



证券代码：002732

证券简称：燕塘乳业

公告编号：2026-027

广东燕塘乳业股份有限公司

关于“质量回报双提升”行动方案的进展公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

为深入贯彻落实中央政治局会议提出的“要活跃资本市场、提振投资者信心”及国务院常务会议提出的“要大力提升上市公司质量和投资价值，要采取更加有力有效措施，着力稳市场、稳信心”的指导思想，积极响应深圳证券交易所关于深入开展深市公司“质量回报双提升”专项行动倡议的要求，立足上市公司主体责任，维护全体股东利益，促进广东燕塘乳业股份有限公司（以下简称“公司”）长远、健康、可持续发展，公司结合自身发展战略、经营情况、财务状况及行业发展趋势，制定了“质量回报双提升”行动方案（以下简称“行动方案”），具体内容详见公司于2026年3月31日披露的《关于“质量回报双提升”行动方案的公告》（公告编号：2026-011）。自行动方案发布以来，公司积极落实相关工作，并于2026年8月25日召开第六届董事会第六次会议，审议通过了《关于“质量回报双提升”行动方案的进展议案》，现将行动方案的实施进展情况公告如下：

一、深耕主业提质增效，筑牢高质量发展根基

2026年上半年，公司持续践行“精耕广东、聚焦湾区、覆盖华南、迈向全国”发展战略，以“新区域、新渠道、新产品、新宣传、新管理”为核心抓手，持续落实“强管理、提效率、增效益”各项举措，大力推进“产品升级、营销升级、牧业升级、管理升级”四大行动，扎实推进生产经营各项工作与产业集群重点项目建设，不断增强高质量发展的内劲与活力。

公司深化“一城一策”区域运营方案，深耕省内下沉市场的同时稳步拓展华南及周边区域，重点区域增长动能充足，新兴市场开发取得阶段性突破。港澳市场布局持续加码，3月进驻连锁超市后稳步推进线下铺市，同步通过线上电商平台开发港澳线上业务；湖南、江西市场重点客户开发落地见效；通过联动投标模式成功中标三亚学生奶配餐项目，海南市场开拓取得实质进展。

渠道端坚持线上线下全渠道协同发展，在巩固商超、便利店、经销商等传统



渠道优势的基础上，大力拓展多元消费场景。机团业务与 B 端原料供应实现显著突破，有力带动低温品类增长；持续开发员工福利及渠道合作业务。新兴渠道保持高速增长，即时零售销售额同比增长约 29%；零食渠道、钱大妈渠道销售同比分别增长 3.4%、2.3%；深化与京东、天猫等大平台合作，优鲜达电商销售同比增长约 8.9%，带动外区（华中、华东）市场销售同比增长近 24%。创新终端运营模式，通过经销商合作投放自助售卖设备，推动自售机、鲜奶自打机业务；直播电商业务实现较快发展。

品牌宣传精准发力。依托三届全运会独家乳制品供应商权威优势，公司发布“超新鲜计划”并联动多家权威媒体专题报道，累计曝光量近 500 万次。深化体育营销场景布局，落地多地马拉松、粤 BA 揭阳赛区等赛事合作；参与“广货行天下”等活动，持续放大“喝鲜奶 选燕塘”品牌声量。升级“鲜春攻略”营销活动，联动西湖花市推出形象专版与文创周边，覆盖全国 33 个城市的迎春花市及年货节。推进自媒体运营体系升级，将 AI 工具深度应用于内容创作，累计发布内容近 400 条、总曝光量超 1000 万次。在透明工厂游的基础上，创新推出牧场游工业旅游项目；启动素人网络推广计划，招募活跃品鉴官近 3000 人，品牌温度与用户粘性持续提升。

公司深度推进牧业升级，持续优化自有牧场规模化、标准化、智能化建设，2026 年上半年，自有牧场总产奶量同比增长约 9%，成母牛单产同比提升 2.5%，公斤奶全成本同比下降 7%，降本增效成效较为显著。公司积极开展核心牛群筛选、良种基因检测与胚胎移植等先进繁育技术应用，持续优化牛群梯队配比，良种繁育质量与养殖效能不断提升。依托精准饲喂、标准化管控等精细化举措，通过繁育精细化管理、精准营养配方优化等组合手段，牧业养殖成本实现有效下降。同时，公司持续推动全株玉米等青贮配套种植，2026 年上半年，公司实现全株玉米春造种植 7074 亩，有力保障了自有牧场青贮供应，从源头筑牢奶源品质与供应保障，饲料质量全程可控。

