

证券代码：002329

证券简称：皇氏集团

## 皇氏集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-02

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	中国国际金融股份有限公司蒋浩俊、杨秋硕、林静婷、金祺艺、申万宏源证券许弘林、兴证资管王剑、嘉实基金王怀震、海通证券唐宇、中信建投孙金琦、上海斯诺波投资周靖艺、广州境合投资古嘉健、徐若吾、中金财富证券李海明、海富通基金翟顾凯、鸿汇资产杨莹、程超
时间	2020年9月1日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	公司董事长黄嘉棣、董事兼总裁陈易一、董事兼副总裁谢秉锵、董事兼董秘王婉芳、副总裁伍云、华南乳品公司总经理王鹤飞
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次投资者交流活动主要参观公司的生产基地，了解公司生产经营情况及非公开发行股份情况。</p> <p>会上，公司董事兼董事会秘书王婉芳女士首先向投资者介绍公司的基本情况以及非公开发行股份方案，其次由华南公司总经理王鹤飞先生介绍华南公司情况、产品结构和特点、营销渠道及新零售的发展，副总裁伍云女士介绍由皇氏自主研发的巴马益生菌产品优势及发展。公司管理层就投资者提出的下列问题进行了解答：</p>

### 1、公司的主营是乳业，保留信息服务业务的原因是什么？

乳业和信息都是公司目前的核心业务，公司在加快乳业板块业务发展的同时，也在不断夯实信息板块业务基础，从目前的财务数据来看，信息服务板块的仍取得较好的发展，收入占2019年度主业收入的22.73%，2020年上半年的则占公司总收入的20.5%。加之5G网络建设快速发展，为信息服务带来更大的发展空间，传统短信业务将在5G时代全面升级，RCS将成为短信业务统一演进方向，带来全新的交互方式和消息体验。公司通过积极探索相关产品及业务的应用场景及创新方案，不断加快原有移动信息服务的系统与产品的升级，以抢占先机，持续提升产品竞争力。

同时公司与上海商汤智能科技有限公司建立战略合作关系，开启智慧城市运作，提升公司在人工智能、大数据挖掘与分析、云服务平台等方面的技术能力，实现公司信息业务的拓展和产业智能化的转型升级。信息业务为乳制品业务的数字赋能，这是公司非常看好的一个发展方向，也是公司重点打造的业务发展模式，借助大数据挖掘分析及应用，将对乳业板块在精准营销、提升线上销售业务等方面提供有利帮助，为公司的进一步发展打下基础。

### 2、公司的主要市场在西南，如果未来伊利、蒙牛进入西南市场，公司具有哪些应对措施？

竞争无处不在，公司首要的任务是通过不断打造自身核心竞争力以抵御外来竞争的风险，我们主要从产品力、品牌力以及营业渠道上打造自己的壁垒。首先是水牛奶、酸奶、果奶等差异化产品的打造，公司在产品和研发上，不断优化产品结构，

增强新品尤其是差异化产品的研发能力，通过研发引领风尚、消费者喜爱的产品逐渐扩大消费群，如水牛奶系列产品、“小酸奶”、“我的果园”、“饭不着”等产品一经上市就深受消费者的喜爱，消费群体涉及各年龄段、各阶层，形成自身独特的产品力；在品牌和销售渠道建设上，公司将通过三个方面深耕核心区域，提高客户忠诚度：在品牌及渠道建设方面，继续推行聚焦战略，通过品牌及渠道建设，尤其对核心区域的精耕细作，如深挖三四线城市和乡镇市场的潜能、完善销售网络和服务体系等，将核心品牌深植于核心区域市场，同时挖掘特殊时期下新销售渠道，如疫情期间大力开展社区无接触配送、直播带货等新型渠道取得良好效果，如摩菲水牛纯牛奶直播仅三分钟即售出 20 多万件，公司新品饭不着，通过网红主播带货，实现 1 分钟内多平台多渠道销售 36 万杯的销量，当日低温酸奶类目获得“交易指数”和“流量指数”第一；在产能上，积极提升华南、湖南两大智能工厂的产能利用率的同时，加快建设来思尔智能、遵义两个工厂，同时借助巴马益生菌产业化生产基地项目、新鲜到家数字化渠道新基建项目、广西水牛乳工程技术研究中心项目等几个定增项目的实施，进一步扩大公司规模，提升企业竞争力和影响力。

而今年以来，新冠疫情的爆发使整个社会的消费心理、消费行为发生了巨大改变，互联网平台成为了销售主战场，经济社会全面走向数字化的趋势越来越明显。面对新情况新趋势，公司主动进行数字化转型升级，积极与韵达物流、中通等知名企业开展合作，借助大数据、云计算、新零售、云仓和现代物流等工具和营销手段，加快传统经营模式向数字化转型。公司将积极发挥信息与乳业的产业融合，通过新产品、新媒体、新

	<p>零售做强西南市场，实现公司打造西南第一乳企的战略目标。</p> <p><b>3、公司水牛奶等产品都颇具特色，在全国化销售过程中如何实现营销落地？费用如何管控？</b></p> <p>现代物流的快速发展为公司优质产品“走出去”提供了便利条件，公司在做大做强西南市场的同时，正在逐步向周边省份乃至全国扩张，通过水牛奶、饭不着、摩菲水牛纯牛奶、爱特浓等一批差异化、网红产品，公司品牌力正进一步提升。公司将在狠抓内部费用管控的同时，做好线上线下的整体规划，在做好产品、做好平台上下功夫，做好费用的精准投放，做到有的放矢，力争实现企业利益的最大化。</p>
附件清单(如有)	
日期	2020年9月1日