

公司代码：600600

公司简称：青岛啤酒

青岛啤酒股份有限公司  
2024 年半年度报告摘要

## 第一节 重要提示

- 1.1 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 [www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn) 网站仔细阅读半年度报告全文。
- 1.2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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。
- 1.3 公司全体董事出席董事会会议。
- 1.4 本半年度报告未经审计。
- 1.5 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不适用

## 第二节 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
电子信箱	secretary@tsingtao.com.cn	secretary@tsingtao.com.cn

### 2.2 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	52,805,909,965	49,256,011,349	7.21
归属于上市公司股东的净资产	28,393,988,614	27,449,478,216	3.44
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	20,068,307,930	21,591,789,633	-7.06

归属于上市公司股东的净利润	3,641,652,772	3,425,652,286	6.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	3,426,521,909	3,227,954,258	6.15
经营活动产生的现金流量净额	5,713,872,510	4,600,493,439	24.20
加权平均净资产收益率(%)	12.44	12.58	减少0.14个百分点
基本每股收益(元/股)	2.672	2.516	6.20
稀释每股收益(元/股)	2.672	2.515	6.24

### 2.3 经营情况的讨论与分析

2024年上半年，国内啤酒市场消费复苏乏力，啤酒行业规模以上企业共实现产量1,908.8万千升，同比增长0.1%（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）。

面对景气度不高的市场形势，公司董事会带领广大员工，坚定不移地推进实施高质量发展战略，坚持创新驱动，推动啤酒业务稳中求进、进中提质。公司充分发挥青岛啤酒品牌和品质优势，积极开拓国内外市场，持续推动产品创新和结构优化升级，加快数字化转型，降本控费，多措并举实现了公司盈利能力的持续提升。报告期内，公司实现产品销量463万千升；实现营业收入人民币200.7亿元；实现归属于上市公司股东的净利润人民币36.4亿元，同比增长6.31%。

报告期内，公司积极深耕国内市场，巩固提升“一纵两横”市场战略带，完善及强化基地建设。其中，沿黄河等传统优势及快速增长的区域市场持续发挥支撑公司量利稳定的核心作用，夯实高质量发展根基。重点城市基地市场坚持以增长为先导，以结构为支撑，以创新为驱动，积极探索新营销模式，加强产销协同，上半年多个基地市场实现量利增长，持续引领公司高质量发展。

在国际市场，公司以高品质、高价格、高可见度的定位，坚持强化青岛啤酒品牌国际化传播，持续推进海外市场分销覆盖，积极拓展新兴市场，其中东欧、中东、南太大洋洲等多个市场均实现快速增长，目前青岛啤酒产品已行销全球超120个国家和地区，2024年青岛啤酒品牌入围BrandZ中国全球化品牌50强，成为食品饮料行业唯一入围品牌，全球品牌影响力持续保持行业领先。

报告期内，公司以“体育营销+音乐营销+体验营销”为主线，围绕“欧洲杯足球赛”、“巴黎奥运会”等重大国际体育赛事积极布局开展品牌推广和产品营销活动，通过多场景营销实践和沉浸式啤酒消费体验，持续提升品牌影响力和产品竞争力，带动产品消费扩容升级。

报告期内，公司以科技创新为引领加快培育新质生产力，加大新产品研发和品质提升，提升产品魅力质量，加快推进产品结构优化升级。公司发挥生鲜啤酒魅力质量优势，领先行业加快培育生鲜产品赛道，其中青岛啤酒精品原浆、水晶纯生产品创新运作模式，推进新鲜直送，满足消费者“新鲜”“快速”的消费体验，上半年销量持续增长，产品已覆盖全国27个省市地区（含港澳地区）。上半年公司研发上市了“尼卡希白啤、全麦奥古特A6和奥古特A3、无醇白啤”等新产品，以高质量供给创造新消费需求，满足了消费者对啤酒产品高品质、多样化、个性化的消费需求。公司在产品组合战略上坚持长期主义，坚定高质量发展不动摇，在中高端产品上持续拓市场、抓运营、强品牌，超高端产品和精酿系列销量均实现增长，中高端产品市场占比和竞争力不断提升。报告期内，青岛啤酒主品牌共实现产品销量261万千升，其中：中高端以上产品实现销量189.6万千升；带动公司千升酒营业收入同比增长1.0%。

报告期内，公司加快数字化转型步伐，推动产业升级和高质量发展，公司新质生产力建设取得显著成效。公司加大在智能制造、大数据分析、物联网等方面的投入，推动生产基地向高端化、规模化、智能化和绿色化转型，加快实施百万千升高端特色啤酒生产基地、青岛啤酒智慧产业园高端麦芽原料基地扩建、百万千升纯生啤酒扩建等一批高质量重大项目建设，为公司未来发展注入新动能。

### 2.4 前10名股东持股情况表

单位：股

截至报告期末股东总数（户）				76,821 户。其中：A 股 76,578 户，H 股 243 户		
截至报告期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	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、标记或冻结的股份数量	
香港中央结算（代理人）有限公司	境外法人	45.00	613,953,719	0	未知	未知
青岛啤酒集团有限公司	国有法人	32.51	443,467,655	0	无	0
香港中央结算有限公司	境外法人	1.44	19,663,222	0	无	0
中国证券金融股份有限公司	国有法人	1.17	16,015,045	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	0.90	12,221,558	0	无	0
中国建设银行股份有限公司－鹏华中证酒交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.38	5,154,047	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	0.38	5,128,298	0	无	0
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	其他	0.34	4,696,067	0	无	0
中国建设银行股份有限公司－汇添富消费行业混合型证券投资基金	其他	0.34	4,600,074	0	无	0
中国工商银行股份有限公司－华泰柏瑞沪深 300 交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.32	4,352,770	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	<p>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。除上所述，本公司并不知晓前十名股</p>					

	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

**2.5 截至报告期末的优先股股东总数、前 10 名优先股股东情况表**

适用 不适用

**2.6 控股股东或实际控制人变更情况**

适用 不适用

**2.7 在半年度报告批准报出日存续的债券情况**

适用 不适用

### **第三节 重要事项**

公司应当根据重要性原则，说明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

适用 不适用

青岛啤酒股份有限公司

2024年8月29号