

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 2021 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 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、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. 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

根据《公司章程》规定，结合公司生产经营情况，2021 年度拟作如下分配：以 2021 年末总股本 25,000 万股为基数，每 10 股派发现金红利 0.38 元（含税），共计向全体股东派发现金红利 9,500,000.00 元；剩余未分配利润结转下一年度。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。

2021 年，中国规模以上啤酒企业累计产量 3562 万千升，同比增长 5.60%（数据来源：国家统计局）。目前，中国啤酒行业处于存量竞争时代，由成长期向着成熟期逐步迈进，高端化升级持续。公司主要市场是福建、江西等地。公司顺应发展趋势，持续进行产品、服务等优化调整，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满足消费者，努力推动企业经济效益良好发展。

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

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	1,304,490,668.37	1,252,081,745.18	4.19	1,223,219,255.58
归属于上市公司股东的净资产	1,181,382,574.10	1,159,100,785.45	1.92	1,137,930,033.66
营业收入	582,037,938.47	614,375,085.04	-5.26	563,265,364.10
归属于上市公司股东的净利润	31,031,788.65	28,670,751.79	8.24	19,818,966.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	18,765,640.70	12,463,833.12	50.56	4,746,956.58
经营活动产生的现金流量净额	56,724,893.66	86,507,328.79	-34.43	63,182,452.88
加权平均净资产收益率(%)	2.65	2.49	增加0.16个百分点	1.77
基本每股收益(元/股)	0.124	0.115	7.83	0.079

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	121,158,756.06	195,567,714.09	205,045,850.95	60,265,617.37
归属于上市公司股东的净利润	-3,968,494.71	15,576,742.59	28,967,636.54	-9,544,095.77
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-5,105,736.10	12,755,436.24	27,329,174.09	-16,213,233.53
经营活动产生的现金流量净额	40,566,863.37	78,986,018.24	18,686,132.61	-81,514,120.56

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

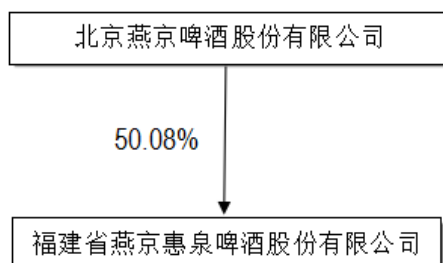
单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)							27,383
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)							26,398
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
吴景珍	1,686,701	1,686,701	0.67		无		境内自然人
中国石油天然气集团公司企业年金计划-中国工商银行股份有限公司	1,210,600	1,210,600	0.48		无		其他

李超	1,159,700	1,159,700	0.46		无	境内自然人
李飞	1,139,200	1,139,200	0.46		无	境内自然人
罗广耀	932,200	1,032,200	0.41		无	境内自然人
尹玉臻	1,000,000	1,000,000	0.40		无	境内自然人
华夏基金华益 2 号股票型养老金产品—中国建设银行股份有限公司	876,500	876,500	0.35		无	其他
李红	766,500	766,500	0.31		无	境内自然人
陈新福	736,000	736,000	0.29		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。					

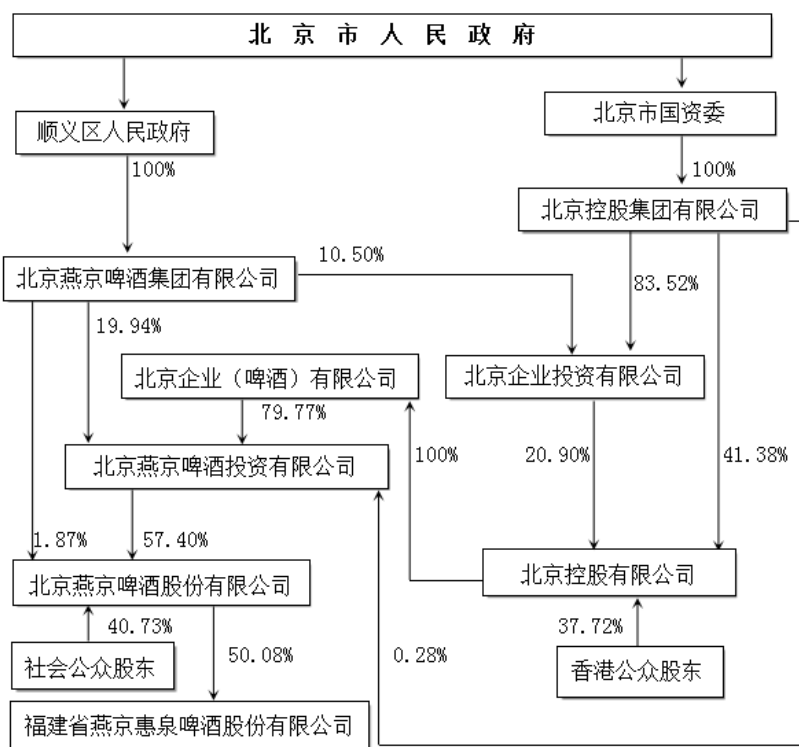
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

