

海南椰岛（集团）股份有限公司 关于对中证中小投资者服务中心 《股东建议函》的回复公告

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个别及连带责任。

海南椰岛（集团）股份有限公司（以下简称“公司”）于 2026 年 4 月 15 日收到中证中小投资者服务中心（以下简称“投服中心”）发来的《股东建议函》（投服中心行权函[2026]25 号）。公司高度重视建议函所提问题，结合公司 2025 年度经营实际，逐项认真核查，现就有关事项回复如下：

一、建议补充说明 2025 年营业收入大幅增长的原因

根据你公司披露的 2025 年业绩预告与《回复公告》，你公司预计 2025 年营业收入为 37,000 万元，同比增长率为 111.18%，其中预计第四季度营业收入为 19,238.74 万元，同比增长 1,519.98%。你公司 2025 年酒类收入占营业收入比例为 88.07%，其中鹿龟酒、海王酒 2025 年收入占当年营业收入比例为 47.72%、33.75%，预计同比增长率分别为 1,590.65%、58.18%，特别是鹿龟酒 2025 年销量预计为 5,451.65 吨，同比增长 2,203.77%。分季度看，你公司预计 2025 年第四季度酒类营业收入较 2024 年同期同比增长 22,718.03%，其中鹿龟酒较 2024 年同期同比增长 21,271.99%，较前三季度均值增长 1,033.76%。你公司称，2025 年营业收入大幅增长的原因为鹿龟酒与海王酒收入的大幅增长，其中 2025 年第四季度收入大幅增长的理由包括四季度为酒类传统销售旺季以及 2025 年 9 月推出了鹿龟酒佳品等。经分析，中证投服中心对你公司所称 2025 年酒类收入大幅增长的原因尚存如下疑问：

一是你公司 2025 年鹿龟酒产品收入与销量增长情况显著偏离历史趋势。根据你公司历史年度报告，你公司鹿龟酒产品的销售收入除 2020 年出现增长外，2017 年至 2024 年连续 8 年持续下降，从 2017 年的 9,514.82 万元下降至 2024

年的 1,126.75 万元，远低于 2025 年预计的 17,654.92 万元。同时，鹿龟酒产品的销量除 2020 年与 2021 年出现小幅增长外，也呈现整体持续下降趋势，从 2017 年的 3,362.56 千升下降至 2024 年的 220.98 千升，均远不及 2025 年预计销量 5,451.65 吨(以酒类密度约 0.92 吨/立方米换算约为 5,926 千升)。

二是你公司 2025 年鹿龟酒产品收入增长率显著高于同行业水平。根据国家统计局数据发布的《2025 年国民经济和社会发展统计公报》《2025 年 12 月份规模以上工业生产主要数据》，2025 年限额以上单位商品零售额中烟酒类增长率为 2.7%，1 至 12 月酒、饮料和精制茶制造业增加值同比增长 2%。同时，对比同属于保健养生酒行业且具有代表性的劲酒、龟龄集酒产品，国泰海通证券股份有限公司发布的《食品饮料：春糖反馈理性，把握结构性机会——2026 春季糖酒会总结专题》报告显示，劲酒 2025 年销售收入增速在 20% 以上，广誉远(600771.SH)2025 年上半年龟龄集酒收入同比增长率为 57.18%，但均未出现你公司鹿龟酒 2025 年预计的营业收入爆发式增长。

三是四季度为酒类产品销售旺季的理由不足以支撑你公司 2025 年第四季度鹿龟酒产品收入的大幅增长。你公司称 2025 年第四季度收入增长原因之一为第四季度是酒类产品的销售旺季。但根据国家统计局数据，2023 年至 2025 年我国烟酒类产品第四季度零售额相比当年前三个季度平均零售额增长率分别为 10.36%、8.24% 与 0.89%，远低于你公司鹿龟酒 2025 年第四季度收入较前三季度均值的增长率 1,033.76%。同时，自 2021 年至 2024 年，你公司各年度第四季度鹿龟酒收入较前三季度均值增长率分别为-38.55%、25.33%、-9.44%、-81.45%，不符合你公司所称第四季度为酒类产品销售旺季的表述。

