

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

A 饮料行业已经回暖？

从收入看，四家企业在2024年均录得增长。其中，华润饮料收入135.21亿元，同比增长0.05%；农夫山泉收入428.96亿元，同比增长0.5%。统一集团饮品业务收入约192.4亿元，较去年增长8.2%，约占总收入的63%。财报还披露，自2020年以来，该集团饮品年收益复合增长率达11.3%。康师傅集团财报则显示，该集团去年饮品业务收入为516.21亿元，同比增长13%，约占总收入的64%。

谈及宏观及行业情况，华润饮料认为，去年“饮料商品零售呈震荡态势”。财报中，还引用灼识咨询提供的数据：2024年中国包装饮用水产品市场零售额同比增长2.5%。

农夫山泉则指出，“2024年中国食品饮料行业回暖，全国饮料总产量188.2百万吨，同比增长6.3%。据中国物品编码中心统计，2024年全国新增消费品2163.9万种，比上年增长14.1%，涉及企业32.3万家，其中饮料类新增49.6万种、增长17.8%。”

几家饮料企业2024年录得的增长之所以引人瞩目，是因为这或许预示着，行业正从2023年的低谷走出。

据国家统计局数据，2023

年饮料类限额以上单位商品零售额为2991.3亿元，比上年增长3.2%，低于全年社会消费零售总额增长。国家统计局数据显示，2019年至2022年饮料行业限额以上单位商品零售额增长率分别为10.4%、14%、20.4%、5.3%，2023年3.2%的增长实际上是行业十余年来的历史最低点。

统一集团提到，2024年食品饮料相关原物料市场价格走势持续波动，消费者延续追求性价比的消费习惯，同时追求意义感的消费行为、对内心的补偿、社交属性和情感体验。值得注意的是，这一点与李老板的感受颇有些相似。

康师傅集团则表示，“渠道继续演化，线下大卖场衰落，仓储会员店保持增长，食杂店、小超市等近场小业态仍有增量。”

从整体看，饮料行业发展势头稳中向好。在中国饮料工业协会2024年年会上，理事长张金泽表示，2024年面对复杂多变的环境和竞争激烈的市场，饮料行业取得了可喜的成绩，充分展现出行业强大的韧性与蓬勃的活力。谈及发展趋势，张金泽说，越来越多的饮料企业将健康理念深度融入产品研发与生产，不断推出低糖、无糖、富含维生素和矿物质及各类有益成分的创新饮品。

羊城晚报记者 吴珊

霓虹初上，广州天河东圃片区的小餐馆里，结束一天工作的年轻人用独特的消费方式犒劳自己。这里也成为观察消费动向的微窗口。经营快餐店的李老板发现，年轻食客点餐时会顺手从冰柜取瓶饮料，“虽然点餐时精打细算，但为饮料掏腰包格外爽快”。据他观察，单价4至7元的饮料尤其受欢迎。一位年轻女士站在冰柜前略作犹豫，最终选择了标价7元的新品而非4元的常规款。“多花3元压力不大，反而有一种愉悦感。”她边扫码付款边解释。

看似不经意的“随手购”，或为饮料行业筑起抗周期防线。近日，华润饮料、农夫山泉、统一企业中国（以下简称“统一集团”）、康师傅控股（以下简称“康师傅集团”）等多家饮料巨头陆续发布2024年财报，收入均录得增长，有的增长超过5%。财报中，有企业流露出对行业前景的乐观与信心：“2024年中国食品饮料行业回暖，全国饮料总产量188.2百万吨，同比增长6.3%。”

B 包装水的“明争暗战”

去年饮料行业有两件大事，都出自农夫山泉。一是深陷舆论漩涡，二是推出绿瓶纯净水产品。财报中，农夫山泉对这两件事都作了回应。

钟晓晓表示，2024年，公司在网络上受到了有组织、长时间的连续抹黑和攻击，农夫山泉在品牌形象上遭受了历史性的考验。农夫山泉的包装饮用水产品的市占率经历了三个月的持续下滑，全年包装饮用水产品收益下滑了21.3%，但仍稳定居中国包装饮用水市场占有率第一的位置。

财报披露，去年农夫山泉的包装水产品少收入了43.1亿元，从2023年约202.6亿元下降至2024年约159.5亿元。不过，经过多年的发展，农夫山泉已经做大第二增长曲线——2024年，农夫山泉茶饮系列产品收入较去年同期增长32.3%，收入约达167亿元，比上一年增长近41亿元。茶饮的大幅增收，弥补了农夫山泉包装水产品的收入缺口。

