

证券代码：839371

证券简称：欧福蛋业

公告编号：2023-071

苏州欧福蛋业股份有限公司 关于接待机构投资者调研情况的公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

苏州欧福蛋业股份有限公司（以下简称“公司”）于2023年8月23日接待了24家机构的调研，现将主要情况公告如下：

一、 调研情况

调研时间：2023年8月23日

调研地点：苏州欧福蛋业股份有限公司

调研形式：网络调研

调研机构：博时基金；中信建投证券；中泰证券；西部证券；万和证券；华信证券；东方证券；渤海证券；东北证券；东莞证券；华鑫证券；第一创业证券；建信信托；浙江国恬私募基金管理有限公司；哲云投资；万向信托股份公司；深圳中天汇富基金管理有限公司；深圳市明达资产管理有限公司；上海临信资产管理有限公司；上海递归私募基金管理有限公司；朴易资产；灏浚投资；渤海人寿保险股份有限公司；贝寅资产管理(上海)有限公司。

上市公司接待人员：副总经理谢良先生、董事会秘书叶林先生、

证券事务代表崔艳琪女士

二、 调研的主要问题及公司回复概要

问题 1：蛋制品加工占比及规模化的提升的外在推动因素有哪些？

回答：（1）欧美出于食品安全的管理要求已经对相关蛋制品使用立法；相信我国随着消费者对食品安全的日益重视，这一步早晚 would 会到来（2）由于动物食品的安全管理，需要专业知识和专业人员才能做得更好，集约化加工是保证安全的重要手段；（3）随着居民消费水平和对食品安全认知水平的提高，以及对新型食品的追求，推动了蛋制品加工业的发展；（4）餐饮业、烘焙业连锁经营对产品标准化的要求，亦推动了蛋制品加工业的发展；（5）蛋制品差异化的要求需要运用新的加工技术进行创新也推动了本行业的发展，咸蛋黄、蛋挞液等产品均需要加工技术。

问题 2：公司利润受鸡蛋价格影响较大，主要采购鸡蛋来源地有哪些？各个工厂鸡蛋收购价格差异大吗？有跨区域调配降低成本类似措施吗？

回答：目前，我国产蛋大省主要集中在北方，比如山东、河北等，而南方则主要是消费市场。所以公司的工厂在布局上有一定的区分，天津工厂主要是生产蛋粉的，布局在北方产蛋区域；而广东工厂主要生产蛋液。每个区域蛋价有一定差异，公司会根据区域蛋价调配产能。区域布局为公司提供了利用地域蛋价差异控制成本的可能。随着区域布局的逐渐完善，对产业生产调配将会越来越精细

化。

问题 3：护城河体现在哪个方面？大 B 客户自己购买敲蛋装备可行吗？

回答：蛋制品加工业追求高效率，快速运转，对保鲜要求高。即使是大型用蛋企业，用蛋量达不到一定规模的话，从经济效益上来看，单一投蛋的产线是非常不划算的。公司在行业内深耕多年，深知做好蛋制品需要合适的原料、先进的装备和精确的加工工艺，因此质量管控、加工技术、工艺等是企业的护城河。

问题 4：毛利率与鸡蛋价格密切相关，价格变动对产品毛利率影响程度？公司如何应对？

回答：公司通过产品创新，优化产品结构，不断延伸产业链向更高附加值的预制类产品和拓展销售渠道向零售端发展。虽然传统的蛋液、蛋粉成本中，80%为食品原料，但随着未来向预制类产品和零售端产品转移，鸡蛋价格的影响将进一步弱化，例如像欧姆蛋的鸡蛋原材料成本占比的影响不超过 50%。

对于上游采购，公司根据年度合约价格客户、浮动价格客户分别，对上游采购，分别采取了固定价格合同、浮动价格合同两种模式，提高对采购成本的控制与价格传导能力。总的来说，公司对上游控制能力在增强。

此外，公司未来也会做一些鸡蛋的套期保值，最大程度控制原料成本。

问题 5：募投项目汇总的蛋制品深加工主要包括哪些产品的产

能扩增？未来 2-3 年发展计划或者指引是怎样的？

回答：募投项目主要是现有产品的延伸，高毛利的产品的拓展，最重要是做强做优。主要体现在对产品盈利能力的培育，追求高质量的发展，盈利能力提升要同步营收增长区域扩张方面，未来根据地区经济发展情况、消费习惯、市场成熟度，不排除会在成渝经济圈和中三角经济圈进行布局。

