

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：2024-07

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 2023 年度业绩说明会的投资者
时间	2024 年 5 月 8 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	董事长：耿超 总经理：谢广军 总会计师：严峻 独立董事：郭晓川 副总经理兼董事会秘书：徐月香
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司于 2024 年 5 月 8 日（星期三）15:00-16:30 在全景网“投资者关系互动平台”（http://ir.p5w.net）举办 2023 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、您好，请问公司完成技改扩建，新建企业之后将会对公司盈利能力，品牌推广产生什么影响？</p> <p>答：在盈利能力方面：公司的技改扩建、新建企业投资是为了提升先进产能规模，满足产品结构升级的供应保障，因此更先进的生产线和技术将大幅提升公司的生产能力和生产效率，降低生产成本，这有助于增加公司的利润空间。同时技改和新建企业往往伴随着产品质量的提升，从而能够满足市场的需求，提高产</p>

品的附加值和市场竞争能力，促进产品结构升级，为企业带来更多的收入和利润。在品牌推广方面：技改扩建和新建企业展示了公司对技术创新和产业升级的重视，有助于提升品牌形象和企业地位。高质量的产品将更容易获得消费者的认可和信任，从而提升品牌知名度和忠诚度，有助于产品进入新的市场领域，拓展品牌影响力。

2、耿董您好，想问问燕京啤酒罐化率在什么水平？公司罐装产品是否比瓶装产品毛利率更高？谢谢。

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！近年来，公司时刻关注市场需求，不断研发新品、调整产品结构，形成清晰的产品线，罐化率稳步提升。

3、2023 年公司净利润实现了大幅增长（83.02%），请问主要增长动力是什么？公司如何维持这种高增长态势？

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！2023 年度，公司围绕十四五发展规划，积极适应市场化、现代化、国际化发展需要，破旧局、迎新机，不断强化总部职能，通过持续推进生产、营销、市场和供应链等业务领域的变革，实现经营效益、运营效率和发展质量的同步提升，增强企业核心竞争力。公司以变革驱动增长，有力支撑了经营业绩的连续向好，也有效促进了企业发展内生动力和活力的释放，2023 年度公司销量、营收、净利全面增长。

4、中高档产品占比较大，公司如何进一步提升中高档产品的市场份额，特别是在消费升级的趋势下？面对区域扩张，燕京啤酒如何根据不同地区的消费者偏好调整市场策略，提升品牌影响力和市场份额？

答：感谢您对燕京啤酒的关注！燕京啤酒积极拥抱消费潮流，产品和营销精准对位年轻消费群体，积极调整产品结构、升级品牌矩阵、加快渠道变革，加快推出新品速度，公司全面实施全链路品牌营销，发力线上线下全媒介全渠道，布局电商、新零售和体验式消费新场景，未来，公司将持续发力狮王精酿等高端产品，提升高端产品销售份额。

5、在技改扩建和新建企业的计划中，公司如何平衡投资回报与风险，确保这些项目的顺利实施和高效运营？

答：公司不断完善投资管理。一是制定明确的投资策略，围绕公司经营发展开展投资活动，通过设定合理的投资目标和风险阈值，保持清晰的投资方向和约束。二是优化投资决策机制，关注市场趋势和政策变化，以便及时调整投资策略和项目运营方式，提高投资决策的科学性、可行性。三是加强投资预算管理，确保项目的顺利实施与高效运营。四是强化风险管理机制，加强风险预警及风险监控，并制定应对方案以控制潜在风险。五是加强投资项目后评价管理机制，及时对项目投运后的效果和影响进行评估，从而进一步完善投资管理。

6、环境保护风险日益受到重视，公司如何在生产过程中加强环保管理，确保符合国家及地方的环保法规？

答：感谢您对公司的关注！公司高度重视环境保护工作，公司及各子公司均设立了负责环境保护工作的职能部门。公司根据相关法律、法规、规范性文件和《清洁生产标准 啤酒制造业（HJ/T 183-2006）》等行业标准开展环境保护工作。作为国家环保部认定的“国家环境友好企业”和北京市循环经济试点企业，公司一直严格遵守环境保护相关规定，秉承“创新科技、绿色酿造”的节能环保理念，不断助推工艺技术及设备升级，促进节能环保工作水平提升。

