

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 2025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 本公司董事会及董事、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                    | 1,755,779,540.60 | 1,681,059,315.28 | 4.44            |
| 归属于上市公司股东的净资产          | 1,337,166,399.59 | 1,297,594,732.81 | 3.05            |
|                        | 本报告期             | 上年同期             | 本报告期比上年同期增减(%)  |
| 营业收入                   | 351,300,068.63   | 347,718,860.36   | 1.03            |
| 利润总额                   | 45,770,410.87    | 36,605,902.19    | 25.04           |
| 归属于上市公司股东的净利润          | 39,571,666.78    | 31,526,682.17    | 25.52           |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 38,400,219.57    | 26,815,314.70    | 43.20           |
| 经营活动产生的现金流量净额          | 122,414,735.11   | 136,018,888.06   | -10.00          |
| 加权平均净资产收益率(%)          | 3.00             | 2.50             | 增加0.50个百分点      |
| 基本每股收益(元/股)            | 0.158            | 0.126            | 25.40           |
| 稀释每股收益(元/股)            | 0.158            | 0.126            | 25.40           |

**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）    |  | 17,758  |             |              |               |  |
|------------------|--|---------|-------------|--------------|---------------|--|
| 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             |  |
| 张健柏              | 境内自然人  | 2.96    | 7,412,301   |              | 无             |  |
| 刘存               | 境内自然人  | 1.13    | 2,812,600   |              | 无             |  |
| 杜传霞              | 境内自然人  | 0.80    | 2,012,300   |              | 无             |  |
| 孙花               | 境内自然人  | 0.51    | 1,266,100   |              | 无             |  |
| 范汉斌              | 境内自然人  | 0.51    | 1,265,300   |              | 无             |  |
| 邝祖洪              | 境内自然人  | 0.40    | 1,006,839   |              | 无             |  |
| 张韵秋              | 境内自然人  | 0.40    | 1,000,100   |              | 无             |  |
| 黄彦杰              | 境内自然人  | 0.34    | 837,600     |              | 无             |  |
| 张海涵              | 境内自然人  | 0.26    | 650,200     |              | 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**

报告期内，在董事会领导下，公司全体员工齐心协力，积极应对复杂环境变化，扎实推进企业经营管理各项工作取得实效。1-6月，公司共计完成啤酒销量 12.12 万千升，同比增长 1.61%；实现营业收入 35,130 万元，同比增长 1.03%；实现利润总额 4,577.04 万元，同比增长 25.04%；实现归属于上市公司股东的净利润 3,957.17 万元，同比增长 25.52%。公司销量、营收、利润延续全面增长态势，企业经营质量进一步向好发展。

报告期内，公司坚定不移实施产品品质战略。通过持续完善卓越管理体系，升级 SOP 操作等系列精益求精质量管理行动，深度构建高优产品生产保障机制，落实“瓶瓶精品、批批精品”目标，以满足消费者日益增长高品质需求。报告期内，公司品质核心实力不断增强。以“老惠泉”为代表的较高浓度品种产品的口感醇厚、麦香浓郁、好喝不上头的品质特点进一步获得消费者认

可，消费群体扩大，成为公司在中高端市场的重要支撑产品，带动惠泉主品牌系列产品销量实现双位数增长。

报告期内，公司市场建设有序，量质齐升协同发展。公司实施基地深耕与目标拓展并行策略，以大泉州区域为模版，推进市场建设形成示范，并在此基础上辐射带动目标市场和新兴市场拓展，推动销售量的增长和发展质量提升。报告期内，公司主基地市场大泉州区域销量增长 4.84%，在连续五年增长基础上持续实现较好增长；公司的重要目标市场江西，多区域实现良好发展，市场建设步伐持续稳健向前迈进。

报告期内，公司渠道和产品结构优化，盈利能力进一步提升。公司重点强化餐饮攻坚，推进流通便捷消费，提升多渠道运营能力，共同发力为企业盈利提供支撑。报告期内，公司啤酒销量同比增长 1.61%（1-6 月，中国规模以上企业累计啤酒产量同比下降 0.3%）。同时，公司紧盯消费趋势，落实以“一麦”重要单品升级为主线，搭配惠泉 1983、老惠泉系列和精酿系列个性化产品组合升级步伐，实现中高端产品矩阵的整合和优化，有效推进产品结构升级，中高档系列千升酒营收增长。报告期内，公司毛利率提升 1.16 个百分点。

报告期内，公司坚持推进东南沿海知名民族品牌建设。公司通过结合“海丝文化”“惠女精神”强化宣传，持续深入地将惠泉的品牌文化与地域文化进行融合；通过开展“啤酒+文旅、节庆、夜经济”等系列活动，持续进行惠泉品牌培育，增加品牌曝光，创造体验机会，实现场景挖掘和用户获取，使得“爱拼敢赢”品牌精神持续强化，“祖国万岁 惠泉长流”主题品牌魅力进一步凸显。报告期内，公司“惠泉一麦”“老惠泉”“惠泉 1983”产品消费需求显著扩容，品牌的消费影响力进一步提升。2025 年 6 月世界品牌实验室数据显示，公司品牌价值 290.35 亿元。

报告期内，公司技术创新，数字化转型和绿色生产持续推进。公司拥有专利 87 项。公司不断强化创新驱动，增加科研项目立项，持续实施生产、营销、物流各流程创新、数字化、智能化改造，旨在通过技术创新、数字化手段，助力国家级实验室、数字化车间、智能制造示范企业和绿色工厂建设升级，不断为企业生产发展赋能，提升企业运营效率。报告期内，公司水、电、气消耗分别下降 1.39%、5.55%和 3%，各项生产经营指标持续向好，企业创新、绿色、低碳、可持续发展。

#### 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

2025 年 8 月 6 日