

北京燕京啤酒股份有限公司

2015 年度董事会报告

2015 年度，公司董事会严格按照《公司法》、《证券法》、《公司章程》及国家有关规定，本着对全体股东负责的态度，认真履行股东大会和《公司章程》赋予的各项责任和义务，勤勉尽责，维护了公司及股东的合法权益，全面完成了公司的各项任务。现将主要工作报告如下。

一、会议召开情况

（一）报告期内董事会会议召开情况

报告期内，公司董事会共召开六次会议。

1、第六届董事会第二十一次会议

2015 年 4 月 8 日，公司以现场表决形式召开第六届董事会第二十一次会议，会议审议并通过了以下二十项议案：《2014 年度董事会报告》、《2014 年度总经理工作报告》、《2014 年度财务决算报告》、《2014 年度报告》及《2014 年度报告摘要》、《2014 年度利润分配预案》、《关于确定 2014 年度财务报告审计报酬及续聘 2015 年度财务报告审计机构的议案》、《关于确定 2014 年度内控审计报酬及续聘 2015 年度内控审计机构的议案》、《关于预计 2015 年度日常关联交易的议案》、《2014 年度内部控制自我评价报告》、《2014 年度社会责任报告》、《未来三年股东回报规划（2015-2017 年）》、《关于向北京农村商业银行股份有限公司顺义支行申请流动资金借款额度的议案》、《关于向中国工商银行股份有限公司北京顺义支行申请综合授信额度的议案》、《关于向中信银行股份有限公司总行营业部申请综合授信额度的议案》、《关于调整对燕京啤酒（赣州）有限责任公司增资方式及金额的议案》、《关于对燕京啤酒内蒙古金川有限公司单方面增资的议案》、《关于对燕京啤酒（赤峰）有限责任公司单方面增资的议案》、《关于对燕京啤酒（邢台）有限公司增资的议案》、《关于增聘公司高级管理人员的议案》、《关于召开 2014 年度股东大会的议案》。

2、第六届董事会第二十二次会议

2015年4月24日,公司以通讯表决形式召开第六届董事会第二十二次会议,会议审议并通过了《2015年第一季度报告全文》及《2015年第一季度报告正文》。

3、第六届董事会第二十三次会议

2015年5月6日,公司以现场表决形式召开第六届董事会第二十三次会议,会议审议并通过了以下三项议案:《关于赎回“燕京转债”的议案》、《关于调整公司部分高级管理人员的议案》及《关于选举第六届董事会审计委员会主任委员的议案》。

4、第六届董事会第二十四次会议

2015年8月12日,公司以现场表决形式召开第六届董事会第二十四次会议,会议审议并通过了以下两项议案:《2015年半年度报告》及《2015年半年度报告摘要》、《关于续聘公司法律顾问的议案》。

5、第六届董事会第二十五次会议

2015年10月27日,公司以通讯表决形式召开第六届董事会第二十五次会议,会议审议并通过了《2015年第三季度报告全文》及《2015年第三季度报告正文》。

6、第六届董事会第二十六次会议

2015年12月22日,公司以通讯表决形式召开第六届董事会第二十六次会议,会议审议并通过了以下四项议案:《关于向中国银行股份有限公司北京顺义支行申请综合授信额度的议案》、《关于向中国建设银行股份有限公司北京顺义支行申请综合授信额度的议案》、《关于向北京农村商业银行股份有限公司顺义支行申请综合授信额度的议案》及《关于向北京控股集团财务有限公司申请综合授信额度的议案》。

(二) 报告期内董事会各专门委员会会议召开情况

报告期内,根据工作职责的需要,公司第六届董事会各专门委员会共召开11次会议,其中战略委员会召开3次会议,审计委员会召开4次会议,提名委员会召开2次会议,薪酬与考核委员会召开2次会议。

