

证券代码：300915

证券简称：海融科技

上海海融食品科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-001

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（_____）
参与单位名称及人员姓名	参与海融科技 2021 年度网上业绩说明会的投资者
时间	2022 年 5 月 6 日（星期五）15:00-16:00
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ http://ir.p5w.net ）
公司接待人员姓名	董事长： 黄海晓 财务负责人：郁 卿 独立董事： 孔爱国 董事会秘书：庄 涛 保荐代表人：于 力
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、请介绍一下公司植脂奶油产品收入逐年增长的原因？</p> <p>答：公司主要产品为植脂奶油，除了应用于传统的蛋糕、西点的表面装饰和夹馅外，伴随茶饮、咖啡等休闲饮品的流行，也在不断扩大其应用范围。当前国内烘焙原料生产企业数量众多，国内品牌集中度仍旧较为低，但随着近年烘焙原料行业的快速发展，国内品牌厂商快速崛起，并具备了差异化产品，能够在未来占领更多市场份额，提升行业集中度。</p> <p>公司的植脂奶油产品收入逐年增长，特别是含乳脂植脂奶油和植物基产品同步发展，销售收入及占比呈现逐年快速增长态势。首先，由于含乳脂植脂奶油能更好的兼具口感及操作性，</p>

其市场需求逐年提升，同时，顺应市场需求的变化，公司加强了含乳脂植脂奶油的推广和销售。其次，随着植物基饮食观念在全球兴起，公司努力探索人与自然和谐共生之道，布局植物基赛道，为烘焙行业发展持续提供绿色方案。2021 年海融科技在烘焙与餐饮渠道分别推出的“飞蛋”系列奶油包含：0 脂 0 胆固醇的飞蛋蛋白奶油，0 乳糖加优质植物蛋白的飞蛋植物基奶油系列（豆乳、巴旦木、榛子三个口味），满足了 Z 时代消费者不仅要好看、好吃、有趣的产品，同时又希望减少身体负担，减少环境负担，精准切中健康品质、美味口感、营养成分等多维度间的完美平衡，引领烘焙“轻”食尚。

2、本次上海疫情对公司的生产和经验预计造成了多少影响？

答：自 3 月中下旬以来，上海疫情防控形势日趋严峻复杂。在上海市奉贤区政府各级领导的大力支持下，在全体海融人共同努力下，海融的保产保供工作正在有序地开展着。工厂自 3 月 25 日起主动实施闭环管理，200 多驻厂人员在保证科学防疫、人员安全的前提下，调动一切可以调动的资源，加快生产、备货，集中力量全力以赴保障产品运输至全国饼店客户的手中，同时通过产品临时替换和经销商地区产品调配等保障客户的稳定与市场供应。谢谢！

3、公司的植脂奶油产品分为几个类别？

答：公司的植脂奶油产品分为含乳脂植脂奶油、不含乳脂植脂奶油两个类别，广泛应用于蛋糕、西点的表面装饰及夹馅。公司的植脂奶油分类从用户需求的角度，除了普通类型的植脂奶油，还有“安全升级”、“健康升级”、“口感升级”等细分类型 安全升级：0 反式脂肪酸的非氢化植脂奶油，并命名为“飞青花”品牌，在飞青花品牌下既有纯植脂奶油，也有含乳的产品包括牛奶奶油，奶酪奶油等特色产品。 健康升级：公司的飞蛋系列产品推出迎合消费者的健康需求。包括 0 脂 0 胆固醇的飞蛋蛋白奶油，0 乳糖加优质植物蛋白的飞蛋植物基奶

油系列（豆乳、巴旦木、榛子三个口味） 口感升级：公司早在 2003 年推出了第一支含乳脂奶油。如今公司有不同乳脂添加量的”植脂淡奶油”产品。最近研发的乳制品含量达到 70% 的恋乳 70 植脂淡奶油已推向市场。除此之外，公司还有一些特殊功能的植脂奶油，满足客户特殊的操作需求，例如耐热、耐冻、耐酸等。谢谢！

