

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：2023-005

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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
参与单位	通过“全景·路演” ( <a href="http://rs.p5w.net">http://rs.p5w.net</a> ) 参加公司 2023 年半年度网上业绩说明会
时间	2023 年 9 月 25 日 15:00-16:30
地点	新希望乳业股份有限公司会议室，线上交流
上市公司接待人员姓名	董事长：席刚 董事、总裁：朱川 董事会秘书、总裁助理、党委书记：郑世锋 财务总监：褚雅楠
投资者关系活动主要内容介绍	<p><u>交流环节：</u></p> <p>Q：公司 2023 年股权激励解禁目标能否实现？公司的其他业务收入主要内容是什么，是否会继续做大？</p> <p>A：您好！公司股权激励计划实施进展，请您关注公司后续公告。公司的其他业务收入包括代加工、营养配餐、消耗性生物资产与相关的材料销售等。公司会继续聚焦主营业务，促进收入增长。感谢您的关注！</p> <p>Q：公司未来怎样降低负债水平？</p> <p>A：您好！公司将进一步提高资金运营能力，保持持续且稳定获取经营性现金净流入的能力，合理优化资产负债结构。感谢您的关注！</p> <p>Q：请问公司下半年工作的重点是什么？</p>

A: 您好! 公司围绕 5 年战略目标, 下半年工作重点继续以“鲜立方战略”为核心方向, 通过做大做强核心业务, 以低温鲜奶, 低温特色酸奶为核心品类, DTC 为核心渠道, 努力提升高毛利产品和高毛利核心渠道的占比, 同时以数字化和精细化为手段强化卓越运营能力, 努力推动规模双位数增长与净利率显著提升。感谢您的关注!

Q: 目前公司超高端、高端产品的布局情况是怎样的, 市场是否认可?

A: 您好, 公司目前已经推出了以“24 小时限定娟姗鲜牛乳”为代表的高端低温鲜奶, 以及以“澳特兰”有机系列为代表的高端常温白奶, 目前在多个区域市场获得了良好反响。感谢您的关注!

Q: 公司目前有什么样的技术储备呢?

A: 您好! 公司的技术储备主要集中在生物科技和数字科技两方面。

生物科技方面, 公司聚焦益生菌方向的研究与开发, 致力于打造一站式科研服务平台, 已初步建立了一个有 1300 多株的菌种库, 并已实现了自有发酵剂和益生菌的产业化; 开展了基于菌种库特色菌株的异型发酵乳酸菌代谢途径研究、乳质构重建关键技术研究等多项基础科研项目, 均取得了显著进展; 在生物活性物质保留方向, 通过膜分离技术的深入研究, 进一步提升优质乳中活性物质的含量。

在数字科技方面的技术储备, 包括: 数据分析能力, 有稳定的数据提供来源, 有专业的数据团队通过 BI、Hadoop 等相关技术能力进行数据分析, 从而应对各种具体问题; 研发测试能力, 有一批对数字化转型项目有丰富开发经验的专业开发与测试人员, 在技术栈、外部业务合作、对接封装公共平台码包功能、支持其他公司快速对接使用方面有较多积累; 数字安全能力, 体现在核心数据加密、容灾备份、数据等保标准、服务自愈及自动伸缩扩容等。感谢您的关注!

Q: 公司目前的负债水平是不是相比同行高出很多, 未来怎样降低负债水平?

A: 您好! 公司将进一步提高资金运营能力, 保持持续且稳定获取经营性现金净流入的能力, 合理优化资产负债结构。感谢您的关注!

Q: 对于公司在西南地区以为市场占有率提升, 公司有什么策略呢?

A: 您好! 新乳业立足于西南, 并在华东、华中、华北和西北等地区深度布局, 构建了以“鲜战略”为核心价值的城市型乳企联合舰队。目前公司以核心城市为主, 并拓展周边城市群渗透, 加速数字化 DTC 建设, 继续围绕低温鲜奶、特色酸奶和新品, 不断提升供应链效率, 逐步实现市占率的提升。感谢您的关注!

