

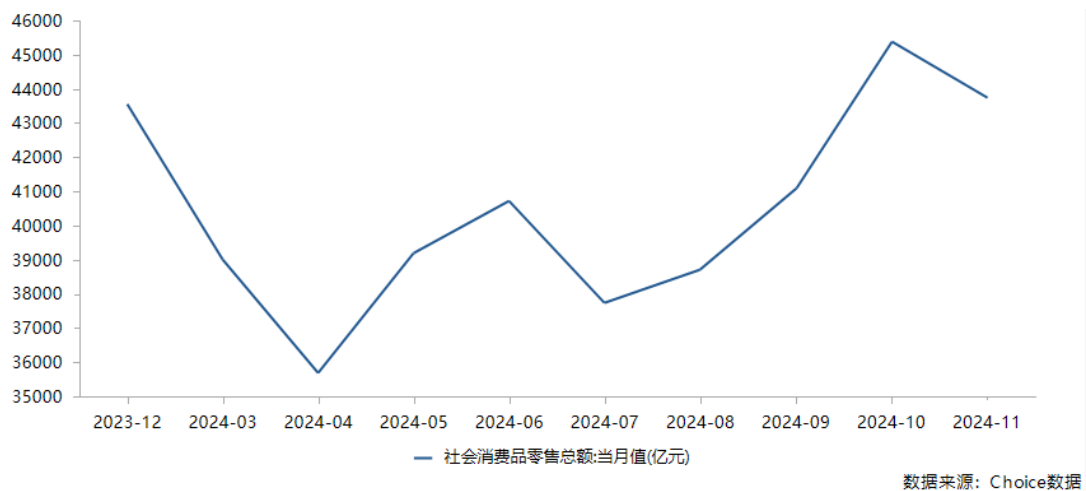
导语：2024 年，谁的市值翻倍？

作者：市值风云 App：贝壳 XY

新春看消费之食品饮料：搅动股市风云，稳坐市值担当

老话说得好，人是铁饭是钢，一顿不吃饿得慌。无论是疫情影响还是宏观经济下行，吃吃喝喝这类花销始终坚挺，食品饮料板块始终稳坐消费 C 位。

随着消费市场活力逐步回暖，2024 年被定档为“消费促进年”。根据国家统计局数据，2024 年前 11 个月的社会消费品零售总额达 44.27 万亿元，同比增长 3.5%。其中，粮油、食品零售总额为 1.96 万亿元，同比增长 9.9%。



一、白酒占据半壁江山

聚焦 A 股食品饮料板块的前十大企业（参考申万行业分类、截至 2024 年 12 月 31 日市值排序），白酒企业依旧占据着半壁江山。

证券代码	证券名称	细分行业	公司市值 [交易日期]2024-12-31 [单位]亿元
600519.SH	贵州茅台	白酒	19,144.45
000858.SZ	五粮液	白酒	5,435.80
603288.SH	海天味业	调味品	2,552.32
600809.SH	山西汾酒	白酒	2,247.30
600887.SH	伊利股份	乳品	1,921.23
000568.SZ	泸州老窖	白酒	1,842.88
605499.SH	东鹏饮料	软饮料	1,292.34
002304.SZ	洋河股份	白酒	1,258.33
600600.SH	青岛啤酒	啤酒	918.39
000895.SZ	双汇发展	肉制品	899.43

(来源：Choice 终端，制表：市值风云 APP)

以“茅王”贵州茅台（600519.SH）为首，1.9 万亿市值继续领衔榜单第一；五粮液（000858.SZ）以 5,000 亿级市值次居第二；山西汾酒（600809.SH）、泸州老窖（000568.SZ）、洋河股份（0002304.SZ）则分别位居第四、六、八名。

余下的五个席位则由其余细分行业龙头瓜分，分别为调味品龙头海天味业（603288.SH）、乳品龙头伊利股份（600887.SH）、啤酒龙头青岛啤酒（600600.SH）、软饮料龙头东鹏饮料（605499.SH）、肉制品龙头双汇发展（000895.SZ）。

其中，五家白酒企业合计市值便超过 3 万亿元，近乎占到食品饮料板块前十大总市值的八成，在食品饮料板块总市值的占比也接近 35%。可以说，白酒行业的市场走向在整个板块举足轻重，常常牵动着投资者的心，那不妨先来单独说说。

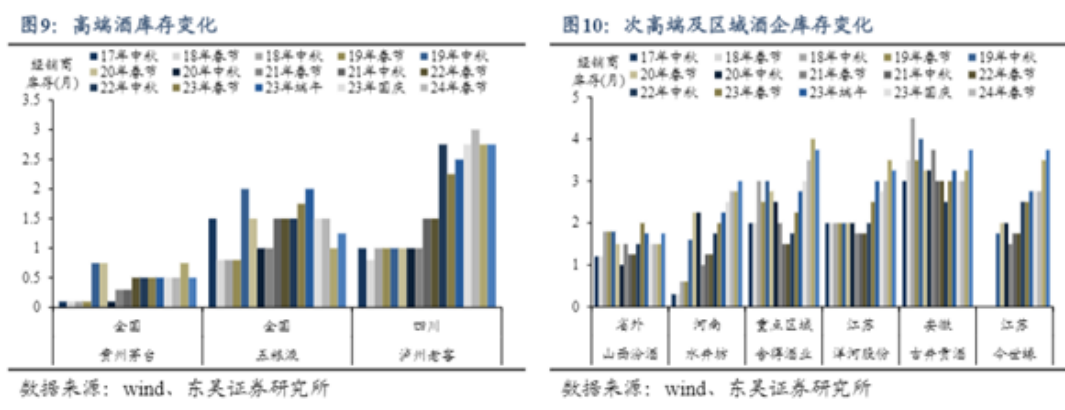
我们知道，过去几年里，白酒行业多处于去库存阶段。

拿“茅王”来说，2024 年以来，茅台批价多次出现异动，尤其在清明、618、中秋、国庆等旺季前后，通常会加大批次的波动。其中，国庆前后批次整体下行持续时长高达 77 天，整体跌幅超过 630 元，成为 2020 年以来最大跌幅。



