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：2020-13

|  |  |
| --- | --- |
| **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** | 汇丰前海：宋丽华 |
| **时间** | 2020年12月25日上午 |
| **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、关于燕京八景产品**  2020年8月，燕京八景精酿系列啤酒以“八景上鲜，境游燕京”为主题，在盒马鲜生主办的“盒马嗨啤周”精酿展活动中亮相。这代表燕京八景精酿系列啤酒正式上线盒马鲜生，也代表着燕京啤酒在电商新零售领域的强势发力。燕京八景精酿系列啤酒的上线及入驻盒马，是燕京啤酒在产品多元、营销创新、渠道融合和区域覆盖方面的重要创新。同时通过盒马，让更多消费者了解精酿啤酒，为精酿爱好者打通线上线下的购买渠道。  燕京啤酒以北京传统文化底蕴为基础，以北京八大标志性人文景观为创作主题，以精酿啤酒工艺为根本，精心打造了一系列以啤酒为载体的精酿产品——燕京八景精酿系列啤酒。燕京八景精酿系列啤酒共有八款，分别为比尔森、派对IPA、琥珀爱尔、世涛、树莓小麦、比利时小麦、生姜赛松、烈性爱尔。传统京味文化完美融入产品，向世人展示文化深厚底蕴及独特魅力，推动精酿市场发展。  **3、公司产品质量把控**  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，公司准确把握消费形势和市场变化趋势，致力于打造中国最好的啤酒，获得国家“绿色食品”认证。在产品生产过程中，公司在原材料、酵母菌种、生产设备、酿造用水的使用上均坚持国际标准，清爽型啤酒、鲜啤酒、纯生啤酒的风味持续优化。  **4、品牌推广方面**  公司积极顺应时代变革，通过挖掘品牌传统文化与历史，利用自己的国民品牌形象与国潮高度契合的特性，融入新技术与新潮流，打造新国货。公司以自身多年的民族文化精神传承为载体，积极开展“线上+线下”联动的新媒体宣传，与消费者保持紧密的互动和沟通，不断提升燕京啤酒品牌影响力，推动品牌年轻化转型，积极进行品牌重塑。 |
| **附件清单（如有）** | **无** |
| **日期** | **2020年12月28日** |