

证券代码：600882

公司简称：妙可蓝多

上海妙可蓝多食品科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-009

投资者关系 活动类别	业绩说明会
活动主题	妙可蓝多 2025 年第三季度业绩说明会
时间	2025-10-31 - 15:00-17:00
地点/方式	上证路演中心 https://roadshow.sseinfo.com 视频录播+网络文字互动
参会人员	副董事长、总经理：柴琇 董事、行政总经理、财务总监：蒯玉龙 独立董事：潘敏 董事会秘书：谢毅 投资者关系副总裁：胡宗田
投资者关系 活动主要内容介绍	1、尊敬的蒯总，您好！针对财务数据，请问：1. 公司毛利率提升至 29.88%，同比增加 0.95 个百分点，而同期奶酪行业平均毛利率波动较大。请问这一提升主要源于成本优化（如原材料采购）还是产品结构升级？未来如何维持或进一步提升毛利率？2. 销售费用率同比下降，但绝对值仍较高。公司如何在品牌收获期平衡营销投入与利润增长？是否有计划通过数字化营销降低费用占比？3. 经营活动现金流净额 4.85 亿元，净现比 2.76，现金流表现优异。在资金充裕的情况下，是否有计划进行并购整合（如上游原料供应链）或回购股份？4. 2025 年确认股份支付费用 1868.69 万元，股权激励对净利润有一定影响。请问股权激励的考核目标（如营收增长、ROE 等）如何设定？是否对管理层长期绑定形成有效激励

	答：尊敬的投资者，您好！1、公司毛利率提升因素主要得益于主要原材料采购的国产化和产品结构升级，高毛利奶酪品类的收入增长较高。未来公司将逐渐加大国产采购比例和继续优化产品结构来进一步提升毛利率。2、公司近几年一直关注着营销投入和利润增长的平衡性，对于营销项目的投资都会经过严格的投入产出测算，保证营销投资的效率达到最佳，公司一直致力于通过数字化营销在降低营销费用，目前已逐渐上线多款营销数字系统。3、在资金充裕的情况下，有计划进行并购整合，在市场上寻找合适的标的。4、股权激励的具体考核目标已在之前股权激励的公告中一并发布，具体内容请详见公司于 2025 年 3 月 22 日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）及指定媒体披露的《上海妙可蓝多食品科技股份有限公司 2025 年股票期权激励计划》之“第九章 股票期权的授予与行权条件，以及《上海妙可蓝多食品科技股份有限公司 2025 年员工持股计划》之“第五章 本员工持股计划的存续期、锁定期和业绩考核”。对管理层长期绑定形成有效激励。感谢您的关注！ 2、尊敬的柴总，您好！作为关注妙可蓝多的投资者，我有以下疑问：1. 公司 2025 年前三季度营收同比增长 10.09%，净利润增长 106.88%，第三季度奶酪业务收入同比增长 22.44%，但市场竞争日益激烈（如 Kiri、奶酪博士等品牌快速崛起）。请问公司如何评估当前市场份额的可持续性？未来在差异化竞争（如产品创新、渠道下沉）方面有哪些具体计划？2. 妙可蓝多提出‘让奶酪进入每一个家庭’的目标，但奶酪消费仍存在区域差异（如华东占比高，其他区域渗透率低）。公司是否有针对性策略拓展低渗透市场？例如通过区域定制化产品、营销本地化或渠道深度覆盖？3. 财报显示餐饮工业系列收入同比激增 36.26%，主要得益于 B 端客户订单增长。请问公司如何看待 B 端与 C 端业务的协同效应？是否有计划进一步开发 B 端高毛利产品（如定制化奶酪解决方案）？4. 柴总曾强调‘产
--	--

品力、品牌力、渠道力’三维战略，当前签约王一博推动品牌年轻化。未来是否会加大在功能性奶酪（如低盐高钙）、健康零食领域的研发投入？是否有量化指标评估新品对营收的贡献率？

