



重庆啤酒股份有限公司

二零二五年年度股东会

会议资料

二零二六年五月二十一日

股东会会议须知

尊敬的股东及股东代表：

您好！

欢迎参加重庆啤酒股份有限公司 2025 年年度股东会。为保证本次会议的顺利进行，以下事项希望得到您的配合和支持。

一、董事会以维护全体股东的合法权益、维持大会正常秩序和提高议事效率为原则，认真履行《公司章程》规定的职责，做好召集、召开股东会的各项工作。

二、股东参加股东会依法享有发言权、质询权、表决权等权利。股东参加股东会，应认真履行其法定权利和义务，不得侵犯其他股东的权益，不得扰乱大会的正常秩序。

三、大会设立秘书处，具体负责大会有关程序方面的事宜。

四、参加会议的基本情况

本次会议采取现场投票与网络投票相结合的方式。本次股东会将通过上海证券交易所交易系统向公司股东提供网络投票平台，股东可以在网络投票时间内通过上述系统行使表决权。

现场会议召开时间为：2026 年 5 月 21 日（星期四）上午 9:30；

网络投票时间为：自 2026 年 5 月 21 日（星期四）至 2026 年 5 月 21 日（星期四）

采用上海证券交易所网络投票系统，通过交易系统投票平台的投票时间为股东会召开当日的交易时间段，即上午 9:15-9:25，9:30—11:30，下午 13:00—15:00；通过互联网投票平台的投票时间为股东会召开当日的 9:15-15:00。

五、投票表决的有关事宜

1、出席本次现场会议的股东或股东委托代理人和参加网络投票的股东，按其所代表的有表决权股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。

2、参加本次会议的公司股东只能选择现场投票和网络投票表决方式中的一种。同一表决权出现重复表决的以第一次投票结果为准。本次会议采用记名投票表决方式。出席现场会议的股东或股东委托代理人在审议议案后，填写表决票进行投票表决，由律师和监票人共同计票、监票、统计表决数据。会议工作人员将现场投票的表决数据上传至上海证券交易所信息公司；上海证券交易所信息公司将上传的现场投票数据与网络投票数据汇总，统计出最终表决结果，并回传公司。

3、本次股东会需审议表决事项共 6 项，由股东会以普通决议通过，即由出席股东会

的股东（包括股东代理人）所持有效表决权的二分之一以上通过；除审议议案外，本次股东会将听取 1 项审阅事项。

4、请参加现场投票的股东认真审阅表决票注明事项，逐项填写表决意见，一次投票。对某项议案未在表决票上填写表决意见或填写多项表决意见的或未投的表决票，均按弃权统计结果。

5、会议在主持人宣布现场出席会议的股东和代理人人数及所持表决权股份总数前终止登记，当会议登记终止后，未登记的股东不能参加投票表决。

6、计票程序：由主持人提名 2 名股东代表作为监票人；2 位监票人由参会股东鼓掌推举通过；监票人在审核表决票的有效性后，监督并参与统计表决票，宣布表决结果。

7、表决结果：会议主持人根据现场表决结果宣布会议审议表决事项通过情况。公司在收到上海证券交易所信息公司汇总的现场和网络表决结果后，编制股东会决议公告并在上海证券交易所网站公告。

六、公司董事会聘请执业律师出席本次股东会，并出具法律意见。

最后，祝您与会期间心情愉快，工作顺利！

重庆啤酒股份有限公司
董事会办公室

2025 年年度股东会议程

会议时间：2026 年 5 月 21 日（星期四）上午 9:30

会议地点：广东省广州市天河区金穗路 62 号侨鑫国际金融中心 13 层

出席人员：1、2026 年 5 月 15 日交易结束后，在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司登记在册的本公司股东及其委托代理人；

2、公司董事、高级管理人员及聘请的股东会见证律师；

3、其他人员。

会议议程：

序号	会议议程	报告人
1	宣布大会开幕	董事长：João Abecasis
2	介绍出席大会的公司董事、高级管理人员、聘任的股东会见证律师及其他人员	董事长：João Abecasis
3	审议下列事项：	
	（1）公司 2025 年度利润分配方案	董事兼副总裁：Chin Wee Hua
	（2）公司董事会 2025 年度工作报告	董事会秘书：邓炜
	（3）公司独立董事 2025 年度述职报告	独立董事：袁英红、盛学军、朱乾宇
	（4）关于聘任公司 2026 年度财务审计机构和内部控制审计机构的议案	董事兼副总裁：Chin Wee Hua
	（5）关于嘉士伯重庆啤酒有限公司 2026 年第一次中期利润分配方案的议案	董事兼副总裁：Chin Wee Hua
	（6）关于制定《重庆啤酒股份有限公司董事、高级管理人员薪酬管理制度》的议案	董事会秘书：邓炜
	审阅下列事项：	
	（7）关于高级管理人员 2025 年薪酬确认及 2026 年薪酬方案的汇报	独立董事：朱乾宇
4	推选大会的监票人（鼓掌通过）	董事长：João Abecasis
5	宣布出席会议的股东和代理人人数及所持表决权股份总数	董事长：João Abecasis
6	股东或股东代理人对议案进行表决	董事长：João Abecasis
7	监票人和计票人统计表决情况	监票人

8	监票人宣布表决结果	监票人
9	见证律师宣读对本次会议的法律意见书	见证律师
10	宣布本次股东会闭幕	董事长: João Abecasis

公司 2025 年度利润分配方案

各位股东：

经董事会决议，公司拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数实施 2025 年度分配利润方案。本次利润分配方案如下：

公司拟向全体股东每股派发现金红利 1.20 元（含税）。截至 2025 年 12 月 31 日，公司总股本为 483,971,198 股，以此计算合计分配现金红利人民币 580,765,437.60 元（含税）。2025 年公司现金分红（包括中期已分配的现金红利）总额 1,209,927,995.00 元（含税），占 2025 年归属于上市公司股东净利润的比例 98.30%。

实施权益分派股权登记日前，如公司总股本发生变动，公司拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额，并另行公告具体调整情况。

