

福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 其他_____	<input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 路演活动
活动主题	惠泉啤酒 2024 年度业绩说明会		
时间	2025 年 04 月 23 日下午 15:00-16:00		
地点/方式	上海证券交易所上证路演中心（网址： http://roadshow.sseinfo.com/ ） 网络文字互动		
参会人员	董事长兼总经理：刘翔宇先生 副董事长、常务副总经理兼财务总监：王岳先生 独立董事：陈及先生、肖珉女士、袁吉锋先生 董事会秘书：程晓梅女士		
投资者关系活动记录	<p>1. 这些年公司经营持续向好，发展质量越来越好，但经营环境在不断变化，接下来，公司的应对措施和方向？</p> <p>答：您好，感谢您对公司的关注。2024 年中国规模以上企业啤酒产量 3,521 万千升，同比下降 0.6%。近年来公司经营业绩持续向好，市场基础不断加强，品牌影响力和抗风险能力不断提升，实现了利润的连续增长。公司 2022-2024 年度实现归属于上市公司股东的净利润分别为 3,984.83 万元、4,853.37 万元、6,483.02 万元，分别同比增长 28.41%、21.80%、33.58%。面对环境不断变化，公司会积极采取措施应对环境变化带来的挑战和机遇。公司将持续聚焦于做强做大啤酒主业，致力于打造若干个相对优势市场；将顺应中国啤酒行业发展趋势和消费者需求变化，不断完善酿造中国最好啤酒的质量保证体系，持续进行技术和产品创新；不断加强品牌建设，持续提升惠泉啤酒东南沿海知名民族品牌的影响力；坚定推进企业数字化、智能化转型，不断提高运营效率；加强队伍建设，锻造具备一定专业能力、业务能力、管理能力、创新能力的人才队伍；进行企业文化建设，让“爱拼敢赢”的惠泉精神深入人心。公司将继续推进各项建设，努力实现公司</p>		

的长期、持续、健康、高质量发展，致力于把惠泉打造成东南沿海具有明显竞争优势的知名民族品牌。谢谢！

2. 2024年公司营收同比增长、净利润增长，是显著高于行业平均水平的。

同时，看到公司毛利率同比逐年在提升，这些驱动增长主要因素是什么？

答：您好，感谢您对公司的关注！公司业绩稳步增长主要得益于：一是公司坚定不移持续提高产品品质，致力于酿造中国最好的啤酒，消费者对公司产品认可度提升。二是公司持续聚焦基地市场建设，大泉州市场相对优势地位初步形成，市场盈利能力明显提高。三是公司不断发展餐饮渠道，持续提高产品结构，一麦品牌定位不断提升，欧骑士、惠泉1983、老惠泉等高端酒逐步落地，易拉罐占比继续提高，产品盈利能力持续增强。四是公司持续进行技术创新和数字化转型，生产效率不断提升，各种消耗继续下降。多种因素共同促进，形成从产品品质到生产提效到市场深耕协同增长闭环，促进企业质效全面提升。谢谢！

3. 公司近几年发展趋势很好，下一步怎么保持这种趋势？

答：您好，感谢您对公司的认可和关注，更感谢您对公司这几年成绩的肯定。近几年，公司坚持高质量发展，致力于酿造中国最好的啤酒，不断完善质量保障体系，持续提升产品质量；持续加强优势市场建设，不断提高优势市场占有率，持续扩大优势市场规模；顺应消费升级，不断优化产品结构，持续提高中高档产品占比；不断优化渠道结构，注重建设好餐饮、流通传统渠道，发展电商、新零售等新兴渠道；提高技术创新能力，推进企业数字化转型，努力提高运营效率；加强品牌建设，提高品牌影响力，致力于把惠泉啤酒打造成东南沿海具有明显竞争优势的知名民族品牌，实现公司的可持续较高质量发展和经营业绩的持续良性增长。目前，公司实现连续五年持续增长。2025年将是公司开启更高质量发展的元年，未来，公司将坚持高质量发展方针，围绕“固根基、拓空间、笃信念、强执行”的全新战略路径，强化效率提升，以“做好产品、强大品牌、夯实渠道、深耕市场、精实运营”为关键布局，全方位、多维度进行企业空间挖掘，提升企业经营效率，推进企业高质量发展。谢谢！

