

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	参与上海辖区上市公司 2024 年投资者网上集体接待日暨中报业绩说明会的投资者
时 间	2024 年 09 月 13 日下午 14:00-16:30
形 式	网络远程方式 “全景路演”网站（网址： https://rs.p5w.net/html/143790.shtml ）
公司接待 人员姓名	党委书记、董事长：黄黎明先生，党委副书记、董事、总经理：贲敏女士，独立 董事：赵子夜先生，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、现在超市和便利店的鲜奶品种众多，光明如何提升铺货率？很多品牌的便利店里，都是一些新兴品牌和大品牌的鲜奶占据货架的主要显眼位置，而光明在比较边角的地方，公司如何改变这一现状？</p> <p>回答： 在终端铺货方面，公司秉持精准且全面的策略，力求在每一个环节上都实现高效触达。在渠道开发方面，稳固传统渠道的根基，同时积极探索多元化的新兴渠道。特别是针对 OTO、封闭渠道等新合作机会，进行研究和尝试，力求通过新渠道为产品开辟更广阔的市场空间。</p> <p>2、请问管理层，目前一线城市都在消费降级，影响到乳制品及鲜奶产品的销售。光明在上海乃至全国范围的鲜奶领先地位也受到伊利蒙牛等品牌竞品追赶，公司如何捍卫自己在上海区域、鲜奶细分市场的领先地位，在其它非鲜奶乳制品细分市场的策略又是什么？</p> <p>回答：作为国内鲜奶行业的创新者与领先者，公司深耕“领鲜”战略，通过重视消费者研究，技术引领持续创新，不断推出高品质产品，旨在为消费者筑起坚实的健康保护屏障。同时，公司持续坚持“稳固上海，做强华东，优化全国，乐在新鲜”的发展战略，不断探索高品质发展之路。在新鲜牛奶板块，做优头部，持续提升致优品牌最高端鲜奶定位；做强腰部，持续巩固优倍全国第一鲜奶</p>

品牌地位；做大基础，持续加快基础鲜奶市场渗透。公司在多元化板块如原料奶酪、营养品等，将不断探索和开发新的销售渠道，以差异化策略应对市场变化，提升市场竞争力。

3、请问管理层，在新西兰的海外子公司和公司有何协同，有无数据支持？

回答：

新莱特将进一步加强与光明乳业战略协同，开发高附加值乳制品，开拓新兴市场。例如开发成人营养品，稀奶油产品在中国市场的推广等，形成新的业务增长点。感谢您的关注和支持！

4、海外投资的公司连连亏损，这次追加投资后有何措施能提升海外投资公司的盈利能力？

回答：

新莱特拟通过向光明乳业控股定向增发，融资 1.85 亿新西兰元，用于偿还到期债务。此次定向增发后，公司将进一步加强对新莱特控制权，为公司进一步优化海外业务版块、整合资源提供有力支撑。本次增资后，公司将通过引入先进的管理理念与方法，努力提升其整体运营效率与盈利能力。未来双方将进一步加强在资源、技术、市场等方面的协同效应，共同探索新的增长点与业务模式，推动双方的持续健康发展。

5、公司上半年上海区域收入降幅小于外地，请问这种区域差异的原因是什么？公司是否会根据不同区域的市场特点调整销售策略和产品布局？

回答：

光明乳业作为上海本土企业，拥有稳固的市场基础和较高的消费者忠诚度，并且公司一直坚持“稳固上海，做强华东，优化全国，乐在新鲜”的发展战略，目前来看，公司已在上海构建出稳固的护城河。同时针对销售策略和产品布局，公司秉持精准且全面的策略，力求在每一个环节上都实现高效触达。区域布局上做透上海，做实华东，因地制宜，一城一策，确保在每个重点区域都能深入市场，精准对接消费者需求。

6、公司在新产品研发方面有哪些进展？未来是否会推出更多符合市场需求的新产品？在市场推广方面，公司有哪些新的策略或计划？

回答：

公司以技术创新为引领，以实际行动培育新质生产力。今年上半年公司推出三十余款新品，其中包括光明优倍有机鲜牛奶、致优原生 DHA、光明优加 A2 β -酪蛋白纯牛奶、如实风味发酵乳（樱花草莓）、莫斯利安轻糖控脂及畅优“天天超畅”系列等产品。品牌传播及营销方面，公司持续打造最具东方家国情怀的品牌形象，坚持与文化艺术、体育健康等领域合作，建立及打造属于光明乳业的品牌资产及品牌文化。

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、请问公司如何有效控制成本以提升盈利能力？是否有具体的成本削减计划或效率提升措施？

