



2026 FIFA 世界杯全球官方赞助商

★里奥·梅西
蒙牛品牌代言人

★基利安·姆巴佩
蒙牛品牌代言人

★拉明·亚马尔
蒙牛品牌代言人

中国蒙牛乳业有限公司(2319.HK) 2026年中期业绩



TM

本介绍片由中国蒙牛乳业有限公司（“公司”）编备，只作企业通讯和一般参考之用。公司无意在任何司法管辖区使用本介绍片作为出售或招揽他人购买公司任何证券的要约，或用作投资公司证券的决定基础。未经咨询专业意见的情况下，不得使用或依赖此等全部资料。本介绍纯属简报性质，并非完整地描述公司、公司业务、目前或过去的经营业绩或业务未来前景。本介绍片包含前瞻性陈述，而我们无法保证实际业绩与该等前瞻性陈述相符。

公司不会为本介绍片发出任何明文或隐含的保证或声明。公司特此强调，不会对任何人使用或依赖本介绍片的任何资料（财务或其它资料）承担任何责任。公司亦不会有义务就新资讯、未来发展或其他原因而公开更新或对于任何前瞻性陈述作出修改。

- 高 飞** 总裁兼执行董事
- 沈新文** 首席财务官兼执行董事
- 陈易一** 副总裁
- 李鹏程** 副总裁
- 郭伟昌** 董事会秘书

财务回顾

人民币百万元	1H2025	1H2026	YoY
收入	41,567	44,795	7.8%
毛利	17,352	18,258	5.2%
毛利率	41.7%	40.8%	-0.9ppt
经营利润 ⁽¹⁾	3,538	3,676	3.9%
经营利润率	8.5%	8.2%	-0.3ppt
EBITDA	4,597	5,147	12.0%
EBITDA率	11.1%	11.5%	+0.4ppt
本公司拥有人应占利润	2,046	2,371	15.9%
本公司拥有人应占利润率	4.9%	5.3%	+0.4ppt
每股基本盈利（人民币元）	0.523	0.612	17.0%

(1) 经营利润 = 毛利 - 销售及经销费用、行政费用、教育附加费、城市维护建设税及其他税项。

销售收入细分



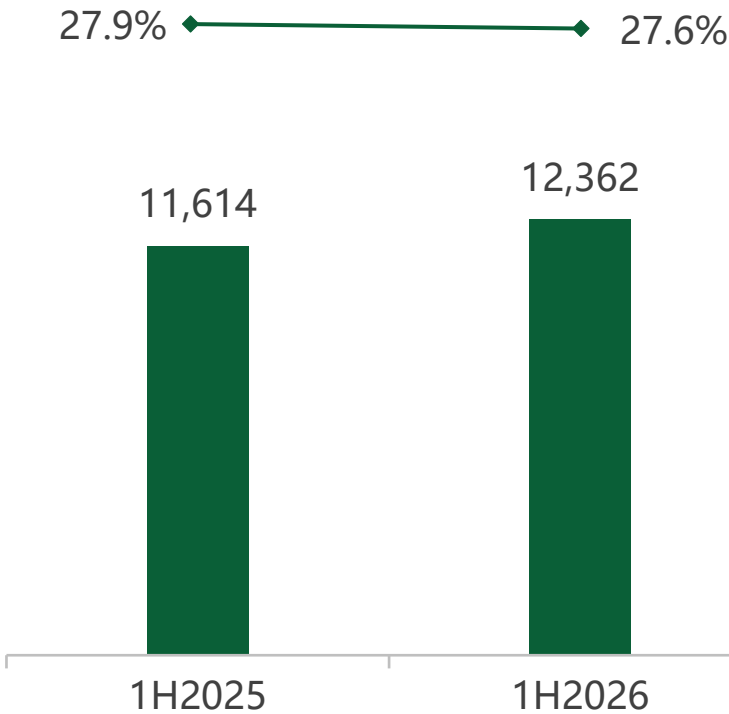
人民币百万元	1H2025	1H2026	YoY	1H2026 占收入比重	YoY
液态奶	32,192	33,865	5.2%	75.6%	-1.8ppt
冰淇淋	3,879	4,207	8.5%	9.4%	+0.1ppt
奶 粉	1,676	2,058	22.8%	4.6%	+0.6ppt
奶 酪	2,374	3,148	32.6%	7.0%	+1.3ppt
其 他	1,447	1,517	4.8%	3.4%	-0.1ppt
合 计	41,567	44,795	7.8%	100.0%	/

