



2023年9月

东鹏饮料（集团）股份有限公司 2023年半年度业绩说明会



目录 / CONTENTS

第一章	2023年半年度经营情况	2
-----	--------------	---

第二章	2023年半年度主要财务指标分析	10
-----	------------------	----

「DAKA」



第一章

2023年半年度经营情况



品牌认可度进一步提升，市场占有率稳步攀升



KANTAR BRANDZ

TOP 100

最具价值中国品牌100强

83名 → 77名

TOP 10

品牌价值增长最快前10大品牌



中国能量饮料市场

2.44%

2023H1市场销售额同比变动

东鹏饮料市场份额稳步提升

36.70%

2022中国能量饮料市场
销售量占比

40.86%

2023H1中国能量饮料市
场销售量占比

No.1

2023H1市场份额
(按销售量计)

26.62%

2022中国能量饮料市
场销售额占比

29.06%

2023H1中国能量饮料
市场销售额占比

No.2

2023H1市场份额
(按销售额计)

东鹏饮料广东市场份额

70%

2022年7月-2023年6月
能量饮料销售量份额占比

53%

2022年7月-2023年6月
能量饮料销售额份额占比

产品结构不断优化，第二曲线初现雏形

东鹏特饮

东鹏特饮2023H1营收**51.35**亿元，同比增长**24.69%**，收入占比由**96.13%**下降至**94.13%**。



其他饮料

其他饮料2023H1公司实现其他饮料收入**3.20**亿元，同比增长**92.85%**，收入占比由**3.87%**提升至**5.87%**。



第二曲线产品

大咖新增消费者：**3,935,692**人

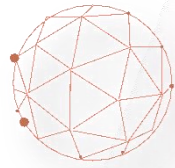
补水啦新增消费者：**1,491,987**人

推新产品

把握市场发展趋势，持续推新：鹏友饮茶、多喝多润顺势而生。



多渠道协同发展，积极拥抱新兴渠道



销售网络覆盖广泛，渠道网络深度下沉

全渠道消费者触达

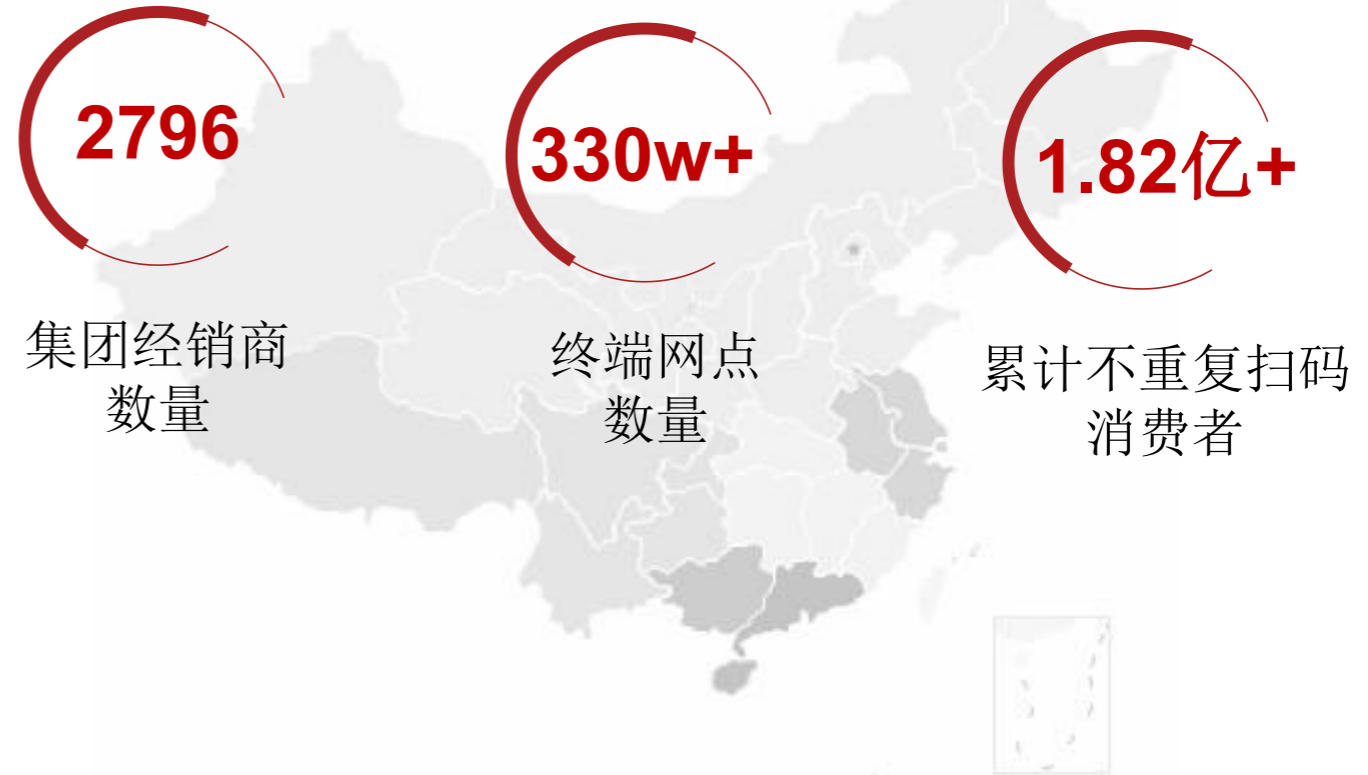
传统渠道

现代与特通渠道

新零售渠道

电商渠道

精心打造，立体化销售网络遍布全国



- 集团经销商覆盖全国**333**个地级市，覆盖率达**100%**
- 搭建了“公司—经销商—邮差/批发商—终端店—消费者”的整体渠道通路。

构建品牌传播矩阵，持续占领消费者心智联想



大众媒介传播

精准人群专案 (8群20类)

