公司代码:600132　　公司简称:重庆啤酒

重庆啤酒股份有限公司 2026 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	11,996,319,790.54	10,690,758,918.93	12.21
归属于上市公司股东的净资产	1,583,965,790.18	1,377,010,188.68	15.03
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	8,575,903,111.57	8,839,224,377.65	-2.98
利润总额	2,085,989,016.74	2,227,643,032.09	-6.36
归属于上市公司股东的净利润	795,919,088.84	864,976,465.95	-7.98
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	783,863,298.70	854,572,426.82	-8.27
经营活动产生的现金流量净额	2,854,540,883.68	2,905,960,481.70	-1.77
加权平均净资产收益率(%)	47.54	55.91	减少8.37个百分点
基本每股收益(元/股)	1.64	1.79	-7.98
稀释每股收益(元/股)	1.64	1.79	-7.98

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)	50,470
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	不适用

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	206,882,718	0	无	
CARLSBERG CHONGQING LIMITED	境外法人	17.46	84,500,000	0	无	
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	1.67	8,085,120	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	1.60	7,752,371	0	未知	
全国社保基金一一零组合	其他	1.16	5,622,538	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	
香港中央结算有限公司	境外法人	0.89	4,296,546	0	未知	
中信建投证券股份有限公司	国有法人	0.88	4,250,195	0	未知	
中国工商银行股份有限公司－中证主要消费交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.68	3,303,724	0	未知	
中国银行股份有限公司－博时中证红利低波动100交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.47	2,291,201	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最士伯啤酒厂控制。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。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。

2026 年上半年,中国啤酒行业继续呈现存量竞争特征,消费需求进一步分化,渠道结构持续变化,消费场景更加多元化。消费者对产品品质、个性化体验以及消费便利性的要求不断提升。

面对市场环境变化,公司坚持高质量发展战略,持续推进品牌组合优化和渠道建设,强化供应链协同和运营效率提升,不断增强市场竞争力和经营韧性。

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业务平台,也是中国五大啤酒公司之一。近年来,公司通过持续优化产品结构和运营管理,实现高质量发展。

市场渠道方面,公司拥有覆盖全国的市场销售网络,在核心市场持续保持较强的品牌影响力和渠道优势,并不断提升终端覆盖和消费者触达能力。

在品牌组合方面,公司拥有“本地品牌 + 国际品牌”的品牌矩阵。国际品牌包括嘉士伯、乐堡、1664、布鲁克林、夏日纷等,本地品牌包括乌苏、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。报告期内,公司推出多款一升装精酿啤酒,进一步丰富高端产品供给,拓展多元化消费场景。同时,公司继续拓展啤酒以外赛道。“天山”鲜果庄园推出多款果味新品,“电持”能量饮料完成配方升级,“乌苏”卡瓦斯全新上市,“怡乐仙地”上新 0 度产品,进一步丰富产品矩阵。

在供应网络方面,公司拥有 27 家酒厂,能够在采购、生产、物流等环节,实现区域联动,形成合力,持续提升供应链效率和资源利用效率。

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,公司实现啤酒销量 174.92 万千升;实现营业收入 85.76 亿元;实现归属于上市公司股东的净利润 7.96 亿元;实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 7.84 亿元。

(一)市场

2026 年上半年, 嘉士伯品牌精准把握春节与夏季足球两大节点一一春节期间推出“启顺年”高端限定包装,联动说唱歌手揽佬及千万级粉丝达人“不齐舞团”实现全域传播;夏季依托利物浦足球 IP 打造“绝嘉 12 人”内容,强化球迷情感共鸣,并联动艺人黄宗泽在广州 CBD 落地“绝嘉主场”PR 活动,并在多城开展沉浸式体验,持续强化“懂追求,绝嘉时刻就要喝嘉士伯”的品牌主张,巩固足球场景专属品牌资产。推出 1L 西式精酿系列新品,以国际标准升级高端大容量体验,聚焦家庭聚饮、多人宴请及高端餐饮等场景。

1664 品牌年初携手艺术家 Camille Walala 推出限定节庆包装,以大胆几何美学演绎现代新法式;官宣罗伯特·帕丁森为全球品牌代言人,强化“无可争议的法式好品味”认知;旺季联动新生代大使周翊然,结合艺人影响力、KOL 种草及重点城市户外投放全面升级“蓝调时刻”场景打造,同步落地蓝调形象店与主题派对,并延续“人宠共饮”创新场景,借助 1664 LaGoGo 宠物饮料广泛触达养宠人群。推出轻盈清爽的“轻享白”拓展日常佐餐与轻社交场景,联合京东共创“南法血橙”切入年轻线上消费,全线罐装亦焕新升级,将经典蓝瓶 DNA 延展至罐身,强化现代新法式美学。

