

证券代码：002946

证券简称：新乳业

新希望乳业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-007

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> <input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研 <input type="checkbox"/>分析师会议 <input type="checkbox"/>媒体采访 <input type="checkbox"/>业绩说明会 <input type="checkbox"/>新闻发布会 <input type="checkbox"/>路演活动 <input type="checkbox"/>现场参观 <input type="checkbox"/>其他：线上交流会 </p>
<p>参与单位/人员</p>	<p> 银河证券 刘光意 林森，民生证券 孙冉，国联证券 孙凌波 陆金鑫 陈梦瑶 陆冀为，国信证券 李文华等； 中邮证券 蔡雪昱 华夏霖，华安证券 刘略天 陈姝，华创证券 范子盼，申万宏源 熊智超 严泽楠 赵玥，国盛证券 胡慧，中泰证券 晏诗雨，安信证券 王玲瑶，人保资产 周维，惠通基金 刘利钊，兴华基金 崔涛等； 光大证券 叶倩瑜 董博文，西部证券 李欣欣，国海证券 刘洁铭 秦一方，颐和久富 陈帅，前海开源 王可三等； 浙商证券 孙天一 孟维肖，德邦证券 韦香怡，中欧基金 冯允鹏 周勇等； 申港证券 张驰 汪冰洁，平安证券 张萌，东吴证券 周韵，大成基金 李燕宁，红塔红土基金 黎东升，中信期货资管 冉世林等； 西部证券 李欣欣，招银理财 张旭欣； </p>
<p>时间</p>	<p> 2022年11月4日 14:00-16:00； 2022年11月7日 10:00-11:00； 14:30-15:30； 2022年11月8日 14:00-16:00； 2022年11月9日 9:00-10:00； 14:00-15:00； 2022年11月10日 13:30-14:30； </p>
<p>地点</p>	<p>新希望乳业股份有限公司</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p> 董事会秘书、总裁助理：郑世锋 证券事务代表：李兴华 董事会办公室：何经纬 </p>

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>交流环节：</p> <p>Q：请介绍一下疫情之下公司何以在三季度表现突出？</p> <p>A：第一，战略定力很重要，公司年初制定的战略落地措施没有轻易变化，包括对于低温鲜奶、低温酸奶以及新品推动的坚持。所以战略助推下，鲜奶和低温酸奶都取得了成长。第二，对于新希望内部，企业文化宣扬“不讲客观讲主观”，面对困难和挑战积极发挥主观能动性，在波动中寻找契机。第三，公司的机制和执行力是比较强的，我们去分析在疫情里面能够取得好的表现的公司，都是有很强的执行能力，并且在发生比较严重的疫情之前，都提前做好了全套的预案，并且很好的去执行。</p> <p>Q：华东市场延续高速增长，尤其是唯品在整个二季度排除疫情扰动之外，内生还是能延续之前的增长态势，能否分享一下唯品的情况？</p> <p>A：唯品过去三年复合增长率约 40%，今年增长预计 50%左右。二季度上海疫情期间它在危机中是抓住了一些机会的。今年二季度唯品增长良好，到了三季度仍然是 50%以上的增长，增长具有延续性。关于唯品发展，未来三年应该说也是它的快速增长期，包括明年方案中也是给予其很高的目标。对于唯品，公司给予厚望，同时也很有信心去帮助唯品成长，总部一方面给它打开机制，另外也帮助它制定了“品牌加强计划”，在表现良好的基础上趁势而上。</p> <p>人员方面，唯品本身的团队也是很优秀的，在 To B 和 To C 端的拓展上都做了大量的工作。B 端唯品抓住了咖啡的红利，随着咖啡赛道的增长，唯品在专业性咖啡板块也获得了一些增长的机会。</p> <p>Q：唯品这样的子公司在公司培育后表现卓越，能否介绍一下公司是如何做整合的？</p> <p>A：公司投后整合可以概括为两个阶段，第一阶段是融合期，包括企业文化的融合和战略的制定，帮助子公司梳理、解决问题等，融合期的内容和时间节点有严格规定，比如会根据子公司的具体情况设定“投后 100 天”计划，这 100 天中每一天要做什么，由谁去推动，解决什</p>
----------------------	--

