

证券代码：300898

证券简称：熊猫乳品

熊猫乳品集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-002

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 <u>(请文字说明其他活动内容)</u>
形式	<input type="checkbox"/> 现场 <input checked="" type="checkbox"/> 网上 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称及人员姓名	线上参与2024年度及2025年一季度业绩说明会的投资者
时间	2025年4月30日 15:00-16:00
地点	同花顺路演平台
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理 李锡安 董事会秘书 徐笑宇 独立董事 唐善永
投资者关系活动主要内容介绍	见附件会议纪要
附件清单（如有）	会议纪要
日期	2025年4月30日

附件:

Q1:公司炼乳方面业务的增长量主要来自于哪些方面?

A:通过新增经销商、优化区域布局实现渠道下沉。加强研发研发创新，结合优化风味和工艺，满足烘焙、餐饮、现制饮品、食品工业等细分市场的差异化需求，强大客户拓展与合作，释放发展潜力。

Q2:公司的分红情况，分红是否能够每年都持续下去?

A:拟定2024年度利润分配预案为：以现有公司总股本124,000,000股为基数，向全体股东每10股派发现金红利6.00元（含税），共计人民币74,400,000.00元。预案尚需提交公司2024年度股东大会（将于2025年5月9日召开）审议批准。公司具体利润分配方案将审慎考虑公司所处行业情况、发展阶段以及资金需求等因素，符合法律、法规及《公司章程》的相关规定。

Q3:你好，公司ToC业务发展有何规划?

A:当前ToC业务规模较小，主要通过联营公司优鲜工坊布局。优鲜依托精准选品逻辑和研发创新能力，在主力产品之外同时持续推出新品，大型商超、零食量贩、便利店系统渠道均有铺设，24年实现两位数同比增长。

Q4:您好，新品研发是否已形成销售贡献？哪些新品有望成为未来增长点？

A:2024下半年以来，公司奶油、奶酪、乳基底系列产品陆续推出新品，研发、新品推出、客户开发需要时间，已有部分新品形成销售，上规模仍需时间，在按规划节奏进行。

Q5:当前关税调整是否会影响公司的海外业务？

A:公司产品均在国内市场销售，公司生产经营一切正常。

Q6:在品牌建设方面，公司有什么相关举措和规划？

A:公司一直专注深耕炼乳领域，炼乳产品品类齐全，品牌影响力不断加强，在我国华东、华南具有较高的知名度，于2024年获评“中华老字号”。公司持续开展产品开发、品牌推广、市场拓展工作，积极参与行业展会，未来也将借助更多创新方式，开展更多元化的营销。

Q7:有没有在快手和抖音开店？

A:公司目前已在拼多多、天猫、抖音、阿里巴巴均开设旗舰店。公司产品大多用作烘焙、茶饮配料，为满足消费者一站式购买多种配料产品的消费习惯，更多通过专做茶饮和

烘焙类别产品的线上经销商销售。

Q8:公司有没有重视市值管理？

A:公司董事会于2025年4月16日审议通过了《公司市值管理制度》，将牢固树立回报股东意识，采取措施保护投资者尤其是中小投资者利益，诚实守信、规范运作、专注主业、稳健经营，以新质生产力的培育和运用，推动经营水平和发展质量提升，并在此基础上确保信息披露合规和质量，做好投资者关系管理，必要时积极采取措施提振投资者信心，推动上市公司投资价值合理反映上市公司质量。

Q9:海南收购厂房的进展如何？

A:股权的转让价款已支付，工商变更已完成，并更名为海南椰达食品科技有限公司，正在进行场地改扩建工作。

Q10:对于未来可能面临的原材料价格波动，公司有哪些风险控制和应对方案？

A:公司已建立较为成熟的原材料采购策略和体系，通过储备多家供应商、替代原料开发及合同锁价等方式降低采购成本波动风险。

Q11:高管您好，请问贵公司未来盈利增长的主要驱动因素有哪些？

A:一是深挖炼乳业务潜力，在餐饮、咖啡茶饮、烘焙的细分场景拓展增量；二是强化大客户协同，持续提升研发和服务能力，通过供应链协同，巩固头部客户合作；三是持续培育奶油奶酪、植物基的第二增长曲线。

