

食品饮料行业 周度市场观察

行业环境 | 头部品牌动态 | 投资运营 | 产品技术 | 营销活动



第 15 周
2025/3.31-4.6

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

Z世代养生消费破局：35岁以下群体贡献35.9%市场增量；
报告显示酒水饮料呈现轻养生、潮口味、技术升级三大趋势；
药食同源——中国饮食品牌逐鹿“养生”新赛道。

行业环境:

1. Z世代养生消费破局：35岁以下群体贡献35.9%市场增量

关键词：年轻化,中式养生,健康付费,食疗滋补,数字化闭环

概要：中医药市场年轻化消费趋势显著，35岁以下消费者占比达35.9%。小红书养生笔记增长300%，抖音话题播放超70亿次。品牌创新营销，如同仁堂、东阿阿胶跨界联名，云南白药推出零食化产品。AI技术助力“赛博中医馆”，提升复购率65%。数据显示，78.2%的青年愿为健康付费，50%偏好中式养生，中医药正以场景化和个性化方式融入年轻人生活。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/5323092935/13d47f3c700101ilws)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/5323092935/13d47f3c700101ilws

2. 年轻人的“自救”，大概是喝中式养生水了

关键词：养生,健康,市场,趋势,消费

概要：年轻人生活方式的变化推动了中式养生水市场的迅速发展。这种养生水包括红豆薏米水、冰糖雪梨汤、枸杞红枣茶等传统滋补饮品，过去需耗费时间熬制，如今以开盖即饮的形式在超市和便利店广泛销售。数据显示，中式养生水市场规模从2018年的0.1亿元增长到2023年的4.5亿元，预计到2028年将突破100亿元。品牌布局也日益活跃，仅2024年前五个月就有10个新品牌进入市场。这一趋势反映了当代年轻人在不规律生活与健康需求之间的平衡尝试，以及对便捷养生方式的追求。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/stock/wbstock/2025-04-02/doc-ineruhuk5357556.shtml)：http://finance.sina.com.cn/stock/wbstock/2025-04-02/doc-ineruhuk5357556.shtml

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

3. 报告显示酒水饮料呈现轻养生、潮口味、技术升级三大趋势

关键词：轻养生,潮口味,技术升级,健康化,个性化
概要：值得买联合多方发布2024酒水饮料消费趋势报告，指出酒水饮料味型呈现轻养生、潮口味和技术升级三大趋势。年轻群体推动“轻养生”概念，小众水果口味和DIY调酒流行。酒类口味向健康化、个性化发展，品牌市场呈现高端化、年轻化特征，通过艺术化表达吸引消费者。饮酒场景趋于多元，即时性消费和居家饮酒成新趋势。酒水饮料作为快消品风向标，其变化反映用户情绪价值和大消费趋势。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-29/doc-inerfyqz6783263.shtml>

4. 舌尖上的消费新观察|药食同源——中国饮食品牌逐鹿“养生”新赛道

关键词：养生,健康,天然,低GI,药食同源
概要：新华社报道，第112届全国糖酒商品交易会在成都举行，展现了中国饮食品牌在“养生”新赛道上的竞争趋势。传统保健食材如枸杞、陈皮、红枣等正受到年轻消费者的青睐，食品饮料企业纷纷调整策略，以迎合年轻人对健康和天然的需求。例如，“植物宇宙”主打低热量玉米饮品，“药食同源”理念融入茶饮市场，古法草本配方产品备受关注。同时，“低GI”食品因有助于减脂而受到追捧，相关企业开发了多种健康零食。商家还注重口味创新与包装设计，通过“国潮活动”和经典IP形象吸引年轻消费者，将情绪价值注入产品中。这种趋势表明，健康、天然及文化元素已成为食品饮料行业的重要卖点。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-29/doc-inerhmey9681758.shtml>

5. 黄油年糕爆火，新中式烘焙又行了？

关键词：新中式烘焙,黄油年糕,甜点创新,社交媒体,消费市场
概要：黄油年糕作为新中式烘焙爆款，源于江苏南通，改良自法式可露丽，外酥内糯，价格亲民（2-3元/颗）。2023年底上线后迅速走红，被沪溪河、鲍师傅等品牌引入，社交媒体话题浏览量超7512万。其成功反映行业从高客单价转向产品创新与性价比，带动品牌推出衍生品并加速扩张，但行业长期发展仍需更多爆款驱动。

