

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：2022-003

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
形式	<input type="checkbox"/> 现场 <input checked="" type="checkbox"/> 网上 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司 2021 年度网上业绩说明会的投资者
时间	2022年05月10日 15:00-16:30
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	董事长李作恭、总经理李锡安、财务总监兼董事会秘书徐笑宇、独立董事刘培森
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 董事长好，请问对于打造新的业务增长点您认为有哪些方面的难点？</p> <p>回复：尊敬的投资者，您好！公司作为炼乳领域领先公司，相较外资对中国消费具备更好的服务能力，在消费升级驱动，餐饮标准化下，未来将通过积极灵活、差异化的战略，持续提升市场份额。与此同时，公司在奶酪领域早有布局，奶酪板块正在逐步成为公司浓缩乳制品业务新的增长点。除核心产品炼乳、甜奶酱、奶油等以外，公司将继续地开发植物基产品。同时抓住饮品趋势，做好重点区域的市场突破，做好存量、增量的业务；强化销售队伍，加强、团队建设与与管理，做好重点用户的开发工作。除核心产品炼乳跟奶油持续增长外，继续地开发植物基产品。健全分销网络、制定产品的组合、做好产品渠道供应，推出高质价比产品。C端业务方面，深度谋划新品营销，积极推出新品到市场，打造样板门店，精准投放广告，提升销售团队的效率。寻找适合电商部的新产品，加快线上的推广工作。利用电商运营优势，进行线上营销的策划。谢谢！</p> <p>2. 您好，请您介绍一下目前公司所在的行业竞争格局？</p> <p>回复：尊敬的投资者，您好！乳制品需求基础坚实，未来将长期维持稳健增长。根据欧睿数据，2021年我国乳制品行业（不包括婴配粉）零售规模达4,425亿元，同比增长8.4%，2016-2021年期间年复合增速为4.2%。疫情时代，居民对健康消费重视度提升，未来行业将维持长期稳健增长。从消费结构看，目前我国乳制品消费中以液奶为主，2021年液奶零售额占比约96%，浓缩乳制品行业尚处于起步阶段。随着居民消费不断升级，乳品消费将逐</p>

步向高附加值产品倾斜，预计固态乳制品会有巨大发展空间。2021年随着炼乳在B端泛餐饮和工业渠道的不断渗透、以及C端奶酪的快速崛起，浓缩乳制品趋势已经显现，未来将加速替代，为公司的发展带来巨大的机遇。具体来说：（1）炼乳行业，相较传统添加剂，炼乳具有口味好、便捷性强等诸多优势，近年不断拓展烘焙、茶饮等泛餐饮模式，以及工业应用场景。其中烘焙、茶饮等泛餐饮模式快速发展，根据欧睿数据，烘焙行业2015-2020年期间年复合增速约9.3%；茶饮自2017年以来也是快速扩张。两者快速发展的同时呈现连锁标准化趋势，对标准化的原料、配料需求持续提升。在这过程中，炼乳对于奶精等材料来说有一定替代性，是重要的添加料，相关需求场景不断显现、潜在空间广阔。面对充满机遇的市场，公司积极拓展下游客户，积极发挥高品质产品、定制化服务等相对竞争优势，报告期内拓展连锁餐饮、烘焙、茶饮等客户，目前在新领域份额领先。（2）奶酪制品方面，目前奶酪已经进入高景气爆发阶段，尤其是C端相关零食类产品实现高速增长。根据欧睿数据，2021年我国奶酪零售规模达123亿，同比增速为23.0%，2016-2021年期间年复合增速为23.9%。尽管行业竞争开始加剧，但公司一方面积极布局奶酪产能、享受行业景气红利；另一方面进行差异化布局，包括开发创意新品、活用熊猫IP以及进行差异化铺向市场，巧妙运用相对优势，提升业绩。

