



湖北均瑶大健康饮品股份有限公司

二〇二五年年度股东会

会议资料

## 目录

会议须知 .....	3
会议议程 .....	6
议案一：关于 2025 年度董事会工作报告的议案 .....	8
议案二：关于 2025 年度拟不进行利润分配的议案 .....	9
议案三：关于公司董事 2025 年度薪酬确认及 2026 年度薪酬预案的议案 ..	10
议案四：关于使用部分自有资金开展金融服务业务暨关联交易的议案 ....	12
议案五：关于修订《湖北均瑶大健康饮品股份有限公司董事、高级管理人员 薪酬管理制度》的议案 .....	13

## 会议须知

为了维护全体股东的合法权益，确保股东会的正常秩序和议事效率，保证股东会的顺利进行，根据中国证监会发布的《上市公司股东会规则》、《湖北均瑶大健康饮品股份有限公司章程》（以下简称“《公司章程》”）和《股东会议事规则》的规定，特制定本须知，请出席股东会的全体人员遵照执行：

一、本公司根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司股东会规则》、《公司章程》及《股东会议事规则》的规定，认真做好召开股东会的各项工作。

二、本公司设立股东会会务组，具体负责股东会有关程序方面的事宜。

三、本次股东会以现场会议形式召开。

四、为保证本次股东会的严肃性和正常秩序，切实维护股东的合法权益，务必请出席现场股东会的股东（包含股东代表，下同）携带相关证件，提前到达会场签到。未能提供有效证件办理签到的，不得参加现场表决和发言。除出席本次会议的公司股东、董事、高级管理人员、公司聘请的见证律师、相关工作人员以及董事会邀请的人员外，公司有权依法拒绝其他人员进入会场。

五、股东参加股东会现场会议依法享有发言权、质询权、表决权等权利，同时也必须认真履行法定义务，不得侵犯其他股东的权益和扰乱会议秩序。

六、股东要求股东会发言，请于会前十五分钟向股东会会务组登记，出示持股的有效证明，填写《股东意见征询单》，发言的顺序按股东提交征询单的先后顺序发言。

七、在股东会召开过程中，股东临时要求发言的应向股东会会务组报名，并填写《股东意见征询单》，经股东会主持人许可后发言。

八、股东在会议发言时，应围绕本次股东会所审议的议案，简明扼要，每位股东发言时间一般不超过三分钟。主持人可安排公司董事、高级管理人员等回答股东问题，与本次股东会议题无关或将泄露公司商业秘密或可能损害公司、股东共同利益的质询，股东会主持人或其指定的有关人员有权拒绝回答。全部回答问题的时间控制在30分钟以内。议案表决开始后，股东会将不再安排股东发言。

九、股东会表决采用投票方式。股东以其所持有的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。除本须知或本次股东会表决票特别说明的情况外，出席现场会议的股东在投票表决时，应在表决票每项议案下设的“同意”、“反对”、“弃权”三项中任选一项，并以打“√”表示，未填、填错、字迹无法辨认的表决票或未投的表决票均视为“弃权”。

十、为更好的服务广大中小投资者，确保有投票意愿的中小投资者能够及时参会、及时投票。公司拟使用上证所信息网络有限公司（以下简称“上证信息”）提供的股东会提醒服务，委托上证信息通过智能短信等形式，根据股权登记日的股东名册主动提醒股东参会投票，向每一位投资者主动推送股东会参会邀请、议案情况等信息。投资者在收到智能短信后，可根据使用手册（下载链接：[https://vote.sseinfo.com/i/yjt\\_help.pdf](https://vote.sseinfo.com/i/yjt_help.pdf)）的提示步骤直接投票，如遇拥堵等情况，仍可通过原有的交易系统投票平台和互联网投票平台进行投票。

十一、未经公司董事会秘书同意，任何人不得擅自对本次会议进行拍照、摄影、录音。

十二、公司聘请律师出席见证本次股东会,并出具法律意见书。

## 会议议程

**会议时间：**1、现场会议召开时间：2026年5月19日（星期二）

下午 14:00 开始；

2、网络投票时间：通过交易系统投票平台的投票时间为股东会召开当日的交易时间段，即 9:15-9:25，9:30-11:30，13:00-15:00；通过互联网投票平台的投票时间为股东会召开当日的 9:15-15:00。

**会议地点：**上海市浦东新区康桥东路 2 弄 1 号楼大会议室

**会议方式：**现场投票与网络投票相结合的方式召开

**会议召集人：**公司董事会

**会议主持人：**董事长王均豪先生

**会议安排：**

一、参会人员签到，股东或股东代表登记（13:30-13:55）

二、主持人宣布会议开始（14:00）

三、宣布股东会现场出席情况及会议须知

四、审议议案

1、关于 2025 年度董事会工作报告的议案

2、关于 2025 年度拟不进行利润分配的议案

3、关于公司董事 2025 年度薪酬确认及 2026 年度薪酬预案的议案

4、关于使用部分自有资金开展金融服务业务暨关联交易的议案

5、关于修订《湖北均瑶大健康饮品股份有限公司董事、高级管理人员薪酬管理制度》的议案

- 五、股东及股东代表审议发言
- 六、推选监票人和计票人
- 七、股东及股东代表投票表决
- 八、休会、工作人员统计表决结果
- 九、宣读表决结果
- 十、律师宣读关于本次股东会的见证意见
- 十一、签署股东会会议决议及会议记录
- 十二、主持人宣布会议结束

