



2024

环境、社会及 管治报告

青岛啤酒股份有限公司



关于本报告

报告范围

本报告是青岛啤酒股份有限公司第十七份可持续发展年度报告，本报告数据和信息涵盖青岛啤酒股份有限公司在国内拥有的 57 家全资和控股的啤酒生产企业及 2 家联营及合营啤酒生产企业，2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期间各项可持续发展实践。基于报告的延续性和对比性，部分数据和信息不局限于 2024 年。

编制依据

本报告依据上海证券交易所《上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》、香港交易所《主板上市规则》附录 C2《环境、社会及管治报告守则》要求，并参考《全球报告倡议组织 (GRI) 标准 2021》、国务院国资委下发的《央企控股上市公司 ESG 专项报告参考指标体系》等相关要求编制。

编制原则

报告内容的选取过程中，青岛啤酒遵循重要性、量化、一致性、平衡性、准确性、可鉴证性、可比性、清晰性、时效性原则，从环境、社会及企业管治等多方面进行陈述，重点报告了青岛啤酒在产品、环境、员工、社区以及商业伙伴等方面的可持续发展责任。

重要性

公司识别出投资者等利益相关方关注的与经营相关的重要性议题，作为本报告汇报重点。本报告中对重要性议题的汇报同时关注公司生产运营涉及的行业特征以及所在地区特征。重要性议题的分析过程及结果详见本报告“重要性议题分析”章节。同时，本报告对环境、社会和公司治理方面可能对利益相关方产生重要影响的事项进行重点汇报。

量化、可比性、一致性

本报告披露关键数据绩效指标，部分重点披露数据涉及三年历史数据。本报告对指标的统计及披露方式保持一致，以便利益相关方进行分析，评估公司 ESG 绩效水平发展趋势。

准确性、可鉴证性

本报告尽可能确保信息准确。其中，重点数据聘请第三方鉴定单位进行进一步的核算，以保证披露信息的内容不会对信息使用者造成误导性影响。报告内容并经董事会审议通过，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

清晰性

本报告发布版本包括简体中文、繁体及英文版本，便于各投资者群体阅读了解。本报告中包含表格、图形等信息，便于利益相关方更好地理解报告中文字内容。为便于利益相关方更快获取信息，本报告提供目录及 ESG 指标索引表。

时效性

本报告为年度报告，与公司年度财务报告一同发布，为利益相关方决策提供及时的信息参考。

指代说明

报告中青岛啤酒股份有限公司简称为“青岛啤酒”或“公司”或“我们”，本报告版权归青岛啤酒股份有限公司所有。

发布方式

报告以网络版和印刷版形式发布。网络版可在本公司网站查阅（网址：www.tsingtao.com.cn）。

目录

董事长致辞

02

可持续发展指标

04

关于我们

06

01



121年只为酿造好啤酒

食品安全与质量

14

产品全过程管理

17

为生活创造快乐

22

03



给奋进者舞台 为成就者喝彩

职业健康与安全

56

权益与保障

58

员工成长与创新文化

62

员工关爱

69

2024年青岛啤酒荣誉（部分）

85

第三方评价

86

合规稳健运营

08

环境、社会及管治管理

09

02



为了更美好的世界

应对气候变化

33

水资源管理

42

能源管理与高效利用

46

包装与废弃物

48

绿色发展

51

04



共创社会价值

可持续供应链

74

关爱社会

79

ESG指标索引

88

您的反馈

92



董事长致辞

121 载岁月悠悠，青岛啤酒长盛不衰，依靠的是一代又一代青啤人矢志不渝的坚守。坚守“为生活创造快乐”的企业使命，秉承“好人酿好酒”的百年世训，凭借“守正创新”的核心价值观，持续不断创新变革，确保企业行驶在正确的航道上，历经百年风雨，依然勇立潮头。

创新 锻造可持续发展韧性

2024 年，我们在与时代特征的深度互动中，用百年匠心持续筑牢质量根基，将对品质的执着追求融入每一滴酒液之中；以多维“焕新”不断突破既有边界，用实干与实践的磨砺，锤炼出支撑企业行稳致远、跨越周期的可持续发展韧性与能力，打造价值共享的蓬勃生态。

跃升可持续发展“含新量”

厚植高质量发展优势，以科技创新为引领打造系统性创新引擎。青岛啤酒发挥企业创新主体作用，2024 年公司一项关键技术荣膺国家科学技术进步二等奖，作为中国啤酒行业唯一且四度获此殊荣的企业，引领行业不断探索、勇攀高峰。新建研发中心投入运营，与全球创新链、产业链、供应链的合作不断拓展，为企业创新注入强劲动力。

我们加快产品创新，上市奥古特 A 系列、桂花白啤等新品；加快推进高端生鲜产品即时零售智慧运营，精品原浆和水晶纯生在 24 座城市实现新鲜直送。此外，积极催生消费新业态，融合线上线下，开展直播带货、电商

专属定制等，打造便捷多元消费体验。通过以新提质，企业经营效率和可持续发展能力不断提升，取得了良好的经营业绩。

跃升可持续发展“含智量”

青岛啤酒积极推动数字经济和实体经济深度融合，通过数字化智能化转型，持续提升价值创造能力，推动传统产业提质增效。近年来，运用一系列新理念、新技术、新手段不断深化升级传统制造，驱动生产要素的创新性配置，推进以高端化、智能化、绿色化、集群化为主攻方向的产业升级，百年青啤高质量发展根基愈发坚实。

在营销数字化转型上，通过渠道数字化及消费者在线化，打通线上线下多元消费场景，成功搭建起与终端、消费者之间紧密且精准的沟通桥梁。同时，持续完善数字化职能与组织、升级流程框架、构建数据管理体系，数字化底座更加坚实。我们站在时代前沿开辟新领域新赛道，成立青岛九源科技有限公司进军数字科技产业领域，构建企业数字生态圈，夯实企业可持续发展的数字动能。

跃升可持续发展“含绿量”

科技赋能绿色转型，向绿而行“碳”新路。继获评全球食品饮料行业首家灯塔工厂之后，2024 年青岛啤酒厂再度进阶“可持续灯塔工厂”，为全球食品饮料行业树立绿色发展标杆。济南公司、随州公司等成为首批碳中和工厂，国家级绿色工厂 23 家，居啤酒行业首位，入选国务院国资委“国有企业社会责任·先锋 100 指数”。

此外，青岛啤酒积极探索传统制造业绿色发展新模式、新路径及全价值链的可持续发展，发挥龙头企业带动作用，“链”动产业链上下游开展节能、减排、降碳行动，打造高效生态绿色产业集群。此外，我们踊跃投身公益事业，围绕乡村振兴、黄河流域生态保护、抗灾、扶贫、助学等开展了一系列卓有成效的行动。

匠心“筑”根基，创新“赢”未来，实干“启”新程。2025 年，我们将持续以科技创新为引领，通过一系列系统性创新举措，打造高效协同的创新生态。我们始终坚信，凭借持之以恒的“守正创新”，定能铸就更为坚韧的可持续发展能力，为消费者奉献更多更好的产品与服务，为社会创造更多共享价值，为地球增添一抹绿色发展的亮色。让我们携手共进，共创可持续发展的美好未来！

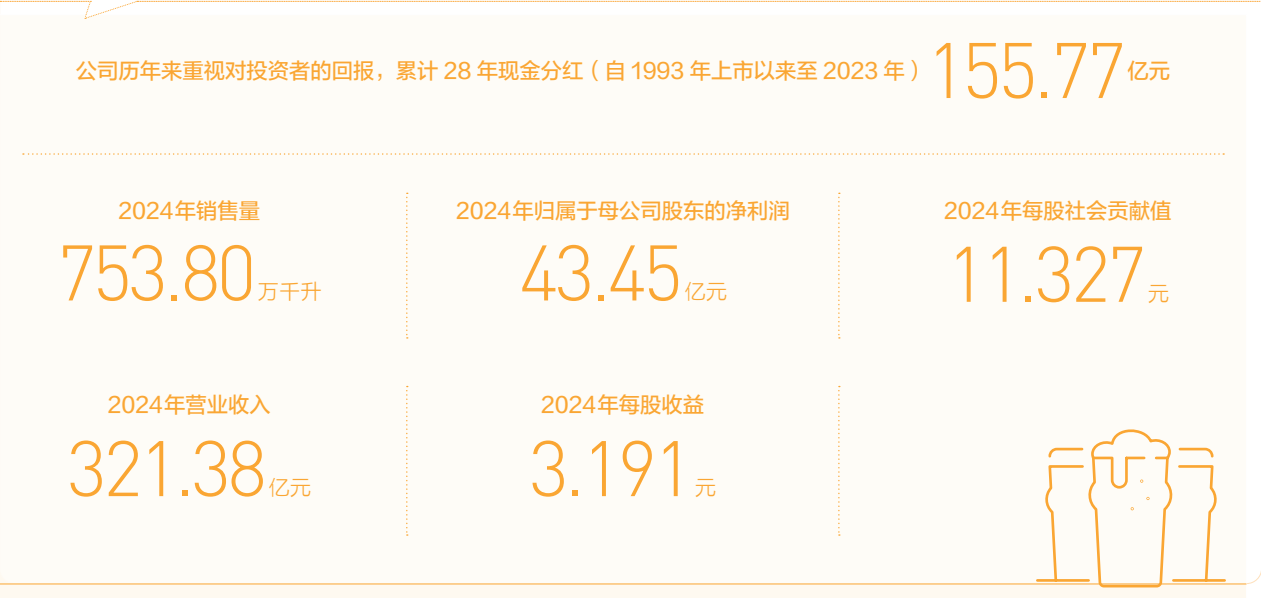
青岛啤酒股份有限公司

董事长、总裁



可持续发展指标

经济责任



环境责任



社会责任



关于我们

公司简介

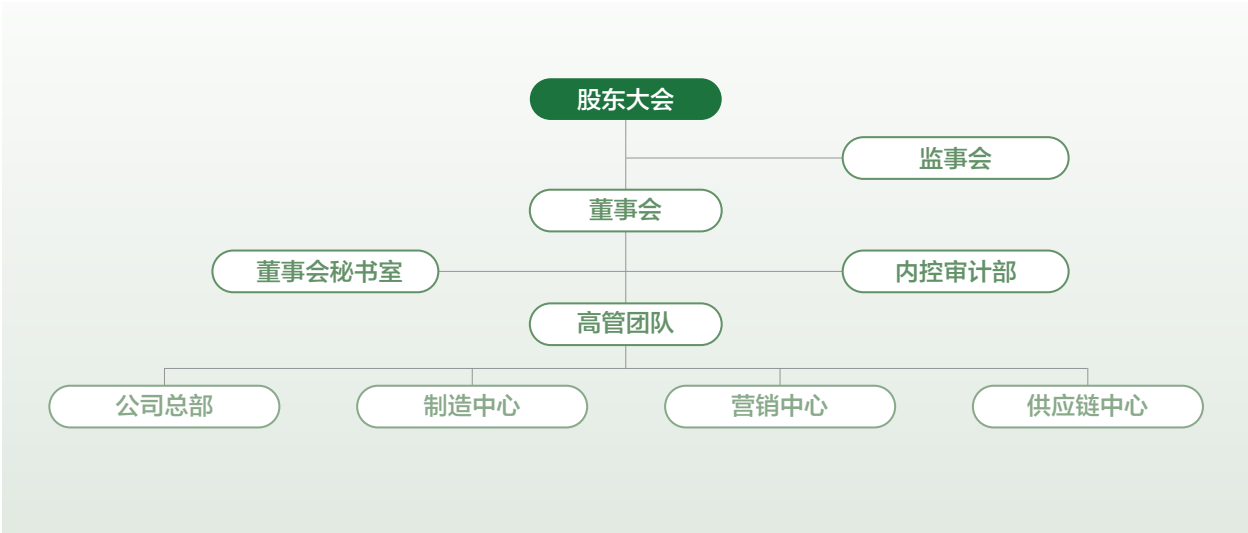
青岛啤酒始建于 1903 年，是中国历史悠久的啤酒制造厂商。于 1993 年在上海和香港两地上市，是中国内地第一家在香港上市的企业，在国内拥有 57 家全资和控股的啤酒生产企业，及 2 家联营及合营啤酒生产企业，规模和市场份额居国内啤酒行业领先地位。产品远销 120 多个国家和地区，是国际市场上最具知名度的中国品牌之一。作为 2008 年北京奥运会与北京 2022 年冬奥会官方赞助商，青岛啤酒目前品牌价值 2,646.75 亿元，位列世界品牌 500 强。

建党 100 周年之际，青啤公司党委荣获“全国先进基层党组织”荣誉称号；公司依托拥有的中国酿酒行业唯一的啤酒生物发酵工程国家重点实验室，近年来构建了以科技创新为引领的全局性、系统性创新引擎，围绕以科技创新为引领的产品创新、渠道创新、场景创新、品牌创新和可持续发展创新。荣获啤酒行业仅有的 4 项国家科学技术进步奖二等奖；创建的“基于数字化端到端解码的魅力感知质量管理模式”，荣获全国企业管理现代化创新成果一等奖；青岛啤酒厂获评全球首家啤酒饮料行业工业互联网“灯塔工厂”、全球首家食品饮料行业“可持续灯塔工厂”；多次荣获国家质量奖，中国质量奖提名奖，产品在国内外评酒赛上屡获欧洲啤酒之星大奖、世界啤酒锦标赛金奖、布鲁塞尔啤酒挑战赛金奖、亚洲国际啤酒大赛金奖、天禄奖、青酌奖。入选国务院国资委“国有企业数字化转型试点企业”名单、获评工信部 2023 年度智能制造示范工厂揭榜单位、优秀场景、2023 中国工业碳达峰“领跑者”、2023–2024 年连续入选国有企业上市公司 ESG · 先锋 100 指数。

青岛啤酒以“为生活创造快乐”为使命，秉承“好人酿好酒”的百年世训，守正创新、行信致远，致力于打造“成为拥有全球影响力品牌的世界一流企业”。

公司治理

公司自上市以来，积极探索和实施与国际接轨的公司治理结构，致力于治理结构的规范运行，及时、准确披露公司经营状况和重大事项等信息。截至 2024 年 12 月 31 日，青岛啤酒股份有限公司第十届董事会共有董事 7 人，其中执行董事 3 人、独立董事 4 人（包括女性董事 1 人）；第十届监事会共有监事 5 人，其中外部监事 2 人、职工监事 3 人（包括女性监事 2 人）。公司在国内上市公司中率先建立了外部董事占多数的董事会架构。公司现任独立董事有不同的专业背景，并具有丰富的法律、财务会计及金融投资、市场营销等方面的专业经验。



根据中港两地证券监管法律法规和上市地上市规则的变化，公司于 2024 年 1 月下旬召开了临时股东大会，对《公司章程》及三会议事规则按照最新证券监管法规和上市规则进行全面修订，同时，根据独立董事监管新规及《公司章程》的修订，也系统性地对《青岛啤酒股份有限公司独立董事制度》《青岛啤酒股份有限公司董事会审计与内控委员会工作细则》《青岛啤酒股份有限公司董事会提名与薪酬委员会工作细则》《青岛啤酒股份有限公司董事会战略与投资委员会工作细则》进行了配套修订，进一步明确各董事会专门委员会的主要职责。

公司高度重视并积极筹划与推进投资者关系管理工作，在境内外两地上市的背景下，以国际惯例和两地上市监管要求相结合，稳步扎实地做好境内外投资者的沟通交流；构建及维护了公司管理层与广大境内外股东和潜在投资者之间顺畅的沟通渠道，树立及巩固了公司在资本市场诚信、开放、透明的形象。

2024 年，公司召开业绩说明会，公司主要高管人员参与公司重大投资者交流活动，与投资者进行沟通，以数字化方式提升投资者关系管理。同时，继续加强和境内外投资者的日常电话会议沟通交流；积极响应参加辖区上市公司投资者教育和保护集体活动。

获得资本市场荣誉

2024 年，公司凭借在治理规范、信息披露和投资者关系管理等方面工作的卓越表现，获得了一系列的奖项：

- ☆ 获评中国上市公司协会 2023 年上市公司投资者关系管理最佳实践
- ☆ 荣获中国证券报 2023 年度上市公司金牛奖金信披奖
- ☆ 荣获证券时报主板上市公司价值百强、功勋董秘奖
- ☆ 荣获中国上市公司协会 2024 上市公司董事会优秀实践、上市公司董事会办公室最佳实践
- ☆ 荣获青岛上市公司协会 2024 年度投资者保护工作先进单位



合规稳健运营

风险控制与管理

公司将 ESG 的标准和要求融入内控体系中，确保 ESG 的目标和策略得到有效执行，通过加强各相关职能部门的沟通与协同，共享 ESG 相关的数据和信息，评估 ESG 风险的变化趋势和潜在影响，确保公司合规、可持续发展。

公司制定了《风险管理制度》和《风险评估流程》等相关内容。2024 年修订了《风险评估流程》，将 ESG 涉及的风险纳入风险评估的范围，并细化了风险评估的工具和方法，公司结合 ESG 风险评估的结果，制定 ESG 战略和管理优先事项，以应对内外部的 ESG 风险和机遇，确保战略和实践与企业的长期目标保持一致。

商业道德与合规

公司严格执行《中华人民共和国宪法》《中华人民共和国刑法》《中华人民共和国监察法实施条例》，并落实《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反洗钱法》中关于贿赂、勒索、欺诈、洗黑钱的有关规定。

公司恪守商业道德、重视合规管理。教育员工诚信经营、廉洁自律、遵纪守法，正确履行岗位职责；不断完善管理制度，规范员工行为，对合规风险进行管控；通过开展监督检查、合规审查、专项审计、责任追究等工作，防范化解合规风险，保障公司合规经营；对安全生产、

2024 年，公司组织开展了气候风险专项风险评估，识别影响公司可持续发展的相关风险与机遇，通过制定相关政策、程序和控制措施，将风险控制在公司可接受的范围内，应对因气候变化、污染物排放等导致的风险。同时，按照 ESG 报告要求披露 ESG 风险相关信息。

公司相关职能部门每年不低于一次组织对 ESG 风险管理体系的有效性进行评价，以确保该体系的健全和有效运行。

食品安全等重点领域发布专项合规指引；落地各项合规管理运行机制，建立法律法规识别转化评价机制；持续加强合规管理队伍建设和合规文化宣贯，提升全员合规意识与技能。公司发布竞争领域合规指引，建立竞争领域合规风险清单，定期对相关风险进行评估，公平参与市场竞争。