Q: 新乳业全国化步伐进展到哪一步了?

A: 您好, 公司持续强化在西南、西北地区的竞争优势, 目前已进一步扩大了公司在华东、华中、华北、华南等重点市场的销售网络, 下一步将继续拓展公司在上述区域的市场份额。感谢您的关注!

Q: 公司收购了很多品牌, 是如何做好品牌资源整合与管理的呢?

A: 您好! 公司实行联合品牌的策略。公司收购的每个品牌都是当地有影响力的地方品牌, 并购以后加入新希望变成联合品牌, 通过重点产品打造全国品牌, 同时锐化区域品牌, 实现母品牌和子品牌相互带动, 协同发展。感谢您的关注!

Q: 公司加入“零碳乳业”计划, 推出了哪些零碳产品, 经济效益如何?

A: 您好, 基于与国家市场监管总局认证认可技术研究中心达成战略合作, 公司于 2023 年正式发布“零碳乳业”行动计划, 力争在 2030 年实现运营碳达峰、碳排放强度相比 2021 年下降 25%。通过采用清洁能源, 技术创新和数字化运营, 打造绿色产业链, 如沼气利用、光伏发电、绿色养殖、精准饲喂均持续取得显著成效; 通过自动化设备的投入、节能降耗等精益挖潜, 上半年单吨产品耗水、耗电及耗用蒸汽分别同比下降 11%、6%和 7%, 并在多家公司采用经认证可降解的包装

减少对环境的影响。感谢您的关注！

Q: 限制性股票激励这块，目前的达成情况是在怎样呢？

A: 您好。限制性股票激励的达成情况请关注公司披露的相关公告。感谢您的关注！

Q: 公司目前的负债率是不是相比同行高出很多，未来怎样降低负债水平？

A: 您好！公司将进一步提高资金运营能力，保持持续且稳定获取经营性现金净流入的能力，合理优化资产负债结构。感谢您的关注！

Q: 公司在数字化转型期间获得了怎样的成绩？

A: 您好！公司通过持续推动的数字化转型，在奶源端基本建成了智慧牧场体系，有力推动了养殖效率提升，在成母牛单产、原奶质量、人均养殖效率方面都有改善；在品质管理端，通过建立食品安全管理与溯源数字化平台，有效提升了食品安全管理水平；在供应链端，持续推动价值链精益管理，通过数字化工厂与 WCM 模型，深度应用工业互联网、智能化等技术，在“流程管理”、“变更管理”和“决策支撑”等方面均由明显改善，持续实现降本增效；在销售端通过“鲜活 go”平台建设，持续推动营销模式升级。数字化转型不仅在工作流程、方式上发生显著改变，提升了工作效率，也推动了员工的思维模式、观念的转变。感谢您的关注！

Q: 上半年毛利率提升较大的原因是哪些？

A: 您好！上半年毛利率的提升主要来自公司产品结构优化、生产劳效提升、精益化管理及原奶价格同比下降等因素，感谢您的关注！

Q: 报告期公司推出的新品在所有产品收入的占比是多少？周期是怎样的？

A: 您好，报告期公司推出的新品约占营业收入比重的 10%左右。公司

每年会制定相关产品规划推出新品。感谢您的关注！

Q: 西南地区销量最高，利润分成是怎样的？

A: 您好！公司西南地区的主要公司已按规定在公司的半年度报告全文中进行了披露，详情请查阅公司的披露，感谢您的关注！

Q: 下半年的新品投放方面，有何规划？

A: 您好，下半年公司在新品投放上会以“营养、健康、功能、口味”为方向，坚持以“鲜”为核心主题，聚焦低温鲜奶、低温特色酸奶，努力提升产品创新能力。感谢您的关注！

Q: 公司在渠道方面的优势有哪些？

A: 您好！公司通过多年渠道布局，在核心区域的终端市场已取得较高的低温产品市占率，同时公司确定了DTC作为核心渠道，如（订奶上户、自主征订、电商、形象店），借助数字化工具，打造封闭渠道壁垒，提升渠道整体运营能力，产生强大的可复购的渠道。感谢您的关注！

