

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：2026-01

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	通过全景网参与公司 2025 年度业绩说明会的投资者
时间	2026 年 5 月 8 日（星期五）15:00-16:30
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ <a href="https://ir.p5w.net">https://ir.p5w.net</a> ）
上市公司接待人员姓名	董事长耿超 总会计师严峻 副总经理、董事会秘书、总法律顾问徐月香 独立董事郭晓川 广发证券分析师郝宇新
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司于 2026 年 5 月 8 日(星期五)15:00-16:30 在全景网“投资者关系互动平台”（<a href="http://ir.p5w.net">http://ir.p5w.net</a>）举办 2025 年度业绩说明会，本次年度业绩说明会采用网络远程的方式举行。业绩说明会主要内容如下：</p> <p><b>1、请问管理层，公司 2025 年净利润表现亮眼，是如何实现的？</b></p> <p>答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！公司净利润快速增长，主要得益于产品结构持续优化、优势市场不断增加、成本管控精准有效、运营效率显著提升和人力资源的充分发挥。公司扎实推进大单品战略，中高端产品占比稳步提高，带动整体盈利水平改善；同时通过供应链优化、精益管理、数字化建设深挖降本增效</p>

空间，经营质量持续改善，推动利润实现高质量快速增长。

**2、公司拳头产品是什么，盈利如何？**

答：燕京 U8 是公司“十四五”期间的核心大单品之一，长期价值突出、市场成长空间广阔。2025 年销量 90 万千升，同比增长 29.31%，增量 20.1 万千升，继续保持强劲增长态势，为提升公司产品结构和盈利能力提供了有力的战略保障。2026 年 3 月，公司重磅推出了一款全新单品燕京 A10，公司将以高端化、全国化、场景化为方向，重点覆盖中高端餐饮等高价值渠道，推动高势能市场，坚持高标准品质与稳定供应，致力于将燕京 A10 打造成为继燕京 U8 之后又一全国性标杆单品。

**3、首先祝贺燕京在“十四五”期间的优异表现，另外请问 2026 年公司要怎么做保证持续增长？**

答：2026 年是“十五五”开局之年，我们将继续深耕啤酒主业，稳步推进“一核两翼”布局，持续深化产品创新与结构升级，聚焦市场机遇、做强核心竞争力，在存量竞争中深挖增量空间；以新质生产力为引领，强化创新驱动，推动产品迭代与技术突破，依托数字化、绿色化赋能全链条效能提升；进一步完善公司治理，强化合规风控与市值管理，以更稳健的增长、更优质的回报，回馈每一份信任。

**4、“十五五”期间，公司将构建怎样的业务布局？**

答：感谢您对燕京啤酒的关注和支持！“十五五”期间，公司将着力构建“一核两翼”业务布局，形成“啤酒+饮料+健康食品”协同增长的发展生态。

**5、请问耿董，2025 年公司主要指标创历史新高，未来是否还能保持这样的盈利质量与增长？**

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！2025 年公司营收、利润均创历史新高，盈利结构更趋健康，现金流稳健，费用管控到位，增长具备坚实基础。未来公司将继续坚持提质增效、结构升级与管理提效并重，确保业绩增长具备稳定性与可持续性。

**6、我长期关注国内啤酒行业发展，请分析国内啤酒行业高**

**端啤酒的发展趋势和未来前景。**

答：参考海外国家精酿啤酒发展历程，精酿是啤酒工业化后期的产物，依赖于消费者收入提升、酿造技术迭代与消费者对多元化啤酒的追求，中国当前居民可支配收入持续提升、啤酒高端化仍在途中，传统拉格啤酒不断升级，精酿啤酒亦有表现，同时国内的精酿啤酒在传统精酿之外，诞生出了非常具有“中国特色”的风味精酿，我国地大物博，具有极为丰富的水果种类储备以及药食同源的历史文化，这对精酿的未来发展有很大帮助。

