

东鹏饮料（集团）股份有限公司

关于2024年度“提质增效重回报”行动方案的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

在中国资本市场不断发展向好的今天，东鹏饮料（集团）股份有限公司（以下简称“公司”或“东鹏饮料”）秉承“以投资者为本”的发展理念，积极响应上海证券交易所《关于开展沪市公司“提质增效重回报”专项行动的倡议》，践行以“投资者为中心”的发展理念，为推动公司高质量发展和投资价值提升，切实履行上市公司责任，维护全体股东利益，共同促进资本市场平稳健康发展，公司制定了2024年度“提质增效重回报”行动方案，本方案旨在进一步提升公司治理水平，增强核心竞争力，确保股东利益最大化，以实现公司的长期可持续发展。

一、行动方案目标

（一）提升公司治理水平：确保决策过程透明、高效，加强内部控制和风险管理。

（二）加强产品研发和市场竞争能力：确保产品创新与市场需求同步，提升产品竞争力。

（三）优化成本结构：提高运营效率，实现利润最大化。

（四）增强品牌影响力：扩大市场份额，提升品牌价值。

（五）保持稳定的分红政策：确保投资者获得合理且持续的回报。

二、具体举措

（一）聚焦主业发展，打造多品类矩阵，满足多元化消费需求

公司始终坚持以东鹏特饮为核心的品牌建设及传播，通过多渠道费用的投放，持续提升品牌的知名度、美誉度，牢固占据消费者在“累困”时刻的第一联想。

2023年度，公司营业收入为112.63亿元，同比增加32.42%；归属于上市公司股东的净利润20.40亿元，同比增长41.60%；经营活动产生的现金流量净额32.81

亿元，同比增长61.95%；归属于上市公司股东的净资产63.24亿元，同比增长24.86%。

2024年公司将持续深化全渠道战略布局，优化区域结构，实现全国全面发展，在夯实能量饮料的基础上积极培育和发展多元化产品矩阵，持续推进全国化发展战略，以实现规模实力持续增长，经营效益稳步提升。具体计划如下：

(1) 恪守创业精神，培育多元化产品矩阵

公司始终坚持在创业的道路上，积极布局企业新的增长点。随着Z世代人群逐渐成为消费主力，公司将继续夯实东鹏饮料在年轻消费者心中的品牌地位，同时积极布局成长空间巨大的饮料品类，不断满足消费者的多元化需求，打造多品类产品矩阵。在能量饮料方面，公司将更加专注，将资源聚焦在瓶装特饮上，顺应消费者对东鹏特饮在瓶装形式上的心智认知。

此外，公司将持续加快企业创新步伐，以创新驱动企业发展，加强在原料的前沿技术、核心工艺技术等方面的创新研究，强化以科技项目价值为导向，充分利用公司的规模优势、渠道优势、品牌优势，进行口味延伸，塑造更多适应当下生活节奏的产品，并根据市场反响打造多个产品系列品牌，不断扩充产品品类的竞争边界，积极培育新的增长点。

(2) 品牌形象优化升级，影响更多消费群体

公司围绕全面实施多品类战略，打造中国领先的综合饮料集团的战略目标。首先，在产品线的发展上明确轻重关系：能量饮料聚焦瓶装东鹏特饮，持续巩固行业领先地位；多品类发展中，东鹏补水啦打造多口味、多规格的产品矩阵，满足不同场景及人群的需求；东鹏大咖以生椰拿铁、经典拿铁为主，同时储备新口味；VIVI鸡尾酒、鹏友上茶系列产品在现有的基础上推出新口味及新规格，抢占市场份额；多品类发展为未来广大的消费者提供兼具性价比与满足多元化需求的优质产品，也为企业规模寻找新的增长点。

未来，公司在东鹏大咖、鹏友上茶、VIVI鸡尾酒上也将聚焦投入，培育消费，树立品牌认知抢占市场份额。

(3) 完善供应链全国布局，强化成本领先优势

公司将持续完善总成本控制策略，采用多样化的原材料采购策略，确保采购成本在合理范围内；通过强化生产制造现场的质量和设备管理，持守“精益生产”理念，提高成本管控意识；加强对物流仓储的分析和监管，实现对整体物流费用的有效管控，以精准把控全链条成本支出，维持公司总成本领先优势。

未来，公司将根据市场发展趋势，提前布局产能空缺区域，在提高产能的同时，进一步提升产品的周转效能及降低运输成本，提高产销协同能力，保障市场供需平衡。

(4) 稳步推进数智化，提升企业运营效率

公司持续数字化科技创新及商业模式创新等探索与实践，建立完整的营销管理系统，通过动销数据反馈，及时调整管理重点和策略，提升运营效能及管理水平。公司将加速数字化到数智化的升级改造，通过智能化设施，形成从供应端、生产端、渠道端到消费端的全链路在线化、透明化的智慧产业链，强化企业在行业中的核心竞争力。

