

重庆啤酒股份有限公司

关于 2025 年“提质增效重回报”行动方案的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

重庆啤酒股份有限公司（以下简称“公司”）响应国务院《加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》和上海证券交易所《关于开展沪市公司“提质增效重回报”专项行动的倡议》，开展“提质增效重回报”行动，共同推动上市公司高质量发展和投资价值提升，保护投资者尤其是中小投资者合法权益，切实履行公司的责任和义务。现将公司 2024 年“提质增效重回报”行动落实情况及 2025 年“提质增效重回报”行动方案公告如下：

一、 聚焦高质量发展之路，“驱动创新，嘉速增长”

2024 年，在“嘉速扬帆”战略的指引下，公司积极应对外部环境变化带来的机遇和挑战，持续推进公司产品结构优化，毛利率、每百升营收、净资产收益率保持行业前列，啤酒业务实现稳健发展。2025 年，公司将深化战略实施，通过创新产品组合、数字化转型、智能供应链建设提升盈利能力，同时加速拓展新兴渠道和区域市场，巩固优势地位，为股东创造可持续价值。

（一）市场。2025 年，嘉士伯品牌延续“启顺年”创意平台，以“祥蛇迎春，步步生花”概念，与知名艺术家组合合作打造蛇年新春装，强化高端形象。结合春节民俗，携手 KOL 深化地域认同，传递“懂追求，过年就喝嘉士伯”信息。继续推进足球主题活动，并邀请知名代言人推出全新广告片。娱乐渠道升级派对活动，餐饮与非现饮渠道持续投资并加速扩张。

乐堡品牌深化“放开玩 WHY NOT”品牌战略，构建更强大的华人说唱代言人矩阵，推出全新品牌广告。深耕说唱音乐营销，赞助音乐综艺，持续深度参与大型音乐节，强化潮酷形象。推动乐堡纯生的宣传，进一步提升品牌质感，拓展高端市场。

1664 品牌持续深耕时尚与设计领域，强化法式、国际化基因。新年期间以“法式马戏”为主题开展全渠道节日营销，拉动销量增长。携手新代言人，推进高端的品牌形象建设。继续联合头部媒体提升品牌声量和影响力，同时持续加强产品沟通与种草，打造与深化品牌专属全新“蓝调时刻”饮用场景。

夏日纷品牌将聚焦电商和现代渠道，主推经典口味，通过 IP 跨界、达人种草、门店试饮及直播等营销活动深化分销。

乌苏品牌将推出全新广告大片，强化硬核形象，深化与年轻消费者的沟通，持续提升品牌热度。推进全国落地巡演活动，强化“吃烧烤，喝乌苏”的消费场景联系。重点推出系列新品，推进产品差异化。精准布局细分渠道场景，助力销量增长。

重庆品牌于 2025 年新春之际，邀请王耀庆演绎“重庆啤酒，就要庆好年”短片。签约知名演员陈小春快速提升品牌知名度，并围绕深化“江湖”品牌内核推出新的广告大片。在渠道、线下活动中持续推进品牌与重庆火锅联结的同时，延伸品牌饮用场景到其他热辣美食，建立品牌与热辣氛围、热辣情义之间的内在联系。

风花雪月品牌将开发更多差异化低醇产品，签约知名艺人提升品牌声量。

大理品牌将继续深耕云南市场，开发本地特色产品组合，借助吉克隽逸强化文化联结，把大理啤酒打造为云南的标签之一。扩大大理苍洱汽水分销，以“啤酒+汽水”的产品组合强化渠道推动力。

京 A 品牌加大非现饮渠道投入，推出全新罐装产品，并联合重点客户共同推广。同时，继续加强重点市场投入，通过啤酒花园、景点合作，提升品牌的可见度。布鲁克林通过产品种草和重点市场投入，拉动品牌尝试与购买。

（二）销售。2024 年，公司非现饮渠道通过推动罐装、多包装和新品，实现份额增长。现饮渠道受消费疲软和消费习惯转换影响，娱乐渠道和餐饮渠道竞争加剧，产品动销承压，但部分国际和本地品牌仍实现逆市增长。