梯媒、地铁、公交



电视/电台



体育/娱乐



新媒体平台



娱乐人群

白领人群

开车人群

蓝领人群

学生人群

新蓝领人群

运动人群

公务人群

业内最具成本优势的瓶装能量饮料供应链体系



7个基地投入使用

2个基地在建

- 重庆生产基地
- 湖南长沙基地
筹建中
- 南宁生产基地

- 安徽生产基地
- 浙江衢州基地
筹建中
- 华南生产基地
- 广州生产基地
- 东莞生产基地
- 海丰生产基地

完善内部管理数字化平台

保持营销数字化平台领先

不断完善的
内部管理数字化平台

保持领先的
营销数字化水平

研发管理系统

设备管理系统

数据驾驶舱

大数据
智能营销

构建HR系统

ERP 升级

搭建
数据中台

一物一码互动
数据分析系统 SFA
**数字化
产品矩阵**
经销商赋能
促销推广平台

经销商
赋能平台

能源管理系统

鹏讯通
五大专案

电子围栏
AI学习

供应链管理系统升级

基地物料JIT供应模式管控

智能
预测报表



第二章

2023年半年度主要财务指标分析

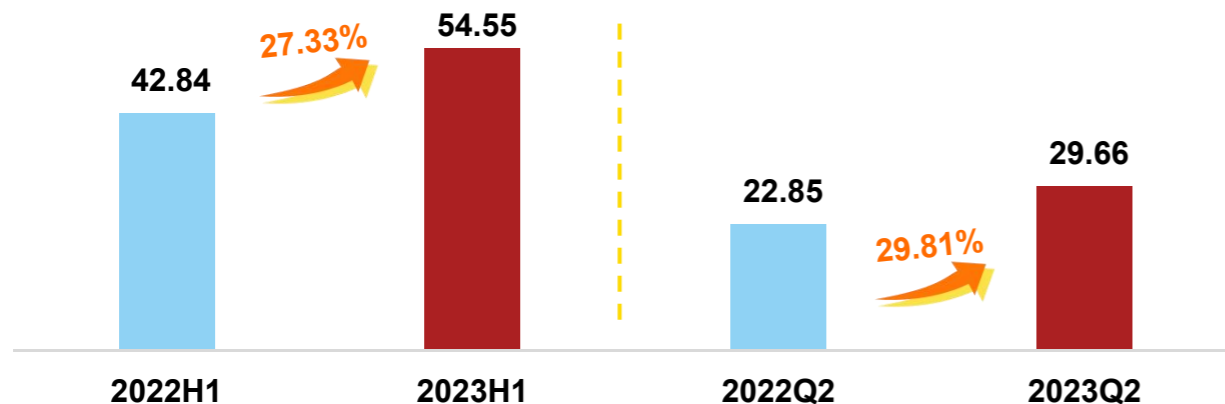


主营业务收入高增长，全国化布局进一步深化



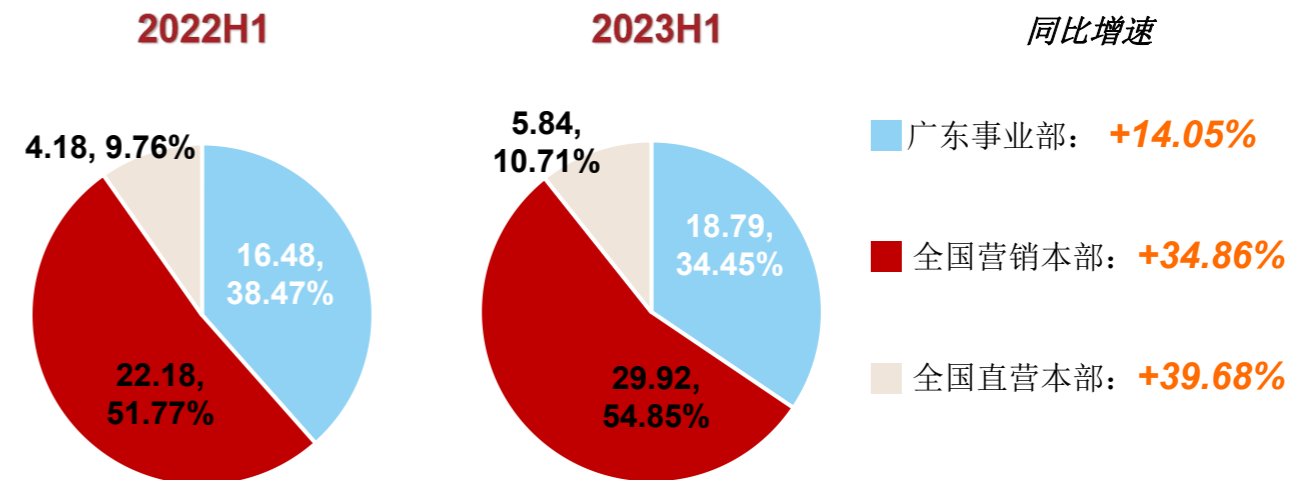
主营业务收入

人民币亿元



主营业务收入按区域划分

人民币亿元



主营业务收入按产品类别划分

人民币亿元

产品	2023年上半年		2022年上半年	
	收入	占比	收入	占比
东鹏特饮	51.35	94.13%	41.18	96.13%
其他饮料	3.20	5.87%	1.66	3.87%
总计	54.55	100.00%	42.84	100.00%

主营业务收入按区域划分

人民币亿元

区域	2023年上半年		2022年上半年		同比增长
	金额	占比	金额	占比	
广东	18.79	34.45%	16.48	38.46%	14.05%
全国合计	29.92	54.84%	22.18	51.78%	34.86%
其中：华东	7.54	13.82%	5.65	13.18%	33.53%
华中	7.04	12.90%	5.50	12.84%	27.98%
广西	5.13	9.41%	4.80	11.20%	6.98%
西南	5.25	9.62%	3.29	7.67%	59.71%
华北 (含北方大区)	4.96	9.09%	2.95	6.89%	67.91%
线上	0.96	1.76%	0.71	1.67%	34.28%
直营	4.88	8.95%	3.47	8.09%	40.80%
合计	54.55	100.00%	42.84	100.00%	27.33%