公司在本报告期内无因不正当竞争行为导致的诉讼或重大行政处罚，没有因贿赂、勒索、欺诈和洗黑钱的重大影响而产生的违法违规案件。

制度，持续运行知识产权合规管理体系，规范公司商标、专利、著作权等知识产权的确权、维护与使用，并避免侵犯他人的知识产权，为公司高质量创新发展提供保障。

知识产权保护

青岛啤酒遵守《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》等知识产权相关法律法规，修订完善《知识产权管理制度》等内部

环境、社会及管治管理

董事会 ESG 声明

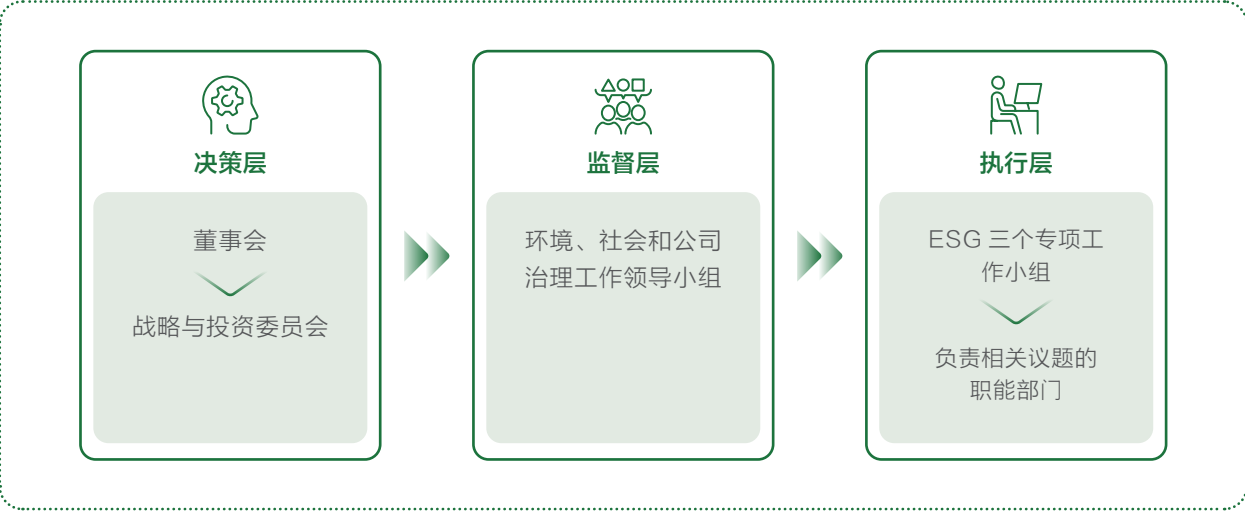
青岛啤酒高度认同环境、社会及管治 (ESG) 对公司长久稳健经营的重要性。本公司及董事会遵循中国证监会《上市公司治理准则》及上海证券交易所《上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》、香港交易所《主板上市规则》附录 C2《环境、社会及管治报告守则》的各项要求，构建了职权清晰、分层管理、权责明确的“决策层－监督层－执行层”三级 ESG 管治架构，持续加强董事会在公司 ESG 事务中的监督与参与力度，积极主动将 ESG 融入公司发展战略、重大决策与生产经营，建立了有效的 ESG 管理机制和治理机制。

决策层：董事会设立战略与投资委员会，对公司环境、社会和公司治理相关政策和策略进行审阅，确保其符合法律、法规和标准；青岛啤酒董事会战略与投资委员会设召集人一名，由公司党委书记、董事长担任，其他三位成员为独立董事。战略与投资委员会对公司的环境、社会和公司治理相关风险及机遇进行评估和梳理；审查公司环境、社会和公司治理及内部监控系统，就其适当性和有效性向董事会提出建议；对公司环境、社会和公司治理相关工作的目标和实施情况进行审查和监督，评估工作情况；审阅公司对外披露的环境、社会及管治报告；对公司环境、社会和公司治理管理愿景、目标及策略的制定进行指导。

监督层：青岛啤酒成立环境、社会和公司治理工作领导小组，制定公司的 ESG 管理整体规划、制度、方针、策略及目标；根据整体 ESG 策略和方向研究具体工作；

识别 ESG 风险，并进行内外部重要性评估等工作；制定 ESG 工作计划并设定工作目标，统筹、协调与指导 ESG 相关职能部门设定关键绩效指标并持续优化；辨识 ESG 相关数据来源，并制定日后收集有关数据的管理政策等；统筹、协调与指导 ESG 相关职能部门共同推进工作的有效落地；及 ESG 报告整体编制和其他相关工作。

执行层：青岛啤酒 ESG 工作领导小组下设涵盖各部门、各单位的环境、社会和公司治理三个专项工作组，负责公司整体的环境、社会和公司治理领域目标和关键绩效指标；根据目标和关键绩效指标确定举措并开展相关工作，持续优化；对相关工作进行定期回顾和反馈；负责收集、整理外界环境、社会和公司治理等相关信息，并对实际工作的开展提供建议。



► 公司可持续治理架构

利益相关方沟通

我们坚持构建有效的沟通机制，同利益相关方建立紧密联系，通过面对面会议、现场调研、信息发布平台、官网、官方微博、微信、服务热线、新媒体平台、电子邮件、电话会议等多元形式与利益相关方进行更积极、广泛的交流与沟通，主动收集利益相关方关注的议题，并将之融入到公司有关决策制定当中。通过定期的沟通，有效地向利益相关方全面传递公司的高质量发展成果及公司战略规划，同时也通过了解他们对青岛啤酒可持续发展的期望与反馈，从而提升企业可持续发展的能力，助力公司高质量发展。

利益相关方	关注内容	沟通及回应方式
 消费者	安全、健康、高品质产品 多元化的产品选择 优质、完善的客户服务	负责任营销宣传 满足消费者多元化需求 提供沉浸式体验 服务热线及多渠道沟通
 环境	减少污染 应对气候变化 绿色低碳发展 发展循环经济	信息公开 发展绿色产业链 推进碳中和 开展生态环保项目 公益环保宣传
 投资者与股东	稳健合规运营 资产保值增值 获得合理可持续的回报 重大事项信息及时披露 创新可持续发展	可持续经济增长 稳健经营 股东大会或专项会议 路演交流活动 及时发布企业年报、公告信息
 员工	安全健康工作场所 完善的工资与福利保障 职业发展平台	员工安全健康管理 提供合理的薪酬福利体系 员工培训及晋升 开展职工交流
 商业合作伙伴	遵守商业道德、诚实守信 推动产业链健康发展 互利共赢、共同成长	实施负责任采购政策，严格管理与审核 助力产业链伙伴共同成长 通过供应商大会、经销商大会、金鹰会、沟通会、走访等加强信息交流、分享
 政府与监管机构	引领行业发展 合规运营 依法纳税 贡献地方经济发展 解决就业	监管考核 专项会议 专题汇报 信息披露
 行业协会	产品质量 行业合作和发展	参与行业协会相关标准制定 加强与协会定期交流 参与协会倡议与活动
 社区和 NGO	公益慈善活动 助力社区发展与进步 加强媒体沟通	社交媒体 现场参观 公益慈善、乡村振兴、啤酒节等 公司网站及相关平台信息披露

重要性议题分析

青岛啤酒建立常态化、多渠道沟通机制，积极响应利益相关方的关注。公司充分考虑业务性质、经营状况及行业发展特性，通过多样化沟通渠道及时响应利益相关方问询，全面识别可持续发展中的风险与机遇，持续改进公司 ESG 策略和实践，从而更好平衡、满足利益相关方的期望及需求。我们对利益相关方关注的重点议题内容进行评估，依据议题的重要性程度排序，为公司下一步发展提供决策性参考和指引。

议题评估过程

议题识别

参考目前 ESG 外部环境发展趋势、对标同业以及国内外 ESG 相关的标准、指南、框架内容，结合公司发展现状，识别出与公司紧密相关的重点领域；围绕“公司战略和经营重点”、“企业 ESG 管理需求”，结合公司管理层建议，梳理并建立了公司重要议题清单。

明确利益相关者范围

公司目前已明确了利益相关方范畴，包括：消费者、员工、投资者与股东、环境、商业合作伙伴、政府与监管机构、行业协会、社区和 NGO 等方面。

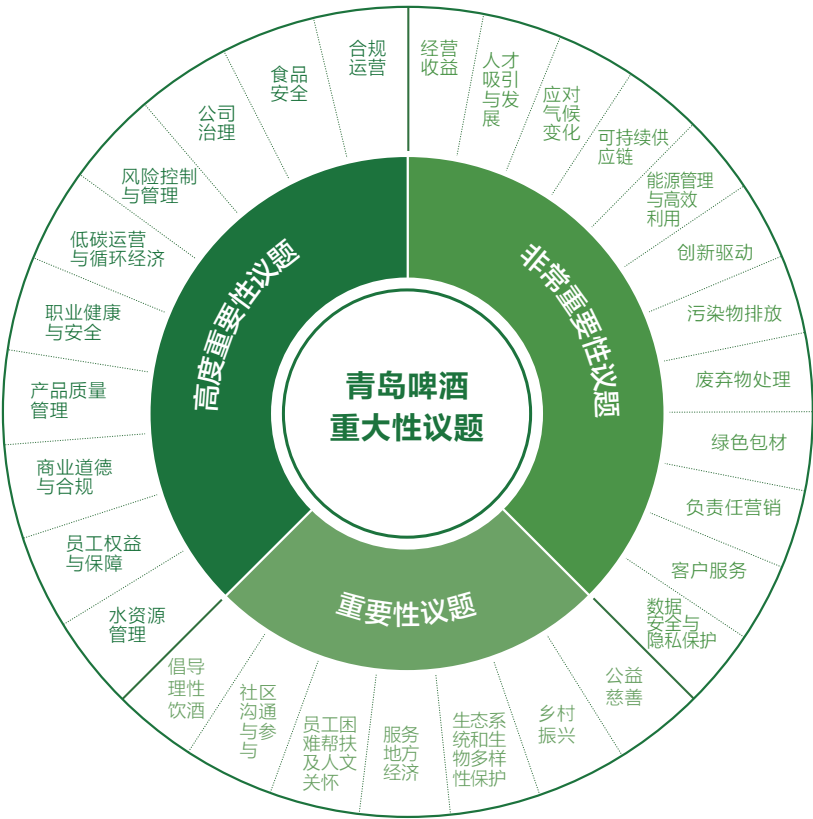
议题沟通及分析

公司开展与利益相关方的专项调研、网上调查、访谈、会议、沟通等形式，了解他们所关注的问题，洞察他们对公司发展未来的期望、目标，以及所提出的各项建议和改进意见，并结合企业战略及经营发展，从“对企业可持续发展的重要性”与“对利益相关方的重要性”两个维度识别出双方共同高度关注的议题，并对其进行重要性分析与排序。重点围绕对公司可持续发展的贡献、利益相关方普遍关注的内容、ESG 相关指南重要议题准则等方面进行综合考量。

我们定期结合外部发展趋势及自身业务运营特点，进一步审阅重大性议题内容，按照议题披露程度与边界，确保重大性议题的时效性与合理性，目前公司针对不同议题重要程度及关注度已梳理出“高度重要性议题”“非常重要性议题”“重要性议题”三个方面的 29 个议题，绘制出重大性议题列表。

议题审核确认

由公司董事会、战略与投资委员会及公司高层管理团队审核，选定重点披露的重要性议题。





01

121年只为酿造好啤酒

近年来，青岛啤酒聚焦传统制造高端化、智能化、绿色化转型，持续提升技术、生产、管理等创新水平，以“为生活创造快乐”为使命，将“打造魅力感知质量”作为公司质量理念，把握消费趋势，持续激发创新动力，优化服务体系，通过构建多品类产品，不断满足消费者对于产品的高端化、多元化、个性化、场景化需求。

食品安全与质量	14
产品全过程管理	17
为生活创造快乐	22

食品安全与质量

食品安全管理方针

青岛啤酒严格遵守国家及地方的法律法规要求，如：《中华人民共和国食品安全法》、《中华人民共和国食品安全法实施条例》、《产品质量法》、《食品生产许可管理办法》、《食品经营许可管理办法》、《食品安全抽样检验管理办法》等，严格遵守国家各项食品安全标准要求，如 GB14881《食品安全国家标准食品生产通用卫生规范》、GB5749《生活饮用水卫生标准》、GB/T4927《啤酒》等，确保产品指标、生产卫生规范等均符合国家法律法规及食品安全国家标准要求。

食品安全战略管理

青岛啤酒建立了覆盖产品全生命周期的食品安全管理体系，实现了食品安全的闭环式控制过程。公司通过了 HACCP 食品安全管理体系认证、FSSC22000 食品安全体系认证，实施 TACCP 食品安全防护体系，对全供应链实施食品安全第三方检测监控，并实施了 VACCP 防欺诈管理体系。

全链条食品安全管控

青岛啤酒坚守“筑牢舌尖上的安全堤坝”的食品安全管理理念，实施全供应链的食品安全管理，建立了从源头物料、生产过程及物流销售等产品全生命周期的食品安全管理制度，涵盖 GMP、生产过程危害分析、食品防护管理等 30 多个管理流程。建立并落实食品安全风险动态防控机制，排查全链条、全主体、全品种食品安全风险，以“区域分级管控 + 全过程管控”两条主线识别梳理食品安全风险，构建系统性的食品安全风险防控动态管理模式，形成《青岛啤酒制造工厂食品安全合规指引》，在全公司推行。

对标国际食品安全标准实施管控：

- ▶ 将食品安全标准的范围拓展到欧美、日韩等国家和地区；
- ▶ 建立风险物质检测方法数据库并使之达到国际先进水平，对啤酒及主要酿造原料进行风险筛查并实施管控。

源头严防：

建立严格的供方质量资格管理，实施严密的物料风险监测，实施主要原料种植地管控。严格按照公司供方质量管理流程实施供方准入管理，对于在资质管理、产品监控、现场审计方面出现问题的供方实行“一票否决”机制，切实把好质量第一道关。

风险严控：

搭建啤酒食品安全监测平台，制定严格的抽样流程，实施第三方独立抽样检测确认制度，遵循产品和物料监测全覆盖的监控原则实施靶向性的风险管控。

建立食品安全信息监控平台，实时监控法律法规及标准变化，2024 年完善公司 2 项内控标准中的相关食品安全指标，落实食品安全政策法规及标准 4 项，食品安全热点事项 3 项，并制定相应管控措施，规避食品安全风险。

过程严管：

所有工厂建立标准化的质量管理体系和模式，有效把关，保证质量和食品安全，建立起质量监控体系，按照原料 – 生产 – 物流 – 终端的顺序，实施产品全过程把关。

青岛啤酒对市场销售不安全产品，依据国家发布的《食品召回管理办法》制定《青啤公司食品安全事故应急预案》和《产品撤回管理流程》等食品安全管理制度，规范产品撤回管理，及时有效撤回不合格产品，保证撤回过程符合国家法律法规要求，保护消费者合法权益及其身体健康和人身安全。



落实食品安全政策法规及标准

4 项



食品防护升级

完成食品防护配置与管理标准化

制造工厂界定食品防护等级，清晰划分分级区域；实现制造工厂食品防护配置升级，严格各区域人员权限管理与行为规范，实现授权人员进入管理，监控全覆盖和监控查阅授权管理。重点监控区域视频监控升级为 AI 智能人员行为识别系统，实现非权限人员接近即识别报警。

实施门卫升级管理

员工采用人脸识别系统，临时访客、物流车辆采用预约程序，未经预约和审核不得进入；外来人员从进厂至出厂专人对接。

食品防护由公司内部向供应链上下游延伸

与上游供应商共同完善并实施覆盖整个原料供应链的食品防护措施。所有原料承运商均完成提前登记，签署《无不良记录承诺书》，原料运输车辆进厂提前预约，严格核对查验相关信息；加强下游成品承运商食品防护管理。运用运输管理系统 TMS、北斗定位、电子签章等技术手段，加强运输全过程防护及轨迹管理，并启动常态化物流质量安全核查等，确保成品物流质量全程可控可追溯。

- ▶ 2024 年国家监管部门查核工厂共 111 次，查核工厂酒吧 3 次，无违法违规无行政处罚事项，100% 合规；政府监督抽样 223 批次产品，食品安全和质量安全合格率均达到 100%。
- ▶ 2024 年公司内部监控 2,556 批次产品，食品安全指标及质量国标项符合率 100%。
- ▶ 未出现已售或已运送产品总数中因安全与健康问题而被召回的现象及产品，全年未发生因食品安全或质量问题导致的产品撤回；实现了食品安全“0”事故，国标项目不合格“0”起。



食品安全和质量安全合格率均达到

100%

食品安全指标及质量国标项符合率

100%

产品全过程管理

青岛啤酒建立标准化的质量管理体系与模式，实施端到端全过程质量监控，从原料、生产、物流、终端等各环节建立健全质量监控体系，实施产品全过程严格把关。

甄选优质原料

我们严格筛选原辅料供应商，对于在资质管理、产品监控、现场审计方面出现问题的供方实行“一票否决”机制，切实把好质量第一道关。我们甄选酿造风味、性能最优质的原料，对大麦、酒花等原料设置严格的筛选标准与处理程序，全面保障原料的安全与品质。

雄厚的研发实力



▶ 青岛啤酒科技研发中心大楼

公司以科技创新为引领，深耕厚植高质量发展优势。拥有酿酒行业唯一的“啤酒生物发酵工程国家重点实验室”，行业首家国家级企业技术中心。

具有自主知识产权的六大核心技术、百余项外围技术，通过独创的风味图谱技术，对消费者需求的“解码”实现了从“素描画像”到“精准画像”的深刻转变。



授权国家专利

42项

授权国家发明专利

13项

申请国家专利

76项

申请国家发明专利

32项

青岛啤酒国家重点实验室科研新基地落成启用，拥有工业酵母微生物选育、风味调控、感官科学、营养与健康、合成生物技术、微生物菌种保藏中心，将成为具有国际影响力的啤酒酿造技术研究新高地、高层次国际化啤酒酿造人才培养新高地、多学科啤酒酿造国际学术交流新高地、全球啤酒文化传播及消费者体验新高地。

2024 年授权国家专利 42 项，授权国家发明专利 13 项；申请国家专利 76 项，申请国家发明专利 32 项，申请国际 PCT 专利 4 项。《食品生物制造工业菌种高效选育与优化关键技术及应用》荣获 2023 年度国家科技进步二等奖，《工业发酵菌种定向选育关键技术及啤酒低碳生物制造应用》荣获 2023 年度山东省科学技术进步一等奖，《低卡无醇类啤酒关键技术研究及应用》荣获 2024 年山东省轻工业联合会科技进步一等奖等殊荣。

