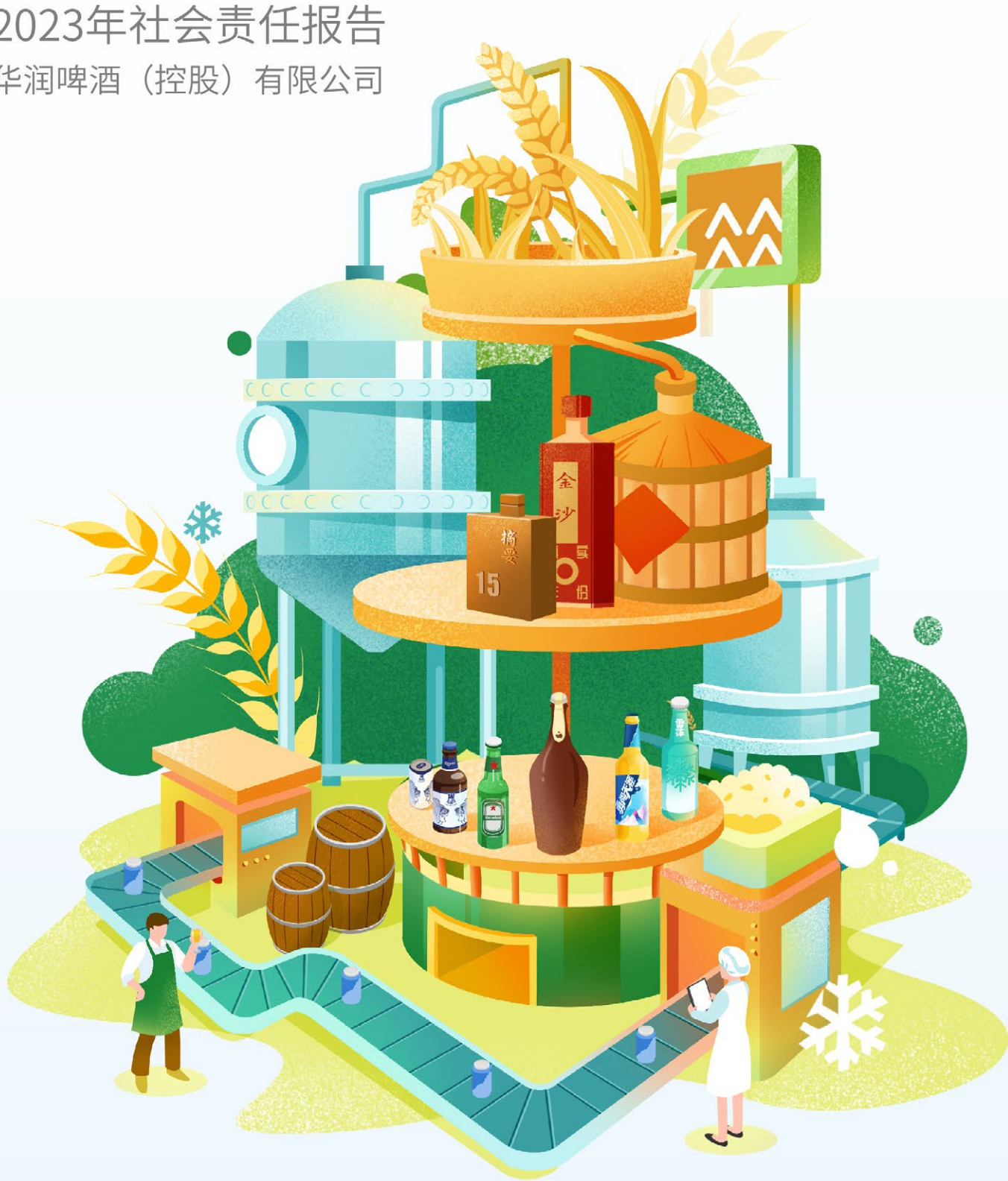


# 酿造 美好生活

2023年社会责任报告  
华润啤酒（控股）有限公司





# 目录

## CONTENTS

|             |    |
|-------------|----|
| 关于本报告       | 01 |
| 董事会主席致辞     | 03 |
| 关于华润啤酒      | 05 |
| 2023华润啤酒大事记 | 07 |
| 2023重要荣誉    | 11 |

|               |    |
|---------------|----|
| 专题聚焦一：        |    |
| 迈向零碳酒业，酿造绿色未来 | 13 |

|                  |    |
|------------------|----|
| 专题聚焦二：           |    |
| 坚持长期主义，共绘国麦振兴新篇章 | 17 |

|      |    |
|------|----|
| 责任管理 | 91 |
| 未来展望 | 97 |
| 附录   | 99 |

### 01

## 酿造辉煌，强基固本

|                        |    |
|------------------------|----|
| 责任故事：推动全面转型，<br>重塑企业价值 | 23 |
| 优化公司治理                 | 25 |
| 落实安全生产                 | 28 |

### 02

## 酿铸品质，匠心服务

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 责任故事：引领品牌高端化，<br>笃行酒业新世界 | 33 |
| 落实质量保障                   | 35 |
| 推动创新发展                   | 38 |
| 完善服务体验                   | 43 |

### 03

## 酿创合力，互利共赢

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 责任故事：携手合作伙伴，构建<br>“啤酒新世界”供应链生态圈 | 49 |
| 完善责任链条                          | 51 |
| 加强交流合作                          | 53 |
| 助力行业发展                          | 55 |

### 04

## 酿筑梦想，携手奋进

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 责任故事：坚持价值创造，<br>增强人才梯队建设 | 59 |
| 保障员工权益                   | 61 |
| 促进员工发展                   | 62 |
| 关怀员工生活                   | 65 |

### 05

## 酿塑和谐，绿水青山

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 责任故事：解锁工厂“绿色”成就，<br>焕新生产运营方式 | 69 |
| 深化绿色管理                       | 71 |
| 坚持绿色运营                       | 74 |
| 优化能源结构                       | 80 |

### 06

## 酿泽万物，情暖万家

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 责任故事：超燃助力，勇不止步<br>——勇闯天涯助力马拉松活动 | 85 |
| 促进产城融合                          | 87 |
| 推动乡村振兴                          | 88 |
| 热心公益慈善                          | 90 |

## 关于本报告

本报告为定期报告，是华润啤酒（控股）有限公司继 2012 年后发布的第十二份独立的企业社会责任报告，旨在就公司的社会责任实践与利益相关方进行坦诚沟通，并回应利益相关方关注的重要问题。

### 报告范围

如无特殊说明，本报告的数据和内容所涉及的范围主要包括华润啤酒（控股）有限公司及附属公司 / 分公司；时间跨度为 2023 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，部分内容超出上述范围。

