

公司代码：600600

公司简称：青岛啤酒

青岛啤酒股份有限公司
2022 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 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 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

公司第十届董事会第十次会议审议通过的2022年度利润分配预案为：按截至2022年12月31日股份1,364,232,790股计算，2022年度每股拟派现金红利人民币1.30元（含税）；2023年是青岛啤酒品牌创立120周年，本公司上市30周年，值此青岛啤酒百廿华诞之际，为回馈广大股东对青岛啤酒的关爱和支持，公司拟再派发特别红利每股现金人民币0.50元（含税）；共计每股现金红利人民币1.80元（含税），共计拟派发现金红利人民币2,455,619,022元（含税）。

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	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。公司在国内拥有 57 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 and 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。

2.1 经营情况讨论与分析

2022年，国内啤酒市场发展受到市场消费需求波动的影响，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%（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）。

公司董事会坚守战略定力，坚定不移地推进实施高质量发展战略，加快构建新发展格局，以创新驱动和数字化转型引领公司高质量发展。公司管理层统筹经营发展、社会责任等各项工作，充分发挥青岛啤酒的品牌和品质优势积极开拓国内外市场，巩固提升核心基地市场建设，积极开拓新兴市场，带动区域市场均衡发展。报告期内，公司加快产品结构优化提升，聚焦资源加快中高端市场的发展。公司积极创新营销模式，加快数字化营销步伐，实现了市场销量的不断恢复和增长。公司积极提升管理运营效率，开源节流、控本降费、提质增效，多措并举实现了经营业绩的持续较大幅度增长。报告期内，公司克服市场消费需求波动的不利影响和成本大幅上涨的压力，累计实现产品销量807.2万千升，同比增长1.8%；实现营业收入人民币321.7亿元，同比增长6.65%；实现归属于上市公司股东的净利润人民币37.1亿元，同比增长17.6%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润32.1亿元，同比增长45.4%。实现了利润增幅高于收入增幅、收入增幅高于销量增幅的良好发展态势。

在国际市场，公司通过丰富产品线及开展形式多样的品牌推广活动，以更具国际化、互动化的品牌传播、推广与渠道创新，持续深化拓展海外市场分销覆盖，报告期内公司海外市场产品销量同比增长4%。

报告期内，公司以“体育营销+音乐营销+体验营销”为主线，积极培育时尚消费业态，持续提升品牌影响力和竞争力。公司围绕北京2022年冬奥会和足球世界杯等国际体育盛会推出了“青岛啤酒冬奥冰雪罐”、“青岛啤酒1903炫彩加油罐和青岛纯生球迷狂欢罐”等系列产品，完美融合啤酒激情与体育激情，创新消费者沉浸式品牌体验新模式。公司首创的青岛啤酒时光海岸精酿啤酒花园为消费者提供了全新的魅力场景和沉浸式啤酒消费体验，“TSINGTAO1903青岛啤酒吧”已覆盖全国23个省市的62座城市。公司在全国举办各类规模的“青岛啤酒节”活动53场，通过积极的场景化营销实践，以丰富的啤酒文化消费氛围和沉浸式体验带动了消费扩容升级，使青岛啤酒品牌影响力和美誉度持续上升。

公司抓住消费者对产品高品质需求不断增长的有利机遇，加快推进中高端产品发展战略，依托雄厚研发实力积极推进产品“魅力质量”提升。公司创新研发的以“百年之旅、一世传奇”等百年系列为代表的超高档产品引领了国内啤酒市场的提质升级潮流；公司加快产品结构调整优化升级，原浆生啤、青岛白啤等新特产品及青岛经典等产品快速增长，巩固提升了公司在中高端市场的竞争优势。报告期内，青岛啤酒主品牌共实现产品销量444万千升，同比增长2.6%；其中：中高端以上产品实现销量293万千升，同比增长4.99%。

报告期内，公司加快推进向数字化、智能化运营转型，打造高能级创新平台，投资建设具有行业领先科技研发能力的青岛啤酒科技研发中心，依托国家重点实验室进一步提升和完善科技资源配置，优化青岛啤酒以及产业链上下游的科技创新生态，促进创新链和产业链的深度融合。公司创建“基于数字化端到端解码的魅力感知质量管理模式”，加快推进全供应链数字化转型，提升渠道领域数字化覆盖深度，打造供应商端到经销商端的全链条的智慧供应链体系。公司加快数字化工厂建设，聚焦优势产业扩能升级，年内公司全产业链一体化啤酒产业园区项目—青岛啤酒智慧产业园120万千升啤酒项目等数字化、智能化工厂相继竣工投产，以创新优势、科技发展数