本议案已经过公司第十一届董事会第七次会议审议通过，同意提交 2025 年年度股东会审议。

请各位股东审议。

重庆啤酒股份有限公司

董 事 会

2026 年 5 月 21 日

公司董事会 2025 年度工作报告

各位股东：

2025 年，公司严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《上市公司章程指引》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规要求，持续完善公司治理结构，对《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《审计委员会实施细则》等内部制度进行修订，不再设监事会或监事，由董事会审计委员会行使监事会职权，实现治理架构的平稳过渡。同时，公司制定《市值管理制度》《舆情管理办法》，持续提升治理水平。

报告期内，董事会充分履行《公司章程》和《董事会议事规则》赋予的职责，积极贯彻落实股东会决议，坚持规范运作、科学决策。全体董事廉洁自律、恪尽职守、勤勉尽责，圆满完成各项工作任务。

现就 2025 年度董事会工作报告如下：

一、董事会 2025 年工作情况

（一）关于股东与股东会

公司于报告期内召开了 1 次年度股东会、3 次临时股东会。公司严格按照《公司章程》以及《股东会议事规则》，调整和规范股东会的组织行为，提高股东会议事效率，保证股东尤其是中小股东依法行使股东权利。

（二）关于董事与董事会

公司于报告期内召开了 8 次董事会会议、7 次审计委员会会议、1 次战略与发展委员会会议、2 次薪酬与考核委员会会议、2 次提名委员会会议、8 次独立董事专门会议。公司董事会严格按照《公司章程》、《董事会议事规则》、《独立董事制度》、各专门委员会实施细则的规定，对权限范围内的重大事项履行相应的审议决策程序，认真贯彻股东会各项决议。各专门委员会各司其责，有效促进了董事会的规范运作和科学决策，充分发挥了独立董事在专门委员会中的作用。独立董事专门会议对公司重大事项事先审议通过后提交董事会审议，并对重大事项保持持续关注和跟进，大大提升了独董履职的有效性。报告期内，公司董事会完成换届选举，董事会成员拥有丰富的啤酒行业从业经验以及会计、

金融、法律等各方面知识，能够充分为公司重大决策提供专业及建设性建议，且认真履行职责，充分维护了公司和全体股东的利益。报告期内，荣获中国上市公司协会“上市公司董事会最佳实践案例”“上市公司内部控制最佳实践案例”，表明公司在规范治理、合规运作及企业价值创造方面获资本市场高度认可。

（三）关于董事出席股东会及董事会情况

董事姓名	是否独立董事	参加董事会情况						参加股东会情况
		本年应参加董事会次数	亲自出席次数	以通讯方式参加次数	委托出席次数	缺席次数	是否连续两次未亲自参加会议	出席股东会的次数
João Abecasis	否	8	8	8	0	0	否	4
Alan Choi 蔡泓汉	否	6	6	6	0	0	否	4
Andrew Emslie	否	8	8	8	0	0	否	4
Lee Chee Kong	否	8	8	2	0	0	否	4
Chin Wee Hua	否	8	8	0	0	0	否	4
吕彦东	否	8	8	4	0	0	否	4
袁英红	是	8	8	2	0	0	否	4
盛学军	是	8	8	5	0	0	否	4
朱乾宇	是	8	8	5	0	0	否	4
Gavin Brockett (离任)	否	2	2	2	0	0	否	0

（四）董事绩效评价结果及其薪酬情况

公司独立董事采取固定董事津贴，津贴标准经股东会审议通过后按月度发放。在公司担任经营管理职务的非独立董事（包括担任公司高级管理人员或其他经营管理职务的董事），其薪酬标准和绩效考核依据专职岗位薪酬标准或高级管理人员薪酬标准执行，不再另行领取董事薪酬。不在公司担任经营管理职务的非独立董事，除经股东会决定对其发放非独立董事津贴，原则上不在公司领取薪酬。

（五）关于控股股东与上市公司的关系

报告期内，公司控股股东没有与上市公司发生非经营性资金占用，上市公司没有对控股股东提供对外担保。

（六）关于利益相关者

公司充分尊重和维护银行及其他债权人、职工、消费者、供应商的合法权益，积极开展合作，本着互惠互利、诚实信用的原则，协调平衡公司相关方利益关系，共同推动公司持续、健康、和谐发展。

（七）关于关联交易

报告期内，公司严格按照法律法规及规范性文件的要求完善公司内控体系，规范关

联交易，督促控股股东及实际控制人履行各项承诺。公司对与关联方发生的关联交易均履行了相应的决策程序，独立董事同意后方提交董事会审议，保证关联交易公正、公允，没有损害投资者尤其是中小投资者利益情形。

（八）关于信息披露与透明度

报告期内，公司严格按照证监会、交易所以及公司《信息披露管理制度》等相关规定，主动加强与证监会、交易所的联系，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，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 2024 年至 2025 年度信息披露工作 A 级评价。

（九）关于投资者关系管理

报告期内，公司通过接听投资者热线，接待投资者调研，参加投资者电话会议、券商策略会、反路演交流等方式畅通投资者与公司的沟通渠道，确保投资者准确、及时了解公司信息，行使合法权利。公司实现常态化召开业绩说明会，举办了全年 4 个定期报告的业绩说明会，取得了与投资者沟通交流广度和深度的有效拓展。公司 2024 年年报业绩说明会获评中国上市公司协会“上市公司 2024 年报业绩说明会最佳实践”。

（十）关于可持续发展

报告期内，公司持续披露 ESG 报告，自 2022 年发布“共同迈向并超越零目标的”ESG 计划后，公司报告期持续在减碳、节水、理性饮酒、社区参与等方面取得突出表现，稳步实现高质量、可持续发展。报告期内，公司继续保持国际权威评级机构 MSCI 的 ESG AA 评级。

（十一）内幕信息管理

公司严格按照证监会、上交所要求以及公司《内幕信息知情人登记管理制度》及《重大信息内部报告细则》落实公司内幕信息保密工作及知情人登记备案工作，并开展相关培训，有效防范内幕交易等证券违法违规行为。

