

江西阳光乳业股份有限公司

2025年度董事会工作报告

2025年，江西阳光乳业股份有限公司（以下简称“公司”）董事会严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司信息披露管理办法》等法律法规的规定，遵循《公司章程》《董事会议事规则》等相关制度，本着恪尽职守、勤勉尽责的工作态度，认真贯彻落实股东大会的各项决议，切实履行股东大会赋予的董事会职责，推进公司高质量可持续发展，有效地保障公司和全体股东的合法权益。现将公司董事会2025年度工作情况汇报如下。

一、2025年经营情况回顾

中国乳制品行业经历了多年连续高速发展期，2022年以来，伴随着全球局势动荡和经济波动消费降级，中国乳制品市场也逐步面临有效需求萎缩和供给相对过剩的问题，以液体乳为主的传统市场面临阶段性饱和，头部企业主营业务收入增长乏力甚至出现下滑，行业从追求规模的“量增”时期，全面进入以多元化、精细化需求为导向的“质升”新阶段，步入以存量竞争为标志的调整期。

2025年公司实现营业收入477,099,270.05元，比上年同期减少8.15%；实现归属于上市公司股东净利润104,469,925.09元，比上年同期减少8.81%；实现扣非后归母净利润107,695,123.8元，比上年同期减少9.93%。实现经营活动现金净流量138,729,108.10元，是当年归母净利润的1.33倍。总体上公司经营业绩变化与行业平均水平基本一致。

2025年度公司主要经营财务指标详见下表。

项目	2025年	2024年	本年比上年增减	2023年
营业收入（元）	477,099,270.05	519,418,156.94	-8.15%	569,933,839.82
归属于上市公司股东的净利润（元）	104,469,925.09	114,564,893.06	-8.81%	115,823,647.33
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	107,695,123.80	119,567,796.33	-9.93%	116,224,472.31
经营活动产生的现金流量净额（元）	138,729,108.10	139,542,716.05	-0.58%	168,586,511.39
基本每股收益（元/股）	0.3696	0.4053	-8.81%	0.4098
稀释每股收益（元/股）	0.3696	0.4053	-8.81%	0.4098
加权平均净资产收益率	7.17%	8.22%	-1.05%	8.90%
	2025年末	2024年末	本年末比上年末增减	2023年末
总资产（元）	1,533,231,728.04	1,488,952,832.62	2.97%	1,427,404,152.93

归属于上市公司股东的净资产（元）	1,459,043,124.65	1,405,451,999.56	3.81%	1,336,112,706.50
------------------	------------------	------------------	-------	------------------

二、2025年董事会工作回顾

（一）董事会召开情况

届次和时间	议案
第六届董事会第六次会议 2025年4月16日	1、《2024年度董事会工作报告》
	2、《2024年度总经理工作报告》
	3、《2024年度财务决算报告》
	4、《关于2024年度利润分配预案的议案》
	5、《关于2025年日常关联交易预计的议案》
	6、《2025年度董事、高级管理人员薪酬方案》
	7、《2024年度内部控制自我评价报告》
	8、《关于2024年度募集资金存放与使用情况的专项报告》
	9、《2024年年度报告及摘要》
	10、《2025年第一季度报告》
	11、《关于使用暂时闲置自有资金进行现金管理的议案》
	12、《关于使用暂时闲置募集资金进行现金管理的议案》
	13、《关于召开2024年度股东大会的议案》
	14、《关于变更部分募集资金用途及募集资金项目延期的议案》
	15、《信息披露暂缓与豁免业务管理制度》
	16、《关于向银行申请综合授信额度的议案》
	17、《未来三年（2025-2027年）股东分红回报规划》
第六届董事会第七次会议 2025年8月19日	1、《2025年半年度报告及摘要》
	2、《关于2025年半年度募集资金存放与使用情况的专项报告》
第六届董事会第八次会议 2025年10月28日	1、《关于增加经营范围并修订〈公司章程〉的议案》
	2、《关于修订、新增公司治理制度的议案》
	3、《关于拟续聘会计师事务所的议案》
	4、《2025年第三季度报告》
	5、《关于召开2025年第一次临时股东大会的议案》