**7、刚看了贵司发布的年报和一季报，表现非常亮眼，请问未来对业绩增长还有信心吗？有什么措施？**

答：“十五五”时期是燕京核心竞争力的再造周期，是在“十四五”战略成果基础上进行的战略深化与升级。我们将坚持“二次创业、复兴燕京”的主基调，以变革创新为动力，打造卓越、新质、数智、绿色、融合的发展新格局，实现企业健康盈利和持续增长。

公司将夯实三大核心增长引擎，驱动高质量持续发展。一是深化大单品战略，持续优化产品结构，稳步提升中高端产品营收与毛利占比，强化品牌价值与市场壁垒，筑牢主业基本盘。二是深耕内部经营挖潜，全面推进精益管理与数智化转型，常态化落实降本增效，持续增厚盈利空间。三是稳步布局多元化经营，打造多板块协同发展格局，有效对冲行业周期波动，培育第二增长曲线。

**8、耿总您好，公司提出的“百城百县”工程来强化区域精耕，目前全国化布局进展如何？另外，燕京的差异化竞争策略是什么？**

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！公司坚持以“全渠道融合+区域深耕”为双引擎，系统激活市场增长潜力，构建全渠道销售网络，优化布局区域策略，实施“双百工程”，形成梯度化市场开发策略。通过区域资源倾斜与差异化策略，持续扩大销售网络和市场覆盖范围，提升渠道覆盖力和渗透率，实现“强势市

场深挖潜、新兴市场快布局”的良性循环，在全国化布局与销量双突破的同时，在新兴市场和消费新场景中不断推进市场拓展与产品升级。

**9、当前，在非现饮渠道竞争日益激烈的情况和背景下，贵公司应对策略有哪些，将如何优化渠道结构？**

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！面对非现饮渠道竞争日趋激烈的行业环境，公司积极推进渠道结构优化升级，构建全渠道销售网络并不断完善布局策略。一方面持续巩固传统渠道优势，通过数字化手段提升终端运营效率；另一方面大力拓展电商、即时零售等新兴渠道，强化与大型连锁商超的协同合作，补齐渠道短板，提升薄弱环节，推动各渠道均衡发展、协同增效。

**10、关注到燕京产品还是挺多的，麻烦请公司介绍一下目前主营产品都有哪些？接下来在新品研发和产品创新这块有哪些规划呢？会不会再多出一些高端款产品？**

答：公司主营啤酒、饮用水、饮料等产品的生产与销售。啤酒板块主要包括燕京清爽、燕京 U8、燕京鲜啤、燕京 V10 精酿白啤、狮王精酿、漓泉 1998、漓泉全生态、漓泉原浆、惠泉一麦、惠泉欧骑士等系列产品。非啤酒板块主要包括桶装及瓶装饮用水、九龙斋饮料、倍斯特汽水，同时布局燕京纳豆等特色产品，多品类协同发展，充分满足不同消费群体与场景需求。

公司始终紧密贴合市场趋势与消费需求变化，在巩固现有核心产品优势的基础上，持续丰富健康饮品、高端精酿、特色风味、季节限定等创新品类，不断完善多层次、差异化、多元化的产品矩阵。公司将持续推进高端化进程，根据市场需求与消费趋势，加大研发创新力度，全面提升产品品质与消费体验，精准匹配不同场景、不同年龄段的消费需求，以产品创新激活市场活力。

**11、对于当下啤酒市场发展趋势，公司这边是怎么判断和看待的？公司如何平衡大单品与全品类发展，避免单一依赖？**

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！当前啤酒行业已进入存量提质、结构升级、渠道重构、品牌集中的新阶段，消费向高

