重庆啤酒股份有限公司
2017 年年度报告摘要

一 重要提示

1 本年度报告摘要来自年度报告全文，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 天健会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

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

公司拟以 2017 年 12 月 31 日的总股本 483,971,198 股为基数，每 10 股分配现金红利 8 元（含税），共计为 387,176,958.40 元。本年度公司不进行资本公积金转增股本。

二 公司基本情况

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	重庆啤酒	600132	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	邓炜	张潇巍
办公地址	重庆市九龙坡区马王乡龙泉村1号	重庆市九龙坡区马王乡龙泉村1号
电话	023-89139399	023-89139399
电子信箱	CBCSMIR@chongqinggroup.cn	CBCSMIR@chongqinggroup.cn

2 报告期公司主要业务简介

公司自 1958 年建厂以来，一直主要从事啤酒产品的制造与销售业务近 60 年，至今共拥有 15 家酒厂，位于重庆、四川和湖南等地，其中重庆市场是公司的核心市场。公司拥有深受消费者喜爱的“重庆”和“山城”等两大本地品牌，2013 年底成为全球第三大啤酒商丹麦嘉士伯集团成员后，

又获得了乐堡、嘉士伯、凯旋 1664 等品牌的生产和销售权，形成了“本地强势品牌+国际高端品牌”的品牌组合。

公司根据啤酒酿造工艺流程组织生产，采用集中采购、分散下单的采购模式，采用以销定产的模式制定生产计划和组织生产并保持适当库存。生产流程主要包括糖化、发酵和灌装包装等环节。公司目前产品销售采用以经销商代理为主、直销为辅的销售模式，根据公司市场战略实行分区域管理。

3　公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元　币种：人民币

	2017年	2016年	本年比上年增减(%)	2015年
总资产	3,506,183,194.50	3,365,659,820.39	4.18	3,721,194,029.95
营业收入	3,175,519,521.96	3,195,921,515.50	-0.64	3,323,745,277.75
归属于上市公司股东的净利润	329,463,234.66	180,990,084.93	82.03	-65,678,423.46
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	308,169,265.43	183,550,055.01	67.89	-68,946,421.82
归属于上市公司股东的净资产	1,163,663,468.89	1,229,951,700.66	-5.39	1,141,361,261.78
经营活动产生的现金流量净额	820,031,926.54	569,431,361.68	44.01	448,312,450.68
基本每股收益（元／股）	0.68	0.37	83.78	-0.14
稀释每股收益（元／股）	0.68	0.37	83.78	-0.14
加权平均净资产收益率（%）	28.29	15.37	增加12.92个百分点	-5.47

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元　币种：人民币

	第一季度（1-3 月份）	第二季度（4-6 月份）	第三季度（7-9 月份）	第四季度（10-12 月份）
营业收入	736,418,656.25	853,677,481.76	1,096,871,472.55	488,551,911.40
归属于上市公司股东的净利润	48,145,449.30	113,616,683.28	154,290,117.36	13,410,984.72
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	44,489,889.40	109,240,162.15	149,361,750.07	5,077,463.81
经营活动产生的现金流量净额	174,515,902.37	283,931,320.36	393,725,441.76	-32,140,737.95

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用　√不适用

4　股本及股东情况

4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

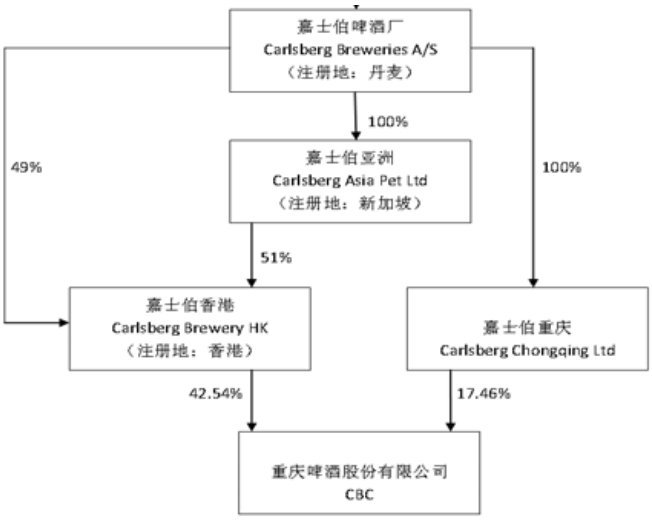
截止报告期末普通股股东总数（户）	24,191
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	22,381
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）	不适用
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）	不适用

