

证券代码：000729

证券简称：燕京啤酒

公告编号：2023-14

北京燕京啤酒股份有限公司 2022 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 2,818,539,341 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.80 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	燕京啤酒	股票代码	000729
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书		
姓名	徐月香		
办公地址	北京市顺义区双河路 9 号		
传真	010-89495569		
电话	010-89490729		
电子信箱	zqb@yanjing.com.cn		

2、报告期主要业务或产品简介

（1）报告期内公司所从事的主要业务

公司主营啤酒、水、饮料等制造和销售。啤酒属于日常快速消费品，公司啤酒的生产及销售业务占公司主营业务的90%以上。

2022年，公司按照“十四五”发展规划和目标，积极应对行业发展新形势，采取多种有效举措，持续

增强市场竞争力。公司目前拥有控股子公司50余个，遍布全国18个省（直辖市），销售区域辐射全国。

（2）报告期内公司所属行业的发展阶段、周期性特点以及公司所处的行业地位

啤酒行业是国内市场竞争最激烈的行业之一。近年来，随着消费升级，啤酒产品品质导向更为明显，促使国内啤酒品牌产品加速从低端向中高端升级，啤酒行业高端化趋势随之进一步加快，高端化、品牌化是啤酒行业未来发展的趋势。

2022年，国内啤酒全年实现规模以上企业啤酒产量3,568.7万千升，同比增长1.1%（数据来源：国家统计局；统计口径：年主营业务收入2,000万元以上的全部工业法人企业）。本公司2022年度实现啤酒销量377.02万千升，同比增长4.12%，快于行业增速。

（3）报告期经营情况回顾

2022年，公司坚持党建引领，围绕高质量发展主题，坚持市场化改革方向，按照既定的战略目标和实施路径，有序推进各项工作，销量、收入、利润均取得较快增长。公司实现啤酒销量377.02万千升，同比增长4.12%，销量增速快于行业增速，其中燕京U8销量39万千升，同比增长超50%；实现营业收入1,320,206.95万元，同比增长10.38%；实现归属于上市公司股东净利润35,229万元，同比增长54.51%。公司发展呈现了质的有效提升和量的稳步增长的良好态势。

报告期内，公司着眼长远发展，把握大局大势，全力推进各项变革，取得了阶段性的成效。

以思想变革为先导。公司坚持党建引领，坚持问题导向，加强作风建设。通过开展党员干部红色教育培训，在井冈山、延安接受思想洗礼，强化思想淬炼；通过创建“燕京红燕”党建品牌，推动党建与业务工作融合发展，推进基层党组织规范化建设；通过开展“变革变革、燕京有我”主题教育活动，凝聚改革共识。

以治理变革推进规范发展。公司一是精简董事会人员，通过多层面专业决策思维的引入，使董事会成员专业背景、从业经历及技术特长多元化，实现了外部董事占多数的董事会人员结构，提高了董事会运作效率，确保了董事会决策的独立性、科学性、有效性。二是在优化已有专委会组成人员结构的基础上，增设了全面风险管理委员会以进一步健全公司风险管理体系、合规管理体系，设立了环境、社会及公司治理（ESG）发展委员会，制定了《ESG五年战略规划》，以加强公司在ESG方面的管理能力，提升公司可持续发展水平。公司战略发展、业务推进和风险防控全过程更加规范、高效、科学。

以组织变革提升管理效能。公司通过构建“1+5+N”总部全新组织架构，强化总部垂直管理和赋能指导职能，提高集团化经营管控效能，以强有力的组织体系为创新提供组织支撑和保障，推动现代化管理体系建设和管理能力提升。通过优化人力资源管理，健全人才培养、选用、评价、交流、引进、激励机制，充分发挥人力资源管理杠杆效应。公司成立了燕京商学院、健全了干部选拔任用制度，启动了人才库管理机制，实施人才的培养、任用等动态管理，同时以挂职轮岗、交流任职、加大对市场化优质人才的引进力度等多种方式，丰富人才锻炼途径，优化员工年龄结构、知识结构、专业结构和技能结构，承接组织转型的需要，成就高效组织。

