

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



青島啤酒股份有限公司
(於中華人民共和國註冊成立之中外合資股份有限公司)
(股份編號：168)

2025年度業績公告

青島啤酒股份有限公司(「本公司」或「公司」)董事會(「董事會」)謹此公告本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2025年12月31日止年度(「報告期」)的初步綜合業績，該綜合業績摘錄自按照中國企業會計準則編製並已經審計的本集團合併財務報表。

一、財務資料

(除特別註明外，金額單位為人民幣元)

合併資產負債表

資產	附註	2025年 12月31日	2024年 12月31日
流動資產			
貨幣資金		12,859,566,861	17,978,772,896
交易性金融資產		6,228,400,545	2,021,804,089
應收賬款	2	126,983,141	102,420,347
預付款項		134,631,742	241,896,760
其他應收款		69,681,772	83,284,378
存貨		3,236,740,516	3,576,387,537
一年內到期的非流動資產		48,213,397	51,713,930
其他流動資產		1,499,563,254	1,132,635,624
流動資產合計		24,203,781,228	25,188,915,561
非流動資產			
長期股權投資		372,338,347	391,873,803
其他非流動金融資產		2,471,993,300	2,498,379,750
投資性房地產		53,320,573	41,138,918
固定資產		12,860,857,041	11,817,650,634
在建工程		630,084,165	630,874,619
使用權資產		120,054,467	115,672,625
無形資產		2,596,199,354	2,684,120,584
商譽		1,307,103,982	1,307,103,982
長期待攤費用		72,832,144	85,702,449
遞延所得稅資產		1,963,115,004	1,930,039,528
其他非流動資產		5,479,906,093	4,728,913,379
非流動資產合計		27,927,804,470	26,231,470,271
資產總計		52,131,585,698	51,420,385,832

合併資產負債表 (續)

負債及股東權益	附註	2025年 12月31日	2024年 12月31日
流動負債			
應付票據		125,586,924	217,159,673
應付賬款	3	3,050,359,193	3,053,514,829
合同負債		7,674,071,543	8,312,560,682
應付職工薪酬	4	1,595,109,102	1,766,787,700
應交稅費		442,764,137	392,937,002
其他應付款		3,337,758,688	3,269,711,751
一年內到期的非流動負債		36,713,618	42,063,828
其他流動負債		338,211,423	467,595,834
流動負債合計		16,600,574,628	17,522,331,299
非流動負債			
租賃負債		77,752,524	68,236,710
長期應付款		–	16,090,646
長期應付職工薪酬		705,061,917	747,148,699
遞延收益		2,975,490,394	2,947,288,445
遞延所得稅負債		260,510,358	259,748,022
非流動負債合計		4,018,815,193	4,038,512,522
負債合計		20,619,389,821	21,560,843,821
股東權益			
股本		1,364,195,121	1,364,196,788
資本公積		4,198,492,389	4,198,108,121
減：庫存股		–	1,501,239
其他綜合收益		(153,741,746)	(153,540,393)
盈餘公積		1,400,704,380	1,400,704,380
一般風險準備		301,761,292	301,761,292
未分配利潤	5	23,537,536,867	21,950,655,578
歸屬於母公司股東權益合計		30,648,948,303	29,060,384,527
少數股東權益		863,247,574	799,157,484
股東權益合計		31,512,195,877	29,859,542,011
負債及股東權益總計		52,131,585,698	51,420,385,832

合併利潤表

	附註	2025 年度	2024 年度
一、營業收入	6	32,473,493,664	32,137,830,111
減：營業成本	6	18,885,149,805	19,209,915,823
税金及附加	7	2,357,583,939	2,328,256,391
銷售費用		4,483,945,021	4,602,519,864
管理費用		1,463,706,116	1,406,578,781
研發費用		121,846,041	102,766,675
財務費用		(401,589,168)	(567,771,603)
其中：利息費用		11,645,392	21,837,054
利息收入		423,517,234	616,771,200
加：其他收益		382,968,257	501,406,284
投資收益		72,970,854	117,791,880
其中：對聯營企業和合營企業的投資 收益		25,684,794	48,272,283
公允價值變動收益(損失以「-」號填列)		106,446,168	199,524,435
信用減值損失(損失以「-」號填列)		(1,620,448)	340,927
資產減值損失(損失以「-」號填列)		(16,146,304)	(35,776,310)
資產處置收益(損失以「-」號填列)	8	110,634,678	4,267,451
二、營業利潤		6,218,105,115	5,843,118,847
加：營業外收入		77,717,609	73,143,904
減：營業外支出		4,766,265	34,769,751
三、利潤總額		6,291,056,459	5,881,493,000
減：所得稅費用	9	1,573,639,892	1,389,716,314
四、淨利潤		4,717,416,567	4,491,776,686

合併利潤表(續)

