证券代码：600132　　证券简称：重庆啤酒　　公告编号：临2025-019

重庆啤酒股份有限公司 第十一届董事会第二次会议决议公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

重庆啤酒股份有限公司第十一届董事会第二次会议通知于2025年8月3日发出，会议于北京时间2025年8月13日下午3点15分在乌鲁木齐酒厂乐堡办公室以现场加视频会议的方式召开。应出席会议董事9名，实际出席会议董事9名。会议由董事长João Abecasis先生主持。公司高级管理人员列席了本次会议。本次会议的召开符合《中华人民共和国公司法》和《公司章程》的规定，会议召开合法有效。经参与表决董事审议，以书面表决方式通过了以下议案：

一、公司2025年半年度报告及报告摘要；

具体内容详见公司同日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《重庆啤酒股份有限公司2025年半年度报告》及《重庆啤酒股份有限公司2025年半年度报告摘要》。

表决结果：赞成9票，反对0票，弃权0票。本议案已经公司董事会审计委员会审议通过。

二、关于向嘉士伯啤酒（佛山）有限公司增资的议案；

同意嘉士伯重庆啤酒有限公司以自有资金向嘉士伯啤酒（佛山）有限公司增资人民币60,000万元。具体内容详见公司同日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《重庆啤酒股份有限公司关于嘉士伯啤酒（佛山）有限公司增资的公告》（公告编号：临2025-020）。

表决结果：赞成9票，反对0票，弃权0票。本议案已经公司独立董事专门会议审议通过。

三、关于召开公司2025年第一次临时股东会的议案；

具体内容详见公司同日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《重庆啤酒股份有限公司关于召开2025年第一次临时股东会的通知》（公告编号：临2025-021）。

表决结果：赞成9票，反对0票，弃权0票。

以上第二项议案将提交股东会审议。

特此公告。

重庆啤酒股份有限公司
董 事 会
2025年8月13日

公司代码：600132　　公司简称：重庆啤酒

重庆啤酒股份有限公司 2025年半年度报告摘要

第一节 重要提示

1.1 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www.sse.com.cn网站仔细阅读半年度报告全文。

1.2 本公司董事会及董事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

1.3 公司全体董事出席董事会会议。

1.4 本半年度报告未经审计。

1.5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

无

第二节 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	重庆啤酒	600132	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	邓伟	李晓宇
电话	4001600132	4001600132
办公地址	广东省广州市天河区金穗路62号侨鑫国际金融中心13层	广东省广州市天河区金穗路62号侨鑫国际金融中心13层
电子信箱	CBCSMIR@carlsberg.asia	CBCSMIR@carlsberg.asia

2.2 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	12,503,150,708.65	10,968,339,719.39	13.99
归属于上市公司股东的净资产	1,618,393,993.74	1,185,220,264.01	36.55
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	8,839,224,377.65	8,860,688,530.34	-0.24
利润总额	2,227,643,032.09	2,229,902,183.26	-0.10
归属于上市公司股东的净利润	864,976,465.95	901,290,301.23	-4.03
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	854,572,426.82	887,573,540.65	-3.72
经营活动产生的现金流量净额	2,905,960,481.70	2,553,577,802.86	13.80
加权平均净资产收益率(%)	55.91	37.98	增加17.93个百分点
基本每股收益(元／股)	1.79	1.86	-4.03
稀释每股收益(元／股)	1.79	1.86	-4.03

2.3 前10名股东持股情况表

单位：股

截至报告期末股东总数(户)						56,860	
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、标记或冻结的股份数量		
嘉士伯啤酒厂香港有限公司	境外法人	42.54	205,882,718	0	无		
CARLSBERG CHONGQING LIMITED	境外法人	17.46	84,500,000	0	无		
香港中央结算有限公司	境外法人	6.24	30,186,859	0	未知		
新华人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品—018L—CT001沪	其他	1.93	9,335,970	0	未知		
新华人寿保险股份有限公司—分红—个人分红—018L—FH002沪	其他	1.15	5,587,415	0	未知		
中国建设银行股份有限公司—鹏华中证酒交易型开放式指数证券投资基金	其他	1.04	5,023,904	0	未知		
中信建投证券股份有限公司	国有法人	0.81	3,932,795	0	未知		
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	0.74	3,585,818	0	未知		
全国社保基金一一零组合	其他	0.67	3,241,838	0	未知		
中国工商银行股份有限公司—宝盈品质甄选混合型证券投资基金	其他	0.41	2,000,000	0	未知		
上述股东关联关系或一致行动的说明	前十名无限售条件股东中，CARLSBERG CHONGQING LIMITED和嘉士伯啤酒厂香港有限公司同属嘉士伯啤酒厂控制。未知其他股东间是否存在关联关系，也未知其他股东是否属于一致行动人。						