4、在上游，去年我们看到原材料的涨价，目前这部分上涨的趋势有变化吗？公司应对措施？

答：2021 年以来由于外部宏观环境以及新冠疫情等多重因素影响，上游的原材料价格持续走高目前仍处于高位震荡的趋势。应对措施：1) 不断拓展原材料供应商的广度和深度，增加供应商的资源，包括全球的货源采购资源方面。2) 通过生产的调整，减少损耗，增加得率，同时对产品结构进行调整，聚焦核心品类，提高毛利率的安全边际，增强效益。3) 公司也采取了提价措施，二季度开始陆陆续续执行，那么也会对冲掉一部分成本上涨压力。4) 22 年会加大对成本费用的管控力度，配套各种机制，提升精细化管理水平。谢谢！

5、公司如何提升客户的粘性？在市场开拓方面都采用了哪些举措？

答：公司自成立以来就重视营销网络的建设。目前，公司已构建了覆盖全国 30 个省、直辖市及自治区、印度大部分邦，以及部分东南亚国家的销售渠道。公司根据行业竞争格局及市场定位，采取经销和直销相结合的销售模式。一方面，公司已经形成了广泛覆盖的经销渠道，并通过组建营销团队管理支持众多经销商；公司聚焦于市场特点和地域特征，针对性地在各地发展经销商，不断进行经销渠道开发，并对其维护与提升，保证经销渠道的质量和稳定性，最终实现经销商客户稳步发展，进而带动公司销售收入增长的良性循环。依托公司的品牌影响力及旺盛的消费需求，公司对经销商具有较强议价能力，与多

数经销商结成了长期业务合作关系，保证了公司产品的有序销售。另一方面，公司注重发展以烘焙食品连锁经营企业为主的直销客户，在提升产品销量的同时扩大在行业内的品牌影响力。同时，公司坚持以“市场引导销售”的方针，强化客户服务能力。公司已拥有一支经验丰富、勇于开拓、积极进取的客户服务团队，能够为烘焙食品加工销售企业提供烘焙食品策划和培训以及售后支持等全方面服务。同时公司加强了营销队伍建设，销售人员主动开拓各地区的经销商客户及烘焙食品连锁经营企业和加工销售企业，同时公司通过参加展览会、行业交流会，举办产品推广会等形式加大宣传力度，寻求与新客户建立合作关系；公司经过多年的发展经营，公司产品已经积累了较强的竞争优势，吸引部分经销商客户及烘焙食品连锁经营企业和加工销售企业主动与公司建立合作关系；公司为了适应互联网电商的发展，逐步开始建立第三方电商平台，从而新增部分客户。受新冠疫情影响，公司主动创新了客户服务模式，利用网络视频直播技术，通过网络培训、视频直播、视频录制等远程服务模式，对国内经销商和终端客户进行线上培训和技术指导服务，积极帮助客户利用直播、网络社群等方法开展网络营销活动，实现了新技术、新业态的融合。公司还具备为终端客户研发创新烘焙产品方案的技术能力，近年来先后为终端客户推出了脏脏包、法棍泡芙、波士顿派、黄金牛乳等新烘焙产品应用方案，从而拓展了客户营销方式。21 年经销商数量 739 家，较上年增长 9.32%。

6、请问公司的产品在行业中的市场占有率是多少？和竞争对手相比，优势在哪里？

答：公司从事烘焙食品原料中的植脂奶油、巧克力、果酱的研发、生产和销售已超过 20 年，研发费用投入占比领先于同类企业。公司从创业初始一直秉承“科技创新”的理念，经过了从跟随、创新到引领的过程。早在 2003 年市场萌芽期就推出

了行业第一支含乳脂植脂奶油，2018年在业内率先推出“飞青花”一系列0反式脂肪酸植脂奶油。最近几年随着植物基饮食观念在全球兴起，公司积极布局植物基赛道，为烘焙行业绿色发展提供解决方案。2021年至今分别在烘焙和餐饮渠道推出了一系列植物基奶和植物基奶油。飞蛋品牌以其领先的产品设计理念荣获FHC金苹果奖——“年度最佳健康食品”大奖。公司已具有成熟的产品设计开发能力，特别在含乳脂植脂奶油技术、果酱产品技术、法式巧克力插片技术、生产与包装工艺技术、试验与检测技术等方面取得了突破。公司通过多年的技术积累，掌握了植脂奶油生产的丰富经验，生产的植脂奶油产品风味能够满足消费者的需求，产品的反式脂肪酸成分极低，更是符合市场主流发展方向。公司的植脂奶油产品主要用于蛋糕、西点的表面装饰及夹馅，在按用途细分的市场领域，公司具备相对竞争优势。

