

证券代码：600597

证券简称：光明乳业

光明乳业股份有限公司

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"/> 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
参与单位名称 及人员姓名	参与公司 2024 年上海辖区上市公司集体业绩说明会的投资者
时 间	2024 年 05 月 29 日下午 14:00-17:30
形 式	上证路演中心视频直播和网络互动 上海证券交易所上证路演中心（网址： http://roadshow.sseinfo.com/ ）
公司接待 人员姓名	党委副书记、董事、总经理：贲敏女士，独立董事：毛惠刚先生，财务总监：赵健福先生，董事会秘书：沈小燕女士
投资者关系 活动主要内容	<p>1、国潮浪潮的推动下，公司将如何利用产品力、品牌力以及在行业中的影响力，来把握并引领这一国潮趋势，从而抓住由此带来的机遇？</p> <p>回答： 光明乳业一直致力于成为最具东方家国情怀的企业。光明乳业联合中共一大推出“小红砖”、“石库门”、“新青年”等文创冷饮，将传统文化和当代国潮相结合，向消费者传递红色力量，打造兼容开放的上海文化名片。</p> <p>今年年初，光明乳业携手上海博物馆展开合作，重磅推出多款龙年系列新品及产品包装，将龙纹和光明牛奶巧妙融合。并冠名上海博物馆东馆第一特展厅，向世界展示中国文物的魅力，为古代东方文化的传播注入光明力量。</p> <p>同时，光明乳业还积极和光明集团内品牌合作，联名大白兔、正广和等众多知名品牌推出深受消费者喜爱的产品，将海派文化印在产品里，将国潮流行趋势做在品牌中。</p> <p>公司将通过把握和引领国潮趋势，抓住新机遇，推出新产品，创造新模式，不断提升品牌形象，发展新质生产力。</p> <p>2、2024 年公司在提升净利率，实现高质量发展方面有什么举措？</p> <p>回答： 公司将以高质量发展为指引，不断提升精细化管理水平，聚焦提质增效，持</p>

续打造具有光明特色的全产业链创新发展模式，进一步提升企业核心竞争力。

一、强链补链固链，让好产业“强基赋能”：牧场端养好牛、卖好料、育好种；工厂端效率高、布局好、成本优；物流端线路优化、仓网整合、服务提升；数字化端营销全域数字化、运营效率提升、场景智能化。

二、打造核心技术，让好产品“自己说话”：重视消费者研究，满足消费者的需求；筛选优质原料，打造高品质、高指标产品；储备创新产品，满足消费者营养健康需求；制定技术标准，支撑产品创新；建设行业领先科技平台，加快成果转化。

三、整合营销策略，让好品牌“生根发芽”：新鲜牛奶继续全国布局，引领新鲜牛奶品类，保持全国市场占有率第一；新鲜酸奶将持续以“如实、畅优”两大品牌为核心，双驾马车为动力引领品类再创佳绩；常温牛奶将继续从基础到高端，从纯奶到风味，多元满足消费者需求；常温酸奶坚持主要以TT为核心，并根据不同区域渠道进行产品组合推广，紧抓传统食杂渠道，并布局便利、小超渠道。

四、稳固上海，做强华东，优化全国：公司重点发展核心区域的渠道分销及下沉工作。完善全国经销商布局，提高经销商质量，夯实终端基础；进一步提升线上渠道占比，拓展OTO、社区店等新渠道，实现高质量增长；深化餐饮、学生奶、企事业及部队特渠建设；自有随心订渠道进一步强化电商平台经济思维能力，强化平台的长三角地区的综合服务能力。

3、光明乳业的新鲜牛奶市场占有率一直在全国领先，请管理层介绍下2024年公司在新鲜板块将会怎样发力？

回答：

光明乳业作为国内鲜奶行业的创新者与领先者，始终关注国民的营养健康。为了进一步推动行业发展和满足消费者日益增长的健康需求，公司持续深耕“领鲜”战略，不断探索高品质发展之路。

在新鲜牛奶板块：2024年，将继续夯实鲜奶第一品牌地位。做优头部，持续提升致优品牌最高端鲜奶定位，深化高端鲜奶形象；做强腰部，持续巩固优倍全国第一鲜奶品牌地位，深耕华东、华中重点城市，利用15天鲜牛奶分销更广区域，提升各区域市场占有率；做大底部，持续加快基础鲜奶市场渗透。新鲜牧场以25天产品，实现渠道快速下沉，开拓全国鲜奶市场。