智能化转型等发展新优势，推进公司可持续健康发展。

公司董事会提议向全体股东派发 2022 年度现金红利每股人民币 1.30 元（含税）；2023 年是青岛啤酒品牌创立 120 周年，也是青啤公司上市 30 周年，值此青岛啤酒百廿华诞之际，为回馈广大股东对青岛啤酒的关爱与支持，公司拟再派发特别红利每股人民币 0.50 元（含税），合计每股派发现金红利人民币 1.80 元（含税）。

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

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	50,311,699,796	46,563,004,491	8.05	41,514,185,835
归属于上市公司股东的净资产	25,494,821,703	23,001,844,598	10.84	20,621,960,515
营业收入	32,171,565,624	30,166,805,377	6.65	27,759,710,926
归属于上市公司股东的净利润	3,710,628,593	3,155,455,810	17.59	2,201,323,556
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	3,209,052,175	2,206,584,195	45.43	1,815,584,753
经营活动产生的现金流量净额	4,878,771,322	6,043,111,455	-19.27	4,953,422,362
加权平均净资产收益率(%)	15.30	14.47	增加0.83个百分点	11.13
基本每股收益(元/股)	2.736	2.328	17.53	1.629
稀释每股收益(元/股)	2.728	2.324	17.38	1.627

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	9,208,137,288	10,064,521,012	9,837,184,875	3,061,722,449
归属于上市公司股东的净利润	1,126,228,090	1,725,866,359	1,414,898,633	-556,364,489
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	1,021,784,840	1,568,584,616	1,269,553,244	-650,870,525
经营活动产生的现金流量净额	933,619,727	3,785,392,501	1,272,204,452	-1,112,445,358

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

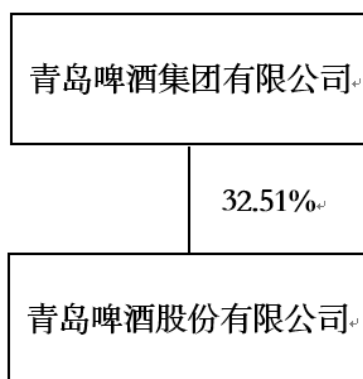
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					26,260 户。其中：A 股 26,013 户， H 股 247 户		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					26,960 户。其中：A 股 26,714 股， H 股 246 户		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
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	
香港中央结算（代理 人）有限公司	16,000	613,929,619	45.00	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
香港中央结算有限公 司	10,584,554	26,504,261	1.94	0	无	0	境外法人
中国证券金融股份有 限公司	-1,084,664	16,015,045	1.17	0	无	0	国有法人
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	8,193,873	13,569,000	0.99	0	无	0	其他
中国建设银行股份有 限公司—银华富裕主 题混合型证券投资基 金	/	10,226,075	0.75	0	无	0	其他
交通银行股份有限公 司—富国消费主题混 合型证券投资基金	2,870,203	6,375,520	0.47	0	无	0	其他
中国工商银行股份有 限公司—东方红启恒 三年持有期混合型证 券投资基金	-1,976,440	5,662,963	0.42	0	无	0	其他

中国建设银行股份有限公司—富国价值创造混合型证券投资基金	-129,800	4,381,886	0.32	0	无	0	其他
中国工商银行股份有限公司—富国品质生活混合型证券投资基金	476,504	3,775,930	0.28	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	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. 复星国际有限公司旗下持股主体已于 2022 年 5 月 30 日出售所持公司股份，出售事项完成后不再持有公司任何股份。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。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

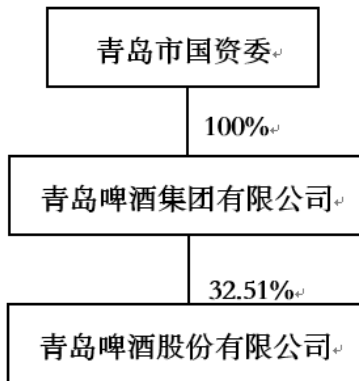
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

2022 年公司共实现啤酒销售量 807.2 万千升，实现营业收入人民币 321.7 亿元，实现归属于上市公司股东的净利润人民币 37.1 亿元，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润人民币 32.1 亿元。

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