7、2022年公司在研发创新方面有什么规划吗？

答：公司始终聚焦烘焙原材料（动物脂肪和植物脂肪）研发领域，非常重视技术研发驱动和产品持续创新，积累了丰富的生产经验和技术研发能力。同时，公司也是经国家认定的高新技术企业。近年来公司通过持续自主研发和创新，陆续向市场推出含乳脂植脂奶油、非氢化巧克力、可用于热加工的植脂奶油等新产品。此外，公司在产品制造过程中不断进行科技创新，实现了信息化控制、机械化操作，实现了集约化、标准化、自动化生产。开发具有自主知识产权的关键装备，实现了系列非氢化专用油脂产品的创新制造，构建了非氢化专用油脂产业化制造技术体系，开发了系列非氢化、零反式脂肪酸、低饱和脂肪酸起酥油、人造奶油、植脂奶油、粉末油脂、煎炸油型产品，如今，“非氢化”研发成果不仅涵盖奶油、巧克力、烘焙油脂、冰激凌浆、卡仕达酱、蛋挞液、冷冻西点等烘焙原料产品，更代表着安全、时尚、美味的健康食材。2021年公司在研发方

面有比较大的突破，“食品工业专用油脂升级制造关键技术及产业化”项目团队通过联合攻关，创新完善了专用油脂加工的基础理论体系，攻克了非氢化专用油脂的核心加工技术，项目获得国家科技进步二等奖。报告期内新增 11 件专利发明、取得国内烘焙行业领军企业称号。随着植物有机的概念在市场上受到消费者的关注，公司推出全新系列产品“飞蛋系列”，0 脂 0 胆固醇的飞蛋蛋白奶油，0 乳糖加优质植物蛋白的飞蛋植物基奶油系列（豆乳、巴旦木、榛子三个口味），是技术创新和产品创新的又一次产品迭代。未来公司将继续为全面推动了我国相关加工食品的升级换代和健康化，为保障人民健康，推进健康中国建设贡献力量。谢谢！

8、在茶饮和咖啡赛道的布局，公司有向哪些茶饮餐厅供应货品？

答：前期已经拓展的客户像 CoCo、益禾堂、乐乐茶、快乐柠檬等等。品类方面，除了奶油奶盖，有冷冻蛋挞液，预打发的冷冻奶油、咖啡奶、果酱一些乳品都有在做定制化开发。还有一些区域性的茶饮品牌，跟客户都有在不同程度的合作中，有些已经进入到中试阶段。去年我们成立了餐饮事业部以后，重点工作围绕团队组建，客户开发和产品开发，更方面工作都在稳步推进中。谢谢！

9、请简要介绍一下我国烘焙食品原料行业发展概况？

答：我国烘焙行业起步较晚，但随着人均消费水平的提升以及餐饮结构的调整，近几年我国烘焙行业得到了快速发展。根据欧睿国际的数据，2010-2019 年我国烘焙零食零售行业市场规模 10 年 CAGR 实现 12.14%，得到快速发展。2020 年我国烘焙食品零售市场规模实现 2358.19 亿元，同比增长 3%，增速较低主要系疫情影响；预计到 2025 年，我国烘焙食品零售市场规模将达到 3590 亿元。烘焙食品原料行业与烘焙行业相辅相成，跟随烘焙行业的发展规模稳步提升。烘焙食品原料主要是

指用于制造烘焙食品的各种原材料和辅料，其中主要包括面粉、油脂、糖类、奶油、水果制品、酱料和巧克力等。公司所涉及的烘焙食品原料的产品主要是奶油，奶油除了应用于传统的蛋糕、西点的表面装饰和夹馅外，伴随茶饮、咖啡等休闲饮品的流行，也在不断扩大其应用范围。当前国内烘焙原料生产企业数量众多，国内品牌集中度仍旧较低。公司主要产品为植脂奶油，目前行业内主要厂商为海融科技、立高股份、南侨食品、维益食品等公司。其中维益是国外品牌，其余为国内品牌。当前国内品牌的市场集中度仍旧较低，但随着近年烘焙原料行业的快速发展，国内品牌厂商快速崛起，并具备了差异化产品，能够在未来占领更多市场份额，提升行业集中度。