2.4 截至报告期末的优先股股东总数、前10名优先股股东情况表

□适用 √不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

□适用 √不适用

2.6 在半年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用 √不适用

第三节 管理层讨论与分析

3.1 报告期内公司所属行业及主营业务情况说明

公司所从事的主要业务为啤酒产品的制造与销售。

在经营模式方面，公司实行分区域管理，在采购环节采取集中采购、分散下单，在供应环节按照“以销定产”组织生产和库存，在销售环节以经销商代理为主、直销为辅。

2025年1-6月，中国规模以上企业累计啤酒产量1,904.4万千升，同比下降0.3%（数据来源：国家统计局）。公司同期实现销量180.08万千升，同比增长0.95%，优于行业表现。

3.2 报告期内核心竞争力分析

公司是世界三大啤酒公司之一——丹麦嘉士伯集团在中国的运营平台，也是中国五大啤酒公司之一，近年来通过持续推动产品结构优化，实现了高质量发展。

在市场渠道方面，公司核心市场覆盖全国各地。各优势市场区域均拥有优质的客户资源，较强的品牌优势和稳定的销售渠道。

在品牌组合方面，公司拥有“本地品牌+国际品牌”的品牌组合。国际品牌有嘉士伯、乐堡、1664、布鲁克林、夏日纷等，本地品牌有乌苏、重庆、山城、西夏、大理、风花雪月、京A等。公司依托这一品牌组合，持续推进产品创新，满足消费者对高品质啤酒产品的需求。同时，报告期内，公司也推出了天山鲜果庄园橙味汽水、电持能量饮料等产品，加快布局啤酒以外品类。

在供应网络方面，公司拥有27家酒厂，通过采购、生产、物流等环节的区域联动，形成合力，提高运营效率。

在营销推广方面，公司通过整体运营和品牌互补、借助清晰的品牌形象和丰富的营销方式，提升营销推广效率。

3.3 经营情况的讨论与分析

报告期内，公司实现销量180.08万千升，比上年同期增长0.95%；实现营业收入88.39亿元、归属于上市公司股东的净利润8.65亿元、归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润8.55亿元。

（一）市场

2025年，乐堡啤酒以春节IP“吉时行乐”开启全年营销，签约GAI周延、GALI、万妮达三位说唱明星推出全新电视广告及多元内容，强化“音乐+潮流”标签。通过“音乐+社交+体验”三维策略持续深化年轻化品牌形象。

1664品牌3月携手上海时装周与顶级设计师序之共同呈现“1664品牌主题大秀”，推出限量联名周边；同期联合《ELLEMEN睿士》打造限时时尚聚点引发沉浸式体验。5月签约新代言人吴磊，演绎新法式精神广告大片。深化专属场景“蓝调时刻”的打造，通过KOL种草与O2O平台强化认知，并自5月起在全国夜场落地“璀璨法式蓝夜”主题派对，有效提升品牌终端可见度。

嘉士伯品牌引入全球品牌理念“追求更好”，携手代言人黄宗泽推出“懂追求，就喝嘉士伯”主题广告。强化品牌与足球、美食场景的绑定；策划“再现伊斯坦布尔奇迹”与“利物浦第20冠庆功”两大主题营销，推出限量足球主题包装与利物浦冠军纪念罐，配合终端创意陈列与拉环促销激活旺季消费。

乌苏品牌签约艾热、范丞丞、付航三位代言人强化年轻化形象，联动《奔跑吧》《敬浓烈的生活》《出发吧！浓人！》等综艺深化内容传播。推出精酿1L装（容量为1升的拉罐产品），如乌苏大红袍精酿1L装，以及天山原酿500ml装新品，满足多元需求。升级“天马节”IP活动打造独特品牌体验，同步拓展分销网络强化终端动销。

重庆品牌持续借助热辣美食场景，打造“江湖”的品牌核心沟通理念。2025年官宣陈小春为代言人，并合作其重庆、深圳巡回演唱会强化品牌形象。夏季在多地举办大型啤酒节；推出重庆精酿全麦1L装、重庆88纯生新品，提升产品品质竞争力。

