

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：2026-007

投资者关系活动类别	特定对象调研
时间	2026年4月10日 15:00-17:00
地点	上海市浦东新区金桥路1398号金台大厦11楼会议室
公司接待人员姓名	董事长：陈易一先生 董事、总经理：蒯玉龙先生 董事会秘书：谢毅女士 副总经理、财务总监：李军先生 投资者关系副总裁：胡宗田先生 投资者关系高级经理：周紫瑞女士 证券事务高级经理：周阳帅先生
参会单位名称	嘉实基金、建信养老、国信证券自营、华安基金、华泰资产、华夏基金、明源投资、人保养老、睿郡资产、兴全基金、紫金信托等（排名不分先后）
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、总经理致辞</p> <p>当前中国奶酪行业已从1.0时代迈入2.0时代，消费人群全民化、消费场景多元化、产业加工精深化、产品需求健康化成为行业主流发展趋势，整体行业发展空间广阔、增长机遇明确。公司确立“13434”奶酪生态型战略：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，致力打造中国领先、世界一流的奶酪生态型企业。</p> <p>2025年，妙可蓝多踔厉奋发，圆满收官第一个发展十年，顺利开启全新发展周期。全年营收创历史新高，在产品创新、成本</p>

管控、渠道增效、品牌建设等核心领域实现全面突破，战略落地成效显著，为下一阶段高质量发展奠定了坚实基础。2026年是公司转折跃迁之年，公司将以财务高增长、业务提结构、市场提份额、管理强协同为目标，推进“3+7+X”大单品矩阵，聚焦七大关键战役，依托控股股东内蒙蒙牛全产业链协同优势，加速市场渗透与国产替代。

二、投资者互动问答

1、控股股东内蒙蒙牛在公司上游成本端带来的竞争优势是什么，未来奶价上涨后公司的成本优势是否还能继续保持？

答：公司依托内蒙蒙牛稳定的奶源保障体系与全球化集中采购能力，在原料供应保障与成本控制方面获得了显著的协同支持，能够稳定获取优质且具备价格优势的核心原料，同时与内蒙蒙牛的深加工产能形成区域互补布局，进一步巩固规模效应与成本优势。面对未来原奶价格可能回升的情况，公司采用国内奶源与国际原料双循环驱动策略，能够灵活对比国内外原料成本进行最优采购。中长期来看，叠加海外相关政策与产业成本变化，国内奶源的长期竞争力依然突出，国内牧场单产持续提升也有助于平滑成本压力，原奶价格上涨幅度预计相对温和，行业中小产能预计将逐步出清，公司作为头部企业的成本优势能够持续保持。

2、公司在C端从儿童向成人拓展的过程中，渠道布局方面有哪些具体动作，C端业务增长是否具备持续性，单品是否存在增长空间瓶颈？

答：在渠道布局方面，公司持续聚焦核心势能渠道提升市场渗透能力，目前已拥有广泛的终端网点覆盖，在传统线下渠道持续推进渠道精耕，同时重点发力零食量贩、会员店等新兴势能渠道，针对头部连锁客户开展专属化对接与定制化服务；在内容电商与即时零售等线上渠道，公司配备专业运营团队，实现产品与

渠道的精准匹配。在增长持续性方面，根据 Worldpanel 消费者指数数据，国内奶酪渗透率仍处于较低水平，家庭消费频次不高，整体市场提升空间十分广阔，公司已不再依赖单一奶酪棒产品，而是通过“3+7+X”产品矩阵实现多品类协同发展，消费场景从儿童零食向家庭消费、休闲场景、餐饮搭配等全面延伸。奶酪口味的加速渗透，叠加相关顶级 IP 合作赋能，C 端业务增长具备较强的持续性，不会出现明显的单品增长瓶颈。

3、公司在并购出海方面有哪些规划与整体发展思路？

答：出海业务方面，公司依托内蒙蒙牛在东南亚的成熟渠道体系与本地合作资源快速推进产品落地，目前已进入新加坡、泰国等多个海外市场，海外销售规模稳步提升。在此基础上，公司以沙特市场为核心支点拓展中东区域，未来将组建专业化国际业务团队，根据市场发展情况设立海外办事处，不排除依托控股股东海外生产基地布局适当产能的可能。并购业务方面，公司聚焦乳业深加工、功能性食品等具备高度协同性的领域，目前已有潜在标的跟进遴选。