7、在环境保护方面的投入和措施具体包括哪些？公司如何平衡环保投入与经济效益，实现可持续发展？

答：公司始终践行 ESG 战略，全面推进环境体系建设。重视清洁能源和低碳领域突破性技术攻关，推广相关技术装备产品化应用，创新清洁低碳、安全高效的生产模式。加速布局清洁能源使用，不断提升能源使用效率。转型变革供应链，构建全方位智能化绿色供应链平台，强化与上下游伙伴的协同效应，实现计划、采购、生产制造、物流配送各环节的深度整合，通过优化采购流

程、精益化生产和精准市场需求预测，深层次挖掘成本节省空间和效率提升潜力，打造企业第二核心竞争力。加强数字化赋能绿色发展，以数字化技术应用驱动管理创新，按照“统一规划、分批推广、持续优化”的原则，构筑经营分析、生产运营、企业管理、数字赋能、基础设施五大平台，实现业务全在线、流程全贯通、数据可视化。目前，燕京拥有 17 家环境管理体系认证工厂、13 家绿色工厂、6 家绿色供应链管理示范企业。

8、公司如何确保与控股股东及其他关联方的交易公开透明，保护中小股东利益？

答：公司严格按照法律、法规的相关要求，建立健全了关联交易制度，并严格履行关联交易决策和公告程序，公司关联交易事项详见公司定期报告等相关公告，感谢您对燕京啤酒的关注与支持！

9、您好！我来自四川大决策公司线上销售情况如何？燕京 U8 大单品增速如何？公司是怎样持续增强产品力的？

答：感谢您对燕京啤酒的关注！公司通过京东、天猫、拼多多、抖音、微信等平台销售公司产品，电商渠道销售的产品主要有燕京 U8、V10 精酿白啤、原浆白啤、燕京狮王精酿、无醇啤酒等。2023 年度线上营业收入比上年同期增长 4.81%。2023 年度燕京 U8 销量同比增长超 36%，2024 年一季度燕京 U8 依然保持快速增长态势。公司持续加大中高端产品布局，坚定推进大单品战略，在稳固燕京 U8 核心战略地位的基础上，着力稳固塔基产品，加快提高中高档产品占比，同时创新研发取得突破，推出多款高端、超高端新品，搭建全国性产品矩阵。

10、独董办法出台后贵公司独立董事履职情况如何，是否能够维护我们这些中小股民的权益？

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！根据 2023 年颁布的《上市公司独立董事管理办法》等相关法律法规和《公司章程》的有关规定，本公司组织董监高，特别是独立董事进行认真学习，

并对本公司的相关制度进行修订完善。公司独立董事依据新的管理办法勤勉、尽责地履行职责，全面关注公司发展状况，特别是重大经营活动、财务状况、法人治理结构及规范运作情况，及时了解公司经营情况和财务状况，积极出席相关会议，认真审议董事会各项议案并对重大事项发表独立意见，充分发挥独立作用，切实维护了公司和股东尤其是中小股东的利益，充分发挥了独立董事的作用。

11、请问贵公司在成本控制方面有哪些举措呢

答：公司深化卓越管理体系建设，生产体系纵深推进，全力提升发展动能。通过强化生产成本管理、加强弱势企业治理、加大低效资产盘活等多种举措，深入挖掘成本潜力。

12、针对“十四五”战略规划的中期评估与调整，能否对数字化转型做进一步的说明与介绍？

答：根据公司战略调整，在业务布局优化上，着力发展新质生产力，包括加快推进数字化转型。公司将重点围绕核心业务赋能，逐步加强集团管控和赋能能力，深化数字化转型。

13、看到公司今年又披露了 ESG 报告，相比去年质量更进一步，与年报搭配起来更便于了解公司一年的发展成果，不错不错，再接再厉！

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！公司始终践行 ESG 战略，深化 ESG 治理体系落地，进一步把 ESG 融入公司战略规划和生产经营各个环节，加强 ESG 治理顶层设计，健全 ESG 工作机制，提升 ESG 绩效，ESG 专业治理能力、风险管理能力不断提高。公司会继续努力，以可持续发展作为核心价值观，以深化改革为驱动，着力提升企业价值创造能力，努力实现经济价值、社会价值、环境价值的和谐统一。

