

证券代码：605388

证券简称：均瑶健康

湖北均瑶大健康饮品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-008

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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	全体投资者
时间	2025年10月14日10:00-11:00
地点	上证路演中心： https://roadshow.sseinfo.com/activityDetails/35455
上市公司接待人员姓名	董事长：王均豪 总经理：俞巍 独立董事：甘丽凝 独立董事：罗劲 独立董事：苏世彦 财务总经理：崔鹏 董事会秘书：郭沁
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、 董事长王均豪先生围绕均瑶健康的战略发展、益生菌业务、市场拓展情况以及供应链业务等方面，与市场进行了沟通交流。本次均瑶健康业绩交流会介绍了 2025 年中报业绩及业务经营情况。</p> <p>二、 沟通交流问答环节：</p> <p>1、公司未来重点发展有什么计划？如何提升赢利水平回报投资者？</p> <p>A：尊敬的投资者，您好！未来，均瑶健康将以益生菌赛道</p>

为核心深耕方向，一方面持续强化研发创新，聚焦菌株技术突破与功能性健康食品矩阵拓展，同时积极推进海内外市场渠道布局，深化线上线下融合的销售网络建设，并不断优化供应链全链路运营效率，夯实业务发展根基；另一方面，通过加大高附加值产品推广力度优化产品结构，以精细化运营严控各项成本费用，同时多维提升盈利水平，致力于以稳定增长的经营业绩持续为投资者创造价值、提供回报。感谢您的关注。

2、作为第二增长曲线的益生菌业务今年上半年成绩如何？

A: 尊敬的投资者，您好！公司通过“益生菌 + 场景”战略构建第二增长曲线，2025 年上半年年益生菌饮品及益生菌食品收入达 4.30 亿元。感谢您的关注！

3、均瑶健康在益生菌研发领域取得了哪些核心成果？

A: 尊敬的投资者，您好！截至 2025 年上半年，均瑶润盈已自主研发 50,000 余株菌种资源库；公司提出了全新理念下的益生菌选菌标准--科学选菌「六钻」标准，将复杂的选菌流程转译为六大可量化标准。通过 20 年的自主研发，公司选出了由三株菌组成的基石菌团 COMMON CORE，分别是健康成人原生菌 BL-G101、巴马长寿村老人健康菌 LA-G80，以及源自婴儿肠道的多面定植菌 JL-1，能够应用于全线产品，全生命周期守护肠道健康。基于此，均瑶健康提出了一种更科学有效的组合配方：“COMMON CORE+X”，以基石菌团搭配功能性菌株或功效成分，打造“四维一体”的产品研发方向。今年，这一配方还获得了 iSEE 全球食品创新奖年度创新技术奖。感谢您的关注！

4、上半年代言人邀请了赵又廷，这对公司品牌有何效果？

A: 尊敬的投资者，您好！官宣赵又廷为均瑶味动力品牌代言人，这是品牌继张学友、王励勤后，再度携手实力代表，此次代言有效刷新了经典乳酸菌产品认知，同时带动新品关注度，线

上电商页面与线下终端货架产品形象全面升级。品牌充分利用AIGC技术，令“活菌瓶”与广泛认知的IP结合，打造明星产品真实力、真功效的鲜活形象，并借势代言投放，同时应用数字人技术提升商品转化。整体投放素材在微博、抖音、小红书等平台曝光量超7,684.5万次。同时，公司积极拓展电商渠道运营能力，2025年上半年均瑶健康电商渠道销售同比增长686.42%。
感谢您的关注！

5、公司味动力在饮品产品线上采取了哪些布局？

A: 尊敬的投资者，您好！目前均瑶味动力已完成5条饮品产品线的布局，以更营养、更功效、更美味、更愉悦的理念，分别布局常温乳酸菌、低温活菌饮料、功能性益生菌饮料、益生菌果汁饮料、益生菌气泡水饮料等多主流饮品赛道，实现品牌产品系统性升级。感谢您的关注！

6、公司上半年研发方面有何进展？

A: 尊敬的投资者，您好！均瑶健康以“全球益生菌领跑者”为目标，上半年研发投入1,981.93万元，同比增长26.18%。重点突破功能性菌株开发与产业化应用。公司与江南大学、东北农业大学等高校共建联合实验室，完成12项委外研发项目，提交卷曲乳杆菌、凝结芽孢杆菌等专利申请，其中植物乳杆菌Lp-G18斩获欧洲最佳运动营养成分奖、亚洲营养配料大奖等四项国际荣誉，CCFM1166两歧双歧杆菌获国家发明专利认证。感谢您的关注！

7、公司以“更功效”“更美味”“更愉悦”在益生菌饮品产品设计重点和目标需求上有何差异？

A: 尊敬的投资者，您好！公司“更功效”的产品线依托四维一体科学配方，以基石菌团+功效成分复配及纯净配方，打造兼顾功效与饮用愉悦感的益生菌饮品，契合轻量化功效需求，

