

青岛啤酒股份有限公司 2015 年年度报告摘要

一 重要提示

1.1 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网站上仔细阅读年度报告全文。

1.2 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。

1.3 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
独立董事	王学政	个人身体原因	蒋敏

1.4 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。

1.5 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	
电话	0532-85713831	
传真	0532-85713240	
电子信箱	secretary@tsingtao.com.cn	

1.6 公司第八届董事会第十一次会议审议通过的 2015 年度利润分配预案为：每股派发现金股利人民币 0.39 元（含税）。

二 报告期主要业务或产品简介

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 54 家全资和控股的啤酒生产企业，及 12 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，已营销世界九十多个国家和地区。

三 会计数据和财务指标摘要

单位：元 币种：人民币

	2015年	2014年	本年比上年 增减(%)	2013年
总资产	28,500,590,128	27,003,913,126	5.54	27,364,866,537
营业收入	27,634,686,040	29,049,321,166	-4.87	28,290,978,428
归属于上市公司股东的净利润	1,713,128,882	1,990,098,044	-13.92	1,973,372,097
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益的净利润	1,052,706,472	1,671,409,467	-37.02	1,655,872,156
归属于上市公司股东的净资产	16,458,062,033	15,387,562,184	6.96	14,020,559,043
经营活动产生的现金流量净额	2,574,565,760	1,690,634,341	52.28	3,401,151,163
期末总股本	1,350,982,795	1,350,982,795	-	1,350,982,795
基本每股收益（元/股）	1.268	1.473	-13.92	1.461
稀释每股收益（元/股）	1.268	1.473	-13.92	1.461
加权平均净资产收益率（%）	10.76	13.53	减少2.77 个百分点	14.87

四 2015 年分季度的主要财务指标

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	7,178,293,852	8,888,300,269	8,248,385,429	3,319,706,490
归属于上市公司股东的净利润	520,970,884	677,751,064	546,594,544	-32,187,610
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益后的净利润	474,779,429	565,193,483	481,895,785	-469,162,225
经营活动产生的现金流量净额	2,102,160,248	2,318,959,090	442,490,275	-2,289,043,853

五 股本及股东情况

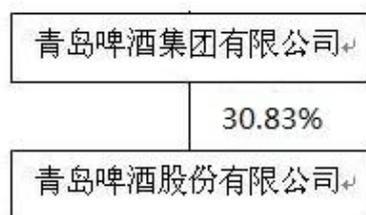
5.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）	34,749 户。其中：A 股 34,464
------------------	------------------------

					户, H股股东 285 户		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数 (户)					36,477 户。其中: A 股 36,194 户, H 股股东 283 户		
截止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	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
青岛啤酒集团有限公司	3,380,500	416,448,055	30.83	0	无	0	国有法人
香港中央结算(代理人)有限公司	-3,363,992	370,515,449	27.43	0	未知		境外法人
朝日集团控股株式会社	0	270,127,836	19.99	0	未知		境外法人
中国证券金融股份有限公司		40,395,975	2.99	0	未知		其他
中国人民人寿保险股份有限公司一分红一个险分红		29,006,916	2.15	0	未知		其他
中国建银投资有限责任公司		17,574,505	1.30	0	未知		其他
中央汇金资产管理有限责任公司		10,517,500	0.78	0	未知		其他
国信证券股份有限公司		9,748,954	0.72	0	未知		其他
摩根士丹利投资管理公司—摩根士丹利中国 A 股基金		9,146,020	0.68	0	未知		其他
香港金融管理局—自有资金		6,522,643	0.48	0	未知		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持有的本公司 H 股股份合计 11,316,000 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,并已扣除青啤集团全资附属公司持有的 H 股股份数量。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						

5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图



5.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



六 管理层讨论与分析

2015年中国啤酒市场受经济增速放缓、消费环境整体低迷等因素影响，继续呈现下滑态势，啤酒行业全年实现产量4716万千升（数据来源：国家统计局），同比下降5.1%，已连续两年出现负增长。

面对国内啤酒市场萎缩和国际化竞争不断加剧的不利形势，公司董事会和管理层着眼长远，坚守战略定力，加快结构调整步伐，着力推进发展方式转型，积极应对“转方式、调结构”转型期内的行业下行压力和市场新形势的挑战。公司充分挖掘现有产能潜力，积极推进并实施产品创新、供应链创新和管理创新的差异化竞争战略，培育主流产品和新特产品的差异化竞争优势，引领消费升级，加快孕育新的增长点，为实现新形势下有质量的增长奠定了坚实基础。

