

证券代码：300973

立高食品

债券代码：123179

立高转债

立高股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-003

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 ☐现场参观 ☐其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	具体详见附件《参与单位名称及人员明细清单》
时间	2025 年 4 月 28 日 19:00-20:30
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	董事、副总经理、董事会秘书、财务总监：王世佳先生 证券事务代表：欧阳群女士
投资者关系活动主要内容介绍	公司副总经理、董事会秘书兼财务总监王世佳先生根据 2024 年年度报告及 2025 年一季度报告对公司经营情况进行了简要概述，随后由各投资者提问，主要交流内容如下： 一、2024 年年度报告业绩情况简介 2024 年，公司坚持以市场需求为导向，以流通大单品和顶尖大客户定制作为产品发展主线，深挖传统饼房渠道和核心商超渠道，积极培育餐饮、新零售等多元化新渠道。报告期内，公司实现了营业收入 38.35 亿元，同比增长 9.61%。 分产品收入结构来看，冷冻烘焙食品收入占比约 56%，同比下降约 3%，下降主要因为商超核心客户产品于年中前后阶段性调整所致；烘焙食品原料（奶油、酱料、水果制品及其他烘焙食品原料）收入占比约 44%，同比增长约 33%，主要为公司 UHT 系列奶油产品保持稳健增长，2024 年度公司 UHT 奶油产品线实现销售收入超 5 亿元，产线

	同比增长近 200%，带动奶油类产品营收同比增长超 60%。 按最终销售客户类别分渠道看，流通（经销商）渠道收入占比约 57%，同比增长约 15%，主要是公司稀奶油产品满足客户对烘焙原料升级需求及具备国产替代品质，在该渠道的销售表现出色。商超渠道收入占比接近 25%，同比中个位数下滑，主要是公司在核心商超渠道部分产品上架安排进行周期性调整所致，自四季度起多款高质量新品已在重要商超渠道上市；餐饮、茶饮及新零售等创新渠道收入占比约 18%，合计同比增速约 20%，主要得益于公司把握烘焙消费渠道多元化的趋势，投入更多资源，积极开拓新渠道客户。报告期内，公司成功实现大型茶饮连锁系统的供应链体系零到一的突破。 2024 年度，公司归属于上市公司股东的净利润 2.68 亿元，同比增长 266.94%，剔除不涉及现金流出的股权激励对应的股份支付费用后，归属于上市公司股东的净利润 2.70 亿元，较上年同期剔除股份支付后的归母净利润增长 45.26%。报告期内，公司经营性销售费用率、管理费用率和研发费用率均实现下降，兑现了 2023 年年报中关于降本增效相关举措的具体效果。考虑到相关举措的实施惯性和继续优化，预计相关措施在 2025 年仍将得到体现。 二、2025 年第一季度报告业绩情况简介 2025 年一季度，公司实现销售收入 10.46 亿元，同比增长 14.22%，实现归母净利润 8,832 万元，同比增长 15%。剔除股份支付费用后并扣除非经常性损益后，实现利润 8,769 万元，同比增长 22.35%。一季度，公司剔除股份支付费用的扣非净利率 8.4%，较上年同期同口径提升约 0.6%。 收入结构方面，分产品看，冷冻烘焙食品收入占比约 60%，同比增长约 12%；烘焙食品原料收入占比约 40%，同比增长约 17%，其中 UHT 系列奶油产品仍保持上市以来较好的增长趋势，今年公司也会将扩充 UHT 奶油的产品矩阵；酱料类产品伴随公司顶尖客户定制服务水平的提升亦表现出较快增长。分渠道看，流通饼房渠道收入占比略超过 40%，同比下降中单位数，下降主要因春节相比去年提前，经销商
--	--