推动功能饮料日常化；其中“每日美梦”乳饮品斩获两项国际奖项，“乳品场景化”产品获行业媒体关注。“更美味”聚焦益生菌+果汁创新，精简成分实现0脂健康与真实果汁美味兼具。“更愉悦”线下益生菌轻乳汽水主打0脂0防腐0色素及绵密气泡，新上市即获行业认可并陆续进驻便利系统。感谢您的关注！

8、请问公司今年第三季度业绩预期如何？

A: 尊敬的投资者，您好！关于公司2025年第三季度的业绩情况，敬请关注公司后续将披露的2025年第三季度报告。公司始终聚焦益生菌赛道核心战略，持续推进研发创新、渠道拓展与费用精细化管控等经营举措，力争实现业务稳健发展，具体业绩信息将在定期报告中详细呈现。感谢您的关注！

9、公司的销售费用一直在增加，利润一直下降，大概什么时候会有改善？有采取什么措施应对吗？

A: 尊敬的投资者，您好！目前销售费用的增加主要与电商及新零售渠道拓展、新品市场培育等前置性投入相关。针对这一情况，我们正从多维度推进优化举措：在费用管控上，通过精细化管理提升投放效率，注重品牌建设与盈利能力的平衡；在业务端，持续优化产品结构，聚焦益生菌等高附加值品类的迭代升级，同时深化线上线下全渠道布局，推动规模效应释放；2024年的部分减值属于历史业务调整，为长期发展奠定了基础，随着这些举措逐步落地见效，费用投入与盈利增长的匹配度将持续改善，具体进展请关注公司后续定期报告披露的经营数据。感谢您的关注！

10、公司如何实现全渠道销售，且在新品线下分销层面有何重点布局？

A: 尊敬的投资者，您好！公司进一步完善新零售生态布局，着力新流量领域渠道建设，并通过公司现有销售网络及新零售平

台实现全渠道销售。同时，公司聚焦新品线下分销效能提升，锚定中国便利店 TOP100 头部资源，已与罗森、7-11、新佳宜等品牌合作，以本地化适配、精准营销与高效供应链协作，推动新品快速渗透便利店核心消费场景。感谢您的关注！

11、均瑶健康益生菌产品覆盖了哪些健康需求场景？

A: 尊敬的投资者，您好！均瑶健康以 50,000+ 益生菌菌株实力为核心差异，深入挖掘益生菌在健康领域的多元应用，提供覆盖肠胃健康、血糖管理、减脂瘦身、口腔护理、免疫健康、儿童成长、解酒护肝等多个复合菌粉配方，多品牌布局肠道健康+体重管理两大核心市场；在产品创新上，上半年，均瑶健康推出纤美打卡日记礼盒产品上市。感谢您的关注！

12、监管层对于上市公司的市值管理提出了更高的要求，公司在市值管理方面有哪些想法？

A: 尊敬的投资者，您好！公司积极响应国家政策号召，结合行业发展变化、市场客户需求以及公司实际情况，通过夯实基础管理、提升经营业绩、整合各方资源、加强与投资者沟通交流等举措，以期为公司的市值管理加持赋能，为投资者带来投资回报。感谢您的关注！

13、7-9 月份，赵又廷代言的每日系列新产品，目前在各个渠道的销售量如何？

A: 尊敬的投资者，您好！赵又廷代言新产品在 7-9 月期间已逐步在多渠道铺开市场，线上通过天猫等电商平台实现上架销售，线下则进入了上海罗森、奥乐齐超市及青岛可好便利店等零售终端进行试运行。目前各渠道整体推进顺利，消费者对产品的功能定位与口感反馈较为积极，合作的零售系统也展现出较高接受度。相关产品仍处于市场培育与验证阶段，具体经营情况可关注公司后续定期报告披露的信息。感谢您的关注。

14、公司在投关活动方面有哪些工作安排？

A: 尊敬的投资者您好！公司高度重视投资者交流活动，公司会根据相关经营节奏和计划安排，在适宜的时机安排机构调研活动（线上与线下等方式）。未来，公司将持续通过上交所 e 互动平台、电话、邮件、官网、机构调研来访、路演和业绩说明会等多种形式，建立多维度的投资者沟通渠道，积极与投资者进行沟通交流。感谢您的关注！

15、2025 年上半年净利润同比下滑超 70%，销售费用率达 21%。公司计划“在巩固增长与改善盈利间找到平衡”，具体措施包括哪些？能否明确销售费用率的合理阈值及 2025 年降费目标？

A: 尊敬的投资者，您好！公司围绕“巩固增长与改善盈利平衡”，聚焦益生菌赛道推高附加值新品、优化渠道，建立精细化评估体系降低效费用，同时借供应链协同降成本；销售费用率结合行业与业务动态优化，具体进展以定期报告为准。感谢您的关注。