大理啤酒借助代言人吉克隽逸深度结合云南本土文化，加速本地市场渗透。核心单品V8醇麦持续增长，并推出1L精酿及鲜啤，进一步扩充产品矩阵，满足高品质消费需求。

风花雪月品牌借势云南旅游热潮实现整体增长，签约代言人杨超越提升全国知名度。低醇啤酒持续扩张的同时，快速创新精酿产品线，推出玫瑰海盐风味精酿和首款龙井绿茶1L茶啤精酿紧抓口味和包装趋势。

京A品牌针对核心款产品进行升级，推出陈皮阿白小麦，酒花飞拳IPA 500ml大罐产品以及茉莉青提果茶小麦、酒花漫步轻盈IPA两款易饮趋势新品，推动非现渠道的拓展，招募更多的啤酒爱好者。

2025年电商聚焦抖音生态发展，通过“内容-媒体-货架”协同机制构建全域营销链路；以抖音为声量阵地，联动B2C及O2O渠道实现流量转化。同步升级天猫、京东运营策略，运用AI工具打造产品3D场景化展示，增强消费体验以提升转化效率。

O2O围绕“商品可视-门店增效-盈利提升”三大目标，借力美团推动经销商商品上翻；聚焦核心客户精细化管理，通过罐化率提升及客单价优化助力终端健康增长。

（二）销售

2025年上半年公司面临诸多外部挑战，啤酒市场竞争也更加激烈，公司积极拥抱变化、洞察机会、优化策略、强化执行，保持了生意平稳。

大城市项目持续升级优化，因地制宜优化投资组合和商务策略。品牌端丰富产品组合，布局1L装和精酿产品，捕捉结构性增长机会；推广数字化工具赋能渠道，提升动销；加速O2O拓展和服务，抓住即时零售的增长机会；通过与经销商伙伴的深度合作，扩大业务团队的覆盖面和执行力，全面提升终端服务。

现饮渠道方面，公司积极优化投资策略，头部连锁客户深度分销打造品牌高地，合约投资精细化管理防控风险；依托品牌优势，创新场景化营销，如乌苏啤酒配烧烤、重庆啤酒配火锅、风花雪月配民谣酒吧等，融合功能需求与情感共鸣，夯实差异化竞争力。

非现饮渠道方面，公司一方面优化产品组合把握市场趋势，另一方面，提升小型超市及松散型便利店分销效能，同时积极拥抱新兴业态，深化零食折扣店、仓储会员店战略合作，协同定制营销激活增量。

（三）供应链

安全方面，公司通过双主题安全活动强化风险防控，第一季度开展“迎新春保增长，安全100天”，第二季度推行“再忙也不能牺牲安全”专项宣导；同步更新安全培训效果验证流程，实现全公司零损失工时事故，团队安全意识与风控能力显著提升。

质量方面，启动月度质量主题活动，专注在食品安全领域，从原材料控制到成品运输到终端经过全面细致的分析，有效防范潜在风险。

口味品评方面，持续专注发酵工艺执行和管控、酵母管理及团队口味品评能力建设。

嘉士伯卓越化按计划推进，区域管理、绩效管理和组织管理的能力建设，现场标准及生产效率继续优化。

劳动生产率继续保持高个位数增长，有效覆盖人力成本上升。

（四）ESG

2025年上半年，“共同迈向并超越零目标”ESG计划取得了相应进展。

在“零碳足迹”方面，公司开展各项减碳措施，持续降低能耗。同时，公司积极试点零碳酒厂项目，并推动绿色物流项目陆续展开，进一步降低全价值链的碳排放。上半年，公司每酿造百升啤酒的热能耗下降1.409千瓦时，二氧化碳排放当量减少240克，排放总量同比减少3080吨。

在“零水浪费”方面，公司水耗持续降低，上半年总用水量同比减少近3万立方米，平均水耗降至2.01 hl/hl，大竹林酒厂水耗降至1.69hl/hl。与此同时，公司在重庆、云南和江苏三地开展的“长江流域水回馈项目”，已全部完成工程的建设，将开始持续发挥作用，将3个高水风险地区的酒厂的用水量100%回馈给大自然。

在“零农业足迹”方面，公司高度重视酿酒产生副产品的循环利用，再利用于农业、畜牧业。同时，公司加强原材料的可持续及本地化采购，优先选择靠近酒厂的原材料供应商，与供应商签订长期合同鼓励本地种植，积极推动本土化的啤酒花种植产业。

