

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>2023年福建辖区上市公司投资者网上集体接待日活动</u> ）
参与单位名称及人员姓名	线上参与 2023 年福建辖区上市公司投资者网上集体接待日活动的全体投资者
时间	2023 年 5 月 15 日 16:00~17:30
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理刘翔宇 副董事长、常务副总经理兼财务总监王岳 董事会秘书程晓梅
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 啤酒升级趋势明显，看到公司也是积极推进高端化进程，接下来有没有什么新计划？</p> <p>您好，感谢您对公司的关注！公司主要的高端产品有惠泉小鲜啤酒、欧骑士啤酒、黑爵士啤酒和初念精酿啤酒等。公司近年来一直按节奏有序推进高端化进程，目前已形成以“一麦”、“小鲜”系列和易拉罐类中高端产品为主力阵营的产品结构，产品结构进一步优化，契合啤酒消费高端化进程，中高端产品销量也实现良性持续增长。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，加快对产品的高端优化升级布局，特别是加快小瓶型、易拉罐高附加值产品优化升级，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！</p> <p>2. 看到公司近三年业绩都还不错，接下增长可持续性怎样？</p> <p>您好，感谢您对公司的关注。在广大投资者和各相关方支持下，公司近年来经营业绩持续向好，市场基础不断加强，品牌影响力和抗风险能力不断提升，</p>

实现了利润连续三年的持续增长。2020-2022 年度公司实现归属于上市公司股东的净利润分别为 2,867.08 万元、3,103.18 万元、3,984.83 万元，分别同比增长 44.66%、8.24%、28.41%。2023 年一季度公司的销量、收入、利润同比持续良性增长。未来公司将继续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。谢谢！

3. 公司一季度盈利，取得多年未见的较好业绩，主要突破原因是什么？

您好，感谢您对公司的关注。今年一季度，公司抓住国内啤酒市场复苏和消费提质升级的有利契机，提前布局春节消费节点，继续加快推进重点市场和目标市场的渠道结构优化、产品结构升级和品牌推广传播，稳步提高产品竞争地位和市场占有率，实现了销量、收入、利润同比持续良性快速增长，为公司 2023 年度实现经营业绩稳步增长目标奠定基础。谢谢！

4. 刘董事长多次直播带货，可见重视程度，接下来电商发展规划？

您好，感谢您对公司的关注！公司目前已开通京东、天猫、抖音、快手、拼多多惠泉啤酒官方旗舰店，自主培养建设直播队伍，每天都有多个平台长时间直播，公司董事长也多次走进品牌直播间推介产品，引流带货，推高旗舰店节庆活动的热度和关注度。公司会持续强化电商发展，通过电商平台建立与更多消费者的联系和沟通，更好地服务于公司的消费者。谢谢！

5. 请问：惠泉啤酒能否改名为：“泉州啤酒”，福建泉州啤酒股份有限公司，“泉州啤酒”来自海上丝绸之路的啤酒；泉州历史名城，名字大气，更有诗意，在惠安县外的地方也更有认同感，现在的名字有些小气，（参考原来燕京啤酒没有采用北京顺义县啤酒厂一样，名字太小了不利于做大！）

您好，感谢您对公司的关注！公司产品以“惠泉”命名，具有深刻内涵和历史渊源。“惠泉”历来有香醴的意思，我国历代多位诗人，学者的文学作品中皆出现过“惠泉酒”，唐礼部尚书、华盖殿大学士李东阳“惠泉春酒送如泉，

都下如今已盛传”；明文学家袁宏道“一瓶暖储惠泉酒，过得层变日又低”；北宋米芾“懒倾惠泉酒、点尽壑源茶”。“惠泉”可谓是大自然奉献给人类的甘泉，公司命名“惠泉”，既有“滴水之恩、涌泉相报”之意，将它作为公司始终秉承的社会责任，更有“惠风和畅，醴泉长流”之意，蕴含着惠泉长流不息的内涵，公司“祖国万步，惠泉长流”更是曾经家喻户晓的广告语。

一个品牌需要持续培养，公司将持续加强惠泉、一麦等品牌的打造，努力把惠泉啤酒打造成东南沿海具有明显竞争优势的知名品牌。您的建议也给我们提供了一些思路，我们将思考怎么把泉州、闽南等文化内涵在法律法规许可的范围内融入我们的品牌文化。谢谢！