2015年公司共实现啤酒销售量848万千升，实现营业收入人民币276.35亿元，实现归属于上市公司股东的净利润人民币17.13亿元。

公司积极致力于国内外市场的开拓，发展沿海、沿黄河流域优势市场，持续推进省级市场及大城市基地市场建设，带动周边区域市场销量的提升。报告期内，公司继续做深做透山东、陕西等传统优势市场，加大成长性市场的开发、整合力度，积极布局新兴市场，不断提升公司营销运作和市场掌控能力，巩固和加强了公司在中高端市场的竞争优势。

报告期内，公司继续推进实施“青岛啤酒主品牌+崂山啤酒第二品牌”的品牌战略，不断优化品牌结构和品种结构，使公司在行业性衰退的情况下基本稳定了在国内市场的占有率。同时，公司通

过开发新产品、新技术，以品牌带动品类发展，加快向以听装啤酒和精酿产品为代表的高附加值产品的转型升级，以品类优势打造主流产品和新特产品的差异化竞争优势，保持了产品在国内中高端市场的领先地位。公司全年实现主品牌青岛啤酒销量 416 万千升，其中鸿运当头、奥古特、经典 1903 和纯生、听装、小瓶啤酒等高附加值产品实现国内销售量共计 174 万千升，实现了持续增长。

公司不断推进和完善“大客户+微观运营”的营销模式，积极开展体育营销和市场推广。以现有生产基地和销售渠道网络为依托，通过精细化产品销售策略、完善渠道布局、培育和强化经销商管理等举措，整合聚焦资源，助力市场开拓，提升了产品影响力和市场竞争力。2015 年，公司围绕“畅享欢聚时刻”品牌主张，结合亚冠联赛、CBA 联赛、炫舞激情啦啦队、海上啤酒节以及“因乐而生”等体育和音乐赛事开展大型营销活动，以主题促销、媒体互动传播、现场体验相结合等方式，拉动消费者需求，提升了青岛啤酒在年轻消费群体中的认可和喜好度，取得了较好的市场效果。

报告期内公司进一步改革创新、抓住啤酒行业 KA 等现代渠道快速发展的机遇，积极开辟新的增长点，取得了显著成效。公司积极探索移动互联网时代营销新模式，快速布局电子商务业务，在国内啤酒行业率先建立了官方旗舰店+官方商城+网上零售商+分销专营店的立体化电子商务渠道体系。年内公司上线的“青啤快购”APP，实现了“动动手指、啤酒送到家”的啤酒产品网络消费新体验，成为啤酒行业首家 O2O 平台。目前“青啤快购”已在青岛、长春、大连、成都、石家庄、南京、厦门等 9 个城市上线，注册用户十几万人，对新特产品发展、区域市场产品结构升级起到积极推动作用。

公司着眼啤酒产品趋向多元化、高端化和个性化的发展趋势，创新酿造工艺、口味和包装形式，积极培育及研发战略性新产品和新特产品，成功推出的鸿运当头、经典 1903、全麦白啤、炫奇果啤、枣味黑啤、5L 原浆啤酒等新产品获得了市场广泛好评，引领了产品的消费升级。

年内公司积极调整投资发展方式，压缩对新建产能的资本性开支，合理控制投资规模，优先向满足市场消费升级需求的战略性新特产品、易拉罐产品等高附加值产品倾斜，实施及完成了青啤汉斯宝鸡公司、青啤三厂、厦门公司等多个迁建和改扩建项目，在支持基地市场发展的同时确保了投资收益最大化，并带动了产品结构升级。

年内，青岛啤酒以人民币 1055.68 亿元的品牌价值成为首个突破千亿价值的啤酒品牌，崂山啤酒品牌价值也达到 115.68 亿元，继续保持了在国内啤酒市场的领先优势。（数据来源：世界品牌实验室）

（一） 主营业务分析

1、利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位:千元 币种:人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	27,634,686	29,049,321	-4.87
营业成本	17,192,102	17,899,291	-3.95
营业税金及附加	2,030,394	2,182,624	-6.97

