

证券代码：839371

证券简称：欧福蛋业

公告编号：2025-099

## 苏州欧福蛋业股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

#### 一、投资者关系活动类别

特定对象调研

业绩说明会

媒体采访

现场参观

新闻发布会

分析师会议

路演活动

其他

#### 二、投资者关系活动情况

活动时间：2025年8月28日

活动地点：苏州欧福蛋业股份有限公司（以下简称“公司”、“欧福蛋业”）  
通过进门财经网络交流平台以网络电话形式交流

参会单位及人员：申银万国证券研究所、仙人掌投资、东方马拉松投资、上海森锦投资管理有限公司、开源证券、指南基金、湘财证券、深圳市长承私募证券投资基金管理有限公司、兴业证券、平安养老、宁银理财、HSBC Global Asset Management (Hong Kong) Ltd、上海卫宁私募基金管理有限公司、启泰基金、中信证券

上市公司接待人员：董事兼总经理刘文先生、董事会秘书叶林先生

### 三、 投资者关系活动主要内容

公司董事会秘书叶林先生首先向参会人员介绍了公司概况，然后进行了问答交流环节，本次交流的主要内容如下：

**问题 1：欧福蛋业（雁江）生产基地 10 月投产后能够增加多少产能，释放产能会优先投放哪些产品、哪些区域？**

**回答：**公司西南生产基地（四川雁江项目）是西南地区目前最大蛋制品加工项目，一期建成后年处理鸡蛋 2 万吨，初期年产值 3 亿元左右。雁江基地目前已基本建设完成，将进入试产阶段，计划 10 月 18 日正式开业，投产供货。产能释放方面，将优先投放巴氏杀菌的蛋清液、蛋黄液、全蛋液等产品，重点覆盖成渝地区；同时，该基地也规划作为公司预制蛋制品生产中心，未来将不断丰富产品品类。

**问题 2：公司计划用 5-10 年改变国内家庭用蛋习惯，具体推进措施是什么？**

**回答：**公司目前已推出 950、420 克和 220 克三款小包装蛋液产品，产品理念源自欧美独立个体包装饮食方式。公司目前已在京东、淘宝、抖音等平台搭建线上销售渠道，同时将根据市场推进需要择机布局线下渠道。现阶段以线上推广带动线下引流，通过长期市场培育、引导，逐步改变国内家庭用蛋习惯。

**问题 3：国内蛋品深加工比例远低于海外国家的原因是什么？国内深加工制品占比提升的核心驱动力有哪些？**

**回答：**欧美蛋品深加工比例约 40%（其中欧洲为 35%-38%），中国仅 5%-7%。主要原因是欧美有法规规定食品企业、餐饮企业不得使用直接来自于养殖场的壳蛋，必须采购蛋制品，以有效规避沙门氏菌风险；而中国此方面的法规尚待建立，大多中小食品企业目前还是自行采购处理壳蛋。

国内深加工比例提升的核心驱动力包括：

- ① 政策驱动：食品安全法规对蛋制品的期望提高，部分大城市烘焙行业协会已建议新建企业使用蛋制品。
- ② 资本驱动：行业龙头及上市公司纷纷介入蛋品加工领域；产业分工的

进一步细化，有效保证了供应。

- ③ 市场需求驱动：国际食品巨头及连锁餐饮企业对食品安全的重视，倾向选择巴氏杀菌蛋液等蛋制品。蛋制品的功能性被广泛接受，差异化用蛋成为趋势。

**问题 4：相比国内蛋品深加工行业中自建养殖的竞争对手，公司专注加工环节的优势体现在哪些方面？如何与国内外头部客户的合作保持粘性？**

**回答：**公司专注加工环节，但上游也有自建养殖基地基础，2005 年在南通启东建成江苏省首家出口备案养殖企业，当时为满足出口日本 143 项肯定列表要求，建立了严格的前端管控体系。目前公司通过要求协议养殖场参照南通养鸡场的养殖规范（包括用药、防疫、疫情及用药通报）、执行联合体投入品肯定列表管理制度等措施，构建了安全有保障的上游产业链。公司注重食品安全和高品质，即使面临国内激烈的市场价格竞争，品质也绝不妥协。不大规模自建养鸡场的模式具有强强联合、灵活选择优势：一是可采购高质量鸡蛋，实现弹性发展，避免自有产能对增长的制约；二是可根据需要灵活选择不同鸡场、不同产蛋周期的鸡蛋，有利于定制化产品，保障蛋制品功能性。三是有效规避战略供应安全问题，不同的鸡蛋来源，即使遇到某个鸡场发病、封场也不会断供。

