

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：2024-002

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input 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
参与单位	通过“全景·路演”（ <a href="http://rs.p5w.net">http://rs.p5w.net</a> ）参加公司2023年度网上业绩说明会
时间	2024年5月6日15:00-17:00
地点	新希望乳业股份有限公司会议室，线上交流
上市公司接待人员姓名	董事长：席刚 董事、总裁：朱川 独立董事：杨志清 董事会秘书、总裁助理、党委书记：郑世锋 财务总监：褚雅楠
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>交流环节：</b></p> <p>Q:您好，请问税收优惠政策变化会对贵公司未来发展以及相关战略产生怎样的影响？</p> <p>A:您好！国家税务总局陆续发布各项税收优惠政策情形下，新乳业在现有的税收优惠政策中享受到高新技术企业、西部大开发、小微企业、小规模纳税人等税收优惠。通过国家税收优惠政策，可以减轻企业税收负担，降低公司的经营成本，提高公司的盈利水平，增强公司的市场竞争力。感谢您的关注！</p> <p>Q:您好！贵公司年报亮点中提到五年“鲜立方战略”，能否详细解释一下核心理念？</p> <p>A:您好，在“鲜立方战略”的核心理念指引下，公司将持续聚焦主业，从多个维度推动立体化发展。坚持品类立体化，实现低温、常温等多</p>

赛道协同发展；坚持渠道立体化，推动线上、线下有机融合，公域、私域全域发展；坚持品牌立体化，强化主品牌，锐化产品品牌，建设技术品牌和渠道品牌，打造矩阵式品牌架构；坚持用户立体化，以用户为导向，满足全龄消费者的多层次、多场景、多元化新鲜营养需求。感谢您的关注。

Q: 贵司税收优惠政策变化是否系公司自身资质认证调整原因？

A: 您好！目前我公司享受的税收优惠政策是按照国家税务总局的规定执行，税收政策的变化是因国家税务总局出台最新税收政策的原因。感谢您的关注！

Q: 您好，请问公司预计从哪些方面着手来强化核心业务？

A: 您好！公司强化核心业务主要为两个抓手：第一，做大做强核心品类，继续以低温鲜奶和特色酸奶作为核心重点品类，通过战略倾斜、资源投入、新品开发等措施不断推动核心品类的占比；第二，做好核心渠道，继续发力 DTC 渠道（直达消费者的渠道），提升用户体验，增强业务发展动力，推动业绩实现高质量增长。感谢您的关注！

Q: 公司利润增长的主要原因是什么？

A: 您好！总体上看，公司利润增长主要来源于营收规模增长、产品结构优化、销售渠道优化、管理效率提升以及原材料价格的下降。感谢您的关注！

Q: 请问未来几年如何实现营业收入的提高，如何有效提高净利率，未来几年是否有一个相对清晰的分红计划呢？

A: 您好！公司目前的收入规模，在乳制品市场的占比还相对较低，公司通过以“鲜”为特色的市场定位、差异化的竞争策略，未来具有较大的发展空间。如何更好地服务消费者、为消费者提供有价值的产品，是公司能否实现营业收入增长的底层逻辑。公司将通过持续对新技术、研发的投入，通过持续的产品、营销创新，通过管理效率的提升，持续获得消费者的认可并实现有质量的规模增长。净利率的提高，将

通过产品结构的持续优化调整，管理能力提升带来的成本节约和效率提升，以及不断提升牧业养殖水平、增加牧业利润，不断优化各项可控费用等途径实现。对于未来几年的分红计划，公司将按照法律法规、相关指引、《公司章程》《未来三年（2022年-2024年）股东回报规划》的相关要求，在满足公司经营发展的前提下，努力提高现金分红的比例（须经股东大会审批）。公司2023年度分红预案中，分红金额达到该年度归母净利润的30.14%。感谢您的关注！

Q: 请问公司的净利润今年增长接近20%，是哪些业务的强劲表现让公司利润增长较多呢？

A: 您好，2023年公司在新的五年规划指引下，坚持做大做强核心业务，将低温鲜奶和低温特色酸奶作为核心重点品类，通过产品创新，不断优化产品结构，驱动整体盈利能力提升；同时在渠道端，公司将DTC业务作为渠道增长的第一引擎，重点抓DTC渠道增长和直营渠道管理水平，实现了DTC业务收入超过15%的增长。在以上核心业务的驱动下，加上管理提效、成本优化等措施，公司的净利润得到了显著增长。感谢您的关注。