二、2025 年公司经营情况

2025 年度，公司实现啤酒销量 299.52 万千升，比上年同期增长 0.68%；实现营业收入 147.22 亿元，比上年同期增长 0.53%；实现归属于上市公司股东的净利润 12.31 亿元，比上年同期增长 10.43%。

2025 年，面对复杂多变的外部环境，公司保持稳健运营，持续推进产品结构优化、渠道深耕和运营能力提升，实现销量、营业收入和利润稳步增长，体现出良好的经营韧性，并进一步推动公司高质量发展。

（一）市场

嘉士伯啤酒持续强化高端定位与情感联结。春节期间推出“祥蛇迎春，步步生花”限定系列，以艺术化设计传递繁荣寓意，并获得 iF 设计奖、红点奖等三项国际设计奖项。夏季围绕黄宗泽合作项目及利物浦获英超冠军开展品牌传播，强化“懂追求，就喝嘉士伯”的品牌主张；首次赞助佛山西甲及广东省超联赛，提升品牌在本地市场的认知度与参与度。引进“曜享大师系列”，联合黑珍珠餐厅推广，拓展高端餐饮渠道。公司持续优化娱乐场景消费体验，拓展优质餐饮及非现饮渠道，加快关键市场布局。

乐堡啤酒持续深化“年轻、潮酷、有态度”的品牌形象。携手 GAI 周延、万妮达、Gali 蒋文涵推出品牌主题传播内容，强化“放开玩 WHY NOT”品牌主张。全年围绕新生代消费群体，开展愚人节反榨 APP、毕业季校园活动、996 牛马之夜等系列营销活动，并首次赞助《喜剧之王·单口季 2》，提升全国市场影响力。音乐营销方面，推出“DROP THE BEAT”项目及品牌单曲，在多地举办大型音乐节，并配合多场中小型活动，强化“啤酒+音乐”的品牌联想。

1664 啤酒持续推进品牌形象与沟通方式升级。新任代言人吴磊提升品牌好感度及高端形象认知。打造“蓝调时刻”专属消费场景，联合 Nylon 开展主题营销活动，传递法式蓝调美学，并获得中国广告风云榜“最佳场景营销案例”。同时，携手上海时装周及设计师 XUZHI 推出限量周边及品牌主题秀，并与法国艺术家 Walala 合作推出圣诞新年限定包装，强化节日赠礼消费场景。

乌苏啤酒通过品牌价值提升与产品创新双轨驱动，推动全国化与高端化发展。通过范丞丞、付航双代言诠释“浓人喝乌苏”的品牌理念，并结合 AI 及机器人互动内容，以及《奔跑吧》《出发吧浓人》等综艺合作，在年轻消费群体中的关注度明显提升。产品方面，公司持续布局 1L 产品赛道，加快乌苏秘酿全国推广，并推出新疆酒花精酿、大红袍精酿、原浆及精酿系列等新品，进一步完善高端产品矩阵。

重庆啤酒持续深耕本地市场。邀请陈小春担任代言人并冠名其重庆演唱会，强化品牌本地文化联结；通过赞助“渝超”联赛及与球员向余望合作，开展“重庆崽儿喝重啤”主题传播，并推出渝超及球员限量罐产品。1L 装精酿全麦产品以中式包装设计 & 全麦酿造工艺推动产品结构升级。在四川市场，联动吉克隽逸及《上城士》杂志讲述大凉山故事；在贵州市场推出文旅系列 V8 产品。

风花雪月啤酒全年围绕“文旅融合”与“东方美学”持续推进产品创新与品牌升级。推出低醇青提口味新品，并依托代言人杨超越拓展年轻消费群体；同时打造民谣场景专

属产品“月色”，并推出龙井绿茶、滇红茶啤等 1L 装创新产品。泼水节、出逃去草原等主题活动及云南非遗扎染限定罐相继落地。持续深耕民谣消费场景，推出自有 IP，并通过 AIGC 应用推动东方美学的年轻化表达，持续提升在年轻消费群体及文旅消费场景中的影响力。

大理啤酒从产品、渠道、创意和技术四个维度推进年轻化转型。推出 1L 装“给好莽 V8 精酿”、苍洱汽水、大理清爽等新品，深化 O2O 布局并强化零售网络。借助吉克隽逸及本土艺人开展“滇疯赛”等主题活动，强化本地文化联结，并通过火把节、啤酒节等活动深化品牌影响力。AIGC 技术应用于“滇超”传播，通过高频互动提升品牌年轻化形象。

精酿品牌聚焦拓展更广泛的消费人群。京 A 啤酒推出酒花飞拳、陈皮阿白、酒花漫步、茉莉青提等 500ml 罐装焕新产品，并通过 Taproom 门店、啤酒节及第九届“八乘八合酿计划”持续提升品牌影响力与行业知名度。

（二）销售

2025 年，公司各渠道销售及重点项目稳步推进，高端产品保持增长，整体销售表现稳健，产品结构持续优化。

非现饮渠道占比进一步提升。即时零售 O2O、电商及便利店等新兴渠道表现良好；传统渠道通过分销拓展和数字化推广实现份额增长；现代渠道聚焦仓储会员店、零食折扣店等新业态，取得积极进展。1L 装新品成为非现饮渠道的重要增长动力。

现饮渠道聚焦重点客户，推动产品创新和消费场景适配，在非酒精饮品及 1L 装精酿等细分领域实现增长。

大城市市场保持较快增长，通过优化产品组合、强化经销商网络和数字化工具赋能，持续提升终端执行力和资源投放效率。

数智化创新广泛应用于传统渠道和餐饮渠道，运营效率和促销协同效果持续提升。

（三）供应链

安全方面，公司通过开展双主题安全活动强化风险防控，实现全公司损失工时事故数量创历史新低，员工安全意识和风险防控能力持续提升，并荣获嘉士伯集团“安全最佳市场”和“安全最佳工厂”两项最高奖项。