	附註	2025 年度	2024 年度
按經營持續性分類			
持續經營淨利潤		4,717,416,567	4,491,776,686
終止經營淨利潤		—	—
按所有權歸屬分類			
歸屬於母公司股東的淨利潤		4,588,101,137	4,344,983,858
少數股東損益		129,315,430	146,792,828
五、其他綜合收益的稅後淨額		(781,687)	(72,106,537)
歸屬於母公司股東的其他綜合收益的稅後淨額		(201,353)	(72,479,048)
不能重分類進損益的其他綜合收益		5,264,000	(73,618,000)
重新計量設定受益計劃變動額		5,264,000	(73,618,000)
將重分類進損益的其他綜合收益		(5,465,353)	1,138,952
權益法下可轉損益的其他綜合收益		402,372	(164,887)
外幣財務報表折算差額		(5,867,725)	1,303,839
歸屬於少數股東的其他綜合收益的稅後淨額		(580,334)	372,511
六、綜合收益總額		4,716,634,880	4,419,670,149
歸屬於母公司股東的綜合收益總額		4,587,899,784	4,272,504,810
歸屬於少數股東的綜合收益總額		128,735,096	147,165,339
七、每股收益	10		
基本每股收益		3.363	3.191
稀釋每股收益		3.363	3.187

附註：

1 財務報表的編制基礎

本集團執行財政部頒佈的企業會計準則及相關規定。本集團還按照《公開發行證券的公司信息披露編報規則第15號－財務報告的一般規定(2023年修訂)》披露有關財務信息。此外，本財務報表還包括按照香港《公司條例》和《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》所要求之相關披露。

本集團對自2025年12月31日起12個月的持續經營能力進行了評價，未發現對持續經營能力產生重大懷疑的事項和情況。因此，本財務報表繫在持續經營假設的基礎上編製。

重要會計政策變更

本年度無重要會計政策變更。

2 應收賬款

	2025年12月31日	2024年12月31日
應收賬款	169,903,034	269,289,669
減：壞賬準備	42,919,893	166,869,322
	<u>126,983,141</u>	<u>102,420,347</u>

本集團大部分銷售以預收款或銀行承兌匯票的方式進行，其餘銷售則附有30-100天的信用期。

2 應收賬款(續)

應收賬款按其入賬日期的賬齡分析如下：

	2025年12月31日	2024年12月31日
一年以內	126,807,751	102,495,602
一到二年	948,469	1,111
二到三年	195	—
三到四年	—	38,202
四到五年	—	—
五年以上	42,146,619	166,754,754
	<u>169,903,034</u>	<u>269,289,669</u>

應收賬款主要依據業務發生日期入賬，按入賬日期列示的賬齡與按發票日期列示的賬齡基本一致。

3 應付賬款

應付賬款按其入賬日期的賬齡分析如下：

	2025年12月31日	2024年12月31日
一年以內	3,038,846,282	3,046,919,946
一到二年	8,189,751	2,676,232
二到三年	1,960,508	1,402,482
三年以上	1,362,652	2,516,169
	<u>3,050,359,193</u>	<u>3,053,514,829</u>

應付賬款主要依據業務發生日期入賬，按入賬日期列示的賬齡與按發票日期列示的賬齡基本一致。

4 應付職工薪酬

	2025年12月31日	2024年12月31日
短期薪酬	1,484,035,437	1,545,440,415
設定提存計劃(註)	22,739,057	22,713,634
辭退福利	88,334,608	198,633,651
	<u>1,595,109,102</u>	<u>1,766,787,700</u>

註：本集團以當地勞動和社會保障部門規定的繳納基數和比例，按月向相關經辦機構繳納養老保險費及失業保險費，且無沒收的供款可用於抵減本集團現在及未來期間應為員工繳存的款項。

5 股息

根據2025年5月20日股東年會決議，本公司向全體股東派發2024年度現金股利，每股人民幣2.20元(含稅)，按照已發行股份1,364,196,788股計算，共派發現金股利人民幣3,001,232,934元，2025年11月13日，因1,667股限制性股票未達到解除條件，本公司沖銷利潤分配人民幣13,086元和庫存股人民幣13,086元。(2024年派發2023年股利，每股人民幣2.00元(含稅)，按照已發行股份1,364,196,788股計算，共派發現金股利人民幣2,728,393,576元)。

根據2026年3月26日董事會決議，董事會提議本公司向全體股東派發年度現金股利，每股人民幣2.35元(含稅)。按截至2025年12月31日股份1,364,195,121股計算，擬派發現金股利共計人民幣3,205,858,534元，上述提議尚待股東年會批准。

6 營業收入和營業成本

	2025年度	2024年度
主營業務收入	31,829,668,346	31,578,857,295
其他業務收入	643,825,318	558,972,816
	<u>32,473,493,664</u>	<u>32,137,830,111</u>

6 營業收入和營業成本(續)

	2025年度	2024年度
主營業務成本	18,551,056,405	18,911,276,253
其他業務成本	334,093,400	298,639,570
	<u>18,885,149,805</u>	<u>19,209,915,823</u>

7 稅金及附加

	2025年度	2024年度
消費稅	1,720,492,905	1,718,332,621
城市維護建設稅	259,495,461	245,190,377
教育費附加	192,646,963	181,741,977
房產稅	80,179,958	78,644,927
土地使用稅	58,779,844	57,939,803
印花稅	34,890,828	35,678,483
其他	11,097,980	10,728,203
	<u>2,357,583,939</u>	<u>2,328,256,391</u>

8 資產處置收益(損失)

	2025年度	2024年度
無形資產處置收益(損失)	107,855,659	(2,975,241)
固定資產處置收益	1,969,972	5,093,794
使用權資產處置收益	809,047	2,148,898
	<u>110,634,678</u>	<u>4,267,451</u>

