

# 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：2026-006

|               |  |
|---------------|--|
| 投资者关系活动类别     | 特定对象调研   |
| 时间            | 2026年4月7日 14:00-15:00, 16:00-17:00<br>2026年4月8日 10:00-11:00, 13:00-14:30, 15:00-16:00  |
| 地点            | 上海市浦东新区金桥路1398号金台大厦10楼会议室  |
| 公司接待人员姓名      | 投资者关系副总裁：胡宗田先生<br>投资者关系高级经理：周紫瑞女士<br>证券事务高级经理：周阳帅先生  |
| 参会单位名称        | 安联基金、安信基金、东证资管、东方证券、广发基金、广发资管、国金基金、和谐汇一、华泰保兴、华泰资产、华泰证券、华夏基金、汇丰晋信、华西证券、路博迈、平安养老、霜叶创投、天风证券、天治基金、信达澳亚、银河基金、浙商证券、中信证券、中庚基金、中金资管、中欧基金等（排名不分先后）  |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p><b>1、想请教公司一季度营业收入的具体增长情况，主要由哪些渠道驱动？后续几个季度，公司营收能否持续保持当前的增长态势？</b></p> <p><b>答：</b>一季度公司营收实现同比增长超30%，增长主要由线上线下全渠道协同驱动。线下渠道依托春节旺季消费氛围、终端精细化运营及门店效能提升，实现销量稳步提升；线上渠道则依托新品推广节奏加快，带动销量增长。展望后续经营趋势，公司将持续推动收入增长，进一步发挥产品、渠道及品牌优势，力争二至四季度延续良好增长态势，推动单季度营收稳步提升。一季度，公司“BC双轮驱动”战略成效显著，C端业务在低温、常温、电商板块均呈现良好增长势头；B端业务保持较快增速，在餐饮、大客户渠道实现突破。同时，公司将不断完善产品矩阵，推动品类</p> |

结构向多元化、高附加值方向升级，实现多点支撑的增长格局，为营收持续增长提供坚实保障。

**2、一季度公司营业收入增长已超 30%，但净利润未能实现同比例增长，想了解一下背后的主要原因是什么？**

**答：**一季度净利润未与营收同比例递增，主要系公司本期加大战略投入所致。期间，公司围绕品牌营销、渠道拓展及市场推广等方面增加资源投入。不过，此类投入属于长期战略性投入，旨在进一步强化产品竞争力、提升品牌影响力与市场覆盖广度。长期来看，将为公司后续市场份额提升、营收持续增长及利润释放奠定坚实基础。

**3、结合当前的行业环境和公司的战略规划，能否分享一下 2026 年全年的收入和利润指引？在 BC 双轮驱动的格局下，预计两端的增长节奏和贡献比例会是怎样的？公司如何确保收入增长和盈利能力提升的平衡？**

**答：**2026 年公司将坚持营业收入稳健增长与盈利能力增强并重的发展方向，持续深化“BC 双轮驱动”的核心增长格局。C 端业务方面，将依托渠道拓展、大单品稳固及新品矩阵发力实现高质量增长；B 端业务方面，将紧抓国产替代机遇，保持快速放量与份额提升。在此基础上，公司一方面将通过持续优化产品结构，提升高毛利与高附加值产品占比，推动产品矩阵向功能化、场景化、高端化升级；另一方面将充分依托控股股东内蒙蒙牛的全产业链赋能，强化全链路成本管控，持续释放规模效应与协同红利，推动收入规模与盈利能力同步提升。

**4、近年来公司 B 端业务占比持续提升，市场担心 B 端定价相对偏低会拖累整体毛利率，想请问 B 端结构变化对毛利率具体有怎样的影响？公司对未来整体毛利率趋势如何展望？**

**答：**B 端业务规模快速扩大，在一定程度上会对毛利率结构产生阶段性影响，但随着 B 端客户结构优化、高附加值深加工产品占比提升，叠加规模效应逐步显现，对毛利率的压力整体可控。中长期来看，公司将通过产品结构升级、高毛利原制奶酪及特色深加工产品占比提升、供应链降本增效以及原料成本统筹管理等方式，保障毛利率水平的稳定，并力争随着经营效率提升实现逐步改善。