四是你公司三季度已出现业绩大幅增长，与推出鹿龟酒佳品的时间不相吻合。你公司披露，鹿龟酒产品收入大幅增加的原因主要在于你公司于 2025 年 9 月推出鹿龟酒佳品系列，但 2025 年前三个季度你公司鹿龟酒产品收入达 3,694.11 万元，较 2024 年同比增长 248.13%，已显著高出你公司历史及同行业增长水平，而《投资界》发布的《ST 椰岛迎三重利好：老字号保健酒龙头迎来强势复苏与价值重估》以及你公司公众号等公开信息显示，你公司于 2025 年 9 月 25 日方取得中国检验检疫科学研究院综合检测中心对鹿龟酒佳品的检验检测合格报告，该酒品于 2025 年 10 月正式入驻“胖东来”等商家。因此，前三季度业绩大幅增长与

鹿龟酒佳品应不存在直接关系。

综上，请你公司进一步说明 2025 年鹿龟酒产品收入大幅增长的合理性。

公司回复：根据公司披露的 2025 年业绩预告与《回复公告》，公司预计实现营业收入 37,000 万元，同比增长率 111.18%；其中第四季度预计营业收入 19,238.74 万元，同比增长 1,519.98%，销售增长主要来源于核心酒类产品即鹿龟酒和海王酒的销售增长，契合公司整体经营发展态势，具备合理的商业逻辑与经营支撑，具体说明如下：

（一）营收增长的核心驱动因素

1、聚焦保健酒主业，产品结构优化升级

公司 2025 年坚定聚焦保健酒核心主业，全面收缩非核心业务，将资源集中于鹿龟酒、海王酒两大核心单品。根据已披露的 2025 年度报告显示，鹿龟酒 2025 年实现销售收入 17,568.50 万元，同比增长 1,582.37%；海王酒 2025 年实现销售收入 12,448.92 万元，同比增长 57.67%；酒类收入占总营收比例达 88%，主业聚焦效应显著。

2、核心产品迭代上市，渠道快速扩张

鹿龟酒佳品系列于 2025 年 9 月完成研发、检测、上市，10 月起开始进入商超、连锁店、便利店、餐饮店等终端渠道销售，产品从口感、含糖量、包装等全面优化更加契合市场和年轻消费者的需求，带动四季度销量集中释放。

鹿龟酒全面推行扁平化招商模式。当前白酒行业竞争持续加剧，部分优质白酒经销商为优化经营结构、分散经营风险，主动向保健酒赛道进行品类转型。公司抢抓行业渠道流转机遇，顺势导入优质经销商资源；同时依托椰岛鹿龟酒深厚的品牌积淀与市场口碑，精准招募核心优质经销商，渠道效率与覆盖广度显著提升。

海王酒实施厂商联合运营模式，深化核心渠道合作，同步开拓新疆、河南、重庆、江苏等新区域，叠加双参版新品上市，销量稳步提升。

3、历史基数较低，鹿龟酒恢复性增长特征明显

2017-2024 年期间，鹿龟酒整体营收及销量呈持续下滑态势，2024 年实现收入 1,126.75 万元、销量 220.98 千升，业务基数已处于低位。凭借椰岛鹿

龟酒长期积淀的消费者品牌口碑，当前市场渠道基本无库存积压，为 2025 年鹿龟酒佳品系列新品上市营造了良好的市场空白及口碑基础。

在此背景下，2025 年通过产品升级迭代、销售渠道拓展及品牌营销推广多举措协同发力，鹿龟酒业务实现恢复性大幅增长，与往年下行走势形成修复性反转，具有充分的商业合理性。

（二）对投服中心关切鹿龟酒收入问题的专项说明

1、关于鹿龟酒产品收入增长偏离历史趋势

公司鹿龟酒收入持续八年呈下滑态势，主要系产品迭代滞后老化、渠道体系逐步弱化、品牌营销投入不足，叠加非主业业务分散经营资源等多重因素所致。经过多年下行后，椰岛鹿龟酒业务已处于极低基数水平。

2025 年公司聚焦主业发展，通过产品焕新升级、渠道体系重构、资源集中投放等组合经营举措，推动椰岛鹿龟酒实现经营基本面修复，收入呈现修复性增长。该增长属于低基数下经营改善驱动的合理修复，与前期下行趋势形成阶段性偏离，具备充分的商业合理性，同时具备可持续经营基础。

