

公司代码：600600

公司简称：青岛啤酒

青岛啤酒股份有限公司
2020 年半年度报告摘要

一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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 本半年度报告未经审计。
- 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
不适用

二 公司基本情况

2.1 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
电话	0532-85713831	0532-85713831
办公地址	青岛市香港中路五四广场青啤大厦	青岛市香港中路五四广场青啤大厦
电子信箱	secretary@tsingtao.com.cn	secretary@tsingtao.com.cn

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	40,504,793,818	37,312,383,547	8.56
归属于上市公司股东的净资产	20,106,992,289	19,171,583,034	4.88
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期 增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	4,964,496,900	3,818,068,111	30.03
营业收入	15,678,991,336	16,550,665,464	-5.27

归属于上市公司股东的净利润	1,854,983,102	1,630,516,036	13.77
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,622,751,828	1,444,985,680	12.30
加权平均净资产收益率(%)	9.30	8.68	增加0.62个百分点
基本每股收益(元/股)	1.373	1.207	13.77
稀释每股收益(元/股)	1.373	1.207	13.77

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)		31,755户。其中：A股：31,487户，H股268户				
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)						
前10名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量	
香港中央结算(代理人)有限公司	境外法人	45.44	613,865,867	0	未知	
青岛啤酒集团有限公司	国有法人	32.83	443,467,655	0	无	0
中国证券金融股份有限公司	国有法人	2.42	32,708,915	0	无	0
中国建银投资有限责任公司	国有法人	1.30	17,574,505	0	无	0
香港中央结算有限公司	境外法人	1.23	16,550,165	0	无	0
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	0.78	10,517,500	0	无	0
招商银行股份有限公司—东方红睿泽三年定期开放灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.47	6,313,793	0	无	0
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	其他	0.45	6,137,337	0	无	0
中国人寿保险股份有限公司—分红—个人分红—005L—FH002沪	其他	0.40	5,444,457	0	无	0
中国人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品—005L—CT001沪	其他	0.39	5,324,380	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	1. 青岛啤酒集团有限公司(“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. 于报告期末，复星国际有限公司下属五家实体合计持有本公司 H 股股份 211,708,236 股，占本公司总股本约 15.67%。复星国际有限公司下属五家实体所持股份是由香港中央结算（代理人）有限公司代为持有。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

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

2020 年上半年，国内啤酒行业受新冠肺炎疫情的影响，市场销售面临了巨大困难和挑战，特别是受疫情影响严重的一季度，国内餐饮终端销售基本停滞，第二季度随着国内疫情的有效控制，国内啤酒市场逐渐恢复。上半年国内啤酒行业共实现啤酒产量 1,714 万千升，同比下降 9.5%。（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。）

面对新冠肺炎疫情给公司经营带来的前所未有的困难，上半年，公司坚定不移地实施董事会制定的高质量发展战略，以“品牌引领、创新驱动、质量第一、效益优先、结构优化、协调发展”六大战略指引为引领，充分发挥青岛啤酒的品牌和品质优势，不等不靠，积极主动开拓国内外市场，加快推进产品结构优化升级和营销创新，加快高附加值产品发展，完善终端管理体系，持续提升终端掌控能力，实现了公司经营业务的逆势稳健增长。报告期内公司共实现产品销量 440.6 万千升，营业收入人民币 156.8 亿元；实现归属于上市公司股东的净利润人民币 18.5 亿元，同比增长 13.8%。

报告期内，公司继续加强基地市场战略带建设，启动实施了青岛啤酒平度智慧产业示范园 100 万千升啤酒扩建项目、青岛啤酒厂智能制造示范工厂扩建升级项目等改扩建项目，着力打造规模化、智能化生产基地，增强新旧动能转换驱动力，促进了企业发展转型升级。

公司发挥覆盖全国主要市场的网络布局优势，加快营销创新和渠道创新，积极抢占线上、社群、社区等新兴渠道，紧抓新形势下家庭式消费占比上升的市场机遇，将配送服务、产品推广下沉社区，推进实施了“无接触配送”服务、百万社区大酬宾、百万社团大酬宾等适应新形势需要

的新渠道、新模式，扩大了市场销售。公司加大线上营销力度，借助“网上超市+官方旗舰店+授权分销专营店+微信商城”的立体式电商渠道体系抢抓电商消费机遇，在行业内率先启动青岛啤酒微信平台“分销员”计划以及“网红直播带货”，加大品牌传播与销售，适应了疫情背景下消费场景多元化的营销新环境，有效推动了营销效率的提升，保持了在新产品、新渠道、现代渠道发展方面的行业领先优势。国际市场方面，上半年受各国防疫管控措施的影响，消费渠道尤其是即饮渠道关停或有限度开放，品牌营销活动无法正常开展，使欧美、日韩、澳洲等主要海外市场均受到较大程度的冲击。

报告期内，公司继续积极推进实施“青岛啤酒主品牌+崂山啤酒第二品牌”的品牌战略，通过沉浸式全方位品牌推广模式持续提升品牌影响力和市场竞争力，加快向听装酒和精酿产品为代表的高附加值产品转型升级。报告期内公司主品牌青岛啤酒共实现销量 209.1 万千升，其中“奥古特、鸿运当头、经典 1903、纯生啤酒”等高端产品共实现销量 97.1 万千升，保持了在国内啤酒中高端产品市场的竞争优势。

上半年在疫情最严重的时间，公司果断决策，适时推出了《青啤公司 A 股限制性股票激励计划》并设定了颇具挑战性的未来业绩目标，进一步完善了公司法人治理结构，健全了公司中长期激励约束机制，充分调动了公司核心管理人员及业务骨干的积极性和创造性，为公司可持续高质量发展注入了强劲动力。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用

青岛啤酒股份有限公司

2020 年 8 月 28 号