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 | □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 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 通过线上方式参与公司2023年三季度业绩说明会的投资者 |
| 时 间 | 2023年11月13日下午16:00-17:00 |
| 形 式 | 上证路演中心网络互动  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 | 董事长黄黎明、总经理贲敏、独立董事高丽、财务总监刘瑞兵、董事会秘书沈小燕 |
| 投资者关系 活动主要内容 | 1、公司股价市值有所下滑，是否考虑回购股票或者股权激励？  回答：  良好的市值表现是公司和全体股东长期的共同愿望，公司管理层将不遗余力做好经营发展，努力稳定和提升公司基本面，做好价值创造。公司将不断完善激励机制，加大激励力度，激发原生动力，最大限度调动广大员工积极性和创造性。股份回购、股权激励均属重大事项，相关信息请以公司在法定媒体上披露的公告为准。  2、三季度业绩下滑的原因是什么？  回答：  公司前三季度收入下降主要由于牧业收入及其他乳制品收入下降；利润下降主要由于国内营业收入下降，海外子公司亏损。公司将从全产业链各板块出发，提高管理效率、降本增效，提升盈利能力。  3、公司分产品中“其他产品”包含的业务是什么，前三季度增长来源是什么？  回答：  “其他产品”主要包括：益民的冷饮和速冻产品，牛奶棚的烘焙产品，随心订APP平台出售的第三方产品，及非食品类的商品。其他产品增长主要是益民冷饮产品及随心订第三方产品同比增长。  4、四季度有什么举措改善业绩？  回答：  四季度公司将从产业链各板块出发，推进高质量发展。牧业端：聚焦“牧场经营、种养循环、育种引领”三大重心开展工作。生产端：坚持“成本、奶源、产能”三个优化工作。渠道端：持续推进重点商超系统网点覆盖率提升目标。市场端：聚焦重点媒介、重点品牌和产品持续突破强化，进一步加强线下渠道与线上传播整合。海外端：新莱特未来仍将聚焦营养品核心主业，大力发展中标婴配粉业务。  5、为什么三季度之前经销商数量一直在减少，现在稍微增加了一些，公司的经销政策是什么？  回答：  截至2023年三季度，上海地区经销商数量为466个，增加10个；外地经销商数量为3,716个，增加113个。公司将通过加强经销商服务和管理，赋能经销商，提升经销商数量和质量，进一步推动渠道拓展和下沉。  6、公司今年高端鲜奶、高端酸奶的市场表现如何？  回答：  2023年前三季度，公司液态奶实现营业收入122.23亿元，同比上涨1.04%。公司将持续完善高端新鲜产品的全国化战略布局，不断优化工艺，创新升级产品，提升品牌影响力，赋予光明高端产品更多新鲜活力和市场竞争力。  7、光明乳业有自己的物流公司吗？  回答：  光明乳业旗下领鲜物流是全国首批五星级冷链物流企业之一，是行业内唯一通过BRC AA+最高级别认证的企业，目前在全国拥有65座物流中心，5万余个配送终端网点，是唯一一家连续六届服务进博会食品供应保障配送的物流企业。  8、光明乳业已在华东、华中建立了中心工厂，是否会在华南、华北、西北、西南等地建立中心工厂？  回答：  光明乳业除建有华东、华中中心工厂外，还在北京、天津、广东广州、山东德州、江苏盐城、四川成都、青海西宁、黑龙江齐齐哈尔等地建有工厂。  9、请问公司冰淇淋业务具体情况如何？  回答：  自2018年光明乳业收购益民一厂以来，冷饮板块保持快速增长。光明冷饮在产品、渠道和品牌营销上创新不断，表现亮眼。“一城一物”产品战略，龙井茶风味、仙居杨梅风味、一品咖啡等新品上市后广受好评。2023年上半年推出了光明优倍鲜奶冰淇淋大红袍风味、光明橙汁棒冰、光明×大白兔脆筒冰淇淋等新品。未来在产品和营销上将继续深挖品牌故事，不断推陈出新，聚焦重点区域重点渠道，做深做透。 |
| 附件清单  （如有） | 无 |