端化、健康化、场景化、年轻化加速演进，即时零售等新渠道快速崛起，行业整体呈现“量稳质升”的发展格局。纵观近十年的酒类市场变迁，啤酒无疑是国民参与度最高、发展轨迹最稳健的品类，产量波动平缓，消费基础坚实。这种行业特质，为我们提供了持续经营、稳健发展的最有利环境。公司将顺应行业趋势，坚持高端化、多元化、数智化、绿色化发展，持续做强啤酒主业，聚焦市场机遇，在存量竞争中深挖增量空间，进一步巩固增长势头、扩大发展优势。

公司坚持以核心大单品为引领，充分带动全品类发展，合理统筹大众基础产品、主流畅销产品及区域特色产品协同发展，构建层次清晰、搭配合理的全品类产品矩阵，实现大单品强势赋能、多品类协同联动的韧性发展格局，推动实现整体运营效率与经营质量稳步提升。

**12、请问独立董事，您认为上市公司应该怎样切实维护好中小股东权益？**

答：作为公司独立董事，我谨慎、勤勉、尽责地履行职责，全面关注公司发展状况，特别是重大经营活动、财务状况、法人治理结构及规范运作情况，及时了解公司经营情况和财务状况，积极出席相关会议，认真审议董事会各项议案并对重大事项发表独立意见，充分发挥独立作用，切实维护了公司和股东尤其是中小股东的利益，充分发挥了独立董事的作用。

我认为公司主要通过以下举措确保了中小股东的合法权益：

1、完善治理机制：严格落实董事会、股东会和经理层规范运作，中小股东在股东会中享有平等表决权，通过网络投票保障中小股东参与权，并对单独计票结果进行披露。

2、畅通沟通渠道：设立投资者热线、邮箱及互动平台，举办业绩说明会和投资者交流会，管理层及时回应中小股东关切和问询；同时通过现场调研、电话会议、参加路演和策略会等方式加强投资者沟通和交流，并按照监管规定披露调研活动记录。

3、强化监督制衡：独立董事、审计委员会严格履行监督职责，

对涉及中小股东利益的议案进行审查，确保决策公平性；公司内控体系建设完备并持续优化，防范利益输送风险。

4、规范信息披露：重点关注关联交易等领域，强化及时公开地信息披露，保护中小股东的合法权益。

**13、燕京这些年的发展有目共睹，U8 卖的非常好，公司对 U8 的战略价值如何评价？**

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！燕京 U8 是公司“十四五”期间的核心单品之一，五年时间销量从 10 万千升提升至 90 万千升，年复合增长率超 50%，保持强劲增长态势，得到了消费者、市场和客户的广泛认可，为提升公司产品结构和盈利能力提供了有力的战略保障。从某种角度上来说，燕京 U8 对于燕京而言，不仅仅是一款全国大单品，同时还承载着市场化改革、供应链转型、数字化建设、价格管理和卓越管理体系落地的重要使命。

**14、看到燕京啤酒推出了新品 A10 啤酒，与 U8 有什么不一样？**

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！2026 年 3 月，公司重磅推出了一款全新单品燕京 A10，依托原料技术与工艺创新的双重突破，使产品表达出兼具浓郁醇厚与柔和爽口的“满分口感”。作为企业“十五五”开局之年上市的一款全麦旗舰新品，燕京 A10 承载着强化品牌影响力、加速高端化进程、构建新的增长极的战略作用。公司将以高端化、全国化、场景化为方向，重点覆盖中高端餐饮等高价值渠道，推动高势能市场布局，坚持高标准品质与稳定供应，致力于将燕京 A10 打造成为继燕京 U8 之后又一全国性标杆单品。

**15、我是燕京的一名投资者，非常关注公司的发展，从年报上看，贵司 2025 年的业绩非常好，请问燕京是如何维持利润高增速的？**

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！公司坚持高质量发展优先，在保持营收稳健增长的同时，更加注重结构优化、效率提升与盈利改善。未来将持续推动产品升级、渠道提效与成本管控，