前 10 名股东持股情况

股东名称（全称）	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
嘉士伯啤酒厂香港有限公司	0	205,882,718	42.54	0	无	0	境外法人
嘉士伯重庆有限公司	0	84,500,000	17.46	0	无	0	境外法人
高观投资有限公司－客户资金	16,706,675	16,706,675	3.45	0	未知	0	境外法人
中央汇金资产管理有限责任公司	0	11,461,700	2.37	0	未知	0	国有法人
高华－汇丰－GOLDMAN, SACHS & CO.LLC	10,073,553	10,073,553	2.08	0	未知	0	其他
BILL & MELINDA GATES FOUNDATION TRUST	8,437,708	8,437,708	1.74	0	未知	0	境外法人
UBS　AG	7,378,822	7,378,822	1.52	0	未知	0	境外法人
全国社保基金一一八组合	4,821,163	4,821,163	1.00	0	未知	0	其他
中信证券股份有限公司	4,605,966	4,605,966	0.95	0	未知	0	其他
长城证券股份有限公司	4,228,503	4,228,503	0.87	0	未知	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	前十名无限售条件股东中，嘉士伯重庆有限公司和嘉士伯啤酒厂香港有限公司同属嘉士伯啤酒厂控制。未知其他股东间是否存在关联关系，也未知其他股东是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

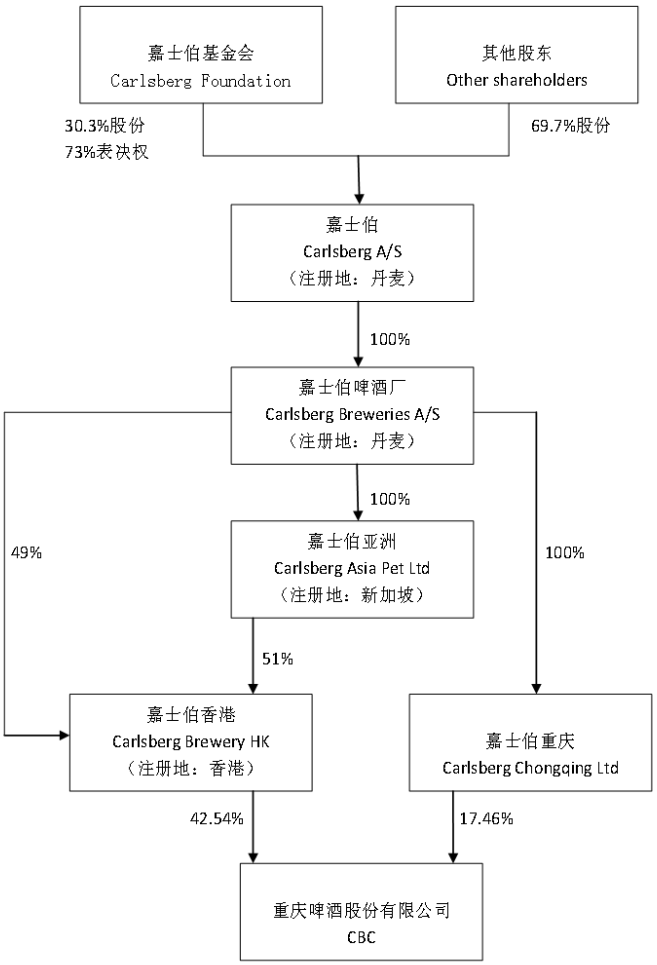
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用　□不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 √不适用

5 公司债券情况

□适用 √不适用

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

2017 年度，公司实现啤酒销量 88.75 万千升，与 2016 年度实现啤酒销量 94.62 万千升相比下降了 6%（不考虑关厂影响，本期上升约 1%）；2017 年度实现营业收入 31.76 亿元，与 2016 年度实现营业收入 31.96 亿元相比下降了 0.64%；2017 年度实现归属于上市公司股东的净利润 3.29 亿元，与 2016 年度实现归属于上市公司股东的净利润 1.81 亿元相比增长了 82.03%。

