

公司研究 | 点评报告 | 燕京啤酒 (000729.SZ)

燕京啤酒跟踪点评：重看改革路，书写新篇章

报告要点

历经内部改革，燕京啤酒迎来新生。作为老牌北京啤酒企业，燕京啤酒曾因淘汰过剩产能及高端化转型速度落后于其他公司，产品销量持续下滑，2021 年公司归母净利率仅 1.9%，与行业有较大差距。2021 年，燕京啤酒在耿董事长的带领下正式开启了蜕变之旅，几年间实现了收入、利润快速增长，通过 U8 大单品战略、内部改革提效，公司实现了收入、利润快速增长，盈利能力实现质的跨越。

分析师及联系人



董思远

SAC: S0490517070016

SFC: BQK487



冯莹

SAC: S0490524060001

燕京啤酒 (000729.SZ)

2026-01-27

公司研究 | 点评报告

投资评级 买入 | 维持

燕京啤酒跟踪点评：重看改革路，书写新篇章

事件描述

公司发布 2025 年业绩预告，2025 年归母净利润为 15.84-17.42 亿元，同比+50%-65%，扣非归母净利润为 14.57-15.61 亿元，同比+40%-50%，

事件评论

- **历经内部改革，燕京啤酒迎来新生。**作为老牌北京啤酒企业，燕京啤酒曾因淘汰过剩产能及高端化转型速度落后于其他公司，产品销量持续下滑，2021 年公司归母净利率仅 1.9%，与行业有较大差距。2020 年，耿超出任北京燕京啤酒集团有限公司党委书记、董事长，逐步推动燕京啤酒的市场化经营机制、产能布局、创新体系等改革，2022 年 5 月 18 日公司第八届董事会第十四次会议选举耿超先生为燕京啤酒董事长，并按照《公司章程》规定，担任公司法定代表人，燕京啤酒在耿董事长的带领下正式开启了蜕变之旅。
- **自 2021 年公司实现了收入、利润大幅增长，盈利能力实现突破。**销量端，凭借燕京 U8 逆风翻盘，实现销量增长，2024 年公司销量达到 400 万吨左右，较 2020 年增长 47 万吨左右，我们预计 2025 年销量增长态势延续。吨价端，燕京 U8 开启公司高端化之路，吨价不断提升。2020-2024 年公司吨价 CAGR 为约 4%，我们预计 2025 年公司吨价仍保持上涨态势。利润端，内部改革提效显著，子公司减亏，盈利能力大幅提升。2024 年公司归母净利率为 7.2%，预计 2025 年有望突破 10%。
- **除啤酒主业，公司也在保健品、饮料等新业务上不断探索，目前已初具规模。**保健品方面，子公司推出纳豆系列产品，市场销售表现良好，是公司大健康产业重要一环。饮料方面，去年公司推出倍斯特汽水在北京市场顺利铺货，与啤酒业务实现协同。我们预计 2025/2026/2027 年公司归母净利润为 16.5/19.7/22.5 亿元，对应 EPS 为 0.6/0.7/0.8 元，对应 PE 为 21X/18X/15X，公司 U8 单品势能依旧，叠加十五五公司保健品、饮料业务等或创造增量，维持“买入”评级。

风险提示

- 1、需求恢复不及预期；
- 2、行业竞争进一步加剧；
- 3、消费者消费习惯发生改变风险；
- 4、新业务发展不及预期。

请阅读最后评级说明和重要声明

公司基础数据

当前股价(元)	12.28
总股本(万股)	281,854
流通A股/B股(万股)	250,961/0
每股净资产(元)	5.62
近12月最高/最低价(元)	14.46/10.70

注：股价为 2026 年 1 月 26 日收盘价

市场表现对比图(近 12 个月)



资料来源：Wind

相关研究

- 《燕京啤酒 2025 年三季报业绩点评：U8 持续高增，公司盈利改善》2025-10-28
- 《燕京啤酒 2025 年中报点评：U8 保持高增，多元化发展见雏形》2025-08-19
- 《燕京啤酒 2025 年一季报点评：U8 强势能延续，公司利润快速增长》2025-05-02