二、概述

当前中国啤酒行业格局日趋稳定，啤酒产销量增速放缓。受宏观经济、消费环境和天气因素的影响，2015年啤酒行业产量同比继续负增长。公司根据啤酒市场结构、消费者需求发生的变化，不断优化产品、市场和品牌结构，克服了市场消费动力不足以及原辅材料和劳动力等成本上升带来的不利影响，实现了公司持续、健康、稳定发展。

报告期内，公司实现啤酒销量483万千升，其中燕京主品牌销量355万千升，占总销量的73%，“1+3”品牌销量453万千升，占比达到94%。报告期内公司实现营业收入1,253,827万元，实现利润84,024万元，实现净利润58,768万元。

（一）以消费者需求为导向，产品结构不断优化

近年来，啤酒行业的竞争升级、消费者需求的多元化对啤酒技术质量管理和产品内在品质提出了更高的要求。公司致力于用世界一流的工艺技术装备打造中国最好的啤酒，获得国家“绿色食品”认证。产品生产过程中，公司在原材料、酵母菌种、生产设备、酿造用水的使用上均坚持国际标准，清爽型啤酒、鲜啤酒、纯生啤酒的风味持续优化。

报告期内，公司严抓产品质量管理，不断加大研发和创新力度，产品结构持续优化，易拉罐啤酒销量53.5万千升，比上年同期增长16.3%，燕京鲜啤酒销量132万千升，比上年同期增长5.2%。

（二）以市场需求为导向，市场建设不断加强

报告期内，公司在北京、广西等基地市场占有率继续保持绝对优势，在四川、云南等新兴市场保持稳定发展。

2015年公司适应京津冀一体化协同发展战略的实施所带来的人口变化、经济变化，确保市场稳定提升；继续加大对中西部市场的投资力度，加大优势企业资源配置；克服西南地区持续较强降雨的影响，积极采取针对性措施保证持续发展。广西市场面对异常激烈的市场竞争环境和不利的行业发展大环境，实现销量118.43万千升，市场稳定发展，有效巩固了市场绝对优势地位，四川市场坚持以发展瓶装鲜啤和扩大听装系列销量为重点，2015年实现啤酒销量17.41万千升，保持了市场销量与经济效益的稳定。

年度内，公司针对中高档餐饮消费不振的局面，加大社区消费、超市消费、

家庭消费的推广力度，同时积极适应网络消费，进一步探索网络销售的商务模式，进一步稳定了销售体系，提高了渠道控制力，市场结构进一步升级。

（三）多渠道进行品牌推广，品牌形象持续提升

2015年，公司继续推行“1+3”品牌战略，不断加强燕京主品牌的推广，改善品牌结构，科学实施品牌组合。报告期内，公司利用央视、凤凰卫视、地方卫视等电视媒体，广播、报纸、平面、户外等传统媒体，以及网络、微信等新媒体，开展了一系列品牌推广活动，加强品牌宣传，并开展丰富多彩的消费者互动活动，以打造线上线下相结合的立体品牌宣传网络，全面提升燕京品牌的知名度和美誉度。

继2014年独家冠名中国足协杯获得良好品牌推广效果之后，公司今年继续延续体育营销路线，继续独家冠名中国足协杯，同时冠名北京北控燕京队，赞助中国乒乓球队，促进中国体育事业发展和燕京品牌的有效提升。

（四）完善各项管理，促进企业健康运行

2015年，公司进一步夯实各项管理，不断深化供应链管理、内部控制管理、精益生产管理、能源计量管理、财务管理、人力资源管理、信息化管理，通过完善工艺技术统一平台、对标平台、大宗原辅材料集中采购平台、市场营销平台等措施，持续优化内控流程，提高内部运营质量和管理效益，实现品质提升、生产效率提升、物流管理水平提升。