2017 年，在嘉士伯集团“扬帆 22”战略的指引下，公司重点进行了以下方面的工作：

第一，在市场方面，持续推进产品高端化战略。

重庆纯生产品销量大幅增长，四川区域销量止跌回升，销售利润得以提升；继续对现饮渠道进行规划与聚焦，包括深耕细作现饮市场，聚焦非现饮市场听装产品，提高全品项组合铺市及地推陈列的打造，持续提升公司产品的能见度；优化经销商渠道管理，市场份额得到提升；通过 E-sales 移动销售系统使销售前线团队终端销售执行力得到显著提高；通过重庆啤酒“789 狂欢季”、乐堡啤酒节等市场活动的开展，提升品牌知名度和影响力；

第二，在供应链管理方面，继续推进生产网络优化战略。

在各酒厂全面推行“LeanTPM”管理，各项消耗指标大幅下降，因此基础管理进一步得到强化提升；“以客户为导向”的组织架构优化取得初步成效，团队专业性得以进一步提升；

第三，在财务管理方面，继续提升管理水平。

加强与外部会计服务供应商的合作，实施账务处理标准化，提升会计核算的效率；提升分子公司月度经营分析质量和预算管理水平；优化内部控制流程，提升内部控制管理水平；严格控制现金流，提升资金使用效率，增强公司抗风险能力；

第四，在人力资源方面，继续推进组织优化。

推动必赢文化、“3A”行为准则持续落地，提升员工敬业度和公司人才管理水平，力求提升组织效率。

2 主营业务分析

利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位:元　币种:人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例（%）
营业收入	3,175,519,521.96	3,195,921,515.50	-0.64
营业成本	1,926,019,914.74	1,939,694,949.44	-0.71
销售费用	465,218,536.50	445,553,542.47	4.41
管理费用	155,718,229.81	183,628,554.78	-15.20
财务费用	23,144,875.36	25,998,693.74	-10.98
经营活动产生的现金流量净额	820,031,926.54	569,431,361.68	44.01
投资活动产生的现金流量净额	6,460,189.09	-71,411,814.30	109.05
筹资活动产生的现金流量净额	-405,497,888.94	-449,187,720.10	9.73
研发支出	0.00	0.00	0.00

2.1 收入和成本分析

√适用 □ 不适用

(1). 主营业务分行业、分产品、分地区情况

单位:元　币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率（%）	营业收入比上年增减（%）	营业成本比上年增减（%）	毛利率比上年增减（%）
酒、饮料和精制茶制造业	3,083,239,936.80	1,885,063,197.18	38.86	-0.34	0.48	减少 0.50 个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率（%）	营业收入比上年增减（%）	营业成本比上年增减（%）	毛利率比上年增减（%）
啤酒	3,083,239,936.80	1,885,063,197.18	38.86	-0.34	0.48	减少 0.50 个百分点
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率（%）	营业收入比上年增减（%）	营业成本比上年增减（%）	毛利率比上年增减（%）
重庆	2,387,019,218.52	1,469,061,316.34	38.46	3.21	6.77	减少 2.05 个百分点
四川	462,295,022.49	269,543,040.83	41.69	9.03	7.94	增加 0.58 个百分点
湖南	233,925,695.79	146,458,840.01	37.39	6.71	2.82	增加 2.37 个百分点
其他				-100.00	-100.00	减少 21.60 个百分点

主营业务分行业、分产品、分地区情况的说明

□ 适用 √不适用

(2). 产销量情况分析表

√适用 □ 不适用

主要产品	生产量（千升）	销售量（千升）	库存量（千升）	生产量比上年增减（%）	销售量比上年增减（%）	库存量比上年增减（%）
重庆	398,750.48	515,462.94	18,616.68	8.56	1.90	-4.27
山城	120,360.90	123,085.13	2,203.28	-21.74	-22.72	5.54
乐堡	183,586.99	193,451.55	6,473.78	4.72	10.40	-21.40
嘉士伯	19,490.51	19,816.71	933.20	24.59	27.31	-12.52
其他	33,525.47	35,710.15	1,050.71	-63.10	-60.43	-1.68
合计	755,714.35	887,526.48	29,277.66	-5.88	-6.20	-8.24

产销量情况说明

其他品牌主要为 2017 年关厂的其他品牌销量大幅减少。

(3). 成本分析表

单位：元

分行业情况							
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)	情况说明
酒、饮料和精制茶制造业	原料成本	570,666,015.93	30.27	620,018,668.18	32.97	-7.96	
酒、饮料和精制茶制造业	人工成本	93,759,911.24	4.97	123,438,973.96	6.56	-24.04	
酒、饮料和精制茶制造业	制造费用	375,619,955.35	19.93	419,917,559.62	22.33	-10.55	
酒、饮料和精制茶制造业	其他成本	845,017,314.66	44.83	712,722,203.61	37.90	18.56	