正式发布 11 项标准（包括国际 1 项、行标 1 项、团标 9 项）；荣获国家“万人计划”科技创新领军人才、全国五一劳动奖章称号、山东省泰山产业领军人才称号、青岛市创新产业领军人才荣誉称号。



四获国家科技进步奖 行业唯一



2024 年 6 月 24 日，2023 年度国家科学技术奖在京揭晓，一大批贡献卓越的科学家和标志性成果获得国家科技奖励。青岛啤酒作为《食品生物制造工业菌种高效选育与优化关键技术及应用》项目的主完成单位，获得国家科学技术进步奖二等奖。

公司坚持以科技创新引领产业创新，作为唯一上榜的酿酒企业，青岛啤酒成为行业唯一且四获国家科学技术进步奖二等奖的企业。

青岛啤酒自 1994 年在中国啤酒行业率先创建了啤酒研究机构，开展技术攻关，自主完成《啤酒风味物质图谱技术的开发应用》《啤酒高效低耗酿造技术的开发与应用》，参与《造纸与发酵典型废水资源化和超低排放关键技术及应用》等项目先后获得国家科学技术进步奖二等奖。



牵头攻克发酵菌种关键技术 荣获山东省科技进步奖一等奖



2024 年 7 月 26 日，山东省科技大会在济南召开，表彰山东省 2023 年度国家科学技术奖获奖者和 2023 年度省科学技术奖获奖者。青岛啤酒牵头完成的《工业发酵菌种定向选育关键技术及啤酒低碳生物制造应用》项目获得山东省科学技术进步奖一等奖。



1,800 多个质量检测点

公司建立统一的检测标准体系，每一瓶青岛啤酒都要经过 1,800 余道质量检测点；建立统一的检测方法，并运用 ERP 质量数据系统实现统计分析，促进质量改进，对质量进行全面监控。

青岛啤酒制定了原辅材料、半成品、成品的内控标准、最低检验频次以及 377 项检验 SOP（标准化操作规程）等标准文件并严格执行。

质控体系建立“检验方法、检验仪器、人员能力、管理要求、质量数据系统、质控评价”统一要求，在确保质控工作符合性前提下，优化高效检验方法、建立青岛啤酒质量数据监控平台、运行公司统一检验控制样，进一步打造简洁高效的质控把关系统，提升质控把关效率。

供方端——关键物料前置质量把关，不合格不发货不使用，保障物料质量安全；工厂端——全过程系统把关，不合格产品不出厂，保障产品质量安全；市场端——行业首家实施市场产品第三方独立抽样检测制度，对市场产品进行全覆盖监控，构筑了产品质量与安全的防线。



贯穿始终的品评把控

行业首家建立了完善的三级品评体系，原料、生产、物流、终端全过程品评把关，贯彻落实公司高质量发展方针，制定更精准的 10 分制品评评价标准，持续提升产品口味质量；建立同品类集中品评机制，识别细微差异，促进同品类产品口味一致性，助力打造“一家啤酒厂”；针对公司战略布局产品实施专项品评，驱动产品质量不断提升，积极促进基础质量更精进、典型风味更突出、特色风味更明显。

对标国家、国际先进水平，优化品评技能培训测评系统，实现高效品评管理，精准发掘品评人才。2024 年开展品评技能专项提升培训 10 次，考试评聘公司高级品酒师 124 人、中级品酒师 840 人、初级品酒师 2,971 人。培养国家级啤酒评酒委员 51 人（其中终身荣誉评委 8 人），占全国总数的 45%，稳居行业首位；连续两届全国品评职业技能竞赛蝉联冠军，团体成绩优异；“青酌奖”啤酒类新品、中国国际啤酒挑战赛等国家啤酒赛事裁判人数行业领先。培养全国技术能手 5 人，省级技术能手 4 人，齐鲁工匠 1 人，齐鲁首席技师 5 人，省级行业首席技师 14 人，省级行业工匠 5 人，省级行业技术能手 59 人……公司品评团队荣获“全国巾帼文明岗”荣誉称号。



智慧物流管理

公司提高从上游采购到下游终端配送整个产业链和供应链的现代化水平，实现对消费者需求的掌握和预测，持续打造可覆盖所有消费者的仓储配送体系。建立供应链信息业务中台与移动端订单平台，实现数据集成管理、业务链条订单的可视化及信息共享，实现区域的产、供、销一体化管理。借助配送网络，整合资源，提高城市配送服务质量，减少货车尾气排放、降低城市交通拥堵。

2024 年，公司推进干线智能驾驶，驾驶路径运行次数实际同比增加 117%，平均油耗降低 2L/ 百公里，总公里数 2.5 万公里。2025 年公司将推行智能保温集装箱，并在试点城市实施市内智能配送（无人驾驶），优化配送路线、降低燃油消耗、提高送货效率。



服务体系及数据保护

公司关注消费者需求，以“服务软要素沉浸式体验”入手，致力于为消费者提供多元的服务模式与极致的服务体验。公司设置 400 及 800 客户服务热线，通过数字化信息系统、满意度调研等手段，建立便捷高效的沟通渠道和服务平台。

公司优化工作流程，持续优化《客户服务管理流程》管理内容，定期对工作完成情况进行核查追溯；区域客服工作人员收到转办信息联系投诉人、产品质量投诉处结率年度目标≥95%，服务质量投诉处结率年度目标≥95%、投诉处理时效分级评价等。

2024 年，客服中心受理市场来电咨询及意见反馈信息共计 47,986 起，较同期增长 15.79%，其中产品质量投诉 2,273 起，处结率 99.3%；服务质量投诉 397 起，处结率 98.4%。

公司持续完善市场信息保护机制，重视信息管理、消费者信息保护，所有市场信息数据存储、数据传递、使用等均合法合规。相关工作人员遵守国家保密法律法规与《青岛啤酒保密制度》，签订《青岛啤酒合规承诺书》，避免市场信息泄露与丢失，履行保密义务，保障信息安全。2024 年未发生任何有关消费者资料或隐私方面发生泄露的事件。

加强与经销商的沟通交流，在“服务质量”、“产品质量”的基础上，增加“市场管理”及“服务表现”等调研项目，由经销商对于综合服务水平做出客观评价，通过监控客服工作状况，保持各项服务平衡，提升问题解决能力，持续推动客服工作创新，2024 年综合满意度 95%。



负责任营销及推广

公司严格遵守国家对产品宣传、品牌推广的各项法律、规章要求，建构多维度宣传用语审核机制，采取多重措施推进负责任营销，对宣称内容进行把控，确保上市产品标识、标签、宣传等内容的合规性，确保企业的负责任的宣传和推广。

产品包装设计严格执行《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国商标法实施条例》、《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，标注的产品文字信息符合 GB/T4927《啤酒》、《预包装食品标签通则》等国家标准要求，品牌广告宣传物料设计执行《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》的要求。持续完善外包装评价体系，严格把控产品外包装质量。针对新上市产品，公司制定《全新产品开发及上市管理流程》等内部制度，对产品包装形象及推广物料设计文件进行法律审查；对于市场拆解进行的二次包装产品，公司对物料商标、标识、广告语、外观设计、形式及包装质量等都有明确的监督和管控。对合作的经销商进行资格审查及仓库产品外包装质量现场查核，对包装质量不符合规范的产品进行处理，以保障产品销售环节的服务规范。



2024 年智能驾驶平均油耗

降低 **2L** / 百公里

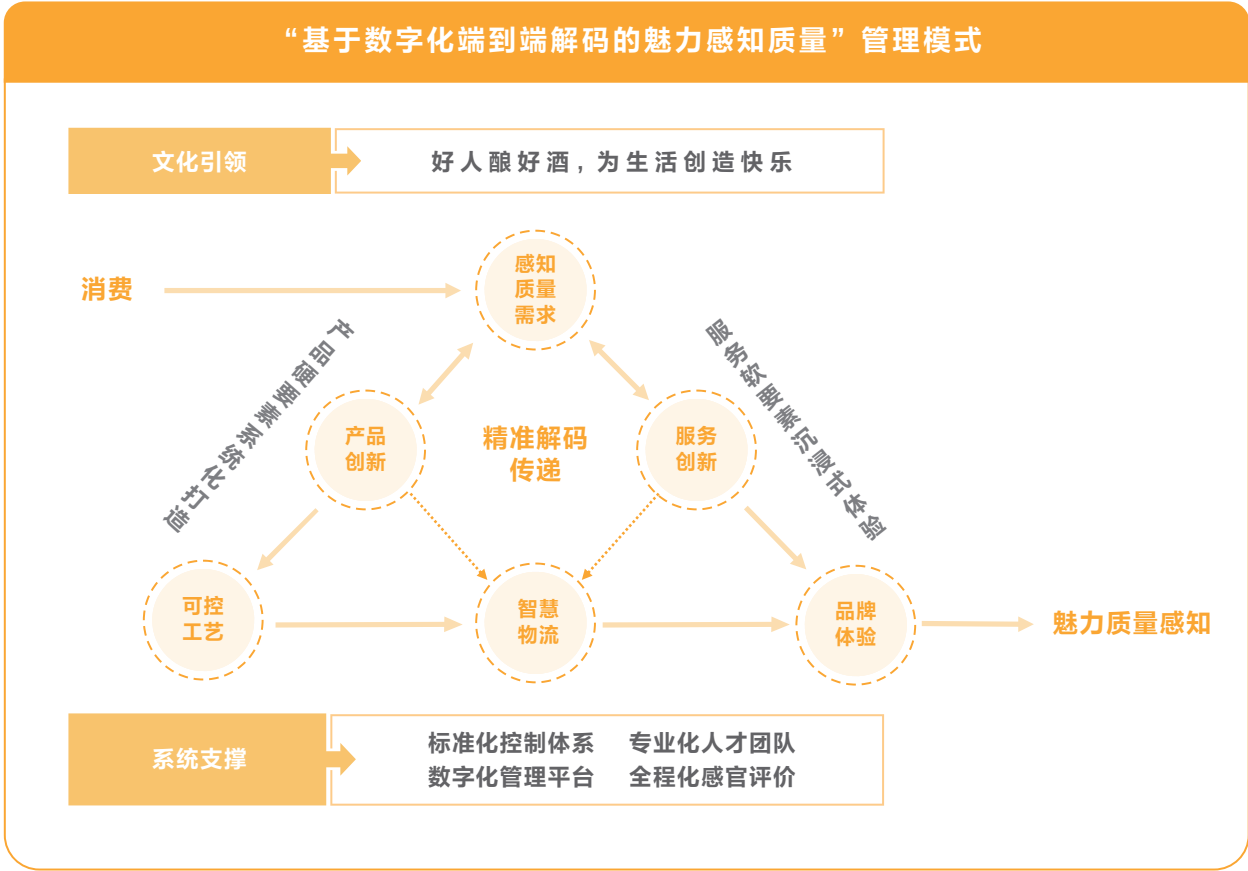
为生活创造快乐

魅力感知质量

百年匠心熔铸质量之魂。在消费者主权的时代，青岛啤酒持续关注消费者的“基本需求”与“变化需求”上，不断挖掘“潜在需求”，在实践中应运而生“基于数字化端到端解码的魅力感知质量”管理模式。

接续举办第 46 届提高质量纪念日大会

4 月 10 日，青岛啤酒举办以“百年匠心筑牢根基 魅力质量创赢未来”为主题的第 46 届提高质量纪念日大会。通过质量宣誓、致敬匠星等仪式活动，持续深化全员全链条品质匠心，为更好满足美好生活需求凝心聚力。坚持了 46 年的质量提升纪念日大会，是青岛啤酒百年匠心筑牢发展根基的一个生动注脚。青岛啤酒以百年匠心筑牢根基，魅力质量创赢未来，加速培育发展新质生产力，不断为消费者创造高品质魅力体验，为生活创造快乐。



公司从“产品硬要素系统化打造”与“服务软要素沉浸式体验”两条路径出发，不断丰富和深化质量内涵，建立“感知质量需求、产品创新、可控工艺、服务创新、智慧物流、品牌体验”六大端到端的精准解码传递，为消费者提供高品质产品与服务。

公司建立“全供应链”的魅力质量指标体系，从科研开发、原料采购、生产过程、品评把控、物流、客户服务等建立魅力质量体系指标；加快新产品开发和技术创新创造魅力质量，满足消费者多元化、个性化、定制化的需求；建立并完善公司魅力感知质量品鉴标准，实施专业评委

与消费者品评比对，制定专业的评价衡量方法，从外观、气味、味道、回味、喜好度等各维度开展分析，更贴近消费者的实际感受；以现场品鉴会、线上课堂、直播视频等方式赋能消费者场景化体验，助力青岛啤酒魅力质量提升；完成重大活动、特需产品等的产品质量保驾护航任务，呈现出青岛啤酒的魅力感知质量，打通消费者体验的最后一公里；持续塑造具有魅力质量的品牌体验；推进全员质量管理塑造魅力质量，从单一产品的魅力质量，到品牌的魅力质量、服务的魅力质量、啤酒文化的魅力质量、消费者体验的魅力质量。

产品创新

2024 年,公司啤酒品类不断扩充,新上市产品 12 款,包括超高端系列产品:百年鸿运(龙年)、全麦奥古特 A3、全麦奥古特 A6;健康系列产品:轻干啤酒、0.0% 无醇白啤;精酿系列产品:尼卡希白啤、桂花白啤、藤椒赛松、樱桃小麦、草莓西柚、柠檬啤酒。目前公司已生产包括一世传奇、百年之旅、经典、纯生、白啤、精品原浆、水晶纯生、琥珀拉格、奥古特、鸿运当头、皮尔森、IPA 等多个产品矩阵,保持了在国内啤酒中高端市场的竞争优势。



► 青岛啤酒百年鸿运

青岛啤酒百年鸿运是青岛啤酒百年系列中的高端生肖限定产品。从全球麦芽风味库精选百种风味麦芽,甄选欧洲优质酒花,经典低温发酵,形成独一无二的醇厚馥郁口感。



► 青岛啤酒鸿运当头

鸿运当头是青岛啤酒高端品类,精选全球优质酿造原料,传承青岛啤酒百年酵母酿制而成,酒体金黄澄透,泡沫细腻丰富,麦香、酒花香浓郁协调,口感醇滑爽口。

自 2014 年开始,青岛啤酒每年都会为消费者特别定制鸿运系列生肖铝瓶产品,喜庆的中国红、专属的生肖图案,再加上麦香浓郁的金色酒液,成为新年开运第一酒。



A6 258ml A3 480ml

► 青岛啤酒奥古特 A 系列

奥古特 A 系列包括奥古特 A6、奥古特 A3 两款精品力作,从全球麦芽风味库数百种麦芽中,锁定基础麦芽、特色麦芽的黄金比例组合,赋予多层醇香口感、琥珀醇金光泽;解析酒花风味图谱,选用酒花中的“软黄金”,雕琢酒花配方;以百年酵母鲜活而厚重的生命力,赋予新品浑然天成的独特酒香和口感。奥古特 A 系列啤酒采取经典两罐法,坚持低温发酵工艺。在更长的发酵周期和更均衡的发酵环境中,奥古特 A 系列拥有了融合协调的饱满酒体,和纯粹馥郁的醇厚口感。



► 青岛啤酒轻干

低卡无负担:每 100ml 轻干酒液热量仅 29kcal,苹果每 100g 热量为 52kcal。0 糖无添加:不额外添加糖,每 100ml 轻干酒液含糖量仅 0.1g(0 糖要求:糖含量< 0.5g/100ml)。果香更清新:三重酒花复配,释放独特清新果香。



► 0.0% 无醇白啤

产品甄选品质上乘的大麦芽、小麦芽为原料,100% 全麦芽配方,融入百年精湛酿酒元素,以上面发酵方式精酿而成。再通过低温脱醇,将酒液的酒精含量控制在 0.05%vol 以下,严格控制能量物质含量,香气馥郁、风味纯正,低能量潮饮开启生活新方式。



► 青岛啤酒桂花香诗韵

青岛啤酒桂花香诗韵是一款桂花味白啤。依循传统“上面发酵”工艺精酿而成,在经典白啤中融入天然桂花风味,清雅桂花香与原酿花果香协调融合,闻有桂花香、饮有桂花甜,爽口易饮。暖黄色罐身,以工笔画技法绘制了漫天桂花与词人李清照,将传统元素与现代审美相结合,传达出中华传统文化的独特魅力和匠心独运。

2024 年,公司产品在国内外各大奖赛评选中脱颖而出,揽获 28 项殊荣。截至目前公司各类产品已累计获奖达 105 项。

一世传奇

国际酿酒和苹果酒大奖赛(金奖)



一世传奇

全麦白啤

烈性艾尔

小麦博克

复古国潮

世界啤酒锦标赛(金奖)

全麦奥古特 A6

无醇白啤

水晶纯生

青酌奖

一世传奇

奥古特 A3

无醇白啤

CBC 中国国际啤酒挑战赛“天禄奖”(四星天禄)

沉浸式消费体验

时尚消费场景

遍布全国的 200 多家 TSINGTAO1903 青岛啤酒吧、青岛啤酒时光海岸精酿啤酒花园、中山路壹号、里院 1903 青岛酒馆 MIX 酒馆、1903MIX 青岛极地海洋公园主题门店、青岛啤酒博物馆等多点发力，青岛啤酒将产品与多元生活场景相融，通过构建新兴时尚啤酒消费空间，为消费者提供全场景的沉浸式品牌体验，满足消费者场景化需求。



啤酒节

2024 年公司举办全国大型啤酒节 29 场，快闪啤酒节 66 场，全国各区域共举办 95 场啤酒节，活动总面积约 53 万平方米，办节时长达到 1,042 天，现场参与达到 800 万人次。青岛啤酒以酒为媒，丰富多彩的活动贯穿于整个节庆，带动游客亲身参与到啤酒节中，沉浸式体验啤酒泡沫中喷薄而出的活力。



体育、音乐营销

精彩纷呈的体育、音乐营销活动全面丰富和提升了青岛啤酒品牌的国际化、年轻化、时尚化内涵。通过不同的球迷活动，增强品牌与球迷粘性，打造出独具特色的球迷营销生态。2024 年围绕“为热爱，共欢聚”的营销主题，借助中超、男足世预赛、欧洲杯等足球赛事，围绕“球迷身份+”概念，以“球迷欢聚会”小程序+球迷社群为基础，构建 PGC+UGC 共创模式，打造球迷生活服务平台，为球迷创造更多惊喜和快乐；借助巴黎奥运赛事，打造“六边形战士”IP 活动，扩大品牌影响力。



