证券代码：000729　　证券简称：燕京啤酒　　公告编号：2018-17

北京燕京啤酒股份有限公司 2018 年半年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

□ 适用 √ 不适用

公司计划本半年度不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□ 适用 √ 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	燕京啤酒	股票代码	000729
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书		
姓名	徐月香		
办公地址	北京市顺义区双河路 9 号		
电话	010-89490729		
电子信箱	yj000729@126.com		

2、主要财务数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	6,374,728,800.86	6,338,434,348.64	0.57%
归属于上市公司股东的净利润（元）	506,663,333.55	491,611,485.38	3.06%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	487,721,660.30	372,370,386.23	30.98%
经营活动产生的现金流量净额（元）	1,080,723,976.12	1,361,622,174.46	-20.63%
基本每股收益（元/股）	0.180	0.174	3.45%

稀释每股收益（元/股）	0.180	0.174	3.45%
加权平均净资产收益率	3.87%	3.77%	0.10%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	18,986,835,605.61	18,097,786,610.03	4.91%
归属于上市公司股东的净资产（元）	13,356,556,455.25	12,849,893,121.70	3.94%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	76,964	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	0

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	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
北京燕京啤酒投资有限公司	国有法人	57.40%	1,617,727,568	297,607,894		
中国证券金融股份有限公司	境内非国有法人	2.62%	73,920,617	0		
#重阳集团有限公司	境内非国有法人	2.07%	58,239,291	0		
北京燕京啤酒集团公司	国有法人	1.87%	52,686,697	11,306,780		
唐建华	境内自然人	1.78%	50,237,739	0		
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.38%	38,855,400	0		
中国工商银行股份有限公司－东方红产业升级灵活配置混合型证券投资基金	其他	1.20%	33,957,298	0		
DEUTSCHE BANK AKTIENGESELLSCHAFT	境外法人	1.04%	29,345,936	0		
香港中央结算有限公司	境外法人	0.83%	23,521,370	0		
招商银行股份有限公司－东方红睿泽三年定期开放灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.63%	17,673,006	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，北京燕京啤酒集团公司持有北京燕京啤酒投资有限公司 19.94%股份。 未知上述其他股东是否属于一致行动人，也未知其他股东是否存在关联关系。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	公司前 10 名股东中，重阳集团有限公司通过信用交易担保证券账户持有本公司股票 57,019,291 股，通过普通证券账户持有本公司股票 1,220,000 股，合计持有本公司股票 58,239,291 股。					

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

□ 适用 √ 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

□ 适用 √ 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用
公司报告期无优先股股东持股情况。

6、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在半年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求
否

2018 年上半年，公司把握经济发展新常态，积极化解面临的经营压力，适应消费升级，拓展经营思路，产品品质和产品结构持续优化，保持了稳定、健康发展。

2018 年 1-6 月份，公司实现啤酒销量 259.57 万千升，其中燕京主品牌销量 182.74 万千升， “1+3”品牌销量 238.80 万千升。报告期内，公司实现营业收入 637,472.88 万元，同比增长 0.57%，实现利润 70,806 万元，同比增长 1.06%，实现归属上市公司股东净利润 50,666.33 万元，同比增长 3.06%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 48,772.16 万元，同比增长 30.98%。

1、执着追求卓越品质

公司始终坚持“以全优的质量取信于民，以独特的风味取悦于民，以诚挚的态度服务于民”的质量宗旨，弘扬工匠精神，全面推动质量体系建设和完善。公司在新产品研发、产品品质、售后服务等方面建立了较完善的控制体系，准确把握消费形势和市场变化趋势，致力于打造中国最好的啤酒，获得国家“绿色食品”认证。

报告期内，公司持续推进与国际先进水平对标达标，把工匠精神和科技创新完美结合，运用先进的质量管理理念和方法，不断改造升级产品品质、不断提升科技创新能力，管控质量、提升质量，为广大消费者提供口感更出色的高品质、可信赖的绿色健康产品。在产品生产过程中，公司在原材料、酵母菌种、生产设备、酿造用水的使用上均坚持国际标准，清爽型啤酒、鲜啤酒、纯生啤酒的风味持续优化。

上半年，公司以北京市场推广的新品 “燕京帝道”为代表，一方面适应与迎合年轻消费者群体，更加关注消费者个性化的需求，另一方面致力于推动个性化、高端化啤酒的发展，适应啤酒品质和品味消费升级的趋势。

2、匠心酿造民族品牌

品牌是产品质量的充分体现，是企业形象的象征。公司致力于把燕京啤酒打造成具有国际影响力的世界知名品牌。在品牌建设上，公司坚持突出主导品牌，逐步向燕京主导品牌靠拢。

报告期内，公司科学选择不同媒体，进一步丰富了传播途径，进行全方位的品牌推广；继续冠名赞助中国足协杯，并成为 2019 年篮球世界杯全球合作伙伴，体育营销得以深化；成功举办燕京啤酒文化节、赞助 2018-2020 年环广西公路自行车世界巡回赛等活动，进一步提升了品牌知名度和美誉度。公司品牌管理和建设的各项措施稳步推进。

据世界品牌实验室(World Brand Lab)发布的 2018 年《中国 500 最具价值品牌报告》显示，燕京啤酒以 1106.65 亿元位列 2018 年中国 500 最具有价值品牌榜第 41 名，价值同比增长 12.9%，燕京啤酒及子品牌价值总计为 1458.13 亿元。

3、持续增强管控力度

2018 年上半年，公司各项管理工作持续推进。公司在实现卓越现场管理、坚持打造“智慧燕京”、继续推动财务业务一体化进程、提高能源精细化管理水平、强化安全管理、污染防治管理、人才管理等方面有序推进，各项管控力度不断增强。公司综合能力不断提升，进一步实现可持续发展。

2、涉及财务报告的相关事项

（1）与上一会计期间财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

□ 适用 √ 不适用
公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

（2）报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

□ 适用 √ 不适用
公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

（3）与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

□ 适用 √ 不适用
公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

北京燕京啤酒股份有限公司董事会

二〇一八年八月三十日