	旺季备货有所前置；商超渠道收入占比略低于 40%，同比增长超过 40%，占比相比去年同期有较明显提升，主要原因为公司在服务顶尖客户定制策略的推动下新品数量及质量有所提升，此外公司积极把握商超调改趋势亦产生一定积极效果；餐饮及新零售渠道收入占比近 20%，同比增长超过 20%，继续保持较为理想的增长势头。 成本费用方面，一季度公司毛利率 30.0%，同比下降约 2.5%，下降主要受报告期渠道结构、产品结构变化，以及油脂类、乳制品类为代表的大宗原料采购价格上涨影响。销售及研发费用率分别为 10.1%、2.6%，同比分别下降约 2%、1%，费用率下降同样受渠道结构影响，同时公司销售策略、产品研发等以产线为基本单元，费用投放、使用更为合理、精准。管理费用率 5.4%，剔除股份支付费用后可比口径的管理费用率下降约 1.0%，与公司规模效应、费用预算控制等措施发挥积极效果有关。 三、问答环节 问题 1: 稀奶油的核心方向是饼房为主吗？会往大 B 渠道推广吗？ 答：稀奶油产品以流通饼房为主，还有一些定位高端的工业客户也会使用公司稀奶油产品。从长期来看，公司希望 UHT 单品进一步向品类优势、矩阵优势去演化推动，也希望未来稀奶油产品能够实质性地进入到一些大客户的直接采购渠道。目前来看，这款产品的定位是原料，还是在流通饼房、工业客户发挥更高的销售动能。 2、问题：关注到公司销售费用率、管理费用率下降，这些费用率的优化是可持续的吗？ 答：管理费用方面，严控总部相关职能部门人员数量；研发费用方面，做好老品升级和新品上市的平衡；销售费用方面，今年公司销售的提成不再是按照总销售达成的固定比例，而是以品类生产线为基本单元的产品经理责任制，长尾产线达成销售目标设置比头部产线略高比例的奖金，能激励同事把一部分精力放在偏中腰部的产品，使得销售费用率更为集约。
--	---

3、问题：展望全年成本方面如何预期？是否会进行原材料锁价？

答：从成本压力来看，油脂、乳制品成本压力最大的时候其实是在去年四季度，从环比来看，今年一季度相比去年四季度成本压力已经有比较大的释放。公司根据锁单价格能够接受的情况，灵活的决定锁单用量，如果成本上涨公司的头寸有所不足，也会延长锁单去扩充头寸池。公司仍保持谨慎乐观的态度，根据实际情况及时应对。

4、问题：奶油目前产能利用率水平如何？奶油下一阶段产能投放计划？

答：奶油产能利用率受到季节影响比较大，河南的第一条 UHT 生产线去年的产能接近满产，佛山第二条稀奶油生产线去年旺季排产最紧张的时候大概能排到 70%产能利用率，实行双班运行。一季度烘焙行业会进入淡季，UHT 产能利用率会有所回落。全年来看，公司预估如果能够进一步丰富 UHT 奶油产品矩阵，现有产能利用率有可能会紧张，公司会提前做好产能规划。

5、问题：公司对冷冻烘焙方面的产线规划是怎样的？是否会有所侧重？

答：公司对冷冻烘焙产线规划更多以公司南沙工厂产线搬迁为主，会谨慎决策。冷冻烘焙产能利用率还算比较均衡，整体约在 70%左右。公司规划产线的方向主要考虑两个点：第一点是产线的利用率要在 70%以上才会考虑投入新产能，第二点是旺季是否有明显的产能紧缺，从这两个角度来审慎决策。

6、问题：公司餐饮渠道全年规划和目标？

答：餐饮渠道的发展规划和公司产品侧重点是契合的，一是做好流通大单品，如 20g 小牛角包、小慕斯；二是结合餐饮场景去推出适合的单品；三是做好顶尖大客户的产品定制。我们做好一些服务，做好一些定制方面的相关工作，其实也能够去实现一些定制大单品的管

