

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Eastroc Beverage (Group) Co., Ltd.
東鵬飲料(集團)股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)
(股份代號：09980)

海外監管公告

本公告乃東鵬飲料(集團)股份有限公司(「本公司」)根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則第13.10B條刊發。

茲載列本公司在上海證券交易所網站刊登的以下資料中文全文，僅供參閱。

承董事會命
東鵬飲料(集團)股份有限公司
董事長、執行董事兼總裁
林木勤

香港，2026年3月30日

於本公告日期，本公司董事會成員包括六名執行董事林木勤先生、林木港先生、盧義富先生、蔣薇薇女士、張磊先生及林戴吉先生；以及四名獨立非執行董事趙亞利女士、游曉女士、李洪斌先生及戴國良先生。

东鹏饮料（集团）股份有限公司

2025年度“提质增效重回报”行动方案的评估报告

暨2026年度“提质增效重回报”行动方案公告

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。

为推动公司高质量发展，提升公司投资价值，保护投资者尤其是中小投资者合法权益，切实履行公司的责任和义务，为保障投资者权益，促进资本市场平稳健康发展，公司于2024年6月28日发布了《2024年度“提质增效重回报”行动方案公告》，并于2025年7月26日发布了《2024年度“提质增效重回报”行动方案的评估报告暨2025年度“提质增效重回报”行动方案公告》（以下简称“行动方案”），旨在通过多种措施改善经营质量和盈利能力，推动高质量发展和提升投资价值。

自行动方案发布以来，公司积极开展并落实相关工作，在保障投资者权益、树立良好资本市场形象等方面取得了良好成效，公司于2026年3月30日召开第三届董事会第二十三次会议审议通过了《关于2025年度“提质增效重回报”行动方案的评估报告暨2026年度“提质增效重回报”行动方案的议案》，对2025年度行动方案实施情况进行评估，并明确2026年度行动方案目标，具体内容如下：

一、聚焦主营业务，提升经营质量

（一）聚焦主业，经营质量稳步提升

2025年，公司全面贯彻落实高质量发展要求，主要经济指标稳步提升。报告期内，公司全年实现营业收入208.75亿元，同比增长31.80%；归母净利润44.15亿元，同比增幅32.72%。公司可统计总动销量突破百亿瓶，成功实现年初既定目标。根据尼尔森IQ数据，东鹏特饮在2025年实现了销量与销售额的“双料第一”，正式登顶中国能量饮料市场，成功迈入150亿大单品阵营。公司连续多年保持营收、净利润双位数增长，规模效应持续显现，盈利能力稳中向好，销售费用率、管理费用率同比优化，运营效率显著提升。

（二）多品类战略成效显著，第二增长曲线加速放量

2025年，公司“1+6”多品类战略成效显著，成功构建了以能量饮料和电解质饮料为核心，茶饮料、咖啡饮料、植物蛋白饮料等多品类协同发展的增长矩阵。电解质饮料“东鹏补水啦”成为报告期内最亮眼的增长明星，通过精准锁定运动、军训、高温作业等多元化“汗点”场景，产品快速渗透目标人群，成功迈入30亿级大单品阵营，全年实现营收32.74亿元，同比激增118.99%，营收占比从去年同期的9.45%大幅跃升至15.70%。果之茶、大咖、海岛椰等新品贴合核心目标人群诉求，依托公司渠道优势快速完成市场铺货与心智占位，形成多点支撑、协同发展的产品生态。

（三）全渠道精耕成效凸显，全国化布局纵深突破

公司已构建覆盖全国、深度下沉的立体化渠道网络体系，奠定行业领先的终端覆盖优势。截至报告期末，公司拥有超过3,400家经销商，有效活跃终端网点突破450万家，实现广泛渗透与深度下沉。依托多品类产品布局，公司深入推进渠道场景化策略，围绕产品特性精准定制推广方案，持续拓展餐饮、户外、办公等新兴消费场景，以场景化陈列提升终端动销能力。同步推进终端形象升级，强化“冰冻化战略”，优化货架陈列与产品可得性，有效刺激即时消费，提升渠道掌控力。

