

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**  
**2023 年年度报告摘要**



## 第一节 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 [www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn) 网站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。
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. 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

### （一）2023年年度利润分配方案

公司2023年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润。根据《公司章程》规定，结合公司生产经营情况，2023年度拟作利润分配方案如下：公司拟向全体股东每10股派发现金红利0.60元（含税）。截至2023年12月31日，公司总股本25,000万股，以此计算合计拟派发现金红利1,500万元（含税），剩余未分配利润结转下一年度。如在实施权益分派股权登记日前公司总股本发生变动的，公司拟维持分配总额不变，相应调整每股分配比例。

### （二）2024年中期现金分红

提请股东大会授权董事会决定公司2024年中期利润分配具体方案及全权办理中期利润分配的相关事宜，即在符合利润分配的条件下，董事会可以决定采用现金分红进行2024年中期利润分配。公司2024年中期现金分红上限不超过当期归属于上市公司股东净利润。是否实施中期利润分配及具体分配金额等具体分配方案由董事会根据当期经营情况及未来可持续发展需求状况确定。本授权以股东大会审议通过本授权及《公司章程》中股东大会可授权董事会决定具体中期分红方案的相关条款生效为前提。

本预案尚需提交公司股东大会审议。

## 第二节 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
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
电话	0595-87396105
电子信箱	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。

## 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

	2023年	2022年	本年比上年 增减(%)	2021年
总资产	1,493,447,041.77	1,409,414,365.96	5.96	1,304,490,668.37
归属于上市公司股东的净资产	1,247,764,538.62	1,211,730,857.76	2.97	1,181,382,574.10
营业收入	613,653,110.58	613,415,085.79	0.04	582,037,938.47
归属于上市公司股东的净利润	48,533,680.86	39,848,285.09	21.80	31,031,788.65
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	45,173,133.82	37,123,916.28	21.68	18,765,640.70
经营活动产生的现金流量净额	75,093,439.17	137,822,241.57	-45.51	56,724,893.66
加权平均净资产收益率（%）	3.95	3.33	增加0.62个百分点	2.65
基本每股收益（元/股）	0.194	0.159	22.01	0.124

### 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	136,894,674.72	209,685,643.27	244,258,268.42	22,814,524.17
归属于上市公司股东的净利润	898,096.00	21,372,338.32	41,737,000.31	-15,473,753.77
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	552,046.62	21,271,739.09	41,518,933.86	-18,169,585.75
经营活动产生的现金流量净额	32,674,956.49	99,514,038.34	64,553,623.00	-121,649,178.66

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

## 4. 股东情况

### 4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

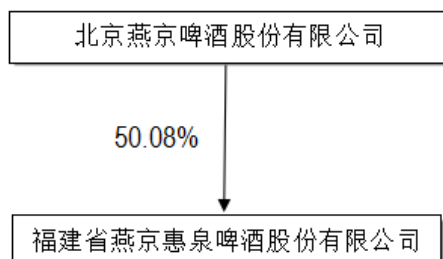
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）	21,813
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	21,870

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、标记或 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
中国建设银行股份有限公司一鹏华中证酒交易型开放式指数证券投资基金	744,100	1,832,000	0.73		无		其他
余洪杰	1,168,000	1,389,800	0.56		无		境内自然人
上海通怡投资管理有限公司一通怡麒麟6号私募证券投资基金	1,221,100	1,221,100	0.49		无		其他
中国农业银行股份有限公司一西部利得量化成长混合型发起式证券投资基金	1,199,700	1,199,700	0.48		无		其他
中国国际金融股份有限公司	167,066	1,175,672	0.47		无		国有法人
中信证券股份有限公司	305,811	1,111,264	0.44		无		国有法人
光大证券股份有限公司	-501,945	1,110,903	0.44		无		国有法人
张韵秋	400,000	1,080,100	0.43		无		境内自然人
中信里昂资产管理有限公司一客户资金一人民币资金汇入	1,036,600	1,044,400	0.42		无		境外法人
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。						