10、2020年-2021年公司研发投入占营业收入的比例分别是多少？

答：2020年-2021年公司研发费用分别为2211万元、3225万元，占营收比例分别为3.87%、4.32%。谢谢！

11、公司目前的业务发展战略是怎么样的呢，有没有并购公司的打算，公司目前在植脂奶油的市场占比如何？新产品什么时候才能全部推向市场呢？

答：公司将继续提升品牌知名度和美誉度，充分发挥技术研发优势和渠道网络优势，发挥长期规范的客户服务优势，强化客户黏性，坚持大力发展以植脂奶油、果酱、巧克力、香精香料为核心的产品，强化研发能力，优化产品结构，积极开拓新渠道，拓展新消费场景，在印度市场和东南亚市场逐步发力，并充分借助资本市场的平台，继续保持公司良好的发展态势，奠定公司在中国植脂奶油领域的先进地位和在我国烘焙原料行业的知名品牌地位。谢谢！

12、目前公司采购自印尼的油脂占比多少？如何应对印尼的棕榈油出口禁令对公司产生的影响？

答：公司使用棕榈油及相关油脂为原料，均为国内大型油脂加

工厂采购，原产国马来西亚，印尼，目前正常供应。谢谢

13、请问公司怎么样应对原材料的涨跌？

答：由于上游的原材料油脂的价格持续攀升，成本端构成了一定的压力。今年在成本控制上，会有以下一些举措：第一，目前阶段的采购策略，提高小批量采购现货采购的比重，加强对关键物料的量化分析，加强供应商资源布局。公司会持续关注市场变化及并时调整采购策略。第二，针产品结构进行调整，聚焦核心品类，提高毛利率的安全边际，增强效益。第三，在生产工艺方面，会通过一些技改，提升产品得率，减少产品的损耗率等手段提升生产效率，降本增效。第四，开源节流，严格控制费用开支，提升精细化管理水平。同时如果后续原材料的价格继续提升，也会参考行业的整体的变化情况，做进一步的提价。谢谢！

14、请问疫情是否会导致募投资项目延期？

答：公司募集资金投资项目有：植脂奶油扩产建设项目、果酱、巧克力扩产建设项目、冷冻甜点工厂建设项目、冷藏库建设项目、科技研发中心建设项目、补充流动资金。目前公司正根据市场环境的变化结合公司发展战略布局对募投资项目进行重新规划调整，预计年内将全面启动。谢谢！

15、公司先后获评的荣誉称号有哪些？

答：2021年11月公司荣获国家科学技术进步奖二等奖，总经理黄海瑚也荣获了国家科学技术进步奖个人二等奖。公司先后被中华全国工商业联合会烘焙业公会授予“中国烘焙行业发展领军企业”称号，上海市经济和信息化委员会授予“上海市品牌引领示范企业”称号。公司两名技术成员获得市级大师工作室殊荣，另有两名技术成员获得上海市首席技师称号。谢谢

16、请介绍一下公司专利情况？

答：报告期内公司新增发明专利11件，转让发明专利1件；截止2021年12月31日公司拥有专利55件，其中发明专利

36 件，实用新型 18 件，外观 1 件。谢谢！

17、请介绍一下公司生产工艺的先进性情况？

答：公司主动创新植脂奶油生产工艺流程，自主设计并实施了植脂奶油生产线技术改造项目，具备了较为先进的工艺开发与生产能力。前述技术改造项目被评为“上海市产业转型升级发展专项资金项目”。在项目实践的基础上，公司同时取得了“奶油生产线加料称重系统及加料称重方法”、“奶油生产线裹包设备”和“奶油生产线剩料清理系统”等三项发明专利。此外，公司严格按照食品安全管理体系要求进行硬件设施的配置，生产过程严格按照工艺规范和卫生标准进行操作和监控，并采用全自动控制的生产线，生产过程全部为全自动密闭式管道输送，各工艺节点设立关键控制点和监控限值，以降低操作环节对产品安全和品质可能造成的不利影响，保证产品质量的稳定性，保障产品食品安全。公司植脂奶油产品符合相关国家标准和行业标准，公司的生产工艺能够有效避免对人体健康的重大不利影响。谢谢！

