

一、重要提示
1. 本公司年度报告摘要摘自年度报告全文, 投资者欲了解详细内容, 应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站和中国证监会指定网站上的年度报告全文。

股票简称	惠泉啤酒	股票代码	600573
股票上市交易所	上海证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	何泽平	程晓梅	
电话	0595-87396105	0595-87396105	
传真	0595-87384369	0595-87384369	
电子信箱	hqbeer@hqbeer.com	hqbeer@hqbeer.com	

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据
单位:元 人民币

	2013年(末)	2012年(末)	本年(年)增减(%)	2011年(末)
总资产	1,151,281,402.41	1,133,325,334.67	1.58	1,246,401,548.64
归属于上市公司股东的净资产	1,064,439,384.49	1,044,065,378.66	1.95	1,128,411,031.72
经营活动产生的现金流量净额	78,785,408.09	-8,316,065.28	不适用	20,280,920.81
营业收入	796,306,504.88	690,594,463.75	15.31	880,883,577.94
归属于上市公司股东的净利润	20,374,005.83	-71,686,958.06	不适用	31,841,509.39
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	8,764,172.38	-77,981,395.92	不适用	18,802,753.50
加权平均净资产收益率(%)	1.93	-6.60	增加8.53个百分点	2.84
基本每股收益(元/股)	0.08	-0.29	不适用	0.13
稀释每股收益(元/股)				

2.2 前10名股东持股情况表

单位:股

报告期股东总数	24,234	年度报告披露日前第5个交易日股东总数	24,229
前10名股东持股情况			
股东名称			
股东性质	持股比例(%)	持股总数	持有有限售条件股份数量
国有法人	50.03	125,067,778	无
中国武夷实业股份有限公司	6.58	16,437,827	13,000,000
雅伟丽	境内自然人	2.72	6,800,000
中融国际信托有限公司-中融增利14号	境内中国法人	0.50	1,240,000
陈瑞娴	境内自然人	0.38	954,446
连永杨	境内自然人	0.36	900,500
北京昭德投资有限公司	境内中国法人	0.33	829,621
付化义	境内自然人	0.29	712,865
国金证券一工商银行-国金慧泉精选对冲1号集合资产管理计划	境内中国法人	0.28	699,980
都进学	境内自然人	0.21	522,800
前十名股东之间关联关系或一致行动的说明			
2.3 以股权关系还公司与实际控制人之间的产权及控制关系			