生产端持续推进精益生产与智能化改造，全流程食品安全管控体系持续完善，产品质量保持稳定，抽检合格率持续保持高位。产业集群项目按既定节点稳步推进，广垦乳业智慧物流中心项目、粤东日产 600 吨现代化乳制品加工厂第一期、粤西现代化乳业生产基地技改项目等重点项目有序实施，项目投产后将进一步夯



实公司产能布局，为产业升级提供坚实支撑。

二、强化科技创新驱动，培育发展新质生产力

公司坚持创新驱动发展战略，公司聚焦功能乳品、保鲜工艺、营养健康等方向推进技术研发与成果转化，深化与高校及科研机构的产学研合作，创新能力持续提升。2026 年上半年，公司再度通过高新技术企业认定；顺利通过中国合格评定国家认可委员会（CNAS）认可第二次复评审和扩项评审（新增认可项目两大类 19 项）、有机产品再认证，成功入选广东省先进级智能工厂，智慧生产数字化工厂建设项目获评广州市制造业“四化”L4A 级（卓越级），公司质量管控与检测能力迈上新台阶。公司持续强化知识产权全生命周期管理，规范开展知识产权申请、维护与运营工作。截至 2026 年 6 月 30 日，公司累计拥有发明专利 20 项、实用新型专利 78 项、外观设计专利 127 项，著作权 24 项、注册商标 187 项，知识产权储备持续丰富，创新发展根基不断夯实。

公司紧扣消费升级趋势与场景化需求，深化差异化产品研创，并扎实推进“超新鲜计划”，依托本土自有牧场奶源强化极致新鲜体验，鲜奶品类实现较快增长。2026 年上半年，公司共推出 11 款新品（含渠道定制 7 款），其中包括融入啤酒花清冽香气与经典粤式发酵工艺的老广州啤酒花风味酸奶、将芭乐与不老莓巧妙搭配诠释果感新潮的芭乐不老莓酸奶饮品、回归本真滋养的臻选原味酸奶，以及兼具 Q 弹口感和抹茶清香的鲜奶布丁（抹茶味）。上述新品满足了消费者个性化、品质化等消费诉求，深受消费者喜爱。公司坚持“研发一代、储备一代、推出一代”的产品迭代原则，持续完善产品储备梯队，优化核心品类结构，深度融合岭南文化元素升级产品包装，将醒狮、英歌舞、赛龙舟等岭南文化元素融入学生奶包装，结合古诗词与二十四节气设计校园专属版，稳步推进产品配方及包装标识优化，差异化竞争优势持续巩固。

公司持续推进数智化转型，以数字化、智能化赋能全产业链运营，统筹打造智慧牧业、智慧生产、智慧营销、智慧物流一体化数智体系，将数字化工具深度应用于生产运营、用户服务与品牌传播各环节。依托大数据技术精准洞察消费趋势，优化产品研发、生产排期、库存管理与渠道运营；推进营销体系数字化升级，搭建智能化用户服务体系，实现用户全生命周期精细化运营，提升营销效率与用户粘性。2026 年上半年，公司多项数智化建设成果获得行业及地方权威认定，



通过广州市制造业“四化 L4A 级（卓越级）评估、数据管理能力成熟度（DCMM）稳健级认证，获评广州市数据治理示范企业、广东省先进级智能工厂，数智化赋能产业提质增效的成效持续显现。

公司持续推进人才强企战略，优化组织架构与人员配置，推进核心岗位轮岗交流与人才梯队培养，完善薪酬绩效与多元化激励机制，将核心人才收益与公司经营业绩、创新成果深度绑定，持续引进各领域专业人才，打造结构合理、能力过硬的创新人才队伍，为培育新质生产力提供坚实的人才保障。

三、完善公司治理体系，提升规范运作水平

2026 年上半年，公司严格遵照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》及深圳证券交易所监管规则，持续规范法人治理运行，厘清股东会、董事会、经营管理层权责边界，保障董事会审计委员会依法平稳行使监督职权，推动董事会各专门委员会按既定规则开展审议、调研与专项评估工作。独立董事持续按计划开展现场履职，围绕重大决策、关联交易等事项发表专业意见，充分发挥监督制衡与专业咨询作用，切实维护中小股东合法权益，治理体系保持权责清晰、运转协调、制衡有效。

