

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	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☒其他 2026 广东辖区上市公司投资者网上集体接待日活动
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2026 年 9 月 15 日 15:30-17:00
地点	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举行
上市公司接待人员	副总经理兼董事会秘书李春锋先生 证券事务代表李嘉旋先生
投资者关系活动主要内容介绍	公司就投资者提出的问题进行了回复： 1、李总您好，作为消费者，我注意到公司上半年推出了“超新鲜计划”及沙虫酸奶等 11 款新品，但财报显示归母净利润同比骤降 59.84。请问管理层如何平衡“高投入的市场推广”与“利润修复”？在销售费用同比增长近 12 的情况下，新产品的实际动销与毛利率表现如何？此外，公司提及涉税自查增加了当期所得税，这一非经常性因素对下半年的现金流及分红规划有何实质影响？ 答：您好，公司上半年利润下滑主要受以下几方面因素影响：一是行业层面，我国乳制品行业面临“需求收缩与供给扩大”的双重挑战，需求阶段性放缓。华南地区养殖成本高于北方地区，公司追求高品质奶源，在广东拥有 3 个大型自有牧场，奶源自给率高，无法充分享受原奶降价红利，同时外部乳企在华南发起高频促销，叠加替代品效应，传统市场空间被压缩。二是报告期内公司加大市场开拓与产品

	推广力度，销售费用同比增长 11.99%，其中主要系广告宣传及促销费用（含全运会相关费用）的同比增长。三是涉税事项影响，公司依据国家税收法律法规开展涉税事项自查，由此企业所得税增加。2026 年上半年，公司整体毛利率为 26.28%，与上年同期基本持平，通过产品结构优化和降本增效保持了毛利率的相对稳定。 2026 年上半年，公司聚焦时尚化、年轻化、差异化、场景化方向推进新品研发。报告期内已推出 11 款新品（含渠道定制 7 款），新品均获得消费者的喜爱。同时，公司推出超新鲜系列产品，扎实推进“超新鲜计划”，进一步树立了“喝鲜奶，选燕塘”的新鲜标杆，鲜奶品类依托该计划实现较快增长。近期，子公司湛江燕塘也推出“海洋双珍”沙虫酸奶和生蚝酸奶，该产品为国内首创的海洋功能性发酵乳制品，推出后深受消费者喜爱。 截至 2026 年 6 月 30 日，公司经营活动产生的现金流量净额为 9,164.89 万元，同比增长 20.82%，期末资产负债率 24.28%，资产结构稳健、财务状况健康。此外，公司一贯重视对投资者的投资回报，在《公司章程》中明确了分红标准，通过持续稳定的现金分红切实回报投资者。谢谢。 2、李代表您好，作为长期持有公司股票的消费者，我非常关注公司“立足广东、迈向全国”的战略。半年报显示省内营收占比高达 97.5，且珠三角地区收入下滑明显。请问公司在省外市场（如福建、海南）的拓展进度如何？另外，公司作为全运会独家供应商，这一顶级 IP 资源将如何具体转化为终端销量与省外市场的品牌溢价，以对冲现制茶饮带来的替代品冲击？ 答：您好，公司坚持“精耕广东、聚焦湾区、覆盖华南、迈向全国”的战略导向。2026 年上半年，公司省内市场保持稳健，同时公司稳步开拓省外市场：一是港澳市场持续加码，2026 年 3 月进驻连锁超市后稳步推进线下铺市，同步通过线上电商平台开发港澳线上业务；二是福建区域销售实现增长；三是湖南、江西市场以“重点城市+重点客户”模式成功开发多家合作客户；四是通过联动投标模式顺利中标三亚学生奶配餐项目，助力海南市场开拓。此外，公司持续深化与
--	--

	京东、天猫等平台合作，优鲜达电商销售同比增长约 8.9%，带动外区（华中、华东）市场销售同比增长近 24%。 公司作为全国唯一的三届（第六届、第九届和第十五届）全运会乳制品独家供应商，依托这一权威优势发布“超新鲜计划”，推出四大系列 9 款鲜牛奶并全渠道覆盖销售，联动多家权威媒体开展专题报道，2026 年上半年，累计曝光量近 500 万；同时持续深耕体育营销，落地多地马拉松、粤 BA 揭阳赛区等赛事合作，参与“广货行天下”等活动，持续强化“喝鲜奶 选燕塘”的品牌认知与销售转化，将赛事曝光有效转化为品牌溢价与终端动销。谢谢。
附件清单 （如有）	无
日期	2026-9-15