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。**

报告期内，公司全体员工齐心协力，围绕企业高质量发展方针，坚持稳中求进，筑根基、调结构、转观念、强执行，抓疫情防控，抓经营管理，各项工作有序推进。报告期内，公司完成啤酒销售量 20.90 万千升，实现利润总额 3,775.33 万元，较上年增长 6.98%；归属于上市公司股东的净利润 3,103.18 万元，较上年增长 8.24%，公司经营业绩稳步提升，经营质量持续优化。

(一)匠心酿造，追求卓越，不断完善酿造高品质啤酒保证体系。

公司以满足消费者高品质需求为导向，持续完善公司酿造高品质啤酒的保证体系。报告期内，公司坚持“批批精品、瓶瓶精品”质量目标，立足卓越质量管理，以 SOP 标准操作、质量 KPI 指标改进和工艺技术创新为抓手，实施产品质量提升计划，持续建立完善公司高质量产品保证体系。报告期内，公司产品个性风味特色进一步强化，产品品质持续提升，多个质量工艺改进项目获得省、市创新奖和金点子奖，部分项目获得国家发明专利，企业高质量产品保证体系进一步得到完善。

(二)持续加强重点市场建设和产品结构升级，盈利能力进一步提高。

公司集中优势资源，聚焦重点市场，重点市场占有率持续提高，市场结构不断完善。其中，大泉州市场有效推进，销量连续两年实现明显增长，“一麦”“鲜”系列中高端产品销量同比实现两位数增长。公司实施差异化产品组合，努力推广中高端系列产品，通过灵活市场拓展模式，高端产品的销量占比提升 1.35 个百分点，推进产品结构升级。报告期内，公司千升酒营业收入同比增长 2.83%，毛利率提升 1.54 个百分点，盈利能力进一步提高。

(三)优化渠道结构，餐饮渠道建设取得进展，新零售渠道有序开发。

报告期内，公司持续推进餐饮渠道建设，聚焦主流单品，餐饮市场铺货率与销量实现双增长，并逐步进入高端餐饮和夜场场所，实现品牌提升和销量增长。报告期内，餐饮渠道产品销量占比 26%，同比增幅 10%，战略单品在餐饮有效推广，中高端产品成为公司餐饮消费主流销售产品，销量增幅达 32%。报告期内，公司有序开发社区团购、电商平台等新零售渠道，渠道结构进一步优化。

(四)发挥文化特色，打造东南沿海优势民族品牌。

公司深挖品牌内涵，结合“爱拼敢赢”、“勤劳勇敢”的惠女精神等文化特色，讲好品牌故事，持续进行品牌推广和拓展。报告期内，公司积极采用消费者喜闻乐见的形式，加大品牌和特色产品的推广力度，如通过社交平台、常态化直播互动，结合微信朋友圈和抖音自媒体等增加品牌曝光度，提升品牌热度和影响力。2021 年，据世界品牌实验室发布，公司品牌价值上升至 181.35 亿元。

(五)实施数字化智能化建设，提高生产和管理效率。

公司实施数字化智能化建设，依托信息化实现管理创新，提高生产运营效率。报告期内，公司优化供应商管理模块，提高供应链效率。公司实施智能示范企业和数字化车间建设，不断提升生产控制智能化水平，推进生产过程精准化操作和精细化控制，逐步实现库存、计划、生产等环节上信息的高效传递和快速反应。

(六)着力开发人力资源，努力建设高效可持续发展团队。

报告期内，公司继续实施“种子计划”，加快关键岗位人才储备，全面实行管理岗位公开选聘制度和多维度的干部考评机制，逐步锻造一支梯队合理、德才兼备的人才队伍。公司不断完善激励机制，将满足员工成长与公司需求紧密结合，促进员工与企业的共同发展。

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

2022年4月22日