

证券代码：600597

公司简称：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	业绩说明会
活动主题	2025年上海辖区上市公司三季报集体业绩说明会
时间	2025-11-13 - 15:00-16:30
地点/方式	上证路演中心 https://roadshow.sseinfo.com 网络文字互动
参会人员	党委书记、董事长：黄黎明、党委副书记、董事、总经理：贲敏、 独立董事：高丽、财务总监：赵健福、董事会秘书：沈小燕
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司对新莱特未来战略定位和盈利时间表有怎样的规划？ 回答： 新莱特是公司在新西兰拥有的优质、稳定、可靠的生产基地，是公司国际业务重要板块。公司作为新莱特控股股东，一直积极参与并支持新莱特业务发展，在婴配粉新国标注册、企业再融资、积极创新发展新业务和增长点等方面发挥重要作用。新莱特将持续夯实与战略客户的长期合作，着力提升服务质量，聚焦高级营养品及稀奶油业务在中国及东南亚市场的布局，多措并举进一步提升经营业绩。</p> <p>2、毛利率下降的主要产品线是什么？是由于行业竞争加剧、原材料成本上升，还是产品结构变化所导致的？ 回答： 公司第三季度毛利率下降的主要原因是：乳制品市场竞争加剧，公司低毛利产品占比较同期略有提升。</p> <p>3、请问，导致外地市场收入下滑的具体原因是什么？公司针对外地市场制定了哪些具体的调整策略和改进措施？ 回答： 公司将继续坚持“稳固上海，做强华东，优化全国”的发展战略，精耕上海和华东市场的同时，积极拓展全国市场；在夯实原有渠道的基础上，开拓新兴渠道，扩大市场渗透范围；丰富产品线并</p>

优化生产工艺，借助新技术、新配方推进产品升级与创新，满足消费者多样化需求；推行精准营销策略，在重点城市、重大节日开展营销活动，提升品牌曝光度与消费者互动参与度；同时持续强化品牌建设，提升品牌知名度与美誉度。

4、公司对目前市值满意吗？是否合理反应公司实际？

回答：

公司将持续增强价值创造能力，聚焦主业，提高管理效率、提升盈利能力，实现企业价值最大化。同时，公司高度重视投资者关系管理，通过举办业绩说明会、召开投资者交流会、接待投资者调研等方式，加强与投资者、研究机构的沟通互动，展示公司投资价值，实现公司市值与投资价值的统一。公司近期发布《关于“提质增效重回报”行动方案》，将持续关注投资者意见建议，结合实际优化行动方案并持续推进实施。

5、公司目前在渠道定制产品合作方面有哪些具体进展？

回答：

公司持续深化多元渠道合作与定制化产品开发，实现渠道精准覆盖。目前，公司已与全国头部渠道商达成深度定制合作，针对不同渠道的用户画像与消费场景，推出差异化产品。未来，公司 will 持续拓宽渠道合作边界，深化定制化策略，围绕营养功能、包装规格、口味创新等维度，结合渠道大数据优化产品配方与供给模式，同时加强供应链数字化协同，提升定制产品的交付效率与市场响应速度。

6、中报未单独披露上海营收、利润等关键数据，投资者呼吁更多区域拆分信息。请问未来是否会自愿披露更细化的分区域经营数据（如上海、华东、全国占比与增速）？是否计划增加线上路演频率或通过短视频、直播等形式加强青年投资者沟通？

回答：

公司严格按照《上市公司信息披露管理办法》《股票上市规则》等相关规定披露定期报告和临时公告。公司已按照《上市公司行业信息披露指引第十四号——食品制造》的要求，按产品分类、地区分类、渠道分类，披露了公司各个季度的主营业务收入细分数据。公司将一如既往，通过积极召开线上业绩说明会、线下投资者交流会、投资者走进上市公司等活动，加强与投资者互动交流。

7、出售新西兰北岛资产将带来 12 亿元现金流。请问这部分资金将如何分配？是用于偿还债务、回购股份、加大分红，还是投入新产能？公司当前负债率处于行业什么水平？未来资本开支重点方向是什么？

回答：

通过出售北岛资产，新莱特可以有效化解当下所面临的经营压

力，将资源与精力聚焦于核心主营业务，提升企业竞争力，保障企业的稳健发展。其次，北岛资产出售将为新莱特带来充足现金流，用于偿还债务。未来运营资金贷款所需额度也将减少，将大幅下降利息成本。符合新莱特当前降低财务流动性风险的迫切诉求，显著改善银行融资环境。光明乳业 2025 年三季报的资产负债率为 50.90%。资本开支的目标是打造公司全产业链核心竞争力和对关键业务进行产业布局，确保公司可持续发展，重点方向是强链补链、技术改造、数字化转型、节能环保等方面。

