

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：2022-21

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	通过全景网参与公司 2021 年度业绩说明会的投资者
时间	2022 年 5 月 13 日
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ http://ir.p5w.net ）
上市公司接待人员姓名	副董事长、常务副总经理：谢广军 总会计师：严峻 董事会秘书：徐月香 独立董事：朱立青
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司于 2022 年 5 月 13 日（星期五）15:00-16:30 在全景网“投资者关系互动平台”（http://ir.p5w.net）举办 2021 年度业绩说明会，本次年度业绩说明会采用网络远程的方式举行。业绩说明会主要内容如下：</p> <p>1、预计今年三到六月的业绩怎么样？</p> <p>答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！《中国证券报》、《证券时报》、《证券日报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）为公司选定的信息披露媒体，公司所有信息均以在上述指定媒体刊登的信息为准。请您关注公司相关公告。</p> <p>2、U8 在今年一季度增长如何？后续如果实施营销动作？今年规划如何？</p> <p>答：2022 年第一季度，燕京 U8 单品销量同比增长超 70%，公司将继续通过系列营销活动，加大宣传力度，采用线上+线下的立</p>

体营销模式，传统媒介结合现代媒介及体育赛事营销进行广告投放。2022年，公司将着力推进“百县工程”、“卓越管理”体系建设等重点工作，不断夯实运营基础、推动市场升级、激发组织活力、提升品牌势能。

3、今年啤酒原料成本上涨，怎么办？

答：公司将采取多种措施，按照市场化的思路、市场化的原则，重点抓好市场结构调整、产品结构调整、品牌结构调整和管理创新，坚定“做中国最好的啤酒”这个目标，努力实现产品升级、市场升级和管理升级，不断提升品牌影响力，提高市场竞争力。公司认为，“提质增效”是现阶段燕京发展的需求和出路，我们会继续坚持“质量第一、效益优先”的方针策略，努力采取各种措施，尽量消除各种不利因素。

4、董秘您好，看大家提问董秘经常会说“公司根据企业战略发展规划做好经营与发展工作，不断提高公司竞争力和影响力，力争以长期经营成效更好的持续回报股东。”请问如何理解这个以长期经营成效更好的持续回报股东？是每年每股不足1毛的净收益 还是每年2-3分一股的分红，抑或说是15年稳定的二级市场股价？

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！公司根据企业战略发展规划做好经营与发展工作，不断提高公司竞争力和影响力，力争以长期经营成效更好的持续回报股东。

5、请问管理层，关于22年业绩指引？疫情下对于今年业绩影响？

答：2022年是公司“十四五”战略的第二年，公司在做好疫情防控的前提下，面对严峻的市场竞争形势和原材料成本持续上升的复杂环境，紧紧围绕年度经营目标，采取多种措施，克服多重困难，第一季度实现啤酒销量85.38万千升，同比增长3.45%，燕京U8单品销量同比增长超70%。实现营业收入31亿元，同比增幅11.66%，利润总额5,708万元，较去年的-9,774万元同比增长158.40%，归属于上市公司股东的净利润83万元，较去年的

-10,861 万同比增长 100.80%，一季度扭亏为盈，实现了 2022 年“开门红”，为完成全年工作奠定了坚实的基础。2022 年，公司将着力推进“百县工程”、“卓越管理”体系建设等重点工作，不断夯实运营基础、推动市场升级、激发组织活力、提升品牌势能。

6、请问贵公司对于燕京 U8 在 2022 年有什么销量和战略上的指引吗？

答：2022 年第一季度，燕京 U8 单品销量同比增长超 70%，公司将继续通过系列营销活动，加大宣传力度，采用线上+线下的立体营销模式，传统媒介结合现代媒介及体育赛事营销进行广告投放。2022 年，公司将着力推进“百县工程”、“卓越管理”体系建设等重点工作，不断夯实运营基础、推动市场升级、激发组织活力、提升品牌势能。

7、公司在市场开发方面有什么举措？

答：公司充分发挥统筹控制作用，集中优势资源持续提升区域竞争力。公司不断强化北京、广西、内蒙等区域的优势，并通过百强县工程，加强市场开发体系建设，加大区域市场深耕力度，积极布局区域，形势持续向好。

