

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：2022-007

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）	<input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
形式	<input checked="" type="checkbox"/> 现场	<input type="checkbox"/> 网上 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称及人员姓名	方正证券：张东雪 鹏扬基金：王亦沁 恒越基金：宋佳龄 申万证券：周波 瞰道资产：周婷焱 聆泽投资：沙小川	
时间	2022年12月9日 14:00-16:00	
地点	公司一楼会议室	
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	见附件会议纪要	
附件清单（如有）	会议纪要	
日期	2022年12月9日	

附件：

一、公司介绍

1、公司简介：熊猫乳品是一个集乳制品生产、研发、销售、技术服务于一体的国家高新技术企业，是目前中国较具规模产业特色的浓缩乳制品新型企业。1956年熊猫品牌商标注册，1996年成立浙江熊猫乳品有限公司，2012年企业民营化，2013年通过国家高新技术企业认定，2020年在深交所创业板上市。

公司形成了自己的优势：专注乳品六十载沉淀的品牌优势、关键技术人员储备优势、产学研结合的研发优势、坚持质量工程建设，具有质量管理优势、渠道布局领先、差异化布局的优势。

公司在过去几年先后成为中国乳制品行业优秀企业、浙江省隐形冠军企业、省级骨干农业龙头企业等荣誉。熊猫品牌也获得浙江老字号、浙江名牌产品、世界食品品鉴大会金奖等称号。

公司在产学研结合的研发优势下，坚持提升研究水平和技术成果的转化能力，当前已获73项专利。先后推出了马苏里拉奶酪、儿童奶酪棒、奶酪零食等系列产品。在炼乳方面，也根据低糖饮食的趋势，将减蔗糖炼乳应用于奶茶里，并积极拓展更多的应用可能。

在认证方面，公司通过了ISO9001质量管理体系、ISO14001环境管理体系、ISO45001职业健康安全管理体系、能源管理体系、两化融合管理体系等各项证书。

公司的炼乳产品获得2019年世界食品总结大会金奖和2019年长三角名优食品称号。公司也在2018年获得乳品质量安全管理优秀企业的称号。

2、财务情况：核心乳制品业务在过去几年保持的较好，放开后消费的回暖以及新开拓的渠道，未来预计会有不错的体现。

3、业务拆解：公司四大板块的业务，分别是炼乳、奶油、椰子风味产品和奶酪产品。

（1）炼乳：炼乳是主打产品，整个市场的竞争格局比较稳定，行业也在稳健发展，公司目前是稳居行业第二和中国品牌第一的位置。

炼乳在小b端的应用场景非常多，比如汤料、茶饮、烘焙等，增速比较乐观，公司看好饮品和烘焙这两个渠道，是增量比较大的市场。关于炼乳的一些应用场景，未来公司也在探索一些中间产品。

在大b端的渠道，炼乳主要服务于工业大客户，近几年国产品牌认可度提升，公司产品质量和稳定性也在持续提升。公司在响应速度和研发配合上面，也会有更大的优势。

炼乳板块渠道下沉以及新客户的开发做的比较好，二级经销商、专业经销商的数量在增长。

(2) 奶油：目前奶油产品行业集中度较低，国产品牌市占率都比较少。未来机会主要是来自于以下几个方面：一是国产替代；二是健康需求的增长和消费升级；三是技术方面的优势，公司研发的低温稀奶油新品市场反应较好。

(3) 椰子风味产品：在海南工厂生产，包括椰浆、生椰乳等，这些都可以应用于饮品跟甜品当中。海南工厂目前扩建已经完成，产能可以满足近期的订单需求。

(4) 奶酪：奶酪产品公司目前有to b和to c两块。奶酪市场近两年消费产品有比较好的增长态势，消费者教育做得比较成功，国内对奶酪的接受度有大幅的提高，参考日韩国家的经验趋势，加上西餐在国内的流行，整体的奶酪市场空间会比较大。公司推出了芝士片和奶酪碎，应用场景可以在家庭和连锁餐饮行业，用于制作蛋糕和餐点等。零售的产品除了低温奶酪棒，今年还推出了常温奶酪棒和即将上市的奶酪零食新品系列。

4、投资情况

公司投资了优鲜工坊，做奶酪休闲零食，主打的是围绕奶酪展开的零食。

二、问答环节：

Q：奶酪零食和奶酪棒的经销商重合度高吗？

A：常温渠道的经销商差不多。优鲜工坊基本上走高端路线，对标的是进口的零食，目前优鲜用的品牌叫“奶酪计划”。

Q：马苏里拉奶酪的情况？

A：马苏里拉奶酪的原料成本比较高，但未来有比较好的展望，一方面产品价格有提升，另外原料价格也在下降，预计明年这部分的利润会有所提高。

Q：原材料的锁价期有多长时间？

A：炼乳的原料有两年的保质期，原料价格低的时候做了一些战略储备。之后它的价格一路在高位，后续价格有望恢复到正常水平，我们判断明年原料价格会下降。

Q：明年在奶酪零食板块有什么目标吗？

A：比较看好常温奶酪棒和奶酪零食，铺货渠道更多一些。电商方面我们在淘系和抖音都找了代运营公司。

Q：我们电商渠道有多少占比？

A：目前占比不高，主要还是集中在线下，未来可能会倾斜更多的资源到电商渠道。

Q：今年利润下滑是因为成本提高吗？

A: 主要是原材料价格上升。

Q: 我们的奶酪都是再制的吗?

A: 是的。原制奶酪方面，目前是有代工的业务。

Q: 我们今年产品涨价幅度是多少?

A: 炼乳在年初的时候有较大幅度的提价。

Q: 投资优鲜工坊主要看中什么资质?

A: 主要看团队，优鲜工坊基本上都是优秀企业的高管出来创业，团队的销售和研发很强，线上线下服务也都很有经验。另外我们在产业供应链上会提供一些帮助。

Q: 之前也看到很多厂家会跟品牌联名，我们有没有进行联名宣传?

A: 我们以前跟肯德基有联名活动。以后可能也会去做一些联名活动。

Q: 植物基的海南工厂算在哪个业务品类里面?

A: 报表中披露在其他产品的类目中。