4. 我是特别喜欢公司的老惠泉这款产品，这个产品的口感醇厚，不管从包装，口感，都很喜欢，的确是一款极好的产品，应该如何强化一下推广？

答：您好，感谢您对公司的关注！非常感谢您对公司产品的喜爱及对公司提出的建议，您的喜爱是公司前进的动力，也坚定了我们持续打造优质产品的初心。的确，老惠泉一投放市场，就得到消费者的广泛赞誉，这款产

品非常醇厚，香气很浓郁，喝起来很顺口，度数较高，但是不上头，第二天不头疼。我们将结合您提到的“醇厚口感”和“精致包装”这些亮点，通过多维度多渠道强化宣传，突出老惠泉的“够劲，不上头”差异化特色，吸引更多消费者关注。公司坚定不移以酿制中国最好啤酒为使命，为消费者提供好啤酒。再次感谢您的真诚建议！我们会努力让更多人感受到老惠泉的魅力，让我们一起见证这款经典产品的成长。谢谢！

5. 公司在大本营泉州区域市场连续几年获得很好增长，对于泉州市场未来增长预期怎么样？

答：您好，感谢您对公司的关注。公司立足于市场精耕，强化市场策略执行，夯实市场基础，市场建设持续推进。2024年度公司保持发展定力，大泉州等重要市场继续增长，其中，大泉州市场实现连续增长，过去5年销量增长50%以上，2024年初步实现大泉市场的相对优势，为公司更加健康、可持续发展奠定一定的市场基础。未来，公司会持续强化市场深耕，保持发展定力，不断调整产品结构，提升品牌影响力，力争实现大泉州市场的长期、持续、健康发展。谢谢！

6. 提问：高管您好，请问您如何看待行业未来的发展前景？谢谢。

答：您好，感谢您对公司的关注！随着中国消费者消费习惯和理念不断变化，对产品品质的追求不断提升，啤酒行业的渠道场景将更加多样，未来啤酒行业消费将持续升级，帮助啤酒行业发展得更加健康和良性。

7. 您好！当下啤酒高端化竞争愈发激烈，对于高端化布局公司有哪些规划和具体的目标？

答：您好，感谢您对公司的关注！公司一直在按节奏有序推进高端化进程。公司主要的高端产品有惠泉小鲜啤酒、欧骑士啤酒、惠泉1983、老惠泉和初念精酿啤酒等。公司建厂40周年之际，公司推出“老惠泉”和“惠泉1983”产品，促进公司中高档产品矩阵进一步完善。公司近年来逐步实现了高端产品在餐饮渠道的落地，铺货率和占比在逐步提升，特别是老惠泉以其够劲不上头的特点深受消费者喜爱。未来公司会顺应啤酒消费升级加快的趋势，持续进行产品结构优化，加快高端产品在餐饮渠道的推进速度，逐步在部分区域实现全渠道推广，持续提升公司中高档产品占比，提升市场竞争力，同时加强新产品创新开发，不断推出差异化产品，有序推进精酿产品发展，满足消费者个性化、高品质需求。谢谢！