（二）股东会召开情况

届次及时间	议案
2024年度股东会 2025年5月8日	1、《2024年度董事会工作报告》
	2、《2024年度监事会工作报告》
	3、《2024年度财务决算报告》
	4、《关于2024年度利润分配预案的议案》
	5、《关于2025年日常关联交易预计的议案》
	6、《2025年度董事、高级管理人员薪酬方案》
	7、《2024年年度报告及摘要》

	8、《关于使用暂时闲置募集资金进行现金管理的议案》
	9、《关于变更部分募集资金用途及募集资金项目延期的议案》
	10、《未来三年（2025-2027）股东分红回报规划》
	11、《2025 年度监事薪酬方案》
2025 年第一次临时股东会 2025 年 11 月 12 日	1、《关于增加经营范围并修订〈公司章程〉的议案》
	2、《关于拟续聘会计师事务所的议案》
	3、《关于修订〈股东大会议事规则〉的议案》
	4、《关于修订〈董事会议事规则〉的议案》
	5、《关于修订〈独立董事工作制度〉的议案》
	6、《关于修订〈关联交易管理制度〉的议案》
	7、《关于修订〈募集资金管理制度〉的议案》
	8、《关于修订〈对外担保管理制度〉的议案》
	9、《关于修订〈累积投票制实施细则〉的议案》
	10、《关于修订〈重大经营与投资决策管理制度〉的议案》
	11、《关于修订〈货币资金管理制度〉的议案》

（三）董事会审计委员会会议和独立董事专门会议情况

2025年度公司第六届董事会审计委员会共召开四次会议，独立董事专门委员会共召开一次会议，会议审议内容包括：审议各定期报告、内部控制自我评价报告、内部审计计划、内部审计报告、拟续聘会计师事务所、日常关联交易预计、董监高薪酬方案等。报告期内，董事会专门委员会及独立董事按照相关议事规则和独立董事工作制度，认真履行有关职责。

（四）独立董事履职情况

公司独立董事严格按照《公司法》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》《公司章程》和《独立董事工作制度》等有关法律、法规和部门规章的规定，积极履行义务出席相关会议，对公司董事会会议相关议案进行了认真审议，对2025年公司重要事项切实履行了独立董事职责。

（五）信息披露情况

2025年，公司董事会严格遵守信息披露的有关规定，按照中国证监会和深圳证券交易所信息披露格式指引及其他信息披露的相关规定按时完成了定期报告披露工作，并根据公司实际情况，真实、准确、完整、及时发布会议决议等临时公告，忠实履行信息披露义务，确保投资者及时了解公司重大事项，有效的保障了投资者利益。

（六）投资者关系管理工作情况

报告期内，公司董事会及证券部认真做好公司投资者关系管理工作，协调公司与证券监管机构、控股股东及实控人、保荐人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通。公司通过互动

易平台、投资者热线等渠道，为中小投资者提供公开、透明的互动平台。公司召开了2024年度业绩说明会，参加了江西辖区上市公司集体接待日活动，主动加强与投资者联系和沟通，搭建了公司与投资者及社会公众之间公平、有效的沟通桥梁，促进了公司与投资者之间的良性互动关系，不断提升了公司的核心竞争力和投资价值，切实保护投资者利益。

三、2025年公司主要经营举措

（一）在市场营销方面，以全品类产品为矩阵，以多渠道共同提升为目标，进一步巩固传统优势，奋力拓展新兴市场，努力扭转营收下降态势。2025年公司继续以低温保鲜奶为核心，集中突出“新鲜”战略，继续在传统渠道以精耕细作，集中优势精准送奶上户客户营销，大力实施新产品推广和市场促销，全年低温类产品的下降幅度较2024年逐步收窄。公司在稳住传统渠道业务的同时，着力探索新渠道和新模式，加大了新零售业务和团购业务的拓展，公司相继进入了“零食很忙”、“赵一鸣”、“吖滴吖滴”、“好想来”等十余家零食销售渠道；进一步加强了机关团体、企事业单位、学生奶、机构食堂等团购业务的拓展，与国内盒马等新型商超接触洽谈，未来有望进入这些新兴高端市场。2025年上述团购业务和零食渠道业务总体保持增长态势，公司常温类产品在低温产品销量下滑的情况下实现了稳定增长。