销售及行政费用支出



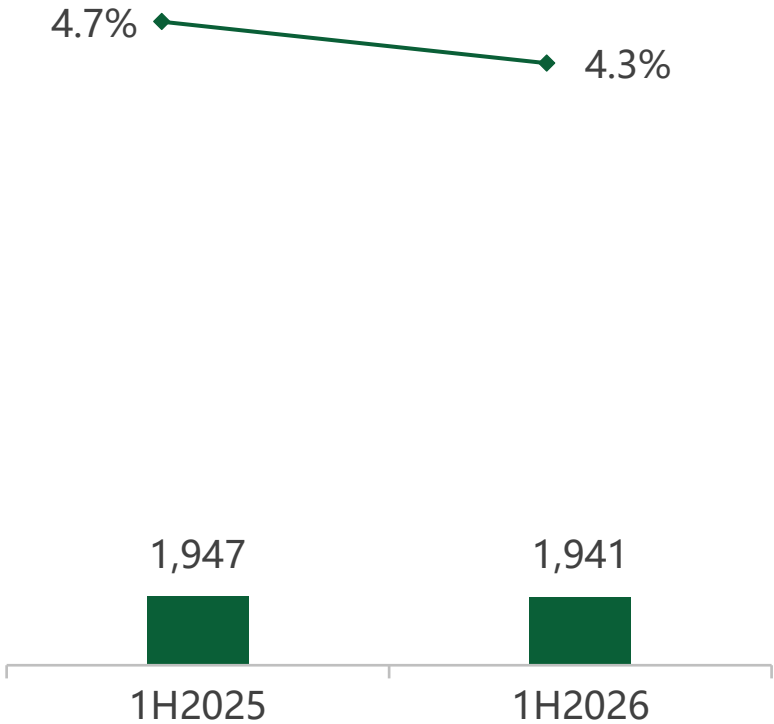
销售及经销费用及占比

人民币百万元

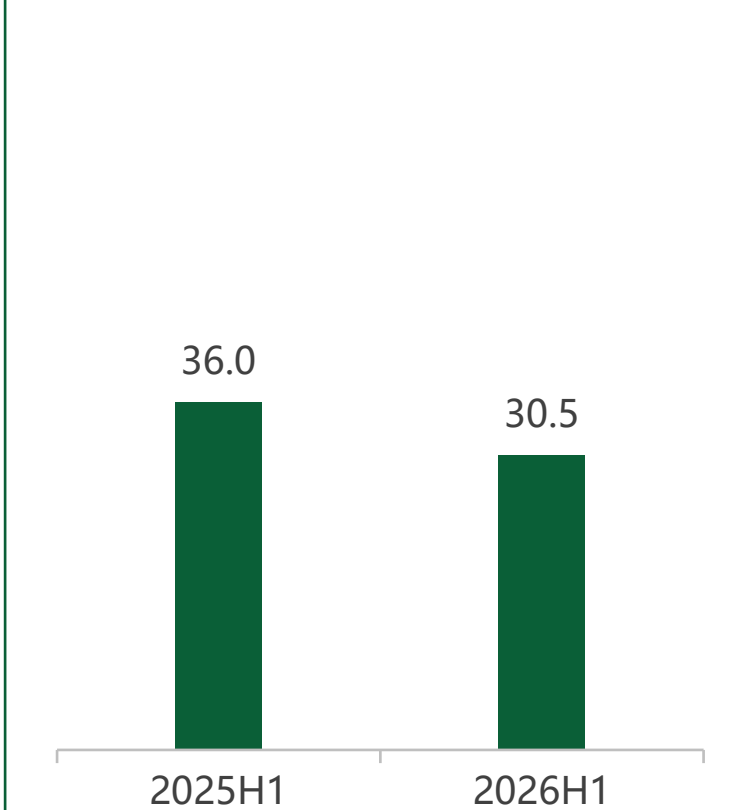