在新鲜酸奶板块：围绕“光明菌好酸奶”重心，持续打造科技力、产品力、品牌力。如实品牌坚持打造健康纯净酸奶领导品牌，通过精准投放，以点带面提升品牌影响力；畅优品牌经典系列焕新升级，全面提升分销广度和深度，夯实腰部力量；光明基础酸奶，不断提升产品力，深挖性价比，加大铺货力度，提升渠道渗透率，做强新鲜酸奶底板。

2024年，公司将深耕“领鲜”战略，优化牧场、工厂、物流、终端的全国性战略布局，优化供应链系统，提升供应链效率，打造全产业链核心竞争力，满足消费者新鲜、健康、美味的需求，同时为投资者创造价值，更好的回报投资者。

4、请问公司是否有出海规划？

回答：

公司于2010年收购了新西兰新莱特。新西兰新莱特于2013年在新西兰上

市，2016年在澳大利亚上市。目前，新西兰新莱特为新西兰、澳大利亚两地上市公司。新西兰新莱特主要从事工业奶粉、婴儿奶粉、奶酪、液态奶生产和销售。产品于新西兰及世界各地销售。2023年，新西兰新莱特婴配粉产品配方成功获批新国标注册，成为新西兰为数不多的获得新国标婴配粉生产资格的企业。公司目前暂无其他海外投资计划。

5、现在有很多新品牌的鲜牛乳入市，部分产品在高蛋白含量高的同时实现价格低廉，公司有什么举措应对目前越来越激烈的市场竞争？公司的鲜牛奶是否有什么独特的壁垒？

回答：

光明乳业作为国内鲜奶行业的创新者与领先者，始终关注国民的营养健康。为了进一步推动行业发展和满足消费者日益增长的健康需求，公司持续深耕“领鲜”战略，不断探索高品质发展之路。5月20日公司召开领鲜创新发布会，进一步聚焦新鲜牛奶的升级，打响“鲜奶活性高，提升免疫力，喝光明鲜奶”的品牌新声。公司将不断优化牧场、工厂、物流的全国性战略布局，优化供应链系统，打造全产业链核心竞争力，不断推出高品质产品，助力消费者提升保护力，拓展中国鲜奶高质量发展之路。

6、过去一年，乳制品行业缓慢复苏，面对奶源过剩、奶价下行等挑战，公司有哪些应对举措？

回答：

2023年，光明乳业面对乳制品行业复苏进程中的风险挑战，稳健推进改革步伐，强化内部管控，推动公司高质量发展。在牧业端，持续聚焦提升牧场经营水平；在生产端，聚焦奶源平衡，持续推进供应链优化和设备自动化；在物流端，积极聚焦线路优化、仓储融合，物流费用、仓储费用进一步降低；在数字化端，聚焦全产业链各环节，进行全面业务梳理与流程优化，降本增效，提升管理水平；在营销端，通过组织架构的调整，流程的优化，实现市场和渠道管理的整合，线上线下的联动，各项营销活动高效落实；同时通过一企一策的激励机制，进一步调动销售团队的积极性。

7、光明乳业在创新研发方面的能力一直很强，今年有些什么新品推广方向？

回答：

光明乳业在科技创新与产品多元化方面一直引领行业发展。在乳业生物技术国家重点实验室中，光明乳业成功构建了国内乳企中规模最大的乳酸菌菌种资源库。在过去的十余年间，该实验室取得了众多具有开创性的成果，其中包括拥有千亿级活菌的纯植物乳杆菌发酵乳饮品以及国内首款常温酸奶莫斯利安等。今年一季度，公司积极推进益生菌巴氏调制乳、高蛋白NF牛奶、膜滤高蛋白酸奶等高新技术产品的转化。5月20日，公司召开领鲜创新发布会，进一步聚焦新鲜牛奶的升级，重磅推出三款鲜奶系列产品。同时，一季度还陆续推出光明畅优“天天超畅”系列，光明如实樱花草莓风味发酵乳，光明冷饮推出“青柠棒冰”“奶油话梅棒冰”等应季新品。

8、请问公司是否会考虑回购股票或大股东高管增持股票，来做市值管理？

	<p>回答：</p> <p>公司密切关注股价和市值的变化，公司的市值波动受外部宏观经济环境、行业特性、投资者预期等因素影响。目前公司没有回购股份的计划，后续如有回购计划将及时履行信息披露义务。公司管理层将不遗余力做好经营发展，不断加大研发投入，提升管理水平，增强公司效益，促进公司的可持续发展，力争以良好的业绩回馈广大投资者。</p>
附件清单 (如有)	无