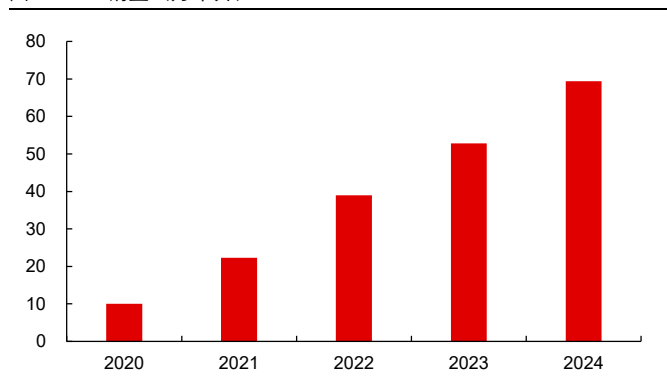
更多研报请访问
长江研究小程序

挥别十四五，重看改革路

历经内部改革，燕京啤酒迎来新生。作为老牌北京啤酒企业，燕京啤酒曾因淘汰过剩产能及高端化转型速度落后于其他公司，产品销量持续下滑，2021 年公司归母净利率仅 1.9%，与行业有较大差距。2020 年，耿超出任北京燕京啤酒集团有限公司党委书记、董事长，逐步推动燕京啤酒的市场化经营机制、产能布局、创新体系等改革，2022 年 5 月 18 日公司第八届董事会第十四次会议选举耿超先生为燕京啤酒董事长，并按照《公司章程》规定，担任公司法定代表人，燕京啤酒在耿董事长的带领下正式开启了蜕变之旅。

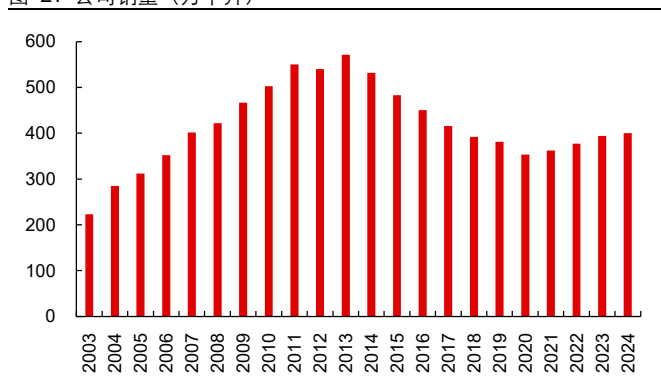
销量端，凭借燕京 U8 逆风翻盘，实现销量增长。2020 年 U8 上市，第一年销量便突破 10 万吨，第二年实现 123% 左右增长。2022 年，公司提出“二次创业，复兴燕京”的口号，并提出要在“十四五”期间将燕京 U8 打造成百万吨的超级大单品，2025 年我们预计燕京 U8 销量有望超过 90 万吨，向百万吨级靠近。通过集中公司资源合力推广燕京 U8 这只全国性大单品，公司销量从 2021 年止住下滑态势，重回增长通道。2024 年公司销量达到 400 万吨左右，较 2020 年增长 47 万吨左右，我们预计 2025 年销量增长态势延续。

图 1：U8 销量（万千升）



资料来源：公司公告，长江证券研究所

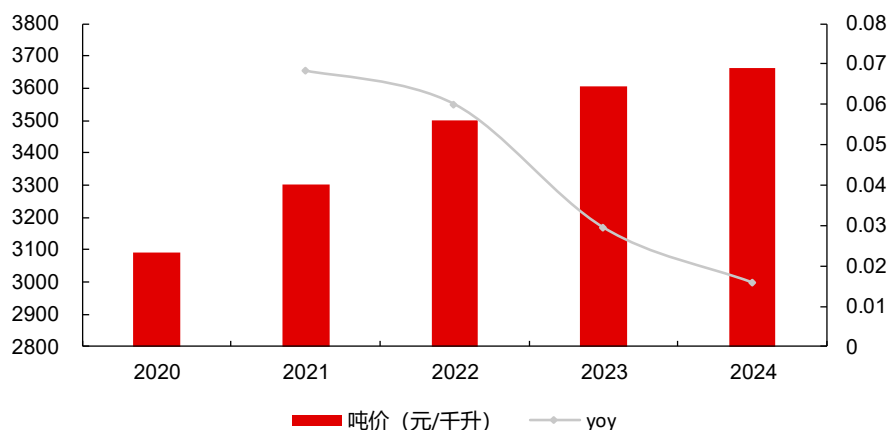
图 2：公司销量（万千升）



资料来源：Wind，长江证券研究所

吨价端，燕京 U8 开启公司高端化之路，吨价不断提升。燕京 U8 作为 8-10 元的单品，通过北京、河北、内蒙等公司优势市场实现快速放量，有效地提升了公司产品结构。2020-2024 年公司吨价 CAGR 为 4% 左右，我们预计 2025 年公司吨价仍保持上涨态势。

