

证券简称：养元饮品

证券代码：603156

投资者关系活动记录表

编号：20250605

投资者关系 活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☒业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他（投资者接待日活动）
参与单位 名称及人员	线上投资者
时间	2025 年 6 月 5 日星期四 10:00-11:00
地点	上证路演中心网站
上市公司 接待人员	公司董事长姚奎章先生；总经理范召林先生；董事会秘书兼财务总监马永利先生；独立董事杨小舟先生、张丽梅女士、江连洲先生
投资者关系 活动主要 内容介绍	一、公司董事长姚奎章先生做开场致辞, 并对公司 2024 年年度的经营情况进行解读。 二、主要问题回答情况如下： 1. 行业以后的发展前景怎样？ 答：尊敬的投资者您好：《国民营养计划》明确“植物蛋白”为主要的营养基料，植物基产品发展前景广阔。我国制定的《扩大内需战略规划纲要（2022—2035 年）》中，明确将“全面促进消费，加快消费提质升级”作为实施扩大内需战略的重要组成部分，倡导健康饮食结构、绿色低碳消费；《中国食物与营养发展纲要（2025—2030 年）》中明确指出“推进营养型农业生产、食品加工和食物消费，倡导文明健康生活方式”。在国家促进消费、倡导健康饮食的大环境下，植物蛋白饮品行业将迎来良好的发展机遇，行业市场规模有望持续增长。 2. 你们行业本期整体业绩怎么样？你们跟其他公司比如何？ 答：尊敬的投资者您好：公司 2024 年度营业收入 60.58 亿元，比上年度减少 1.69%；实现营业利润 22.15 亿元，比上年度增加 14.19%；

	归属于上市公司股东的净利润 17.22 亿元，比上年度增加 17.35%。根据国家统计局数据，2024 年规模以上工业企业中“酒、饮料和精制茶制造业”营业收入为 15,880.6 亿元，比上年增长 2.8%，利润总额为 3,287.2 亿元，比上年增长 7.1%。 3. 公司本期盈利水平如何？ 答：尊敬的投资者您好：公司 2024 年度营业收入 60.58 亿元，比上年度减少 1.69%；实现营业利润 22.15 亿元，比上年度增加 14.19%；归属于上市公司股东的净利润 17.22 亿元，比上年度增加 17.35%。 4. 公司之后的盈利有什么增长点？ 答：尊敬的投资者您好：公司将依托“促销费”的政策红利，深化研发战略布局，推动产品品质与生产效能双轨提升，积极践行可持续发展理念；持续优化营销策略，强化品牌增长势能；构建精细化运营管理体系，实现公司经营管理水平的系统性提升，全面筑牢公司高质量发展根基。 5. 尊敬的管理层，您好！根据 2024 年年度财报，公司实现归属于上市公司股东的净利润为 1,721,987,800.29 元，较 2023 年同比增长了 17.35%。请问这一增长的主要驱动因素是什么？另外，公司对 2025 年全年的盈利预期如何？ 答：尊敬的投资者您好：公司 2024 年实现归属于上市公司股东的净利润较 2023 年同比增长，主要原因是公司持有的交易性金融资产公允价值变动较上年度增长。 6. 您好！2024 年年度报告显示，公司经营活动产生的现金流量净额为 1,430,816,867.96 元，较 2023 年同比下降了 40.23%。请问导致经营活动现金流减少的主要原因是什么？公司有哪些措施来改善现金流状况？ 答：尊敬的投资者您好：公司经营活动产生的现金流量净额较上年同期减少 40.23%，主要原因是公司销售商品、提供劳务收到的现金较上年同期减少。公司将通过产品推广、强化产品销售等多举措改善现金流状况。 7. 您好！根据财报，2024 年公司研发费用投入为 44,042,796.56 元，较 2023 年减少了 17.00%。请问公司目前的研发重点是什么？这些
--	--

