

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

2016 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. 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. 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

根据《公司章程》规定，结合公司生产经营情况，2016 年度拟作如下分配：以 2016 年末总股本 25,000 万股为基数，每 10 股派发现金股利 0.085 元（含税），共计向全体股东派发股利 2,125,000.00 元；剩余未分配利润结转下一年度。

本预案尚需提交 2016 年度股东大会审议。

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	惠泉啤酒	600573	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	程晓梅	
办公地址	福建省惠安县螺城镇建设大街157号	福建省惠安县螺城镇建设大街157号
电话	0595-87396105	0595-87396105
电子信箱	hqbeer@hqbeer.com	hqbeer@hqbeer.com

2 报告期公司主要业务简介

公司的主要经营业务为生产销售啤酒。公司先后开发销售的主导产品有惠泉品牌的纯生、精品、一麦、欧骑士和黑爵士等品种，包括瓶装、易拉罐装等包装形式和多种包装规格，形成了惠泉啤酒丰富系列。目前，公司主要产品是大众型的惠泉一麦、突出麦香特点的惠泉黑爵士和突出酒花香特点的惠泉欧骑士等，易拉罐为主要包装形式。公司通过实施产品差异化、渠道差异化和精细化管理，来吸引消费者，努力推动企业经济效益良好发展。啤酒为快速消费品，其产销有着一定的季节性，一般情况第二、三季度是啤酒的销售旺季。啤酒行业的发展与宏观经济紧密相关，随着国家经济发展与供给侧改革进入新常态，在经过多年的快速发展后，全行业正迈入产品、服务等优化调整时期。

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

	2016年	2015年	本年比上年 增减(%)	2014年
总资产	1,186,276,104.06	1,179,594,194.14	0.57	1,181,245,693.20
营业收入	617,578,980.23	751,548,181.38	-17.83	829,008,363.38
归属于上市公司股东的净利润	1,679,530.88	23,015,531.05	-92.70	32,451,534.29
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-10,696,043.66	10,885,062.49	-198.26	14,986,772.76
归属于上市公司股东的净资产	1,092,557,035.93	1,098,377,505.05	-0.53	1,085,361,974.00
经营活动产生的现金流量净额	34,730,680.01	48,182,013.12	-27.92	83,274,396.83
基本每股收益（元/股）	0.01	0.09	-88.89	0.13
加权平均净资产收益率（%）	0.15	2.11	减少1.96个百分点	3.03

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	126,257,037.95	182,360,713.63	208,865,914.00	100,095,314.65
归属于上市公司股东的净利润	-18,082,096.06	1,726,590.24	17,012,345.55	1,022,691.15
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-19,659,583.52	-808,677.74	15,690,456.94	-5,918,239.34
经营活动产生的现金流量净额	4,133,189.12	52,231,916.49	7,244,837.67	-28,879,263.27

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

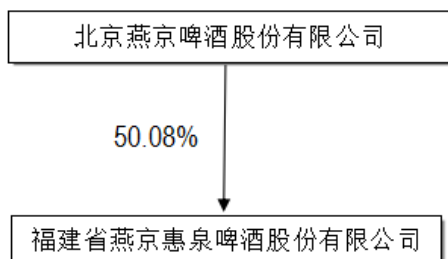
4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）				12,658			
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）				13,613			
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	
北京燕京啤酒股份有限公司	126,800	125,194,578	50.08		无		国有法人
交通银行股份有限公司-长信量化 先锋混合型证券投资基金	5,032,720	5,032,720	2.01		未知		境内非国有 法人
华夏基金-广州农商银行-深圳市 融通资本财富管理有限公司	3,070,419	3,376,419	1.35		未知		境内非国有 法人
闫立辉	2,599,700	2,599,700	1.04		未知		境内自然人
龙口聚源投资合伙企业（有限合伙）	1,920,093	1,920,093	0.77		未知		境内非国有 法人
王晓茜	1,820,000	1,820,000	0.73		未知		境内自然人
中国建设银行股份有限公司-华安 宏利混合型证券投资基金	1,547,626	1,547,626	0.62		未知		境内非国有 法人
上海浦东发展银行股份有限公司- 长信金利趋势混合型证券投资基金	1,436,785	1,436,785	0.57		未知		境内非国有 法人
黄贞蓉	1,000,000	1,000,000	0.40		未知		境内自然人
北京神州牧投资基金管理有限公司 -上善神州牧 5 号证券投资基金	982,100	982,100	0.39		未知		境内非国有 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。						