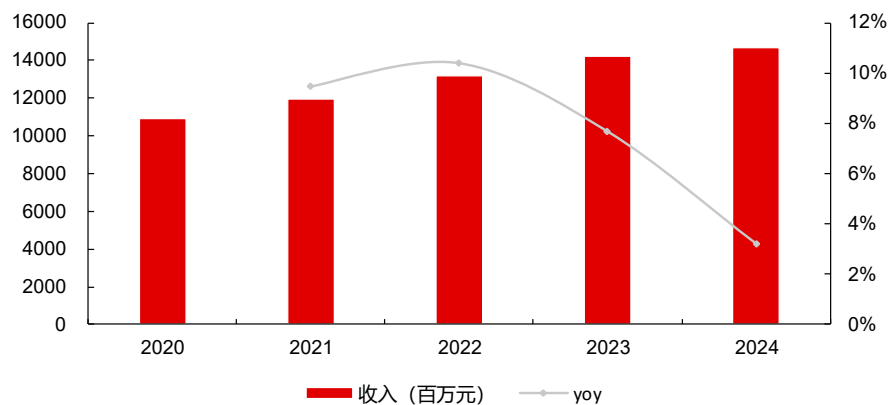
图 3：燕京啤酒吨价



资料来源：Wind，长江证券研究所

收入端，量价齐升共促收入增长。在 U8 放量的带动下，2020-2024 年公司收入从约 109 亿元增长到约 147 亿元，CAGR 达约 8%，2025 年有望再创收入新高。

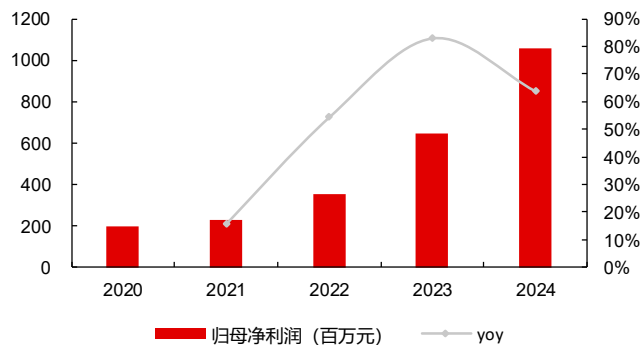
图 4：燕京啤酒收入情况



资料来源：Wind，长江证券研究所

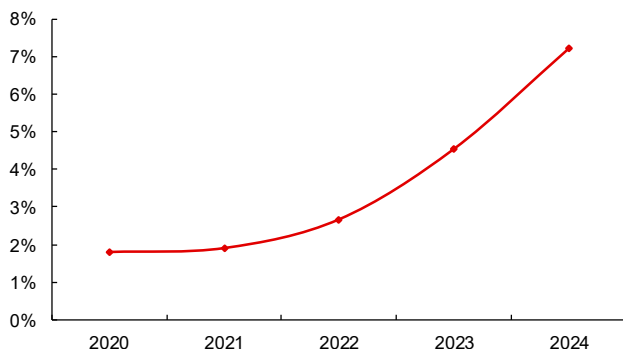
利润端，内部改革提效显著，子公司减亏，盈利能力大幅提升。公司发布业绩预告，2025 年公司预计归母净利润为 15.84-17.42 亿元，同比+50%-65%，2020 年公司归母净利润仅近 2 亿元，2025 年公司再创历史新高。2024 年公司归母净利率为 7.2%，预计 2025 年有望突破 10%。

图 5：燕京啤酒利润情况



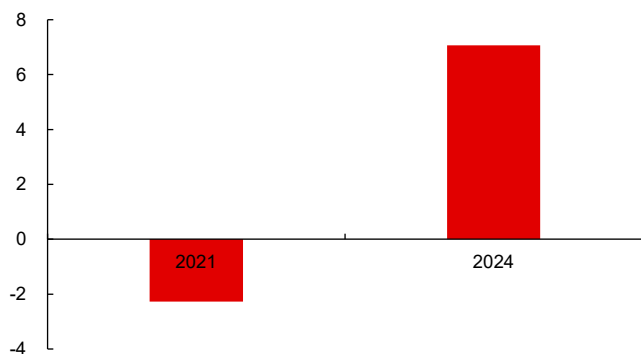
资料来源：Wind，长江证券研究所

图 6：燕京啤酒归母净利润率



资料来源：Wind，长江证券研究所

图 7：除漓泉、惠泉外其他子公司盈利情况 (亿元)