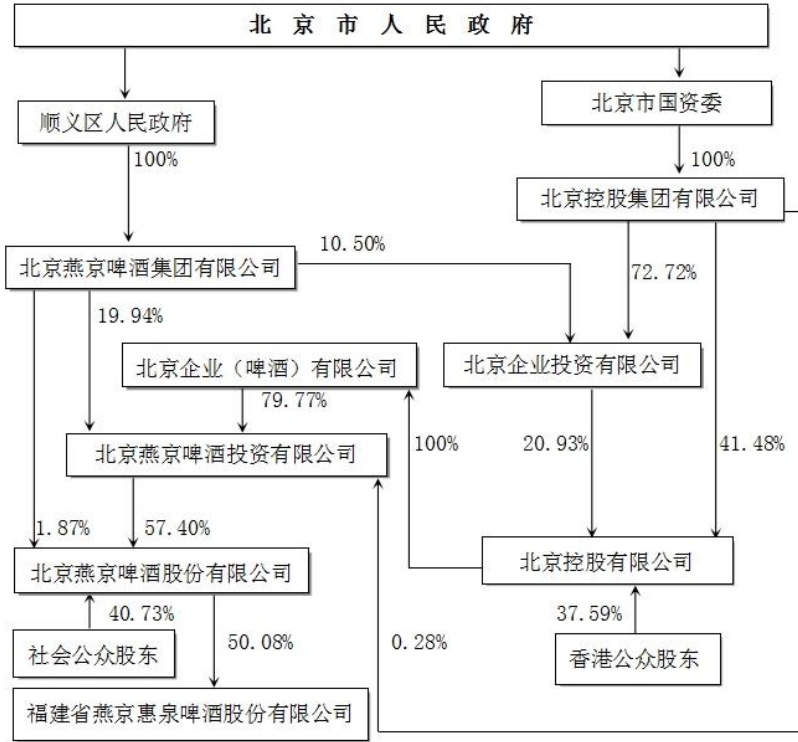
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

### 第三节 重要事项

#### 1. 公司应当根据重要性原则，披露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。

2023 年，中国规模以上企业啤酒产量 3,555.5 万千升，同比增长 0.3%。（数据来源：国家统计局）。报告期内，公司坚持高质量发展，全员凝心聚力，发扬“爱拼敢赢”企业精神，筑根基、调结构、转观念、强执行，推进企业经营管理各项工作。全年完成啤酒销量 22.85 万千升，同比增长 5.33%；实现利润总额 5,824.24 万元，同比增长 25.37%；实现归属于上市公司股东的净利润 4,853.37 万元，同比增长 21.80%。销量、收入、利润指标连续全面增长，企业经营良好发展。

##### (1) 品质坚守，匠心为消费者酿制好啤酒。

公司坚定不移以酿造中国最好啤酒为使命，持续进行产品品质提升，通过卓越的产品质量和不断优化的产品风味，对接消费者美好生活追求。报告期内，公司深入实施产品品质提升计划，公司啤酒产品的新鲜度、一致性、协调性和纯净度质量指标进一步优化，产品质量提升，形成良好的“麦香不上头”产品质量口碑。报告期内，深入推进卓越管理体系建设，以 SOP 标准细化为抓手，强化体系化、标准化和流程化的生产管理，促进产品生产实践持续规范，确保“瓶瓶精品，批批精品，精益求精”品质战略提升，酿制中国最好啤酒质量保障体系构建，不断为消费者提供卓越品质产品，契合消费需求，忠诚消费群体不断扩大。

## **(2) 营销突破，市场建设步伐向前迈进。**

公司追求市场量质齐升和谐发展，促进产品与市场匹配，提升市场占有率。报告期内，公司核心区域市场打造深入，新兴目标市场建设推进。其中，重点市场，大泉州区域销售增长 10.91%，实现连续四个年度增长；新兴区域，闽南、赣西、浙江、广东、湖南等多区域销量增长，公司整体市场良性发展。报告期内，公司推进渠道和产品结构优化。落实餐饮推进计划，实施以重要单品为引领，以个性化、差异化系列为突破的产品组合销售，餐饮销量实现 5.8% 增长；同时，报告期内，公司产品罐化率提升，易拉罐产品销量增长 9.89%，市场建设不断推进，产品盈利能力提升，毛利率提升 2.37 个百分点。

