

股票代码：600300

股票简称：维维股份

维维食品饮料股份有限公司投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 （请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	线上参与维维股份 2025 年半年度暨 2025 年第三季度业绩说明会的投资者
时间	2025 年 12 月 26 日（星期五）下午 15:00-16:00
地点	线上
上市公司接待人员姓名	董事长：任冬 总经理：赵惠卿 独立董事：赵长胜 财务总监：赵昌磊 董事会秘书：于航航
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、问：各位领导下午好，我是一个北方人，今年在南京游玩是偶然品尝到公司旗下的柠爆果汽饮料，全家人员认为非常好喝，比北方目前市面上流通的瓶装汽水都强，奈何回到自己城市就买不到，搜索网络发现出售这款饮品店商家也不多且没发现官方售卖，希望能大力宣传铺货，最后能生产大瓶装，谢谢！</p> <p>答：尊敬的投资者，您好！非常感谢您及家人对公司旗下“柠爆果汽”系列产品的认可和喜爱，也衷心感谢您抽出宝贵时间分享消费体验与宝贵建议。“柠爆果汽”是公司紧扣市场消费趋势推出的新品类，目前处于市场拓展初期，线下渠道前期优先在部分区域试点布局，暂</p>

未实现全国性覆盖，给您带来购买不便，我们深表歉意。该系列产品线上渠道已上线，您可通过电商平台选购。后续，公司将加快推进渠道布局，持续优化产品供给与服务体验。期待未来能让“柠爆果汽”及“维维系列产品”走进更多家庭，为广大消费者带来更便捷、愉悦的消费体验！感谢您的支持与关注！

2、问：请问春节前有无回报股东或者提前分红计划，谈谈未来公司发展理念和规划？

答：尊敬的投资者，您好。公司高度重视股东回报，持续优化股东回报机制，积极践行尊重投资者、回报投资者的理念，已经连续多年实施现金分红。未来，公司将锚定高质量发展目标，持续深化主业布局，在全力改善公司业绩的同时，努力增强利润分配政策的连续性和稳定性，在平衡经营发展资金需求与股东即期回报的基础上，与投资者共享上市公司发展成果，提升投资者获得感，真正实现企业自身发展与投资回报双提升。公司于2025年5月实施了2024年度权益分派，以总股本为基数向全体股东每10股派发现金红利人民币1.28元（含税），共计派发现金红利2.07亿元，占公司合并报表中归属于上市公司股东净利润的50.35%。关于春节前是否实施提前分红，需综合考虑盈利水平、现金流状况及重大资金支出安排等因素。截至目前，公司尚未确定春节前分红的具体计划，后续若有相关利润分配安排，将按照法律法规及监管要求及时履行信息披露义务。公司秉持“合规经营为基、创新驱动为核、价值共享为本”的发展理念，以保障产品品质安全为底线，以满足消费者健康化、多元化需求为导向，兼顾企业可持续发展与股东、员工、社会等多方利益，致力于实现高质量发展与价值共创共享。下一步，公司将坚守发

展初心，锚定战略方向狠抓落地执行，持续提升核心竞争力与盈利质量，以扎实经营业绩回报广大投资者的信任与支持。将重点抓好以下几个方面的工作：一是深化全产业链协同布局。持续巩固上游原料供应保障能力，筑牢产业链发展根基；中游推进生产智能化、绿色化升级改造，全面提升生产运营效率与合规管理水平；下游健全“传统渠道固本+新兴渠道拓新+B端渠道增量”的全渠道矩阵，强化社区消费场景渗透力度，提升数字化运营能力。二是聚焦产品创新与结构升级。紧扣健康消费趋势，加大功能性、高品质产品研发投入力度，丰富“核心产品+创新产品+联动品类”产品矩阵。重点布局高毛利产品赛道，培育市场竞争力强的超级单品。三是强化经营韧性与风险防控。不断完善组织管理架构与合规治理机制，全面提升市场响应速度与风险抵御能力，实现经营提质；持续深化精细化成本管控，优化供应链全流程管理，稳步提升盈利稳定性、可预期性；健全现金流管理体系，保障经营现金流健康充裕；严格落实食品安全监管要求，健全全链条品质管控体系，筑牢产品安全防线。四是拓展增量市场与价值空间。抢抓政策红利机遇，培育打造业绩增长新引擎；针对薄弱区域市场实施精准攻坚行动，有效实现区域市场均衡发展；积极探索产业协同与资本运作模式，盘活存量资产，优化资本结构，切实提升股东长期回报水平。五是立足主责主业坚守社会责任。聚焦绿色生产、乡村振兴等重点领域，扎实推进节能技改项目落地，深化产业帮扶举措；持续提升可持续发展能力，增强对长线资金的吸引力，实现企业价值与社会价值协同提升。