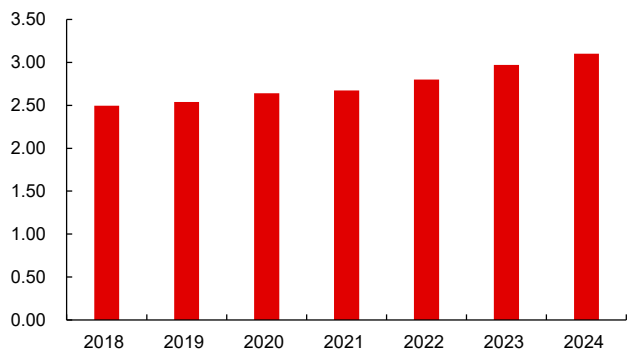
资料来源：公司公告，长江证券研究所

展望十五五，书写新篇章

近年来，燕京啤酒打造出燕京 U8，剑指百万吨级的大单品，内部减员增效后公司净利率持续提升，燕京啤酒一跃成为国企改革优秀范例。除啤酒主业，公司也在保健品、饮料等新业务上不断探索，目前已初具规模。

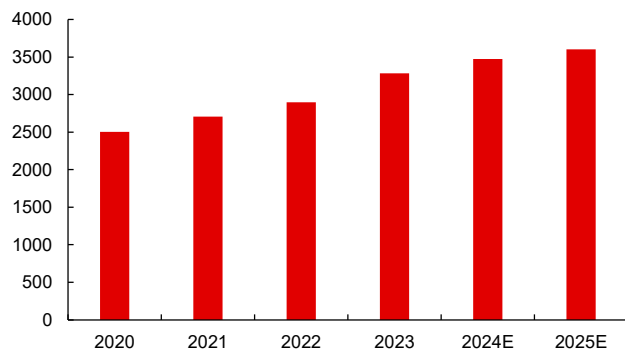
截至 2024 年底，全国 60 周岁及以上老年人口达到 3.1 亿人，占总人口的 22%，老龄化程度的加深和健康意识提升，驱动保健品市场持续增长，根据弗若斯特沙利文数据，2023 年中国保健食品市场规模已达到 3282 亿元，同比增长 13% 左右。燕京啤酒子公司北京燕京中发生物技术有限公司依托燕京啤酒的资源，与中国食品发酵工业研究院强强合作，推出纳豆系列产品，包括纳豆胶囊、纳福多肽、纳豆轻食等多类型产品，是公司大健康产业的重要构成。

图 8：中国老龄化人口数量（亿人）



资料来源：Wind，长江证券研究所

图 9：中国保健食品市场规模（亿元）



资料来源：弗若斯特沙利文、中商产业研究院，长江证券研究所

图 10：燕京纳豆相关产品



资料来源：燕京中发生物技术有限公司官网，长江证券研究所

推出倍斯特汽水，开始发力饮料市场。2025 年公司推出首款饮料大单品——倍斯特嘉橙，并在基地市场北京率先加大市场推广动作。倍斯特汽水主要面向餐饮市场，其与啤酒业务在生产、供应链、终端渠道上均高度协同。根据财经天下信息，倍斯特与大窑汽水路径相似，主打餐饮+高性价比，以基地市场北京为起点，公司加大市场投入，通过丰厚的渠道利润吸引经销商，实现快速铺货。

展望十五五，公司有望持续加大保健品、饮料业务投入，纳豆与倍斯特等业务或为公司收入、利润创造一定增量。

图 11: 不同汽水渠道供货价格



资料来源: 财经天下, 长江证券研究所

盈利预测与投资建议

我们预计 2025/2026/2027 年公司归母净利润为 16.5/19.7/22.5 亿元, 对应 EPS 为 0.6/0.7/0.8 元, 对应 PE 为 21X/18X/15X, 公司 U8 单品势能依旧, 叠加十五五公司保健品、饮料业务等或创造增量, 维持“买入”评级。

风险提示

- 1、需求恢复不及预期。过去几年行业的发展轨迹及居民的消费习惯有所改变，随着经济的逐步修复，未来国内需求恢复预计呈现震荡向上特征，但仍然存在恢复较慢的风险，若未来行业及政策发生较大变化，将极大考验公司经营的可持续性和抗风险能力。
- 2、行业竞争进一步加剧。随着需求逐步修复，短期可能会导致整体行业竞争进一步加剧，费用投放进一步放大，对企业潜在盈利产生一定影响。
- 3、消费者消费习惯发生改变风险。消费品公司的产品设计、渠道模式、营销手段通常迎合消费者的消费习惯，当前弱复苏背景下消费者的消费习惯或发生改变，对公司策略灵活变动的能力提出挑战。
- 4、新业务发展不及预期。公司新业务为全新探索领域，具有一定风险，可能出现新业务收入不及预期、亏损等情况。

