

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 checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员	广州私募基金协会：易丽、周伟、杨迎 瑞民私募：黄晓坤、龙红捷 把脉投资：梁国豪、屈太平 智品隆私募：卢永森、吴伟民 易高资本：郭玥希 邦得资本：潘奕成 暴龙资本：李峰 西域投资：廖胜 方硕资本：梁丽 展创资本：杨创浩 麻王投资：冯健饶 中叶时代私募：赵雯 航空产业基金：江丽珊 招商证券：黄盈 申港证券：戴芸 浦发银行：邓海鸣	
时间	2022年5月25日 14:30—16:40	
地点	公司新工厂综合楼一楼多功能厅	
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	14:30 李春锋先生宣布交流会开始，播放公司宣传片，介绍公司	

<p>容介绍</p>	<p>基本情况。</p> <p>15:00 进入问答环节</p> <p>1、请问公司的资本运作规划情况？是否有并购其他本地乳企的可能？以及是否考虑实施股权激励计划？</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，不断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，不断扩大企业规模，实现公司做大做强的战略目标，也欢迎向公司推荐项目标的。</p> <p>公司高度重视“人才强企”的发展方针，不断完善人才梯队建设，努力保持业绩的稳步增长。公司会综合评估当前发展阶段和未来战略规划，制定相关的人才激励政策，如有相关计划进入实施阶段，公司将严格按照相关规定履行披露义务，详情请关注公司公告，谢谢！</p> <p>2、进入后疫情时代，公司的线上销售渠道增速如何？公司未来如何布局线上渠道？</p> <p>答：疫情对消费者的消费需求、消费理念、消费习惯等产生影响，也为线上销售带来了新的发展机遇，2021年，公司积极通过社交电商等营销模式加大对线上业务的投入，实现线上销售营业收入 2.04 亿元，同比增长 56.63%，线上销售渠道增速明显。</p> <p>公司将顺应“新零售”趋势，不断发展电商、社区团购平台等线上渠道，打造线上线下互联互通的立体化多维度营销网络体系，推动全渠道协同发展，促进销售实现较好增长。谢谢！</p> <p>3、消费者对公司产品的复购率如何？是否有细分人群研发生产推出过相应的单品？</p> <p>答：公司在广东省内拥有较高的知名度和市场影响力，本地消费者对公司产品、品牌和形象非常认可，长期的市场消费互动也强化了消费者对于公司品牌的忠诚度，消费者对公司产品的复购率稳定增长，达到公司预期。</p>
------------	---

公司依托国家乳制品加工技术研发专业中心、博士后科研工作站、全国示范性劳模和工匠人才创新工作室，紧贴消费者需求，不断推出新品。近年来，公司相继推出的 A2 β -酪蛋白鲜牛奶、休闲零食“鲜奶布丁”、“鲜致牧场”ESL 牛奶、0 蔗糖 0 脂肪“无蔗糖健菌多”活菌型乳酸菌饮料、娟姗奶、老广州酸奶新春限定版等新品均得到了消费者的认可和喜爱。谢谢！

4、本轮国内疫情的局部暴发是否对公司造成影响？

答：自 2020 年新冠疫情以来，公司在做好常态化疫情防控的同时，立足公司自身优势，扎实做好生产经营各项工作。面对本轮新冠疫情，公司积极运用疫情防控经验，设疫情防控工作领导小组和专责小组，做好防疫物资储备和保障工作，组织员工开展核酸检测、接种疫苗加强针，加强公司生产经营场所的清洁消毒，加强对出入人员进行体温检测和健康码、行程码检查。同时，公司充分利用一体化全产业链优势，保证产品供应不断、质量不降，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、最后一百米”问题，最大限度确保产品到达销售终端和消费者手中，为全民防“疫”筑起强有力的健康后盾。谢谢！

5、公司未来规划通过什么途径来提升产能？

答：根据公司《2021 年年度报告》显示，公司产能情况如下：

项目	设计产能（吨/年）	在建产能（吨/年）
广州旗舰工厂	216,000	27,700
湛江生产基地	55,000	0
合计	271,000	27,700

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。谢谢！

6、公司认为低温奶是乳制品未来消费升级的主线吗？公司对低温奶的战略是怎样的？公司常温、低温产品的占比如何？

答：常温奶和低温奶各有优点，有研究指出，低温巴氏奶可以最大限度的保留牛奶的核心营养价值，随着消费者健康理念的不断提

升，低温奶获得越来越多消费者认可和追捧。市场数据显示，低温奶市场一直处于较高增长的状态，市场还有很大的发展空间。此外，参考日本、美国、欧洲等国家的低温奶市场份额，公司认为低温奶有望成为未来乳制品消费升级的主线。而相对低温奶，常温奶具有携带、储存方便，品类多，保质期更长的特点。