甚至当时，茅台酒因批价波动还上了热搜，一时引起不少腥风血雨，导致茅台股价持续下跌。

不过，以 2024 年前三季度数据来看，虽然多数酒企强调控制渠道库存金额，但受限于需求回落较多，整体库存水平并未有明显改善，截至 9 月末仍处于高位水平。



当然，背后最核心的问题反映的还是消费市场需求不足。

从前五大白酒公司的业绩来说，虽然绝大多数仍交出了正向的成绩单，除了洋河股份略有下降以外，其他四家公司的收入与利润双双实现增长，增幅多在 10%-20% 范围，似乎看不出白酒行业的消费不景气。

	2024Q1-Q3 营收 (亿元)	营收同比增速 (%)	2024Q1-Q3 归母净利润 (亿元)	利润同比增速 (%)
贵州茅台	1207.76	16.95%	608.28	15.04%
五粮液	679.16	8.60%	249.31	9.19%
山西汾酒	313.58	17.25%	113.50	20.34%
泸州老窖	243.04	10.76%	115.93	9.72%
洋河股份	275.16	-9.14%	85.79	-15.92%

(来源: Choice 终端, 制表: 市值风云 APP)

但仍有一些先行指标，例如 2024 年一季度应收账款的大幅增长，应收账款体现的是下游的议价能力和收现能力，进而反映出下游需求的走弱。



(来源：五矿期货研究中心)

2024 年第三季度，白酒消费加速探底，居民消费活跃度自二季度开始下降，商务消费和企业礼赠需求在三季度中秋国庆期间进一步走弱。

目前，业内对于 2025 年的普遍展望是，预计白酒需求有望在春节实现底部企稳，因为春节需求通常较中秋国庆更为刚性。同时，2025 年二季度或许存在正向承托，因为 2025 年婚宴预订在低基数基础上已实现同比修复。

伴随着需求修复，白酒行业渠道库存风险也有望逐步得到缓解。

接下来，我们便分公司逐一起来看。

二、食品饮料大盘点

1、贵州茅台：茅王名不虚传

在白酒行业，贵州茅台无疑是一个传奇般的存在。

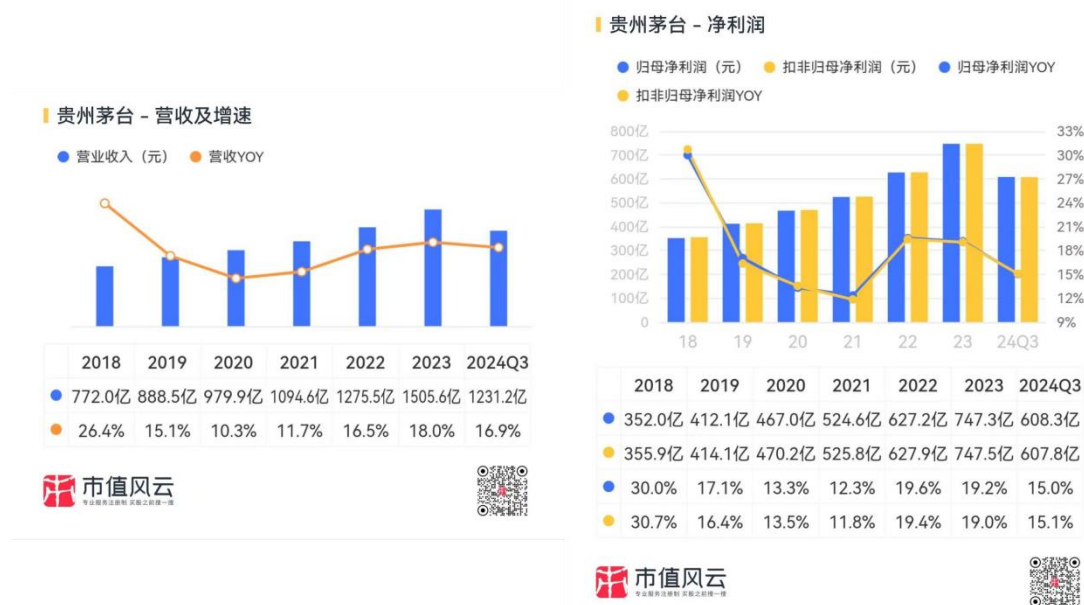
作为我国白酒行业的领军者，贵州茅台以其独特的酿造工艺、卓越的产品品质和深厚的文化底蕴，成为全球市值最高点烈酒企业之一，截至 2024 年末，其市值突破 1.8 万亿人民币，足以彰显其强大的品牌影响力和市场地位。

风云君一直长期关注茅台的业绩动向，且写过多篇深度研报及跟踪研报。



(来源：市值风云 APP)

过去多年，即使身处疫情及宏观经济下行的逆势背景，茅台也一直交出业绩增长答卷，营收从2018年的772亿增至2023年的1,505.6亿，利润从2018年的352亿增至2023年的747.3亿，每年增速稳定在10%-20%左右，彰显韧性。



