

证券代码：605179

证券简称：一鸣食品

浙江一鸣食品股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2025-

001

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员名称	浙商证券、国泰君安、中国国际金融股份有限公司、无量资本、天和资本、上海问道投资管理有限公司、上海宸泮资产管理有限公司、立信会计师事务所、浙江策信投资管理有限公司、中科浙数（杭州）数字技术有限公司
时间	2025年3月5日（星期三）
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	1、董事长 朱立科先生 2、董事 朱立群先生 3、董事会秘书 林益雷先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1.公司更倾向投入新品研发（如功能性乳品）还是渠道加密（如社区店扩张）？</p> <p>公司的当前的战略主目标是实现华东地区奶吧数量 6600 家门店，实现这一目标离不开产品创新。在拓展门店渠道的过程中，公司始终坚持以客户为中心，加大技术创新投入。一方面不断拓展社区店等渠道，提升品牌市场覆盖率；另一方面积极研发新品，如功能性乳品等，为消费者提供更多选择，两者同步推进，相互促进。</p> <p>2.目前公司如何战略布局考虑第二增长曲线？</p> <p>公司将围绕核心产品，拓展相关多元化业务，打造第二增长曲线。例如，公司推出以天然乳基为原料、为儿童开发的 0 添加健康零食品牌米可泡泡；开展围绕“大脑、骨骼、肠胃”营养需求，以天然乳基为载体，为儿童及银发群体开发健康功能食品的创新食品项目；推进为客户提供一站式咖啡服务解决方案的奕程咖啡项目等。</p>

3.2024年前三季度关闭340家门店（直营占48.5%），加盟店新增242家但收入同比仅增0.6%。闭店是否反映直营模式效率低下？加盟商盈利模型是否可持续？

由于部分的直营门店业绩未达预期，我们前三季度主动关闭了一批直营店。2024年前三季度加盟店新增242家、关闭175家、实际净增67家门店。受老门店会面临着商圈迁移、城市人员流动等客观因素影响，公司每年都会有一部分因搬迁关停。新门店的开业时间和老门店调整等因素，使得加盟收入增长与门店数量变化比例在短期内并不一致。

4.计划2024年净增800家门店，但前三季度净减少56家。全年目标是否下调？未来如何平衡规模与单店产出（当前日均销售额约1.4万元）？

该计划为2023年第四季度制定的新一年度战略目标，2024年市场环境不如预期的乐观，公司内部对全年目标进行了调整，以“高质量拓展”为主要方向，“开好店、开万元店”为目标，针对不同的市场区域,围绕成熟、发展、新拓展市场制定差异化的拓展策略。在门店投资成本上，我们将持续优化供应链资源，完善装修施工整体流程，提高装修施工效率，降低装修施工和设备成本。对于存量店，公司重点聚焦客户满意战略，不断强化品牌力，提升门店终端的服务力，精准锁定目标客户群体、夯实早餐消费场景，重点打造午餐场景，增加门店全天客流，提升门店员工劳效。

5.长三角老龄化率超24%（高于全国18%），银发消费市场增长明确。“针对老年群体需求，是否研发适老化产品（如易吞咽高蛋白酸奶、低升糖指数面包）？在门店布局上，是否会与社区养老服务中心合作提供定制配送服务？”

满足银发族需求是公司未来重点关注方向之一。目前，公司已进行初步探索，推出了适合全家营养的奶粉产品，包括只有生牛乳的纯牛奶粉，以及添加铁皮石斛、高钙高蛋白且不添加蔗糖的药食同源奶粉。未来，公司将加大这方面的投入，研发更多适老化产品。

6.华东收入占比96.2%（2024Q3），华中、华南尚无实质性突破。冷链半径限制下，是否考虑通过并购或增加区域代工或预包装产品突破地理壁垒？

我们每年都会有详细的区域拓展计划，2025年主要聚焦在华东地区，未来我们如果需要将产品销售至华中、华南地区时，并购或增加区域代工或预包装产品将会是我们提升整体供应链能力的选项之一。

7.线上收入占比小，但是整体电商增速达到了27%。是否计划加大数字化投入？

线上渠道是公司大力发展的渠道之一，在当前市场环境下，发展线上渠道是快消品牌的必要选择。对于一鸣来说，电商业务刚刚起步，前景广阔；公司选择发展线上，也有利于我们走出去跟全国同行竞争学习，变相提高企业的综合竞争力，所以接下来公司会继续在会员 APP、微信商城、微信小店及抖音直播平台上继续投入。

8.2024Q3 线上收入 7003 万元（+37%），但毛利率同比下降 5.79 个百分点至 35.16%。电商渠道是否过度依赖低价促销？如何解决短保产品线上配送时效与损耗问题？

电商渠道毛利率下降原因主要是公司采取低价优质的产品策略，这也是目前各行业在电商上选择的主流策略，因此我们数据上出现波动属于正常情况。2024 年公司在线上渠道增加了一些低温产品，由于低温产品的物流费用较高，也导致产品毛利率下降。针对短保产品时效和损耗基于两个点去优化：1.全国云仓建设，大幅度缩短快递时效性，降低物流成本。2.通过供应链的弹性柔性配合，同时不断提升总体业绩的来为减少产品损耗率，进而提高毛利率。

