



“山寨”开挂 逆袭称王

东鹏饮料净利润涨超六成 林木勤家族重夺汕尾首富



“打工人”撑起饮料巨头

“累了困了，喝东鹏特饮。”“打工人”越卷，东鹏特饮似乎卖得越好。

2023年，作为东鹏饮料的核心产品，东鹏特饮跻身饮料行业百亿俱乐部。

2024年上半年，东鹏饮料股价涨幅超20%，在饮料界可谓一枝独秀，尤其是从1月26日到6月13日，涨幅超过40%，高点时总市值一度超过930亿元。去年年底，其股价更是一度达到了258.47元，市值超过1200亿元。相比之下，农夫山泉、养元饮品、承德露露等饮料界大小巨头，同期均逊色不少。

这也产生了财富效应。

东鹏饮料的前身是东鹏实业。2003年，这家濒临破产的深圳国企，被以林木勤为核心的20名员工，以253.66万元受让100%产权。完成改制后，通过几次股权转让和增资，林木勤成了东鹏饮料的实际控制人。

自2021年5月上市以来，东鹏饮料一直保持着较快的增速，2023年营收更是突破了百亿元。

2023年，东鹏饮料实现营业收入112.63亿元，同比增长32.42%；归母净利润为20.40亿元，同比增长41.60%。2024年一季度，东鹏饮料营收与归母净利润分别为34.82亿元、6.64亿元，同比增长了39.80%、33.51%。

分产品来看，东鹏饮料的产品分为东鹏特饮、其他饮料两个板块。东鹏特饮为核心产品，其他饮料是近几年开辟出来的第二曲线。

2023年，这两个板块同时在增长。其中，东鹏特饮营收超103亿元，同比增长26%，营收占比近92%；其他饮料营收超9亿元，增长超186%，营收占比为8%。

近几年，东鹏饮料频频多元化布局，“其他饮料”板块陆续推出了电解质饮料补水啦、咖啡饮料东鹏大咖、茶类饮料乌龙上茶、鹏友上茶等，还有果蔬汁饮料，植物蛋白饮品海岛椰椰汁，2024年1月还推出了预调鸡尾酒VIVI等。

第二曲线虽然增长快，但规模不大，尚在成长中，东鹏特饮依然是东鹏饮料的重中之重。2023年，东鹏特饮的销量达238.46万吨，增长超28%。

东鹏特饮销量与营收的增长，背后是东鹏饮料营销力度的加大、市场的加速扩展、消费群体的扩大等。

2023年，东鹏饮料的销售费用为19.56亿元，增长约35%，占营收的比重也有所增长。其中原因是，为推进全国化与扩大销售规模，东鹏饮料销售人员增加了，宣传推广费支出由上年的6.36亿元增至8.64亿元，还加大了冰柜投入。

起家于华南的东鹏饮料，也在加速布局北方市场。据报道，东鹏饮料董事、副总裁蒋薇薇称，东鹏饮料在加大北方市场的投入，天津生产基地已经开工，也会加大户外广告投放。2023年，东鹏饮料华北区域营收超10.1亿元，同比增长64.83%。

能量饮料的主力消费群体为司机、蓝领工人、快递员、外卖员、医护人员、熬夜加班的白领等。近几年，东鹏饮料也在扩大消费群体。东鹏饮料表示，东鹏特饮已经成为广大建设者、奋斗者在商业及职业场景下重要的能量加油站。换言之，“打工人”撑起了一个庞大的饮料巨头。

去年6月的最后一个交易日，东鹏饮料每股报收215.75元，总市值为863亿元，半年涨了144亿元，按照林木勤直接持有东鹏饮料49.74%的股份计算，他的身家已随之涨了超70亿元，如果算上间接及家族持有的会更多。

靠“性价比”杀出重围

东鹏饮料成功，有很多因素，其中有一点尤为重要——性价比。东鹏特饮可谓红牛的“平替”，而且相较之下，东鹏特饮还优化了包装的实用性。

东鹏特饮的起家与成功，与红牛有千丝万缕的联系。

在东鹏饮料上市当天举行的答谢晚宴上，东鹏饮料董事长、总裁林木勤还特别感谢了华彬集团的严彬，称其将红牛引进中国，培育了第一代消费者对功能饮料的认知，推动了整个品类的发展。

东鹏特饮更是受益者。

林木勤生于1964年，广东汕尾人。在1997年进入东鹏实业前，他在深圳一家饮料企业工作多年。据媒体

“山寨”起家，却靠“山寨”将公司市值做成超千亿的，不能不提东鹏饮料。

1月20日晚，国内功能饮料巨头东鹏饮料发布业绩预增公告。公告显示，东鹏饮料2024年预计实现归母净利润31.5亿元到34.5亿元，同比增长54%到69%，扣非后净利润为30.7亿元到33.7亿元，同比增长64%到80%。销量依旧保持国内功能饮料第一。

去年，东鹏饮料股价暴涨，最高一度达258.47元，涨幅80%。今年1月10日，其股价再创新高，达278.49元。

在2024福布斯全球富豪榜上，东鹏饮料的实际控制人——林木勤及家族以68亿美元（约合人民币超490亿元）财富上榜。林木勤家族再次成为广东汕尾首富。

20年前，可能没人会预想到，深圳一家连工资都发不出的国有饮料厂，能成为今天这般模样。



林木勤

报道，林木勤与弟弟林木港（东鹏饮料董事、执行总裁）曾是中国红牛代工厂的车间负责人，积累了经验。

1995年，泰籍华裔严彬的华彬集团从泰国引入了Red Bull（红牛），在中国市场独家运营红牛，开启了中国红牛的故事。“渴了喝红牛，困了累了更要喝红牛。”彼时，在中国市场上，红牛就是能量饮料代名词。