质量方面，公司以月度质量主题活动为抓手，聚焦食品安全全链条管控，从原材料控制到成品运输及终端销售环节开展全过程风险排查，有效防范潜在风险。

口味品评方面，公司持续加强发酵工艺执行与管控、酵母管理以及团队口味品评能

力建设。在中国国际啤酒挑战赛中获得 15 个奖项；在五年一度的国家级品酒师资格认证中，6 人获评国家级品酒师，1 人获评国家级品酒师督导，专业能力持续提升。

产能方面，1L 产线顺利投产并实现快速爬坡，投产两周后产线效率即突破 80%，刷新产线垂直启动效率纪录。

嘉士伯卓越化项目按计划稳步推进，区域管理、绩效管理和组织管理能力建设持续深化，现场管理标准和生产效率不断提升。远程审核模式有效缓解审核员资源紧张问题，审核覆盖范围扩大 10 倍以上。

劳动生产率继续保持高个位数增长，有效对冲人力成本上升压力。

（四）ESG

2025 年，公司在“嘉速扬帆”战略指引下，全面推进“共同迈向并超越零目标”ESG 计划，在环境、社会和公司治理领域的表现持续提升，继续保持国际权威评级机构 MSCI ESG AA 评级，该评级为目前 A 股食品饮料行业上市公司所获得的最高评级水平，且仅有两家企业达到这一等级。

2025 年，公司在多个领域获得行业及权威机构认可，包括 Extel “最佳 ESG” 第一名、《财富》中国“ESG 影响力榜”、中国上市公司协会“可持续发展最佳实践案例”、中国酒业协会“2025 年 ESG 示范企业榜单”、南方周末年度“ESG 低碳实践”等十余项重要荣誉。此外，公司旗下 5 家酒厂入选国家工信部“国家级绿色工厂”，大理酒厂获评“国家级水效领跑者”，天目湖、宁夏、银川等酒厂获评省级先进智能工厂；乌鲁木齐酒厂获评市级首批“无废企业”，多个酒厂项目入选省级节水、消防、安全等优秀案例，进一步巩固了公司在 ESG 领域的行业领先地位。

在“零碳足迹”方面，公司加快推进能源结构调整，实现 100%绿色电力和 100%电动叉车覆盖。2025 年，公司合计使用绿电 164,477.64 MWh，减少碳排放 87,271.84 吨，相当于植树 379 万棵。通过持续推进节能设备升级和热能回收技术应用，公司酿造每百升啤酒热能耗由 2024 年的 15.274 kWh 降至 13.967 kWh。与 2015 年相比，公司酿造每百升啤酒碳排放下降 78.47%，累计减排 1,940,421 吨，相当于 71.3 万辆小汽车停驶一年，生产端低碳运营能力持续提升。

在“零农业足迹”方面，公司持续完善副产物循环利用体系，全年回收废酵母液 162 万吨、废酒糟 30.8 万吨。公司进一步提升原料本地化水平，主要辅料实现 100%本地采购，啤酒花和麦芽的本地化采购比例分别提升至 35%和 55%，增强供应链稳定性并降低运输相关排放。

在“零包装浪费”方面，公司持续推进包装材料绿色设计和轻量化。在各类包装材料选型和应用过程中，广泛采用可重复利用或可降解材料，并针对重点包材实施轻量化专项行动。2025年，公司减少瓦楞纸约2,300吨、塑料膜336吨、玻璃材料1,900吨、铝材350吨。公司持续完善回瓶体系，回瓶率较2022年提升4.3个百分点，节约可回收包装成本约750万元。同时，公司回收碎玻璃3万吨，相当于1.2亿个330ml啤酒瓶，减少二氧化碳排放2.39万吨，资源循环利用水平持续提升。

在“零水浪费”方面，公司通过Loss Cost Tree工具深化水耗结构分析，在体系内推广标杆酒厂经验。2025年，公司实现节水15.98万吨，单位水耗降至2.03 hl/hl，较上年下降2.67%。公司稳步推进2030年单位水耗2.0 hl/hl目标，已有7家酒厂提前实现。其中重庆大竹林酒厂单位水耗降至1.70 hl/hl，提前达到高水风险区域2030年目标。自2024年起，公司在重庆、云南、江苏持续实施水回馈项目，2025年累计回馈水量121.42万立方米，修复和新增湿地面积超过30,600平方米。

在“零非理性饮酒”方面，公司在所有酒精饮品包装上统一标注“孕妇禁止饮酒”“未成年人禁止饮酒”“禁止酒驾”等警示语。公司连续第十年参与全国理性饮酒宣传周，通过与淘宝、京东、抖音、美团、饿了么等平台合作，实现线上曝光超过200万次。同时，公司将理性饮酒倡导融入“渝超联赛”“乌鲁木齐国际马拉松”等体育活动场景，并在餐饮终端开展理性饮酒宣传互动活动。通过“酒厂开放日”等活动向公众传播理性饮酒理念，进一步扩大社会影响力。

在“零事故文化”方面，公司持续强化全员安全责任体系，建立覆盖危险废弃物管理、化学品存储和机械防护等30门核心课程的安全培训体系，实现培训内容标准化和数字化。2025年，公司共有302名经理及主管工程师取得培训师认证，39名员工取得防御性驾驶培训师认证。公司累计举办15届全员安全日活动，员工安全意识持续提升。8家酒厂实现超过10年零损失工时事故，26家酒厂连续两年保持零损失工时事故；与2018年相比，公司（含供应链及销售行政员工及承包商）损失工时事故数下降94%，安全管理水平持续提升。

（五）人才发展与文化建设

人才发展与梯队建设方面，公司坚持员工与企业共同成长，以增长文化原则“赋能、授权、支持和培养员工”为核心指引，持续完善人才培养体系。

公司通过构建多元化培训资源和发展平台，全面支持员工能力提升与职业发展，推动个人成长与组织发展协同推进。

人才选拔坚持公平、公正、公开原则，综合评估价值观契合度、能力和绩效贡献。公司通过定期人才评估识别发展差距并制定个人发展计划，依托岗位轮岗、跨部门项目等机制促进内部人才流动。个人发展计划（IDP）分层分类推进实施，各类人才项目持续夯实人才梯队基础。导师制、挑战性项目和短期派遣等多元培养机制贯穿员工发展全过程，将“赋能、授权、支持、培养”的理念落实到实际工作中。

