证券代码：000729　　证券简称：燕京啤酒　　公告编号：2019-25

北京燕京啤酒股份有限公司 2019 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）	6,461,860,626.88	6,374,728,800.86	1.37%
归属于上市公司股东的净利润（元）	512,372,275.50	506,663,333.55	1.13%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	497,298,240.10	487,721,660.30	1.96%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

经营活动产生的现金流量净额（元）	1,368,026,316.80	1,080,723,976.12	26.58%
基本每股收益（元/股）	0.1818	0.1798	1.11%
稀释每股收益（元/股）	0.1818	0.1798	1.11%
加权平均净资产收益率	3.87%	3.87%	0.00%
	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）	18,842,837,856.23	17,688,746,803.34	6.52%
归属于上市公司股东的净资产（元）	13,487,834,939.67	12,975,462,664.17	3.95%

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	82,030	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	3.03%	85,309,862	0		
#重阳集团有限公司	境内非国有法人	2.75%	77,470,424	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%	50,247,239	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		
全国社保基金一零三组合	其他	1.17%	32,999,881	0		
香港中央结算有限公司	境外法人	0.92%	25,867,082	0		
中国农业银行股份有限公司－中证 500 交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.60%	16,956,875	0		
#上海重阳战略投资有限公司－重阳战略聚智基金	其他	0.55%	15,500,134	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 76,250,424 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 77,470,424 股，其持股本报告期未发生变动。 #上海重阳战略投资有限公司－重阳战略聚智基金通过信用交易担保证券账户持有本公司股票 15,500,034 股。通过普通证券账户持有本公司股票 100 股，合计持有本公司股票 15,500,134 股，其持股本报告期未发生变动。			

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。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

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

2019年1-6月份，公司实现啤酒销量257.85万千升，其中燕京主品牌销量175.96万千升， “1+3”品牌销量238.12万千升。报告期内，公司实现营业收入646,186.06万元，同比增长1.37%，实现利润71,606.68万元，同比增长1.13%，实现归属上市公司股东净利润51,237.23万元，同比增长1.13%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润49,729.82万元，同比增长1.96%。公司各项指标特别是经营性利润持续、稳定、健康增长。

1、坚持科技创新，提升产品品质

从清爽、鲜啤到白啤再到高端定制化啤酒，燕京啤酒多年来始终坚持以科技创新推动产品品质的提升。

燕京啤酒坚信“质量之魂，存于匠心”，依托燕京啤酒国家级技术中心、博士后科研工作站、轻工行业重点实验室及 CNAS 认可实验室五位一体的优势科研平台，从原料采购、设备选择、生产工艺、仓储设施无一不精益求精，始终坚持对产品质量的完美追求。公司在生产中不断加强自主创新能力，夯实产品质量，为消费者带来健康的、品质卓越的啤酒产品。

2、发力中高端产品，促进产品结构调整优化

在面临着消费渠道、消费模式和消费理念变革升级挑战的新形势下，公司的产品结构形成了“以清爽酒为基础、以中档酒为主突破、以高档酒提升品牌价值”的战略。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2019 年，伴随着消费升级变化，公司陆续推出燕京 U8、燕京 7 日鲜、燕京八景文创产品等中高端个性化新品，同时推出瓶装定制服务，满足广大消费者的个性化、时尚化、多元化、特色化的需求，使产品结构得到了进一步丰富。同时，燕京啤酒专门为冬奥会量身打造了三款产品，用可视化的设计语言向世界传达中国文化，宣扬体育精神。

3、从消费者角度出发，提升品牌价值

2019 年，燕京啤酒重点从消费者角度出发，采取多种举措，以图片专题、新闻报道、双微直播等多样化形式开展品牌推广，向消费者传递品牌个性，丰富品牌文化及传播，不断提升品牌辐射力，从而提高品牌竞争力。

上半年，公司借助 2019 国际篮联篮球世界杯，持续进行线上线下品牌推广，并组织策划“舞动世界”燕京啤酒篮球宝贝选拔赛；通过拓展足协杯赞助权益，增加现场 3D 广告、中圈地铺、决赛颁奖等诸多环节品牌形象宣传设计；并通过共享燕京啤酒冬奥会官方赞助商权益、持续支持国家足球发展战略、升级北京市场燕京啤酒花园形象设计等多项举措，增强了消费者体验感，提升了公司高端、个性、时尚的品牌形象。

2019年6月26日，以“全球领导力与中国品牌重建”为主题，世界品牌实验室（World Brand Lab）在北京发布了2019年（第十六届）《中国500最具价值品牌》排行榜，燕京啤酒及子品牌价值达1745.86亿元。其中：燕京啤酒排名第41，品牌价值为1216.97亿元。

4、构建科学管理体系，推动企业可持续发展

上半年，公司管理工作在科学化、规范化的前提下，进一步实现精细化。通过稳步推进企业信息化，加强财务管理、内控管理、采购管理、物流管理等，不断优化业务系统资源配置，在新的竞争环境下全面提升公司竞争力。

5、推动党建工作，提振公司核心竞争优势

公司按照“党建工作也是核心竞争力”的指导思想，将推动党建工作同公司文化建设相结合，把公司党建工作的优势转化为改革发展的优势，党建工作和生产经营在实践中相互促进和发展，促进公司转型升级、创新发展、提质增效。

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

财政部 2019 年 4 月 30 日发布《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6 号），公司自上述文件规定的起始日开始执行变更后的会计政策。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（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

二〇一九年八月三十日

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn