



中国上市公司行业门户网站·上市公司网



关注资本市场 服务上市公司



苏州鲜活饮品股份有限公司

鲜活饮品是一家新茶饮综合解决方案的原料供应商，主要从事饮品类、口感颗粒类、果酱类和直饮类等产品的研发、生产和销售，属于新茶饮供应链体系。

行业发展

新茶饮历经三十余年的发展，大致经历了三个发展阶段：茶饮 1.0“茶+奶”时代，即 1990 年及以前珍珠奶茶快速发展阶段；茶饮 2.0“茶+奶+水果”时代，主要在 2012 年-2019 年，即新茶饮诞生阶段，大量茶饮品牌持续迭代；而目前，已发展至茶饮 3.0“茶+奶+水果+文化”时代，期间资本推动行业进一步快速发展，疫情加速行业洗牌，供应链的发展、人才的涌入、数字化运营建设都成了品牌发展的关键性因素。

根据中国连锁经营协会团体标准《新茶饮术语和分类》，新茶饮是指以原叶茶和(或)茶汤、水果、现榨果蔬汁、原榨果汁、果汁、蔬菜汁、蔬菜、乳制品中一种或多种为原料，添加或不添加其他食品，不添加固体饮料，经现场加工制成的液体或固液混合物。新茶饮产业链上游主要原材料及包装设备供应环节，其中原材料主要可分为茶、水果、奶制品、糖、口感颗粒等

新技术应用是新茶饮效率提升的基础。通过数字化、智能化等现代信息技术手段赋能，新茶饮供应链优势企业将发力产品研发、实现新茶饮供应链从选材、物流、仓储、支付以及线上化等关键环节的一体化整合能力，系统整合上下游供应链，开创多元化经营业态和营销渠道、创新商业模式，持续推动新茶饮行业迭代发展，将有助于提升全行业的经营效率和盈利水平。

供应链发展为新茶饮行业快速发展提供强大助力。新茶饮由于其短保质期、全渠道销售、个性化定制和配料丰富的特点，使得其对于行业上下游供应链要求较高。随着行业上下游企业自身的发展以及数字化、智能化的推进，新茶饮企业从中受益，加快了其规模化发展的速度。从原料端，数字化管理能帮助新茶饮企业对原料供应和管理做出决策；从运输端，冷链运输和智慧物流的发展为新茶饮产品对于质量、安全和时效性提供了保证；从仓储端，智能仓储已能实现监管库存和调整采购决策以保证产品品质和提升效率；从销售端，微信小程序、APP 和外卖平台已经极大地提升了新茶饮购买便捷性。

随着行业中企业在智能化生产制造的加大投入，行业逐步过渡到了自动化生产阶段，生产效率大幅提高，同时行业下游新茶饮企业的数字化升级，已推动作为新茶饮供应链的原料供应商进行数字化改革，在数字化技术赋能下，将进一步为企业提升效率、降低成本和扩展发展空间。

行业竞争

佳禾食品工业股份有限公司

该公司主要从事植脂末、咖啡及其他固体饮料等产品的研发、生产和销售业务。公司自成立以来始终秉持立足自主研发、保障产品品质的理念，为客户提供安全、健康、优质、美味的产品，并以优良的产品品质、先进的研发技术、个性化的定制服务奠定了良好的市场地位。

浙江德馨食品科技股份有限公司

该公司总部位于浙江省嘉兴市，致力于食品饮料的创新方案研发设计、生产和销售，运用现代食品科学技术，实现食品饮料主辅配料的标准化、集约化和智能化生产；为餐饮连锁企业和食品工业企业提供菜单（配方）设计方案、主辅配料一站式供应服务。目前，公司聚焦于现制饮品配料的研究、生产和销售，主要产品包括饮品浓浆、风味糖浆、饮品小料等。

田野创新股份公司

该公司主要从事热带果蔬原料制品的研发、生产和销售，主要产品包括原料果汁、速冻果蔬、鲜果等。公司原料果汁产品包括浓缩果汁、NFC、调配果汁等多种形态和规格，掌握芒果、西番莲、荔枝等四十多种果蔬加工工艺，拥有省级企业技术中心，参与制定国家农业行业标准《非浓缩还原果蔬汁用原料》（NY/T 3907-2021），在热带原料果汁细分行业拥有较高的市场占有率和知名度。

