

低温产品与 DTC 发力，净利率持续提升

核心观点

2024 年以来受乳制品需求疲软和奶源过剩影响，公司收入有所承压，25Q1 积极调整结构和销售策略收入实现止跌，低温产品维持较好增长态势，大单品势能向好，深耕 DTC 渠道引领增长，线上销售表现亮眼。在原奶成本红利及产品结构升级战略下，公司毛利率提升，带动盈利能力持续增强。公司在新的五年规划指引下，推动“鲜立方战略”更深入落地实施，加快新场景新渠道布局，从品牌、销售、供应链等维度确定八个抓手增强公司极致新鲜的运营能力，强化公司以“鲜”为核心的市场定位。

事件

公司发布 2024 年报及 2025 年一季报

公司 2024 年实现营业收入 106.65 亿元，同比-2.93%，归母净利润 5.38 亿元，同比+24.8%，扣非归母净利润 5.79 亿元，同比+24.47%。

公司 24Q4 实现营业收入 25.16 亿元，同比-9.94%，归母净利润 0.64 亿元，同比+28.08%，扣非归母净利润 0.72 亿元，同比-2.25%。

公司 25Q1 实现营业收入 26.25 亿元，同比+0.42%，归母净利润 1.33 亿元，同比+48.46%，扣非归母净利润 1.41 亿元，同比+40.35%。

简评

乳品行业供需矛盾凸显，新乳业调整结构与效率提升经营质量

2024 年以来，乳制品行业面临需求增长承压，上游奶源过剩奶价持续明显下降，公司持续坚持“鲜立方战略”，发力低温产品，聚焦核心品类，低温鲜奶和低温酸奶均取得中高个位数增长，高端鲜奶和低温调制乳同比实现双位数增长；“24 小时”丰富产品线，加快推进全国化布局，收入增长超 15%；“初心”、“活润”顺应低温酸奶健康化、功能化、场景化趋势，分别实现双位数、超 20% 增长。公司发挥创新优势，新品带动核心品类收入增长，全年新品销售占比保持双位数。分品类看，2024 年液体乳收入 98.36 亿元，同比+0.83%，奶粉收入 0.71 亿元，同比-9.63%

渠道方面，积极拥抱渠道变革，持续深耕市场挖掘区域潜力，DTC 带动直销渠道占比提升至 58.37%（同比+7.52pcts），2024 年直销收入 62.25 亿元，同比+11.42%，经销收入 36.82 亿元，同比-13.29%。

新乳业 (002946.SZ)

维持

增持

安雅泽

anyaze@csc.com.cn

SAC 编号:S1440518060003

SFC 编号:BOT242

夏克扎提·努力木

xiakezhatinulimu@csc.com.cn

SAC 编号:S1440524070010

发布日期：2025 年 04 月 28 日

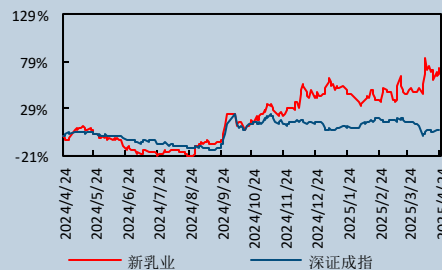
当前股价：17.24 元

主要数据

股票价格绝对/相对市场表现 (%)

1 个月	3 个月	12 个月
18.33/20.33	15.70/13.63	67.05/57.94
12 月最高/最低价 (元)		18.26/7.98
总股本 (万股)		86,067.39
流通 A 股 (万股)		85,070.57
总市值 (亿元)		148.38
流通市值 (亿元)		146.66
近 3 月日均成交量 (万)		1033.82
主要股东		
Universal Dairy Limited		65.07%

股价表现



送奶入户持续进行地网变革，提升市场覆盖广度和深度；公司形象店数量突破 500 家；电商方面，积极布局各类电商平台，把握电商大促节点，全年电商收入达到 11.61 亿元，同比增长 31.93%。全年公司分区域看，西南、华东、华北、西北、其他区域分别实现营收 38.29、30.66、9.23、12.66、15.82 亿元，同比-6.51%、+1.52%、-16.78%、-11.12%、+18.13%。

低价奶推动毛利率提升，费用投放更加高效，净利率持续提升

2024 年公司毛利率 28.36%，同比+1.49pcts，归母净利率 5.04%，同比+1.12pcts；24Q4 毛利率 25.99%，同比+0.74pcts，归母净利率 2.54%，同比+0.75pcts；25Q1 毛利率 29.50%，同比+0.12pcts，归母净利率 5.36%，同比+1.53pcts。