3. 公司2021年经营活动产生的现金流量净额较上年同期数增加61.38%，原因是什么？

回复：尊敬的投资者，您好！公司2021年经营活动产生的现金流量净额较上年同期数增加61.38%主要原因系报告期经营活动现金流入较上年增加23,445万元，同比增加29.11%，主要系收入增长，回款也相应增长所致

4. 请问公司的销售渠道主要分布在哪里？是否有在全国铺开？

回复：尊敬的投资者，您好！公司目前已经初步构建了覆盖全国30余个省份的销售渠道，以华东、华南地区为主，同时也在推进区域扩张。公司销售模式以经销为主，2021年经销商数量为207家，在大力推进经销商渠道下沉、深化原有网络布局的同时，不断推出新产品以带动新的经销商。谢谢！

5. 面对增营收不增利的情况，公司有何对策，经销模式如何推广

回复：尊敬的投资者，您好！我国浓缩乳制品行业仍在发展初期，未来市场空间巨大。炼乳方面由于消费升级驱动，餐饮标准化下空间广阔，同时茶饮和烘焙行业的兴起带动炼乳作为食品原料的增长，公司作为该领域领先公司，相较外资对中国消费具备更好的服务能力，未来将通过积极灵活、差异化的战略，持续提升市场份额。奶酪行业当前进入快速扩张阶段，未来仍将维持较高景气度，随着越来越多的国内乳制品厂家重视奶酪市场，各类奶酪产品已经成为乳制品中一个重要品类。谢谢！

6. 公司的核心竞争力体现在哪些地方？

回复：尊敬的投资者，您好！公司专注乳品业务，一直专注深耕浓缩乳制品领域，六十余载沉淀品牌优势；通过内部培养、外部招聘、竞争上岗等多种方式储备了管理、生产、销售等各种领域优秀人才，具备人才优势；公司坚持对新产品和新技术的研发投入，在产、学、研结合模式下，提升研究水平和技术成果转

化能力，当前已获57项专利；渠道方面，公司已建立了涵盖全国大部分省份的经销商网络，直销渠道方面，公司与国内多家知名的食品企业建立了长期的战略合作关系。

7. 公司有没考虑做冰淇淋雪糕业务

回复：尊敬的投资者，您好！公司为一些大型食品公司提供奶粉和冰淇淋奶浆用以制作雪糕和冰淇淋。

8. 二级市场股价一路下行，公司认为现在价格能否反应公司内在价值

回复：尊敬的投资者，您好！整体食品饮料板块的二级市场股价受疫情和大盘拖累，公司希望凭借在餐饮、饮品、烘焙渠道的优势，结合奶酪、奶油等新品的不断推出，来实现未来市场份额的不断增长。

9. 2021年9月份新增了山东子公司的募投项目，请问这个项目目前进展如何？募集资金账户现在情况是怎么样？

回复：尊敬的投资者，您好！“年产6万吨浓缩乳制品（炼乳/稀奶油/乳酪）改扩建项目”，前期公司已投入自有资金购买部分设备及工程改造，实际募投项目中设备已基本到位，部分设备已经启用生产并对外销售，因疫情和天气等原因致使工程延期，改扩建工程尚在建设中，存在一定滞后。截止2021年12月31日，募集资金余额为人民币170,792,678.71元，其中未到期理财产品10,000.00万元，以活期存款形式存放的金额为人民币70,792,678.71元。

10. 有时去永辉和大润发超市，想买炼乳都没有货，请问公司怎么保证商品上架率？在面包区进行捆绑式促销的行为是靠经销商在做，还是公司自己做？在商超贴近消费者的渠道怎么提升份额？

回复：尊敬的投资者，您好！目前由于全国电商渠道在不断的崛起和发展，公司在炼乳的c端业务重点是放在线上。如果在淘宝上搜索炼乳，你可以看到熊猫炼乳的很多销售链接。当然，我们也没有忽视线下的零售业务。在投入产出较高的零售系统，我们也会有序的推进线下业务。为消费者提供最便捷和优质的服务。我们的炼乳条包产品，使用便捷非常适合和面包、龟苓膏等做捆绑销售。