（五）坚持绿色生产，节能减排水平进一步提升

2015年，公司认真贯彻国家节能减排总体部署，继续坚持发展绿色经济、低碳经济、循环经济，在过程管理、装备改进、操作优化等方面积极进行技术改造，一方面大力加强蒸汽热能回收利用、CO2回收利用等工作，另一方面深入研究啤酒副产物的开发和利用。公司物资能源消耗管理水平进一步有效提升，确保了企业与社会的协调发展。

2015年公司在环保方面投入7,051万元，经过历年持续投入，报告期内节能减排成果为2,986万元。

三、报告期内公司从事的主要业务

公司主营啤酒、矿泉水、啤酒原料、饲料、酵母、塑料箱的制造和销售。

啤酒属日常快速消费品，公司啤酒的生产及销售业务占主营业务90%以上。

中国是全球啤酒消费量最大也是未来潜力最大的市场，中国啤酒行业处在由成长期向成熟期发展的阶段。近年来，随着啤酒行业集中度不断提高，前五家啤酒企业销售量已超过中国啤酒销售量的75%以上，中国啤酒行业的竞争主要体现在包括燕京在内的前五大啤酒集团之间的竞争。

面对行业竞争新格局，公司采取多种措施，不断提升产品品质，巩固并致力于提升自己在行业内的优势地位。

四、主要资产重大变化情况

1、主要资产重大变化情况

主要资产	重大变化说明
在建工程	报告期内，在建工程完工转固导致在建工程同比减少 63.10%

2、主要境外资产情况

适用 不适用

五、核心竞争力分析

公司在发展中开创了具有燕京特色的经营模式，形成了以市场优势、产品优势、品牌优势、管理和技术优势为主要内容的核心竞争力，为中国民族啤酒工业的发展做出了贡献。

报告期内，公司核心竞争力未发生重大变化。

六、主营业务分析

1、概述

参见“二、概述”相关内容。

2、收入与成本

(1) 营业收入构成

单位：元

	2015 年		2014 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	12,538,267,006.52	100%	13,503,754,125.92	100%	-7.15%
分行业					
啤酒行业	11,808,116,619.54	94.18%	12,760,042,352.54	94.49%	-7.46%
其他行业	730,150,386.98	5.82%	743,711,773.38	5.51%	-1.82%
分产品					
啤酒	11,808,116,619.54	94.18%	12,760,042,352.54	94.49%	-7.46%
矿泉水	58,846,736.60	0.47%	50,834,835.15	0.38%	15.76%
茶饮料	54,879,490.61	0.44%	70,854,785.80	0.52%	-22.55%
饲料	30,665,095.60	0.24%	34,197,737.90	0.25%	-10.33%
其他	585,759,064.17	4.67%	587,824,414.53	4.35%	-0.35%
分地区					
华北地区	5,265,191,655.00	41.99%	5,648,237,141.23	42.02%	-6.78%
华东地区	1,108,574,691.52	8.84%	1,213,913,321.41	8.91%	-8.68%
华南地区	4,117,889,450.74	32.84%	4,417,640,050.08	31.56%	-6.79%
华中地区	1,202,417,795.61	9.59%	1,313,196,881.96	11.31%	-8.44%
西北地区	844,193,413.65	6.73%	910,766,731.24	6.19%	-7.31%

(2) 占公司营业收入或营业利润 10%以上的行业、产品或地区情况

√ 适用 □ 不适用

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年 同期增减	营业成本比上年 同期增减	毛利率比上年同 期增减
分行业						
啤酒	11,808,116,619.54	7,059,690,738.15	40.21%	-7.46%	-5.74%	-1.09%
分产品						
啤酒	11,808,116,619.54	7,059,690,738.15	40.21%	-7.46%	-5.74%	-1.09%
分地区						

华北地区	5,265,191,655.00	3,188,352,408.10	39.44%	-6.78%	-4.99%	-1.14%
华南地区	4,117,889,450.74	2,394,608,017.09	41.85%	-6.79%	-3.44%	-2.01%