答：尊敬的投资者，您好！1、随着行业竞争和消费环境的变化，市场也在逐步出清，公司的市场份额逐步提升中，也通过产品创新、品牌引领、渠道精耕，不断巩固公司的核心优势和竞争壁垒。2、公司会积极利用双品牌、丰富的产品矩阵，匹配不同区域和渠道，也会根据城市的特点，举办线下的奶酪市集活动，不断增强奶酪的科普以及市场的渗透。3、公司 TOC 与 TOB 双轮驱动的协同贯穿全链路，形成高效互补：采购端共享核心原料体系，依托规模化采购与国产替代策略，共同摊薄成本；研发上双向反哺，B 端餐饮定制经验为 C 端即食产品提供创新思路，C 端研发储备为 B 端客户定制提供参考；品控执行统一标准，既满足 C 端零售的极致要求，也保障 B 端餐饮的品质稳定性；场景创新方面更显联动，C 端积累的家庭餐桌、零食等场景需求反哺 B 端产品开发，B 端在餐饮场景验证的刚需属性为 C 端拓展提供参考。最终，B 端夯实奶酪“美食刚需”属性，C 端强化“健康零食”体验，双轮驱动让品类的美食价值与零食价值形成合力，加速奶酪渗透率提升。4、公司紧跟国家《“健康中国 2030”规划纲要》的指导，制定妙可蓝多产品营养与健康战略。顺应消费者减脂、减糖、减盐、增加微量营养素等的营养与健康需求，研发多款产品，如奶酪小粒，0 蔗糖，每 100g 产品含有 8.6g 蛋白质，干酪含量 $\geq 55\%$ ；手撕奶酪，高钙高蛋白，0 乳糖，每 100g 产品含有 598mg 钙，每 100g 产品含有 21.5g 蛋白质；涂抹奶油奶酪，原制奶酪，酪香醇厚。后续公司会继续加大健康化产品的研发和生产。感谢您的关注！

3、尊敬的蒯总，您好！1、去年第三季度收入是 16.7 亿，今年第三季度收入是 13.9 亿，今年三季度较去年三季度收入显著下

滑的原因？ 2、第三季度收入 13.9 亿中，餐饮工业系列的收入占比大概有多少？是否较上半年占比有提升？公司每季度经营数据披露的收入是否可以按即食营养、餐饮工业、家庭餐桌来分类，这样季度披露的口径也和年报、半年报一致了。 3、在投资者互动中，公司提到国产供应链替代，请问今年三季度国产供应链的占比大概达到多少？预计 2026 年这一比例会达到多少？

答：尊敬的投资者，您好！1、去年三季度公司营收 12.17 亿，今年三季度较上年同期增加 1.73 亿，同比增长 14.22%。2、餐饮工业系列的收入占比超 4 成，较上半年略有提升。3、国产替代是公司既定的经营方向之一，目前国产替代的品项不断增加，同时国产原制产能的扩产正在加速建设中。感谢您的关注！

4、尊敬的胡总，您好！针对股东价值与沟通效率，请问：1. 公司近年来分红率波动较大，2025 年是否有明确的现金分红计划？分红比例如何考量成长性与股东回报的平衡？2. 机构投资者占比持续提升，公司如何优化路演频率或采用新媒体工具（如直播、AI 问答）增强与年轻投资者的互动？3. 妙可蓝多股价自 2021 年高点 84.50 元波动至当前水平，是否存在被低估的情况？公司是否有市值管理工具（如回购、股权激励）提升市场信心？4. 中小股东对管理层持股比例较低存在担忧。是否有计划通过增持或长期股权激励增强管理层与股东利益绑定？

答：尊敬的投资者，您好！截至 2025 年 9 月 30 日，因公司合并报表及母公司报表未分配利润均为负数，公司暂不满足现金分红条件。公司业务保持良好发展态势，近几年净利润逐年增长，公司通过净利润弥补亏损及法律法规允许的前提下公积金补亏等方式，尽早满足现金分红条件，届时会积极考虑以现金分红的方式回馈股东。针对各类投资人，公司已建立“常态化+专项化”路演机制，除季度业绩说明会外，每季度主动针对公募、私募、保险、外资等不