8、Q3 归母净利润亏损 1.3 亿元，扣非净利润亏损 9104 万元，但亏损幅度收窄。请问利润下滑的主要原因是什么？未来将通过哪些手段改善盈利性？

回答：

公司将通过全产业链提质增效，提升盈利能力：牧业端，通过精细化管理，不断提升原奶质量，提升公斤奶成本竞争力，提高奶牛育种技术；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，优化线路和仓储管理，借助科技降低劳动密集度，降低运输成本；产品端，科技赋能，根据消费者需求，工艺精益求精，推陈出新；渠道端，巩固原有渠道的同时，及时顺应渠道变化。新鲜业务抢占即时零售渠道，开拓咖啡、茶饮原料奶市场，特渠定制联名款；常温业务拓展零食新渠道，多维度提升渠道能力；品牌端，坚守光明品牌高品质、新鲜营养健康的基调，在文艺、体育、科技等多领域发力，不断提升品牌力。

9、乳制品行业面临碳排放与动物福利等 ESG 挑战。请问光明乳业在牧场管理、包装环保化、减碳目标等方面有哪些具体措施？是否有明确的 ESG 量化指标（如单位产品碳排放下降目标）？

回答：

公司秉持“绿色消费、低碳前行”的理念，积极践行绿色发展之路。在牧场端，光明乳业利用农作物秸秆作为饲料，推动农业废弃物的循环利用，构建种养结合、生态平衡的牧场模式；在工厂端，持续投入资金用于节能减排技术改造与创新，运用先进技术优化能源管理，实现节能减排与资源循环利用；在消费端，通过牛奶纸盒回收行动，将牛奶纸盒再生制品融入到人们的日常生活。今年公司对旗下屋顶型纸盒包装进行了全面升级，特别选用了 FSC 认证的纸板纸盒。在碳排放方面，公司 2024 年 6 月已确定上海金山种奶牛场粪污沼气处理提纯天然气项目，将并入管网上市销售，共享碳指标，每年将减少二氧化碳排放 1.2 万吨。公司每年实际碳排放总量均控制在配额内，并呈逐年下降的趋势。

10、光明乳业在上海地区存在关联交易（如土地租赁、采购）。请问公司如何确保关联交易定价的公允性？是否建立独立第三方评估机制？关联交易占比是否会影响公司独立性？未来是否会

降低对上海本地资源的依赖风险？

回答：

公司日常关联交易事项，经公司独立董事专门会议审议通过后，提交公司审计委员会、董事会、股东大会审议通过。日常关联交易为满足公司日常经营业务的需要，不存在损害上市公司或中小股东的利益的情形，不构成较大依赖，对上市公司独立性无影响。

11、公司此前推出低糖、功能性乳品，但市场反响有限。请问未来是否会针对特定场景（如健身、办公、儿童早餐）开发定制化产品线？在研发投入上是否有明确比例？是否会与高校或科研机构合作，加快功能性乳品（如益生菌、免疫增强型产品）的技术突破？

回答：

公司始终以消费者需求为核心，坚持品质引领与创新驱动，持续加大研发投入、升级生产工艺、优化产品矩阵。近期公司聚焦营养强化、功能细分等核心赛道，集中推出多款新品：包括富含活性营养的光明优倍 5.0 超鲜牛乳、高蛋白配方的光明如实高蛋白纯净发酵乳，以及针对性满足骨骼健康需求的光明优加益固系列产品、助力优质睡眠的舒睡系列产品粉等。后续公司 will 持续深耕产品创新，丰富产品线以覆盖多元化消费场景。

12、液态奶作为核心业务，2025 年前三季度收入 101.46 亿元，同比下滑 8.57%。公司计划通过哪些手段扭转下滑趋势？例如：①产品端：是否加大高毛利品类占比；②渠道端：如何应对线上流量碎片化与线下商超客流减少；③营销端：如何利用年轻消费者喜爱的社交媒体或 KOL 进行精准触达？

回答：

作为核心业务板块，公司将多措并举，持续大力发展战略性业务，具体措施如下：在产品端，科技赋能，根据消费者需求，工艺精益求精，推陈出新；在渠道端，巩固原有渠道的同时，及时顺应渠道变化。新鲜业务抢占即时零售渠道，开拓咖啡、茶饮原料奶市场，特渠定制联名款；常温业务拓展零食新渠道，多维度提升渠道能力；在营销端，坚守光明品牌高品质、新鲜营养健康的品牌主基调，在文艺、体育、科技等多领域发力，不断提升品牌力，促进拉动消费。

13、光明乳业连续三年营收与净利润下滑，液态奶收入同比下滑 8.57%。公司如何应对行业增长乏力与现制茶饮等替代品的冲击？是否有计划通过并购、跨界合作或新品牌孵化来开辟第二增长曲线？

回答：

乳制品行业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。随着消费市场的逐步修复和政

策的持续发力，乳制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。公司及时顺应渠道变化，新鲜业务抢占即时零售渠道，开拓咖啡、茶饮原料奶市场，特渠定制联名款；常温业务拓展零食新渠道，多维度提升渠道能力。公司始终秉持稳健经营与创新发展并重的理念，对于并购重组及外延式发展机会，我们将结合战略规划及市场环境审慎评估。收购兼并、资本运作等重大事项请以公司公告为准。