(来源：市值风云 APP)

今年1月3日，贵州茅台又最新披露2024年生产经营公告，预计实现收入1,738亿元，同比增长15.44%；归母净利润857亿元，同比增长14.67%，延续以往增长势头。

一、2024 年度生产经营情况

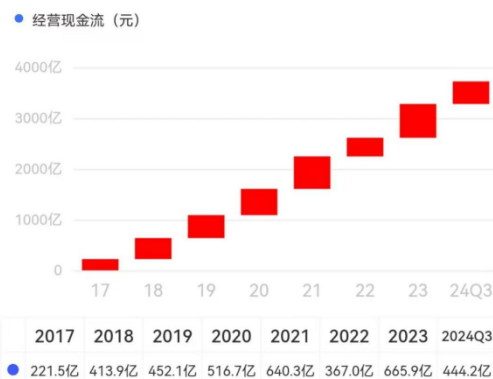
经贵州茅台酒股份有限公司（以下简称“公司”）初步核算，2024 年度，公司生产茅台酒基酒约 5.63 万吨，系列酒基酒约 4.81 万吨；**预计实现营业总收入约 1,738 亿元（其中茅台酒营业收入约 1,458 亿元，系列酒营业收入约 246 亿元），同比增长约 15.44%；预计实现归属于上市公司股东的净利润约 857 亿元，同比增长约 14.67%。**

（来源：贵州茅台公告 20250103）

从资产负债表来看，截至 2024 年 9 月末，手握合同负债近百亿，虽然比上年同期少了 14 亿，但茅台仍供不应求的局面不曾改变。

同期，经销商预付拿货产生的应收账款基本为 0，仅有 11 亿风险较小的应收票据，另有超 600 亿货币资金在手，每年数百亿现金入袋，**“A 股印钞机”名不虚传，堪称全 A 完美财报。**

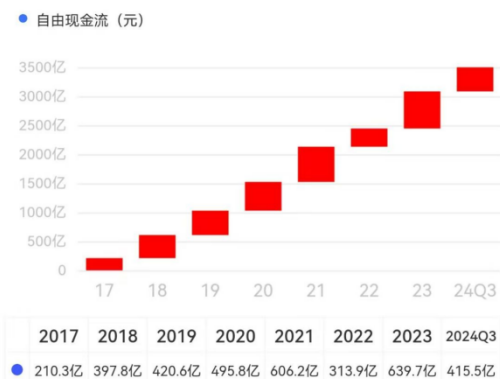
贵州茅台 - 经营现金流



市值风云
专业财经数据 权威之数据第一



贵州茅台 - 自由现金流



市值风云
专业财经数据 权威之数据第一



（来源：市值风云 APP）

另外，截至 2024 年 9 月末，茅台账面存货 482.25 亿，达到历史高峰，但鉴于白酒的特殊性，本身就是年代越久就值钱，所以也无需过多诟病。

进一步拆借存货科目，自制半成品和在产品的占比高达 88%，而库存商品仅有 22 亿，不足全年销售额的 2%，这也在一定程度上说明茅台酒供给端仍有短缺。

(1). 存货分类

√适用 □不适用

单位：元 币种：人民币

项目	期末余额			期初余额		
	账面余额	存货跌价准备/ 合同履约成本减 值准备	账面价值	账面余额	存货跌价准备/ 合同履约成本 减值准备	账面价值
原材料	3,364,894,351.00		3,364,894,351.00	3,917,462,473.00		3,917,462,473.00
在产品	22,150,516,271.98	1,283,984.83	22,149,232,287.15	17,311,447,077.83	1,283,984.83	17,310,163,093.00
库存商品	2,213,035,622.06		2,213,035,622.06	1,814,110,748.17		1,814,110,748.17
自制半成品	18,708,022,801.32		18,708,022,801.32	15,782,637,922.07		15,782,637,922.07
合计	46,436,469,046.36	1,283,984.83	46,435,185,061.53	38,825,658,221.07	1,283,984.83	38,824,374,236.24

(来源：贵州茅台 2023 中报)

最近，继 300 亿中期分红后，茅台又掷出 30-60 亿回购计划，而且是全部注销，用真金白银来回馈股民，不愧为“茅王”！

2、五粮液：业绩稳增

五粮液也是国内的知名白酒企业，主攻一线高端白酒市场，这也与白酒行业的高端化发展趋势不谋而合。

这些年里，五粮液与飞天茅台、国窖 1573 共同垄断高端白酒市场 90%以上的份额。截至 2024 年末，五粮液以 5,435.8 亿市值位居白酒板块 NO.2。



(来源：市值风云 APP)