18、今年一季度公司的销售费用和上年同期相比如何？

答：2022 年一季度销售费用较上年同期下降金额较大，主要系报告期内随新收入准则，运输费调整入主营业务成本、人员薪酬减少及减少了展会推广费等综合所致。谢谢！

19、请介绍一下公司技术及研发优势

答：公司一直把研发创新作为公司重要战略之一，研发方面的投入占比行业保持领先。在江南大学、中粮、益海嘉里、三菱化学等行业知名科研力量的鼎力协助之下，公司研发团队潜心研究，历经多年研制成功“非氢化”产品。它结合了植脂奶油和动物性稀奶油的优势，原料油脂采用物理分提技术，不经氢化反应，更安心。相比较动物性稀奶油，它具有低脂肪、低胆固醇优势，更加符合大众对食品健康的要求，公司也成为了非氢化奶油的领跑企业。2021 年公司在研发方面有比较大的

突破，“食品工业专用油脂升级制造关键技术及产业化”项目团队通过联合攻关，创新完善了专用油脂加工的基础理论体系，攻克了非氢化专用油脂的核心加工技术，项目获得国家科技进步二等奖。报告期内新增 11 件专利发明、取得国内烘焙行业领军企业称号。

20、疫情期间受到多方面因素的限制，公司有没有什么新的客户服务模式？

答：受新冠疫情影响，公司主动创新了客户服务模式，利用网络视频直播技术，通过网络培训、视频直播、视频录制等远程服务模式，对国内经销商和终端客户进行线上培训和技术指导服务，积极帮助客户利用直播、网络社团等方法开展网络营销活动，实现了新技术、新业态的融合。公司还具备为终端客户研发创新烘焙产品方案的技术能力，近年来先后为终端客户推出了脏脏包、法棍泡芙、波士顿派、黄金牛乳等新烘焙产品应用方案，从而拓展了客户营销方式。谢谢

21、关于关联交易公司做了哪些决策程序和制度性安排？

答：为规范公司关联交易，保护公司中小股东合法权益，本公司已制订了《公司章程》、《关联交易管理制度》、《股东大会会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》等制度，对关联交易的价格确定原则、批准权限和决策程序、决策回避制度等进行了规定。谢谢

22、请问贵公司未来有没有员工持股或者增持股份的计划？

答：公司未来会结合业务发展战略需要，积极运用股权激励工具，做好员工的长期激励。谢谢！

23、请介绍一下公司在行业中的竞争地位？

答：公司从事烘焙食品原料中的植脂奶油、巧克力、果酱的研发、生产和销售已超过 20 年，研发费用投入占比领先于同类企业。公司从创业初始一直秉承“科技创新”的理念，经过了从跟随、创新到引领的过程。早在 2003 年市场萌芽期就推出

了行业第一支含乳脂植脂奶油，2018年在业内率先推出“飞青花”一系列0反式脂肪酸植脂奶油。最近几年随着植物基饮食观念在全球兴起，公司积极布局植物基赛道，为烘焙行业绿色发展提供解决方案。2021年至今分别在烘焙和餐饮渠道推出了一系列植物基奶和植物基奶油。飞蛋品牌以其领先的产品设计理念荣获FHC金苹果奖——“年度最佳健康食品”大奖。公司已具有成熟的产品设计开发能力，特别在含乳脂植脂奶油技术、果酱产品技术、法式巧克力插片技术、生产与包装工艺技术、试验与检测技术等方面取得了突破。通过多年的技术积累，掌握了植脂奶油生产的丰富经验，生产的植脂奶油产品风味能够满足消费者的需求，产品的反式脂肪酸成分极低，更是符合市场主流发展方向。公司的植脂奶油产品主要用于蛋糕、西点的表面装饰及夹馅，在按用途细分的市场领域，公司具备相对竞争优势。

24、2022年一季度利润增速大幅超过收入增速的原因？

答：22年Q1实现收入2.15亿元，同比增长36.98%；归属于上市公司股东的净利润3221万元，同比增长96%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润2430万元，同比增长55%，实现快速增长。收入增长原因：1）公司在21年以来积极开发市场，依托全渠道布局以及经销体系拓展的推动。2）春节期间经销商会提前备货，加上公司3月份开始提价的驱动因素。同时22年Q1受原材料价格上升因素、公司销售增长因素、及公司执行新收入准则，运输费用调整到营业成本等因素影响，主营成本22年Q1较21年Q1同期增幅为86.63%，毛利较去年同期下降了16.94%。费用方面（销售费用、管理费用、研发费用、财务费用），公司22年Q1季度较去年同期相比，减少了1585.79万，降幅为24.46%。同时公司于22年Q1继续执行现金管理计划，购买理财产品，较去年同期相比，增加了830万收入，增幅为1335%。综合以上原

