

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

### (2023 年度业绩说明会)

编号：2024-001

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
参与单位名称及人员姓名	通过上证路演中心参与“李子园公司 2023 年度业绩说明会”的所有投资者
2023 年度业绩说明会召开的基本情况	1、会议时间：2024 年 4 月 25 日 10:00-11:00 2、会议召开地点：上海证券交易所上证路演中心（网址： <a href="https://roadshow.sseinfo.com/">https://roadshow.sseinfo.com/</a> ） 3、会议召开方式：上证路演中心网络互动
公司接待人员姓名	总经理兼董事：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	<p>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：</p> <p><b>Q1:</b> 尊敬的领导，上午好！作为中小投资者，有以下问题：1、可视化年报显示，去年业绩比上年比表现平稳。但应收账款周转率高达 2,322 次，同时年报投资性现金流出现负值，能否分析一下原因？2、公司发行的 6 亿元可转债尚无实现转股，下一步将如何推动转股？目前溢价率比较高，在何种情形下会考虑下修？3、新“国九条”对分红提出具体要求，公司目前的分红现状是否会触及 ST？未来公司分红政策会做哪些调整？</p> <p><b>A1:</b> 尊敬的投资者您好，公司销售政策以“款到发货”为原则，应收账款周转率高。投资活动产生的现金流</p>

量净额为负数，系公司支付工程款和购买大额银行存单。公司于 2023 年 11 月 8 日发布了《关于不向下修正“李子转债”转股价格的公告》，从 2024 年 5 月 8 日开始重新起算，若再次触发“李子转债”的转股价格向下修正条款，公司董事会将综合宏观环境、行业发展、经营情况、资金安排、资本市场变动等因素进行综合考量决定是否行使转股价格向下修正的权利，公司积极响应分红政策，更好的回报广大股东和投资者。感谢您的关注！

**Q2:** 公司发展宗旨和经营理念是什么呢？如何管理好市值呢？是否需要重视这个问题呢？

**A2:** 尊敬的投资者您好，公司以“实实在在做人，兢兢业业干事；效益源于管理，发展在于创新”为经营宗旨，专注于主业的经营发展，大力开拓市场，加强经营管理降本增效，提高公司经营效益，创造更大的价值，提高分红比例回报股东和投资者。同时，公司严格依法依规做好信息披露工作，加强与中小投资者沟通交流，做好投关工作，使广大中小投资者及时、公平、全面的了解公司的经营发展情况。感谢您的关注！

**Q3:** 麻烦介绍一下公司做了哪些渠道深耕和新市场开发以及 2023 年两种营销模式下主营业务经营实现情况如何？

**A3:** 尊敬的投资者您好，公司在重点市场做精耕，进行全渠道开发及终端网点建设，重点拓展小餐饮、厂矿企业、办公大楼、单位食堂渠道，通过针对性的产品，提高该渠道的市场铺市率。在新兴市场或新开发市场区域，公司重点搭建客户框架及重点渠道框架，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。对传统和特通渠道、网络直销平台公司将做好建设和维护工作，建立公司与经销商、各渠道消费者之间良好的战略合作关系和持续稳定的沟通，进一步增强对零售终端的掌控能力。报告期内，经销模式实现营业收入约 13.7 亿元，同比增长 0.57%，全年经销商数量增加 35 个；直销模式实现营业收入约 3,067 万，同比下降 4.41%。感谢您的关注！

**Q4:** 请说明一下公司未来的品牌建设规划以及由华与华主导的品牌新主题广告的投放工作进行如何？

**A4:** 尊敬的投资者您好，公司 24 年将持续加强品牌建设和品牌宣传投入，华与华“青春甜不甜，喝瓶李子

园”的广告语会持续使用，并通过高铁媒体、地铁媒体、公交媒体、新媒体、区域性广告投放及店招等多种形式投放，提高李子园品牌知名度，进一步提升李子园产品在含乳饮料市场的品牌效应。感谢您的关注！

**Q5:** 面对食品饮料行业消费群体年轻化大趋势，公司进行了哪些产品创新

**A5:** 尊敬的投资者您好，为迎合消费群体年轻化大趋势，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。先后向市场推出“零”脂肪乳酸菌饮品、核桃花生牛奶复合蛋白饮料、VD 钙乳酸饮料、枸杞大红枣奶味饮料、李子园奶咖、李子园椰奶、果蔬酸奶、零蔗糖甜牛奶饮料，无乳糖燕麦奶、舒焕奶、气泡风味饮料等产品。感谢您的关注！

**Q6:** 请介绍一下 2023 年公司各大区业务经营情况？

**A6:** 尊敬的投资者您好，报告期内，华东、华中和西南地区仍是公司销售前三的区域，销售占比分别为 50.02%、19.28%、18.99%。其中华东市场实现营业收入约 7.02 亿元，同比下降 3.61%；华中、西南、华南、华北市场实现营业收入约 2.7 亿元、2.67 亿元、8,171 万元和 2,341 万元，同比增长 5.1%、3.51%、22.03%和 10.94%，华南市场增速比较明显，各销售区域毛利率均有不同程度提升。感谢您的关注！