8、百强县都在哪个省份，是哪些县？

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！公司根据发展战略及市场布局，积极推进市场建设。

9、今年降本增效部分，是否会关闭老旧生产厂房？是否有减员提高人效规划？关于费用管控部分的规划是？

答：公司将采取多种措施，按照市场化的思路、市场化的原则，重点抓好成本控制和管理创新，坚定“做中国最好的啤酒”这个目标，努力实现管理升级和管理创新，提高市场竞争力。公司认为，“提质增效”是现阶段燕京发展的需求和出路，我们会继续坚持“质量第一、效益优先”的方针策略，努力采取各种措施，尽量消除各种不利因素。

10、燕京啤酒各系列有无涨价计划？

公司坚持以更高层次、更高标准统筹配置资源，科学进行市场结构调整，促进市场结构升级。公司将持续调整产品结构、满足消费者多样化需求。

11、请问今年公司针对各个价位带产品有做出什么具体规划吗？

公司坚持以更高层次、更高标准统筹配置资源，科学进行市场结构调整，促进市场结构升级。公司将持续调整产品结构、满足消费者多样化需求。

12、到了喝啤酒的季节了，燕京啤酒推出新品了吗？

公司继续实施大单品战略，形成以燕京 U8、燕京 V10、新雪鹿为代表的大单品与特色产品组合的产品矩阵。同时公司不断研发新品，燕京桂花啤酒、狮王世涛、无醇白啤、ON/OFF 果啤等新品相继问世，形成了“以清爽酒为基础、以中档酒为主突破、以高档酒提升品牌价值”的产品战略，持续优化产品结构。公司将持续加大产品创新，顺应消费新趋势，满足消费者个性化需求。

13、公司目前 U8 销售的强势地区除了北京，还有别的地方吗？

答：“小度酒大滋味”的燕京 U8 是公司推进产业升级，实现品牌年轻化、覆盖全域化、产品多元化转型的成效之一，是燕京啤酒优化产品结构、推进消费升级、培养新增长点、增强竞争力的又一重要举措。公司通过多样化的营销方式实施全链路品牌营销，U8 销量不断提升，为公司中高端啤酒市场带来强大的助推力。

14、公司全国主要生产基地有哪些？

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！公司目前拥有子公司 50 余个，遍布全国 18 个省（直辖市），销售区域辐射全国。

15、很多人喜欢精酿 我想问一下作为老牌啤酒企业 公司在精酿领域做了哪些布局，谢谢

答：感谢您对公司的关注与支持！公司持续加大新产品研发力度，顺应消费新趋势，满足消费者个性化需求。

16、请问贵公司子品牌漓泉啤酒和雪鹿啤酒销量如何？

公司坚持 1+3 品牌发展战略，即以“燕京”为主品牌，同时培育漓泉、惠泉、雪鹿 3 个区域优势品牌。目前 1+3 品牌占比达公司总销量的 90%以上。

17、请问公司今年新开的狮王精酿餐吧是公司完全自营的品牌吗？今年是否有全国开店计划或者明确的开店日程表呢，谢谢！

答：感谢您对燕京啤酒的关注！公司秉承产品创新、渠道创新的发展理念，积极开拓各种类型市场。

18、按国企改革三年行动计划要求，大股东持股超过 50%的，需要引进不低于 5%股份的战略投资者参与混改，燕京和惠泉啤酒的大股东持股都超过 50%了，请问什么时候混改？

答：公司不排斥任何有利于公司长期、健康发展、认同公司发展愿景的投资者，对于是否需要引进战略投资者会从公司发展的实际需要出发。目前公司业务持续、健康发展，品牌影响力、市场竞争力、产品品质不断提升，公司对未来发展充满信心。

19、请问公司今年是否有计划请新的明星代言狮王系列产品，谢谢！

答：感谢您对公司的关注与支持！公司以自身多年的民族文化精神传承为载体，持续开展营销工作，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。

20、请问北京目前的疫情问题会不会对公司 Q2 的销量有很大的影响？U8 的今年规划会有所调整吗？

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！公司将在做好疫情防控的前提下，有序推进各项工作。

21、燕京在加强产品质量管控方面有什么措施？

答：公司从“质量就是生命”的战略高度坚守质量意识，稳步推进卓越质量管理体系。依靠拥有的国家级技术中心、国家级实验室和雄厚的技术力量，充分发挥自身优势和特色，以科技引领创新，深耕产品品质。

22、公司主要销售渠道有哪些？

	<p>公司采用线上+线下的立体营销模式。餐饮、流通、电商、KA等渠道都是公司重点关注的渠道。感谢您对燕京啤酒的关注与支持!</p> <p>详情请登录全景网“投资者关系互动平台”(http://ir.p5w.net/)查看。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022年5月13日