理。

7、问题：商超调改方面，和大型商超客户的合作大概在什么样的时间节奏会有突破？

答：与大型商超渠道合作确实需要机缘和契机，从底层来看，公司从供应链角度上是比较大的企业了，也有比较大的供应链样本以及经验背书，会有一定的先发优势。我觉得从底层的大逻辑来说，公司有头部客户其实是会有一定的先发优势和样板优势，所以这个时候需要保持耐心，做好配合和调改的服务。

8、问题：公司在小 B 渠道的展望？

答：公司上市以来在饼房渠道的增长有所放缓，溢价比较高的饼房渠道恢复比其他渠道要慢，商超渠道、餐饮渠道的高增长其实都体现了一个关键词——性价比。对消费者来说，其实是发现了更加具有性价比的渠道，如果从渠道往下穿透，购买的频次和人次都在增长，只是渠道和结构有所变化。公司会把握好饼房、商超、餐饮全渠道。

9、问题：原材料成本同比表现是怎样的？

答：我们没有去研究同比的表现，公司实际更关注的是大宗原料的头寸是否够，近期是否能碰到合适的锁单机会，例如四月初到清明前后，大豆进口关税影响大，当时预计豆油为代表的油脂价格会往上涨，但是很反常，清明之后的几天时间内油脂的期货市场出现了下跌，公司抓住窗口期做了锁单。所以，同比、环比都是财务方面的结果，公司扎实做好经营方面的每一步，一季度来看公司抗风险能力还是比较不错的。

10、问题：目前稀奶油产品原材料国产、进口情况是怎样的？进口量大概是多少，是否有进行国产替代？

答：根据稀奶油配料表，可以发现第一是牛乳，牛乳保质期短，一般是国产的；无水奶油、奶酪、稀奶油主要是进口的，公司希望国

	产替代在这些原料方面能够发挥比较重要影响。从奶价来看，环比角度下降的斜率有所放缓，可能陆续有所下探。在这个基础上，为了提高生鲜乳的附加值，各大乳企有动力开发国产奶源的一些乳制品原料，在这个动力背景下，公司也会和大型牧场进行合作，尽可能多的引入一些国产的乳制品原料进入到公司的研发条线体系里，在产线上去做适配，能配适成功是双方皆大欢喜，能使公司实现成本的下降。公司会持续探索、持续推动这方面的工作。 11、问题：在夏季的新品会有哪些？ 答：去年公司的夏季新品主要包括冰激凌蛋糕、冰激凌麻薯、冰激凌大福，有一些是销往流通渠道，有些是销往知名乳企定制渠道。因为相关产品表现不错，今年夏季还是上述产品为主，但是在口味、风味方面做了大范围的丰富，品质也会得到进一步的提升。 12、问题：一季度冷冻烘焙的新品和老品的表现如何？ 答：冷冻烘焙一季度约 12%增长，绝大部分是商超渠道贡献的，饼房渠道一季度有一定下滑，这跟春节提前，经销商提前备货有关系。商超渠道可以分享的是公司基础产品——麻薯，保持比较稳定的体量，公司的核心商超渠道去年上新的 3 款新品，都达到了预期销售体量。 13、问题：公司去年上市了 360pro，目前稀奶油 330 在试销、调试过程，如何平衡新、老产品价格矩阵的安排？ 答：公司会以 360pro 这款产品为基础，向上、向下适当地去往一些品类化、矩阵化的方向去发展推出新产品，新产品的推出会出现内部的产品替代，这也是正常的商业规律，但是公司推出的新产品盈利能力预期会好于之前的产品，这样即使出现了内部的替代，但是公司的盈利能力其实会有个正向的影响。 14、问题：成本上涨的情况下公司是否会考虑调价？ 答：真正成本压力偏大的其实是冷冻奶油，从价格角度，公司的
--	---