注：

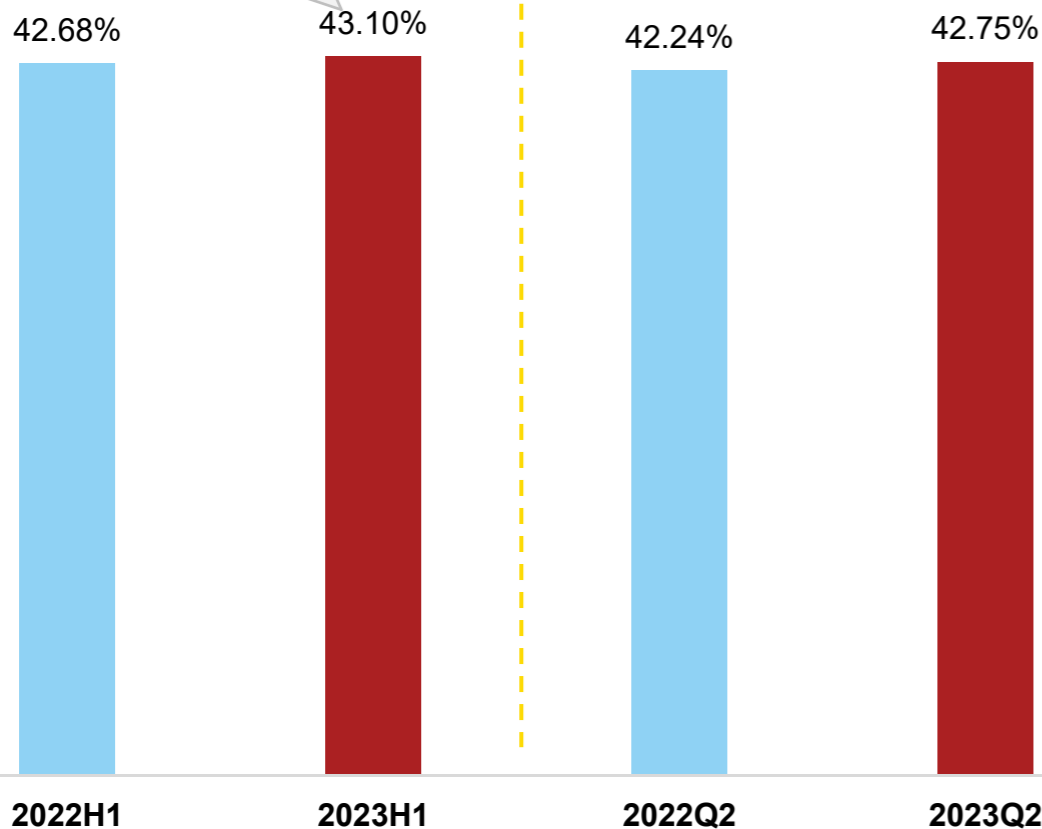
- (1) 全国营销本部包括：华东区域、华中区域、广西区域、西南区域、华北区域（含北方大区）
- (2) 全国直营本部包括：线上及直营渠道收入
- (3) 直营渠道包括全国直营客户及广东省南区特通渠道及餐饮渠道