8. 提问：高管您好。请问贵公司本期财务报告中，盈利表现如何？谢谢。

答：您好，感谢您对公司的关注。2024年中国规模以上企业啤酒产量3,521

万千升，同比下降 0.6%。（数据来源：国家统计局）。2024 年，公司全员坚定信心，笃定前行，落实“筑根基、调结构、转观念、强执行”经营策略，有序推进企业经营管理各项工作。全年公司完成啤酒销量 22.86 万千升，同比增长 0.06%；实现营业收入 64,706.36 万元，同比增长 5.44%；实现利润总额 7,276.6 万元，同比增长 24.94%；实现归属于上市公司股东的净利润 6,483.02 万元，同比增长 33.58%。企业经营延续利润增速优于收入增速，收入增速优于销量增速良好增长势头，企业高质量发展步伐稳健向前。谢谢！

9. 您好！2024 年公司福建省外的销售收入为得 1.55 亿元，占总收入的 23.94%。对于全国化，公司目前是怎么的考量和规划？

答：您好，感谢您对公司的关注。近年来公司重点建设福建、江西市场，并积极在广东、浙江、湖南部分区域积极布局，不断拓展公司发展空间。随着生产经营发展，公司会持续强化未来市场布局，不断满足企业发展需要。除了线下销售，公司开通了惠泉啤酒天猫/京东/拼多多官方旗舰店和快手、抖音、微信商城等线上销售。公司以强化东南区域基地的重点建设为依托，进行全方位市场拓展。谢谢！

10. 提问：高管您好，请问贵公司未来盈利增长的主要驱动因素有哪些？谢谢。

答：您好，感谢您对公司的关注！公司始终以促进企业高质量增长为核心目标。面对不断变化的发展环境和消费需求，公司将进一步在产品创新、渠道优化、品牌升级等方面协同发力，促进企业盈利空间与经营韧性提升。产品层面，公司聚焦高品质与个性化需求，通过优化现有产品矩阵、加速特色、个性化啤酒等产品布局，同时加强风味创新与场景化产品研发，满足多元化消费需求；市场方面，公司将持续进行重点市场建设，不断提高产品结构；运营方面，公司持续推进生产智能化改造与企业精细化管理，强化全流程卓越管控，夯实品质根基；品牌建设方面，公司会不断结合地域特色，深化建设东南沿海知名民族品牌定位，通过文化体验与数字化营销提升品牌力；渠道拓展方面，公司在巩固核心市场的同时，会加快新兴市场布局，并完善线上线下相融合的立体化渠道网络。公司致力于通过持续的管理质效提升，促进企业经营质量持续向好。谢谢！

11. 公司如何看待当下啤酒市场的竞争？公司认为未来啤酒市场将有哪些新机会和新趋势？

答：近两年，中国啤酒行业处于存量竞争，未来啤酒市场将围绕“高端化、健康化、年轻化、数字化”展开竞争，同时高端化、个性化依然是主题，

	<p>消费场景将更加多样，餐饮、夜场等行业的变化也会继续影响啤酒行业的渠道结构。啤酒消费升级、消费者消费习惯和理念的变化、个性化需求、城镇化进程、新渠道和场景的发展都为公司提供了很好的发展机会。公司将积极采取措施应对环境变化带来的挑战和机遇。公司将持续聚焦于做强做大啤酒主业，将顺应中国啤酒行业发展趋势和消费者需求变化，不断完善酿造中国最好啤酒的质量保证体系，加强技术创新和产品创新，持续提升惠泉啤酒东南沿海知名民族品牌的影响力，强化渠道和重点市场建设，提高企业数字化、智能化水平，锻造具备一定专业能力、业务能力、管理能力、创新能力的人才队伍，让“爱拼敢赢”的惠泉精神深入人心，努力实现公司的长期、持续、健康、高质量发展，致力于把惠泉打造成东南沿海具有明显竞争优势的知名民族品牌。</p> <p>12. 提问：高管您好，能否请您介绍一下本期行业整体和行业内其他主要企业的业绩表现？谢谢。</p> <p>答：您好，感谢您对公司的关注。2024年中国规模以上企业啤酒产量3,521万千升，同比下降0.6%。谢谢！</p>
资料清单 (如有)	无
日期	2025年4月23日