（四）A+H上市成功，国际化战略迈出关键一步

2026年2月，公司成功在香港联交所主板上市，成为国内首家“A+H”上市的功能饮料企业。此次上市吸引了卡塔尔投资局、淡马锡、腾讯、瑞银资管等15家全球顶级基石投资者，为全球化注入充足资本并显著提升国际信誉。以此为支点，公司加速推进“让中国能量走向世界”战略，产品已成功远销32个国家和地区，覆盖美国、韩国、马来西亚、越南、印尼等重点市场。在东南亚地区，公司通过组建本地化团队，持续进行市场渗透，其中，在印尼市场，公司与本土强势渠道深度绑定，从产品出口向品牌落地与本地化运营全面转型。

（五）坚持规范运作，公司治理持续深化

公司严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等法律法规要求，持续完善内部治理制度，积极推动公司治理结构优化。2025年，公司合计召开股东会2次、董事会6次、审计委员会6次，在会议召集、召开、会议提案、议事程序、会议表决和信息披露等方面均符合有关规定要求。公司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。

（六）持续稳定分红，积极回报投资者

公司高度重视对投资者的合理投资回报，牢固树立投资者回报意识。自2021年上市以来，公司累计分红超66亿元，持续稳定进行现金分红。2025年度，拟以公司未来实施2025年年度利润分配方案的股权登记日时的总股本为基数，向全体股东每10股派发末期现金红利人民币25元（含税），以资本公积金向全体股东每10股转增3股，以真金白银回馈每一位投资者。

（七）加强投资者沟通，提高信息披露质量

公司坚持真实、准确、完整、及时、公平地披露信息，确保投资者及时准确了解公司经营成果、财务状况、发展战略、重大事项等重要信息。2025年，公司通过定期举办业绩说明会、接受投资者调研、上证e互动等多种渠道，积极传递公司投资价值，增强投资者信心。公司致力于打造高质量、高透明度的信息披露体系，以简明化、可视化的方式呈现公司经营情况，提升信息披露的易读性和有效性。

二、2026年度“提质增效重回报”行动方案

2026年，公司将秉持创业初心，坚守“为消费者提供健康功效饮品，为员工搭建事业平台，为股东创造合理回报”的企业使命，以A+H上市为新起点，持续推动高质量发展，提升投资价值。重点围绕以下方面开展工作：

（一）聚焦主业提质，深化多品类协同发展

公司将持续深化“1+6”多品类战略，在稳固东鹏特饮基本盘的基础上，积极打造完备的产品矩阵。能量饮料主业仍有较大增长空间，省外市场核心人群平均消费量对标广东仍有较大提升潜力。“东鹏补水啦”等第二曲线产品终端网点渗透率仍有提升空间，伴随公司冰柜投放力度持续加大，旺季表现值得期待。“果之茶”“东鹏大咖”“海岛椰”等新品贴合核心目标人群诉求，有望充分复用公司在下沉市场的渠道优势，形成多点支撑、协同发展的产品生态。

公司2026年度基本经营目标：公司计划实现营业收入不低于20%的增长。

（二）深化渠道建设，提升终端服务效能

公司将持续推进渠道纵深发展，通过广布终端网点、深入布局冰柜投放，夯实渠道竞争优势。截至2025年，公司已拥有超450万家终端网点，实现近100%地级市覆盖；累计投放冰柜超40万台，未来将计划进一步加大冰柜投放力度，通过“冰冻化”建设持续提振单点卖力。借助自主研发的“五码关联”数字化系统，公司扫码活动累计连接超2.9亿消费者，将持续以数字化手段赋能渠道秩序维护与营销费用精准投放，构建线上线下一体化的全域销售网络。