广州市领航食品有限公司

该公司总部位于广东省广州市，是一家集研发、制造、销售、服务为一体的集团化高端茶饮原料生产企业。该公司拥有行业领先的食物技术研发团队与先进的全自动设备生产线，目前拥有 3 个研发中心和 5 个生产园区，产品涵盖冷冻水果制品、淀粉制品、基底糖、风味糖、凝胶颗粒、固体饮料、果汁果酱等多个领域。

江苏华桑食品科技有限公司

该公司是集研发、生产、销售为一体的科技型农业产业化龙头企业。专注水果精深加工和植物提取，为水吧、乳品、饮料、烘焙、咖啡等食品行业提供食品原料和解决方案。

商丘市饮之健生物科技有限公司

该公司成立于 2007 年，是河南省农业产业化重点龙头企业、河南省功能性复合酵素工程技术研究中心。该公司共建有大型标准化全封闭生产车间 52 个。主要产品有果蔬酵素、果蔬酵母液、奶浆、奶盖浆。老酸奶、酸奶冰淇淋、五谷粗粮颗粒酱、蔬果颗粒酱、发酵果汁、茶叶制品、烘焙咖啡豆等 300 多个品种，是一家研发、生产、销售为一体的现代化科技型企业。

无锡市百思味食品工业有限公司

该公司是一家以开发和生产茶饮行业原材料中的珍珠类、果汁果酱类、果粉类、芋圆类，4 大产品的生产商。目前，公司规模拥有行业内前列的工艺、技术，拥有 4 条珍珠现代生产自动线、水剂自动线等，年产值约 5 亿，在职员工 500 余人。

莫林食品（嘉兴）有限公司

该公司的母公司莫林公司于 1912 年创办，总部位于法国布尔日市，主要生产风味糖浆、

果酱、调味酱、调味粉、利口酒等产品。莫林公司在全球风味糖浆行业中属于行业龙头企业。在全球设立 5 大生产工厂、9 个风味工作室（创意与培训中心）以及遍布全球 80 个国家的合作伙伴的工作室。

佳禾食品

佳禾食品主要从事植脂末、咖啡及其他固体饮料等产品的研发、生产和销售业务。其产品中的固体饮料类产品与发行人产品存在重叠。佳禾食品下游客户包括“CoCo 都可”、“85°C”、“沪上阿姨”、“古茗”、“益禾堂”、“蜜雪冰城”等，与公司下游客户群体重合；其主要供应商包括嘉吉投资中国有限公司、益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司等公司，与发行人上游供应商存在重叠。综上，佳禾食品与发行人在供应商、产品和下游客户均存在重叠，具有一定可比性。

德馨食品

德馨食品聚焦于现制饮品配料的研发、生产和销售；主要向下游企业提供果蔬汁饮料浓浆、植物蛋白饮料浓浆、NFC 茶汤等系列饮品浓浆；咖啡调味糖浆、黑糖糖浆、竹蔗冰糖浆、零卡糖浆等系列风味糖浆；饼干碎、寒天晶球、果冻等系列饮品小料。其销售的饮料浓浆、风味糖浆、寒天晶球、果冻类产品与发行人相关产品属于同类产品，具有可比性。

田野股份

田野股份主要从事热带果蔬制品的研发、生产和销售，其主要产品包括原料果汁（水果原浆、浓缩汁系列）以及速冻、冷冻水果系列。其下游客户奈雪的茶、茶百道、一点点和沪上阿姨等，与公司下游客户群体重合，具有一定可比性。

Swot 分析

优势

拥有三大生产基本降低运输成本和提供供应链保障

公司 WMS 系统和生产系统的连接，实现产品可追溯，为多家知名新茶饮企业提供全流程供应链服务。目前公司下设三个生产基地，分别位于广东肇庆、江苏昆山和天津，新建广西百色基地为公司上游加工厂，专供速冻果浆果肉类产品。公司三大生产基地根据划定的服务范围，分别服务相关地区的客户。此举可缩短产品运输距离，在提高客户原物料配送效率的同时，有效降低运输成本。此外，对于布局全国的客户而言，受益于公司三个生产基地统一标准生产，在保证产品质量稳定的前提下，可共同服务其位于全国各地的销售网络，为客户在全国范围内拓展业务提供有力的供应链保障。

