

东鹏饮料 2024 上半年净利润增长 56%

张晓林 王雅思

本报讯 张晓林 王雅思 近日,东鹏饮料公布 2024 上半年业绩报告,公司实现营业收入 78.73 亿元,同比增长 44.19%;实现归母净利润 17.31 亿元,同比增长 56.17%;公司经营活动产生的现金流量净流入 22.67 亿元,较去年同期增长 74.68%。在 2023 年创造“双百亿”后再次交出亮眼的中期成绩单。

进入 2024 年,国内进入消费结构转型的关键期,饮料市场规模在持续扩张的同时向产品细分化、品类创新化、渠道多元化的方向发展,这对于企业而言既是机遇,也是挑战。处于快速发展期的东鹏饮料在“全国化”“全面实施 1+6 多品类”的战略引领下,逐渐穿越大单品时代,成为上半年上市企业中增长领跑的多元化饮料品牌。

旗下王牌产品“东鹏特饮”在 33.49%的增速下实现营收 68.55 亿元,据尼尔森数据显示,2023 “东鹏特饮”在中国能量饮料市场中的销售量占比为 43.02%,已连续三年稳居市场第一。

核心单品的稳步增长为新品释放蓬勃生命力提供了坚实的基础,由“补水啦”“上茶系列”“东鹏大咖”等产品组成的其他饮料营业收入同比增长 172.16%。其中,最值得一提的是实现强势增长的东鹏“补水啦”。自 2023 年 1 月精准把握消费者对于电解质饮料需求爆发的契机重磅推出以来,东鹏“补水啦”以超强产品力与前瞻性的洞察在激烈的市场竞争中脱颖而出,成为名副其实的超新星产品。进入 2024 年,在“高度重视、大力投入”的原则下,背靠东鹏全国近 400 万个终端网点和成熟的品牌运营能力,上半年营收达 4.76 亿元,同比增长 281.12%,销售占比由 2.29% 提升至 6.05%,强势的增长为企业多品类拓展提供了有力支持与充足信心,未来有望释放出更大的增长潜能。

此外,今年上半年,广东区域营收在同比增长 13.79%的情况下,占比下降至 26.9%,去年同期该数字为 34.07%。同时,华中、华东、西南、华北等区域,分别实现同比增长 51.86%、53.6%、75.57%、99.14%。从 2013 年走出广东之后,东鹏饮料不断摸索全国消费市场“排兵布阵”的最优解,循序渐进,从一线城市到乡镇村庄,深入渠道的“毛细血管”,目前已经成长为全国性的综合饮料企业。

经营韧性全面凸显

亮眼的业绩再次验证企业通过强大的产品力、品牌力、渠道力等构建起的核心竞争力和经营韧性。

2024 年上半年,公司经销商数量已达 2982 家,实现地级市 100%覆盖,全国活跃终端网点增长至超 360 万家,在“陈列是最大的广告,冰冻化是最好的陈列”的方针下,将冰柜及终端高势能陈列做到极致,开展多元化消费者活动,加强渠道体系建设。

作为国内饮料行业的佼佼者,东鹏饮料搭建起强有力的品牌营销体系,在“大众传播+精准人群”的策略下,东鹏通过绑定如奥运会、亚运会、电竞 KPL 这样的大 IP、新趋势,以及持续性的户外广告投放与热门剧集的投放,以大众喜闻乐见的内容做到“大流量”“稳流量”;通过深度合作如高德、滴滴、悦跑圈等工具型 App,在线下打造精准人群渠道专案,深入场景沟通消费者,培育重点人群的忠诚度。2024 年上半年,东鹏饮料斩获包括虎啸奖、IAI 国际广告奖等品牌营销领域的专业奖项,并入选 Brand Finance“中国最具强度品牌 10 强”、福布斯中国“年度好品牌 Top50”等权威榜单,品牌价值与美誉度持续上升。

东鹏饮料在广东、安徽、湖南、广西、重庆、天津、浙江、云南等地布局了辐射全国市场的

十二大生产基地。同时，产能布局不断完善，3月先后迎来天津生产基地奠基与长沙生产基地的正式投产，4月中山生产基地完成签约，在广东、安徽、湖南、广西、重庆、天津、浙江、云南等地布局了辐射全国市场的十二大生产基地，为全国市场扩张保驾护航，成为多品类战略全面实施的有力支撑。

让民族品牌更有能量

身处行业头部的东鹏饮料，企业发展已经进入新的周期与起点，作为民族品牌的代表，东鹏饮料始终重视企业的使命感和社会责任感，坚定不移地走在“中国制造”和“民族品牌”的道路上，希望以更多元的方式向世界传递中国能量。

在今年最受瞩目的巴黎体育盛事上，“东鹏特饮”以一个品牌主张“为国争光 东鹏能量”贯穿始终、层层递进，以深厚的民族情怀和精准的营销策略，陪伴见证每一个“争光”时刻，与体育精神同频共振，成功地在全球最大赛事舞台上展示了中国品牌的实力和风采。

另一方面，秉承“让爱更有能量”的公益理念，东鹏坚持商业向善的初心，积极履行社会责任，持续携手韩红基金会、姚基金等“公益老鹏友”关注乡村医疗援助与青少年体育发展；面对社会紧急救灾事件，积极行动，义不容辞，数万瓶产品支援湖南华容、平江、湘潭等地区抗洪，为救援一线的消防官兵及民众提供能量支持和后勤保障。东鹏饮料向需要关怀的群体伸出援手，留下了深刻的公益足迹。

集团化、多品类的战略让东鹏饮料持续展现出一种不断适应市场需求，具有生命力、成长性的能量。从地区大单品成长为全国知名品牌，再到手握品类多样的产品矩阵，东鹏一直前行在创业的路上。未来，东鹏将以更优质的产品以及更强大品牌力量提供给市场和消费者更多信心，尽早成为中国领先的饮料集团。