原文链接：<http://www.linkshop.com/news/2025530048.shtml>

6. 洞察2025：中国冻干食品行业竞争格局及市场份额（附市场集中度、企业竞争力等）

关键词：冻干食品,竞争格局,市场集中度,企业布局,冻干果蔬
概要：中国冻干食品行业分为宠物冻干食品和其他冻干食品（如水果、蔬菜及方便食品），市场竞争者包括领先品牌商、加工企业和兼具品牌与生产线的企业。行业以小微企业为主，市场集中度低，但区域集中度较高。大部分企业聚焦冻干果蔬，少数布局方便食品。从五力模型看，行业内竞争激烈，上游议价能力强，下游较弱，潜在进入者威胁大，替代品威胁小。整体处于快速发展但竞争格局分散的阶段。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/roll/2025-04-05/doc-inesatrs9729731.shtml>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

7. 饮料行业已回暖？聚焦一瓶水的“明争暗战” 多家饮料巨头发布年报，收入均录得增长

关键词：年轻消费,饮料行业,包装水竞争,健康理念,市场回暖
概要：2024年，中国饮料行业逐步复苏，年轻消费者对低价饮料需求旺盛，推动行业回暖。农夫山泉、华润饮料等巨头财报显示收入增长，其中健康饮品如低糖、无糖产品成亮点。农夫山泉茶饮收入增32.3%，弥补包装水下滑；华润饮料利润涨23.1%。行业竞争从营销转向供应链优化，企业加速布局功能性保健食品饮料新赛道，展现强劲活力。

原文链接：<http://cj.sina.com.cn/articles/view/2131593523/7f0d893302001iyzw>

8. 方便面行业分化加剧，康师傅、统一与白象的业绩分化与博弈

关键词：方便食品,健康化浪潮,消费分级,高端方便面,功能性方便面
概要：2024年，中国方便食品行业在健康化与消费分级趋势下呈现两极分化。高端方便面增速达20%，功能性市场规模突破50亿，而整体消费量持续下降。康师傅营收806.5亿元，方便面业务萎缩，饮品成主要利润驱动力；统一营收创新高但方便面增长乏力；白象双位数增长或跃居行业第二。行业竞争加剧，供应链效率和渠道布局成关键，标志着从规模竞争向价值竞争转变。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-04-03/doc-inerwmtw5664359.shtml>

9. 茶饮咖啡，“卷”向平价烘焙

关键词：平价烘焙,茶饮咖啡,跨界品牌,烘焙产品,市场教育
概要：茶饮和咖啡品牌纷纷布局平价烘焙市场，通过“+烘焙”模式拓展消费场景。数据显示，2023年中国烘焙食品市场规模达5614.2亿元，冷冻烘焙技术降低成本、提升标准化。但跨行经营面临市场竞争与消费者需求变化挑战，关键在于差异化创新与业务协同。未来该模式需强化产品协同与品牌独立价值。

原文链接：http://k.sina.com.cn/article_5953190035_162d67893019014t48.html

10. 当朋「克养生」遇上新国潮

关键词：朋克养生,中式养生,年轻群体,健康焦虑,情感价值
概要：“朋克养生”推动中式养生年轻化，35岁以下人群成食疗滋补主力，占比达35.9%。品牌跨界融合，同仁堂、云南白药等将中药融入零食、化妆品，满足懒系养生需求。AI技术赋能中医馆，提供个性化方案，场景化产品针对熬夜、职场压力等需求。通过国潮美学与科技体验，企业重新定义养生内涵，未来以情感价值连接年轻人，推动中医药文化传承创新。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-04-06/doc-inesewqx8960250.shtml>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

11. 烘焙经济崛起，商超如何借势打造新增长极？

关键词：烘焙,现烤现制,消费需求,零售业态,商超布局
概要：烘焙区成商超核心布局，2024年中国烘焙市场规模突破6110亿，商超烘焙销售额年均增长超20%。现烤现制模式满足消费者对新鲜健康的需求，“前店后厂”构建信任体系。烘焙区不仅吸引客流，还带动其他商品销售，助力商超从购物场所转型为生活解决方案中心。通过创新产品和联名合作，烘焙成为商超差异化竞争的关键，毛利率可达60%。成功运营需系统化策略，优化选品、动线及运营机制，体现零售业向体验经济转型趋势。