在“零包装浪费”方面，公司持续推进各类包装的轻量化项目，进一步提升回瓶率和碎玻璃回收率，增加包装循环使用的效率。

在“零事故文化”方面，公司通过开展员工安全培训和应急演练，全员参与的隐患排查和行为安全观察沟通等，有效降低了损失工时事故的发生，确保了员工的安全。2025年上半年全公司以及承包商的损失工时事故数为0，阿克苏、库尔勒、西昌、大竹林、伊宁、勃克7家酒厂已迈进连续10年安全生产，最新的佛山酒厂从投产至今已实现连续1000天安全生产。

在“零非理性饮酒”方面，公司积极开展理性饮酒倡导活动，在塔城乌苏啤酒节、西夏小篷车以及飞行队落地线下活动、乐堡咪乐音乐节、乐堡天长地久音乐节等活动期间专设理性饮酒专区，积极向公众传递理性饮酒的理念。

此外，公司正式成为联合国妇女署《赋权予妇女原则》全球签署企业成员，承诺在业务运营中积极推动性别平等，提升女性在管理层中的比例。

上半年，重庆啤酒被国际权威研究及评选机构Extel评为“最佳ESG”第一名。乌鲁木齐酒厂获评乌鲁木齐市首批“无废企业”称号，天目湖酒厂获评江苏省级绿色工厂、江苏省2025年先进级智能工厂，宁夏酒厂获评自治区2025年度第一批先进级智能工厂，大理酒厂再次荣获工信部“国家级水效领跑者”称号。公司还在新疆、重庆、江苏、宁夏等地举办ESG媒体工作坊，围绕环境、社会和公司治理的前沿议题，与主流媒体深入交流ESG趋势洞察，系统展示公司的ESG实践与成果，推动ESG理念在全社会的认知提升。

（五）人才发展

人才梯队建设与能力提升方面，2025年上半年，公司持续推进多层次人才发展战略，聚焦关键岗位能力建设与梯队储备。在销售领域，“猛虎项目”作为核心销售人才梯队建设项目，有效提升了团队领导力与商务专业能力。供应链领域通过“厂长工作坊”深化增长文化落地，强化关键指标研讨与最佳实践分享，提升厂长综合能力。针对年轻人才培养，销售专才项目、储备销售主管项目等后备梯队建设项目也如期开展。

文化建设与践行方面，为扎实推进“嘉速扬帆”战略，公司以“增长文化”为核心抓手，积极推动其在各业务环节的实践与应用。上半年在全国范围内定制化开展近200场培训，覆盖商务、酒厂及职能部门超过6,500名员工，实现全员参训。60余位认证内训师深入一线辅导，确保增长文化理念为团队经理和员工们有效理解。在深化文化建设方面，公司创新推出“增长文化大使项目”、“故事集”、“短视频大赛”、“增长文化先锋”和“增长文化之星”、“增长文化榜样”评选等活动，通过真实案例诠释文化原则，树立榜样力量。关键举措是将增长文化行为纳入人员管理的全流程，形成从理念到行为落地的管理闭环。

在DEI（多元、平等、包容）领域，对内通过“Women Can”项目推广性别平等理念；对外结合品牌特色，推出首款专为女性打造的精酿啤酒——风花雪月玫瑰海盐风味精酿，首批产品的销售收益全部捐赠给大理“花期无限”公益项目，支持当地女性创业与就业。升级版2025年“我的心声”全员调研吸引超过6,400名员工参与（参与率达99%）。调研结果显示，员工敬业度持续保持高水平，DEI领域员工评价显著提升，新增的“我的上司”和“文化”指数也表现优异，充分体现了管理者领导力的提升以及“增长文化”、“DEI氛围”获得的内部广泛认可，整体团队展现出强韧性和持续的工作激情。

人才吸引方面，公司成功举办“女性招聘月”，有效提升雇主品牌影响力并吸引优秀女性人才。校企合作持续深化：与哈尔滨工业大学机电工程学院建立年度独家合作；邀请江南大学生物工程学院师生参访天目湖酒厂，通过生涯嘉年华等活动助力学生职业过渡；并首次推出“嘉酿生”中国实习生计划，为青年学子提供实习平台，促进职场衔接，储备未来人才。