（二）在新产品研发和科技创新上，公司持续投巨资研发，以产品创新推动市场发展，不断提升科技创新能力，以科技创新赋予公司发展新动能。新产品研发能力是企业核心竞争力的体现，公司始终高度重视研发工作，建立了“储备一批、研发一批、上市一批、换代一批”的产品研发和更新体系，2025年新产品研发储备6个，当年立项研发8个，当年新上市产品15个，淘汰老产品6个，其中“老南昌奶皮子酸奶”和“牧羊日记鲜羊奶”“牧羊日记益生菌酸羊奶”“奇异果酸奶”“屏眼宝”“赣鲜活纯牛奶”等产品自上市以来深得广大消费者喜爱，销售量迅速提升达到规模化生产，部分新产品获得“2025南昌礼物旅游商品评选文创设计大赛铜奖”“江西（南昌）第二届老字号嘉年华老字号进景区促消费活动优质产品奖”“2025中国特色旅游商品大赛入围奖”等诸多奖项。不断创新产品上市和产品更迭换代满足需求，为公司市场拓展和可持续发展建立了有力的产品支撑。2025年，公司产品结构得到进一步优化，高毛利率产品比重进一步提升，产品毛利率达39.46%，同比2024年提高1.6个百分点。公司全年投入研发费用达1,732.91万元，占营业收入比达3.63%，科技投入持续提升，科技创新能力不断加强，全年申请专利7项，取得专利授权2项，截至2025年底，公司拥有专利39项，其中发明专

利12项，实用新型27项，2025年，公司与南昌大学联合科研攻关的“中国居民膳食反式脂肪酸风险评估及工业化控制关键技术与应用项目”获得江西省科学技术进步奖二等奖。强大的科技创新能力为公司发展不断注入新动能。

（三）在品牌推广方面，公司依托自有休闲牧场和美丽工厂、DIY体验中心等资源，通过传统媒体和新兴传播渠道，以线上线下、网络传播与现场体验等全方位联合实施各类品牌推广活动。2025年，公司开展各类抖音直播28场，103人次抖音本地生活达人探店，发布抖音号、抖音本地生活和视频号视频共1.59万条，公司利用自有牧场“全国奶牛观光牧场”和“江西省美丽工厂”以及建设的多个客户DIY中心等资源，组织客户DIY体验和参观工厂、牧场营销活动共开展187场次，接待人数约3.13万人次，系统性开展品牌科普活动，持续打造阳光乳业“幸福奶牛产好奶IP”，积极参加全国、省级各种展览展示和博览会12场，开展大型“爱我英雄城，见我文明行，嘉年华&鲜奶节”活动9场，阳光乳业走进社区“健康鲜生活·品鉴会”125场次，与省营养学会、老科协开展“老年营养健康讲座”共15场。上述品牌推广活动在江西全省内形成较大的影响，尤其是新产品的推广取得了极大的提升和促进，新品快速切入市场。公司全年在营销渠道建设和品牌推广方面的支出达1,380万元。

（四）在奶源管理和供应方面，以保障生鲜乳供应安全为前提，以合理降低采购成本享受到全国奶源价格低位运行红利为目标，统筹平衡供需关系，努力构建以自有奶源为主外购大型牧场奶源为辅的奶源供应保障体系。2025年，国内生鲜乳价格继续下行，公司两个自有牧场在前期进口澳大利亚牛群完成奶牛品种更新换代后，抓住有利时机持续提升牧场管理和经营效益，公司与国内大型奶牛饲料供应商合作，通过饲料投入产出精细化比对和实验，进一步优化科学饲养和饲料成本管理，通过反复改良饲料配方等方式提升奶牛单产，2025年两个自有牧场成母牛单产继续保持在高水平，在中国南方地区达到了领先水平，牧场经营效益也得到同步提升。在合作奶源基地方面，公司进一步加强与澳亚集团、华好养殖等国内大中型奶牛养殖企业战略合作关系，利用信誉优势和预付部分货款资金等优势，通过比价谈判的方式签订订购合同，提前锁定未来奶源价格、奶源数量及奶源质量。2025年公司全年生鲜乳需求和供应基本保持了合理平衡，在保障公司奶源安全和稳定的前提下实现了良好的经济效益，避免了部分乳品企业出现的生鲜乳大量过剩喷粉亏损的情况。