14、在行业高端化的市场发展趋势下，燕京针对高端子品牌的建设，有什么自己的市场规划？

答：公司高度重视高端品牌 and 市场的建设发展，陆续推出狮

王等独立高端子品牌。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。

15、今年春节的营销经常见到燕京 U8 的产品，公司对燕京 U8 产品的营销在 2024 年有什么规划和目标预期吗？

答：燕京 U8 是燕京的明星产品，自推出以来就受到了广大消费者的喜爱和认可。在 2024 年春节营销期间，我们加大了对燕京 U8 产品的推广力度，通过一系列富有创意和互动性的营销活动，成功打响了 2024 年的开局之战。在 2024 年，我们将通过持续的营销和创新，坚定实施公司制定的燕京 U8 大单品战略，进一步扩大燕京 U8 的市场份额和品牌影响力，实现销量的稳步增长。今年是一个体育大年，不仅有奥运会，还有欧洲杯，这些都是举世瞩目的。体育营销一直是燕京营销的主要抓手，我们也将抓住体育营销红利，将燕京 U8 做大做强，带动燕京品牌的整体提升。

16、股权激励今年能推出么？

答：感谢您对燕京啤酒的关注！公司一直在探讨、推进中长期的激励机制。公司已经根据发展实际情况和相关规定，推出了多种方式的分子公司市场化激励方案，来激发团队的积极性和创造性。后续如果有相关计划实施，公司会按规定及时履行披露义务，请投资者以公司在指定信披媒体上发布的公告信息为准。

17、请问公司 23 年开展的市场建设工作，有哪些成效？24 年面对新市场的开拓，有哪些举措？

答：公司聚焦服务市场，不断完善销售网络，持续加强市场

开发体系建设，加大区域市场深耕力度，积极布局，集中优势资源持续提升竞争力。公司通过开展百县工程，在非优势市场聚焦资源，在全国县级市场中筛选出试点区域，通过总结并推广相关经验，进一步开发优势区县级市场，从而形成示范效应。2024年在开拓新市场上，将采取总分联动的方式，充分发挥总部职能，切实调动分子公司积极性，大力提升弱势市场的承载力，与我们的优势市场形成合力。

18、燕京啤酒很有名，但在江浙沪皖商超会酒店很少见到，且江浙沪皖消费能力在全国排名来说是靠前的，请问一下公司领导是什么原因，是对这些地区市场重视不够还是面临较强的竞争？接下来对华东市场有什么布局

答：目前公司正在积极布局华东市场，江浙沪皖等市场是重点布局市场。公司将不断提升服务质量，刷新消费者的产品体验，提升品牌形象和消费者满意度。

19、公司人效 2024 年有哪些改革计划

答：公司持续加强精细化运营管理，在提质增效上持续发力。全面优化布局。统筹区域产能利用，推进资源优化整合，提高产能利用率，增强内生能动性。深度挖潜创造增值。加快推进卓越管理体系，运用结构化方法和体系化工具，坚持向精准运营要效率、要目标、要利润，着力打造燕京核心竞争力。加强供应链保障体系建设，完成“十四五”供应链数字技术转型规划和供应链平台搭建策略及运行框架，打造燕京新的利润中心。深化全面预算管理，推进财务与业务深度融合，强化预算监督与评价，促进经营质量持续向好。加强队伍建设。推行全员绩效管理，健全市场化薪酬分配机制，发挥薪酬绩效激励作用。完善全集团招聘平台、培养平台、选拔任用平台搭建，细化人才培养及评价标准，全力提升发展动能。

20、在品牌文化建设方面，公司有哪些规划？如何实现品牌的年轻化？

答：公司在“十四五”期间着力塑造燕京专属的“有你文化”，“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，也是燕京与消费者沟通、服务的准则，同时我们也将继续围绕有你文化，开展市场活动。燕京啤酒自 2020 年以来，开始进行品牌年轻化转型，我们从品牌定位、产品策略、营销策略以及文化理念等多个方面进行了优化与调整。品牌年轻化，首先要做的就是用户群体的年轻化，最根本的是产品的年轻化和营销方式的年轻化。让品牌与年轻用户玩在一起，增强用户粘性，将是燕京未来重点营销工作之一。

21、请问谢总，2023 年度燕京 U8 大单品增速如何？公司产品将怎么实现进一步提升？

答：2023 年度，燕京 U8 销量同比增长超 36%。公司持续实施大单品战略，形成以燕京 U8、燕京 V10 等产品为代表的大单品与特色产品组合的产品矩阵；全面实施全链路品牌营销，持续提升品牌影响力；坚持进行产品结构调整，持续扩大中高档酒占比、优化产品结构、增强竞争力；持续研究啤酒行业发展趋势与消费者喜好变化，适时推出个性化、差异化高端产品。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，确定燕京 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，做好全面保障，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，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，确保经销燕京 U8 的合理利润空间，从而使燕京 U8 具有更好的市场表现以及更长的生命周期。