（六）投资者关系管理

2025年上半年，公司于佛山酒厂成功举办2024年度暨2025年一季度业绩说明会，以创新形式搭建起与投资者深度沟通的桥梁。本次业绩说明会采用网络同步直播模式，精心设置酒厂参观、高管交流、业绩问答及与酿酒师共同品鉴新品等多元化环节，让投资者得以近距离观摩啤酒生产流程、亲身体验产品品质，就核心关切问题与公司管理层展开深度交流，加深对企业运营逻辑与发展战略的理解。此次业绩说明会通过网络直播引发广泛关注，累计浏览人次高达205,747，较去年同期增长15%。

此外，在国际权威研究及评选机构Extel发布的“2025年度亚洲最佳管理团队（2025 All-Asia Executive Team）”评选结果中，公司荣膺“亚洲最受尊崇企业——消费品：日用品类”中小型企业（市值在100亿美元以下）榜综合排名第一，这是公司连续第三年跻身该权威榜单。与此同时，公司也获得中国上市公司协会投资者关系管理最佳实践，证券时报天马奖投资者关系管理优秀团队奖，《亚洲企业管治》2025年第15届亚洲卓越企业奖五大奖项，体现了公司在规范治理、投资者关系等方面的卓越成绩。

第四节 重要事项

公司应当根据重要性原则，说明报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项

□适用 √不适用

董事长：João Miguel Ventura Rego Abecasis
重庆啤酒股份有限公司
2025年8月13日

证券代码：600132　　证券简称：重庆啤酒　　公告编号：临2025-020

重庆啤酒股份有限公司关于 嘉士伯啤酒（佛山）有限公司增资的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

重要内容提示：

● 增资标的：嘉士伯啤酒（佛山）有限公司（以下简称“佛山公司”）

● 增资方式及金额：以自有资金向佛山公司增资60,000万元。

● 本次增资不属于关联交易，亦不构成《上市公司重大资产重组管理办法》规定的上市公司重大资产重组。

● 本次增资已经重庆啤酒股份有限公司（以下简称“公司”）第十一届董事会第二次会议审议通过，尚需提交股东会审议。

一、本次增资情况概述

（一）本次增资的基本情况

为满足佛山公司的经营发展需要，增强其资本实力，优化其资产负债结构，进一步提升佛山公司持续经营能力和市场竞争力，嘉士伯重庆啤酒有限公司（以下简称“嘉士伯重啤”）拟以自有资金向佛山公司增资人民币60,000万元。本次增资的金额将全部计入佛山公司注册资本。

（二）审议情况

2025年8月13日，公司召开第十一届董事会2025年第二次独立董事专门会议及第十一届董事会第二次会议，审议通过了《关于向嘉士伯啤酒（佛山）有限公司增资的议案》。根据《上海证券交易所股票上市规则》、《公司章程》等相关规定，本次增资事项尚需提交公司股东会审议批准。本次事项不构成关联交易，亦不构成《上市公司重大资产重组管理办法》规定的上市公司重大资产重组。

二、增资标的基本情况

（一）基本情况

公司名称	嘉士伯啤酒（佛山）有限公司
统一社会信用代码	91440607MA7GQ14M4L
成立日期	2022年1月19日
注册地址	佛山市三水区西南街道住悦路1号
注册资本	1,000万
法定代表人	吕莲东
经营范围	酒制品生产；酒类经营；食品生产；道路货物运输（不含危险货物）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：食品销售（仅销售预包装食品）；技术服务，技术开发，技术咨询，技术交流，技术转让，技术推广；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；货物进出口；技术进出口。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。
股东	嘉士伯重庆啤酒有限公司（100%）

（二）财务情况

单位：万元

项目	截至2024年12月31日（经审计）	截至2025年6月30日（未经审计）
资产总额	177,402.22	168,729.02
负债总额	177,090.09	164,624.28
净资产	312.13	4,104.73
项目	2024年（经审计）	2025年1-6月（未经审计）
营业收入	35,778.32	55,980.55
净利润	1,278.92	4,029.53

（三）增资方式及股权结构变化

公司控股子公司嘉士伯重啤拟以自有资金向佛山公司增资人民币60,000万元，增资完成后，佛山公司注册资本为人民币61,000万元。

股东名称	增资前		增资后	
	注册资本（万元）	持股比例	注册资本（万元）	持股比例
嘉士伯重庆啤酒有限公司	1,000	100%	61,000	100%

三、对上市公司的影响

本次增资有利于优化佛山公司资产负债结构，增强其持续经营能力和市场竞争力，符合公司整体业务规划和长远利益。本次增资不涉及合并报表范围变化，不会对公司的正常生产经营、财务状况和现金流量带来不利影响，不存在损害公司和全体股东利益的情形。