公司持续打造线上线下融合的学习模式，为员工提供系统化能力提升机会，推动个人成长与业务发展协同提升。2025年，公司员工培训总时长近28万小时，培训覆盖率达100%。线上学习平台“加油站”累计上线课程3,704门，涵盖专业能力、通用素养和领导力等领域，全年学习时长41,526小时，参与率达88%。线下培训聚焦岗位实操和协同能力提升，通过专业技能培训、跨部门工作坊和主题培训项目持续强化业务能力；领导力培养针对高、中、基层管理者分层推进，整合内外部专家资源，并培育内部讲师队伍，促进管理经验传承。

文化建设与践行方面，2025年是公司“增长文化”全面推进之年。超过150位“增长文化大使”通过故事征集、行为举措卡和短视频等形式记录并推广文化实践案例。员工共创会、生日会及文化内容创作等活动以多种形式传播文化理念。管理层季度会议设立“文化交流”专题环节，持续统一文化认知。文化要素已融入招聘面试题库、绩效管理和内部培训体系，从选人用人环节强化文化基础。

在多元、平等、包容方面，公司持续推进相关实践并升级“她力量特酿”女性公益项目，推出妇女节限定产品，并向大理市妇联捐赠20万元，专项支持女性就业和创业。女性在管理层中的占比达到34.4%，公司连续获得“多元公平包容大奖”和“最佳DEI项目奖”。2025年“我的心声”员工调研覆盖超过6,300人，参与率达99%，公司根据调研结果制定并落实改进计划，持续提升员工敬业度。

在人才吸引方面，公司将人才视为推动业务可持续增长和履行社会责任的重要基础，通过智能化招聘系统提升招聘效率，持续打造开放、多元和充满活力的雇主品牌体系。“总部开放日”“嘉酿生”等项目加强与高校人才的前期联系，系统布局未来人才储备。公司在雇主品牌建设中注重社会责任与时代议题，通过“女性招聘月”等举措推动职场性别平等，并通过多元化沟通方式加强与年轻人才的联系。

人才是公司长期发展的重要基础。公司将持续吸引、培养并保留优秀人才，通过完善的人才体系建设和负责任的企业实践，为公司和社会的长期发展持续提供动力。

（六）投资者关系管理

2025年，公司在佛山酒厂创新举办2024年度暨2025年一季度业绩说明会。活动采用网络直播形式，融合酒厂参观、高管交流、业绩问答及与公司首席酿酒师共同品鉴新品等环节，使投资者能够近距离了解生产流程和产品品质，并与管理层开展深入交流，进一步加深对公司战略和经营情况的理解。活动累计浏览量超过20.5万人次，同比增长15%。公司连续第三年获评中国上市公司协会“年报业绩说明会最佳实践案例”。

在国际权威机构Extel发布的“2025年度亚洲最佳管理团队”评选中，公司荣获“亚洲最受尊崇企业——消费品：日用品类”中小型企业（市值100亿美元以下）综合排名第一，并连续第三年入选该榜单。

同期，公司获得中国上市公司协会“上市公司投资者关系管理最佳实践案例”“上市公司董事会最佳实践案例”“上市公司内部控制最佳实践案例”，以及证券时报天马奖“投资者关系管理优秀团队奖”、中国证券报“2024年度金牛最具投资价值奖”、《亚洲企业管治》第15届“亚洲卓越企业奖”等多项资本市场荣誉，并连续三年获得上海证券交易所信息披露A级评价，公司治理水平和投资者关系管理能力获得资本市场认可。

公司总裁李志刚凭借战略创新和经营成效，获评“2024年度金牛企业家创新奖”，为A股食品饮料行业唯一获此殊荣的企业家；同年荣获中央广播电视总台央广网“金顶奖”。

三、公司未来发展展望

（一）行业格局和趋势

2013年达到产量顶峰后，中国啤酒行业呈现持续下滑趋势，2025年对比2013年，行业总产量下降了30.1%。中国啤酒行业已经进入“存量市场”，呈现以下特点：

1. 竞争持续。中国五大啤酒公司的总市场份额已超过90%。在各自传统优势市场开展业务的同时，五大啤酒公司也在局部市场存在激烈的竞争。小众品牌和进口啤酒也在细分市场与五大啤酒公司进行直接竞争。

2. 成本波动。原料、包材、能源、人力等成本要素受气候变化、地缘政治和供求关系的影响，可能出现波动，对企业运营效率提出更高的要求。

3. 多元化。消费者的需求已超越传统的主流核心啤酒，更加多元化，精酿啤酒、特色啤酒、果味酒、无醇和低醇啤酒等产品，越来越受到各大啤酒公司的重视。

4. 高质量发展。尽管行业产量大幅下降，但主要啤酒公司依然展现了中国啤酒行业的韧性，实现了高质量发展。

对于行业趋势，公司管理层仍然认为，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。

（二）公司发展战略

作为嘉士伯集团成员，公司在嘉士伯集团相关战略的指引下开展业务，在开展业务的市场中，成为成功的、专业的、具有吸引力的啤酒公司。

嘉士伯集团以“嘉速扬帆”作为公司战略，通过加大对关键增长动力的投入和支持，提高增长目标。这些重点领域涵盖产品组合、重点市场以及能力建设，旨在提升供应链效率、培育增长文化，并保持对成本的持续关注。

“嘉速扬帆”战略的主要内容如下：

- 1、产品组合：提升高端产品增长；加速啤酒以外品类增长。
- 2、地理重点：加快在增长型市场的增长；推动基地市场的利润增长。
- 3、执行出色：加速能力建设；推动数字化转型。
- 4、必赢文化：建立增长文化；共同迈向并超越零目标。
- 5、“资”援新征程：加速提升供应链效率。

（三）经营计划

目前，公司对 2026 年宏观经济和啤酒行业前景持谨慎乐观态度。随着外部环境逐步改善和稳增长政策持续推出，中国啤酒行业有望获得更为有利的发展环境。同时，行业竞争加剧、成本波动及消费复苏不及预期等不确定因素仍将带来挑战。