Q12:乳品贸易业务持续收缩是什么原因？

A:乳品贸易涉及大宗商品交易和汇率波动风险，目前阶段为控制风险，交易策略较为谨慎，公司贸易业务规模下降。

Q13:熊猫的大客户都有哪些？

A:公司直销客户主要为大型的食品制造企业，如古茗、香飘飘、李子园、蒙牛乳业、味全食品、立高食品、喜之郎、和路雪、益禾堂、挪瓦咖啡等。

Q14:一季度的业绩同比大幅度降低，是什么原因造成的？

A:一季度公司营收1.7亿元，同比下降8.27%，归母净利润1,361.34万元，同比下降48.76%。其中营收下降主要为贸易业务下降，整体贸易策略较为谨慎，业务规模收缩，如不含贸易的营收和去年同期基本持平。净利润下降主要在椰子类原材料成本提高、可宝公

司运营费用体现、理财的收益和公允价值减少。一季度毛利率25.05%，同比下降3.81个百分点，主要是受到海南熊猫毛利下滑的影响。

Q15:熊猫乳品现有的产品矩阵是什么样的发展模式？

A:公司目前仍以炼乳类产品为核心，并有奶油、奶酪、乳基底、零食的多元化产品布局。

Q16:啥时候分红？

A:公司将在2024年度股东大会审议通过利润分配方案后两个月内完成利润分配事宜。

Q17:作为普通消费者从哪些超市可以买到公司产品？

A:公司零售产品主要通过经销方式进入商超渠道、便利店系统及零食量贩店，主推炼乳、奶酪爆米花等产品，消费者可根据需求在相应渠道购买。

Q18:公司2024年业绩如何？其中主要影响因素是什么？公司有什么应对措施？

A:2024年总营收/归母净利润分别为7.64/1.02亿元，分别同比-19.29%/-5.98%，销售整体承压，椰品与乳品贸易同比下滑幅度较大。公司将通过巩固炼乳基本盘，持续构建第二增长曲线，同时优化供应链收窄成本端风险。

Q19:是否针对不同渠道或客户开发定制化产品？

A:通过渠道细分、客户协同与技术创新，从性能、口味、包装等多方面配合开发，强化客户服务。未来，公司计划进一步整合内部资源，为客户提供更优质的服务。

Q20:公司有没有打算回购？

A:公司如有回购事项将严格按照相关规定及时履行信息披露义务。

Q21:受整体餐饮环境影响，新店开设减少，会对公司的已有订单产生影响吗？

A:公司产品主要通过经销商进入餐饮渠道，主要经销商渠道没有丢失，但订单量有一定下降。

Q22:高管您好，请问您如何看待行业未来的发展前景？

A:涉及公司所处行业情况和经营发展战略相关内容请具体参见公司已披露的定期报告“管理层讨论与分析”章节。

Q23:公司一季度管理费用上升的原因是什么？公司有降低管理费用预算的计划吗？

A: 主要来自并购南杭药业的相关费用及新公司可宝科技运营的投入。公司坚持稳健经营，随着新设子公司后续业务陆续开展，业绩得以体现，预计全年的三项费用率不会有太大波动。

Q24:针对电商平台的快速发展，公司有哪些提升线上销售份额和用户体验的方式？

A: 我们已在天猫、京东、抖音等主流电商平台开设品牌官方旗舰店，并开展场景化内容营销，针对下游茶饮烘焙等客户及家庭用户，我们也在官方媒体账号通过直播演示和图文展示调饮配方、烘焙步骤等。

Q25:公司业绩是不是有季节性波动？

A: 公司产品下游为食品消费，应用场景广泛，季节变化不明显，但通常节假日消费增长，公司销售量会受到商家提前备货影响提高。

Q26:公司中报是不是出现和年报一季报一样，营业额和利润同比下降？

A: 公司始终坚持稳步经营，长远发展的经营理念，目前对未来二季度业绩表现保持谨慎乐观，后续进展敬请关注公司公告。