	同类型机构深度交流、积极互动。面向年轻投资者，积极扩大互动形式，包括业绩解读和交流、奶酪科普以及工厂开放日等活动增加投资者对公司的了解。公司高度重视管理层与股东的利益协同，2025年已实施股票期权激励计划与员工持股计划，考核指标聚焦营收增长与利润释放，直接挂钩长期经营目标，公司将持续完善长效激励体系，进一步强化管理层、核心团队与股东的长期利益一致性。感谢您的关注！ 5、尊敬的潘女士，您好！作为独立董事，请问您如何看待以下风险与治理问题：1. 奶酪行业同质化竞争加剧，且依赖进口原料（如乳清粉、干酪）。公司是否建立供应链多元化机制（如国产替代、海外布局）以降低原料成本波动风险？2. 关联方交易占比虽未披露具体数据，但乳制品行业存在关联交易风险。作为独立董事，您如何确保交易定价公允性？是否定期审查关联交易的合规性？3. ESG 报告中提到环保目标，但乳制品加工碳排放较高。公司是否有具体减排措施（如可再生能源使用、包装回收）？是否有量化指标或第三方认证？4. 管理层薪酬与股权激励挂钩业绩增长，但净利润波动较大。作为独立董事，您如何评估激励方案的合理性？是否设置风险对冲条款（如行业对标调整）？ 答：1、有关供应链管理的问题，请参见公司管理层的相关答复。2、公司建立健全内控制度及维持内控制度有效运行以保障关联定价的公允性。公司定期统计和复核关联交易发生金额，确保在授权额度内进行关联交易；同时年审会计师事务所也会对关联交易执行相关审计程序确保该事项的合规性和准确性。3、关于 ESG 与减排，公司已发布《2024 年度可持续发展报告》并在官网设立 ESG 专页，公司依托“CHEESE”可持续发展战略，围绕能源使用、绿色包装、运输优化、污染物达标排放等工作，持续完善量化指标并接受外部评价；同时参考控股股东内蒙蒙牛的“GREEN”战略，推进绿
--	---

色包装等相关工作。ESG 评级层面，Wind 最新 ESG 评级已提升至 A，未来公司将持续推进绿色生产，进一步完善量化目标与落地路径。4、公司股权激励业绩考核同时设置营业收入和净利润两项指标，营业收入的稳健增长和盈利能力的增强并重，指标具有一定挑战性，保障公司有质量增长和可持续发展。感谢您的关注！

6、尊敬的谢女士，您好！针对信息披露与投资者沟通，请问：

1. 公司披露奶酪市场占有率超 38%，但行业数据来源（如 Worldpanel、Euromonitor）可能存在差异。未来是否会采用更多第三方权威数据增强披露可信度？ **2. 市场传言公司计划进军低温奶酪市场，但财报未提及。是否有未披露的重大战略或产品线拓展计划？信息披露是否及时透明？** **3. 当前市盈率（TTM）和市净率处于行业什么水平？如何看待市场对妙可蓝多的估值？是否有计划通过业绩指引或投资者教育活动引导合理预期？** **4. 在互动平台上，投资者对新品‘奶酪小粒’的反馈存在分歧。公司如何收集并回应市场反馈？是否有机制优化产品迭代？**

答：尊敬的投资者，您好！1、目前 Worldpanel、Euromonitor 均为数据可信度较高的第三方机构，均可作为辅助参考信息；2、公司同时有常温、低温奶酪产品，满足不同消费场景需求、适应不同销售渠道，均为公司重要的收入来源；3、中国奶酪市场具有较大的增长潜力，公司作为以奶酪为核心业务的 A 股上市公司，市场占有率稳定位居行业第一，今年以来营收、净利润均保持双增长，公司市场估值整体较为合理；4、公司非常重视消费者对公司产品，尤其是新品的体验与反馈意见，多款产品凭借优良的品质和良好的口味，获得消费者喜爱。公司有多款产品供消费者选择，满足消费者的不同口味和需求！感谢您的关注！

7、想请教下管理层，B 端业务中，哪类餐饮公司在未来带来增

量预计是更高的（比如新茶饮、西餐、和烘焙）？

答：尊敬的投资者，您好！新茶饮、西餐、烘焙、酒店、中餐等都是公司未来重要的 B 端餐饮客户类型。感谢您的关注！