

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：2022-25

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 电话会议
参与单位名称及人员姓名	国盛证券：符蓉、郝宇新、黄铭良 安信自营：唐朝 博时基金：李佳、郑是春 财通资管：赵雯 成都海川汇富：孙梦鸽 创金合信：胡尧盛 大家保险：李德宝 淡水泉：林盛蓝 蜂巢基金：王映雪 富国基金：郭舒洁 高毅资产：王治璇 光大保德信：马鹏飞、王凯 光大永明：王鹏 光大资管：房俊 广发资管：林浩然 广银理财：郑少轩 国海富兰克林：赵钦 国华兴益资管：韩冬伟 国金证券：李本媛 国联安：王兴伟、呼荣权 国寿资产：王礼彬 国寿安保：李丹、王韞涵 中信资管：吕燕晨 中邮基金：马姝丽 国泰君安：陈力宇 和谐汇一资产：陈阳、刘天雨 浦银：李俐璇 恒越基金：王晓明 泓德基金：季宇、郑名洋 鸿道投资：张亚男 鸿德基金：于浩成 华安基金：王旭冉 华富基金：卞美莹 华宝基金：汤慧、吴心仪 华商基金：范一帆 华泰资管：冯潇 华夏基金：马生华、张露 华夏久盈：翟晓虹、肖桂东 汇安基金：许之捷 汇丰晋信：范坤祥 汇华理财：游彤煦 汇添富：田立、郑慧莲 惠升：严迪超 基石资本：刘凯娜 嘉实基金：左勇 建信基金：王麟锴 健顺投资：韩骋 交银基金：张程 金鹰基金：潘李剑 九泰基金：邓茂 民生加银：刘霄汉、袁浩 南方基金：赵舜、郑诗韵、周浩 农银汇理：浦天瑞 诺安基金：杨琨 诺德基金：郭纪亭 磐稳投资：王泽 鹏华基金：黄德庄、孟博 鹏扬基金：王亦沁 清和泉：帅也 人保养老：徐椰香 山楂树：岳路路 泰达：史佳璐

	<p>上投摩根：刘健 太保资产：李卓 太平资产：孙宛 泰康：郭嘉熙 天风证券：吴文德 信诚：吴昊 天弘基金：马雪薇 彤源投资：张伟欣 万家基金：高源、王琴 西部证券：冯萱 西南自营：邱思佳 汐泰投资：管为定 希瓦投资：韩雨蒙 新华基金：蔡春红、夏旭 新华资产：雷凯 信达奥亚：何思璇 星石投资：张海涛 兴银理财：王毅成 易方达基金：黄逸群 银河基金：施文琪 永赢基金：包恺 银华：王丽敏、洪亦秋、苏静然 源峰基金：张喆 中金：周悦琅 长安基金：朱施乐 中欧基金：李子精 中润投资：罗志强 长盛基金：吕睿竞 招商信诺资产管理：钱旖昕 朱雀基金：郭晶 中信产业投资基金：付竹云 中信证券：蒋祎、张恒源 94 家机构共计 115 人</p>
时间	2022 年 11 月 17 日
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、公司“十四五”期间发展战略及目标</p> <p>公司顺应消费升级趋势及行业竞争格局变化，将高质量发展作为“十四五”时期的发展主题，坚持新发展理念，通过“强大品牌、夯实渠道、培育客户、深耕市场、精实运营”五大战略途径，聚焦产品、渠道、市场三个重要抓手，采取多种措施，调整产品结构，发力中高端，加强品牌塑造和管理水平的提升，不断提升品牌影响力，提高市场竞争力，实现公司可持续、高质量的发展。</p> <p>未来五年，公司将进入战略重构期，在 2025 年前完成蜕变，主要经济指标呈现较快增长，市场建设质量显著提升。各级市场向升级换新，培育高端、超高端子品牌，渠道结构更加合理，扶持并壮大优质客户。实现发展质量更高、经济效益更优、创新</p>

能力更强、市场开拓更广、治理水平更好、品牌形象更佳的目标。

3、公司前三季度业绩情况

前第三季度，公司在做好疫情防控的前提下，实现营业收入1,132,198.42万元，同比增长9.01%；实现利润总额97,860.30万元，同比增长16.44%；实现归属上市公司股东净利润67,250.02万元，同比增长19.37%。公司按照既定的发展战略和发展模式，紧扣“高质量发展”主题，以“二次创业、复兴燕京”为主基调，持续开展线上线下一体化营销策略，全面实施全链路品牌营销，采用多种渠道和途径，开展多种营销活动持续推广品牌、提升品牌影响力，实现更绿色可持续、更高效、更和谐的增长。

4、公司采取何种举措保障自身高质量发展

公司对标国内外一流企业，持之以恒坚持精准、精细、精湛的工作标准，高度重视内部管理、强化风险防控、坚守制度防线，着力打造和推行精细化管理机制。2022年，公司重点完善了考核制度、强化了制度执行、加强了对财务管理、经营风险管理、绩效考评管理的有效监管，持续提高企业稳健发展和防风险能力，多维度打造精细化管理模式，提质增效，为公司高质量发展提供了可靠保障。

