

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
2021 年年度报告摘要



东鹏饮料

二〇二二年二月

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2021年度末股本总数400,010,000股为基数，向全体股东每10股派15元（含税），共分配现金股利600,015,000元。

该预案仍须提交2021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	深圳市南山区桃源街道珠光北路142号众冠红花岭工业西区3栋1楼	深圳市南山区桃源街道珠光北路142号众冠红花岭工业西区3栋1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、咖啡饮料、能量饮料增速排名前三，领跑饮料市场。

根据中国饮料工业协会数据统计，2021年饮料行业市场规模已经达到5,192.74亿，总产量为18,333.84吨，同比增长12.15%。根据尼尔森IQ相关数据显示，咖啡饮料、能量饮料细分市场增

速领先，分别是 16.80%、10.80%。随着国民经济持续稳定增长、居民消费水平的不断提升及消费结构的升级，我国饮料行业整体呈现出良好的增长态势。

报告期内，东鹏特饮在我国能量饮料市场销售量占比由 27.00% 上升至 31.70%，成为我国销售量最高的能量饮料；全国市场销售额份额占比由 20.20% 上升至 23.40%，市场排名第二。

2、气泡类产品受到年轻消费者的青睐。

近年来随着气泡产品消费逐步升温，以各种果味为主的新口味不断涌现，为消费者带来新鲜口感。CBNData 消费大数据显示：气泡水以高偏好度获得 90 后饮料偏好榜单第一名。各种创新气泡水品类相继推出，如气泡果汁、气泡乳、气泡茶等，丰富口感叠加，受到年轻消费者的喜爱，市场销量快速增长。

3、无糖市场风口正旺，0 糖成为赛道新风尚。

根据《益普索 2020 健康饮料研究》表明：75% 消费者认为健康对于饮料品类非常重要。无糖满足消费者 0 卡 0 脂的需求，符合当下控糖减重的健康理念。公开数据显示：2019 年我国无糖饮料销售占比仅 1.25%，2014-2019 年 CAGR40%+，增速高空间大。2019 年中国无糖饮料行业市场规模为 98.7 亿元，根据智研咨询预测，我国无糖饮料市场规模将在 2027 年达到 276.6 亿元。无糖饮料市场处于快速发展期，拥有巨大的市场空间。

4、健康消费升级，功能性成分备受关注。

疫情+焦虑的社会大环境下，人们寻求更健康更自律的生活方式，全方面提高生活的品质，消费升级成为当下重点。根据益普索定量调研表明：89% 的消费者认为食品饮料宣传中“加入功能性健康成分”可提升他们的购买意向。如胶原蛋白、甘氨酸等助眠成分、传统中草药（如枸杞、人参、阿胶等）等也备受关注。

2021 年 12 月推出顺应“她经济”主要面向广大女性消费者的含有果汁含量达 30%，添加鱼胶原蛋白肽的“她能”果汁能量饮料。

（一）公司主营业务概况

公司主营业务为饮料的研发、生产与销售，公司作为能量饮料的先行者，多年来致力于推动我国能量饮料市场的发展，并成功塑造了广大消费者熟知的品牌“东鹏特饮”。与此同时，公司积极围绕能量饮料进行创新升级，目前形成以“东鹏特饮”、“东鹏大咖”摇摇拿铁、“东鹏 0 糖特饮”、“东鹏加气”、“她能”等能量饮料产品组成的“能量+”产品矩阵，深受消费者认可，“年轻就要醒着拼”、“累了困了喝东鹏特饮”的品牌主张深入人心。

（二）公司的主要产品及其用途

公司历史悠久、产品丰富，主要产品为：“东鹏特饮”、“东鹏大咖”摇摇拿铁、“东鹏0糖特饮”和“东鹏加气”。此外，公司还有风味饮料、茶饮料、清凉饮料和包装饮用水等其他产品。

1、东鹏特饮

公司主打产品东鹏特饮，有 250ml、500ml 瓶装东鹏特饮、250ml 罐装东鹏特饮和 250ml 利乐包东鹏特饮以及 2021 年推出的 250ml 钻包东鹏特饮等多种包装类型。

作为公司的拳头产品，东鹏特饮通过牛磺酸、赖氨酸及多种 B 族维生素等营养成份的科学配比和有机结合，形成了一套完整的抗疲劳体系，有助于缓解身体困乏、促进能量代谢、补充机体所需能量。

2、东鹏大咖

2021 年 9 月，公司推出的一款低糖拿铁咖啡，采用纯正阿拉比卡咖啡豆，臻选新西兰进口奶源，且不含反式脂肪酸，口感清爽顺滑。此外，在国产瓶装咖啡产品中率先使用非全包标签，“雪顶瓶”环保美观，创新咖啡品类独特包装形式。

