

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 2019 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 致同会计师事务所（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

根据《公司章程》规定，结合公司生产经营情况，2019 年度拟作如下分配：以 2019 年末总股本 25,000 万股为基数，每 10 股派发现金股利 0.30 元（含税），共计向全体股东派发股利 7,500,000.00 元；剩余未分配利润结转下一年度。本预案尚需提交 2019 年年度股东大会审议。

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	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	
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
电话	0595-87396105	0595-87396105
电子信箱	hqbeer@hqbeer.com	hqbeer@hqbeer.com

2 报告期公司主要业务简介

报告期内，公司主要业务未发生变化。公司的主要经营业务为生产销售啤酒。主要产品是惠泉一麦、惠泉纯生、惠泉欧骑士和惠泉鲜啤系列产品等，主要市场是福建、江西等地。公司不断技术创新，专注品质提升，通过实施产品差异化、渠道差异化和精细化管理来吸引消费者，努力推动企业经济效益良好发展。啤酒为快速消费品，其产销有着一定的季节性，一般情况每年的第二、三季度是啤酒的销售旺季。随着经济发展和改革深化，消费升级明显，行业持续进行产品、服务等优化调整。

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

	2019年	2018年	本年比上年 增减(%)	2017年
总资产	1,223,219,255.58	1,209,737,778.79	1.11	1,211,747,374.03
营业收入	563,265,364.10	551,593,644.89	2.12	569,027,210.08
归属于上市公司股东的净利润	19,818,966.18	18,497,328.66	7.15	24,181,702.89
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	4,746,956.58	-567,001.30	不适用	-46,292,320.90
归属于上市公司股东的净资产	1,137,930,033.66	1,125,611,067.48	1.09	1,114,613,738.82
经营活动产生的现金流量净额	63,182,452.88	18,446,752.23	242.51	3,982,142.38
基本每股收益（元/股）	0.079	0.074	6.76	0.097
加权平均净资产收益率（%）	1.77	1.65	增加0.12个百分点	2.19

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	125,124,902.54	171,751,606.35	202,637,274.33	63,751,580.88
归属于上市公司股东的净利润	-5,654,792.82	11,664,251.75	21,604,566.32	-7,795,059.07
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-7,103,600.82	8,346,784.00	18,669,555.94	-15,165,782.54
经营活动产生的现金流量净额	22,693,646.55	43,681,661.13	42,699,831.48	-45,892,686.28

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

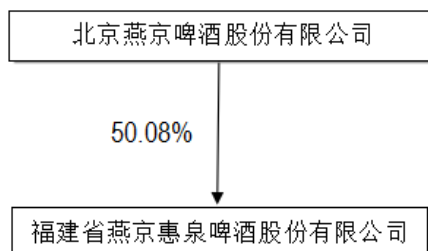
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）							14,030
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							15,486
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	
北京燕京啤酒股份有限公司		125,194,578	50.08		无		国有法人
龚建强	5,376,500	5,376,600	2.15		无		境内自然人
龙口聚源投资合伙企业(有限合伙)		3,300,001	1.32		无		境内非国有 法人
王晓茜		3,000,000	1.20		无		境内自然人
刘存	1,855,700	1,855,700	0.74		无		境内自然人
上海昀启投资有限公司—昀启投资—私募学院菁英 69 号基金	-145,500	1,641,600	0.66		无		其他
李明辉	200,000	1,395,000	0.56		无		境内自然人
戴震辉	1,149,680	1,149,680	0.46		无		境内自然人

何元兴		1,095,500	0.44		无		境内自然人
周放		-806,100	968,132	0.39		无	境内自然人
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。						