实现规模与效益同步提升。

**16、现在各啤酒企业都在发展中高端产品，请问燕京中高端产品整体营收情况如何？未来有何发展计划？**

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！目前公司中高端产品营收占比不断提升，依托燕京 U8 等核心单品持续稳步增长，叠加特色系列产品协同发力，中高端产品矩阵持续完善，有效拉动整体毛利水平稳步提高。当前啤酒行业消费升级趋势持续深化，品质化、高端化、差异化发展特征愈发凸显。公司将持续深化产品结构升级，加大新产品研发与投入力度，重点布局高线价格带、高端精酿及特色创新品类，持续丰富中高端产品体系，稳步提升中高端销售占比，进一步筑牢企业盈利基础，增强企业经营盈利韧性与核心市场竞争力。

**17、想品尝一下公司最新发布的 A10 产品，目前在市场上能买到吗？**

答：感谢您对燕京啤酒的关注！2026 年 3 月公司上市的高端新品燕京 A10，燕京 A10 是公司以“纯粹匠心，酿经典之作”为品牌主张，推出的一款全麦新品。公司将以高端化、全国化、场景化为方向，重点覆盖中高端餐饮等高价值渠道，推动高势能市场布局，坚持高标准品质与稳定供应，持续提升燕京 A10 的品牌声量与终端动销，致力于将 A10 打造成为继 U8 之后又一全国性标杆单品。欢迎您购买与品尝！

**18、我一直都在喝燕京啤酒，尤其是鲜啤，新品 A10 什么时候出**

答：多谢您对燕京的认可和支持，新品燕京 A10 已经在 2026 年 3 月底在全国上市，知名演员胡歌作为本品的代言人，近两个月来，新品市场表现非常亮眼。

**19、最近在餐馆喝了倍斯特，是你们的产品吗？**

答：感谢您对燕京啤酒的关注和支持！倍斯特汽水是公司首款全国饮料大单品，以其独特的口感和丰富的口味，为消费者提供更多元化的选择。

**20、目前中东局势对国内啤酒行业发展有什么影响，是否影响整体行业销量和利润？**

答：油价上涨对销量影响较小，主要还是影响企业生产成本。从啤酒行业的成本拆解来看，啤酒主要成本为包材、麦芽和其他农产品等，其主要原辅材料受油价直接影响较小，预计油价提升对国内成品啤酒以及进口原材料的运输成本产生一定影响，但运费占比相对较小，且啤酒企业产能大多分布于不同区域、可以通过产能规划进行回避。

**21、公司作为国企拥有超过 51 的股份，相当于拥有绝对话语权，公司如何保障众多中小股东利益？**

答：公司始终将中小股东利益放在首位，通过强化信披质量、严格遵循上市公司规范运作要求、结合实际情况制定实施现金分红方案、积极与投资者沟通交流等多项措施，持续致力于提升公司价值，切实维护全体股东权益。

**22、领导，您好！我来自四川大决策 请问，2025 年公司核心大单品燕京 U8 销量同比增长 29.31，2026 年一季度该产品的渠道动销、区域拓展情况如何？全年 U8 的销量增长目标与市占率提升规划？**

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！燕京 U8 是公司核心大单品，2025 年销量达到 90 万千升，同比增长 29.31%，继续保持强劲增长态势。2026 年一季度，燕京 U8 延续良好发展势头，继续保持近 30%的高增速，渠道动销稳健，市场覆盖和终端渗透持续提升。

在区域拓展方面，公司将继续坚持全国化布局与区域精耕并重，依托“全渠道融合+区域深耕”策略，深入推进“百城百县”工程，持续提升 U8 在优势市场的渗透率，加快新兴市场布局，推动“强势市场深挖潜、新兴市场快突破”。

关于全年目标，公司将围绕 U8 长期价值和市场成长空间，持续加大资源投入，强化渠道精耕、场景拓展和品牌传播，推动 U8 稳步放量，进一步提升市场份额和品牌影响力。公司指定信息披