销售费用	5,904,539	5,682,981	3.90
管理费用	1,412,436	1,362,298	3.68
财务费用	-299,598	-334,653	10.48
资产减值损失	2,062	-3,514	158.69
投资收益	462,413	23,960	1,829.98
营业外支出	139,158	70,671	96.91
少数股东损益	-101,085	29,434	-443.43
研发支出	12,879	19,247	-33.09
经营活动产生的现金流量净额	2,574,566	1,690,634	52.28
投资活动产生的现金流量净额	-236,709	-1,359,506	82.59
筹资活动产生的现金流量净额	-30,678	-2,454,798	98.75

2、收入和成本分析

(1). 主营业务分行业、分产品、分地区情况

2015年主营业务收入较上年度减少4.86%，主要原因是本年度啤酒销量下降，使得主营业务收入减少所致。

单位：千元 币种：人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
啤酒	27,208,444	16,923,832	37.80	-4.86	-4.00	减少0.56个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
啤酒	27,208,444	16,923,832	37.80	-4.86	-4.00	减少0.56个百分点
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
山东地区	15,207,940	9,486,881	37.62	-3.32	-2.72	减少0.38个百分点
华北地区	5,390,912	3,741,327	30.60	-4.40	-3.95	减少0.33个百分点
华南地区	4,173,158	2,660,353	36.25	-10.21	-7.00	减少2.20个百分点
华东地区	2,929,296	2,562,027	12.54	-13.70	-14.61	增加0.93个百分点
东南地区	2,446,854	1,642,311	32.88	-12.32	-14.42	增加1.64个百分点
港澳及其他 海外地区	520,678	334,698	35.72	5.83	10.52	减少2.73个百分点
合计	30,668,838	20,427,597	33.39	-6.19	-5.99	减少0.14个百分点
减：各地区分部间抵销金额	3,460,394	3,503,765	/	/	/	/
合并	27,208,444	16,923,832	37.80	-4.86	-4.00	减少0.56个百分点

(2). 产销量情况分析表

单位：万千升

主要产品	生产量	销售量	库存量	生产量比上年增减 (%)	销售量比上年增减 (%)	库存量比上年增减 (%)
啤酒	705	848	15	-7.39	-7.36	-17.51

(3). 成本分析表

2015 年营业成本较上年度减少 3.95%，主要原因是本年度啤酒销量下降，使得营业成本减少所致。

单位：千元

分行业情况						
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)
啤酒销售	直接材料	10,220,047	59.45	10,808,126	60.38	-5.44
	直接人工	788,924	4.59	737,229	4.12	7.01
	制造费用	2,565,493	14.92	2,549,966	14.25	0.61
	外购成本	3,349,368	19.48	3,534,242	19.75	-5.23
	小计	16,923,832	98.44	17,629,563	98.50	-4.00
其他非主营业务		268,270	1.56	269,728	1.50	-0.54
合计		17,192,102	100.00	17,899,291	100.00	-3.95
分产品情况						
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)
啤酒销售	直接材料	10,220,047	59.45	10,808,126	60.38	-5.44
	直接人工	788,924	4.59	737,229	4.12	7.01
	制造费用	2,565,493	14.92	2,549,966	14.25	0.61
	外购成本	3,349,368	19.48	3,534,242	19.75	-5.23
	小计	16,923,832	98.44	17,629,563	98.50	-4.00
其他非主营业务		268,270	1.56	269,728	1.50	-0.54
合计		17,192,102	100.00	17,899,291	100.00	-3.95

3、费用

(1) 销售费用

2015 年销售费用较上年度增加 3.90%，主要原因是本年度部分区域促销费用增投、销售人员职工薪酬同比增长所致。

(2) 管理费用

2015 年管理费用较上年度增加 3.68%，主要原因是本年度管理人员职工薪酬增加所致。

(3) 财务费用

2015年财务费用较上年度增加10.48%，主要原因是本年度利息收入减少所致。

4、其他利润构成的详细说明

(1) 营业税金及附加

2015年营业税金及附加较上年度减少6.97%，主要原因是本年度啤酒销量下降，使得消费税减少所致。

(2) 资产减值损失

2015年资产减值损失较上年度增加158.69%，主要原因是本年度部分子公司计提的坏账损失及固定资产减值损失增加所致。

(3) 投资收益

2015年投资收益较上年度增加1829.98%，主要原因是本年度转让子公司股权收益增加所致。

(4) 营业外支出

2015年营业外支出较上年度增加96.91%，主要原因是本年度部分子公司处置非流动资产损失增加所致。

(5) 少数股东损益

2015年少数股东损益较上年度减少443.43%，主要原因是本年度拥有少数股东的子公司净利润减少所致。

5、研发投入

研发投入情况表

单位：千元

本期费用化研发投入	12,879
本期资本化研发投入	0
研发投入合计	12,879
研发投入总额占营业收入比例（%）	0.05
公司研发人员的数量	49
研发人员数量占公司总人数的比例（%）	0.11
研发投入资本化的比重（%）	0