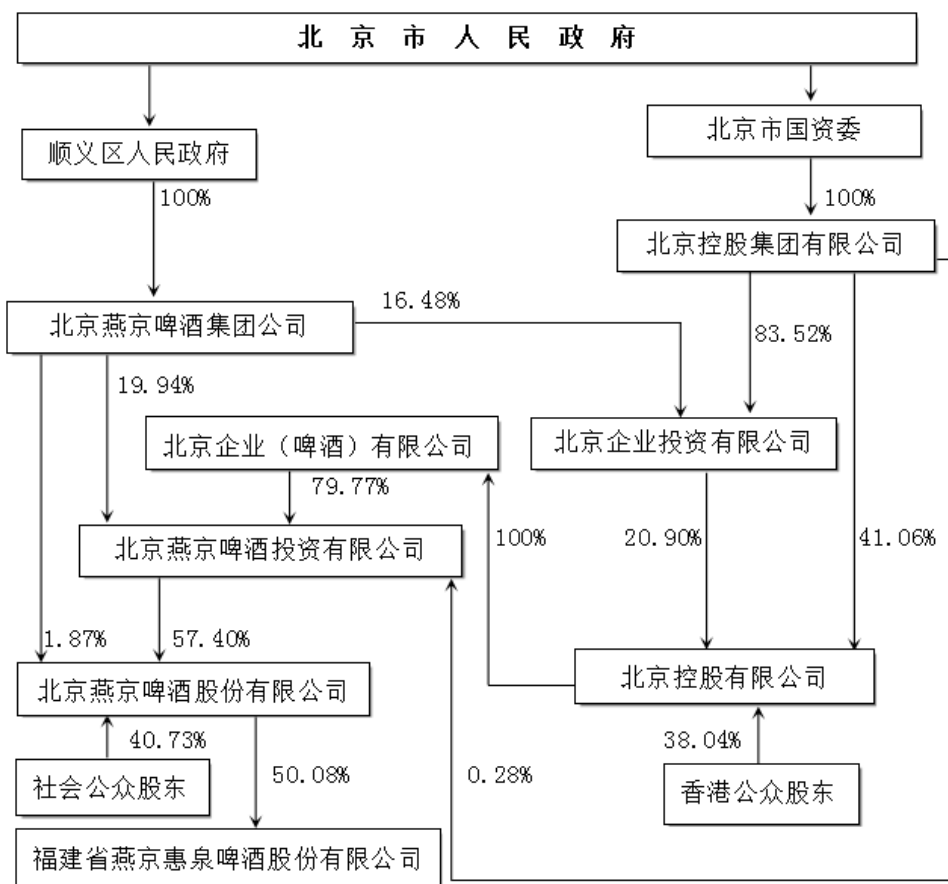
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

(一) 经营情况讨论与分析

2019 年中国规模以上啤酒企业累计产量 3765.3 万千升。中国啤酒行业进入新周期，中高档需求增长，吨酒毛利提升，整体竞争属性由价格竞争转向价值竞争。2019 年，公司全体员工同心协力，攻坚克难，各项工作稳步推进。报告期内，公司啤酒销售量 20.80 万千升；实现营业收入 56,326.54 万元，利润总额 2,653.17 万元，较上年同期增长 3.94%，归属于上市公司股东的净利润 1,981.90 万元，较上年同期增长 7.15%。

● 市场建设不断强化

报告期内，公司聚焦基地市场，搭建客户渠道精细管理平台，促进基地市场销量平稳增长，强化核心市场和新兴市场各销售环节管控，稳固核心市场销量，逐步突破新兴市场销售。明确“鲜系列”产品主品牌市场功能地位，开发和推广小容量新产品、精酿产品，升级中端易拉罐系列主力产品，提升中高端产品市场份额。报告期内，公司小容量产品销量占比同比上升 3.58%，吨酒销售收入同比上升 5.6%，产品结构调整优化成效初显。同时，公司加快网络平台市场挖掘和新客户培育，探索与公司相适应的网络销售模式，报告期内公司建立完成自营微信网商平台。

● 产品质量持续提升

报告期内，公司持续贯彻“批批精品、瓶瓶精品”质量目标，立足卓越质量管理，紧抓管理体系、质量体系和最佳实践三大路径，重点以满足用户需求选择为导向，对主流产品从“色、香、味”上进行质量提升和质量改进，实现卓越质量管理的扎实落地，产品内在品质的突破提升，提高消费者对产品的感知度、满意度。报告期内，公司产品的新鲜度、一致性、协调性和纯净度均稳步提升，继惠泉小鲜啤酒后，惠泉欧骑士啤酒再获中国酒业协会酒类新品“青酌奖”。