在客户粘性方面，蛋品加工行业壁垒至少需五年以上积累摸索，公司对鸡蛋加工有 20 年的经验积累和认知，从上游养殖管控到加工环节的杀菌温度控制及冷链配送形成完整体系。公司是将蛋作为功能性配料提供给客户，而非简单的原料，除了常规的理化指标和微生物指标要求外，设置多种功能性检测评估指标，并通过持续的产品创新，如针对不同地域温差开发的热稳定蛋制品处理技术，来满足头部客户个性化和产品升级需求，以保持长期稳定合作。

**问题 5：零售端哪些蛋制品有可能成为爆款？打造爆款产品需具备哪些特质？**

**回答：**公司目前已推出小包装系列蛋液（蛋白液、蛋挞液）、蛋白饮品及福利养殖鸡蛋（获得欧盟动物福利认证）作为零售端产品。后续还将陆续推出相关新产品。在成功改变 B 端用蛋习惯后，公司加码 C 端业务拓展，给消费者

提供更多关于蛋制品的选择。

爆款产品特质方面，需解决消费者痛点（如 DIY 烘焙时蛋液分离困难等），顺应全球趋势（如动物福利、可持续发展），提供功能性价值（如特定场景的便捷应用），并注重食品安全。但公司不追求短期爆款，更注重长期主义，倾向通过长期市场培育，为消费者提供有价值的产品。

**问题 6：蛋白饮产品的销售情况如何？是否为公司接下来重点推广产品？**

**回答：**蛋白饮品是公司 to C 系列产品中的核心产品，具有两大核心优势：一是蛋白质含量高达 9%，远高于普通酸奶（3%）卡士酸奶（4.5%）及市面同类液体蛋白质饮品含量最高产品（6%）；二是鸡蛋蛋白在吸收利用效率上优于乳清蛋白和大豆蛋白，具有先天优势。该产品为国内首创品类。

推广方面，当前除积极面向健身、运动人群外，还拓展了医院病人、养老院老年人等新应用场景（解决老年人咀嚼、吞咽困难及普遍的蛋白质缺乏补充问题）。公司计划成立专门部门开发养老、特医渠道。

上半年蛋白饮品取得了 2 倍数的增长，虽然基数较小，但增长势头迅猛。目前还处于市场培育阶段，且产品定位较高，但公司对其长期增长有信心，将逐步推进线上线下销售渠道建设。

**问题 7：公司定期报告是否会单独披露零售产品品类？**

**回答：**目前公司产品在定期报告中的分类仍然按照“分产品”“分地区”进行，未按销售渠道划分。未来将根据实际需求，考虑新增按销售渠道分类的披露方式，如分为 to B 和 to C 渠道。

**问题 8：天津 150 吨溶菌酶生产线项目已建成，该业务未来对公司的收入贡献有多大？**

**回答：**溶菌酶项目是公司蛋白增值业务的重要举措之一，食品级溶菌酶是一种从新鲜鸡蛋清中提取的天然蛋白质，作为一种安全高效的天然防腐剂和抗菌剂，广泛应用于食品工业、日化行业，比如可用于牙膏、口香糖、漱口水、红酒、奶酪等特殊场景，具有类似抗生素的抑菌功能。这是公司产品升级的重

要举措，产品线从食品原料延伸至功能性添加剂。目前该业务主要面向海外市场，具体收入及贡献比例，将随市场拓展逐步体现。

苏州欧福蛋业股份有限公司

董事会

2025年8月29日