	冷冻奶油或者植脂奶油系列产品，并不是所有产品盈利能力的设置都是一样的，有的定位是性价比产品，有的定位是偏盈利性产品。性价比产品可能最先会触及盈亏平衡线，不排除会率先进行一些提价。盈利性产品本身利润率可能会相对高一些，现在还在一定的消化范围内，公司会观察市场的变化，做一些跟进和调整。总体来说，因为公司产品更为综合，抗风险能力也会更高一点，所以提价没有到一个比较迫切的程度。
附件清单(如有)	《参与单位名称及人员明细清单》
日期	2025 年 4 月 28 日

附件：参与单位名称及人员明细清单（以下排名不分先后）

序号	公司	姓名
1	Allianz Global Investors	Zhang Yu
2	North Rock Capital Management (HK) Limited	杨宇豪
3	Point72 Hong Kong Limited	洪瑞祥
4	Polymer Capital Management (HK) Limited	阮玮仕
5	北京沅沛投资管理有限公司	李爽
6	北京泓澄投资管理有限公司	崔良旭
7	北京金百镭投资管理有限公司	孟博
8	博道基金管理有限公司	陈磊
9	博时基金管理有限公司	钟天皓
10	财通基金管理有限公司	彭俊霖
11	财通证券股份有限公司	毕晓静、吴文德
12	大家资产管理有限责任公司	李德宝
13	德邦证券股份有限公司	黄欣培、熊鹏
14	东方财富证券股份有限公司	凌晓晓、孙颖、田然
15	东吴证券股份有限公司	李茵琦
16	东兴证券股份有限公司	孟斯硕、王洁婷
17	敦和资产管理有限公司	金佳炜
18	高盛（亚洲）有限责任公司	穆笛、周洋
19	个人投资者	杨展晖
20	耕霖（上海）投资管理有限公司	刘璟欣
21	工银瑞信基金管理有限公司	袁辰昱
22	光大证券股份有限公司	李嘉祺、苏晓珺、叶倩瑜
23	广东博众智能科技投资有限公司	容伟彪
24	广发基金管理有限公司	姜冬青
25	广发证券股份有限公司	符蓉、吴思颖
26	广州市知本复利投资有限公司	陈九宇
27	国海富兰克林基金管理有限公司	赵钦
28	国海证券股份有限公司	郝天宇、刘洁铭、周涛
29	国华兴益保险资产管理有限公司	韩冬伟
30	国金证券股份有限公司	陈宇君
31	国联安基金管理有限公司	王兴伟
32	国联证券股份有限公司	刘景瑜
33	国盛证券有限责任公司	李依琳、李梓语
34	国泰海通证券股份有限公司	程碧升、刘玉、徐洋
35	国投安信期货有限公司	余刚
36	国信证券股份有限公司	王新雨
37	海南羊角私募基金管理合伙企业（有限合伙）	解睿、凌超

38	合肥市微明恒远私募基金管理有限公司	张雪梅
39	恒泰证券股份有限公司	袁利梅
40	泓德基金管理有限公司	季宇、郑名洋
41	湖南中仁资产管理有限公司	谭旺
42	华安证券股份有限公司	郑少轩
43	华宝基金管理有限公司	王昱
44	华创证券有限责任公司	丁天、欧阳予、严文炆
45	华福证券有限责任公司	童杰
46	华能贵诚信托有限公司	吴晓昀
47	华泰资产管理有限公司	董懿夫
48	华西证券股份有限公司	李嘉瑞、吴越
49	华夏基金管理有限公司	李柄桦
50	华夏未来资本管理有限公司	张潇筱
51	华鑫证券有限责任公司	张倩
52	华兴证券（香港）有限公司	陈亚雷
53	华源证券股份有限公司	冯佳文
54	汇丰晋信基金管理有限公司	李文华
55	汇丰前海证券有限责任公司	宋丽华
56	嘉实基金管理有限公司	左勇
57	建信基金有限责任公司	张艳姝
58	建信养老金管理有限责任公司	徐瑞
59	交银施罗德基金管理有限公司	张程
60	晋江和铭资产管理有限公司	胡慧娟
61	克里赛尔易莱纳信息技术（杭州）有限公司	Chaoyu Lao
62	路博迈基金（中国）有限公司	黄亚铷
63	美林（亚太）有限公司	陈若凡
64	民生证券股份有限公司	范锡蒙、张玲玉
65	摩根基金（中国）有限公司	刘健
66	宁波宝隼资产管理有限公司	王一达
67	宁银理财有限责任公司	王汉超
68	农银人寿保险股份有限公司	张鹏
69	诺安基金管理有限公司	李新帜
70	磐安投资	邱晓刚
71	平安资产管理有限责任公司	张旭欣
72	朴一资本	郝朋哲
73	融通基金管理有限公司	关山
74	上海保银私募基金管理有限公司	石伟燊
75	上海递归私募基金管理有限公司	陈曦
76	上海国际信托有限公司	吴杏
77	上海合道资产管理有限公司	张欣

