

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：2023-04

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	麦格里证券：Linda Huang、Sunny Chow、Terence Chang、Alan Chen 信安资产管理：Terence Lim 润晖投资管理(北京)：Wei Wang 富国基金：Chi Yu 柏骏资本：Jessica Su 淡泰资本：Yilu Lin 德里豪斯基金：Rich Thies CUBS 退休基金：Julia Yang 瑞典商业银行：Jenny Johansson 尚渤投资管理：Charlie Wilson 道奇·考克斯基金：Zoey Zhang、Charis Ji 上海睿郡资产管理：Sophia Zhang 英国学者养老金的大学退休金：YIPING GOU 13家机构共计17人
时间	2023年5月11日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书：徐月香
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、2022年度公司主要工作。</p> <p>答：2022年，公司有序推进各项工作，销量、收入、利润均取得较快增长。公司实现啤酒销量377.02万千升，同比增长4.12%，销量增速快于行业增速，其中燕京U8销量39万千升，同比增长超50%；实现营业收入1,320,206.95万元，同比增长10.38%；实现归属于上市公司股东净利润35,229万元，同比增长54.51%。公司发展呈现了质的有效提升和量的稳步增长的良好态势。</p> <p>2022年，公司着眼长远发展，把握大局大势，进行了思想变</p>

革、治理变革、组织变革、体制机制改革、运营变革、生产变革、营销变革、研发变革、文化变革等九大变革，取得了阶段性的成效。

2、2023 年一季度成绩

答：2023 年第一季度，公司早部署、早启动、早发力，按照既定的战略目标和实施路径，科学统筹推进生产经营各项工作，实现啤酒销量 96.31 万千升，同比增长 12.80%；实现营业收入 352,617.53 万元，同比增长 13.74%；实现归属上市公司股东净利润 6,456.38 万元，较去年同比增长 7,373.28%，高质量实现 2023 年首季“开门红”。

3、谈谈燕京 U8 大单品取得的成绩和下一步保障措施

答：公司持续实施大单品战略，2022 年度燕京 U8 实现销量 39 万千升。公司从以下几方面保障目标实现：一是战略层面，公司以十四五规划作为战略引领，确定 U8 大单品战略核心地位，推进产品高端化；二是战术层面明确目标，做好全要保障，包括品牌影响、全员参与、全区域推广、全渠道销售，做好市场推进；三是产品层面，公司不断推陈出新，形成由系列产品组成的大单品矩阵，用于满足消费者多样的消费需求；四是公司加大市场的管理力度，稳定产品价格体系，使燕京 u8 具有更好的市场表现以及更长的生命周期。

4、关于公司是否会实施股权激励

答：公司一直在探讨、推进中长期的激励机制。特别是这两年，公司已经根据发展实际情况和相关规定，在履行相应的审批程序后，推出了多种方式的激励方案，来激发团队的积极性和创造性。公司将持续探讨、建立并完善中长期的激励机制。

5、关于公司产品高端化

答：公司北京、广西两大精酿啤酒生产基地布局已成为高端品牌与产品快速孵化的生产基地，燕京高端化产品矩阵更加完善，公司“研发一批、上市一批、储备一批”的创新模式更加成熟。啤酒行业的高端化升级具备很大空间，也是一个长期过程，下一

	<p>步公司将紧抓高端市场机遇,前瞻性布局个性化、多样化和高端化的产品，根据市场需要，布局其他新的精酿生产基地，持续提供高品质特色产品。公司推出了狮王精酿专属品牌，产品得到消费者喜爱，公司的精酿品类将实现较大突破。</p> <p>6、是否有提价计划</p> <p>答：公司产品价格的调整是根据物价环境、市场状况、消费者心理承受能力等诸多因素来确定的。除直接提价外，主要依靠产品结构调整，来提高吨酒收入。近年来，我公司分地区、分产品通过产品的升级换代和产品结构的优化来提高吨酒收入和产品的盈利能力，产品价格体系有了进一步优化。</p> <p>7、关于公司“十四五”规划</p> <p>答：公司顺应消费升级趋势及行业竞争格局变化，将高质量发展作为“十四五”时期的发展主题，坚持新发展理念，通过“强大品牌、夯实渠道、培育客户、深耕市场、精实运营”五大战略途径，聚焦产品、渠道、市场三个重要抓手，采取多种措施，调整产品结构，发力中高端，加强品牌塑造和管理水平的提升，不断提升品牌影响力，提高市场竞争力，实现公司可持续、高质量的发展。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023年5月11日