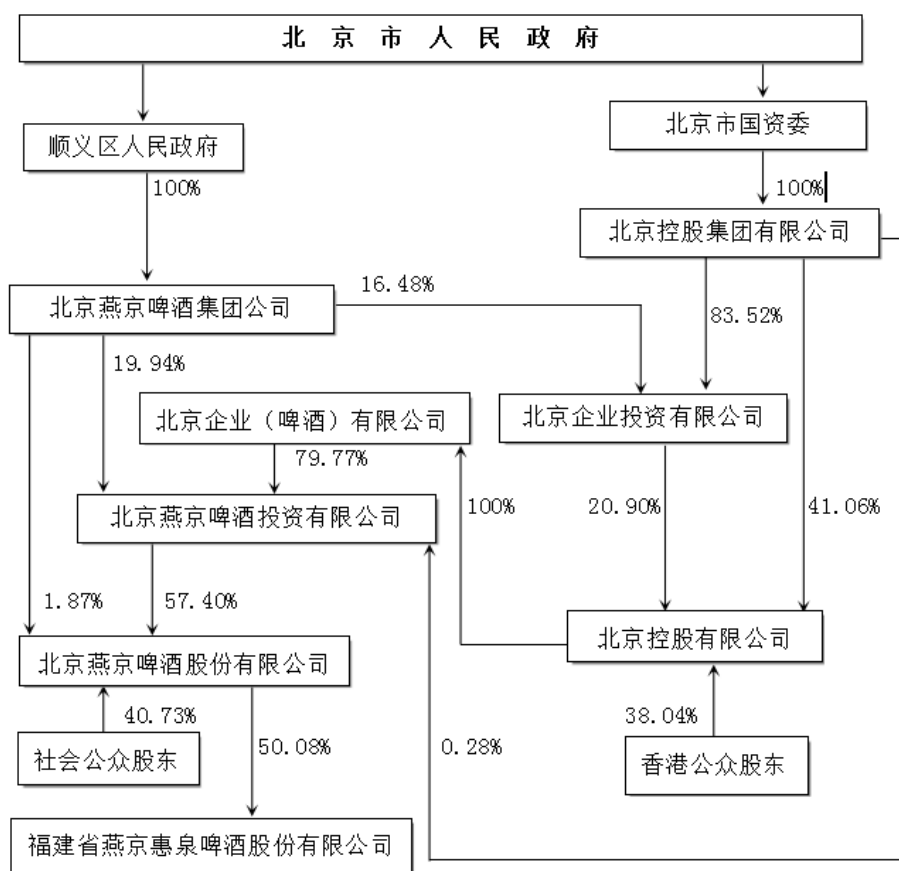
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

✓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



三、 经营情况讨论与分析

1 经营情况讨论与分析

2016年，在董事会的领导下，公司全体员工秉承“诚实守信、团队至胜、追求卓越、协作发展”的方针，实施差异化策略，通过产品差异化、渠道差异化和细化管理来吸引消费者。但是市场竞争态势严峻，公司实际销售情况与目标存在差距。

报告期主要工作如下：

(1) 策略优化，拓展市场。

报告期内，公司对产品、渠道和终端进行梳理并实施策略优化。产品方面强化以易拉罐产品为主导，在主要市场设置品牌旗舰店，引导消费者进行体验接受公司产品。同时针对易拉罐产品的销售跟进工作，改进考核指标与激励方案，促进和确保公司易拉罐产品销量的提升。渠道方面是在做好市场规划、监管及品牌传播的前提下，建立与渠道进行市场操作策略共同商议机制，将成熟市场及客户操作意愿强的区域的市场操作逐步下沉至客户，由客户主导进行市场网络建设及渠道运营，形成了公司与渠道互相监控的