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近1年按报告期末口径调整后的主营业务数据

适用 不适用

(3) 公司实物销售收入是否大于劳务收入

是 否

行业分类	项目	单位	2015年	2014年	同比增减
酒、饮料和精制茶制造业	销售量	元	7,059,690,738.15	7,489,673,984.63	-5.74%
	生产量	元	7,100,957,996.52	7,565,327,257.20	-6.14%
	库存量	元	205,390,725.22	164,123,466.85	25.14%

相关数据同比发生变动30%以上的原因说明

适用 不适用

(4) 公司已签订的重大销售合同截至本报告期的履行情况

适用 不适用

(5) 营业成本构成

产品分类

单位：元

行业分类	项目	2015年		2014年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
啤酒行业	原辅材料	4,014,941,258.24	56.87%	4,319,294,986.94	57.67%	-7.05%
啤酒行业	燃料及动力	662,338,269.46	9.38%	692,794,843.58	9.25%	-4.40%
啤酒行业	人工工资	1,151,404,105.14	16.31%	1,059,788,868.83	14.15%	8.64%
啤酒行业	制造费用及其他	1,231,007,105.31	17.44%	1,417,795,285.29	18.93%	-13.17%

(6) 报告期内合并范围是否发生变动

是 否

(7) 公司报告期内业务、产品或服务发生重大变化或调整有关情况

适用 不适用

(8) 主要销售客户和主要供应商情况

公司主要销售客户情况

前五名客户合计销售金额（元）	764,560,021.37
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	5.22%

公司前 5 大客户资料

序号	客户名称	销售额（元）	占年度销售总额比例
1	第一名	311,745,598.29	2.13%
2	第二名	276,418,995.73	1.89%
3	第三名	65,528,376.07	0.45%
4	第四名	55,625,576.92	0.38%
5	第五名	55,241,474.36	0.38%
合计	--	764,560,021.37	5.22%

主要客户其他情况说明

适用 不适用

公司前五名客户与公司不存在关联关系，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、持股5%以上股东、实际控制人和其他关联方在主要客户中没有直接或者间接拥有权益。

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额（元）	475,299,974.46
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	7.61%

公司前 5 名供应商资料

序号	供应商名称	采购额（元）	占年度采购总额比例
1	第一名	320,294,358.52	5.13%
2	第二名	46,220,363.02	0.74%
3	第三名	43,805,560.16	0.70%
4	第四名	32,785,520.94	0.52%
5	第五名	32,194,171.82	0.52%
合计	--	475,299,974.46	7.61%

主要供应商其他情况说明

适用 不适用

公司前五名供应商与公司不存在关联关系，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、持股5%以上股东、实际控制人和其他关联方在主要供应商中没有直接或者间接拥有权益。

3、费用

单位：元

	2015年	2014年	同比增减	重大变动说明
销售费用	1,673,100,937.40	1,738,910,599.22	-3.78%	
管理费用	1,443,889,928.94	1,341,030,133.15	7.67%	
财务费用	50,692,770.89	58,128,197.77	-12.79%	
所得税费用	212,794,518.88	257,192,219.48	-17.26%	

4、研发投入

适用 不适用

公司拥有雄厚的技术力量，先进的生产工艺和国内最先进的产品检测仪器，综合实力位于行业前列。公司自成立以来一直重视技术研发，不断加强自主创新能力，促进高科技成果转化，力求通过技术创新提高产品质量，从而为消费者带来品质不断提升的啤酒。

报告期内，公司通过国家级研究中心及国家级实验室的强大研发能力，产品创新速度加快，以适应不同区域的消费者以及不同群体的需求，既给消费者提供更多的选择，也给公司带来良好的回报。

公司研发投入情况

	2015年	2014年	变动比例
研发人员数量（人）	1,221	1,209	0.99%
研发人员数量占比	3.13%	3.03%	0.10%
研发投入金额（元）	298,667,965.00	286,203,684.00	4.36%
研发投入占营业收入比例	2.38%	2.12%	0.26%
研发投入资本化的金额（元）	0	0	0%
资本化研发投入占研发投入的比例	0	0	0%