3、问：公司2025年前三季度利润水平还是不错的，扣非净利润同比大幅上升37%，后续能否持续维持盈利改

善态势？

答：尊敬的投资者，您好！2025年第三季度，维维股份锚定秋冬消费旺季与节庆市场机遇，以“精准备货保供给、多元营销促增长、渠道优化畅链路、高毛利布局提盈利”多维协同破局，实现营收、利润双指标环比显著提升。2025年第三季度营收8.67亿元、环比增长30%，归母净利润1.21亿元、环比增长144%，扣非净利润1.23亿元、环比增长约206%。同时，2025年前三季度受益于供应链优化、结构升级、渠道精耕等方面多重驱动，公司利润空间进一步释放，2025年前三季度，实现扣除非经常性损益的净利润2.32亿元，同比上升37.41%。未来，维维股份将立足自身产业基础与资源禀赋，紧扣国家战略导向与市场消费趋势，通过内部深化改革、外部抢抓机遇双向发力，持续深化“创新破局促转型、结构升级提毛利、降本控费优效率、规模增长拓空间”的发展路径，以内部改革创新为根本，以外部政策市场机遇为牵引，推动企业盈利水平向更高质量、更可持续方向迈进。感谢您的支持与关注！

4、问：您好。现在豆奶行业呈现竞争分散、区域性特征明显的格局，豆奶产业现在有哪些政策支持，能不能简单介绍一下。谢谢

答：尊敬的投资者，您好！当前，豆奶产业正处于国家战略引领、全链条政策协同赋能的政策红利密集期，产业发展前景广阔。国家层面高度重视大豆蛋白产业发展，《健康中国2030规划纲要》《国民营养计划（2017-2030年）》《中国食物与营养发展纲要（2025-2030年）》等一系列政策文件，均将大豆蛋白纳入优质蛋白供给重点范畴。多部门、多机构联合倡导“减油增豆加奶”行动，推动豆奶产品进入学校、养老

机构、儿童福利机构等重点场景，有效拓展了豆奶产业刚需市场空间。《中国居民膳食指南（2022）》明确建议成年人每日摄入 15-25 克大豆或相当量的大豆制品，为豆奶消费提供了权威指引。与此同时，“双蛋白工程”“健康中国行动”等专项工作积极鼓励植物蛋白替代高饱和脂肪乳制品，精准契合国内乳糖不耐受人群消费需求，为豆奶消费创造了适配场景。在国家政策的持续引导下，高蛋白大豆品种培育与规模化种植工作稳步推进。全产业链扶持系列政策落地实施，有力推动原料生产基地与加工产能精准对接，切实提升了产业链韧性与成本可控水平。据研判，2026 年国产大豆种植面积将保持相对稳定，新豆上市量预计维持高位，市场供需形势整体宽松。这将为非转基因大豆原料稳定供应提供有力保障，助力平抑原料价格波动，降低产业经营成本。当前，豆奶产业政策红利呈现出全链条覆盖、多层次支撑、强力度落地的显著特征。公司将紧扣政策导向，围绕营养健康、原料供给、市场扩容、产业升级等关键领域精准发力，主动对接政策利好，科学布局产业发展，切实把政策优势转化为产品创新动能、成本优化实效、渠道拓展成果与价值提升实绩，为企业高质量发展注入强劲动力。感谢您的关注与支持！

5、问：消费市场呈现健康消费导向，同行业部分企业也在推进品牌年轻化和产品创新，请问公司在适配消费新趋势方面有哪些具体举措？

答：尊敬的投资者，您好！为积极顺应消费市场新趋势，公司锚定发展方向、聚焦核心环节，部署实施系列关键举措，以精准策略、多元创新、硬核优势赋能企业高质量发展。一是实施“国民品牌+年轻化”双轨并行策略。一方面持续深耕经典产品矩阵，以经典产品维系用户情

感联结；另一方面发力子品牌建设，精准触达年轻消费群体，有效规避行业内单纯追求年轻化转型引发的用户断层问题，实现新老客群协同拓展。二是筑牢“国企背书+国民品牌+全产业链”三位一体竞争优势。充分依托国企控股的信用保障与国民品牌的市场积淀，构建“原料收储—生产加工—终端销售”全链条管控体系，从源头到终端实现产品品质的全程可控、可溯，构建核心壁垒。三是深化“核心品类引领+创新品类突破+关联品类延伸”协同发展布局。立足豆奶核心品类的渠道网络与品牌基础，横向拓展创新品类、关联品类，打通品类间资源共享通道，构建起多品类联动发展的产业生态。具体实践层面，公司从产品、品牌、渠道三个维度同步发力，推动创新举措落地见效。产品创新方面，在对传统豆奶粉实施健康化、功能化、高端化升级改造的基础上，打造子品牌“百分植”，主攻低糖、低脂、便携化、简配方方向，精准匹配市场消费偏好；同步布局功能性产品研发，深度契合健康消费需求。品牌营销方面，通过赛事冠名、文化 IP 联动、线下场景体验、节庆节点主题营销、社交媒体话题运营等多元化方式，拉近与消费者的距离，着力塑造品牌“健康+怀旧”双重标签，精准适配当下情绪价值消费潮流，实现品牌知名度提升、市场客群触达、产品动销促进的目标。渠道建设方面，针对即时零售、硬折扣超市等新型业态，专项优化产品包装设计与供货服务体系，全面提升渠道适配效率与市场响应速度。感谢您的支持与关注！