其他非主营销售业务				4,394,123.72	0.23	-100.00	甘肃金山啤酒原料有限公司已处置
分产品情况							
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)	情况说明
啤酒	原料成本	570,666,015.93	30.27	620,018,668.18	32.97	-7.96	
啤酒	人工成本	93,759,911.24	4.97	123,438,973.96	6.56	-24.04	
啤酒	制造费用	375,619,955.35	19.93	419,917,559.62	22.33	-10.55	
啤酒	其他成本	845,017,314.66	44.83	712,722,203.61	37.90	18.56	
其他非主营销售业务				4,394,123.72	0.23	-100.00	甘肃金山啤酒原料有限公司已处置

成本分析其他情况说明

□ 适用 √不适用

(4). 主要销售客户及主要供应商情况

√适用 □ 不适用

前五名客户销售额 94,720.42 万元，占年度销售总额 29.83%；其中前五名客户销售额中关联方销售额 41,882.21 万元，占年度销售总额 13.19%。

前五名供应商采购额 26,146.73 万元，占年度采购总额 29.00%；其中前五名供应商采购额中关联方采购额 0 万元，占年度采购总额 0%。

其他说明

无。

2.2 费用

√适用 □ 不适用

2017 年，管理费用相比去年下降，主要原因系组织结构优化和公司关厂带来的人工费和办公费用节约。

2.3 研发投入

研发投入情况表

√适用 □ 不适用

单位：元

本期费用化研发投入	

本期资本化研发投入	
研发投入合计	
研发投入总额占营业收入比例（%）	
公司研发人员的数量	10
研发人员数量占公司总人数的比例（%）	0.3
研发投入资本化的比重（%）	

情况说明

√适用 □ 不适用

本期公司无研发投入。

2.4 现金流

√适用 □ 不适用

经营活动产生的现金流量净额：净流入增加 25,060.06 万元，主要系相比去年人工成本节约以及营运资本运营效率提升所致。

投资活动产生的现金流量净额：净流入增加 7,787.20 万元，主要系本年宜宾酒厂收取政府老厂搬迁与新厂建设补偿款，联营公司分红和购买理财产品净支出减少所致。

3 非主营业务导致利润重大变化的说明

□ 适用 √不适用

4 资产、负债情况分析

√适用 □ 不适用

4.1 资产及负债状况

单位：元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例（%）	上期期末数	上期期末数占总资产的比例（%）	本期期末金额较上期期末变动比例（%）	情况说明
货币资金	688,838,431.13	19.65	267,844,204.44	7.96	157.18	本年公司运营效率提升，资金回笼加快。
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	100,235,260.27	2.98	-100.00	银行理财产品的投资到期回收。
应收账款	26,764,863.59	0.76	51,244,805.19	1.52	-47.77	本年销售回款加快。
应收股利	132,766,927.46	3.79	-	-	-	联营公司重庆嘉威啤酒有限公司宣告分红。
划分为持有待售的资产	26,209,201.57	0.75	-	-	-	拟处置的子公司资产，详见第十一节七 11。
其他流动资产	40,571,172.33	1.16	28,793,100.19	0.86	40.91	待抵扣增值税进项税增加所

						致。
长期股权投资	131,924,391.11	3.76	305,097,512.02	9.07	-56.76	联营公司重庆嘉威啤酒有限公司宣告分红。
在建工程	20,368,764.60	0.58	151,559,491.90	4.50	-86.56	主要系宜宾酒厂转固所致。
递延所得税资产	95,688,236.54	2.73	63,165,987.28	1.88	51.49	主要系递延收益及预提费用所确认的递延所得税资产增加所致。
其他非流动资产	8,172,309.46	0.23	33,410,551.94	0.99	-75.54	拟处置子公司资产划分为持有待售的资产。
应付账款	502,794,150.73	14.34	345,850,595.32	10.28	45.38	应付材料款及工程款增加所致。
递延收益	112,180,149.61	3.20	27,330,490.69	0.81	310.46	宜宾酒厂收取的政府老厂搬迁与新厂建设补偿款增加所致。