研发投入总额占营业收入的比重较上年发生显著变化的原因

适用 不适用

研发投入资本化率大幅变动的原因及其合理性说明

适用 不适用

5、现金流

单位：元

项目	2015年	2014年	同比增减
经营活动现金流入小计	15,033,908,940.23	16,147,357,188.29	-6.90%
经营活动现金流出小计	13,410,999,593.18	14,944,634,878.71	-10.26%
经营活动产生的现金流量净额	1,622,909,347.05	1,202,722,309.58	34.94%
投资活动现金流入小计	2,391,110,316.91	1,040,946,444.20	129.71%
投资活动现金流出小计	2,839,207,444.96	1,915,598,738.38	48.22%
投资活动产生的现金流量净额	-448,097,128.05	-874,652,294.18	48.77%
筹资活动现金流入小计	1,986,000,000.00	2,231,000,000.00	-10.98%
筹资活动现金流出小计	3,151,028,623.14	2,431,892,306.97	29.57%
筹资活动产生的现金流量净额	-1,165,028,623.14	-200,892,306.97	-479.93%
现金及现金等价物净增加额	9,783,595.86	126,968,028.92	-92.29%

相关数据同比发生重大变动的主要影响因素说明

适用 不适用

- 1、经营活动产生的现金流量净额较去年同期增加 34.94%，增长原因：本年度购买商品、接收劳务支付的现金减少所致。
- 2、投资活动现金流入小计较去年同期增加 129.71%，增长原因：本年度购买理财产品到期收回本金所致。
- 3、投资活动现金流出小计较去年同期增加 48.22%，增长原因：本年度购买理财产品金额同比增加所致。
- 4、筹资活动产生的现金流量净额较去年同期减少 479.93%，减少原因：本年度偿还贷款所支付的现金同比增加所致。

报告期内公司经营活动产生的现金净流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明

适用 不适用

七、资产及负债状况

1、资产构成重大变动情况

单位：元

	2015 年末		2014 年末		比重增减	重大变动说明
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例		
货币资金	1,743,930,591.04	9.56%	1,732,146,995.18	9.15%	0.41%	
应收账款	132,458,378.41	0.73%	135,080,329.24	0.71%	0.02%	
存货	3,854,402,579.66	21.13%	4,081,308,761.35	21.56%	-0.43%	
投资性房地产	0	0.00%	0	0.00%	0.00%	
长期股权投资	169,039,231.87	0.93%	165,660,688.89	0.88%	0.05%	
固定资产	10,465,874,116.20	57.37%	10,588,340,726.54	55.93%	1.44%	
在建工程	168,995,583.62	0.93%	458,032,838.49	2.42%	-1.49%	
短期借款	851,000,000.00	4.66%	1,591,000,000.00	8.40%	-3.74%	
长期借款	0	0.00%	99,000,000.00	0.52%	-0.52%	

2、以公允价值计量的资产和负债

适用 不适用

八、投资状况

1、总体情况

适用 不适用

报告期投资额（元）	上年同期投资额（元）	变动幅度
674,033,000.00	1,000,000.00	67,303.30%

注：经公司第六届董事会第二十一次会议审议通过，报告期内，公司对子公司燕京啤酒（赣州）有限责任公司同比例增资 18,002.32 万元，对子公司燕京啤酒内蒙古金川有限公司单方面增资 22,000 万元，对子公司燕京啤酒（赤峰）有限责任公司单方面增资 21,000.98 万元，对子公司燕京啤酒（邢台）有限公司增资 6,400 万元。