（三）供应链运营体系持续优化

公司以精益管理为核心，构建了覆盖全国的产能网络与可持续的成本优势。截至目前，在全国范围内已完成14个生产基地的布局，其中10个已投产，显著降低了物流成本。

公司天津生产基地于2025年12月正式投产，将提高华北区域供应能力，大幅缩短对京津冀及周边地区的配送半径；中山基地已完成封顶，将进一步提高大湾区生产供应能力；海南基地则辐射南海周边区域，依托地理优势降低海岛及沿海市场的物流成本；昆明基地是公司深化西南市场的重要布局，更与海南基地共同作为辐射东南亚市场的枢纽节点，助力跨境业务拓展。

（四）重视股东回报，构建长期稳定分红机制

公司牢固树立投资者回报意识，统筹好稳健发展、效益提升与股东回报的动态平衡。自2021年上市以来，公司累计分红超66亿元，未来将继续严格执行《公司章程》及《未来三年分红回报与规划》，在符合利润分配条件的前提下，保持分红的稳定性、持续性和可预期性，增强投资者获得感。在现金流量充裕且盈利状况良好的情况下，积极探索研究一年多次分红等政策，建立长期稳定的股东价值回报机制，切实回报股东，增强市场信心。

（五）加速国际化布局，开拓全球增长空间

以A+H上市为新起点，加速推进“让中国能量走向世界”战略。公司始终以渠道国际化为核心战略，稳步推进全球化拓展进程。目前，东鹏饮料的产品已成功远销32个国家和地区，覆盖美国、韩国、马来西亚、越南、印尼等重点市场。在东南亚地区，公司通过组建本地化团队，持续进行市场渗透，其中，在印尼市场，公司与本土强势渠道深度绑定，从产品出口向品牌落地与本地化运营全面转型。此外，面对成熟度高、竞争激烈的美国市场，公司积极探索供应链出海新模式，以代工模式作为切入点，为未来品牌落地及全球化产能布局奠定基础。

（六）加强投资者沟通，提升市值管理水平

公司将致力于打造高质量、高透明度的信息披露与投资者沟通体系，畅通多维度沟通路径，积极承办投资者活动，常态化开展业绩说明会、实地调研、路演、反路演等多样化投资者关系活动，实现投关频次、质量双提升。主动挖掘公司内在价值，在定期报告中多维度分析行业趋势，展示业务进展，进一步增强图文、图表多维度展示，提升定期报告的可读性和易理解性。让投资者对公司有更好的理解和认同，让资本市场充分认识公司内在价值。

（七）坚持规范运作，强化关键少数责任

公司将积极贯彻落实新公司法等相关法律法规中的最新治理要求，调整完善公司治理体系，强化权责法定、权责透明、协调运转、有效制衡的治理机制。持续加强实际控制人、大股东及董事和高级管理人员等“关键少数”的职责履行和风险防控，及时向“关键少数”传达最新监管精神及市场动态，强化合规风险警示，确保其严守履职“红线”。组织开展监管政策专题培训，重点围绕资金占用、违规担保、关联交易、信息披露等风险高发领域开展定期排查，防范风险。健全考核评价体系，科学制定董事、高管绩效考评和激励机制，充分激发“关键少数”提升公司价值的主动性和积极性。

（八）践行ESG理念，厚植可持续发展根基

公司将积极响应国家“双碳”战略，持续完善ESG治理架构，充分发挥董事会战略与可持续发展委员会作用，将可持续发展理念融入治理与运营。在环境方面，坚持“节源控污、遵法守法、持续改进、绿色发展”的资源使用方针，持续推进包装轻量化、节能技改与水循环利用，关注生产过程中的能源消耗，践行绿色低碳发展理念。在社会贡献方面，持续支持“韩红爱心·百人援疆”及姚基金乡村体育教育等公益活动，回馈社会，与利益相关方共创价值。不断提升可持续发展信息披露标准，向资本市场清晰传递公司在可持续发展领域的实践与价值。

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。

特此公告。

东鹏饮料（集团）股份有限公司

董事会

2026年3月31日