2、关于鹿龟酒收入增长率高于行业水平

一方面，公司鹿龟酒前期收入及销量基数偏低，业务增长弹性相对更大；同时鹿龟酒佳品系列为全新产品定位、全新渠道布局、全新品牌推广的迭代升级产品，与保健酒行业传统成熟品类的成长逻辑存在本质差异，二者增速不具备直接可比基础。

另一方面，2025 年下半年保健酒行业主要竞品劲酒受市场需求爆发式增长影响，受限于药材采购周期、酒液调配及陈酿周期较长，出现酒液库存紧缺、终端市场断货缺货的情况，客观上为公司鹿龟酒新品上市、渠道补位及市场份额抢占创造了有利窗口期。

此外，2025 年白酒行业竞争持续加剧，部分优质经销商出于经营结构优化或品类多元化布局需求，主动向保健酒赛道转型。鹿龟酒佳品系列凭借品牌底蕴与产品竞争力，成功吸纳一批具备资金实力、渠道资源和运营能力的优质经销商加盟，进一步拉动产品收入实现较快增长。

综上，公司鹿龟酒收入增长，是依托长期品牌积淀、前期渠道库存出清形成的市场空白，叠加渠道招商红利实现的修复性、结构性增长，与常规保健养生酒行业整体增速不具备同口径可比性。

3、关于第四季度为酒类旺季支撑合理性

我国烟酒类产品零售额第四季度增长率为平稳增速下的增长率，公司鹿龟酒增长率为低基数下的结构性爆发，且零售端增速为面向终端的市场表现，与公司鹿龟酒经销渠道批发销售模式存在本质区别，终端零售增速不能直接对标并否定公司经销渠道第四季度放量增长的合理性。

列举三家黄酒上市公司第四季度销售占比如下： 单位：亿元

上市公司名称	全年酒类收入	第四季度酒类收入	第四季度收入占比	备注
古越龙山 (600059)	18.00	6.25	34.72%	全年总营收 18.31，非酒类约 0.31；Q4 总营收 6.45，估算酒类占比 97%
会稽山 (601579)	17.69	5.91	33.41%	全年酒类收入口径；Q4 总营收 6.10，估算酒类占比 97%
金枫酒业 (600616)	5.14	1.98	38.52%	酒类业务外其他业务收入较小，忽略不计

从上表分析可说明第四季度为黄酒销售旺季，公司鹿龟酒属于保健养生酒品类，同属酒水消费赛道，消费场景、节庆礼赠属性与黄酒高度趋同，同样具备四季度旺季消费基础。

公司 2021-2024 年的四季度鹿龟酒增长偏弱，主因产品老化、渠道乏力等主观因素所致；2025 年下半年新品上市、渠道扩容、营销加码，共同驱动鹿龟酒高增长具有合理性，与往年第四季度不具有可比性。

4、关于第三季度鹿龟酒佳品系列增长与新品上市时间匹配性

鹿龟酒佳品系列酒液 8 月经第三方检测合格，8 月底召开经销商大会，9 月初完成生产及出厂检测，具备对外销售条件。公司严格执行《企业会计准则第 14 号—收入》，按经销合同约定，以经销商付款并完成货物签收作为收入确认时点，确认政策合规审慎。

2025 年前三季度鹿龟酒实现收入 3,694 万元，较上年同期 1,061 万元增加 2,633 万元；其中：佳品系列 9 月实现收入 2,202 万元，当期收入增长主要由

佳品系列新品上市放量带动，与产品投产、上市发货节奏高度匹配，符合经营实际。

2025年9月25日取得的专项检测报告，系为满足产品上央视广告及大型商超准入要求开展的额外合规检测；2025年10月入驻胖东来等终端，属于经销商下游终端铺货行为。上述商超准入检测及终端入驻时点，为渠道后端市场推广环节，与公司对经销商的收入确认时点无关联、不具备时间匹配关系，不影响本期收入确认的合理性与时点准确性。

二、建议补充说明营业收入增长是否可持续

此外，中证投服中心对你公司2025年营业收入大幅增长对未来年度营业收入的影响存在以下疑问：

一是你公司2025年前十大客户中新增客户较多且收入贡献比例高。根据《回复公告》，你公司2025年酒类业务第3、4、7、8、10大客户均于2025年方进入前十大名单，为公司带来的营业收入合计为7,109.03万元，占2025年酒类业务收入的比例为21.82%。你公司向前述五位客户主要销售鹿龟酒佳品与海王酒，其中鹿龟酒佳品收入为6,194.86万元，占你公司2025年第四季度鹿龟酒收入的比例为44.37%。中证投服中心注意到新增的前十大客户不属于品牌网月度更新的2026年酒水连锁十大知名品牌经销商，其中3名客户为2025年新成立的经销商，上述经销商最终能否顺利实现产品终端销售将影响你公司后期营业收入增长的可持续性。