### 数据来源

本报告的全部信息数据来自公司正式文件、统计报告与财务报告，以及经由公司统计、汇总与审核的社会责任实践信息。

### 编制依据

本报告参照全球可持续发展标准委员会（GSSB）《GRI 可持续发展报告标准》（GRI Standards）、联合国可持续发展目标（SDGs）、国家标准委员会《社会责任报告编写指南》（GB/T 36001-2015）、中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南基础框架》（CASS-CSR4.0 和 CASS-ESG5.0）、《华润集团社会责任工作管理办法》、《华润集团“1+N”社会责任指标体系管理手册》以及《华润雪花啤酒社会责任工作管理办法》。

### 报告承诺

本报告由华润啤酒（控股）有限公司社会责任报告编制小组组织编制，由公司董事会主席审核，报告内容不存在虚假、误导性陈述。



### 称谓说明

为便于表述和方便阅读，在本报告中，华润啤酒（控股）有限公司也以“华润啤酒”“公司”“我们”表示。

### 报告获取

本报告为中文报告，以纸质版和电子版两种形式发布。电子版可通过登录华润啤酒官网 [www.crbeer.com.hk](http://www.crbeer.com.hk) 下载。若需获取纸质版报告，或对本报告有建议和意见，您可以按照以下方式联系我们：



**通讯地址：**北京市东城区建国门北大街 8 号华润大厦 306 室

306 China Resources Building No.8 Jianguomen North Avenue Beijing 100005



**电话：**（86-10） 65179898



**电邮：** [crb\\_csr\\_gw@crb.cn](mailto:crb_csr_gw@crb.cn)



**传真：**（86-10） 85191900



**网址：** [www.crbeer.com.hk](http://www.crbeer.com.hk)



# 董事会主席致辞



华润啤酒董事会主席  
侯孝海

“

勇闯新世界的脚步，走过一道道坡、爬过一道道坎，留下了生机勃勃的景象。细看华润啤酒变革发展历程，2023 年注定是不平凡的一年。这一年，是华润啤酒成立 30 周年，是企业“3+3+3”战略中最后一个三年战略的开局之年，也是迈入“决胜高端”新阶段的关键节点。而立之年，华润啤酒立足做“啤酒新世界的领导者，白酒新世界的探索者”的目标，秉持着高品质酿造的孜孜追求，怀揣着对自然的深深敬畏，与价值链伙伴共赢共荣，更以无比的感恩之心回馈社会，推动企业高质量可持续发展的脚步愈发沉稳。2023 年，华润啤酒累计实现销量 1,115.1 万千升，实现营业收入 389.32 亿元，取得了销量、收入、利润三增长，各项利润指标创造历史记录并保持了持续五年的增长，企业发展质量继续乘势而上。

这一年，华润啤酒倍道兼行，以勇闯新世界的决心全速推动高质量发展。我们立足“决胜高端”战略发展规划，坚定推进“啤酒 + 白酒”双赋能的业务模式，实施以培育新质生产力为引擎的全方位、系统性创新，通过 CDP 数字化平台深刻洞察并精确捕捉消费者的需求与行为，不断推出新产品，持续丰富“中国品牌 + 国际品牌”的产品组合，创造电竞、体育等各类沉浸式的体验场景，提升高端啤酒的品牌形象。2023 年，全麦纯生、秦始皇 CPA 中国淡色艾尔啤酒、致敬中国千年酿酒文化的醴醴先后上市，打开

啤酒向上发展空间，引领高端和超高端市场；金沙小酱新品发布，让白酒真正走进年轻人的生活与消费场景。

这一年，华润啤酒向绿而行，以“碳”寻未来的姿态全面践行绿色酿造。我们聚焦“双碳”目标，揭牌成立碳中和研发中心，通过绿色管理、绿色生产、绿色包装、绿色运营、绿色物流等，推动企业全面绿色转型。2023 年，华润啤酒循环水用水量达 38,084 万吨，新鲜水用水量同比下降 1.9%，5 家工厂先后获得省级“节水型企业”称号，武汉工厂获得中国最高等级的节水荣誉——国家级“水效领跑者”称号；截至 2024 年 1 月，华润啤酒已有 5 家国家级“绿色工厂”以及 9 家省级“绿色工厂”。

这一年，华润啤酒上下同欲，以稳链固链的担当全力构建供应链良性生态。我们发挥“链主”新担当，主动携手上下游企业，构建紧密协作的命运共同体，与产业链共同成长。2023 年，华润啤酒遵循全球可持续供应链发展趋势，开展“国产啤麦品质提升及标准化种植质量保障体系研究”项目，首个标准化种植实验基地落地内蒙古；布局酱酒，完成收购贵州金沙窖酒酒业有限公司 55.19% 的股权，推动资源高效配置；与江南大学举行深度战略合作签约仪式，加强技术交流与标准制定，形成一流学校、一流科研

力量和一流企业、一流产品、一流品牌之间的合作；举行喜力®啤酒 150 周年庆典活动、雪花渠道伙伴大会、雪花供应商大会，构建高端大客户平台，促进与渠道伙伴、终端伙伴多元化、深层次互动，助力构建“啤酒新世界”供应链生态圈。

这一年，华润啤酒向善而为，以共荣共享的胸怀全心创造更大社会价值。我们肩负起推动新时代美好生活不断向前的崇高使命，始终关爱员工的身心健康和职业发展，以“双赋能、强梯队、拓线上、优管理”为着力点开展人才培养，共建快乐、和谐、温暖的事业家园；围绕乡村振兴，以助力华润希望小镇建设为抓手，向遵义华润希望小镇、南江华润希望小镇定向捐款约 85 万元，在四川、西藏等地建立对口帮扶机制，积极探索消费帮扶、产业带动、人才支持的乡村振兴实践路径，以实际行动践行社会责任。

凯歌而行，不以山海为远；乘势而上，不以日月为限。新征程上，华润啤酒将深入贯彻落实集团“1246”发展模式，立足“引领产业发展，酿造美好生活”的使命，持续巩固核心竞争力、持续提升品牌价值、持续扩增经营业绩、持续践行社会责任，向着“成为世界一流酒类企业”的美好愿景加速前行。

”



# 关于华润啤酒

## I 公司简介

华润啤酒（控股）有限公司（简称“华润啤酒”）于香港联合交易所有限公司上市（股份代号：00291），位列恒生指数成份股，是华润（集团）有限公司属下负责生产、销售及分销酒类产品的业务单元。华润啤酒旗下拥有华润雪花啤酒（中国）有限公司与华润酒业控股有限公司，分别聚焦啤酒及非啤酒业务经营管理。