议案一：

## 关于 2025 年度董事会工作报告的议案

各位股东及股东代表：

2025 年湖北均瑶大健康饮品股份有限公司（以下简称“公司”或“均瑶健康”）第五届董事会坚决按照《公司法》等法律、法规和《公司章程》《董事会议事规则》的要求，认真执行股东会各项决议，继续强化内控管理，提升执行力、文化层次和执行水平，加快技术创新和管理创新，较好地完成了各项主要经营目标。

《公司 2025 年度董事会工作报告》具体内容见附件一。

以上议案已经公司第五届董事会第十九次会议审议通过，现提请公司股东会审议。

请各位股东及股东代表审议以上议案！

湖北均瑶大健康饮品股份有限公司董事会

2026 年 5 月 19 日

议案二：

## 关于 2025 年度拟不进行利润分配的议案

各位股东及股东代表：

综合考虑公司实际经营状况及未来发展需求，公司拟定的 2025 年度利润分配预案为：2025 年度不进行现金分红，不送红股，不进行资本公积转增股本和其他形式的利润分配。具体内容详见公司于 2026 年 4 月 29 日在指定信息披露媒体披露的《湖北均瑶大健康饮品股份有限公司关于 2025 年度不进行利润分配的公告》。

以上议案已经公司第五届董事会第十九次会议审议通过，现提请公司股东会审议。

请各位股东及股东代表审议以上议案！

湖北均瑶大健康饮品股份有限公司董事会

2026 年 5 月 19 日

议案三：

## 关于公司董事 2025 年度薪酬确认及 2026 年度薪酬 预案的议案

各位股东及股东代表：

结合公司董事在 2025 年度的工作表现并根据 2025 年市场薪酬水平,公司董事 2025 年度薪酬水平发放情况的具体情况详见《湖北均瑶大健康饮品股份有限公司 2025 年年度报告》第四节公司治理、环境和社会的“三、董事和高级管理人员的情况”。公司根据《公司章程》结合公司经营规模等实际情况并参照行业薪酬水平,拟定了 2026 年度董事薪酬预案：

1、独立董事采取固定津贴形式在公司领取报酬,标准为每人 18 万元/年(税前)；

2、在公司担任除董事以外职务的非独立董事,按其任职的职务与岗位职责领取薪酬,不再另行领取董事津贴;担任董事长的董事领取年度报酬,不再领取董事津贴。其薪酬由基本年薪和绩效年薪构成,其中绩效年薪占比原则上不低于基本年薪与绩效年薪总额的 50%;基本年薪是年度的基本报酬,绩效年薪主要与公司经营业绩挂钩,即根据年度经营业绩考核结果确定绩效年薪的兑现水平。

在公司控股股东、实际控制人及其所属的其他企业任职且领取薪酬的非独立董事,不领取董事津贴。

在本薪酬预案执行过程中，若公司出现持续亏损的情况，非独立董事 2026 年度实际发放薪酬不得高于 2025 年度实际薪酬。

以上议案已经公司第五届董事会第十九次会议审议通过，现提请公司股东会审议。

请各位股东及股东代表审议以上议案！

湖北均瑶大健康饮品股份有限公司董事会

2026 年 5 月 19 日

议案四：

## 关于使用部分自有资金开展金融服务业务暨关联交易 交易的议案

各位股东及股东代表：

为进一步提高自有资金的使用效率，在不影响公司及控股子公司日常经营活动、确保资金安全性、流动性的前提下，公司及控股子公司拟使用自有资金与上海华瑞银行股份有限公司开展持续性存贷款等金融服务业务，交易最高额度不超过人民币1亿元，并可在上述额度内滚动使用，使用期限自股东会审议通过之日起12个月内有效。本次授权生效后将覆盖前次授权。

具体内容详见公司于2026年4月29日在指定信息披露媒体披露的《湖北均瑶大健康饮品股份有限公司关于使用部分自有资金开展金融服务业务暨关联交易的公告》。

以上议案已经公司第五届董事会第十九次会议审议通过，现提请公司股东会审议。

请各位股东及股东代表审议以上议案！

湖北均瑶大健康饮品股份有限公司董事会

2026年5月19日

议案五：

## 关于修订《湖北均瑶大健康饮品股份有限公司董事、高级管理人员薪酬管理制度》的议案

各位股东及股东代表：

为进一步完善公司董事、高级管理人员的薪酬、津贴管理，建立科学有效的激励与约束机制，根据《上市公司治理准则》等法律法规、规范性文件的最新规定，结合公司实际经营情况，对《湖北均瑶大健康饮品股份有限公司董事、高级管理人员薪酬管理制度》进行修订。

相关制度的具体内容详见公司于2026年4月29日在指定信息披露媒体披露的《湖北均瑶大健康饮品股份有限公司董事、高级管理人员薪酬管理制度》。

以上议案已经公司第五届董事会第十九次会议审议通过，现提请公司股东会审议。

请各位股东及股东代表审议以上议案！

湖北均瑶大健康饮品股份有限公司董事会

2026年5月19日

非表决议案：

## 湖北均瑶大健康饮品股份有限公司 2025 年度 独立董事述职报告

各位股东及股东代表：

请听取《湖北均瑶大健康饮品股份有限公司 2025 年度独立董事述职报告》，具体内容详见公司于 2026 年 4 月 29 日在指定信息披露媒体披露的《湖北均瑶大健康饮品股份有限公司 2025 年度独立董事述职报告》。