6、现金流

(1) 经营活动产生的现金流量净额同比增加52.28%，主要原因是本年度购买商品、接受劳务支付

的现金减少所致。

(2) 投资活动产生的现金流量净额同比增加 82.59%，主要原因是本年度收回投资及转让子公司股权收到的现金增加所致。

(3) 筹资活动产生的现金流量净额同比增加 98.75%，主要原因是本年度偿还债务所支付的现金同比减少所致。

(二) 非主营业务导致利润重大变化的说明

本公司第八届董事会第七次会议审议通过了《关于批准青岛宏基伟业投资有限公司 100%股权转让的可行性报告》，同意以挂牌竞拍的方式出售宏基伟业 100%股权，本次出售资产交易已于 2015 年 12 月下旬办理完成股权交割手续，使得归属于母公司股东的净利润增加人民币 33,403 万元。

(三) 资产、负债情况分析

单位：千元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例 (%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例 (%)	本期期末金额较上期期末变动比例 (%)
货币资金	8,401,752	29.48	6,388,651	23.66	31.51
应收票据	22,770	0.08	41,600	0.15	-45.26
预付款项	44,393	0.16	191,673	0.71	-76.84
投资性房地产	25,512	0.09	10,960	0.04	132.77
在建工程	287,470	1.01	1,051,916	3.90	-72.67
固定资产清理	6,571	0.02	17,966	0.07	-63.43
短期借款	810,387	2.84	432,953	1.60	87.18
应付利息	1,486	0.01	4,740	0.02	-68.65
一年内到期的非流动负债	856	0.003	1,561	0.01	-45.17
长期借款	1,712	0.01	2,785	0.01	-38.53
一般风险准备	106,025	0.37	66,982	0.25	58.29
其他综合收益	-20,326	-0.07	10,040	0.04	-302.44
少数股东权益	-292,051	-1.02	-100,280	-0.37	-191.24

1、货币资金

货币资金报告期期末比年初增加 31.51%，主要原因是本年度经营活动产生现金净流入所致。

2、应收票据

应收票据报告期期末比年初减少 45.26%，主要原因是本年度采用银行承兑汇票结算货款方式比重减少所致。

3、预付款项

预付款项报告期期末比年初减少 76.84%，主要原因是本年度采取预付货款方式采购原材料减少所

致。

4、投资性房地产

投资性房地产报告期期末比年初增加 132.77%，主要原因是本年度部分子公司自用房产转为出租房产增加所致。

5、在建工程

在建工程报告期期末比年初减少 72.67%，主要原因是本年度部分子公司在建项目完工转固所致。

6、固定资产清理

固定资产清理报告期期末比年初减少 63.43%，主要原因是本年度部分子公司进入处置程序的固定资产清理完毕所致。

7、短期借款

短期借款报告期期末比年初增加 87.18%，主要原因是本年度部分子公司短期借款增加所致。

8、应付利息

应付利息报告期期末比年初减少 68.65%，主要原因是报告期末部分子公司应付借款利息减少所致。

9、一年内到期的非流动负债

一年内到期的非流动负债报告期期末比年初减少 45.17%，主要原因是本年度部分子公司一年内到期长期借款减少所致。

10、长期借款

长期借款报告期期末比年初减少 38.53%，主要原因是本年度子公司部分长期借款将于一年内到期转至一年内到期的非流动负债所致。

11、一般风险准备

一般风险准备报告期期末比年初增加 58.29%，主要原因是本年度财务公司计提一般风险准备金增加所致。

12、其他综合收益

其他综合收益报告期期末比年初减少 302.44%，主要原因是本年度精算离职后福利采用的折现率同比下降及对境外子公司外币报表折算差额减少所致。

13、少数股东权益

少数股东权益报告期期末比年初减少 191.24%，主要原因是本年度拥有少数股东的部分子公司净资产减少所致。

（四）其他经营情况说明

1、债务资本率

本集团 2015 年 12 月 31 日的债务资本率为 0.01%(2014 年 12 月 31 日：0.02%)。债务资本率的计算方法为：长期借款总额/(长期借款总额+归属于上市公司股东的股东权益)。