通过数智化手段，公司将建立更高效益的产销协同机制，加强销售端和供给端的沟通和协作，以确保生产和销售活动之间的协调和平衡。利用数据分析工具，销售端提高市场需求预测能力，为供给端提供准确的市场需求计划；供给端则根据销售端需求，协调各方资源，保证生产供应和合理库存水平。这种协同机制将提高市场反应效率和公司运营效率，增强市场竞争力。

未来公司将进一步夯实民族饮料品牌的地位，以高质价比的优势，专一、专心、专注为大众消费者提供健康功效饮品，丰富各子品牌的内容与内涵。

(二) 提升公司治理，保障规范运作

公司严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等法律法规和证监会、上海证券交易所发布的有关公司治理的规范性文件的要求，结合公司实际情况，建立健全公司法人治理结构，完善内部管理制度，积极推动公司治理结构的优化，规范公司运作，以确保公司股东利益的最大化。

2024年1月，公司根据《上市公司独立董事管理办法》等新修订的法律法规、规章制度，修订完善了《公司章程》《独立董事工作制度》和董事会各专门委员会议事规则等管理制度，制定了《会计师事务所选聘制度》。

未来，公司将持续加强规范运作，深入落实独立董事制度改革的要求，强化独立董事履职保障，推动独立董事履职与公司内部决策流程有效融合，充分发挥独立董事的专业性和独立性，维护好投资者特别是中小投资者的合法权益，实现企业可持续高质量发展。

(三) 持续稳定分红，高度重视投资者回报

公司高度重视对投资者的合理投资回报，在保证主营业务可持续发展的前提

下，结合实际经营情况、发展规划，按照相关法律法规等要求严格执行股东分红回报规划及利润分配政策，充分尊重和维护各相关利益者的合法权益，重视股东、员工、社会等各方利益的协调平衡，努力为股东创造长期可持续的价值。

公司严格执行《公司章程》及《未来三年分红回报与规划》的利润分配政策，充分保护中小投资者的合法权益，自2021年上市以来，公司每年进行现金分红，以实际行动积极回报中小投资者，目前累计已发放现金分红30亿元，每年现金分红比例保持在50%左右。

2024年，公司将积极响应市场需求，以《公司未来三年（2024年-2026年）股东分红回报规划》为参考，在正常持续经营的前提下，根据所处发展阶段，结合公司经营现状、业务发展规划及营运资金投入情况等，进一步建立和完善公司科学、持续、稳定的股东回报机制，公司拟在2024年半年度报告披露后进行中期分红。

未来公司也将在确保公司持续经营的前提下，积极探索研究中期分红及一年多次分红等政策，建立长期稳定的股东价值回报机制。

（四）加强投资者沟通，有效传递企业价值

公司高度重视信息披露和投资者关系管理在市值管理中的重要作用，严格按照相关规范性文件要求履行信息披露义务与开展投资者管理工作，保证披露信息的真实、准确、完整，以及投资者交流渠道的有效畅通，维护投资者权益。

上市以来公司积极开展投资者关系管理，接待国内外投资者访谈调研、召开业绩说明会、接听投资者电话，还通过邮件、上证e互动等多种途径，及时有效地回复投资者关注的问题，并传递公司信息，在召开股东大会时向股东提供了网络投票方式，切实维护投资者的合法权益，加强了投资者对公司的了解和认可。

2024年，公司将更加注重投资者关系管理和信息披露工作，积极通过业绩说明会、投资者沟通会等方式加强与投资者的沟通，高质量开展信息披露相关工作，充分保证投资者建议权。

未来，公司将强化公司与资本市场的双向沟通机制，重视资本市场表现和投资者意见反馈，提升投资者服务质量和沟通质效。

（五）注重研发和加强技术创新、加强科研平台建设

公司深耕中国市场20余年，产品及民族品牌形象深受消费者喜爱，公司持续加快企业创新步伐，以创新驱动企业发展，加强在原料的前沿技术、核心工艺技术

等方面的创新研究，强化以科技项目价值为导向，充分利用公司的规模优势、渠道优势、品牌优势，进行口味延伸，塑造更多适应当下生活节奏的产品，并根据市场反响打造多个产品系列品牌，不断扩充产品品类的竞争边界，积极培育新的增长点。

2024年公司将加强研发团队力量，增加研发投入，在工艺技术上，继续强化合作创新，围绕产品、技术、工艺、检测、设计、标准等多方面开启校企联合，积极开展产品创新研究，持续开展技术攻关，不断改善公司生产工艺流程，提高自动化水平，提升生产效率和产品质量。

三、风险提示

本行动方案中的前瞻性陈述可能受到市场环境、政策变化等因素的影响，存在不确定性。公司不对此作出任何实质性承诺，敬请投资者注意投资风险。

未来，公司将持续推进与评估“提质增效重回报”行动相关工作，推动上市公司聚焦主责主业，进一步优化产业布局，增强核心竞争力，巩固市场优势。公司努力通过稳健的经营、规范的公司治理、积极的投资者回报，切实履行上市公司的责任和义务，推动公司高质量发展，共同促进资本市场持续平稳健康发展。

上述方案拟于近期提交董事会审议

特此公告。

东鹏饮料（集团）股份有限公司

董 事 会

2024年6月28日