公司通过众多食品安全管理认证

公司历来高度重视食品安全，并通过了 ISO9001 质量管理体系认证、ISO22000 食品安全管理体系认证、FSSC22000 食品安全体系认证、HACCP 管理体系认证和 ISO14001 环境管理体系认证等。为保证产品质量安全，公司建立了从供应商评鉴、进货检验、原料领用、生产过程监督、产品出库检验等多个方面的食品安全管理体系，并确保每一道程序都严格执行相关质量标准，使质量控制贯穿采购、生产和销售的全过程，公司质量控制体系运转良好、产品品质稳定。

劣势

毛利率大幅下滑

2020—2022年，鲜活饮品综合毛利率分别为42.31%、33.64%、25.05%，报告期内该公司综合毛利率总计下滑了17.26个百分点，下滑幅度为40.8%。

分产品类型看，除直饮类产品外，鲜活饮品其他类产品均出现了毛利率下滑，尤其以口感颗粒类最为明显。2020—2022年，该公司口感颗粒类产品的毛利率从57.77%逐年下降至20.75%，下降了37.02个百分点；饮品类产品的毛利率从33.74%逐年下滑至27.92%，下降了5.82个百分点；果酱类产品的毛利率从29.35%逐年下滑至25.71%，下降了3.64个百分点；其他类产品的毛利率从18.28%下滑至10.25%，下降了8.03个百分点。

报告期内，公司主营业务毛利率如下：

项目	2022年度		2021年度		2020年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
饮品类	55.36%	27.92%	52.12%	30.05%	49.67%	33.74%
口感颗粒类	25.44%	20.75%	33.39%	43.62%	39.34%	57.77%
果酱类	12.43%	25.71%	9.80%	28.27%	7.67%	29.35%
直饮类	5.06%	25.26%	2.57%	20.68%	0.07%	-4.65%
其他	1.71%	10.25%	2.12%	6.82%	3.25%	18.28%
合计	100.00%	25.39%	100.00%	33.67%	100.00%	42.33%

五大客户占比逐年提高

鲜活饮品前五大客户占主营业务收入的比重已经连续两年上升，从2019年的35.96%升至2021年的51.27%，其中上岛智慧供应链有限公司2021年甫一入榜便已经是鲜活饮品的第一大客户，占比15.66%，2022年占比更进一步上升至接近29%。

上岛智慧乍一听起来和茶饮似乎关系不大，但穿透后就是另一回事了，因为公开信息显示，上岛智慧的唯一股东正是蜜雪冰城。蜜雪冰城成为鲜活饮品第一大客户的2021年，公司净利润的增速就明显放慢，2022年净利润更是掉头下降，这与蜜雪冰城在公司收入中的

单位：万元

2022年度			
序号	客户	金额	占主营业务收入的比重
1	上岛智慧供应链有限公司	26,443.06	28.68%
2	温岭古茗商贸有限公司	5,788.51	6.28%
3	江苏九龙珠品牌管理股份有限公司	5,479.02	5.94%
4	广州捷名洋食品有限责任公司	4,900.92	5.31%
5	上海盒马物联网有限公司	4,666.22	5.06%
合计		47,277.72	51.27%
2021年度			
序号	客户	金额	占主营业务收入的比重
1	上岛智慧供应链有限公司	16,511.45	15.66%

占比趋势正好相反。

机会

需求升级驱动新茶饮不断升级

中国茶饮从粉末调制时代、街头传统连锁时代发展到当前的新茶饮时代，消费者对饮品口感、品质、健康和品种多样性的要求不断提高。随着人们对健康消费的重视，消费者更加重视饮品的新鲜程度，在追求健康的消费新风下，新茶饮以其新鲜、健康、绿色的元素引领消费新浪潮。

