

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：2026-012

投资者关系活动类别	特定对象调研
时间	2026年6月2日 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 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	Pinpoint（保银投资）、Value Partners（惠理集团）、彼得明奇、聚鸣投资、上海行知创业投资、中信保诚、中金公司等（排名不分先后）
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、近期公司多位高管连续增持公司股份，请问本次增持的整体情况、主要目的以及向市场传递的信号是什么？</p> <p>答：本次是公司历史首次核心管理层集体增持，5月26日至6月1日，由董事兼总经理蒯玉龙先生、董事兼副总经理高文先生、董事会秘书谢毅女士、副总经理兼财务总监李军先生及多位副总经理共同参与，合计增持20.77万股，总金额约378.87万元，全部为自有资金通过集中竞价方式买入。本次增持充分体现管理层对公司长期发展前景、奶酪生态“13434”战略落地成效及未来盈利改善空间的坚定信心，实现管理层与全体股东利益深度绑定，彰显经营层对业绩兑现、利润率提升及股权激励目标达成的决心，向市场传递公司经营稳健、长期价值清晰的积极信号。</p> <p>2、公司近期C端增长表现亮眼，请问公司在品牌营销方面做了哪些关键布局，如何支撑长期增长？</p>

答：公司正围绕 IP 赋能、场景协同、营销共振系统推进品牌升级。近期公司与“华强方特”达成深度战略合作，依托其全国 40 余座文旅景区及“熊出没”等经典 IP，开展亲子跑、主题活动、园区专属销售点与定制套餐等沉浸式体验，形成“玩在方特、吃在妙可”的消费闭环，有效拓宽消费场景、提升转化与复购。通过头部文旅 IP 与沉浸式体验，让奶酪从“营养食品”升级为消费者心中的“快乐符号”，实现品牌生动化、趣味化传播，释放高流量、高沉浸、高转化场域下的销售动能。公司坚持以场景化营销带动产品渗透，以服务经济赋能品牌增长，持续夯实奶酪龙头地位，为业绩持续增长与长期价值提升提供有力支撑。

3、请问当前健身、体重管理带动蛋白需求旺盛，乳清蛋白等核心原料价格大幅上涨，公司在蛋白相关产品上如何布局？

答：受健身人群扩容、体重管理需求爆发、GLP-1 类药物用药人群持续扩大等因素驱动，全球乳清蛋白需求持续旺盛，乳清蛋白等核心原料价格大幅上涨，蛋白粉价格同步走高，行业呈现高景气度。公司在奶酪生产过程中会副产乳清，依托自有产能、深加工技术及内蒙蒙牛体系协同优势，优先保障体系内生产自用，未来将稳步推进乳清资源高附加值开发，重点布局功能营养、运动营养等高增长品类，抓住蛋白需求爆发的行业机遇，提升产业链综合利用率与盈利水平。

4、请问当前原奶价格走势如何？未来奶价判断及对公司成本影响怎样？

答：从最新数据看，5 月第三周散奶价格环比回升，同时淘汰牛数量持续增加，原奶价格已呈现温和上涨态势，行业周期底部特征明显。中长期来看，公司认为国内原奶仍将处于供需紧平衡状态，产能恢复周期较长，因此价格不具备快速大幅上涨基础，预计未来原奶将以平稳上涨为主，叠加大型牧场具备较强扩群与

效率提升能力，供给端相对可控。这种温和、可预期、平稳上行的原奶价格环境，有利于国内奶酪企业稳定排产、持续扩能、优化工艺，进一步加快奶酪、乳脂、乳清等深加工产品的国产替代节奏。依托本土供应链在供应稳定性、交付效率、成本可控性、服务响应等方面形成对比优势，推动公司在 B 端餐饮、茶咖、烘焙等核心场景加速替代进口，巩固并扩大份额。

5、渠道自有品牌快速发展，对全国性品牌形成一定程度的冲击，请问公司如何看待并应对？

答：渠道自有品牌发展是行业趋势之一，公司对此保持理性看待，坚持以品牌价值为核心、以差异化产品为抓手的长期发展策略。合作层面，公司与渠道以联名款、定制化、场景化产品为主要模式，聚焦价值共创，纯白牌代工并非公司发展重点。同时，公司积极依托中粮集团、内蒙蒙牛体系内跨公司协同与产业价值链内部组合，强化供应链优势、产品创新能力与品牌心智壁垒，持续提升产品力与渠道粘性，实现与渠道伙伴的长期共赢、良性发展，巩固全国奶酪第一品牌的领先地位。

6、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。目前内蒙蒙牛加上妙可蓝多的深加工产能储备较为充足，后续公司将在深加工领域继续加大研发投入。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。

7、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。