## **(3) 宣传聚力，打造东南沿海知名优势民族品牌。**

公司深入打造东南沿海明显竞争优势民族品牌。报告期内，公司突出品牌的个性化文化宣传，积极探索品牌文化与闽南“爱拼敢赢”地域文化的个性有机融合，组织开展闽南文化啤酒节活动和结合公司建厂 85 周年暨啤酒生产 40 周年庆典举行品牌发布、冠军品鉴等系列宣传活动，激发“祖国万岁、惠泉长流”个性化品牌活力，不断提高品牌影响力和竞争力。同时，报告期内，公司实施多样化、多维度的线上和线下结合宣传方式，线下深入开展渠道终端生动化和现饮场景营造营销，强化商圈店招、社区梯视和公交车车体广告宣传活动等，线上通过微信、抖音等自媒体进行精准推送营销宣传，持续增加公司品牌曝光度，不断提升公司品牌价值。2023 年，公司品牌价值达 239.92 亿元。

## **(4) 新引擎发力，新业态渠道布局不断推进。**

公司拥抱新业态，探索新渠道，不断推进新业态渠道建设，让新业态赋能企业发展。报告期内，公司规范电商、网络销售渠道，整合多渠道环节的资源，加强服务水平、直播带货销售、直接面对消费者。公司京东、天猫、抖音、快手等销售平台旗舰店销售全力推进，全年线上平台销售累计实现较好增长。报告期内，公司寻求新渠道破局，结合高度沉浸式体验的兴起，公司进一步推广社区销售，采用管道啤酒屋卖鲜啤和布置惠泉特色酒馆，提供展现自家产品和消费场景的样板间，给予消费者更美妙的消费体验和反客为主的渠道战略，通过新业态渠道引擎进行发力，不断吸引新兴代啤酒消费者。

## **(5) 技术驱动，研发创新凝聚发展势能。**

报告期内，公司依托国家级高新技术企业平台，推进国家级实验室建设，不断完善研发体系，加快研发进度，进行技术转化，研发项目数量增加，研发水平不断提升。公司取得 3 项国家发明专利，48 项实用新型专利，20 项外观设计专利。“一种糖化热量回收利用的节能环保装置”获得国家专利，标志着公司在节能降耗、环境保护等方面攻关的持续创新突破。同时，报告期内，公司强化产品创新研发，积极培育和研发战略性新产品，深化多层次、个性化、差异化产品研发。公司推出致敬经典主题“惠泉 1983”和“老惠泉”等有时代感的个性化产品，进一步完善公司产品品类矩阵，引领消费潮流，产品创新促进竞争力提升，助力公司发展。其中，“老惠泉”产品够劲不上头特点深受消费者喜爱，荣获 2023 年度酒类新品最高奖“青酌奖”。

## **(6) 智慧赋能，企业智能化数字化转型。**

锻造新质生产力是高质量发展必由之路。报告期内，公司智能化、数字化转型取得良好进展。公司优化自动化、信息化、网络化的智能管理和控制，重点推进酿造自控操作系统的智能化升级改造；完成托盘装运改良，机器人装卸和进行物流运输服务数据采集智能化建设等的物流服务体系智能化、数字化提升；完成销售终端数据采集的销售管理数字化系统建设等等，形成对生产端、物流端和销售端的数字化、智能化有效覆盖。公司不断推进智能化、数字化建设，融合已有的数字化车间、绿色工厂建设、智能制造示范企业和国家高新技术企业优势，公司的智慧化、数字化生态圈持续完善，企业进一步向智能化、数字化转型，企业高质量发展步伐不断向前迈进。

2. 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

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

2024 年 4 月 10 日