

证券代码：605337

证券简称：李子园

## 浙江李子园食品股份有限公司投资者关系活动记录表

### （2021 年度业绩说明会）

编号：2022-003

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 媒体采访
2021 年度业绩说明会召开的基本情况	1、会议时间：2022 年 5 月 13 日上午 10:00-11:30 2、会议召开地点：上海证券交易所上证路演中心（网址： <a href="http://roadshow.sseinfo.com/">http://roadshow.sseinfo.com/</a> ） 3、会议召开方式：上证路演中心视频和网络互动
上市公司接待人员姓名	总经理监董事：朱文秀 董事会秘书：程伟忠 财务总监：孙旭芬 独立董事：陆竞红
投资者关系活动主要内容介绍	本次说明会，公司就投资者关心的问题给予了答复，并对相关问题进行了梳理，主要问题及答复如下：  Q1：请问总经理公司在电商平台的销售情况如何？ A1：尊敬的投资者您好，报告期内公司在电子商务平台的营业收入为 50,925,553.26 元，较上年增加 12.01%；毛利率为 40.38%，较上年增加 1.97 个百分点，感谢您的关注。  Q2：请问公司的采购模式是什么？ A2：尊敬的投资者您好，公司由总部供应中心统一负责采购事宜，对于主要原辅料如奶粉、生牛乳、白砂糖、高密度聚乙烯及关键食品添加剂等，由总部集中采购后进行全国生产基地调配，而外包装材料及部分低值易耗品等由子公司及委托加工企业自行采购。公司与供应商签订年度框架协议，根据采购计划向供应商下达采购订单。供应中心

主要负责原材料供应市场调研、供应商储备、供应商评估及日常监督，统一编制采购计划，完成公司年度采购目标，严格把握采购环节的食品安全质量控制，降低公司原材料采购成本和仓储成本。

公司主要采取“以产定购”及安全库存相结合模式进行采购。公司总部生产部和对外合作中心协商，根据年度销售计划、当期客户实际订单情况及月度生产计划，结合核查库存情况，统一编制月度采购计划表，并发送至供应中心，由后者制定具体采购订单并实施、监督具体采购流程。对于奶粉、白砂糖、高密度聚乙烯等大宗商品，供应中心将根据市场价格波动、运输时间、供应周期等因素提前储备适当的原材料，以适应生产计划临时调整，降低单位采购成本。公司原辅料、包材等均需经供应中心及品控部检验合格后入库，对于未通过检验产品不得入库，感谢您的关注。

**Q3: 报告期内公司控股多家子公司，请问公司将如何有效的对这些子公司进行管理？**

**A3:** 尊敬的投资者您好，报告期内子公司按照公司制订的管理制度规范运作，对子公司财务、采购、生产经营、人事、工程建设等事项进行指导、管理和监督。为提高公司对子公司规范运作水平，公司定期召开全公司的管理层会议，及时跟踪解子公司的生产经营、项目建设、安全环保等重要事项，同时分析出现的问题，并提供解决问题方案。公司内部审计机构对制度的执行进行现场检查，对检查过程中存在的问题及时整改，感谢您的关注。

**Q4: 各位领导好，2021 年公司是否有新增产能项目？**

**A4:** 尊敬的投资者您好，2021 年公司主要投资和建设了 2 个产能扩建项目，一个是浙江龙游李子园食品有限公司扩产项目，另一个是江西李子园食品有限公司投资建设年产 10 万吨食品饮料生产线扩建项目。

2021 年 2 月 20 日，公司子公司龙游李子园与浙江省龙游县人民政府在龙游县签署了《项目投资框架协议》，龙游李子园拟在浙江龙游经济开发区投资建设 7 万吨含乳饮料及 2.4 亿只 HDPE 瓶生产线项目，总投资约为 2.8 亿元。2021 年 6 月该项目已开始施工建设，预计将在 2022 年下半年投产。

2021 年 6 月 7 日公司子公司江西李子园与上高县人民政府在江西上高工业园区管理委员会签署了《框架协议》，拟在江西省上高工业园五里岭产业园投资建设年产 10 万吨食品饮料生产线扩建项目，项目总用地规模约 107 亩，计划总投资约为 3 亿元。该项目于 2021 年 10 月开工建设，预计于 2023 年投产运营，感谢您的关注。

**Q5: 请问公司产品的产销情况怎么样?**

**A5:** 尊敬的投资者您好, 报告期内, 公司采用“以销定产模式”, 产品销售周转较快, 产销率保持在良好的水平。其中, 含乳饮料产销率为 99.36%, 乳味风味饮料产销率为 99.38%, 复合蛋白饮料产销率为 100.13%, 其他饮料的产销率为 101.24%, 感谢您的关注。