原文链接：<http://www.linkshop.com/news/2025530396.shtml>

12. 茗茶消费呈现八大趋势！品质和体验成线上消费关键因素，52%消费者为养生买单

关键词：茗茶,品质保障,线上消费,健康养生,消费者权益
概要：第十一届京东超市春茶节开幕，中国茶叶流通协会联合京东及12大品牌发布茗茶品质保障宣言。2024年全国绿茶产量增长6.53%，线上销售增速领先，健康养生成购茶主因。2025年为“国茶振兴五年计划”乡村振兴年，将借数字化推动产业升级。会上还提出八大消费趋势，并推出“甄选好茶”计划，设立六大标准，标注“安心品质”以保障消费者权益。

原文链接：<http://cj.sina.com.cn/articles/view/1704103183/65928d0f02007aupu>

13. 明治护肤酸奶、蒙牛玻尿酸牛奶，能“美容”的饮品在中国市场怎么破局？

关键词：口服美容,功能性食品,美容饮品,护肤酸奶,成分党
概要：随着“颜值经济”发展，中国口服美容市场快速崛起，功能性乳制品如“护肤酸奶”和“玻尿酸牛奶”受到关注。但该赛道面临效果争议、价格高昂及消费者信任不足等问题。尽管如此，Euromonitor数据显示，2024年中国市场规模将超1000亿元，前景广阔。未来品牌需结合中式养生理念，优化产品性价比与口味，提升市场接受度，实现长期发展。

原文链接：<https://foodaily.com/articles/39363>

14. 十大热门功能饮料品牌，你更喜欢哪一款？

关键词：功能饮料,能量补充,牛磺酸,咖啡因,维生素
概要：2025年功能饮料市场竞争激烈，十大热门品牌通过创新配方、精准定位吸引消费者。捷虎和士兵突击瞄准蓝领阶层，红牛凭借经典地位领先，东鹏特饮受司机喜爱，乐虎升级配方添加人参。脉动推出“轻功能”系列吸引年轻女性和运动人群，魔爪以高咖啡因含量吸引电竞玩家，佳得乐专注运动补水，宝矿力水特受女性欢迎，战马以国潮定位吸引年轻男性。各品牌特色鲜明，满足多样化需求。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-04-01/doc-inerrnxq7466487.shtml>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

15. “国家版减肥指南”下，预制菜能否靠轻食华丽转身？

关键词：健康饮食,体重管理,轻食预制菜,营养科学,食品添加剂
概要：“控卡经济”成消费市场趋势，预制菜行业通过“预制+轻食”探索转型升级。数据显示，中国代餐市场规模持续增长。多家企业推出少油高蛋白的轻食预制菜，粤菜因特点在轻食市场有优势。但低热量不等于高健康，部分品牌建立管理机制优化营养配比。未来，预制菜产业将以技术与标准为核心，推动营养可视化与健康可量化发展。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/roll/2025-03-27/doc-inerayne5004388.shtml>

16. “滋补养生”带火青年健康消费

关键词：养生,健康消费,年轻消费者,轻养生,中医药
概要：随着消费市场升温，养生产品受到年轻人关注。北京合生汇的养生市集展示拔罐、中医按摩等项目，轻养生饮品销量增长。老字号品牌如同仁堂推出“知嘛健康”，结合传统与现代需求。预计2030年中国大健康市场规模将超16万亿元，数字化技术助力个性化健康管理。未来，健康消费市场将更规范化，年轻群体的高要求推动产业创新升级。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-26/doc-ineqykxq1613054.shtml>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

17. 张红超2元冰激凌卖出1600亿市值 蜜雪集团年赚44.5亿门店增8914家

关键词：低价策略,下沉市场,食品安全,供应链体系,全球化布局
概要：蜜雪冰城创始人张红超通过“低价策略”打造品牌，2024年营收248.3亿，净利润44.5亿，拥有4.6万家门店，市值1629亿港元。虽以供应链为核心竞争力，自产60%食材，但快速扩张带来管理与品控难题。公司选择上市，旨在深化供应链和数字化建设，布局海外市场，全球化扩张成新挑战。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/roll/2025-03-31/doc-inernxkw7448612.shtml>

