**上海妙可蓝多食品科技股份有限公司**

**2023年年度业绩说明会会议记录**

一、会议时间：2024年3月26日下午15:00-16:00

二、会议地点：上证路演中心（网址：<http://roadshow.sseinfo.com/>）

三、公司出席人员：

副董事长、总经理：柴琇

董事、财务总监：蒯玉龙

独立董事：韦波

董事会秘书：谢毅

四、本次业绩说明会投资者提出的主要问题及公司答复

**问题：请问公司目前主营业务是什么？**

回复：尊敬的投资者，公司主营业务为以奶酪为核心的特色乳制品的研发、生产和销售，其中奶酪产品可以进一步细分为即食营养系列、家庭餐桌系列和餐饮工业系列。同时公司也从事液态奶的研发、生产和销售，以及乳制品贸易业务。公司将坚定推行“聚焦奶酪”战略，集中资源发展更具成长前景的奶酪产品业务，感谢关注！

**问题：柴总，对于证监会的新规，不分红可能面临戴帽，贵公司有什么 预案，是否有可能进行回归注销，这也是证监会鼓励与分红等效的措施。**

回复：尊敬的投资者，因公司合并报表和母公司报表未分配利润均为负数，公司尚不满足现金分红条件。公司已于2022年9月完成回购公司股份1,000万股，占公司目前股份总数的比例为1.95%，回购总金额约488,525,995.39元，感谢关注！

**问题：公司今年一季度业绩恢复的咋样？**

回复：尊敬的投资者，公司2024年第一季度报告预计在4月下旬披露，请您届时关注公司在上海证券交易所网站及指定信息披露媒体的公告。谢谢您的关注！

**问题：蒙牛约定的资产注入大概什么时候开始？还是已经开始了？**

回复：尊敬的投资者，为进一步明确蒙牛乳业/内蒙蒙牛与公司业务划分，避免同业竞争，内蒙蒙牛及蒙牛乳业于2021年4月出具《关于进一步避免同业竞争的承诺函》，承诺于本次交易完成后，在内蒙蒙牛作为公司控股股东的前提下，内蒙蒙牛/蒙牛乳业将以公司作为奶酪业务的运营平台，并在本次交易完成之日起2年内（即2021年7月9日起2年内）将蒙牛乳业/内蒙蒙牛及其控制企业的包括奶酪及相关原材料（即黄油、植物油脂、奶油及奶油芝士）贸易在内的奶酪业务注入上市公司。

截至2023年7月，承诺人部分奶酪资产之前存在境外股东，股权刚刚完成境外交割，承诺人的内部重组及团队整合仍未完成，尚未达到可注入上市公司条件，本部分承诺无法于期限届满前履行完成。基于对当时实际情况的分析，2023年6月21日，公司2022年年度股东大会审议通过《关于控股股东及其关联方避免同业竞争承诺延期的议案》，同意内蒙蒙牛/蒙牛乳业延期12个月履行奶酪业务注入公司的承诺，即相关承诺延期至2024年7月9日前履行完成。

蒙牛奶酪资产注入方面，目前公司与蒙牛正积极开展有关蒙牛奶酪资产注入和双方奶酪业务整合的研讨，承诺人奶酪业务注入公司的整体方案将在有利于公司发展和全体股东利益的前提下进行。请关注公司于指定媒体披露的相关公告，谢谢您的关注。

**问题：公司目前的业绩是否并表了蒙牛财报？蒙牛未转入或者说计划转入妙可蓝多资产有哪些？具体会给妙可蓝多增厚多少营收和利润呢？**

回复：尊敬的投资者，公司自2022年11月30日纳入蒙牛合并报表范围。根据蒙牛乳业/内蒙蒙牛出具的避免同业竞争相关承诺，2024年7月9日前，蒙牛乳业/内蒙蒙牛及其控制企业的包括奶酪及相关原材料（即黄油、植物油脂、奶油及奶油芝士）贸易在内的奶酪业务将注入公司，感谢关注。

**问题：公司股价这几年一直下跌，今年开年才3个月，在大部分股票都在上涨的背景下还在下跌，公司有没有计划继续开展一些市值管理的措施？**

回复：尊敬的投资者，股价二级市场表现受多重复杂因素影响，公司将继续专注主业，努力做好各项生产经营工作。同时，也密切关注股价表现，通过多种形式和投资者开展沟通，提高市场对公司价值的认可。感谢关注。

**问题：公司如何确保家庭餐桌系列使得奶酪作为一种舶来品受到中国消费者的喜爱？公司对该部分业务的发展预期是怎样的？**

回复：尊敬的投资者，家庭餐桌奶酪方面，公司采取主打奶酪“早餐”应用场景，进一步丰富奶酪片的品种。同时率先推出哈路蜜煎烤奶酪，该奶酪是一款符合国人口味、更具营养价值的原制奶酪，2片相当于200g牛奶的钙和蛋白质。除了黄油、稀奶油、奶油芝士组成的“烘焙三宝”之外，公司还推出了涂抹奶油芝士，搭配贝果，柔滑细腻、一抹即享。公司不断丰富家庭餐桌产品矩阵，让奶酪成为餐桌美食和营养补充的优选之一，感谢关注！

**问题：经营性现金流好转的原因？**

回复：尊敬的投资者，公司2023年度经营活动产生的现金流量净额较上年同期增加，主要为公司采购支出、应收账款、购汇保证金支出和税费支出减少所致，感谢关注。

**问题：公司目前合作的企业除了奈雪外还有哪些呢？有没有喜茶、瑞幸、霸王茶姬、蜜雪冰城之类的？**

回复：尊敬的投资者，公司餐饮工业方面持续推动由产品销售商向专业乳品服务商的转型升级，以强大的技术和供应链能力，为客户提供一站式解决方案。报告期内，公司终端开发效果明显，已经与慕玛披萨、萨莉亚、鲍师傅等国内大多数西式快餐、烘焙领域的头部企业，乐乐茶、CoCo等头部的茶饮咖啡连锁，以及外婆家、巴比食品等知名的中餐企业形成良好合作。同时，公司积极拓展便利店渠道，与罗森、全家等全国便利系统深度合作，联合开发产品，进行品牌联动。公司餐饮工业在全国范围内拥有400余家经销商，为更广范围的客户提供专业化服务。感谢您的关注！

**问题：自己过年期间在北方小县城以及多个超市中购买东西，发现大部分超市都有妙可蓝多的奶酪产品，但大部分产品种类不全，只有小包装且1-2种口味的，对于这些渠道的铺货我们在做哪些措施呢？**

回复：尊敬的投资者，这些市场是公司深化渠道精耕的重点城市，公司一方面会在流通渠道扩大网点覆盖、增加陈列面积，另一方面会丰富产品矩阵，除了公司会加大推广家庭餐桌产品的力度之外，在常温产品上，公司推出三支装、散称奶酪棒进入零食量贩渠道，同时不断拓宽常温奶酪产品品类，推出休闲零食芝士时光系列产品，包括小乳酪三角、奶酪布丁、四重奶酪玉米脆片等，公司也会继续研制并推出更多常温奶酪零食。同时，在渠道营销方面，公司继续加大终端陈列，保持第一品牌的形象。积极开展季节性主题路演、奶酪巴士进乡镇等多种多样的消费者营销活动，持续提高奶酪产品的市场渗透。感谢关注！