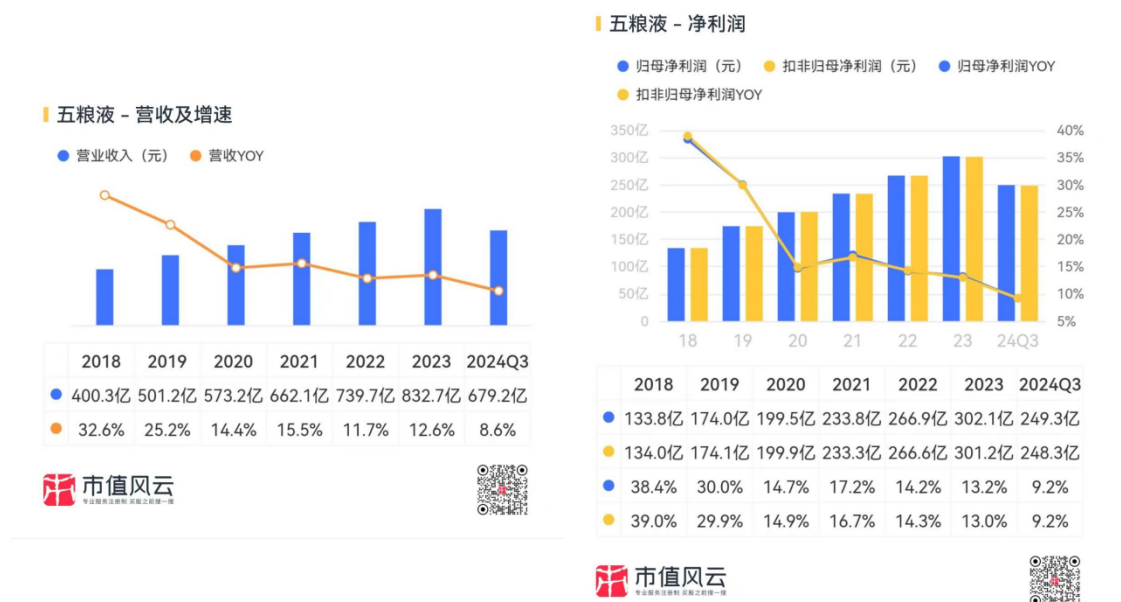
从产品结构来说，高端系列五粮液产品是五粮液业绩的压舱石，今年上半年收入392.05 亿，占比 77.41%，同比增长 11.45%。对应的产、销量分别为 22,910 吨、24,194 吨，分别同比增长 10.74%、12.07%。

数据放一起，**显然五粮液实现了逆势背景下核心产品的量价协同增长。**

除此之外，五粮液一直在推进产品多元化，以满足不同消费层次的需求。2023年下半年，五粮液陆续推出了紫气东来系列、龙年生肖系列，2024年焕新上市45度五粮液、68度五粮液，7月初又重磅推出了经典五粮液全系列。

从新品定价看，经典 10、经典 20、经典 30、经典 50 的建议零售价分别为 3,099 元、4,999 元、12,999 元和 30,999 元，在超高端产品领域投下重磅炸弹，产品力拉满。

叠加五粮液在直销、经销两大渠道端的同步发力，过去这些年里五粮液的业绩一直呈现稳步增长，2018-2023 年营收与利润的复合增速分别达到 15.8%、17.7%。



(来源：市值风云 APP)

3、海天味业：强势复苏

提起海天味业，想必大家都不陌生，作为调味品的领军企业，已连续多年蝉联酱油（连续 13 年）、酱料（连续 4 年）、蚝油（连续 4 年）行业第一品牌，2023 年产销量超过 400 万吨，位列行业第一。

同样，风云君早在 2018 年就对其有过深入研究，彼时的市值约 1,700 亿。时隔六年后，海天味业的市值达到 2,552 亿，相较当初增长超 800 亿，位列 2024 年末食品饮料板块第三名。



(来源：市值风云 APP)

我们知道，海天味业旗下产品涵盖酱油、蚝油、醋等多个品类，其中酱油始终是公司的营收第一大品类，占比常年超 50%。

近两年，公司开始着重在耗油、醋、料酒、鸡精、复合调味料等品类上持续发力。

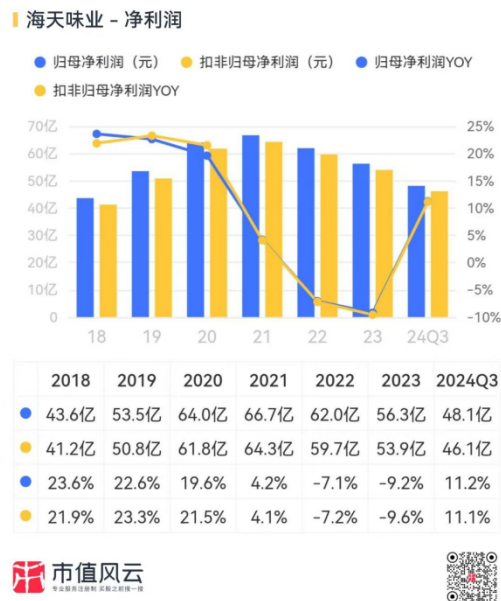
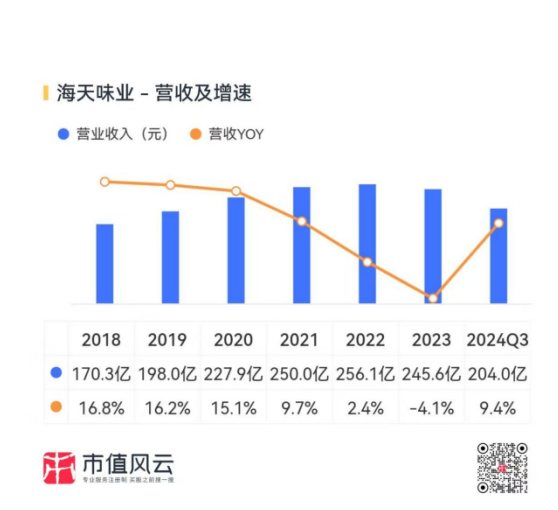
目前酱油的营收比重已有所下滑，从 2020 年的 62% 降至 2023 年的 51%。