18. 蒙牛乳业：OPM超预期增长，看好全年业绩提升

关键词：液态奶,冰淇淋,奶粉,奶酪,收入下滑
概要：蒙牛乳业2024年收入886.7亿元，同比下降10.1%，净利润仅1.0亿元，降幅达97.8%。下半年液态奶和冰淇淋业务改善，毛利率升至近40%，费用控制良好。2025年有望受益于需求回暖和竞争缓解，利润或将显著修复，分红比例提至45%。分析师维持“买入”评级，但调整营收与EPS预测，风险关注食品安全及成本波动。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/hk/2025-04-03/doc-inervuvx2852866.shtml>

19. 钟睒睒云南“种茶记”，一瓶无糖茶铺出茶农致富路

关键词：云南茶产业,工业化升级,无糖茶饮料,茶叶种植加工,农夫山泉合作
概要：云南茶产业因供过于求面临困境，但无糖茶饮料市场兴起带来新机遇。农夫山泉通过与云南66个初制厂合作，捐赠现代化设备，推动工业化升级。采用机器烘青工艺提升产能和质量稳定性，并约定有机标准促进标准化种植加工。此举显著增加茶农收入，降低成本，推动绿色防虫技术应用。当地经营者积极学习新技术，助力茶产业现代化转型，古老茶乡焕发新生机。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/hk/2025-04-05/doc-inesahzv0908320.shtml>

20. 库迪咖啡的“无限游戏”：从全场9.9，到平价便利店

关键词：咖啡,便利店,供应链,经营模式,消费场景
概要：2024年，国际咖啡豆期货价格上涨约70%，全球咖啡品牌提价，库迪咖啡逆市推出“咖啡便利店”新业态。两年内扩张至1万家门店，计划2025年底达5万家。库迪转型“便利消费场景”，覆盖全时段需求，借力中国便利店市场高速增长。其优势包括自建供应链、数字化运营及低门槛招商模式，坚持“优质+低价”战略，探索零售新可能。

原文链接：<https://foodaily.com/articles/39370>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

21. 专访珍珍饮料：如何走出东北迈向全国市场？

关键词：南方小土豆,东北特产,社交媒体,市场占有率,全国化战略
概要：珍珍荔枝汽水凭借网络热梗走红，业绩同比增长30%，市场占有率提升至第四。品牌理性布局，聚焦快消品本质，深耕东北并拓展全国市场，销量翻倍，经销商超800家，活跃终端达200万。产品线从1个SKU扩展至近30个，涵盖多品类。通过精准价格策略、高品质保障及代言人沈腾助力，加速全国化发展，实现长期价值积累。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/cj/2025-04-01/doc-inerrhry0505849.shtml>

22. 争夺方便面“老二”，统一被白象偷家？

关键词：方便面,白象,渠道创新,电商,市场表现
概要：白象在2025年春晚亮相，成为关注焦点。自2021年起，凭借河南暴雨捐赠和315事件的正面形象，白象获得大量“野生流量”，增速领先行业。虽曾因产品单一陷入困境，但通过骨汤方便面等爆款一度年收入达40亿元。近年，白象拓展线上渠道，推出香菜面、折耳根面等新品，但仍面临同质化竞争和增长瓶颈问题，第二增长曲线尚未明确。

原文链接：<http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/2098807780/7d1943e40010144ni>

23. 李子园品牌升级按下“快进键”，含乳饮料跨界维生素水拓新局

关键词：健康消费,年轻化战略,功能性饮料,维生素水,品牌升级
概要：李子园通过品牌升级和跨界创新吸引年轻消费者，推出全新口号“青春甜不甜？喝瓶李子园！”，并打造校园赛事IP及明星代言。近期进军功能性饮料市场，推出“VitaYoung活力维他命”维生素水，主打6零极简配方，拓展健康饮品领域。凭借研发实力、生产布局和销售网络优势，李子园有望打造“第二增长曲线”，持续提升市场竞争力。

原文链接：<http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/3178297882/bd70fa1a0010113um>