Q: 公司为什么进行会计政策变更？

A: 您好！公司会计政策变更是依据《企业会计准则解释第16号》（财会〔2022〕31号）中“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理规定”的规定。根据该规定，公司对于不是企业合并、交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）、且初始确认的资产和负债导致产生等额应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的单项交易，不适用《企业会计准则第18号——所得税》中关于豁免初始确认递延所得税负债和递延所得税资产的规定，需对于2022年1月1日至首次执行日之间发生的适用该规定的单项交易按照该规定进行追溯调整。感谢您的关注！

Q: 净利润增长速度高于营业收入增长，背后的主要驱动因素是什么？

是否可持续？

A:您好，公司 2023 年精进发展战略，提出不断提升企业发展质量及企业价值。公司净利润快速增长的驱动因素主要来源于公司坚持“鲜立方战略”，持续做大做强核心业务，品类方面持续聚焦核心重点品类，通过产品创新不断优化产品结构，提升产品盈利能力；在渠道端重点发展 DTC 渠道，不断增强渠道管理水平；同时在成本端，公司通过专业能力提升、组织协同加强、数字化技术进步推动供应链降本增效。未来公司将在战略规划指引下，持续提高盈利水平，提升企业价值。感谢您的关注！

Q:公司决定实施现金分红的决策过程是怎样的？如何平衡公司未来发展的资金需求与当前股东回报之间的关系？

A:您好！公司利润分配按照《公司法》《证券法》《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》和《公司章程》《未来三年（2022 年-2024 年）股东回报规划》对于利润分配的相关规定，由董事会进行酝酿后，董事长提出董事会议案，经董事会审议通过后，提交股东大会审议。公司根据未来三到五年内是否有大的资金需求、以及公司自身经营发展所产生的现金流，在保证公司稳健发展的同时，最大限度的为股东提供回报。感谢您的关注！

Q:在产品质量控制方面，公司是否有升级或加强的措施来应对潜在风险，确保产品安全与品质？对于不可抗力风险，比如疫情和自然灾害，公司是否有应急管理和风险分散机制？

A:您好！在质量控制方面，公司有成熟的质量控制体系和标准，并不断优化和完善，确保产品品质安全可控。近年来，公司搭建了“鲜活源”全链路数字化食品安全精准管控体系，从供方管理、原辅材料质量把关、生产过程管控到产品放行、物流终端监控实施全链条、全过程把关，确保产品质量与安全。对于不可抗力风险，公司业务布局在地域上广泛分布的特点保证了特定区域发生自然灾害时，不会对公司整体业务产生重大影响。公司能够利用规模及本地化供应链优势，在必要时能及时有效地调配资源尽快恢复生产，减少自然灾害所造成的

影响。感谢您的关注。

Q:此次变更是否会影响公司的财务透明度或投资者的信心?公司如何向投资者清晰传达这些变化的意义?

A:您好!公司会计政策变更是严格按照国家会计准则的规定执行,该变更对财务报表各项目的影 响金额已详细列示在 2023 年年报第十节之“五、重要会计政策及会计估计”之“34、重要会计政策和会计估计变更”中,且通过年审会计师事务所的审核,此次会计准则变更对公司报表影响金额较小,公司的财务数据符合国家各项法律法规,始终保持透明完整。感谢您的关注!

Q:在新五年战略规划中,公司如何量化“超过行业大盘的增长”这一目标?有哪些具体的里程碑或 KPI 来衡量战略执行的成效?

A:您好!在公司 2023 年 5 月发布的《2023-2027 年战略规划》中,将“做大做强核心业务,提升企业价值,五年实现净利率倍增”确定为战略目标,并制定了“以‘鲜立方战略’为核心方向,并审时度势对战略目标进行优化精进,通过做大做强核心业务,努力推动规模复合年均双位数增长,净利率实现翻一番,全面提升企业价值”的战略方向。公司会重点聚焦低温鲜奶、特色酸奶、DTC 渠道、数字化用户等关键 KPI,引领企业高质量增长。感谢您的关注!

Q:“鲜立方战略”的核心内容是什么?公司将如何通过这一战略实现“鲜活,让生活更美好”的企业使命?