么样的问题，达到什么样的效果，有一个很详细的 SOP 去跟踪执行。

第二个阶段是持续发展期，持续发展期的重点是研究怎么样去推动子公司持续增长向好发展，这个过程就需要发挥总部的力量，总部有核心部门的职能条线，对各个子公司的职能条线进行统筹且有力的管控。同时总部领导班子也会在子公司任董事（或董事长），有助于班子分工且更加有针对性地去监管企业经营。在职能条线上面，总部有营销中心、采购中心、财务共享中心、生产运营中心等等，发挥其职能条线的管理作用。

Q：公司对于明年的看法和打算？

A：我们正在做明年的规划，可以分三个方面，第一是坚持鲜立方战略，坚持以低温为主，通过低温的发展来引领我们整个大盘的增长。第二，坚持区域的精耕和持续的优化，并持续推动市场的精耕和大单品的发展。第三，盈利能力的持续提升，通过更有质量的增长进一步提升盈利能力和水平。

Q：运输费用方面未来有下降空间吗？

A：通过路径的优化以及随着规模效应的提升，运输费用还有优化空间。

Q：关于华南市场的开拓计划？

A：华南市场是公司非常重视的增量市场，公司做的布局分几方面：

1. 成立了新希望乳业（广东）有限公司，目前团队几十名成员已经组建完毕，通过子公司南山供应链辅助大湾区拓展，以打造基地市场的模式来推动公司在大湾区市场的发展。

2. 通过唯品拓展该市场。与其他子公司有区域市场划分不同，公司为唯品开放了全国市场。唯品在华南地区明年也是有高目标的规划。

3. 通过线上拓展，经过调研我们发现北上广等相对发达的市场是线上收入的重要来源，公司体系下有诸多子公司和子品牌，且各具地域特色，这些特色品牌我们会看到在线上也有一定的销量和增量空间。

Q：公司在整个行业低温酸奶表现下滑的情况下逆势而上取得正增长，公司对于低温酸奶的打法是怎么样的？

A：低温酸奶的发展需要跟上消费者不断迭代的需求。低温酸奶是一种具有丰富延展性的乳制品，可以带来许多不同体验的产品，公司一直十分重视，且在持续推动低温酸奶板块的研发。在低温酸奶研发上面公司有三个方向：一是健康化，如活润系列的活润晶球酸奶，通过将专利自研菌种包埋在晶球中，在帮助菌种直达肠道的时候，提升饮用咀嚼的奇趣感。二是简单配方，如初心零糖系列，也一直在迭代新的口味，深受消费者喜爱。三是休闲零食化，以低温酸奶这种健康奶制品为载体，给消费者提供有趣的饮用体验，如行业首款气泡酸奶“酸奶生汽了”，通过其中的益生菌自主发酵产生类似碳酸饮料的丰富口感，还比如像最近刚刚上市的“味蕾游记”，以酸奶为基底带来一种充气慕斯的绵密口感。公司将持续推动低温酸奶板块的良性发展。

Q：公司推广新品的策略？

A：推新主要有两条线路，第一个是由总部市场团队与科研院协同研发推出新品，首先会选取个别核心市场投放，然后表现优秀的新品我们就会在其他市场进一步推开。另外我们在各地的子公司有完整体系，各个子品牌也保留了一定的新品研发能力和权限，因此子公司可以根据当地市场的洞察，根据消费者需求做一些新品研发。这类新品中也有一些产品非常受消费者喜爱，公司也会把这样的产品发掘出来，做一定的升级和优化，再将其作为全国重点品的来推广。

Q：公司未来的并购计划怎么安排的？

A：并购整合是新乳业独特的发展模式。公司会积极寻找合适的标的，但是并购本身具有不确定性，且在目前外部市场环境波动的情况下，公司对于并购标的的选择更加审慎。若有项目进展且达到披露要求时，公司将按照相关规定及时履行披露义务。

	<p>Q：公司未来对于奶源的计划？</p> <p>A：公司目前所需奶源总体的约 50%由 13 个自有牧场和参股牧业公司——现代牧业、澳亚供应。我们认为这个比例是比较合适的，一方面能够覆盖目前各个核心区域的需求，满足下游所需的优质奶源供应，同时不至于使上游资产太重。公司的牧业板块主要是为了匹配下游持续增长的需要，未来公司将匹配下游的发展做一些适当的奶源扩建以保持适当的自有可控比例。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 11 月 13 日