5 种活性营养+7 种微量营养素，以及 3.8g/100mL 优质乳蛋白，打造国内鲜奶价值新标杆。活润酸奶中，活润晶球酸奶采用自主研发的 3D 包埋技术，创新性地将益生菌包裹在晶球之中，提升益生菌存活率。“活润”晶球酸奶在 2021 年持续迭代升级，推出零糖晶球、肠胃双护双晶球新品，并在 FBIF 全球创新食品评鉴大赛中获得“全场最佳”的荣誉。2022 年，公司通过不断的研发创新，推出全新品类的酸奶产品——“酸奶生汽了”气泡酸奶，利用自然发酵产生气泡，口感清爽绵密。公司精确瞄准符合 Z 时代年轻消费群“感性又理性”的消费逻辑，抓住目标人群兴趣密码，使气泡酸奶获得亮眼的市场表现。公司明星产品毛利率高于平均，公司会持续推动科技创新，提升增长源动力。

**Q: 公司觉得疫情会改变消费者的消费习惯吗，目前有没有看到这样的趋势？**

A: 在疫情影响下，我们看到消费者对于“方便性”的需求增加。以往送奶上户渠道通过线下传统方式征订，增长幅度不大。现在公司通过线上线下渠道的结合和升级，使送奶上户渠道的订购方式更加灵活，取得了不错的增长。另一方面，疫情下消费者更加关注牛奶的营养价值，纯奶、低温产品、以及功能性的产品的消费意愿有所提升。

**Q: 你们公司的独立董事如何履行职责？**

A: 2021 年，公司三名独立董事按照相关法律法规和公司规章要求，诚信勤勉地履责。全年出席董事会 9 次，股东大会 2 次，无缺席。并就各次会议，发表独立意见，独立、公正、客观为公司建言献策。发挥专业能力，促进公司规范运作。同时各位独董对董事会决议执行情况进行跟踪检查，及时掌握公司经营状态，对公司规范经营、防控风险提供了专业性建议和意见，为促进公司规范运作、稳健发展发挥了积极作用。

**Q: 上海疫情，上海地区的销售是如何保证的，有哪些产品在售，是**

**哪里的工厂生产的？**

A：公司在华东地区有子公司布局，同时子公司唯品覆盖上海区域销售。上海疫情发生后，公司在新希望集团的统一部署下，第一时间取得保供资格，全产业链协同保障供应，从产品充足、运输畅通、最后一公里服务到位等方面进行工作安排。公司内部快速组建销售战队，营销网络快速渗透主要社群团购，生产保障充足货源，售后客服 24 小时保持畅通等，助力民生物资生产供应。

**Q：21 年整年，公司内部增长和新并购的公司分别贡献情况怎么样？**

A：从全年来看，规模增长中内生增长、外延贡献各占 50%左右，存量部分的利润增长更多，2021 年全年存量的收入、利润增速接近 20%。

**Q：贵公司在华东地区的业务，受疫情影响有多大？**

A：公司在上海、江浙地区有业务受疫情影响，在学生奶、咖啡店、商超连锁等销售渠道受限于学校不开学、门店关门等销售受阻，同时供应链物资及配送都有所影响。但在突发的疫情下，公司全产业链协同保障供应，从产品充足、运输畅通、最后一公里服务到位等方面进行工作安排。从 4 月情况看，华东地区公司在短暂的疫情影响后已经实现逆势高速增长，且品牌影响力得到提升。面对疫情突发，唯品及华东公司快速组织、积极响应，营销端快速渗透主要社群团购，供应端保障充足货源，冷链端保障运输体系持续稳定，客服端 24 小时保持畅通等等。目前华东地区需求持续、供给稳定、动销良好，唯品 4 月份单月收入增长超过 50%，双峰 4 月收入也创造三年来历史新高。

**Q：请问公司如何保持持续高增长？朝日唯品是否由代工厂生产？为何此前多次爆出质量问题？是否有收购上游牧场的计划？**

A：您好，（1）公司坚持“鲜立方”战略不动摇，以低温差异化战略为核心，通过品类、品牌、渠道、用户等维度的立体化发展，推动公司持续高质量增长。（2）为整合新乳业生产资源、避免重复投资，从而实现产能最大化利用，朝日唯品采用自有生产和内部代工相结合的生产模式。（3）公司坚持以“质量三让步、四严、五实”为食品安全和质量管理工作原则，培养全员质量意识，并通过创新研究、数字化助力，提升食品安全管控能力，持续对质量安全体系进行完善。

通过手机监察系统、LIMS 系统、物流和终端数字化系统，实现奶源、生产、流通环节远程品质和流程监控。2021 年，公司未发生食品安全事故及较大质量事故，质量投诉率同比下降。（4）公司将根据战略规划和发展要求适时适当考虑上游奶源的布局 and 规划。

**Q: 今年可能会有投资地方性奶企计划吗？**

A: 并购整合是公司独特的发展路径，未来公司仍将坚持并购整合的发展道路。在标的选择上，公司会审慎考虑标的是否契合公司战略，能否提升投资人价值和用户价值。公司始终遵循价值原则，通过内生、外延促进企业高质量地成长。

