一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，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年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
Guilherme Strano Castellan	董事	出差在外	王仁荣
罗志军	董事	出差在外	王志斌
宋铁波	独立董事	因事请假	林斌

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

是否以公积金转增股本

□ 是 √ 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以2,213,328,480为基数，向全体股东每10股派发现金红利1.00元（含税），送红股0股（含税），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	珠江啤酒	股票代码	002461
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	证券事务代表	
姓名	朱惟彬	王建灿	
办公地址	广州市海珠区新港东路磨碌沙大街118号	广州市海珠区新港东路磨碌沙大街118号	
电话	020-84206636	020-84207045	
电子信箱	zhengquan@zhujiangbeer.com	zhengquan@zhujiangbeer.com	

2、报告期主要业务或产品简介

公司主营业务为啤酒生产销售以及啤酒文化产业，中国啤酒行业近年增速放缓，2018年，啤酒行业竞争形势依然十分严峻，消费升级进一步加深，公司完成啤酒销量123.96万吨，同比增长2.46%；实现营业收入40.38亿元，同比增长4.63%；营改增后可比口径增长7.33%，首次突破40亿元；利税总额11.77亿元，同比增长27.12%；利润总额4.65亿元，同比增长103%；归母净利润3.66亿元，同比增长97.68%；创历史新高。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

单位：人民币元

	2018年	2017年	本年比上年增减	2016年
营业收入	4,039,298,073.06	3,763,608,334.73	7.33%	3,542,993,773.61
归属于上市公司股东的净利润	366,429,368.06	185,363,877.36	97.68%	113,893,437.87
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	131,994,455.54	34,015,588.05	288.04%	9,584,026.37
经营活动产生的现金流量净额	430,034,010.04	494,707,526.45	-13.08%	1,022,317,019.83
基本每股收益（元/股）	0.17	0.09	88.89%	0.08
稀释每股收益（元/股）	0.17	0.09	88.89%	0.08
加权平均净资产收益率	4.58%	2.59%	1.96%	3.30%
	2018年末	2017年末	本年末比上年末增减	2016年末
资产总额	12,193,051,526.29	11,304,480,677.35	7.86%	6,614,865,738.15
归属于上市公司股东的净资产	8,219,683,360.64	7,946,685,416.58	3.44%	3,531,020,105.98

（2）分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	717,460,791.90	1,281,569,896.43	1,307,977,447.87	732,289,936.86
归属于上市公司股东的净利润	17,856,714.06	138,037,325.21	160,969,967.44	49,565,361.35
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-22,548,449.31	97,335,412.17	115,315,511.91	-58,108,019.23
经营活动产生的现金流量净额	-95,332,180.94	455,740,551.89	361,888,677.21	-292,293,038.12

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股东及股东情况

（1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	34,470	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	32,815	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0

前10名股东持股情况

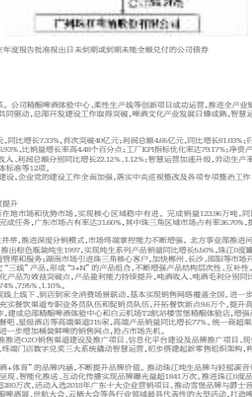
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
广州珠江啤酒集团有限公司	国家	31.98%	707,781,330	0		
INTERBREW INVESTMENT INTERNATIONAL HOLDING LIMITED	境外法人	29.99%	663,777,210	315,283,880		
广州国资发展控股有限公司	国有法人	23.74%	525,351,354	525,351,354		
永信国际有限公司	境外法人	0.54%	12,000,000	0		
广州珠江啤酒股份有限公司－第一期2号员工持股计划	其他	0.43%	9,531,016	9,531,016		
中央汇金资产管理有限责任公司	国家	0.43%	9,516,200	0		
#邓存	境外自然人	0.19%	4,256,834	0		
香港中央结算有限公司	境外法人	0.18%	3,892,223	0		
工银瑞信基金－农业银行－工银瑞信中证金融资产管理计划	其他	0.13%	2,839,800	0		
南方基金－农业银行－南方中证金融资产管理计划	其他	0.13%	2,839,800	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、本信国际有限公司是广州珠江啤酒集团有限公司的全资子公司，广州珠江啤酒集团有限公司是广州国资发展控股有限公司的全资子公司，二者是一致行动人； 2、上述股东之外的其他股东，公司未获知是否存在关联关系或属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	股东对存的股票均为通过信用证券账户持有。					

