

证券代码：000729

证券简称：燕京啤酒

北京燕京啤酒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2019-08

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	国君资管：刘颜
时间	2019年7月19日下午
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	公司董事会秘书：徐月香
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、介绍公司概况</p> <p>2、行业发展变化</p> <p>从世界啤酒行业看，亚州已连续多年成为世界最大啤酒产区，中国更是全球啤酒消费量最大的国家。从国内啤酒行业看，整个行业处在由成长期向成熟期发展的阶段，少数几家企业已占据中国绝大部分市场份额。</p> <p>未来国内啤酒行业人均啤酒消费额、吨酒收入等还会持续提高。且随着啤酒行业的竞争升级、消费者需求的多元化，未来啤酒市场将迎来品质至上和价值回归时代。</p> <p>3、公司产品结构</p> <p>公司注重提高产品品质、优化产品结构，形成了普通酒以清爽为代表、中档酒以鲜啤为代表、高档酒以纯生为代表、个性化产品以原浆白啤为代表丰富且清晰的产品线，致力于打造中国最好的啤酒。</p>

	<p>4、新产品研发情况</p> <p>公司坚持清爽、鲜啤、纯生、白啤为代表产品的产品线。做好清爽产品保护市场和利润基础工作，重点抓好中高端产品发力关键点，推进鲜啤、听啤战略落地，扩大个性化高端产品供给，吨酒盈利能力不断增强。</p> <p>2019年，公司及子公司继续加大新产品研发力度，“七日鲜”“燕京U8”“燕京八景”等新品正在陆续上市、推广。</p> <p>未来吨酒价格一定是提升的，具体提升幅度会因不同市场地区间差异而呈现差异。</p> <p>5、公司高级管理人员的考评与激励机制</p> <p>在外埠企业，总部从2003年开始对外埠企业的管理团队，即各个区域市场的管理层建立了激励机制，采取了市场化的考核方式。经过十多年的不断优化，激励机制发挥作用显著。</p> <p>在总部，最近几年开始营销部门采用市场化激励模式，营销系统的收入与业绩完全挂钩，打破了原有国有控股的考核方式，目前来看，激励很到位，在市场上比较有竞争能力。</p> <p>现在，公司正在考虑对技术研发队伍和一些综合管理部门，特别是研发部门进行激励，这两年也加大了对科研成果的奖励力度。总体方向是：关键岗位、关键领域的激励一定要市场化。作为企业，没有市场化激励，企业很难长期发展。只有市场化激励，才能保持队伍稳定，才能保持队伍的战斗力的，才能保证企业未来的长期发展。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2019年7月22日