乐堡啤酒围绕品牌升级与年轻化战略,积极应对更加激烈的市场竞争环境。春节期间紧扣“新概念春节”洞察,以创意内容注入快乐能量。品牌定位与形象全面升级,发布全新宣言“想怎样,就怎样”。同步签约国际说唱歌手朴宰范(Jay Park),并推出电视广告与多元化内容,试水微综艺等创新形式,以扩大品牌声量和年轻圈层影响力。同时,全系列产品第五代视觉焕新上市。音乐营销持续升级,品牌围绕高热度话题与明星共创音乐内容引发社交讨论,赞助《中国说唱巅峰对决》强化“音乐 + 潮流”标签,并在重庆等地举办大型乐堡音乐节,将品牌势能转化为消费者互动与沉浸式体验。同时推出冻冻酒、小麦 1L 全麦精酿、乐堡 Pro 等新品,持续丰富产品矩阵。

乌苏啤酒正式发布全新品牌主张“做浓的传人”,承接 40 年历史底蕴,号召消费者传递最热烈的生活态度。开年携手代言人范丞丞推出话题视频与 8.88L 巨量装引爆社交热度,迅速打响“浓人走浓运”营销战役;此外,品牌联合滴滴开展“浓人派对”拓展夜经济场景,溯源新疆举办沉浸式啤酒节,落地“浓人赛马会”精酿啤酒自助打酒站打造鲜酿打卡地,冠名“疆超”联赛并签约球员拜合拉木强化品牌“硬核”基因,同时推出奶皮子精酿及果萃白啤蜜瓜、苹果系列,精准切入尝鲜与佐餐场景。乌苏啤酒硬核出品的“大乌苏小烧烤”截至 6 月已落地超 130 家门店,覆盖超 60 座城市,成功验证了“乌苏 + 烧烤”体验运营的创新模式。

2026 年上半年,重庆啤酒携手陈小春与重庆本地足球球员向余望的“双代言”组合,同步以年轻化设计焕新品牌形象,推出全新传播口号“兄弟扎起,勉是重庆”,以更具时代感与江湖气的表达方式强化本地身份认同。旺季紧贴足球赛事热度,持续输出主题热点内容,并在重庆落地大型足球快闪活动,以趣味互动与新品试饮带动用户自发分享。推出以“100% 全麦芽、三重酒花”为核心点的新升级“国宾全麦”新品。1L 装产品重庆国宾精酿及携手永辉打造的重庆酸梅汤风味精酿等新品同步推进,以“重庆精酿,快意江湖”为传播主题,通过新中式潮流视觉与江湖文化内容塑造更具品质感与社交属性的大容量产品形象,持续拓展聚饮、佐餐及朋友相聚等消费场景。

风花雪月品牌创新合作《我在风花雪月里等你》短剧,在内容场景中实现生动化种草,引发广泛关注与讨论;同时深化文旅合作,结合在地文化进行传播,并携手国家级非遗白族扎染技艺代表性传承人张翰敏女士推出风花雪月扎染罐,并持续支持女性公益项目。为贴合年轻消费群体,品牌开展“花漾漫事酒馆”校园活动与“漫乐之夜”民谣酒馆活动,实现品牌曝光与渠道转化的协同增长。此外,品牌以“闲饮人间好时节”为灵感,打造四季时酿中式精酿啤酒,精选可溯源中式原料,以独特的产品概念收获广泛好评,进一步丰富了品牌的中式文化内涵。

大理啤酒持续深化“放飞自己 干杯大理”的品牌定位。上半年通过短视频 UGC 赛事“家乡宝夺金赛”推动品牌年轻化破圈,联动“滇超”等本土体育赛事及全省多民族特色节庆深度绑定在地文化,巩固与竞品的差异化竞争优势。产品端推出 1L 装“给好荞苦荞精酿”与“阿黑哥咖啡精酿”,以云南本土食材搭配甲马风视觉包装,凭借新奇风味与潮流话题属性打入年轻消费圈层,同时以大理 V8 覆盖大众口味需求,实现聚餐场景的全域扩容。