其他说明

无。

4.2 截至报告期末主要资产受限情况

□ 适用 √不适用

4.3 其他说明

□ 适用 √不适用

5 投资状况分析

5.1 对外股权投资总体分析

□ 适用 √不适用

5.2 重大的股权投资

□ 适用 √不适用

5.3 重大的非股权投资

√适用 □ 不适用

2015 年 6 月，公司及子公司重庆啤酒宜宾有限责任公司（以下简称宜宾公司）与宜宾县人民政府签订了《年产 30 万千升啤酒生产线技改搬迁项目投资协议》，协议约定因宜宾市市政规划、环保、安全要求，宜宾县人民政府拟对宜宾公司原厂厂区进行房屋征收及土地回收，并提供位于宜宾县向家坝工业集中区高捷园一期占地面积为约 200 亩的地块，用于宜宾公司新厂啤酒生产项目建设，并另规划预留相邻 100 亩作为二期用地，并给予宜宾公司补偿款 1.5 亿元，应在 2017 年 12 月 31 日前完成支付，补偿款首先用于补偿原厂区各项搬迁损失，剩余款项作为新厂建设补助；公司及宜宾公司承诺新厂一期设计产能不低于 20 万千升，投资总额（固定资产投资）不低于 3.3 亿元，已于 2017 年 11 月开始试生产。截至资产负债表日，宜宾公司新厂建设及老厂搬迁已完成，

宜宾公司已累计收到补偿款 1 亿元。

5.4 以公允价值计量的金融资产

□ 适用　√不适用

6　重大资产和股权出售

√适用　□ 不适用

报告期内公司转让持有的九华山公司 100%股权以及对九华山公司的债权；转让持有的甘肃金山公司 60%股权及对甘肃金山公司的债权。详见本报告第十一节财务报告“十六、其他重要事项 8：(五)子公司股权转让”。

7　主要控股参股公司分析

√适用　□ 不适用

金额单位：万元

子公司全称	子公司类型	注册地	业务性质	注册资本	经营范围	持股比例	总资产	净资产	营业收入	营业利润	净利润
重庆嘉酿啤酒有限公司	控股子公司	重庆市	啤酒业	43,500.00	啤酒生产、销售	51.42%	156,252.33	2,005.86	77,283.13	437.95	-196.11

8　公司控制的结构化主体情况

□ 适用　√不适用

9　公司关于公司未来发展的讨论与分析

9.1 行业格局和趋势

√适用　□ 不适用

在 2017 年中国经济稳中有进、稳中向好的大背景下，中国啤酒行业自 2014 年以来销量下滑趋势有所放缓。综观全年，虽然个别月份出现增长，但根据国家统计局数据，2017 年 1-12 月，全国规模以上啤酒企业完成酿酒总产量 4401.49 万千升，同比下降 0.66%；纳入统计的 447 家规模以上啤酒企业中，有 132 家亏损。

啤酒行业的整体复苏仍然面临重重压力。近年来导致啤酒行业销量下滑的不利因素，在 2017 年没有发生根本改变，包括：啤酒消费总量在饱和点徘徊；啤酒销售主渠道餐饮行业整体不振；酒类消费选择多元化导致消费者分流；企业刚性成本不断上升等。

与此同时，2017 年中国啤酒市场销量下滑，但利润却出现个位数的增长，这主要是由高端和超高端产品带来的。从整个行业发展上看，一方面，由于中国人口红利的消退和人口结构变化，啤酒消费主流人群年龄逐步老化，大众健康意识的增强，与啤酒平行的可替代饮品逐步增多。另一方面，近年来中国啤酒消费市场的碎片化和个性化发展趋势不断增强，加之近年来国外进口啤

酒销量飙升也加剧了市场竞争，随着如今的中国啤酒消费者品牌选择更加多元化，进入更高品质生活，消费者在更少量饮酒的同时更追求喝更好的啤酒。

在 2017 年，中国啤酒行业也出现一系列积极的趋势，进而凝聚成为行业共识，包括：消费升级势头明显，低端产品下滑的同时，高端产品却在上升；听装酒、小支酒等产品类型上升迅速，实现了消费人群和消费场景的拓展；电子商务环境的成熟，提供了新的销售渠道和机会。

基于以上情况，公司管理层认为，结合 2017 年的行业发展趋势考量，整体啤酒行业销量大幅增长、连年增长已经失去现实基础，以量为导向、跑马圈地的时代已经成为历史。但是，中国作为全球最大和最具潜力啤酒市场的基础没有变，消费升级将推动行业升级，中国啤酒行业已经进入了以高质量发展为目标的新时代，依据良好的产品组合与高端化策略，公司仍然对行业发展充满信心。

