

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 2025 年上海辖区上市公司年报集体业绩说明会的投资者
时间	2025 年 5 月 15 日下午 15:00-16:30
形式	网络远程方式 “上证路演中心”网站（网址： <a href="http://roadshow.sseinfo.com">http://roadshow.sseinfo.com</a> ）
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：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、本期财务报告中，盈利表现如何？ 回答： 2024 年，公司实现营业总收入 242.78 亿元，归属于上市公司股东的净利润 7.22 亿元。2025 年一季度，公司实现营业总收入 63.68 亿元，归属于上市公司股东的净利润 1.41 亿元。</p> <p>2、公司计划通过哪些措施改善盈利能力？ 回答： 公司将通过全产业链发展实现提质增效：牧业端在严守质量、牛只、人员安全底线的前提下，提升公斤奶竞争力；生产端落实奶源“紧平衡”管理，协同销售提升产能利用率，深化降本增效；物流端对内优化区域规划，对外突破传统模式，借助科技降低劳动密集度；产品端双轮驱动，鲜奶业务巩固市场份额，抢占即时零售渠道，开拓茶饮原料奶市场，常温业务拓展新渠道同时推进传统经销商“量质齐升”，多维度提升经营质量。</p> <p>3、介绍下公司 2025 年的规划？ 回答： 公司 2025 年全年经营计划为：争取实现营业总收入 261.96 亿元，归属于上</p>

上市公司股东的净利润 3.39 亿元，归属于上市公司股东的净资产收益率大于 3.48%。该经营计划并不构成公司对投资者的业绩承诺，请投资者对此保持足够的风险意识。2025 年公司董事会将重点做好以下几项工作：一、强化科技创新引领，深化核心技术攻关，加速科研成果转化，赋能产业链价值提升；二、提升牧场管理能力，聚焦牛只健康水平、生奶质量、绿色环保，提升生产效率及盈利能力，实现牧场可持续高质量发展；三、深化产业链协同发展，强化奶源、生产、物流、终端全产业链精细化管理，实现提质增效与资源高效配置；四、焕新品牌文化势能，深化与文化艺术、体育健康、科技创新等领域跨界融合，打造独具特色的核心品牌资产；五、布局全域渠道生态，紧跟渠道变革步伐，拓展多元化路径，提升消费者触达效率与体验价值；六、加速全产业链数字化转型升级，提升全流程运营效能，以数字化技术赋能管理模式革新与商业价值重构；七、持续优化海外企业管理，统筹经济发展和风险防范，推动国内外业务协同，提升经营质量；八、完善现代企业治理体系，推进治理架构与制度流程升级，提升公司治理能力和抗风险能力。

4、今年消费整体还是偏弱，请问公司如何预期今年行业液态奶量价的趋势？

回答：

液态奶发展短期内受到原奶价格波动、市场需求变化等影响，但长期向好的基本面没有改变。目前，我国人均乳制品消费量仍较低，中国奶业协会数据显示，2023 年我国人均乳品消费量 42.4 公斤，仅是亚洲平均水平的 1/2，世界平均水平的 1/3 左右，仍有较大的发展潜力和空间。随着消费市场的逐步修复和政策的持续发力，液态奶产品的消费结构将进一步优化，新鲜、营养、健康的高品质产品将受到消费者青睐，乳制品行业将在调整中实现高质量发展。

5、请问目前渠道库存情况如何？今年一季度喷粉量相比去年的变化有没有减少？

回答：

公司整体库存水平处于合理区间，周转效率保持在平稳状态。公司终遵循“以销定产、动态优化”原则，通过精准的供需匹配确保库存结构健康可控，为业务稳健发展提供有力支撑。公司奶源实施“紧平衡”管理，原料奶粉库存也处于合理且可控范围内。

6、如何看待今年乳制品行业的发展，公司将在哪些板块寻求新增长？

回答：

今年乳制品行业挑战与机遇并存，随着国家促增长和促消费政策的密集推行，消费者健康意识的逐步提升，乳制品消费具有持续动能。一季度，公司在生产端，不断推进产能布局优化，全面提升产能利用率；在市场端，光明优倍以 5.0 超鲜牛乳持续打响全网“保护力”战役；如实立足纯净品牌进一步拓新；常温品类聚焦核心大单品，优加稳住基本盘抢存量，莫酸发展第二曲线，优化产品结构；在渠道端，针对现制茶饮、烘焙及餐饮等渠道快速发展，推出定制化乳制品；新鲜产品抢占即时零售渠道，常温产品借助量贩休闲渠道，下沉市场、拓宽渠道。

	<p>7、如何提升冰淇淋市场份额？</p> <p>回答：</p> <p>光明冷饮持续聚焦优势资源，树立“国民雪糕”形象，制定差异化国潮产品定位及品牌推广策略，打造一城一物系列、大白兔系列、优倍系列等大单品系列，旨在引领市场潮流。同时，公司聚焦渠道深化，尤其在重点核心区域加强数值铺货，强化在华东区域及终端市场的渗透力，迎合新渠道新趋势，发展新消费群体，挖掘销量新增长点。公司通过产品创新、营销创新，吸引消费群体的关注和喜爱，提升光明冷饮的品牌影响力。</p> <p>8、现在很多人压力较大，睡眠存在困难，最近看到光明出的舒睡奶，请介绍一下。</p> <p>回答：</p> <p>公司始终聚焦乳品营养与健康，从消费者需求出发，以新质生产力为基石，用科技创新赋能鲜活产品力。公司推出的光明舒睡牛奶甄选 GAP 一级牧场的优质奶源，采用优于欧盟标准的生牛乳作为原料，并配比多种有助于睡眠的成分。公司还推出了光明优加舒睡奶粉，该产品特别添加全新光明自主知识产权专利菌株：唾液链球菌嗜热亚种 BD9818，同时还添加了传统食材酸枣仁粉和茯苓粉，为改善睡眠体验提供选择。</p> <p>9、公司今年的分红政策是怎样的？</p> <p>回答：</p> <p>公司一直以来都致力于实现稳健的经营和持续的增长，同时也非常关注中小投资者的利益，持续较高比例的现金分红。公司 2024 年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润，拟向全体股东每股派发现金红利 0.16 元（含税），拟派发现金红利 220,555,803 元（含税）。2024 年度本公司现金分红占本年度归属于上市公司股东的净利润比例为 30.55%。以上利润分配方案尚需公司股东大会审议通过。公司将努力，不断提升公司的经营业绩和市场竞争力，为投资者创造更多的价值。</p>
附件清单 (如有)	无