● 技术创新持续推进

报告期内，公司坚持技术研发先行，加大研发费用投入，完善创新激励机制，加强对研发和创新工作的支持，激励员工精研生产、设备、技术和工艺，推崇匠心酿制的工匠精神，推进生产过程和品质管理的精益求精。报告期内，公司员工创新创造积极性提高，啤酒工艺技术控制、生产技术水平等均获得提升，员工通过自主创新，获得福建省百万职工“五小”创新大赛奖和全国实用新型发明专利。

● 品牌文化有效构筑

报告期内，公司推出具有惠安女文化的鲜啤酒、福鼎白茶文化的白茶啤酒以及抚州戏曲文化的原浆啤酒等，通过具有浓厚的地域文化特色产品，构筑独有的品牌文化体系。公司通过鲜系列产品，提炼传播“治大国若烹小鲜”匠心文化，借助惠泉啤酒文化节等大型活动，抖音、微信、梯视等新媒体和电视、户外等传统媒体，多渠道传播惠泉啤酒的独特品牌文化，为企业发展注入文化内涵。

● 内部管理不断细化

报告期内，公司强化内部管理，对人、财、物流程进行细化，完善人力资源平台、财务管理

平台和物资采购平台等，加强综合计划管理，深化数据收集、分析和跟踪，公司管理的计划、组织、协调和控制能力不断提升。公司坚持质量管理为导向降本增效，持续进行生产过程优化，多层次完善经济责任制考核体系，注重落实和执行监管，促进生产精细化管理的常态化。同时，公司梳理内控制度，加强内部审计控制，提高资金预算等的预防性风险管控，将控制结果向控制过程转变，防范经营风险，促进企业可持续发展。

(二) 报告期内主要经营情况

报告期内，公司实现营业收入 56,326.54 万元，较上年同期增长 2.12%；完成利润总额 2,653.17 万元，较上年同期增长 3.94%；实现归属于上市公司股东的净利润 1,981.90 万元，较上年同期增长 7.15%。

(三) 导致暂停上市的原因

适用 不适用

(四) 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

(五) 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

①新金融工具准则

财政部于 2017 年颁布了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量（修订）》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移（修订）》、《企业会计准则第 24 号——套期会计（修订）》及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（修订）》（以下统称“新金融工具准则”），本公司于 2019 年 4 月 25 日召开的第八届董事会第七次会议，批准自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，对会计政策相关内容进行了调整。

新金融工具准则要求根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产划分为以下三类：（1）以摊余成本计量的金融资产；（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；（3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。混合合同包含的主合同属于金融资产的，不应从该混合合同中分拆嵌入衍生工具，而应当将该混合合同作为一个整体适用金融资产分类的相关规定。

2019 年 1 月 1 日，采用新金融工具准则对本集团金融负债的会计政策并无重大影响。

2019 年 1 月 1 日，本集团没有将任何金融资产或金融负债指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，也没有撤销之前的指定。

新金融工具准则以“预期信用损失法”替代了原金融工具准则规定的、根据实际已发生减值损失确认减值准备的方法。“预期信用损失法”模型要求持续评估金融资产的信用风险，因此在新金融工具准则下，本集团信用损失的确认时点早于原金融工具准则。

本集团以预期信用损失为基础，对下列项目进行减值会计处理并确认损失准备：

● 以摊余成本计量的金融资产

本集团按照新金融工具准则的规定，除某些特定情形外，对金融工具的分类和计量（含减值）进行追溯调整，将金融工具原账面价值和在新金融工具准则施行日（即 2019 年 1 月 1 日）的新账面价值之间的差额计入 2019 年年初留存收益或其他综合收益。同时，本集团未对比较财务报表数据进行调整。

于 2019 年 1 月 1 日，金融资产按照原金融工具准则和新金融工具准则的规定进行分类和计量的结

果对比如下：

原金融工具准则			新金融工具准则		
项目	类别	账面价值	项目	类别	账面价值
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	-	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	-
			衍生金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	-
	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益（权益工具）	-	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	-
			其他权益工具投资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	-
	以成本计量（权益工具）	-	其他非流动金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	-
			其他权益工具投资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	-
应收票据	摊余成本	-	应收票据	摊余成本	-
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	-
应收账款	摊余成本	-	应收账款	摊余成本	-
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	-
其他应收款	摊余成本	-	其他流动资产	摊余成本	-
			其他应收款	摊余成本	-
长期应收款	摊余成本	-	长期应收款	摊余成本	-