2、资产抵押

于 2015 年 12 月 31 日，本集团无资产抵押。(2014 年 12 月 31 日：无)

3、汇率波动风险

由于本集团目前用于主品牌生产的原材料大麦主要依赖进口，因此汇率的变动将会影响本集团的原材料采购成本，从而对本集团的盈利能力产生一定影响。

4、资本性开支

2015 年本集团资本性新建、搬迁及改扩建项目共投入约 13.14 亿元，使得集团的产能布局得到进一步优化。依据目前的资金状况及盈利能力，有充足的自有资金及持续的经营现金净流入满足集团资本项目的资金需求。

5、投资

详见年报正文财务报表附注。

6、或有负债

详见年报正文财务报表附注。

（五）投资状况分析

1、 对外股权投资总体分析

不适用

（1）重大的股权投资

不适用

（2）重大的非股权投资

不适用

（3）以公允价值计量的金融资产

详见年报正文第二节 十一、采用公允价值计量的项目

（六）重大资产和股权出售

本公司第八届董事会第七次会议审议通过了《关于批准青岛宏基伟业投资有限公司 100%股权转让的可行性报告》，同意以挂牌竞拍的方式，在青岛产权交易所以资产评估报告确定的价格为基础，以人民币 46,129 万元为挂牌价溢价出售宏基伟业 100%股权，最终交易价格以挂牌竞拍后形成的实际转让价格为准。本公司已于 2015 年 8 月 31 日在上海证交所网站和境内信息披露报章公布了《青岛啤酒股份有限公司出售资产公告》（公告编号：临 2015-012）。

2015 年 12 月，本公司通过青岛产权交易所采用公开挂牌竞拍方式获取股权受让方，即寿光晨鸣控股有限公司，并与其签署了股权转让协议，转让价格为挂牌价人民币 46,129 万元。本次出售资产交易已于 2015 年 12 月下旬办理完成股权交割手续，使得归属于母公司股东的净利润增加人民币 33,403 万元。

（七）主要控股参股公司分析

单位：万元

子公司	主要业务	注册资本	总资产	净资产	净利润	营业收入	营业利润
青岛啤酒西安汉斯集团有限公司	制造、批发和零售业	28,790	128,148	72,672	28,401	256,644	37,936
青岛啤酒（平度）销售有限公司	批发和零售业	500	41,773	37,213	19,889	145,105	23,227
青岛啤酒财务有限责任公司	金融业	50,000	864,054	115,726	17,574	5,142	22,780

七 公司未来发展的讨论与分析

（一）行业竞争格局和发展趋势

2015 年中国经济保持了总体平稳、增速放缓的发展态势，仍存在较大下行压力，居民消费价格指数虽有所上升，但消费市场整体表现不佳，对啤酒行业产生较大负面影响，销量出现明显下滑。

作为一个充分竞争的传统行业，经过几十年的快速发展，中国啤酒市场销量已稳居世界第一，人均消费量也已达世界人均水平。目前中国前五大啤酒企业已占市场 80% 的份额，行业集中度不断提升，随着外资啤酒近年来凭借其资本等优势在国内投资力度的加大，其市场规模不断膨胀，亦使市场竞争进一步加剧。

国内啤酒行业总体已进入低速增长的“新常态”，外延式扩张的行业整合已进入尾声，市场竞争由产能、规模的扩张转向以质量型、差异化为主的竞争，增长和发展必须依靠自身运营能力的提高。

目前国内啤酒市场仍以餐饮等即饮市场为主导。餐饮消费市场当中，大众餐饮市场有所增长，部

分中高端餐饮持续下滑，对中高端啤酒销售带来了新的挑战。同时面向家庭消费为主的以易拉罐、小瓶酒和精酿产品为代表的部分中高端产品，取得较快增长并保持良好发展态势，而成熟的电子商务应用也为家庭啤酒消费带来了方便、快捷的选择方式。

