

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：2025-02

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	汇添富基金：田立 杨涛 张丽杰 韩超 张朋 顾耀强 郑慧莲 赵鹏程 郑乐凯 谢昌旭 袁锋 广发证券：符蓉 郝宇新 2 家机构共计 13 人
时间	2025 年 5 月 7 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、总法律顾问：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 U8 大单品增速 答：公司坚定推进燕京 U8 大单品战略，持续加大中高端产品布局，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，持续优化产品结构、增强竞争力，搭建全国性产品矩阵。 2024 年，燕京 U8 销量 69.60 万千升，同比增长 31.40%，2025 年第一季度燕京 U8 继续保持 30%以上的高增速。 3、关于公司对新兴市场的建设 答：公司坚持市场精耕细作与战略性扩张并行推进，持续加强市场开发体系建设。随着啤酒消费模式向悦己消费、场景化消费的转变，公司积极拓展新市场和新渠道，同步完成销售渠道结构升级，实现全国化布局与销量双突破，形成规模效应。 4、关于成本下降的原因

	答：2024 年度，公司吨酒成本下降、吨酒燃料动力下降的主要原因一是原辅材料价格和燃料价格下降，二是公司践行绿色发展理念，不断强化卓越管理体系建设，推动工艺技术及设备升级，提高生产效率，降低能源消耗。 2024 年度，公司系统性推进九大变革持续落地，通过全面升级治理体系，持续推进治理标准化，推动治理能力、绿色发展能力、价值创造能力协同跃升。 5、关于公司 2025 年第一季度经营业绩情况 答：2025 年一季度，公司各项指标稳步增长，实现啤酒销量 99.5 万千升（含托管企业），其中大单品燕京 U8 继续保持 30%以上的高增速；实现营业收入 382,683 万元，同比增长 6.69%；实现归属上市公司股东净利润 16,527.57 万元，同比增长 61.10%，实现 2025 年首季“开门红”，为全年目标达成奠定坚实基础。 6、公司管理效能体系化提升，实现“战略落地-品牌焕新-效益跃升”三重突破 答：公司将 ESG 理念融入战略核心，构建“绿色酿造-责任供应链-价值共创”体系，推动了公司的稳健前行与高质量发展。公司通过卓越管理体系助推生产变革，重塑了生产系统的管理架构，运用结构化方法和先进工具，践行绿色酿造，不断提升品控能力和成本效益；通过构建产品与技术创新体系，为消费者提供安全、绿色、健康的产品；通过组织流程再造和人才机制的完善，进一步释放了组织效能，促进整体提升；通过线上线下融合的多渠道推广、文化 IP 的打造以及数字化转型等营销创新举措，全方位打造立体化营销矩阵，持续迭代升级，不断提升品牌影响力；通过全面运行订单履约系统和采购管理平台，建设物流信息系统，实现仓储、运输等环节的全链条数字化管理，提升供应链管理水平；通过全面落实风险防范职责和任务，增强合规经营和风险防范化解能力，为公司持续稳健发展提供了坚实保障。
附件清单(如有)	无
日期	2025 年 5 月 7 日