京 A 精酿啤酒以“渠道全国化、场景生活化”为方向加速品牌拓展。500 毫升罐装精酿系列进驻便利店商超,并持续拓展即时零售平台的上新与扩仓,触达全国重点城市;同时精酿啤酒车活跃于啤酒节、咖啡节、上海国际电影节及电动方程式赛事等多元场景,扩大泛精酿人群覆盖,并与头部主播直播合作提升品牌知名度。品牌层面,京 A 在澳大利亚国际啤酒大赛等国内外赛事中斩获 13 枚奖牌,其中“夏日野塞松”摘得世界啤酒杯中国首枚塞松金牌,以权威奖项夯实专业品牌力。产品方面,经典大单品“工人美式淡色艾尔”于 5 月上线电商,登顶京东啤酒新品榜前三;6 月推出首款“0 糖 0 脂 IPA”引领健康趋势,小批量精酿保持月均上新节奏,上半年累计推出超 15 款新品。线下体验端,京 A TAPROOM 精酿餐吧通过产品、服务及营销升级实现同店业绩同比正增长,1 月新辰里店开业拓展社区消费场景,5 月与漫咖啡龙潭湖店探索“日咖夜酒”复合业态,持续强化品牌体验与经营转化。

2026 年上半年,公司非啤酒(Beyond Beer)业务持续拓展,多个品牌差异化覆盖健康轻饮、低度微醺及情绪社交等多元场景。旷野气泡酒以海盐话梅菠萝风味斩获 2026 IDEAS 金奖;保斯达苏打汽水以“0 糖 0 脂 0 卡”切入办公与调饮场景;怡乐仙地以 1.5 度真发酵果味产品及校园活动触达 Z 世代; 夏日纷以精酿西打聚焦白领及留学生人群,完善了公司在非啤酒赛道的战略布局。

产品创新方面,公司持续加速新品研发与市场拓展。2026 年上半年已上市 49 个新品,产品矩阵进一步丰富。凭借卓越的产品力与品牌影响力,2026 年至今共有 11 个新品斩获 12 项国内外权威大奖,充分彰显了公司在产品创新、品质管控及国际竞争力方面的领先实力。未来,公司将继续坚持创新驱动,以更高品质的新品为消费者创造更优体验。

(二)销售

2026 年上半年,公司持续推动渠道深耕与创新驱动发展战略,各项举措有序落地、稳步推进。

非现饮渠道作为公司核心增长板块,即时零售 O2O、电商、食品专营店及现代渠道中小业态保持良好增长态势;传统流通渠道和现代商超渠道同步深化分销网络建设、持续优化产品结构,加快数智化营销工具落地。罐化率持续稳步提升,尤其 1L 装产品作为结构性增长重要抓手,实现较快增长。

现饮渠道持续聚焦优质重点客户,积极探索餐饮消费场景创新,强化即时零售 O2O 场景联动及年轻消费群体精细化运营;稳步拓展非酒精饮品及精酿啤酒业务,运用数智化营销策略挖掘增量机会。

大城市项目持续夯实渠道稳定与终端掌控,优化资源配置、提升投资效率。结合市场差异化,在渠道深耕、产品结构升级领域因地制宜重点突破。

数智化营销在非现饮渠道和现饮渠道同步加速推进,对终端覆盖提升及消费者拉动均产生积极作用;同时,实现了运营和投资效率的提升。

(三)供应链

安全方面,将员工复训作为第一季度的重点,持续提升员工能力和安全意识,并引入 AI 评估体系,做到“千人千面”的定制化评估方案,有效保证了培训效果。继续执行第一季度“迎新春保增长,安全 100 天”,第二季度“再忙也不能牺牲安全”专项行动;有效提升了团队的安全能力和安全意识。

质量方面,继续执行月度质量主题活动,员工的培训及考核作为重点,提升团队的质量意识。为了强化流程的质量控制,试点了 OC 工作转移到一线操作团队的方案,取得了显著效果,大幅度提升质量隐患早发现,早消除的比例。

口味品评方面,持续专注在能力建设和品评敏感人群的识别,为下一步品评员培养奠定组织基础。

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,完成了无人叉车的试点工作,准备在公司做全面推广。

(四)ESG

2026 年 3 月, 嘉士伯集团发布升级版 ESG 计划 “酿造未来(Brewing Tomorrow)”,围绕“减碳降排”“守护自然”“引导选择”和“赋能员工”四大支柱展开,并将 ESG 进一步融入企业战略和日常运营,以推动长期可持续增长。重庆啤酒持续推进“酿造未来”在中国市场落地,在 ESG 方面取得积极进展。

