

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：2025-10

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	富国基金：赵宗俊、李元博、彭陈晨、毛联永、杨勇胜 国盛证券：李梓语、黄越 2家机构共计7人
时间	2025年7月10日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书、总法律顾问：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、关于市场拓展与业务推进</p> <p>答：在市场拓展与业务推进上，公司从产品、渠道和区域三方面协同发力。产品端，持续加大U8产品体系研发投入，提升产品竞争力，同时加大罐装产品推广力度，重点发力零售渠道，以满足消费者多样化需求。渠道端，深化品销协同策略，线下强化终端铺货，提高产品市场覆盖率；线上拓展即时零售渠道，打破传统渠道壁垒，构建全渠道销售网络，提升销售效率与消费者购物体验。区域端，在百县工程基础上新增百城工程，深入挖掘强势市场增长潜力；通过“总分共建”模式强化空白市场布局，推动公司业务在全国范围内的均衡发展。</p> <p>3、公司新推出汽水产品有何优势？</p> <p>答：公司新推出的汽水产品在以下方面具备优势。在渠道方面，充分利用现有成熟啤酒渠道网络，聚焦火锅店、烧烤店等餐</p>

	<p>饮现饮场景快速铺货。消费组合上，打造“啤酒+汽水”模式，契合餐饮场景中消费者多元化饮品需求。品牌与市场定位层面，依托燕京啤酒品牌优势，精准锁定年轻消费群体，挖掘产品“倍爽倍欢乐”的情感价值，与年轻消费者建立情感共鸣，通过多元营销加强互动，提升品牌在年轻群体中的影响力与美誉度。</p> <p>4、现在的消费趋势越来越健康，公司有生产这方面的产品吗？</p> <p>答：公司的主要产品中包含九龙斋酸梅汤和纳豆相关制品。其一，九龙斋酸梅汤是北京老字号产品，道光三十二年刊《燕京岁时记》载：“酸梅汤以前门九龙斋为京都第一”。解油腻，喝九龙斋”，也非常符合现代人健康需求，更加契合餐饮消费情景。其二，燕京牌纳豆是以大豆为原料，经纳豆芽孢杆菌发酵制成的大豆深加工制品，富含人体必需氨基酸、维生素以及钙、铁、钾、维生素 K2 等营养成分，且这些营养元素易被人体吸收，具有极高的营养价值。此外，公司还研发了燕京牌纳豆胶囊，它是国家食品药品监督管理局批准的纳豆类国食健字保健食品，其标志性成分包含粗多糖、纳豆芽孢杆菌和纳豆激酶，具备免疫调节的保健功能。以上产品均能满足消费者对健康产品的追求。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2025 年 7 月 10 日