22、董事长好！最近提出了发展新质生产力，燕京啤酒对于进一步推进改革有什么想法和做法？

答：感谢您对燕京啤酒的关注与支持！燕京在“十四五”开局之年进行战略规划制定时，就将企业全要素生产率提升作为核

心考量，注重创新性、高效性、智能化和绿色环保方面的变革，在战略中期调整时更加落实了具体举措。具体举措主要包括：推进卓越管理体系，着力打造八大体系支柱，对生产工厂实施重构，为消费者提供高品质产品和服务。转型变革供应链。构建全方位智能化供应链平台，强化与上下游伙伴的协同效应。加强数字化赋能。以数字化技术应用驱动管理创新，着力打造五大平台，促进价值创造。强化创新研发优势。积极对接消费需求，贴合市场需求，积极推进技术应用、研究项目转化，洞察增长机会。持续完善绿色制造体系。当前，燕京共有 13 家“绿色工厂”、6 家“绿色供应链公司”。我们将秉持绿色、低碳、循环、可持续发展理念，实现经济效益和生态效益的双赢。

23、耿董事长好！公司 2023 年度业绩亮眼，您认为主要原因是什么？

答：2023 年度，燕京啤酒围绕公司十四五发展规划，积极适应市场化、现代化、国际化发展需要，破旧局、迎新机，不断强化总部职能，通过持续推进生产、营销、市场和供应链等业务领域的变革，实现经营效益、运营效率和发展质量的同步提升，增强企业核心竞争力。公司以变革驱动增长，有力支撑了经营业绩的连续向好，也有效促进了企业发展内生动力和活力的释放，2023 年度公司销量、营收、净利全面增长，实现啤酒销量（含托管企业）394.24 万千升，同比增长 4.57%，销量增速快于行业增速，其中燕京 U8 销量同比增长超 36%；营业收入创历史新高，实现 142.13 亿元，同比增长 7.66%；实现归属于上市公司股东净利润 6.45 亿元，同比增长 83.02%，连续三年快速增长。

24、燕京 2024 年一季度业绩怎么样？给介绍一下。

答：感谢您对燕京啤酒的关注！2024 年，公司紧紧围绕战略目标定位，强化党建引领，聚焦主责主业，深化改革创新，着力推动公司高质量发展。报告期内，公司各项指标稳步增长，实现营业收入 358,695.67 万元，同比增长 1.72%；实现归属上市公司

	<p>股东净利润 10,259.02 万元，同比增长 58.90%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益净利润 10,264.54 万元，同比增长 81.72%，保持了高效能、高质量的发展态势，实现 2024 年首季“开门红”。</p> <p>25、我参加后沙峪半马，在完赛包里看到了咱们的狮王精酿白啤，建议燕京多和马拉松等体育赛事或者文化活动进行合作，加大推广，提升自身销量！</p> <p>答：感谢您对燕京啤酒的关注！感谢您的建议，公司采用了多种渠道和途径，开展了多种营销活动，将按照年度营销计划开展品牌推广活动，同时将与与时俱进的文化理念与燕京产品年轻化、高端化路径融合起来，立足品牌焕新和不同消费人群的全覆盖，实现品牌年轻化、覆盖全域化、产品多元化转型。</p> <p>26、近三年公司中高档产品占比连年提升，请问针对中高档产品公司接下来有哪些规划与举措？建议公司大幅提升中高端产品占比。</p> <p>答：感谢您对燕京啤酒的关注！近三年公司不断优化产品结构，中高档产品营业收入占比不断提升。公司将不断顺应消费趋势，持续扩大中高档产品占比，满足消费者需求，为广大消费者提供更优质的产品。</p> <p>27、公司最近有什么推广活动？有没有要开展奥运营销？</p> <p>答：感谢您对燕京啤酒的关注和支持！体育营销一直是燕京品牌营销的重要抓手，我们也将抓住这四年一届的奥运盛会，开展营销活动。目前公司的营销活动正在按照年度计划高质量稳步推进。</p> <p>28、我爱燕京，希望公司发展越来越好！</p> <p>答：感谢您的关注与支持！热爱有你，燕京有我！</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024 年 5 月 8 日