华润雪花啤酒成立于 1993 年，截至 2023 年 12 月 31 日，华润雪花啤酒下辖 62 间啤酒酿造厂，年产能约 1,900 万千升。华润雪花啤酒是中国啤酒行业龙头企业，2005 年，华润雪花啤酒旗下“雪花”品牌以 158 万千升销量成为全国销量最大的啤酒品牌；2006 年华润雪花啤酒成为全国销量最大的啤酒企业；2008 年，根据国外媒体报道，“雪花”成为全球单品种销量最大的啤酒品牌；2013 年华润雪花啤酒及“雪花”品牌总销量均突破 1,000 万千升，成为中国啤酒行业首个“双千万吨”企业。

2017 年以来，华润雪花啤酒实施“3+3+3”战略，落地品牌重塑、产能优化、组织再造、营运变革、企业文化重塑、信息化升级等重大举措项目，提质增效，盈利水平跨越式增长。

2019 年，华润雪花啤酒与喜力®啤酒强强联手，并于 2020 年推出“中国品牌 + 国际品牌”的“4+4”高端品牌矩阵。其中，中国品牌以“顶部传承 中部创新 底部品质”为精神谱系，顶部传承包括“中国之味”匠心营造啤酒、“中国之形”脸谱系列（花脸、旦角）、“中国之魂”醴系列；中部创新包括“中国之酷”勇闯天涯 superX、“中国之潮”雪花马尔斯绿啤酒、“中国之纯”雪花纯生；国际品牌则包括喜力®、红爵、苏尔啤酒®、悠世四大品牌的多款产品。此外，为满足个性化消费需求，还推出了老雪、黑狮啤酒（黑狮白啤及黑狮果啤）以及拉维邦黑啤。2023 年首款高档无醇啤酒喜力®0.0 横空出世，打破传统啤酒饮酒场景限制，满足年轻消费者多元化需求。

华润酒业成立于 2020 年底，负责华润啤酒非啤酒业务的经营管理。自 2021 年起，华润啤酒控股金沙酒业，参股山东景芝白酒并管理安徽金种子酒业，并于 2023 年统一由华润酒业进行经营管理。华润酒业旨在通过建设有价值的白酒品牌，做大白酒业务，成为中国白酒行业的全国性头部企业。



截至 2023 年 12 月 31 日

华润雪花啤酒下辖 **62** 间啤酒酿造厂，年产能约 **1,900** 万千升



同时，华润啤酒亦将积极推动多品牌策略落地，在市场化机制下，持续打造以“组织相连”“价值厚增”“人才共用”“费用分投”“渠道共用”及“终端合建”为特色的“啤白双赋能”商业模式，共同发展啤酒及非啤酒业务。

华润啤酒一直以“引领产业发展，酿造美好生活”为使命，致力于为消费者提供超越期望的产品与体验，为员工打造事业家园，为合作伙伴提升价值，为股东创造回报，为环境和社会带来绿色和谐发展，激发和满足人们对美好生活的需求，稳步迈向“做啤酒新世界的领导者、做白酒新世界的探索者”，努力打造成为消费者信赖、员工自豪、行业领先的国际一流酿酒企业。

## I 企业文化



企业使命

与消费者、股东、员工、商业伙伴一起引领商业进步，共创美好生活



企业愿景

成为大众信赖和喜爱的啤酒企业



价值观

诚实守信、业绩导向、以人为本、创新发展



发展理念

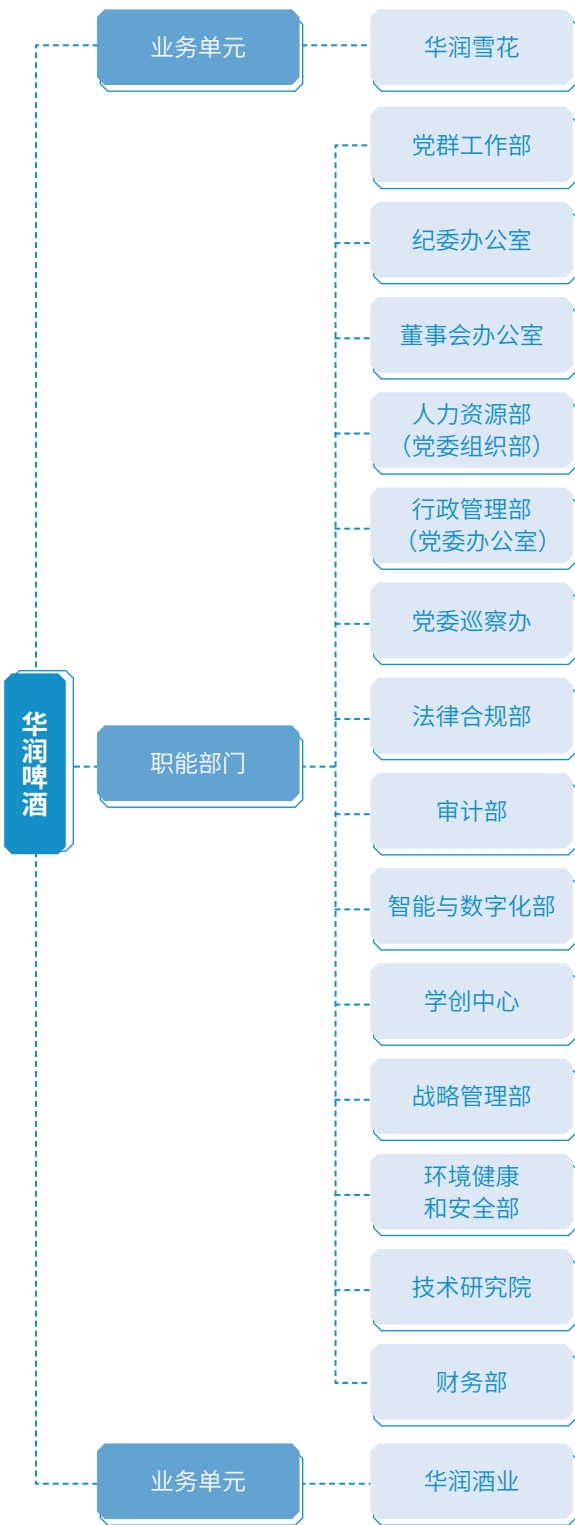
做实、做强、做大、做好、做长



企业精神

务实、专业、协同、奉献

## I 组织架构



2023 华润啤酒大事记

里程碑

华润啤酒布局酱酒，于 2023 年 1 月完成收购贵州金沙窖酒酒业有限公司 55.19% 的股权。华润啤酒推进组织重塑，实行“事业部 + 职能部门 / 直属机构”组织模式，成立啤酒和白酒业务两大事业部，实施酒类业务专业化管理和运营。