A:您好,“鲜立方战略”的核心内容是指公司将持续聚焦主业,从多个维度推动立体化发展,包括坚持品类立体化、渠道立体化、品牌立体化,以及用户立体化。公司将以新鲜价值为核心,以用户需求为靶向,通过聚焦核心业务,持续产品创新,满足全龄消费者的多层次、多场景、多元化新鲜营养需求,努力让消费者的生活更加美好,感谢您的关注。

Q:DTC 业务的具体场景有哪些,为何重点发力在这块,是否具备核心

竞争力？

A:您好！公司 DTC 业务目前覆盖了四大场景，包含到家场景（订奶入户、本地生活外卖）、社区场景（形象店、自取柜、社区团购）、学校/特渠场景（自主征订）、全国网络场景（远场电商）。DTC 业务作为公司渠道增长第一引擎，公司围绕直接服务用户的渠道/场景持续建设和提升用户运营和价值转化的能力，为客户提供更直接的服务，更便捷的交付场景，并持续增强公司的核心竞争力。感谢您的关注。

Q:接下来对鲜奶、低温奶这些产品矩阵方向营收结构的目标是怎样的？

A:您好！公司将坚持以“鲜”为核心主题，将低温鲜奶和低温特色酸奶作为核心重点品类。一方面推动以“24 小时”系列产品为代表的高品质鲜奶产品未来五年复合年均增长率高于大盘增长率，坚定不移地推动鲜奶品类的高速成长和份额提升，引领企业增长；另一方面，看好低温特色酸奶的发展前景，并将通过产品创新和重点产品推广的方式加速低温特色酸奶品类的增长。通过鲜战略的推动和落地，优化产品结构，为用户带来更好的产品体验，为股东带来更好的投资回报，为社会带来更多的责任价值。感谢您的关注！

Q:远场电商、自主征订表现不错，接下来对渠道端投入的规划是怎样的？

A:您好！公司在“鲜立方战略”中提出“渠道立体化”，线上、线下有机融合，公域、私域全域发展。围绕核心 DTC 业务，公司通过鲜活 GO 平台实现到店、到家、到柜、到团的场景覆盖，持续进行资源投入，打造私域流量平台；围绕基地市场，公司发挥本地化优势持续深耕；围绕“城市群”，公司将有针对性地进行区域外拓，提高“城市群”业务占比。感谢您的关注！

Q:类似小酥肉这种小食品品类是否还能出爆款，未来是否有资源支持？

A:您好！新乳业主要从事乳制品经营，目前没有小酥肉类的产品，建

议您移步新希望六和（000876）进行咨询！感谢您的关注！

Q:重大资本支出方向会是哪个方向？

A:您好！根据公司战略规划和发展需要，公司希望产能规模保持一定增长。公司目前的产能为 154.85 万吨，仍有一定空间可以满足增长的需要，当前只需在局部市场布建新厂房或产线，满足结构化增长的需求。在新战略的指引下，预计公司未来的资本支出相对稳定。感谢您的关注。

Q:看到年报里西南、华东、华中地区的经销商有增有减，减少的数量占到期初总数的四分之一到三分之一左右。这个变动幅度正常吗？为什么有如此比例的换血量？谢谢。

A:您好！公司近年来对经销商结构进行逐步优化，主动对部分区域的长尾经销商进行了调整。感谢您的关注。

Q:看到七鲜超市里的七鲜低温鲜奶和七鲜风味发酵乳都是河北新希望天香代工生产的，售价比其他品牌的低温鲜奶、酸奶便宜一些。想问下新希望接这个定制产品业务是考虑什么原因？是奶源过剩消化不掉吗？给线下强势的零售商做定制产品，相比自主品牌，对厂家而言利润水平是偏高还是偏低？除了七鲜，公司目前还跟哪些零售平台开展了定制产品业务？整体业务规模有多大？谢谢。

A:您好！公司开展定制业务，主要基于快速变化和迭代的消费场景及渠道变革，与消费者喜好的趋势性渠道共创或定制的产品。一方面能够与渠道共同研究并满足消费者需求，另一方面扩充销售场景和增加规模，同时对生产效率提升具备有利作用。由于此类场景的业务并非完全统一，所以盈利水平也因此具有不同。公司目前与盒马、永辉、大润发等零售平台开展了定制业务，整体业务规模占比较小。感谢您对新乳业的关注！