9 所得稅費用

	2025 年度	2024 年度
按稅法及相關規定計算的當期所得稅 — 中國企業所得稅	1,591,667,614	1,279,245,875
按稅法及相關規定計算的當期所得稅 — 香港利得稅	13,990,175	1,666,736
按稅法及相關規定計算的當期所得稅 — 澳門所得補充稅	453,764	441,189
遞延所得稅	(32,471,661)	108,362,514
	<u>1,573,639,892</u>	<u>1,389,716,314</u>

所得稅費用與會計利潤的調節表如下：

	2025 年度	2024 年度
利潤總額	<u>6,291,056,459</u>	<u>5,881,493,000</u>
按適用稅率 (25%) 計算的所得稅費用	1,572,764,115	1,470,373,250
子公司適用不同稅率影響	(7,005,687)	(2,766,678)
非應稅收入的影響	(12,327,583)	(18,508,512)
不可抵扣的成本、費用和損失的影響	20,998,121	15,521,259
使用前期未確認遞延所得稅資產的可抵扣虧損和可抵扣暫時性差異的影響	(50,401,260)	(155,696,486)
當期未確認可抵扣虧損和可抵扣暫時性差異的納稅影響	71,919,406	104,768,342
研發費用加計扣除	(22,307,220)	(23,974,861)
所得稅費用	<u>1,573,639,892</u>	<u>1,389,716,314</u>

9 所得稅費用 (續)

(1) 中國企業所得稅

本公司本年度除子公司南寧青島啤酒有限公司適用15%的企業所得稅稅率，以及部分在中國內地成立及營運的子公司為小微企業適用的企業所得稅稅率為20%外，本公司及本集團內其他於中國內地成立及營運的子公司本年度適用的企業所得稅稅率為25%。

(2) 香港利得稅，澳門所得補充稅及越南企業所得稅

本公司之子公司青島啤酒香港貿易有限公司、亞洲啤酒(澳門)有限公司及青島啤酒越南有限公司分別成立於中國香港、中國澳門及越南，並分別適用香港利得稅、澳門所得補充稅及越南企業所得稅。

香港利得稅根據本年度估計的應納稅所得額按16.5%之稅率計算繳納。澳門所得補充稅根據本年度估計的應納稅收益按照累進稅率計算繳納，累進稅率為3% - 12%。越南企業所得稅根據本年度估計的應納稅所得額按20%之稅率計算繳納。

10 每股收益

(1) 基本每股收益

	2025年度	2024年度
歸屬於母公司股東的合併淨利潤	4,588,101,137	4,344,983,858
減：預計未來可解鎖限制性股票現金股利	—	193,334
歸屬於母公司普通股股東的合併淨利潤	4,588,101,137	4,344,790,524
本公司發行在外普通股的加權平均數	1,364,147,621	1,361,588,923
基本每股收益	<u>3.363</u>	<u>3.191</u>

其中：

– 持續經營基本每股收益：3.363 3.191

基本每股收益以歸屬於母公司普通股股東的合併淨利潤除以母公司發行在外普通股的加權平均數計算。

10 每股收益 (續)

(2) 稀釋每股收益

	2025 年度	2024 年度
歸屬於母公司股東的合併淨利潤	4,588,101,137	4,344,983,858
本公司發行在外普通股的加權平均數	1,364,147,621	1,361,588,923
由於股份支付增加的普通股加權平均數	33,900	1,884,961
稀釋後發行在外普通股的加權平均數	<u>1,364,181,521</u>	<u>1,363,473,884</u>
稀釋每股收益	<u>3.363</u>	<u>3.187</u>
其中：		
– 持續經營稀釋每股收益：	3.363	3.187

稀釋每股收益以根據稀釋性潛在普通股調整後的歸屬於母公司普通股股東的合併淨利潤除以調整後的本公司發行在外普通股的加權平均數計算。

11 分部報告

(1) 報告分部的確定依據與會計政策

因本集團的主要業務為生產和銷售啤酒等產品，本集團的報告分部是在不同地區經營的業務單元。由於各地區需要不同的市場戰略，本集團分別獨立管理各個報告分部的生產經營活動，分別評價其經營成果，以決定向其配置資源並評價其業績。

本集團之子公司青島啤酒財務有限責任公司（「財務公司」）主要業務為對成員單位辦理理財和代理收付等金融業務。由於業務特徵不相似，本集團獨立管理財務公司的經營活動，單獨評價其經營成果，以決定向其配置資源並評價其業績。

11 分部報告(續)

(1) 報告分部的確定依據與會計政策(續)

本集團有以下七個報告分部：

- 山東地區分部，負責在山東及周邊地區的生產和銷售
- 華南地區分部，負責在華南地區的生產和銷售
- 華北地區分部，負責在華北地區的生產和銷售
- 華東地區分部，負責在華東地區的生產和銷售
- 東南地區分部，負責在東南地區的生產和銷售
- 港澳及其他海外地區分部，負責在港澳及其他海外地區的銷售
- 財務公司分部，負責為成員單位辦理理財和代理收付等金融業務

分部間轉移價格按雙方協議價作為定價基礎。

資產根據分部的經營以及資產的所在位置進行分配，負債根據分部的經營進行分配。

11 分部報告(續)