6. 公司在加强品质建设方面有什么动作？

您好，感谢您对公司的关注。公司秉承“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，持续完善酿造中国最好啤酒保障体系。公司结合消费升级需求，连年实施产品品质提升计划，产品品质、一致性持续提升，产品口味和风味持续优化，产品不上头的特点愈加突出。惠泉 10°P 小鲜啤酒和惠泉 11°P 欧骑士啤酒先后荣获中国酒业协会酒类新品“青酌奖”。2022 年公司新开发推出精酿白啤系列产品和测试储备多个特色新品，丰富和完善产品品类，形成以不同特色口感为粘性的忠诚消费群体。未来公司将持续完善酿造中国最好啤酒的质量保障体系，致力于酿造中国最好的啤酒，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！

7. 夏天喝啤酒季节到了，现在公司主推哪些产品？

您好，感谢您对公司的关注。公司生产啤酒 40 年，依靠科技创新，专注品质提升，不断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。目前公司主要产品是惠泉一麦、惠泉小鲜、惠泉欧骑士、惠泉黑爵士和惠泉纯生系列产品等。其中惠泉 10°P 小鲜啤酒和惠泉 11°P 欧骑士啤酒先后荣获中国酒业协会酒类新品“青酌奖”。公司还研发上市“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。谢谢！

8. 惠泉啤酒与燕京啤酒如何解决同业竞争？

您好，感谢您对公司的关注。为避免同业竞争，公司控股股东履行系列承诺。2003年8月11日，公司的控股股东北京燕京啤酒股份有限公司（以下简称“燕京啤酒”）签署《不竞争承诺函》，承诺将作出一系列的安排，避免与惠泉啤酒产生同业竞争，与惠泉啤酒变竞争为合作，保证惠泉啤酒拥有独立的产、供、销体系，保证惠泉啤酒的稳定、健康发展。将主要从以下几个方面做好工作：1、明确市场区域划分：燕京啤酒明确表示与惠泉啤酒进行市场区域划分，把燕京啤酒在福建省内的销售网络（包括福建燕京啤酒有限公司的销售网络）与惠泉啤酒现有的销售网络统一管理；2、明确产品档次划分：燕京啤酒承诺，在福建省不再销售与惠泉啤酒同档次低于惠泉啤酒价格的产品，并且销售的中高档啤酒均通过惠泉啤酒的销售网络来进行，从而避免相互冲突；3、燕京啤酒成为惠泉啤酒控股股东后，将保留、巩固惠泉啤酒现有的销售队伍及营销网络，充实其营销管理力量。2006年6月21日，燕京啤酒承诺：燕京啤酒在福建省和江西省抚州市、萍乡市、赣州市、鹰潭市市场将以本公司为主进行运作，并将燕京啤酒（赣州）有限责任公司、福建燕京啤酒有限公司通过委托经营或其他方式由本公司进行管理；燕京啤酒在以上区域内如有新收购或新建生产基地的事项，将以本公司为主进行运作。2012年10月8日，燕京啤酒承诺：现时由惠泉啤酒托管的福建燕京在当福建燕京连续二年利润总额均超过1000万元时惠泉啤酒对其进行收购，福建市场继续完全由惠泉啤酒运作，对惠泉啤酒福建以外的市场销售本公司给以适当协助。一直以来，公司控股股东北京燕京啤酒股份有限公司严格履行承诺。公司2020-2022年度实现归属于上市公司股东的净利润分别为28,670,751.79元、31,031,788.65元，39,848,285.09元，分别同比增长44.66%、8.24%、28.41%。谢谢！

9. 请问公司计划采取什么措施能将惠泉的好产品进一步覆盖到浙沪和广州地区？

您好，感谢您对公司的关注。公司现主要市场区域为福建和江西以及湖南、广东等部分地区，其他省份如浙江、安徽等区域也有销售并辐射全国。新一年，公司将进一步优化渠道结构，持续拓展餐饮和流通传统渠道，有序推进社区团购、电商平台等新零售渠道建设，并通过电商平台来不断提高品牌影响力，通过电商渠道来开拓全国市场。谢谢！

10. 惠泉啤酒上市后为何受燕京啤酒的限制不拓展全国市场

您好，感谢您对公司的关注！惠泉啤酒在全国市场发展没有限制，从公司现阶段发展实际考虑，为了改善公司营利水平、夯实发展基础，实现公司的可持续发展，现阶段公司将市场发展重点放在福建、江西、广东等区域，在其他市场也在陆续进行布局。谢谢！