（五）在成本管理和控制方面，在产品保质保量的前提下，以原材料采购管理为主要抓

手，以提升内部生产管理效率为重点，实施更严格的费用和成本管控体系。在当前的经济形势下，全国乳品企业内卷严重，成本管理和控制成为企业管理的重头戏。2025年公司继续从采购端和费用控制端进行成本控制，外购生鲜乳采购价格同比2024年继续下降，全年其他原材料采购通过多方比价总体价格保持下降态势，通过“到期退休”等妥善安排方式进一步降低用工数量，全年人力资源成本进一步下降，在管理费用、销售费用、制造费用管理上，公司制定了严格的费用控制审批流程和单位成本考核，水电气消耗及产品生产得率等方面进一步加强管理，生产效率明显提升。通过上述成本费用优化措施，2025年公司有效降低销量下滑带来的单位固定成本增加风险，2025年，公司销售毛利率同比提升1.6个百分点，公司成本管理和控制方面取得了实质的成效。

（六）生产和安全管理上，公司以产品质量安全为总前提，以生产安全和环保达标排放为主线，牢固树立“安全是发展的生命线”的经营思路，管理上实施安全事故一票否决制，为公司可持续发展奠定基础。2025年，公司通过精细化管理，持续推进生产技术改造与设备设施升级迭代，不断优化生产工艺流程，有效提高生产连续性和稳定性，满足消费多元化、个性化需求，充分保障市场供应，经营效率与生产效益得到持续提升。公司始终树牢“质量就是生命，生命只有一次”的经营理念，严格落实安全生产责任，牢牢守住安全生产底线，毫不松懈抓好安全生产，重点抓污染物达标排放，产品质量检测体系对生产过程全覆盖，对产品质量安全做到“零容忍”。2025年公司基本实现安全生产、达标排放、产品质量“零事故”。公司持续完善安全管理制度体系，推动安全生产规范化建设，确保风险分级管控和隐患治理体系落地。公司严格落实职业健康管理措施，开展工作场所职业病危害因素检测，保障作业环境安全及员工职业健康。

四、2026年度经营规划

（一）在新产品研发方面

公司坚持“以消费触发研发、以研发服务生产、以生产刺激消费”理念，建立了“储备一批、研发一批、上市一批、换代一批”的产品技术研发体系，2026年，公司将进一步加大新产品新技术的研发力度，通过配方升级、工艺改良、设备优化等技术创新手段，紧跟消费需求的变化，力争开发出阳光乳业自己的1至2个“爆品”，不断增强产品市场竞争力。2026年公司新产品研发的目标为：研发储备8个，投入研发项目不少于8个，新上市产品不少于10个，淘汰老

产品不少于6个，产品有序更替，全年研发费用占营收比达3%以上，产品毛利率达39%左右。

（二）在品牌推广方面

2026年，公司持续加大品牌建设和投入，通过线上线下品牌宣传和媒体投放以及现场体验等方式提升品牌影响力；不断升级用户消费体验，形成长效的品牌和用户认知，驱动业务创新增长。继续实施一系列市场和品牌推广活动，包括“走进阳光DIY”和“走进阳光牧场”现场体验活动，以及“阳光宠粉节”“阳光乳业走进社区”等传统系列推广活动，加大对社区媒体和电梯广告等投入，创新“短视频”“动漫”“图片”等网络推广方式，通过高覆盖+精准化策略，通过线上线下并联组合方式传播推广，加大对社区媒体和电梯广告投入，让消费者形成对公司品牌内涵的清晰、准确认知，增强消费者对品牌的认同感、信赖感，不断积累品牌口碑，打造新鲜、安全的品牌形象，强化输出曝光与销售转化效率，提升品牌形象提高产品销量。