市场模式。终端方面是组建餐饮特战队伍，全面开发餐饮市场，设立劳动竞赛与人员激励方案，实施直接管理并逐点考核，实现餐饮市场的进一步突破。

(2) 贴近消费者，提升品牌力。

报告期内，公司的品牌宣传注重亲民和年轻化。延续路演公关模式，借势各地民俗节庆，以路演车巡演和社区活动为载体，深入各个重点市场进行品牌直面宣传，持续灌输公司专注传统工艺酿造理念，形成消费口碑。同时，公司强化与各界合作伙伴的沟通交流、联合互动，重点在福建省内泉州、福鼎、宁德、福清等地举办美食节等活动，找准活动内容与品牌文化的契合点，通过合作共赢的方式，探索公司啤酒品牌扩大化传播的有效途径。参与泉州市体育局、泉州晚报社举办的 2016 年泉州市全民健身千人自行车骑行活动，联合风景区月亮湾，举办“黑爵士啤酒为 2016 年世界环球小姐月亮湾之行喝彩”活动，通过一系列媒体传播，建立时尚健康和欢乐的品牌联想，从而提升知名度、美誉度和影响力。

(3) 持续创新，研发新品。

报告期内，公司加强科研技术攻关与创新，突显产品差异化特性。在啤酒产品研发方面，继续优化麦香特性，黑爵士啤酒产品，更突出麦香与酒体的柔顺；原浆系类啤酒，使酒体更纯、更香。同时，公司顺应精酿啤酒发展趋势，开展精酿啤酒小型试验研究和麦汁饮料、特性啤酒研究，拟定出工艺最佳方案，并在全公司开展精酿啤酒和特色啤酒口味测试调研活动，对口感接受度进行验证，为今后大生产作好前期准备工作。在实施多元研究方面，公司加大易拉罐纯净水的研发力度，更突出易拉罐装纯净水使用的安全方便与健康的理念。该产品定位开车族群，面向酒店、会议和旅游景点等消费场所。其水体甘甜，各项指标控制良好。

(4) 质量优先，系统保证。

报告期内，公司进一步健全各项质量安全管理制，制定一系列行之有效的质量奖惩考核制度，确保食品安全生产经营者主体责任制度得到有效落实。建立基于质量和风险控制采购管理系统和产品追溯信息系统，实现了产品质量信息从原材料采购到产品市场销售的双向全程质量可追溯。加强供应商的质量管控，采取质量控制前移到供方的做法，制定科学化的供应商的质量核查办法，用于供应商的现场核查，提升供应商的质量保证能力。加强各种原辅材料、成品的风险监测和风险评估，强化各种关键质量控制点的数据采集，并利用科学的质量管理工具进行统计分析，提出质量改善计划。公司产品的质量改善计划得到落实，产品整体新鲜度和外观质量水平跃上一个新台阶。公司食

品安全、质量、环境和职业健康安全“四合一”管理体系持续有效运行，促进了公司质量管理能力的有效提升。

(5) 加上互联网，推进信息化。

报告期内，公司实施信息化、工业化融合管理体系和探索互联网+发展之路。分别从生产、产品、营销和管理四个维度识别出为实现战略所需具备的信息化环境下的可持续竞争优势。上半年顺利通过两化融合现场评估审核和合规性检查，于6月获得“信息化、工业化”两化融合评定证书。借助该管理体系的实施运行，公司全面梳理各信息管理系统业务流程，进一步健全完善信息化管理程序，有助于提高生产经营效率，降低运营风险和经营成本。7月开始，公司跟进年轻消费者的个性消费需求，着手开发订单系统和微信应用的公众平台，把惠泉啤酒加上互联网，拓展互联网的销售途径，以形成获取可持续竞争优势所要求的信息化环境下的新型能力。报告期内，公司4.8万听/时纯生易拉罐包装线获泉州市“数字化车间”称号。公司获得省市县三级信息化、工业化融合发展专项奖励。