9.线上收入增长主要依赖低价促销还是自然流量？2024 年线上客单价同比变化趋势如何？

在当下的市场环境下，企业需要提供低价优质的产品，不能简单地认为线上的收入增长依赖于低价促销。同时在流量获取上面，我们是多元化的组合打法，例如抖音直播间以付费打法为主，为产品和品牌在线上做大量发声，进而带动天猫、私域、分销渠道完成流量变现。2024 年乳品线上市场客单下降比较明显，但一鸣线上客单变化幅度并不大，且线上业务总量上实现了高速增长，表明市场对于一鸣的产品较为认可。

10.白砂糖、果酱等原料成本管理上是否通过期货工具对冲价格波动？冷链物流成本是否有优化空间？

公司高度关注主要原料成本变化，除了在供应商管理方面采取针对性措施外，还会在合适的时间点锁定原材料供应价格，以降低价格上涨对公司的负面影响。目前，公司并未直接利用期货工具对冲价格波动。

目前，公司建立了自有物流车辆、配送中心与外部专用合作车辆相结合的冷链物流体系，通过七大配送周转中心（平阳、平湖、杭州、南京、宁波、常州以及电商配送中心），业务覆盖浙江、江苏、上海、福建等地。公司可通过优化运输路线、降低空载率、对外出租空闲车辆等方式降低物流成本。此外，随着公司业务规模扩大，冷链物流成本也会相应降低。

11.自建牧场奶牛存栏量约 5000 头，奶源自给率约 20%。如何应对南方高温对奶牛产奶效率的影响？

截至 2024 年 9 月，公司奶牛存栏量约 5300 头，自有奶源占比约 20%。公司成立了浙江省奶牛遗传改良与乳品质研究重点实验室，依托浙江中星畜牧科技有限公司运营，构建商业化畜禽种业体系，增强自主创新能力和综合竞争力。公司将依托现有养殖场和科研设施，积极探索胚胎繁育技术，致力于培育适应南方环境、抗病能力强、品质优良的奶牛新品系，提升奶牛种业核心竞争力，促进奶牛养殖提质增效。

12.咖啡品牌“奕程咖啡”入驻率不足 5%，披萨业务覆盖 40 家门店。跨界业务是否拖累主业资源？公司将其定位为‘引流工具’还是独立增长点？如何评估烘焙品类未来市场？

奕程咖啡并非仅面向门店，是一个多渠道拓展的项目，由专门团队负责运作。咖啡和披萨业务都是公司对创新商业模式的探索。这两项业务进入门店时，需综合考虑门店硬件条件、所在商圈情况等因素，因此在门店拓展初期需要一定的时间打基础。咖啡和披萨入驻奶吧门店，丰富了门店品类，能够在非客流高峰期吸引部分顾客，满足顾客全天不同时段的需求，为顾客带来更多新鲜体验。

从烘焙品类整体市场来看，蛋糕、糕点是烘焙行业最大的两个细分品类。从同比增速来看，糕点、蛋糕、面包近年来均保持双位数增长。预计未来，存量规模增速较大的蛋糕、糕点仍将引领烘焙行业发展。从产品角度看，烘焙行业有从中长保产品向短保产品、从包装产品向非包装产品发展的趋势。从竞争格局看，我国烘焙行业集中度较低，未来市场发展空间较大。

13.当前市盈率（TTM）443.65 倍，较行业平均（27.99 倍）溢价超 18 倍。高估值是否透支成长预期？公司如何引导市场理性定价？

公司始终坚持以主业发展为核心，做优做强做大，不断提升经营质量和业绩，增强公司内在价值。同时，公司始终秉持价值创造与合规披露并重的原则，将根据《上市公司监管指引第 10 号——市值管理》的指导，合法合规的加强信息披露与投资者的沟通，注重股东回报。市场定价的本质是公司价值创造的可视化表达，扎实的业绩增长与合规的价值传递是平衡市场预期核心。上市公司股价走势受多种因素影响，包括公司基本面、经济形势、政策导向、二级市场行情以及投资者交易意愿等。

14.2024 年 12 月员工持股平台（心悦、鸣牛、诚悦）减持 1% 股份，减持是否基于对公司前景的负面判断？实控人后续有无减持计划？

	<p>本次减持是兑现 IPO 前员工激励的正常经营行为，有助于激发员工积极性，增强员工主人翁意识。公司控股股东、实控人以及董监高均未参与此次减持。公司控股股东、管理层及全体员工对公司未来发展充满信心。</p> <p>目前，实际控制人暂无减持计划。若未来有股份减持计划，公司将严格按照信息披露规则进行披露。</p> <p>15.未来会否提高分红比例？</p> <p>公司始终重视全体股东的合理投资回报，积极回馈投资者，同时兼顾公司可持续发展。公司将综合考虑盈利状况、现金流水平、未来资金需求等因素，合理制定利润分配方案。</p>
<p>附件清单（如有）</p>	
<p>日期</p>	<p>2025 年 3 月 7 日</p>

