

公司代码：605499

公司简称：东鹏饮料

东鹏饮料（集团）股份有限公司
2022 年年度报告摘要



东鹏饮料

第一节 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 <http://www.sse.com.cn/> 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
拟以公司2022年度末股本总数400,010,000股为基数，向全体股东每10股派20元（含税），共分配现金股利800,020,000元。

该预案仍须提交2022年年度股东大会审议。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	东鹏饮料	605499	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	刘丽华	王皓星
办公地址	广东省深圳市南山区桃源街道珠光北路142号明亮科技园88号3栋1-3楼	广东省深圳市南山区桃源街道珠光北路142号明亮科技园88号3栋1-3楼
电话	0755-26980181	0755-26980181
电子信箱	boardoffice@szeastroc.com	boardoffice@szeastroc.com

2 报告期公司主要业务简介

1、能量饮料增速放缓，企业存量市场中找增量

根据尼尔森 IQ 相关数据显示，2022 年中国能量饮料市场销售额同比下降 4.80%，销售量同比下降 2.30%，报告期内，东鹏特饮在市场销售量占比由 2021 年的 31.70% 上升至 2022 年的 36.70%，

销售量持续领先于其他竞品，市场销售量保持第一；在销售额方面，东鹏特饮的市场销售额占比由 23.40% 上升至 26.62%，市场销售额维持第二。

未来，中国功能饮料行业将具备更多的可能性：中国功能饮料对比海外市场的人均饮用量仍有增长空间，需求潜力大，行业有望延续高景气；国内消费者更加青睐本土品牌，消费者对身体健康的关注也将推动功能饮料产品研发向精细化、多元化发展；数字化运营的应用与企业全球化市场布局的倾向也在影响着中国功能饮料行业的发展趋向；随着消费场景与产品功能的不断丰富，中国功能饮料市场的增长潜力将进一步得到释放。

2、即饮咖啡持续盛行，拿铁品类独占鳌头

由于生活节奏较快，消费观念变化，即饮咖啡成为消费领域最受人瞩目的赛道之一。根据华创证券研究报告显示，2022 年中国即饮咖啡市场份额为 116 亿元，2020-2022 年复合增速为 8.2%。此外，在《2023 年中国咖啡市场洞察报告》中指出，2021-2022 年美团外卖咖啡产品销量中，拿铁品类在前十销量的咖啡品类中占据 8 席，在国内咖啡市场的普及和接受度断层式领先。近年来，平价品牌快速进行网点布局，下沉市场迎来咖啡觉醒，原有的咖啡圈层逐渐在被打破，新的消费客群在不断增长，咖啡开始走入中国大众的日常生活。

3、电解质饮料快速出圈，饮用场景趋于日常化

根据国务院颁布的《“健康中国 2030”规划纲要》显示，于 2020 年，定期参与运动及健身的人数约为 4.35 亿，随着政府持续推进全民健身计划，到 2030 年，定期参与运动及健身的人数预期将达到 5.3 亿人。随着中国参与运动及健身的人数持续增多，运动及健身场景为电解质饮料主要消费场景之一。根据天猫平台“电解质饮料”搜索量显示，2022 年“双十二”较“双十一”增长 3,554%；此外，“马上赢”线下门店零售监测显示，2022 年 12 月电解质饮料带动运动饮料销售额环比增长 23.2%。电解质饮料品牌正不断突破规模，快速出圈。

（一）公司的主营业务

报告期内，公司的主营业务未发生变化，坚持饮料的研发、生产与销售，锁定功能饮料赛道，深刻洞察饮料行业的消费趋势，不断推进产品升级与产品创新，以牛磺酸、烟酸、B 族维生素等营养成分为基础，细分不同客户对口味、功能的需求，致力于构建“东鹏能量+”为主品类，同时发展其他多品类饮料，打造综合功能性的产品矩阵，为消费者提供健康功效饮品。