重大战略项目

华润啤酒深圳总部大厦主体结构顺利封顶，彰显公司积极响应国家首都区域功能化政策落地，积极参与粤港澳大湾区发展建设。



华润啤酒与江南大学举行深度战略合作签约仪式，加强资源整合，致力于形成一流学校、一流科研力量和一流企业、一流产品、一流品牌之间的合作。



华润啤酒成立三家白酒技术研究院，全面负责各自企业科研活动的组织、运行、管理和资源配置。

华润啤酒助力国产啤麦产业振兴，开展“国产啤麦品质提升及标准化种植质量保证体系研究”项目，首个标准化种植实验基地落地内蒙古。



华润啤酒与华润燃气达成战略合作协议，华润燃气发挥政策、技术、能源管理等方面优势，助力华润啤酒绿色发展。

华润啤酒分别与饿了么、美团闪购及中铁快运达成战略合作。



新产品、重大市场活动

【啤酒】

2 月 华润啤酒推出“全麦纯生”，为追求更高阶产品价值享受的纯生爱好者打造。



旗下产品“勇闯天涯 superX”推出首款人类 +AI 共创意设计啤酒“X 宇宙计划”。此外，“勇闯天涯 superX”冠名合作 X GAMES CHINA 滑板 U 池巡回赛，并成为 KPL 王者荣耀职业联赛年度合作伙伴。



9 月 旗下华润雪花（中国）有限公司作为杭州亚运会官方指定啤酒赞助商，为亚运会开闭幕式晚宴提供啤酒产品，并为运动员及嘉宾提供亚运会指定啤酒产品。



9 月 “醴醴”产品举行上市发布会，秉承“致敬中国千年酿酒文化”的品牌 DNA，传承中国啤酒文化。





其他大事件

11月 喜力®啤酒 150 周年庆典活动、雪花渠道伙伴大会、雪花供应商大会举行，华润啤酒与喜力®啤酒一同立足新阶段。



4月 华润啤酒联合美团闪购发布《中国即时零售啤酒品类趋势白皮书》，指引行业渠道创新，助力行业新增长。



2023 年，华润啤酒共有三个项目正式投产运营，包括蚌埠工厂新建年产 80 万千升项目、广州工厂新增 4.2 万罐 / 小时罐装线项目，以及新都工厂新增 4 万瓶 / 小时纯生线项目。此外，广安工厂、内江工厂、湖南工厂、南京工厂新增 6 万罐 / 小时罐装线项目全部通过验收。

2023 年，华润啤酒共有五个搬迁新建项目正式启动，包括昌都工厂年产 10 万千升搬迁新建项目、朝阳工厂年产 30 万千升搬迁新建项目、凉山工厂年产 40 万千升搬迁新建项目、济南工厂年产 100 万千升新建项目，以及厦门工厂年产 40 万千升新建项目。



【白酒】

8月 推出“摘要敬赞”产品，主销企业客户。

10月 “金沙小酱”产品上市，小规格高颜值，让白酒真正走进年轻人的生活与消费场景。



重大工程建设

12月 华润啤酒举办第三届“雪花日”活动，庆祝华润啤酒成立 30 周年，回顾企业发展历程，致敬 30 年的奋斗荣光。





2023 重要荣誉

荣获“第二十届全国质量奖”，成为近 20 年内首家获此奖项的啤酒企业。



荣获香港董事学会颁发的“2023 年度杰出董事奖（上市公司董事会类别）”，为过往 23 年间，首家连续两年获得此殊荣的上市公司。



荣获《机构投资者》“2023 年亚洲最佳管理团队”的 8 项大奖、香港投资者关系协会（HKIRA）“2023 年第 9 届投资者关系大奖”的 13 项大奖，以及《IR Magazine》大中华地区的 4 项大奖等。



雪花荣获 2023 年中国品牌力指数 C-BPI 黄金品牌；“雪花”“勇闯天涯”获第二十届世界品牌大会中国 500 最具价值品牌；雪花啤酒再度蝉联“中国品牌年度大奖”啤酒行业（NO.1）、“中国啤酒十大影响力品牌”。



荣获 CSTD 首届“中国人才发展灯塔奖·典范企业”、CSTD 第七届“学习设计灯塔项目奖·旋风计划”、2023 中国企业标杆学习平台“最佳价值创造实践”奖。



旗下“雪花”和“金沙”两个品牌双双被商务部、文化和旅游部、市场监管总局、国家知识产权局、国家文物局五部门联合认定为“中华老字号”。

“基于啤酒全产业链智慧管理平台的开发与应用”项目荣获 2022 年度“中国酒业协会科学技术进步奖一等奖”；华润雪花荣获“中国酒业 30 年科技成果奖”“中国酒业 30 年文化双创奖”。



中国工业和信息化部公示《2023 年度绿色制造名单》，华润雪花黑龙江工厂、河南工厂、新都工厂、黔南工厂上榜“国家级绿色工厂”。

“勇闯天涯 superX”荣获首届福布斯中国国潮创新品牌，2023 年第十六届金投赏商业创意奖媒体组 - 视频 - 整合营销银奖和长期品牌媒体管理银奖，AIIIC Awards 2023 酒业创新与投资大赛年度创新营销案例、年度创意商业设计。



“雪花经典”荣获 2023 年中国品牌年度大奖“品牌营销大奖”；“经典老雪”荣获 2023 年 VCON 星创奖案例组热点营销金奖及第十届 TMA 移动营销大奖年度最具移动营销领导力品牌大奖。

“雪花马尔斯绿”荣获中国国际广告节 2023 广告主盛典·2023 年度活动营销金案、互动广告高峰论坛·2023 互动创意奖 - 先锋品牌组 - 金奖；AIIIC Awards 2023 酒业创新与投资大赛年度创新营销案例。



喜力® 品牌荣获 Campaign 亚太 2023 “大中华区年度品牌”大奖。



金沙酒业荣获第六届中国酒类流通协会酒业营销“金爵奖”“优秀企业奖”，荣获中国酒业“金盛奖”4 大奖项，其中“摘要”荣获“2023 年度十大酱酒品牌”奖；金沙酒业双品牌价值合计破 2,000 亿元。



# 专题聚焦一

## 迈向零碳酒业，酿造绿色未来

酒业与生态环境息息相关，气候变化、生态资源的过度开发等都对酿酒所需的水、小麦、微生物等生产要素产生直接影响，也决定了推动酒类产业向绿色生态全面转型是新时代酒企发展面临的必答题。在“双碳”大背景下，华润啤酒作为国内啤酒业龙头企业，更要肩负起构建清洁低碳酿造体系的责任与担当，探索出一条绿色酿造的发展路径，让“绿色、低碳、生态”成为酒业最响亮的代名词。

### “双碳”战略先行，赢得转型优势

在“双碳”目标的引导下，啤酒、白酒行业既面临着转型导致的生产成本增加，能耗、水耗、固废副产品再利用不充分，区域发展不平衡等问题，同时也面临着绿色转型升级，提升资源利用率，绿色啤酒、白酒创新发展等机遇。

