

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：2022-008

<p><b>投资者关系活动类别</b></p>	<p><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 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）</p>
<p><b>形式</b></p>	<p><input type="checkbox"/>现场      <input type="checkbox"/>网上      <input checked="" type="checkbox"/>电话会议</p>
<p><b>参与单位名称及人员姓名</b></p>	<p>中信证券：汤学章  睿郡资产：谭一苇  复胜资产：周菁  江海证券：张远迪  景泰利丰：何少  少数派：张宁  汇安基金：吴尚伟  暖逸欣投资：张春梅  红石榴：李珂静  宝新能源：闫鸣  象舆行投资：邓秋林  利幄基金：巫梓菡</p>
<p><b>时间</b></p>	<p>2022年12月13日 15:30-16:30</p>
<p><b>地点</b></p>	<p>中信证券电话会议</p>
<p><b>上市公司接待人员姓名</b></p>	<p>董事会秘书徐笑宇、证券事务代表傅妙妙</p>
<p><b>投资者关系活动主要内容介绍</b></p>	<p>见附件会议纪要</p>
<p><b>附件清单（如有）</b></p>	<p>会议纪要</p>
<p><b>日期</b></p>	<p>2022年12月13日</p>

附件：会议纪要

问答环节：

**Q1：餐饮部的客户中，餐饮店、茶饮、烘焙的订单量收入占比怎么样？哪一个产品增长势头最好？疫情影响最厉害的是哪个？**

**A：**餐饮部现在分渠道：餐饮、茶饮和烘焙，整个经销商覆盖全国。

中西餐受疫情影响最大，包括上海、广东，有几个月几乎停滞，未来一两月会尽快恢复。茶饮近几年关注多，公司关注开发专业做茶饮、烘焙的经销商。疫情关系可能业绩还没表现出来，客户每年新增100家左右。老客户的餐饮渠道，疫情期间订单量减少。相信疫情之后，老客户订单恢复、新增的客户会带来比较好的增量。

茶饮主要产品是淡炼乳和稀奶油。

a) 炼乳：今年淡炼乳增速比甜炼乳快，主要是在茶饮渠道。综合来看，淡奶情况比较好。

b) 稀奶油：今年开发了冷藏稀奶油，市场反应不错，在饮品和烘焙都有应用。

**Q2：餐饮部客户收入占比？**

**A：**炼乳占比最大。

**Q3：食品原料部和餐饮部向客户提供的产品是否有差异？疫情影响情况？**

**A：**从炼乳来看，食品原料部有标准化产品也有定制产品，定制化的多一些。炼乳条包是跟香飘飘合作开发的，之后成为了我们的标准化产品。奶油的配方两个部门不太一样，因为应用需求不同。

食品原料部下游客户主要是食品企业，客户数量没有减少，但是订单量受疫情影响。

**Q4：餐饮部做的产品是标准化还是定制化的？**

**A：**基本上是标准品。除了大的茶饮企业会对配方有要求和调整。

**Q5：餐饮部的客户开发由经销商还是公司总部负责？**

**A：**餐饮部主要是经销商，食品原料部是直销为主。

**Q6：零售端的炼乳销售？**

**A：**炼乳的更多应用在食品配料或拌料，在餐饮和饮品渠道应用多。炼乳的零售，线下只保留了华东和华南等有消费习惯的区域。零售业务主要考虑是奶酪和相关的零食产品。

**Q7：常温奶酪棒和休闲奶酪零食有无新的渠道铺货？**

**A：**常温奶酪棒做了优化，在做新一轮招商。奶酪休闲零食这块，今年出了几款休闲零食，对标日韩的奶酪休闲食品，客户年龄段覆盖更广。

**Q8：奶酪TB增长快的原因？对行业看法如何？再制奶酪是深加工产品吗？**

**A：**未来整个应用来看，预制菜品类比如芝士牛肉卷这种，对奶酪有应用需求，芝士片和马苏里拉奶酪的增长空间比较大。

**Q9：椰浆业务发展势头如何？营利性怎么样？**

**A：**椰浆的开发速度，公司相对还是比较快。茶饮客户我们多一些，目前有新的客户订单在确认中。

椰子风味是大的主流品味，比较稳定。疫情之后，我们跟现有客户会有更多深度合作，新产品开发会拿到更多订单。

**Q10：椰浆产品的营利性？**

**A：**去年刚上市的时候，市场产品少，毛利率非常好，现在回到toB产品的正常水平。

**Q11: 今年奶粉和白糖涨价的幅度? 明年展望如何?**

A: 单从美元价来看, 两者都有20%增长, 近两月有回落。我们应对原料增长的问题, 今年初做了炼乳产品的提价。个人判断这两个原材料价格在明年应该还会回落, 具体要看各因素的影响。

**Q12: 公司近几年费用率上升、毛利率下降的可能原因?**

A: 费用率上涨是因为消费团队人员增加。为了做渠道下沉, 增加了专业型的销售人员在开拓茶饮和烘焙渠道。零售业务的销售费用比较高。

毛利率下降主要是因为成本上涨和新品推出, 新品在推出的前期毛利比较低。加上成本上涨的影响, 公司的毛利率从17年开始是下降的, 从同行业来比较的话, 还是在健康的水平。

**Q13: 第三季度的收入能保持正增长的原因?**

A: 三季度主要是淡炼乳和马苏里拉奶酪碎两款产品的增量, 弥补了一些疫区的销售损失。