(6) 提升内控管理能力，展现企业管理水平。

报告期内，公司全面梳理调整现行的生产管理考核细则，以提质、降本、增效为目标，将车间、部门的各项管理重点导向自主创新、管理改善和成本节约方面。加强与先进企业的横向对比，分析落后指标和波动指标，促使车间主动采取针对性措施和开展各种节能提速改造来挖潜降耗。在全公司范围内开展技术创新、合理化建议等活动，激发员工的创新、创造热情，并与员工个人绩效挂钩，促使员工积极主动钻研技术研究业务，工作更加扎实到位，工作绩效得到持续提升。报告期内，公司通过14项实用新型专利，另有8项实用新型专利和4项发明专利已初审合格，被认定为“泉州市科技小巨人企业”称号。同时，公司持续优化内部控制管理制度，针对内部控制流程运行有效性开展测试和补充测试活动，修订和完善公司《内部控制制度手册》和《内部风险控制手册》，加大力度完善公司各项管理流程，特别针对存货管理环节、采购PMS管理环节、物资招投标环节等加强管控，进一步确保公司内控制度的完善，增强公司的抗风险能力，促进企业健康发展。

2 报告期内主要经营情况

报告期内，公司实现营业收入61,757.90万元，实现利润总额1,041.33万元，实现归属于母公司的净利润167.95万元。

(1) 主营业务分析

利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位：元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	617,578,980.23	751,548,181.38	-17.83
营业成本	409,678,077.95	491,866,023.47	-16.71
销售费用	85,972,968.92	108,897,771.59	-21.05
管理费用	58,976,733.56	65,440,178.62	-9.88
财务费用	-351,437.40	-844,876.02	58.40
经营活动产生的现金流量净额	34,730,680.01	48,182,013.12	-27.92
投资活动产生的现金流量净额	12,414,163.38	-1,267,534.31	1,079.39
筹资活动产生的现金流量净额	-7,500,000.00	-10,000,000.00	25.00
研发支出	8,530,567.59	5,977,400.00	42.71

1) 收入和成本分析

① 主营业务分行业、分产品、分地区情况

单位：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	611,302,679.49	406,422,245.37	33.52	-17.35	-16.43	减少 0.73 个百分点
其他	2,192,030.01	1,618,438.73	26.17	-22.79	-21.22	减少 1.47 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	611,302,679.49	406,422,245.37	33.52	-17.35	-16.43	减少 0.73 个百分点
其他	2,192,030.01	1,618,438.73	26.17	-22.79	-21.22	减少 1.47 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 (%)
福建省内	500,532,967.61	322,230,554.52	35.62	-14.41	-15.04	增加 0.47 个百分点
福建省外	112,961,741.89	85,810,129.58	24.04	-28.35	-21.36	减少 6.75 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	23.47	23.477	0.2024	-16.10	-16.48	-22.15

产销量情况说明：公司持续进行产品结构优化，重心向易拉罐产品倾斜。

③ 成本分析表

单位：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	原辅材料	82,443,902.98	20.20	102,287,320.17	20.94	-19.40
	包装材料	156,596,926.27	38.38	185,741,322.49	38.03	-15.69
	职工薪酬	47,008,989.90	11.52	53,064,822.26	10.87	-11.41
	制造费用	119,753,395.58	29.35	145,227,396.13	29.74	-17.54
其他	废旧物资	2,237,469.37	0.54	2,054,473.53	0.42	8.91
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	原辅材料	82,443,902.98	20.20	102,287,320.17	20.94	-19.40
	包装材料	156,596,926.27	38.38	185,741,322.49	38.03	-15.69
	职工薪酬	47,008,989.90	11.52	53,064,822.26	10.87	-11.41
	制造费用	119,753,395.58	29.35	145,227,396.13	29.74	-17.54
其他	废旧物资	2,237,469.37	0.54	2,054,473.53	0.42	8.91

④ 主要销售客户及主要供应商情况

前五名客户销售额 8,566.80 万元，占年度销售总额 13.96%；其中前五名客户销售额中关联方销售额 0 万元，占年度销售总额 0%。

前五名供应商采购额 12,513.63 万元，占年度采购总额 39.13%；其中前五名供应商采购额中关联方采购额 0 万元，占年度采购总额 0%。

2) 费用

单位：元

科目	本期数	上年同期数	变动比例(%)
销售费用	85,972,968.92	108,897,771.59	-21.05%
管理费用	58,976,733.56	65,440,178.62	-9.88%
财务费用	-351,437.40	-844,876.02	58.40%
所得税费用	7,977,979.18	3,035,200.26	162.85%

