

熊猫乳品集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-005

投资者关系活动类别	☐特定对象调研☒分析师会议 ☐媒体采访☐业绩说明会 ☐新闻发布会☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他（请文字说明其他活动内容）
形式	☐现场☐网上☒电话会议
参与单位名称及人员姓名	张思敏 开源证券 裴勇 国寿养老 魏巍 中信证券（资管） 吴耀聪 圆石投资 吴文超 天弘基金管理有限公司 王娟 天治基金 毛文博 华宝基金 黄思敏 银河基金管理有限公司 郝岩 IDG资本 彭双宇 华夏久盈资产 李飞 富安达基金
时间	2026年9月2日 9:00
地点	线上
上市公司接待人员姓名	董事、副总经理、董事会秘书 XU XIAOYU 投资者关系 景致
投资者关系活动主要内容介绍	见附件会议纪要
附件清单（如有）	会议纪要
日期	2026年9月2日

附件：

一、业绩说明

1、整体业绩

2026年上半年，公司实现营业收入4.09亿元，同比增长15.96%；综合毛利率为26.69%，同比提升0.39个百分点，增长态势良好。

费用端，上半年销售费用2,655万元，同比增长39.57%，主要受子公司并表影响。销售费用率为6.49%，同比提高1个百分点，在可控范围内。管理费用3,493万元，同比增长38.30%，主要因股权激励产生股份支付费用752万元。扣除该影响后，管理费用同比增长约200万元，公司日常运营平稳。

上半年实现归属于母公司的净利润3,566万元，同比下降13.73%，属于阶段性下滑，反映了公司在新业务、组织和市场端的战略性投入。扣除股份支付影响后，净利润实际同比增长4%。

2、业务板块表现

2026年上半年，浓缩乳制品实现营收3.07亿元，同比增长14.23%。毛利率为32.10%，同比下滑2.53个百分点，主要因奶油、零食等新产品毛利率低于核心主业且销售规模扩大，拉低了整体水平，为结构性变化。炼乳类毛利率因前期储备了大包粉实际保持平稳，但大包粉价格上涨仍然对未来的毛利率形成压力。

椰品业务实现营收3,129万元，同比下降15%；但销售量达4,573吨，同比增长9.50%。毛利率12.22%，同比大幅提升17.15个百分点，主要得益于原材料成本回落至正常水平，盈利能力显著修复，对公司整体毛利率亦有显著贡献。

乳品贸易实现营收5,718万元，同比增长40.16%；毛利率为7.42%，同比提升3.65个百分点。国内奶价上升为大包粉进口贸易提供了空间，规模与毛利率改善明显，并与公司炼乳业务成本端压力形成对冲，对整体营收和毛利形成有效补充。

3、渠道表现

直销：实现收入9,237万元，同比增长10.00%；毛利率23.01%，同比大幅提升8.88个百分点，主要受益于椰品业务毛利率的大幅修复。

经销渠道：公司浓缩乳制品餐饮渠道业务基本维持同期水平，优鲜工坊部分收入也通过经销渠道实现，贡献了一定增量。

二、问答交流

Q1：全年净利润核心影响因素？股份支付费用具体影响？

A：主要是股份支付费用，第一期股权激励的上半年股份支付752万，下半年也保持一致，第二期股权激励预计在下半年新增约300万元费用，全年合计约1,800-2,000万元，对利润有一定影响。

Q2：椰品收入下滑原因、修复节奏及后续订单情况？

A：二季度核心客户采购策略微调、订单节奏放缓，叠加椰达改扩建，原有的部分设备停机，造成阶段性下滑。预计9月份逐步恢复，四季度有望落地新品类订单，目前公司正在积极对接。客户充分了解公司扩产情况及进展，公司产品质量及服务能力领先，预期大客户随扩产进度逐步提升采购量。

Q3：椰品核心客户格局、新客户与新品拓展进度？

A：古茗仍为核心大客户，此前其订单可完全覆盖原有产能，因此前期新客拓展动力不足。公司1.8万吨新产能预计9月投入正式生产，目前新品研发、新客户对接有序推进。

Q4：茶饮、咖啡端业务增长逻辑与客户策略？

A：当前茶饮行业整体增量有限，已有多家公司上市，对行业格局会有较大影响。现有品牌对下沉市场也已经基本饱和，目前更多是调整，同时也都在尝试出海，这种情况下行业格局趋于稳定、小品牌成长空间小，公司聚焦茶饮、咖啡行业一、二线中大型品牌，虽开发周期更长，但长期价值更高。咖啡渠道，个人比较看好，但业务资源不是特别丰富，大的品牌有固定供应商，转换需要一定时间。

Q5：椰品毛利率波动原因及上游原料价格走势预判？

A：椰品毛利率波动主要由原料成本波动导致。原料端短期受国际局势、海外政策影响，主要关注印尼、马来西亚等供给国价格或短期暴涨暴跌；椰子风味产品具备较强终端开发潜力，长期来看国内需求稳健、行业标准化逐步完善，叠加通胀等因素，价格可能稳步上行。公司新生产线落地后产品力升级，有望持续

受益于需求增长。公司也将持续拓展客户、升级产品结构、迭代新品，紧跟终端需求。

Q6：优鲜工坊经营现状、问题及后续费用投放策略？

A：前期电商、直播渠道投入ROI偏低，现重心已转向线下，但用户回购率不及预期，业务仍在调整探索。当前消费场景气偏弱，KA渠道表现相对稳健，零超价格战趋势明显。后续相关费用不收紧但对于增长也保持谨慎，整体投入变化不大，报表波动主要为去年同期口径差异所致。

Q7：浓缩乳制品毛利率及增长结构拆分？

A：炼乳业务增长由工业客户主导，流通渠道整体持平，表现稳健、毛利率基本稳定。浓缩乳制品毛利率下滑，主要系奶酪业务毛利承压、优鲜工坊促销拖累，结构性变动为主，核心炼乳业务无负面影响。

Q8：奶油业务增长、盈利、客户及行业竞争展望？

A：奶油业务收入已翻倍，总体体量仍有提升空间，增量以新客户为主。利润率低于炼乳、但处于行业合理水平，公司将在稳毛利的前提下提升市场份额。深加工赛道竞争以供应链成本为核心，公司将依托行业发展持续抢占份额、提升话语权。

Q9：公司年度利润目标情况？

A：公司设有明确年度经营预算与利润目标，且直接与高管绩效考核挂钩。