

# 粤海永顺泰集团股份有限公司

## 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姓名	易方达基金舒俊、骆融，万联证券肖小娥、张邦骞、李儒华、谭润鸿、徐文燕、张崇鑫，个人投资者 16 人
时间	2026 年 7 月 1 日下午
地点	广州经济技术开发区金华西街 1 号公司 4 楼会议室
上市公司接待人员姓名	副总经理张楠、董事会秘书温敏、证券事务代表全国明
投资者关系活动记录	<p>1. 公司的优势主要体现在哪里？</p> <p>答：公司的优势主要体现在：（1）规模优势。公司现有产能规模 113 万吨/年，位居亚洲第一、世界第四，产品品类多样化，生产基地分布广泛，产品质量水平控制较高，能满足大型啤酒集团对不同麦芽种类、不同供应地区的需求；（2）优质且稳定的客户优势。公司麦芽业务始于 1987 年，至今已有 30 多年的积累，公司与各大啤酒集团建立了紧密且稳固的合作关系；（3）技术优势。公司能根据客户的具体要求和生产工艺的不断迭代，持续对生产装备进行升级改造，保证向客户供应麦芽的口感和品质的稳定性；（4）高端领域的先发优势。公司在业务开展之初即定位中高端，一方面通过特殊工艺为客户提供定制化的高端基础麦芽产品，另一方面相继推出结晶麦芽、焦香麦芽、黑麦芽等多种类型的特种麦芽产品，满足国内啤酒产业向高端化、精酿化的发展带来的需求。上述核心竞争力为公司持续稳健经营发展打下了坚实基础。</p> <p>2. 近年来外部环境复杂多变、竞争激烈的情况下，公司如何保持较高的产能利用率？</p> <p>答：公司作为国内产销规模最大的麦芽企业，发展战略是深耕麦芽主业，巩固公司在行业内的领先地位，致力于打造世界一流的麦芽供应商，推动企业可持续发展。经过 30 余年的积累，公司与各大啤酒集团建立了紧密且稳固的合作关系。稳定的产品质量、灵活的供货方式、良好的客户关系等，均为公司市场销售提供了强有力的保障，从而促使公司产能的充分发挥。</p> <p>3. 公司主要客户情况及各自销量占比情况？</p> <p>答：公司麦芽产品主要销售对象是各大中型啤酒企业。国内方面，公司已与百威啤酒、嘉士伯、喜力啤酒、华润雪花啤酒、青岛啤酒、燕京啤酒、珠江啤酒等知名啤酒制造商均有超过 20 年的合作历史；出口业务主要面向东南亚、中南美、日本、韩国、非洲等多个国家和地区。销售占比每年结合各客户的需求情况会有一定波动，具体以公司披露的定期报告为准。</p>

	<p>4. 公司如何平衡国内销售与海外销售？在东南亚市场的优势有哪些？</p> <p>答：公司产品以国内销售为主，出口通常占总销量的 30%左右，具体根据国内销售情况而有所波动。通过国内销售与海外销售的相互补充，促使公司实现产能的充分利用。公司产品在东南亚、东亚地区的竞争力主要体现在：一是产品质量稳定性、均一性较好；二是运距短，有利于降低运输成本；三是距离近，对客户需求的响应速度快。对非洲、中南美等地区的出口则有赖于市场机遇的有效把握。后续将在做好国内市场开拓的同时，继续积极拓展海外销售机会，积极平衡国内外两个市场。</p> <p>5. 季节性因素是否会对公司的销售造成影响？</p> <p>答：国内啤酒消费存在一定的淡旺季，二、三季度相对是旺季，一、四季度相对是淡季。国内淡季的时候公司积极拓展东南亚等出口市场，有利于产能的均衡及充分发挥。</p> <p>6. 公司如何看待啤酒消费市场的发展趋势？公司计划如何应对？</p> <p>答：随着我国啤酒产业向高端化、精酿化的发展，将带动特种麦芽和高端麦芽的需求快速增长，麦芽产业的高端化趋势逐渐显现。公司特殊工艺的定制化麦芽产品及特种麦芽产品能够较好地满足下游啤酒客户的这些需求，公司在高端领域的先发优势与下游啤酒行业的高端化发展趋势相匹配。后续，公司作为国内产销规模最大的麦芽制造企业，将立足技术创新，加强新产品研发，不断提高产品的质量及性能，为客户提供更多更优质的产品，更好地满足不同客户的需求。</p> <p>7. 公司的麦芽产品的定价原则和定价机制？</p> <p>答：对于大型客户来讲，各大啤酒集团以年度招标为主，通常于每年的第三、四季度完成第二年的麦芽招标采购工作，所以公司销售定价以中标价格为准，这类的定价周期多为一年；对于中小型客户来讲，更多采取市场定价的形式，结合当时的市场供需情况、自身产销情况等综合考虑后与客户谈定销售价格。</p> <p>8. 公司的成本主要由哪些要素构成？变化趋势怎样？</p> <p>答：公司的营业成本主要包括直接材料（大麦、小麦等）、制造费用（能耗、摊销等）、直接人工等，其中直接材料占接近 80%，占比较高。从历年情况来看，各部分成本占比相对稳定，变动不大。</p> <p>注：</p> <p>1. 交流过程中公司严格遵照《上市公司信息披露管理办法》等规定，未出现未公开重大信息泄露等情况；</p> <p>2. 本次活动如涉及对行业的预测、公司发展战略规划等相关内容，不能视作公司或管理层对行业、公司发展或业绩的承诺和保证，敬请广大投资者注意投资风险。</p>
资料清单	无
日期	2026 年 7 月 1 日