以体制机制改革激发团队活力。公司突出市场化方向，建立向贡献者倾斜的薪酬体系，搭建燕京市场化薪酬体系、绩效管理辦法。通过推进分子公司负责人及经理层成员任期制和契约化管理，强化当期和

任期意识；通过深化企业分类考核评价机制，设定超额分享机制，有效激发经营动力；通过落地职业经理人制度，建立选人用人双通道；通过改革员工薪酬与考核体系，明确员工成长路径。

以运营变革实现效率提升。公司加强精细化运营管理，在提质增效上持续发力，向管理要效益。报告期内，公司推进资源优化整合，增强内生能动性；深化全面预算管理，注重强化预算监督与评价；加强供应链保障体系建设，完成“十四五”供应链数字技术转型规划和供应链平台搭建策略及运行框架。

以生产变革提质增效。公司坚定不移推进卓越管理体系建设，以 KPI 目标达成为导向，着力打造最佳实践、管理、质量、人力、维护、物流、安全、环境八大体系支柱，实施全方位、全链条革命性重构，打造燕京发展新优势。通过试点生产工厂新管理模式，初步建立燕京工厂管理准则，通过建立全国单品生产工厂准入机制，打造标杆工厂。

以营销变革加速品牌高端化进程。报告期内，公司持续开展 U8 全链路营销，借助一线艺人代言构建品牌内容体系，统筹全媒体运作，赞助北京冬奥会、登陆央视春晚和北京春晚，走进 CCTV-6 品牌日及“大众电影百花节”，点亮重点城市地标建筑，打造创意地铁站，投放公交车、候车厅、电梯电视广告，举办大篷车、KOL 探店、品牌快闪店、品鉴会、主题包店等多种形式的品宣活动，利用电商平台进行新品宣发、直播卖货，实现了燕京品牌年轻化、潮流化转型；以“百县工程”为契机，开发优势区县市场，形成示范效应，取得初步成效；通过在全国布局燕京酒馥社区小酒馆，在一线城市打造狮王精酿旗舰店，创新空间消费场景。

以研发变革驱动产品升级焕新。公司依托多维创新平台，精准对位年轻消费群体，深刻洞察消费需求，在产品上不断推陈出新，完成多款燕京主品牌战略单品研发上市，打造燕京 V10 白啤、高端拉格 S12 皮尔森，统一集团单品形象，重塑焕新鲜啤 2022、雪鹿啤酒，推出 U8plus、老燕京 12 度特满足细分需求，推出狮王精酿高端品牌系列产品，实现特色产品储备 17 款，多款已进入市场转化流程，与中国酒业行业协会联名完成“观渺”和“隋源”两款超高端产品研发和定制生产，燕京高端化产品矩阵更加完善，“研发一批、上市一批、储备一批”的创新模式更加成熟。2022 年总部精酿中心竣工投产，标志着北京、广西两大精酿啤酒生产基地布局构成，成为高端品牌与产品快速孵化的生产基地，将持续提供高品质特色产品输出。

以文化变革重塑企业精神。塑造燕京新时期“有你文化”企业文化品牌，驱动燕京企业文化建设与价值观重塑，向社会公众诠释“客户至上”内涵，有效提升了企业知名度和美誉度。公司打造燕京专属歌曲《有你就有世界》，传递奉献、包容的品牌精神，促进品牌与消费者的有效互动。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
--	---------	---------	-----------	---------

总资产	20,694,546,252.09	19,419,918,038.53	6.56%	18,491,856,830.83
归属于上市公司股东的净资产	13,425,768,842.04	13,408,865,806.06	0.13%	13,243,571,806.41
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	13,202,069,536.17	11,960,988,475.47	10.38%	10,928,382,545.82
归属于上市公司股东的净利润	352,293,089.71	228,011,068.22	54.51%	196,873,800.08
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	271,550,965.78	171,517,238.08	58.32%	155,706,757.84
经营活动产生的现金流量净额	1,717,908,588.15	1,625,095,304.82	5.71%	1,569,576,443.61
基本每股收益（元/股）	0.125	0.081	54.32%	0.070
稀释每股收益（元/股）	0.125	0.081	54.32%	0.070
加权平均净资产收益率	2.62%	1.71%	0.91%	1.49%