2021年，华润啤酒正式将绿色低碳发展纳入公司发展战略，明确碳排放管理职能部门及职责，确立碳排放强度分解任务并加入战略盘点与考核；2022年，公司编制并发布《华润啤酒碳达峰行动方案》，在实施路径和量化指标方面明确了8个主要方向和25项关键措施，保障公司在未来三年内实现持续降碳、绿色转型、高质量发展。



在实施路径和量化指标方面明确了 **8** 个主要方向

**25** 项关键措施

### 华润啤酒碳达峰行动方案主要目标及进展

| 目标                                                    | 进展                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 探索“碳中和工厂”建设方案，开展 <b>2</b> 至 <b>3</b> 家碳中和示范工厂试点建设。    | 凉山、蚌埠、武汉 <b>3</b> 家试点“碳中和工厂”建设推动实施中。                                                                             |
| 低碳运营，推动建设“绿色工厂”，力争 <b>3</b> 至 <b>4</b> 家工厂获得“绿色工厂”称号。 | 黑龙江、郑州、新都 and 黔南 <b>4</b> 家工厂获评 2023 年度 <b>国家级“绿色工厂”</b> ；河北、内江 and 黔东南 <b>3</b> 家工厂获评 2023 年度 <b>省级“绿色工厂”</b> 。 |
| “十四五”期间，单位产品碳排放量（范围一和范围二）较 2020 年下降 <b>12%</b> 。      | 2023 年华润雪花单位产品碳排放强度较 2020 年下降 <b>19.4%</b> 。                                                                     |
| 使用新能源电量占总用电量之比不低于 <b>9%</b> ，长期目标争取突破 <b>15%</b> 。    | 2023 年使用新能源电量占总用电量之比为 <b>12.38%</b> 。                                                                            |

2023年，华润啤酒进一步健全碳排放管理制度，制定下发《华润雪花碳排放管理办法》，对碳排放管理机构及职责、碳排放数据管理、碳资产交易等提出具体要求；同时修订发布《华润啤酒碳排放数据统计核算指引》，标准化管理碳排放数据监测、统计过程；开展碳资产交易经济政策研究分析，完成1次碳资产内部盘点估算；加强碳排放管理专业人才建设，明确在碳排放重点类生产工厂EHS部单独设置碳排放管理岗位，完成碳管理培训6次，培养具备碳盘查能力的人员78名，为华润啤酒碳中和之路奠定坚实基础。



完成碳管理培训

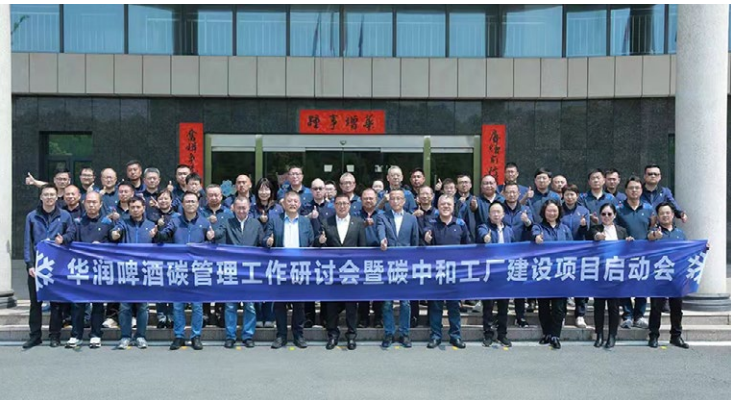
**6** 次

培养具备碳盘查能力的人员

**78** 名

低碳标杆引领，创建碳中和工厂

华润啤酒碳管理工作研讨会暨碳中和工厂建设项目启动会于2023年4月11-12日在华润雪花啤酒武汉工厂举行，这是公司碳管理首次专题研讨，是华润啤酒以绿色低碳强力提升品牌价值和市场竞争力的重要开端。会议正式启动“华润啤酒碳中和工厂建设项目”，预计2024年底前完成至少两家“碳中和工厂”建设且取得认证，用实际行动践行国家“碳达峰碳中和”战略目标。



积蓄绿色动能，探索可持续发展新世界

2024年1月19日，华润啤酒碳中和研发中心正式揭牌成立。围绕国家“双碳”政策规划，研发中心以“助力国家碳达峰碳中和战略目标实现，加快啤酒、白酒行业推进碳中和绿色技术研究转化应用”为目标，通过“中心+试验基地”的运行模式，持续推进技术研究、路径研究、人才培养和平台建设：开展“啤酒+白酒”产业上下游现状分

析及重点企业和院校的技术研究与应用情况调查研究；开展绿色清洁能源高效利用、低碳和零碳工业（商业）流程再造、碳捕集利用与封存（CCUS）等技术领域的研发项目；推动产学研深度融合，与高校、科研院所合作共同开展“双碳”领域技术攻关工作，并通过企业内部资源有效协同管理，为碳中和创新工作提供充足的支持保障。



◎ 华润啤酒董事会主席侯孝海、华润啤酒副总裁刘有泰为碳中和研发中心揭牌



◎ 华润雪花生产中心总经理肖乾虎为碳中和试验基地授牌



“华润啤酒作为中央企业和上市公司，要脚踏实地推动降碳举措落地，争取用三年时间，推动公司碳管理水平迈上新台阶。”

——华润啤酒董事会主席 侯孝海



◎ 2023 国际绿色零碳节暨 ESG 领袖峰会中，华润啤酒荣获“2023 绿色可持续发展贡献奖”

碳中和研发中心只是万里长征的第一步，华润啤酒将在此基础上做好后半程的文章，制定可行的落地方案，加快推广应用成熟的降碳技术，分步推广、利用、发挥好技术创新对“双碳”工作的重要作用，引领啤酒、白酒行业绿色发展。



## 专题聚焦二

# 坚持长期主义， 共绘国麦振兴新篇章

大麦是啤酒之源，孕育着醇厚口感与无尽魅力。但随着种植意愿降低，国产啤酒大麦资源储备已经处于“濒危”状态，直接影响我国啤酒产业的稳定供应和长远发展。作为行业的领军者，华润啤酒秉持着传承与创新并重的理念，以其深厚的品牌底蕴和前瞻性的战略布局，积极担当重任，肩负“推动者”的使命，在国麦振兴的道路上迈出了坚实的步伐。

### 敢为先行，构筑高质量产业链生态

#### 发挥补链强链先锋作用

党的十八大以来，习近平总书记多次强调产业链供应链安全稳定的重要性，指出“要把增强产业链韧性 and 竞争力放在更加重要的位置，着力构建自主可控、安全高效的产业链供应链”。