4、除了捷捷高液体奶酪钙，公司未来是否会继续布局液体奶酪这类创新品类，相关规划是怎样的？

答：在品类创新方向上，公司深入研究全球领先奶酪企业的发展路径，积极布局并储备液体奶酪、适配中老年等特定人群的补钙类等创新奶酪产品。目前面向儿童推出的捷捷高液体奶酪钙等液体形态产品市场表现良好，未来将针对性开发面向中老年人群的补钙类奶酪产品。同时，公司已成立奶酪研究院，联合内蒙蒙牛全球研发资源强化功能化创新能力，持续完善全年龄段、全场景的产品矩阵。

5、公司确认公允价值变动损失相关事项目前处理情况如何，该事项是否会给公司带来更多风险？

答：公司已就该事项披露相关公告，并已披露对交易所监管工作函的回复，具体可以参考公司相关公告内容。公司正在全面推进仲裁程序，仲裁结果将为公司通过法律途径维护自身权益提供保障。同时，公司已做好部分资金预留、绩效薪酬追偿等保障措施，全力推进相关问题解决，切实维护公司与全体股东的合法利益。

6、新任总裁上任之后，在中短期发展中最想推动落地的三件核心事情分别是什么？

答：一是持续深化产品创新，在巩固奶酪棒儿童市场优势的基础上，推动奶酪产品向成人、家庭餐桌、中老年、功能化方向延伸，结合中国饮食文化特点打造更适配的产品，提升行业渗透率与整体消费规模；二是系统性升级组织能力，C端、B端、研发、供应链等体系进行全线升级，整合大零售以及大供应链中台体系，设立独立的海外营销单元，搭建适配百亿营收目标的组织架构，全面提升整体运营效率；三是打通全产业链深加工布局，整合奶酪、乳脂、乳清三大品类资源，实现原料资源高效利用与价值最大化，将产业链优势转化为核心市场竞争力。

7、公司中长期利润率目标是多少，有哪些业务和举措能够支撑公司利润率持续提升？

答：公司已发布股权激励相关业绩目标，逐年明确收入与利润考核目标。中长期，公司将力争实现业绩超越，推动利润率稳步提升，核心以提升资产运营效率为首要抓手，通过全链路降本增效、业务结构优化，释放盈利空间，具体举措如下：一是深化大供应链整合，依托内蒙蒙牛全球采购体系，推进工厂专业化分工与技术改造，精细化管控生产损耗，全面提升资产运营效率；

二是提升营销资源使用效率，聚焦门店费效表现，优化渠道投放实现渠道精耕细作，带动整体盈利水平提升；三是优化产品结构，依托内蒙蒙牛资源，大力发展高毛利创新产品，以产品创新驱动盈利增长，支撑利润率稳步提升。

8、公司在日常经营中如何平衡收入增长与利润提升之间的关系？

答：公司坚持营业收入与利润水平协同发展的经营理念。未来三年战略爬坡阶段，公司将以规模稳步扩张为核心方向，同步推动利润水平持续改善，长期坚持收入与利润两条曲线同步向上增长。在经营过程中，公司将围绕构建长期核心竞争力合理投入，包括渠道建设、信息系统、产品创新等方面，不会为短期利润盲目压缩必要投入，公司将依托健康的资产负债结构与充裕的现金流，兼顾短期经营业绩表现与长期可持续发展。

9、公司如何看待当前奶酪行业竞争的市场环境？

答：行业竞争对于头部企业而言并非负面因素，更多市场参与者加入有助于共同推动奶酪品类消费者教育，加速市场整体规模扩容，行业扩容带来的红利大于竞争压力，公司作为行业龙头将充分受益。同时，市场适度竞争会倒逼企业持续提升创新能力与综合运营效率。公司在产品创新、供应链稳定性、渠道覆盖深度、品牌影响力、本土化研发创新等方面具备突出优势，相比进口产品新鲜度更高、市场响应更快、成本控制更优，中长期市场份额有望持续提升。

10、公司贸易业务的定位和结构优化方向是什么？未来贸易业务将如何发展？

答：公司贸易业务以保障核心原料进口供应为主要目的，核心作用是保障关键原料稳定供应、平滑成本波动、支持海外业务

拓展，现已向“买全球、卖全球”的供应链战略升级，打造国际化的供应链体系。2025年，公司核心奶酪业务收入占比已超过80%，贸易业务占比持续优化。未来公司将进一步聚焦高协同、高价值贸易业务，推动贸易团队向专业乳品服务转型，将贸易资源转化为B端客户深度合作机会，实现原料、产品、渠道的闭环协同，依托全球化供应链能力开展高附加值运营。贸易业务将长期服务于核心主业发展，保持合理规模与结构。