（2）公司优先股股东数及前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。

（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、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，且在年报发布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，公司最心聚力，聚焦主业，发力供给端改革，公司精酿啤酒优势中心、柔性生产车等创新项目成功运营，推进全产业链内容高端延伸；强化企业基础管理，开源节流，促进企业提质增效；着力广义主业“协同发展”，着力广义“双引擎”共同驱动，总部开发建设工作取得突破，啤酒文化产业发展日臻成熟，智慧运营水平不断提高；优化营商配套，敏捷光效供给，不断优化产品结构；企业经济效益，发展质量显著提升。

2018年主要工作亮点：

（一）逆势而上稳增长，实现营业收入40.39亿元，同比增长7.33%，首次突破40亿元；利润总额4.65亿元，同比增长81.03%；归母净利润3.66亿元，同比增长近97.68%；创历史新高。

（二）精准发力聚智效，实现吨酒毛利同比增长6.93%，比销量增长率高4.48个百分点；工厂KPI指标优化牵动73.17%；净资产收益率同比提升1.96个百分点。

（三）改革红利释出成效，实现啤酒文化产业营业收入，利润总额分别同比增长22.12%、1.12%；智慧运营加速升级，劳动生产率提升13.28%，线上订单交易占营业收入超10%；专利授权26件，同比增长60%；牵头，参与制修订国家标准、团体标准等3项。

（四）强基固魂促发展，突出加强企业党的政治建设，企业党的建设工作全面加强，落实中央巡视整改及各项专项整治工作，企业风控能力明显增强，干部担当作为意识进一步提高，为企业高质量发展营造良好的政治生态。

报告期内，主要做了以下工作：

（一）聚焦营销改革，实现营销资源与品牌建设双提升

（1）优势市场稳中有升，集中资源开拓北上广深市场，实现核心区域稳中有进。完成销量123.96万吨，同比增长2.46%；第一品牌销量完成16.37万吨，同比增长3.27%。惠州、东莞、佛山等个大区和东南事业部超额完成任务，广东市场占有率达31.60%，其中珠三角区域市场占有率36.70%，提升2.9个百分点；佛山、东莞市场占有率分别为53.50%、43.90%，分别提升3.8和3.6个百分点。

（2）潭带市场成效初显，以广深为主成气候为主并举，推进深度分销开拓潭带市场，实现销量同比增长5.50%，珠江9度精酿产品实现销量同比增长16%，对粤西、湖南等潭带市场开展“深调研”，对症下药，在粤西市场加强多情境营销管理和服务；湖南市场引进珠三角核心客户，加快榕州、长沙、邵阳等市场开拓步伐，实现销量同比增长5.30%。

（3）产品结构持续优化，以中端高光为核心，推出“三强”产品，形成“3+N”的产品组合，不断增强产品结构层次性，互补性，促进消费提档升级，以珠江纯生为利润增长点，以珠江9度为规模拓展点，以雪堡、精酿、原浆等高端特色差异化产品为效益突破点，产品盈利能力持续提升，啤酒收入、啤酒毛利分别同比提升4.75%、8.50%。其中，完成珠江纯生销量43.21万吨，同比增长4.30%；珠江9度4.97万吨，同比增长67.74%；分别同比增长67.74%、29.70%。