**Q6: 请问公司今年有无新品开发计划? 公司现有新品在线下鲜有看到, 特别是电解质水, 是否推广有难度?**

**A6:** 尊敬的投资者您好, 继 2021 年 280ML 果蔬含乳饮料系列新品的基础上, 今年将推出无菌灌装(杯装)大果粒酸奶饮料产品、运动营养食品以及其他品类系列产品。公司将根据不同的市场情况, 对现有新品在线下进行差异化推广, 感谢您的关注。

**Q7: 请问公司的流通股东中是否有社保基金?**

**A7:** 尊敬的投资者您好, 截至 2021 年 12 月 31 日公司的流通股东中存在社保基金, 具体持股情况详见 2021 年年度报告, 感谢您的关注。

**Q8: 李子园在既有市场的发展已经较为成熟, 那请问公司在开发新市场上有什么切实可行的计划?**

**A8:** 尊敬的投资者您好, 重点市场继续细化、精耕市场, 快速进行全渠道开发及终端网点建设, 重点拓展小餐饮渠道, 通过针对性的产品, 提高该渠道的市场铺市率。新兴市场或新开发市场区域重点搭建客户框架及渠道框架, 快速推进新客户的招商工作, 快速建立渠道网络, 以点带面, 培育市场, 为下一步市场发展与销售增长奠定基础, 感谢您的关注。

**Q9: 请问茅台建信现在是否还是公司前十大股东?**

**A9:** 尊敬的投资者您好, 茅台建信(贵州)投资基金管理有限公司为公司前十大股东, 感谢您的关注。

**Q10: 请问公司在人才合作、研发创新上取得了哪些成绩? 是否有参与行业标准的制定?**

**A10:** 尊敬的投资者您好, 公司拥有科学严谨的研发体系、聘任高级工程师、行业专家和专业技术人员, 建有省级技术研发中心、院士团队专家工作站、省级博士后科研工作站, 并联合江南大学、浙江工商大学、浙江工业大学、长春大学等知名学府积极开展产品创新研究。公司与河北省食品检验研究院、浙江工商大学、中国标准化研究院等单位共同起草并发布了《生物产品中功能性微生物检测》

(GB/T34224-2017) 国家标准；还起草发布了《限制商品过度包装要求食品和化妆品 GB 23350-2021》、《食品包装评价技术通则 GB/T 40001-2021》、《食品包装选择及设计 GB/T 39947-2021》等国家标准。

公司高度重视自主知识产权开发和保护工作。截止 2021 年 12 月末，公司共有有效专利 160 项（其中发明专利 8 项，实用新型专利 97 项，外观设计专利 55 项）注册商标 198 个；著作权 41 项。

公司一方面坚持核心产品的原有配方、选用高品质进口原料，另一方面在新产品配方、包装上精益求精，不断提高产品的营养、健康、环保和品质，确保产品符合消费群体需求。

**Q11: 请问贵公司有哪些挖掘市场潜力和推广产品的措施？比如李子园主要是针对年轻群体，可否在各大高校直接招募大学生现身说法的推广普及？又比如对各大区域经销代理进行市场深耕拓展的培训？**

**A11:** 尊敬的投资者您好，公司目前已在全国 30 多个省份都建立了销售网络，在全国化进程中，公司以深耕重点核心市场并逐步辐射带动周边区域市场的“区域经销模式”，逐步开拓培育市场，通过阶梯式市场发展，力争 3-5 年成为全国性品牌。

在保持传统优势渠道的基础上，一方面，公司将细化重点成熟区域渠道，精耕市场，增加终端品项及陈列的投入，通过丰富终端品项、窗口形象增加单点销售。另一方面，公司继续加强营销队伍建设和经销商的管理。通过指导及参与管理提升经销商的团队力量，管理水平，保证并提高对市场细化操作，业务拓展及维护水平，达到市场细化的计划目的。在做好现有渠道终端细化及形象建设的同时，重点拓展小餐饮渠道，要求在较成熟区域重点拓展较弱的小餐饮渠道，通过公司针对小餐饮开发的产品，拓展该渠道的市场铺市率，通过各类促销拉动增加李子园在成熟市场的销售，提升整体的品牌影响力，感谢您的关注。