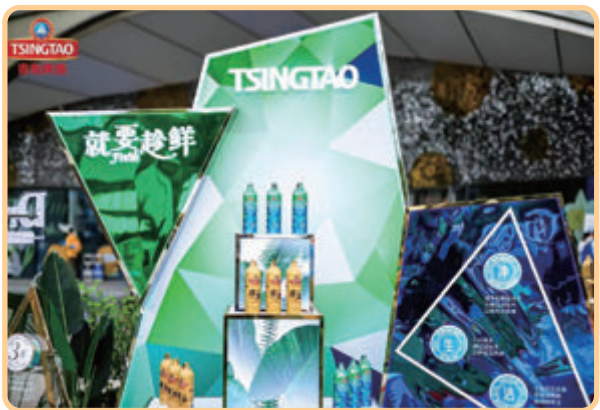
通过将啤酒与音乐艺术联结，打造全方位音乐营销矩阵，线上合作 S 级音综，覆盖旺季顶级流量传播，线下落地多元音乐活动，共同强化纯生音乐属性，将鲜活、青春、愉悦感传递给了消费者。2024 年结合青岛纯生产品共举办各类音乐活动 46 场，包括国内知名草莓音乐节、摇滚头部新青年音乐节、深耕本地的禧都音乐节等，与消费者建立情感连接，为消费者提供了独特的试听及感官体验，将品牌与愉悦、放松的生活方式联系在一起，提升了消费者的品牌好感度。



参与第二十一届中国国际酒业博览会、第四届中国国际消费品博览会、第二届中国国际供应链促进博览会，向受众传递了青岛啤酒畅享欢聚时刻、共创美好未来的品牌定位，赢得了广大消费者、参会代表的一致青睐和认可。



为配合奥古特 A 系列产品上市，与 7 个星级酒店合作，联合打造奥古特 A 系列啤酒花园，为消费者提供一个沉浸式品鉴休闲空间；以“就要趁鲜”为主题开展 9 场高端生鲜主题路演，聚焦核心城市、核心商圈进行立体式的推广；崂山啤酒“透爽开局”路演项目以“透爽闯关，清凉一夏”为核心，加强了消费者体验的沉浸感，提升了品牌曝光和用户粘性。



青岛啤酒欢聚空间

随着数字化和智能化的不断发展，青岛啤酒通过渠道数字化及消费者在线化，打通线上线下多元消费场景，成功搭建起与终端、消费者之间紧密且精准的沟通桥梁。近年来通过“一物一码”已累计触达数千万消费者，为了实现“消费者在线数字化运营”的升级，青岛啤酒采取重点突破、鼎革创新的策略，基于“一物一码”，结合大数据、VR交互等先进技术，打造了行业领先的消费者沉浸式互动平台——“青岛啤酒欢聚空间”小程序。



消费者在购买青岛啤酒产品后，扫描产品瓶盖上的二维码即可进入小程序。平台提供了丰富多彩的内容，涵盖社交、娱乐、VR云游、有奖福利多类型互动，消费者可以创建专属个人虚拟形象、体验云上啤酒节乐趣。同时青岛啤酒也充分发挥多元生态优势，提供时尚文旅特色内容，消费者可体验VR在线运营青岛啤酒博物馆，百廿历史，近在眼前。



快消品的主流渠道模式是深度分销，依托数字化的工具技术，青岛啤酒对长链条进行了改变，做到了品牌直接面对消费者，减少了渠道层级，实现营销费用降本增效、数字化营销模式探索和业务增长。

“青岛啤酒欢聚空间”的横空出世，创新了行业一物一码虚实交互体验融合新模式，也成功打造了青啤文化传播平台、品牌沉浸式体验平台、消费者实时互动平台、数字营销实战平台，为公司数字化改革提供了新动能。



02



为了更美好的世界

青岛啤酒以“做啤酒行业绿色发展的楷模”为环保愿景，紧扣“通过实施环境保护、低碳管理和循环经济，促进公司永续发展，实现与大自然的和谐共处”的环保使命，不断完善环境管理体系建设，高度重视资源的合理利用，用精益管理打造领先工厂，积极应对气候变化，力求实现生产效益与生态文明平衡共进。

应对气候变化	33
水资源管理	42
能源管理与高效利用	46
包装与废弃物	48
绿色发展	51



2024年绿色发展固定资产
投入金额

12,054 万元

同比增长

20%

2024 年青岛啤酒在绿色发展方面取得一系列标志性成果，入选工信部《2024 年重点用水企业、园区水效领跑者名单》，《啤酒高浓废水与市政污水协同处理减污降碳资源化利用关键技术》入选国家发改委《绿色技术推广目录（2024 年版）》、入选工信部《2024 年工业废水循环利用典型案例名单》、入选中国轻工业联合会《2024 年度轻工业绿色低碳转型典型案例名单》，荣获山东省轻工业联合会科技进步奖一等奖。新增 3 家制造工厂荣获 2024 年度国家级绿色工厂，目前青岛啤酒已有 23 家啤酒制造工厂荣获国家级绿色工厂，居啤酒行业首位。

持续优化用能结构，2024 年 53 家工厂使用可再生能源电力，电量占比达 80%，32 家工厂（含山东 16 家工厂）实现 100% 可再生能源电力使用；12 家工厂安装分布式光伏 16 兆瓦。2024 年公司在绿色发展固定资产投入金额 12,054 万元，同比增长 20%。

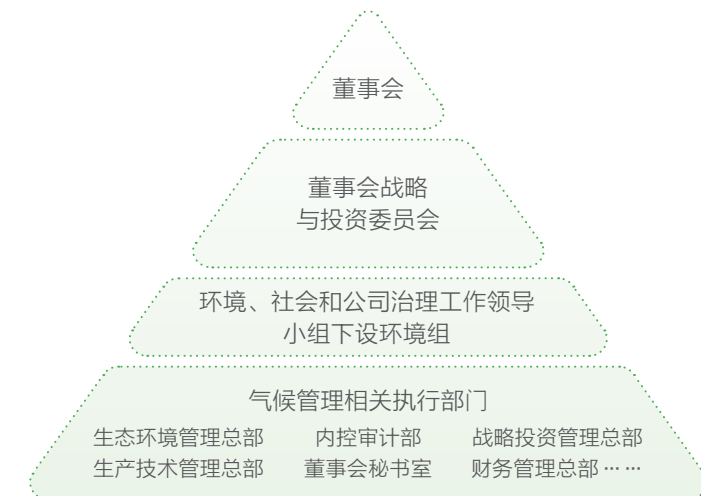


《啤酒高浓废水与市政污水协同处理减污降碳资源化利用关键技术》荣获山东省轻工业联合会科技进步奖一等奖

应对气候变化

气候变化治理

为强化应对气候变化的治理能力，青岛啤酒建立了气候变化治理架构。从组织上层对气候相关议题的监督管理延伸至各执行部门对气候行动的具体实施，各层级承担对应的工作职责，形成了健全的气候相关治理架构。



青岛啤酒气候变化治理架构

气候行动

董事会监督

青岛啤酒董事会高度重视气候风险管理对公司稳健生产运营的重要性，建立了有效的气候变化治理架构，由董事会负责监督和指导公司的环境、社会及管治战略，并通过董事会战略与投资委员会对气候变化相关风险和机遇进行监督。

管理层职责

青岛啤酒成立环境、社会和公司治理工作领导小组，负责制定公司的 ESG 管理整体规划、制度、方针、策略及目标，并将气候风险相关职责纳入下设的环境组，负责识别气候风险和机遇，建立气候变化风险清单，进行气候风险管控，定期进行气候相关财务信息披露。

青岛啤酒环境、社会和公司治理工作领导小组下设环境组统筹协调生态环境管理总部、生产技术管理总部、内控审计部、董事会秘书室、战略投资管理总部、财务管理总部等管理执行部门，开展气候相关风险机遇管理工作。



战略及风险管理

我们基于自身业务特点及运营特性，主动识别、探索气候变化带来的风险与机遇，积极提升公司对于气候变化的适应能力，以切实行动将气候变化对公司业务运营带来的负面影响降至最低。我们运用情景分析的方法，对整体业务中潜在的气候相关物理和转型风险与机遇进行评估，并将评估结果纳入公司战略与规划中考量。

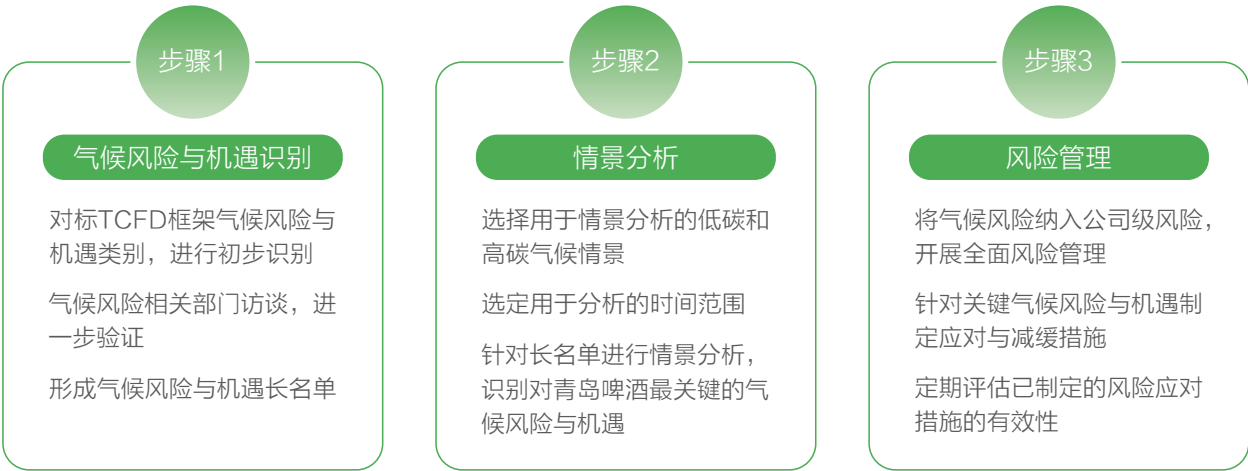
气候风险与机遇

为了更好地了解气候变化对青岛啤酒业务的潜在影响，公司基于 TCFD 要求，选取了与巴黎协定一致的低碳情景和另一高碳情景进行情景分析，包括物理风险评估以及转型风险和机遇评估。其中：气候风险与机遇在短中长期的影响具有不确定性，对气候战略的制定存在挑战。基于情景分析，公司对不同地理位置的工厂进一步分析重要的气候风险与机遇及其影响，识别出了一系列在未来可能出现的物理和转型气候风险与机遇，评估了九项重大的急性和慢性天气事件对公司的潜在影响，包括极端高温、水压力和干旱、洪水等，并将与低碳经济转型相关的政策、法律、市场、技术、声誉风险与机遇纳入考量。

基于情景分析与筛选结果，青岛啤酒的生产企业水压力与干旱是未来所有时间维度和气候情景下，风险水平最高的气候事件，是青岛啤酒面临的主要物理风险。

气候风险和机遇的识别及评估

青岛啤酒积极识别、评估和管理潜在的气候风险，计划将其纳入公司风险管理体系，并不断完善气候风险与机遇管理流程。



► 气候风险和机遇的识别与评估流程

青岛啤酒气候情景与风险机遇长名单

类别	气候相关风险和机遇	
 物理风险	急性	极端高温
		极端低温
		河流洪涝
		极端降水洪涝
		沿岸洪涝
		热带气旋
		降水引起的山体滑坡
	慢性	水压力与干旱
 转型风险	政策和法律	碳定价机制 未来碳减排相关政策的监管要求趋严
	技术	获取或应用新的减排技术
	市场	能源（天然气）价格上涨 主要原料供应紧张、价格上涨
	声誉	达到低碳发展碳承诺与否带来的声誉影响
 转型机遇	能源来源	利用可再生能源
	资源使用效率	更低碳的物流运输
	产品和服务	消费者对环保低碳产品的偏好

• 物理风险评估：选择来自政府间气候变化专门委员会 (IPCC) 第 6 次评估报告 (AR6) 中的共享社会经济路径 SSP1–2.6 和 SSP5–8.5 的两种情景；

• 转型风险和机遇评估：选择国际能源署 (IEA) 的既定政策 (STEPS) 情景和更具雄心的净零排放 (NZE) 情景。

气候风险应对措施

根据情景分析得出的结果，我们对潜在关键的中、高气候风险和机遇采取应对措施，以缓解对公司运营所产生的影响。如：选用节水设备和雨水回收系统等，提升水资源利用效率；在工厂内部增加用水循环比例以及后备水源；持续降低工厂水耗，减少水资源使用量。

为了建立全面的风险管理体系、识别和关注公司级风险、监控和评价公司风险管理体系运行的有效性，公司已经梳理公司级风险分类框架，并对所梳理出的公司级风险进行风险辨识评估，逐项梳理风险清单，并将气候风险列为公司级风险进行管理。

关键气候风险应对措施

潜在关键风险 / 机遇	应对措施
 水压力与干旱	管理提升： - 提升设施管理水平，选用节水设备和雨水回收系统等，减少耗水和用水量，提升水资源利用效率 工程措施： - 在工厂内部增加用水循环比例以及后备水源，并且在缺水情况下，考虑设置替代水源
 极端高温、极端低温	管理提升： - 在工厂的设计及建设过程中以及在未来新厂的选址过程中，考虑气候韧性影响（例如洪涝、地势等地理环境因素），并提升设施设备抵御极端气候的能力，降低极端高温等天气带来的影响 - 制定并实施应对极端天气（极端高温、极端低温）的应急预案，包括疏散计划、原料和产品的替代存放地点等，保护人身和财产安全 - 制定业务连续性计划 工程措施： - 提升建筑物的散热能力和设备效能，建设并定期维护备用电源，确保后备电源的可靠性 - 配置应对极端天气的应急物资，如后备电源和防洪沙袋等
 碳定价机制	管理提升： - 不断提高可再生能源比例 - 与供应链合作伙伴合作，推动合作伙伴温室气体减排 工程措施： - 通过工艺提升和设备改造升级，减少范围 1、2 的自身运营温室气体排放

指标和目标

青岛啤酒制定了绿色低碳发展战略，明确了 2025 年较 2019 年减降目标：啤酒生产单位产品范围 1+2 碳排放下降 56%；啤酒生产单位产品综合能耗下降 35.5%；啤酒生产单位产品耗水量下降 23%；啤酒生产单位产品化学需氧量排放量下降 31%；啤酒生产单位产品氨氮排放量下降 39%；啤酒生产单位产品氮氧化物排放量下降 73%；啤酒生产单位产品危险废弃物排放量下降 21%；啤酒生产单位产品无害废弃物排放量下降 34%；可再生能源电力占比提升到 82%。

减碳管理

全价值链碳盘查

青啤公司早在 2010 年就已率先在中国酿酒行业开展温室气体盘查和产品碳足迹相关工作，成为“中国酿酒工业首家低碳体系 (ISO 14064) 定点试点单位”。自 2019 年度开始，青啤公司开展全公司企业温室气体盘查，并将 2019 年定为盘查基准年。每年对下属工厂进行温室气体盘查、委托有资质的第三方进行核查，全方位摸清碳排放数据，持续寻找减碳点，力争将气候变化对自身运营的影响降至最低。

此外公司定期选取工厂有代表性的产品，开展产品碳足迹盘查及核查，出具产品碳足迹核查声明。目前累计已经完成了 31 家工厂，31 款产品的产品碳足迹核查。



目前累计已经完成了

31 家工厂，31 款

产品的产品碳足迹核查。



啤酒温室气体总排放量及密度

温室气体排放数据由第三方公司核证

温室气体		单位	2022	2023	2024	2024 年同比变幅
温室气体排放总量(范围1)	定量	吨二氧化碳当量	188,948	211,748	190,388	-10.1%
温室气体排放总量(范围2)	定量	吨二氧化碳当量	555,148	241,848*	200,093*	-17.3%
温室气体排放总量(范围3)	定量	吨二氧化碳当量	5,289,280	4,973,467	4,646,452	-6.6%
温室气体排放总量 (范围1+2+3)	定量	吨二氧化碳当量	6,033,376	5,427,063	5,036,933	-7.2%
温室气体排放密度 (范围1+2+3)	定量	千克二氧化碳当量/ 千升产量	771.7	732.6	696.6	-4.9%

* 基于市场方法计算



打造碳中和工厂

青啤公司积极响应国家双碳战略，规划了碳中和路径以及碳中和工厂打造技术。2024 年 7 月 1 日，青岛啤酒（济南）有限公司完成碳中和认证，成为青啤公司首家碳中和工厂；2025 年 2 月 17 日，青岛啤酒（随州）有限公司完成碳中和认证。截至目前，青岛啤酒有 2 家工厂成为碳中和工厂。



绿色物流、绿色销售

通过优化物料运输网络，缩短运输距离，优化运作模式，减少中转发运，提高铁路与水运比例，推进合作运输商使用新能源车运输，系统减少运输碳排放。其中，2024 年持续推动各承运商增加新能源车辆使用，全年共实现 5,555 车次新能源车辆配送运输。2025 年，物流目标是全国承运商自有车辆中新能源车辆总数达到 100 辆。

在销售环节，公司通过提升线上销售比重，减少实体店使用的能源消耗，进一步减碳。2024 年公司线上销售占比较 2020 年占比提升 83%。



全价值链降碳

推进酒花种植绿色低碳化改革

推动青岛大花种植基地率先试点生物质锅炉，替代传统的燃煤锅炉，减少碳排放，实现农业废弃物的资源化利用，进一步推动了循环经济的发展。

推进供应商使用清洁、可再生能源配置

引导上游供应商配置分布式光伏、使用可再生原料、使用生物质能源、打造绿色工厂。30 家易拉罐供应商配置光伏、8 家麦芽供方配置光伏、6 家麦芽供方使用生物质锅炉。



河南宝钢分布式光伏



易拉罐供应商配置光伏

30家

麦芽供方配置光伏

8家

麦芽供方使用生物质锅炉

6家

废气污染物减排管理

青岛啤酒严格落实《中华人民共和国大气污染防治法》《锅炉大气污染物排放标准》等法律法规，内部建立《大气污染防治管理规定》，对所有废气污染物进行识别、管控。

举措

- ▶ 设立废气减排目标，持续强化源头治理力度，合规安装并定期维护烟气在线监测设备，并定期委托具备专业资质的第三方对废气排放进行监测
- ▶ 配置了废气污染防治设施，通过应用先进的生产设备与治理工艺，确保废气污染物稳定达标排放
- ▶ 公司已全部使用外购蒸汽或燃气锅炉，2024 年新增 2 家工厂 7 台燃气锅炉完成低氮改造，并持续优化燃气锅炉运行控制参数，实现低氮高效运行，切实减少废气污染物排放