行政管理费用及占比

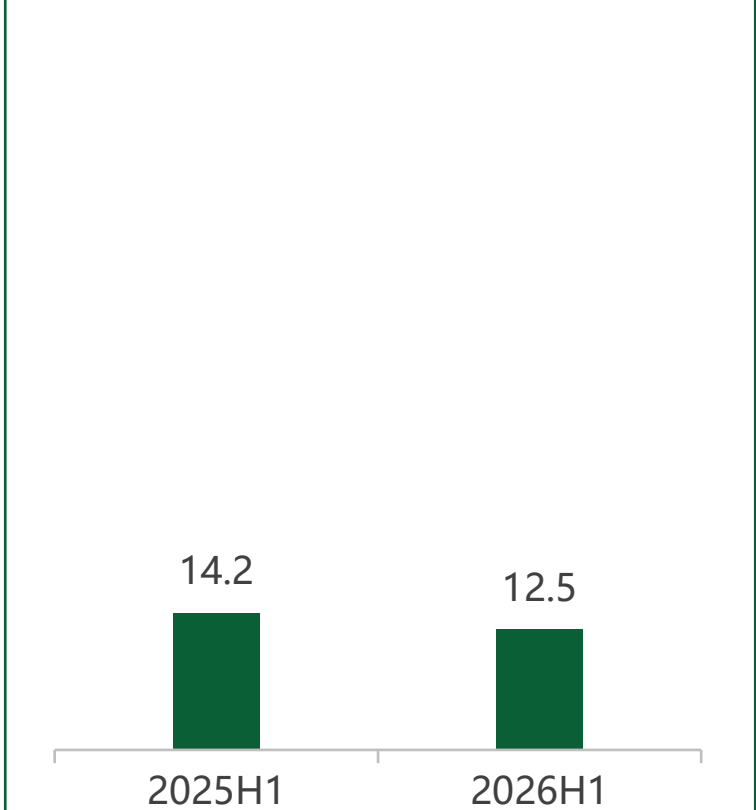
人民币百万元



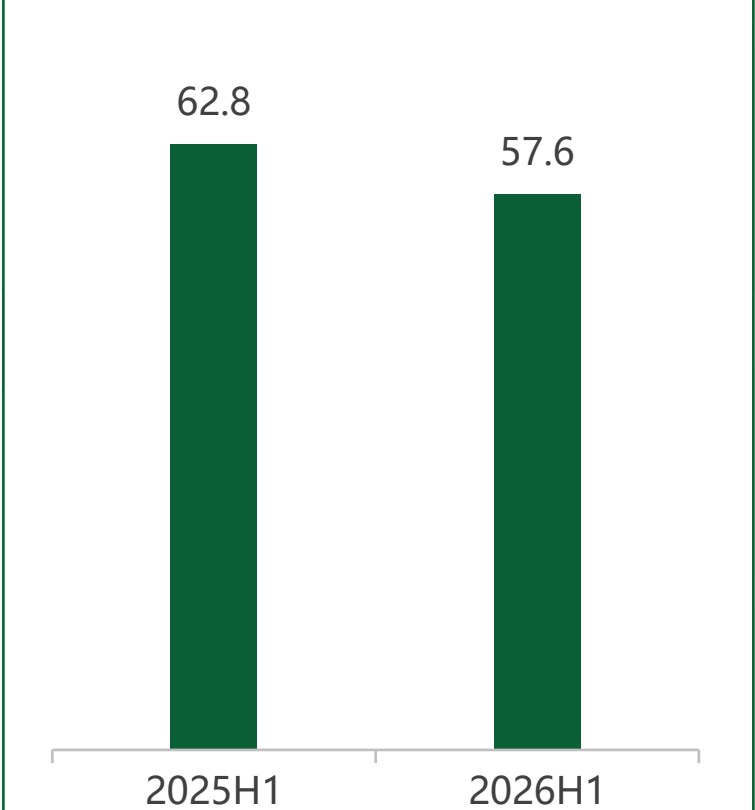
库存周转(天)