5、公司推进卓越管理体系

公司大力推进卓越管理体系建设，以追求组织的效率最大化和顾客的价值最大化为目标，用系统化、标准化、程序化、规范化的方法、标准和流程，开展自动化、智能化工厂技术改造，对生产系统、管理系统进行重塑和变革。

6、公司开展营销活动提升自身品牌势能

公司立足民族品牌优势，持续构建全方位立体新营销平台，采用多种渠道和途径，开展多种营销活动，持续推广品牌、提升品牌影响力，不断积聚品牌势能。

2022年以来，燕京啤酒通过积极开展冬奥营销、跨界合作第36届大众电影百花奖、继续签约一线艺人为品牌代言人等多项举措，充分利用各种媒介进行全方位、广覆盖、立体化品牌宣传，

线上线下联动打造燕京品牌年轻化、高端化、潮流化形象。同时，公司将“有你文化”升级为品牌文化，强调了燕京啤酒与消费者之间的交互和共享，持续强化企业文化的引领作用。

7、公司推进 U8 大单品战略的成效

公司持续推进燕京 U8 大单品战略，优化产品结构、推进消费升级、培养新增长点、增强竞争力。通过持续开展线上线下一体化营销策略，公司全面实施全链路品牌营销，采用多种渠道和途径，开展多种营销活动，U8 销量不断提升。

8、2022 年双 11 大促期间的电商销售业绩

在 2022 年双十一大促期间，燕京啤酒电商渠道全面高速增长，行业排名再创新高，多平台增速领跑行业，在头部品牌保持高增速，体现了燕京啤酒品牌极强的生命力与增长性。

双 11 活动黄金 28 小时，电商全渠道 GMV 同比增长 100%，销量同比增长 80%，店铺访客同比增长 115%。其中，京东旗舰店、天猫旗舰店平台，取得 TOP1 和 TOP2 的优异成绩，京东自营也登顶 TOP3。

燕京 V10 精酿白啤在双 11 期间斩获天猫平台白啤品类销售额第一及天猫燕京啤酒官方旗舰店单品销量第一，在天猫燕京啤酒官方旗舰店单日销量超过 20000 箱，GMV 较日常增长 1000%，成为中高端啤酒产品中备受消费者欢迎的人气爆款，更加值得一提的是，这已经是燕京 V10 精酿白啤连续两年获得白啤品类第一。

9、公司产品结构升级

公司持续实施大单品战略，加速燕京啤酒高端化的进程，形成以燕京 U8、燕京 V10、新雪鹿为代表的大单品与特色产品组合的产品矩阵；创立了“狮王精酿”独立高端品牌，推出世涛、酒花酸小麦等多款新产品。2022 年，新品“鲜啤 2022”、U8plus 及高端拉格 Super12 皮尔森等陆续推出，进一步丰富了公司中高端产品矩阵，形成了“以清爽酒为基础、以中档酒为主突破、以高档酒提升品牌价值”的产品战略，促进产品结构优化升级。

公司通过聚焦 U8、鲜啤、原浆白啤等优势产品做大做强，通过开

	<p>发“燕京八景”文创产品推动精酿发展，通过燕京社区酒號融合城市特色和啤酒文化，拉近与消费者的距离，促进消费者对产品的感知与了解。</p> <p>10、公司 ESG 建设及相关工作</p> <p>公司高度重视 ESG 建设及相关工作，将 ESG 管理融入公司发展战略，不断提升公司 ESG 治理及管理水平，截至 2022 年，公司已连续十四年披露了社会责任报告。2022 年，公司成立了 ESG 专业委员会，制定了公司 ESG 战略规划，建立了合理的议事规则，形成自上而下的 ESG 管理组织体系。未来公司会按照落实新发展理念的要求，进一步推进 ESG 信息披露。</p> <p>11、公司企业文化建设</p> <p>“热爱有你、燕京有我”是新时期燕京企业文化与价值观的传承与升级，是“十四五”时期企业文化追求的高度凝炼，是燕京与消费者沟通、互动的情感诉求，是统一思想、凝聚共识、决战决胜的坚定信心，是驱动燕京企业文化建设与价值观重塑的精神主轴，是推进“二次创业、复兴燕京”、推动高质量发展的文化支撑。“热爱有你、燕京有我”简称“有你文化”，@you 是“有你文化”的专属符号。“有你文化”的内涵：客户至上的经营理念是“有你文化”的核心思想，包容并蓄的开放心态是“有你文化”的基本态度，唱响主旋律弘扬正能量是“有你文化”的精神主线，有你有我是“有你文化”的责任使命和品质服务的庄重承诺，“你就是我、我就是你”是“有你文化”的融合目标。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 11 月 18 日