二是2025年前十大客户持续发生退货情况。根据《回复公告》，你公司2025年酒类业务前十大客户在2022至2025年均存在退货的情况，退货主要集中于白酒、海参酒(属于海王酒品牌产品)与鹿龟酒等产品，退货客户主要为你公司2025年酒类业务第1大客户椰岛(福建)销售有限公司(简称椰岛福建)、第2大客户赣州市海翔酒业有限公司(简称赣州海翔)与第6大客户江苏椰岛酒业销售有限公司(简称江苏椰岛)。上述三位前十大客户累计退回2019年已确认收入的1,871.78万元海参酒(海王酒旗下品牌酒)，退回2020年已确认收入的884.95万元海参酒、142.29万元海王酒、980.13万元白酒及81.07万元鹿龟

酒，退回 2021 年已确认收入的 1,549.98 万元白酒，退货周期平均为 3 至 4 年，其中 2019 年退货比例最高，占 2019 年海王酒收入比例高达 16.82%。

三是你公司动销率和存货周转率均显著低于同行业平均水平。《回复公告》披露，截至 2026 年 2 月 28 日，你公司鹿龟酒佳品的动销量仅 40%，不到 50%。另外，根据你公司历史年度报告，2022 年至 2025 年三季度，你公司存货周转率分别为 0.95、0.54、0.45 与 0.34，呈持续下降趋势。参考申万二级非白酒行业 16 家上市公司同期存货周转率均值，分别为 2.48、2.32、2.23 与 1.92。你公司存货周转率显著低于行业平均水平。

综上分析，考虑到若未来发生大批量退货，将直接影响你公司以后年度的营业收入，建议你公司结合新增经销商动销情况以及同行业退货情况，进一步说明 2025 年营业收入大幅增长的可持续性。

公司回复：关于营业收入增长可持续性的说明

公司结合客户结构、终端动销、退货管理、存货周转及内控整改等情况，对增长可持续性说明如下：

（一）新增客户与终端动销情况

1、前十大新增客户具备酒类销售的经营和分销能力

2025 年酒类前十大客户中的新增客户，主要为鹿龟酒佳品系列经销商，均为具备专业合法的酒类经营资质及分销渠道能力的区域优质商户。此类客户通过其二级、三级分销商网络，广泛覆盖超市、便利店、烟酒店、餐饮等快消品核心消费场景。渠道业态真实、结构完整，客户开发与渠道拓展整体呈良性稳健增长态势。

2、终端动销稳步推进

鹿龟酒佳品系列为新上市产品，受行业分销流转规律影响，货品从一级经销商逐级下沉至分销渠道、终端门店，再最终流向消费者，动销本身存在合理时间周期。

酒类行业第四季度历来为备货旺季，经销商提前集中备货，主要为承接元旦、春节双节消费高峰，属于行业常规经营安排。同时，公司同步落地央视品牌广告、全国糖酒会、区域经销商答谢会等市场化营销举措，并配置业务团队

强化终端运维与渠道赋能。目前新品终端动销正处于正常培育爬坡阶段，后续随着渠道覆盖持续渗透、品牌营销势能释放，终端动销率将稳步提升。

（二）关于收入的确认和退货情况的风险管控

1、公司历史退货集中于白酒、海参酒等非核心老品，上述退货系因产品迭代、市场动销不畅所致，为维护品牌形象、保障市场良性发展，公司与经销商协商一致后同意退货，不涉及鹿龟酒系列和海王酒核心主品。

2、2025 年度收入确认符合会计准则规定。公司在收到经销商采购订单、收到货款结算、生产货物后发货、并由经销商或其指定收货方完成签收确认、商品控制权及风险与报酬全部转移的时点，严格按照《企业会计准则第 14 号—收入》的规定确认相应销售收入。

3、公司已进一步完善销售合同条款及渠道管理制度，明确约定非产品质量问题不予退货；同时从严开展经销商准入及信用评级管理，严控新增赊销规模与非质量类退货行为，并按合理退货率审慎预估计提退货相关冲减收入，有效降低退货对经营业绩的影响。