► 泸州公司 4 台燃气锅炉全部完成低氮改造

指标数据

排放物种类及排放数据

污染物种类			单位	2022	2023	2024	2024 年同比变幅
废气排放物	氮氧化物	定量	吨	70	56	51	-9%
	烟尘	定量	吨	9.31	8.35	7.94	-5%

第三方核证



水资源管理

青島啤酒始终秉承源头削减、过程控制、深度处理、梯级利用的节水理念，严格遵循《中华人民共和国水法》等相关法律法规，积极响应国务院发布的《水污染防治行动计划》，修订并完善内部制度，梳理工厂水回用流程，不断推进水资源的全方位管控。公司在水质和水量两个指标同步严格要求；每年给各制造体系下发节水目标和产品水耗指标，节水项目 100% 覆盖全部工厂；同时加大节水改造力度，从源头严格管理各环节生产用水、大力提升用水效率，促进水资源的循环利用。

用水管理

青島啤酒不断优化卓越目标管理体系、完善用水流程，落实 23 个用水 KPI 指标，打造全员“节水 / 惜水 / 亲水”文化，开展水耗全流程在线监控改进；以提高水的循环利用率为导向，通过回收水分级使用、在全公司推进地面无水化等措施，不断降低公司水耗，入选工信部《2024 年重点用水企业、园区水效领跑者名单》。

举措

工厂项目实施前

- ▶ 制定水资源管理相关战略和绩效执行架构
- ▶ 对所有运营地开展水资源风险评估及管理
- ▶ 监测不同水源地的水资源压力
- ▶ 制定水资源节约方案
- ▶ 拓展多元化水资源及再生水替代
- ▶ 携手当地政府或机构开发节水技术
- ▶ 采取先进的节水设备与技术，避免对当地水源产生过多的影响

啤酒生产过程中

- ▶ 持续推进覆盖整个生产过程的水耗标杆管理，降低洗瓶机清水喷淋水耗；采取反渗透运行优化、泵冷却水连锁控制等重点节水措施，全面降低水资源消耗
- ▶ 降低麦汁管路顶水与杀菌水耗；降低发酵罐刷洗水耗；降低水处理水耗
- ▶ 积极探索循环技术与工艺，依托于对工厂水系统的全面梳理，实现对啤酒生产过程中产生的溢流水、冷凝水、设备冷却水、中水等的循环回收利用，有效提高水资源利用效率

指标数据

水资源使用情况

指标名称	单位	2022 年	2023 年	2024 年	2024 年同比变幅
用水量	千立方米	26,339	23,053	22,158	-3.9%
啤酒生产单位产品耗水量	立方米 / 千升产量	3.24	2.99	2.92	-2.3%



行动案例

随州公司实施超滤水处理项目，对水处理中心的冲洗水进行回收利用，项目实施后，每年可节约用水 1.8 万立方米。



▶ 随州公司超滤水处理设备

排水管理

公司遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国水污染防治法》《啤酒工业污染物排放标准》等法律法规，内部建立《水污染防治管理规定》《污染物在线监控设施管理规定》2 项水污染物相关的管理标准。

举措

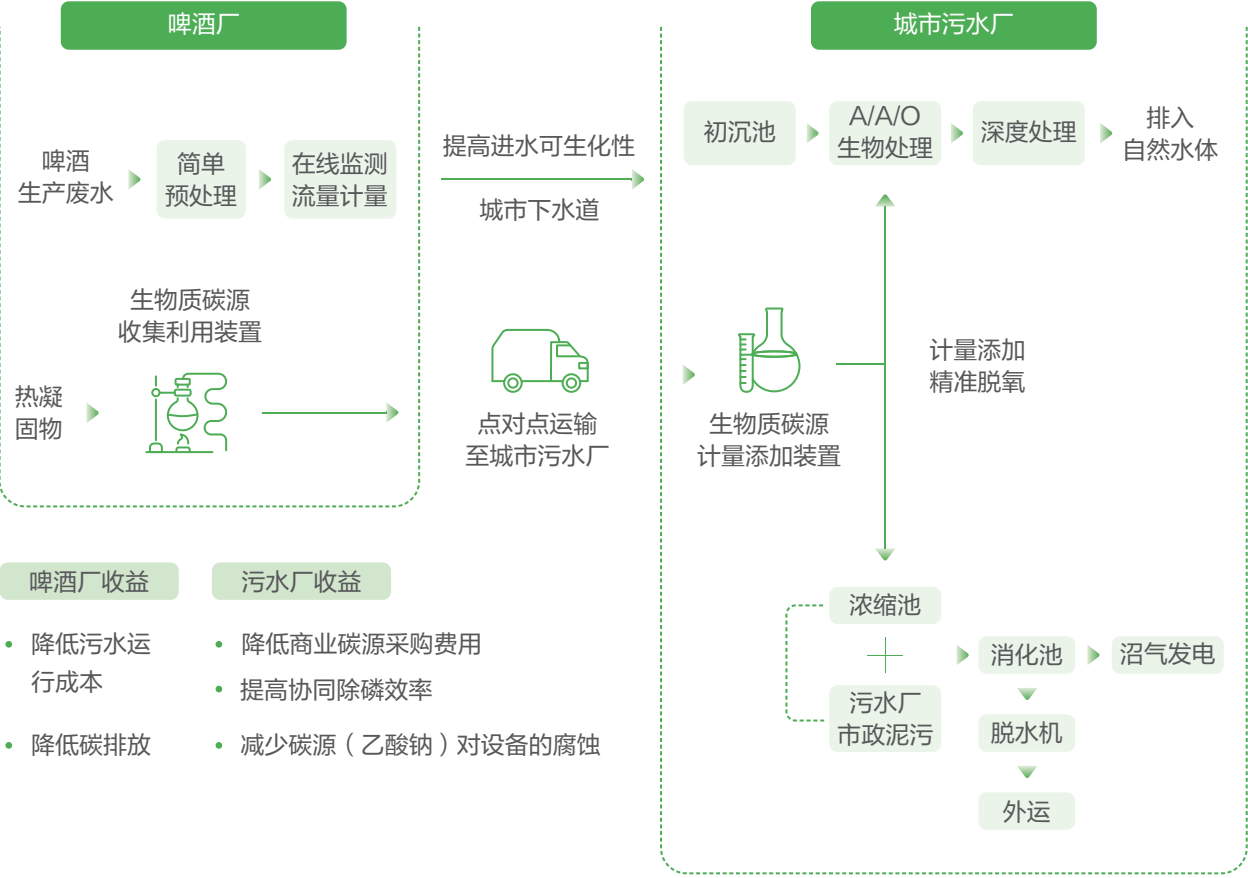
- ▶ 通过实施超滤水处理项目，应用高效反渗透，提高制水率和水重复利用率；优化洗瓶机清水喷淋喷嘴口径与喷淋压力等措施，降低新鲜水的使用量，降低废水排放量。
- ▶ 啤酒生产过程中产生的废水主要采用“厌氧 + 好氧”生物法，废水污染防治设施完备，废水总排口配备在线监控设施，报告期内污染防治设施运行正常，并定期委托有资质的第三方单位进行监测，废水稳定达标排放。公司将通过运行控制优化，提高水处理设备的制水率，减少废水排放量，保证环保设施正常、高效运行，废水稳定、达标排放。

废水排放指标数据

污染物种类				单位	2022	2023	2024	2024 年同比变幅
废水排放物	工业废水排放总量	定量	吨		20,189,000	17,944,000	15,534,049	-13%
	化学需氧量排放总量	定量	吨		848	754	673	-11%
	氨氮排放总量	定量	吨		78.2	70.5	63.0	-11%

废水价值共享项目

青岛啤酒依据《啤酒工业污染物排放标准》(GB 19821-2005) 修改单 4.2 条要求，积极推进啤酒厂与下游污水处理厂签约废水价值共享项目，啤酒废水经简单预处理后，进入下游污水处理厂作为生物质碳源利用。通过青岛啤酒废水价值共享项目的实施，优化了污水系统工艺流程，降低了投资费用。2024 年新增 2 家工厂签约该项目，目前公司签约工厂总数量达到 36 家。2024 年同比节约废水处理费用 155 万元，减少污泥 2,649 吨，降低用电量 36.5 万 kWh，减少碳排放 196 吨二氧化碳当量。



▶ 啤酒废水价值共享项目流程图

能源管理与高效利用

公司严格贯彻执行《中华人民共和国能源法》等相关法律法规，完善内部《能源管理制度》、《生产统计管理制度》及相关运行标准，持续推进工艺创新、节能改造和节能新技术应用。2024 年，公司千升酒综合能耗同比降低 2.5%。

举措

建立卓越目标体系与专项培训

区分不同品种的工艺设计与生产流程设立各生产环节标准能耗，建立标准用能测算模型，以高目标驱动用能优化。

召开 2024 年度动力学校，对运行过程中的关键点、操作方法、技改方案等进行培训和交流，提高工厂解决难点问题的能力，提升工厂的用能效率。

细化过程管理

通过细化标准、优化运行、完善设备配置等多维度，规范工厂运行控制，进一步提升工厂用能设备的效率，提升工厂识别节能降耗点及制定改进举措的能力。

完善用能过程关键控制点异常报警，实时管控能耗，针对重点机台的用能过程关键控制点进行监控，实现重点耗能设备精细化管控，推动能源高效使用与回收。

提升用能效率

针对啤酒生产的工艺、流程和设备特点，量身定制各环节降低能耗的改进措施与关键控制点，试点节能技改新技术，完善关键用能设备，提升系统用能效率。

优化用能结构

持续推进可再生能源电力使用，2024 年累计 12 家工厂安装分布式光伏 16 兆瓦，全年自建光伏发电量 923.5 万千瓦时。

全员参与节能降碳

开展工厂节能降碳合理化建议征集活动，引导员工围绕公司节能降碳工作群策群力，创新创效，通过此次活动，凝聚归纳出了众多节能降碳的合理化建议，例如煮沸余热高效回收利用：针对某工厂热产生量最大的工序－煮沸工序，提出“建立储能罐温度梯度，按需分配”的回收与使用方法，以“煮沸过程不外冒二次蒸汽”为控制目标，实现热能回收的效率最大化，全年节约蒸汽 4,095 吨。

成效

2024 年依托国家绿电交易机制，53 家工厂使用可再生能源电力，使用占比 80%。

指标数据

能源使用种类及消耗

能源使用	单位	2022 年	2023 年	2024 年	2024 年同比变幅
电	千万千瓦时	47.34	43.33	43.23	-0.2%
天然气	千万标准立方米	8.74	7.83	7.61	-2.8%
热力	十亿千焦耳	2,500	2,050	1,884	-8.1%
啤酒生产单位产品综合能耗	每千升产量吨标准煤	0.03	0.028	0.027	-2.5%

行动案例

利用热泵技术推进包装车间冷热联供项目，将生产车间 30 多摄氏度的热空气“提级”使用，产生 60℃ 以上热能供车间使用，在降低包装车间温度、改善工作环境的同时，减少杀菌机 60% 的蒸汽消耗量。



空气源热泵机组

包装与废弃物

青岛啤酒始终秉承“减量化、再利用、再循环”的循环经济 3R 原则，持续加强废弃物及包装材料的妥善管理，全面深化减排举措，积极探索循环利用方式，切实推进企业绿色可持续发展。

绿色、循环包装

青岛啤酒致力于打造可持续包装，全面推进包装回收再利用，并通过创新改进，持续优化包装组合，减少包装材料对环境的影响。我们积极开展减塑活动，严格规范涉及塑料包装的生产工序，研究探索替代塑料使用的材料与产品，全方位降低包装中的塑料成分，推进包装绿色化。

指标数据

产品包装物料消耗数据

物料	单位	2022	2023	2024	2024 年同比变幅
啤酒新瓶	千吨	1,171	1,380	1,236	-10%
啤酒旧瓶	千吨	3,139	2,769	2,412	-13%
易拉罐	千吨	83	73	75	3%
纸箱	千吨	254	245	198	-19%
塑膜	千吨	10.203	10.720	10.665	-0.5%
瓶盖	千吨	23.00	25.35	21.81	-14%
商标	千吨	9.89	9.92	9.03	-9%
包材总量	千吨	4,690	4,513	3,969	-12%
啤酒生产单位包材量	千吨 / 千升产量	0.0005999	0.0006091	0.0005488	-10%

备注：受产量及品种结构影响，部分物料消耗总重量增长

包装轻量化

公司依托研发中心国家重点实验室，开展了一系列低碳包材的研究及推广应用：2024 年对 500mL 白啤啤酒瓶减重 75g，推广使用 20%、40% 再生铝易拉罐；纸箱外二维码优化减少油墨使用量，喷码尺寸由原来 25*25mm 降至 20*20mm；使用铝材厚度为 0.208mm

轻量化易开盖；推广缠绕膜减薄项目等，通过轻量瓶、易开盖、可再生铝推广使用，每年可减少碳排放 17,000 吨。

新包材使用

2024 年 3 月青岛啤酒 1903 10 度 500mL*12 罐啤八角箱在啤酒厂正式上市，抗压强度提升 15%，节约纸箱用纸面积 5%；8 月，青岛啤酒与供应链上游造纸厂协同，共同创新研发碳中和包装用纸，在啤酒包装领域率先探索并成功研发出 180 克重低定量高强度青啤特抄涂布白面牛卡纸的基础上，推出青啤特抄碳中和面纸。该技术通过能源、配方、关键工艺等改进，实现用纸“零”碳目标。同时青岛啤酒还倡导纸箱供应商使用碳中和包装纸，积极探索新的供应链合作模式，助力上下游合作企业加快推进绿色转型。



可循环材料使用

PP 中空板循环箱：在 1L 水晶纯生产品已完成循环测试及建立回收、整理体系，具备推广条件。

公司高度重视玻璃瓶的回收再利用，2024 年继续强化与玻璃瓶供应商合作，优化玻璃瓶回收流程，建立玻璃瓶回收机制，合作的玻璃瓶供应商在供应公司玻璃瓶的同时回收产生的碎玻璃，形成了玻璃瓶的循环利用和生产。公司合作的供应商在 2024 年收集了 31,418 吨碎玻璃用于再利用。

公司在部分经销商处试点推进空箱回瓶，利用啤酒纸箱回收啤酒瓶重复使用。提高啤酒瓶收回使用率同时提高纸箱回收率。2024 年包材合计减少碳排放 16.4 万吨。



包材合计减少碳排放

16.4 万吨

废弃物处理

青島啤酒严格遵循《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《危险废物贮存污染控制标准》，规范日常生产环节中固体废弃物的收集、储存与处置管理，公司建立并持续修订《固体废物污染防治管理规定》，确保废弃物合规处置率 100%，危险废物合规转移率 100%。我们亦重视废弃物的回收利用，坚持做到“在青島啤酒，没有废物，只有放错了位置的资源”，确保酒糟、废酵母、碎玻璃等一般工业固废综合利用率达 100%。

举措



- ▶ 无害废弃物减排管理：进一步强化固体废物处理的规范性管理，对所有工厂废料最终处置方资质进行查验核实，均合法合规处置。
- ▶ 有害废弃物减排管理：有害废弃物处理方法为焚烧和综合利用，聚焦 3 大类危废（废矿物油、化学废液、沾染危废的废弃包装物）开展减量化，通过梳理制冷站、包装、废水在线设备等源头产生工序，形成危险废物减量重点措施 7 项。指导工厂制定减量方案，每月回顾危险废物产生总量、单位产品危险废物产生量，完成 2024 年减排目标。

指标数据

无害废弃物		单位	2022	2023	2024	2024 年同比变幅
废酒糟	定量	吨	137,689	127,484	125,523	-2%
废酵母	定量	吨	11,726	11,113	10,846	-2%
废弃玻璃瓶、易拉罐	定量	吨	53,529	36,982	34,206	-8%
无害废弃物总量	定量	吨	300,173	269,025	252,727	-6%
无害废弃物密度	定量	吨 / 千升产量	0.0384	0.0363	0.0350	-4%

有害废弃物		单位	2022	2023	2024	2024 年同比变幅
有害废弃物总量	定量	千克	111,064	110,724	107,387	-3%
有害废弃物密度	定量	克 / 千升产量	13.71	14.94	14.85	-0.6%

绿色发展

作为食品饮料行业“链主”企业，近年来，青島啤酒通过新建、搬迁、扩建、技术改造等，在全国及山东省内的青島、枣庄、荣成、淄博、临沂、潍坊等地陆续建设一批新的智慧工厂，推动传统制造业提质增效。

2024 年公司以重大项目建设牵引高质量发展，青島啤酒五厂高端特色啤酒生产基地项目启动，山东新银麦啤酒公司智能化生产基地项目、潍坊公司 60 万千升啤酒生产基地项目、鞍山公司数智化啤酒生产基地（一期）项目先后开工，项目建设步履稳疾、势如破竹，为未来发展孕育新希望、积蓄新动能。

青島啤酒厂获评全球首家食品饮料行业“可持续灯塔工厂”



2024 年 10 月 8 日，世界经济论坛公布新一批“灯塔工厂”名单，拥有 121 年历史的青島啤酒厂成功进阶全球首家食品饮料行业“可持续灯塔工厂”。“可持续灯塔工厂”是在“灯塔工厂”中进行再次评选，不仅智慧高效，更引领绿色低碳发展，因此也被称为“灯塔中的灯塔”。

青島啤酒厂进一步提升卓越的资源循环利用程度，通过提高工业互联网与物联网等技术融合度，有效打破生产掣肘时，进一步提升资源、能耗、生态维度的综合效益。将可持续发展的创新实践贯穿于整个产品生命周期，

通过先进技术推动产业链条优化升级，提高企业“低碳竞争力”。青島啤酒持续引领价值链的优化升级，也为传统制造高端化、智能化、绿色化转型升级打开了全新视野。

国家智能制造专家委员会委员严建文在接受中央电视台《焦点访谈》栏目采访时表示：“青島啤酒在持续发展的过程中，持续使用边缘计算和减碳减排、绿色制造理念，彰显了中国制造业不仅是有自主创新能力，还彰显了我们可持续发展的能力”。

高端化、智能化、绿色化项目

青啤五厂高端特色啤酒生产基地项目启动

3 月 29 日，青岛啤酒高端特色啤酒生产基地项目在青岛市崂山区青岛啤酒五厂启动。这座未来工厂，可生产青岛啤酒各类高端特色产品，引领和满足市场高端化、多元化、个性化的消费需求。

