

上海妙可蓝多食品科技股份有限公司

投资者接待活动记录表

编号：2025-001

投资者关系 活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☒ 现场接待 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
接待时间	2025 年 4 月 25 日 14:00-16:00
接待地点	上海市浦东新区金桥路 1398 号金台大厦 4 楼会议室
上市公司 接待人员姓名	董事长：陈易一先生 创始人、总裁：柴琬女士 行政总裁兼财务总监：蒯玉龙先生 董事会秘书：谢毅女士 投资者关系副总裁：胡宗田先生 投资者关系经理：周紫瑞女士
参与单位 名称	华安基金、华夏基金、嘉实基金、中银基金、淳厚基金、大成基金、东证资管、富国基金、国泰基金、国信证券自营、海富通基金、合远基金、领久基金、中亿明源基金、南方基金、农银汇理基金、平安养老、泉果基金、睿郡资产、睿远基金、施罗德基金、太保资产、太平养老、万家基金、信达澳亚基金、永赢基金、长信基金、中信保诚基金、中金证券、中信证券、UBS、财通证券、东北证券、东方证券、东吴证券、方正证券、光大证券、国海证券、国泰海通证券、国信证券、华泰证券、华西证券、华鑫证券、申万宏源证券、天风证券、信达证券、兴业证券、野村证券、长城证券、长江证券、浙商证券等（排名不分先后）
投资者关系活 动 主要内容介绍	一、年度及季度业绩交流会及奶酪品鉴活动简要介绍 2025 年 4 月 25 日，公司于上海总部召开了一场以“汇聚长期资本力量 引领奶酪高质增长”为主题的 2024 年度及 2025 年一季度业绩交流会，公司董事长陈易一先生发表欢迎词，突出好团队、好赛道以及妙多蓝在新形势下找到了新的增长点以及未来更大的成长空间。公司创始人、总裁柴琬女士针对宏观及行业发展趋势、奶酪的第一性原理等做了分享，并对如何

	实现奋斗目标的经营策略展开了介绍。 二、投资者互动问答 1、去年下半年和今年一季度，公司奶酪增速明显改善、市占率提升，原因是什么？奶酪行业需求是否好转？具体拆解来看 B、C 端业绩增长及自身整合调整的贡献，哪方面贡献多？ 答：一季度公司奶酪业务同比增长超过 17%，奶酪整体市占率超 39%，凯度数据显示整体奶酪行业一季度同比下降 5%，但环比上升 2%，奶酪行业呈回暖趋势，头部品牌带动了行业增长。行业需求因国家宏观政策调控及各省份促进消费政策带来边际好转，公司通过布局棒、碎、片、黄油、稀奶油 5 大品类，奶酪小三角、奶酪小粒等年轻人的奶酪新品拉动增长，以及国产奶酪的推进，同时自身整合调整都对业绩增长起到积极作用。 2、公司股权激励目标较高，目前调研发现大环境未明显修复，如果未来 2-3 年仍未明显改善，公司如何通过自身产品、渠道实现股权激励目标？ 答：股权激励目标也是管理层基于行业发展趋势，结合公司发展战略审慎评估拟定。过去三年（2022~2024）公司在产品、品牌、渠道以及供应链战略层面已经做了布局并打下坚实基础，接下来会围绕三场“必赢之战”推进，一是奶酪棒增长之战，以奶酪棒产品创新为核心，紧扣稳小童、拓大童、拓场景、拓下沉，以妙可蓝多和蒙牛奶酪双品牌、以汪汪队和小马宝莉双 IP，不断提升奶酪棒市占率；二是成人破圈之战，围绕年轻人奶酪，打造两大核心场景，不断推新品，如手撕奶酪、奶酪小粒以及今年刚上市的奶酪小三角等；三是 B 端突破之战，以 KA 大客户为生意基础，建立可持续生意模式，主攻“两油一酪”，建立乳品深加工专业服务能力。渠道上，整合线上线下、B 端、C 端双品牌优势，KA 渠道精耕细作，势能渠道借势
--	--

	破局，流通渠道下沉，积极运用新零售助力推新品。 3、1 月份公司高管换届改选后，管理层和主要经营团队在低温、常温、B 端、电商、生产和研发等核心岗位有哪些变化？与蒙牛的融合趋势如何？ 答：一是公司将分管业务的各个事业部负责人纳入到公司法定高管；二是新一届高管团队年轻化、专业化，外部引进人才加上内部培养，高管结构更加优化；三是蒙牛派任的财务总监，换届后进一步兼任为行政总裁，配合总裁强化管理同时全力提升公司业绩，团队遵循“老、中、青结合，业务导向”为原则，为百亿营收规模做好组织架构上的准备。未来随着营收增长，核心管理团队还会继续增加。 4、现在市场新品基本是由妙可蓝多主导，很少看到其他品牌。公司现在产品推新速度明显加快，团队如何实现研发、销售、供应链协同？ 答：产品创新是公司制胜的关键举措之一，会紧密围绕“以消费者为导向，用工匠精神做极致产品”的经营理念，不断推陈出新。在产品研发和上市过程中，充分发挥各个事业部作用，成立投资决策委员会和产品委员会，以“fast（速度）+first（原创）+best（最好）”3T 的策略推出产品，供应链和质量管理全链路参与，确保产品原料的稳定供应和产品质量保证。同时公司重视产品质价比，贯彻极致成本策略。极致成本策略，并非极限对供应商压价或降低原材料成本而是通过产品端到端全链条协同降成本，涵盖采购、研发、生产、计划、物流等环节，强化公司系统化能力，推动企业高质增长，巩固行业优势。 5、这几年因消费疲软，市场对中国液奶人均和奶酪人均消费
--	--

