

公司代码：600573

公司简称：惠泉啤酒

福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

2026 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 网站仔细阅读半年度报告全文。

1.2 本公司董事会及董事、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
无

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	惠泉啤酒	600573	-

联系人和联系方式	董事会秘书
姓名	程晓梅
电话	0595-87396105
办公地址	福建省泉州市惠安县螺城镇惠泉北路1999号
电子信箱	hqbeer@hqbeer.com

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	1,755,665,148.35	1,746,294,454.20	0.54
归属于上市公司股东的净资产	1,381,362,513.82	1,357,585,189.30	1.75
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	369,260,484.82	351,300,068.63	5.11
利润总额	56,555,024.05	45,770,410.87	23.56
归属于上市公司股东的净利润	48,777,324.52	39,571,666.78	23.26
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	46,301,102.61	38,400,219.57	20.58
经营活动产生的现金流量净额	99,539,634.38	122,414,735.11	-18.69
加权平均净资产收益率(%)	3.53	3.00	增加 0.53 个百分点
基本每股收益(元/股)	0.195	0.158	23.42
稀释每股收益(元/股)	0.195	0.158	23.42

2.3 前 10 名股东持股情况表

单位：股

截至报告期末股东总数（户）				22,912		
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	
北京燕京啤酒股份有限公司	国有法人	50.08	125,194,578		无	
薛万金	境内自然人	2.09	5,225,500		无	
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	1.67	4,174,488		无	
范汉斌	境内自然人	0.53	1,330,100		无	
中国平安人寿保险股份有限公司－分红一个险分红	其他	0.48	1,194,200		无	
中国工商银行股份有限公司－圆信永丰医药健康混合型证券投资基金	其他	0.44	1,110,000		无	
单进红	境内自然人	0.44	1,107,500		无	
中国平安人寿保险股份有限公司－自有资金	其他	0.34	850,300		无	
中国建设银行股份有限公司－圆信永丰聚优股票型证券投资基金	其他	0.28	710,000		无	
中国建设银行股份有限公司－鹏华中证酒指数证券投资基金（LOF）	其他	0.26	646,500		无	
上述股东关联关系或一致行动的说明	北京燕京啤酒股份有限公司与其他股东之间不存在关联关系或一致行动人情况；未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动人情况。					

2.4 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

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

☐适用 ☒不适用

2.6 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 经营情况的讨论与分析

报告期内，在董事会领导下，公司全体员工齐心协力，扎实推进经营管理各项工作。报告期内，公司共计完成啤酒销量 11.93 万千升；实现营业收入 36,926.05 万元，同比增长 5.11%；实现利润总额 5,655.50 万元，同比增长 23.56%；实现归属于上市公司股东的净利润 4,877.73 万元，同比增

长 23.26%。公司营收、利润进一步增长，利润增速优于收入增速，企业更有质量向前发展。

市场运营效能提升。报告期内，公司聚力巩固大泉州基地市场优势，大泉州区域销量同比增长 1.27%，实现持续良性增长。同时，公司强化重点区域布局和新市场拓展，借力县域标杆市场建设，深入推进省内省外市场合力发展，闽赣一体化、连片化市场布局推进，公司千升酒营收同比增长 6.50%，市场盈利能力增强。

产品高端化建设步伐加快。报告期内，公司对“惠泉 1983”、“老惠泉”产品进行焕新升级，推出“惠泉全麦”新产品，融合“鲜啤”和“初念”精酿系列产品，完善中高端以上产品矩阵，推动产品结构向着更高价值端优化迁移。报告期内，公司中高档战略产品销量同比增长 190%，公司产品毛利率同比提升 5.12 个百分点。

公司坚持以高品质供给满足消费者日益增长的美好生活追求。报告期内，公司进一步落地卓越质量管理体系，深入推进生产流程精益化质量管控，严守“瓶瓶精品、批批精品”质量底线。报告期内，公司产品各项理化指标持续优化，产品的“醇香、爽口、醒酒快”、“好喝、不上头”个性品质特性进一步获得消费者认可，产品竞争力增强。

公司紧盯打造“具有区域特色的知名民族品牌”目标，深化品牌建设。报告期内，公司对接“国潮”、“民族自信”特点进行品牌宣传，联动闽南民俗、惠女文化等地域特色文化为品牌赋能，落地啤酒文化节、社区沉浸式路演等活动，强化消费者的品牌认知，有效提升品牌辨识度与区域影响力。报告期内，经世界品牌实验室测评，公司品牌价值 325.65 亿元。

公司数字化、智能化与绿色低碳建设有序推进。报告期内，公司以国家级绿色工厂建设为依托，推进美好工厂建设，促进绿色低碳生产。报告期内，公司综合能耗同比下降 8.75%，粮、煤、水、电等单项能耗指标实现同比优化。报告期内，公司进一步加快数字化、智能化建设，强化从生产端到销售端全流程数据链升级，智慧仓储和营销数字平台建设推进，新质生产力助力企业发展。

第四节 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

福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

法定代表人：林文

2026 年 8 月 17 日