11. 请问惠泉啤酒和燕京啤酒的同业竞争问题何时解决？

您好，感谢您对公司的关注。为避免同业竞争，公司控股股东履行系列承诺。2003年8月11日，公司的控股股东北京燕京啤酒股份有限公司（以下简称“燕京啤酒”）签署《不竞争承诺函》，承诺将作出一系列的安排，避免与惠泉啤酒产生同业竞争，与惠泉啤酒变竞争为合作，保证惠泉啤酒拥有独立的产、供、销体系，保证惠泉啤酒的稳定、健康发展。将主要从以下几个方面做好工作：1、明确市场区域划分：燕京啤酒明确表示与惠泉啤酒进行市场区域划分，把燕京啤酒在福建省内的销售网络（包括福建燕京啤酒有限公司的销售网络）与惠泉啤酒现有的销售网络统一管理；2、明确产品档次划分：燕京啤酒承诺，在福建省不再销售与惠泉啤酒同档次低于惠泉啤酒价格的产品，并且销售的中高档啤酒均通过惠泉啤酒的销售网络来进行，从而避免相互冲突；3、燕京啤酒成为惠泉啤酒控股股东后，将保留、巩固惠泉啤酒现有的销售队伍及营销网络，充实其营销管理力量。2006年6月21日，燕京啤酒承诺：燕京啤酒在福建省和江西省抚州市、萍乡市、赣州市、鹰潭市市场将以本公司为主进行运作，并将燕京啤酒（赣州）有限责任公司、福建燕京啤酒有限公司通过委托经营或其他方式由本公司进行管理；燕京啤酒在以上区域内如有新收购或新建生产基地的事项，将以本公司为主进行运作。2012年10月8日，燕京啤酒承诺：现时由惠泉啤酒托管的福建燕京在当福建燕京连续二年利润总额均超过1000万元时惠泉啤酒对其进行收购，福建市场继续完全由惠泉啤酒运作，对惠泉啤酒福建以外的市场销售本公司给以适当协助。一直以来，公司控股股东北京燕京啤酒股份有限公司严格履行承诺。公司2020-2022年度实现归属于上市公司股东的净利润分别为28,670,751.79元、31,031,788.65元，39,848,285.09元，分别同比增长44.66%、8.24%、28.41%。谢谢！

12. 请问惠泉免费给燕京啤酒生产，是不是侵犯了惠泉股东的权益，每年给燕京代工都不止几十万的费用。一年给惠泉几十万的托管费，就有免费的

劳动力

您好，感谢您对公司的关注。公司不存在免费生产燕京啤酒情况，也不存在代工生产燕京啤酒情况，公司目前生产的燕京产品均由公司自行销售。燕京啤酒将子公司燕京啤酒（赣州）有限责任公司和福建燕京啤酒有限公司委托公司经营，目的是避免可能出现的市场冲突，目前，两家公司已不再独立生产和销售啤酒。一直以来，公司自主经营独立运作，建立完善的内部控制制度。公司在业务、人员、资产、机构、财务等方面均保持独立性。公司拥有惠泉啤酒品牌，先后荣获“中国名牌产品”、“中国驰名商标”，主要产品有惠泉一麦啤酒、惠泉小鲜啤酒、惠泉纯生啤酒、惠泉欧骑士啤酒等几大系列产品。公司与燕京啤酒签署托管协议，是明确在相应区域市场以公司为主运作，有利于公司的统筹市场管理，不存在影响公司份额情况。燕京啤酒在福建销售工作由公司统一管理，所销售的燕京啤酒产品主要为公司生产。一直以来，惠泉啤酒坚持发扬“爱拼敢赢”企业精神，目标是打造东南沿海具有明显竞争优势的知名品牌。我们专注于持续完善酿造中国最好啤酒保证体系，精益求精地酿造出中国人自己的好啤酒，为消费者提供高品质的产品及服务，满足消费者日益增长的对美好生活的追求，不断夯实企业高质量发展基石，促进公司长期、持续、健康发展。谢谢！

13. 燕京惠泉还有多久解决同业竞争？

您好，感谢您对公司的关注。为避免同业竞争，公司控股股东履行系列承诺。2003年8月11日，公司的控股股东北京燕京啤酒股份有限公司（以下简称“燕京啤酒”）签署《不竞争承诺函》，承诺将作出一系列的安排，避免与惠泉啤酒产生同业竞争，与惠泉啤酒变竞争为合作，保证惠泉啤酒拥有独立的产、供、销体系，保证惠泉啤酒的稳定、健康发展。将主要从以下几个方面做好工作：1、明确市场区域划分：燕京啤酒明确表示与惠泉啤酒进行市场区域划分，把燕京啤酒在福建省内的销售网络（包括福建燕京啤酒有限公司的销售网络）与惠泉啤酒现有的销售网络统一管理；2、明确产品档次划分：燕京啤酒承诺，在福建省不再销售与惠泉啤酒同档次低于惠泉啤酒价格的产品，并且销售的中高档啤酒均通过惠泉啤酒的销售网络来进行，从而避免相互冲突；3、燕京啤酒成为惠泉啤酒控股股东后，将保留、巩固惠泉啤酒现有的销售队伍及营销网络，充实其营销管理力量。2006年6月21日，燕京啤酒承诺：燕京啤酒在福建省和江西省抚州市、萍乡市、赣州市、鹰潭市市场将以本公司为主进

