

证券代码：002910

证券简称：庄园牧场

兰州庄园牧场股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2018-002

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（甘肃辖区上市公司投资者网上集体接待日活动）
参与单位名称及人员姓名	投资者
时间	2018年7月19日 下午 14:00-16:30
地点	上证路演中心（ http://roadshow.sseinfo.com ） （采取网络远程的方式举行）
上市公司接待人员姓名	副董事长、财务总监、董事会秘书王国福先生，执行董事、证券部经理张骞予女士，证券事务代表潘莱女士
投资者关系活动主要内容介绍	与投资者进行互动交流和沟通，就投资者关注的主要问题进行了答复。（具体内容详见附件） 公司与投资者进行了充分的交流与沟通，并严格按照公司《信息披露管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，没有出现未公开重大信息泄露等情况。
附件清单(如有)	2018年7月19日投资者关系活动交流详情
日期	2018年7月19日

附： 2018年7月19日投资者关系活动交流详情

1、问：国家对美国乳制品加征关税，是否有利于公司的产品销售？

答：您好，感谢您的提问！

国家对美国乳制品加征关税，美国乳制品在我国的竞争力很可能会减弱，对国产乳制品销量可能会产生正影响。

2. 问：公司拟投资 3.05 亿元建设日加工 600 吨液体奶项目，如何保证产能利用率？

答：您好，感谢您的提问！

公司始终专注于乳制品的生产和销售，重视增强研发与创新能力并一直秉持“以质量求生存”的发展理念，本次项目实施后，将进一步严格卫生与质量控制标准，提高精深加工的水平，进一步优化产品结构，丰富产品种类，实现产品升级，从而进一步提升公司的市场竞争力，保障公司的可持续发展。

3. 问：贵公司在完成对东方乳业收购之后，是否有中报高送转打算

答：您好，感谢您的提问！

我们会按照中国证监会和深交所的监管要求并结合公司未来发展规划制定合理方案。

4.问：对全资子公司东方乳业的收购将会为公司带来怎样的影响？

答：您好，感谢您的提问！

公司自成立以来一直致力于深耕甘肃、青海消费市场，打造西部地区乳品龙头企业和地方品牌。在立足甘肃、青海本地市场的基础上，公司也尝试全国渠道建设和市场开拓。陕西，与甘肃毗邻，距离公司乳制品加工基地较近，交通便利，物流发达，便于产品配送，且陕西经济居西北五省之首，人口较多，旅游资源丰富，未来乳品消费市场潜力较大。公司拟利用东方乳业已有研发机制、产品结构、

品牌影响力、营销渠道，结合自身情况开发新产品，并快速有效进入陕西市场，拓宽销售渠道，提升品牌知名度，扩大营业收入，增强公司整体实力，实现公司产品“立足西北、辐射全国”的全国战略规划。

5.问：请问王总，公司主要营收应该集中在兰州市及其周边，目前市场竞争也趋于饱和，公司之后有无计划大力拓展乡镇一级的市场？如果有计划的话，具体准备以什么样的渠道方式来做？因为公司产品有其时效性。另外公司之后主要考虑产能是在常温奶还是低温冷链奶为主，谢谢

答：您好，感谢您的提问！

伴随着城镇化的持续推进，城乡居民收入差距日趋缩小，三四线城市（包括发达地区县级市、欠发达地区地级市和县级市）市场的乳品消费能力大幅上升，乳品市场蕴含着新的消费增长机会，针对农村市场对乳制品的消费需求大幅提升，公司将加大销售渠道下沉力度，积极拓展三线城市和农村市场，大力推动渠道纵深发展，以巩固和提高市场份额。

区域性品牌企业和以省会城市为大本营市场的地方性品牌企业以其贴近市场，运输半径较小，能够快速到达、保障新鲜度，且产品与当地消费者的口味和消费习惯的融合度较高，区域性品牌在十分重视低温冷链乳制品市场的同时也同时重视常温乳制品市场。

6. 问：回归 A 股首年，庄园牧场利润便出现较大幅度下滑，而且，产品又抽检不合格，公司对此有什么应对计划吗？

答：您好，感谢您的提问！

公司子公司产品“青海大牧场纯牛奶（超高温灭菌乳）”抽检不合格指标为“非脂乳固体”含量 7.82g/100g，低于标准值 8.1g/100g。非脂乳固体是指牛奶中除了脂肪（一般刚从奶牛乳房中挤出的鲜牛奶的脂肪含量为 3.1%左右，根据季节不同略有区别）和水分之外的物质总称，主要组成为蛋白质类（3.0%左右）、糖类、酸类、矿物盐、维生素类等。《食品安全国家标准灭菌乳》（GB25190—2010）中规定，非脂乳固体应不低于 8.1g/100g。该项目不是食品安全项指标，为理化指标项目，该指标未达到国家标准规定不会对人体的健康产生不利影响。