应收账款周转(天)⁽¹⁾



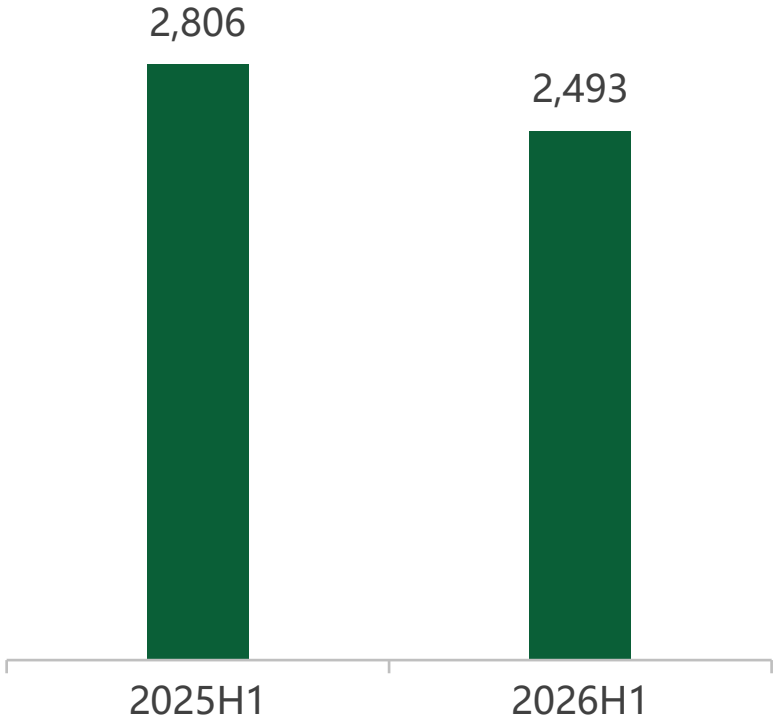
应付账款周转(天)⁽²⁾



(1) 应收账款周转天数 = (应收账款及应收票据平均余额 / 收入) × 天数
(2) 应付账款周转天数 = (应付账款及应付票据平均余额 / 销售成本) × 天数

