

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 2023 年半年度报告摘要



## 第一节 重要提示

- 1.1 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 [www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn) 网站仔细阅读半年度报告全文。
- 1.2 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性、准确性、完整性，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。
- 1.3 公司全体董事出席董事会会议。
- 1.4 本半年度报告未经审计。
- 1.5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案  
无

## 第二节 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
姓名	程晓梅
电话	0595-87396105
办公地址	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

### 2.2 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	1,525,952,039.22	1,409,414,365.96	8.27
归属于上市公司股东的净资产	1,221,501,292.08	1,211,730,857.76	0.81
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	346,580,317.99	314,340,210.33	10.26
归属于上市公司股东的净利润	22,270,434.32	16,092,067.77	38.39
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	21,823,785.71	15,159,233.69	43.96
经营活动产生的现金流量净额	132,188,994.83	132,122,937.54	0.05
加权平均净资产收益率(%)	1.82	1.35	增加0.47个百分点
基本每股收益(元/股)	0.089	0.064	39.06

## 2.3 前 10 名股东持股情况表

单位：股

截至报告期末股东总数（户）				23,175		
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、标记或冻结的股份数量	
北京燕京啤酒股份有限公司	国有法人	50.08	125,194,578		无	
中国建设银行股份有限公司—银华富裕主题混合型证券投资基金	其他	1.81	4,518,000		无	
中国建设银行股份有限公司—银华核心价值优选混合型证券投资基金	其他	1.14	2,848,500		无	
刘海波	境内自然人	0.72	1,803,900		无	
中国建设银行股份有限公司—鹏华中证酒交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.69	1,729,800		无	
刘存	境内自然人	0.60	1,505,800		无	
中国平安财产保险股份有限公司—传统—普通保险产品	其他	0.55	1,369,100		无	
张健柏	境内自然人	0.52	1,298,500		无	
上海通怡投资管理有限公司—通怡麒麟 5 号私募证券投资基金	其他	0.49	1,225,600		无	
上海通怡投资管理有限公司—通怡麒麟 6 号私募证券投资基金	其他	0.49	1,221,100		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 截至报告期末的优先股股东总数、前 10 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 在半年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用 √不适用

## 第三节 经营情况的讨论与分析

2023 年 1-6 月，中国规模以上企业啤酒产量 1,928 万千升，同比增长 7%。（数据来源：国家统计局）。

报告期内，公司坚持高质量发展方针，筑根基、调结构、转观念、强执行，深入推进企业经营管理各项工作。共计完成啤酒销量 11.90 万千升，同比增长 8.59%；营业收入 34,658.03 万元，同比增长 10.26%；实现利润总额 2,556.97 万元，同比增长 22.16%；实现归属于上市公司股东的净利润 2,227.04 万元，同比增长 38.39%。公司销量、营收、利润全面增长，其中，营收、利润增速高于销量增速，企业经营质量显著提升，整体经营发展态势持续向好。

公司坚持持续提高产品品质，坚持酿制中国最好啤酒品质目标，为消费者提供高优品质产品。报告期内，公司质量管理精益求精。公司持续推进卓越管理体系建设，强化 SOP 升级执行，对产品的生产提供从原料到成品的全链条保障，向消费者提供优质产品。公司致力于通过提供“瓶瓶精品、批批精品”产品来契合消费者不断增长的高品质消费升级需求。

报告期内，公司市场根基不断夯实。公司强化基地市场和重点市场深耕，加强县域市场建设，形成示范效应，有效辐射带动目标市场和新兴市场持续拓展，实现销量的持续增长，市场质量进一步提升。报告期内，公司福建、江西重点区域市场销量同步实现双位数增长，其中，在主要区域泉州市场销量整体增长 15.19%。同时，公司省外多处新兴市场也有较好表现，多个地区取得双位数以上增长。

报告期内，公司多元化渠道建设进一步优化。公司重视传统餐饮和流通渠道赋能，提高经销商的经营实力和市场运营能力。报告期内，公司实现餐饮渠道占比提升，逐步形成餐饮和流通的互为促进，进而提高整体销售。同时，报告期内，公司加快新零售、新渠道布局，开拓性地发展电商业务，探索线上数字化营销，积极培育新客户，实现线上有效引流至线下，通过线上线下渠道融合促进，有效拓宽销售半径，多元化渠道不断形成。

报告期内，公司产品结构向高端化继续推进。结合啤酒市场高端化发展趋势，公司聚焦资源发力中高端，提升中高端产品市场竞争优势，形成以“惠泉一麦”主力产品与高端、个性产品多元组合的产品矩阵，产品结构稳步向中高端挺进，产品盈利能力提升。报告期内，公司千升酒营收增长 1.58%，毛利率提升 1.36 个百分点。

报告期内，公司特色品牌建设工作深入推进。公司强化品牌文化与地域文化有效融合建设，将惠泉爱拼敢赢品牌文化精神持续植入，获得消费者认可。公司重点以“啤酒+”为切入点，加强与地方文旅活动、节庆活动、夜经济相结合，增加品牌曝光度，创造品牌体验机会，扩容消费需求，努力发掘新场景、新用户，实现新增量，提高品牌影响力和竞争力。2023 年 6 月，据世界品牌实验室发布，惠泉啤酒品牌价值达 239.92 亿元。

报告期内，公司继续推进数字化、智能化转型，创新赋能发展。加快销售终端数据采集系统和生产过程信息采集系统建设，有效覆盖渠道端和生产端，以数字化手段实现供应链精实运营提质增效，推动数字化车间、智能制造示范企业和绿色工厂建设再上新台阶，企业循序向数字化转型。报告期内，持续开展节能设施改造和技术攻关，提高能源回收利用能力，有效降低各类消耗，实现绿色低碳可持续发展，公司水、电、气耗各项能耗数据控制持续优化，管理效能全面提升。

#### 第四节 重要事项

公司应当根据重要性原则，说明报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项

适用 不适用

福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

董事长：刘翔宇

2023 年 8 月 16 日