（4）渠道建设不断加强，坚持全渠道全覆盖，实现线上线下，到达到家全消费场景联动，基本实现销售网络覆盖全国，进一步完善全渠道营销体系建设，提升团队核心竞争力，加大高端差异化产品开拓力度，满足消费升级多元化需求，充实餐饮渠道专职业务员队伍和配职销员队伍，开拓餐饮新点56万个，提升高端渠道占比，形成对双旺开拓精酿啤酒商业模式，精酿啤酒销售上量作为2018年的攻坚工作之一，探索开展小型、微型精酿啤酒体验中心和自己玩私酒DIY游戏营销模块建设，增强消费体验，构建精酿啤酒消费体验新模式项目实践第一批广州国资国企创新大赛中“最佳人气奖”；开拓高端餐吧、显现酒店等高端渠道135家，高端产品销量同比增长77%，统一最超渠道产品价格，逐步统一管理网区域的连锁系统，在核心渠道推广会员任体罐等，在珠三角区域推出瓶装原浆，进一步增加桶装鲜啤的销售网点，抢占市场先机。

（5）数字营销全面升级，依托“互联网+”高标准推进O2O销售渠道建设及客户项目，设立信息化平台建设及品牌推广项目，现代化营销网络建设及平台建设等，构建数字营销，深化“一瓶一码”应用，以订单管理、会员运营（积分商城）、终端门店数字交易三大系统确定智慧运营，初步搭建起新零售组织架构，构建线上线下协同互动消费，数字营销项目荣获“羊城工匠杯”广州市首届员工创新创业大赛奖。

（6）品牌传播不断深化，聚焦“啤酒+音乐”“啤酒+体育”的品牌内涵，不断提升品牌价值，推动珠江纯生品牌与经据资评乐，足球等元素相结合，持续开展珠江纯生生啤酒派对，“一瓶一码”好玩儿有奖活动；把握世界杯赛事热点，以可视化呈现，智能化推送，互动化传播实现品牌曝光量超1841万次，推进珠江9度品牌与篮球元素相结合，连续4年赞助广东省男子篮球联赛，打造珠江9度啤酒文化体验活动品牌活动，品牌曝光量超3300万次，活动入选2018年广东十大企业营销项目，推动雪堡品牌与爵士音乐元素相结合，赞助广州爵士音乐节，举办爵士音乐会2018场；共和2017-2018北京/沈阳球联盟赛，上海国际精酿啤酒展，世航大会，云帆大会等各行业领域最具代表性的大型活动，打造啤酒行业高端品牌形象，珠江纯生荣获2018年广东十大影响力企业品牌。

（7）两支队伍共建共进，不断加强业务员队伍建设，实施完善营销业务人员岗前生产管理系统交流学习的研训模式。完善业务考评体系和考核激励办法，立标标、定红线，激发干事创业的热情力。加强营销人员培训，组织培训超20人次，进一步提升营销人员的凝聚力和向心力。不断加强经销商队伍建设，构建凝聚共识、投资调研、价调协同的“商关系，投资VP 客户部多元的至型互利作用，广商合力破解市场难题。

（二）聚焦创新驱动，实现科技创新与品质管控双优化

（1）创新机制释放新活力，以科技创新大力为契机，完善《技术创新成果评价和奖励办法》，持续推动形成科技创新的激厚氛围，表彰一批创新成果科研项目，专利，论文，评选科技进步奖，专利技术奖，科技论文奖110个，创新人才聚集效应持续增强，国际认证精酿师，国家级品酒师，科技人员等技术职称评定通过率76.8%，16人次分别获评广州市产业发展与创新人才，海珠区创新创业人才，海珠工匠，海沙专才等荣誉，主体创新活力进一步释放，持续提升企业创新水平。

