

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：2026-08

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☒其他 电话会议
参与单位名称及人员姓名	鹏华基金：孟昊、张华恩、谢添元、李树培 广发证券：符蓉、郝宇新 2家机构共计6人
时间	2026年7月23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	1. 介绍公司概况 2. 公司新品燕京 A10 策略 答：2026年3月，公司重磅推出全新单品燕京 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。 3. 公司产品布局 答：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，燕京 U8、燕京 A10 和 V10 精酿白啤为代表的全国大单品以及狮王高端独立品牌，覆盖不同消费场景，满足不同消费群体与场景需求，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，推动整体运营效率与经营质量稳步提升。

4. 公司在成本控制和费用效率方面举措

答：公司坚持开源增收与节流降本并举，全方位提升经营效益。持续优化产品结构，稳步提升营收水平。在成本管控方面，公司高度重视供应链安全和精细化运营，在采购、生产、物流、费用全环节推行精细化管理。面对原料及包材价格波动，公司通过集中采购、供应商协同、合理库存排布、工艺优化、节能降耗等多项举措，主动缓释外部成本冲击。公司在所有生产基地纵深推进卓越管理体系建设，依托供应链、数字化长效提高运营效率，费用资源精准投向市场、品牌、产品及团队建设。构建全国一盘棋运营机制，强化总部与各区域协同联动，统筹调配各类资源，提升整体投入产出效率，以资源配置优化、运营成本改善驱动盈利能力提升。

5. 公司渠道建设情况

答：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，公司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。同时坚持长期主义，常态化推进“双百工程”，并加快营销数字化系统，实现对既有市场运营效率、市场响应和终端精细化管理水平的提升。

6. 公司高度重视股东投资回报

答：在保持经营业绩增长的同时，公司重视与股东分享成果，通过实施持续、稳定的现金分红积极回报投资者。2025 年度公司首次实施“双分红”。2025 年前三季度，公司每 10 股派现金股利 1.00 元（含税），分配现金股利 2.82 亿元；2025 年末，公司每 10 股派现金股利 2.00 元（含税），分配现金股利 5.64 亿元。公司 2025 年度现金分红金额总计 8.46 亿元。公司自上市以来已累计现金分红超 53 亿元。公司凭借优异分红表现，荣登中国上市公司协会 2025 年上市公司现金分红榜单。

7. 公司非啤酒业务情况

答：公司在“十五五”规划中确立了“一核两翼”发展战略，“一核”即以啤酒为主业核心，“两翼”分别为健康食品和饮料业务。啤酒主业始终是公司的核心业务和利润基础。健康食品方面，公司以纳豆系列为核心，契合大众健康消费需求，形成丰富的产品组合，板块盈利

	稳步提升。饮料板块方面，公司运营九龙斋、倍斯特产品，并新开发了红豆薏米、五黑茶等蒸煮健康饮品。其中，倍斯特汽水是公司首款全国饮料大单品，为消费者提供更多元化选择。 公司非啤酒业务将坚持与主业协同、稳健推进的原则。两翼业务可以与啤酒渠道适度复用，实现业务周期互补，为公司提供多元化增长支撑。
附件清单（如有）	无
日期	2026 年 7 月 23 日