财务报表及预测指标

利润表 (百万元)					资产负债表 (百万元)				
	2024A	2025E	2026E	2027E		2024A	2025E	2026E	2027E
营业总收入	14667	15373	16221	16822	货币资金	7454	7558	10393	13413
营业成本	8695	8820	9100	9324	交易性金融资产	20	20	20	20
毛利	5972	6553	7122	7498	应收账款	230	231	245	255
%营业收入	41%	43%	44%	45%	存货	3946	4020	4112	4228
营业税金及附加	1244	1261	1314	1346	预付账款	136	139	144	147
%营业收入	8%	8%	8%	8%	其他流动资产	119	154	142	146
销售费用	1587	1572	1571	1566	流动资产合计	11905	12123	15056	18210
%营业收入	11%	10%	10%	9%	长期股权投资	580	627	652	681
管理费用	1570	1511	1474	1452	投资性房地产	0	0	0	0
%营业收入	11%	10%	9%	9%	固定资产合计	7395	7100	6816	6535
研发费用	233	238	247	252	无形资产	1017	1063	1109	1149
%营业收入	2%	2%	2%	2%	商誉	81	74	70	66
财务费用	-198	-156	-163	-168	递延所得税资产	86	86	86	86
%营业收入	-1%	-1%	-1%	-1%	其他非流动资产	2082	2558	2730	2912
加: 资产减值损失	-68	-78	-81	-84	资产总计	23147	23631	26520	29640
信用减值损失	-4	-5	-5	-5	短期贷款	682	884	1072	1256
公允价值变动收益	0	0	0	0	应付款项	1292	0	0	0
投资收益	43	43	43	43	预收账款	0	0	0	0
营业利润	1609	2375	2795	3134	应付职工薪酬	160	133	142	148
%营业收入	11%	15%	17%	19%	应交税费	161	205	203	211
营业外收支	-37	10	10	10	其他流动负债	4831	4640	4875	5037
利润总额	1572	2385	2805	3144	流动负债合计	7127	5862	6291	6652
%营业收入	11%	16%	17%	19%	长期借款	0	0	0	0
所得税费用	248	370	429	472	应付债券	0	0	0	0
净利润	1324	2015	2376	2673	递延所得税负债	8	8	8	8
归属于母公司所有者的净利润	1056	1655	1972	2245	其他非流动负债	288	223	223	223
少数股东损益	268	361	404	428	负债合计	7423	6092	6521	6883
EPS (元)	0.38	0.59	0.70	0.80	归属于母公司所有者权益	14619	16074	18129	20460
					少数股东权益	1105	1466	1870	2297
现金流量表 (百万元)					股东权益	15724	17539	19998	22757
	2024A	2025E	2026E	2027E	负债及股东权益	23147	23631	26520	29640
经营活动现金流净额	2549	325	2377	2547					
取得投资收益收回现金	158	43	43	43	基本指标				
长期股权投资	-4	-47	-25	-29		2024A	2025E	2026E	2027E
资本性支出	-931	256	251	274	每股收益	0.38	0.59	0.70	0.80
其他	-2084	-328	0	0	每股经营现金流	0.90	0.12	0.84	0.90
投资活动现金流净额	-2861	-76	269	288	市盈率	32.11	20.92	17.55	15.42
债券融资	0	0	0	0	市净率	2.32	2.15	1.91	1.69
股权融资	37	0	0	0	EV/EBITDA	13.12	12.89	10.06	8.00
银行贷款增加(减少)	142	201	188	185	总资产收益率	4.6%	7.0%	7.4%	7.6%
筹资成本	-450	-282	0	0	净资产收益率	7.2%	10.3%	10.9%	11.0%
其他	-19	-64	0	0	净利率	7.2%	10.8%	12.2%	13.3%
筹资活动现金流净额	-290	-145	188	185	资产负债率	32.1%	25.8%	24.6%	23.2%
现金净流量 (不含汇率变动影响)	-602	104	2834	3020	总资产周转率	0.66	0.66	0.65	0.60