回答：

公司稳健推进改革步伐，不断强化内部管控，推动公司高质量发展。在牧业端，聚焦提升牧场经营水平，降低公斤奶成本，进一步提升原奶质量；在生产端，聚焦奶源平衡，推进供应链优化和设备自动化，进一步降低吨制造费用；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，通过组织架构调整，流程优化，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，调动销售团队的积极性，夯实渠道覆盖率。

9、液态奶作为公司的核心业务，上半年收入同比降幅环比收窄，但整体仍呈下降趋势。请问公司在液态奶板块的具体表现如何？未来有哪些举措来推动液态奶业务的增长？

回答：

上半年国内乳制品消费短期承压，公司液态奶版块收入有所下降。光明乳业作为国内鲜奶行业的创新者与领先者，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：做优头部，持续提升致优品牌最高端鲜奶定位；做强腰部，持续巩固优倍全国第一鲜奶品牌地位；做大基础，持续加快基础鲜奶市场渗透。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。如实坚持打造健康纯净酸奶领导品牌；畅优经典系列焕新升级，夯实腰部力量；光明基础酸奶，不断提升产品力，深挖性价比，做强新鲜酸奶底板。在常温牛奶板块：光明优加聚焦资源集中投入，提升品牌及产品渗透，重点提升小型超市、食杂店等渠道铺货率；大白兔风味奶优化渠道策略，深耕零食渠道、食杂店等渠道。在常温酸奶板块：莫斯利安持续品牌焕新，结合年轻化营销，根据不同区域渠道进行产品组合推广。

10、公司上半年经销商渠道收入降幅小于直营渠道，请问公司在销售渠道方面有哪些优化措施？未来是否计划进一步拓展新的销售渠道？

回答：

公司全面加强渠道与网点建设，持续推动渠道拓展和网点下沉，力求在渠道下沉战略中取得突破，目前公司产品已经覆盖华东、华中、华南、华北等区域。同时，公司紧跟快消品消费渠道结构的变化，加大电商渠道的布局，针对不同类

	<p>型的电商平台打造相应的增长策略，以灵活应对市场变化。未来，公司将继续聚焦于渠道的深化与精细化发展，积极拥抱新兴渠道与新趋势，不断探索新的销量增长点。</p> <p>11、面对 2024 年上半年的业绩下滑，光明乳业有哪些战略调整或市场策略来应对？</p> <p>回答： 公司持续深化机制改革，切实提升企业运营效率和竞争力。在区域产销融合方面，基于华南大区产销融合项目成功实施经验，将启动华西南大区及华北大区的产供销融合机制，持续推动各区域业务的协同发展。在经营机制改革方面，光明随心订新鲜屋自主经营门店通过实施统一标准与加速改制策略，经营效益已呈现显著提升态势。在营销模式创新方面，光明随心订积极探索“益民初心——爱满社区光明行”社区公益推广模式，实现多方共赢。</p> <p>12、光明乳业为中国南方乳业巨头，市值 100 亿，作为投资者想询问该公司将采用什么手段扩大生产，扩大经营，追赶伊利蒙牛市值？</p> <p>回答： 良好的市值表现是公司和全体股东长期的共同愿望。公司将持续增强价值创造能力，通过加大品牌和营销投入，提升“光明”品牌力；通过加快业务创新和商业模式转型，打造经济增长新动能；通过运用数字化技术，推动产业的转型升级和管理变革；通过全产业链的进一步优化，提高管理效率、降本增效。在提升企业盈利能力及打造企业核心竞争力的同时，公司积极贯彻落实新“国九条”，切实保护投资者合法权益，持续较高比例的现金分红。此外，公司高度重视投资者关系管理，通过举办业绩说明会、召开投资者交流会、接待投资者调研等多种方式，不断扩大加深与投资者、研究机构的沟通互动，充分展示公司的投资价值。</p> <p>13、光明乳业未来在品牌建设和营销推广上有哪些新的计划和举措，以提高品牌知名度和美誉度，吸引更多消费者，尤其是年轻一代消费者？</p> <p>回答： 2024 年上半年，在文化艺术板块：公司携手上海博物馆重磅推出多款龙年系列新品，冠名光明乳业上博东馆特展厅；光明致优携手柏林爱乐，巩固高端鲜奶品牌形象；光明如实与辰山草地音乐节合作，打造古典音乐盛会等。在体育营销板块：抓住女排锦标赛、张之臻 ATP 赛事热点，品牌获广泛关注；作为 SVS 上海虚拟体育赛创始伙伴，冠名多项赛事，实现创新体育营销，吸引年轻一代消费者。未来，公司将持续打造最具东方家国情怀的品牌形象，在品牌传播及营销上，继续坚持与文化艺术、体育健康等领域合作，建立及打造属于光明乳业的品牌资产及品牌文化。</p>
附件清单 (如有)	无