四、风险提示

本次增资的对象为合并范围子公司，风险整体可控，是从公司长远利益出发做出的慎重决策，但仍可能会受宏观经济、行业环境、市场竞争、经营管理等因素的影响，未来经营状况和收益存在不确定性的风险。公司将实施有效的内部控制和风险防范机制，加强对佛山公司的经营管理，积极防范和应对上述风险，并严格按照相关法律法规的规定，及时履行后续信息披露义务，敬请广大投资者注意投资风险。

特此公告。

重庆啤酒股份有限公司
董 事 会
2025年8月15日

证券代码：600132　　证券简称：重庆啤酒　　公告编号：2025-021

重庆啤酒股份有限公司 关于召开2025年第一次临时股东会的通知

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

重要内容提示：

● 股东会召开日期：2025年9月10日

● 本次股东会采用的网络投票系统：上海证券交易所股东会网络投票系统

一、召开会议的基本情况

(一) 股东会类型和届次

2025年第一次临时股东会

(二) 股东会召集人：董事会

(三) 投票方式：本次股东会所采用的表决方式是现场投票和网络投票相结合的方式

(四) 现场会议召开的日期、时间和地点

召开的日期时间：2025年9月10日 16点30分

召开地点：广东省广州市天河区金穗路62号侨鑫国际金融中心13层

(五) 网络投票的系统、起止日期和投票时间。

网络投票系统：上海证券交易所股东会网络投票系统

网络投票起止时间：自2025年9月10日

至2025年9月10日

采用上海证券交易所网络投票系统，通过交易系统投票平台的投票时间为股东会召开当日的交易时间段，即9:15-9:25,9:30-11:30，13:00-15:00；通过互联网投票平台的投票时间为股东会召开当日的9:15-15:00。

(六) 融资融券、转融通、约定购回业务账户和沪股通投资者的投票程序

涉及融资融券、转融通业务、约定购回业务相关账户以及沪股通投资者的投票，应按照《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号 — 规范运作》等有关规定执行。

二、会议审议事项

本次股东会审议议案及投票股东类型

序号	议案名称	投票股东类型
		A股股东
非累积投票议案		
1	关于向嘉士伯啤酒（佛山）有限公司增资的议案	√

1、各议案已披露的时间和披露媒体

上述议案经公司2025年8月13日的第十一届董事会第二次会议审议通过。相关内容详见上海证券交易所网站及公司指定披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》、《证券日报》。

2、特别决议议案：无

3、对中小投资者单独计票的议案：无

4、涉及关联股东回避表决的议案：无

应回避表决的关联股东名称：无

5、涉及优先股股东参与表决的议案：无

三、股东会投票注意事项

(一) 本公司股东通过上海证券交易所股东会网络投票系统行使表决权的，既可以登陆交易系统投票平台（通过指定交易的证券公司交易终端）进行投票，也可以登陆互联网投票平台（网址：vote.sse-info.com）进行投票。首次登陆互联网投票平台进行投票的，投资者需要完成股东身份认证。具体操作请见互联网投票平台网站说明。

(二) 为更好地服务广大中小投资者，确保有投票意愿的中小投资者能够及时参会、便利投票，公司拟使用上证信息提供的股东会“一键通”提醒服务，委托上证信息通过智能短信等形式，根据股权登记日的股东名册主动提醒股东参会投票，向每一位投资者主动推送股东会参会邀请、议案情况等信息。投资者在收到智能短信后，可根据《上市公司股东会网络投票一键通服务用户使用手册》（链接：https://vote.sseinfo.com/i/yjt_help.pdf）的提示步骤直接投票，如遇拥堵等情况，仍可通过原有的交易系统投票平台和互联网投票平台进行投票。

(三) 持有多个股东账户的股东，可行使的表决权数量是其名下全部股东账户所持相同类别普通股和相同品种优先股的数量总和。

持有多个股东账户的股东通过本所网络投票系统参与股东会网络投票的，可以通过其任一股东账户参加。投票后，视为其全部股东账户下的相同类别普通股和相同品种优先股均已分别投出同一意见的表决票。