资料来源: 公司公告, 长江证券研究所

投资评级说明

行业评级 报告发布日后的 12 个月内行业股票指数的涨跌幅相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅为基准，投资建议的评级标准为：

看 好： 相对表现优于同期相关证券市场代表性指数

中 性： 相对表现与同期相关证券市场代表性指数持平

看 淡： 相对表现弱于同期相关证券市场代表性指数

公司评级 报告发布日后的 12 个月内公司的涨跌幅相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅为基准，投资建议的评级标准为：

买 入： 相对同期相关证券市场代表性指数涨幅大于 10%

增 持： 相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在 5%~10%之间

中 性： 相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在-5%~5%之间

减 持： 相对同期相关证券市场代表性指数涨幅小于-5%

无投资评级： 由于我们无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使我们无法给出明确的投资评级。

相关证券市场代表性指数说明：A 股市场以沪深 300 指数为基准；新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以恒生指数为基准。

办公地址

上海

Add /虹口区新建路 200 号国华金融中心 B 栋 22、23 层
P.C / (200080)

武汉

Add /武汉市江汉区淮海路 88 号长江证券大厦 37 楼
P.C / (430023)

北京

Add /朝阳区景辉街 16 号院 1 号楼泰康集团大厦 23 层
P.C / (100020)

深圳

Add /深圳市福田区中心四路 1 号嘉里建设广场 3 期 36 楼
P.C / (518048)

分析师声明

本报告署名分析师以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。分析逻辑基于作者的职业理解，本报告清晰地反映了作者的研究观点。作者所得报酬的任何部分不曾与，不与，也不将与本报告中的具体推荐意见或观点而有直接或间接联系，特此声明。

法律主体声明

本报告由长江证券股份有限公司及其附属机构（以下简称「长江证券」或「本公司」）制作，由长江证券股份有限公司在中华人民共和国大陆地区发行。长江证券股份有限公司具有中国证监会许可的投资咨询业务资格，经营证券业务许可证编号为：10060000。本报告署名分析师所持中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格证书编号已披露在报告首页的作者姓名旁。

在遵守适用的法律法规情况下，本报告亦可能由长江证券经纪（香港）有限公司在香港地区发行。长江证券经纪（香港）有限公司具有香港证券及期货事务监察委员会核准的“就证券提供意见”业务资格（第四类牌照的受监管活动），中央编号为：AXY608。本报告作者所持香港证监会牌照的中央编号已披露在报告首页的作者姓名旁。

其他声明

本报告并非针对或意图发送、发布给在当地法律或监管规则下不允许该报告发送、发布的人员。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告的信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所包含信息和建议不发生任何变更。本报告内容的全部或部分均不构成投资建议。本报告所包含的观点、建议并未考虑报告接收人在财务状况、投资目的、风险偏好等方面的具体情况，报告接收者应当独立评估本报告所含信息，基于自身投资目标、需求、市场机会、风险及其他因素自主做出决策并自行承担投资风险。本公司已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，不包含作者对证券价格涨跌或市场走势的确定性判断。报告中的信息或意见并不构成所述证券的买卖出价或征价，投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。本研究报告并不构成本公司对购入、购买或认购证券的邀请或要约。本公司有可能会与本报告涉及的公司进行投资银行业务或投资服务等其他业务(例如:配售代理、牵头经办人、保荐人、承销商或自营投资)。

本报告所包含的观点及建议不适用于所有投资者，且并未考虑个别客户的特殊情况、目标或需要，不应被视为对特定客户关于特定证券或金融工具的建议或策略。投资者不应以本报告取代其独立判断或仅依据本报告做出决策，并在需要时咨询专业意见。

本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可升可跌，过往表现不应作为日后的表现依据；在不同时期，本公司可以发出其他与本报告所载信息不一致及有不同结论的报告；本报告所反映研究人员的不同观点、见解及分析方法，并不代表本公司或其他附属机构的立场；本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。本公司及作者在自身所知情形范围内，与本报告中所评价或推荐的证券不存在法律法规要求披露或采取限制、静默措施的利益冲突。

本报告版权仅为本公司所有，本报告仅供意向收件人使用。未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布给其他机构及/或人士（无论整份和部分）。如引用须注明出处为本公司研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。刊载或者转发本证券研究报告或者摘要的，应当注明本报告的发布人和发布日期，提示使用证券研究报告的风险。本公司不为转发人及/或其客户因使用本报告或报告载明的内容产生的直接或间接损失承担任何责任。未经授权刊载或者转发本报告的，本公司将保留向其追究法律责任的权利。

本公司保留一切权利。