2026 年，公司将继续推进“嘉速扬帆”战略重点项目，以“国际品牌+本地品牌”的品牌组合为依托，持续推进产品创新，提升运营效率和组织能力建设，推动公司高质量发展。公司将重点开展以下工作：

1. 市场

2026 年，嘉士伯啤酒将通过营销活动与产品创新推动品牌价值提升。春节期间携手说唱歌手揽佬开展“启顺年”主题传播活动，以歌曲《大展鸿图》为基础打造品牌专属广告旋律，强化节日传播效果。足球季延续“懂追求，就喝嘉士伯”品牌主线，通过整合营销加强品牌与足球场景的关联。产品方面，推出嘉士伯全球首款国际高端 1L 精酿啤酒，并持续推进“嘉士伯曜享大师系列”的市场拓展。

乐堡啤酒将于 2026 年启动品牌焕新，以“想怎样，就怎样”为核心主张强化与年轻消费群体的沟通。视觉体系与产品包装将同步升级，并引入国际化代言人提升品牌影响力。音乐营销将在延续说唱元素基础上拓展 KPOP 等多元风格，通过音乐节及主题活动触达目标消费群体。产品方面将持续推进风味创新与包装升级。

1664 啤酒将继续深耕超高端市场，进一步拓展“蓝调时刻”消费场景，并探索人宠

互动等新型生活方式场景，推出宠物元气水等创新产品。产品方面推出满足消费者对健康、风味与品质需求的新产品系列，并探索微综艺及 AIGC 等创新传播方式，同时通过“1664 蓝调时刻 Bistro”等终端活动强化娱乐渠道体验。

乌苏啤酒将围绕“浓”IP 开展全年品牌传播。春节期间开展“浓人走浓运”主题活动，结合代言人范丞丞推出相关传播内容，并推出 8.88L 限定产品。将结合 40 周年契机强化“新疆 DNA”的品牌认知。产品方面将持续推出战略新品，完善高端化与差异化产品布局。

重庆啤酒将继续深耕本地市场，通过产品创新与品牌活动强化消费者联结。品牌将持续拓展 1L 精酿产品线，并围绕品质与体验升级推进产品创新。春节期间与徐锦江合作推出相关品牌传播内容，全年联动陈小春及向余望开展本地化传播活动，同时继续开展各项消费者活动。

风花雪月啤酒将围绕“得闲”品牌理念强化多元休闲场景布局，提升现饮渠道体验并拓展非现饮渠道。在延续四季时酿及茶啤系列产品基础上持续推出新品。品牌将继续通过 AIGC 开展内容传播，并结合非遗及节气等元素强化品牌文化表达。

大理啤酒将围绕产品、渠道、创意和技术四个方面深化本地市场布局。产品方面以 V8 为核心单品，依托 1L 产品线拓展特色风味并丰富消费场景。品牌将结合泼水节、火把节及滇超赛事等本地节点开展传播活动，并持续推进 AIGC 在内容传播中的应用。

精酿啤酒将继续聚焦拓展更广泛的消费群体，通过罐装产品创新及重点客户合作拓展非现饮渠道。将通过媒体合作、社交传播及啤酒节活动提升品牌认知度。

2. 销售

2026 年，公司将继续坚持渠道深耕与创新驱动的发展策略。

非现饮渠道仍为发展重点。传统渠道与现代渠道将同步推进分销拓展、产品结构优化及数智化应用，新兴渠道将保持较快增长。1L 产品将继续作为推动高端化的重要抓手，通过丰富产品风味满足不同消费场景需求。

现饮渠道将持续聚焦重点客户，深化餐饮消费场景拓展，加强 O2O 联动及年轻消费群体运营，并以非酒精饮品及精酿产品作为重要增长方向。

大城市项目将进一步强化渠道掌控能力与网络布局，优化资源配置效率。

数智化应用将进一步覆盖终端与消费者，持续提升运营效率与资源投入效果，推动业务稳健发展。

3. 供应链

2026年，公司供应链工作将围绕产能布局、柔性制造、安全管理、品评能力、绿色低碳及卓越运营等方向推进。

产能方面，公司将推进1L产品产能扩充，缓解产能瓶颈并优化物流成本。柔性供应链将完成初步规划，降低最小批量生产限制并有效控制小批量产品成本。

安全方面，公司将持续推进零事故文化建设，以关怀型领导力为重点，进一步提升员工安全意识，推动实现零事故目标。

口味品评能力建设将持续推进，进一步提升各酒厂品评技能与工艺控制水平。

零碳酒厂建设将启动试点，通过储能、光伏、电锅炉热泵及生物质锅炉等技术应用，稳步推进低碳转型。

嘉士伯卓越化项目将继续向端到端价值链延伸，推动整体运营效率持续提升。

4. ESG

2026年，基于集团业务发展新阶段的战略需要，嘉士伯集团推出升级版ESG计划——“酿造未来（Brewing Tomorrow）”。该计划围绕“减碳降排”“守护自然”“引导选择”“赋能员工”四大支柱，聚焦对企业长期发展及社会具有重要影响的关键议题，持续推动负责任的商业实践与高质量发展。

与此前的“共同迈向并超越零目标（Together Towards Zero and Beyond）”ESG计划相比，在维持2040年实现全价值链净零排放目标的同时，嘉士伯集团新设并更新了一系列面向2032年的阶段性目标，其中包括：到2032年较基准年实现自有运营碳排放减少90%；包装材料实现100%可回收、可堆肥或可重复使用；推动所有含酒精的国际品牌配备电子标签；高级管理岗位中女性占比提升至42%。

作为嘉士伯集团成员，重庆啤酒将以“酿造未来”ESG计划为指引，在既有实践基础上，携手各利益相关方，共同推进相关目标在中国落地，为公司长期稳健经营与可持续发展提供支撑，践行“酿造更美好的现在和未来”的企业宗旨。

5. 人才发展与文化建设

2026年，公司将围绕业务战略与组织发展，系统推进组织效能提升、人才发展和人力资源职能转型三方面工作，持续提升组织能力和人才储备。

组织效能方面，公司将持续推进组织能力建设，确保组织发展与战略目标保持一致。“增长文化”将进一步融入绩效管理、人才选拔与人才发展等关键环节，持续完善绩效沟通机制，推动高绩效文化建设。同时将加强AI技术培训与应用，提升整体运营效率与协同能力。