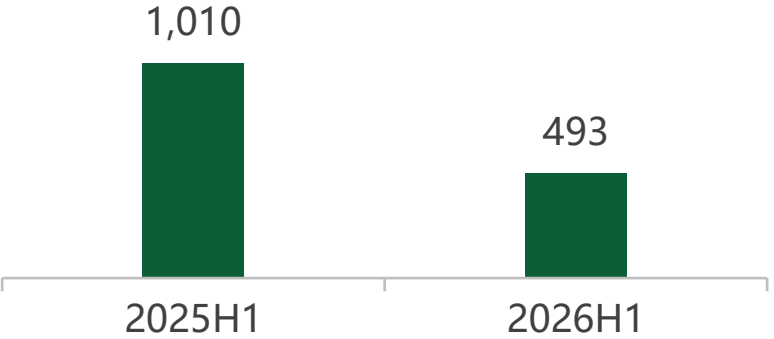
经营活动净现金

人民币百万元



资本支出 – 厂房及设备⁽¹⁾

人民币百万元



(1) 资本支出-厂房及设备为现金支出口径

现金分红	
2025财年分红总额	每股分红金额
20.17亿元	0.520元/股

股份回购
2025年8月-2026年7月回购
~5亿港元

2025-2027年三年股东回报计划

目标每股分红持续提升

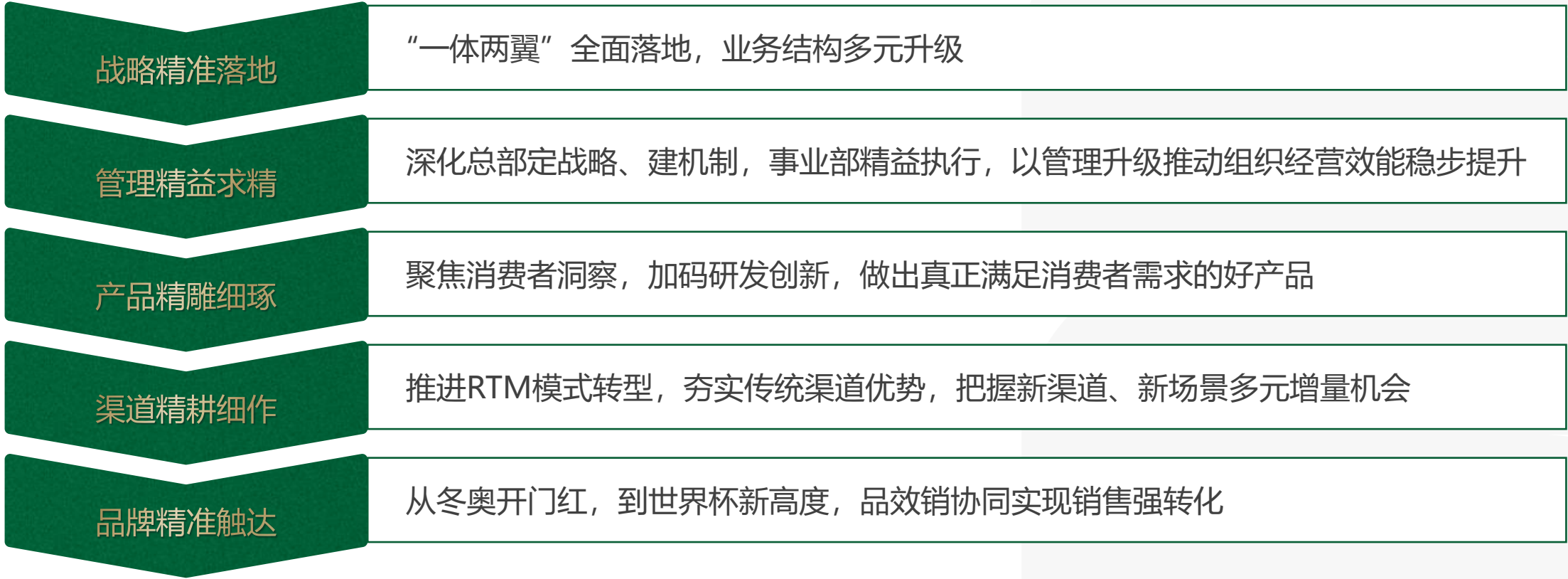
保持2024、2025年回购节奏

回顾与展望

2026年上半年：八骏齐犇，全面起势，领跑行业新周期



强一体、展两翼，实现全业态加速增长



深耕“基础营养、功能营养、医学营养”，让消费者“喝上奶、喝好奶、喝对奶”

冬奥会“开门红”：双节点同频共赢，创新品效销一体化突破



社媒声量互动双第一

TOP 1

品牌口碑 断层领先

TOP 1

品效销一体化创新模式助力一季度“开门红”