该次抽样检测完成后，成都市食品药品检验研究院和甘肃中商食品质量检验检测有限公司分别对青海湖乳业生产日期为 2017 年 08 月 06 日和 2017 年 08 月 30 日的青海大牧场纯牛奶（超高温灭菌乳）样品再次进行全指标检验，检验结果均合格。

公司将进一步从以下方面严格管理，避免类似问题的重复出现：

（1）加强原奶质量控制。严格执行生乳《食品安全国家标准生乳》（GB19301-2010）和《生鲜乳生产收购管理办法》以及公司制定的《生鲜乳收购标准》，加强原料乳检测程序：生鲜乳达到加工厂区时，由生产部原奶验收组对生鲜乳进行检验，检测不合格予以拒收。同时，公司将进一步提高原奶外部供应牧场筛选标准，并进一步提高自有牧场原奶供给比例。

（2）加强生产关键控制点管理。依据 ISO9001 质量管理体系和 HACCP 危害分析和关键控制点，结合公司实际情况和国家相关标准编写了《公司质量手册》及相关程序文件，针对产品类别制定了详细的《生产作业指导书》，并进一步做好关键控制点质量把关，定期定时检查监测关键控制点，确保公司产品质量。

（3）严格执行产品检验程序。配备先进、齐全的检测设备和专业检测人员，并进行严格的岗前培训和考核。对于生产的每一批次产品，包括巴杀菌乳、灭菌乳、调制乳和含乳饮料等进行严格的质量检测，产品检验符合国家相关指标标准后，方可出厂销售。

在加强自身检测的同时，公司进一步加大与外部第三方独立检测机构的合作。

7. 问：面对国外乳制品在国内市场越来越普及，公司有何应对措施，提高国产乳制品在国人心目中的地位呢？您认为国产奶与国外奶的差距在哪？

答：您好，感谢您的提问！

我个人认为国产奶和国外奶的差距，在中国消费者的认识里。

生鲜乳的质量安全一直是令消费者担忧的一个问题。数据显示，2014 年我国共抽检生鲜乳样品 2.6 万批次，三聚氰胺等检测全部合格，没有发生

重大质量安全事件。从加工看，乳品加工产量略降而利润增长，乳制品质量总体良好。从抽检结果看，全年抽检乳制品样品 1312 批次，覆盖 29 个省份的 488 家企业，不合格率 0.9%；全年抽检婴幼儿配方奶粉样品 1365 批次，覆盖国内全部 100 家生产企业的产品，不合格率 3.2%；2015 年全国乳制品抽检合格率达到 99.5%，三聚氰胺等违禁添加物检测合格率连续 7 年保持 100%；生鲜乳中乳蛋白、乳脂肪两大营养成分平均值都已高于国家标准，也高于美国标准，规模养殖场生鲜乳中体细胞平均值低于欧盟限量值、菌落总数平均值低于澳大利亚限量值。这表明我国的生鲜乳质量安全水平明显提高。在国家高度重视食品安全的背景下，食品安全是乳制品生产制造企业生存和发展的基础，我认为国内消费者可以更多了解中国乳制品发展的成果，树立对中国乳制品质量安全的信心。

（上述 2014 年数据来源于中国经济网 — 《经济日报》。
http://www.ce.cn/cysec/sp/info/201506/02/t20150602_5520462.shtml

2015 年数据来源于中国奶业协会《中国奶业质量报告 2016》）

8. 问：请问庄园牧场有没有可能和伊利蒙牛这样的公司合作？比如像伊利入股中国圣牧和辉山乳业，蒙牛入股现代牧业如果有这样的合作机会，公司是欢迎姿态，还是拒绝？

答："您好，感谢您的提问！

我们认为行业内外的公司在实现各自发展振兴的同时，可以秉持平等互利、开放包容、合作共赢的理念，不排斥和优秀公司展开合作。"