当下已进入新的消费阶段，消费者成为主角，通过消费实现自我表达的诉求日益增强，消费者愿意为品牌定位和格调买单。新茶饮对于“新”的定义也在不断深化：新食材—更多新颖的食材如五谷、坚果、木薯、糯米层出不穷，看颜值重营养；新口味—酸、甜、苦、涩与饮品的粘稠度、温度等组合后的丰富口味的呈现；新方式—高度的个性化定制（小料、甜度、冷热等）。消费者差异化需求使得消费本身成为目的，而不再仅为追求商品的使用价值。新茶饮丰富的品类和持续的推新，满足了消费者的差异化需求，消费者也愿意为个性化产品支付一定溢价，为新茶饮行业的不断推陈出新提供了消费支持。

2017-2021 年我国新茶饮市场收入的规模从 422 亿元增长至 1,003 亿元，年复合增长率高达 24.16%；且预计 2021-2023 年行业复合增速高位段可达 20%，2023 年新茶饮市场收入有望达到 1,450 亿元，细分行业增速大幅高于茶饮行业平均增速。新茶饮不仅有良好的持续增长性，而且延续了中国茶文化。因此可以预期，目前新茶饮行业仍处于新兴发展阶段，未来成长空间较大。

同时，消费属性变化激发新茶饮的新需求，当下新茶饮被赋予了社交属性，新茶饮消费已成为年轻人工作、休闲、社交的重要部分。网红门店已成为众多年轻人逛街、休闲时必去的场所之一，使得新茶饮消费频次增加。另外，新茶饮以中国千年茶文化为底蕴，推动了国货品质的提升和文化自信的增强，促进新一代消费者本土意识的觉醒，消费者对本土诞生的新茶饮品牌认同感不断提升。消费需求升级促进新茶饮行业的升级，两者不断交替引导，为新茶饮市场不断打开新空间，扩展新机会。

威胁

原材料价格波动风险

公司生产所需的原材料主要包括果汁果品、糖类、辅料和包材等，上述原材料占公司产品成本的比重较大，其中果汁果品、糖类和辅料等主要原材料的市场价格受到天气、产地、产量、市场供求状况等因素的影响较大，导致报告期内公司不同原材料采购价格存在不同程度的波动。

行业竞争较为激烈

目前公司所处行业集中度较低，国内生产企业众多，竞争较为激烈。一方面，现有大型企业对市场争夺的竞争加剧，主要通过不断推出新产品、提升产品质量、拓展销售和服务区域等方式抢占市场，提高市场占有率；另一方面，中小企业为获得一定的市场份额，主要在

产品价格方面展开竞争。

股权过于集中

招股书显示，中国台湾籍黄国晃、林丽玲夫妻两人是鲜活饮品的实际控制人，两人通过直接、间接持股合计控制鲜活饮品 87.1%的股份，且黄国晃担任鲜活饮品董事长兼总经理，林丽玲担任鲜活饮品的董事。

成本上涨销售价却大幅下降

2020—2022 年，鲜活饮品口感颗粒类产品的销售单价分别为 13.3 元/kg、10.15 元/kg、7.55 元/kg,单位成本分别为 5.62 元/kg、5.73 元/kg、5.98 元/kg，报告期内价格下降幅度为 43.23%，单位成本上涨幅度为 6.4%。不难发现，鲜活饮品口感颗粒类产品成本上涨的同时，向下游客户的销售价格却在大幅下降。

分红金额超过了累计净利润

2020—2021 年，鲜活饮品先后四次分派现金股利 5300 万元、2600 万元、9517.67 万元、3.17 亿元，累计现金分红 4.91 亿元，作为对比，报告期该公司累计实现的归母净利润为 4.76 亿元，报告期内该公司累计现金分红的金额已经超过了其累计归母净利润。中，以实控人控股比例核算，上述现金分红中有 4.28 亿元纳入了黄国晃、林丽玲夫妻两人及其控制的企业名下。

本次 IPO，鲜活饮品拟募资 4.5 亿元，其中 1.87 亿元用于天津生产基地建设项目，2.13 亿元用于肇庆生产基地建设项目，5000 万元用于补充流动资金。