毛利率稳中有升，净利润实现高速增长



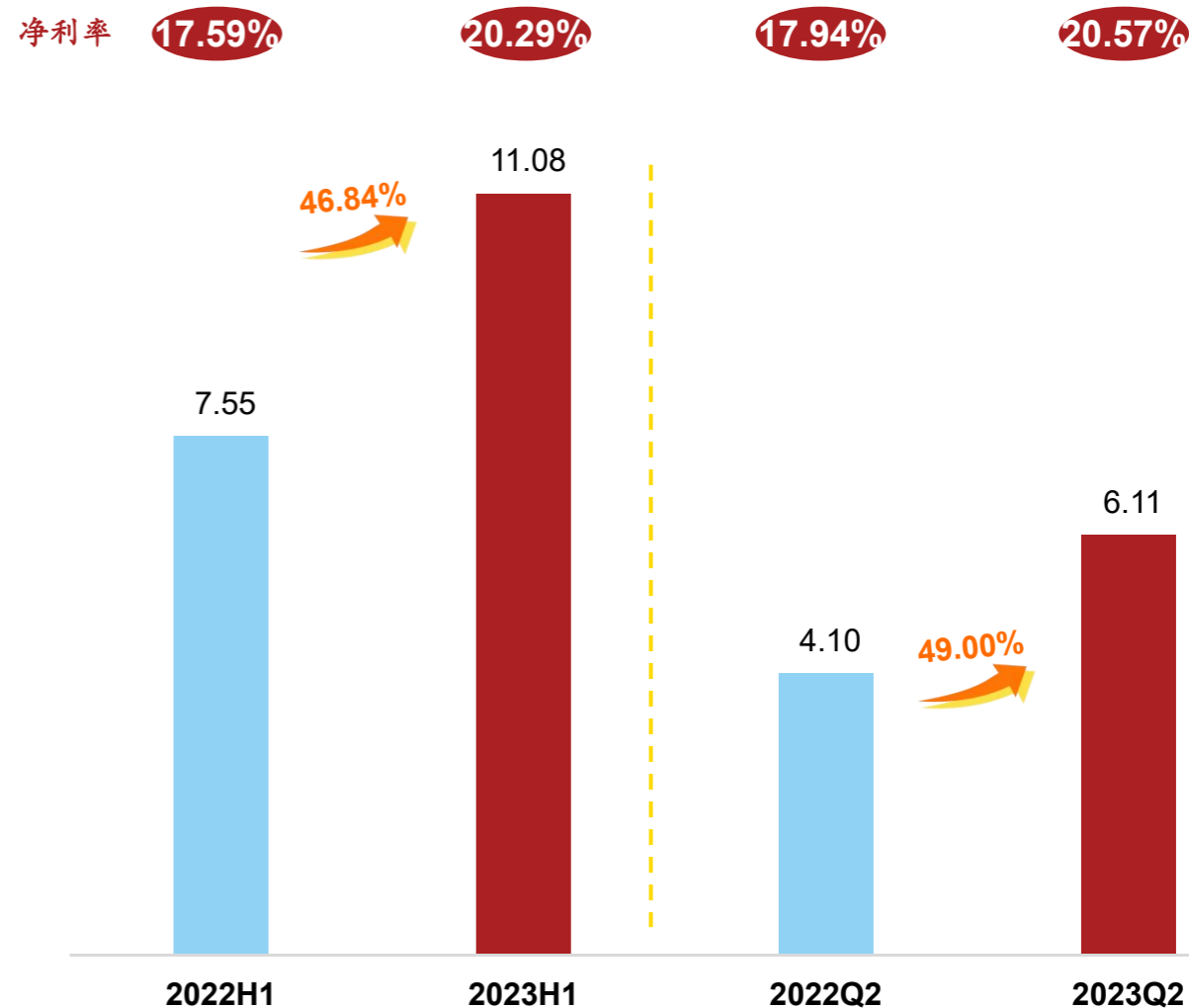
毛利率稳中有升

2023年上半年毛利率提升主要系本期除白砂糖以外的其他原材料采购价格较去年有所下降。



净利润实现高速增长，同时保持较强的盈利能力

人民币亿元