非表决议案：

## 湖北均瑶大健康饮品股份有限公司高级管理人员 2025 年度薪酬确认及 2026 年度薪酬预案

各位股东及股东代表：

结合公司高级管理人员在 2025 年度的工作表现并根据 2025 年市场薪酬水平,公司高级管理人员 2025 年度薪酬水平发放情况的具体情况详见《湖北均瑶大健康饮品股份有限公司 2025 年年度报告》第四节公司治理、环境和社会的“三、董事和高级管理人员的情况”。

公司根据《公司章程》结合公司经营规模持续发展、行业薪酬水平参考、高级管理人员岗位职责深化及履职难度提升等实际情况拟定了 2026 年度高级管理人员薪酬预案：其薪酬由基本年薪和绩效年薪构成，其中绩效年薪占比原则上不低于基本年薪与绩效年薪总额的 50%；基本年薪是年度的基本报酬，绩效年薪主要与公司经营业绩挂钩，即根据年度经营业绩考核结果确定绩效年薪的兑现水平。

在本薪酬预案执行过程中，若公司出现持续亏损的情况，高级管理人员 2026 年度实际发放薪酬不得高于 2025 年度实际薪酬。

附件一：

## 公司 2025 年度董事会工作报告

2025 年，公司立足益生菌赛道持续深耕，以“做全球益生菌领跑者”的愿景，直面常温乳酸菌饮品市场存量竞争、原材料价格波动、终端消费需求分化、传统渠道承压等多重外部挑战，坚持“技术赋能、创新驱动、降本增效”的经营方针，一方面稳固益生菌经典饮品业务基本盘，另一方面加速益生菌创新产品落地与 ODM 定制业务拓展，同步深化研发升级、产能优化与渠道变革，整体经营围绕益生菌核心业务有序推进，核心竞争力持续夯实。

### 一、董事会工作回顾

#### （一）本年度公司召开董事会会议情况

报告期内，公司董事会召开了 8 次会议，具体情况如下：

1、2025 年 4 月 1 日召开了第五届董事会第十一次会议，审议通过以下议案：

（1）《关于预计公司 2025 年日常关联交易的议案》。

2、2025 年 4 月 29 日召开了第五届董事会第十二次会议，审议通过以下议案：

（1）《关于 2024 年度总经理工作报告的议案》；

（2）《关于 2024 年度董事会工作报告的议案》；

（3）《关于审计委员会 2024 年度履职情况报告的议案》；

（4）《关于 2024 年度独立董事述职报告的议案》；

- (5) 《关于 2024 年度财务决算报告的议案》；
- (6) 《关于 2024 年度利润分配预案的议案》；
- (7) 《关于公司 2024 年年度报告及摘要的议案》；
- (8) 《关于公司高级管理人员 2025 年度薪酬方案暨确认 2024 年度薪酬执行情况的议案》；
- (9) 《关于确认公司董事 2024 年度薪酬的议案》；
- (10) 《关于 2024 年度内部控制评价报告的议案》；
- (11) 《关于 2024 年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告的议案》；
- (12) 《关于使用部分闲置自有资金进行现金管理暨关联交易的议案》；
- (13) 《关于使用部分自有资金开展金融服务业务暨关联交易的议案》；
- (14) 《关于注销 2022 年股票期权激励计划部分股票期权的议案》；
- (15) 《关于董事会对独立董事独立性自查情况的专项报告的议案》；
- (16) 《关于会计师事务所 2024 年度履职情况的评估报告的议案》；
- (17) 《关于审计委员会 2024 年度对会计师事务所履行监督职责情况报告的议案》；

(18) 《关于制定〈湖北均瑶大健康饮品股份有限公司市值管理制度〉的议案》；

(19) 《关于会计政策变更的议案》；

(20) 《关于提请召开公司 2024 年度股东大会的议案》。

3、2025 年 4 月 29 日召开了第五届董事会第十三次会议，审议通过以下议案：

(1) 《关于公司 2025 年第一季度报告的议案》。

4、2025 年 6 月 4 日召开了第五届董事会第十四次会议，审议通过以下议案：

(1) 《关于增补公司独立董事的议案》；

(2) 《关于提请召开公司 2025 年第一次临时股东大会的议案》。

5、2025 年 7 月 2 日召开了第五届董事会第十五次会议，审议通过以下议案：

(1) 《关于修订〈公司章程〉并办理工商变更登记的议案》；

(2) 《关于提请召开公司 2025 年第二次临时股东大会的议案》。

6、2025 年 8 月 22 日召开了第五届董事会第十六次会议，审议通过以下议案：

(1) 《关于公司 2025 年半年度报告及摘要的议案》；

(2) 《关于 2025 年半年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告的议案》。

7、2025年10月10日召开了第五届董事会第十七次会议，审议通过以下议案：

- (1) 《关于取消监事会并修订〈公司章程〉的议案》；
- (2) 《关于新增及修订公司部分治理制度的议案》；
- (3) 《关于补选董事会审计委员会委员的议案》；
- (4) 《关于聘任公司2025年度审计机构的议案》；
- (5) 《关于提请召开公司2025年第三次临时股东会的议案》。

