

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 (2022年第三季度业绩说明会)

编号：2022-006

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（请文字说明其他活动内容）
形式	<input type="checkbox"/> 现场 <input checked="" type="checkbox"/> 网上 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称及人员姓名	参与公司2022年第三季度业绩说明会的所有投资者
时间	2022年11月10日 15:00-16:00
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）
上市公司接待人员姓名	总经理：朱文秀 董事会秘书：程伟忠 财务负责人：孙旭芬 独立董事：陆竞红
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次业绩说明会，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：</p> <p>1. 请问明年是否高送转分红送股？</p> <p>答：尊敬的投资者，您好！关于股东权益分派，公司严格按照上交所相关规则、公司章程及分红规划相关规定，结合实际经营情况进行决策，未来如有相关计划，公司将会及时履行信息披露义务。感谢您对公司的关注！</p> <p>2. 李子园甜牛奶的外包装设计已经十多年未见变化，外包</p>

装上的小男孩形象简陋、构图随意、无法形成品牌记忆点，其包装设计已多次被网友吐槽“土味”。公司是否考虑在未来的产品包装上考虑更多现代化、符合当下审美方向的设计理念，同时可考虑和更多的儿童IP进行跨界联动。

答:尊敬的投资者，您好！公司将会以市场为导向，持续优化产品设计及包装，积极推动产品升级，满足不同消费者的需求。感谢您对公司的建议及关注！

3. 李子园三季度存货量达到3.07亿，比2021年三季度的2.21亿高出近40%，请问公司，三季度的提价策略是否影响了部分渠道的拿货意愿和进货量，并直接导致三季度部分重点区域销售下降。公司针对目前较高的存货量，是否有进一步的促进销售的动作？

答:尊敬的投资者，您好！公司2022年三季度末存货中有2.69亿是原材料，原材料占存货比例达87.62%，而原材料中大部分是奶粉备货。感谢您对公司的关注。

4. 三季度电子商务业务的下降幅度达到双位数(-12.17%)，具体原因是什么？李子园为什么没有选择与专业的TP公司合作，而是选择在金华当地自建电商公司（金华市李子园电子商务有限公司）？目前电商板块的收入及盈利目标是否符合公司对其的预期？后续是否会考虑引入更专业的TP公司进行辅助？

答:尊敬的投资者，您好！公司销售模式以经销为主，公司电商平台主要是为增强品牌宣传、新品推广以及满足部分消费者的网购需求，目前公司暂不考虑TP合作。感谢您对公司的关注！

5. 在新产品线上，李子园过去几年尝试了各种新品，蹭各种新品类赛道，但直到目前为止，除了甜牛奶外，其他产品一个能打的都没有。所以，公司在新产品探索的道路上，是否可以说是失败的？现在或未来是否会剔除一些没有盈利能力的新产品？与其在新品上浪费时间和精力，是否更应该考虑将甜牛奶这一品类继续做大做强，推出更多甜牛奶系列的口味及产品线？

答:尊敬的投资者，您好！为满足年轻消费群体更丰富的风

味需求，公司在品类、口感上进行产品创新。公司在传承经典“甜牛奶”口味的同时，根据消费者需求的变化不断研发新产品。公司新产品将进一步增强公司品牌竞争力，有利于提高公司未来经营业绩和盈利能力。感谢您对公司的关注！

6. 今年海克斯科技被社会热议，各种有添加剂的食品饮料被广泛质疑。对此，李子园是否考虑未来研发推出0添加的甜牛奶产品？同时，0糖产品近几年大行其道，李子园是否考虑研发推出0糖甜牛奶？

答:尊敬的投资者，您好！公司建立了成熟的产品质量控制体系，拥有一批经验丰富的质检和品控人员，配备了先进、齐全的质量检测仪器，充分满足了消费者对食品饮料产品“营养、健康、安全”的质量诉求。公司尊重并且重视每个消费者的健康营养需求，未来会贴近消费者需求进行新产品研发和新工艺升级。公司正设计0蔗糖甜奶饮料，以满足不同顾客的需求。感谢您对公司的关注！

7. 三季报显示，公司区域营收贡献，华东地区同比有所下降，请问华东市场继续增长的驱动力是什么？

答:尊敬的投资者，您好！三季度华东市场同比下降主要因为疫情影响，同时三季度提价市场渠道也有一定的缓冲期，华东市场公司结合营销思路渠道逐年细化精耕、近几年都有所增长。华东市场品牌宣传与渠道精耕结合，客户结构持续优化，公司有信心保持未来其市场的增长。感谢您对公司的关注！

8. 公司目前全国化布局走到哪一步了？未来经销商招商规划如何？

答:尊敬的投资者，您好！受全国化布局的影响，目前公司基本已经完成销售区域覆盖。过去几年公司经销商数目增速基本维持20%左右，未来公司在一些薄弱市场会继续增加招商需求。此外，公司在新兴市场会重视空白渠道以及新兴网点铺货的建设。感谢您对公司的关注！