红牛的畅销，让很多企业看到了机会，其中就包括东鹏实业及林木勤。2009年年底，当中国红牛在向百亿销售额迈进之时，PET瓶装的东鹏特饮诞生了。

相比之下，东鹏特饮最大的特点是：便宜。

在包装上，红牛是金属罐装，而东鹏特饮采用更便携的PET瓶装。在售价上，红牛250ml的大单品为6元左右；而250ml装的东鹏特饮，仅2~3元/瓶。

2013年，红牛抛弃了经典广告语——“困了累了喝红牛”，更换成了“你的能量，超乎你的想象”。东鹏饮料捡了起来，请来谢霆锋代言，并启用新的广告语——“累了困了，东鹏特饮”，以这种“解决问题式营销”到处狂轰滥炸。

更重要的是，2016年以来，泰国天丝与华彬集团产生了分歧，双方围绕授权期限与商标问题，陷入了拉锯战。“红牛系”内部出现了矛盾，东鹏饮料抓住了时机。

2017年，东鹏饮料推出PET瓶+防尘盖包装的500ml东鹏特饮，终端售价5元/瓶。

相较于红牛，东鹏特饮量更大，价格更低。此外，东鹏特饮还有一个巧妙之处，就是其包装上设计的杯状透明防尘盖，还可以给能量饮料的核心消费群体之一——司机师傅们用作烟灰缸，钓鱼爱好者还将其当作鱼饵杯。

东鹏饮料的发展，伴随着“模仿”“抄袭”等质疑。不过，在巨头“红牛系”的强势包围下，东鹏饮料还是实现了突围。瓶装500ml东鹏特饮已经成了东鹏饮料最核心的单品。

东鹏饮料年报数据显示，2023年，在中国能量饮料市场，东鹏特饮销售量占比继续保持第一，销售额占比稳居第二。

由此可见，东鹏特饮的成功，离不开性价比。

股东们赚得“盆满钵满”

东鹏特饮虽然在消费市场上“便宜大碗”，但在资本市场上，却成就了一场财富盛宴。

财富盛宴的主位当然是林木勤家族，毕竟他已是汕尾首富。此外，还坐着很多人。

2022年5月，上市一周年之时，甫一解禁，持有东鹏饮料9%股份的第二大股东——天津君正投资管理合伙企业（有限合伙）就公告拟减持。2022年9月，其再度公告减持。

2023年1月，减持计划期限届满，君正投资共减持了东鹏饮料总股份的0.3528%，套现超2.50亿元。同月，君正投资再次公告减持计划。2023年8月16日，此次减持计划期限届满，君正投资在减持期间内共计减持公司0.9387%，套现超6.79亿元。

2024年1月，君正投资再次公告减持计划。5月份，计划期满，君正投资共减持了约2.71%，套现超18.96亿元。

从2022年9月到2024年5月，经过三个减持期后，君正投资已累计套现约28.25亿元。

君正投资于2017年前后通过增资及股权转让的方式投资东鹏饮料，投资金额合计约3.56亿元。如今，在已经套现超28亿元的情况下，仍持有东鹏饮料5%，为第五大股东。

君正投资对东鹏饮料的这一笔投资，可谓赚得盆满钵满。

其实，君正投资的背后，是加华资本及其创始合伙人、董事长宋向前。宋向前是创投圈知名大佬，钟情于消费赛道，投资过洽洽食品、加加食品、来伊份、居然之家、今麦郎、爱慕内衣、老乡鸡、巴比食品、小罐茶等诸多企业。

根据东鹏饮料在招股说明书中的披露，宋向前系君正投资普通合伙人的实际控制人。

而君正投资的合伙人（有限合伙）中，还有多家A股上市公司或上市公司实控人——洽洽食品实控人、董事长、总经理陈先保直接持有超8.57%，同时，陈先保与洽洽食品还间接持有君正投资；巴比食品持有比例超5.71%，而巴比食品的实控人、董事长、总经理为刘会平；此外，其背后还有光正眼科、加加食品等。

与此同时，东鹏饮料董监高管也在减持。2023年5月刚一解除限售，东鹏饮料就公告，其股东鲲鹏投资、蔡运生、李达文、东鹏远道、陈义敏、彭得新、黎增永、刘美丽、东鹏致远、东鹏致诚、刘丽华、蒋薇薇、卢义富因自身资金需求，计划减持不超过公司总股本的8.9352%。

其中，担任东鹏饮料董事、高级管理人员的股东有刘美丽、李达文、刘丽华、卢义富、蒋薇薇，担任监事的有蔡运生、陈义敏、黎增永，而天眼查显示，持有公司5%以上的鲲鹏投资，其背后主要为林木勤家族，而东鹏远道、东鹏致诚背后也有林木勤。

2023年12月，减持期满，上述股东及董监高除鲲鹏投资、蒋薇薇未减持外，其余共计减持了东鹏饮料股份总数的1.8593%，合计套现约13.69亿元。对于董监高的减持，公告的原因是出于自身资金需求。

有意思的是，“打工人”越来越卷，而东鹏饮料的财富盛宴却越来越热闹。

据市界、盐财经、第一财经等