16、请问王董事长，均瑶润盈是否有计划开启医用原材料研发？

A: 尊敬的投资者，您好！均瑶润盈始终以菌株技术创新为核心，在多个领域积累了扎实基础，比如旗下 AKKBG-001™等核心菌株正持续探索代谢健康、肠道护理等方向的临床价值，我们一直密切关注医药健康领域的发展机遇，依托 5 万+余株自主知识产权菌种资源库与“六钻”品质管控体系，正稳步推进技术储备与科研布局。未来，随着菌株功效的深入验证与产业化能力的持续升级，不排除向医用原材料等更高价值领域拓展的可能，相关进展将严格按照监管要求及时向市场披露。感谢您的关注。

17、目前均瑶润盈海外拓展是否取得里程碑，比如是否已经

与国际知名企业建立稳定的供应商渠道，关于均瑶润盈的信披需要加强。

A: 尊敬的投资者，您好！均瑶润盈的海外拓展已取得系列阶段性进展，其产品已远销全球多个国家和地区，依托行业标准起草经验及多项国际资质认证，均瑶润盈已与海内外众多客户建立稳定合作，为其提供解决方案，在免疫健康、消化系统健康等应用领域也获得过国际行业认可。关于信息披露，公司始终重视投资者关切，严格按照法律法规及监管要求履行信息披露义务，后续也将结合业务进展进一步做好相关信息的及时、准确披露，保障投资者的知情权。感谢您的关注。

18、电商渠道收入同比增长 686.42%，但过度依赖直播带货可能导致利润稀释。公司提出“减少达人依赖、强化自有流量”的策略，能否具体说明 KOC 矩阵建设进展及成本优化效果？

A: 尊敬的投资者，您好！公司 KOC 矩阵建设已见积极成效，以“每日博士”为核心培育益生菌细分领域中小 KOC，通过内容共创激活自有流量，降低外部达人依赖并提升转化效率，同步强化自主运营建立品牌心智。成本端凭“产品体验 + 精准转化”管控流量成本，叠加自有流量占比提升，为电商盈利夯实基础。感谢您的关注。

19、王董均瑶润盈是否有计划开启医用原材料研发？

A: 尊敬的投资者，您好！均瑶润盈始终以菌株技术创新为核心，在多个领域积累了扎实基础，比如旗下 AKKBG-001™等核心菌株正持续探索代谢健康、肠道护理等方向的临床价值，我们一直密切关注医药健康领域的发展机遇，依托 5 万+余株自主知识产权菌种资源库与“六钻”品质管控体系，正稳步推进技术储备与科研布局。未来，随着菌株功效的深入验证与产业化能力的持续升级，不排除向医用原材料等更高价值领域拓展的可能，

	<p>相关进展将严格按照监管要求及时向市场披露。感谢您的关注。</p> <p>20、润盈是否已经计划开启医用原材料研发？</p> <p>A：尊敬的投资者，您好！均瑶润盈始终以菌株技术创新为核心，在多个领域积累了扎实基础，比如旗下 AKKBG-001™等核心菌株正持续探索代谢健康、肠道护理等方向的临床价值，我们一直密切关注医药健康领域的发展机遇，依托 5 万+余株自主知识产权菌种资源库与“六钻”品质管控体系，正稳步推进技术储备与科研布局。未来，随着菌株功效的深入验证与产业化能力的持续升级，不排除向医用原材料等更高价值领域拓展的可能，相关进展将严格按照监管要求及时向市场披露。感谢您的关注。</p> <p>21、公司对接零售渠道兼顾了哪些类型的终端？</p> <p>A：尊敬的投资者，您好！2025 年均瑶健康基于消费者即时水饮需求，重点推进全国 TOP100 便利店及知名连锁系统分销，以创新产品、年轻化形象触达消费者。其中，“每日美梦”“每日睛彩”等“每日系列”产品已覆盖华东 2700 家罗森、上海 70 家奥乐齐、武汉福建超百家 7-11、华中 1200 家新佳宜等；新品益生菌轻乳汽水入驻青岛 605 家可好，另有多款产品进入上海联华、安徽壹度便利店及多地智能柜，渠道版图持续拓展。感谢您的关注！</p> <p>22、公司今年上半年海外市场业务发展如何，是否有开拓增量市场？</p> <p>A：尊敬的投资者，您好！依托搭建起“科技-生产-品牌-渠道”益生菌全产业链一体化布局，公司在海外市场实现突破性进展，上半年海外收入同比增长 101.28%。近年来公司在海外市场展现出强劲的竞争力和战略纵深，出口范围辐射广泛，美国头部客户订单量显著增加。感谢您的关注。</p>
附件清单（如有）	