

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	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他_____
参与单位名称及人员姓名	通过线上方式参与公司 2024 半年度业绩说明会的投资者
时间	2024 年 08 月 26 日下午 15:00-16:00
地点	上海证券交易所上证路演中心（网址： <a href="http://roadshow.sseinfo.com/">http://roadshow.sseinfo.com/</a> ）
上市公司接待人员姓名	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><b>1. 疫情过后，消费并未有报复性增长。上半年公司取得不错的增长，对整年度来说应该是个不错的阶段性成果，下半年有什么规划和打算？</b></p> <p>答：您好，感谢您对公司的关注！2024 年 1-6 月，中国规模以上企业啤酒产量 1,908.8 万千升，同比增长 0.1%。（数据来源：国家统计局）。报告期内，第二季度南方连续较长时间阴雨极端天气，南方啤酒消费受到一定影响。面对不利局面，公司紧盯年度经营目标，落实系列积极举措，应对外部挑战，化解危机，提升了企业竞争力和抗风险能力。报告期内，公司实现啤酒销量 11.92 万千升，同比增长 0.24%，实现营业收入 34,771.89 万元，同比增长 0.33%；实现利润总额 3,660.59 万元，同比增长 43.16%；实现归属于上市公司股东的净利润 3,152.67 万元，同比增长 41.56%。未来，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，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。谢谢！</p>

**2. 公司有举办啤酒节活动吗？**

答：您好，感谢您对公司的关注！“惠泉啤酒文化节”是公司近年来重点开展的品牌推广活动之一。公司以啤酒为媒，融合地方经济，提振消费，已连续举办多届啤酒文化节，今年公司启动以基地市场为主会场、向周边延伸的分会场相结合举办模式。系列活动已经于8月9日开启，目前，泉州区域其它分会场活动也正陆续展开。公司将会持续开展惠泉啤酒文化节活动，努力将惠泉啤酒文化节越办越好，也会探索以啤酒+为切入点的多形式、多样化的品牌推广活动，助力公司可持续高质量发展。谢谢！

**3. 喝过你们的老惠泉，老惠泉产品的这种做法很值得肯定，让惠泉的品牌更加鲜活和具有特点，但要有更多的组合支撑，更有持续性。了解一下公司产品情况？**

答：您好，感谢您对公司的关注！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。公司结合建厂85周年暨啤酒生产40周年庆典成功推出“老惠泉”和“惠泉1983”产品，岁久年深复古感知被消费者喜爱的同时，质量特性更是圈粉，是公司产品创新的较好尝试。特别是公司老惠泉产品酒精度超过5.1% vol，比较醇厚，满足部分消费者对高浓度啤酒的需求，产品有明显的麦香，特别是老惠泉喝后不上头、非常舒服，典型的“够劲，不上头”。多数消费者在喝后反映，该产品入口口感“麦芽香气浓郁，酒花香气柔和，苦味愉悦适中，酒体醇厚，略有回甘”，有着深切的“老惠泉，老朋友”体验感。公司不断地开发满足各种需求的高品质产品，持续完善和优化系列产品矩阵。目前，公司主要产品有惠泉一麦、惠泉小鲜、惠泉欧骑士、惠泉黑爵士、惠泉纯生和老惠泉系列产品等。其中，惠泉10°P小鲜啤酒、惠泉11°P欧骑士啤酒和惠泉12°P老惠泉啤酒先后荣获中国酒业协会酒类新品“青酌奖”。公司还有“初念”为代表的精酿啤酒，可实现私人定制丰富多样的风味，满足多元化的个性选择，获得不同消费群体喜爱。公司将紧抓消费升级的机会聚焦啤酒主业，不断开发满足消费者各种需求的较高品质的产品，不断调整产品结构，强化市场建设，提高公司市场和产品竞争能力，努力实现公司持续健康高质量发展。谢谢！

**4. 作为快消行业产品，改进和优化产品打造出爆款是王道，满足消费需求方面有什么想法？**

答：您好，感谢您对公司的关注。公司致力于酿造中国最好的啤酒。秉承“酿造虽繁必不敢省人工，原料虽贵必不敢省物力”的宗旨，以“批批精品，瓶瓶精品”为质量目标，全面推进卓越质量管理体系建设，完善落地SOP等标准化体系，打造规范化、标准化、精细化的产品生产运营模式，促进了产品品质的持续提升，产品口味和风味持续优化，产品不上头的特点愈加突出，确保绿色健康，满足消费者多元化，个性化高品质需求。近年来，公司重点培育公司惠泉一麦单品，已连续多年实施一麦品质专项提

	<p>升计划，在设备设施上加大投入，在原材料、生产工艺上严格把关，实现一麦产品内在质量、风味口感和产品形象的全面升级。一麦产品主要特点一是不上头，公司使用特有的酵母和生产工艺经过严格的生产过程控制，把可能引起上头的物质控制到较低水平，真正做到“头道麦汁不上头”；二是纯粮酿造更健康，产品生产均不使用糖浆、香精等添加剂；三是零氧化更新鲜，千点工艺控制，从源头杜绝老化。现一麦产品拥有一大批忠实的品牌消费者。同时，近两年，公司推出“老惠泉”单品“够劲不上头特性”获得消费者的认可和喜爱，市场占有率持续提升。公司的惠泉 10°P 小鲜啤酒、惠泉 11°P 欧骑士啤酒和惠泉 12°P 老惠泉啤酒先后荣获中国酒业协会酒类新品“青酌奖”。未来公司将持续完善酿造中国最好啤酒的质量保障体系，持续丰富和完善产品品类，满足消费者不断提高的高品质需求，融入消费者美好生活。谢谢！</p> <p><b>5. 创新研发方面这一块很重要，产品打造，未来研发方向怎么样？</b></p> <p>答：您好，感谢您对公司的关注。公司是国家高新技术企业，以绿色、健康，满足消费者各种差异化需求为研发方向，以提高消费者的体验感、舒适感、愉悦感为目标。公司以科研为依托，强化技术创新，注重搭建研发平台，打造高水平的研发团队，现拥有省级技术中心，持有多项实用新型、外观设计和发明专利等自主知识产权，已经形成并不断完善鼓励创新的机制，持续探索生产符合当下消费者需求的啤酒研究，研发生产适应消费者需求的产品，满足消费者日益增长美好生活追求。谢谢！</p> <p><b>6. 公司对泉州区域市场增长预期怎么样？</b></p> <p>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 1-6 月，公司实施打造战略根据地市场建设工作深入，大泉州基地虽然遇到极端天气等外部不利影响，市场销量仍实现 6.19%增长，保持连续多年良性增长。公司通过不断的产品、渠道、市场结构优化匹配，形成以泉州大区基地为重点核心，深耕福建、江西，纵深面向浙江、广东、湖南等周边新兴目标区域延伸、递进的多层次市场布局，促进市场盈利能力不断增强。未来，公司将持续追求市场量质齐和谐市场发展，促进公司高质量发展。谢谢！</p>
<p><b>资料清单 (如有)</b></p>	<p>无</p>
<p><b>日期</b></p>	<p>2024 年 8 月 26 日</p>