(2) 報告分部的財務信息

2025 年度

項目	港澳及其他						財務公司	未分配金額	分部間抵銷	合計
	山東地區	華南地區	華北地區	華東地區	東南地區	海外地區				
對外交易收入	20,522,403,317	2,658,966,675	5,759,981,851	2,288,300,288	663,460,148	568,107,264	292,413	11,981,708	-	32,473,493,664
分部間交易收入	3,288,776,317	883,932,666	2,325,444,826	405,583,572	14,751,680	272,826,042	30,937,734	111,370,105	(7,333,622,942)	-
營業成本	15,071,074,951	2,353,352,557	5,559,784,954	1,904,131,422	541,546,240	647,987,775	77,362,443	122,156,959	(7,392,247,496)	18,885,149,805
銷售費用	2,997,947,311	346,077,018	557,563,211	363,313,661	143,912,874	75,105,906	25,040	-	-	4,483,945,021
利息收入	38,159,324	11,892,441	20,493,301	6,638,285	841,462	9,546,899	286,737,264	130,230,297	(81,022,039)	423,517,234
利息費用	85,608,178	2,403,720	1,392,121	7,219,360	2,162,782	129,399	4,750	-	(87,274,918)	11,645,392
對聯營和合管企業的投資收益	-	-	-	-	-	1,378,459	-	24,306,335	-	25,684,794
信用減值利得(損失)	21,045,615	(93,551)	(2,607)	-	-	(250,069)	(22,319,836)	62,000,000	(62,000,000)	(1,620,448)
資產減值損失	(15,686,256)	-	(148,139)	(311,909)	-	-	-	-	-	(16,146,304)
折舊費和攤銷費	610,398,642	136,194,190	237,202,803	135,951,758	34,401,037	6,129,633	1,800,876	132,936,177	(965,148)	1,294,049,968
利潤(虧損)總額	4,297,242,832	484,613,242	1,389,668,006	195,902,235	(66,621,651)	121,236,529	256,717,038	(395,041,379)	7,339,607	6,291,056,459
所得稅費用	976,473,128	98,552,118	345,665,319	53,131,982	91,283	42,296,494	60,233,510	-	(2,803,942)	1,573,639,892
淨利潤(虧損)	3,320,769,704	386,061,124	1,044,002,687	142,770,253	(66,712,934)	78,940,035	196,483,528	(395,041,379)	10,143,549	4,717,416,567
資產總額	26,520,550,435	4,552,025,191	8,677,370,093	3,150,139,000	736,608,196	979,655,423	14,063,476,500	7,077,744,108	(15,589,098,252)	50,168,470,694
負債總額	19,397,710,093	1,697,099,005	4,269,927,515	2,082,899,786	456,308,022	54,348,243	9,274,979,993	208,001,335	(17,082,394,529)	20,358,879,463
折舊費和攤銷費以外的										
其他非現金費用	11,433,876	47,791	1,938,628	89,572	6,392	-	11,570	1,413,988	-	14,941,817
對聯營企業和合管企業的										
長期股權投資	-	-	-	-	-	-	-	372,338,347	-	372,338,347
非流動資產增加(減少)額(註)	2,517,413,749	170,037,813	170,957,199	144,799,664	14,569,974	(598,186)	3,338,387	130,748,193	-	3,151,266,793

註：非流動資產不包括金融資產、長期股權投資和遞延所得稅資產。

11 分部報告(續)

(2) 報告分部的財務信息(續)

2024 年度

項目	港澳及其他						財務公司	未分配金額	分部間抵銷	合計
	山東地區	華南地區	華北地區	華東地區	東南地區	海外地區				
對外交易收入	20,296,043,089	2,653,836,478	5,687,545,798	2,287,053,480	673,197,305	527,373,681	250,035	12,530,245	-	32,137,830,111
分部間交易收入	3,297,513,302	849,114,873	2,248,300,459	314,107,550	8,567,940	224,981,923	6,248,877	170,159,815	(7,118,994,739)	-
營業成本	15,352,385,767	2,351,380,265	5,524,783,841	1,851,303,155	534,086,219	578,334,645	180,453,623	181,257,429	(7,344,069,121)	19,209,915,823
銷售費用	3,098,612,633	331,607,756	578,970,076	365,831,334	150,662,947	76,835,118	-	-	-	4,602,519,864
利息收入	72,837,682	29,655,851	54,870,215	10,425,004	2,359,114	5,104,631	477,170,246	144,636,582	(180,288,125)	616,771,200
利息費用	10,014,295	2,845,142	1,375,877	6,809,409	2,312,012	387,267	195,024,467	-	(196,931,415)	21,837,054
對聯營和合營企業的投資收益	-	-	-	-	-	571,694	-	47,700,589	-	48,272,283
信用減值利得(損失)	176,540	(147,108)	193,094	(1,515,174)	-	(80,090)	1,713,665	2,600,000	(2,600,000)	340,927
資產減值損失	(13,926,387)	(5,476,022)	(5,256,989)	(7,602,180)	(2,317,423)	(12,205)	(22,867)	(1,162,237)	-	(35,776,310)
折舊費和攤銷費	566,341,971	143,045,002	241,545,333	134,545,975	33,038,570	7,155,044	1,723,077	113,418,754	-	1,240,813,726
利潤(虧損)總額	3,672,581,149	485,037,115	1,252,644,978	102,880,323	(63,765,164)	93,726,655	501,053,820	(223,072,151)	60,406,275	5,881,493,000
所得稅費用	854,312,233	117,544,590	242,867,016	33,071,832	1,668,517	23,574,244	122,497,468	-	(5,819,586)	1,389,716,314
淨利潤(虧損)	2,818,268,916	367,492,525	1,009,777,962	69,808,491	(65,433,681)	70,152,411	378,556,352	(223,072,151)	66,225,861	4,491,776,686
資產總額	22,548,264,844	4,321,016,711	8,222,704,351	3,452,819,786	782,979,428	578,211,520	18,792,797,464	6,365,999,118	(15,574,446,918)	49,490,346,304
負債總額	14,363,849,239	1,682,158,167	4,635,664,452	2,304,801,109	452,811,029	55,439,960	13,840,801,688	195,412,364	(16,229,842,209)	21,301,095,799
折舊費和攤銷費以外的										
其他非現金費用	32,602,523	2,389,596	5,615,788	2,348,948	511,970	273,083	235,321	2,171,001	-	46,148,230
對聯營企業和合營企業的										
長期股權投資	-	-	-	-	-	-	-	391,873,803	-	391,873,803
非流動資產增加額(註)	6,247,936,730	101,072,181	209,028,058	199,955,567	40,095,212	12,164,730	759,504	191,570,604	6,172,791	7,008,755,377