规模化效应显现，运营效率持续优化

销售费用

管理费用

研发费用

财务费用

各项
费用率

16.38% 15.81% 15.96% 15.91%

3.05% 3.00% 2.67% 2.79%

0.48% 0.47% 0.50% 0.51%

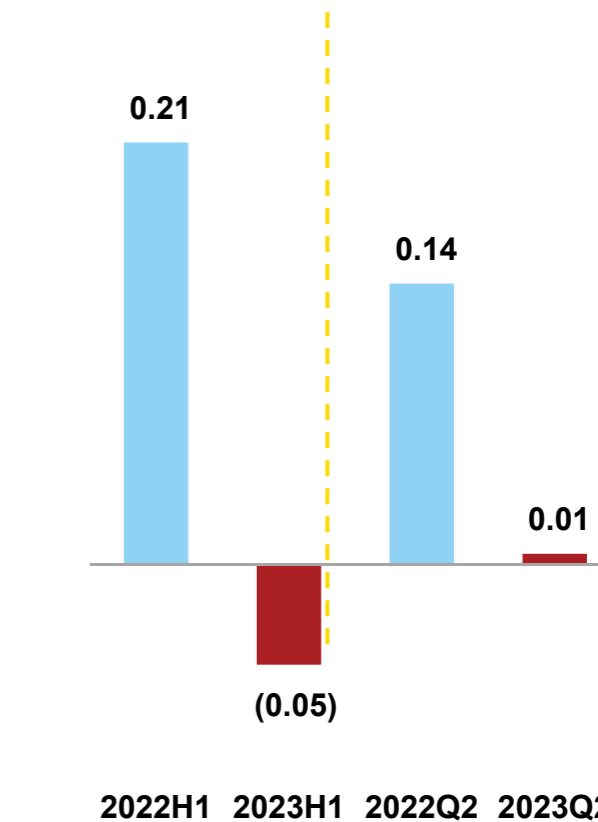