	量对标欧美、日韩变得悲观，如何看待奶酪行业中长期天花板？龙头企业如何推高天花板？ 答：虽然最近两年奶酪产业的发展受到整体消费环境影响，但是乳制品产业升级趋势、“喝奶”与“吃奶”并行的消费趋势以及奶酪渗透率提升趋势并未改变。近几年，奶酪在 B 端和 C 端的应用创新不断，奶酪营养健康的功能属性和富含情绪价值的体验赢得越来越多消费者的拥趸。奶酪在烘焙、茶饮、咖啡等餐饮场景的“准刚需”属性日益明显，在社交媒体上的话题热度持续攀升，带动更多人尝试奶酪并喜欢上奶酪，形成社交传播与消费增长的良性循环。奶酪行业还在成长的早期，未来发展空间巨大。目前中国乳制品消费还是以“喝”为主，对标欧美及日韩“吃”的占比，以北上广深人口规模和经济实力，中国乳制品消费“吃”的占比一定会不断攀升，奶酪品类超 10 亿级单品也会不断涌现。把奶酪从“可选零食”培育为“日常刚需”，通过研发投入和品类升级可以不断提升奶酪行业中长期发展天花板。 妙可蓝多通过 B、C 端双轮驱动拓展场景，打赢三场必赢之战，借鉴国外消费习惯开发出全球首创的中国风味奶酪，依托国内奶源优势构建国内国外双供应链，不断推进国产原制奶酪的发展，公司也坚信会逐年交出一个好的答卷。 6、供应链层面，国产原制奶酪的战略规划如何？未来 3-5 年是否会呈现线性增长？ 答：从公司发展战略角度，原制奶酪是公司战略重心之一，未来 3-5 年会坚定推进这一战略。妙可蓝多依托控股股东蒙牛集团，以及中粮集团的支持，在奶酪深加工体系建设会持续投入，聚焦马苏、奶酪片、黄油、稀奶油等品类，以旗舰产品带动品类爆发，同时探索茶饮、咖啡、烘焙、奶酪零食、火锅等中式餐饮的多元场景，持续突破品类天花板。这几年国内奶源
--	---

	优势（奶价低、养殖效率提升）为原制奶酪增长提供了确定性，尽管短期会受到关税战、贸易战等外部环境的影响而出现波动，但 5-10 年增长逻辑依旧清晰，加上国内消费政策的支持，国产原制奶酪发展可期。 7、最近一年宏观政策支持企业投资并购，请问公司是否有外延发展的规划？ 答：万物皆可“酪”是奶酪的优势，诸多场景的产品加奶酪可以实现跨界增长，也为拓宽奶酪外延式增长多了一种选择。未来公司将密切关注海内外行业内优质标的，若有合适机会，将通过并购、技术引进或合作扩张实现产业链延伸，进一步提升公司综合竞争力和盈利能力。但并购将以聚焦奶酪、实现协同效应、提升 ROE 为前提，审慎评估并购机会，优先布局高协同性领域，避免盲目扩张。 8、公司在未来是否有奶酪出海计划？ 答：公司奶酪业务目前聚焦国内市场，但公司会积极利用自身研发及产能优势，关注海外市场业务拓展机会，将中国特色奶酪产品推向世界，同时也欢迎有出海资源的合作伙伴与公司接洽。 9、公司目前 B、C 端部分热销新品出现缺货情况，想请教一下管理层后续的规划？ 答：B 端黄油和稀奶油存在缺货现象，未来会加大和蒙牛集团协同，增加产品供应。C 端部分新品一经上市广受好评，阶段性在线上渠道和高势能渠道出现缺货。针对产品的缺货现象，公司会加大产供销的协同，推进产线改造和新设备引进，快速投入生产。
--	---

	10、一季度公司毛利率因产品结构和成本改善有所提升，如何看待公司未来毛利率的趋势？ 答：公司一直以来聚焦经营性毛利改善而非仅限周期因素，一季度公司原材料采购成本下降以及使用国产原辅料替代进口原料等积极措施带来毛利率较去年同期上升。因业务整合，毛利率相对较低的餐饮奶酪占比提升，但是 B 端业务有利于公司 ROE 改善，在 To B 和 To C 双轮驱动下，长期盈利模型将更趋健康。 展望未来，公司将通过产品组合优化、定价权提升以及“极致成本”策略，平衡毛利率与 ROI，警惕“高毛利、高费用、高库存”的陷阱。公司旗舰产品聚焦打法模式可复制，形成底层基础平台，支撑公司百亿级规模扩张。随着蒙牛奶酪收购完成，后续将加速战略协同以提升毛利率水平。 11、一直以来公司坚持“用工匠精神，做极致产品”，现如今在规模扩张以及追求极致成本的背景下，公司如何确保产品质量与品控，让公司产品有强有力的生命力？ 答：妙可蓝多从成立之初始终把食品安全和产品质量放在第一位，坚持走高品质的产品路线，“用工匠精神，做极致产品”是公司一直以来坚持的经营理念，妙可蓝多引入蒙牛质量管理人才，参照蒙牛高标准的管理体系，全链路强化品控流程，将食品安全视为底线，避免规模扩张中的质量风险。为保证产品生命力，公司持续夯实全面质量管理体系，强专业赋能业务。截至目前，公司已建成 SDS-ACT 质量管理体系，质量检测中心通过国家 CNAS 评审，为公司高质增长打下坚实的质量管理基础。
--	--