

证券代码：300898

证券简称：熊猫乳品

### 熊猫乳品集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-002

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	银河证券：周颖、刘光意 东方基金：吕燕晨 健顺投资：韩骋 璞远资产：张瑞
时间	2022年4月27日 15:30-16:30
地点	银河证券线上会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书徐笑宇、证券事务代表傅妙妙
投资者关系活动主要内容介绍	详见会议纪要
附件清单（如有）	会议纪要
日期	2022年4月27日

## 附件：会议纪要

### 一、公司 2021 年报和 2022 年一季报情况：

2021 年度公司营业收入为 8.57 亿元，首度突破 8 亿大关，同比增长为 25.21%，增幅创下近十年新高。2021 年度归母净利润为 7734.9 万元，同比下降 5.11%（主要原因为原材料成本的大幅上涨和上年同期公司上市时期政府补助形成了高基数）。扣非净利润为 6756.19 万元，同比增长了 15.43%。

2022 年第一季度，公司营业收入为 1.93 亿元，同比下降 1.76%。2022 年第一季度归母净利润为 1176.62 万元，同比下降 19.21%。扣非净利润为 919.09 万元，同比下降 31.74%。一季度利润的下行原因主要是原材料成本的提升，以及公司产品提价有一定缓冲期，加上公司餐饮、茶饮渠道的客户受到疫情影响。

### 二、问答环节：

#### Q1：一季度收入拆分，炼乳/奶酪/其他产品表现如何？

A: 餐饮部在去年年底提价，一二月份有一个缓冲期，增量在更多在一二月份体现。

食品原料部一季度同比略微下降，主要受大客户周期影响。从全年来看非常有信心，这两周也有几家优质的客户在签合同，相信三四季度可能业绩会体现出来。

海南冷冻椰子乳一季度有不错的增量，同比的数据非常好。

整体业绩比较持平，贸易同比减少，实际自产自销部分有比较好的增量。

#### Q2：疫情对烘焙和茶饮都有比较大的影响，二季度之后补库存的动作是否可以把损失掉的收入补回来？

A: 四月份的业绩受到疫情影响，但是这一两个月跟大客户的谈判进程很好。餐饮部的稀奶油更多跟茶饮、烘焙的连锁店直接对接。食品原料部也有一些新订单，餐饮部也在稀奶油和淡炼乳上有几家优质客户，大客户的订单会在疫情结束后体现出来。

二季度对公司来说相对是淡季，虽受到一定影响，对整体绝对数上影响不大。希望疫情能尽快恢复，新签客户的销量可以体现，流通渠道恢复，今年整体的表现会不错。

#### Q3：整体看还是下半年更重要一点，疫情正好卡在一个淡季，影响不是特别大？

A: 因为餐饮一般从 10 月份终端开始旺，八九月份开始备货。饮品更早，夏饮在四五月份备货，六月份上市新品。今年合同也在签，希望 6 月前疫情结束，下半年能带动一些新品，包括淡炼乳、浓缩冷冻椰子乳、厚椰乳等饮品渠道的产品。

#### Q4：今年可能有一些冲击，炼乳全年的目标会不会调整，或者下半年有没有哪些新的动作可以把这一部分给追回来？

A: 疫情结束以后，销量追赶应该是会比较快。此外，公司会更多关注电商、团购方面的渠道，来适应疫情常态化的状况。

#### Q5：去年年底提价传导情况怎么样，以及目前渠道库存情况？

A: 渠道库存没有问题，小包装炼乳、小包装马苏碎和马苏片有点供不应求。

原料从去年下半年开始上涨，公司做了产品提价，调整面比较广，基本上覆盖营收贡献最大的几个产品。经销商现在最大关注的还是疫情的情况，如果是有渠道正常在销售的经销商没有受到涨价影响，炼乳产品的营养度，保质期长的特性适应疫情，销量还是不错的。

#### Q6：新品奶酪一季度的出货情况？

A: 奶酪是第二增长曲线，集团定了非常清晰的战略。去年 11 月份推出了新品，除了低温奶

酪棒、常温奶酪棒，还有吸吸奶酪、海苔奶酪这些非棒棒化的奶酪。产品的差异化、配方的优化，都会给消费者对奶酪产生新的认识。招商情况不错，吸吸奶酪附带玩具属性，积木搭建和颜色配比都对儿童是非常有益的。

**Q7：椰乳披露信息较少，是否是在渠道端和现有业务有比较高的重合，所以才考虑去布局？**

A：去年下半年开始针对生椰拿铁供货，公司签约了古茗和另外几家饮品客户，起量比较快。布局生椰乳，主要原因是海南工厂一直做椰子类产品，公司也有一位椰品类专家，支持研发和应用。去年受制于产能限制略有满足不了订单需求，现在已扩建产能，保证夏季饮品行情。

**Q8：21年末经销商大概有200多家，有比较明显的增长，C端奶酪的经销商大概占多少？**

A：增量五六十家基本是C端奶酪的经销商，冷链和常温都有布局。

**Q9：给连锁终端提供标品还是定制化产品？**

A：标准品更多一点，定制化主要在奶盖、厚乳等产品。

**Q10：今年直销延续较高增长？**

A：直销部分非常有信心；餐饮部分，如果疫情早点结束，相信全年业绩会有不错的表现。