8、2025年10月29日召开了第五届董事会第十八次会议，审议通过以下议案：

- (1) 《关于公司2025年第三季度报告的议案》。

## 二、2025年公司经营情况

### (一) 益生菌研发+品牌&产品创新成果

报告期内，公司持续加大益生菌专项研发投入，新增7名青年科学家，研发团队硕士博士占比达50%，构建起专业化、阶梯式研发梯队；研发硬件设施与团队实力实现稳步提升，总部实验室扩建并引进高端实验设备。

技术层面取得多项突破性成果，攻克益生菌水基应用、多基底存活等行业关键技术，其中2025年实现行业首创益生菌在水基饮品中的应用，大幅拓宽产品应用场景；深挖菌株发酵、天然代糖复配、清洁标签等核心工艺，完善技术护城河，主导全国清洁标签团体标准制定并深度参与《保健食品原料益生菌》国家标准、《食用

菌剂体外模拟消化液活菌率检测方法》行业标准等 10 余项国家标准与行业标准的制定工作。

此外，均瑶润盈于 2025 年获得青浦区智能工厂称号；均瑶润盈发酵剂技术实力认证，荣获年度上海市科学技术进步奖一等奖，均瑶健康益生菌 C 端产品斩获 ISEE 全球食品创新奖、WOW FOOD 年度创新奖、国际美味大奖 Superior Taste Award 等多项行业殊荣。均瑶润盈新增 1 项专利及 OU KOSHER、印尼 HALAL 2 项国际权威认证，多项核心技术专利申报工作稳步推进。

公司已建立自有知识产权菌株芯片库，菌株资源突破 50,000+；已完成菌株临床验证 16 项，2025 年与新华医院、上海交大医学院、四川大学、东南大学等顶尖院校共研推进 4 项临床研究。产品创新与 B 端定制业务落地成效显著：围绕益生菌全品类矩阵，完成多款创新产品研发、中试及存量产品配方优化升级，推进经典产品健康化迭代，有效提升产品竞争力与盈利水平。益生菌 ODM 定制业务实现阶段性突破，与头部零售渠道达成深度定制合作，从研发到供应链整体战略合作，打造新鲜健康饮品新标杆，目前累计已成功上市 9 个 SKU，完成 16 个品类提案、70+ 个产品概念的储备与验证；从天然椰子水到创意风味椰饮，从发酵植物饮到活菌酸奶饮品，均瑶健康以严苛品控与专业研发实力，深度契合头部零售渠道高品质、差异化的产品理念，为消费者带来更多健康、好喝、无负担的选择。未来，公司将继续深化合作，推出更多创新产品，引领健康饮品消费新潮流。

KA 渠道定制化业务已成为公司增长的重要驱动力，整体发展势头良好。在客户拓展方面，公司已与 30 余个 KA 系统建立持续对接，覆盖便利店、商超、新零售等多元业态。在核心能力上，依托均瑶健康自有的益生菌专业工厂与饮品生产基地双重产业优势，从产品研发、配方定制到产能保障形成完整支撑，实现了从原料到成品的自主可控，大幅缩短了定制产品的开发周期。得益于此，已有十余个 KA 系统顺利通过产品选型与配方确认，确定了合作产品。

2025 年自有品牌产品系统升级成效显著，构建均瑶健康企业品牌+均瑶润盈成分品牌+健康食饮消费品牌的三重品牌矩阵。经典产品全面升级，并基于低温活菌、益生菌发酵等技术，布局全新子品牌的产品矩阵：均瑶健康专业益生菌产品，味动力-以益生菌为差异化的健康饮品，以经典乳酸菌品类为起点，拓展益生菌果汁、益生菌汽水、益生菌功能饮品等新品类，均瑶纯实质价比之选的健康饮品，每日博士-臻选全球好菌的益生菌健康食饮。

## （二）生产运营与成本管控成效

生产端统筹全国产能调度，宜昌、衢州两大核心基地重点推进益生菌专用产线技改、低温冷库建设，持续加大智造设备投入，新增多台高端设备，引入 AI 智能检测系统，实现产品品质的智能化管控；完成产线改扩建项目，显著提升创新产品与低温活菌产品生产仓储能力；协同工厂灵活适配经典产品与 B 端定制订单需求，全力保障市场供应稳定。报告期内，核心工厂生产效率稳步提升，低

温活菌产品实现跨越式增长；产品品质管控成效显著，宜昌、衢州核心工厂全年无质量事故，产品品质获得市场与客户高度认可。

成本管控方面，公司聚焦核心益生菌产品开展全流程降本增效，通过大宗原料集中采购、产品配方优化、生产工艺技改、内部精益管理等多项举措，实现核心产品单位成本显著优化。公司注重成本节约，核心产品盈利水平稳步提升，有效对冲原材料价格波动压力，为产品市场竞争与渠道拓展筑牢成本优势。