9. 问：近日持召开落实《国务院办公厅关于推进奶业振兴保障乳品质量安全的意见》，想问公司有哪些措施确保质量安全？

答："您好，感谢您的提问。

作为一家乳制品生产商，一直本着为广大消费者高度负责的精神，视质量为企业生命。公司多年来已经在产品质量管理方面积累了丰富的经验，形成了切实有效的质量管理体系。公司已经通过 ISO9001 体系认证（超高温灭菌乳、巴氏杀菌乳、酸牛乳、含乳饮料及乳粉的开发与生产）和 HACCP 认证

【液体乳（巴氏杀菌乳、调制乳、灭菌乳、发酵乳）和乳粉（全脂乳粉、调制乳粉）的生产；含乳饮料、固体饮料的生产】，企业硬件和软件方面均达到了乳制品行业安全生产的要求。公司从原材料采购和生产，成品检验入库，低温产品冷链运输和产品召回等环节严格控制公司产品的质量安全。”

10. 问：公司与其他乳品企业比较有些什么优势？

答：“感谢您的提问！”

1、奶源优势

公司自 2009 年起规划在甘肃、宁夏、青海等地区根据业务发展需要，建立规模化养殖牧场，目前已在甘肃兰州、临夏、榆中、武威，宁夏吴忠，青海西宁建成 8 个养殖牧场，存栏奶牛一万余头。随着公司现有养殖牧场奶牛数量尤其成母牛的养成，以及公司新建养殖牧场的逐渐增多，公司将能够获得稳定优质的奶源，实现整个产业链的全程安全可控。

2、区域优势

公司所处的乳制品行业的西北产业区，包括西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆 6 省区，虽然奶牛养殖和牛奶消费历史悠久，但奶牛品种杂，养殖技术落后，单产水平低。公司成立以来，依靠先进的加工设备与技术、成熟的营销理念、富有活力的企业文化及稳定的产品质量，逐步提高原料奶的自给率，加强对乳制品安全生产的管理，为公司产品在甘肃、青海市场取得了较好的市场口碑和较高的市场占有率。公司在甘肃、青海建立的区域优势，已使公司成为我国乳制品工业西北产业区的重要企业之一。

3、品牌优势

公司自 2000 年成立以来，通过为消费者提供高品质的乳制品，为公司产品赢得良好的口碑，曾荣获“甘肃省用户满意产品”、“甘肃中老年人最喜爱的乳品”称号。同时公司也曾获得农业部“全国乡镇企业创名牌重点企业”称号，公司产品多次荣获“兰州名品”、“甘肃名牌”等称号，公司的“庄园牧场”、“庄园之露”商标也荣获了“甘肃省著名商标”称号。公司通过良好的市场口碑，为自己在竞争激烈的乳制品市场上建立了品牌优势。

4、渠道优势

公司自 2000 年成立以来，除了重点布局甘肃兰州、青海西宁及其周边城市的消费市场外，也致力于推动渠道的纵深发展。

随着西北经济的发展，居民生活水平的提高，尤其是义务教育免费后家庭对学生饮用奶如浓缩奶、纯牛奶的消费加大，从地级市到乡镇村的居民对乳制品的消费需求大幅提高。公司积极应对上述市场的变化，抓住机会建立了从省城到地级市，再到县级市，最后覆盖到乡镇村的销售渠道网络。以甘肃为例，公司形成了从省城兰州，到地级市如天水、定西等，再到县城如秦州区、会宁县等，最后到乡镇村的纵深渠道。公司将把甘肃市场的纵深渠道建设模式进一步推广到青海等省区。公司的产品具有销售渠道纵深的优势。

公司产品销售渠道纵深，再加上公司产品在当地市场进入时间早，当地消费者已经习惯公司乳制品的口味，使公司在当地市场拥有了较高的市场占有率。

5、技术优势

公司被认定为甘肃省省级企业技术中心，公司在省内领先的大型设备有：普析通用的 AFG 型原子吸收分光光度计，可用来检测污染物含量；安捷伦 1260 高效液相色谱仪，可以检测三聚氰胺、黄曲霉毒素、亚硝酸盐以及色素；公司建有二级生物安全实验室，可以有效检测菌落总数、大肠菌群及致病菌。

公司的利乐高速枕灌装设备、利乐砖灌装设备、Primo 杀菌机，爱克林灌装设备，处于世界领先水平。百利包中亚灌装设备、百利包高速中亚灌装设备、南华超高温杀菌机等设备在国内居于领先地位。