毛利率方面，一方面 2024 年以来奶价持续下行，优化原材料成本，另一方面公司优化结构提升毛利率较高的低温产品和直销渠道占比，2024 年直销渠道毛利率 31.30%，经销渠道毛利率 27.57%。

费用端，2024 年销售费用率 15.56%，同比+0.28pcts，管理费用率 3.57%，同比-0.71pcts；2025Q1 销售费用率 17.01%，同比-0.07pcts，管理费用率 3.54%，同比-1.57pcts。2024 年应对市场需求疲软趋势，公司优化费用结构，减少相对短期效应较弱的线下广告，增加线上新媒体投入，加大促销费用提升动销，全年促销费 8.76 亿元（同比+11.21%），广告促销费用 2.43 亿元（同比-5.32%），线上新媒体广告 0.78 亿元（同比+13.02%）。管理费用方面，公司将与生产产品相关的固定资产日常修理费用计入营业成本，使得 25Q1 管理费用率较大幅度下降。

资产处置与减值方面，公司自营牧场优化牛群结构，加大淘牛力度，而奶源过剩使得奶价、淘牛价格低迷，2024 年资产处置收益为-0.87 亿元，资产减值损失 0.98 亿元，2025Q1 资产处置收益为-0.20 亿元，资产减值损失 0.12 亿元。

聚焦五年规划，推动“鲜战略”落实

2025 年公司将以“鲜立方战略”为核心，以“笃定核心价值、创造长期增长”为主线，努力实现收入增长、净利率提升持续兑现，推动公司实现有质量的增长。

公司持续推进五年战略规划，坚持公司长期秉承的愿景、使命、价值观方面的基本内涵，对战略目标和战略方向进行了调整和精进，将“做大做强核心业务，提升企业价值，五年实现净利率倍增”确定为新的五年奋斗目标，并确立了做强低温、科技创新、内生为主、并购为辅、分布经营、区域深耕的战略实现路径。公司在新的五年规划指引下，推动“鲜立方战略”更深入落地实施，通过加强鲜价值传播，加快新场景新渠道布局，从品牌、销售、供应链等维度确定八个抓手增强公司极致新鲜的运营能力，强化公司以“鲜”为核心的市场定位。

盈利预测：预计 2025-2027 年公司实现收入 112.19、120.01、129.41 亿元，实现归母净利润 6.74、8.27、10.20 亿元，对应 EPS 为 0.78、0.96、1.18 元，对应 PE 为 22.00X、17.95X、14.55X。

风险提示：

1、食品安全风险：食品安全问题始终是消费者的关注热点，企业虽然不断提升生产质量管控水平，但由于产业链较长，涉及环节及企业较多，仍然存在食品质量安全方面的风险。**2、原奶价格快速上行风险：**乳品成本中直接材料占比较高，其中原奶及奶粉占比较大。近年来主要原奶进口地逐渐降低产能，叠加饲料成本高位，原奶成本若超预期上行，将影响企业盈利水平。**3、行业竞争加剧风险：**近年国内乳制品消费相对疲软，各品牌为了保证市场份额，费用投放力度较大，价格竞争现象频发，如果缺乏有效的经营举措，则公司有可能面临市场份额下降、经营业绩下滑、发展速度放缓的风险。

重要财务指标

	2023	2024	2025E	2026E	2027E
营业收入(百万元)	10,987.29	10,665.42	11,219.30	12,001.02	12,941.36
YoY(%)	9.80	-2.93	5.19	6.97	7.84
净利润(百万元)	430.83	537.69	674.49	826.59	1,019.76
YoY(%)	19.18	24.80	25.44	22.55	23.37
毛利率(%)	26.87	28.36	28.44	28.53	28.65
净利率(%)	3.92	5.04	6.01	6.89	7.88
ROE(%)	16.85	17.60	18.65	19.20	19.79
EPS(摊薄/元)	0.50	0.62	0.78	0.96	1.18
P/E(倍)	34.44	27.60	22.00	17.95	14.55
P/B(倍)	6.03	5.01	4.22	3.53	2.93

资料来源: iFinD, 中信建投证券

分析师介绍

安雅泽

食品饮料行业首席分析师，英国莱斯特大学经济学硕士；专注于食品饮料各细分行业研究，10 年证券从业经验。2019 年金麒麟新锐分析师奖（食品饮料行业），2020 年金融界·慧眼最佳分析师第三名（食品饮料行业），wind 最佳分析师第四名（食品饮料行业）。