当前中国啤酒人均消费量和平均价格较欧美等发达国家仍具有相当差距，随着中国经济的持续稳定增长，将加快国内啤酒行业的产业结构升级，带动产品结构和价格的提升，未来产品结构的优化和提升将成为行业发展的主旋律。

我们认为：中国啤酒市场仍是全球最大和最具发展潜力的市场，未来在行业利润水平和销量上仍具有相当的提升空间，我们对啤酒行业和公司未来发展充满信心。

(二) 公司发展战略

面对啤酒行业未来发展趋势及竞争格局的新变化，公司董事会提出未来公司的销量增长目标将力争实现高于国内啤酒行业增长率 2 个百分点，继续保持在国内市场的领先地位。

公司将继续坚守既定发展战略，巩固核心基地市场、突破新兴市场，在努力稳定国内市场份额的基础上，围绕“品牌成长和能力提升”实现双轮驱动；致力于产品结构的优化提升和管理提升，充分发挥青岛啤酒的品牌和品质优势，以消费者为中心，提升差异化品质竞争优势，以差异化竞争战略在国内中高端市场不断取得新的增长。

(三) 经营计划

2016 年中国经济仍面临经济下行压力，国内啤酒市场竞争仍呈现加剧和严酷的态势，特别是大企业之间的竞争、国际化竞争的激烈程度加大。在此背景下，2016 年公司的经营目标是力争实现啤酒销量增长高于行业增长率 2 个百分点。

公司将继续积极开拓国内外市场，坚持发展沿海、沿黄河流域优势市场，推进省级基地市场及工厂所在地基地市场建设，加快具有区域优势的地区市场的结构调整。同时合理控制资本性开支，充分发挥利用现有生产基地优势，提升现有产能利用效率。

公司将持续深化和推广“大客户+微观运营”营销模式，根据市场情况不断创新营销方式，进一步完善现有营销渠道和网络，加快销售网络一体化进程建设，建立最具竞争力的渠道网络和销售运作模式。2016 年公司借助对三得利啤酒中国业务收购的契机，推进实施对华东市场的一体化整合，着力提升营销效率、深度和协同性，巩固和提升华东市场份额。

在市场推广上，公司将继续围绕“四位一体”的市场推广模式，以深化体育营销和音乐营销为主线，优化资源配置整合，全面提升品牌的国际化、年轻化和时尚化形象。

公司将通过新产品开发、产品结构调整持续优化品牌、品种结构，以青岛啤酒品牌带动第二品牌发展，加快向高附加值产品的转型升级并推进发展现代渠道及巩固电商渠道优势，线上、线下相结合，实现资源共享和优势互补。

在管理提升方面，公司将持续推进创新驱动和强化运营策略的落实，通过精细化管理和流程优化，加强原材料管理和生产、技术的控制管理，规避风险、控制成本，不断提高运营能力和效率，实

现企业持续健康发展。

(四) 可能面对的风险

作为充分竞争的传统行业，在国内经济增长下行压力较大的形势下，随着国内啤酒市场国际化竞争的加剧，未来公司可能面临的主要经营风险包括：

- 1、由于国内经济增速放缓，虽然大众餐饮市场有所增长，但中高端餐饮市场尚未复苏，可能导致啤酒市场在一定时期内继续低迷，短期销量和收入水平仍有下滑的可能性。
- 2、随着外资啤酒在国内市场投资规模的加大，行业竞争加剧，主要啤酒企业之间的竞争在范围和力度上可能会进一步升级。
- 3、由于市场竞争压力，啤酒企业产能利用率降低，从而加大促销力度，使广告、促销等市场费用持续增长。
- 4、由于劳动力密集，人工成本持续上涨带来压力，对公司盈利形成影响。
- 5、替代品（进口啤酒、预调酒等）发展迅速，侵蚀国内啤酒市场份额。
- 6、移动互联网等电子商务销售模式发展迅速，对啤酒行业传统销售模式带来更大的冲击和挑战。

八 涉及财务报告的相关事项

（一）与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

不适用

（二）报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

不适用

（三）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。

本年度没有新纳入合并范围的子公司。本年度不再纳入合并范围的子公司为青岛宏基伟业投资有限公司、青岛啤酒(台儿庄)麦芽有限公司以及青岛啤酒(济南)趵突泉销售有限公司，详见年报正文财务报表附注。

（四）年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

不适用

董事长：孙明波
青岛啤酒股份有限公司
2016年3月28日