### （三）渠道拓展与市场运营情况

基于消费者即时水饮消费需求，渠道层面持续优化布局，在全国便利店/连锁卖场系统持续拓展，深耕传统流通渠道和餐饮场景，聚焦和经销商更直接的沟通机制，精细化运营线上电商+即时零售等模式，持续在多维层面覆盖更广深的销售网点。

#### 1、现代渠道强势突破：全国便利店/连锁系统分销拓展

2025年4月起，重点攻坚TOP100头部便利店和知名连锁系统分销拓展，以更创新实效的产品和年轻化形象，更快更好地遇见更多消费者。已成功进入44家头部系统，累计拓展新门店超50,000+家，覆盖可好、美宜佳、711、罗森、联华、新佳宜、天福等主流便利店；更通过精细化运营：包店/促销活动/免费派样/随餐派发/上新等加大终端陈列与动销推广。

低温活菌益生菌饮品（活菌瓶），真活菌真500亿真锁鲜，持续入驻武汉711/长沙711、成都全家/西安每一天、太原唐久/

太原金虎全家等；进入便利店渠道后，单店日均销量测试数据呈现出良好的市场接受度。

益生菌轻乳和维矿汽水已成功进驻 711、罗森、全家、美宜佳、万嘉便利、可好便利、会有便利、壹度便利、广东天福、广东喜洋洋、广东合家欢、桔子花开等全国及区域头部连锁体系的终端门店，及诸如全国中粮等智能货柜和河南大张等连锁超市，实现了从传统商超向高触达、高频次现代渠道的深度覆盖；终端单店日均销量对比竞品也有显著动销数据，门店 psd 比肩头部竞品，远超同类汽水产品，验证了产品在真实消费场景中的广泛接受度。与此同时，产品凭借“益生菌+汽水”的创新结合备受行业关注，业内普遍认为，该产品解决了传统益生菌饮品的黏腻感，精准适配运动后清爽补水的消费场景；其“专利益生菌+极致轻卡”的独特卖点，成功破局功能饮料市场，为消费者带来了兼具功能性与口感体验的夏日饮品新选择。

每日益生菌功能性乳饮品系列在上海、杭州、江苏等华东地区 2,700 家罗森便利店全覆盖，在上海头部 KA 已全面上架，并同步向上海周边区域推进；“每日红颜”益生菌红参石榴饮入驻华中地区 1,200 家新佳宜便利店。此外已入驻武汉和福建 711 便利店，北京地区物美多点、福建朴朴超市、上海 2,000 台 CITYBOX 魔盒；“每日系列”功能性益生菌饮品颇受便利店系统和行业关注。另有多款益生菌果汁、经典味动力乳酸菌进入上海联华超市、安徽壹度便利店、新疆每日每夜便利店、新疆八点半便利店，上海小 i 智能柜、

北京鲜八度智能柜、江苏盛马智能柜、西安蓝鲸智能柜、南京云盒智能柜、北京绿藤智能柜等，渠道版图持续点亮。

除健康饮品外，益生菌类产品已渗透进入 18,000 家全国 TOP 连锁药店，全国大参林药店/华东医药连锁等等，此外还通过与智能柜的合作实现分销上架，构建起“专业药房+便利零售+智能终端”的线下立体网络。

## 2、头部 KA 深度定制：分级合作、高效落地

公司坚持分级分类、精准赋能的渠道合作策略，构建“深度定制+标准化服务”双轮驱动的 KA 合作体系，全面提升渠道粘性与市场渗透力。

针对 A 级零售客户，均瑶健康推行深度 ODM 定制化战略合作，将客户需求前置至产品全生命周期。依托均瑶润盈亚洲领先的益生菌智造能力与 50,000+ 菌株库资源，组建专项项目团队，实现从产品概念共创、配方研发、工艺落地到量产交付的全流程高效响应，缩短产品上市周期。通过独家共创、首发限定、数据反哺等机制，与等头部 KA 建立深度战略绑定，共同打造多款现象级新品，形成渠道与品牌的双向价值赋能。

针对 B、C 类零售客户，公司提供标准化配方定制、产品优化升级与合规支持，降低合作门槛，扩大渠道覆盖面。通过混粉定制、剂型优化、口味迭代等模块化服务方案，满足不同规模客户的差异化需求，实现渠道网络的广覆盖、高渗透、强动销。

头部 KA 联名款“百亿活菌青梅水”是该战略的标杆案例。产品紧扣“健康+悦己”消费趋势，以 NFC 青梅汁（添加量 $\geq 30\%$ ）+ 百亿活菌 J26 为核心卖点，叠加低糖 0 脂、短保冷鲜定位，精准击中年轻人群肠道与身材管理需求。上线后单日销量持续攀升，多地门店快速售罄，市场表现远超预期。通过头部 KA 深度共创+腰部客户标准化赋能的全渠道策略，公司成功构建“独家爆品+标准产品”互补的产品矩阵，为持续增长提供强劲动力。

### 3、深耕渠道根基，直面经销商协同激活市场动能

作为公司核心大众饮品品牌，味动力坚定践行“渠道为王、夯实基础、创造未来”的核心战略，聚焦传统流通渠道与餐饮场景两大核心阵地，以精细化渠道运营+直达式经销商沟通机制为双引擎，全面筑牢市场渗透力与终端掌控力。