24. 进军饮料、预制菜、儿童零食、宠物食品……休闲零食巨头开启“跨界模式”

关键词：休闲零食,渠道增长,产品矩阵,业绩反弹,量贩零食
概要：三只松鼠2024年营收达106.22亿元，同比增长49.30%，净利润增长85.51%，坚果为核心收入，籽坚果成新增长点。线上抖音渠道强劲，线下分销大幅增长，公司优化全渠道布局并计划赴港上市。通过收购布局量贩零食，推动品质提升，品类扩展至饮料、预制菜等，孵化多个子品牌。行业竞争中，健康化与个性化创新及品牌价值塑造成为关键，需警惕单一渠道依赖与跨界风险。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/cn/2025-04-02/doc-inersuta5916434.shtml>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

25. 农夫山泉去年收入429亿，茶饮料扛起增长大旗，未来积极探索海外市场

关键词：包装饮用水,茶饮料,营收增长,市场份额,业务布局
概要：农夫山泉2024年营收428.96亿元，同比增长0.5%，净利润121.23亿元，增长0.4%。包装饮用水收入占比降至37.2%，茶饮料升至39%，无糖茶东方树叶表现亮眼，收入增长32.3%。公司形成双引擎驱动，强化抗风险能力。新增安徽黄山水源地，全国达12个。同时升级包装、探索海外，计划依托中国资源推动健康产品全球化。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/hk/2025-04-01/doc-inerrnxq7415717.shtml>

26. 妙可蓝多：将加速与蒙牛奶酪战略协同以提升毛利率水平

关键词：毛利率,原材料成本,产品结构,业务整合,战略协同
概要：妙可蓝多2024年产品毛利率提升至28.99%，主要因原材料成本下降及国产替代措施。但较2021、2022年下降，源于低毛利餐饮奶酪占比提高（与蒙牛整合相关）。分业务看，即食营养系列毛利率46.97%小幅下降，餐饮工业系列毛利率18.86%显著上升，家庭餐桌系列维持稳定。未来公司将通过战略协同进一步优化毛利率水平。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/cn/2025-04-01/doc-inerrtfu0388810.shtml>

27. 盯上大学生，这个河南大佬卖方便面年入20亿

关键词：方便面,速食,粉面菜蛋,高校渠道,数字化供应链
概要：河南品牌杨掌柜通过“粉面菜蛋”品类创新，在方便面市场异军突起，2023年销售额突破20亿元。创始人杨帆深耕速食领域，推出多个亿级单品，避开传统价格带竞争。公司覆盖超150万个销售终端，尤其在高校渠道占据70%市场份额。杨掌柜以全链路数字化供应链提升效率，未来瞄准千亿目标，引领高品质速食消费趋势，推动产业变革。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/roll/2025-04-04/doc-inerykkt1802638.shtml>

28. 简爱开卖气泡酸奶，能否再掀“气泡+”风潮？

关键词：酸奶市场,气泡酸奶,开菲尔,菌种发酵,健康口感
概要：朴诚乳业旗下“简爱”推出微气泡酸奶开菲尔，主打健康与口感，目标年轻消费者。开菲尔源于19世纪，具奶油感与气泡清爽特点，全球市场规模有望在2030年突破266亿美元，但国内气泡酸奶市场尚处初期。此前，新希望乳业曾推出气泡酸奶，因市场接受度有限暂停销售。专家认为，气泡酸奶因口感独特难以普及，其发展需依赖消费者接受度和食品科技提升，未来或可在细分市场立足，但主流化仍需时间验证。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/wm/2025-04-03/doc-inerwwiq8220963.shtml>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

29. 中粮可口可乐饮料(天津)有限公司开展“春耕蓟州”大型市场冲击

关键词：春耕行动,市场布局,消费场景,服务民生,应急响应
概要：中粮可口可乐天津公司举办“春耕蓟州”活动，为史上最大市场专项行动。以“守正创新”为核心，提升品牌力、拓展消费场景和服务水平，助力天津消费能级提升。活动覆盖蓟州区24个乡镇街道，创参与人数、覆盖路线和单日售点服务密度之最。未来将优化终端服务，强化应急机制，为2025年天津国际盛会提供高品质支持，推动区域深耕与国际赋能，践行“双循环”战略。