大城市项目继续发挥核心引擎作用，通过分级管理、聚焦资源和定制化策略，在挑战中取得良好表现。

数字化创新项目赋能传统和餐饮渠道，提升执行效率，加强消费者促销联动，拉动渠道动销增长。

2025 年，非现饮渠道方面，针对现代渠道，公司将持续优化大业态产品结构，提升价格竞争力和单次购买量。在快速增长的便利店渠道，推动罐化和新品布局，为 2025 年提供稳定增量。通过资源调整和匹配，加速现代渠道增长；针对传统渠道，公司将重点投入高

潜力市场，增加产品分销，同时借助数字化创新手段，加大开盖有奖和 BC 一体化宣传，高效促进消费者购买和终端绑定，并选择性推出中高端产品，最大化销售潜力。

现饮渠道方面，公司将继续细化终端运营，并通过多样化营销活动满足不同子渠道和消费档次的需求。

大城市项目方面，2025 年将进一步提升终端执行、优化产品组合、强化经销商网络，借助数字化工具聚焦资源、高效执行，驱动业务增长。

二、积极推进企业文化建设与人才发展战略，打造包容性雇主品牌和战略人才储备

2024 年，公司双轨推进企业文化建设与人才发展战略：一方面推行增长文化，通过高管工作坊和效率优化项目提升运营效能，中高层女性占比提升 3%并蝉联 DEI 奖项；另一方面构建多层次培养体系，实现 70%中高层岗位内部填补，线上线下培训覆盖全员，年培训超 25 万小时。同时深化雇主品牌建设，通过女性招聘、校企合作等措施获评行业典范，为可持续发展提供人才支撑。

2025 年，公司将持续致力于塑造更具包容性和前瞻性的雇主品牌，持续优化人才吸引机制，为业务创新与可持续发展筑牢坚实的人才根基；通过将增长文化融入人员绩效管理机制和相关的嘉奖与表彰举措中，引导管理者和员工以身作则践行文化要求，成为增长文化榜样。公司也将继续实施各个人才发展项目，为公司“嘉速扬帆”战略储备高质量人才，助力企业迈向新的征程。

三、落实“TTZAB”ESG 计划，积极承担社会责任

2024 年，公司继续实施“共同迈向并超越零目标”ESG 计划，深化利益相关方沟通，ESG 计划的各项目标有显著进展。在国际权威评级机构 MSCI 的 ESG 最新评价中，重庆啤酒从 A 级升至 AA 级，成为 A 股 120 多家食品饮料上市公司中仅有的两个最高评级企业之一。

公司荣获诸多奖项，包括中国酒业协会“2024 年 ESG 示范企业榜单”、中国上市公司协会“2024 上市公司可持续发展最佳实践案例”、财富中国“2024 ESG 影响力榜”、南方周末“2024 年度 ESG 竞争力企业”、广州日报“ESG 可持续发展卓越榜样”、人民网“2024 人民社会责任案例”、财经网“年度可持续发展标杆”、中国证券报“ESG 金牛奖”百强等。

公司旗下嘉士伯啤酒工贸有限公司荣获 2024 年度“云南省省级节水标杆企业”，库尔勒酒厂与乌苏酒厂荣获“自治区级绿色工厂”称号、湖南重庆啤酒国人有限责任公司荣获“2024 年度湖南省绿色工厂”称号。

在“零碳足迹”方面，公司 100%使用绿色电力，推广叉车电气化，电叉车比例上升至

82%。旗下酒厂在生产环节全年减少碳排放 2531 吨，与 2015 年的基线数据相比降低 70%，每百升啤酒的碳排放较 2023 年继续下降 4.5%，较 2015 年下降 76.7%。佛山酒厂建成投产，成为嘉士伯全球绿色智能酿造标杆。

在“零农业足迹”方面，公司高度重视酿酒产生副产品的循环利用，2024 年 100% 回收利用了 167 万吨废酵母液和 30.7 万吨废酒糟，再利用于农业、畜牧业，助推循环经济发展。同时，公司加强原材料的可持续及本地化采购，优先选择靠近酒厂的原材料供应商，与供应商签订长期合同鼓励本地种植，积极推动本土化的啤酒花种植产业。目前，主要辅料实现 100%本地采购，另有 50%的啤酒花以及 30%的麦芽产品实现本地化采购。