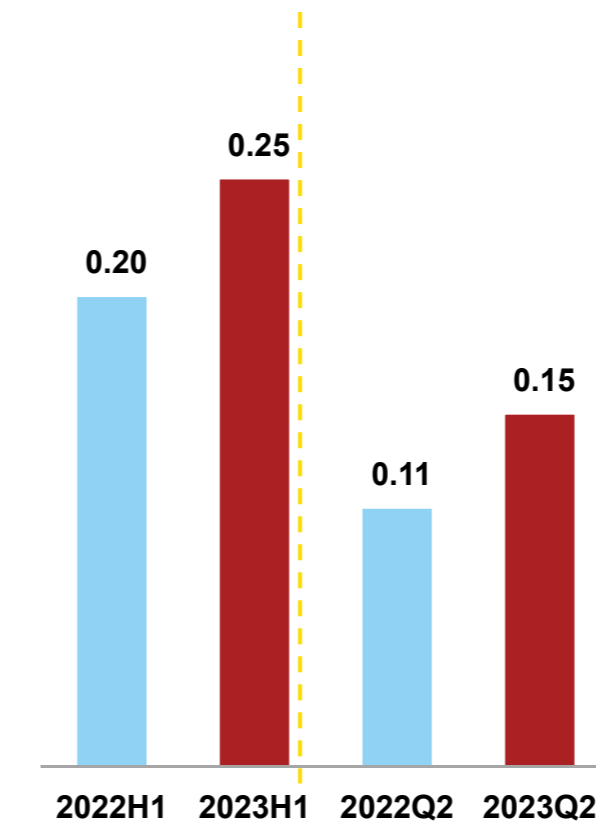
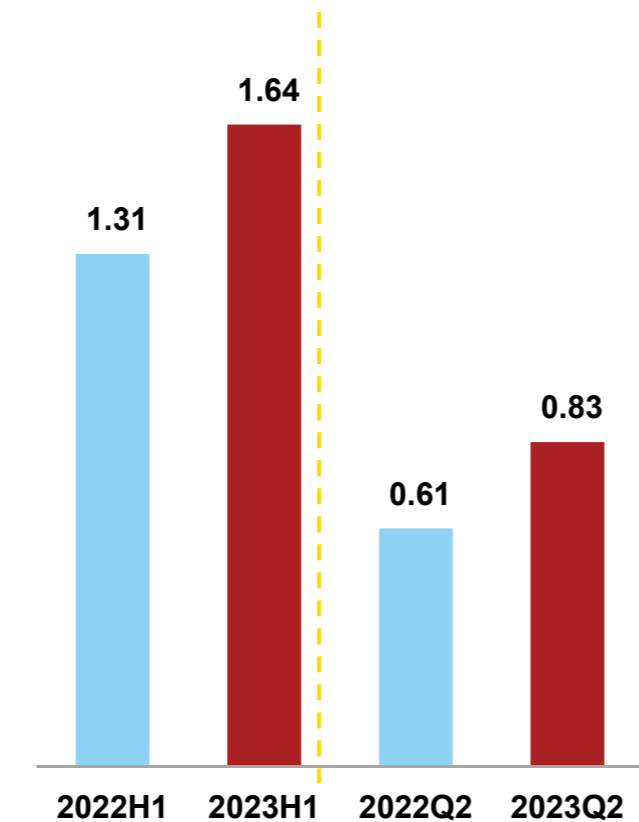
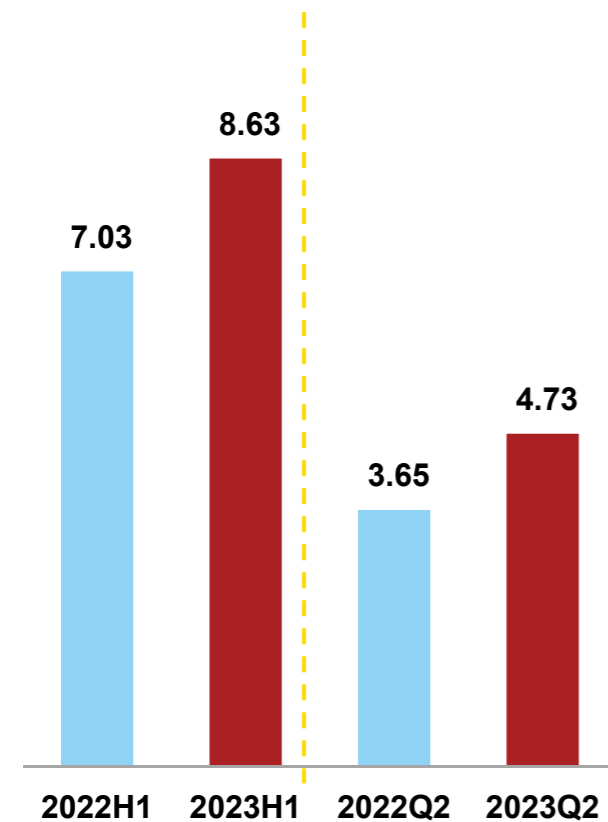
0.48% -0.10% 0.60% 0.02%

