

设立多地大健康食品科技公司及专业事业部，重点布局蛋白粉、肽饮、药食同源燕麦系列等新品类，不断完善“燕麦+健康”多元化产品矩阵；另一方面，坚持研发创新赋能，2025年全年完成148项研发立项，专利申请4项、完成6项相关认证，持续推出差异化、高端化新品，筑牢公司技术研发壁垒；此外，公司采用内生培育+外延合作双向发展模式，深度联动上下游产业链优质资源，加快高毛利健康食品品类落地推广，为公司长远可持续发展打开充足成长空间。

Q3：2025年分红方案慷慨，公司现金流状况及回报股东的理念是怎样的？

A：公司始终秉持稳健规范经营、持续高比例回馈投资者的核心发展理念。首先，公司现金流保持充裕稳健，2025年经营性现金流量净额达到2.65亿元，充沛的现金流为公司业绩持续增长、研发创新投入以及股东分红回报提供了坚实保障；其次，公司分红回馈力度持续加大，2025年拟实施现金分红1.2亿元，并推出每10股转增4股的利润分配方案，自上市以来公司始终坚持持续分红政策，累计分红维持较高水平，切实以实际行动回馈广大股东；最后，公司资金使用规划清晰合理，充裕的经营性现金流将优先用于燕麦主业深耕夯实、大健康赛道战略布局以及全产业链升级建设，在实现企业长期价值成长的同时，持续兼顾投资者合理回报。

Q4：2025年公司新品迭代与研发投入成效如何，未来在产品创新和年轻化市场有什么规划？

A：2025年，公司坚持以研发为核心驱动力，持续加大新品迭代与产品创新力度，精准贴合健康消费、年轻化消费趋势，研发投入成效显著。公司紧跟国民健康饮食及代餐、早餐消费升级需求，持续推新迭代燕麦+、药食同源粉、燕麦乳茶等年轻化新品，精准切入年轻群体、家庭早餐、办公代餐等细分场景，新品上市后市场接受度高、动销表现良好，有效优化产品结构、提升整体盈利水平。

未来公司将继续聚焦产品创新与年轻化赛道深耕，一方面持续强化研发体系建设，围绕便捷化、健康化、功能化、年轻化方向打磨新品；另一方面精准对接

| | |
|------|---|
| | Z世代及年轻消费群体偏好，优化产品包装、口味与食用场景，同步联动线上新媒体、内容营销触达年轻用户，持续挖掘增量市场，进一步放大公司在燕麦健康食品领域的创新优势与成长空间。 |
| 附件清单 | 无 |
| 日期 | 2026-5-7 |