在“零包装浪费”方面，公司采用含有 60% 再生材料的玻璃瓶，嘉士伯等品牌还使用了环保油墨和不含 PVC 材料的标签。本年度，公司进一步提升回瓶率，比 2022 年提升 3.6%。同时，公司重点对于包装环节产生的碎玻璃进行回收管理，碎玻璃年度回收再利用量达 31346 吨，相当于 1.25 亿 330ml 啤酒瓶，减少碳排放超过 2.5 万吨。公司还在采购原料的过程中采用无袋化运输，全年减少 500 万个塑料编织袋，减少碳排放约 1500 吨。

在“零水浪费”方面，公司旗下酒厂 2024 年平均水耗 2.09HL/HL，比 2015 年下降 45.7%。佛山酒厂建成投产，内设 4 个雨水收集池，循环利用雨水，成为嘉士伯全球首个海绵酒厂。

在“零非理性饮酒”方面，公司响应全球理性饮酒联盟号召，在全部酒精产品包装上添加了“孕妇禁止饮酒”“未成年人禁止饮酒”“禁止酒驾”的警示标识，提升消费者对负责任饮酒的认知。公司还积极参与全国理性饮酒宣传周活动，并通过大理啤酒节等品牌活动积极传播理性饮酒理念。2024 年，赵露思、于适、田亮、GAI、吉克隽逸等公司旗下品牌的 11 位代言人联合发声，为理性饮酒站台，进一步传递理性饮酒理念，辐射消费者超过 620 万。

在“零事故文化”方面，公司连续 11 年举办全员安全日活动，不断提升员工的能力及安全意识，5 家酒厂超过 10 年没有发生损失工时事故（LTA）。与 2018 年相比，员工与承包商的 LTA 下降 92%。

2025 年，我们将继续推动“共同迈向并超越零目标”ESG 计划在公司的落地，以实现包括 2040 年全价值链净零排放等在内的一系列目标，践行公司“酿造更美好的现在和未来”的宗旨。

四、佛山绿色酒厂优化供应链布局，运营效率与可持续发展水平持续提升

2024 年，公司进一步优化供应网络布局，佛山新酒厂于 8 月顺利投产，解决了华南区

域产能不足的问题，将华南供货时间缩短 80%，并大幅降低物流运输成本。佛山酒厂采用大量节能环保及可持续发展技术，成为绿色酒厂的典范，同时配备超过 3000 吨的雨水收集系统，实现了“海绵酒厂”的设计理念。

为持续提升啤酒口感，公司将团队口味品评能力建设作为优先任务，持续推进“百人计划”。通过与中国发酵研究院、中国酒业协会的紧密合作，培训并认证了超过 100 名品评员，显著提升了团队的品评能力。在中国酒业协会举办的中国国际啤酒挑战赛中，公司共有 15 款产品获奖，连续三年成为获奖数量最多的啤酒公司。其中，乌苏楼兰秘酿、醇滑嘉士伯、金牌嘉士伯、夏日纷接骨木花西打酒、京 A 东北 IPA、京 A 莓 3 露等产品荣获四星或三星佳绩，进一步彰显了公司在产品品质上的卓越表现。

2025 年，公司将大力推广酒液认证工作，从而实现产品就近供给，提升物流运输的运作效率。结合当前消费者消费习惯的改变，在柔性供应链设计上加大投入，实现柔性供应运作，满足消费者的需求并将成本控制在最佳范围。

在安全方面，持续推动零事故文化，将提升团队安全意识，关怀领导力作为 2025 年的重点，从而实现零事故目标。

继续推行口味品评能力建设，提名多人参加口味品评国家评委培训及认证工作，强化酒厂口味品评技能。

启动零碳排放酒厂的试点，综合运用储能，太阳能，电锅炉热泵、生物质锅炉等技术，推进零碳排放进程。

继续推动嘉士伯卓越化进程，覆盖端到端的价值链。

五、 关切股东利益，共享经营成果

2024 年 1 月，为落实关于鼓励上市公司分红的政策指导思想，持续与投资者分享公司的发展成果，重点保障中小投资者的资本市场投资获得感，公司修订《公司章程》，进一步完善了分红政策，细化了现金分红的定量安排，为公司提高分红频次创造了便利条件。