註：非流動資產不包括金融資產、長期股權投資和遞延所得稅資產。

11 分部報告(續)

(3) 對外交易收入

對外交易收入	2025年度	2024年度
中國內地	31,848,080,839	31,565,199,458
中國香港及澳門地區	178,464,764	185,549,504
其他海外國家及地區	446,948,061	387,081,149
	<u>32,473,493,664</u>	<u>32,137,830,111</u>

(4) 按資產所在地劃分的非流動資產總額

非流動資產總額	2025年12月31日	2024年12月31日
中國內地	18,156,534,651	17,193,176,736
中國香港及澳門地區	13,508,720	17,725,846
	<u>18,170,043,371</u>	<u>17,210,902,582</u>

上述地區信息中，非流動資產歸屬於該資產所處區域。非流動資產總額不包括金融資產及遞延所得稅資產。

二、管理層討論與分析

(一) 報告期內業績回顧

報告期內，面對社會消費需求正在調整恢復期、啤酒消費增長承壓等挑戰，公司管理層在董事會的帶領下加快變革創新，紮實推動高質量發展，啤酒業務穩中有進，實現量的合理增長和質的有效提升。報告期內，公司實現產品銷量764.8萬千升，同比增長1.5%；實現營業收入人民幣324.7億元，同比增長1%；實現歸屬於上市公司股東的淨利潤人民幣45.9億元，同比增長5.6%。

報告期內，公司聚焦「新產品、新渠道、新人群、新場景、新需求」拓展增量空間，創新體制機制及市場運營模式，優化資源配置，持續深耕、開拓海內外市場。其中沿黃傳統優勢市場落地精細化運營，市場優勢地位進一步夯實，市場份額及盈利能力持續鞏固提升，北方市場連片發展效應愈發顯現。南方市場通過正向積累，持續優化提升產品結構，聚焦區域、渠道突破，實現有質量發展。在海外市場通過產品創新、區域拓展、品牌強化、模式突破、戰略升級，穩步推進「一弧三翼多點」市場佈局，首次實現國際市場地產地銷，品牌國際影響力不斷提升。

報告期內，公司持續開展營銷整合，打通多渠道多業態營銷資源，以精細化運營鞏固傳統渠道市場地位，加快線上、即時零售等各類新興渠道佈局，深化落地「新鮮直送」等創新運作模式，線上渠道連續13年銷量增長，推動傳統與新興渠道協同發力、雙向賦能，精準觸達多元化消費需求。

報告期內，公司堅持「青島啤酒主品牌+嶗山啤酒全國性第二品牌」品牌戰略，聚焦體育營銷和音樂營銷，聯動重要體育賽事及熱門音樂節、綜藝等活動，以多元消費場景強化消費者情緒體驗，深化消費者互動，帶動產品消費擴容升級。

公司加快青島啤酒「1+1+1+2+N」產品戰略實施，推進品牌優化和產品結構升級，加速培育大單品及創新品類。報告期內，青島啤酒主品牌實現產品銷量449.4萬千升，同比增長3.5%；中高端以上產品實現銷量331.8萬千升，同比增長5.2%。青島啤酒經典系、白啤、超高端系列等產品銷量持續創歷史新高，其中白啤銷量快速增長，位居行業白啤品類第一。

報告期內，公司科技創新勢能持續釋放，成果轉化成效顯著，圍繞新消費需求推進產品創新，全面升級拓展品類產品矩陣，青島啤酒「輕干、超干、全麥國潮、全麥逸品、茉莉花白啤、櫻花白啤、全麥黑啤、渾濁IPA」等多款新品引領健康化、個性化、多元化的消費趨勢，青島啤酒輕干產品在保持青島啤酒經典風味的同時填補了低糖輕卡細分市場產品空白。

公司積極運用數字技術、綠色技術等改造驅動傳統產業向新提質，發展新質生產力。報告期內，公司溫室氣體排放密度同比降低13.5%，單位綜合能耗密度同比降低3.1%，生產工廠可再生能源電力使用佔比91%，36家工廠100%使用可再生能源電力；截至報告期末，公司已創建30家國家級「綠色工廠」。

（二）報告期內核心競爭力分析

公司擁有的「青島啤酒」品牌在海內外市場具有強大的品牌影響力和較高的知名度。2025年，「青島啤酒」以人民幣2,803.55億元的品牌價值蟬聯中國啤酒行業首位，位列世界品牌500強。公司擁有的「青島啤酒」「嶗山啤酒」等品牌總價值已突破人民幣4,633億元（數據及資料來源：世界品牌實驗室發佈），已形成涵蓋9大系列、超100個品類的產品矩陣，品牌認知度與美譽度在行業內均處於領先地位。