（2）分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	3,100,222,997.15	3,807,300,188.87	4,414,461,050.04	1,880,085,300.11
归属于上市公司股东的净利润	863,928.85	349,756,398.09	321,879,886.83	-320,207,124.06
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-24,845,936.52	337,493,441.38	316,631,464.37	-357,728,003.45
经营活动产生的现金流量净额	741,907,218.09	1,027,241,728.57	889,890,316.47	-941,130,674.98

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

（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

报告期末普通股股东总数	48,629	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	49,450	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
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	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
北京燕京啤酒投资有限公司	国有法人	57.40%	1,617,727,568	297,607,894			
香港中央结算有限公司	境外法人	3.20%	90,178,999	0			
北京燕京啤酒集团有限公司	国有法人	1.87%	52,686,697	11,306,780			
唐建华	境内自然人	1.78%	50,257,239	0			
高盛国际—自有资金	境外法人	1.19%	33,461,285	0			
中国银行—华夏大盘精选证券投资基金	其他	0.52%	14,599,917	0			
#吴懿兵	境内自然人	0.48%	13,467,809	0			
#刘存	境内自然人	0.45%	12,701,046	0			
南方基金—农业银行—南方中证金融资产管理计划	其他	0.45%	12,647,600	0			

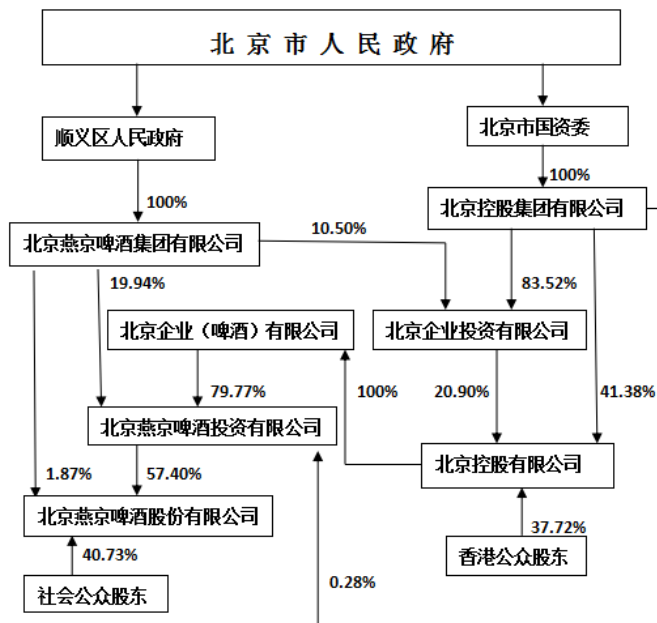
大成基金—农业银行—大成中证金融资产管理计划	其他	0.45%	12,647,600	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述股东中，北京燕京啤酒集团有限公司持有北京燕京啤酒投资有限公司 19.94% 股份。未知上述其他股东是否属于一致行动人，也未知其他股东是否存在关联关系。			
参与融资融券业务股东情况说明（如有）		公司前 10 名股东中，#吴懿兵通过信用交易担保证券账户持有本公司股票 3,042,042 股，通过普通证券账户持有本公司股票 10,425,767 股，合计持有本公司股票 13,467,809 股，其持股在本报告期减少 677,733 股； #刘存通过信用交易担保证券账户持有本公司股票 12,700,946 股，通过普通证券账户持有本公司股票 100 股，合计持有本公司股票 12,701,046 股，其持股在本报告期增加 53,446 股。			

（2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

详见公司 2022 年年度报告全文第三节“管理层讨论与分析”和第六节“重要事项”。

董事长：耿超

北京燕京啤酒股份有限公司

二〇二三年四月十四日