作为区域性城市型乳制品龙头企业，公司依托现有华南地区最大的乳品冷链配送体系，不断致力于为消费者提供新鲜和营养的产品。当前，常温奶和低温奶的占比较为均衡。未来，公司坚持“两条腿”走路，协调安排低温和常温产品的产销，充分满足不同领域的消费者需求。谢谢！

7、作为广州地区优秀本土品牌，面对全国大品牌和网红品牌的挑战，公司是如何应对的？是否有进入更多市场的计划？是否有推出网红大单品的计划？

答：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。

作为华南地区规模最大的乳制品加工企业之一，公司以树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。

未来，公司立足粤港澳大湾区深耕本土市场，加快湾区市场研究布局，加强渗透三四线城市及乡镇消费市场，稳步辐射和扩张周边市场。在渠道上，推进全渠道覆盖，加强自有封闭渠道建设，巩固护城

河；紧贴消费趋势，发力新零售业务，并大力扩展学校、机团消费，加大低温学生奶的推广力度。在新品上，依托国家乳制品加工技术研发专业中心、博士后科研工作站、CNAS 国家认可实验室和 DHI 检测中心以及经验丰富的研发团队，以“科技兴乳”策略持续推出多款明星产品，扩大明星产品群，同时利用新媒体矩阵，以产品带品牌，实施多样化精准传播，增强销售转化能力并拉动销量。谢谢！

8、公司对销售人员的考核是怎样进行的？人员流动是否稳定？

答：公司遵循分级管理、统一调控，业绩优先、兼顾公平、正向激励的原则，构建了具有市场竞争力的薪酬管理体系，同时强化绩效薪酬的链接机制，激励销售团队持续输出活力。此外，公司持续优化整体的福利体系，提高工作餐等各项补贴标准，提供多元化、多形式的福利保障，提升员工归属感和幸福感。

目前，营销人员数量随着市场开拓和营销策略有所调整，保持相对稳定的状态。谢谢！

9、公司如何看待和开展学生奶推广？

答：推广学生奶有利于企业品牌建设，是企业承担社会责任的重要体现，亦有助于培育未来消费者的饮奶习惯，是推进全国饮奶的一个重要举措。培养低龄消费者的饮奶习惯，能够改善和提高学生营养健康和身体素质，实现经济效益和社会效益的和谐统一。

目前，公司旗下阳江牧场、澳新牧场、新澳牧场均已获得国家学生奶源基地认证，同时，在公司全方位的支持与指导下，多家战略合作牧场亦已获得国家学生奶源基地认证。

同时，作为首批低温学生饮用奶试点企业（16 家之一），公司依托牧场的优质奶源，充分利用国家级乳品技术中心、博士后科研工作站的科研优势，加大低温学生奶的推广力度，确保让更多的学生能喝到品优、新鲜、安全的学生奶。谢谢！

10、国家在全面推进乡村振兴，请问贵司在乡村振兴上有何举措？

	<p>答：公司积极完成乡村振兴任务，履行上市公司社会责任，发挥好国企业的政治责任和使命，全面推进乡村振兴。2021年，公司落实省委省政府关于乡村振兴的工作部署，开展2021年“广东扶贫济困日”活动，组织员工开展扶贫济困捐赠，筹集捐款63,115.09元；深化拓展消费帮扶工作，购买扶贫产品325,350元用于职工福利；向广东省边远山区县农村学校“送书助学”，捐款3.5万元帮助解决课外读物缺乏问题，助力巩固脱贫攻坚成果与乡村振兴有效衔接。</p> <p>此外，燕塘饲料公司在湛江市积极推广、收购全株玉米，推动当地农民转移就业，促进农民持续创收增收，实现良好经济和社会效益。同时，通过联动效应，协助上游牧场实现牛粪有机肥还田的绿色循环发展，不断推动行业绿色健康发展。谢谢！</p> <p>11、公司自有牧场奶源，除了供给公司内部使用外，是否有对外进行销售？</p> <p>答：目前，公司自有牧场奶源均供给公司内部使用，未进行过对外销售。谢谢！</p> <p>15:40 参会人员参观公司新工厂。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2022-5-25