公司作為中國歷史最悠久的啤酒生產企業，始終將產品質量與食品安全置於核心地位，產品品質管控嚴格且保障有力，建立了覆蓋原料採購、生產工藝、技術應用、操作流程的全鏈條管控體系。近年來，青島啤酒產品多次在國內外質量評比中榮獲冠軍，贏得了全球消費者的廣泛認可。近年來通過推進高端化、智能化、綠色化工廠建設，以智能化技術賦能生產全流程，保障了食品安全和產品的高品質，也提升了產品口味的一致性，以「魅力質量」深度契合消費者對產品的多元需求，築牢市場信任根基。

公司依託世界一流的研發創新平台和研發團隊，以及領先的基礎研究能力，持續深耕發酵菌種、風味調控、綠色低碳、產品創新等關鍵領域，形成多項自主知識產權核心技術，保持了公司在國內啤酒市場的技術領先水平。通過精準解碼消費需求，近年來公司推出青島啤酒「一世傳奇系列、奧古特A系列、高端生鮮、健康系列0.00、輕干零糖、果味系列」等一系列具有鮮明特色、符合市場需求的新產品，以高品質供給引領創造新需求，進一步提升了公司品牌形象。同時公司在生物科技、副產物高值化利用等前沿領域提前佈局，為多元業務拓展提供了堅實的技術支撐。

公司積極推進全域數字化轉型，構建覆蓋營銷、製造、供應鏈、財務、人力等關鍵領域的數字化運營體系，提升全鏈條響應速度與運作效能，為企業高效決策提供了有力支撐。公司聚焦兩業整合，構建開放共生的時尚文旅生態，以「啤酒+」多元體驗賦能公司高質量發展。青島啤酒博物館、TSINGTAO1903青島啤酒吧、精釀啤酒花園等文旅綜合體不斷創新升級，全方位豐富消費體驗，讓消費者沉浸式感受青島啤酒的歷史文化和魅力質量，極大地提升了青島啤酒的品牌影響力和產品美譽度。

公司具有遍佈全國的生產基地、完善的供應鏈體系，以及覆蓋全國主要市場、輻射全球的網絡佈局，目前青島啤酒已行銷全球超120個國家和地區，持續強化市場推廣力度和深化市場銷售網絡建設，推進廠商協作運營、優化營銷價值鏈環節分工，不斷提高對終端客戶的維護和服務能力，鞏固和提高在基地市場的優勢地位和新興市場的佔有率，推動公司市場運營能力和盈利能力的不斷提升。

(三) 未來展望

1. 行業格局和趨勢

中國啤酒行業已進入穩定發展階段，目前中國前五大啤酒企業市場份額超過90%，市場集中度不斷提升，行業競爭格局趨於穩定。2025年，行業規模以上企業累計實現啤酒產量3,536萬千升，同比下降1.1%（資料來源：國家統計局；統計口徑：年主營業務收入2,000萬元以上的全部工業法人企業）。

從品牌競爭格局演變規律來看，品牌競爭呈現金字塔結構：底層有本地品質、價格領先品牌，錨定區域性價比需求；中間層是全國性領先品牌，以規模化產品滿足質價比需求；頂端分化出高端市場全國性領先品牌和全球性領先品牌，搶佔品質與品牌高地。隨著市場向更成熟的階段邁進，全球市場特色品牌的加入和消費者對多樣化、個性化選擇的需求，會推動行業在各市場層級、各價格帶不斷細分。

中國啤酒行業正加速迭代演進，呈現出鮮明的新變化與新特點。「悅己」消費趨勢愈發凸顯，消費者需求從單純的功能滿足轉向精神體驗與自我表達，在追求高端化、健康化、個性化、場景化的同時，更注重質價比與情緒價值的雙重契合，對高品質產品的追求持續升級，既青睞「質優價美」的實用選擇，也願意為符合自身審美、生活方式的產品買單。圍繞這一核心變化，啤酒行業在產品、渠道、生產模式、營銷模式、品牌建設、市場發展等方面也相應產生新的變化，以消費需求為導向，全方位適配消費者的需求升級，為行業發展帶來新的發展契機。

2. 公司發展戰略

公司將堅定不移地實施以品牌為引領的高質量發展戰略，聚焦資源做強做優啤酒主業，持續推進「1+1+1+2+N」產品戰略，堅持培育中高端及超高端戰略大單品，優化消費體驗，強化品牌傳播，推動品牌溝通由廣度向深度轉變。

公司將積極圍繞「新產品、新渠道、新人群、新場景、新需求」拓展海內外市場。在國內市場以積極的增長策略，鞏固提升傳統及優勢市場地位，創新突破區域市場，增量提質。加快海外市場開拓，推進落地「一弧三翼多點」戰略佈局及海外產品分解覆蓋，不斷提升品牌國際影響力。

公司以科技創新為引領，構建發展新格局，加快企業數字化轉型，以創新驅動高質量發展。公司積極穩妥推進相關多元化業務發展，探索培育新的增長點，圍繞「啤酒+生物+健康」等戰略性、前沿性領域佈局，推進培育「全麥、精釀以及0糖輕卡、無醇低醇」等新品類、新賽道，引領消費新趨勢，提升企業核心競爭力，實現未來可持續發展。

