**上海广泽食品科技股份有限公司**

**投资者接待活动记录表**

**编号：2018001**

|  |  |
| --- | --- |
| **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  现场接待  □其他（请文字说明其他活动内容） |
| **接待时间** | 2018年6月12日 |
| **接待地点** | 上海广泽食品科技股份有限公司工厂会议室 |
| **上市公司**  **接待人员姓名** | 常务副总经理：任松  副总经理：胡彦超  证券事务代表：曹瑛 |
| **参与单位**  **名称及人员姓名** | 鹏华基金：王治璇  国海富兰克林基金：赵钦  华泰保兴基金：孙静佳  兴业基金：张诗悦  长信基金：安昀、刘亮  东吴基金：宋佳龄  海富通基金：肖威兵  国联安基金：赖雪文  凯石基金：于乐娇  理成资产：林丽芬  中泰资管：郭祎姮  中信资管：史册  兴业自营：冯一雪  融湖投资：黄艳秋  星石投资：高超  尚雅投资：成佩剑  中汇金：石书昊  沃珑港投资：陈宇琪  中亿投资：白福浓  前海厚生资产：高宇  玖鹏资产：窦金虎、王珺杰  汇旌资产：张道召  誉华资产：李雪莹  虹诗投资：王诗圆  申万宏源证券：张喆  中泰证券：龚小乐  信达证券：王见鹿、毕翘楚  西南证券：李光歌  国金证券：申晟  东北证券：杨兆媛、齐欢  国海证券：李鑫鑫  东海证券：赵从栋  方正证券：刘洁铭 |
| **投资者关系活动**  **主要内容介绍** | **（一）公司介绍**  参观工厂，播放公司宣传片，介绍公司基本情况。  **（二）会议交流**  **1、行业发展形势以及贵公司所处的地位？**  经过多年发展，目前我国液态奶、酸奶等品类竞争已十分激烈，产品同质化严重。而奶酪受益乳品消费升级,将成为未来增长点。近年来国内外大型乳制品企业纷纷开始关注国内奶酪行业，中国奶酪产业进入快速发展期。当前部分企业已开始自主生产奶酪产品，行业竞争逐渐加剧。公司奶酪业务具有先发优势，目前“妙可蓝多”已发展成为全国性的奶酪知名品牌，并从餐厅工业走向家庭餐桌，“专注奶酪、专为国人”的品牌形象和价值定位深入人心，公司持续加大新品开发、顺应市场需求，优化产品结构，进行渠道扁平化改造，加大品牌建设投入力度，进一步强化了公司在奶酪领域的优势，在马苏里拉等奶酪核心品类处于第一梯队，在电商销售渠道更是处于领先地位，奶油芝士、芝士片、新鲜奶酪、儿童成长杯等产品也开始逐步向全国市场。  **2、贵公司的核心竞争优势主要有哪些？**  （一） 品牌优势：公司以“专注奶酪、专为国人”为品牌发展路线，“妙可蓝多”已发展成为全国性的奶酪品牌，受到专业餐饮和工业客户认可的同时，并向零售领域延伸，深受家庭消费者喜爱，线上销售遥遥领先。在液态奶方面“广泽”稳居吉林省领先地位，并开始积极拓展其他市场，其优质的品牌形象深入人心， “澳醇牧场”等新设品牌也正在成为具有高辨识度和高端形象的优质品牌。  （二） 产品质量优势：公司始终坚持走高品质、高附加值的产品路线，始终坚持选用国内外的优质原料，始终把食品安全和产品质量放在第一位，严格把控生产的每一个环节，杜绝任何可能的食品安全隐患。生产工艺方面，保证安全性和营养性兼备，产品的优良特性得到了广大消费者的认可。  （三） 技术研发优势：公司坚持以奶酪产品为核心，整合全球优质资源，完善垂直全产业链合作。