11. 请问公司未来有没有收购计划。

回复：尊敬的投资者，您好！公司在收购上更多考虑，相关业务和相关板块的集成效应。在符合公司战略的前提下，更多关注奶酪产品、烘焙渠道、饮品渠道、电商渠道的并购和整合。具体计划以公司披露信息为准。

12. 公司产品在C端领域取得较好增长，未来这一领域发展前景向好，请介绍未来C端领域布局和渠道扩宽计划？

回复：尊敬的投资者，您好！奶酪行业当前进入快速扩张阶段，未来仍将维持较高景气度，随着越来越多的国内乳制品厂家重视奶酪市场，各类奶酪产品已经成为乳制品中一个重要品类。公司在奶酪领域早有布局，奶酪板块正在逐步成为公司浓缩乳制品业务新的增长点，当前公司已经推出奶酪棒、吸吸奶酪、奶油奶酪、马苏里拉奶酪等系列产品，未来也将持续加大研发和应用

	<p>上的投入，针对儿童休闲零售领域，加速推出奶酪新产品、新包装，快速追赶行业领先企业。</p> <p>13. 董秘您好，奶块也可以作为咖啡的添加剂，请问公司与哪些知名咖啡品牌商有合作？ 回复：尊敬的投资者，您好！公司产品甜炼乳、淡炼乳、生椰乳、厚椰乳都是很好的咖啡的配料。公司已和多家知名咖啡品牌达成合作，出于商务原因，不便披露。谢谢</p> <p>14. 对于儿童食用奶酪产品，公司觉得可以从哪些方面发力提高市场销量？ 回复：尊敬的投资者，您好！奶酪是公司的第二增长曲线，集团定了非常清晰的战略。公司在去年11月份推出了新品，除了低温奶酪棒、常温奶酪棒，还有吸吸奶酪、海苔奶酪这些非棒棒化的奶酪，像吸吸奶酪附带玩具属性，积木搭建和颜色配比都对儿童非常有益。从产品的差异化、配方的优化上都会给消费者对奶酪产生新的认识。熊猫本身的IP和形象非常适合做零售，公司也成立了专门的零售部门，未来不排除成立专门的公司运营。</p> <p>15. 今年上海的疫情对公司的业务影响大吗？公司有没有采取措施应对？ 回复：尊敬的投资者，您好！公司产品在上海的餐饮 饮品 烘焙渠道都受到疫情的影响，几乎处于停滞状态，公司已经在通过团购电商渠道保证产品在上海的销售，同时也为上海居民的物资准备出一份力。</p> <p>16. 公司提价情况如何？是否已经全面实施？ 回复：尊敬的投资者，您好！公司于今年年初做了产品提价，调整面比较广，提价产品占总营收的比例较高，由于提价给了缓冲期且本次产品提价幅度比较大，顺价需要在4~5月才能看到效果，目前经销商价格的传导比较正常，主要关注疫情影响。</p> <p>17. 我国奶酪的人均消耗量和欧美国家区别有多大 回复：尊敬的投资者，您好！根据欧睿国际的数据，2021年度奶酪的人均消费情况如下：欧美等国普在8kg/人/年以上，亚洲国家中日韩消费在2kg/人/年左右，而我国目前仅为0.17kg/人/年。</p> <p>18. 请问公司下游客户有哪些？ 回复：尊敬的投资者，您好！公司浓缩乳制品的下游客户主要为食品加工企业、烘焙店、餐饮店、饮品店和家庭消费等，直销客户有元气森林、香飘飘、蒙牛乳业、达能乳业、达利食品、立高食品、喜之郎、和路雪、古茗、益禾堂、挪瓦咖啡等。</p>
附件清单（如有）	不适用
日期	2022年05月10日