在渠道深耕方面，味动力精准锚定消费高频场景，构建“全场景覆盖、高密度渗透”的渠道网络。针对传统流通渠道，品牌制定“省会城市战略地图”，采用“插红旗”式梯度拓展策略，从核心城市向周边县域、乡镇市场层层下沉，重点强化夫妻店、社区超市、等终端网点的铺货率与陈列质量，确保产品触达的便利性与广泛性；针对餐饮场景，聚焦早餐店、火锅店、家常菜馆等高频消费场景，推出适配餐饮场景的规格与促销方案，通过“进店陈列补贴+联合营销活动”双驱动，深化与餐饮终端的绑定。

经销商作为渠道运营的核心伙伴，味动力将“直接沟通、深度协同”贯穿合作全流程，构建高效联动的经销商生态。品牌建立“高

层对接+区域专项+常态化沟通”三位一体机制，全年累计召开7场核心经销商沟通会议，覆盖285家核心合作伙伴，实现“政策直达、问题直解、需求直应”。会议里，不仅同步品牌战略、产品规划与渠道支持政策，更聚焦市场动销难点、终端运营痛点开展深度研讨，收集经销商一线反馈并快速落地优化方案。

此外，味动力持续加码经销商赋能体系，通过“分层培训+精准激励”双举措激活经销商积极性与销售能力。围绕产品知识、终端陈列技巧、促销活动执行、客户维护等核心模块，开展线上线下结合的分层培训，提升经销商团队的专业运营水平；优化渠道激励政策，将激励与铺货率、动销率、终端开发数量等核心指标强绑定，让经销商的投入与回报直接挂钩，进一步深化与经销商的利益共同体关系。

#### 4、渠道数字化：激励直投、数据闭环

公司以渠道数字化转型为核心战略抓手，全面重构渠道激励政策体系，实现激励资源穿透式直投零售终端、精准直达消费终端，构建“品牌—终端—消费者”三位一体的数字化利益联结机制。通过箱内码、开瓶码双码数字化运营体系深度落地，打通产品从渠道出库、终端铺货至消费者开瓶饮用的全链路数据闭环，实现渠道流转、终端动销、消费行为的全流程可视化、可追溯、可调控。优化渠道激励政策，将激励资源直投零售终端与消费者，期间累计实现扫箱内码出货4,740万瓶、消费者开瓶扫码150.16万瓶，以数字化工具激活终端能动性，显著提升终端铺货密度与陈列质量，强化

品牌对核心终端的掌控力，有效破解传统渠道激励衰减、动销乏力等痛点，更推动渠道管理由经验驱动向数据驱动、被动压货向主动动销、粗放管理向精细运营跨越式升级，长期深度市场化运营能力。

#### 5、线上全域运营：内容种草+专业背书

线上渠道依托电商、直播、即时零售平台推广创新产品，打通线上线下融合消费场景。品牌全年累计曝光突破 2 亿次，联合中国营养学会 100 位专家打造专业背书体系，深度合作 5,000+专业 KOC 及 200+专业 KOL，构建起专业、可信的品牌形象。均瑶健康产品频繁出现在头部主播的直播间里，百位营养师更联合发起“科学选菌”倡议，来自媒体与行业奖项的持续认可，不断强化其专业形象。品牌充分利用 AIGC 技术，令冷链“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。

#### 6、均瑶润盈：国内外双轮驱动、高增长

全资子公司均瑶润盈经营业绩实现稳健攀升、高质量增长，全年销售收入 2 亿元，其中海外业务增长较快，成为拉动整体业绩增长的核心引擎与关键支撑。作为亚洲领先的益生菌专业智造平台，均瑶润盈依托核心产能优势与技术壁垒，持续夯实行业领先地位。

均瑶润盈坚持国内国际双轮驱动、内外市场协同共进的发展战略，构建起更具韧性的增长格局，持续深化海外市场精耕与渠道拓展，2025 全年累计参与 21 场国际展会及专业研讨会，不断提升品牌全球影响力与市场渗透力。通过多元化市场开拓、多区域客户布

局，有效降低对单一市场与单一渠道的依赖风险，进一步完善全球化、多层次、广覆盖、高韧性的全渠道销售体系。

#### 7、每日博士：专业益生菌品牌，线上爆款领跑

作为新一代专业益生菌营养品牌，每日博士始终坚守“科学定制、直击需求”的核心理念，依托均瑶集团与均瑶润盈的产业链协同优势，公司打通全球原料采购、专业智造与市场运营全链条，为产品力与品牌力的双重跃升提供坚实支撑。在线上营销与渠道布局上，每日博士精准把握健康消费年轻化趋势，构建“内容种草+直播转化+平台深耕”的全域增长体系，推动爆款产品持续领跑市场。

爆款-百香果纤维饮：精准击中久坐外卖党、身材管理人群的肠道养护需求，联合头部达人打造生活化消费场景，以“透明化溯源+权威认证”强化品质信任。近12个月累计售出7,000万条，稳居纤维饮品类TOP1，成为现象级大单品。

爆款C3小腰菌：聚焦25+女性腰腹管理、代谢放缓核心痛点，通过菌株临床背书、专业科普内容输出，联动抖音电商“全民健康计划”等平台活动，实现从科普到种草的高效转化，联动300+头部及中腰部达人直播带货，位列益生菌身材管理品类TOP3。