通过全球战略合作和内生型技术研究开发，率先成为国内掌握原制奶酪生产技术的企业，并针对国人的不同需要研发奶酪产品，推出多款儿童奶酪产品，以及具有创新性的常温奶酪产品。液态奶方面，公司针对细分消费市场开发出一系列城市时尚型、功能型牛奶饮品，如炭烧酸奶，咖啡牛奶等。尤其是公司炭烧酸奶产品，口感浓厚绵滑、价格实惠，一经推出即反响强烈，深受消费者喜爱。  （四） 营销网络优势：公司营销网络分为传统线下渠道和电商渠道，其中传统线下渠道可进一步细分为餐饮渠道、工业渠道和零售渠道，目前公司已初步建立起覆盖全国的网络渠道。餐饮工业渠道方面，公司凭借优秀的研发能力、强大的定制产品及应用研发服务，赢得众多连锁大客户的青睐，在创造效益的同时不断获得品牌影响力的提升。零售渠道方面，公司不断进行拓展，与家乐福、欧尚、永辉等建立了良好的合作关系。电商渠道是公司的优势渠道，“妙可蓝多”品牌持续强化在电商领域奶酪销售的领军优势。  （五）全球采购优势：公司建立起了覆盖欧洲、美洲、大洋洲的全球采购网络，具有全球乳制品交易平台（GDT）拍卖资格。广泛的采购渠道一方面有利于公司自身原辅材料的采购，把握市场变动趋势，保证自身乳制品加工板块原辅材料的供应，减少原辅材料价格波动对生产经营的不利影响。另一方面，可以增加公司产品销售的种类，满足下游客户的相关需求，为公司广泛参与乳制品行业竞争奠定产品基础、积累客户资源。  （六） 管理层丰富的行业经验优势：公司主要管理团队均拥有丰富的乳制品生产、销售和运营经验，始终坚持“食品安全大于天”的经营理念，专注于打造行业的强势品牌，不断提升公司的核心竞争力。  **3、贵公司2017年销售收入取得较快增长，但净利润较低的原因？2018年一季度公司销售收入为什么下滑？**  2017 年，公司实现营业收入 98,199.81 万元，同比增长 91.96%；实现归属于上市公司的净利润 427.86 万元，同比下滑 86.72%。公司销售收入继续实现高水平增长，彰显出公司战略布局的显著成效，但由于处于快速扩张期，尤其是对零售渠道的全面拓展，公司销售费用大幅增加，管理费用占比仍然较高，导致公司净利润水平相对较低。  2018年一季度公司实现营业收入1.89亿元，同比下滑4.91%，主要在于公司对业务结构进行调整所致，贸易产品收入有所减少，而去年同期其规模相对较大，奶酪等核心业务一季度实现了增长。  **4、贵公司未来的发展战略是怎样的？**  国内乳制品市场尤其是液态奶消费近二十年来获得了长足的发展，但以奶酪为代表的干乳制品仍有较大的发展潜力和空间，面对新的消费趋势和国内外的竞争与挑战，公司将继续练好内功，把握先发机遇，充分发挥已有的产品、技术和人才储备优势，成为满足国人需求的奶酪大师，打造中国以奶酪为核心的特色乳制品领导品牌。  未来三到五年公司以“稳定液奶、发展奶酪”为总体战略，积极拓展销售网络，完善全国化布局，在巩固电商渠道奶酪销售领先地位的同时，开发多种现代化通路和面向终端零售的新型奶酪产品，力争在除马苏里拉、儿童奶酪外的多个品类全面领先。同时，公司将加强公司治理和企业文化建设，坚持走专业化的品牌发展路线，加大品牌的宣传推广与营销投入，提高市场占有率和品牌影响力，把“妙可蓝多”打造成为全国知名、消费者耳熟能详的奶酪品牌，并通过上下游整合和技术创新，丰富产品线和品牌内涵，抵御原材料价格大幅波动带来的风险，不断为中国消费者提供优质的、差异化的产品组合。在液奶方面公司继续保持区域领先优势，通过改善产品结构、加大品牌建设和优化内部管理，提升“广泽”、“澳醇牧场”等品牌的美誉度和整体盈利能力，保证液奶板块的平稳发展，为公司提供稳定的现金流和利润来源。 |