公司紧扣资本市场最新监管要求，持续梳理优化内部治理配套制度，细化独立董事履职管理、股东回报、董事及高级管理人员薪酬考核相关规则。2026 年上半年，公司制定并披露《董事、高级管理人员薪酬管理制度》，进一步推动董事、高级管理人员薪酬绩效与公司经营业绩深度绑定，明确绩效薪酬占比要求，严格落实薪酬递延支付、追索扣回相关机制，坚持激励与约束并重。同时，公司积极组织董事、高级管理人员参加 2026 广东辖区上市公司董事高级管理人员专项培训，及时把握资本市场最新监管政策与治理要求，持续提升履职能力与合规意识。公司持续压实控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员等“关键少数”合规责任，完善履职保障机制，引导相关主体依法合规传递公司发展预期，严守经营管理与信息披露合规底线，全力维护公司及全体股东根本利益。

公司持续健全内部控制与全面风险管理体系，聚焦生产运营、产业项目建设、财务资金等重点领域开展常态化风险排查与流程管控，推动内控要求嵌入业务全流程，持续提升整体风险抵御能力。稳步推进 ESG 管理融入日常经营，持续完善 ESG 工作机制，完成第四份 ESG 报告的编撰及披露，即《2025 年环境、社会及治



理（ESG）报告》；践行绿色低碳生产理念，推动产业链绿色转型，Wind ESG 评级实现从 BBB 级到 A 级的提升，华证 ESG 评级维持 BBB 等级，并获评“绿色供应链引领奖”；持续落实乡村振兴、公益帮扶、食品安全等社会责任，同步推进 ESG 各项管理工作有序开展。

公司持续提升信息披露规范化水平，严格执行多级审核机制，保障信息披露真实、准确、完整、及时、公平，已连续五年获得深圳证券交易所信息披露工作评价最高等级 A 级。公司不断完善多层次、双向互动的投资者沟通机制，通过股东会、业绩说明会、互动易平台、投资者调研、路演活动等多元渠道，全方位向投资者传递公司经营价值与发展战略；2026 年上半年，顺利召开 2025 年年度网上业绩说明会，就公司经营成果、发展规划等投资者关切事项进行充分交流，认真听取投资者意见建议。同时，公司积极组织开展“5·15 全国投资者保护宣传日”“2026 年防范非法证券期货基金宣传月”等投资者教育专项活动，通过线上线下联动开展宣传普及，帮助投资者提升风险防范意识与依法维权能力，持续提升投资者关系管理质效。

四、坚持投资者回报机制，持续增强投资者获得感

公司始终坚守长期、稳定、可持续的股东回报原则，严格执行《公司章程》规定的利润分配政策，统筹兼顾公司实际经营资金需求与全体投资者回报诉求，持续以稳定的现金分红与投资者共享经营发展成果。自上市以来，公司已连续 12 年实施现金分红，累计现金分红金额合计 41,068 万元（含税），累计分红总额已超过上市募集资金总额，切实将发展成果持续回馈广大投资者。2026 年上半年，公司顺利完成 2025 年度利润分配实施工作，2025 年度现金分红总额为 944.10 万元（含税），占当年归属于上市公司股东净利润的比例为 16.38%；最近三个会计年度累计现金分红及回购注销总额 5,664.6 万元（含税），占最近三个会计年度平均净利润的 49.86%，分红的稳定性、持续性与可预期性持续增强。

资本运作层面始终坚持审慎合规、价值优先的导向，围绕乳制品上下游产业链筛选协同性强、发展前景清晰的优质资源，合理论证各类资本工具的运用路径，确保所有资本运作均服务于主业升级与长期价值提升，以高质量的产业发展为投资者创造长期稳定的投资回报。

公司持续优化价值传导机制，依托业绩说明会、互动易平台、投资者咨询热



线等多元沟通渠道，主动向市场传递公司回报政策与长期投资价值，认真听取投资者关于股东回报、价值提升的意见建议，推动公司经营价值与回报理念有效传导至资本市场。同时公司持续强化中小投资者权益保护，保障全体投资者公平享有知情权、参与权与收益权，切实维护投资者合法权益，不断增强投资者的持股信心与回报获得感。

特此公告！

广东燕塘乳业股份有限公司董事会

2026 年 8 月 25 日