6、问：公司三季报显示公司经销商数量有所减少，请问这是否意味着渠道收缩？未来渠道拓展的重点方向是什么？

答：尊敬的投资者，您好！经销商数量的合理精简，并

非渠道布局的收缩，而是公司主动实施“渠道瘦身健体”战略作出的优化调整。公司聚焦渠道高质量发展目标，坚决淘汰运营低效、回款能力薄弱、区域覆盖重叠的经销商，同步加大对优质经销商的培育力度，通过开展赋能培训、实施政策倾斜、完善服务保障等举措，有效提升单体产出效能与渠道整体运营效率。此项调整短期内或对营收规模产生一定影响，但从长远来看，将显著优化渠道质量、增强经营效能。目前，渠道优化调整的积极成效已经显现。下一阶段，公司渠道拓展将重点围绕以下三方面推进：一是深化全渠道融合发展。线下端聚焦终端提质、客情深化、管理增效等方面巩固传统渠道优势，同步拓展社区团购、硬折扣超市、新兴零食连锁店等高效业态；线上端强化内容电商建设，加大直播带货布局力度。二是聚力开拓B端市场。依托政策利好，积极拓展学校、养老机构等团购渠道，培育营收增长新引擎。三是推进区域市场深耕细作。针对消费增长较快的区域，加大渠道下沉力度，培育壮大区域优质经销商队伍。针对薄弱市场开展市场调研诊断，实施精准招商，优化产品供给，建立专项帮扶机制，逐步缩小区域市场发展差距，促进全域市场均衡发展。感谢您的支持与关注。

7、问：请问公司如何看待当前自身的估值？

答：尊敬的投资者，您好！当前资本市场对消费板块的估值逻辑更注重盈利质量和成长潜力，请结合自身风险偏好与投资目标，理性投资。公司前三季度扣非净利润大幅增长，现金流显著改善，转型攻坚取得实效，且为契合国家政策支持的内需成长赛道。本人认为，公司估值的核心支撑主要在于以下几个方面：其一，基本面持续向好夯实估值安全边际；其二，行业政策红利释放

打开市场扩容天花板；其三，全产业链纵深布局构筑成本与品质双重护城河；其四，豆奶行业龙头地位稳固，深度受益于行业集中度提升红利；其五，稳定分红机制凸显价值属性，契合长线资金配置偏好；其六，多维度创新赋能有望打开长期成长空间，赋予估值溢价潜力。未来公司将通过以下几个方面增强资本市场认可。一是，持续提升经营业绩，通过主业聚焦和战略落地，推动营收重回增长轨道，同时保持盈利质量的稳定提升，用扎实的经营数据增强投资者信心；二是，强化股东回报，结合盈利水平及现金流状况制定分红方案，力争保障分红的连续性、稳定性；三是，优化投管管理，畅通价值传递渠道，传递公司价值；四是，推进品牌价值重塑，通过产品创新和市场推广，让资本市场更清晰地看到公司从“国民记忆”到“时代品牌”的转型成效，认可公司在健康消费赛道的成长潜力。感谢您的支持与关注。

8、问：现在有的地方还没有公司产品，是否有更加有利的销售政策和渠道？

答：尊敬的投资者，您好！针对空白区域市场，公司将通过实施“渠道攻坚、政策扶商、精准运营”策略，加速市场渗透，提升公司产品覆盖和市场份额。下一步，公司渠道拓展将重点围绕以下三方面推进：一是深化全渠道融合发展。线下端聚焦终端提质、客情深化、管理增效等方面巩固传统渠道优势，同步拓展社区团购、硬折扣超市、新兴零食连锁店等高效业态；线上端强化内容电商建设，加大直播带货布局力度。二是聚力开拓B端市场。依托政策利好，积极拓展学校、养老机构等团购渠道，培育营收增长新引擎。三是推进区域市场深耕细作。针对消费增长较快的区域，加大渠道下沉力度，

	培育壮大区域优质经销商队伍。针对薄弱市场开展市场调研诊断，实施精准招商，优化产品供给，建立专项帮扶机制，逐步缩小区域市场发展差距，促进全域市场均衡发展。感谢您的支持与关注。
附件清单（如有）	
日期	2025年12月26日