整体销量同比增长

12%+

电商+即时零售GMV

高增

赢流量

#马上牛#
播放量**1.3亿+**
总互动量**663w+**



赢销量

#接彩头#
总曝光量**31亿+**
促销转化内容投放占比
38%+



赢格局

#蒙牛携张艺谋为冬奥开幕#
播放量**3.5亿+**
话题阅读量**16.8亿+**



赢共情

#骨子里的要强#
总曝光量**7.94亿**
谷爱凌相关热搜伴随溢出**204.4%**



世界杯“新高度”：传播系统性迭代升级，打造体育营销新标杆



社媒声量互动双第一

TOP 1
断层领先

消费者喜爱度排行榜

TOP 1
高位领跑

全域协同 驱动高质量增长

线上GMV同比增长

14%+

线下合作CVS门店

高增

赢冠军之战

构建全周期冠军IP叙事体系
牢牢掌握话语权



赢品效销之战

品效销模式再升级
持续迭代全域转化链路



赢跨界之战

创新联动海信跨界合作出圈
打造赛事联动标杆案例



赢情绪之战

持续深挖代言人情绪价值
分层触达多元人群



赢高度之战

抓住稀缺独家王牌资源
占位中国高度文化出海



常温：产品创新、渠道精耕、品牌营销系统性升级，收入增长引领行业



- ✓ 特仑苏、蒙牛母品牌纯牛奶均增长高个位数，增速领跑行业
- ✓ 拥抱健身、户外场景需求，创新上市高蛋白战略新品 M-Plus 高蛋白牛奶、推出乳钙电解质饮料与分离乳清蛋白水产品
- ✓ 特仑苏拓展嗨Milk功能产品组合、纯甄上市Buff 功能系列新品
- ✓ 加速拓展即时零售、内容电商、休食系统、会员店等新兴势能渠道



低温：品类价值创新与新兴渠道拓展驱动增长



- ✓ 连续21年保持市场份额第一
- ✓ 冠益乳锚定功能酸奶赛道，强化健字号新品推广，驱动品牌收入高增；每日鲜酪布局高蛋白系列新品，实现销量扩盘
- ✓ 优益C获得国家保健食品认证（健字号），切入细分功能市场
- ✓ 推进 RTM 模式转型，会员店、休闲零食、即时零售、To B 等高势能渠道业务保持高速增长



鲜奶：品牌、渠道势能表现强劲，收入高增领跑行业



- ✓ 收入增长提速至30%，绝对增量位居行业第一
- ✓ 冬奥及世界杯营销曝光助力每日鲜语品牌持续破圈，深化全域品效销闭环，驱动多渠道销售显著增长
- ✓ 线上渠道绝对领先优势持续强化驱动高增，线下渠道覆盖率、渗透率持续提升

与传奇并肩
标杆向更高

SHINY MEADOW®
每日鲜语

高端鲜奶新标杆

*** 高端鲜奶销售额全国第一 ***

全链全维 7 大标杆

双蛋白牛奶 40 鲜牛奶 36 鲜牛奶 7 鲜牛奶 19 鲜牛奶

传奇球星：梅西、内马尔、维尼修斯

蒙牛乳业出品

高端鲜奶 一键到家

冰品：以世界杯官方冰淇淋身份构建“赢在赛场、火在国内”品效销闭环



- ✓ 收入增长近10%，增速引领行业
- ✓ 登陆世界杯赛场及美国11座城市主流商超，实现海内外品效销协同爆发
- ✓ 新品表现强劲，成为主要销售增量并带动产品结构持续优化
- ✓ RTM战略双线推进“夯实基础盘、突破新渠道”，渠道多元布局成效显著



奶粉：婴配粉增速行业领先、中老年奶粉精准营养双轮驱动品类高增



- ✓ 可比口径收入增长超30%，婴配粉、中老年营养粉业务均实现高增
- ✓ 瑞哺恩深耕母乳营养，上市有机MLCT婴配粉及自研7A活性乳铁蛋白创新产品——沙漠有机A2“初爱牛牛菁至”
- ✓ 悠瑞品牌聚焦中老年专属配方、精准营养，实现线上线下渠道收入高增，并夯实线上份额第一市场地位
- ✓ 贝拉米借势2026年世界杯官方奶粉赞助商身份实现品牌力跃升，中国跨境渠道及国际市场高增驱动收入增长超60%