在减碳降排方面,公司持续推进能源结构优化和节能减排项目。2026 年上半年,单位产品碳排放量降至 2.84 kg CO?e/hl,较上年同期下降 11.3%。其中,西昌工厂电锅炉项目于 5 月正式投运,进一步减少化石燃料使用;佛山工厂热泵项目 5 月调试投产后,有效降低包装环节热能消耗和碳排放。公司积极践行循环经济理念,持续优化回瓶体系建设。2026 年上半年,公司回瓶率达到 68.1%,超过年度目标 4.3 个百分点,较上年同期提升 4.0 个百分点,进一步提高包装资源循环利用水平,减少包装废弃物产生。

在守护自然方面,公司持续提升资源利用效率,加强水资源管理。2026 年上半年,单位产品水耗降至 1.91hl/hl,较上年同期下降 5.0%。新疆和宁夏区域 5 家工厂完成中水系统升级,进一步提升水循环利用水平,降低生产过程中的水资源消耗。与此同时,公司和世界自然基金会(WWF)在宁夏银川启动鸣翠湖水回馈项目,聚焦黄河流域生态保护,通过改善湿地生态系统和区域水环境,助力提升水源涵养能力和生物多样性水平。

在引导选择方面,公司持续践行负责任营销理念,积极开展理性饮酒倡导活动。在 2026 南京咪豆音乐节、盐城马拉松等活动期间设立理性饮酒专区, 向公众传播适度饮酒、理性消费的理念,提升消费者健康意识。同时,公司不断丰富产品组合,推出怡乐仙地红枣枸杞风味低醇啤酒、京 A 零感无醇啤酒等创新产品,为消费者提供更多元、更健康的选择,满足不同消费场景和需求。

在赋能员工方面,公司持续打造安全、包容和具有成长活力的组织文化。报告期内累计开展安全复训 61,211 人次,全国安全培训内训师队伍增至 151 人。公司持续完善人才发展和领导力发展体系,推进 AI 学院等学习发展项目建设。持续深化多元、平等与包容(DE&I)实践,通过 Women Can 项目、女性招聘月、女性成长助推计划等举措支持女性职业发展,并通过公益项目赋能社会女性群体。员工调研回答率达到 99%,员工敬业度提升至 90 分,同比提高 1 分;多元平等与包容、企业文化及员工福祉等核心指标均保持在 90 分以上。

未来,公司将继续以“酿造未来”ESG 计划为指引,围绕四大支柱推动各项举措落地,不断提升环境和社会价值创造能力,为企业高质量发展提供长期支撑。

(五)人才发展

2026年上半年,公司始终秉持“赋能、授权、支持和培养员工成长”的增长文化理念,围绕人才发展、领导力建设、组织文化、多元平等与包容(DE&I)、员工体验及雇主品牌建设,持续完善人员与文化体系,为业务增长和组织能力提升提供坚实的人才保障。

在人才与领导力发展方面,公司持续推进人才管理体系升级,应用新的潜能评估模型开展人才盘点、发展对话及个人发展计划(IDP),进一步提升关键人才识别与培养的科学性。围绕未来人才储备,公司启动销售人才池培养项目和中国区商务管理培训生项目,通过专业测评、导师辅导、轮岗实践及系统培养机制,加速高潜人才成长,打造面向未来的商业人才梯队。与此同时,公司持续推进领导力学院及“猛虎项目”等重点人才发展项目,推动领导力提升与真实业务课题深度结合,帮助管理者和关键人才在实践中提升战略思维、创新意识和经营能力。公司上线 AI 学院,并持续优化数字化学习平台“嘉油站”,进一步提升员工领导力、数字化及未来能力。

在文化建设与员工体验方面,公司围绕增长文化五项原则,持续推进增长文化大使、Culture Talk 管理者对话、文化故事传播及文化榜样认可项目,推动文化理念融入管理实践和员工日常行为。公司通过“我的心声”员工调研、报告解读、焦点小组及行动计划制定等机制,推动员工反馈有效转化为可追踪的改善举措,持续提升组织健康度和员工体验。