潍坊公司 60 万千升啤酒生产基地项目开工

4 月 28 日，青岛啤酒（潍坊）制造有限公司 60 万千升啤酒生产基地项目开工仪式在潍坊举行，此次项目将采用最新智能化设备、机器人技术、智能传感技术及工业互联网 +5G 应用，实现从包装材料入库、生产包装、产品下线入库、物流装车的全程智能自动化。

青岛九源科技有限公司成立揭牌

12 月 15 日，青岛啤酒公司与青岛市市南区战略合作框架协议签约暨青岛九源科技有限公司成立揭牌仪式举行。青岛啤酒以青岛九源科技公司落地为契机，发挥食品饮料“链主”企业为行业在数字化转型方面的牵引带动作用，积极推动区域产业数字化转型。双方希望借此契机，紧紧围绕数字科技、时尚消费、金融服务等板块开展深度合作，推进数字化产业赋能，打造潮流消费新场域，实现金融产业质效齐升，为经济社会发展注入新动能。

山东新银麦啤酒公司智能化生产基地项目开工

4 月 17 日，青岛啤酒山东新银麦啤酒公司智能化生产基地项目开工仪式在临沂蒙阴县举行，项目采用先进装备、数字技术和智能方式，将持续增强发展动力、运营能力，提升绿色生产水平，打造先进制造业高质量发展新标杆。

鞍山公司数智化啤酒生产基地（一期）项目开工

11 月 22 日，青岛啤酒（鞍山）有限公司数智化啤酒生产基地（一期）项目开工仪式在鞍山市台安高新农业产业开发区举行。新工厂通过建设联合车间实现数智“一体运营”，多品种柔性生产“一键切换”，从原料入厂、酿造生产到成品出库实现“一键控制”，打造国内一流的啤酒生产基地。



护绿行动

青岛啤酒严格遵守《建设项目环境保护管理条例》要求，严密监控并妥善管理生产环节对周边环境带来的影响，将对生物多样性、生态保护的考量纳入工厂建设项目的全生命周期。在新建工厂项目选址时，严格遵守 GB14881《食品安全国家标准食品生产通用卫生规范》选址条款要求，对工厂周边的水源水质、生态环境、社区环境进行了充分的调研，并将调研结果作为新建工厂选址的重要评价指标。在新建工厂的配套基建中，积极采取环境保护、污染防治、生物多样性保护等措施，确保对周边环境的影响降至最低。

在日常生活中，公司号召工厂开展全员环境保护志愿者活动。以植树节、世界地球日、六五环境日、全国生态日等重要环保节日为契机制作宣传海报、拍摄宣传视频，营造环保氛围，提高全员环保意识。组织工厂开展水源地保护、垃圾分类、低碳行走、减塑活动、节约粮食、环保知识竞赛、废旧物资工艺品制作等特色的环保志愿者活动；号召工厂保护所在城市的河流，组织开展清理河边、江边塑料垃圾、放生本地鱼类等活动；同时鼓励工厂组织开展保护红树林、保护野生动物等生物多样性保护活动，用实际行动践行青岛啤酒“我为环境添点绿”的环保主张和“为了更美好的世界”的环境理念，全面提高员工环保意识。

► 揭阳公司联合揭阳市生态环境局在工厂内部开展环保宣传活动



► 三水公司环保志愿者活动



► 深圳公司举办研学课程（旧酒瓶彩绘）走进学校，传递循环再利用的环保理念



► 珠海公司环保志愿者活动





给奋进者舞台 为成就者喝彩

青岛啤酒始终秉持“给奋进者舞台，为成就者喝彩”的人才理念，助力每一位员工在平等、尊重、多元化的环境中快速成长并创造价值。我们高度重视员工的身心健康，充分保障员工基本权益，全面落实员工关怀政策，通过营造和谐发展的工作氛围，为员工创造快乐、提供关怀，并将青岛啤酒的高品质与快乐传递给全球消费者。

职业健康与安全	56
权益与保障	58
员工成长与创新文化	62
员工关爱	69

职业健康与安全

青啤公司坚定不移地推进高质量发展战略，对安全生产工作提出了更高的要求。安全生产工作坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，以高水平安全保障公司高质量发展。

安全生产

青岛啤酒始终遵守《中华人民共和国安全生产法》、《中华人民共和国消防法》、《中华人民共和国职业病防治法》、《中华人民共和国特种设备安全法》等 148 项相关法律法规和国家标准的要求，通过了 DNV（挪威船级社）ISO 45001 体系认证。

2024 年各单位累计获得各项政府表彰 63 项，其中省级表彰 1 项，市级表彰 19 项。公司各单位接受国家、省、市、县区等各级政府督察 126 次，其中省市级政府督察累计 28 次。全公司发生 4 起损失工作日工伤，损失工作天数 187 天。

举措及成效

安全是发展的前提，发展是安全的保障，青岛啤酒围绕“风险识别全方位零几率；安全检查全覆盖零死角；隐患治理全消除零容忍”的十八字安全工作方针，坚持以人为本，安全发展，紧密结合安全生产管理实际创造性开展工作。



2024 年涉及安全类投资近

5,000 万元

完善的组织架构

- 公司总裁任安全生产委员会（简称安委会）主任，成立安全生产管理专职部门，下属所有业务单位全部成立安委会，明确并落实了全员安全主体责任，制定公司年度安全目标，将目标分解到每一位员工，实现安全目标责任分解率 100%，安全网络全覆盖。

全覆盖的安全检查

- 标准化全覆盖的安全检查成为常态，特别是国家重大会议、节假日等重大活动期间，总部加严检查力度和频次，各单位提级管理。通过各项强力举措，全力维护了稳定的安全生产形势，营造良好安全环境。

风险管理排查

- 聚焦啤酒行业 7 大类重大风险，确定了年度滚动的 4 大重点管理领域。
- 2024 年涉及安全类投资近 5,000 万元。
- 各单位按照风险清单开展隐患排查消除，“控风险，除隐患”已经成为安全管理标准动作，遍布全国的啤酒工厂逐渐成为所在地安全管理的模范。

安全文化及培训管理

- 公司形成了规范的三级安全教育体系，以法律法规、安全管理流程、制度学习为契机，组织开展多种形式的安全教育培训。线上线下相结合，安全培训到全员，人均安全培训 41 学时。
- 以“控风险除隐患，我的安全我做主”为主题安全文化活动贯穿全年，从总经理安全公开课、复工复产安全第一课、争做有感领导、安全回头看、安全生产大检查活动等方面开展了各种形式的安全文化活动，营造浓厚安全氛围。
- 2024 年 1,082 个班组参与安全管理标准化建设活动，近万人次网上参与学习答题，60 个班组入围安全优秀班组评选，全年组织各层级应急预案演练 9,579 次。



深圳公司开展 AED 使用安全教育培训



扬州公司举办承包商安全培训活动

持续完善职业健康管理体系，及时识别和严格落实国家相关法规要求，对识别的 27 个职业病危害因素定期进行作业环境检测；组织员工职业健康体检近万人，更新了新款职工工装和防护鞋，全年劳动保护费投入约 4,000 万，切实保障了员工职业健康。

职业健康



劳动保护费投入约

4,000 万

权益与保障

平等雇佣

青岛啤酒严格遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》、《中华人民共和国就业促进法》、《中华人民共和国未成年人保护法》、《中华人民共和国社会保险法》、《中华人民共和国妇女权益保障法》、《中华人民共和国工会法》、《工伤保险条例》等国家法律法规及地方劳动用工有关政策，通过优化劳动、人事、分配等制度全面保障员工享有合法权益，提升用工管理水平，构建和谐劳动关系。

举措及成效

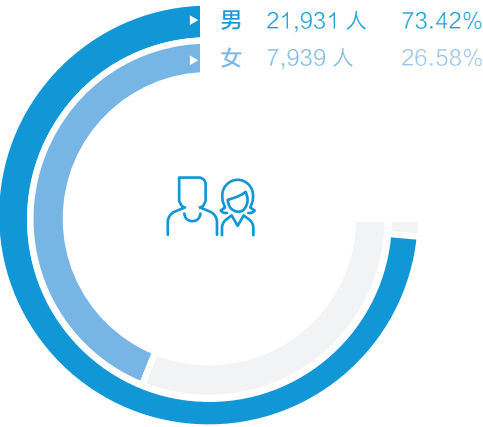
公司秉承“给奋进者舞台，为成就者喝彩”的人才理念，建立健全人力资源管理制度，依法合规开展员工管理工作，保障其享有合法权益，公司通过制定《青啤公司招聘管理制度》、《青啤公司劳动合同管理制度》、《岗位竞聘管理规定》以及人才管理制度规范等，确保员工的聘用、晋升有制度依据并规范执行。

公司给予应聘人员享有平等的就业和发展机会，不因应聘者性别、年龄、地域、民族、种族、宗教信仰、是否残疾等因素在员工雇佣、晋升和薪酬待遇上进行歧视或差异化对待。公司的招聘标准严格执行法律要求，禁止雇佣童工和强迫或强制劳工，在 2024 未发现任何业务存在雇佣童工或使用强迫或强制劳动的重大风险。

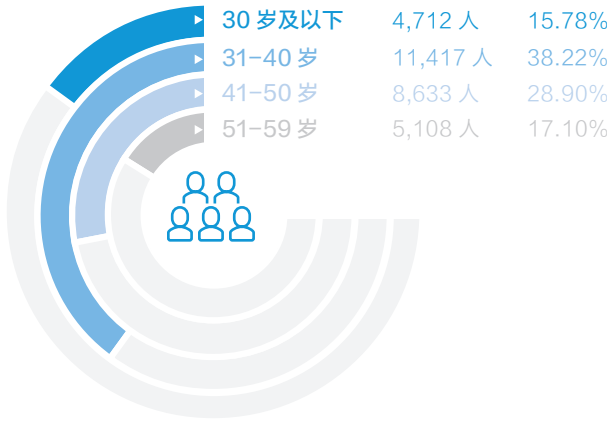
指标数据

2024 年末在职员工
29,870人

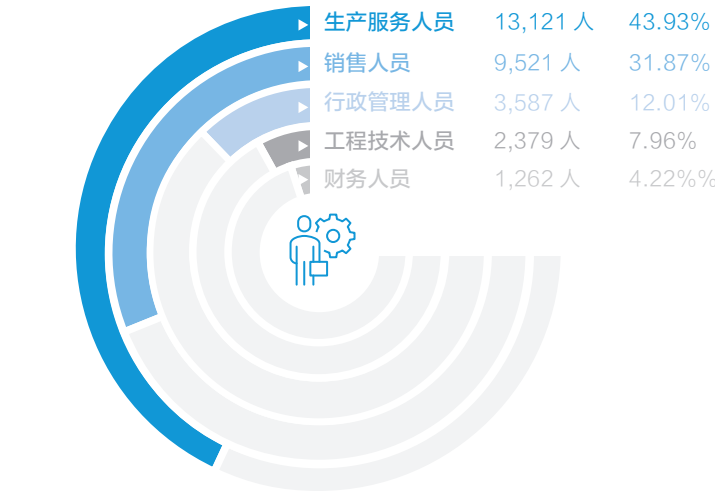
按性别比例划分



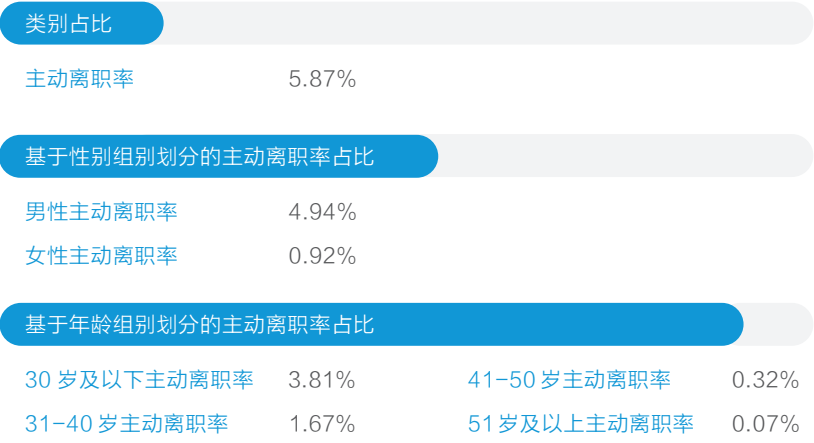
按年龄比例划分



按专业构成比例划分



员工离职率情况统计



公司严格遵守《职工带薪年休假条例》、《企业职工带薪年休假实施办法》、《国务院关于改革国有企业工资决定机制的意见》等国家和省市相关规定，员工享有带薪休假、产假病假休息、定期体检、健康培训等权益。

公司秉承以目标为导向配置资源、以能力为导向选人用人、以业绩为导向激励约束的指导思想，持续优化绩效考核激励机制。压实硬指标，强激励、硬约束、抓落实、重效率，充分展现岗位价值贡献；通过完善薪酬与经营业绩的联动，不断提高员工收入水平，助力公司实现高质量发展。

薪酬福利

举措及成效

青啤公司依法依规与员工履行劳动合同和缴纳社会保险、住房公积金，2024 年员工劳动合同签订率 100%，员工社会保险参保率 100%。

公司始终坚持以员工为中心，想员工之所想，谋员工之所需，致力于提升员工满意度。为员工提供了完善的薪酬福利体系，健全长效激励机制，2024 年公司实施企业年金政策，完善了多层次养老保险体系，增强企业凝聚力和吸引力，增强员工的获得感、幸福感、归属感，促进企业与职工共同发展。

2024 年适时推出《青啤公司企业年金管理制度》《科研人才职位与薪酬激励机制》等，驱动公司组织发展与变革转型。

2024 年，公司员工快乐指数 95.35%，员工的企业幸福感持续提升。

2024 年，公司组织各单位实施陪产假、育儿假和护理假，切实保障员工权益；育儿假结束后返岗的员工留任率达 100%；同时落地对女职工劳动权、发展权和受教育权合法权益的保障，精准关爱职工，切实提高员工生活品质。



员工劳动合同签订率

100%

员工社会保险参保率

100%

公司员工快乐指数

95.35%

获得多项年度雇主大奖

2024 年青岛啤酒凭借卓越的雇主形象、人才理念、培养发展、薪酬福利、快乐指数、创新实践等维度的突出表现，在国内多家专业、领先且具有较大影响力的评选机构组织的雇主评审中摘得多项年度雇主大奖。



员工权益



2024 年 6 月 4 日，青啤公司第六届职工代表大会第五次会议召开。各部门、单位代表通过现场及视频参会形式听取和审议了《2024 年职工薪酬预算与考核管理办法》、《第六届第三次职工代表大会职工代表提案工作报告》等专项报告，全体代表切实履行职责，围绕公司的生产经营、创新发展、人才队伍建设、职工需求等方面积极建言献策，提出许多建设性的意见建议并表决通过了各项报告。



员工成长与创新文化

人才队伍建设

青岛啤酒打造高素质技能人才队伍，搭建了领导力发展、营销业务支持、制造业务支持、在线学习管理、培训资源管理六大模块构成的人才培养体系，以领导力发展、专业力提升、业务力拓展并做好储备线、胜任线的三力两线培养方法，孵化了例如 TT-EMBA、银★资格班、一线管理者提升等涵盖各个管理层级的培训项目，并依靠专业学校、培训基地聚焦专业能力提升培养骨干，并将基于最佳实践标准化模式进行推广，一批批掌握新技能、展现新风采、创造新价值的人才不断涌现。

丰富高层次人才荣誉体系，进一步畅通各类人才职业发展通道，目前已培养国家特支计划领军人才 1 人；泰山产业领军人才 2 人；全国技术能手 4 人。2024 年公司获得国家级技能竞赛一等奖 21 人，省级竞赛一等奖 3 人，地市级竞赛一等奖 25 人；累计新增 36 项市级以上技能荣誉，其中省级技能荣誉 20 项。

公司组建企业提质增效的智囊团——专家工作站，目前已经建立技能专家工作站 34 个，其中省市级 20 个；持续推动技能人才攻关，优化多能工结构，多能工占比增幅 5.5%。

举措及成效

2024年底，青啤公司工会组织开展了第二届青岛啤酒“大工匠（工匠）”及“专业技能明星”的推荐评选工作。获得表彰的大工匠（工匠）及专业技能明星中既有持续建功，推进工厂数智化转型，解决生产效率难题，获多项专利的工匠代表和积极降低能耗、促进多项指标公司领先的工匠代表；也有锤炼高超技能，立足岗位创新创造，荣获全国、省市各级技能竞赛冠军和一等奖的高技能人才；还有积极发挥专业技能价值，助力实现销量提升、市场开拓、文化传播和在各级专业领域技能竞赛中获得冠军和一等奖的技能明星。他们苦练内功、精进技艺、实干争先，成为公司高质量发展需要的知识型、技能型、创新型的高素质产业工人。

2024 年 11 月，山东省城市主导产业职业技能大赛暨 2024 年全国啤酒酿酒师职业技能竞赛在青岛举行。来自全国 17 个省（直辖市）、38 支代表队，108 名一线产业工人参加。经过理论测试、模拟实操、品评实操等竞赛环节，青啤公司员工获得竞赛前三名。青岛啤酒（鞍山）公司佟明明获得了一等奖的好成绩。





2024 年 9 月，山东省“技能兴鲁”职业技能大赛暨山东啤酒行业首届智能装备维修电工职业技能竞赛在青岛落幕。来自 50 多家企业的 250 余位技术人员首次“华山论剑”，36 名公司员工闯入“决赛圈”，并包揽前三名。冠军获得者青岛啤酒厂李建说，“以前没接触过这种数字化编程，通过技能大赛一步步锻炼了自己的技能”，公司有很多技能人才的榜样，大家的成长生动诠释了当下“技能有多高、舞台就有多大”的发展环境。



青岛啤酒连续三年举办“百年青啤匠心文化节”暨“匠心圆梦 技能成才”系列主题活动，表彰高技能人才。旨在持续推动“匠心”意识，传承“匠心”文化，让“匠心圆梦、技能成才”持续砥砺全员的精湛技艺。他们当中，除了酿酒师、品酒师等传统技能人才，还有工业数据管理、啤酒侍酒师、互联网营销等领域的“新秀”涌现，持续筑牢质量提升的技能根基。

2024 年，青岛啤酒利用广阔的平台资源优势，为员工搭建成长舞台，建机制、创环境、促成长，公司员工培训覆盖率达 100%，人均完成 54.1 课时学习。

举措及成效

数字化人才赋能



在数字化人才方面，通过构建通用能力课程体系、组织数字化知识竞赛和专项认证，提升员工数字化素养和核心能力，数字化三级人才普及率均达 100%；全年参与数字化课程学习 301,900 人次，颁发数字化徽章 210,054 枚。