9. 今年疫情对公司的影响严重吗？

答:尊敬的投资者，您好！疫情对公司的影响，请关注公司上交所披露的定期报告及主要经营数据。感谢您对公司的关注！

10. 公司如何控制单一产品依赖度高的风险？

答:尊敬的投资者,您好!公司目前销售的产品含乳饮料占比95%以上,未来将继续以含乳饮料系列产品为主打产品,在此基础上,新品开发也主要是围绕含乳饮料进行工艺、包装、口味等的升级、延伸和补充拓展。感谢您对公司的关注。

11. 全国市场拓展,西北、华北市场目前发展怎么样?

答:尊敬的投资者,您好!西北、华北市场这几年增长不错。报告期内公司在东北地区的营业收入为12,173,324.72元,较上年增加 29.13%;西北地区的营业收入为7,847,575.31元,较上年增加 37.50%。感谢您对公司的关注!

12. 公司发可转债募集资金投向年产 15 万吨含乳饮料生产线扩产及技术改造项目,该项目主要建设内容是什么?项目建设计划什么时候投产,产能如何?

答:尊敬的投资者,您好!本项目建设内容包括:(1) 新增年产量8万吨的450ml规格含乳饮料产线3条及成品仓库车间;(2) 改造现有老旧生产线,形成450ml规格含乳饮料产线2条、225ml规格含乳饮料产线1条的生产能力,改造后年产能可为7万吨;(3) 购置信息化软硬件,建设数字化工厂;(4) 建设光伏屋顶及其他必要配套设施(电力、暖通工程及环保设施等)。本项目建设期为3.5年,分2期进行建设。项目一期工程建设期为2年,一期工程建成投产后,即开始二期工程的建设,项目二期工程建设期为1.5年。感谢您对公司的关注!

13. 下半年公司产品提价,提价后对于经销商的利润影响大吗?

答:尊敬的投资者,您好!本次提价是对出厂价格进行调整,公司出厂价全国统一,各经销商在指导价格范围内自行调整终端价格,因此,提价对经销商利润影响不大。感谢您对公司的关注!

14. 请问目前公司有无和国内的供销合作社合作?公司产品的销售模式是什么?

答:尊敬的投资者,您好!公司暂无和国内供销合作社合作,未来不排除合作可能性。目前公司的销售模式主要以经销模式

为主，直销模式为辅的销售模式。感谢您对公司的关注！

15. 请问控股股东怎么突然选择近期增持公司股票计划？

答:尊敬的投资者，您好！增持是控股股东基于对公司未来发展的信心和价值认可，以及为维护股价稳定和股东利益。感谢您对公司的关注！

16. 请问自2021年下半年以来，公司股价持续下跌，是由什么原因所致？

答:尊敬的投资者，您好！股价受公司经营情况、经济、行业、投资者风险偏好等多重影响，会围绕内在价值不断波动。公司始终聚焦主业，扎实做好业绩。为完成2022年各项任务，重点在“提质增效”上下功夫，对外持续加大市场拓展、渠道深耕、品牌推广等各项工作力度，对内不断强化管理、改进工艺，最终不断提高公司价值，努力达成全国乳饮料龙头企业的经营目标。

17. 请问近期公布的控股股东增持计划会存在什么风险吗？

答:尊敬的投资者，您好！本次增持计划实施可能存在因政策或资本市场发生变化以及目前尚无法预判等因素导致增持计划无法达到预期的风险，请注意投资风险。感谢您对公司的关注！

18. 注意到近期公司发布了未来三年股东分红回报规划，请问公司什么情况下会考虑分红？

答:尊敬的投资者，您好！关于股东权益分派，公司严格按照上交所相关规则、公司章程及分红规划相关规定，结合实际经营情况进行决策，未来如有相关计划，公司将会及时履行信息披露义务。感谢您对公司的关注！

19. 在新产品线上，李子园过去几年尝试了各种新品，蹭各种新品类赛道，但直到目前为止，除了甜牛奶外，其他产品一个能打的都没有。所以，公司在新产品探索的道路上，是否可以说是失败的？现在或未来是否会剔除一些没有盈利能力的产品？与其在新品上浪费时间和精力，是否更应该考虑将甜牛奶这一品类继续做大做强，推出更多甜牛奶系列的口味及产品线？

答:尊敬的投资者,您好!公司目前销售的产品含乳饮料占比95%以上,未来将继续以含乳饮料系列产品为主打产品,在此基础上,新品开发也主要是围绕含乳饮料进行工艺、包装、口味等的升级、延伸和补充拓展。感谢您对公司的关注!