**5、想请教公司后续销售费用的投放节奏将如何安排？对全年销售费用规模及销售费用率有怎样的规划和展望？**

**答：**后续公司将围绕年度经营目标，合理把控费用投放节奏。在保障品牌建设、新品上市推广及渠道拓展等必要投入的同时，更加注重投入效率与投入产出比。随着收入规模持续扩大、规模效应逐步显现，公司将通过精细化费用管理，推动销售费用率保持稳定，中长期力争实现合理优化，为盈利水平稳步改善创造条件。

**6、C 端是公司基本盘，我们非常关心后续新品储备和推广节奏，请问公司今年在 C 端有哪些新品方向？整体产品迭代思路是怎样的？**

**答：**公司 C 端将围绕奶酪核心品类持续丰富产品矩阵，在奶酪棒、成人休闲奶酪、佐餐奶酪、高价值功能化产品等方向构建充足的新品储备，并将根据渠道特点和消费趋势分批次推向市场。公司新品开发更贴合消费升级需求，同时兼顾口味、场景与质价比，通过线上打新验证、线下规模化放量的方式稳步推进推广，持续优化产品结构，不断增强 C 端业务的抗风险能力和长期增长动力。

**7、公司 B 端业务近几年增速非常快，能否介绍当前 B 端业务**

的整体发展态势？客户结构、应用场景以及未来增长潜力如何？

答：公司 B 端业务保持良好发展势头，在西式快餐、烘焙、茶咖、工业、中餐客户等领域持续突破，与重点大客户的合作不断深化，应用场景覆盖持续拓宽。随着下游餐饮复苏、奶酪渗透率提升以及公司产品适配性增强，B 端业务有望继续保持较快增长，成为公司重要的业绩增长引擎。同时公司也将持续优化客户结构与产品结构，着力提升 B 端业务的盈利能力。

8、刚才提到一季度电商渠道表现亮眼，想请问目前电商渠道占公司整体销售的比例大概是多少？后续公司在电商渠道有哪些规划？另外，为何新品会优先选择在线上推出？

答：目前，公司线上渠道销售占比不足 10%，整体仍有较大提升空间。今年，公司将持续加大电商渠道的投入力度，同时匹配电商渠道的订单增长需求适时扩充相应产能，进一步优化整体渠道结构。新品优先在线上推出，主要是考虑到线上渠道能够更高效地培育消费者认知，快速收集市场反馈，有效降低新品试错成本与无效费用投放；待新品市场接受度充分验证后，再逐步落地线下规模化推广，其中高毛利新品将优先选择在线上首发，助力提升渠道盈利水平。

9、目前市场对乳制品深加工赛道的关注度越来越高，竞争也日趋激烈。想请公司谈谈如何看待这一赛道的竞争格局和长期逻辑？公司在深加工领域相比其他玩家，最核心的竞争壁垒体现在哪里？

答：公司认为乳制品深加工是行业发展的必然趋势，更高的深加工程度能够有效消化上游奶源增量、稳定奶源供给，实现产业链上下游协同发展。在这一领域，公司具备明显的综合竞争优势，核心壁垒体现在长期积累的工艺技术储备、稳定可控的供应链体系、深度绑定的 B 端客户资源以及广泛覆盖的 C 端营销渠道。

同时，外部环境的积极变化也为公司国产奶酪深加工产品的进口替代与品类升级创造了有利条件，进一步巩固了我们的竞争地位，为长期可持续发展提供有力支撑。

**10、公司近期发布的“13434”发展战略具体包含哪些内容，未来将如何落地实施？**

**答：**公司在保持治理独立性的基础上，将依托控股股东产业链优势深化资源共享与协同发展，并正式提出“13434”战略：以消费者为中心，聚焦奶酪、乳脂、乳清三大品类，构建成长营养、膳食营养、运动营养、功能营养四大体系，以B端、C端、并购出海为三大增长引擎，打造产品创新、品牌引领、渠道变革、数智赋能四大核心能力。未来公司将坚守战略定力、秉持长期主义，立足中国、放眼全球，持续挖掘奶酪的营养与健康价值，不断扩大市场份额，巩固奶酪品类领导者地位，同时联动国内外及产业上下游构建产业生态圈，助力国产奶酪产业升级与国产化进程提速。

**11、奶酪深加工是市场较为关注的方向，想了解公司目前在深加工板块的推进情况如何？相关产能布局和未来资本开支大致有怎样的安排？**

**答：**公司持续推进奶酪深加工业务布局，围绕奶酪、乳脂、乳清三大品类拓展产品矩阵，相关产能建设根据市场需求和订单情况稳步推进。资本开支将坚持审慎合理原则，重点围绕产能匹配、工艺升级、效率提升等方面有序投入，整体以满足业务发展实际需要为前提，保持投资节奏与经营现金流相匹配，不盲目扩张，实现资源的最优配置，为后续盈利提升与规模扩张奠定坚实基础。