3. 經營計劃

公司將繼續聚焦啤酒主業，充分發揮青島啤酒的品牌、品質、渠道網絡等優勢積極開拓市場，持續深化國內市場區域分級運營。鞏固北方基地市場優勢，擴容量、提結構；南方戰略市場聚焦重點突破，深耕重點區域市場，通過團隊重塑、管理革新與網絡優化穩步擴大市場份額；海外市場通過多元合作模式探索國際市場佈局，持續提升品牌全球影響力。

公司將繼續實施「青島啤酒主品牌+嶗山啤酒全國性第二品牌」的品牌戰略，持續推進產品結構優化升級，以產品帶動品牌發展。堅定實施「1+1+1+2+N」產品戰略，集中資源做強「經典、純生、白啤」等主力大單品，加快「全麥、生鮮、0糖輕卡、精釀、無醇低醇」等新賽道培育，圍繞產品創新迭代，實現全品類、多渠道產品覆蓋，滿足多元化的消費需求。

公司將全面發力「五新」業務，開闢新增長空間。深耕線上、即時零售等新興渠道，推進線下渠道精細化運營，拓展高附加值消費場景，優化「新鮮直送」業務佈局。著力推進「經典煥新+潮流出圈」雙矩陣建設，聚焦「Z世代、女性、新老年」等新人群，通過產品功能化、品牌場景化構建，實現人群、產品、場景的深度契合。

公司將加快以科技創新引領系統性創新，充分發揮科技研發中心世界一流研發創新平台的輻射帶動作用，依託三級科技創新體系，持續深耕啤酒發酵菌種創製、數字化智能釀造、低碳綠色工藝、生物製造與健康飲品開發等關鍵技術領域，以核心技術突破構築產品和品牌的獨特競爭力，賦能全品類創新與產業升級。同時公司圍繞啤酒主業向產業鏈上下游延伸拓展，開拓生物科技新賽道，推動副產物高值化利用與產業化落地，實現科技創新和產業創新在更高水平上深度融合，以技術迭代驅動產業提質向新。

公司將加快推進數字化轉型，利用數字技術全面賦能業務變革，持續打造全感知、全鏈接、全場景、全數據的「數字青島啤酒」，深化營銷、製造、供應鏈、財務等領域數字化應用，提升全鏈路運營效率與決策精準度。

進入2026年，公司發展仍面臨市場競爭加劇、消費需求不足等多重挑戰。但隨著國家步入「十五五」發展新階段，產業融合、科技創新、綠色發展，以及建設強大國內市場與消費潛能不斷釋放，也為公司帶來了前所未有的有利機遇。公司將在董事會的帶領下，堅守戰略定力，堅定發展信心，堅定不移地做強做優啤酒主業，推動公司高質量發展。

4. 可能面對的風險

未來消費市場的復甦進程、氣候變化等不確定性因素，以及人口老齡化導致的啤酒消費人群結構性變化，均可能對國內啤酒市場的增長形成影響。

伴隨新渠道、新業態、新競爭者紛紛進入啤酒行業，跨界競爭和市場競爭態勢將進一步加劇，廣告、促銷等市場費用持續上漲。主要生產原材料價格，以及複雜國際局勢下供應鏈及物流成本的波動，均可能成為影響公司未來銷量、收入和盈利的不確定因素。

三、股本

除本公告「重大事項」中所載回購註銷限制性股票事項之外，報告期內，本公司或其任何附屬公司概無購入、出售或贖回任何本公司上市證券。

四、建議派發末期股息

董事會建議就截至2025年12月31日止年度派付本公司末期股息，每股現金人民幣2.35元(含稅)，派息建議須經本公司2025年度股東年會審議批准。末期股息預期於2026年8月10日派發予股東。有關公司H股股東暫停辦理股份過戶登記手續的期間，本公司將在另行公佈的股東年會通告中載列。

五、企業管治

公司致力維持高水平的企業管治。於報告期內一直遵守《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》(「《上市規則》」)附錄C1之《企業管治守則》所載的守則條文，惟偏離守則條文B.2.2條及C.2.1條除外。

守則條文B.2.2條規定，其中包括，每名董事(包括有指定任期的董事)應輪流退任，至少每三年一次。如本公司日期為2024年6月21日之公告中所披露，本公司第十屆董事會及監事會之任期於2024年6月28日屆滿。鑒於本公司新一屆董事會候選人及監事會候選人的提名工作尚未完成，為保證本公司董事會及監事會相關工作的連續性及穩定性，本公司第十屆董事會及監事會的重選及委任延期舉行，本公司第十屆董事會各專門委員會的任期亦相應順延。於2025年5月20日，新一屆董事會成員經同日舉行的本公司股東年會獲委任或重選產生，本公司監事會設置亦被取消，因此自當日開始公司即遵守了守則條文B.2.2條。

守則條文第C.2.1條規定，主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由同一人同時兼任。於2024年12月25日起，本公司執行董事姜宗祥先生除擔任董事長職責外，亦同時擔任本公司總裁。於2025年5月20日起，本公司董事長姜宗祥先生代行本公司總裁職責。儘管有關安排偏離守則條文第C.2.1條規定，董事會認為在董事會的現有其他成員的監督下，董事會具備適當之權力制衡架構，可提供足夠制約以保障本公司及其股東的利益。