Q: 报告期少数股东权益影响额（税后）减少，原因是什么？

A: 您好！主要受报告期内持有少数股权公司的非经常性损益金额减少影响，感谢您的关注！

Q: 报告期奶粉的收入占比较低，这一板块是否可以舍去？

A: 您好！公司奶粉业务主要集中于子公司蝶泉乳业所经营的成人奶粉，虽然占公司的总收入比例不大，但却是蝶泉乳业收入的重要组成部分，而且该业务也处于盈利状况，公司仍将继续保留这一业务板块并寻求增长的机会。感谢您的关注！

Q: 下半年对经营网点扩张、业绩的预期是怎样的？

A: 您好！公司下半年继续以DTC为核心渠道，通过渠道的布局，网点的开拓提升产品的成长性与核心市场渗透率，努力推动规模实现双位

数增长。感谢您的关注！

Q: 公司坚持以主品牌和区域子品牌结合的品牌策略，策略内容是什么？

A: 您好，公司现旗下子品牌在其区域内陪伴着当地一代又一代消费者的成长，与当地消费者有天然的亲近感，因此公司选择保留各区域子品牌，采用“新希望乳业+”的联合品牌策略，通过总部赋能，促进协同发展，从而不断提升新乳业的影响力。感谢您的关注！

Q: 公司是否考虑给股东发放产品？

A: 您好，公司是一家以低温乳制品为主的日常消费品企业，公司目前已在西南、西北、华东、华中、华北、华南等重点市场建立了比较完善的销售网络，公司建议消费者可通过上述销售网络以及电商平台进行公司相关产品的消费体验。感谢您对新乳业的关注！

Q: 报告期的负债率为何偏高？公司风险是否可控呢？

A: 您好！资产负债结构与公司不同的发展阶段相关。目前公司的资产负债结构合理，具有持续且稳定获取经营性现金净流入的能力，资信情况良好，风险可控。感谢您的关注！

Q: 上半年公司业绩保持稳健增长，经营管理的亮点有哪些？

A: 您好！2023年上半年，在行业增速放缓、市场竞争激烈的背景下，公司各项主要指标仍继续保持稳健增长。上半年，公司发布了《2023-2027年战略规划》，强化“鲜立方”战略落地；围绕壁垒鲜奶和特色酸奶两大核心业务，在全国品牌和区域特色品牌产品上持续创新，加速产品迭代；公司持续深化推进数字化转型，形成了稳定运行的数字化工厂、数字化安全溯源系统、营销数字化系统等数字化运营体系，助力降本增效。感谢您的关注！

Q: 报告期受供需不平衡影响，原奶价格呈现下滑趋势，乳制品终端市

市场竞争加剧，公司如何提高其市场竞争力的？

A: 您好，公司将在“鲜立方”战略的指引下，坚持以“鲜”为主题，聚焦以低温鲜奶和低温特色酸奶为代表的核心品类，以及以“DTC”为代表的核心渠道，深耕区域市场，持续强化生物科技和数字科技的投入，不断提升产品创新能力，增强公司市场竞争力。感谢您的关注！

Q: 公司在科研方面的投入成本是多少？

A: 您好，公司在 2023 年上半年研发投入 3673.25 万，感谢您的关注！

Q: 公司线上营销额和线下营销额的占比？

A: 您好，公司线上渠道销售收入占比约为 9%、线下渠道销售收入占比约为 91%。感谢您的关注！

Q: 有一款产品，外包装几乎一样，一个是华西的，一个是雪兰的，但营养成分表确不一样，这是什么情况呢？

A: 您好！公司会根据区域消费者的偏好、原奶产地及生产工艺等设计不同产品，以提升不同场景的消费体验。感谢您的关注！

Q: 双十一即将来临，公司的营销方案是什么？

A: 您好！新乳业在双十一营销发力点将围绕重点产品和区域特色产品，聚焦在天猫、京东、抖音、快手、拼多多等平台主阵地，启动新乳业数字化运营会员体系，提升 GMV 转化。感谢您的关注！

Q: 跨界玩法这块，比如瑞幸和茅台，公司方面有何尝试？

A: 您好！跨界营销作为一种有效的新型营销方式，公司一直积极进行这方面的实践，如公司“活润”酸奶与“小蓝”IP 联名、“唯品”与多家咖啡品牌合作、“24 小时”和“黄天鹅”打造蛋奶营养 CP。感谢您的关注！

Q: 在渠道和场景创新方面，有怎样的规划？

A: 您好! 公司以“鲜立方”战略为指引, 通过渠道立体化, 提升核心区域终端市场渗透率, 以 DTC 作为核心渠道, 借助数字化工具, 打造封闭渠道壁垒, 提升渠道整体运营能力, 提高复购率。在场景创新方面, 公司通过休闲场景与跨界营销的尝试, 例如“活润”酸奶与“小蓝”IP 联名、“唯品”与多家咖啡品牌合作, 零食赛道的入场等, 增加公司产品的曝光度和消费场景。感谢您的关注!

Q: 报告期公司的“鲜立方”战略是什么? 对公司产生了怎样的利益推动?

A: 您好, “鲜立方”战略是指公司坚持以“鲜”为主题, 在“新·鲜主义”下立体发展, 打造品类立体化、渠道立体化、品牌立体化以及用户立体化。在“鲜立方”战略的指引下, 公司将低温鲜奶和低温特色酸奶作为核心品类, 聚焦核心渠道, 做强核心业务, 努力推动公司成长。感谢您的关注!

Q: 请问唯品系列产品的营收占比大概是多少, 毛利是多少?

A: 您好, 以低温高端乳制品为主的唯品乳业营收占比近 8%, 整体营业收入同比增长超过 30%, 毛利率同比增加超过 3 个百分点, 公司“鲜”能力进一步提升。感谢您的关注!

Q: 网传新希望产品线混乱, 是否真是如此?

A: 您好, 新乳业在战略层面坚持“鲜立方”战略, 坚持以“鲜”为核心主题, 聚焦低温鲜奶、低温特色酸奶, 形成了以 24 小时鲜奶系列为代表的低温鲜奶产品线, 以活润、初心系列为代表的低温酸奶产品线, 以及以澳特兰系列为代表的常温白奶产品线等。新乳业已形成了较为全面、优质的产品矩阵。感谢您的关注!

Q: 当前低温乳制品渗透率、覆盖率偏低、人均乳制品消费量较欧美以及日韩等发达国家仍有较大差距, 公司有什么改善的方案吗?



	<p>A: 您好! 低温乳制品渗透率、覆盖率的增长, 一方面受限于冷链物流等基础设施的建设, 随着冷链物流的发展、冷柜的普及, 低温产品的铺市率将逐步提升。公司持续推动冷链物流服务、提升终端冷链建设。另一方面低温酸奶更适合进行产品创新, 低温鲜奶在营养价值上更具优势, 这均需要在发挥公司的创新能力同时, 做好消费者沟通, 提升消费者对低温乳制品的认同度。感谢您的关注!</p> <p>Q: 夏进乳业带来的收入在公司总营收中占比多少?</p> <p>A: 您好, 夏进乳业 2023 年半年度的营业收入占公司合并营业收入的比重约为 19%, 感谢您的关注!</p> <p>Q: 公司发行的 7.18 亿元可转债尚未完成转股, 不过还有 3 年多到期, 公司下一步如何考虑? 在推进转股工作方面有何举措?</p> <p>A: 您好, 公司于 2023 年 7 月 21 日发布了《关于不向下修正“新乳转债”转股价格的公告》, 自 2023 年 7 月 21 日至 2024 年 1 月 20 日期间内, 公司董事会决议不向下修正可转债的转股价格; 期满后, 在触发可转债下修情形下, 公司董事会将重新审议是否进行可转债转股价格的下修。有关具体信息请关注公司的相关公告, 感谢您对新乳业的关注!</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2023 年 9 月 25 日