	研发投入是否已经转化为具体的产品创新？未来有哪些研发计划？ 答：尊敬的投资者您好：公司致力于以核桃仁为主要原材料的植物蛋白饮品的研发、生产和销售。公司坚持以消费者为中心，持续打造多元化产品矩阵，创新研发红枣、燕麦核桃乳及养元早餐豆奶等产品，推出智汇露、新无糖、新鲜装等多规格产品，加快构筑“覆盖全人群、主流价格带”的产品矩阵。 8. 2024 年财报显示，‘六个核桃’收入同比下降 5.86%，连续第三年下滑，且占总收入比重仍超 80%。公司如何看待核心产品增长乏力的现状？未来是否计划通过产品升级（如低糖、功能性添加）或拓展新品类（如植物基饮料、健康零食）来突破增长瓶颈？ 答：尊敬的投资者您好：公司将依托“促销费”的政策红利，深化研发战略布局，推动产品品质与生产效能双轨提升，积极践行可持续发展理念；持续优化营销策略，强化品牌增长势能；构建精细化运营管理体系，实现公司经营管理水平的系统性提升，全面筑牢公司高质量发展根基。 9. 2024 年财报显示，公司销售费用同比增长 12.6%，主要用于广告投放和促销活动，但营收增速仅为 1.1%。请问管理层如何评估营销投入的效率？未来是否计划优化渠道结构（如加大电商、社区团购投入）或减少低效促销？ 答：尊敬的投资者您好：公司紧抓渠道结构性变革机遇，持续开展新兴渠道专项拓展工作，重点突破直播电商、社群团购、零食折扣、即时零售等渠道，围绕新兴渠道特点，定制专属产品，创新包装形式，开展大力度促销，抢占新兴渠道市场，创造市场增量。 10. 2024 年财报显示，公司存货周转天数同比增加 15 天至 98 天，期末存货余额同比增长 22%。请问管理层如何看待库存积压问题？未来是否计划通过柔性生产、精准预测或优化供应链来降低库存风险？ 答：尊敬的投资者您好：公司销售模式为以销定产，受 2025 年春节前置影响，春节备货导致库存量上升，公司不存在库存积压问题。 11. 2024 年财报显示，‘六个核桃’收入占比仍超 80%，但营收同比下降 1.69%，延续 2022 年以来下滑趋势。公司如何看待核心产品增长乏力的现状？未来是否计划通过跨界新品（如功能饮料、植物基酸
--	---

	奶)或收购新兴品牌突破增长瓶颈? 答:尊敬的投资者您好:公司暂无相关计划。 12. 2024年归母净利润同比增长17.35%,但营收连续第二年下滑,扣非净利润增速(7.19%)显著低于净利润增速。请问管理层如何平衡短期成本控制与长期研发投入?未来是否计划通过提价或减少促销维持利润增长? 答:尊敬的投资者您好:公司始终将研发创新置于战略核心地位,以前瞻性布局构建多层次研发体系,持续强化技术迭代与产品储备优势。通过持续的工艺革新实现产品品质与生产能效协同提升。 13. 2024年经营活动现金流净额为14.31亿元,同比下降40.23%,但公司仍计划每10股派发现金红利13.6元(含税),派现比例高达99.53%。请问管理层如何平衡股东回报与现金流安全?未来是否调整分红政策或资本支出计划? 答:尊敬的投资者您好:公司综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平、债务偿还能力、是否有重大资金支出安排和投资者回报等因素,根据《公司章程》的相关规定,制定相应的分红政策。 14. 各位领导,上午好。想咨询一下公司Q1收入大幅下滑的主要原因,目前是否有中式养生水方面的新品储备,如何看待该市场?对于三只松鼠等品牌进入植物蛋白饮料领域,公司如何看待植物蛋白饮料的新进入者的挑战? 答:尊敬的投资者您好:公司坚持“专注于提供优质的核桃饮品,致力于提高人生智慧和幸福指数”的企业使命不动摇,以长期主义价值观为引导,秉承低碳、环保、可持续发展的理念,持续做大做强核桃饮品产业,进一步扩大公司在该领域的领先优势。充分利用公司的平台和资源,开发新的健康产品,推动并引领植物蛋白饮品行业发展。 15. 请问范总,公司在瑞浦兰钧的投资成本价是多少?现在属于盈利状态吗?公司有减持的打算吗? 答:尊敬的投资者您好:公司在瑞浦兰钧的投资金额为8亿元,2024年期末账面价值为5.94亿元,目前公司暂无减持计划。
--	---

	三、董事会秘书兼财务总监马永利先生做结束致辞，本次活动结束。
附件清单 (如有)	无
日期	2025 年 6 月 5 日

上述活动内容可通过上证路演中心 <http://roadshow.sseinfo.com> 查阅、回看。