(1) 财务费用本期发生额-35.14 万元，较上期增加 58.40%，主要是本期银行存款利息收入减少所致。

(2) 所得税费用本期发生额 797.80 万元，较上期增加 162.85%，主要是母公司弥补完亏损，计提所得税费用增加所致。

3) 研发投入

研发投入情况表

单位：元

本期费用化研发投入	8,530,567.59
本期资本化研发投入	0
研发投入合计	8,530,567.59
研发投入总额占营业收入比例 (%)	1.38
公司研发人员的数量	87
研发人员数量占公司总人数的比例 (%)	3.56

情况说明：报告期内公司重点强化特性化口感产品的研究和开发，优化了酒花、特种麦芽的使用，探索符合消费者口感需求的精酿啤酒研究。

4) 现金流

单位：元

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
经营活动产生的现金流量净额	34,730,680.01	48,182,013.12	-27.92
投资活动产生的现金流量净额	12,414,163.38	-1,267,534.31	1,079.39
筹资活动产生的现金流量净额	-7,500,000.00	-10,000,000.00	25.00

说明：投资活动产生的现金流量净额本期数 1,241.42 万元，较上期增加 1,079.39%，主要是公司处置房产的预收款增加及固定资产投入减少所致。

(2) 非主营业务导致利润重大变化的说明

单位：元

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)	变动原因
资产减值损失	315,393.44	690,810.89	-54.34	主要是本期子公司计提存货跌价减少所致。
营业外支出	10,094.30	78,804.71	-87.19	主要是本期非流动资产处置损失减少所致。

(3) 资产、负债情况分析

1) 资产及负债状况

单位：元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资	上期期末数	上期期末数占总资	本期期末金额较上	情况说明
------	-------	----------	-------	----------	----------	------

		产的比例 (%)		产的比例 (%)	期期末变动比例 (%)	
应收账款	5,270,980.12	0.44		0.00	100.00	主要是子公司抚州公司销售货物未收款增加所致。
在建工程	94,100.00	0.01	1,224,644.59	0.10	-92.32	主要是工程完工已转固所致。
预收账款	13,254,282.11	1.12	6,030,613.37	0.51	119.78	主要是母公司预收房款所致。
应交税费	9,650,308.58	0.81	4,239,218.93	0.36	127.64	主要是应交所得税增加所致。

3 导致暂停上市的原因

适用 不适用

4 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

5 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

本次会计政策变更是遵照财政部 2016 年 12 月发布的《增值税会计处理规定》(财会[2016]22 号), 对公司进行会计政策变更和财务信息调整。本次会计政策变更对公司总资产、净资产、净利润不产生影响。本公司执行该规定的主要影响如下:

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注(受重要影响的报表项目名称和金额)
根据《增值税会计处理规定》(财会[2016]22 号)的规定, 2016 年 5 月 1 日之后发生的与增值税相关交易, 影响资产、负债等金额的, 按该规定调整。利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目, 房产税、土地使用税、车船使用税、印花税等原计入管理费用的相关税费, 自 2016 年 5 月 1 日起调整计入“税金及附加”。	第七届董事会第十次会议	① 税金及附加 5,288,755.62 ② 管理费用 -5,288,755.62

上述会计政策的累积影响数如下:

受影响的项目	本期	上期
期初净资产	--	-
其中: 留存收益	--	-
净利润	-	-
资本公积	-	-

其他综合收益	-	-
专项储备	-	-
期末净资产	-	--
其中：留存收益	-	--

6 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

7 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

本集团本年度合并范围无变化。

本集团本期合并财务报表范围及其变化情况见公司 2016 年年度报告“附注八、合并范围的变更”、“附注九、在其他主体中的权益披露”索引。

董事长：高振安

福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

2017 年 4 月 20 日