去年4月，在华润饮料递交招股书不久，农夫山泉推出“绿瓶”纯净水产品，并在6月饮用水平的消费旺季，在部分渠道开始

全面降价，9.9元就可以买到12瓶绿瓶水。随后，多家企业跟进促销。众所周知，绿瓶怡宝纯净水是华润饮料的拳头产品。农夫山泉此举进一步加剧了行业的竞争。

那么，“绿瓶”纯净水卖得如何？

财报中，农夫山泉并未透露具体营收情况。不过，在“收益情况”部分提到，“报告期内本集团（农夫山泉）毛利率则由去年同期的59.5%减少1.4个百分点至58.1%，这主要是由于纯净水产品新品上市促销的影响、包装饮用水产品销量下降带来固定成本分摊上升以及果汁原料价格的上升。”

面对友商的大动作，华润饮料也不甘示弱。

财报披露，2024年华润饮料布局了“本优”天然水产品。而“天然水”正是“红瓶”农夫山泉的卖点。财报中提到，“2024年（华润饮料）重点发力‘怡宝’和‘本优’品牌，陆续推出‘怡宝’5L天然水、‘本优’天然水产品”。其中，还特别提到“‘本优’销量同比高速增长，积极应对市场竞争”。据了解，“本优”是华润饮料在2023年推出的全新矿

C 竞争重心发生变化

欧睿国际数据显示，2024年中国包装饮用水市场规模达2460亿元，但行业增速已从2019年的双位数降至4.2%。当行业竞争加剧时，能掌控生产线每一颗“螺丝”的企业，才有资格定义下一轮游戏规则。

当下，饮料行业的竞争重心正从终端营销向供应链的“毛细血管”渗透。记者了解到，华润饮料的2024年财报也是其上市以来的首份年报。其中一组数据格外引人关注：华润饮料全年收入只有0.05%的微增。归属公司股东的利润却逆势上涨23.1%至16.37亿元，净利率从9.9%跃升至12.3%。

对于利润的增长，华润饮料主要归因为自有工厂生产的产品

比例增加；价值链上的延伸及对合作生产伙伴费率的调整；原材料（如PET及纸箱）的市场价格下降及包装优化所致。

2024年，华润饮料新增4家工厂和22条产线。其中，两家合作工厂布局在新疆、陕西等非传统优势区域。华润饮料预计，自有产能占比在2025年将超60%。财报还透露，华润饮料基本完成了瓶坯自有化建设，并实施了全国统一的瓶坯调配运营方案，实现整体价值链成本降低。瓶坯对于包装水而言，是主要成本项。

农夫山泉方面，则在积极布局水源地。截至目前，农夫山泉已在全國布局十二个主要的水源地，其中位于四川峨眉山、陕西太白山、贵州武陵山、安徽黄山、福建

武夷山、广西大明山的是山泉水，位于浙江千岛湖、广东万绿湖、湖北丹江口的是深层湖库水，位于新疆天山玛纳斯的是深层地下水，位于吉林长白山、黑龙江大兴安岭的是自然涌出泉水及矿泉水。

除茶饮外，农夫山泉未来或将发力饮料剂型保健食品新赛道。财报中，其对2024年10月国家市场监管总局向社会公开征求意见《保健食品备案产品剂型及技术要求（2024年版）（征求意见稿）》和《保健食品备案产品可用辅料及其使用规定（2024年版）（征求意见稿）》的意见建议表示关切，认为其中涉及增加饮料剂型保健食品实施备案制管理，将推动功能性保健食品饮料的创新发展。

河源体彩为舞蹈爱好者提供“公益舞台”



歌舞展演活动现场

少芬和丈夫小张在三角街口开了家彩票投注站。每天，两人轮流看店。临近中午时分，小张回家吃饭，轮到少芬看店。这天，从门口进来一名环卫工人，只见对方把扫帚倚靠在门口，对着少芬笑笑，然后径直走到饮水机边，用随身携带的水壶装了满满的一壶水。

少芬以为对方是彩民，回了个笑脸。环卫工人坐下吹了会空调，和少芬有一句没一句地聊了下，接着就起身离开。

眼看对方没有买彩票的意思，少芬坐不住了，认为对方白蹭空调还装水，却不帮衬下生意，便追出去，说：“唉，大哥，你装了我的水，还没有给钱呢！就这么走啦？”

“水？给钱？”环卫工人一愣，看了少芬一下，又看看店面，反应过来后忙问：“对对对，不好意思。您说，要给多少钱？”

少芬白了一眼，说：“装了一大罐水，给一块钱吧。”

环卫工人没有讨价还价，



从口袋里掏出皱巴巴的一块钱，轻轻放到玻璃柜上，转身离开。

半个小时后，等小张从家里吃完饭回来，一听到妻子说起刚才的经历，他立马急了：“我们可不能这样！”（黄超鹏）

大号强势和值上升

——析体彩玩法走势

大乐透：前区：大号强势，大小比关注3:2防4:1。和值上升，关注100—115之间。奇偶均衡，关注奇偶比2:3或3:2。012路比关注1:2:2。连号淡出，关注散号。后区首防全大、双奇组合，次防一大一小、奇偶组合。