**12、请问对原总经理柴绣女士的仲裁进展如何，以及后续如**

**何处置其质押的股权问题？**

**答：**参股并购基金相关仲裁事项已获上海国际仲裁中心受理，公司正积极推进仲裁相关程序，主动跟进案件进展，同时将持续敦促承诺人履行承诺义务，切实维护公司及全体股东的利益。柴琬女士的股份质押系个人行为，公司不掌握柴琬女士目前股票质押的具体信息。有关柴琬女士质押公司股权事项不会影响公司生产经营与核心战略推进，公司将持续通过稳健发展传递长期价值。

**13、公司并购与出海业务进展如何？**

**答：**公司围绕奶酪主业推进“并购+出海”双战略。并购聚焦功能性食品、乳业深加工等协同领域，目前已有潜在标的跟进遴选。公司已经有部分奶酪产品出口到东南亚部分国家，同时也已经陆续和中亚、中东、欧洲等区域的客户接洽或积极探讨出海业务合作之可能。

**14、此前市场关注公司在中东地区的业务布局与合作机会，想了解目前相关合作推进到什么阶段，未来海外市场的拓展思路是怎样的？**

**答：**公司积极关注海外市场机会，中东等区域市场的拓展仍在前期沟通与探索阶段，相关合作事项尚在稳步推进中。公司将以审慎态度开展海外布局，优先依托产品优势和品牌影响力逐步探索合适的合作模式与市场切入点，公司将根据实际推进情况依照相关法律法规适时披露进展。

**15、请问公司奶酪相关产能利用率情况如何？**

**答：**公司依托多基地规模化生产布局及柔性化生产策略，实现产能供给与市场需求的高效匹配，核心产品供应稳定且能充分支撑 B/C 端业务增长需求。目前，公司各类核心产品订单放量，部分定制化产品更出现阶段性供不应求的情况，产能运营效率与

市场适配性持续提升。

**16、请问公司 2025 年贸易业务收入增速较快的主要原因是什么？**

**答：**公司贸易业务主要为黄油、奶粉、乳清粉、车达等产品销售，2025 年实现营业收入 62,328.77 万元，较上年同期增长 17.44%。贸易业务收入增速较快，一方面是公司基于对原料价格走势的前瞻判断，提前开展战略备货，以保障核心生产原料的稳定供应与成本控制；另一方面也得益于公司依托奶酪主业的供应链协同优势，持续优化贸易品类结构与客户服务质量，带动贸易业务毛利率较去年同期增加 1.30 个百分点。

**17、公司在乳精深加工技术及与蒙牛上游原料协同方面有哪些最新进展？**

**答：**公司与吉林大学联合开展的奶酪加工与乳清处理关键技术开发项目已取得阶段性成果，优化了乳清蛋白粉制备工艺，提升了产品蛋白含量与功能性指标，有效降低高端蛋白原料对进口的依赖。同时，依托公司控股股东内蒙蒙牛在乳品精深加工领域的技术平台与规模化产能，公司将持续深化与内蒙蒙牛在产业链上游原料供应、技术产业化等方面的协同合作，借助其乳铁蛋白、D90 脱盐乳清粉、MCC 酪蛋白胶束等高附加值产品落地优势，进一步提升供应链稳定性与产品竞争力，助力公司高质量发展。

**18、2025 年第四季度和 2026 年一季度公司营业收入增速均超过 30%，公司通过哪些方式加速奶酪品类渗透，并结合产品营养价值打造长期增长动力？**

**答：**公司积极布局各类消费场景，通过深度参与汉堡节、佛山膨胀面包节、北京咖啡节等多元线下活动，以“奶酪+”的形式贴近年轻消费群体，推动奶酪融入日常饮食场景，加速市场渗透

进程。同时，公司持续向市场普及奶酪高蛋白、高钙、优质乳脂肪的核心营养优势，并结合美国农业部与卫生与公众服务部联合发布的《2025—2030年居民膳食指南》中关于提升优质蛋白质摄入、将乳脂肪定义为健康脂肪的相关建议，强化消费者对奶酪产品的健康认知，推动奶酪从休闲食品向日常营养必需品升级，为公司实现长期稳健增长奠定基础。