（二）公司主要产品

公司历史悠久、产品丰富主要包括东鹏特饮、其他饮料产品及包装饮用水。

1、东鹏特饮

“东鹏特饮”系列产品为公司主品类，富含牛磺酸、赖氨酸、多种 B 族维生素和其他营养成

分，并添加药品级咖啡因，既保证了东鹏特饮的风味口感，又形成了一套完整科学的抗疲劳体系。

东鹏特饮系列产品，目前有 6 种包装规格，分为：500ml 金瓶特饮、250ml 金瓶特饮、250ml 金罐特饮、335ml 金罐特饮、250ml 金砖特饮和 250ml 金钻特饮。

2、其他饮料产品

（1）能量饮料产品

“东鹏 0 糖特饮”，天然提取咖啡因，口感经典不甜腻，在补充能量的同时满足消费者对 0 糖 0 脂的健康消费需求，为消费者提供多元化的选择。

“东鹏气泡特饮”，混合水果风味，含牛磺酸、B 族维生素及天然茶提取物，可为人体快速补充能量，并结合市场流行趋势，加入气泡元素，口感劲爽，深受年轻消费者喜爱。

（2）非能量饮料产品

公司为消费者提供丰富的非能量饮料产品，主要包括东鹏大咖、东鹏补水啦、生榨油柑汁、由柑柠檬茶、陈皮特饮、冬瓜汁、菊花茶及清凉茶等。

“东鹏大咖”，采用优质咖啡豆，臻选进口奶源，不含反式脂肪酸，口感香浓丝滑。2022 年公司对“东鹏大咖”经典拿铁的口味进行了优化升级。

“东鹏补水啦”，可快速补充流汗所失的电解质和水分，每升电解质含量 $\geq 400\text{mg}$ ，拥有 555ml 和 1L 两个规格，满足不同流汗场景。

“生榨油柑汁”，采用 HPP（超高压灭菌）技术，低温锁鲜，无添加香精色素、0 防腐剂，天然纯净，以兼具口感和营养优势的潮汕甜种油柑、云南油柑品种做为核心原料，口感酸涩适中，新鲜健康。

“由柑汁”，由 26 颗云南油柑和潮汕油柑复配而成的健康果汁饮料，口感清爽解腻，酸涩回甘，主打“大餐喝油柑，嗨吃无负担”。

“由柑柠檬茶”，是由具有药用价值的健康水果油柑和鲜榨柠檬汁制成，含有多种维生素和微量元素，具有较高的营养价值。

“陈皮特饮”，精选优质九制陈皮，采用高效浸提技术，提高了九制陈皮中功效成分浸出率，并优化了口感，被认为是广东岭南地区的传统饮料。

3、包装饮用水

包装饮用水系列产品，水源取自优质天然山泉水，口感甘甜清冽，公司直接将天然山泉水从山涧引入生产系统，采用无菌生产工艺，全程保证山泉水纯天然的卓越品质，满足“好茶配好水”

的场景需求。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	11,869,648,285.86	7,790,491,158.98	52.36	4,361,286,447.41
归属于上市公司股东的净资产	5,064,291,010.96	4,238,125,540.70	19.49	1,913,253,374.56
营业收入	8,505,389,730.50	6,977,822,474.41	21.89	4,958,502,618.73
归属于上市公司股东的净利润	1,440,520,571.36	1,192,960,407.59	20.75	812,063,510.98
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,351,998,554.60	1,084,287,083.00	24.69	804,911,669.67
经营活动产生的现金流量净额	2,026,105,140.73	2,076,844,037.67	-2.44	1,340,363,152.97
加权平均净资产收益率(%)	31.65	36.48	减少4.83个百分点	45.82
基本每股收益(元/股)	3.6012	3.1120	15.72	2.2557
稀释每股收益(元/股)	3.6012	3.1120	15.72	2.2557

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	2,006,542,868.33	2,284,731,128.73	2,353,073,818.32	1,861,041,915.12
归属于上市公司股东的净利润	344,648,919.77	409,980,857.15	410,876,273.43	275,014,521.01
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	331,199,943.84	383,451,596.60	349,565,276.62	287,781,737.54
经营活动产生的现金流量净额	291,353,586.90	421,802,287.91	708,727,304.85	604,221,961.07