持有多个股东账户的股东，通过多个股东账户重复进行表决的，其全部股东账户下的相同类别普通股和相同品种优先股的表决意见，分别以各类别和品种股票的第一次投票结果为准。

(四) 同一表决权通过现场、本所网络投票平台或其他方式重复进行表决的，以第一次投票结果为准。

(五) 股东对所有议案均表决完毕才能提交。

四、会议出席对象

(一) 股权登记日收市后在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司登记在册的公司股东有权出席股东会（具体情况详见下表），并可以以书面形式委托代理人出席会议和参加表决。该代理人不必是公司股东。

股份类别	股票代码	股票简称	股权登记日
A股	600132	重庆啤酒	2025/9/3

(二) 公司董事和高级管理人员。

(三) 公司聘请的律师。

(四) 其他人员

五、会议登记方法

1、法人股东持营业执照复印件（须加盖公章）、授权委托书、有效持股凭证、出席人身份证等办理登记手续。

2、个人股股东持本人身份证或有效持股凭证等办理登记手续；委托代理人持授权委托书、委托人及代理人的身份证、委托人有效持股凭证办理登记。

3、登记方式：股东可现场登记，也可通过信函、邮件或传真方式登记。参会登记不作为股东依法参加股东会的必备条件。

4、登记时间：2025年9月9日，上午9:30—11:30，下午2:00—5:00

5、会议登记地：广东省广州市天河区金穗路62号侨鑫国际金融中心13层

6、邮编：510623

六、其他事项

1、参加会议者食宿及交通费自理。

2、会议召开地址：广东省广州市天河区金穗路62号侨鑫国际金融中心13层

3、联系方式：

会务联系人：证券事务代表李晓宇女士

联系电话：4001600132

传真：020-28016518

邮箱：CBCSMIR@carlsberg.asia

特此公告。

重庆啤酒股份有限公司董事会
2025年8月15日

附件1：授权委托书

报备文件

提议召开本次股东会的董事会决议

附件1：授权委托书

授权委托书

重庆啤酒股份有限公司：

兹委托　先生（女士）代表本单位（或本人）出席2025年9月10日召开的贵公司2025年第一次临时股东会，并代为行使表决权。

委托人持普通股数：

委托人持优先股数：

委托人股东账户号：

序号	非累积投票议案名称	同意	反对	弃权
1	关于向嘉士伯啤酒（佛山）有限公司增资的议案			

委托人签名（盖章）：　　受托人签名：

委托人身份证号：　　受托人身份证号：

委托日期：　年　月　日

备注：

委托人应当在委托书中“同意”、“反对”或“弃权”意向中选择一个并打“√”，对于委托人在本授权委托书中未作具体指示的，视为无效授权。

证券代码：600132　　证券简称：重庆啤酒　　公告编号：临2025-022

重庆啤酒股份有限公司 2025年“提质增效重回报”行动方案 半年度评估报告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

重庆啤酒股份有限公司（以下简称“公司”）响应国务院《加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》和上海证券交易所《关于开展沪市公司“提质增效重回报”专项行动的倡议》，开展“提质增效重回报”行动，共同推动上市公司高质量发展和投资价值提升，保护投资者尤其是中小投资者合法权益，切实履行公司的责任和义务。2025年4月3日，公司在上海证券交易所网站披露了《关于2025年“提质增效重回报”行动方案的公告》。2025年上半年，公司积极开展和落实相关工作，现将半年度执行情况报告如下：

一、聚焦高质量发展之路，优化策略高效执行

2025年上半年公司面临诸多外部挑战，啤酒市场竞争也更加激烈，公司积极拥抱变化、洞察机会、优化策略、强化执行，保持了生意平稳。公司在依托丰富的品牌组合的基础上，持续推进产品创新，满足消费者对高品质啤酒产品的需求，同时推出了天山鲜果庄园橙味汽水、电持能量饮料等产品，加快布局啤酒以外品类，此外积极拓展新兴渠道和区域市场，巩固优势地位，为股东创造可持续价值。

（一）市场

2025年，乐堡啤酒以春节IP“吉时行乐”开启全年营销，签约GAI周延、GALI、万妮达三位说唱明星推出全新电视广告及多元内容，强化“音乐+潮流”标签。通过“音乐+社交+体验”三维策略持续深化年轻化品牌形象。

1664品牌3月携手上海时装周与顶级设计师序之共同呈现“1664品牌主题大秀”，推出限量联名周边；同期联合《ELLEMEN睿士》打造限时时尚聚点引发沉浸式体验。5月签约新代言人吴磊，演绎新法式精神广告大片。深化专属场景“蓝调时刻”的打造，通过KOL种草与O2O平台强化认知，并自5月起在全国夜场落地“璀璨法式蓝夜”主题派对，有效提升品牌终端可见度。

