

证券代码：002732

证券简称：燕塘乳业

广东燕塘乳业股份有限公司投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2023年8月16日 15:00-16:30
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”(https://ir.p5w.net)采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员	董事长李志平先生 董事兼总经理冯立科先生 董事兼财务总监邵侠先生 副总经理吴乘云先生 副总经理兼董事会秘书李春锋先生 独立董事郭葆春女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、23年中报很优秀，想咨询一下在营业收入没超预期下营业成本同比增长下，公司如何将上半年的业绩增长到达70%？</p> <p>答：您好！上半年，公司销售收入增加，单位成本下降，毛利率提高。谢谢！</p> <p>2、公司对全年收入和利润端的展望？</p> <p>答：您好。公司上半年业绩增速好于预期，展望未来，我们坚信公司的产业基础是坚实的，产品研发团队是前沿的，产品的品质是至上的，未来的市场是广阔的，因此对全年的业绩，我们充满信心！谢谢！</p>

3、关于公司把燕富路 18 号、燕富路 21 号出让给关联方一事。上市公司没用市场公开竞价方式出让，而是找来评估公司估价。天河燕塘物业，估价如此低转给关联方，您觉得合理吗？

答：您好，公司是按照规则要求，聘请无关联第三方进行评估，并根据评估结果确定转让价格，详情请关注公司公告。谢谢。

4、请问您是否了解过天河燕塘板块的土地价格？燕富路 18 号、21 号转让给关联方的价格与市面公开价格相差太大，是否涉嫌侵占中小股东利益？

答：您好，公司是按照规则要求，聘请无关联第三方进行评估，并根据评估结果确定转让价格，详情请关注公司公告。谢谢。

5、为什么上半年公司广东省内珠三角以外的区域销售下降？

答：您好！2023 年上半年，公司在广东省内珠三角以外区域的乳制品销售收入仍保持有增长。谢谢！

6、公司上半年常温的增速如何？

答：您好，2023 年上半年公司常温奶产品销售收入同比保持平稳增长，谢谢！

7、您好，请问公司上半年原料奶的自给率是多少？

答：您好！上半年公司的原奶自给率约占 45%。谢谢！

8、请问今年所得税费用同比减少 60 多个点的原因是什么？

答：您好！主要原因是公司再次顺利通过高新企业认证，适用 15%的企业所得税税率。谢谢！

9、公司与学校的合作情况如何？目前专供学生奶的的市场有多大？

答：您好！一直以来，公司大力开拓学生奶渠道，目前覆盖广东省区域。目前，公司旗舰工厂和湛江燕塘工厂均成功获得国家低温学生奶资质（首批）。谢谢！

10、公司常温低温产品的占比如何？

答：您好！公司坚持常低温奶“两条腿”走路的原则，常温奶和低温奶的市场开拓比较均衡，在这两类产品的销售也比较均衡，目前常温奶占比会略高一些。谢谢！

11、请问公司各类产品毛利率的情况如何？公司如何提高毛利率？

答：您好！2023年1-6月份，公司的液体乳类毛利率为17.21%；花式奶毛利率为28.33%；乳酸菌乳饮料类毛利率为37.24%，整体毛利率同比提高3.2个百分点。未来，公司将持续优化产品结构，坚持开源节流，持续推动精细化管理，有效降低生产成本。谢谢！

12、请问贵司的产品研发，导向是消费升级还是降级？

答：您好，公司秉承“研发一代、储备一代、推出一代”的产品上市原则，研发和储备了多款新产品，2023年上半年，已相继推出多款新品，深受消费者欢迎，在优化产品结构的同时，也为差异化竞争提供了强有力支撑，公司的产品研发导向紧贴消费趋势进行设计、研发消费者和市场认可的具有差异化、个性化的优质产品，以更好满足消费者的多元化需求。谢谢！