2、报告期内获取的重大的股权投资情况

适用 不适用

3、报告期内正在进行的重大的非股权投资情况

适用 不适用

4、金融资产投资

(1) 证券投资情况

适用 不适用

公司报告期不存在证券投资。

(2) 衍生品投资情况

适用 不适用

公司报告期不存在衍生品投资。

5、募集资金使用情况

适用 不适用

公司报告期无募集资金使用情况。

九、重大资产和股权出售

1、出售重大资产情况

适用 不适用

公司报告期末未出售重大资产。

2、出售重大股权情况

适用 不适用

十、主要控股参股公司分析

适用 不适用

主要子公司及对公司净利润影响达 10% 以上的参股公司情况

单位：元

公司名称	公司类型	主要业务	注册资本	总资产	净资产	营业收入	营业利润	净利润
燕京啤酒(桂林漓泉)股份有限公司	子公司	啤酒制造	349,366,900.00	2,922,594,171.61	1,815,104,603.65	3,604,949,224.72	406,706,228.65	369,295,404.75

报告期内取得和处置子公司的情况

适用 不适用

主要控股参股公司情况说明

本公司的控股子公司--北京燕京中发生物技术有限公司是由本公司、北京燕京啤酒集团公司以及中国食品发酵工业研究院共同出资组建，以生产纳豆及纳豆胶囊为主导产品的新型高新技术企业。作为纳豆在中国的首创者和领导者，公司在发展啤酒主业的同时，涉足生物保健食品行业，以纳豆为载体，倡导健康的生活方式和科学的饮食习惯，实现多元化发展。

十一、公司未来发展的展望

（一）行业格局和趋势

近年来，伴随着资本集中，啤酒行业集中度持续上升、盈利能力持续增强。目前，随着世界经济和国内经济放缓，我国啤酒行业发展态势也随之发生变化，增速出现放缓，近两年出现负增长。同时随着中国经济的发展、城市功能的转移和产业结构的调整，产品结构持续优化，中高档产品市场容量增加，听装啤酒的消费不断增长；伴随着不同消费群体的不同需求，个性化产品需求量明显增加。

面对行业竞争新格局，公司将适应啤酒消费需求，不断提升产品品质和开发新产品，大力拓展市场，科学进行品牌推广，多渠道进行产品营销，提升燕京品牌忠诚度和美誉度，实现持续、健康发展。

（二）未来公司发展机遇和挑战、发展战略及各项业务的发展规划

我国啤酒行业的集中度不断提升，啤酒消费动力不足等因素导致竞争进一步加剧。公司认为，未来消费者对产品品质和个性化、差异化的需求将越来越明显，随着消费者生活方式及物流、网络的发展，对易拉罐产品的需求也会不断增加。此外，由于我国人口红利逐渐消失，资源环境约束压力突出，啤酒生产企业将面临人工成本不断上涨，以及环境治理成本不断上升的局面。

在发展中，公司将及时关注跟踪行业发展变化，把握机遇，适时适度进行调整，坚持把啤酒作为最主要的经营发展方向，全面提升市场覆盖率，通过拓展农村等新兴市场、发展电商实现消费便利化等手段，不断扩大规模，提高盈利水平，提升影响力，满足消费者的需求，尽快实现“进入世界啤酒前六名”的目标。

（三）经营计划

1、前期计划完成情况

公司在2014年度报告新年度计划中指出：“2015年，公司将继续深化产品、品牌、市场结构调整，不断进行市场创新、机制创新、技术创新、管理创新，实施人才培养计划，保证公司持续、健康、稳定发展，完成公司年度经营目标”。2015年度，公司按计划有效开展了各项工作。

2、新年度计划

2016年是公司创新发展的重要一年。公司将充分认识中国经济新常态，科学把握中国啤酒行业竞争新态势，始终坚持“四个做强”、“六个创新”的方针，有效防范市场风险、原材料价格波动风险、子公司管理风险等行业风险，抓住发展机遇，突出强化结构调整，突出管理持续改善，深化实施人才培养计划，实现企业更高质量发展。