因，利润较去年同期增加 1579.44 万元，增幅 96.22%。谢谢！

25、公司的利润分配原则是什么？

答：公司着眼于长远和可持续发展，综合考虑了企业实际情况、发展目标，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，从而对股利分配作出制度性安排，以保证股利分配政策的连续性和稳定性。在累计可分配利润范围内制定当年的利润分配方案。公司股东回报规划充分考虑和听取股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见，坚持现金分红为主这一基本原则。谢谢！

26、2021 年推的零糖零脂飞蛋新品做到多大规模？从产品端看，2021 年增长主要是老品贡献还是新品贡献？

答：2021 年公司在烘焙与餐饮渠道分别推出了植物基奶油-飞蛋素奶油系列、海融巴旦木奶。“飞蛋”系列奶油包含：0 脂 0 胆固醇的飞蛋蛋白奶油，0 乳糖加优质植物蛋白的飞蛋植物基奶油系列（豆乳、巴旦木、榛子三个口味），满足了 Z 时代消费者不仅要好看、好吃、有趣的产品，同时又希望减少身体负担，减少环境负担，精准切中健康品质、美味口感、营养成分等多维度间的完美平衡，引领烘焙“轻”食尚。飞蛋是飞翔的蛋白含义，属于引领行业的产品，需要教育市场和消费者的过程。鉴于这两年疫情有反复，公司总体上采取稳扎稳打策略，通过和有品牌意识的客户合作来推广。谢谢！

27、公司未来发展战略规划及目标是什么？

答：公司未来发展战略规划及目标是以技术研发为驱动，通过新产品的推出和营销服务体系的加强，实现公司的持续发展。

1、植脂奶油：加强植脂奶油系列产品的市场竞争优势、继续扩大市场份额，实现业务稳定增长；继续不断实现植脂奶油系列产品的技术突破，在植脂奶油系列产品市场上扩大竞争优势，进一步提升市场占有率。 2、果酱、巧克力：完善果酱、巧克力产品销售渠道管理及生产管理，通过研发推出迎合市场

消费习惯的新产品提升公司市场竞争力和品牌形象。3、卡仕达酱：形成公司自主品牌，提高卡仕达酱行业的技术水平，提升企业参与国际化竞争的能力，使公司成为上海地区乃至全国地区主要卡仕达酱的生产厂家之一。4、冷冻甜点：以公司现有的技术储备为基础，深入研究学习国外先进工艺流程和产品开发理念，通过推出适应国内市场需求的冷冻甜点产品，实现由烘焙食品原料领域向烘焙食品原料领域及半成品领域的延伸，并实现快速增长。谢谢

28、请介绍一下公司治理架构？

答：公司自设立以来，根据《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引（2019年修订）》、《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的规定，建立了由股东大会、董事会、监事会和经理层组成的公司治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。谢谢

29、公司是否将进一步拓展对面包店、甜品店直接销售或直接向消费者销售业务？

答：公司产品的最终客户主要是烘焙食品连锁经营企业和加工销售企业。针对烘焙食品加工销售企业分布较为分散、市场集中度较低的特点，公司采取经销模式，主要是考虑到通过经销商在当地的营销能力、仓储能力、运输能力以及渠道优势，能够迅速打开公司在当地的产品销售市场，同时能加快公司产品销售市场规模的进一步扩大，以实现公司品牌的提升。未来，经销模式仍将是公司的主要经营模式，同时公司将继续巩固与烘焙食品连锁经营企业和加工销售企业的合作关系，巩固和扩大公司产品市场占有率和销售收入。此外，公司将继续在第三方电子商务网站开展网上直接销售。但参照烘焙食品原料行业的惯例和特点，行业内大部分公司都采取以“经销+直销”为主，电商为辅的销售模式，同时公司主要产品植脂奶油需低温