原文链接：<http://tj.sina.com.cn/news/zhuazhan/2025-04-02/detail-inertweq5491029.shtml>

30. 皇氏集团：水牛奶赛道逆势突围，新签约TO B端客户孕育新机遇

关键词：水牛奶,差异化优势,奶源供应,产品创新,市场拓展
概要：皇氏集团依托水牛奶差异化优势实现逆势增长，通过深耕奶水牛养殖与加工形成一体化产业链，并拓展全国市场。面对奶源紧缺与激烈竞争，公司加大高端产品研发、优化奶源建设、开拓新渠道，并加速国际化布局。在行业承压背景下，高品质乳制品需求增加为其带来机遇，持续强化差异化战略与供应链管理将助力其巩固地位并实现可持续发展。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/roll/2025-04-01/doc-inerrtfn7383364.shtml>

31. 华润饮料“省出”3亿净利润 怡宝受阻农夫山泉绿瓶水

关键词：包装水,毛利率,收入增长,净利润,价格战
概要：2024年，华润饮料与农夫山泉在包装水市场激烈竞争。华润饮料全年营收增速因农夫绿瓶纯净水放缓至0.05%，但净利润增长23.1%，得益于毛利率提升至47.3%。农夫山泉因价格战和新品促销，毛利率降至58.1%，包装水收入和利润分别下滑21.3%和32.4%，但市场份额有所扩大。双方各有得失，竞争改变行业格局，赢家尚不明确。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/hk/2025-03-28/doc-inerfcmp1215057.shtml>

03

投资运营
Investment Operation

投资运营：

32. “网红餐厅” 绿茶赴港IPO获证监会备案，2024年前三季度收入增7%至近30亿

关键词：上市,餐厅,营收,利润,招股书
概要：中国证监会批准绿茶集团发行不超过2.1298亿股普通股并在香港上市。作为知名休闲中式餐厅运营商，绿茶集团成立于2008年，目前在全国拥有461家餐厅。根据灼识咨询报告，2023年其餐厅数量排名中国休闲中式餐厅品牌第三，收入排名第四，融合菜领域收入排名第一。2021年至2023年，公司营收从22.93亿元增长至35.89亿元，利润从1.14亿元增至2.96亿元；2024年前三季度营收29.2亿元，同比增长6.96%，利润2.85亿元，同比增长10.32%。

原文链接：<http://cj.sina.com.cn/articles/view/2587691232/9a3d08e002001est6>

33. 东鹏饮料向港交所主板提交上市申请

关键词：上市申请,能量饮品,市场份额,财务数据,产能布局
概要：东鹏饮料近日向港交所主板提交上市申请，由华泰国际、摩根士丹利及瑞银集团担任联席保荐人。作为能量饮品制造商，根据弗若斯特沙利文报告，东鹏饮料自2021年起按销量计已连续4年位居中国功能饮料市场第一，市场份额从2021年的15.0%增至2024年的26.3%。财务数据显示，公司2022年至2024年收入分别为85亿、112.57亿和158.3亿元人民币，年内利润分别为14.41亿、20.4亿及33.26亿元人民币。此次募资主要用于完善产能布局与供应链升级、强化品牌建设、与消费者互动、拓展海外市场并探索投资并购机会，同时加强数字化建设及补充营运资金。这将进一步巩固其市场地位并推动多元化发展。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/cn/2025-04-03/doc-inerwrzu5556333.shtml>

34. 煌上煌下周迎4464.29万股解禁，市值达4.91亿元，食品饮料龙头再引关注

关键词：解禁,市值,股份,食品饮料,冷链物流
概要：煌上煌将于2025年4月9日解禁4464.29万股，市值约4.91亿元，占流通市值9.61%，此次解禁为定向增发机构配售股份，涉及新余煌上煌投资管理中心。公司总部位于江西南昌，是酱卤肉制品行业首家上市公司，拥有8大生产基地、100多个产品，覆盖27个省份及直辖市，被列为农业产业化国家重点龙头企业。目前股价10.45元，总市值58.2亿元。

原文链接：<http://cj.sina.com.cn/articles/view/1829577443/6d0d22e302002jbvs>

关于艾瑞/法律声明

关于艾瑞

艾瑞是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。