（三）关于存货周转与经营效率改善

1、公司存货周转率近年偏低，系开发产品、半成品酒液及白酒库存占比较大，且收入逐年下滑所致，具有合理的商业背景。2025 年随着公司经营逐步改善，市场销售稳步恢复，库存去化进度加快，存货周转率回升至 0.81 次，存货运营效率较前两年明显修复。

2、公司正积极推进老品清库存、新品快周转的经营策略，优化生产计划与铺货节奏。随着核心新品动销提升、老品逐步出清，存货周转效率将得到持续改善。

（四）关于营业收入增长可持续性的核心支撑说明

1、主业战略清晰坚定，资源配置高度聚焦

公司已全面确立以保健酒为核心主业的长期发展战略，持续收缩非核心业务，将资金、产能、人力、品牌推广等关键资源集中投向鹿龟酒、海王酒两大主力单品，形成主业高度聚焦、战略方向稳定、投入持续保障的经营格局，为收入长期稳健增长提供顶层战略支撑。

2、产品矩阵成熟迭代，核心单品竞争力持续强化

公司以鹿龟酒佳品系列、海王酒系列为双轮驱动，完成产品口感、配方、包装、定价体系的全面升级，产品结构持续优化。鹿龟酒佳品定位大众健康消费场景，适配餐饮、商超、礼品等多元渠道；海王酒深耕成熟渠道，依托品质升级与区域精细化运营巩固基本盘。两大单品定位清晰、互补协同，具备持续放量与稳定盈利的产品基础，能够支撑收入长期增长。

3、渠道体系高效重构，全国化布局稳步落地

公司构建扁平化招商+厂商联合运营的双轨渠道模式：对鹿龟酒佳品采用扁平化招商，缩短链路、提升利润空间，快速拓展优质经销商；对海王酒推行厂商联合运营，深度绑定核心客户、强化区域精耕与终端管控。目前已覆盖全国主要省市核心重点市场，渠道质量、终端覆盖、动销能力显著提升，形成稳定、可持续的销售网络支撑。

4、内控体系全面整改，经营合规性显著提升

公司已完成经销商准入管理、销售流程管控、财务核算规范、内部控制执行等系统性内控进一步优化，建立并严格执行经销商资信评审、客户信用管理、存货管理等制度和流程的梳理与优化，经营风险可控，为经营的持续健康发展提供坚实的内控保障。

综上，公司 2025 年度营业收入大幅增长，具备真实商业实质、扎实产品竞争力、稳定渠道网络与完善内控体系的多重支撑，随着终端动销持续提升、渠道布局不断深化、内控管理持续强化，相关收入增长具备真实性、合理性与可持续性。

三、建议你公司与审计机构审慎做好年报审计工作

根据你公司公告，你公司 2024 年营业收入低于 3 亿元且净利润为负，且 2024 年内部控制审计报告意见为否定意见。同时，因 2022 年至 2024 年连续 3 个会计年度扣除非经常性损益前后净利润孰低值均为负，且 2024 年财务报告的审计报告显示公司持续经营能力存在不确定性，已于 2025 年 5 月 6 日被实施退市风险警示并叠加其他风险警示。根据《上海证券交易所股票上市规则》第 9.3.7 条，若你公司 2025 年经审计的利润总额、净利润或者扣除非经常性损益后的净利润孰低者为负值且扣除后营业收入不足 3 亿元，或者财务报告被出具

非标准审计意见，则将被终止上市。目前审计机构中审亚太会计师事务所的审计工作尚未完成，你公司公告 2025 年年度报告预计将于 4 月 30 日披露。鉴于本次年度报告审计工作对你公司是否退市具有重大影响，请你公司与审计机构审慎做好 2025 年年报审计工作，以保护中小投资者合法权益。

公司回复：公司高度重视 2025 年年报审计工作，全程积极配合年审机构开展各项审计工作。公司 2025 年经审计年度报告已于 2026 年 4 月 30 日在上海证券交易所及指定信息披露媒体依规披露。公司 2025 年年度报告严格遵循《企业会计准则》及证券上市监管规则，规范收入确认、营业收入扣除等会计核算与账务处理，切实保障公司财务信息真实、准确、完整。

特此公告。

海南椰岛（集团）股份有限公司董事会

2026 年 5 月 19 日