

公司代码：600600

公司简称：青岛啤酒

青岛啤酒股份有限公司
2020 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 普华永道中天会计师事务所（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

公司第九届董事会第十五次会议审议通过的 2020 年度利润分配预案为：每股派发现金股利人民币 0.75 元（含税）。如在利润分配预案披露之日起至实施权益分派股权登记日期间公司总股本发生变动，公司拟维持每股分红金额不变，相应调整分配总额，并将另行公告具体调整情况。

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	青岛啤酒	600600	不适用
H股	香港联合交易所有限公司	青岛啤酒	00168	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	张瑞祥	孙晓航
办公地址	青岛市市南区东海西路35号青啤大厦	青岛市市南区东海西路35号青啤大厦
电话	0532-85713831	0532-85713831
电子信箱	secretary@tsingtao.com.cn	secretary@tsingtao.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

公司的经营范围是啤酒制造、销售以及与之相关的业务。目前公司在国内拥有 60 家全资和控股的啤酒生产企业，及 2 家联营及合营啤酒生产企业，分布于全国 20 个省、直辖市、自治区，规模和市场份额居国内啤酒行业领先地位。其生产的青岛啤酒为国际市场上最具知名度的中国品牌，已

行销世界一百余个国家和地区。

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

	2020年	2019年	本年比上年 增减(%)	2018年
总资产	41,514,185,835	37,312,383,547	11.26	34,075,265,005
营业收入	27,759,710,926	27,983,760,363	-0.80	26,575,255,205
归属于上市公司股东的净利润	2,201,323,556	1,852,103,376	18.86	1,422,199,705
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,815,584,753	1,346,981,071	34.79	1,053,742,612
归属于上市公司股东的净资产	20,621,960,515	19,171,583,034	7.57	17,970,471,086
经营活动产生的现金流量净额	4,953,422,362	4,016,552,579	23.33	3,992,008,401
基本每股收益（元/股）	1.629	1.371	18.86	1.053
稀释每股收益（元/股）	1.627	1.371	18.67	1.053
加权平均净资产收益率（%）	11.13	9.97	增加1.16个百分点	8.10

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	6,292,946,111	9,386,045,225	8,743,088,142	3,337,631,448
归属于上市公司股东的净利润	537,178,217	1,317,804,885	1,123,028,406	-776,687,952
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	461,265,005	1,161,486,823	1,054,811,568	-861,978,643
经营活动产生的现金流量净额	619,328,210	4,345,168,690	949,498,081	-960,572,619

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

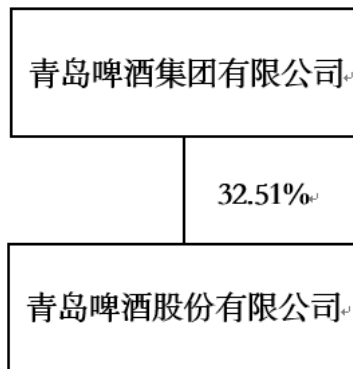
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					39,608 户。其中：A 股 39,351 户，H 股 257 名		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					59,189 户。其中：A 股 58,935 户，H 股 254 名		
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	
香港中央结算（代理 人）有限公司	58,020	613,907,867	45	0	未知	未知	境外 法人
青岛啤酒集团有限公 司	0	443,467,655	32.51	0	无	0	国有 法人
中国证券金融股份有 限公司	-2,492,929	30,215,986	2.21	0	无	0	国有 法人
香港中央结算有限公 司	-4,765,161	16,764,609	1.23	0	无	0	境外 法人
中国农业银行股份有 限公司—易方达消费 行业股票型证券投资 基金		14,017,495	1.03	0	无	0	其他
中央汇金资产管理有 限责任公司	0	10,517,500	0.77	0	无	0	国有 法人
中国人寿保险股份有 限公司—传统—普通 保险产品—005L— CT001 沪	4,655,587	5,345,126	0.39	0	无	0	其他
中国工商银行股份有 限公司—富国天惠精 选成长混合型证券投 资基金（LOF）		5,000,000	0.37	0	无	0	其他
中国人寿保险股份有 限公司—分红—个人 分红—005L—FH002 沪		4,997,416	0.37	0	无	0	其他
阿布达比投资局	1,544,966	4,433,538	0.32	0	无	0	境外 法人

