

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 2025 年半年度业绩说明会
时间	2025 年 08 月 15 日下午 15:00-16:00
地点	上海证券交易所上证路演中心（网址： http://roadshow.sseinfo.com/ ）
参会人员	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	1. 上半年公司取得亮眼成绩，后续发展公司怎么规划？ 答：您好，感谢您对公司的关注！公司经营业绩持续向好。2025 上半年，公司销量、营收、利润延续全面增长态势，其中，净利润创历年新高，企业经营质量进一步提升。接下来，公司会持续聚焦于啤酒主业，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、智能化管理水平，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，努力实现企业更进一步的健康、可持续、高质量发展。谢谢！ 2. 老惠泉实现不错个性化壁垒构建，公司是否有具体的市场拓展计划及预期目标？ 答：您好，感谢您对公司的关注！老惠泉这款产品酒精度超过 5.1% vol，酒体醇厚，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。老惠泉个性化消费群体在不断增多。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，突出老惠泉的“够劲，不上头”差异化特色，吸引更多消费者的关注，从不断提升老惠泉的市场占有率。谢谢！

3. 公司泉州基地根基上半年进一步稳固，扩容趋势是否仍会持续？

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。2025 年上半年，公司主基地市场大泉州区域销量增长 4.84%，在连续五年增长基础上持续实现较好增长。未来，公司会持续强化市场深耕，保持发展定力，不断调整产品结构，提升品牌影响力，力争实现大泉州市场的长期、持续、健康发展。谢谢！

4. 接下来公司产品线计划是怎样的？

答：您好，感谢您对公司的关注！公司将紧抓市场机会，不断开发满足消费者各种需求的高品质、个性化产品。目前，公司主要产品是惠泉一麦、惠泉小鲜、惠泉欧骑士、惠泉 1983 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”。公司还研发上市白茶、初念系列特色精酿和推出无醇、低卡产品等丰富多样风味新酒产品，满足多元化的个性选择，获得不同消费群体喜爱。未来，公司会紧跟消费趋势，持续丰富产品品类，完善多元化、个性化产品矩阵，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！

5. 公司高端化布局方向会不会变？

答：您好，感谢您对公司的关注！公司会持续有序推进高端化进程。公司主要的高端产品有惠泉小鲜啤酒、欧骑士啤酒、惠泉 1983、老惠泉和初念精酿啤酒等。公司建厂 40 周年之际，公司推出“老惠泉”和“惠泉 1983”产品，促进公司中高档产品矩阵进一步完善。公司还研发上市“初念”为代表的精酿啤酒和推出无醇、低卡产品，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。公司近年来逐步实现了高端产品在餐饮渠道的落地，铺货率和占比在逐步提升，特别是老惠泉以其够劲不上头的特点深受消费者喜爱。未来公司会持续进行产品结构优化，加快高端产品在餐饮渠道的推进速度，逐步在部分区域实现全渠道推广，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！

	6. 今年办啤酒节活动吗？ 答：您好，感谢您对公司的关注！办的。公司非常重视啤酒节活动的举办。“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，去年公司创新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。2025年系列活动“山海同欢·醉美惠安”2025惠安沙滩啤酒嘉年华暨第四届惠泉啤酒文化节崇武会场已经于7月开启，目前，泉州市区主会场活动也已启动。公司将会持续开展惠泉啤酒文化节活动，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。 7. 在如今消费背景下，餐饮消费的打造计划如何？ 答：您好，感谢您对公司的关注！公司持续进行渠道优化，落实餐饮推进计划，重点实施以重要单品为引领，以个性化、差异化系列为突破的产品组合销售。接下来，公司会持续寻求产品与渠道精准适配、加强场景深度渗透、持续升级消费体验，促进餐饮渠道发展。谢谢！
资料清单 (如有)	无
日期	2025年8月15日