

上海妙可蓝多食品科技股份有限公司

投资者接待活动记录表

编号：2021001

<p>投资者关系 活动类别</p>	<p> <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 type="checkbox"/>业绩说明会 <input type="checkbox"/>新闻发布会 <input type="checkbox"/>路演活动 <input checked="" type="checkbox"/>现场接待 <input type="checkbox"/>其他（请文字说明其他活动内容）_____ </p>
<p>时间</p>	<p>2021年4月29日 15:00-16:30</p>
<p>地点</p>	<p>上海市浦东新区金台路222号碧悦酒店二楼宴会厅</p>
<p>公司接待人员</p>	<p> 董事长：柴琇 女士 总经理：任松 先生 财务总监：刘大永先生 董事会秘书：谢毅 女士 投资者关系总监：姚彦君 女士 </p>
<p>参与单位</p>	<p>见附件：《投资者接待活动参与单位及人员名单》</p>
<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p> 一、公司基本情况介绍 （一）总经理任松先生介绍 1、企业文化： 2020年是上海妙可蓝多食品科技股份有限公司（以下简称“公司”或“妙可蓝多”）第一个五年计划的收官年。企业发展的核心要素之一是团队，打造团队离不开企业文化。公司推崇奋斗者文化，希望成为奋斗者的理想国，成为员工、股东、合作伙伴实现梦想的平台。任松先生还介绍了公司使命、愿景和价值观等企业文化主要内容。 2、就公司2020年全年业绩及2021年一季度业绩进行介绍。 3、从品牌占位、渠道精耕、产品引领三部分介绍主要经营举措。 4、产品及产能：公司过去五年不断加大产品力投入，2020年受疫情 </p>

影响，公司进口设备到港时间延后，产能建设进度受到一定影响，预计今年下半年可以有效缓解产能不足问题。未来公司将进一步加大研发投入，打造设施先进、功能齐全的研发中心。

（二）董事长柴琬女士介绍

公司第一个五年计划顺利完成，“妙可蓝多”已经成为国内第一的奶酪品牌。在下一个五年计划中，公司立志成为中国领先、国际一流的奶酪品牌企业。

二、提问与问答

问题 1、公司认为市场空间有多大？

回答：公司将坚定不移推行大单品策略，陆续推出适合不同人群、不同年龄段的奶酪产品，也可以针对不同消费场景推出适合的奶酪产品。如果产品没有复购相当于大厦没有地基，把产品做好企业才有未来。

问题 2、公司与蒙牛在渠道、营销方面将如何协同？

回答：目前公司与蒙牛在品控、公共关系等管理上，已展开合作协同；在供应链端，蒙牛具有全球采购优势，公司可在原材料采购上与蒙牛优势资源实现共享。渠道营销方面的协同还需要双方探讨，目前尚无计划。

蒙牛此前是公司最重要的竞争对手之一，未来则将与公司进行资源共享、合作共赢。

问题 3、渠道终端网点数量已有很大扩张，未来将如何提升消费者复购率？

回答：公司持续推进渠道下沉，现在全国终端网点数量已超过 29 万家，未来将进一步拓展终端数量。同时，公司将通过全品项进入核心店铺、扩张陈列面积、加强终端陈列及“单店爆破”等方式不断提升

单店产出。

问题 4、奶酪业务 B 端也有较好的成长空间，公司如何规划 B 端业务？

回答：公司将不断丰富 B 端产品。与蒙牛合作后前端供应链能力预计将有所提升，可对 B 端产品供给提供保障；同时将通过高档酒店西厨、厨师俱乐部等渠道拓展创新，让奶酪进入中国人餐桌，继续推行“决胜终端、引领中餐”策略。

问题 5：公司目前的产品基本都为再制奶酪产品，原制奶酪较再制奶酪更纯，请问公司对原制奶酪产品有何计划？

回答：“原制奶酪产品优于再制奶酪产品”为认识误区。在奶酪消费很普遍的西方国家中，芝士片做为再制奶酪的一种，也有很大的消费市场。再制奶酪同样对于儿童健康有益、适合儿童食用。奶酪棒做为零食，公司首先考虑的因素是食品安全；在此基础上，兼顾口味与营养的平衡。

问题 6、公司如何进行渠道利益分配，如何看待窜货问题？

回答：窜货对公司业务造成伤害，公司采用多种手段坚决打击窜货。同时，公司通过三级价差，合理规划各层级渠道价差，保障各方合理盈利空间。面对越来越多的终端类型，公司对价格控制也会更加严格。

问题 7、公司一季度产生 2.67 亿销售费用，请问由哪些项目构成？公司一季度“支付的其他与经营有关的现金”数额较大，请问是什么原因？

回答：公司销售费用结构保持一致，主要包含广告费、促销费、职工薪酬和仓储运输费用等。销售费用增长较快是因为品牌建设期，公司加大终端投入和广告投入。一季度现金流出一部分为支付前期费用，所以较上年同期相比现金流出有增加。

