

公司代码：600573

公司简称：惠泉啤酒

# 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司 2020 年半年度报告摘要



## 一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 本半年度报告未经审计。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

无

## 二 公司基本情况

### 2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	惠泉啤酒	600573	-

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	程晓梅	
电话	0595-87396105	0595-87396105
办公地址	福建省泉州市惠安县螺城镇惠泉北路1999号	福建省泉州市惠安县螺城镇惠泉北路1999号
电子信箱	hqbeer@hqbeer.com	hqbeer@hqbeer.com

### 2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	1,321,144,704.91	1,223,219,255.58	8.01
归属于上市公司股东的净资产	1,146,854,078.05	1,137,930,033.66	0.78
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期 增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	131,949,392.38	66,375,307.68	98.79
营业收入	320,406,547.55	296,876,508.89	7.93
归属于上市公司股东的净利润	8,924,044.39	6,009,458.93	48.50
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	7,572,913.17	1,243,183.18	509.16
加权平均净资产收益率(%)	0.78	0.53	增加0.25个百分点
基本每股收益(元/股)	0.036	0.024	50.00

**2.3 前十名股东持股情况表**

单位: 股

截止报告期末股东总数 (户)				18,473		
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量	
北京燕京啤酒股份有限公司	国有法人	50.08	125,194,578		无	
王晓茜	境内自然人	1.20	3,000,000		无	
刘存	境内自然人	0.60	1,505,600		无	
李明辉	境内自然人	0.56	1,395,000		无	
上海谦荣投资有限公司—光华 9234 捕鱼私募基金二期	其他	0.40	1,000,012		无	
黄大森	境内自然人	0.39	980,000		无	
上海昀启投资有限公司—昀启投资—私募学院菁英 69 号基金	其他	0.37	932,000		无	
何元兴	境内自然人	0.34	840,000		无	
汤永安	境内自然人	0.30	760,000		无	
林小丽	境内自然人	0.30	750,000		无	
上述股东关联关系或一致行动的说明	北京燕京啤酒股份有限公司与其他股东之间不存在关联关系或一致行动人情况；未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动人情况。					

**2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表**

□适用 √不适用

**2.5 控股股东或实际控制人变更情况**

□适用 √不适用

**2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况**

□适用 √不适用

**三 经营情况讨论与分析****3.1 经营情况的讨论与分析**

2020 年上半年, 受新冠疫情影响, 中国规模以上啤酒企业累计产量 1714.2 万千升, 同比下降 9.5%。(数据来源: 国家统计局)

报告期内，公司全体员工坚持按照年初制定的“筑根基、调结构、转观念、强执行”的总体经营思路，努力应对疫情影响，化解经营压力，扎实推进各项工作。2020 年上半年，公司实现啤酒销量 11.68 万千升，同比增长 7.08%；实现营业收入 32,040.65 万元，同比增长 7.93%；实现利润总额 1,157.73 万元，同比增长 32.27%；实现归属于上市公司股东的净利润 892.40 万元，同比增长 48.50%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 757.29 万元，同比增长 509.16%。

● **完善渠道稳销量。**

报告期内，面对突如其来的疫情，公司早研判早部署，进行渠道结构优化，及时跟进市场需求。公司加快社区等终端销售网点建设，提高流通渠道产品的覆盖率和消费者的点击率，实施餐饮专项营销方案，突破空白区域市场和弱势渠道。加快新零售渠道布局步伐，完成了公司京东旗舰店的上线，并结合节庆开展活动，加大产品推广，提高品牌认知度，通过线上线下的融合互补发展进一步促进销量提升。报告期内，公司通过一系列的渠道措施，充分挖掘市场机会来迅速复苏渠道销量，使得产品销量在 3-6 月份获得快速回升和增长，重点市场和餐饮渠道突破初见成效，实现了市场的良性发展。

● **优化结构增效益。**

报告期内，公司在细分市场的基础上精准发力，针对市场特点分级分类，持续推进产品结构和市场结构调整，促进产品结构优化升级和市场网络布局完善。重点市场加大中高端产品的推广，加快口感培育，提升消费体验，在巩固原有消费群体的同时注重吸引年轻消费群体，推进产品结构升级，中高端占比上升。针对疫情期间，啤酒消费由社交分享向宅家自饮转变的特点，加大便携易拉罐产品推广，提振零售渠道易拉罐产品销量。报告期内，公司易拉罐产品销售占比提升 1.71%，产品吨酒销售收入持续增加，效益有效增长。

● **提升品质筑基石。**

报告期内，公司持续以“批批精品，瓶瓶精品”为质量目标，不断稳固提升产品质量根基来顺应消费升级，满足消费者越来越高的对产品安全、健康、高品质的消费追求。公司全面推进卓越质量管理体系建设，制定战略目标和实施计划，配套制定体系建设考核与激励方案，促进生产操作安全性、可靠性持续提升和现场管理水平的再上台阶。公司建立和完善生产质量数据分析模型，持续进行技术研发投入，盯紧瓶瓶和批批产品质量状态提升产品质量。报告期内，公司产品理化指标、新鲜度指标，产品风味口感指标等均获得进一步持续优化，稳固产品品质根基。

● **科学管理控成本。**

报告期内，公司持续完善内控制度流程，提升内部控制管理水平。严格执行招投标制度，落实综合计划，加强资金预算管理，确保预算指标、费用管理、消耗指标等管理控制的有效性。同时，增强全员成本控制意识，持续激励引导员工开展自主创新、节能创新改革项目，有效节约经营成本。加强节能降耗精细化控制管理，加强生产运行协调，提高各种能源使用效率，各项能耗指标均保持稳定并有明显下降。

**3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响**

适用 不适用

详见《公司 2020 年半年度报告》全文“第十节 财务报告”之“五、44 重要会计政策和会计估计的变更”。

**3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。**

适用 不适用

公司名称	福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司
法定代表人	刘翔宇
日期	2020 年 8 月 24 日