人才发展方面，公司将重点加强年轻人才引进与培养，通过“猛虎计划”及中基层领导力项目分层储备关键岗位人才，并通过跨领域学习及实践培养等方式促进高潜人才成长。

人力资源职能方面，公司将持续推进人力资源向战略业务伙伴转型，强化 BP 团队的业务支持能力。通过 AI 技术提升员工服务及运营流程数字化水平，优化共享服务中心运营效率。同时将持续推进招聘数字化建设，提高人才引进效率与匹配度。

2026 年，人力资源管理将围绕组织发展与人才培养持续推进，进一步完善人才管理体系，支持公司长期稳健发展。

6. 投资者关系管理

2026 年，公司将通过业绩说明会、券商策略会、反向路演及酒厂参观等多种方式与投资者保持持续沟通，提升信息披露透明度，加强投资者对公司战略与经营情况的理解，进一步巩固资本市场信任基础。

请各位股东审议。

重庆啤酒股份有限公司

董 事 会

2026 年 5 月 21 日

公司独立董事 2025 年度述职报告

各位股东：

作为重庆啤酒股份有限公司的独立董事，2025 年度，我们严格按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司独立董事管理办法》等有关法律、法规及《重庆啤酒股份有限公司章程》、《重庆啤酒股份有限公司独立董事制度》的规定和要求，本着对全体股东负责的态度，忠实地履行独立董事职责和义务，谨慎、认真、勤勉地行使公司所赋予的各项权利，对公司重大事项发表独立客观的意见，积极维护公司整体利益和全体股东特别是中小股东的合法权益。

现独立董事就 2025 年度任期内履行独立董事职责情况分别提交述职报告（具体内容详见公司于 2026 年 3 月 11 日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《重庆啤酒股份有限公司 2025 年度独立董事述职报告（袁英红）》《重庆啤酒股份有限公司 2025 年度独立董事述职报告（盛学军）》《重庆啤酒股份有限公司 2025 年度独立董事述职报告（朱乾宇）》）。

请各位股东审议。

重庆啤酒股份有限公司

董 事 会

2026 年 5 月 21 日

关于聘任公司 2026 年度财务审计机构和内部控制审计机构的议案

各位股东：

天健会计师事务所（特殊普通合伙）是本公司聘任的对公司 2025 年度进行财务审计和内部控制审计的中介机构，该所在为公司提供的 2025 年度审计服务工作中，恪尽职守，遵循了独立、客观、公正的执业准则，勤勉尽责，较好地完成了公司委托的 2025 年度财务报表审计工作和内部控制审计工作。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）是中国最早建立的和最有影响力的会计师事务所之一，具备从事证券期货相关业务资格，具有多年为上市公司提供审计服务的经验和能力，具备专业水平及增值服务意识。

公司就选聘财务审计机构和内部控制审计机构进行了邀请招标，天健会计师事务所（特殊普通合伙）为第一中标候选人。

一、机构信息

（一）基本信息

事务所名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）		
成立日期	2011 年 7 月 18 日	组织形式	特殊普通合伙
注册地址	浙江省杭州市西湖区灵隐街道西溪路 128 号		
首席合伙人	钟建国	上年末合伙人数量	250 人
上年末执业人员数量	注册会计师		2,363 人
	签署过证券服务业务审计报告的注册会计师		954 人
2024 年（经审计）业务收入	业务收入总额	29.69 亿元	
	审计业务收入	25.63 亿元	
	证券业务收入	14.65 亿元	
2024 年上市公司（含 A、B 股）审计情况	客户家数	756 家	
	审计收费总额	7.35 亿元	
	涉及主要行业	制造业，信息传输、软件和信息技术服务业，	

		批发和零售业，水利、环境和公共设施管理业，电力、热力、燃气及水生产和供应业，科学研究和技术服务业，农、林、牧、渔业，文化、体育和娱乐业，建筑业，房地产业，租赁和商务服务业，采矿业，金融业，交通运输、仓储和邮政业，综合，卫生和社会工作等
	本公司同行业上市公司审计客户家数	578

（二）投资者保护能力

天健会计师事务所（特殊普通合伙）具有良好的投资者保护能力，已按照相关法律法规要求计提职业风险基金和购买职业保险。截至 2025 年末，累计已计提职业风险基金和购买的职业保险累计赔偿限额合计超过 2 亿元，职业风险基金计提及职业保险购买符合财政部关于《会计师事务所职业风险基金管理办法》等文件的相关规定。

天健近三年存在执业行为相关民事诉讼，在执业行为相关民事诉讼中存在承担民事责任情况。天健近三年因执业行为在相关民事诉讼中被判定需承担民事责任的情况如下：

原告	被告	案件时间	主要案情	诉讼进展
投资者	华仪电气、东海证券、天健	2025 年 3 月 6 日	天健作为华仪电气 2017 年度、2019 年度年报审计机构，因华仪电气涉嫌财务造假，在后续证券虚假陈述诉讼案件中被列为共同被告，要求承担连带赔偿责任。	已完结（天健需在 5% 的范围内与华仪电气承担连带责任，天健已按期履行判决）

（三）诚信记录

天健会计师事务所（特殊普通合伙）近三年（2023 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日）因执业行为受到行政处罚 4 次、监督管理措施 18 次、自律监管措施 13 次，纪律处分 5 次，未受到刑事处罚。112 名从业人员近三年因执业行为受到行政处罚 15 人次、监督管理措施 63 人次、自律监管措施 42 人次、纪律处分 23 人次，未受到刑事处罚。