问题 8、公司预计未来有多大的销售收入来支持广告费用的增长？

回答：广告费的投入，主要视市场竞争状况而定。

问题 9、去年原奶价格上涨较大，对公司业务的影响如何？

答：原奶价格对公司奶酪业务没有影响，公司奶酪产品原料主要是进口奶酪。公司液态奶业务受到一定程度影响。

问题 10、海外疫情比较严重，对公司设备进口有影响吗？

回答：公司相关业务受到一定影响。因疫情影响物流，部分生产设施实际投产晚于计划日期。公司设备进口预计今年下半年能基本恢复正常。

问题 11、公司预计终端市场的最大数量是多少？

回答：从目前市场统计看，全国冷链终端总数约在 30-50 万个之间，包括夫妻店和冰柜，还有一定拓展空间。公司严格要求经销商和终端网点冷链储运及销售，现在也在自建终端冷链。

问题 12：我国目前的人均奶酪消费量还很低，行业教育和产品教育都还很重要。C 端参考日本，有哪些产品可以借鉴？B 端，目前的研发团队现状如何？

回答：C 端，公司密切关注市场上奶酪单品动态。研发创新、产品升级及借鉴学习都是很好的方式。公司将继续推行大单品策略，目前成功的单品也得到跨界合作的机会。只要做好产品，就会吸引顾客，吸引合作伙伴。

B 端，目前有不少优秀的研发人员加入妙可蓝多团队，未来公司 B 端研发团队的构想主要为：公司自有资源、外部整合资源及国内餐饮知名大咖代言等方式。

公司	姓名
prime capital	王晗晟、张原铭
安信基金	陈嵩昆
安信证券	赖雯、苏钺、孙瑜、徐哲琪、张馨予
北京清和泉资本	帅也
博时基金	姚爽
财通基金	王朝宁
财通证券	毕晓静
财通资管	林伟
昶元投资	张秋
澄怀资本	杨兆媛
初九投资	王亦悠
丹羿投资	张昭丞
德邦证券	阿西木·塔依尔、邓周贵、花小伟、李芸、刘敏、王卓群
东方证券	李珂文
东吴基金	郑蔚宇
东兴证券	韦香怡
方正证券	刘洁铭
沣杨投资	张楠
复胜投资	喻阳、金嘉鹏、陆航
富国基金	王园园、武明戈、杨勇胜
高毅资产	刘丹、王治璇
歌斐资产	胡昌杰、于青青
光大保德信	王凯
广发证券	刘景瑜
国金证券	李茵琦、王映雪
国联安基金	徐椰香
国盛证券	符蓉、杨传忻
国寿安保基金	王韞涵
国寿资产	麻锦涛
国泰基金	林小聪
国投瑞银	王方
国信证券	熊鹏
海通资管	贺然
韩国投资	蒋颖
恒越基金	宋佳龄
弘尚资产	朱珉
弘毅远方基金	王兴伟
华安证券	余璇
华创证券	范子盼
华富基金	卞美莹
华泰柏瑞	陈文凯
华泰证券	龚源月、张墨、寇星、刘来珍
华夏久盈	肖桂东
幻方量化基金	楼枫焯
汇丰晋信	范坤祥
汇添富基金	田立
嘉实基金	华莎
建信保险资产管理有限公司	严迪超
交银施罗德	张程、张龙
景林资产	吴玉强
景顺纵横基金	杜丽娟
聚鸣投资	杜塞骥
开源证券	任浪
利弹绝智基金	陈超世
六禾投资	石嘉婧
民生证券	刘光意
南方基金	黄春逢、赵舜

盘京投资	陈静
鹏华基金	郎超、张华恩
平安养老	朱丽丽
浦银安盛基金	李俐璇、沈瑞
趣时资产	刘志超、章秀奇
泉上投资	王郑
人保养老	姜春曦、周依静
锐意资本	刘思远
上海大朴资产	张璐
上海国泰君安资产管理有限公司	肖莹
上海和谐汇一资产管理	陈阳
上海玖鹏资产	郭鹏飞
上海睿扬投资	安育廷、彭砚
上海证券	周菁
上海中亿集团	朱灵杰
上投基金	刘健
申万宏源证券	孙毓晨
神农投资	赵晚嘉
盛宇投资	吴雨佳
太保资管	李卓
太平基金	肖婵
泰旸资产	刘鹏
天虫资本	王燕
天泽金牛	葛欣
同彝投资	龚小乐、刘慧萍
彤源投资	管华雨、薛凌云、庄琰
万吨资产	石书昊
万家基金	刘宏达、王琴
西部证券	刘显荣、周密
谢诺辰阳	程浩然
信达澳银	是星涛
兴聚睿郡	谭一苇
兴业基金	姜涵予、张诗悦
玄下投资	庾美玲
巽升资产	邹冰洁
银河基金	施文淇
银华基金	孙昊天
涌津投资	漆昱霏
于翼资产	陈忠
圆信永丰基金	陈彦辛、范习辉
源乐晟资产管理有限公司	戴佳娴
长安基金	朱施乐
长江养老保险	李卉
长金投资	马莉安
招商资管	何怀志
兆信资产	白杨
肇万资产	于莎
浙商证券	王婧
中海基金	何文逸、姚晨曦
中金证券	武雨欣
中欧基金	冯允鹏
中融基金	柯海东
中泰证券	罗嶝影
中信保诚	张弘
中信保诚基金管理有限公司	管嘉琪
中信建投证券	菅成广
中亿投资	白福依
中银证券	毕翹楚

中再资产	韩璐
	胡彦超