

江西阳光乳业股份有限公司投资者关系活动记录表

证券代码：001318 证券简称：阳光乳业 编号：2024-003

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input 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
活动参与人员	国联基金：陈方园 信达证券：程丽丽
时间	2024年9月9日
地点	公司办公楼会议室
形式	线下
上市公司接待人员	副总、董秘：杨发兴 证券事务代表：涂建琴
交流内容及具体问答记录	<p>1、公司目前奶源自给率是多少？今年以来全国奶源形势比较严峻，公司有主动淘汰奶牛吗？</p> <p>答：公司近几年加大了奶源基地投入，奶牛存栏量逐步增加，2023年公司自有牧场奶源占比约25%，比2022年上市时有较大提升。今年以来全国奶牛养殖业形势严峻，奶牛价格持续下跌，生鲜乳供大于求的局面未得到明显改善。公司利用此契机，启动了自有牧场奶牛群体更新换代工作，主动淘汰生产效率不高、投入产出比较低的牛群，新购置一批代次更优的澳大利亚进口奶牛群，牛群质量的提升将为未来进一步提高公司自供奶源比例和牧场经济效益奠定了坚实的基础。</p> <p>2、公司低温产品及送奶渠道上还有哪些竞争对手？为什么消费者更愿选择我们的产品？</p> <p>答：公司产品销售以江西市场为主，辐射周边安徽、湖南等省市，目前全国性乳品企业如伊利、蒙牛、光明等在江西都有低温及常温产品在销售，部分全国乳企或区域品牌在江西也建立了低温奶送奶上户渠道，在市场竞争上各企业或品牌都有各自的核心优势，阳光乳业一直深耕江西市场，以新鲜、安全、优质的产品形象和良好的送奶上门服务得到消费者的喜爱，公司建立了核心竞争优势并保持稳步发展，成为区域具有重要影响力的乳业品牌。</p> <p>3、公司销售费用率远低于同行、净利率远高于同行的原因是什么？</p>

	<p>答：2024年上半年，公司销售毛利率为36.51%，销售净利率为21.71%，销售费用占营业收入的比例为7.21%，与同行业其他企业相比较，公司销售费用率低10个百分点左右，销售费用率偏低主要是市场推广和广告费用投入较低，公司一直聚集江西省市场，在全省所有县、市、区及部分乡镇都建有销售网络，高密度布局的奶站、形象店、专卖店以及移动运输车辆就是阳光乳业最好的品牌和形象广告。</p> <p>公司上半年销售净利率为21.71%，高于同行业企业平均水平，主要原因是公司销售费用和管理费用等期间费用占营业收入比值较低，同时公司资金余额充足现金管理取得了收益，以及公司享受企业所得税相关优惠政策所得税费用较低等因素所致。</p> <p>4、公司销售模式和渠道是否有变化？是否有开发新的销售渠道（如电商、零食折扣之类的）？</p> <p>答：公司一直坚持以低温保鲜奶送奶上户为主要模式的经营战略，同时巩固和发展其他相关模式和渠道，并不断尝试新模式和渠道。公司目前在电商、零食店、折扣店、学生奶、奶茶供应链等相关渠道业务通过直营或经销商的方式逐步推进，取得了积极的成效，2024年上半年，公司直销渠道营业收入占比达到18.6%，处于逐步上升的趋势。</p> <p>5、公司的货币资金及其他流动资产较为充裕，后续是否有别的使用规划？</p> <p>答：公司货币资金较充足，重点用于保障股东年度现金分红和公司日常生产经营所需，对暂时闲置资金将进行现金管理提高收益。后续在有合适目标或项目并符合相关监管要求的前提下，公司将积极探索行业内并购以及开展其他相关对外投资等业务。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>否</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	<p>无</p>
<p>提供资料清单（如有）</p>	<p>无</p>