我国是世界第一大啤酒生产和消费国，大麦麦芽作为啤酒生产的主要原料，其使用和消费也遥遥领先于

其他国家和地区。但啤酒大麦过度依赖进口的局面由来已久，呈现出原料上游与啤酒制造下游行业严重不匹配状态。华润啤酒遵循全球可持续供应链发展趋势，在行业内率先行动，积极开展供应链补链强链专项行动——国麦振兴项目，增强供应链自主控制能力，助力构建“啤酒新世界”供应链生态圈。

### 共建啤酒大麦产业链体系

华润啤酒深知只有让国麦焕发新生，才能在全球啤酒市场中独树一帜，也才能真正实现民族品牌的崛起。早在2021年国产啤酒大麦产业研讨会上，华润啤酒提出愿意在资金、应用和标准制定等方面支持整个产业链的完整打造，形成具有中国特色的啤酒大麦产业链体系；支持培育适合中国啤酒产业需要的、适合中国种植特点的优质品种，以市场化的手段解决农户的不确定性因素和实际困难，努

力建设、打造数个能够自我更新、自我发展繁荣的优质产区；希望与科研机构、农垦集团、麦芽企业等利益相关方筹划建立一个强有力的联盟和共商共创的机制，让更多的人关注到国产大麦产业的振兴。

在华润啤酒的引领下，一场关于国麦振兴的崭新篇章正徐徐展开，为中国啤酒行业的繁荣与发展注入新的活力。

“啤酒大麦既关系生存，又是生命之源。作为行业里销量第一的企业，华润啤酒愿意在国产啤麦的发展中做参与者、试验者、支持者、探索者。”

——华润啤酒董事会主席 侯孝海

### 久久为功，引领国麦啤酒酿造之路

选定优质的生产基地、挑选适宜的大麦品种、实施标准化的栽培管理、实现全程可追溯的品控是国麦高质量生产的关键。华润啤酒作为国麦振兴的坚定推动者，积极引领啤酒行业从国产啤麦的标准化种植入手，通过一系列切实有效的措施，为提升国产啤麦品质做出了实质性贡献。

领航大麦产业新航向

国产大麦产业发展最大的制约在于缺乏协同机制，这导致国麦的规模化发展难以形成合力，要实现“振兴国麦”，迈出的第一步一定是产业链协同。

华润啤酒在推动国产大麦产业发展上展现出前瞻性和领导力，率先提出了建设标准化种植基地及制麦基地的创新理念。2023年5月，华润啤酒与国家大麦青稞产业技术体系、农垦种植企业、麦芽企业合作，共同启动了“国产啤麦品质提升及标准化种植质量保障体系研究”项目。2023年8月10日，华润啤酒与国家大麦青稞产业技术体系、呼伦贝尔农垦集团、春蕾麦芽有限公司等业界翘楚携手，在呼伦贝尔农垦拉布大林农牧场这片丰饶的土地上，共同建立了首个国麦标准化种植试点基地，并举行2023国麦品质

提升战略合作会，签署了内蒙啤麦品质提升及标准化生产质量保障体系研究合作备忘录。这是继2021年华润啤酒提出“国麦振兴”概念后，在深化合作方向的又一重要里程碑，更是华润啤酒以匠心独运之姿切实提升国产啤麦品质的实质性举措。

为了探索出一条可持续的大麦标准化种植产业链生态路径，华润啤酒决定采用“优质优价订单农业”的方式推动大麦产业发展。这一模式从企业端逆向推动，以订单机制为引擎，调动上游种植端与制麦端提升麦芽品质的积极性，促进大麦种植的规模化、标准化和品质化，将切实稳定收益带给土地上耕作的人们，实现多方共赢。

”

“用实际行动支持科研机构和企业联合起来，从全产业链的角度，把产业链‘断点’连上，把产业链‘堵点’打通，体现了华润啤酒的社会责任和远见卓识。”

——国家大麦青稞产业技术体系首席科学家 郭刚刚



◎ 国麦品质提升战略合作会

开启标准化种植新纪元

秋天，在内蒙古广袤的原野上，华润啤酒首个国产啤麦标准化种植试点基地的大麦长势喜人、丰收在望。这里，金黄的麦穗随风轻舞，构成了拉布大林农牧场一幅动人的画卷。

但画卷的背后——大麦的种植却没有那么简单。

自2008年国家大麦青稞产业体系成立以来，中国育种技术已基本上实现了对进口大麦的全面替代。然而优质的品种却未能成功转化为高品质的啤酒原料——大麦，主要是因为缺乏全产业链质量控制机制。为了从根源上解决问题，华润啤酒准备先在呼伦贝尔3,000亩试点基地中试验标准化种植的理念。

为形成可复制的种植模式、提升大麦品质，在选种育种、种苗管理、病虫害防治以及收获作业等关键环节，均设有高标准要求，从大麦春季播种到秋季收获的整个种植流程，

”

“我们把播种时间、密度、用药、田间管理以及测产、收获、制麦等各个环节通过标准化种植的尝试规范下来，变成说明书、变成视频、变成标准化的流程，让更多大麦种植户能够掌握标准化种植的技术，只有这样做，才能从根源上解决国产大麦的困境。”

——华润啤酒技术研究院院长 钟俊辉



◎ 华润啤酒首个国产啤麦标准化种植试点基地



提升农副产品的品质需要历经多个春秋的交替验证，国麦的振兴之路亦需时间的沉淀与实践的积累，呼伦贝尔3,000亩试点是国麦振兴千里之行的开始。未来，华润啤酒将不断推动“国麦振兴”走向新的阶段，实现啤酒行业全供应链可控的未来！



贡献 SDGs



# 酿造辉煌 强基固本

稳健经营是企业实现可持续发展的必然选择，华润啤酒恪守诚信合规的经营理念，建立和完善规范的公司治理体系，力求通过卓越的治理实践，全方位维护股东权益，为广大投资者创造价值；牢牢守住安全底线，显著增强应急处置能力，为企业高质量发展提供坚实保障。

## 积极做出华润啤酒贡献



开展合规专业培训

17 场



普法教育

54 场

召开全公司范围的警示教育大会

覆盖管理层员工

2 次

2.5 万余人次



职业病发生数

0 人



专职安全管理人员

140 人





责任故事

推动全面转型  
重塑企业价值

随着国家宏观经济减速、啤酒消费升级和竞争格局发生变化，中国的啤酒产业和白酒产业乃至消费产业进入了一个“消费新世界”，行业发展呈现出品牌价值化、产能集中化、产品升级化、运营数字化等特点。面对行业发展和成长方式发生的巨变，华润啤酒顺时代之势，开启了变革之路。