13、请问李董对上半年的行业形势如何评价？

答：您好！2023 年上半年，乳制品行业与国内消费趋势大体一致，呈现逐步复苏。谢谢！

14、销售费用中职工薪酬占比 30%以上，且本期同比增长 24%的原因是？

答：您好！公司销售人员的薪酬与业绩挂钩，业绩增长，销售人员的薪酬也随之增长。谢谢。

15、公司上半年度整体盈利情况如何？

答：您好！2023 年上半年，尽管面临一些压力和挑战，公司以开局即决战的紧迫感，紧密围绕“抓机遇、强管理、重效益、展新局”的工作思路，扎实做好生产经营各项工作。报告期内，公司实现营业收入 96,282.20 万元，同比增长 7.14%；实现归属于上市公司股东的净利润 9,834.02 万元，同比增长 70.29%。谢谢！

16、公司是否有布局雪糕、奶棒等奶制品零食市场？

答：您好。公司一直以来非常关注雪糕、奶棒等奶制品市场的发展，未来将结合市场需求和消费趋势，积极谋划，稳妥推进。谢谢。

17、分产品收入中，其他收入下降 60%，主要是什么原因？

答：您好。主要是牧场公牛出售收入等其他业务收入减少。谢谢。

18、今年上半年低温奶销量、销售额同比增长均超过 12%，请问：低温奶的营业收入是多少元？

答：您好！公司坚持常低温奶“两条腿”走路的原则，常温奶和低温奶的市场开拓比较均衡，在这两类产品的销售也比较均衡，目前常温奶占比略高一些。谢谢！

19、您好，半年报显示，公司上半年广东省外经销商数量减少了4家，请问省外经销商数量减少的原因是什么？公司在省外的发展是否符合预期？

答：您好。公司结合当地市场环境，采取多种销售渠道进入开拓省外市场。2023年上半年，公司结合经销商资质、当地市场情况对经销商渠道进行优化，通过更优质的经销商渠道不断提高省外市场覆盖。同时，公司积极运用新零售等渠道，以线上带动线下的模式大力开拓省外市场，2023年上半年省外市场同比增长17.94%。谢谢。

20、上半年行业形势如何？大湾区区域形势如何？公司对下半年消费形势的预判如何？公司认为现在是消费升级还是消费降级？谢谢！

答：您好！2023年上半年，我国国民经济持续恢复、总体回升向好，展现出巨大的发展韧性和潜力，乳制品消费也呈现逐步复苏。公司紧抓消费复苏趋势，持续深耕粤港澳大湾区，对优势区域固本强基，并不断加码推动深圳、东莞、珠海等市场，同时通过引入明星产品领航、丰富产品阵列、增设分销商等方式，加大澳门市场的开拓、渗透力度。

作为国民营养膳食结构中的重要一环，奶业是健康中国不可或缺的产业，随着国家奶业振兴战略的全面推进，我国奶源指标、工艺技术、质量检测等各方面均达到国际领先水平，乳制品行业进入产品结构、产品品质、消费体验多重升级的高质量发展新阶段。

未来，伴随着城乡居民可支配收入水平提高、城镇化和学生饮用奶计划等加快推进、消费者健康管理观念的不断提高及消费习惯的培养，预计我国乳制品消费市场仍将保持持续、稳定增长。谢谢！

21、今年上半年低温奶的销售额是多少？

答：您好！2023年上半年，公司持续推进新鲜战略，加大力度深

	<p>耕低温奶业务，促使低温奶销量、销售额同比增长均超过 12%。谢谢！</p> <p>22、之前出现过变质奶的新闻，请问公司对渠道或经销商有哪些约束？</p> <p>答：您好，一直以来，公司生产的产品合格率达 100%。但牛奶属于高营养的食品，在运输、销售、储存等环节上都有严格的标准要求，否则容易出现变质。公司有一套完整的质量控制体系，有效保障产品质量的安全与稳定。谢谢！</p> <p>23、今年的乳制品消费形势是否及公司年初的预期？</p> <p>答：您好。公司今年上半年的业绩完成符合年初的预期。谢谢！</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2023-08-16