3、资金需求及使用计划

2016公司将继续以技改扩建、收购兼并等适宜的方式扩大规模，约需资金10亿元人民币。同时公司将密切关注啤酒行业发展格局的变化，力争抓住行业整合的机会，如有合适标的，公司资金需求还将增加。

公司将以自筹、银行贷款等多种途径解决资金需求。

十二、董事会、监事会、独立董事（如有）对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

适用 不适用

十三、与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

十四、报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

十五、公司普通股利润分配及资本公积金转增股本情况

报告期内普通股利润分配政策，特别是现金分红政策的制定、执行或调整情况

适用 不适用

公司的持续发展需要股东的大力支持，公司高度重视给予股东合理的投资回报，为股东提供分享公司业务发展成果的机会。公司在《公司章程》里对明确规定了公司对利润分配尤其是现金分红事项的审议程序，明确规定了公司利润分配尤其是现金分红的具体政策。另外，公司还制定了《北京燕京啤酒股份有限公司未来三年股东回报规划（2015-2017年）》、《现金分红管理制度》。

报告期内，根据证监会现金分红相关规定，本公司严格执行公司章程和现金分红管理制度，分红政策、分红标准和分红比例明确清晰，相关的决策程序和机制完备，独立董事尽职履责并发挥了应有的作用。

公司报告期利润分配方案符合公司章程等的相关规定，已经公司2014年度股东大会审议通过并于报告期内实施完毕，利润分派方案及实施过程充分保护了中小投资者的合法权益，实现了对投资者的合理投资回报，保证了利润分配政策的连续性和稳定性。

现金分红政策的专项说明	
是否符合公司章程的规定或股东大会决议的要求：	是
分红标准和比例是否明确和清晰：	是
相关的决策程序和机制是否完备：	是
独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用：	是
中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，其合法权益是否得到了充分保护：	是
现金分红政策进行调整或变更的，条件及程序是否合规、透明：	报告期内，公司未对现金分红政策进行调整或变更

公司近3年（包括本报告期）的普通股股利分配方案（预案）、资本公积金转增股本方案（预案）情况

（1）公司2015年利润分配预案

拟按公司2015年12月31日总股本2,818,539,341股为基数，每10股派现金0.7元（含税），所余未分配利润结转下年度；本年度不进行资本公积金转增股本。

(2) 公司2014年利润分配方案

按公司2014年度利润分配方案股权登记日（2015年6月23日）当天总股本2,818,539,341股为基数，每10股派现金0.8元（含税），所余未分配利润结转下年度；本年度不进行资本公积金转增股本。

(3) 公司2013年利润分配方案

按公司2013年度利润分配方案股权登记日（2014年5月22日）当天总股本2,808,619,214股为基数，向全体股东每10股派0.8元人民币现金（含税），所余未分配利润结转下年度；本年度不用资本公积金转增股本。

公司近三年（包括本报告期）普通股现金分红情况表

单位：元

分红年度	现金分红金额（含税）	分红年度合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润	占合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润的比率	以其他方式现金分红的金额	以其他方式现金分红的比例
2015年（预案）	197,297,753.87	587,678,536.68	33.57%	0.00	0.00%
2014年	225,483,147.28	726,139,217.50	31.05%	0.00	0.00%
2013年	224,689,537.00	680,641,102.24	33.01%	0.00	0.00%

公司报告期内盈利且母公司可供普通股股东分配利润为正但未提出普通股现金红利分配预案

适用 不适用

十六、本报告期利润分配及资本公积金转增股本预案

适用 不适用

每10股送红股数（股）	0
每10股派息数（元）（含税）	0.7
每10股转增数（股）	0
分配预案的股本基数（股）	2,818,539,341
现金分红总额（元）（含税）	197,297,753.87
可分配利润（元）	936,927,260.84
现金分红占利润分配总额的比例	100%
本次现金分红情况	
其他	
利润分配或资本公积金转增预案的详细情况说明	
拟按公司2015年12月31日总股本2,818,539,341股为基数，每10股派现金0.7元（含税），所余未分配利润结转下年度；本年度不进行资本公积金转增股本。	