20. 公司自2022年7月1日起,对部分甜牛奶乳饮料及风味乳饮料系列进行了提价,请问提价范围及幅度如何?对业绩影响如何?

答:尊敬的投资者,您好!提价产品主要是甜牛奶和风味乳饮料等核心产品,占全品类的85%以上,提价幅度为6%-9%不等。部分产品调价主要基于原材料、包材、运输、能源等成本持续上涨,对公司业绩有一定的提升作用。感谢您对公司的关注!

21. 请问,原材料,例大包粉,上涨的问题,明年可能会缓解吗?

答:尊敬的投资者,您好!受通货膨胀、饲料成本上涨、运输成本增加影响,近年来公司主材价格有不同程度的上涨。公司为应对能源、人工和材料价格的不断上涨,于2022年7月开始对部分产品提价6%-9%,预计可冲抵成本上涨的不利影响。感谢您对公司的关注!

22. 提价后,公司的销售如何?目前公司存货情况如何,是否有计提风险?

答:尊敬的投资者,您好!公司目前产品价格比较稳定,存货账面价值高于可变现净值,因此不存在存货减值风险。感谢您对公司的关注!

23. 贵司和供销社的合作情况如何?作为乡村振兴的纽带之一,李子园产品是否有加大和供销社合作的打算,深挖乡村市场?

答:尊敬的投资者,您好!公司暂无和国内供销合作社合作,未来不排除合作可能性。目前公司的销售模式主要以经销模式为主,直销模式为辅的销售模式。感谢您对公司的关注!

24. 公司对合作的经销商选择有什么要求?

答:尊敬的投资者,您好!公司选择合作经销商主要考量如下:一具备渠道资源优势;二具有一定的综合实力,包括团队实

力、资金实力、市场覆盖能力、配送能力等，感谢您对公司的关注！

25. 朱总您好，光提价能提高业绩？85%产品提价快半年了，为啥今年第三季度利润不还是下降了超20%？

答：尊敬的投资者，您好！公司于2022年开始提价，主要是为了应对公司原材料价格、人工成本上涨对公司业绩带来的不利影响。未来随着销售规模不断扩大，长期来看提价将有助于公司业绩向好。感谢您对公司的关注！

26. 请问公司是如何控制异地生产基地经营管理风险的？

答：尊敬的投资者，您好！对于异地自有生产基地，公司通过选派生产管理、技术品控、财务等关键管理人员进行现场管理监督；对于委托加工企业，公司通过统一采购主要原辅料，派驻现场品控人员及仓储管理人员对其生产进行全程监控，同时对其产品进行定期、不定期质量抽查和验厂检查。感谢您对公司的关注！

27. 请问出厂提价之后，终端销售是否已经开始顺利提价？还是继续维持原价？

答：尊敬的投资者，您好！结合出厂价的提高终端价格基本按公司指导的新价格体系执行。感谢您对公司的关注！

28. 目前是否考虑将甜牛奶这一品类继续做大做强，推出更多甜牛奶系列的新口味及新的产品线？

答：尊敬的投资者，您好，感谢您的建议！公司将在继续扩大甜牛奶产品市场占有率的同时，开发其他符合消费者需求的新产品进行补充。感谢您对公司的关注！

29. 朱总您好，提价没有有效提升业绩，第三季度营收、净利润都是下降状态，2023年还会继续提价策略去应对成本上涨吗？

答：尊敬的投资者，您好！公司的销售收入和利润业绩下滑的因素，主要是受到了多发频发的疫情以及严格疫情防控的影响和原材料以及能源成本的上涨带来的影响，产品提价后将进一步改善公司的盈利水平。感谢您对公司的关注！

30. 总体生产计划、主要原材料市场价格波动情况及原因

答: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。

感谢您对公司的关注!

31. 8万吨产线大概什么时候落成。

答:尊敬的投资者,您好!新增年产量8万吨的450ml规格含乳饮料产线3条及成品仓库车间;改造现有老旧生产线,形成450ml规格含乳饮料产线2条、225ml规格含乳饮料产线1条的生产能力,改造后年产能为7万吨;项目建设期为3.5年,分2期进行建设。项目一期工程建设期为2年,一期工程建成投产后,即开始二期工程的建设,项目二期工程建设期为1.5年。感谢您对公司的关注!

32. 朱总,在现在这个网络、物流如此发达的阶段,如果电子商务业务模块只是为了增强品牌宣传、新品推广以及满足部分消费者的网购需求,而不是作为公司的重要战略渠道去建设和发展,未来是否存在公司与e时代及新一代消费者脱钩、落伍的危险?

	答:尊敬的投资者,您好!公司会适时根据市场变化和终端消费者需求进行销售策略的调整。感谢您对公司的关注!
附件清单(如有)	无
日期	2022年11月10日