Q:您好，请问公司有无降负债计划和具体举措？

A:您好！公司的资产负债率水平与公司的发展战略、发展阶段、发展

情况等多种因素相关。公司根据自身的业务模式、现金流结构特征、融资能力等，确保资产负债率控制在安全范围内，并具备良好的账面现金余额、经营活动现金流、金融机构授信额度等。近3年公司经营性现金净流入均保持在10亿元以上，公司获取经营性现金流入的能力持续稳定，23年达到历史较高水平，经营活动净流入占营业收入比例同期增加3.84个百分点。公司在保证正常营运资金的同时不断提高资金周转效率，持续强化现金流管理，并不断降低有息负债，从2023年看，公司压降有息负债约6亿元。感谢您的关注。

Q:有合成生物技术吗？

A:您好！公司暂时没有合成生物技术。感谢您的关注。

Q:尊敬的公司领导，我是一名小散户，我想问下，公司有没有想过做乳制品的衍生品，比如做些保质期长携带方便的酸奶蛋糕，奶酪棒业务好像也没有在天猫鲜活go平台售卖，能否做些保质期长一些的奶类衍生品。

A:您好！目前公司存在乳制品衍生品的产品，比如奶酪棒、冰淇淋等，但目前规模较小，部分公司主要采用线下当地销售的模式，后续公司也将密切关注消费者需求，基于消费者需求与公司战略规划，为消费者提供更多健康美味产品。感谢您的关注。

Q:公司2023年营业收入和净利润均实现了显著增长，请问管理层如何看待这一增长趋势的可持续性？在未来，公司计划通过哪些策略或举措来保持并进一步提升其市场竞争力和盈利能力？

A:您好！乳制品作为基础性优质蛋白来源的认可度继续得到加强，预计随着国民经济的持续增长，健康意识的增强，以及居民健康领域的消费提升，在未来较长的时期乳制品行业仍有较好的发展前景。尤其是随着居民健康意识的提升、冷链等基础设施的完善，低温鲜奶渗透率仍有较大提升空间，公司作为区域性乳制品龙头企业，与主要龙头企业差异化竞争，总体市场份额以及主要经营区域市场份额有望持续稳定提升。未来，公司将继续以“鲜立方战略”为核心方向，以低温

产品为主导，以“新鲜、新潮、新科技”的品牌定位，做大做强核心业务，提升企业市场竞争力和盈利能力。具体包括：做强低温，价值引领；科技加持，体验为上；内生为主，并购为辅；分布经营，区域深耕。感谢您对新乳业的关注！

Q:基于贵公司年报亮点中会计政策变更，想请问褚总贵公司在进行《企业会计准则解释第 16 号》规定的追溯调整时，主要考虑了哪些因素？这些调整对公司的财务报表产生了哪些具体的影响？特别是递延所得税资产、递延所得税负债以及未分配利润等项目的调整，能否详细解释一下这些变化的原因和结果？此外，这些追溯调整是否会影响到公司未来的会计政策和财务报表编制？

A:您好！公司根据《企业会计准则解释第 16 号》的规定进行追溯调整时，对公司租赁业务形成的租赁负债和使用权资产暂时性差异根据《所得税》会计准则确认了递延所得税资产和递延所得税负债。该变更对递延所得税资产、递延所得税负债以及未分配利润等项目的具体影响金额已详细列示在 2023 年年报第十节之“五、重要会计政策及会计估计”之“34、重要会计政策和会计估计变更”中。未来公司的会计政策和财务报表编制也将持续按照该准则规定执行。感谢您的关注！

Q:看到唯品之前是 Manner、Seesaw、MStand 等品牌的合作商，想问下这个供货关系还保持正常吗？之前说“在 B 端客户拓展方面，唯品也取得了较大的突破，今年已经和一家咖啡连锁达成合作”。这个连锁咖啡指的是哪家？另外行业里一些连锁咖啡品牌遇到大规模关店收缩，会对唯品的 B 端业务造成多大程度的影响？谢谢。

A:您好，唯品目前与相关品牌合作商保持正常合作，前期披露的 B 端客户情况基于商业保密原因暂未披露，未来会适时进行公开。目前部分咖啡连锁品牌存在闭店情况，但是咖啡行业整体仍保持持续增长趋势，唯品目前相关 B 端收入保持稳定，今年会继续拓展客户，努力实现业务的快速增长。感谢您的关注。

Q:未来几年如何实现营业收入的提高,如何有效提高净利率,未来几年是否有一个相对清晰的分红计划呢?