2024 年度中期，公司每股派发现金红利人民币 1.50 元（含税），合计分配现金红利人民币 725,956,797.00 元（含税）；2024 年度，公司拟每股派发现金红利 0.90 元（含税），截至 2024 年 12 月 31 日，公司总股本为 483,971,198 股，以此计算合计拟派发现金红利 435,574,078.20 元（含税）。公司 2024 年中期及年度共计派发现金红利 1,161,530,875.20 元（含税），占 2024 年归属于上市公司股东净利润的 104.21%。

2025 年，公司将继续秉持与全体股东共享经营成果的理念，在保证经营稳健、健康成长的前提下，保持高分红率积极回馈股东，并在有条件情况下增加分红频次。

六、 加强投资者沟通，丰富投资者体验

2024年，公司在投资者关系管理方面展现了高度的主动性和创新性，通过多元化、多维度、场景化的沟通策略，成功搭建起公司与资本市场之间的信任桥梁。公司不仅高频参与境内外券商策略会、反路演等常规沟通活动，还通过组织酒厂实地参观，使投资者得以直观了解产品生产流程，进一步加深对公司生产效率和供应链管理能力的认知；在“乌苏焱烤”投资者品鉴会中，投资者亲身体会到“吃烧烤，喝乌苏”的品牌调性和消费场景的深度绑定；2023年年度股东大会将京A精酿酒吧作为召开场地，为股东和投资者提供了独特的参会体验。此外，公司在报告期内召开四个定期报告业绩说明会，保持了高标准、高特色，及时向市场和投资者传递公司最新动态，充分保障股东的知情权。

同时，公司在投资者关系管理领域的卓越表现获得了广泛认可，荣获多项权威奖项，包括《机构投资者》颁发的2024年度亚洲最佳管理团队八项大奖、《亚洲企业管治》颁发的2024年第14届亚洲卓越企业奖五项大奖、《证券时报》颁发的中国上市公司投资者关系股东回报天马奖及中国上市公司价值评选主板上市公司价值100强。同时，公司连续第二年荣获中国上市公司协会颁发的“年报业绩说明会最佳实践”称号，充分体现了公司在投资者关系管理领域的规范运作与创新实践。

2025年，公司将继续通过定期召开业绩说明会、参与券商策略会、反路演以及组织酒厂参观等多元化方式，与投资者保持公开、公正、及时、有效且透明的沟通。

七、 保障信息披露质量，提升公司治理水平

2024年，公司严格遵守中国证监会、上海证券交易所以及公司《信息披露管理制度》等相关规定，真实、准确、完整、及时地完成各项定期报告和临时公告的信息披露工作，严厉杜绝虚假记载、不实陈述或误导性陈述，确保所有股东特别是中小股东公平、及时获得公司信息，评估风险，荣获了上海证券交易所2023年至2024年度信息披露工作A级评价。

公司紧密关注独立董事制度、股东回报等国务院、中国证监会及上海交易所发布的最新规定，2024年两次修订《公司章程》及其他公司制度文件，确保新规在公司内部治理机制中的细化落实。

2025年，公司也将持续做好信息披露工作，关注最新法律法规和监管动态，同步修订公司内部制度文件，不断完善公司法人治理结构，健全公司内部管理和控制制度，持续深入开展公司治理活动，促进公司规范运作，提高公司治理水平。

公司相信，对于中国啤酒行业，高质量发展既是目标，也是路径。只有坚持走高质量发展之路，啤酒企业才能够在经济发展新常态下行稳致远。公司也将持续落实跟进“提质增效重回报”行动方案的相关举措，努力通过稳健的经营、规范的公司治理、积极的投资者回报，切实履行上市公司责任和义务，增强投资者信心，实现公司持续高质量发展，为“打造一个安全、规范、透明、开放、有活力、有韧性的资本市场”贡献力量。

特此公告。

重庆啤酒股份有限公司

董 事 会

2025年4月3日