在多元平等与包容方面,公司持续深化 DE&I 实践,升级 Women Can 项目,举办全国跨业务单元妇女节活动及女性职业发展分享,并通过品牌公益项目支持社会女性发展。公司连续第三年开展“女性招聘月”,持续拓展女性职业发展机会;同时启动首期女性成长助推项目,加速女性人才培养与领导力发展。2026 年上半年,高级管理层女性占比持续提升。员工调研及反馈结果显示,公司包容开放的文化氛围和女性发展举措获得广泛认可,进一步巩固了 DE&I 文化优势。

在人才吸引与雇主品牌方面,公司持续深化校企合作,通过雇主开放日、职业探索项目、生涯发展活动及首届大学生商业挑战赛等举措,搭建青年人才连接商业实践的平台。招聘领域数字化能力持续提升,招聘流程、人才数据应用和候选人体验不断优化。上半年,公司荣获“幸福职场大奖”“大学生喜爱雇主”等多项认可,雇主品牌影响力和人才吸引力进一步提升。

(六)投资者关系管理

2026 年上半年,公司在广州举办“2025 年年度业绩说明会”,公司董事长 Jo?o Abecasis 先生、总裁李志刚先生等多位高管就公司战略、核心业务运营、财务经营表现、供应链优化、数字化转型等内容和投资者展开深度交流。交流过程中,投资者围绕行业趋势、产品布局及业务发展等话题进行提问,管理层逐一回应,沟通充分。交流会后设置专属新品品鉴环节,邀请投资者现场品鉴十余款新品,沉浸式感受公司产品创新成果。

此外, 在国际权威研究及评选机构 Extel 发布的 “2026 年度亚洲最佳管理团队(2026 All-Asia Executive Team)”评选结果中,公司荣膺“亚洲最受尊崇企业一一消费品: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,这是公司连续第四年跻身该权威榜单。与此同时,公司也获得证券时报投资者关系管理天马奖,新财富最佳上市公司,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:Jo?o Miguel Ventura Rego Abecasis

重庆啤酒股份有限公司

2026 年 8 月 18 日

证券代码:600132　　证券简称:重庆啤酒　　公告编号:临 2026-016

重庆啤酒股份有限公司 第十一届董事会第九次会议决议公告

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法律责任。

重庆啤酒股份有限公司第十一届董事会第九次会议通知于 2026 年 8 月 8 日发出,会议于北京时间 2026 年 8 月 18 日上午 10 点在广州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 Jo?o 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 2026 年半年度报告及报告摘要;

具体内容详见公司于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 2026 年半年度报告》及《重庆啤酒股份有限公司 2026 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、关于修订公司《董事会秘书工作制度》的议案;

表决结果:赞成 9 票,反对 0 票,弃权 0 票。

特此公告。

重庆啤酒股份有限公司

董 事 会

2026 年 8 月 20 日

公司代码:600118　　公司简称:中国卫星

中国东方红卫星股份有限公司 2026 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 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	中国卫星	600118	中国远东

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王燕鹏	—
电话	010-68118118(总机)	010-68118118(总机)
办公地址	北京市海淀区中关村南大街 31 号神舟科技大厦 12 层	北京市海淀区中关村南大街 31 号神舟科技大厦 12 层
电子信箱	600118@spacesat.com.cn	600118@spacesat.com.cn

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	13,797,042,575.24	13,201,298,080.22	4.51
归属于上市公司股东的净资产	6,404,611,130.93	6,365,044,137.99	0.62
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	1,885,317,136.19	1,320,962,723.21	42.72
利润总额	16,442,794.77	-40,735,126.22	不适用
归属于上市公司股东的净利润	34,565,755.40	-30,491,457.77	不适用
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	29,342,738.71	-35,840,317.31	不适用
经营活动产生的现金流量净额	-280,696,184.71	-52,015,744.66	不适用
加权平均净资产收益率(%)	0.54	-0.48	增加 1.02 个百分点
基本每股收益(元/股)	0.03	-0.03	不适用
稀释每股收益(元/股)	0.03	-0.03	不适用