**Q12: 对于食品饮料行业来说，食品安全是重中之重，对上游供应商的管理会直接影响产品质量，因此想了解一下公司在对供应商的管理上有什么要求吗？**

**A12:** 尊敬的投资者您好，首先，公司建立了《供应商管理制度》，并定期对合格供应商资质、技术能力、安全质保情况等进行评审。针对每年采购排名前 10 的供应商，公司将进行供应商年度评价，淘汰年度评价认为不应继续合作的供应商。

其次，公司与奶粉、生牛乳供应商及其他辅料供应商形成长期合作关系。日常采购过程中，根据国家标准对采

购的奶粉、生牛乳、白砂糖、食品添加剂、包装材料等进行严格的质量检测，并及时传递信息，对质量不合格的产品及时进行处理，防止流入市场。必要时，公司委托第三方有资质机构对采购的原材料进行比对检验，以确保所采购产品的质量安全。感谢您的关注。

**Q13: 作为公司的中小投资者，想请问一下公司的分红计划。**

**A13:** 尊敬的投资者您好，公司拟向全体股东每 10 股派发现金红利 4.50 元（含税），拟向全体股东每 10 股以资本公积金转增 4 股。本次利润分配及转增股本方案已经公司 2021 年年度股东大会审议通过。感谢你的关注。

**Q14: 公司在甜牛奶乳饮料一直处于优势地位，但是随着乳制品行业的发展，公司是否有进行产品的迭代更新以适应市场的不同需求？**

**A14:** 尊敬的投资者您好，经过二十多年的市场耕耘，“李子园”品牌的知名度不断提升，奠定了公司在“甜牛奶乳饮料”市场的优势地位。公司注重产品研发和创新，在保证经典口味传承的同时，根据消费者需求的变化不断研发新产品，近两年公司向市场推出了“零脂肪乳酸菌饮品、榴莲牛奶、果蔬酸奶饮品、咖啡牛奶饮品、椰汁牛奶饮品、果蔬乳酸菌乳饮品、0 糖 0 卡电解质水”等新产品。2022 年将推出无菌灌装（杯装）大果粒酸奶乳饮料产品、运动营养食品以及其他品类系列产品。将销售场景和渠道进一步扩大从而提高品牌核心竞争力。锁定年轻消费群体作为李子园的核心受众人群，在消费场景上的升级，打造符合市场需求且受到消费者喜爱的品牌形象，感谢您的关注。

**Q15: 各位领导好，作为李子园的股东，我想了解一下公司在 2022 年有什么样的经营计划。**

**A15:** 尊敬的投资者您好，为实现既定经营目标，公司将继续提高质量产量，降低生产成本，优化产品结构，加强市场开拓力度，进一步提升市场占有率，实现销售的稳步增长，2022 年公司经营计划为：①继续加强技术创新、加强科研平台建设；②积极做好成果转化，不断开发设计新产品；③深化市场精耕与渠道拓展，积极开发培育新兴市场；④优化经销商团队建设，提升管理水平；⑤重视品牌建设，多渠道提高品牌知名度；⑥健全市场服务体系，提高市场服务质量；⑦相互协作、统一调度，保质保量完成生产任务；⑧加强人力资源建设和管理；⑨提高产能利用率，加快项目建设进度；⑩完善信息化管理，助力企业提质增效，感谢您的关注。

	<p><b>Q16: 总经理及各位高管: 您们好! 先道声您们辛苦了。我有两个问题想请教一下, 1 是贵公司 1 月才公告在云南新建 3 条生产线, 现在突然说停了, 调整为在江西新建一条生产线, 外加近年公司产能扩张较快, 一季度西南板块销售又是负增长, 请问公司是否已造成产能过剩? 产品是否有滞销的情况? 2 是贵公司的电解质水是否有计划纳入公司的主打产品推销? 谢谢!</b></p> <p><b>A16: 尊敬的投资者您好, 基于公司经营发展规划需要及公司战略布局, 2022 年 1 月 12 日, 公司全资子公司云南李子园食品有限公司与陆良县人民政府签署了《投资合作协议》。云南李子园公司结合自身发展需要, 拟在陆良工业园区青山片区云南李子园食品有限公司北侧规划建设 3 条含乳饮料无菌灌装生产线, 配套建设仓库等附属设施项目。公司会根据外部市场环境的变化择机启动该项目的建设。</b></p> <p>江西区域作为公司重点开拓区域之一, 通过扩建江西生产基地, 一方面有利于公司贴近市场, 提升江西本地市场销售额, 另一方面, 通过江西生产基地建设, 有利于优化公司产能布局, 提升向华中及华南等周边区域市场的供货能力。</p> <p>目前公司产品销售周转较快, 产销率保持在良好的水平。公司根据不同市场情况, 对现有的新品进行差异化推广, 感谢您的关注。</p>
<b>附件清单 (如有)</b>	无
<b>日期</b>	2022 年 5 月 13 日

注: 编号为 2022-002 的调研活动, 详见公司在上海证券交易所网站披露的《关于接待机构调研情况的公告》(公告编号: 2022-006)。