

证券代码：600600

证券简称：青岛啤酒

青岛啤酒股份有限公司投资者关系活动记录表
参加 2026 年青岛辖区上市公司投资者网上集体接待日
暨 2026 年第一季度业绩说明会

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☒ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他（ <u>参加青岛辖区上市公司投资者网上集体接待日活动</u> ）
参与单位名称及人员姓名	海内外投资者
时间	2026 年 5 月 8 日 15:00~17:00
地点	“全景路演”网站（ http://rs.p5w.net ）；微信公众号（名称：全景财经）；全景路演 APP
上市公司接待人员姓名	执行董事、财务总监、董事会秘书侯秋燕先生
投资者关系活动主要内容介绍	为进一步加强与投资者的互动交流工作，构建和谐投资者关系，青啤公司参加了由青岛市上市公司协会与深圳市全景网络有限公司联合举办的 2026 年青岛辖区上市公司投资者网上集体接待日暨举办 2026 年第一季度业绩说明会活动，以在线交流形式就公司发展及经营情况、2026 年第一季度业绩等投资者关注的问题与投资者进行沟通与交流。投资者提问及公司回复情况如下： 1.公司提出的‘五新’战略（新产品、新渠道、新人群、新场景、新需求）落地效果如何？能否举例说明在场景营销或新品类拓展上的具体成果（如现饮渠道增长、精酿啤酒销量）？ 尊敬的投资者，您好！感谢对本公司的关注。公司持续全面发力“五新”业务，开辟新增长空间。深耕线上、即时零售等新兴渠道，推进线下渠道精细化运营，拓展高附加值消费场景，优化“新鲜直送”业务布局。聚焦“Z

	世代、女性、新老年”等新人群，通过产品功能化、品牌场景化构建，实现人群、产品、场景的深度契合。谢谢。 2.公司‘1112N’产品战略中，经典、白啤等核心单品持续放量。请问：（1）如何避免大单品依赖风险？未来是否计划培育第二增长曲线（如低卡、精酿等细分品类）？（2）现饮渠道（餐饮、夜场）与非现饮渠道（电商、即时零售）的占比变化如何？O2O及即时零售业务的增长是否可持续？（3）在消费场景扩容（如文旅、体育赛事）趋势下，公司如何精准匹配营销资源以提升转化率？ 答：尊敬的投资者，您好！感谢对本公司的关注。2026年一季度，公司围绕“新产品、新渠道、新人群、新场景、新需求”开辟增长新空间，通过线上线下融合推广，持续深耕线上渠道，积极拓展新零售与即时零售业务，线上产品销量继续保持快速增长。公司创新开展多场景品牌推广，强化消费者互动，联动体育赛事、音乐节等多元场景开展品牌营销，通过多元互动强化消费者连接，有效提升品牌认同感与美誉度。谢谢。 3. 2025年公司分红比例达69.87，派现32.06亿元，但同期资本开支12.8亿元（主要用于智能化改造）。请问：（1）高分红政策是否与产能扩张或技术升级的资金需求冲突？未来分红比例是否调整？（2）财务费用因利率下降减少，若未来利率上行，公司如何管理债务成本？（3）现金流净额60.3亿元（同比-10.91），主要因预收款项变动，如何看待该指标波动对长期资金链的影响？ 答：尊敬的投资者，您好！感谢对本公司的关注。公司秉承积极回报股东的发展理念，根据企业经营发展情况，实行持续、稳定的利润分配政策，使广大股东得以分享公司的发展成果。伴随公司经营业绩的提升，加大对投资者的现金分红力度，2025年度利润分配预案为每股拟派
--	---

	现金股利人民币 2.35 元（含税），同比增长 6.8%。谢谢。 4.介绍一下青岛啤酒生物科技有限公司生产基地的项目进展情况及销售计划的落实情况 答：尊敬的投资者，您好！感谢对本公司的关注。青岛啤酒生物科技项目建设目前正在土建和设备采购阶段。谢谢。 5.侯总，请问公司【主品牌青岛啤酒 138.1 万千升】和【中高端以上产品 104.2 万千升】这两个数字，【中高端以上】内包含了哪些非主品牌的品牌？【主品牌】里面有哪些不属于中高端的产品线？谢谢 答：尊敬的投资者，您好！感谢对本公司的关注。公司中高端以上产品包含了百年系列、经典系、纯生系、奥古特、白啤及其他多款产品。谢谢。 6.对于世界杯期间公司有没有什么具体的营销计划以及预期目标呢？ 答：尊敬的投资者，您好！感谢对本公司的关注。近年来，公司创新开展多场景品牌推广，强化消费者互动，联动体育赛事、音乐节等多元场景开展品牌营销，通过多元互动强化消费者连接，有效提升品牌认同感与美誉度，为公司高质量发展提供了坚实保障。公司针对世界杯赛特意创新推出了与世界杯元素相关的产品。公司将在各地围绕世界杯赛开展一系列消费促销等相关活动。谢谢。 7.领导好，请教一下，对未来公司中高端产品的预期，销量增长的幅度，有没有什么营销手段来提升产品销量？ 答：尊敬的投资者，您好！感谢对本公司的关注。公司始终把产品结构优化、提升中高端以上产品的销量占比作为长期的营销战略目标。公司持续推进品牌优化和产品结构升级，以青岛啤酒经典、白啤等核心大单品为引领，
--	---

	加大经典及以上中高端产品的培育与推广力度，加快培育全麦、精酿以及 0 糖轻卡、无醇低醇等新品类、新赛道，产品结构及盈利能力稳步提升。2026 年一季度，主品牌青岛啤酒实现产品销量 138.1 万千升，同比增长 0.4%；中高端以上产品实现销量 104.2 万千升，同比增长 3.1%。谢谢。
附件清单（如有）	/
日期	2026 年 5 月 8 日