

# 新希望乳业股份有限公司

## 2023-2027 年战略规划

### 重要内容提示：

本规划中涉及的未来发展计划、目标等前瞻性陈述及预期，不构成公司对投资者的实质承诺。鉴于宏观经济环境、市场竞争形势、公司经营情况等不断变化，公司存在根据未来实际情况对本规划作出相应调整的可能。敬请投资者注意投资风险。

### 一、使命

鲜活，让生活更美好。

### 二、愿景

科技营养食品企业。

### 三、价值观

创新、卓越、责任。

### 四、战略目标

做大做强核心业务，提升企业价值，五年实现净利率倍增。

### 五、战略方向

未来五年，公司将继续以“鲜立方战略”为核心方向，并审时度势对战略目标进行优化精进，通过做大做强核心业务，努力推动规模复合年均双位数增长，净利率实现翻一番，全面提升企业价值。具体如下：

#### 1、做强低温，价值引领。

公司将坚持以“鲜”为核心主题，将低温鲜奶和低温特色酸奶作为核心重点品类。一方面推动以“24 小时”系列产品为代表的高品质鲜奶产品未来五年复合年均增长率不低于 20%，坚定不移地推动鲜奶品类的高速成长和份额提升；另一方面，看好低温特色酸奶的发展前景，并将通过产品创新和重点产品推广的方式加速低温特色酸奶品类的增长。通过鲜战略的推动和落地，优化产品结构，为用户带来更好的产品体验，为股东带来更好的投资回报，为社会带来更多的责任价值。

## **2、科技加持，体验为上。**

通过生物科技和数字科技的持续强化和投入，推动公司向科技营养食品企业的愿景不断迈进。生物科技方面，围绕自有菌种库建设、菌株功能研究、菌株产业化开发、发酵动力学研究等进行研发创新，不断打强公司的“芯”能力和“新”能力，力争未来五年新品年复合增长率大于 10%。数字科技方面，通过数字化灯塔项目打造从牧场到用户的高效供应链体系，提高管理效率和效益，并坚持以数字化转型实现用户精准运营和服务提升，五年力争实现突破 5000 万数字化用户，并给予用户更加愉悦的服务体验。

## **3、内生为主，并购为辅。**

通过多年的投后整合和管理提升，现有企业已具备良好的发展状态和趋势，加之对宏观环境和自身情况的研判，公司确定了未来的增长来源将以内生增长为主，投资并购为辅，努力将负债率在未来五年降低 10 个百分点。将推动各子公司进行线上、线下渠道有机融合，将订奶入户、形象店、自主征订、电商等 D2C 业务作为渠道增长的第一引擎，推动 2027 年 D2C 业务规模占比达到 30%，提升更新鲜、更便捷、更贴心及更乐享的用户价值。

## **4、分布经营，区域深耕。**

专注核心区域和核心市场，打强各区域市场的深度和密度，同时特色品牌进行区域扩张。通过分布经营，区域深耕的方式，提升各区域市场的份额和品牌影响力。切实从“鲜、亲、透”三大核心内容提升企业的核心竞争力，并通过全链条的“鲜”能力建设打造极致新鲜的运营能力。

总之，通过“鲜立方战略”的推进和未来五年的努力，新乳业将在规模实现良好增长的前提下以提升盈利能力为核心，推进公司高质量发展，为消费者带来更多鲜活营养，为提升中国乳业产业竞争力贡献力量，共赢发展。

新希望乳业股份有限公司

2023 年 5 月 31 日