

新京报贝壳财经讯 (记者阎侠胡萌) 11月21日至23日，2022金融街论坛年会在北京举办。

在议题为“持续提高上市公司质量、助力资本市场行稳致远”的论坛上，北京燕京啤酒股份有限公司党委书记、董事长耿超发表了演讲。

“未来，在充满不确定性的环境中寻找确定性，成为我们燕京啤酒需要面对的课题。”耿超表示。

在耿超看来，对于中国的啤酒行业来说，未来的不确定性很多，但有几个趋势是确定的。比如说，“存量竞争”，啤酒整体行业规模不会再出现2013年以前的高速增长，需要从数量向品质转变；“消费升级”，品质导向更为明显，产品结构高端化、渠道场景更加多元化；“消费群体年轻化”，Z世代成为啤酒消费主流，对产品的个性化、差异化需求增强；“原料被动”，啤酒的主要原材料麦芽等多依赖进口，数量、价格受地缘政治影响较大；“线上线下融合”，这个进程是既定的，但在疫情这三年反而被加速了；“数智化”，啤酒生产、物流、终端营销、消费者触达各环节都面临数字化转型。

“这些趋势中，有机会也有风险，需要我们做好研判，在行业的不确定和确定性中识别出适合自己的高质量发展路径，既考验着我们的眼力，也考验着我们的定力。”耿超说。

耿超表示：“对燕京而言，我们的啤酒主营业务占比长期保持在90%以上，主业已经非常集中。我们正在做的就是要从高集中度向高质量转变，苦练内功，在产品、品牌、市场上聚焦发力，坚定走做强的路子，走专业化的路子，这是燕京朴素的经营理念，也是疫情下燕京连续实现业绩逆势增长、不断突破的关键。”

编辑 岳彩周 校对 柳宝庆