嘉士伯品牌引入全球品牌理念“追求更好”，携手代言人黄宗泽推出“懂追求，就喝嘉士伯”主题广告。强化品牌与足球、美食场景的绑定；策划“再现伊斯坦布尔奇迹”与“利物浦第20冠庆功”两大主题营销，推出限量足球主题包装与利物浦冠军纪念罐，配合终端创意陈列与拉环促销激活旺季消费。

乌苏品牌签约艾热、范丞丞、付航三位代言人强化年轻化形象，联动《奔跑吧》《敬浓烈的生活》《出发吧！浓人！》等综艺深化内容传播。推出精酿1L装（容量为1升的拉罐产品），如乌苏大红袍精酿1L装，以及天山原酿500ml装新品，满足多元需求。升级“天马节”IP活动打造独特品牌体验，同步拓展分销网络强化终端动销。

重庆品牌持续借助热辣美食场景，打造“江湖”的品牌核心沟通理念。2025年官宣陈小春为代言人，并合作其重庆、深圳巡回演唱会强化品牌形象。夏季在多地举办大型啤酒节；推出重庆精酿全麦1L装、重庆88纯生新品，提升产品品质竞争力。

大理啤酒借助代言人吉克隽逸深度结合云南本土文化，加速本地市场渗透。核心单品V8醇麦持续增长，并推出1L精酿及鲜啤，进一步扩充产品矩阵，满足高品质消费需求。

风花雪月品牌借势云南旅游热潮实现整体增长，签约代言人杨超越提升全国知名度。低醇啤酒持续扩张的同时，快速创新精酿产品线，推出玫瑰海盐风味精酿和首款龙井绿茶1L茶啤精酿紧抓口味和包装趋势。

京A品牌针对核心款产品进行升级，推出陈皮阿白小麦，酒花飞拳IPA 500ml大罐产品以及茉莉青提果茶小麦、酒花漫步轻盈IPA两款易饮趋势新品，推动非现渠道的拓展，招募更多的啤酒爱好者。

2025年电商聚焦抖音生态发展，通过“内容-媒体-货架”协同机制构建全域营销链路；以抖音为声量阵地，联动B2C及O2O渠道实现流量转化。同步升级天猫、京东运营策略，运用AI工具打造产品3D场景化展示，增强消费体验以提升转化效率。

O2O围绕“商品可视-门店增效-盈利提升”三大目标，借力美团推动经销商商品上翻；聚焦核心客户精细化管理，通过罐化率提升及客单价优化助力终端健康增长。

（二）销售

2025年上半年公司面临诸多外部挑战，啤酒市场竞争也更加激烈，公司积极拥抱变化、洞察机会、优化策略、强化执行，保持了生意平稳。

大城市项目持续升级优化，因地制宜优化投资组合和商务策略。品牌端丰富产品组合，布局1L装和精酿产品，捕捉结构性增长机会；推广数字化工具赋能渠道，提升动销；加速O2O拓展和服务，抓住即时零售的增长机会；通过与经销商伙伴的深度合作，扩大业务团队的覆盖面和执行力，全面提升终端服务。

现饮渠道方面，公司积极优化投资策略，头部连锁客户深度分销打造品牌高地，合约投资精细化管理防控风险；依托品牌优势，创新场景化营销，如乌苏啤酒配烧烤、重庆啤酒配火锅、风花雪月配民谣酒吧等，融合功能需求与情感共鸣，夯实差异化竞争力。

非现饮渠道方面，公司一方面优化产品组合把握市场趋势，另一方面，提升小型超市及松散型便利店分销效能，同时积极拥抱新兴业态，深化零食折扣店、仓储会员店战略合作，协同定制营销激活增量。

二、积极推进企业文化建设与人才发展战略，打造包容性雇主品牌和战略人才储备

人才梯队建设与能力提升方面，2025年上半年，公司持续推进多层次人才发展战略，聚焦关键岗位能力建设与梯队储备。在销售领域，“猛虎项目”作为核心销售人才梯队建设项目，有效提升了团队领导力与商务专业能力。供应链领域通过“厂长工作坊”深化增长文化落地，强化关键指标研讨与最佳实践分享，提升厂长综合能力。针对年轻人才培养，销售专才项目、储备销售主管项目等后备梯队建设项目也如期开展。

文化建设与践行方面，为扎实推进“嘉速扬帆”战略，公司以“增长文化”