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

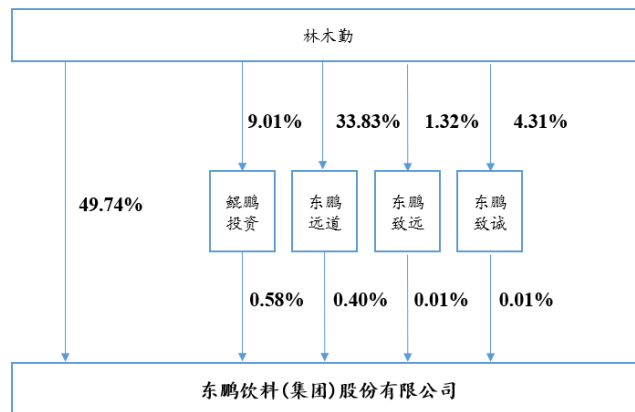
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					10,855		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					9,481		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有限售 条件的股份 数量	质押、标记或 冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
林木勤	0	198,967,411	49.74	198,967,411	无	0	境内 自然 人
天津君正投资管理合 伙企业（有限合伙）	-1,292,170	34,707,830	8.68	0	无	0	境内 非国 有法 人
深圳市鲲鹏投资发展 合伙企业（有限合伙）	0	25,759,234	6.44	25,759,234	无	0	境内 非国 有法 人
林木港	0	20,885,866	5.22	20,885,866	无	0	境内 自然 人
林戴钦	0	20,885,866	5.22	20,885,866	无	0	境内 自然 人
蔡运生	0	9,282,607	2.32	9,282,607	无	0	境内 自然 人
陈海明	0	6,961,955	1.74	6,961,955	无	0	境内 自然 人
李达文	0	5,105,434	1.28	5,105,434	无	0	境内 自然 人
深圳市东鹏远道投资 发展合伙企业（有限	0	4,730,000	1.18	4,730,000	无	0	境内 非国

合伙)							有法人
陈义敏	0	3,573,804	0.89	3,573,804	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、前十名股东中，林木勤，林木港，林戴钦为东鹏饮料（集团）股份有限公司董事；2、股东林木勤与林木港系兄弟关系，股东林木勤、林木港与林戴钦系叔侄关系；3、股东鲲鹏投资的有限合伙人林煜鹏系控股股东林木勤之子，股东陈海明、股东鲲鹏投资的有限合伙人陈焕明、股东东鹏远道的合伙人陈韦鸣系兄弟关系，陈海明、陈焕明、陈韦鸣系股东林木勤之配偶陈惠玲之兄弟；4、除上述以外，公司未知其他股东是否存在关联关系或一致行动关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

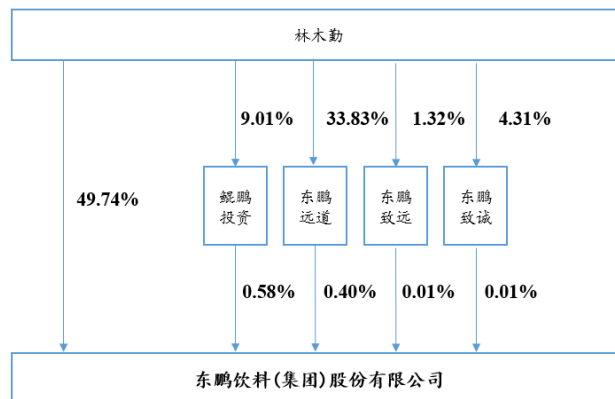
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况适用 不适用**5 公司债券情况**适用 不适用**第三节 重要事项**

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，公司营业收入为 85.05 亿元，同比增长 21.89%；归属于上市公司股东的净利润 14.41 亿元，同比增长 20.75%；归属于上市公司股东的净资产 50.64 亿元，同比增长 19.49%。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用