

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：2022-24

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他 电话会议
参与单位名称及人员姓名	中银证券:汤玮亮、邓天娇 泰康资产:王成 海富通:刘海啸 天弘基金:于洋、马雪薇、谢雨阳 新华基金:蔡春红 汇华理财:游彤煦 东方基金:吕燕晨 天治基金:王策源 百年资管:杜天启 9家机构共计12人
时间	2022年6月22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	<p>1、介绍公司概况</p> <p>2、多样化营销，打造品牌新格局</p> <p>公司继续采用线上+线下相结合的多样化营销模式进行全方位、多维度的品牌曝光。除了继续与一线艺人签约外，公司还积极投入抖音、小红书等短视频、直播风口，同时燕京啤酒作为双奥国企，以“相约冰雪，你好冬奥”为主题，积极开展体育赛事营销，以火炬传递为载体，弘扬奥林匹克精神，品牌影响力不断提升。</p> <p>3、加强市场开发力度，扩大区域优势</p> <p>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。报告期内，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。</p>

4、公司主要产品

公司的主要产品有啤酒、水、九龙斋酸梅汤、燕京纳豆等。

公司多年来始终坚守产品质量，利用自己的国民品牌形象与国潮高度契合的特性，坚守匠心铸民族品牌，持续打造国货精品，实现品质燕京。燕京清爽、燕京鲜啤、燕京 U8、燕京 V10 白啤、漓泉 1998、漓泉全生态、惠泉一麦、惠泉纯生啤酒等产品是公司及其主要子公司的主要产品。

燕京啤酒是中国清爽型啤酒的开创者和领导者。燕京清爽采用 12 项重大科技成果，采用深层地下水源，甄选优质麦芽和啤酒花，经燕京清爽型酵母低温纯种发酵酿造而成，色泽金黄透亮，泡沫洁白细腻，口感纯净，清爽怡人，引领国内清爽型啤酒口味。

燕京鲜啤采用深层地下水源，严选高品质进口麦芽与欧洲顶级香型啤酒花，采用燕京清爽型酵母低温纯种发酵、冷除菌及三重除氧等技术酿制而成，酒液色泽金黄透亮，泡沫洁白细腻，口味柔和鲜爽，具有优雅的欧式酒花香气。

燕京 U8 啤酒以企业独创工艺，将“净、香、甘、亮、鲜、爽”等感受特质集一体，采取独家啤酒花萃取，降乙醛，锁鲜等技术工艺精心打造，使小度酒兼具了大滋味。

燕京 V10 精酿白啤按照德国“纯酿法”工艺，经上面发酵工艺酿制而成，拥有云雾般浊而浑厚酒体，慕斯般丰富持久的绵密泡沫，和独具一格的淡淡的丁香香气。

漓泉 1998 啤酒坚持“全生态 好水酿好酒”的酿造理念，以漓江生态好水为基底，精选加拿大阳光麦芽和进口捷克酒花，粹取头道麦汁酿造，以醇柔的口感、优雅香气，重现经典。

漓泉全生态啤酒使用加拿大麦芽、德国哈拉道地区的顶级蓝宝石酒花，采用酯香型酵母，口感干净，柔和，泡沫丰富，挂杯持久。

惠泉一麦、惠泉纯生、惠泉欧骑士和惠泉鲜啤系列产品是公司控股子公司-福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司的产品。珍选优级麦芽、千点精细控制工艺，酒体口感新鲜、纯净、爽口，酯香

迷人。

燕京天然水采用物理方法，纯天然，无菌超级过滤新技术、新工艺、新设备生产的天然水，水中富含对人体有益锶、偏硅酸等矿物质及多种微量元素，口感柔滑、甘甜，通过了国家级“HACCP”体系认证。

九龙斋酸梅汤遵循古法，采用秘制配方，酸甜适度，口感醇厚，回味悠长，有淡淡桂花清香，呈琥珀颜色。外观设计古朴大气，极具皇家风范。有消食解腻的功效，完美的契合了现代人的健康需求。

燕京纳豆是以大豆为原料，经纳豆芽孢杆菌发酵而制成的具有独特风味的大豆深加工制品，有着极高的营养价值。其所含有人体必需氨基酸、维生素、钙、铁、钾、维生素 K2 的含量都很高，且易被人体吸收。

燕京纳豆胶囊是国家食品药品监督管理局批准的纳豆类国食健字保健食品。燕京纳豆胶囊的标志性成分为粗多糖、纳豆菌和纳豆激酶，具有免疫调节的保健功能。

公司推动循环经济发展，努力打造绿色工厂。利用啤酒生产的副产物加工成饲料，既有利于保护环境，又提高了企业经济效益。

5、燕京啤酒企业文化

“热爱有你、燕京有我”是新时期燕京企业文化与价值观的传承与升级，是“十四五”时期企业文化追求的高度凝炼，是燕京与消费者沟通、互动的情感诉求，是统一思想、凝聚共识、决战决胜的坚定信心，是驱动燕京企业文化建设与价值观重塑的精神主轴，是推进“二次创业、复兴燕京”、推动高质量发展的文化支撑。

“热爱有你、燕京有我”简称“有你文化”，@you 是“有你文化”的专属符号。

“有你文化”的内涵：客户至上的经营理念是“有你文化”的核心思想，包容并蓄的开放心态是“有你文化”的基本态度，

唱响主旋律弘扬正能量是“有你文化”的精神主线，有你有我是“有你文化”的责任使命和品质服务的庄重承诺，“你就是我、我就是你”是“有你文化”的融合目标。

6、公司未来有何派息分红政策计划

公司实施连续、稳定的利润分配政策，重视投资者的合理投资回报，兼顾公司的可持续发展。公司通过建立健全《现金分红管理制度》，制定《未来三年股东回报规划》，进一步落实了分红回报股东的理念，推动公司建立科学、稳定、可持续的分红机制，从制度上保障了股东的良好收益。

公司实施现金分红的条件：

一、公司当年实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值且累计未分配利润为正。公司现金流充裕，实施现金分红不会影响公司的正常经营和可持续发展。

二、审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

三、公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资及收购资产的累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 10%。

公司综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，在满足上述现金分红条件下，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的合并报表可供分配利润的 10%，且最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的合并报表年均可分配利润的 30%。

7、公司品牌运营情况

公司推行“1+3”的品牌战略，即强化燕京全国化主品牌地位，培育漓泉、惠泉、雪鹿3个区域优势品牌。报告期内，公司采用多品牌组合，建立针对不同区域的多梯度品牌战略，扩展品牌传播渠道，传递品牌核心价值。

2021年6月22日，由国际品牌价值研究机构“世界品牌实验

	室” (World Brand Lab)主办的第十八届“世界品牌大会”发布了2021年《中国500最具价值品牌》分析报告，燕京啤酒总品牌价值超过2000亿元，其中：燕京啤酒品牌价值1488.96亿元；漓泉啤酒品牌价值237.32亿元；惠泉啤酒品牌价值181.35亿元；雪鹿啤酒品牌价值101.16亿元；九龙斋品牌价值180.25亿元。
附件清单(如有)	无
日期	2022年6月23日