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：2020-03

|  |  |
| --- | --- |
| **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** | 民生证券：于杰 郝宇新 |
| **时间** | 2020年7月23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、公司在战略上具体举措**公司正在全面启动五年增长与转型战略项目。未来,燕京啤酒将以“强大品牌、夯实渠道、深耕市场、精实运营”这四大关键举措作为战略转型的重要内容。“强大品牌”为燕京发展的先导，燕京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。 “夯实渠道”为燕京发展的重点，燕京未来将逐步加强全渠道的布局与发力，通过良好的渠道建设带动燕京整体销量和品牌知名度的提升。 “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。 “精实运营”为燕京发展的支撑，燕京将进一步评估并整合内部资源，通过提升生产和管理效率，走上可持续、高质量的发展之路。**3、公司如何实现品质升级** 近年来，啤酒行业的竞争升级、消费者需求的多元化对啤酒技术质量管理和产品内在品质提出了更高的要求，未来啤酒市场将迎来品质至上和价值回归时代。公司未来将重点聚焦产品、渠道、区域三个重要抓手。产品上，将改变品牌架构单薄与形象老化的现状，加速高质量中高端产品的推陈出新；渠道上，将填补当前空白和弱势渠道，继续加强高利润与全国性的渠道建设；区域上，将扭转基地市场量小分散的格局，因地制宜提升区域市场的销量和市占率。从而实现公司可持续、高质量的发展。**4、价格体系优化的方式**除了对产品的价格直接提升，产品结构调整也是很重要的途径，优化产品结构，提高中档产品份额，也会促使整个啤酒的吨酒收入提高。 |
| **附件清单（如有）** | **无** |
| **日期** | **2020年7月24日** |