本公司实际控制人王启林先生直接持有本公司49.03%的股份, 通过其控制的福建惠泉啤酒有限公司、福建惠泉集团有限公司、福建惠泉集团有限公司-惠泉1号、福建惠泉集团有限公司-惠泉2号、福建惠泉集团有限公司-惠泉3号、福建惠泉集团有限公司-惠泉4号、福建惠泉集团有限公司-惠泉5号、福建惠泉集团有限公司-惠泉6号、福建惠泉集团有限公司-惠泉7号、福建惠泉集团有限公司-惠泉8号、福建惠泉集团有限公司-惠泉9号、福建惠泉集团有限公司-惠泉10号、福建惠泉集团有限公司-惠泉11号、福建惠泉集团有限公司-惠泉12号、福建惠泉集团有限公司-惠泉13号、福建惠泉集团有限公司-惠泉14号、福建惠泉集团有限公司-惠泉15号、福建惠泉集团有限公司-惠泉16号、福建惠泉集团有限公司-惠泉17号、福建惠泉集团有限公司-惠泉18号、福建惠泉集团有限公司-惠泉19号、福建惠泉集团有限公司-惠泉20号、福建惠泉集团有限公司-惠泉21号、福建惠泉集团有限公司-惠泉22号、福建惠泉集团有限公司-惠泉23号、福建惠泉集团有限公司-惠泉24号、福建惠泉集团有限公司-惠泉25号、福建惠泉集团有限公司-惠泉26号、福建惠泉集团有限公司-惠泉27号、福建惠泉集团有限公司-惠泉28号、福建惠泉集团有限公司-惠泉29号、福建惠泉集团有限公司-惠泉30号、福建惠泉集团有限公司-惠泉31号、福建惠泉集团有限公司-惠泉32号、福建惠泉集团有限公司-惠泉33号、福建惠泉集团有限公司-惠泉34号、福建惠泉集团有限公司-惠泉35号、福建惠泉集团有限公司-惠泉36号、福建惠泉集团有限公司-惠泉37号、福建惠泉集团有限公司-惠泉38号、福建惠泉集团有限公司-惠泉39号、福建惠泉集团有限公司-惠泉40号、福建惠泉集团有限公司-惠泉41号、福建惠泉集团有限公司-惠泉42号、福建惠泉集团有限公司-惠泉43号、福建惠泉集团有限公司-惠泉44号、福建惠泉集团有限公司-惠泉45号、福建惠泉集团有限公司-惠泉46号、福建惠泉集团有限公司-惠泉47号、福建惠泉集团有限公司-惠泉48号、福建惠泉集团有限公司-惠泉49号、福建惠泉集团有限公司-惠泉50号、福建惠泉集团有限公司-惠泉51号、福建惠泉集团有限公司-惠泉52号、福建惠泉集团有限公司-惠泉53号、福建惠泉集团有限公司-惠泉54号、福建惠泉集团有限公司-惠泉55号、福建惠泉集团有限公司-惠泉56号、福建惠泉集团有限公司-惠泉57号、福建惠泉集团有限公司-惠泉58号、福建惠泉集团有限公司-惠泉59号、福建惠泉集团有限公司-惠泉60号、福建惠泉集团有限公司-惠泉61号、福建惠泉集团有限公司-惠泉62号、福建惠泉集团有限公司-惠泉63号、福建惠泉集团有限公司-惠泉64号、福建惠泉集团有限公司-惠泉65号、福建惠泉集团有限公司-惠泉66号、福建惠泉集团有限公司-惠泉67号、福建惠泉集团有限公司-惠泉68号、福建惠泉集团有限公司-惠泉69号、福建惠泉集团有限公司-惠泉70号、福建惠泉集团有限公司-惠泉71号、福建惠泉集团有限公司-惠泉72号、福建惠泉集团有限公司-惠泉73号、福建惠泉集团有限公司-惠泉74号、福建惠泉集团有限公司-惠泉75号、福建惠泉集团有限公司-惠泉76号、福建惠泉集团有限公司-惠泉77号、福建惠泉集团有限公司-惠泉78号、福建惠泉集团有限公司-惠泉79号、福建惠泉集团有限公司-惠泉80号、福建惠泉集团有限公司-惠泉81号、福建惠泉集团有限公司-惠泉82号、福建惠泉集团有限公司-惠泉83号、福建惠泉集团有限公司-惠泉84号、福建惠泉集团有限公司-惠泉85号、福建惠泉集团有限公司-惠泉86号、福建惠泉集团有限公司-惠泉87号、福建惠泉集团有限公司-惠泉88号、福建惠泉集团有限公司-惠泉89号、福建惠泉集团有限公司-惠泉90号、福建惠泉集团有限公司-惠泉91号、福建惠泉集团有限公司-惠泉92号、福建惠泉集团有限公司-惠泉93号、福建惠泉集团有限公司-惠泉94号、福建惠泉集团有限公司-惠泉95号、福建惠泉集团有限公司-惠泉96号、福建惠泉集团有限公司-惠泉97号、福建惠泉集团有限公司-惠泉98号、福建惠泉集团有限公司-惠泉99号、福建惠泉集团有限公司-惠泉100号。

3. 管理层讨论与分析

3.1 重要性分析报告期内经营情况的讨论与分析

报告期内, 公司营业收入为19,630.65万元, 较上年同期增长15.31%; 实现利润总额2,422.93万元, 较上年同期增长13.40%; 实现归属于上市公司股东的净利润2,037.40万元, 较上年同期增长12.82%, 取得较好的经营业绩, 主要工作如下:

1) 整合品牌资源, 提升产品形象, 通过推出新广告片, 在目标市场主要媒体集中投放, 大力推广品牌新形象; 通过广告费全盘预算, 重点投放于省会城市(如福州、晋江等), 增强惠泉啤酒大型赛事等赛事营销活动, 高端定位, 品牌形象提升, 为品牌形象提升添砖加瓦, 为公司形象提升添砖加瓦。

2) 加快产品结构调整, 公司准确研判消费发展趋势, 精准定位产品, 将产品精耕细作服务终端, 市场的快进快出, 货物的快销率明显提高, 预期4.15%动销率也印证了公司对产品的高性价比和终端市场的快速响应。

3) 提升技术创新, 提升产品品质, 品质过硬才能赢得市场。

4) 通过技术创新改造, 完成后完成品控, 引进先进的生产设备, 提高生产效率, 改善产品品质, 提高产品的附加值。

5) 完成高产率项目, 公司努力推进产能改造, 提高产能利用率, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高产品附加值。

6) 加快推进产品结构调整, 以独特的口感, 高档的包装形象吸引消费者的体验选择和认同, 使产品在终端赢得消费者的青睐。

7) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

8) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

9) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

10) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

11) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

12) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

13) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

14) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

15) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

16) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

17) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

18) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

19) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

20) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

21) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

22) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

23) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

24) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

25) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

26) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

27) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

28) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

29) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

30) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

31) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

32) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

33) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

34) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

35) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

36) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

37) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

38) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

39) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

40) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

41) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

42) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

43) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

44) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

45) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

46) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

47) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

48) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

49) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

50) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

51) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

52) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

53) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。

54) 加快产品结构调整, 通过增加产能, 提高产能利用率, 降低生产成本, 提高整体产品形象。