

燕京啤酒正式成为 北京2022年冬奥会和冬残奥会官方赞助商

12月17日,燕京啤酒发展的史册上将记载这一令人难忘和兴奋的时刻。北京冬奥组委在官方啤酒赞助商发布会上公开宣布,燕京啤酒正式成为北京2022年冬奥会和冬残奥会官方赞助商。

燕京成“双奥国企”

据悉,2022年冬奥会和冬残奥会将在京举办,随着北京将成为奥运史上第一个举办过夏季奥运会和冬季奥运会的“双奥城市”,燕京啤酒也成为北京赞助夏季奥运会和冬季奥运会的“双奥国企”,完成了从地方品牌到全国品牌再到国际舞台的历史跨越。

对此,北京燕京啤酒股份有限公司董事长、总经理赵晓东表示,在北京市顺义区人民政府和北京控股集团的大力支持下,燕京作为生长在首都北京的企业,作为中国民族啤酒工业的代表,继2008年奥运会后,有幸再次成为北京2020年奥运会赞助商,直接参与到奥运会中来,这是奥林匹克大家庭和北京冬奥组委对燕京的信任,更是燕京的幸运和荣耀。未来,燕京啤酒将继续用实际行动践行“感动世界,超越梦想”的理念;振兴民族啤酒工业,争创国际知名品牌”,引领啤酒行业的发展。

值得关注的是,奥运会是全球第一大体育赛事,也是世界品牌营销最高平台。赵晓东认为,关注与支持中国体育事业的发展,弘扬奥林匹克精神,传播奥运文化,同时把国有企业做强做优做大,是义不容辞的社会责任和使命。

北京冬奥组委秘书长韩子荣表示,燕京啤酒是我国知名大型啤酒企业和民族啤酒工业的佼佼者,也是北京2008年奥运会的赞助企业,产品质量优良、产销量高,深受广大消费者青睐。此次燕京啤酒牵手冬奥会,成为“双奥”企业。未来,希望燕京啤酒继续为北京2022冬奥会提供更加优质的产品和服务,充分发挥啤酒企业在产品、市场、品牌等方面的独特优势,扩大北京冬奥会的影响力。另外,韩子荣还表示,北京冬奥会将为企业搭建展示平台,提供优质服务,使企业充分获得奥运品牌带来的广泛收益,实现经济效益和社会效益双丰收。

提升品牌竞争力

燕京啤酒是中国最大啤酒企业集团之一,在38年的发展历程中,始终坚持“振奋民族精神,发展民族工业,争创民族品牌”的总体战略,充分把握中国改革开放和行业大发展的良好契机,秉承“以情做人,以诚做事,以信经商”经营理念为核心的企业文化,不断推动创新,拓展市场。在发展过程中,不仅实现了企业的加速度、高质量、跨越式发展,将投资643万元的小型啤酒厂发展成为旗下拥有遍布全国18个省市的51家啤酒酿造基地



和相关附属企业,有形资产273亿元,商标商誉达到1458亿元的大型啤酒企业集团,还长年保持着中国啤酒行业第一集团军地位。据了解,目前燕京啤酒已连续10年进入世界啤酒行业前八名,并培育出了具有较强竞争力和影响力的燕京品牌。燕京啤酒通过此次签约冬奥会,将进一步助推企业实现“让燕京走向世界,让世界了解燕京”的品牌战略目标。

事实上,在品牌做大做强的背后,是燕京啤酒多年来打造品牌影响力、加强品质把控的结果。北京商报记者注意到,早在2008年,燕京啤酒就作为北京夏季奥运会的官方赞助商,在北京奥运会期间进行了一系列的奥运营销,进一步增强企业的核心竞争力,提升了燕京品牌价值,并迈出打造世界啤酒行业国际知名品牌的重要一步。除了进行多方面的品牌营销外,燕京啤酒还通过“1+3”品牌发展战略,不断满足消费者对啤酒多样化、生活化、高端化的需求。

据了解,在2008年成为北京夏季奥运会赞助商后,燕京还于2018年继续冠名赞助中国足协杯,并成为2019年篮球世界杯全球合作伙伴。赞助2018-2020年环广西公路自行车世界巡回赛,签约北京2022年冬奥会和冬残奥会官方赞

助商等,进一步提升了品牌知名度和美誉度,品牌管理和建设措施稳步推进。

贴近消费者

众所周知,现代奥林匹克运动会是影响力最大、由全世界共同参与的体育盛会,是吸引着全球数十亿人目光的体育盛事。据燕京啤酒方面介绍,接下来,燕京将充分利用首都北京国企优势,全力以赴做好北京2022年冬奥会和残奥会各项保障工作,积极服务于北京冬奥会。同时将借助北京冬奥会东风,用强大的科技力量 and 世界一流的生产设备,提

供好的啤酒产品和服务,用“感动世界、超越梦想”的品牌主张,完成与消费者之间的情感交流和互动。在不断发展和壮大燕京品牌的同时,为祖国的经济繁荣做出更大的贡献,为举办更加有特色、水平更高的北京冬奥会添光增色。

在赵晓东看来,“更高、更快、更强”不仅是奥林匹克精神,也是燕京人发展与壮大企业的精神支柱。“体育是社会发展与人类进步的重要标志,是综合国力和社会文明程度的重要体现。”在奥林匹克精神的激励和鼓舞下,燕京啤酒将不忘初心,强化新时代国企责任和担当,贯彻“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念,并借力奥运品牌和平台,大力发展民族啤酒工业,积极争创国际知名品牌,用高品质的产品和服务赢得全世界对燕京品牌的喜爱和信任。

办好北京2022年冬奥会是国际奥林匹克的庄严承诺,未来,燕京啤酒通过助力北京冬奥会,加快冰雪运动普及和发展。赵晓东表示,弘扬奥林匹克精神,有利于加强中外体育交流,推动东西文明交融,向外展示中国良好形象,也是作为国企的燕京的责任和担当。同时,通过盛大的体育赛事,燕京啤酒可以更贴近新一代消费群体,进而提高用户黏性。