夏克扎提·努力木

南开大学学士、硕士，2022 年 7 月加入中信建投食品饮料团队，研究白酒、乳品、调味品。

评级说明

投资评级标准		评级	说明
报告中投资建议涉及的评级标准为报告发布日后 6 个月内的相对市场表现，也即报告发布日后的 6 个月内公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。A 股市场以沪深 300 指数作为基准；新三板市场以三板成指为基准；香港市场以恒生指数作为基准；美国市场以标普 500 指数为基准。	股票评级	买入	相对涨幅 15% 以上
		增持	相对涨幅 5%—15%
		中性	相对涨幅-5%—5%之间
		减持	相对跌幅 5%—15%
		卖出	相对跌幅 15% 以上
	行业评级	强于大市	相对涨幅 10% 以上
		中性	相对涨幅-10-10%之间
		弱于大市	相对跌幅 10% 以上

分析师声明

本报告署名分析师在此声明：（i）以勤勉的职业态度、专业审慎的研究方法，使用合法合规的信息，独立、客观地出具本报告，结论不受任何第三方的授意或影响。（ii）本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

法律主体说明

本报告由中信建投证券股份有限公司及/或其附属机构（以下合称“中信建投”）制作，由中信建投证券股份有限公司在中华人民共和国（仅为本报告目的，不包括香港、澳门、台湾）提供。中信建投证券股份有限公司具有中国证监会许可的投资咨询业务资格，本报告署名分析师所持中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格证书编号已披露在报告首页。

在遵守适用的法律法规情况下，本报告亦可能由中信建投（国际）证券有限公司在香港提供。本报告作者所持香港证监会牌照的中央编号已披露在报告首页。

一般性声明

本报告由中信建投制作。发送本报告不构成任何合同或承诺的基础，不因接收者收到本报告而视其为中信建投客户。

本报告的信息均来源于中信建投认为可靠的公开资料，但中信建投对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告所载观点、评估和预测仅反映本报告出具日该分析师的判断，该等观点、评估和预测可能在不发出通知的情况下有所变更，亦有可能因使用不同假设和标准或者采用不同分析方法而与中信建投其他部门、人员口头或书面表达的意见不同或相反。本报告所引证券或其他金融工具的过往业绩不代表其未来表现。报告中所含任何具有预测性质的内容皆基于相应的假设条件，而任何假设条件都可能随时发生变化并影响实际投资收益。中信建投不承诺、不保证本报告所含具有预测性质的内容必然得以实现。

本报告内容的全部或部分均不构成投资建议。本报告所包含的观点、建议并未考虑报告接收人在财务状况、投资目的、风险偏好等方面的具体情况，报告接收者应当独立评估本报告所含信息，基于自身投资目标、需求、市场机会、风险及其他因素自主做出决策并自行承担投资风险。中信建投建议所有投资者应就任何潜在投资向其税务、会计或法律顾问咨询。不论报告接收者是否根据本报告做出投资决策，中信建投都不对该等投资决策提供任何形式的担保，亦不以任何形式分享投资收益或者分担投资损失。中信建投不对使用本报告所产生的任何直接或间接损失承担责任。

在法律法规及监管规定允许的范围内，中信建投可能持有并交易本报告中所提公司的股份或其他财产权益，也可能在过去 12 个月、目前或者将来为本报中所提公司提供或者争取为其提供投资银行、做市交易、财务顾问或其他金融服务。本报告内容真实、准确、完整地反映了署名分析师的观点，分析师的薪酬无论过去、现在或未来都不会直接或间接与其所撰写报告中的具体观点相联系，分析师亦不会因撰写本报告而获取不当利益。

本报告为中信建投所有。未经中信建投事先书面许可，任何机构和/或个人不得以任何形式转发、翻版、复制、发布或引用本报告全部或部分内容，亦不得从未经中信建投书面授权的任何机构、个人或其运营的媒体平台接收、翻版、复制或引用本报告全部或部分内容。版权所有，违者必究。

中信建投证券研究发展部

北京
朝阳区景辉街 16 号院 1 号楼 18 层
电话：（8610）56135088
联系人：李祉瑶
邮箱：lizhiyao@csc.com.cn

上海
上海浦东新区浦东南路 528 号南塔 2103 室
电话：（8621）6882-1600
联系人：翁起帆
邮箱：wengqifan@csc.com.cn

深圳
福田区福中三路与鹏程一路交汇
处广电金融中心 35 楼
电话：（86755）8252-1369
联系人：曹莹
邮箱：caoying@csc.com.cn

中信建投（国际）

香港
中环交易广场 2 期 18 楼
电话：（852）3465-5600
联系人：刘泓麟
邮箱：charleneliu@csci.hk