十七、社会责任情况

适用 不适用

《北京燕京啤酒股份有限公司2015年度社会责任报告》以2015年度为重点，真实、客观地反映了公司在从事经营管理活动中，履行社会责任方面的重要信息。该报告于2016年4月29日在巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）披露全文。

上市公司及其子公司是否属于国家环境保护部门规定的重污染行业

是 否 不适用

公司在创造经济效益的同时，重视环境保护、节约能源和加强循环经济建设工作，力求社会效益、环境效益与经济效益协调发展。公司根据《中华人民共和国环境保护法》等法律、法规、规范性文件和《清洁生产标准啤酒制造业》、《啤酒行业工业污染物排放标准》等行业标准开展环境保护工作。公司作为国家环保部认定的“国家环境友好企业”和北京市循环经济试点企业，一直严格遵守环境保护相关规定，污染物排放符合环保标准。

公司制定了环境因素的识别与评价控制程序，环保设备、设施控制程序等环境保护制度和控制程序，从物资使用、控制、三废排放、监测、回收等多方面、多节点对环境保护工作进行规范。公司已通过GB/T 24001-2004/ISO14001：2004环境管理体系认证。

公司设立有环保节能部，作为环境保护工作的主要职能部门；物资供应部、包装物部、生产计划部等部门协助开展环境保护工作；生产、包装、动力车间直接负责车间三废的管理等。

公司严格按照环境保护相关规定对废水、废气和废渣等进行处理，并重视污染治理的设备投资和资金投入。报告期内，公司污染治理设施一直稳定运转，污染物达标排放，在各级环境保护部门环保检查中污染治理及污染物排放检查结果均为合格。

十八、接待调研、沟通、采访等活动情况

1、报告期内接待调研、沟通、采访等活动登记表

适用 不适用

接待时间	接待方式	接待对象类型	调研的基本情况索引
2015年05月08日	实地调研	机构	行业状况，公司市场策略、并购方向等
2015年05月13日	实地调研	机构	行业状况，公司品牌策略、产品线情况等
2015年05月14日	实地调研	机构	行业状况，公司发展规划、策略、现金分红情况等
2015年06月16日	实地调研	机构	公司未来投资重点、产品结构、电商情况等

2015年08月17日	实地调研	机构	行业状况，公司经营情况、竞争策略等
2015年08月17日	电话沟通	机构	公司经营情况、竞争策略、品牌策略等
2015年08月18日	实地调研	机构	行业状况，公司经营情况、发展策略等
2015年08月26日	实地调研	机构	行业发展趋势、公司竞争策略、产品战略等
2015年08月28日	实地调研	机构	行业发展趋势、状况，公司竞争策略等
2015年08月31日	实地调研	机构	行业状况，公司竞争策略等
2015年11月03日	实地调研	机构	公司经营、竞争策略，行业吨酒收入情况等
2015年11月26日	实地调研	机构	行业状况，公司产品、技术优势，百威、米勒合并的看法等
2015年12月31日	书面问询	个人	报告期内，公司通过深交所互动易解答投资者提问156条，为中小投资者解答了公司经营、规划等方面的问题
2015年12月31日	电话沟通	个人	报告期内，每个工作日公司都通过热线电话的方式解答投资者问题，向投资者介绍公司经营、管理及行业状况
接待次数		12	
接待机构数量		57	
接待个人数量		156	
接待其他对象数量		0	
是否披露、透露或泄露未公开重大信息		否	

2016年，董事会将认真贯彻《证券法》、《公司法》及《股票上市规则》等国家法律、法规，继续严格执行《公司章程》、《董事会议事规则》等有关规定，围绕公司经营工作，忠实履行职责，切实维护公司利益和广大投资者权益。

北京燕京啤酒股份有限公司董事会

二〇一六年四月二十七日