走进新时代，开启改革行动

2017 年，华润啤酒启动“3+3+3”九年长期战略规划：2017-2019 年，围绕“有质量增长、转型升级、创新发展”的管理主题，实现“去包袱、强基础、蓄能量”；2020-2022 年，围绕“决战高端、质量发展”的管理主题，实现“补短板、提质量、增效益”；2023-2025 年，围绕“高端致胜、卓越发展”的管理主题，实现“赢高端、双对标、做一流”。九年规划，瞄准一张蓝图、两大驱动（管理变革+高端品牌），打造出华润啤酒的转型升级之路，集聚其高质量发展的“决定性势能”。



走出新天地，展示显著成效

自 2017 年华润啤酒启动“3+3+3”九年长期战略规划至今，公司不断进行战略更新与组织再造，总结自身的发展模式，推动持续变革——从规模增长转向高质量增长，优化无效产能数百万吨；通过组织再造，使得企业内部年轻化、国际化、专业化的人才不断增加；促成华润啤酒与喜力®啤酒的国际携手，成功为所倡导的“酒业新世界”添上一块重要拼图。



华润啤酒董事会主席侯孝海在第六届全球社会企业家生态论坛发表以“勇闯新世界”为主题的演讲

2023 年 4 月，华润啤酒启动“十四五”战略中期检讨工作，对外部行业及内部运营进行对标与调研，并于 7 月 21 日在白洋淀召开了华润啤酒“十四五”中期检讨会，明确“十四五”期间华润啤酒将继续坚持原定的使命、愿景、战略目标不动摇，确定公司两大业务赛道——啤酒和白酒，为企业的持续健康发展奠定了坚实的基础。

在“十四五”的奋进新征程上，华润啤酒将进一步深化国企改革三年行动工作成果，打造“啤白双赋能”的商业模式，持续增强助力公司高质量发展的改革攻坚能力和管理创效能力，用改革赋能企业发展，将华润啤酒打造成为消费者信赖、员工自豪、行业领先、具有全球竞争力的世界一流企业。

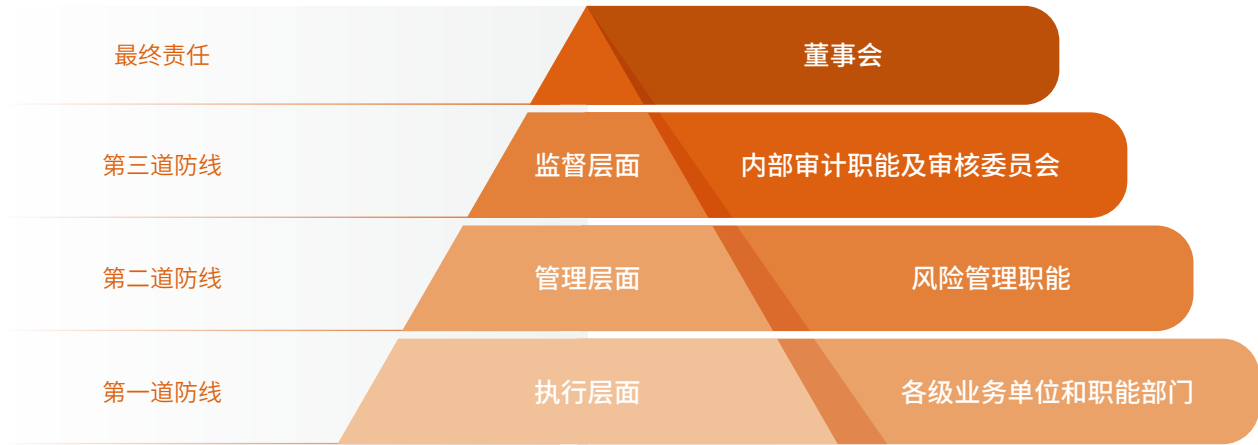
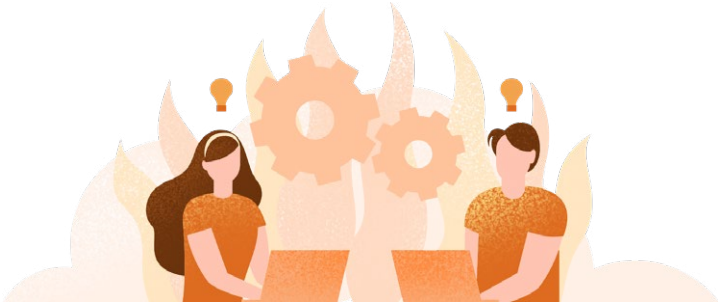


# 优化公司治理

## | 健全治理体系

### 完善治理机制

华润啤酒严格遵守公司章程与上市规则，修订《华润啤酒“三重一大”决策制度》等 5 项公司治理基础制度，明确党委会、董事会、经理层等治理主体的具体决策事项、决策标准、决策程序，确保各治理主体的职权作用发挥更加科学规范、清晰具体。



2023 年  
华润啤酒



累计受理、移交追责问题线索

7 件

涉及财产损失及损失风险

1,117.65 万元

### 夯实风险管理

华润啤酒不断完善风险管理政策，设立“三道防线”风险管治结构及违规经营投资责任追究领导小组，明确风险管理分工与管理职责；编制《华润啤酒违规经营投资问题和线索移交办理工作指引》，修订《华润啤酒违规经营投资责任追究实施办法》，防范化解重大风险，强化对企业权力集中、资金密集、资源富集、资产聚集部门和岗位的监督，严查股权投资、工程建设、资金管理等领域违规问题线索；建立适合自身发展情况的风险管理程序，定期进行风险管理程序的检讨和更新，同时将风险管理贯穿公司业务规划和日常运营之中，保障公司长期稳定发展。2023 年华润啤酒累计受理、移交追责问题线索 7 件，涉及财产损失及损失风险 1,117.65 万元。

#### “三道防线”风险管治结构



## | 促进合规经营

### 落实合规管理

华润啤酒严格遵守《中央企业合规管理办法》相关要求，审查和更新《华润啤酒合规管理制度》，坚定落实合规管理相关规范，确保合同、制度、重大经营决策法律审核 100%；将合规要求纳入员工绩效考核体系中，激励全体员工树立正确的合规观念；2023 年开展合规专业培训 17 场，普法教育 54 场，组织法律条线人员参与国资委、华润集团组织开展的《法治讲堂》《商业秘密保护培训》和网络安全法、宪法及香港基本法学习等相关培训会，学习和掌握合规管理的前沿政策动态，汲取优秀企业的合规管理经验，提升专业技能。



坚定落实合规管理相关规范，  
确保合同、制度、重大经营决策法律审核

100%

### 合规信息披露

华润啤酒严格依照《上市规则》《公司章程》等相关规定，始终秉持透明、及时、公开、准确的信息披露原则，不断深化信息披露的内容与形式。通过多元化的渠道与股东和投资者及时沟通、交流公司业务进展，举行全年及中期业绩公布投资者及分析师说明会，通过电话会议、线上及线下会议等方式与全球超过 5,000 名基金经理及分析员举行约 360 次会议，力求为股东创造更高回报。