人民币亿元

人民币亿元

人民币亿元

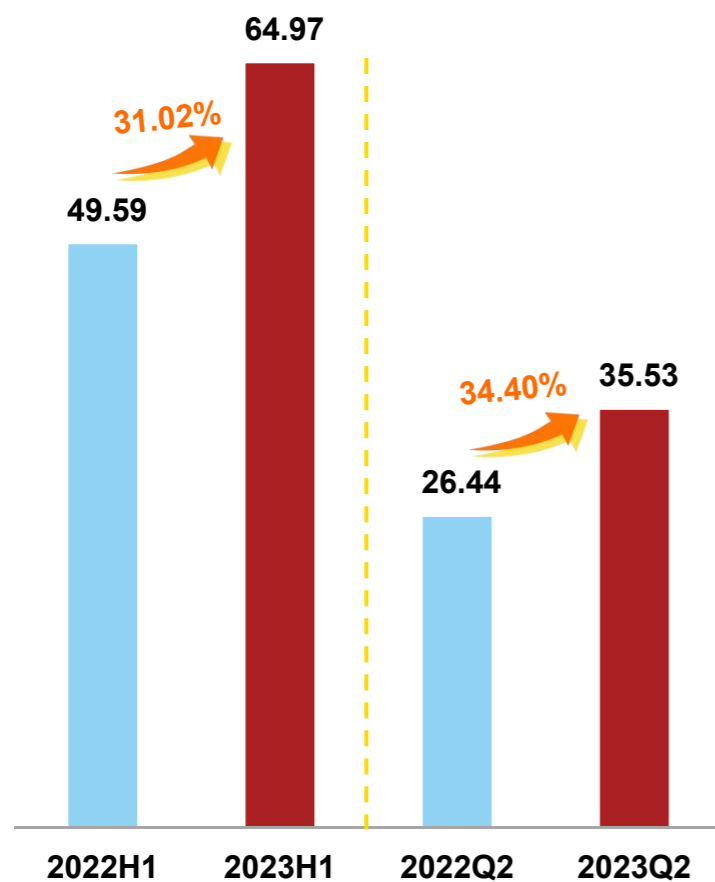
人民币亿元



强劲且稳定的经营性现金流

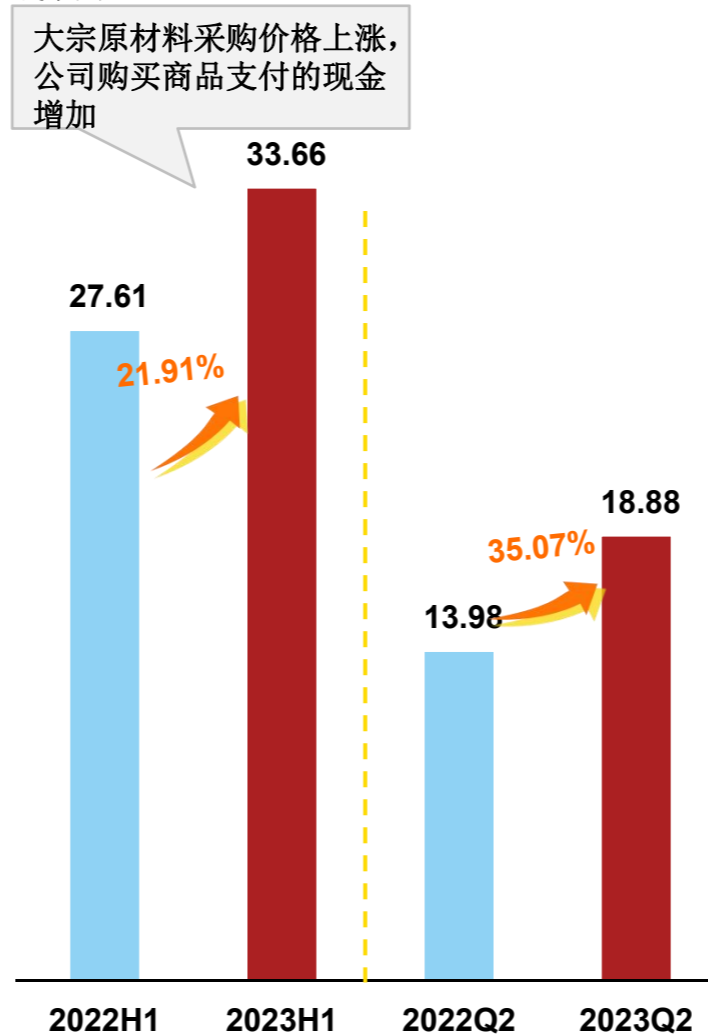