行运作，并将燕京啤酒（赣州）有限责任公司、福建燕京啤酒有限公司通过委托经营或其他方式由本公司进行管理；燕京啤酒在以上区域内如有新收购或新建生产基地的事项，将以本公司为主进行运作。2012年10月8日，燕京啤酒承诺：现时由惠泉啤酒托管的福建燕京在当福建燕京连续二年利润总额均超过1000万元时惠泉啤酒对其进行收购，福建市场继续完全由惠泉啤酒运作，对惠泉啤酒福建以外的市场销售本公司给以适当协助。一直以来，公司控股股东北京燕京啤酒股份有限公司严格履行承诺。公司2020-2022年度实现归属于上市公司股东的净利润分别为28,670,751.79元、31,031,788.65元，39,848,285.09元，分别同比增长44.66%、8.24%、28.41%。谢谢！

14. 请问公司去年共生产多少燕京啤酒？

您好，感谢您对公司的关注。公司产品以惠泉啤酒为主，与燕京的交易依据关联交易实施。2022年公司生产的燕京品牌啤酒不到公司年产量的2%，占比较小。谢谢！

15. 惠泉跟燕京的同业竞争问题，啥时处理？

您好，感谢您对公司的关注。为避免同业竞争，公司控股股东履行系列承诺。2003年8月11日，公司的控股股东北京燕京啤酒股份有限公司（以下简称“燕京啤酒”）签署《不竞争承诺函》，承诺将作出一系列的安排，避免与惠泉啤酒产生同业竞争，与惠泉啤酒变竞争为合作，保证惠泉啤酒拥有独立的产、供、销体系，保证惠泉啤酒的稳定、健康发展。将主要从以下几个方面做好工作：1、明确市场区域划分：燕京啤酒明确表示与惠泉啤酒进行市场区域划分，把燕京啤酒在福建省内的销售网络（包括福建燕京啤酒有限公司的销售网络）与惠泉啤酒现有的销售网络统一管理；2、明确产品档次划分：燕京啤酒承诺，在福建省不再销售与惠泉啤酒同档次低于惠泉啤酒价格的产品，并且销售的中高档啤酒均通过惠泉啤酒的销售网络来进行，从而避免相互冲突；3、燕京啤酒成为惠泉啤酒控股股东后，将保留、巩固惠泉啤酒现有的销售队伍及营销网络，充实其营销管理力量。2006年6月21日，燕京啤酒承诺：燕京啤酒在福建省和江西省抚州市、萍乡市、赣州市、鹰潭市市场将以本公司为主进行运作，并将燕京啤酒（赣州）有限责任公司、福建燕京啤酒有限公司通过委托经营或其他方式由本公司进行管理；燕京啤酒在以上区域内如有新收购或新建生产基地的事项，将以本公司为主进行运作。2012年10月8日，燕京啤酒

	<p>承诺：现时由惠泉啤酒托管的福建燕京在当福建燕京连续二年利润总额均超过1000万元时惠泉啤酒对其进行收购，福建市场继续完全由惠泉啤酒运作，对惠泉啤酒福建以外的市场销售本公司给以适当协助。一直以来，公司控股股东北京燕京啤酒股份有限公司严格履行承诺。公司2020-2022年度实现归属于上市公司股东的净利润分别为28,670,751.79元、31,031,788.65元，39,848,285.09元，分别同比增长44.66%、8.24%、28.41%。谢谢！</p> <p>16. 请问上市公司以前说的配制酒业务，现在准备的怎么样？什么时候才能上市推广？</p> <p>您好，感谢您对公司的关注。公司目前主要是做好啤酒主业经营，努力开拓主业市场，强化啤酒系列的经营和探索相关业务，以自主研创、自主创新为主。公司将紧紧围绕企业高质量发展目标，结合企业实际持续进行拓展和经营，创造业绩回报股东回报社会。谢谢！</p>
附件清单（如有）	
日期	2023-05-16 08:32:17