

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：2025-06

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	申万宏源：严泽楠 吕昌 华夏基金：李炳烨 乔悦 2 家机构共计 4 人
时间	2025 年 7 月 8 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、燕京 U8 大单品战略推进情况 答：“十四五”以来，公司坚定实施以燕京 U8 为核心的大单品战略，通过持续的产品创新和产品推广，不断提升品牌影响力和市场份额。同时，以燕京 V10、狮王精酿、漓泉 1998 为代表的中高端产品矩阵持续丰富，鲜啤、清爽系列、惠泉一麦等腰部产品及各区域特色基础产品协同发力，满足不同消费场景与需求，推动产品结构持续优化。 3、关于市场建设与渠道拓展 答：公司坚持“市场精耕细作与战略性扩张”双轮驱动，一方面深耕基地市场，强化终端单点效率与产品推广；另一方面加速新兴市场开发，围绕“高容量、高结构、高成长性”原则，推进“百县工程”深化市场形态升级、“百城工程”提升高阶市场可见度，通过“总分共建”整合总部与分公司资源，重点布局潜

	力城市市场。 4、关于“十五五” 规划推进与治理升级 答：公司在“十四五”圆满收官基础上，有序推进“十五五”规划编制与落地，核心聚焦四件大事：深化卓越管理体系建设、深耕市场建设、加速供应链转型、大力度推进数字化建设。治理改革方面，启动 ESG “领先”工程、治理“三化”工程、“四位一体”管理融合创新工程、审计价值赋能提升工程及市值管理工程，以更优治理为高质量发展奠定基础。 5、关于创新业务布局 答：为顺应年轻消费群体需求，公司今年持续推进“啤酒+饮料”组合营销策略，以倍斯特汽水为创新支点，依托啤酒与汽水在生产设备、供应链、餐饮及商超终端的高度协同优势，优先切入火锅店、烧烤店、夜市等餐饮现饮场景，通过“倍爽倍欢乐”的情感共鸣强化品牌渗透。此举不仅满足消费者多样化选择，更拓展了经销商经营范围，降低单一品类依赖，推动有限多元化战略落地。 6、关于公司 2025 年半年度经营业绩情况 答：2025 年上半年，燕京啤酒在党建引领下，在首季“开门红”的基础上，继续保持高效能、高质量发展态势，预计实现归属于上市公司股东的净利润为 106,150 万元至 113,732 万元，比上年同期增长 40%至 50%。报告期内，公司以系统性变革为牵引，构建了多维度的价值创造体系；通过深耕九大变革，形成协同效应，管理效能持续提升，市场活力不断增强。
附件清单(如有)	无
日期	2025 年 7 月 8 日