

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：2025-006

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 9 月 4 日 15:00-16:00
接待地点	上海市浦东新区金桥路 1398 号金台大厦 9 楼会议室
上市公司 接待人员姓名	投资者关系副总裁：胡宗田先生 投资者关系高级经理：周紫瑞女士 证券事务高级经理：周阳帅先生
参与单位 名称及人员姓名	长江证券、华泰保兴、华富基金、嘉实基金、开源自营、太平资产、永赢基金、易方达基金（按首字母拼音顺序排列）
投资者关系活动 主要内容介绍	1.当前奶酪行业消费趋势具体是怎样的？在消费降级的市场环境下,奶酪消费能实现增长，是否源于消费者口味的突然改变？ 答：根据央视市场研究股份有限公司之 Worldpanel 消费者指数（以下简称“Worldpanel 消费者指数”），2025 年上半年，奶酪品类市场销售呈现复苏迹象，渗透率有所上升。与此同时，奶酪在餐饮端国产替代趋势不断加强，在西式快餐、茶咖、烘焙、工业、中餐领域的渗透率快速提升。 奶酪消费增长并非源于消费者口味突然改变，而是精准契合消费环境的多重逻辑支撑：在“健康中国 2030”战略推动下，奶酪正契合国家营养升级方向，奶酪的副产物乳清蛋白粉等产品也已成为健身人群优选；家庭餐桌场景的增长更印证奶酪正从可选向准刚需的转变。此外，

	奶酪从传统零食向早餐、代餐、茶饮搭配等多元场景渗透；加之国内奶价目前低于国外奶价，国产替代降低供应链成本具备了可能，让 B 端客户与 C 端消费者能以更合理价格获取产品，预计奶酪行业景气度将延续。 2、公司当前 BC 端业务占比如何？远期规划是怎样的？ 答：根据公司 2025 年中报，公司 C 端即食营养系列和家庭餐桌系列营业收入占奶酪产品销售收入比合计 61.78%，餐饮工业系列占比 38.22%。公司明确提出“TOB TOC 双轮驱动”战略，将其作为未来五年核心策略之一，TOB 端聚焦西式快餐、茶咖、烘焙、工业、中餐等五大客户群提供专业产品及服务，TOC 端面向全年龄段人群开发多元奶酪产品，形成 BC 端协同增长的格局。 3、上半年毛利率同比有所上涨，原因是什么？C 端和 B 端的毛利率情况？未来如何展望？ 答：公司主营业务奶酪产品营业收入同比上升，同时公司积极推动“极致成本”战略落实各项降本增效措施，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因素导致整体毛利率较去年同期上升。 当前毛利率结构为 C 端即食营养系列 40%-50%、家庭餐桌系列 20-30%，B 端餐饮工业系列 20%-30%。未来毛利提升空间主要来自：一是深加工赋能，B 端原制奶酪、乳清蛋白粉等深加工产品，2025 年上半年餐饮工业板块已因深加工实现毛利率提升约 2 个百分点；二是成本优化，“极致成本战略”初见效，叠加国内奶价低于进口奶源的优势，未来降本效果将持续释放；三是人民币升值也可以降低部分进口原料成本。 4、乳清的规模化应用对生产奶酪降本增效意义显著，请问公司乳清相关技术的研发目前进展如何？已拓展的下游客户包括哪些？ 答：7 月 21 日，工信部揭榜挂帅项目突破，脱盐乳清产品供给提升任务成果发布，意义重大，目前产能建设持续推进，新工厂塔体已建成。
--	--

	乳清作为奶酪生产的优质原料开发价值高，公司已推出面向中老年群体的人参乳清蛋白粉，正研发儿童系列乳清产品，同时布局运动健康领域的乳清健康产品。尽管乳清产品存在口感优化的挑战，但未来乳清有潜力成为覆盖儿童、运动健身人群、中老年等群体的健康功能性产品系列，也将是公司在健康功能性领域的产品布局。 5、公司近期推出的新产品中哪些具备爆品潜力？尤其关注近期进入山姆渠道和零食量贩渠道的产品具体表现如何？ 答：在新品及重点渠道表现方面，妙可蓝多针对不同人群布局核心产品：儿童群体的成长杯、年轻人群体的奶酪小粒、奶酪小三角主打健康零食；银发人群的人参酪乳主打“药食同源”等产品获得市场好评。渠道端，山姆专属新品“奶酪坚果脆”于8月22日上架，该产品经多次配方优化，集美味、营养、低卡于一体，上架后部分门店当日售罄；零食量贩渠道中，奶酪小丸子进入万辰等头部系统，受到消费者的欢迎。 6、近期股东减持相关情况是怎样的？ 答：减持行为是基于自身资金安排，采用大宗交易方式，且与公司基本面及长期发展前景没有直接关联。公司将持续通过产品创新、品牌引领、渠道精耕、管理提效等多项举措，努力提升业绩表现与股东回报，公司管理层及核心团队对长期发展信心明确，经营稳中有进，产业逻辑清晰，核心业务具备长期成长性。
--	--