有關公司企業管治常規之詳情將載於本公司2025年年報。

六、核數師之工作範圍

德勤華永會計師事務所(特殊普通合伙)的工作範圍

本集團之核數師德勤華永會計師事務所(特殊普通合伙) (「德勤華永」) 將初步業績公告中列示的有關本集團截至2025年12月31日止年度的合併資產負債表、合併利潤表及相關附註的數字，與於2026年3月26日經董事會批准的本集團截至2025年12月31日止年度的經審計的合併財務報表中所列金額核對一致。德勤華永所實施的相關工作未構成鑒證業務，因此德勤華永未就初步業績公告發表任何意見或鑒證結論。

七、審計與內控委員會

董事會下設審計與內控委員會以符合《上市規則》第3.21條之規定。本集團經審計的截至2025年12月31日止年度的財務報表已由審計與內控委員會審閱。

八、重大事項

(一) 激勵計劃限制性股票解鎖上市

本公司於2025年5月20日召開第十一屆董事會第一次會議，審議通過了《關於A股限制性股票激勵計劃預留授予限制性股票第三個解除限售期解除限售條件成就的議案》，本次激勵計劃設定的預留授予限制性股票第三個解除限售期對應的限制性股票限售期已屆滿，解除限售條件已成就，公司同意為符合條件的32名激勵對象共計95,000股限制性股票辦理解除限售相關事宜。本次解鎖股票上市流通時間為2025年5月30日。

有關激勵計劃限制性股票解鎖上市的具體內容詳見公司日期為2025年5月20日及2025年5月26日發佈的相關公告。

(二) 激勵計劃限制性股票回購註銷

根據股東年會及類別股東會的授權，本公司於2025年8月26日召開第十一屆董事會第二次會議，審議通過了《關於公司回購註銷激勵計劃部分A股限制性股票事項的議案》，同意對1名因個人原因辭職的激勵對象已獲授予但尚未解除限售的公司A股限制性股票進行回購註銷處理。2025年8月26日，公司就回購註銷部分A股限制性股票並減少註冊資本事宜履行通知債權人程序。2025年11月13日，公司在中國證券登記結算有限責任公司上海分公司辦理完成了本次激勵計劃中1名激勵對象持有的已獲授予但尚未解除限售的1,667股限制性股票的回購註銷工作。

有關激勵計劃限制性股票回購註銷的具體內容詳見公司日期為2025年8月26日及2025年11月11日發佈的相關公告。

(三) 報告期內其他重大事項

1. 子公司新擴建項目進展情況

- 1.1 青島啤酒二廠100萬千升純生基地項目，經由董事會於2023年3月22日審議通過，該項目投資預算約人民幣66,665萬元，項目資金由公司撥款解決。釀造車間於2025年7月投料生產，包裝車間於2025年10月正式生產。
- 1.2 青島啤酒(濰坊)制造有限公司60萬千升搬遷新建項目，經由董事會於2023年12月27日審議通過，投資預算約人民幣84,923萬元，建設資金由政府扶持資金解決，不足部分由新公司註冊資金解決。截至2025年底，聯合車間、包裝車間、製冷站、辦公樓、員工食堂主體已驗收並投入使用；項目於2025年12月出酒。
- 1.3 青島啤酒(鞍山)有限公司30萬千升搬遷新建項目，經由董事會於2024年3月26日審議通過，投資概預算約人民幣44,100萬元，截至2025年底已完成聯合車間建設，完成原料、糖化、發酵車間設備安裝。

- 1.4 青島啤酒麥芽廠擴建項目，經由董事會於2022年8月25日審議通過。截至2025年12月項目已經完成竣工驗收，製麥塔設備安裝及聯動試車、帶料試車完成，項目已經投產運行。
- 1.5 青島啤酒生物製造項目，經由董事會於2025年3月28日審議通過，項目投資預算約人民幣4.21億元；2025年5月6日青島啤酒生物科技有限公司註冊成立，2025年9月28日取得建設工程規劃許可證，2025年11月20日取得建築工程施工許可證，2025年11月21日舉辦項目開工及奠基儀式。目前正在進行土建基礎施工。
- 1.6 南寧青島啤酒有限公司搬遷新建20萬千升啤酒生產項目，經由董事會於2025年6月30日審議通過，項目投資預算約人民幣58,957萬元。截至2025年底項目正在進行前期項目方案、總圖等討論階段。
- 1.7 青島啤酒五廠高端特色啤酒生產基地項目，經由董事會於2023年3月22日審議通過。截至2025年底土建聯合車間主體完成70%、製冷站屋面澆築完成，發酵罐開始製作安裝，糖化設備正在進行現場預制。

上述新擴建項目完成後，可進一步提高公司高端產品供應能力，通過工廠數字化、智能化升級，滿足市場及消費者日益對個性化產品的需求。

(四) 其他

報告期內，本公司並無涉及新發生的任何重大訴訟、仲裁事項。

概無對本公司及其附屬公司有重大影響的事件於報告期結束後至本公告日期間發生。

承董事會命
青島啤酒股份有限公司
董事長
姜宗祥

中華人民共和國·青島
2026年3月26日

本公司於本公告日期的董事：

執行董事： 姜宗祥先生(董事長)、劉富華先生及侯秋燕先生

職工董事： 孫靜女士

獨立非執行董事： 肖耿先生、盛雷鳴先生、張然女士、趙昌文先生及趙紅女士