人才赋能



2024 年参与数字化课程学习

301,900 人次



员工培训覆盖率

100%

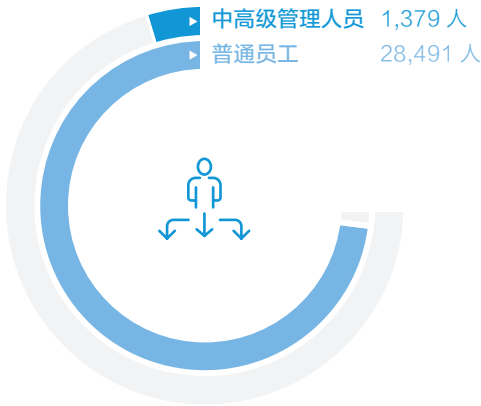
产品营销培训



2024 年，面向总部及三大中心职能管理人员开展涵盖广告宣传、价格标注、知识产权保护、消费者权益保护、商业竞争、促销、个人信息及数据保护、网络直播等八大核心领域的专题培训，覆盖率 100%；推进《啤酒知识》、《营销安全管理知识》等课程学习，新入职业务代表学习覆盖率 100%、管理培训生学习覆盖率 100%。

指标数据

受训雇员人数



按职级划分受训雇员人数

职业发展培训平均时数



按职级划分受训人均小时



受训雇员总人数

29,870 人



每名员工平均受训时数

54.1 小时

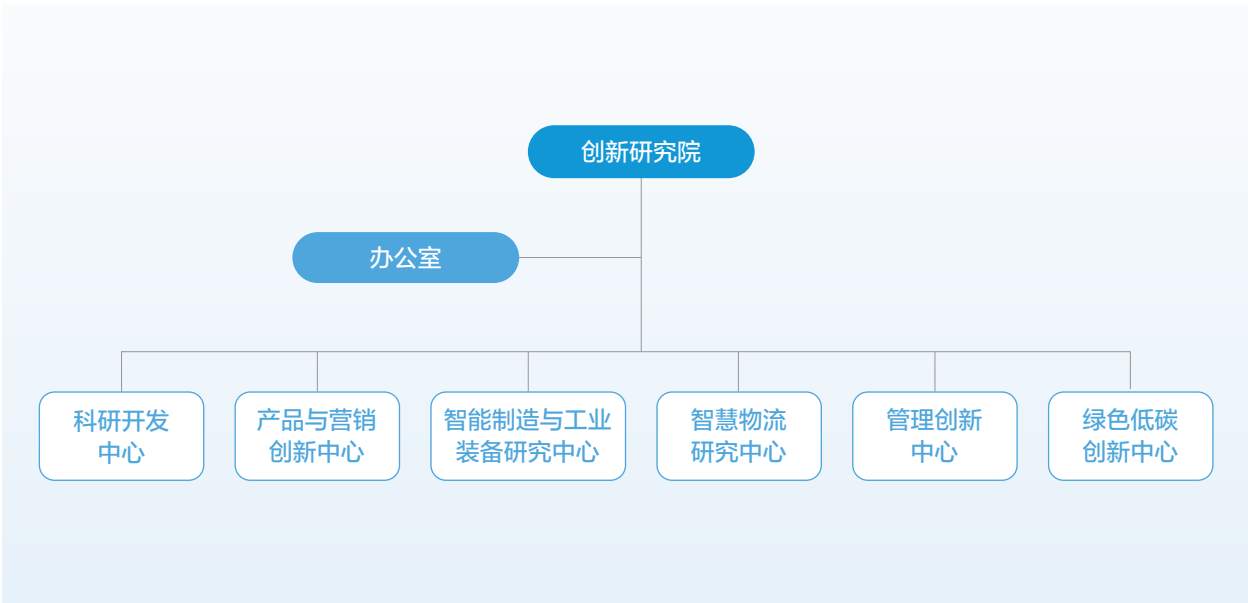
创新助力公司发展

成立创新研究院



抓创新就是抓发展，谋创新就是谋未来。近年来，公司坚持以创新为引擎，科技创新、产品创新、渠道创新、场景创新、品牌创新、可持续发展创新等方面成果丰硕，建立了独有的核心竞争力。为了进一步提升公司系统性创新能力，公司成立了创新研究院，全面统筹公司创新管理工作。创新研究院下设六大创新研究中心，包括科研开发中心、产品与营销创新中心、智能制造与工业装备研究中心、智慧物流研究中心、管理创新中心和绿色低碳创新中心，分工协作，具体落地专业领域创新研究工作。

在创新战略的引领下，公司系统规划创新过程管理和创新机制、创新孵化、创新赋能、创新生态、创新品牌和创新空间“六位一体”的创新管理体系，为持续推动公司高质量可持续发展提供了重要支撑。





持续推进项目管理成果改善

2024年公司召开“持续改善项目成果”发布活动，评选出六西格玛项目一等奖1项，二等奖2项，三等奖5项，优秀奖4项；QC项目一等奖2项，二等奖8项，三等奖11项，优秀奖7项，本次成果发布会从年度342个注册项目中评审出12个六西格玛项目和30个QC项目进行发布，课题内容涵盖了能源、效率、质量、外包装、数字化、物流发运效率等，此外，会议还进行了质量管理小组活动准则培训和立项共创研讨，紧紧围绕公司战略开展持续改善规划。

中国轻工业企业家年会揭晓2024年度轻工企业管理现代化创新成果评审结果，青岛啤酒获得3个一等奖、3个二等奖，获奖数量再创历史新高，工厂的管理创新成果首次斩获一等奖。



员工关爱

青岛啤酒公司工会以职工需求为导向，实施精细化职工关爱，为广大职工提供更多普惠性、常态性、精准性服务。山东省总工会党组会议研究决定，2024 年公司被确定为提升职工生活品质试点单位。

青岛啤酒积极开展员工关怀活动，以春送温暖，重点关怀困难职工和一线职工；夏送清凉，为各单位及时配置各类防暑降温物资，建设“清凉驿站”；金秋助学，举办“情暖学子 助梦启航”金秋助学亲子讲座，聚焦职工和孩子关注需求，帮助排忧解难；冬送温暖，为员工提供切实的保障。

普惠关爱



夏送清凉



金秋助学



劳动节慰问员工



为员工配备夏季清凉防暑包

困难帮扶

困难职工帮扶常态化、及时化、精准化，健全职工困难帮扶机制，通过职工困难帮扶、急事特办、“青岛啤酒关爱基金”形成层次清晰、各有侧重的梯度帮扶体系，多措并举、及时有效帮扶职工。2024 年度公司共慰问青岛属地单位困难职工 163 人次，下拨慰问金及发放慰问品，合计 199,250 元；慰问外派职工 87 人次，发放慰问品价值 39,130.56 元。在企业帮扶的基础上及时为属地单位职工申报青岛市困难职工，争取到生活救助金 6,000 元及公用事业相关费用的减免，携手职工共渡难关。

2024 年，青岛啤酒关爱基金共救助了来自 17 家单位的 20 位罹患恶性肿瘤、脑梗死、白血病等重大疾病的员工，累计支出 65.05 万余元。2024 年共有 48 家单位向关爱基金捐款合计 61.89 万元。



九江公司、青岛啤酒厂开展员工关爱基金捐款活动



特色关爱

围绕“惠健康，惠文化，惠生活”三个维度不断推进惠工项目：2024 年公司继续实施带薪陪考假，对有子女参加中考或高考的在岗员工，按各地发布的中考及高考时间，给予比中考或高考天数多一天的陪考假；举行 12 次职工健康活动，包括医疗咨询、中医把脉、健康大讲堂、工间操、健步行等，多家单位还组织了篮球赛，在促进健康的同时，丰富大家的文体生活；举办迎新春欢乐大集，举办“欢乐祥和闹元宵 踔厉奋发启新程”元宵节、端午节、国庆中秋双节同乐会以及书画、足球、乒乓球、毽球等社团活动，短视频互动大赛，促进职工之间的交流沟通、释放压力、激发活力；持续开展“红心向党光荣离岗 青啤精神薪火相传”荣休工作；开展“庆六一 我是劳动小能手”青啤职工子女劳动技能秀活动、爱心救五分钟社会救援圈公益项目培训，转训志愿者近 600 名；组织暑期职工子女爱心托管，获青岛市总工会推荐，获得资金支持。



公司实施带薪陪考假



公司开展迎新春欢乐大集活动



公司开展职工子女暑期爱心托管服务活动



公司开展庆中秋活动



2024 年 9 月 27 日，《礼赞新中国 奋进新时代》——青岛啤酒庆祝新中国成立 75 周年职工文艺汇演举办，一个个节目特色鲜明、形式多样、精彩纷呈，讴歌新中国成立 75 年来的辉煌成就，回望青岛啤酒与祖国同呼吸共命运的壮丽篇章，共同祝福伟大祖国的美好前程，生动表达出青啤人的拳拳赤子心、殷殷爱国情。



04 共创社会价值

青岛啤酒携手价值链上下游，以创新的方式投身于行业合作，共同应对新出现的挑战，持续打造可持续和负责任的价值链；我们以实际行动履行社会责任，围绕乡村振兴、慈善捐赠、抗灾、扶贫、助学等社会公益，践行企业责任担当，用实际行动共建和谐美好社会。

可持续供应链	74
关爱社会	79



可持续供应链

青岛啤酒要求供应链合作伙伴遵守公司负责任采购、低碳环保、安全管理、商业道德与合规、员工规范招聘及管理、廉洁承诺等各项政策，对新建立的合作伙伴进行 ESG 可持续性风险评估及相关内容的沟通培训，我们与价值链伙伴共同致力于为打造绿色环境做贡献；每年都会审查与现有合作伙伴签订的合同条款和服务协议，筛选并淘汰与公司发展理念相违背的合作伙伴。

负责任采购

青岛啤酒严格遵守中华人民共和国的相关法律法规要求，如《中华人民共和国食品安全法》《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》《消毒产品生产企业卫生许可规定》等法律法规，同时，制定并遵循《采购管理手册》《物料采购招标竞价管理流程》《青岛啤酒供应商进入、合作、退出管理流程》《采购操守守则》等内部管理制度，要求供应商签署【廉洁承诺书】，确保约定的商业道德准则得到遵守。

供应商管理及评估

2024 年，纳入供公司可合作的供应商数目为 1,586 家，包括中国、德国、加拿大、法国、阿根廷、捷克、美国等国家。生产性物料供应商（含原辅料、包装物、添加剂等）约为 773 家；非生产性物料供应商为 813 家。

举措

► 建立供应商分级管理制度

公司根据供应商管理体系框架，建立供应商分级管理制度，每年度基于供应商商务资质、产品质量、供货数量、技术能力、管理制度、可持续管理体系等多个维度动态调整分级。

► 及时对供应商进行评估

公司对于新引进供应商及供应商合作过程中定期进行考察及审核，通过审核的新供应商予以准入资格。对于合作供应商通过查核进行管理输出，推进供应商共同改进提高。对于供应商资质证件、财务及资信、供货能力、环保、职业健康、雇佣关系以及供应商质量管理、生产工艺技术、设备配置及食品安全管理等维度进行查核。另外定期通过第三方平台对供方相应风险进行识别。2024 年现场查核审计 167 家供应商，符合要求。



2024 年，纳入供公司可合作的
供应商数目为

1,586 家

公司建立与合同签署进行关联的供应商档案管理机制，所有生产性物料依据法规要求制定《供应商索证清单》并定期更新，按照清单索要所有证件及第三方检测报告；与酒接触物料采用合格供应商动态目录管理，定期抽样送指定第三方机构检测，不符合要求的取消合作资格。报告期内，生产性物料我们共引入新供应商 17 家，优化淘汰供应商 17 家。

公司每年对合作供应商实施年度和现场审核综合评价，包括食品安全、质量、服务、实际供货完成率等维度，重点关注食品安全、质量控制及环保绩效改进。2024 年合作供应商全部达到了合格标准，有力的保证了青岛啤酒的生产。

► 带动供应商践行 ESG 理念

公司重视供应商在质量、安全、环保及社会责任等方面的表现，在各个环节增加对供应商 ESG 风险评估的考量。每年不定期分品类召开供应商会议，以及通过拜访交流、审计等形式向供应商输出青岛啤酒的发展规划、管理理念和要求，提升其履行社会责任及可持续发展能力，培养供应商与青岛啤酒共同发展。

公司对供应商在质量、安全、环保及社会责任等方面的表现进行认证，要求供应商按照国家、省、市各项法规合规运营。在寻源新供应商及审计现有供应商中，将 ISO9001 认证、ISO14001 认证、ISO22000 认证纳入供应商认证范围。目前合作的 101 家供应商通过 14001 环境管理体系认证，69 家供应商通过 45001 职业健康安全管理体系认证。

举措



应对气候变化的多产区采购

- 在气候变化带来的不确定环境因素下，公司采取原料多产区采购战略，判断行情及时调整采购策略。
- 制定大麦品种名录，每年根据主产区大麦品种的变化，对种植面积达到一定规模的新品种进行试验、跟踪、使用和评价，确保原料的多样性和稳定性。
- 采购部分国际大麦，补充国内原料供应不足问题，确保稳定生产。



报告期内，生产性物料我们共
引入新供应商

17 家

优化淘汰供应商

17 家

供应商合作及共同发展



持续支持国产原料发展

青島啤酒积极响应国家政策，持续支持国产原料的发展，特别是在酒花的种植与采购方面，采取了多项措施：

- ▶ 与供应商合作，建设青島大花及香花种植基地，推动酒花品种的提纯和优化，确保原料的高品质。
- ▶ 支持国产大麦的种植，维持一定的国产麦芽的采购，确保国产麦芽供应商的生产，助力推动国内农业的可持续发展。
- ▶ 与种植户签订长期合同，鼓励扩大种植面积，并通过“优质优价”政策提升原料品质，同时提高合作伙伴和种植者的收益。
- ▶ 在合作基地的基础上升级管理，不断提升合作伙伴的田间作业标准，从源头控制酒花质量与品质。



资金支持实现双赢

2024 年，上游供应商资金紧张，公司为上游啤酒瓶供应商提供资金 1.76 亿元，支持供应商采购原料，生产持续，实现双赢。



合作创新共同发展

和供应商一起，积极研究新材料、新技术、新工艺的应用和推广，如缠绕膜减薄、瓶盖减薄、易拉罐 / 盖减薄等、啤酒新瓶减重等，既降低了采购成本，双方获得收益，同时，又减少了原材料的使用，实现绿色可持续发展。



推进供应链绿色低碳化改革

青島啤酒与酒花种植基地合作，逐步减少化学肥料的使用，转而推广有机生物肥料。通过使用有机生物肥料，酒花种植基地的土壤健康得到显著改善，增强了土壤的碳汇能力，进一步降低了农业生产的碳足迹。



▶ 携手甘肃亚盛绿鑫建立国内首家啤酒花共建基地

2024 年 6 月，青島啤酒与甘肃亚盛绿鑫啤酒原料集团啤酒花共建基地揭牌仪式举行，双方将充分发挥科研实力、资源优势和品牌影响力等，打造国内首家啤酒花共建基地，助力提升国产酒花的核心竞争力，推动传统产业提质升级。

此次双方“强强联合”共建啤酒花基地，将通过组建专业化生产管理专家团队，制定各生产环节标准作业流程，建设高质量、高标准的啤酒花原料基地，助力实现国内啤酒花种植标准化、机械化、规模化以及行业全产业链发展，打造国产啤酒花行业的标杆基地。

公司秉承“共创、共享、共赢”合作理念，因地制宜加快厂商协作分销模式变革，持续提升网络运营力。加速渠道数字化建设，让经销商更具成长力和竞争力，为公司高质量发展铸定网络根基。

举措



厂商协作分销模式（TM 项目）

- ▶ 深入推进：推进变革大区增加 18%；变革经销商增加 34%。
- ▶ 坚决进攻：销量和结构较同期提升，经销商人员增加 4%；经销商车辆增加 2%；直供率和 AB 类直供率，均同比提升 5 个百分点。
- ▶ 数字化应用：经销商业务人员 SFA 手持应用率同比提升 12 个百分点。



公司为上游啤酒瓶供应商提供资金

1.76 亿元

助力经销商创新变革共赢发展



网络结构能力项目

- ▶ 网络培育，引进目标，超目标完成 115%。
- ▶ 网络发展，新引进经销商制定三年培育计划。
- ▶ 网络优化，针对销量规模低于平均值且运作五年以上的传统渠道经销商专项制定优化计划。



▶ 青岛啤酒举办“2024 青岛啤酒全球渠道伙伴大会”

2024 年 5 月“2024 青岛啤酒全球渠道伙伴大会”召开，全球近千名青岛啤酒渠道伙伴代表参与盛会。大会再次传递了“共创、共享、共赢”的合作理念，宣贯发布了公司高质量发展战略和企业文化，提振了渠道伙伴与青岛啤酒并肩前行的信心和士气，激发了渠道伙伴与青岛啤酒共同征战市场的昂扬斗志。

关爱社会

青岛啤酒始终用实际行动奉献爱心、回馈社会，持续致力于与社会公益事业共同发展，组建公司员工志愿团队，鼓励并组织员工积极投身社会公益事业，持续增进民生福祉。2024 年，公司对外捐赠、公益投入 128.72 万元。

青岛啤酒将支持乡村振兴发展视为企业重要的社会责任，依托公司优势，因地制宜开展调研，探索乡村振兴发展新路径，构建产业支撑、文旅融合的“新引擎”，助力实现乡村产业兴旺、文化繁荣、经济发展，取得了很好的成效。

乡村振兴



啤酒节助力当地经济发展

主办 2024 年定西第五届青岛啤酒节，开展“欢聚陇南 干杯青岛”青岛啤酒嘉年华活动，广拓两地旅游市场，推介陇南、定西特色产品，多层次、多视角宣传展示陇南、定西魅力，进一步扩大两地文旅品牌的知名度和影响力，助力文化旅游传播和经济社会高质量发展。

自 2020 年第一届定西青岛啤酒节成功举办，到今天第五届定西青岛啤酒节的盛大举行，定西与青岛啤酒节五度相约，定西青岛啤酒节已成为践行大力发展假日经济、夜间经济的重要支撑和繁荣夜间文化、活跃夜晚生活、提升休闲消费、构建定西高质量发展格局的重要成果展示平台。

“欢聚陇南 干杯青岛”2024 青岛啤酒嘉年华活动为市民及各地游客打造一场缤纷亮丽的狂欢盛宴，不仅对商文旅体融合发展和消费增长产生强势拉动效应，也对陇南文旅 IP 塑造和经济发展带来长期助益，助力将陇南打造成甘陕川交界夜经济产业发展明珠，迸发出更多生机与活力。



