

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：2023-001

投资者关系活动类别	<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）
形式	<input type="checkbox"/> 现场 <input type="checkbox"/> 网上 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称及人员姓名	田海川；同犇投资：韩冰洁 信达澳亚基金：马绮雯；纯达基金：郭怡辰 广银理财：郭强；中泰自营：唐朝 太平基金：甘源；广银理财：陈桂 东海基金：杨恒；中泰证券：熊欣慰 趣时资产：会议室；摩根士丹利华鑫：苏香 中邮基金：马姝丽；域秀资本：李付玲 广银理财：郑少轩；兴银理财：王毅成 睿亿投资：王慧林；工银安盛：吕佳音 元泓投资：周立峰；浦银安盛：龚剑成 万家基金：高源；前海开源：刘田
时间	2023年4月21日 14:00-15:00
地点	中泰证券电话会议
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	2023年4月21日

附件：

Q1：分产品和渠道的经营数据，全年以及四季度重点的信息？

A：实现了营收的逆势增长，2022年度营业收入是8.9亿元，同比增长4.05%。归属上市公司股东的净利润是5345.82万元，同比下降30.95%。归属于上市公司股东的扣非净利润4491.10万元，同比下降33.53%。重点客户的城市受到疫情的反复影响，加之主要原材料的价格持续在比较高位运行，公司经营成本较高。

经销方面，公司经销商下沉工作取得了良好的成果，加之零售渠道的新增，截止到22年底，公司的经销商312家，相较于上一年增幅达到50%以上。

在直销方面，凭借着国内浓缩乳制品的领先优势，熊猫与香飘飘、蒙牛、味全、立高、喜之郎、和路雪等大型知名企业保持了比较好的合作，并且业务延伸到元气森林、古茗、益禾堂、nova咖啡等新型的茶饮企业。

在22年度，浓缩乳制品收入增加9.99%，椰品增长了22.63%。

Q2：主要几个大品类在四季度增速，以及量价的情况。

A：（1）炼乳：公司的核心业务，去年销售不错，淡炼乳连续两年销量很好。其一，竞品是主要是进口产品，与国内交互存在问题，给了国产替代的机会；其二，山东工厂优化炼乳配方，使得淡奶产品的质量稳定性增强；其三，公司在饮品应用渠道这几年的持续开发取得成效。

（2）奶酪：主要是饮品烘焙渠道，主要产品为马苏里拉奶酪，去年推出奶油奶酪，还有小包装马苏里拉等。马苏里拉奶酪去年所有品类里增长最快，今年预计上亿级。小包装产品前两年在家庭烘焙场景，通过电商渠道销售的增速比较大，现在开始回归正常的烘焙渠道。ToB的奶酪增速也比较高。

（3）奶油：是核心战略新品，比较关注饮品烘焙渠道。去年开发了一两个大客户，希望把经销商和渠道的布局逐渐建立起来。

Q3：去年四季度原材料价格在下行，但是利润率没有明显改善的原因？主要是贸易业务的利润影响，还是华东的其他渠道还在恢复？

A：四季度比一二季度好一些，第三季度的营收更好，是因为很多客户刚开业没有库存，带动了销售。四季度放开了以后大家在轮流休养。

净利润影响的因素比较多，除了奶粉现价，还有库存的原料价格的影响，以及四季度另一个主要原材料白糖的价格上行。

Q4：分渠道，品类的扩展布局，客户的开拓情况？

A: (1) 餐饮渠道：主要是甜炼乳。未来考虑做产品拓宽，做酱类产品。

(2) 饮品和烘焙渠道：是增速非常快的市场，近几年对于饮品和烘焙客户进行了深度开发。

分产品看：淡炼乳，基本上是饮品渠道；奶油、奶酪在烘焙渠道较多。

奶油有常温产品和冷藏产品，未来针对饮品和烘焙两个渠道对于打发性、稳定性、脂肪不同的需求，会开发不同的产品。

直销客户开发比经销难度更大，去年的形势下还是开发了几家大客户，比如立高和nova咖啡等。

Q5: 奶酪行业竞争激烈，中期或者长期的体量规划如何？与市场相比，售价与利润率的情况？

A: 公司近几年做奶酪棒业绩表现不好，市场竞争太激烈。去年投资了一家做奶酪休闲零食的公司优鲜工坊。

优鲜工坊今年一季度业绩不错，目前几款奶酪零食：小鱼奶酪、芝士脆、奶酪酥酥等常温奶酪类零食，通过直播渠道带动了产品影响力，从而也在线下铺货。公司希望在控制好利润的情况下做快速的发展，在ToC奶酪业务方面公司更多关注协助优鲜工坊的成长和发育。

公司自己的奶酪团队会稳健一些。

Q6: 从去年全年和今年一季度看椰产品的增速、客户拓展、利润率情况？

A: 公司椰品表现非常亮眼，以前几乎是零基础，前年开始针对茶饮和咖啡渠道，推出生椰乳、厚椰乳品类，签约了几个大客户，从零基础马上到了营收五六千万的级别。椰品的业务去年同比增长20%多，主要是因为陆续开发餐饮客户，以及原有客户订单量增加。

公司有考虑ToC的椰类产品，但目前还在战略讨论阶段。熊猫是一家ToB企业，更多关注茶饮渠道对于椰品应用方面的调整。今年也会关注咖啡渠道。

Q7: 今年整体的规划情况，业务和渠道对于今年的展望？

A: 今年规划大方向非常积极，前两年积累的很多想法将会开展，例如原料供应链端在海外的布局，或炼乳产品走出中国等。

展望比较乐观：第一，原料价格下降。第二，下游客户恢复正常。

Q8: 各个产品线下游客户的在一季度的恢复情况如何？

A: 1月份大家都在等待，客户对于新年的备货比较谨慎。放开后经济恢复比较

好，2-4月份都比以前好。从订单热度和工厂的产量来看，消费恢复比较快。

Q9：今年的利润率，费用率情况展望？

A：奶粉的价格在下行，奶粉拍卖价格目前是在震荡。白糖的价格涨得比较快，希望能在下半年放缓或下调。

今年的增量取决于各个产品线的发展情况、研发的推进情况，以及几个新品研发上市的时间效率。

Q10：2到3年内，比较有希望成为第二增长曲线的品类是什么？其次优势、壁垒在哪里？

A：奶油和奶酪，公司更多关注ToB渠道，TC产品通过合作方式去带动发展。

ToB奶酪在纵向的供应链和原材料的控制上比较难，这些是公司擅长的；另外，公司技术研发做得比较早，通过应用服务做客户开发。

稀奶油已签约大客户，希望借此带动经销商布局。另外，奶油现在有几个新产品，应用在烘焙上。公司在成本控制、技术服务等方面做的比较好。

Q11：贸易业务今年怎么看？

A：贸易公司虽然规模不大，但是利润在国内名列前茅。去年有汇率和原材料成本价格的影响，但是相对还是不错。

贸易公司希望稳定在一定的规模内，控制好风险，贸易不是公司核心的运营业务，主要是服务大客户，借此带动公司产品合作。另外，对于原料端的信息的收集和分析，贸易公司也起了很大的作用。