主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
酱油	12,637,386,048.00	7,249,666,336.08	42.63	-8.83	-12.41	增加 2.34 个百分点
调味酱	2,427,006,741.07	1,565,569,150.39	35.49	-6.08	-3.40	减少 1.79 个百分点
蚝油	4,251,221,491.13	3,018,271,340.68	29.00	-3.74	3.00	减少 4.65 个百分点
其他	3,499,473,118.03	2,733,719,680.68	21.88	19.35	28.04	减少 5.30 个百分点

(来源：海天味业 2023 年报)

发生这样变动的主要原因，其实是在消费不景气的大背景下，酱油已经接近市场的天花板，很难再有新的突破，不如去别的调味品类上找找增量。

而从整体业绩来看也验证了这一结论，海天的营收和利润在近几年走起了下坡路，其中酱油营收两年（2021-2023 年）下降 15 亿，但新品类的拓展并未填补上这份下滑。



(来源：市值风云 APP)

但很难否认的是，海天味业仍然是难以扳倒的调味品大龙头，且把后来者远远甩在身后。一方面，在于公司产品先进的生产和酿造工艺，另一方面，则在于公司数十年积累的品牌知名度与搭建的渠道体系。

全国范围内，无论城市还是农村，大到市中心的商超小到家门口的便利店，以及各大电商平台，基本上无一缺少海天产品，这直接确保了海天味业的市场占有率。

与此同时，海天也并不被经销商所限，其在产业链上的话语权相当高。拿 2023 年三季度数据来说，应收款项仅有 2.58 亿，合同负债却达到 16.81 亿，二者相差超 6 倍，再次彰显了海天味业强势的龙头地位。

2024 年前三季度，**随着宏观经济的回暖以及餐饮行业的强势复苏，海天业绩重回正增长轨道**，营收同比增长 9.38%至 204 亿。归母净利润同比增长 11.23%至 48.13 亿。

4、山西汾酒：走向全国

山西汾酒，作为我国白酒第一股，2024 年末以 2,247.3 亿市值位列食品饮料板块第四名、白酒板块第三名，属于国内二线白酒品牌。



(来源：市值风云 APP)

在白酒市场，中低档白酒通常以区域性白酒品牌为主，在辐射区域范围内具备较强的覆盖能力，而中高档白酒市场则多由全国性知名白酒品牌垄断，就如前文介绍的茅台、五粮液。

目前，也有部分区域性知名品牌通过渠道建设、网络宣传等，向全国性知名品牌迈进，山西汾酒就属于其中的一员。

正如其名字一样，山西汾酒最早以山西省内市场为主，近些年随着中高价白酒的发力，现已成为全国性白酒品牌。

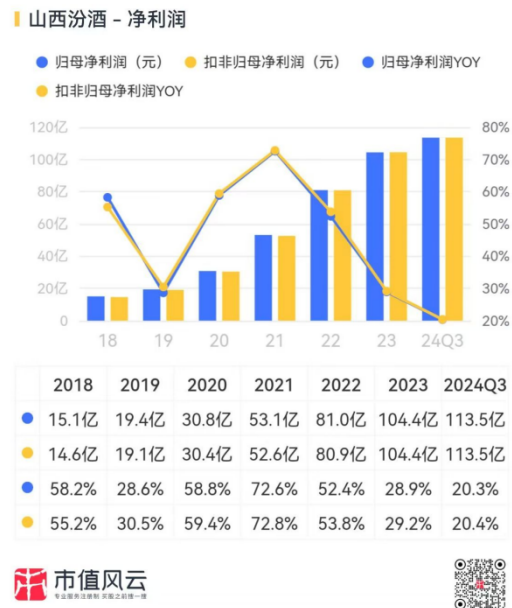
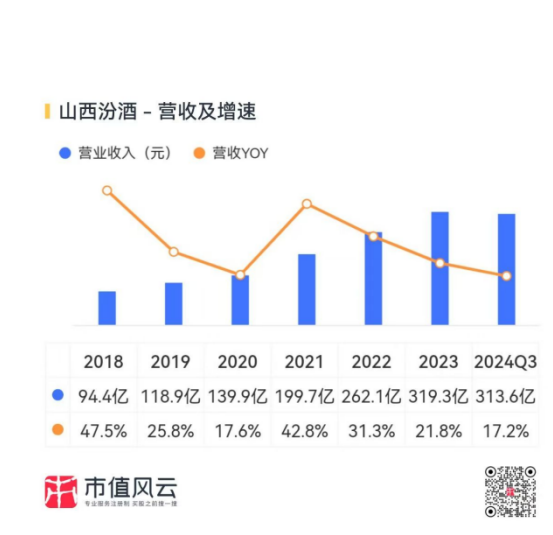
2023 年，山西汾酒的中高价酒类创收 232 亿元，占总营收的 72.67%；省外区域创收 196.59 亿元，占到总营收的 61.57%，相较 2018 年增加了近 20 个百分点。

单位:元 币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
食品制造业	31,743,000,933.32	7,819,744,553.31	75.37	21.90	22.35	减少 0.09 个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
中高价酒类	23,203,237,509.41	3,690,588,032.60	84.09	22.56	21.71	增加 0.11 个百分点
其他酒类	8,539,763,423.91	4,129,156,520.71	51.65	20.15	22.93	减少 1.09 个百分点
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
省内	12,083,797,181.81	2,791,235,626.40	76.90	20.41	23.68	减少 0.61 个百分点
省外	19,659,203,751.51	5,028,508,926.91	74.42	22.84	21.63	增加 0.25 个百分点

(来源：山西汾酒 2023 年报)