**Q: 公司觉得现在市场上鲜奶的竞争格局是什么样的？未来大家如何竞争呢？**

A: 鲜奶品类过去几年增速在提升，头部企业也开始重视这一品类，从大的格局来看是利好的，可以把市场容量做的更大。但是鲜奶与常温白奶产品有差异，具有很强的区域属性，对供应链、终端管控的要求非常高，同时低温鲜奶产品本身也有细分差异，不同品类适应不同的场景。基于鲜奶区域化的特点，我们在核心区域市场强调极致新鲜，提高消费者体验与交互，扩大核心区域的优势与市场份额。就核心市场来看，我们的鲜奶产品市占率稳步提升，增速快于行业，增长很好，渠道壁垒已经显现。而外埠地区保质期稍长的产品竞争比较激烈，因为品类更多保质期更长，市场更加下沉，头部企业之间的竞争也比较激烈，在不同层级的市场，我们也会开发一些相应类似的产品参与竞争，抢占市场份额。总体而言，相信健康、新鲜、高品质的产品未来会更加受到消费者欢迎，公司会坚持核心战略不动摇。

**Q: 新乳业主要营业收入是哪款产品？**

A: 您好，公司营业收入主要是液体乳产品，具体包括有低温鲜奶、低温酸奶、低温调制乳、低温乳饮料、常温纯奶、常温酸奶、常温调制乳、常温乳饮料、奶粉等产品。感谢您对新乳业的关注！

**Q: 面对 2021 年原材料涨价包装材料涨价，公司毛利率有所下降，公司对此做了哪些财务管理措施降本增效、提升价格波动影响的风险？**

A: 您好！公司面对原材料价格上涨，通过以下举措促使毛利率总体

保持平稳。(1)公司在2020年底针对奶价上涨做了前期预判和布局，进行了战略性锁定；(2)公司持续对产品结构进行升级调整，推动鲜奶品类高增长，促进产品高端化，缓解成本压力；公司鲜奶、高端产品都取得了较好的增加，2021年公司鲜奶实现了35%以上增长，高端纯奶、鲜奶及酸奶都取得了较好的高增长；(3)大力推广新品，公司通过科技创新提供增长源动力，公司依托四洲六国的研发体系，加大有科技含量的新品研发，年度内新品整体销售收入贡献超过10%，在低温鲜奶领域，以“循环农作，自然出美味”为品牌理念的唯品有机牛乳和“唯品”娟姗牛乳、口味香浓的国潮鲜奶“今日鲜奶铺”等，都成为了风靡年轻消费者的网红鲜奶；活润晶球酸奶获得了FBIF全球创新食品评鉴大赛中获得“全场最佳”的荣誉，也获得了消费者的认可。新品的科技含量带来了更高的溢价。(4)公司在内部运营上推行卓越运营管理，在制造效率、费用投放效率、资金效率等方面制定更高的目标，通过降本增效工作有效助力成本上涨的消化。

**Q: 上海的子公司还能恢复正常运营了吗？**

A: 上海疫情期间，公司第一时间同上海有关部门联络取得保供资格，唯品及华东片区公司业务团队立即响应，并组建专项战队。营销端快速渗透主要社群团购，供应端保障充足货源，冷链端保障运输体系持续稳定，客服端24小时保持畅通等等。在政府的领导下，公司上下竭尽全力满足消费者需求。从目前的情况来看，上海市场在短暂的影响后逆势高速增长，且品牌影响力得到了提升，唯品4月份单月收入增长超过50%。

**Q: 贵公司产品液体乳市场占有率是多少？竞争对手主要有哪些？**

A: 您好，公司以鲜立方战略为核心战略，低温乳制品也是公司的核心品类。根据尼尔森等调研数据，公司在四川、云南等核心城市市场，低温产品市占率拥有绝对领先优势。在宁夏，子公司夏进以常温液体乳为主，拥有超过50%的市场份额；同时近年来，公司在华东、华北等区域，市场占有率不断提升。公司将坚持“鲜立方战略”，通过品牌、品类、渠道、用户四个立体化，追寻高质量差异化发展，不断提升产品市占率，提升公司价值。感谢您的关注！

|          |  |
|----------|--|
|          | <p><b>Q: 疫情之下，公司有什么应对措施？</b></p> <p>A: 2022 年初，疫情对部分地区仍然造成一定的困扰和影响。从消费市场环境看，疫情使消费者更加注重便利性、更加注重饮食的营养健康、更加注重自身免疫力的提升，乳制品作为营养健康食品的代表越来越受到重视，对乳制品行业的长期消费增长形成利好。低温乳制品具有更佳的营养属性，越来越得到消费者的青睐。同时，消费方式不断变化，在电商和新零售业务不断发展的背景下，公司创新渠道发展，除深耕电商平台外，公司通过核心高管带头直播，转变员工思维方式，引导全员参与新模式的探索和实践，以更全、更广的触点与消费者建立连接。面对疫情下配送和服务受阻的问题，首先公司所有工厂严格按照防疫要求做好管理工作，所有工厂均正常生产保供；其次，华东等本轮疫情所在区域的公司快速响应和应对，第一时间取得保供资格并取得相应物流通行证，确保配送顺畅；第三，公司上下同欲，快速调整销售策略和应对方案，并全力以赴做好产品交付和服务，尽全力满足消费者需求。</p> |
| 附件清单（如有） | 无  |
| 日期       | 2022 年 5 月 9 日   |