

证券代码：600573

证券简称：惠泉啤酒

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	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☒业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他_____
活动主题	惠泉啤酒 2026 年半年度业绩说明会
时间	2026 年 08 月 26 日下午 15:00-16:00
地点/方式	上证路演中心 https://roadshow.sseinfo.com 网络文字互动
参会人员	董事长：林文先生 副董事长兼总经理：易文新先生 董事、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	1. 看了公司半年报，整体表现不错，接下来公司会有哪些规划？ 答：您好，感谢您对公司的关注。2026 年上半年，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。接下来，公司将紧盯企业高质量发展目标，以“客户至上、改革图强、自我批判、价值兴业”企业价值观为引领，凝心聚力于“做好产品、强大品牌、夯实渠道、深耕市场、精实运营”，不断地促进企业经营优化，推进企业的更有质量发展。谢谢！

2. 公司中高端战略产品有比较快的增速，说明公司产品结构调整比较成功，对利润有较大贡献，后续可持续性如何？

答：您好，感谢您对公司的关注！公司高度重视中高档市场战略布局，将紧密结合啤酒消费升级需求，深入推进产品、渠道、市场结构进一步优化，加快高端化优化升级步伐，提升中高档占比，提升市场竞争力。谢谢！

3. 今年一季度的销量增加迅速，但是第二季度的销量同比有所下滑。公司计划采取什么措施做到量价齐增？

答：您好，感谢您对公司的关注。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，公司将通过聚焦高品质与个性化需求，实施产品创新，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，公司将深化一体化、连片化市场建设，不断推进市场发展；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，通过文化体验与数字化营销提升品牌力，深入打造具有区域特色的知名民族品牌；同时，公司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！

4. 能不能拆解一下公司中高端战略产品组成？

答：您好，感谢您对公司的关注！目前，公司核心的中高端战略产品主要是惠泉 1983、老惠泉和惠泉全麦。其中，惠泉 1983 承载企业四十余年匠心酿造积淀，以醇香爽口、醇厚柔和、回甘舒适、醒酒快的产品特点获得消费者认可。老惠泉产品，则是酒体醇厚、麦香突出，凭借“够劲，不上头”的高浓度产品特质，持续吸引个性化消费群体。接下来，公司会紧密结合啤酒消费升级需求，持续完善中高端以上产品矩阵，加快企业高端化升级步伐，进一步提升市场竞争力。谢谢！

5. 公司全麦产品是一个怎么样的产品？

答：您好，感谢您对公司的关注！惠泉全麦啤酒“香醇可口不上头”，这款产品主要特点是 100%全麦芽酿造，口感醇厚，香气纯净，酒体金黄通透，是追求纯正麦香、偏爱醇厚口感消费群体的最爱。未来，公司会不断强化市场拓展，通过多维度多渠道强化宣传，吸引更多消费者的关注，不断提升产品的市场占有率。谢谢！

6. 惠泉啤酒 2026 年的销量有目标吗？同比会增加吗？

答：您好，感谢您对公司的关注！当前啤酒行业处于存量竞争环境，公司经营重心优先聚焦于高端化布局与产品结构优化。公司会在着重于经营质量与盈利水平的改善的基础上，努力实现销量稳健向好。谢谢！

7. 公司新零售等新兴渠道方面建设的一些情况？

答：您好，感谢您对公司的关注！公司高度重视新兴渠道建设。目前，公司已设立电子商务公司负责线上业务，布局天猫、京东、拼多多官方旗舰店，抖音、快手短视频直播渠道以及微信自营商城，常态化开展直播带货，拓宽线上消费场景，同时发力社区零售，探索便捷购、及时达业务，推动线上线下渠道融合发展。欢迎您随时登录公司各平台官方旗舰店，或通过关注惠泉啤酒微信公众号等多方式购买公司产品。我们会持续进行销售模式的探索、改进和优化，寻求并实施与企业发展相适宜的销售模式，努力促进企业发展。谢谢！

8. 问：1）请问 2026 年二季度及上半年，中高端产品和普通产品的销量同比增长如何？ 2）二季度省外营收有些下滑，请具体分析下原因；公司在省外和省内市场的产品矩阵是否存在差异？ 3）啤酒行业趋向集中化，惠泉作为独立品牌是否在省内感受到全国化品牌带来的竞争压力？惠泉如何保持在基地市场的市场份额？

答：您好，感谢您对公司的关注。1.结合啤酒消费趋势，公司不断深化产品结构调整和优化。当前，公司实施对普通基础端产品的简化，加快产品高端化升级调整步伐，旨在促进整体产品结构向着更有价值端推进。同比上年，基础端调整推进，中高端产品销量增势良好，其中，以惠泉 1983 为代表的中高端战略产品矩阵销量实现 190%增长。未来，公

	司将持续强化系列产品的优化升级，大力推进产品结构向着更有价值端升级优化。2.公司对市场布局进行优化，推进省内省外市场一体化、连片化布局建设，各区域持续优化调整，半年度省外营收同比增长3.55%，产品矩阵方面，公司以市场需求为导向，在省内省外搭建以惠泉 1983 为核心重要单品，老惠泉、惠泉全麦系列个性化产品为补充的高端化组合产品矩阵。未来，公司将结合市场实际发展情况，持续完善市场发展策略，促进企业更有质量的发展。3.上半年，公司大泉州区域销量同比增长 1.27%，实现持续良性增长，公司多措并举夯实基地市场。一是坚持产品高端化战略，做强做优惠泉 1983、老惠泉、惠泉全麦等中高档战略产品，依托产品差异化口感，适配不同消费场景，促进市场销售，提升产品盈利水平。二是强化基地渠道精耕，下沉渗透各县域市场，提升终端铺货率与市场动销能力，基地市场基本盘进一步稳固。三是强化个性化品牌建设。重点立足区域特点，挖掘本土品牌文化优势，通过与消费者情感共鸣，塑造独特的区域品牌辨识度。未来，公司将持续优化产品、渠道、市场结构，搭建完善产品矩阵，提升整体运营效率，以差异化竞争应对行业挑战，推进企业更有质量的发展。谢谢！
资料清单 (如有)	无
日期	2026 年 8 月 26 日