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)	303,396
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	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、标记或冻结的股份数量	
中国空间技术研究院	国有法人	51.26	606,147,969	0	无	
中信建投证券股份有限公司－永赢国证商用卫星通信产业交易型开放式指数证券投资基金	其他	1.38	16,366,371	0	无	
中国建设银行股份有限公司－富国中证军工龙头交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.62	7,347,366	0	无	
中国农业银行股份有限公司－平安中证卫星产业指数型证券投资基金	其他	0.47	5,560,062	0	无	
中信建投证券股份有限公司－富国中证卫星产业交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.42	4,935,578	0	无	
UBS AG	境外法人	0.39	4,647,383	0	无	
中国银河证券股份有限公司－招商中证卫星产业交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.38	4,466,014	0	无	
招商银行股份有限公司－永赢高端装备智选混合型发起式证券投资基金	其他	0.35	4,197,504	0	无	
中国农业银行股份有限公司－华夏国证航天航空行业交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.34	3,996,197	0	无	
张贵洪	境内自然人	0.29	3,407,900	0	无	
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中,中国空间技术研究院与其他股东之间无任何关联关系,不属于一致行动人;公司未知其他股东之间是否存在关联关系,也未知是否属于一致行动人。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无					

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 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

证券代码:600118　　证券简称:中国卫星　　编号:临 2026-028

中国东方红卫星股份有限公司 第十届董事会第七次会议决议公告

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法律责任。

一、董事会会议召开情况

中国东方红卫星股份有限公司(简称:中国卫星或公司)第十届董事会第七次会议于 2026 年 8 月 18 日以现场结合通讯表决方式召开, 公司于 8 月 7 日以通讯方式发出了会议通知。本次会议应出席的董事十一位,实际出席的董事十一位,会议由董事长李大明主持,公司高级管理人员列席了会议。会议的召开符合《公司法》等有关法律法规和《公司章程》的有关规定,所做决议合法有效。

二、董事会会议审议情况

(一)中国卫星 2026 年半年度报告

表决结果:11 票赞成,0 票弃权,0 票反对,议案获得通过。

议案已经公司第十届董事会第七次会议审计委员会会议、独立董事 2026 年第四次专门会议审议通过,董事会审计委员会、独立董事对该议案发表了同意意见。

2026 年半年度报告全文及摘要详见 2026 年 8 月 20 日的《上海证券报》及上海证券交易所网站 www.sse.com.cn。

(二)中国卫星关于对航天科技财务有限责任公司的风险持续评估报告

表决结果:4 票赞成,0 票弃权,0 票反对,7 票回避,议案获得通过。

关联董事李大明、路明辉、姚钧、孔延辉、贾世宇、朱楠、王伟回避表决。

议案已经公司独立董事 2026 年第四次专门会议审议通过, 独立董事对该议案发表了同意意见。

报告全文详见上海证券交易所网站 www.sse.com.cn。

特此公告。

中国东方红卫星股份有限公司

董 事 会

2026 年 8 月 20 日

证券代码:600118　　证券简称:中国卫星　　公告编号:2026-029

中国东方红卫星股份有限公司关于对航天科技财务有限责任公司的风险持续评估报告

本公司董事会、全体董事及相关股东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。

一、财务公司基本情况

(一)财务公司基本信息

航天科技财务有限责任公司(简称:财务公司)于 2001 年成立,是由中国航天科技集团有限公司(简称:集团公司)及其成员单位共同出资设立的一家非银行金融机构,注册资本金人民币 65 亿元。经营范围为企业集团财务公司服务。

财务公司作为集团公司目前唯一一家现代金融企业, 在构建航天科技工业新体系进程中,立足于自身在金融和资本市场的专业优势,紧紧围绕“建设一流财务公司”的愿景,以充分发挥“金融平台”职能为己任,以“创建一流”为第一目标,以“服务航天”为第一要求,以“科学发展”为第一要务,以“风险防范”为第一责任,充分发挥资金融通、金融服务功能,成为成员单位“密不可分”的金融服务提供商,实现集团价值最大化。