**Q7:** 请问贵公司有与茅台合作推出酱香口味乳品饮料的计划吗？

**A7:** 尊敬的投资者您好，公司目前未与茅台有合作推出酱香口味乳品饮料的计划。感谢您的关注！

**Q8:** 能说明一下 2023 年公司营收变化不大，但利润提升明显的原因？

**A8:** 尊敬的投资者您好，公司营业收入变化不大，但利润提升明显，主要通过降本增效，提升业绩实现：

1、原材料、能源价格的下降导致公司产品直接材料成本等同比下降；

2、公司云南及河南基地部分生产线投产，公司自有产线产能提升，主打产品由原来的代工变成自产，导致相关费用下降；

3、自 2022 年 7 月 1 日起，公司上调了部分甜牛奶乳饮料及风味乳饮料系列产品的出厂价格，提升了毛利率；感谢您的关注！

**Q9:** 请介绍一下 2023 年度利润分配预案，并做情况说明？

**A9:** 尊敬的投资者您好，公司经第三届董事会第十三次会议审议通过了《关于 2023 年度利润分配预案的议案》，2023 年度利润分配预案如下：公司拟向全体股东（公司回购专用证券账户除外）每 10 股派发现金红利 5.00 元（含税）。以截至 2024 年 3 月 31 日公司总股本扣除公司回购专用账户上股本为基数测算，共计派发现金红利 190,334,590.50（含税）。占公司合并报表中归属于上市公司股东净利润的 80.32%。若现金红利加上公司回购股份金额数，则分红比例约 168.69%，感谢您的关注！

**Q10:** 请介绍一下公司股份回购实施的进展

**A10:** 尊敬的投资者您好，公司自 2023 年 10 月 9 日推出回购股份方案至今，截止 2024 年 3 月 31 日，公司以集中竞价交易方式已累计回购公司股份 13,762,962 股，占公司总股本比例约 3.49%，累计回购金额近 2.1 亿（不含印花税、佣金等交易费用）。感谢您的关注！

**Q11:** 总经理好，请介绍一下公司未来线上经营战略，谢谢。

**A11:** 尊敬的投资者您好，2024 年，公司对电商渠道做了重新的整合，重新搭建电商团队，优化电商渠道架构的同时优化线上产品结构，对线上整体价格体系重新进行梳理，并且严格管控整体价格体系，提高控价能力，维护市场秩序，带来更好的消费者体验。对兴趣电商进行重点发展，直播业务在 3 月份重新启动，同时对传统货架电商：京东、天猫、拼多多等进行更进一步的精细化运营，搭建会员体系，增强用户粘性，有效提高复购率；2024 年公司在电商平台重点发力新品，新品销售占比将在 24 年成为李子园电商重点关注指标。全面提升李子园电商线上营销能力及销售能力，稳步推进线上品牌运营，实现销售与收入的跨越式增长。感谢您的关注！

**Q12:** 请介绍一下 2023 年公司整体业绩情况？

	<p><b>A12:</b> 尊敬的投资者您好，公司自成立以来，一直致力于甜牛奶乳饮料系列等含乳饮料和其他饮料的研发、生产与销售，主要产品包括配制型含乳饮料、发酵型含乳饮料、复合蛋白饮料、乳味风味饮料等。报告期内，公司实现营业收入 141,190.20 万元，同比增加 0.60%，净利润 23,695.99 万元，同比增加 7.20%，实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 21,876.25 万元，同比增加 16.65%。感谢您的关注！</p> <p><b>Q13:</b> 目前喜茶、元气森林等公司都在做跨界营销，甚至是联名，公司怎么能保证不被人超越？怎么能吸引更多年轻客户来购买你们的产品呢？</p> <p><b>A13:</b> 尊敬的投资者您好，2024 年，李子园将会继续多渠道布局，多品类创新，始终精准定位年轻消费群体，着力突破品牌形象与产品定位，使产品理念与消费群体的消费理念紧密结合。品牌也将深化年轻化运营，在原有基础上聘请知名明星成毅代言，拉近品牌与年轻消费者之间的距离，全渠道线上线下传播投放品牌的广告语——“青春甜不甜？喝瓶李子园！”，提高李子园品牌知名度，进一步提升李子园产品在含乳饮料市场的品牌效应，以含乳饮料为主打产品，致力于实现“成为全国含乳饮料行业引领企业”的发展愿景。感谢您的关注！</p> <p><b>Q14:</b> 李子园一季度盈利如何呢？</p> <p><b>A14:</b> 尊敬的投资者您好，目前公司整体经营情况正常，具体情况请关注公司 2024 年第一季度报告。感谢您的关注！</p> <p>注：本次业绩说明会如涉及对行业的预测、公司发展战略规划等相关内容，不能视作公司或管理层对行业、公司发展或业绩的承诺和保证，敬请广大投资者注意投资风险。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 4 月 25 日