### 三、2026年主要工作计划

2026年，均瑶健康将坚守初心、勇担使命，始终锚定“做全球益生菌领跑者”的宏伟愿景，以科技报国的情怀与实业兴国的担当，以“一二三四五”方法论为行动指南，全面聚焦益生菌全产业链高质量发展，聚力技术创新、产业升级、渠道变革与全球布局，

扎实推进“十五五”战略目标落地见效，以更强担当、更实举措、更快步伐攀登发展新高峰，奋力谱写企业持续健康发展的崭新篇章，再创辉煌业绩。

### （一）锚定“一芯两翼”，筑益生菌产业新生态

深耕大健康赛道，需锚定“做全球益生菌领跑者”的核心愿景，明晰全产业链发展的核心指标与实施路径，以益生菌为产业发展“核芯”，推动益生菌饮品与膳食保健产品两翼协同发展。各业务板块以市场需求为导向，秉持“科技化、产业化、品牌化、全球化”发展思路，坚守长期主义发展理念，致力于打造益生菌领域百年品牌。聚焦益生菌核心技术攻关，持续提升菌株研发、发酵应用、冷链保活等核心能力，构筑行业领先的技术壁垒。通过产学研融合、上下游协同、海内外联动的多元合作模式，实现资源共享、价值共生，构建“菌株研发—原料生产—产品智造—品牌运营—全渠道销售”的益生菌全产业链生态体系，助力提升国内益生菌行业的全球竞争力与可持续发展能力。

### （二）固本拓新并举，激活全链路增长动能

立足行业发展周期与企业经营实际，坚持存量业务优化与增量业务拓展双向发力，以稳健经营筑牢发展根基，以创新突破培育增长新极点。一方面，针对常温乳酸菌等成熟存量业务，通过配方升级、工艺优化、成本管控实现效率提升，巩固现有市场份额，挖掘传统渠道与核心产品的经营潜力；另一方面，聚焦低温活菌、益生

菌+食品、功能饮品等增量赛道，加大研发与市场投入，加速新品落地与场景拓展，培育新的业绩增长点。

作为益生菌饮品领域的核心品牌，味动力依托益生菌技术优势，突破产品结构单一瓶颈，以“低温活菌、常温发酵”技术差异化构建产品矩阵，丰富健康饮品内涵。通过供应链技改升级、渠道结构优化整合，打通“生产-渠道-消费”全链路价值通道，释放品牌发展活力。顺应消费者对精准营养、功能性健康产品的需求升级趋势，坚持研发能力与运营能力同频增长，以科技赋能产品创新，深化与科研机构、行业专家的合作，保持技术领先性；以数字化赋能运营提效，实现市场精准定位、产品快速迭代与全渠道高效拓展，推动企业从“奶替”向“以益生菌为差异化的健康饮品”全面转型。

### （三）聚焦五大赛道，锻造核心市场竞争力

整合公司菌株研发、生产智造、品牌运营、渠道布局等战略资产，围绕“明星菌株培育、发酵技术突破、低温体系建设、全渠运营提效”四大核心能力，重点发力常温乳酸菌饮料市场、冷链活菌饮料市场、益生菌健康饮品市场、益生菌健康食品市场及海外益生菌原料与产品市场五大核心赛道，持续拓展市场版图，稳步向“做全球益生菌领跑者”目标迈进。

1、常温乳酸菌饮料市场：坚守核心市场近 20%的份额优势，对经典产品进行口味与营养升级，通过“畅快瓶 PRO”、“营养瓶 PRO”系列补充产品矩阵，优化全渠道资源投放，巩固传统餐饮、食杂店等基本盘，拓展便利店、即时零售等新渠道。

2、冷链活菌饮料市场：加速打造低温活菌运营体系，提升低温产品产能与品质，以活菌水、低温乳酸菌等为核心产品，聚焦精品便利店、高端商超等渠道，强化“活菌功效”心智，打造差异化竞争优势。

3、益生菌健康饮品市场：立足开发益生菌+果汁，益生菌+汽水，益生菌+功能饮料等多维饮品市场，形成以益生菌+为差异化的健康饮品的品牌产品矩阵。

4、益生菌健康食品市场：围绕肠道管理、体重管理、口腔健康、解酒四大核心需求，探索“益生菌+”食品应用，布局活菌零食、功能代餐等创新品类，从菌株建设到食饮品类拓展，打造益生菌食品应用标杆，拓展业务发展边界。

5、海外益生菌原料与产品市场：以均瑶润盈为核心，持续深耕海外渠道，针对经销商、代工厂、品牌商制定差异化合作策略，依托国际展会与战略合作提升品牌国际影响力，推动益生菌原料与成品双输出，实现海外业务持续增长。

#### （四）深化生态合作，以技术创新赋能智造升级

坚持开放合作理念，深化与上下游合作伙伴、头部零售企业、科研机构的生态化合作，构建互利共赢的产业合作体系。针对A级零售客户，开展深度ODM定制合作，快速响应客户需求，实现从产品概念到量产的高效落地；针对B、C类零售客户，提供配方定制与产品优化服务，扩大合作覆盖面。加强与国际行业头部企业的战