产能利用率下降却仍要扩建产能

2021 年，鲜活饮品产能利用率达 79.24%，2022 年降至 70.50%。在产能利用率下降的背景下，鲜活饮品仍计划募集资金扩建产能。其拟投入 1.87 亿元用于天津生产基地建设项目；拟投入 2.13 亿元用于肇庆生产基地建设项目。

单位：吨

年度	产能	产量	产能利用率
2020 年度	90,246.00	65,738.33	72.84%
2021 年度	119,630.00	94,788.45	79.24%
2022 年度	121,877.00	85,926.28	70.50%

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟使用募集资金投资金额	预计建设期	审批或备案情况
1	天津生产基地建设项目	18,715.19	18,715.19	24 个月	项目代码： 2202-120316-89-01-912363
2	肇庆生产基地建设项目	21,287.38	21,287.38	24 个月	项目代码： 2203-441284-04-01-646337
3	补充流动资金	5,000.00	5,000.00	-	
合计		45,002.57	45,002.57		

应收账款逐年增长

报告期各期末，公司的应收账款余额分别为 6,444.80 万元、6,693.17 万元和 8,341.55 万元。

存货管理并有跌价损失不确定性

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 7,294.78 万元、10,377.78 万元和 10,399.94 万元，占各期末总资产的比例分别为 9.05%、9.53%和 11.88%。公司以订单型生产为主，同时会综合考虑市场行情变化、客户订单预测等因素进行备货，如果发生诸如客户临时性调整，甚至取消订单等情形，公司可能面临存货积压，承担一定的存货跌价损失的风险，并对公司正常的经营造成负面影响。

互联网舆情报告

中国上市公司网

2023 年 06 月 19 日

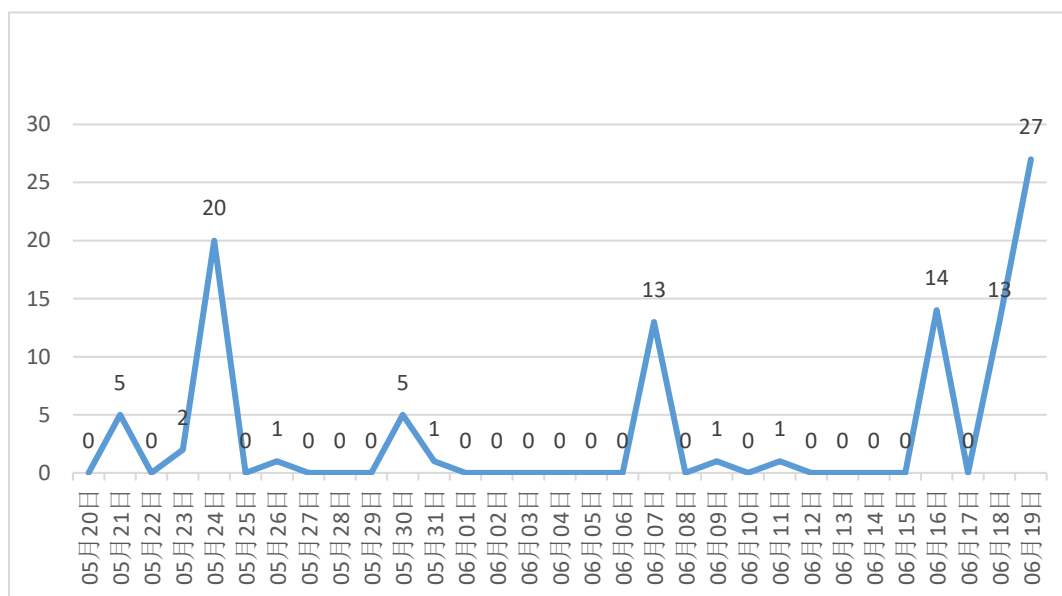
关于“苏州鲜活饮品” 在时段 05.20 00:00-06.19 14:59 的报告

