

燕京啤酒

始于1980年，国内较大的啤酒集团企业，清爽型啤酒的代表，始终以清爽口味为坚持，拥有纯生、鲜啤、白啤、清爽等系列产品

品牌简介

清爽燕京 大步跨越30年

1980-1988年，每年增产1万吨，完成了一个小型啤酒厂向中型啤酒厂的转换。1989-1993年，每年增产5万吨，完成了一个中型啤酒厂向大型啤酒厂的转换。

1994-1998年，每年增长10万吨，完成了大型啤酒厂向大型啤酒集团的转换。1999年至2013年，每年增长30万吨以上，完成了一个北京市地方性集团向全国跨地区集团的转换。

燕京啤酒经过30余年来的发展，已经成为中国较大的啤酒集团企业之一。2013年啤酒产销量571万千升、销售收入188.07亿元、实现利税39.52亿元、利润9.71亿元，拥有无形资产660.76亿元，员工46000人。拥有啤酒生产厂家41家、原料基地2家、相关和附属企业8家。

民族燕京 高举中国旗帜

1992年至1998年间，国外60多个啤酒品牌纷纷进入中国啤酒市场。燕京啤酒审时度势，及时提出“振奋民族精神，发展民族工业，争创民族品牌”的方针。

“越是民族的，就越是世界的”，燕京啤酒以自己独特的思路融入

资本市场，坚持了民族工业的发展道路，为民族品牌在国内纷争的啤酒市场中占据了强有力地位。

资本是企业发展的重要因素。燕京通过股份制改造，有效解决了企业发展所需资金的问题。在北京市政府的及有关部门的大力支持下，与1997年在香港参加了北京控股的红筹股上市和在深圳的燕京啤酒国内A股上市，2003年燕京收购惠泉，为燕京开辟了香港、深圳和上海三条融资渠道。

品质燕京 啤酒酿造专家

燕京啤酒，中国啤酒酿造专家，始终以清爽口味为坚持，真诚制造中国人的啤酒。先后通过了ISO9001、ISO14001、HACCP、绿色食品认证及食品质量安全QS认证。

辉煌燕京 豪迈走向世界

燕京啤酒将继续保持迅速、稳定、健康的发展，坚持观念创新、机制创新、管理创新、科技创新、产品创新和市场创新。坚持从四个方面做强：一是把工艺、技术装备水平做强，使之达到国际先进水平。二是把品牌做强，使燕京成为世界啤酒行业的国际知名品牌。三是把市场网络做强，掌握竞争中的主动权。四是把经济实力做强，每年资本积累2亿元以上，是企业发展注入强大的资本动力和资本保障。

燕京啤酒发展将坚持”发展民族工业，争创国际知名品牌“的信念，积极参与国际市场竞争。

燕京啤酒下一步的目标是:

1. 燕京啤酒产销量达到800万千升，成为世界大型啤酒企业集团。
2. 积极开发国际和国内两个市场，实现燕京品牌的国际化提升。

燕京啤酒正以豪迈的步伐走遍中国，走向世界。

本文链接：<https://dqcm.net/wenan/yjpj-378486.html>