这些年，山西汾酒的业绩一直呈现较快的增长。2024 年前三季度，山西汾酒延续增势，收入和利润分别达到 313.6 亿、113.5 亿，同比增速分别来到 17.2%、20.3%。



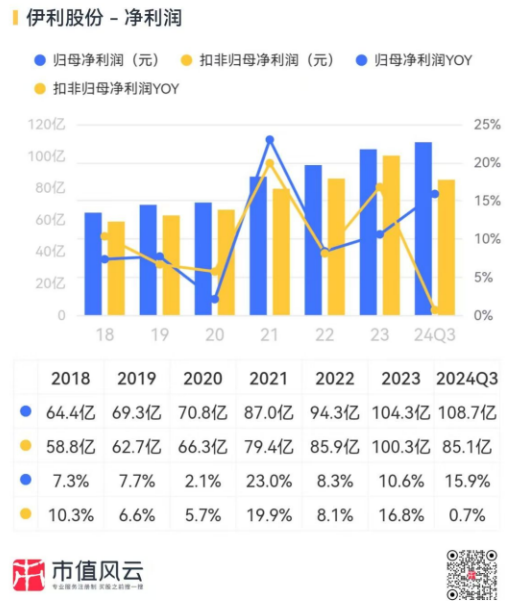
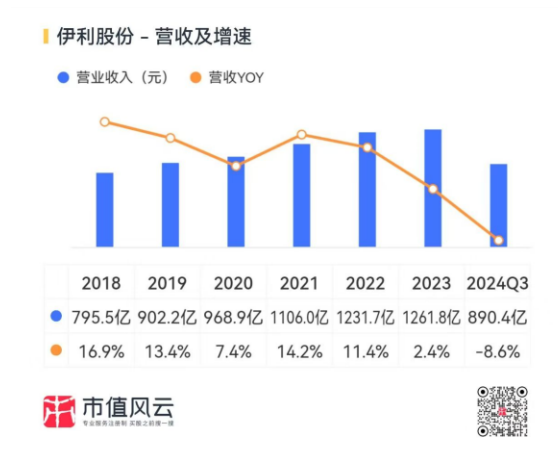
(来源：市值风云 APP)

5、伊利股份：领跑全行

伊利股份则以 1,921 亿市值位列 2024 年食品饮料板块第五名，同时也是乳企板块第一名。

根据荷兰合作银行发布的“2024 全球乳业 20 强”榜单，伊利股份是全球乳业五强、亚洲乳业第一，是唯一进入全球五强的中国乳企。

2024 年前三季度，伊利实现营业总收入 890.39 亿元，稳居行业第一；归母净利润 108.68 亿元，同比增长 15.87%。



(来源: 市值风云 APP)

中报显示, 液奶业务实现营收 368.87 亿, 零售额继续稳居行业第一, “安慕希”零售额连续多年保持常温酸奶第一位, 并在产品创新上有所突破, 全球首创上市常温益生菌酸奶, 突破酸奶长保质期内活性益生菌保持技术难题, 开创品类先河。

同期, 奶粉业务实现营收 145 亿元, 同比达到两位数增长。根据尼尔森与星图第三方零研数据, “伊利”婴幼儿奶粉零售额市场份额较上年同期提升 1.7 个百分点, 公司整体婴幼儿奶粉零售额市场份额达到 16.9%, 销售额实现逆势增长。

6、泸州老窖：高端单品打天下

泸州老窖是白酒板块第四家, 2024 年底市值达到 1,843 亿。

风云君在前面说过，白酒高端化是一个趋势，质价齐升是行业未来的发展方向。而泸州老窖的核心单品便是千元级的高端白酒国窖 1573，与茅台、五粮液共同瓜分高端白酒市场 90%以上的份额。



泸州老窖：目标前三！不服就干！（白酒行业横评）| 独立研报



市值风云
2019-12-03 10:11

“杀出重围，重回三甲”。

长按识别二维码 · 尊享独立研报

 市值风云
专业服务注册制 牛市炒股在这里

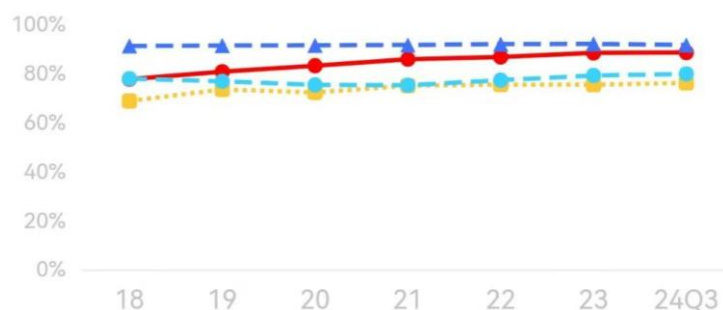


(来源：市值风云 APP)

对比不同酒企的毛利率，可以清晰发现高中低端白酒布局的盈利差异。**主打高端市场的泸州老窖毛利率常年高居 80%以上**，2023 年至 2024 年前三季度更是进一步攀升至 88%，甚至逼近茅台，远高于山西汾酒、古井贡酒等酒企。

毛利率

● 泸州老窖(主) ● 贵州茅台 ● 山西汾酒 ● 古井贡酒



	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024Q3
● 泸州老窖(主)	77.5%	80.6%	83.0%	85.7%	86.6%	88.3%	88.4%
● 贵州茅台	91.1%	91.3%	91.4%	91.5%	91.9%	92.0%	91.5%
● 山西汾酒	68.7%	73.4%	72.2%	74.9%	75.4%	75.3%	76.0%
● 古井贡酒	77.8%	76.7%	75.2%	75.1%	77.2%	79.1%	79.7%