7星彩：420—129—607—312—365—181+3、6、8。

排列3：精选号码三注：416、129、510。

排列5：精选号码三注：416107、12920、51002。（幸运）



税企携手共倡诚信 法治同行助力发展 揭阳市税务局启动2025年税收宣传月活动

政策红利精准释放 筑牢实体经济“税收后盾”

文/陈锴跃 韦佳静

税收宣传月是税务部门与社会各界沟通的重要桥梁。4月3日上午，国家税务总局揭阳市税务局在揭阳市博物馆举办以“税收·法治·公平”为主题题的第34个全国税收宣传月启动仪式。揭阳市各行业协会代表、商会代表、代理记账机构及企业负责人，揭阳市高新区管委会、市司法局、市普法办、市工商联等部门有关责任人等近100人应邀到场、齐聚一堂。揭阳市税务局通过政策解读、案例宣讲等形式，向市场主体传递最新税费优惠政策，并携手现场近80户企业代表共同签署“合规经营·诚信纳税”倡议书，寄语税企互促共赢、携手共进，为揭阳高质量发展贡献力量。揭阳市委常委、常务副市长蔡淡群出席活动并作讲话。

4月3日上午9时30分，启动仪式在揭阳市博物馆一楼报告厅拉开帷幕。揭阳市税务局党委书记、局长黄伟鹏介绍，2021年以来，全市税务部门累计落实各项税费优惠政策，以规范管理护航企业发展；企业要守好依法纳税的底线，诚信守法经营，担好回馈社会的责任；代理记账机构要依法规范开展涉税专业服务，三方要携手并进形成合力，全力建设产业强市、和美揭阳。”

以税赋能地方经济发展、落实税费优惠政策成效如何？市场主体感受最深，也最有发言权。作为揭阳民营企业代表、专精特新“小巨人”企业，广东天诚密封件股份有限公司去年享受了研发费用加计扣除等政策红利超760万元，该企业代表林榆娜在活动中谈到：“科技创新是公司发展的核心动力。去年我们将税收政策红利投入研发，为持续打

造新产品注入了源源不断的强劲动能。”林榆娜坦言，科研所需资金较大，如何高效合规享受政策，曾是困扰他们的难题。“税务

部门组建专业团队，为我们提供‘研发费用加计扣除’合规性引导，帮助我们有效防范涉税风险，实现稳健发展。”



活动现场 郑润鑫 摄

特别报道 A8

法治护航营商环境 诚信经营共享发展红利

除了推动税费优惠政策直达快享，近年来，揭阳市税务部门坚持在改革中提升治理效能，在依法治税中优化营商环境。揭西规范电线电缆行业税收风险管理的经验在全市得到推广，税负环境逐步与珠三角地区接轨，为依法诚信经营者营造了公平竞争的税收环境。

活动现场，揭阳市税务局货物劳务税科副科长吴彬昊围绕“监管+信用+服务”税企同心促发展”主题，以企业日常经营等为例，深度剖析可能出现的涉税风险及违规违法需承担的责任，引导企业规范经营，并介绍了守信激励措施、涉税专业服务管理等内容。

随后，揭阳市税务局联合市司法局、市工商业联合会发布了“合规经营、依法纳税”倡议书，来自市鞋业商会、江西商会、广东恒一财务咨询有限公司等企业机构的8位企业家在活动主席台上与现场到会的其他企业代表共同签署了倡议书。企业家们表示将继续发挥诚信纳税表率作用，努力营造法治公平的营商环境。

同时，针对企业关注的“如何既高效又合规地享受税费优惠政策”的问题，税务人员还在活动现场为企业提供一对一的税费政策咨询服务，并准备了包含《2025年度办税日历》《纳税信用知多少》《税收政策支持大规模设备更

新和消费品以旧换新》等政策资料200余份在现场发放，进一步提高纳税人缴费人对税费政策、税费服务的知晓度。

会后，众多企业家围绕“法治是最好的营商环境”展开了热烈的讨论。广东腾控科技有限公司负责人陈宏忠深有感触，他表示，凭借良好的纳税记录及连续4年纳税信用评价为A级的纳税信用等级，企业现在每年都能在银行获得利率较低的信用贷款近300万元，有效缓解公司经营期间的现金流压力。“通过今天的活动，我坚定了诚信经营、依法纳税的决心和信心。接下来，我们会抢抓信息化智能化建设的发展机遇，走好走稳创新发展之路。”

揭阳市云圩财税咨询服务有限公司法人代表陈桂旋对发票管理感受深刻：“今天通过税务人员的专业讲解，我对发票管理、减免申报及账目处理等实务操作有了更清晰的认识。这让我深刻体会到，财税服务不仅关乎企业的合规经营，更是客户信任的基石。”

据悉，今年税收宣传月开启后，揭阳市税务部门还将走进西湖公园、市图书馆、揭西棉湖“网红街”等地，举办“乐享其‘诚’”纳税信用体验等系列主题普法宣传活动，并在全市范围内开展“揭”尽全力一起益企”中小企业服务行动，一如既往地支持广大经营主体合规经营、健康发展。