销售商品、提供劳务收到的现金

人民币亿元



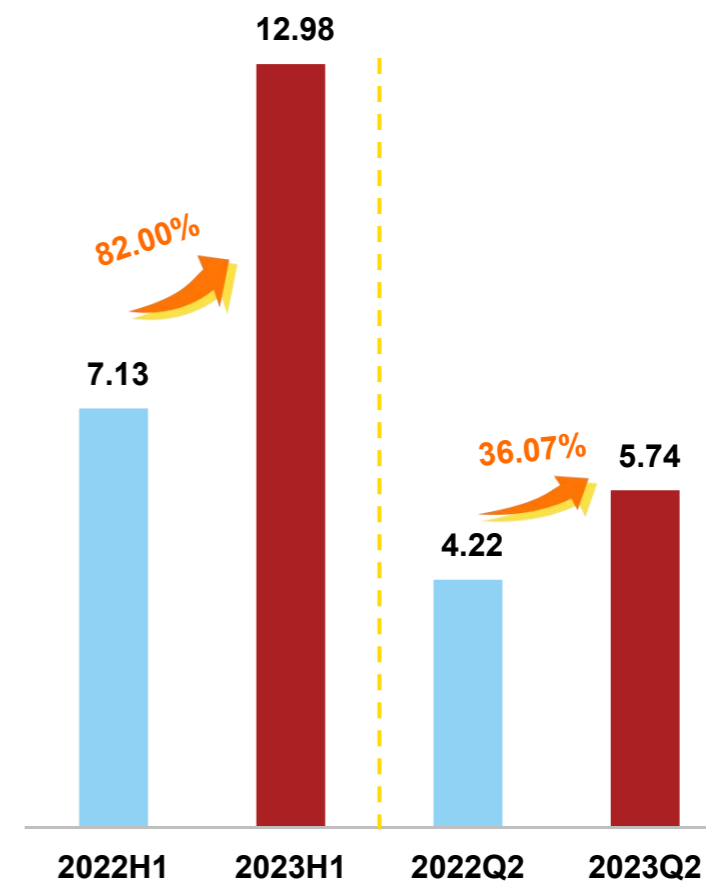
购买商品、接受劳务支付的现金

人民币亿元



经营活动产生的现金流量净额

人民币亿元



中国领先的多品类饮料集团



为国争光 东鹏能量