<p>上述股东关联关系或一致行动的说明</p>	<p>1. 青啤集团持股数量包括了通过其自身以及全资附属公司香港鑫海盛投资发展有限公司（“鑫海盛”）持有的本公司 H 股股份合计 38,335,600 股，其本身持有本公司 A 股股份 405,132,055 股。2. 香港中央结算（代理人）有限公司及香港中央结算有限公司均为香港交易及结算所有限公司的全资子公司，香港中央结算（代理人）有限公司持有的 H 股股份乃代表多个客户所持有，并已扣除青啤集团及鑫海盛持有的 H 股股份数量。而香港中央结算有限公司持有的 A 股股份亦为代表其多个客户持有。3. 于报告期末，复星国际有限公司下属五家实体合计持有本公司 H 股股份 144,206,236 股，占本公司总股本约 10.57%。复星国际有限公司下属五家实体所持股份是由香港中央结算（代理人）有限公司代为持有。除上所述，本公司并不知晓前十名股东之间是否存在关联关系或属于一致行动人。</p>
<p>表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明</p>	<p>不适用</p>

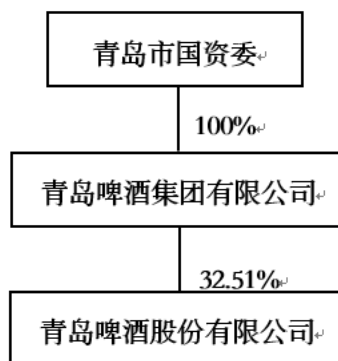
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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

2020 年，国内啤酒行业受新冠肺炎疫情的影响，市场销售面临了巨大困难和挑战，报告期内国内啤酒行业共实现啤酒产量 3,411 万千升，同比下降 7.0%。（资料来源：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。）

报告期内，公司董事会、管理层带领广大员工不等不靠、迎难而上，统筹抓好疫情防控和经营发展，坚定不移地全力推进实施高质量发展战略，充分发挥青岛啤酒的品牌和品质优势，多措并举积极开拓国内外产品市场，同时积极开源节流，降本增效，持续优化费用精细化管理体系，提升促销费用有效性和营销效率，实现了利润的逆势增长。报告期内公司累计实现产品销量 782 万千升，实现营业收入人民币 277.6 亿元；实现归属于上市公司股东的净利润人民币 22.0 亿元，同比增长 18.9%。

面对新冠肺炎疫情对国内消费市场产生的影响，公司快速应变，加快线上消费渠道拓展，推进实施“无接触配送”服务，率先开发了啤酒行业全国“无接触配送数字地图”，实现线上销售与线下配送完美接轨；公司并开展了线上百万社团和线下百万社区产品大酬宾活动，建立和完善“电商+门店+厂家直销”的立体销售平台，开辟了疫情形势下全新的营销渠道。

报告期内，公司继续深化实施“青岛啤酒主品牌+崂山啤酒第二品牌”的品牌战略，推进创新驱动和产品结构优化升级，通过沉浸式全方位品牌推广模式持续提升品牌影响力，以更高的品质，更时尚、精美的包装以及更具国际化、互动性的品牌传播，成功实现品类升级。公司年内开发并投放市场的青岛啤酒“百年之旅、琥珀拉格”等超高端新产品，实现了以“基础质量+特色质量”向“魅力质量”的跃升突破，引领了超高端市场的消费潮流，极大地提升了公司产品形象和市场竞争能力。公司以消费者体验为中心，通过打造新渠道、新场景推动高质量发展，已在全国布局 200 多家“TSINGTAO1903 青岛啤酒吧”，以高端化、个性化、时尚化的产品与消费者互动交流，不断满足消费者个性化、场景化、便捷化、高端化等多层次需求。报告期内，公司主品牌青岛啤酒共实现销量 387.9 万千升，其中“百年之旅、琥珀拉格、奥古特、鸿运当头、经典 1903、纯生啤酒”等高端产品共实现销量 179.2 万千升，保持了在国内啤酒中高端产品市场的竞争优势，引领了消费结构升级新趋势下的高质量发展。

公司加快数字化生产转型和智能制造以及工业互联网推进的步伐，加速物联网、大数据、人工智能等新技术在打造规模化、智能化生产基地中的集成应用，建设智能制造示范工厂并带动上下游企业提升产业链现代化水平，启动实施了青岛啤酒智慧产业示范园 100 万千升啤酒扩建项目、青岛啤酒厂智能制造示范工厂等改扩建项目，青岛啤酒厂获世界经济论坛评为全球首家啤酒饮料行业工业互联网“灯塔工厂”，提高了公司高端产品供应能力，促进企业发展转型升级。

在新冠肺炎疫情最严重的时间，公司董事会及时制订并推出公司上市后的首个《A 股限制性股票激励计划》并设定了颇具挑战性的未来业绩增长目标，极大的提振了广大员工和资本市场的信心，报告期内公司市值实现大幅增长，为广大投资者创造了新的价值。

2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 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

5 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

6 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

本年度合并财务报表范围的变化情况详见 2020 年年度报告中财务报表附注“五、合并范围的变更”。