78	上海合远私募基金管理有限公司	刘颜
79	上海久续私募基金管理有限公司	翁迪
80	上海理臻投资管理有限公司	赵玄
81	上海明河投资管理有限公司	葛天惟
82	上海浦胜私募基金管理有限公司	蒋小东
83	上海申银万国证券研究所有限公司	吕昌、周缘
84	上海深积资产管理有限公司	张志杰
85	上海慎知资产管理合伙企业（有限合伙）	张海涛
86	上海同犇投资管理中心（有限合伙）	刘慧萍
87	上海万纳私募基金管理有限公司	杨君弈
88	上海信璞私募基金管理中心（有限合伙）	欧阳荣
89	上海甬兴证券资产管理有限公司	秦庆
90	上海原点资产管理有限公司	程夏颖
91	申万宏源证券资产管理有限公司	赵玥
92	深圳市辰禾投资有限公司	吴超
93	深圳市前海禾丰正则资产管理有限公司	汪亚
94	深圳市興億投资管理有限公司	梁悦芹
95	深圳市毅恒资本投资有限公司	文铨、闫萌
96	深圳市越榕启航投资管理有限公司	周晓波
97	深圳中胤信弘投资有限公司	林子钧
98	太平洋证券股份有限公司	郭梦婕、肖依琳
99	天风证券股份有限公司	李本媛、吴艾锜
100	天治基金管理有限公司	王策源
101	西部利得基金管理有限公司	温震宇
102	西藏合众易晟投资管理有限责任公司	何芳
103	西藏隆源投资管理有限责任公司	刘彬
104	西藏银帆投资管理有限公司	曹梦迪
105	新华基金管理股份有限公司	蔡春红
106	信达证券股份有限公司	程丽丽
107	兴业证券股份有限公司	金含、王嘉琦
108	兴证证券资产管理有限公司	邱思佳
109	亚太财产保险有限公司	董丽蒙
110	易方达基金管理有限公司	易俊何
111	长安基金管理有限公司	朱施乐
112	长城证券股份有限公司	罗丽文
113	长江证券（上海）资产管理有限公司	丰一凯
114	长江证券股份有限公司	范晨昊
115	长盛基金管理有限公司	吕睿亮
116	长信基金管理有限责任公司	刘亮
117	招商信诺资产管理有限公司	钱旖昕
118	招商证券股份有限公司	胡思蓓

119	浙商证券股份有限公司	杜宛泽、杨骥
120	中欧基金管理有限公司	冯允鹏
121	中国国际金融股份有限公司	胡跃才、沈旸、武雨欣、周晓静
122	中信建投证券股份有限公司	牛广宇、夏克扎提·努力木
123	中信证券股份有限公司	顾训丁、江皓云
124	中国银河证券股份有限公司	刘光意、刘来珍
125	中航基金管理有限公司	陈周飞
126	中泰证券（上海）资产管理有限公司	陈太中
127	中泰证券股份有限公司	熊欣慰
128	中天国富证券有限公司	关雪莹
129	中信保诚基金管理有限公司	杨传忻
130	中邮证券有限责任公司	蔡雪昱、杨逸文