露媒体为《中国证券报》《证券时报》《证券日报》《上海证券报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn），请投资者以公司在上述媒体上刊登的公告信息为准。

**23、耿总您好，首先恭喜燕京啤酒取得亮眼的成绩，在取得好成绩的同时也有几个问题想要问一下，1. 相比于同行燕京今天的成绩至少晚了 5 年时间，请问造成这一局面的主要问题是什么？谁应该为此负责？2. 燕京从上市以来无论是分行还是股票表现在啤酒行业都是垫底，近两年虽然分行有所上升但是分行比例依然不高，相对于重啤更是少的可怜，请问公司今后在这方面会有什么措施？**

答：过去五年燕京连续实现快速增长，企业改革和经营质量显著提升，过去五年我们分红金额每股增长 10 倍以上，公司将致力于高质量发展，以长期回报回馈广大投资者。

**24、U8 还没有完全开发完毕，为什么还要退出只贵一点点处于差不太多的 A10**

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！燕京 U8 是公司核心大单品之一，现阶段，燕京 U8 渗透率仍有较大提升空间，公司将持续强化 U8 核心地位，围绕产品创新、场景拓展、渠道精耕加大资源投入，充分发挥大单品引领作用，稳步扩大市场覆盖面与品牌影响力。

2026 年 3 月，公司重磅推出了一款全新单品燕京 A10，依托原料技术与工艺创新的双重突破，使产品表达出兼具浓郁醇厚与柔和爽口的“满分口感”。作为企业“十五五”开局之年上市的一款全麦旗舰新品，燕京 A10 承载着强化品牌影响力、加速高端化进程、构建新的增长极的战略作用。公司将以高端化、全国化、场景化为方向，重点覆盖中高端餐饮等高价值渠道，推动高势能市场，坚持高标准品质与稳定供应，致力于将燕京 A10 打造成为继燕京 U8 之后又一全国性标杆大单品。

**25、请问公司最新的股东总户数是多少？**

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！截至 2026 年 4 月 30

	<p>日，公司股东总户数为 61,365 户。</p> <p><b>26、请问公司本年度是否会推出股权激励计划？</b></p> <p>答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！公司高度重视人才队伍建设与长效激励约束机制构建，致力于通过科学激励绑定核心员工、管理层与公司、全体股东的长期利益。公司将结合发展战略、经营状况、业绩目标、人才队伍需求及资本市场环境、监管政策要求等多重因素综合研判，持续完善长期激励机制。</p> <p><b>27、耿董好！我从读本科的时候就一直关注燕京啤酒，现在研究生快毕业了，很想到燕京工作，请问贵司目前还招不招人？</b></p> <p>答：感谢您对燕京啤酒的关注和支持！请您关注公司的招聘信息，欢迎加入燕京大家庭！</p> <p><b>28、最近看到了贵公司连续几年都发布了可持续发展报告，能不能介绍一下燕京在 ESG 方面都做了什么？</b></p> <p>答：公司始终将 ESG 理念深度融入战略治理与日常运营，始终认为企业的价值不仅体现在经营业绩上，更在于对环境、对社会的责任担当。公司将数字化、绿色化融入运营全流程，以效率提升赋能高质量发展。数字化转型的纵深推进、供应链体系的深层次变革，让运营决策更精准、履约更高效，绿色生产理念的深入践行，从能源结构优化到碳足迹管理，既回应了时代赋予的社会责任，也构筑了长期竞争优势。2025 年，Wind ESG 评级提升至 AA 级，位列饮料行业前列；MSCI 评级由 B 提升至 BB，处于国内啤酒行业领先水平。再次入选“北京市属国有控股上市公司 ESG·先锋 30 指数”，案例入选社会责任蓝皮书、上市公司可持续发展最佳实践案例和北京市属国有控股上市公司十佳报告。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2026 年 5 月 8 日