于 2019 年 1 月 1 日，执行新金融工具准则时金融工具分类和账面价值调节表如下：

项目	调整前账面金额 (2018 年 12 月 31 日)	重分类	重新计量	调整后账面金额 (2019 年 1 月 1 日)
资产：				
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	--	--
交易性金融资产	--	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	-	-	-	-
应收款项融资	-	-	-	-
其他应收款	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
● 以摊余成本计量	-	-	-	-
● 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	-	-	-	-
其他流动资产	-	-	-	-
可供出售金融资产	-	-	--	--

持有至到期投资	-	-	--	--
债权投资	--	-	-	-
其他债权投资	--	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
其他权益工具投资	--	-	-	-
其他非流动金融资产	--	-	-	-
负债：				
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
交易性金融负债	--	-	-	-
股东权益：				
其他综合收益	-	-	-	-
盈余公积	132,098,267.02	-	-	132,098,267.02
未分配利润	237,447,168.65	-	-	237,447,168.65
少数股东权益	8,565,757.02	-	-	8,565,757.02

本集团将根据原金融工具准则计量的 2018 年年末损失准备与根据新金融工具准则确定的 2019 年年初损失准备之间的调节表列示如下：

计量类别	调整前账面金额 (2018年12月31日)	重分类	重新计量	调整后账面金额 (2019年1月1日)
应收票据减值准备	-	-	-	-
应收账款减值准备	-	-	-	-
其他应收款减值准备	-	-	-	-
长期应收款减值准备	-	-	-	-

②财务报表格式

财政部于 2019 年 4 月发布了《财政部关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号），2018 年 6 月发布的《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15 号）同时废止；财政部于 2019 年 9 月发布了《财政部关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》（财会[2019]16 号），《财政部关于修订印发 2018 年度合并财务报表格式的通知》（财会[2019]1 号）同时废止。根据财会[2019]6 号和财会[2019]16 号，本公司对财务报表格式进行了以下修订：

资产负债表，将“应收票据及应收账款”行项目拆分为“应收票据”及“应收账款”；将“应付票据及应付账款”行项目拆分为“应付票据”及“应付账款”。

本公司对可比期间的比较数据按照财会[2019]6 号文进行调整。

财务报表格式的修订对本公司的资产总额、负债总额、净利润、其他综合收益等无影响。

③新非货币性交换准则

财政部于 2019 年 5 月 9 日发布了《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》（以下简称“新非货币性交换准则”），明确了货币性资产和非货币性资产的概念和准则的适用范围，明确了非货币性资产交换的确认时点，明确了不同条件下非货币性资产交换的价值计量基础和核算方法及同时

完善了相关信息披露要求。本集团对 2019 年 1 月 1 日以后新发生的非货币性资产交换交易采用未来适用法处理，对 2019 年 1 月 1 日以前发生的非货币性资产交换交易不进行追溯调整。本次会计政策变更经本公司第八届董事会第十三次会议批准通过。

④新债务重组准则

财政部于 2019 年 5 月 16 日发布了《企业会计准则第 12 号——债务重组》（以下简称“新债务重组准则”），修改了债务重组的定义，明确了债务重组中涉及金融工具的适用《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》等准则，明确了债权人受让金融资产以外的资产初始按成本计量，明确债务人以资产清偿债务时不再区分资产处置损益与债务重组损益。

根据财会[2019]6 号文件的规定，“营业外收入”和“营业外支出”项目不再包含债务重组中因处置非流动资产产生的利得或损失。

本次会计政策变更经本公司第八届董事会第十三次会议批准通过。

(六) 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

(七) 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

本集团本期合并财务报表范围及其变化情况见《公司 2019 年年度报告》第十一节财务报告“八、合并范围的变更”和“九、在其他主体中的权益”披露索引。

福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

董事长：刘翔宇

2020 年 4 月 23 日