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：2020-07

|  |  |
| --- | --- |
| **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  |
| **参与单位名称及人员姓名** | 富国基金：闫伟  |
| **时间** | 2020年9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、公司有没有推出的新品** 答：公司始终坚守产品质量，坚持科技创新，利用国家级科研中心及国家级实验室的强大研发能力，连续推出燕京白啤、燕京U8、燕京八景文创产品、冬奥定制款产品、漓泉1998等高品质产品，积极探索不同风格特色啤酒开发与创新，不断完善与丰富产品结构，逐步实现燕京产品架构品类丰富性、口味多样化，不断打造国货精品，实现品质燕京。特别是燕京U8的推出，使“小度酒 大滋味”的产品理念深入人心，开创了全新的小度啤酒品类，形成了更加灵活、更加贴近市场的产品组合，促进从品质升级、产品升级到品牌升级、消费升级。今年上半年，公司以燕京U8为代表的六款新品斩获“青酌奖”酒类新品。**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、公司品牌价值** 答：2020年8月5日，以“全球疫情下的品牌如何逆势成长”为主题，世界品牌实验室（World Brand Lab）在北京发布了2020年（第十七届）《中国500最具价值品牌》排行榜，燕京啤酒及子品牌价值达1937.21亿元。其中：燕京啤酒排名第41，品牌价值为1325.82亿元。 |
| **附件清单（如有）** | **无** |
| **日期** | **2020年9月18日** |