问题 6：产品布局线、预制品等产品发展情况如何？ToC 和 ToB 的比例是多少？线上线下渠道铺设情况怎样？是否有维持高毛利率的可持续性？

回答：公司是做食品原料起家，现有客户多为 B 端大客户和连锁餐饮企业，未来也要向 C 端发力。例如像小包装蛋液、非笼养福利蛋已经线上销售，同时，线下已进入开市客超市，其他商超也在洽谈中。这些产品是公司在 C 端的试水。

因为连锁超市对产品的应用特性和品牌的要求更高，预制蛋品和零售端产品的对消费者直接应用的针对性明显高于基础原料，包括像欧姆蛋和未来将推出的鸡蛋白饮品。未来营收的基础增长可能来源于基础原料，而利润的增长可能是来源于预制蛋品和零售端产品。

问题 7：销售费用同比增长了 31.78%，增加主要是用于了哪些渠道和市场的拓展？零售市场新开拓的情况以及线上的销售情况如何？

回答：现在公司的零售营收规模还不是很大，一个是与开市客

合作的非笼养福利蛋，一个是线上的小包装蛋液，作为 C 端的一个开始，零售渠道推进的营销费用大一些。欧姆蛋等预制品现在做的是大 B，未来也会作为线上的 C 端来做。加之去年疫情的销售费用比较低，所以销售费用增长比例相对大一些。

问题 8：H1 毛利率提升，蛋粉类比其他类别毛利率增加较多，随着规模的提升，未来毛利率稳定性相对有保障吗？

回答：是的。随着规模的提升与高附加值产品结构的改善，未来毛利率稳定性相对有保障。

问题 9：2023 年 3 月公司携多款新品参加第二十六届 FIC 中国（上海）国际食品添加剂和配料展览会，今年上半年推出的新品销售情况如何？下半年新品推出计划情况？跟同类产品比较，优势在哪里？

回答：线上加大营销费用，目前已经有小包装蛋液、欧姆蛋、炒蛋、蛋皮（丝）等上线和进入 KA 渠道，未来还会有蛋白饮料。

蛋白饮料是用鸡蛋清来加工的直接饮用的产品，从行业调研来说，这个产品是由公司开发的全新的产品。此前是有唱歌爱好者、健美人群摄入生鸡蛋清的，但是口味很差，所以这个产品调整了鸡蛋清的口味，构建了一个适宜直饮鸡蛋清的风味。

在蛋白质产品对比这方面，此前的蛋白饮品多是牛奶蛋白和大豆蛋白，蛋白质含量大多在 5% 以下，一些号称加有鸡蛋白的饮品一般只加了 2-3% 的鸡蛋成份，公司通过技术创新，新开发蛋白饮品的鸡蛋白可以达到 90% 以上，且能适用于多种贮运环境。

问题 10：三家工厂的产品差异和辐射区域有哪些？

回答：公司主要从事蛋液、蛋粉及各类预制品的研发、生产和销售。苏州欧福起步于华东，辐射长三角地区；广东欧福主要从事蛋液的生产、制造和销售，辐射粤港澳大湾区；天津太阳主要从事蛋粉的生产、制造和销售，辐射京津冀区域，通过做高端蛋粉和差异蛋粉粉，获得较高的毛利率。

问题 11：未来几年的市场空间和判断分别是怎样的？

回答：如果按照美国的蛋制品加工的占比换算，至少 10 倍的增长空间。

根据中国禽业导刊和 IEC 相关数据，目前鸡蛋加工量（蛋制品）占鸡蛋总产量的比重，欧洲是 20%，美国是 30%，日本高达 40%，而我国目前占比在 3%。我国 2022 产蛋量近 3100 万吨，按照 30%加工比例测算，蛋制品加工量在 930 万吨，基于蛋制品 20 元/KG 估算，产值超过 1800 亿。

2021 年中国境内液体蛋制品总产量约 28 万吨，蛋粉总产量约 2.3 万吨，产值估算在 60 亿左右，据此看，蛋制品未来有非常大的增长空间。

苏州欧福蛋业股份有限公司

董事会

2023 年 8 月 25 日