深入开展消费帮扶

2024 年 1 月，青岛啤酒积极响应青岛市乡村振兴局印发的《关于组织开展东西部协作“消费帮扶助农增收集中行动”的通知》和青岛市国资委《关于深入开展消费帮扶活动的倡议书》的号召，持续深入开展消费帮扶，对接陇南市祥宇油橄榄开发有限责任公司，采购祥宇特级初榨橄榄油产品 4,000 余瓶，总金额 40.47 万元。2019 年以来，公司共 6 次在春节期间参与东西部协作消费扶贫，助力乡村振兴和东西部协作工作，营造了人人参与消费帮扶的良好氛围。

帮扶对口乡村

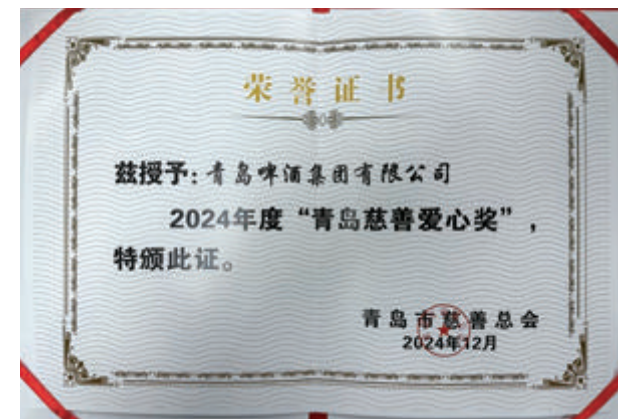
2024 年，西安公司因地制宜结合帮扶村实际需求，共投入定点帮扶资金 17 万余元，完成北闫村“乡村振兴作战室”改造工程项目，帮扶慰问、节日慰问等项目，取得了良好的帮扶效果。渭南市临渭区巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接工作领导小组发来感谢信，帮扶村北闫村也送上锦旗，感谢西安公司多年来对帮扶工作的大力支持的同时，也对西安公司的帮扶工作给予充分肯定。



青岛啤酒关爱弱势群体、热心公益事业、关注教育、奉献爱心传递温暖。

- 2024 年，青啤公司一如既往的秉持扶弱济困的社会责任感，关注残疾人事业，继续向青岛市残疾人福利基金会捐助 10 万元。自 2004 年开始已累计进行残疾人捐助共计 246 万元。
- 2024 年 9 月，青岛啤酒积极响应青岛市民政局关于青岛市第九个“中华慈善日”捐赠的号召，通过青岛市慈善总会向青岛市民政局“中华慈善日”公益慈善项目捐赠人民币 50 万元。其中，定向捐赠公司对口帮扶村镇平度市明村镇 20 万元，定向捐赠公司派驻驻村工作队所在村新河镇幸福村和蓼兰镇葛戈庄村款物各 6 万元，其余款项定向用于青岛市第九个“中华慈善日”主题宣传活动启动仪式发布的公益慈善项目。
- 自 1996 年起，公司设立青岛啤酒－青岛大学”奖学金，专项用于青岛大学奖励优秀学生、扶助贫困学生、在校学生就业培训和相关社会实践体验等。截至 2024 年，累计捐助学生 2,048 名，捐赠金额 620 万元。其中，2024 年捐资 30 万元，奖励学生 80 名。

2024 年 5 月，在青岛市残疾人联合会举办的第三十四次全国助残日活动中，青岛市残疾人福利基金会向青岛啤酒赠予“青岛市助残爱心单位”奖牌，以感谢青岛啤酒在支持残疾人相关工作中的大力支持；12 月，在“携手慈善 与爱同行”2024 年度青岛慈善十佳颁奖晚会上，青岛啤酒获青岛市慈善总会颁发的“青岛慈善爱心奖”。



公益慈善



截至 2024 年，累计捐助学生

2,048 名

捐赠金额

620 万元



社区参与及志愿者活动

青岛啤酒下属制造体系、营销体系单位积极开展职工无偿献血活动，积极奉献爱心，守护人民群众生命健康；与社区互动，积极参与维权普法宣传活动，分发宣传手册，引导消费者关注产品质量、关注食品安全；与城中社区联合举办公益大集活动，服务社区周围的居民，实现精准精细服务民生……



郴州公司向资兴市唐洞街道高矿工南路社区捐赠，用于社区基础设施建设、产业帮扶、完善安置公共服务等三个方面重点项目；通过资兴市人民政府向资兴市慈善总会捐赠优活家大麦茶饮料 1,300 箱，专项用于支援政府抗洪救灾及灾后重建工作；宝鸡公司向宝鸡市渭滨区防汛抗旱指挥部实物捐赠青啤优活饮用天然矿泉水 100 箱、王子苏打水 100 箱；汉斯小木屋猕猴桃味饮料 700 箱支持抢险救灾，奉献爱心。



福州公司、随州公司、青岛啤酒三厂、揭阳公司、青岛啤酒二厂、三水公司、太原公司等多家单位组织爱心志愿者参加无偿献血活动



洛阳公司开展六一慰问洛阳市宜阳县黄姚村小学活动，给孩子们带去了新的学习用品

郴州公司自发组织员工向资兴市特殊教育学校捐赠校服



青岛啤酒公司积极响应青岛市绿化委员会的安排，组织职工到浮山森林公园开展义务植树活动，以绿化、美化浮山为重点，对浮山天窗空地补植



倡导理性饮酒，为生活创造快乐

青岛啤酒始终主张并践行理性饮酒的社会责任，倡导理性饮酒，为生活创造快乐。我们的产品标识“过量饮酒，有害健康”；宣传“开车不饮酒”公益口号；开展倡导理性饮酒知识宣传系列活动；公司网站入口设置年龄访问提示……引导消费者理性饮酒，预防未成年人饮酒。

举措

青岛啤酒重点关怀人群

未成年人群

- ▶ 我们禁止向未成年人群出售产品，并开展未成年人群禁酒教育

孕产妇

- ▶ 我们建议孕产妇在孕期与母乳喂养期避免饮酒

驾驶者

- ▶ 我们严厉杜绝酒后驾车与乘坐酒后司机驾驶车辆的行为，并开展“开车不饮酒”的宣传活动

患者

- ▶ 我们主张患者在医疗期间应避免饮酒

青岛啤酒积极响应中国酒业协会号召，连续多年开展理性饮酒宣传活动，助推“理性文明，拒绝酒驾”、“关爱成长，非成勿饮”和“适量饮酒，快乐生活”的理念深入人心，公司采取线上线下相结合的方式，全方位、多渠道地传播理性饮酒理念，助力营造和谐、健康的饮酒环境。

在线上，青岛啤酒通过官方网站、社交媒体平台等渠道，与消费者进行互动交流，让理性饮酒的声音更加深入人心。在线下，青岛啤酒在青岛啤酒博物馆、TSINGTAO 1903 酒吧等地设立宣传点，通过张贴宣传海报、发放宣传资料、举办互动活动等形式，让公众在轻松愉快的氛围中了解理性饮酒的重要性。许多消费者在参与活动后纷纷表示，他们对理性饮酒有了更加深刻的认识，将积极践行这一理念，共同营造健康的饮酒环境。



▶ 在青岛啤酒博物馆、酒吧等地张贴理性饮酒宣传材料，向消费者介绍理性饮酒知识



▶ 渭南公司、揭阳公司等区域单位积极开展理性饮酒宣传活动



2024 年青岛啤酒荣誉(部分)

第四次荣获**国家科学技术进步二等奖**

青岛啤酒厂获评全球首家食品饮料行业“**可持续灯塔工厂**”

入选国务院国资委**数字化转型试点企业**

获评国务院国资委**国有企业社会责任·先锋 100 指数 (2024)**

获评工信部**国家级绿色工厂**已达 23 家

入选工信部《**2024 年重点用水企业、园区水效领跑者名单**》

入选工信部《**2024 年工业废水循环利用典型案例名单**》

《**啤酒高浓废水与市政污水协同处理减排降碳资源化利用关键技术**》入选国家发改委《绿色技术推广目录（2024 年版）》

入选中国轻工业联合会《**2024 年度轻工业绿色低碳转型典型案例名单**》

“码智联”数据管理等三项管理创新成果获中国轻工业企业管理协会**管理创新一等奖**

入选**国有企业上市公司 ESG·先锋 100 指数**

入选《国资国企社会责任蓝皮书 (2024)》**优秀案例**

入选榜单**中国 ESG 上市公司先锋 100**

入选 **2024 年度 ESG 卓越实践案例**

获评 **2024 最具影响力雇主**

荣获**山东省科技进步一等奖**

荣获山东省轻工业联合会**科技进步奖一等奖**

荣获 **2023 山东社会责任企业**

荣获**山东省绿色供应链荣誉称号**

获得 **Brand Finance 啤酒行业全球品牌力冠军**

第三方评价

报告评价

2024 年, 在全球经济复苏承压、消费市场持续分化的背景下, 青島啤酒股份有限公司(以下简称“青島啤酒”) 以“守正创新” 为核心, 系统披露了公司在产品创新、智能制造、绿色低碳转型、员工权益保障、公益实践等方面的成果, 充分体现了企业对可持续发展目标的深度融入与战略重视。

从《青島啤酒 2024 年环境、社会及管治报告》可见, 青島啤酒坚持以科技创新为引擎, 加速推进“高端化、智能化、绿色化” 转型。以“为生活创造快乐” 为使命, 将“打造魅力感知质量” 作为公司质量理念, 不断满足消费者对于产品的高端化、多元化、个性化、场景化需求, 引领行业品质升级。

在环境责任方面, 青島啤酒以“双碳” 目标为引领, 实现温室气体排放总量(范围 1+2+3) 较 2023 年降低 7.2%, 国家级绿色工厂累计达到 23 家, 数量居啤酒行业首位。32 家工厂实现 100% 可再生能源电力使用, 啤酒生产单位产品耗水量及综合能耗持续下降, 全价值链碳盘查覆盖 30 余家工厂及产品, 充分展现了行业标杆的减碳领导力。

社会责任层面, 公司深化“给奋进者舞台, 为成就者喝彩” 的人才理念, 员工培训覆盖率 100%, 数字化技能认证突破 21 万枚, 并通过“青啤关爱基金” 等举措构建全方位员工关怀体系。在公益领域, 公司持续赋能乡村振兴、教育助学及生态保护, 彰显国企担当。

青島啤酒通过构建“决策层 – 监督层 – 执行层” 三级 ESG 治理架构, 将可持续发展深度融入战略决策与日常运营, 并系统性梳理 29 项实质性议题, 为利益相关方提供了高透明度的信息披露。

报告建议

强化科技赋能全产业链低碳化: 2024 年公司在减碳等领域取得一定成效, 但供应链上游, 像原料种植、包装材料等环节的低碳化工作仍有提升空间。建议依托自身科研平台, 联合相关机构、供应商共同研发生物基可降解瓶盖, 轻量化再生玻璃瓶等。同时, 与农户合作扩大本土酒花、大麦种植规模, 构建农业碳汇生态, 推进酿造工艺和供应链的零碳转型。

深化传统文化与品牌 IP 融合创新: 作为具有 121 年历史的民族品牌, 建议进一步挖掘啤酒文化与传统文化、地域特色的结合点, 通过联名非遗 IP、打造文化限定产品、丰富“啤酒 + 文旅” 体验工坊等形式, 将品牌历史转化为消费场景的差异化竞争力, 助力文化自信与国际传播。

加速数字化转型与智能化升级: 建议构建更完善的数字化供应链管理系统, 实现从原料采购、生产制造到销售终端的全流程数字化监控和管理, 提高供应链效率和透明度。加大智能化设备投入, 实现生产过程的自动化、智能化控制, 提高生产效率和产品质量稳定性。

扩大乡村振兴“产业 +” 模式: 在消费帮扶基础上, 建议联合相关机构, 为帮扶地区提供酿酒原料种植技术培训, 打造“青啤定制农场”, 形成“原料本地化 + 产品特色化” 的产业闭环, 实现从“输血” 到“造血” 的升级。

青島啤酒作为啤酒行业的龙头企业, 在 2024 年社会责任报告中展现出了卓越的担当与实力, 为行业树立了标杆。展望未来, 青島啤酒在培育世界一流企业的征程中, 应继续强化创新驱动, 加强国际合作与交流, 提升品牌的全球知名度和影响力。同时, 积极履行社会责任, 发挥龙头企业的引领作用, 助力啤酒行业迈向新的高度。



中国酒业协会啤酒分会

ESG 指标索引

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		在报告中的位置
由董事会发出的声明，当中载有下列内容： (i) 披露董事会对环境、社会及管治事宜的监管； (ii) 董事会的环境、社会及管治管理方针及策略，包括评估、优次排列及管理重要的环境、社会及管治相关事宜（包括对发行人业务的风险）的过程；及 (iii) 董事会如何按环境、社会及管治相关目标检讨进度，并解释它们如何与发行人业务有关连。		P9–P11
描述或解释在编备环境、社会及管治报告时如何应用下列汇报原则：（重要性、量化、一致性）。		封二
解释环境、社会及管治报告的汇报范围，及描述挑选哪些实体或业务纳入环境、社会及管治报告的过程。若汇报范围有所改变，发行人应解释不同之处及变动原因。		封三
一般披露	有关废气排放、向水及土地的排污、有害及无害废弃物的产生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P33–P50
A1.1	排放物种类及相关排放数据。	P40/P44/P50
A1.3	所产生有害废弃物总量(以吨计算)及(如适用)密度(如以每产量单位、每项设施计算)。	P50
A1.4	所产生无害废弃物总量(以吨计算)及(如适用)密度(如以每产量单位、每项设施计算)。	P50
A1.5	描述所订立的排放量目标及为达到这些目标所采取的步骤。	P34/P40–P50
A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法，及描述所订立的减废目标及为达到这些目标所采取的步骤。	P50/P37
一般披露	有效使用资源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	P42/P46
A2.1	按类型划分的直接及／或间接能源(如电、气或油)总耗量(以千个千瓦时计算)及密度(如以每产量单位、每项设施计算)。	P47
A2.2	总耗水量及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	P43
A2.3	描述所订立的能源使用效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。	P37/P46–P47
A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题，以及所订立的用水效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。	P37/P42–P43
A2.5	制成品所用包装材料的总量（以吨计算）及（如适用）每生产单位占量。	P48
一般披露	减低发行人对环境及天然资源造成重大影响的政策。	P30–P53
A3.1	描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。	P30–P53

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		在报告中的位置
一般披露	有关薪酬及解雇、招聘及晋升、工作时数、假期、平等机会、多元化、反歧视以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P58–P60
B1.1	按性别、雇佣类型（如全职或兼职）、年龄组别及地区划分的雇员总数。	P58–P59
B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	P59
一般披露	有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P56–P57
B2.1	过去三年（包括汇报年度）每年因工亡故的人数及比率。	–
B2.2	因工伤损失工作日数。	P56
B2.3	描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法。	P56–P57
一般披露	有关提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策。描述培训活动。	P62–P68
B3.1	按性别及雇员类别（如高级管理层、中级管理层）划分的受训雇员百分比。	P66
B3.2	按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数。	P66
一般披露	有关防止童工或强制劳工的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P58
B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	P58
B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	P58
一般披露	管理供应链的环境及社会风险政策。	P74–P75
B5.1	按地区划分的供货商数目。	P74
B5.2	描述有关聘用供货商的惯例，向其执行有关惯例的供货商数目，以及相关执行及监察方法。	P74–P75
B5.3	描述有关识别供应链每个环节的环境及社会风险的惯例，以及相关执行及监察方法。	P74–P78
B5.4	描述在拣选供货商时促使多用环保产品及服务的惯例，以及相关执行及监察方法。	P75–P77
一般披露	有关所提供产品和服务的健康与安全、广告、标签及私隐事宜以及补救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P14–P21

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		在报告中的位置
B6.1	已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。	P16
B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	P20–P21
B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	P8
B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。	P14–P19
B6.5	描述消费者数据保障及私隐政策，以及相关执行及监察方法。	P20–P21
一般披露	有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P8
B7.1	于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	P8
B7.2	描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。	P8
B7.3	描述向董事及员工提供的反贪污培训。	P8
一般披露	有关以社区参与来了解营运所在社区需要和确保其业务活动会考虑社区利益的政策。	P22–P29/ P79–P84
B8.1	专注贡献范畴（如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育）。	P22–P29/ P79–P84
B8.2	在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。	P22–P29/ P79–P84
D 气候相关披露		
管治	(a) 负责监督气候相关风险和机遇的治理机构（可包括董事会、委员会或其他同等治理机构）或个人的信息。 (b) 管理层在用以监察、管理及监督气候相关风险和基于的管治流程、监控措施及程序中的角色。	P33
策略	气候相关风险及机遇 业务模式和价值链 策略和决策 财务状况、财务表现及现金流量 气候韧性	P34–P36



主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		在报告中的位置
风险管理	(a) 发行人用于识别、评估气候相关风险和机遇，以及厘定当中轻重缓急并保持监察的流程及相关政策； (b) 发行人用于识别、评估气候相关风险和机遇，以及厘定当中轻重缓急并保持监察的流程（包括发行人可有及如何使用气候相关情景分析来确定气候相关机遇的信息）；及 (c) 气候相关风险和机遇的识别、评估、优次排列和监察流程，是如何融入发行人的整体风险管理流程，以及融入的程度如何。	P34–P36
指标与目标	温室气体排放 气候相关转型风险 气候相关物理风险 气候相关机遇 资本运用 内部碳价格 薪酬 行业指标 气候相关目标 跨行业指标及行业指标的适用性	P37

您的反馈

尊敬的读者，您好：

非常感谢您阅读了《青島啤酒股份有限公司 2024 年环境、社会及管治报告》。如果您对本报告有任何建议和意见，请您填写下面的意见回馈表，通过邮寄、传真或电子邮件发给我们。对于您的宝贵意见，我们致以深深的谢意！

姓名：单位：

联系电话：电子邮箱：

您认为哪些章节为您提供了重要信息？

- 1 “前言” 部分
- 2 “合规稳健运营” 部分
- 3 “产品品质” 部分
- 4 “环境保护” 部分
- 5 “员工” 部分
- 6 “价值链” 部分
- 7 “第三方评价” 部分

您如何评价本报告？

	好	一般	不好
可读性			
中肯性			
排版设计			
总体印象			

您对我们下一年度报告的建议？

请与我们联系：

地址：中国山东省青岛市市南区香港中路五四广场青啤大厦公共关系管理总部 266071

电话：0532-85785641