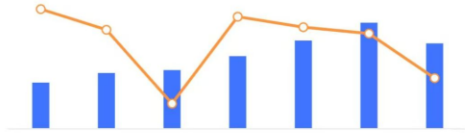


(来源：市值风云 APP)

走在正确的道路，业绩自然也有不错的表现，去年前三季度，营收和利润分别达到 243 亿、116 亿，同比增速均在 10%左右。

泸州老窖 - 营收及增速

● 营业收入 (元) ● 营收YOY



	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024Q3
● 营业收入 (元)	130.6亿	158.2亿	166.5亿	206.4亿	251.2亿	302.3亿	243.0亿
● 营收YOY	25.6%	21.2%	5.3%	24.0%	21.7%	20.3%	10.8%

市值风云
专业服务 注册分析师 吴晓之 刘一博



泸州老窖 - 净利润

● 归母净利润 (元) ● 扣非归母净利润 (元) ● 归母净利润YOY
● 扣非归母净利润YOY



	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024Q3
● 归母净利润 (元)	34.9亿	46.4亿	60.1亿	79.6亿	103.7亿	132.5亿	115.9亿
● 扣非归母净利润 (元)	34.8亿	46.0亿	59.9亿	78.8亿	103.2亿	131.5亿	115.6亿
● 归母净利润YOY	36.3%	33.2%	29.4%	32.5%	30.3%	27.8%	9.7%
● 扣非归母净利润YOY	37.2%	32.1%	30.2%	31.6%	30.9%	27.4%	10.2%

市值风云
专业服务 注册分析师 吴晓之 刘一博



(来源: 市值风云 APP)

7、东鹏饮料：业绩股价齐飞

“累了困了，喝东鹏特饮”，这句话想必多数人都听过，也带领东鹏饮料逐渐成为国内功能性饮料的龙头。



(来源: 市值风云 APP)

东鹏特饮一直以来以经销模式为主，随着经销网络的不断扩大，其营收体量迅速增长，每年增速基本保持在 30%以上。今年前三季度，营收和利润进一步增长至 125.6 亿、27.1 亿，同比增速更是高达 45.3%、63.5%。

业绩的快速放量，也推动着公司在二级市场的表现相当亮眼，去年一整年股价翻了整整一倍。

东鹏饮料 - 营收及增速

● 营业收入 (元) ● 营收YOY



	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024Q3
● 营业收入 (元)	30.4亿	42.1亿	49.6亿	69.8亿	85.1亿	112.6亿	125.6亿
● 营收YOY	6.8%	38.6%	17.8%	40.7%	21.9%	32.4%	45.3%

市值风云
专业财经数据 实时追踪第一手



东鹏饮料 - 净利润

● 归母净利润 (元) ● 扣非归母净利润 (元) ● 归母净利润YOY
● 扣非归母净利润YOY



	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024Q3
● 归母净利润 (元)	2.2亿	5.7亿	8.1亿	11.9亿	14.4亿	20.4亿	27.1亿
● 扣非归母净利润 (元)	1.9亿	6.0亿	8.0亿	10.8亿	13.5亿	18.7亿	26.6亿
● 归母净利润YOY	-27.1%	164.4%	42.3%	46.9%	20.8%	41.6%	63.5%
● 扣非归母净利润YOY	-33.3%	217.3%	35.2%	34.7%	24.7%	38.3%	77.3%

市值风云
专业财经数据 实时追踪第一手



(来源: 市值风云 APP)

8、洋河股份: 增长失速

洋河股份是白酒板块的 NO.5, 2024 年末市值为 1,258 亿元。

风云君曾在 2019 年对其有过研究, 彼时它还是白酒行业第三把交椅的位置, 但时至今日已经降至五位。

酒厂
GHE

梦之蓝

乾隆曰“真佳酒也”：苏北古镇的洋河股份 | 风云独立研报

市值风云
2019-03-04 10:59

具备给股东带来丰厚回报的能力。

长按识别二维码 · 尊享独立研报

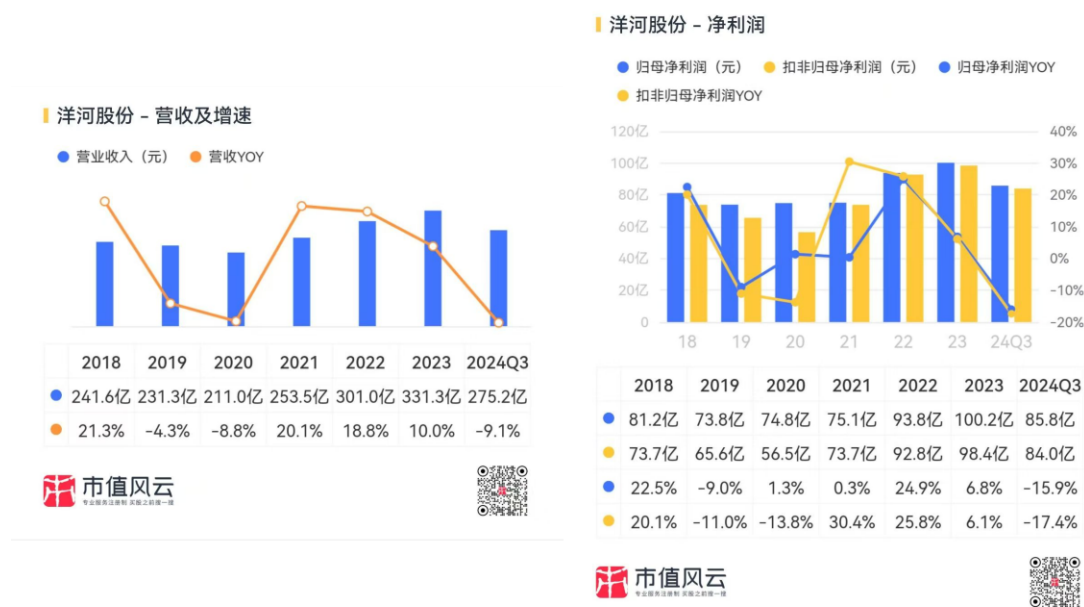
市值风云
专业服务注册制 牛市炒股在这里

(来源：市值风云 APP)