(二)财务公司股东名称、出资金额和出资比例

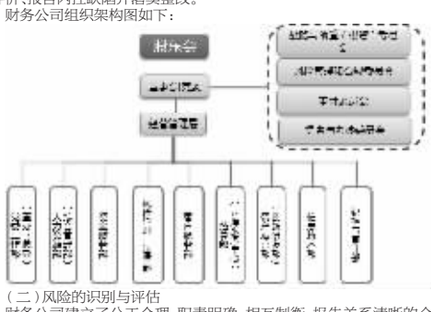
序号	股东名称	认缴金额(万元)	股权比例(%)
1	中国航天科技集团有限公司	222,300	34.20%
2	中国运载火箭技术研究院	94,640	14.56%
3	中国空间技术研究院	70,980	10.92%
4	上海航天技术研究院	65,905	10.01%
5	航天动力技术研究院	59,150	9.10%
6	西安航天科技工业有限公司	47,385	7.29%
7	中国长城工业集团有限公司	35,490	5.46%
8	中国航天时代电子有限公司	17,745	2.73%
9	四川航天工业集团有限公司	11,830	1.82%
10	中国航天空气动力技术研究院	11,830	1.82%
11	中国乐凯集团有限公司	4,420	0.68%
12	中国航天系统科学与工程研究院	3,120	0.48%
13	航天长征国际贸易有限公司	3,120	0.48%
14	中国四维测绘技术有限公司	2,925	0.45%

二、财务公司内部控制的基本情况

(一)控制环境

按照全面、制衡、审慎、适应的原则,财务公司建立了以风险控制为核心,在治理结构、机构设置、权责分配、业务流程等方面相互制约、相互监督的内部控制体系,基本覆盖了所有部门、岗位和人员,以及各项业务、管理过程和操作环节。财务公司内部控制体系包括内部控制职责、内部控制措施、内部控制保障、内部控制评价和内部控制监督五个方面。董事会承担深化内部控制管理的全面领导责任,统筹规划内控体系建设,监督经营层内控工作的实施;经营层执行董事会决策,制定系统化的制度、流程和方法,建立和完善内部组织机构,保证内控职责的履行并对内控体系的充分性和有效性进行监测和评价;风险管理部门是内控管理的职能部门,承担牵头组织开展内控建设,负责内控体系的落实和检查评价;审计部门履行内控的监督职能,负责对内控的充分性和有效性进行审计、报告发现的问题并监督整改;其他各部门负责制定和执行与自身职责相关的制度,负责按照规定开展内控自评价、报告内控缺陷并落实整改。

财务公司组织架构图如下:



(二)风险的识别与评估

财务公司建立了分工合理、职责明确、相互制衡、报告关系清晰的全面风险管理组织架构。董事会作为全面风险管理的最高决策层,对风险管理的有效性向股东会负责;董事会下设风险管理和合规委员会,对财务公司风险管理工作提出专业意见和建议;董事会下设的审计委员会对董事会及经营层风险管理履职情况进行监督评价; 经营层对财务公司的风险管理工作向董事会负责;财务公司设置独立的风险管理部门,牵头开展全面风险的日常管理工作。以风险管理三道防线为基础,遵循“权限互斥、互相制衡”的原则,财务公司相关部门划分为三支对风险管理承担不同职责的团队,覆盖信用风险、市场风险、操作风险、流动性风险等在内的各类风险,相互之间协调配合、分工协作、相互制衡,并通过独立、有效地监控,提高风险管理有效性。

(三)控制活动

1.深化规章制度体系建设

制定《年度规章制度建设计划》,加强对规章制度体系建设工作的统筹协调,严格开展规章制度审查和评估,着重解决依法合规、配套衔接、高效协同、权责统一等问题,切实提升规章制度建设质量。在开展树立和践行正确政绩观学习教育中梳理现行规章制度,修订公务接待、商务招待、费用管理、履职待遇等方面的一系列规章制度,将学习教育成果固化为制度机制。

2.推进内控缺陷整改

加强党委对内控缺陷整改工作的领导和协调, 将其纳入到巡视整改和金融治理整顿工作中,与业务发展和深化改革相结合一体化推进。财务公司强化“关键少数”内控监督约束,突出法人治理、采购管理、资金管理、合同管理及信贷、同业、投资业务等重点领域、关键环节、重要岗位常态化开展内控风险隐患排查;加强各监督部门的沟通联动,信息共享,形成监督合力,针对各类监督检查发现的重要问题及缺陷,组织开展倒查制度设计和执行环节的深层次原因,根据缺陷影响程度和情形,制定相应整改措施,明确责任人和整改完成时间,严格销号认定流程和标准,持续推动整改工作落实。

(四)内部控制总体评价

报告期内财务公司内部控制的设计和运行总体有效,不存在重大缺陷和重要缺陷。内部控制与经营规模、业务范围和风险特点相适应,以合理的成本基本实现了内部控制目标。

三、财务公司经营管理及风险管理情况

(一)财务公司主要财务数据

单位:亿元

	2026年6月末	2025年末
资产总额	1,553.15	1,581.02
负债总额	1,422.27	1