二、项目信息

（一）基本信息

项目组成员	姓名	何时成为注册会计师	何时开始从事上市公司审计	何时开始在本所执业	何时开始为本公司提供审计	近三年签署或复核上市公司审计报告情况

					服务	
项目合伙人	张凯	1997	1996	2012	2025	2023-2025 年签署重庆啤酒、海南橡胶、重庆燃气、寒武纪、精功科技等上市公司年度审计报告。
签字注册会计师	张凯	1997	1996	2012	2025	
	向晴	2015	2013	2013	2024	2023-2025 年签署重庆啤酒、新大正物业上市公司年度审计报告。
项目质量复核人员	章宏瑜	2013	2010	2013	2025	2023-2025 年签署禾迈股份、一鸣食品、浩通科技、宝立食品等上市公司年度审计报告。

（二）诚信记录

项目合伙人、签字注册会计师、项目质量复核人员近三年不存在因执业行为受到刑事处罚，受到证监会及其派出机构、行业主管部门等的行政处罚、监督管理措施，受到证券交易所、行业协会等自律组织的自律监管措施、纪律处分的情况。

（三）独立性

天健会计师事务所（特殊普通合伙）及项目合伙人、签字注册会计师、项目质量复核人员不存在可能影响独立性的情形。

三、审计收费

天健会计师事务所（特殊普通合伙）的审计服务费用按照业务的责任轻重，繁简程度，所需的工作条件和工时及实际参加业务的工作人员投入的专业知识和工作经验等因素而定。公司 2026 年度拟支付该事务所财务报表审计的工作报酬为人民币 190 万元，拟支付该事务所内部控制审计的工作报酬为人民币 130 万元，合计人民币 320 万元，较上一期无变化。

本议案已经过公司第十一届董事会第七次会议审议通过，同意提交 2025 年年度股东会审议。

请各位股东审议。

重庆啤酒股份有限公司

董 事 会

2026年5月21日

关于嘉士伯重庆啤酒有限公司 2026 年第一次中期利润分配方案的议案

各位股东：

经董事会决议，公司控股子公司嘉士伯重庆啤酒有限公司（以下简称“嘉士伯重啤”）结合生产经营发展的需要和股东利益的要求，拟实施 2026 年第一次中期利润分配，本次利润分配方案如下：

嘉士伯重啤拟以截至 2026 年 3 月 31 日可供分配利润为基础，向全体股东实施现金红利分配 934,000,000.00 元（含税），其中：股东重庆啤酒股份有限公司应分配 480,262,800.00 元，股东广州嘉士伯投资有限公司应分配 453,737,200.00 元。

本议案已经过公司第十一届董事会第八次会议审议通过，同意提交 2025 年年度股东会审议。

请各位股东审议。

重庆啤酒股份有限公司

董 事 会

2026 年 5 月 21 日

关于制定《重庆啤酒股份有限公司董事、高级管理人员薪酬管理制度》的议案

各位股东：

2026年1月1日，中国证监会《上市公司治理准则》生效，要求上市公司应当建立薪酬管理制度，包括工资总额决定机制、董事和高级管理人员薪酬结构、薪酬发放、止付追索等内容。

因此，公司根据法律法规的指引，并结合公司实际情况拟定了《重庆啤酒股份有限公司董事、高级管理人员薪酬管理制度》，具体内容详见公司于2026年4月30日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《重庆啤酒股份有限公司董事、高级管理人员薪酬管理制度》。

本议案已经过公司第十一届董事会第八次会议审议通过，同意提交2025年年度股东会审议。

请各位股东审议。

重庆啤酒股份有限公司

董 事 会

2026年5月21日

关于高级管理人员 2025 年薪酬确认及 2026 年薪酬方案的汇报

各位股东：

公司于 2026 年 3 月 9 日、4 月 28 日召开了第十一届董事会第七次、第八次会议，审议了《关于公司高级管理人员 2025 年度绩效薪酬考核情况的议案》以及《关于修订〈高级管理人员薪酬与绩效考核管理方案〉的议案》。上述议案经公司董事会薪酬与考核委员会审议通过后提交董事会，相关董事回避表决。现将相关事项向股东会做汇报：

一、高级管理人员 2025 年度薪酬确认情况

董事会薪酬与考核委员会依据修订的《高级管理人员薪酬与绩效考核管理方案》，结合公司年度经营业绩及个人全年工作目标完成情况，对高级管理人员 2025 年薪酬进行了考核。董事会对 2025 年高级管理人员薪酬予以确认。具体薪酬情况详见公司于 2026 年 3 月 11 日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《重庆啤酒股份有限公司 2025 年年度报告》之“第四节 公司治理、环境和社会”之“三、董事和高级管理人员的情况”的相关内容。

二、高级管理人员 2026 年度薪酬方案

公司董事会薪酬与考核委员会根据《董事、高级管理人员薪酬管理制度》等相关规定，结合市场环境、公司经营战略和经营状况，制定了 2026 年公司高级管理人员的薪酬方案，具体如下：

（一）适用对象

公司 2026 年度任期内的高级管理人员。

（二）适用期限

2026 年 1 月 1 日起至 2026 年 12 月 31 日。

（三）薪酬方案

公司高级管理人员的薪酬由基本薪酬和绩效薪酬等组成，其中绩效薪酬占比原则上不低于基本薪酬与绩效薪酬总额的百分之五十。

1. 基本薪酬：根据高级管理人员管理岗位的主要范围、职责以及能力等因素，确定

年度的基本薪酬。

2. 绩效薪酬：根据公司绩效管理体系，绩效薪酬与公司年度经营绩效、个人业绩相挂钩，在年度报告披露和绩效评价后支付。绩效评价依据经审计的财务数据开展。

（四）其他说明

1. 公司高级管理人员的薪酬与津贴，为税前金额，公司将按照国家和公司的有关规定，从工资奖金中代扣代缴应由其个人承担的个人所得税、社会保险费（如适用）、公积金（如适用）等费用后，剩余部分发放给个人。

2. 公司高级管理人员因换届、改选、任期内辞职等原因离任的，参考实际任期和实际绩效，并按照当年的薪酬激励具体政策，计算薪酬并予以发放。

3. 上述方案中未尽事宜或者与有关法律、法规、部门规章、规范性文件以及《公司章程》的有关规定不一致的，以有关法律、法规、部门规章、规范性文件以及《公司章程》的规定为准。

特此报告。

重庆啤酒股份有限公司

董 事 会

2026年5月21日