与大多数酒企不同的是，洋河股份是业内少数同时拥有低、中、高档白酒品牌的白酒企业之一，蓝色经典主打产品海、天、梦覆盖中到高档，双沟珍宝坊系列覆盖中到次高档，洋河大曲、双沟大曲覆盖低到中低档。

与此同时的是洋河股份在三档之间都不具备显著的竞争优势，也并没有顶呱呱的核心大单品，这或许也是公司略有掉队的原因。

洋河股份也是少有的 2024 年前三季度业绩下滑的酒企，收入同比下滑 9.1%至 275.2 亿元，利润下滑幅度要更为明显，下滑 15.9%至 85.8 亿元。



(来源：市值风云 APP)

9、青岛啤酒：现金奶牛越发强壮

要说啤酒，龙头非青岛啤酒莫属，2024 年末，市值达到 918 亿元，位居啤酒行业榜首。

在风云君以往的研报中，都将青岛啤酒定义为“现金奶牛”般的存在。



(来源：市值风云 APP)

时至今日，这一结论仍然不改，2018-2024 年前三季度，青岛啤酒的经营活动净现金流合计达到 328.93 亿元，是同期利润总额的 1.5 倍。

扣除掉资本开支后，余下的自由现金流合计仍超过 230 亿元。

青岛啤酒 - 经营现金流

● 经营现金流 (元)



年份	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024Q3
经营现金流 (元)	23.1亿	39.9亿	40.2亿	49.5亿	60.4亿	48.8亿	27.8亿	62.3亿

市值风云



青岛啤酒 - 自由现金流

● 自由现金流 (元)



年份	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024Q3
自由现金流 (元)	14.2亿	32.3亿	28.6亿	36.6亿	44.1亿	31.0亿	11.6亿	46.6亿

市值风云



(来源: 市值风云 APP)

赚到钱的青岛啤酒，在回馈股东上也很大方，上市至今累计分红超 155 亿，是募资总额 14.25 亿的 10 倍有余。

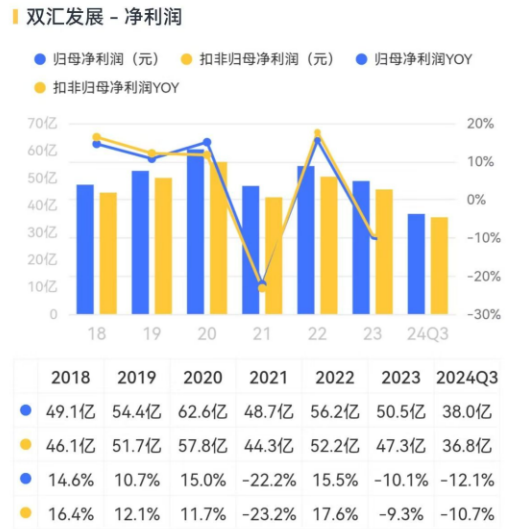
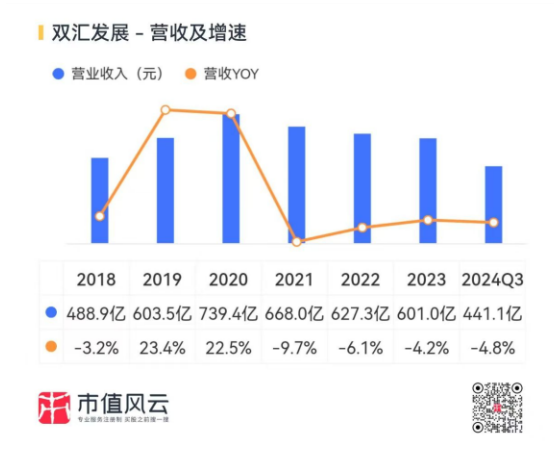
现金奶牛，越来越壮了！

10、双汇发展：新董掌舵

最后一位是双汇发展，2024 年末市值为 899 亿。

作为国内肉类加工龙头。受产品销量下降以及禽产品价格低位运行等因素影响，近几年双汇发展的营收和归母净利润双双下降。

今年前三季度，双汇实现营收 441.1 亿元，同比下降 4.8%，归母净利润 38 亿元，同比下降 12.1%，这也是连续 3 年多出现业绩下滑。



(来源: 市值风云 APP)

因而，双汇发展在二级市场的表现也并不亮眼，2024 年全年收涨仅 2%。



(来源：市值风云 APP)

值得一提的是，8月29日双汇发展发布公告称，万宏伟当选公司第九届董事会董事长。万宏伟表示，将继续传承双汇沉淀40年的管理机制和双汇文化，方向不变，目标不变，打造百年双汇。

面对“老产品增长难，新渠道难打开”的困境，万宏伟如何破局并带领双汇重返巅峰，或许可以拭目以待。