摘要：

从 05 月 20 日 00 时到 06 月 19 日 14 时，全网有关“苏州鲜活饮品”的舆情数据为 103 条，从整体上看，舆情主要集中在“新闻”平台，“新闻”平台舆情量共 51 条，占总量的 49.5%，其次为“新闻客户端”平台（共 37 条，占 35.9%）

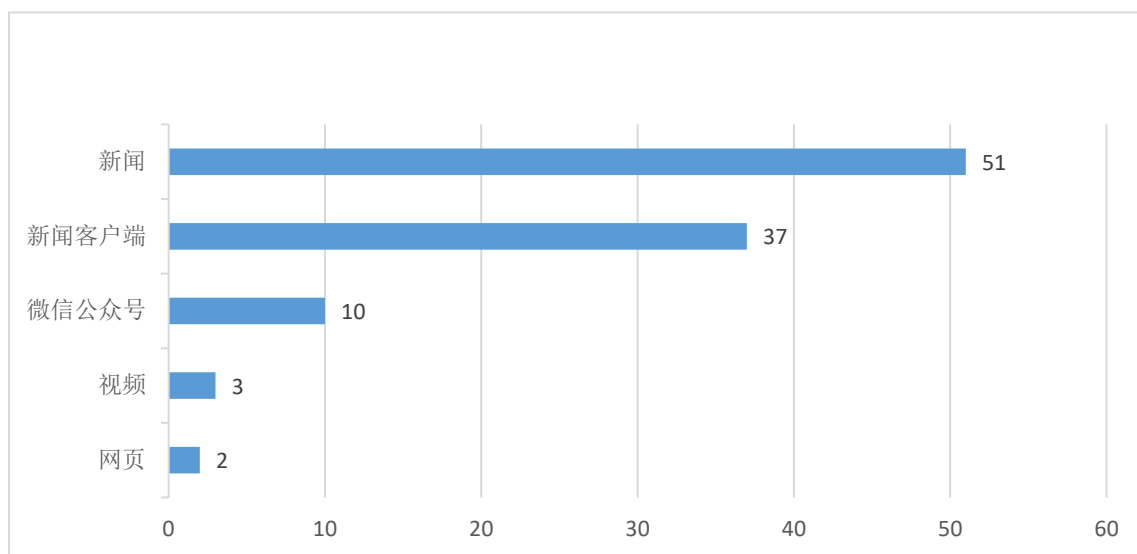
以及“微信公众号”（共 10 条，占 9.7%）；信息内容主要以“负面”为主，占 55.3%。

时间趋势



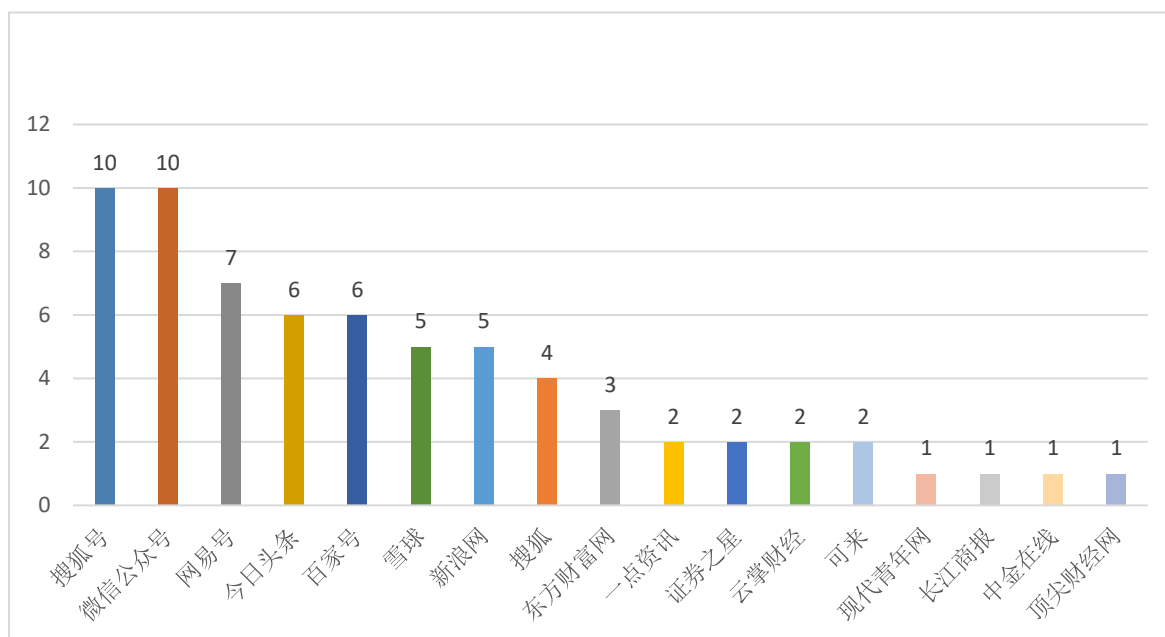
从 05 月 20 日至 06 月 19 日，全网有关“苏州鲜活饮品”的舆情总量为 103 条，其中，舆情最高峰出现在 06 月 19 日，共 27 条信息。

