

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：2026-008

投资者关系活动类别	特定对象调研
时间	2026年4月13日 14:00-15:00 2026年4月14日 13:30-14:30； 15:00-16:00； 16:00-17:00 2026年4月15日 10:30-12:00， 14:00-15:00； 16:00-17:00； 17:00-18:00
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 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	Aberdeen、Dymon Asia、Manulife、T. Rowe Price、UBS、长江证券、方正证券、广发证券、国融证券、国盛证券、国君资管、国投瑞银、国联安基金、国联基金、华创证券、红土创新基金、青骊投资、上银基金、天弘基金、彤源投资、万家基金、野村资管、中金资管、中银基金等（排名不分先后）
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司去年四季度及今年一季度营业收入连续两个季度实现较快增长，尤其是C端表现显著超预期。请问主要驱动因素是什么？增长是否受春节季节性因素影响，后续能否持续？</p> <p>答：公司C端业务在低温、常温及电商板块均呈现良好增长势头，核心品类经营企稳改善，成长型新品表现亮眼，共同支撑本期增长。春节因素对一季度销售存在一定季节性拉动，但并非唯一驱动因素。传统商超渠道经过调整已显现经营拐点，公司持续精耕渠道、提升单店运营质量与效率，同时积极布局零食量贩、会员店、内容电商及即时零售四大势能渠道，渠道结构持续优化。消费趋势上，央视新闻将奶酪列为减肥友好型食物，美国《2025—</p>

2030 年居民膳食指南》推荐增加乳制品优质蛋白摄入并将乳脂肪定义为健康脂肪；三农头条微信公众号也明确认可奶酪适配中国居民膳食结构与国人体质。奶酪兼具健康与营养产品特性的推广普及，推动 C 端诸多消费场景持续扩容，行业需求支撑坚实。综合来看，公司对后续经营保持合理乐观预期，增长具备较好延续性。

2、公司餐饮工业 B 端业务近年增速较快，但毛利率相对偏低，市场担心其属于传统原料型业务，难以支撑公司当前估值水平，请问如何看待这一问题？

答：公司 B 端业务虽短期毛利率偏低，但并非传统低估值的原料供应模式，而是以奶酪精深加工为核心，属于高壁垒业务，与普通原料企业存在本质区别。公司依托多年研发工艺、定制化解决方案及蒙牛产业链协同，为餐饮及工业客户提供精深加工产品，随着规模效应释放、副产品开发利用、产品结构优化与国产化替代深化，B 端盈利水平将持续改善，具备良好的长期盈利弹性与价值支撑。

3、公司近期与麦当劳开展积分兑换合作，能否介绍此次合作的意义及对业务的带动作用？

答：公司近期官宣与麦当劳开启麦积分兑换妙可蓝多芝士片合作，这是妙可蓝多作为麦当劳核心供应商的深度战略合作升级，也是麦当劳在食品供应商层面开展的首家联名合作，标志着双方合作正式从 B 端产品供应迈向 C 端品牌联动，具有里程碑意义。

本次合作依托麦当劳庞大的消费人群与强场景流量优势，既能快速提升妙可蓝多芝士片的品牌曝光度与 C 端消费者认知，又能强化 B 端餐饮渠道的标杆示范效应，实现 ToB 品牌背书、

ToC 销量拉动的双向突破，有望带动芝士片品类在餐饮、家庭两大消费场景同步放量，为公司业绩增长注入新动能。

4、从一季度快报情况看，公司费用或存在前置投放特征，业绩不宜简单按线性比例外推。请问公司对全年销售费用的整体投放节奏与规划有何展望？

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，中长期实现进一步合理优化，为盈利水平稳步改善创造条件。

5、目前市场对乳制品深加工赛道的关注度持续提升，行业竞争也日趋激烈。请问公司如何看待该赛道的竞争格局与长期发展逻辑？相较于同业，公司在乳制品深加工领域的核心竞争壁垒主要体现在哪些方面？

答：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。

6、公司如何看待电商渠道的利润率水平？未来在电商渠道的投入、产能规划及盈利提升方面有哪些安排？

答：根据公司《2025 年年度报告》披露，2025 年线上销售渠道营业收入 51,631.95 万元，占营业收入比例 9.17%，毛利率 46.16%，较上年度毛利率 41.56%实现显著提升，线上渠道盈利水平持续改善。针对 C 端零售线上渠道，公司持续推进双品牌布局，在天猫、京东、拼多多等传统电商平台深耕运营、优化效率，同时大力发展内容电商和即时零售等新兴业态，渠道结构持续优化。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。

7、公司贸易业务增速较快但毛利率偏低，请问如何定位该项业务？其未来发展思路是怎样的？

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。

8、在地缘冲突及原材料价格上涨的背景下，公司将如何应对并转化为竞争优势？

答：地缘冲突会带来物流和原料成本的上涨，加速公司 B 端奶酪进口替代。依托国产原奶优势与本地供应链，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，同时公司产品较进口产品在产品新鲜度、供应稳定性及响应速度方面具备一定的竞争优势，叠加反补贴税，竞争优势预计将更为明显。公司原制马苏里拉、马斯卡彭等核心产品品质对标进口产品供应更稳，已获百胜等头部客户认可，为业绩增长注入强动能。

9、作为长期机构投资者，我们非常看重稳定、可持续的股东回报机制，尤其是现金分红。公司近年盈利持续改善，能否说明目前暂未分红的原因，以及未来清晰的分红规划和时间表？

答：我们充分理解境外机构投资者对持续股东回报的重视，目前公司暂未实施现金分红，主要原因是母公司报表层面累计未分配利润为负，尚不满足相关法律法规规定的分红条件。公司高度重视股东回报，将通过持续实现净利润弥补历史亏损，以及在法律法规允许的前提下运用公积金补亏等多种方式，力争尽早满足法定分红条件。待条件具备后，公司将积极实施稳健的现金分红政策，切实回馈股东。