

证券代码：605388

证券简称：均瑶健康

湖北均瑶大健康饮品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-001

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（券商策略会）
参与单位名称及人员姓名	东北证券、东方财富证券、华福证券、开源证券、华鑫证券、东方证券等
时间	2025 年 1 月至 2 月
地点	上海
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：郭沁 IR：徐佳怡
投资者关系活动主要内容介绍	一、 围绕均瑶健康近期业务动态、经营进展和战略规划等进行全方位阐述，对味动力业务、益生菌业务和供应链业务进行逐层拆解，充分与市场进行了沟通交流。 二、 沟通交流问答环节： 1、请介绍下公司今年战略布局的情况？ A：公司始终秉持"聚焦健康饮品行业，铸百年品牌，成为健康饮品领跑者"的长期战略定位。在巩固常温乳酸菌饮品市场领先地位的基础上，提出“做全球益生菌领跑者”的升级目标，形成“双轮驱动”的战略架构。近年来，公司通过二次创业推动主营业务从传统乳酸菌饮品向益生菌相关领域延伸，着力构建以益生菌产品线为核心的第二增长曲线。公司深入推进益生菌产业链一体化布局，通过成功整合国内益生菌领域龙头企业均瑶润盈，进一步完善了益生菌产业布局，逐步构建起“研发-生产-销售”产业链一体化闭环体系，不断巩固和提升行业地位。依托均瑶润盈的产业基础，近年来公司业务触角延伸到全球、经营视野辐射至国际，均瑶润盈出口范围辐射广

泛，是亚洲大型益生菌生产基地之一，产品销往 72 个国家和地区。

2、公司 2024 年味动力常温乳酸菌的整体业务情况怎样？

A：从 2024 年四季度的情况来看，公司味动力常温乳酸菌业务的整体表现优于去年同期。四季度涵盖了春节备货周期，且毛利率较高，使得味动力业务收入处于逐步恢复的阶段，叠加去年原材料价格下降以及产品结构进行了相应优化，全年来看，味动力业务毛利率恢复到比较正常的水平，利润水平则有所提升。

3、味动力在产品创新方面有哪些计划？

A：味动力在产品创新方面会有一些新的变化。公司希望通过益生菌业务的发展，为未来的饮料业务提供技术支持和市场基础。公司计划以益生菌菌株为特色为抓手，研发新的功能性益生菌饮料产品，团队会进行不同的测试和选择，特别是在功效性方面，公司希望味动力能够更加敏捷地做出决策和响应，最终实现以饮料业务为主的战略布局。

另外从 2024 年 12 月份开始，味动力在公司体内以及泛缘供应链的支持下开始拓展低温活性益生菌饮品，初步销售情况良好，未来可能会继续拓展更多不同类型的品类，公司已有相关储备，将根据市场情况和下一步的战略方向来决定具体的行动。

4、未来公司以益生菌为特色重新打造饮料品牌时，目标客群是什么？

A：公司的目标客群并不局限于对益生菌有明确需求的消费者。参考日本市场，许多饮料产品通过功效性等方式提供更多健康的选择，从而吸引消费者购买。公司希望通过提供不同类型健康的功能性饮料选择，增加消费者购买的概率，而不仅

仅是满足特定的益生菌需求。

5、均瑶润盈在菌株方面有什么优势？

A：均瑶润盈在自研菌株方面有多年临床研究经验，自主筛选研发的系列具有潜力的专利菌株：如植物乳植杆菌 Lp-G18、格氏乳杆菌 LG-G12、植物孚值杆菌 N1(活菌+后生元)、干酪乳酪杆菌 LC-G11 等。这些菌株品类功能覆盖包括肠胃健康、免疫调节、女性私护、血糖管理、抗幽护胃、皮肤健康等多个健康领域。其中植物乳植杆菌 Lp-G18 荣获欧洲运动营养专家联盟 2024 欧洲最佳运动营养成分奖、入围 2024 年亚洲营养配料大奖-年度微生物组调节原料奖前三名，并摘得荣格技术创新奖、Hi & Fi Asia-China 食品科技创新奖，植物乳植杆菌 Lp-G18 产自新疆伊犁地区，作为一款具有控糖和饱腹感的专利菌株（专利号：ZL 2017 1 1405499.4），能够高产谷氨酰胺合成酶超过一般的植物乳植杆菌的谷氨酰胺合成酶生产水平的 30%。据动物实验证实，植物乳植杆菌 Lp-G18 相比胰高血糖素样肽-1（GLP-1）受体激动剂药物司美格鲁肽，在控糖减脂方面表现出更高的安全性。

6、益生菌 B 端业务下游客户类型情况？

A：益生菌 B 端下游客户主要分为药企、保健品企业、乳企等。这类企业客户对益生菌的功效和技术参数非常重视，这与公司的优势相契合。均瑶润盈在海外积淀多年，凭借自身技术优势，已入选国际知名发酵剂供应商名录，具备客户开拓优势，并帮助建立和巩固益生菌行业标准。从相较国外大厂视角来看，均瑶润盈具备价格优势，供应链稳定和制造成本稳定的优势。

7、公司在益生菌领域的研发技术水平如何？

A：技术创新是驱动公司发展的核心动力，公司始终坚持自主创新的理念，通过不断提高技术水平提升产品质量、改善

	产品结构、降低生产成本。公司与江南大学等世界一流学府结成战略合作，储备了具有独特功能性的益生菌株十余株，同时整合均瑶润盈，进一步丰富公司的益生菌菌株资源库，可以满足消费者全方面的健康需求。目前均瑶润盈共研发生产 30 多种共 60 余株中国本土益生菌菌种，拥有 4,000 余株自主知识产权的益生菌菌种资源库，产品涵盖益生菌菌粉，特色发酵剂，功能性食品及相关衍生产品，其中高活性冻干菌粉年产产能达 600 吨。 8、请介绍一下公司在 2024 年电商的调整情况，以及这块业务对公司的影响。 A: 公司体内益生菌 C 端业务及部分益生菌饮品业务主要通过电商线上渠道销售，在抖音、快手、天猫等渠道已经相对成熟，公司在这方面的表现较为稳定。公司经过了几年时间的线上运营与经验总结，开始尝试使用更市场化的团队，推出了“体轻松”和“每日博士”两大益生菌品牌，尽管平台生态的变化及流量成本上升，公司也随之在进行调整，以保持业务的稳定发展，目前品牌的自然沉淀发展不错。 9、泛缘供应链 2024 年在公司体系中发展如何？ A: 公司通过泛缘供应链业务的接入，建立了“原料-产品-渠道”一体化生态链模型，实现了在头部及核心区域的渠道布建。公司在规范化和业务协同方面实现提升，围绕产业链核心客户需求，升级供应链管理技术和工具，提高供应链的数字化和智能化水平。 公司已经开始通过泛缘供应链探索低温饮品等业务，预计 2025 年将实现价值转化。2024 年泛缘供应链泛缘供应链新增东方购物、拼多多等电商渠道，新拓展海鲜冻品业务，OLE、开市客、华住等重要客户完成战略签约。优化仓配成本，依托强大的统仓统配实力，新引进 5 家友商选择泛缘供应链作为城配
--	--

	运营商。
附件清单（如有）	