媒体类型



从整体上看，有关“苏州鲜活饮品”的舆情主要集中在“新闻”平台，“新闻”平台舆情量共 51 条，占总量的 49.5%，其次为“新闻客户端”平台（共 37 条，占 35.9%）以及“微信公众号”（共 10 条，占 9.7%）。

网站来源

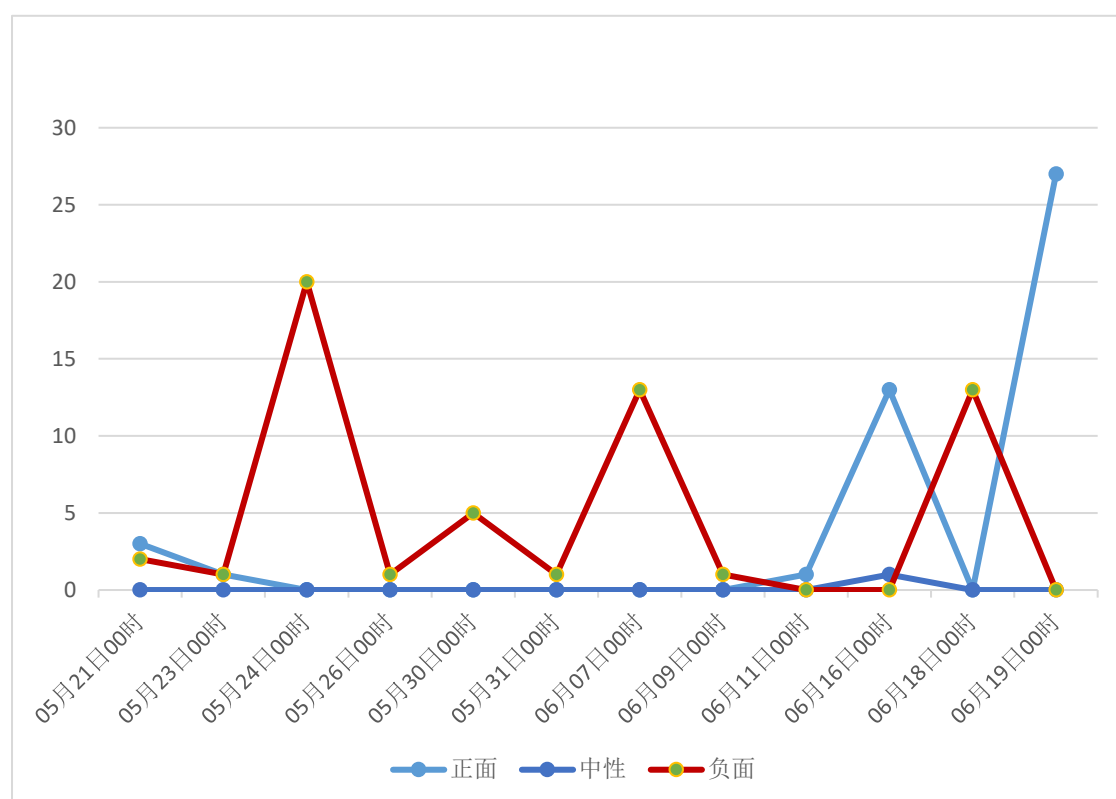


通过统计分析，有关“苏州鲜活饮品”的舆情量主要来源于“搜狐号”网站

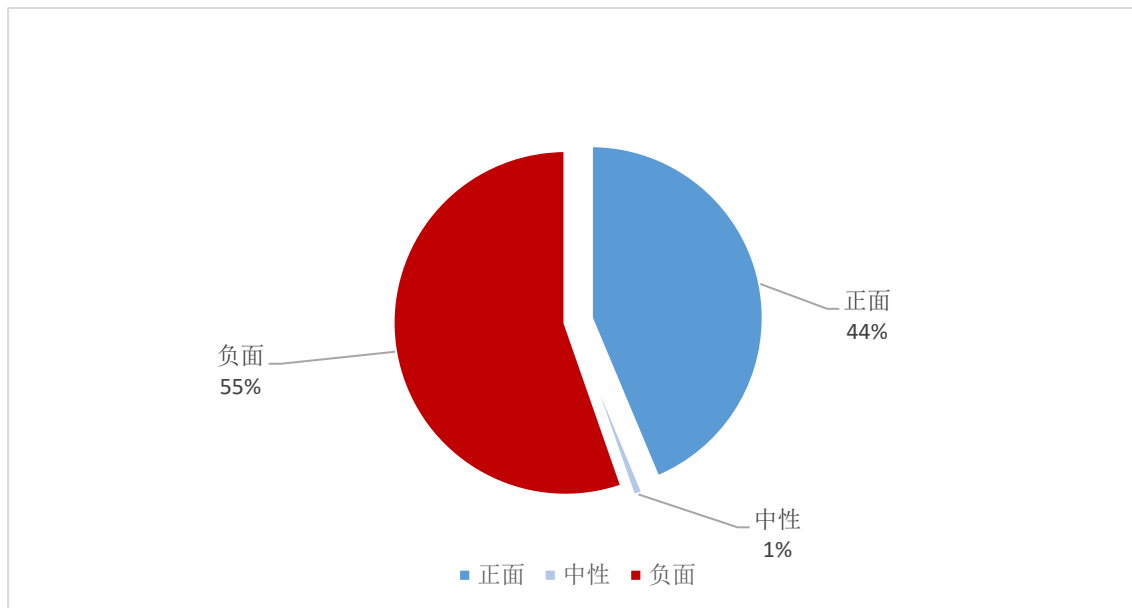
(共 10 条, 占 9.7%)。其次为“微信公众号”网站(共 10 条, 占 9.7%)。和“网易号”网站(共 7 条, 占 6.8%)。

情感分析

情感变化



情感分析



监测时段内，全网有关苏州鲜活饮品的信息内容主要以负面为主，占55.3%，其次为正面，占43.7%，中性信息较少，占不足1%。

热门文章

文章标题	传播量
[新闻客户端]鲜活饮品突击分红4.38亿再募4.5亿被指圈钱 净利降44%产能利用率仅70%仍大举扩产	21
[新闻]台湾人在大陆，鲜活饮品携手蜜雪冰城双双IPO，毛利率大跌17个点	19
[新闻]鲜活饮品IPO前分光利润，存产业链上下游挤压风险	13
[新闻客户端]IPO参考：宏盛华源回复审核问询 鲜活饮品冲刺深市主板	11
[新闻客户端]鲜活饮品回应深交所问询，古茗贡献收入下滑，黄国晃面临价格战	10
[微信公众号]鲜活饮品冲击上市：左手募资右手分红，蜜雪冰城从金主变劲敌	4
[新闻]打新直播间 瑞幸供应商鲜活饮品冲击深主板，还能吃新茶饮红利吗？	4
[新闻]鲜活饮品突击分红4.38亿再募4.5亿被指圈钱 净利降44%产能利用率仅70%仍扩产	3
[微信公众号]IPO雷达 鲜活饮品冲击上市：左手募资右手分红，蜜雪冰城从金主变劲敌	2

[新闻客户端]原创

鲜活饮品回应深交所问询，古茗贡献收入下滑，黄国晃面临价格

2