9.2 公司发展战略

√适用 □ 不适用

作为嘉士伯集团成员之一，公司将以嘉士伯集团“扬帆 22”战略为指引，开展公司经营管理。

“扬帆 22”战略于 2016 年启动，面向 2022 年，也为公司未来发展设定了规划和目标，有以下 4 大重点：

- 强化核心优势。善用根据地市场；执行出色；优化效率与成本。
- 定位实现增长。赢得成长性品类；瞄准大城市。
- 构建必赢文化。以团队为基础的绩效表现；为更美好的社会做贡献；实施公司道德行为指南。
- 为股东创造价值。运营利润实现有机增长；投资回报率改善；最佳的资本分配。

根据“扬帆 22”战略，公司的愿景是在开展业务的市场上，成为专业、成功和具有吸引力的啤酒公司。

在可持续发展方面，公司将执行嘉士伯集团“迈向零目标”可持续发展战略。这一战略由四项目标组成：零碳足迹、零水耗浪费、零非理性饮酒和零事故，均有可衡量指标。公司承诺，通过建立和实施负责人的运营方式，在盈利的同时，对社会和环境做出积极的贡献。

9.3 经营计划

√适用 □ 不适用

2018 年，公司计划实现啤酒产销量 92.34 万千升，实现税后净收入 30.57 亿元。为实现这一经营目标，公司将采取以下措施：

第一，在市场策略方面，继续推进产品高端化战略。2018 年是重啤成立 60 周年，以此为契机，公司将继续搭建重庆啤酒“789 狂欢季”推广平台，提升品牌影响力，乐堡品牌持续与音乐结合提升年轻化和高档化；扩大公司高档产品的分销覆盖范围，力推公司高档新品，继续强化把控现饮市场，加强非现饮终端高档听装产品的分销覆盖及陈列显现；严格管控市场投入费用，从品牌和市场两方面着手提升市场份额；通过对销售前线团队个人绩效目标的设定与考核，打造一支以结果为导向的高绩效团队。

第二，在供应链管理方面，继续推进生产网络优化战略。持续深入推动“LeanTPM”在各酒厂的实施；继续强化 EHS 管理，通过 SHAPE 的推广，持续提升各级员工的 EHS 技能；持续提升产品质量、提高客户满意度；对组织架构进一步优化，持续提升组织效率。

第三，在财务管理方面，优化内部控制流程，提升内部控制水平；持续推进 ERP 体系建设，加强各个功能部门的联动；完善和强化分子公司月度经营分析和预算管理，提升各分子公司财务分析能力。

第四，在人力资源管理方面，重点加强员工能力培养及人才发展，鼓励员工在工作中学习和历练，公司提供相应的培训、轮岗等平台，让有意愿有能力的员工得到充分发展；在文化建设、组织优化、绩效管理、人力资源服务、员工关系方面，以标准化、简单化、满意度为方向，持续

改进和提升。

9.4 可能面对的风险

√适用　□ 不适用

公司经营管理将面临成本上涨带来的挑战。同时，全国性的重点啤酒厂商和一些新兴小众品牌将有可能加强对公司市场区域的渗透和扩张，区域内竞争将更加激烈。随着区域内连锁零售业的快速发展，更多的单店转向连锁经营模式，企业的产品利润空间将面临很大的压力。随着区域内啤酒产品逐步向高档化方向发展，以及消费者在非现饮渠道的消费习惯逐渐从瓶装向罐装转变，迫使公司在产品组合、渠道推广以及销售模式等方面都需要不断地适应新的市场变化。

9.5 其他

□ 适用　√不适用

10　导致暂停上市的原因

□适用　√不适用

11　面临终止上市的情况和原因

□适用　√不适用

12　公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

□适用√不适用

13　公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

□适用√不适用

14　与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

√适用□不适用

本公司将重庆嘉酿啤酒有限公司、重庆啤酒攀枝花有限责任公司、重庆啤酒西昌有限责任公司、湖南重庆啤酒国人有限责任公司、重庆啤酒集团成都勃克啤酒有限公司、柳州山城啤酒有限责任公司、重庆啤酒安徽亳州有限责任公司和重庆啤酒宜宾有限责任公司等 8 家子公司纳入本期合并财务报表范围，详见本财务报表附注合并范围的变更和在其他主体中的权益之说明。

董事长：柯俊财

重庆啤酒股份有限公司

2018 年 4 月 12 日