略合作，联合开展菌株研发、应用实验与市场推广，吸收国际先进技术经验，提升全球资源整合能力。

以科技化赋能生产智造全面升级，持续推进各生产基地技改项目，优化衢州、宜昌等饮料工厂产能布局，提升活菌生产线、低温仓储等核心设施能力；推动均瑶润盈工厂产能、效率、质量三重提升，突破 AKK 菌株等明星菌株规模化量产技术，实现菌粉收率与活性双提高。构建数字化智造体系，上线 PLM、MES、LIMS 等数字化管理系统，实现生产全流程的可控、可追溯，以技术创新与智造升级推动生产降本、提质、增效，激活成本飞轮效应。

#### （五）构建内部协同机制，实现资源整合价值共生

建立跨部门、跨板块的内部生态协同机制，打破业务壁垒，实现研发、生产、市场、销售、供应链各环节资源高效整合与价值共生。打造研发与市场的双向联动机制，以市场需求导向研发方向，以研发成果支撑市场拓展，通过数字化中台体系实现产品开发的快速反馈与迭代；建立生产与销售的协同保障机制，根据销售需求动态调整生产计划，优化库存管理，提升产能利用率与市场响应速度。

强化均瑶润盈、泛缘供应链、市场部、销售部等业务板块的协同联动，实现菌株研发与产品应用的深度融合、品牌建设与渠道拓展的同频推进、供应链保障与市场需求的精准匹配。搭建内部数字化协同平台，实现数据共享、信息互通，以数据驱动各环节决策优化，提升企业整体运营效率。建立跨板块激励机制，将协同成效纳

入绩效考核，激发各部门协同合作的积极性，形成“上下联动、左右协同、全员参与”的发展格局，实现跨界赋能与整体价值提升。

#### （六）夯实发展根基，培育企业可持续发展内生动力

以“产品为本、品牌为根、渠道为脉、人才为基”构筑企业可持续发展基石，培育健康产业发展的内生基因。坚持产品为本，建立产品全生命周期管理体系，从配方研发、原料甄选、生产制造到品质管控，全方位保障产品健康、纯净、高效，以优质产品赢得市场与消费者认可；坚持品牌为根，打造“背书品牌—消费品牌—成分品牌”三重品牌架构，强化科学专业的品牌心智，通过功效实证、科普教育、内容传播提升品牌美誉度与忠诚度。

坚持渠道为脉，构建“广覆盖、深渗透、高效率”的全渠道体系，提升经销商渠道分销质量与覆盖率，突破头部便利店、连锁商超等新渠道，打造“从厂到喉”的渠道推力；坚持人才为基，强化研发、生产、销售、市场等各领域人才梯队建设，引进高端技术人才与管理人才，完善人才培养、考核与激励机制，打造一支专业、高效、创新的核心团队。同时，践行绿色发展理念，推进生产环节节能降耗，实现产品综合能耗与人力成本双下降，以绿色智造推动企业可持续发展。

#### （七）坚持全球布局，以国际化战略抢占产业高地

将国际化战略作为企业发展的重要抓手，以全球视野布局益生菌产业，从“产品出海”向“品牌出海、技术出海、生态出海”全面升级。持续加大海外市场投入，优化海外渠道布局，针对不同国

家与地区的市场需求、消费习惯制定本土化运营策略，提升产品适配性与市场接受度。依托全球展会、行业研讨会等平台，提升均瑶健康与均瑶润盈的国际品牌曝光度，打造全球知名的益生菌品牌。

深化国际技术合作与资源整合，参与国际益生菌行业标准制定，推动自有菌株与技术的国际认证，提升企业在全全球益生菌产业中的话语权。建立海外市场本土化服务体系，完善海外物流、仓储与售后保障，提升海外客户服务体验。以均瑶润盈为海外业务核心载体，实现益生菌原料、发酵剂、成品等多品类海外输出，逐步构建全球益生菌产业布局，抢占国际益生菌产业发展高地。

#### （八）培育新质生产力，为百年品牌建设蓄势赋能

以科技创新为核心驱动，培育益生菌产业新质生产力，为企业百年品牌建设注入持续动力。聚焦益生菌核心技术攻关，以明星益生菌——鼠李糖乳酪杆菌 JL-1、嗜酸乳杆菌 LA-G80、动物双歧杆菌乳亚种 BL-G101、两歧双歧杆菌 BB-G90 等为基底，构筑肠道微生态护城河。同时夯实发酵技术，持续发展低温体系，突破活菌水基存活、万亿级高活性菌粉生产、无糖菌粉工艺等关键技术，持续扩充自主知识产权菌株库，以核心技术构筑行业竞争壁垒。

推动数字技术与实体经济深度融合，全面布局 AI 技术在研发、生产、品牌、市场等各环节的应用，通过 AI 实现市场趋势预判、产品创意生成、视觉设计优化、内容海量生产，以数字化提升企业创新效率与运营能力。加速 ODM 业务技术变现，以研发能力带动生产规模扩大，以规模效应推动成本下降，形成“研发创新—规模生

产—成本优化—再研发投入”的良性循环。坚持创新与稳健并重，以新质生产力推动企业实现质量变革、效率变革、动力变革，实现企业高质量发展，为打造益生菌领域百年品牌蓄势赋能。

特此报告。

湖北均瑶大健康饮品股份有限公司董事会

2026年5月19日