（2）科研成果实现新突破，共获得专利授权91项，其中发明专利授权11项，实现基础研究，原理项目10项，其中与暨南大学工大学，中国食品发酵工业研究院等产学研合作项目6项，结题4项，2项市级科技项目通过验收，推动科技创新形成新产品，新工艺，新收益，开发的酒花干投冷萃取技术，糖化煮沸蒸汽高效利用技术，微生物快速检测方法，建立酵母性能精准评价体系等达到国内，国际先进水平，助力提升行业国际化发展，科技成果转化率达85%以上，实现雪堡黑啤，美式IPA，熊猫原浆大生产，开发德式小麦啤酒，冬季桑叶啤酒等高新产品，为保障新产品顺利上市，公司建立了企业合作伙伴提点，定级双向评价，定级及淘汰机制，对供应商进行动态管理，形成良好竞争氛围，引领国际行业标准化管理，牵头制定《啤酒》（啤酒大麦）《工艺啤酒》等7项国家标准和团体标准，加快新化省成科研平台，新增省市级研发平台3，通过中国合格评定国家认可委员会CNAS对认可实验室的首次监督评审，积极发挥行业的引领作用，参与发布行业白皮书2项，主持制修订技术，教育有效知识产权2项，其中发明专利2项，主持白啤酒行业标准1项，参与制修订国家标准，团体标准3项，获得软著知识产权登记证书2项。

（三）聚焦管理改善，全面落实企业责任安全生产责任，国家，省市产品抽检合格率100%，质量KPI标准得分100%优化，工厂整生物指数优化18%，产品生物稳定性进一步提升，工厂理化指数优化27%，其中高级检合量降低13.37%，饮用舒适度指数，深化风味一致性研究，建立精准操作模式，完善啤酒优化控制方法，优化糖化设备调优工艺等，风味一致性达85.10%。

（四）聚焦运营管理，实现全生产线与服务效能双加强

（1）运营水平不断提升，夯实基础管理，以日报为导向强抓落实，以问题为导向查缺补漏，以结果为导向优化绩效，不断提升全生产线运营水平，啤啤酒三大费用同比下降2%，强化产销协调管理，高效整合生产资源，坚持以销定产，科学排产，合理控制库存，确保市场有效供应，强化工厂绩效管理，全公司4项可比的工厂KPI指标中，19项指标得到优化，优化率为73.17%，达到国际领先目标管理，共获得省市级以上荣誉称号5项，实现降本增效，全年降低吨制成本同比下降，其中原材料降低，易拉罐部分降同比下降13%，12%；水耗，电耗，标煤分别同比下降5.21%，2.78%，7.90%；南沙珠啤获评环保储运企业（绿牌）等荣誉，强化设备管理，推行开建全设备管理综合评价体系和设备快点评估体系，打造技术服务平台和供应商服务平台，重点域本进一步下降，实现全国设备管理优秀单位，强化采购管理，时刻围绕材料价格持续大幅上涨，采取优选订购周期，优化比价流程，新材料应用等系列策略，采购成本同比降低，新材料应用等系列策略，强化基础物资精细化管理，加强投入产出对比分析，降低物资库存，减少资金占用，完善新鲜度，批次新鲜度，新品新鲜度等“三新”管理，新标准体系建立，上半历员工个结构，完善人才结构，充实人才储备，优化岗位配置，推进一岗多理，劳动生产率同比提升13.28%；完善内部不同职系，不同岗位的人员交流机制，生产，管理岗转管理等岗位人，珠江啤酒学院组织培训70期，培训1200人次，培训知识积累，培训创新型人才，启动薪制与绩效体系在线管理，进一步完善薪酬激励机制。

（五）围绕与环境相关，优化以工业40为核心的信息化系统，推进MAXIMO系统开启，围绕与环境相关的设备管理项目，推进设备管理体系建设，推进“一瓶一码”项目，推动，从在“一瓶一码”项目基础投入运行，打通数据全链路，产品扫描率达98%以上，累计向市场投放二维码产品超1亿瓶（罐），推进廉宠新品投发现控新系统上线，实现0200项目与立库系统对接，立库出库效率提升24.24%，全年赚出库量及存时量分别同比提升22.30%，15.50%；推进物流标准化升级，板质运作率达到98.50%