3、东鹏0糖特饮

2021 年 4 月，公司在传统能量饮料的基础上，推出了采用天然的赤藓糖醇与甜菊糖苷代替白砂糖的东鹏0糖特饮，既能满足消费者对提神的功能需求，又不失甜味带来的味蕾享受，为消费者提供更多能量饮料更多元化的选择。

4、东鹏加气

一款主打年轻人的含气能量饮料，蔓越莓口味搭配劲爽碳酸口感，形成独特的口味。于 2021 年荣获广东省食品行业协会科学技术奖，并被评为“广东省食品行业优秀新产品”。

5、其他产品

她能、由柑柠檬茶、陈皮特饮、清凉茶、冬瓜茶、菊花茶及包装饮用水等。

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

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	7,790,491,158.98	4,361,286,447.41	78.63	3,340,700,307.28
归属于上市公司股东的净资产	4,238,125,540.70	1,913,253,374.56	121.51	1,635,180,863.58
营业收入	6,977,822,474.41	4,958,502,618.73	40.72	4,208,728,479.27

归属于上市公司股东的净利润	1,192,960,407.59	812,063,510.98	46.90	570,573,895.59
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,084,287,083.00	804,911,669.67	34.71	595,256,114.79
经营活动产生的现金流量净额	2,076,844,037.67	1,340,363,152.97	54.95	1,210,981,435.14
加权平均净资产收益率(%)	36.48	45.82	减少9.34个百分点	43.14
基本每股收益(元/股)	3.1120	2.2557	37.96	1.6276
稀释每股收益(元/股)	3.1120	2.2557	37.96	1.6276

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	1,711,261,727.19	1,971,000,027.15	1,877,950,703.08	1,417,610,016.99
归属于上市公司股东的净利润	341,889,465.56	333,936,664.88	320,207,819.05	196,926,458.10
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	336,589,898.63	323,444,430.31	305,568,802.48	118,683,951.58
经营活动产生的现金流量净额	454,908,294.32	724,276,854.46	235,545,739.48	662,113,149.41

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

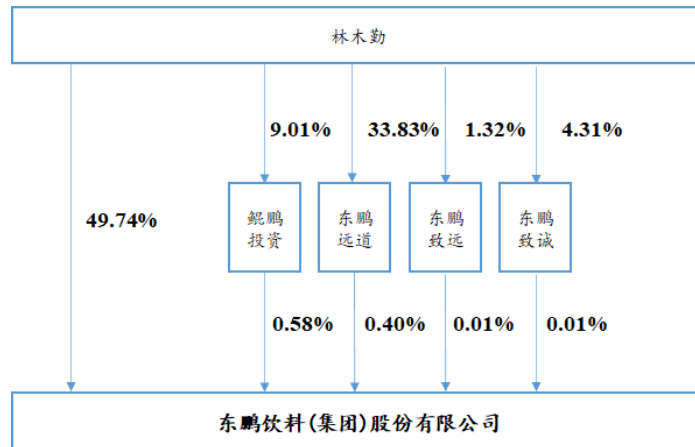
截至报告期末普通股股东总数(户)	22,258					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	20,630					
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0					
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0					
前 10 名股东持股情况						
股东名称	报告	期末持股数	比例	持有有限售	质押、标记或冻	股东

(全称)	期内 增减	量	(%)	条件的股份 数量	结情况		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
君正投资	0	36,000,000	9.00	36,000,000	无	0	境内 非国 有法 人
鲲鹏投资	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
东鹏远道	0	4,730,000	1.18	4,730,000	无	0	境内 非国 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	无

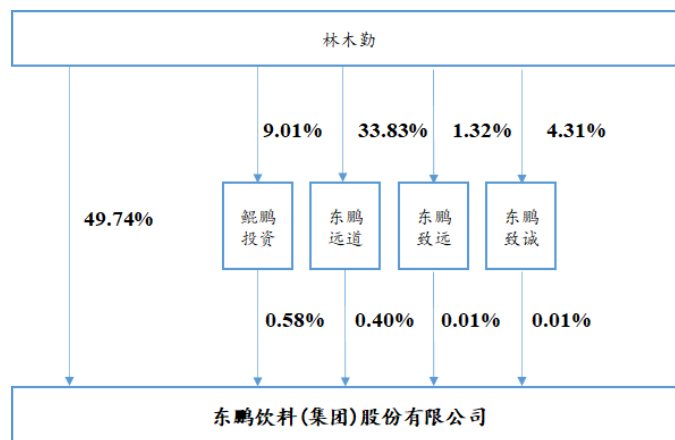
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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 69.78 亿元，同比增加 40.72%；归属于上市公司股东的净利润 11.93 亿元，同比增长 46.90%；归属于上市公司股东的净资产 42.38 亿元，同比增长 121.51%。

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