奶酪：生态战略升级，业绩创新高



- ✓ 上半年收入增长超30%，连续三个季度增速高于20%，妙可蓝多收入和利润规模均创蒙牛控股以来新高
- ✓ 期内B端、C端收入增速均超20%，市场份额绝对领先
- ✓ 新兴势能渠道成为重要增长引擎
- ✓ 建立全球奶酪研发创新中心



展两翼：精深加工获突破性发展，国际业务借世界杯联动全球



- ✓ **奶立方**：发布专业乳品品牌MnmpX，推动精深加工业务及专业乳品品牌化升级
- **精深加工**：乳铁蛋白、膜分离酪蛋白及脱盐乳清粉D90实现国产自主量产
- **专业乳品**：上市多款专业乳品新品，为星巴克中国“高蛋白拿铁PRO”定制开发牛乳原料
- ✓ **虹幕生物**：推进HMO规模化生产及应用拓展，荣获2026世界食品创新奖两项金奖



核心原料业务：打造高价值增长引擎



价值配方业务：夯实专业营养布局

- ✓ **迈胜**：完善专业运动营养产品矩阵，耐力运动产品成为重要增长动力
- ✓ **特殊营养医学项目**：自主研发特医食品“瑞葆安”将于年内上市，是国内首款获批的国产0-12月龄苯丙酮尿症患儿的特医食品

展两翼：精深加工获突破性发展，国际业务借世界杯联动全球



加速推进全球化布局

其他国际市场

奶酪业务加速布局中东市场；
原料业务服务十多个国际市场

港澳市场

鲜奶业务增长>110%

东南亚市场

艾雪稳居印尼份额第一，
菲律宾即食冰淇淋第二，
越南跃居第二；
贝拉米加速东南亚市场拓展

大洋洲市场

做强做宽大洋洲基地，打造 to B
及 to C平台，服务本土、服务中国、
服务亚洲

管理升级：以管理升级推动组织经营效能稳步提升



三维立体式创新，
打造世界级研发创新平台，
助力全球业务布局

以“长”筑基，坚持长期主义的研发投入，
筑牢全产业链自主可靠的产业根基



以“高”攻坚，不断突破行业“卡脖子”
核心技术难题，引领国际前沿科技创新

以“宽”拓域，搭建全球科研
生态圈，构建“基础营养、
功能营养、医学营养”三级
营养赛道、从“摇篮到摇椅”
的全生命周期营养供给体系

GOSS
无损有序解析平台

万株级本土化
微生态创新研究平台

合成生物学
精准营养升级平台

全链路整合式
临床功效研究平台

深化ESG治理，以可持续发展驱动产业长期价值



 MOUNTAIN	 WATER	 FOREST	 FIELD	 LAKE	 GRASS	 SAND
持续打造“绿色”可持续竞争力 ✓ 持续提升公司ESG信息透明度 ● 发布《二零二五年可持续发展报告》、《二零二五气候相关信息披露报告》、《绿色包装价值报告》 ● 与FAIRR联合组织国内外ESG投资者代表走进蒙牛绿色产业链 ✓ 深化GREEN可持续战略执行 ● 启动“乳业绿链转型加速计划”，聚焦供应链减碳、“零毁林”、可持续水管理，加速推动供应链转型				✓ 实现乌兰布和沙漠有机产业价值 ● 全球首个乳业治沙成功案例正式提交联合国全球绿色发展实践案例征集；发布《乌兰布和沙漠有机白皮书》，沙金套海“由绿生金” ✓ 从“行业领先”到“全球绿色领航” ● 发布呼和浩特《全球绿色领航者呼和浩特倡议》 ● 《乳业荒漠化防治与绿色治理实践报告》正式亮相《联合国防治荒漠化公约》第十七次缔约方大会（UNCCD COP17）		

问答环节