A:您好!公司目前的收入规模,在乳制品市场的占比还相对较低,公司通过以“鲜”为特色的市场定位、差异化的竞争策略,未来具有较大的发展空间。如何更好地服务消费者、为消费者提供有价值的产品,是公司能否实现营业收入增长的底层逻辑。公司将通过持续对新技术、研发的投入,通过持续的产品、营销创新,通过管理效率的提升,持续获得消费者的认可并实现有质量的规模增长。净利率的提高,将通过产品结构的持续优化调整,管理能力提升带来的成本节约和效率提升,以及不断提升牧业养殖水平、增加牧业利润,不断优化各项可控费用等途径实现。对于未来几年的分红计划,公司将按照法律法规、相关指引、《公司章程》《未来三年(2022年-2024年)股东回报规划》的相关要求,在满足公司经营发展的前提下,努力提高现金分红的比例(须经股东大会审批)。公司2023年度分红预案中,分红金额达到该年度归母净利润的30.14%。感谢您的关注!

Q:您好,请问2023年少数股东权益同比减少主要原因是什么,谢谢

A:您好!公司2023年合并范围内存在少数股权的变化,带来了少数股东权益的变化。2023年内公司收购了部分子公司的少数股权以及处置了少数股东占比较高的子公司重庆瀚虹和澳牛牧业,具体详见年报披露第十节之“九、合并范围的变更”之“1、处置子公司”和“十、在其他主体中的权益”之“(1)在子公司所有者权益份额发生变化的情况说明”。感谢您的关注!

Q:尊敬的领导,下午好!作为中小投资者,有以下问题:1、年报和一季报显示,业绩均有所稳步增长。能否展望一下行业发展的前景及公司今年的经营目标?2、公司发行的7.18亿元可转债尚未实现转股,下一步将如何推动转股?目前溢价率比较高,在何种情形下会下修转股价?

A:您好,在当前行业激烈竞争背景下,公司今年仍然制定了收入与净利率持续增长的目标,公司将聚焦核心业务,努力实现有质量的增

	<p>长。关于可转债是否转股，将由投资者根据市场情况以及投资目标等多种因素决定，未来公司会结合长期发展规划、市场价格，以及可转债剩余存续期等多方面因素，综合考虑后按照相关程序决定是否下修转股价，具体请关注公司后续公告。感谢您的关注。</p> <p>Q: 请问公司有没有围绕奶产品拓展产品门类的计划？比如生产奶酪等</p> <p>A: 您好！目前公司存在乳制品衍生品的产品，比如奶酪棒、冰淇淋等，但目前规模较小，部分公司主要采用线下当地销售的模式，后续公司也将密切关注消费者需求，基于消费者需求与公司战略规划，为消费者提供更多健康美味产品。感谢您的关注。</p> <p>Q: 公司 2023 年毛利提升的原因是什么？</p> <p>A: 您好，公司毛利提升的主要来源于总体销售规模的提升、结构优化与降本增效，公司坚持“鲜立方战略”，持续做大做强核心业务，品类方面持续聚焦核心重点品类，通过产品创新不断优化产品结构，提升产品毛利水平能力；在渠道端重点发展 DTC 渠道，不断增强渠道管理水平；同时在成本端，公司通过专业能力提升、组织协同加强、数字化技术进步推动供应链降本增效。感谢您的关注！</p> <p>Q: 请问公司如何把控风险？</p> <p>A: 您好！公司高度重视企业发展过程中的各类风险，将风险管理视为企业经营管理的重点。公司设置风险管理委员会，统筹确定公司整体风险管理的方向及原则，涵盖了风险管理理念、目标、策略以及总体风险管理框架。2023 年，公司进一步迭代完善了风险库建设，并对重点风险实施有效管控，并针对风险重点领域进行了内控体系完善。风险管理委员会和风险管理中心有效运行，确保风险可识，重点风险可防可控。感谢您的关注！</p>
附件清单（如有）	无

日期	2024年5月6日
----	-----------