11、公司B端国产化替代目前推进情况如何？整体市场空间大概有多大？

答：欧盟反补贴税政策实施、国际物流成本上升、国内供应链成熟度持续提升，共同推动B端奶酪国产化替代进程明显加快，公司原制马苏里拉、马斯卡彭等核心产品已进入多家头部餐饮连锁客户，替代节奏持续加快。当前国内B端奶酪市场规模已达到较高水平，未来国产化替代空间十分广阔。央视新闻近期公开报道指出：奶酪对减肥、减脂人群非常友好。奶酪富含优质蛋白质与钙质，能显著增强饱腹感、延缓饥饿，有助于控制热量摄入与维持健康体重；适量食用天然原制奶酪，不仅不会造成发胖，反而有利于体重管理与体脂控制，是科学减脂、健康生活的优质食材。上述消费趋势进一步扩大了奶酪的消费场景与人群基础，为B端市场长期扩容提供了强劲支撑。

12、公司上游深加工业务相比海外企业，在成本控制和产品力方面具备哪些优势？

答：在上游深加工领域，国内生产成本已逐步接近并优于海外水平，产品品质与竞争力持续追赶，同时在产品新鲜度、供应稳定性及响应速度方面具备更明显优势。长期来看，公司作为行业龙头企业，将充分受益于国产化替代的行业红利。随着国内奶酪行业加工精深化、供应链本土化水平的持续提升，国产奶酪品

牌的市场竞争力将不断增强，行业国产化替代空间广阔。公司作为行业龙头，将充分受益于行业发展红利，持续巩固并提升市场领先地位。

13、公司乳清产品具体的应用方向是什么，未来有怎样的发展规划？

答：公司乳清产品主要聚焦乳清饮品、乳清奶酪、乳清粉等应用方向，东北原制生产基地配备专用乳清处理设备，计划生产D90等高附加值乳清产品，目前相关产品打样已完成，可实现内蒙蒙牛内部消化，同时已与外部大型企业达成明确合作意向。未来公司将持续挖掘乳清产品价值，拓展在食品、保健品等领域的应用场景，打造新的业绩增长点。

14、前 CEO 股权相关问题对公司目前经营发展是否存在影响？

答：柴总股权质押相关事项，对公司控制权稳定、日常经营管理均不构成实质性影响，公司控制权结构稳定，相关风险整体可控，不会对公司日常生产经营、核心战略落地与业务正常开展产生干扰。

15、公司液态奶业务目前剥离进展如何，未来有怎样的规划安排？

答：公司液态奶业务剥离将坚持平稳过渡、软着陆的原则。公司逐步通过现有设备改造转产稀奶油、马斯卡彭等奶酪相关原料、人员向奶酪业务有序转移等方式，盘活存量资产与渠道资源，兼顾客户合作与商业价值。随着公司“聚焦奶酪”战略的推行，奶酪销售规模不断扩大，相应液态奶业务收入占比持续降低，2025年液态奶业务收入占比已降至6.51%。业务剥离节奏以不损害公司利益为前提，与监管机构保持充分沟通，平稳有序推进。

16、公司 2026 年费用率偏高的主要原因是什么，全年费用投入节奏将如何规划？

答：公司 2026 年费用率阶段性有所上升，主要系 C 端业务结构优化调整所致。抖音等内容电商渠道的投入兼具产品销售渠道与品牌推广双重属性，属于新品培育阶段的必要投入；同时公司持续推进渠道精耕与终端建设，采用线上线下全域一体化营销策略，新品优先在线上打磨验证后再大规模落地线下。公司将合理平衡收入增长与利润水平，费用投入节奏整体呈现前高后稳的特点。随着业务规模扩大与渠道运营效率提升，费用率将逐步优化，全年利润将实现平稳增长，不会单纯为优化费用率而牺牲业务收入规模。

17、公司并购的主要方向和筛选标准是什么，市场担心并购不如自主发展该如何回应？

答：公司并购业务坚持产业协同核心原则，重点聚焦奶酪深加工、功能性食品、餐饮供应链等高度协同领域，筛选能够补齐产品矩阵、拓展渠道网络、提升核心技术的优质标的，交易规模与结构由专业团队严格把控。公司并购将参考行业成熟案例，不盲目扩张，注重投后整合，核心目标是助力主业进一步快速增长。公司坚持内生增长与外延并购并重的发展策略，并购能够帮助公司快速补齐业务短板、拓展海外市场、缩短新品与新市场培育周期。