

证券代码：605499

公司简称：东鹏饮料

东鹏饮料(集团)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	东鹏饮料 2025 年半年度业绩说明会
时间	2025 年 8 月 22 日 10:00-11:00
地点/方式	上海证券交易所上证路演中心（ https://roadshow.sseinfo.com ） 视频录播+网络文字互动
参会人员	董事长、总裁：林木勤先生 董事会秘书、董事、副总裁：张磊先生 财务总监：彭得新先生 独立董事：游晓女士
投资者关系 活动主要内容介绍	1、公司未来 5 年期望的业绩目标是多少呢？ 尊敬的投资者您好，在国内市场公司在巩固能量饮料基本盘的基础上，发展多品类，持续推进全国化，并积极拓展新兴渠道；海外市场方面，我们秉持“稳健探索、分步推进”原则，目前已针对东南亚等能量饮料消费潜力较高的区域开展市场调研，计划结合本土化口味调整与渠道合作模式，逐步试水海外布局，寻找新的增长曲线。未来，公司将始终以市场需求为导向，通过国内国际双轮驱动、核心品类与新兴业务协同发展，力争实现持续、健康的稳步增长，感谢对公司的关注与支持。 2、当前，无糖茶饮市场愈加火热，品类也愈加丰富，今年上半年公司补水啦品类营收高增，请问下半年补水啦是否会推出新口味？或有新的品类？另外，在无糖茶品类上，公司会否会加大布局？感谢～ 尊敬的投资者，补水啦将持续推进产品研发，通过丰富口味选

择、拓展功能属性或开发特定场景衍生品类等方式，不断完善产品矩阵，为消费者提供更多元的选择。无糖茶市场近年来规模持续扩大，消费需求旺盛，展现出显著的市场机会。公司已积极布局这一赛道，推出“鹏友上茶”系列产品切入市场，未来，公司将持续关注无糖茶市场的发展动态，依托已有的研发合作与技术积累，通过不断的产品创新和市场拓展，进一步深耕该领域，以把握市场机遇，提升在无糖茶品类中的竞争力，感谢对公司的关注与支持。

3、林总好，公司对果汁茶的定位和销售期待是什么样的，这款产品目前主要在哪些区域铺货？

尊敬的投资者您好，果汁茶作为公司在健康饮品赛道拓展的重要品类，是我们基于消费趋势洞察和多品类战略布局的关键尝试。从产品端来看，这款果汁茶聚焦“真材实料 + 清爽口感”，采用优质原果榨汁与精选茶叶萃取融合，既保留果汁的天然果香，又兼具茶底的清爽回甘，同时控糖减甜适配当代消费者对健康饮品的需求。2025 年启动全国售卖后，我们将依托公司已有的全国渠道网络（包括便利店、商超及线上电商平台），结合果汁茶“佐餐、下午茶、户外休闲”等核心消费场景，通过精准营销与场景化陈列强化渗透。同时，会持续收集市场反馈，动态优化口味与规格，希望其成为公司新的增长点，感谢对公司的关注与支持。

4、在广东大本营市场，公司后续会采取哪些措施来保持稳定增长，面对本地其他竞品的竞争，有何独特优势和应对策略？

尊敬的投资者，在广东市场，公司将从产品、营销、渠道多维度发力保持稳定增长。产品上，持续夯实现有产品增长，同时拓展电解质饮料、茶饮料、咖啡饮料、地方特色健康功效类（如油柑、陈皮）等品类；营销端，依托大数据精准投放广告，赞助本土体育赛事、民俗活动等；渠道上，巩固传统渠道合作、提升铺货与陈列质量，同时拓展线上渠道。面对竞争，公司凭借高质性价比和渠道优势及深厚的本地品牌认知度，通过供应链优化控成本、数字化管理保渠道秩序、深化本土文化关联增强情感认同，形成独特竞争力以

应对竞品，感谢对公司的关注与支持。

5、请问公司未来在巩固能量饮料市场份额方面，有哪些具体的产品创新计划和营销策略呢？

尊敬的投资者，能量饮料，从产品端看，持续以核心产品东鹏特饮为载体深耕全国市场，同步通过双向升级满足多元化需求：一方面聚焦功能迭代，以适配健康化趋势，或针对特定人群推出低糖 / 无糖版本锚定细分需求；另一方面推进包装创新增强产品与用户的情感连接。营销端，构建“场景渗透 + 精准触达 + 品牌破圈 + 全渠联动”的立体体系，以“更精准的功能、更有温度的场景、更高效触达”，实现从“全国覆盖”到“深度渗透”的进阶，强化“国民能量饮料”的品牌认知，感谢对公司的关注与支持。

6、补水啦作为公司重点发展的新品，2025 年上半年营收追平 2024 年全年。公司提到将通过立体多矩阵营销场景构建、代言人加强及体育赞助等活动助力其发展。能否详细介绍下这些营销活动具体的规划和预期效果，以及如何通过这些活动提升产品的品牌认知度和消费者忠诚度？

尊敬的投资者，为助力“补水啦”进一步发展，公司规划通过立体多矩阵营销场景构建、加强代言人合作及体育赞助等活动推动其增长。其中，立体多矩阵营销覆盖运动赛事、影视综艺植入及线下广告等场景，旨在高频触达目标客群，传递产品卖点，强化品牌记忆以提升认知度；代言人方面，借助石宇奇、吴艳妮等运动大使的专业性与热度及于适对青少年的吸引力，搭配互动福利刺激消费，增强消费者信任与偏好；体育赞助则涵盖乒超、马拉松等多类赛事，适配不同场景产品，渗透运动圈层以强化消费联想，夯实品牌心智，进而提升消费者认可度和消费粘性，促进品牌认知度与消费者忠诚度的双重提升，感谢对公司的关注与支持。