（三）在奶源保障供应方面

2026年，公司将进一步加大对两个自有牧场的管理，通过科学饲养和科技创新，提高牧场的投入产出比和经济效益，进一步提升牧场奶牛存栏数量，提高自有牧场的奶源供应比例。牧场经营目标为：2026年公司自有牧场力争供给比例超过公司总需求量50%以上，牧场成母牛单产力争保持在11.5吨/年左右，牧场经营效益有明显的改善和提升。在合作奶源管理上，公司将进一步加强与澳亚集团等大型奶源企业合作，并主动调整部分奶源供应布局，积极寻找新的稳固的合作供应伙伴，分散奶源集中供应风险，建立公司可控奶源供应渠道，通过订单合同、资金、技术等全方面合作构建公司稳定可靠的奶源供应保障体系。

（四）在市场营销方面

2026年，公司将以打造更高覆盖率更高密度的营销网络为目标，进一步下沉销售渠道，实现市场布局新突破、营销体系新格局的战略部署。加强重点区域及薄弱区域拓展，同时稳步辐射周边市场，加快渗透县城及乡镇市场。在渠道上，精准支持传统渠道，提升传统渠道网络，拓展学校、机团、特渠、高端商超、新零售等新渠道，持续推进新鲜战略，不断优化产品结构，培育市场“爆品”产品。对外地市场，公司将依托有竞争力的产品，集中资源拓展新兴市场，加大市场布局，大幅度提升优秀经销商数量。通过上述政策举措，尽力扭转前期销量持续下滑的态势。

（五）在人力资源管理方面

2026年，公司将不断完善人力资源培养和管理机制的顶层设计，通过“内部培养为主+外部引进为辅”相结合的方式，培育内部人力资源队伍，引进外部“高精尖”优秀人才，建立更加合理的公司管理梯队，为企业可持续发展提供更具活力和竞争力的人力资源支撑。公司将重点在市场营销、乳品生产研发技术、企业创新管理等方面开展多种形式的人力资源招聘筛选工作，建立淘汰一批、留住一批、补充一批的人才培育流动机制。公司建立常态化员工培训提升工作机制，充分调动人力资源的能动性、创造性，进一步完善员工绩效考核体系，完善与绩效挂钩的薪酬晋升制度，努力做到人力资源培育及储备与公司发展相适应。

（六）在生产和安全管理方面

公司将进一步深化精益生产，统筹产品品类产能，落实节能降耗创新增效的各项措施，降低单位固定成本，提升整体运营效率。进一步加强安全生产管理，落实安全生产责任制，加大污染物排放治理，确保达标排放，在产品质量安全管理上不放松，进一步加大产品质量检测的投入和技术攻关，继续严格实施一票否决的安全事故管理，2026年力争在安全生产、污染物排放、产品质量方面继续保持“零事故”。此外，进一步推动生产数字化转型，生产管理精细化转变，不断丰富产品内涵和提升形象档次。

（七）在防范经营风险方面

公司已严格按照有关法律法规及公司章程，建立健全公司治理和内部机构设置，明确股东会、董事会、经理层和公司内部各层级机构设置、职责权限、人员编制、工作程序。股东会、董事会、管理层之间权责分明、运作良好，形成了相互制衡机制，公司建立了独立董事制度，设立了审计委员会。2026年，公司将进一步完善内部控制体系，从治理结构和切实履职上防范重大风险事件的发生。对公司经营风险管理进行补充和完善，对各种风险因素进行全面摸底，通过汇总、分类、评估，完善应对机制。对重点关注的食品安全、安全生产、资金安全、市场集中、信息安全、劳资纠纷、奶源保障、大额固定资产投资、应收账款回款等高风险领域，进一步完善防范措施并督促落实。切实防范和及时化解可能存在的风险事件。

（八）在履行社会责任方面

作为上市企业，公司将积极履行上市公司社会责任，在乡村振兴、产业链带动、安排就业岗位、扶贫等社会事业中发挥积极作用。切实维护好公司员工、客户、消费者、广大投资者和债权人、全体股东合法权益，做好企业生产经营中的环保、安全生产、劳动保障等管理工作，

切实做到诚实守信、合规经营，真正体现上市公司与社会共发展的核心价值。

江西阳光乳业股份有限公司董事会

2026年4月24日