6、产品结构优势

公司产品包括巴氏杀菌乳、灭菌乳、调制乳、发酵乳、含乳饮料等各类液态乳制品，有“庄园牧场”、“圣湖”、“永道布”系列七大类 60 多个品种。从消费档次上看，基本涵盖了高中低档各个市场层次，满足了不同的消费需求。从消费群体上看，既有普通大众消费群体，也有学生、白领、老年人、高原地区居民等特殊消费群体。从产品类别上看，品类齐全，既有荷斯坦牛奶、也有牦牛奶；既有巴氏杀菌乳、灭菌乳、调制乳、发酵乳，也有含乳饮料、奶茶等；既有玻璃

瓶装、塑料袋包、塑料杯装、也有枕包、砖包、复合塑袋包、直立袋包等。

公司产品满足了不同地区、不同消费水平、不同消费人群的消费需求，奠定了公司产品的市场优势。"

11. 问：请简单介绍一下公司的销售模式及各省区的营收比例。接下来公司如何扩大全国市场？

答：您好！感谢您的提问。

1.公司的销售模式分为直销模式、分销模式及经销模式。其中，直销模式主要包括与地方教育局合作向中小學生提供學生奶、对超市大卖场的销售以及电商平台的销售；分销模式主要面向兰州及西宁市场；经销渠道主要面向除兰州及西宁以外的其他市场，以及兰州市内的冷链产品送奶到户渠道。

2.2017年度甘肃地区营业收入占比 74.65%，青海地区营业收入占比 19.66%，其他地区营业收入占比 5.69%。

3.公司针对全国市场开拓制定了详细的市场开拓战略，并将角逐全国市场定为公司中远期目标：产品上，公司选择具有地方特色的单品，选择性进入部分二三线城市；渠道商，主要选择依托渠道商的经销模式，通过初期优惠的渠道扶持政策，选取适合公司的经销商，以省为单元派驻区域经理，进行客户助销、区域市场开拓指导等。"

12. 问：公司准备采取何种措施，保持公司在行业的领先优势？

答："随着中国经济的蓬勃发展与人民生活质量的不断提高，消费者对于品质生活、健康、养生的需求正在快速增加。尤其是十九大报告提出的实施健康中国战略，将食品安全和发展健康产业提升了前所未有的新高度。公司根植甘肃和青海两省市场，在未来五年内，随着国家消费升级将继续推动品牌升级和品质升级以及乳制品企业分化，上述地区的市场竞争将逐步进入品牌、团队、技术、资金等全方位竞争阶段，各企业的市场地位随着竞争格局的变化而变化。通过一系列整合，将会诞生新的区域领军企业和强势品牌。从长远来看，市场将会朝着各企业协调发展、共同成长、合理布局的方向发展，而是否具有稳定可靠的奶源基地、能否实现渠道延伸、能否实现差异化的产品结构，将成为影响乳制品企业健

康稳定发展的最重要因素。

公司将继续以优质乳制品生产为目标，以规模化集中养殖、集中统一挤奶、鲜奶专门化储运加工等生产设施及工艺的配套完善为基础，通过生产示范与技术辐射，进一步提升奶牛养殖水平；在强化自有奶源基地建设的同时，加强与养殖规模大、养殖经验丰富、产品质量高的外部专业奶牛养殖机构合作，形成均衡、互补、多元化的生鲜乳供应来源。继续保障安全可靠的奶源与奶制品加工环节的有效对接，以实现产品质量的全程安全可控。

公司通过对区域内乳制品消费者消费行为的研究，以消费者为导向来完善产品的配方、工艺和设备的优化配置，使产品具有针对性和特色优势，形成以消费分析触发研发，以研发来满足不同场景下的消费需求，以不断升级的产品来保持消费者对品牌的忠诚度。

伴随着城镇化的持续推进，城乡居民收入差距日趋缩小，三四线城市（包括发达地区县级市、欠发达地区地级市和县级市）市场的乳品消费能力大幅上升，乳品市场蕴含着新的消费增长机会，针对农村市场对乳制品的消费需求大幅提升，公司将加大销售渠道下沉力度，积极拓展三线城市和农村市场，大力推动渠道纵深发展，以巩固和提高市场份额。

移动互联网在营销及经营领域风头正健，着眼未来，大数据、物联网等信息化新技术将更加影响到消费者的行为模式、消费需求变化。乳品行业主流购买者人群，从年龄结构上来看逐步向 80 后、90 后转移，80/90 后是受互联网影响成长起来的一代，对互联网、移动互联网的应用非常频繁且娴熟。公司将继续加大对网络销售渠道的投入，提高市场占有率。”