冷冻运输，对物流配送要求较高，因此未来期间电商销售模式不会成为公司的主要销售模式。谢谢

30、上海疫情严重贵公司位于上海请问公司为上海抗疫是否做出贡献？

答：面对上海严峻的疫情防控形势，公司第一时间协调资源，紧急采购，联络相关部门为一线防疫工作者和志愿者捐献了隔离服、眼罩、面罩、酒精、N95 口罩等防疫物资，捐赠物资总价值 30 余万元。公司号召企业内的党员同志们，发挥党员模范带头作用，积极参与社区防疫工作，争当社区志愿者，为社区防疫工作的顺利开展履行自己应尽的义务。与此同时公司生产体系采取了驻厂闭环管理保生产、保供应。业务团队也尽力解决客户困难，通过产品临时替换和经销商地区产品调配等保障客户的稳定与市场供应，齐心协力、共克疫情！谢谢

31、请问海融印度 2021 的收入及毛利率大概是在什么一个水平？

答：海融印度 21 年收入及毛利率基本和国内情况同步，谢谢！

32、很高兴公司 1 季度销售利润相比同行业均有靓丽表现，原因是什么？4.5 月份的上海疫情冲击有多严重，还能延续 1 季度的成绩吗？

答：一季度的情况刚刚财务已经做了回复。

自新冠肺炎疫情发生以来，公司第一时间成立了疫情防控领导小组，严格落实各级政府部门防控要求，并制定防控机制和应急方案，启动实施一系列公司防疫设施配备、防疫物资储备、内部防疫消毒、员工排查跟踪管理、防控宣传、安全生产准备等措施。同时，做好与客户、供应商的沟通。公司全力做好疫情防控与应对工作，力求将本次疫情对公司的不利影响降至最低。新冠肺炎疫情对公司的销售产生了一定的不利影响，同时通过公司严格控制费用支出，积极调动一切可以调动的资源，加快生产、备货，集中力量全力以赴保障产品运输至全国

饼店客户的手中，同时通过产品临时替换和经销商地区产品调配等保障客户的稳定与市场供应。谢谢！

33、请问公司的植脂奶油配方克服了哪些缺点？

答：公司的植脂奶油开发与时俱进，产品类型丰富。有偏重操作性的耐酸、耐高温、高打发率，高稳定性的产品，也有符合追求口感和健康理念的高乳制品含量的产品（恋乳系列）、0反式脂肪酸的飞青花系列、0乳糖的飞蛋系列等产品。谢谢！

34、公司目前植脂奶油产能利用率基本上饱和，假设在疫情好转的情况下会考虑提前进行产能扩建吗

答：现有产线产能还是有比较充分保障。另外最近几年也不断地通过技改，包括一些精细化管理的提升，工艺的提升，品类的优化，产品得率和生产效率都得到提高。接下来的能规划会根据募投项目的整体规划调整，兼顾到长期发展和短期的业绩的平衡。

35、飞蛋目前销售额多少，请简单介绍一下销售情况

答：2021年公司在烘焙与餐饮渠道分别推出了植物基奶油-飞蛋素奶油系列、海融巴旦木奶。“飞蛋”系列奶油包含：0脂0胆固醇的飞蛋蛋白奶油，0乳糖加优质植物蛋白的飞蛋植物基奶油系列（豆乳、巴旦木、榛子三个口味），满足了Z时代消费者不仅要好看、好吃、有趣的产品，同时又希望减少身体负担，减少环境负担，精准切中健康品质、美味口感、营养成分等多维度间的完美平衡，引领烘焙“轻”食尚。飞蛋是飞翔的蛋白含义，属于引领行业的产品，需要教育市场和消费者的过程，目前规模还不大。鉴于这两年疫情有反复，公司总体上采取稳扎稳打策略，通过和有品牌意识的客户合作来推广。谢谢！

36、留意到21年公司直销收入减少而经销收入依然增加，请问直销收入减少的原因是？未来如何扭转该情况？

答：公司21年整体收入端的增长与渠道端的布局有一定的关

	<p>系，通过参加国内的大型展会，新品发布会、经销商的各种活动，经销渠道和直销渠道的未来发展战略进一步的夯实。目前传统的烘焙零售渠道的行业集中度相对较低，所以公司 21 年开始逐步去调整经销商体系，重点去开拓一些区域的腰部以上的重点客户，加快渠道下沉和精细化管理。此外，加大直营体系，21 年开始在总部建立了“破冰小组”，对接重点的头部客户，包括直营连锁客户，去做定制化的服务。同时公司也很关注新零售渠道，不断拓展便利店、商超的，比如 21 年已经跟罗森展开了合作。线上渠道，疫情原因线上的直播互动、短视频这方面做的比较多，还通过行业展会峰会去加强品牌传播。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 5 月 6 日