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：2020-02

|  |  |
| --- | --- |
| **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** | 红杉资本：方草 |
| **时间** | 2020年7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** | **1、介绍公司概况**  **2、公司的产品结构**  公司注重提高产品品质、优化产品结构，致力于打造中国最好的啤酒。伴随着消费升级变化，公司陆续推出燕京U8、燕京7日鲜、燕京八景文创产品等中高端个性化新品，同时推出瓶装定制服务，满足广大消费者的个性化、时尚化、多元化、特色化的需求，扩大了个性化中高端产品供给，使产品结构得到了进一步丰富。其中燕京U8是公司打造的一款时尚啤酒,坚持“小度酒•大滋味”的产品理念,开创全新的小度啤酒品类,实现了畅饮型啤酒的丰富口感内涵。  **3、公司品牌价值**  公司未来将以消费者需求为核心导向，不断完善品牌架构和产品组合设计，进一步加强市场营销的力度和精准度，树立燕京品质高、认可广、口碑好的品牌与产品形象。  2019年6月26日，以“全球领导力与中国品牌重建”为主题，世界品牌实验室（World Brand Lab）在北京发布了2019年（第十六届）《中国500最具价值品牌》排行榜，燕京啤酒及子品牌价值达1745.86亿元。其中：燕京啤酒排名第41，品牌价值为1216.97亿元。  **4、公司市场建设情况**  公司以市场为中心，适应消费渠道、消费模式和消费理念变革趋势，强调营销网络、市场建设质量。“深耕市场”为燕京发展的根基，燕京将高度重视在区域市场的表现，致力于稳固现有基地大本营，并继续拓展和提升区域领导地位。 |
| **附件清单（如有）** | **无** |
| **日期** | **2020年7月17日** |