### 加强审计监督

华润啤酒持续优化审计体系，完成审计职能线组织重塑，撤销区域公司审计部，成立六个驻外审计办；制定《审计整改管理办法》，编制审计工作三年规划，以“促战略、守合规、防风险、强内控、增价值”为目标，借助经济责任审计、专项审计等多种形式，聚焦重点业务与新业务、重点领域与高风险领域，实现业务和管理主体的全覆盖；上线审计管理系统，实现审计整改的线上化、自动化管理，截至 2023 年 12 月，审计问题整改率为 100%。

| 加强廉政建设

2023 年  
绩效数据



组织召开 2 次全公司范围的警示教育大会，覆盖管理层员工 2.5 万余人次

针对销售、营运、采购、工程等重点领域开展廉洁教育下基层活动 34 次，覆盖关键岗位员工 1,881 人、外部经销商和合作伙伴 300 余人

组织 90 余名领导干部、关键岗位人员、重点经销商旁听 4 场法院庭审，“面对面”接受纪法教育，让警示教育更入“心”

全年处置问题线索同比增长 40%

严肃查处违反“八项规定”精神案件 6 件

廉洁管理

华润啤酒严格遵循国家有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱方面的法律法规，切实执行《华润集团商业行为守则》《华润集团信访办理和执纪审查工作指引》《华润十戒》等制度规定，制定及完善《华润啤酒“大监督”体系工作办法》《华润啤酒 2023 年度监督工作方案》等相应管理制度，构建具有华润啤酒特色的“1+2+5+N 大监督”工作体系，以政治监督为统领，日常监督为基础，专项监督为抓手，有效防范廉洁风险。

正风肃纪

华润啤酒坚持有案必查、有腐必惩，加大腐败案件查办力度，同时采用“正面引领 + 反面警示”的方式，推进警示教育深入人心；持续净化企业政治生态，扎实开展“靠企吃企”问题及违反中央八项规定精神问题专项治理，驰而不息纠“四风”树新风。

廉洁教育

2023 年，华润啤酒发布《职业素养基础课》《保密宣教微课—跟着雪娃来探“密”》《红色警戒—经理人十诫》多门微课，对各级员工就保密、廉洁、反舞弊等内容进行线上培训；开创专栏《廉润初心》，以推进廉洁文化建设为核心，以“廉”为主题，以“初心”为主线，共设廉政信息、警示警醒、纪法课堂、大监督四个版块，宣传华润啤酒廉洁文化。



◎ 华润啤酒开展 2023 年三季度领导干部廉政集体谈话

落实安全生产

| 安全生产管理

华润啤酒始终坚持“以人为本、安全发展”的工作管理理念，严格遵守《安全生产法》《消防法》《职业病防治法》等相关法律法规，建立健全具有华润集团特色、华润雪花啤酒特点的安全生产管理体系；鼓励附属单位 EHS 管理人员提升业务水平，2023 年公司专职安全管理人员 140 人，EHS 职能线、非职能线持有国家注册安全工程师证书 161 人，各级企业负责人、安全管理人员全部获得安全管理资格证书，没有发生造成员工死亡或重伤的生产安全事故事件。

2023 年



公司专职安全管理人员

140 人

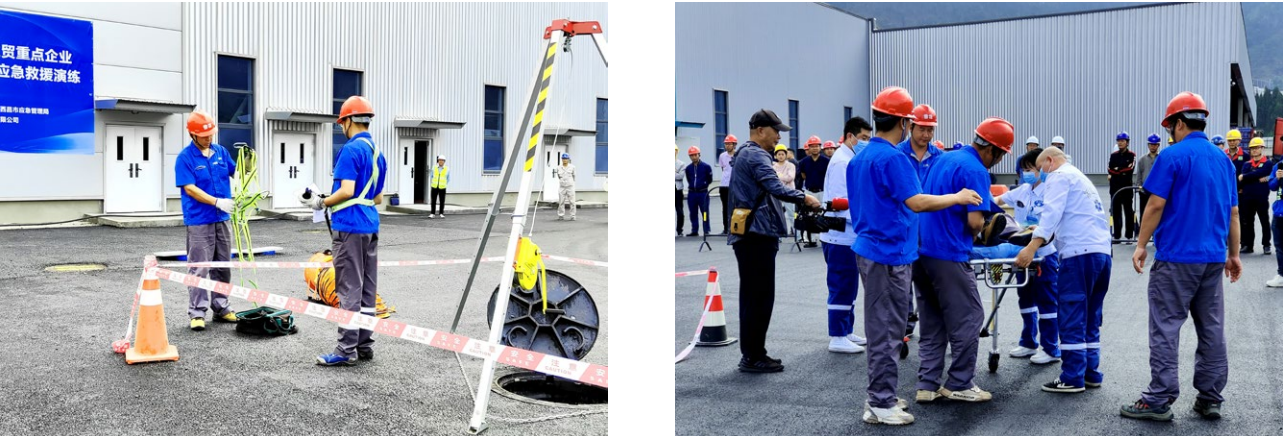
EHS 职能线、非职能线持有国家注册安全工程师证书

161 人



健全应急体系

华润啤酒秉持“预防为主，常备不懈”的应急管理原则，不断加强对应急预案的编制、评审、培训、演练和应急救援队伍的建设工作，落实预案责任和应急救援装备、器材、物资，提高企业应急管理能力，通过日常训练、培训、模拟实战演习等多种形式，不断提高员工安全知识技能及应急处置实战能力。



◎ 华润啤酒开展安全应急演练

强化安全宣教

为提高员工的安全意识和安全技能，华润啤酒开展多项安全教育培训及活动，包括“相关方及危险作业百日行动”“华润啤酒安全生产月”“金沙酒业急救知识专题培训”等，将安全生产理念根植每位员工心中。

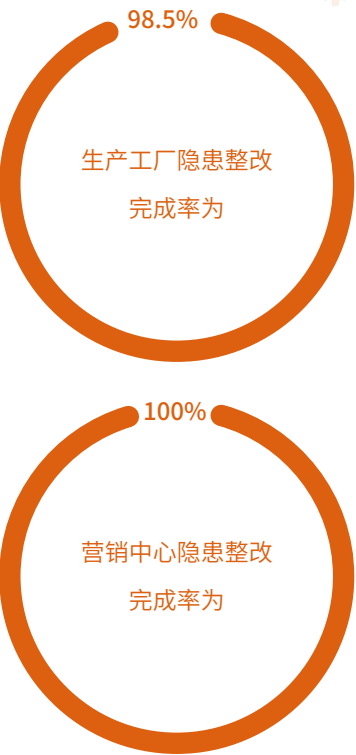


◎ 华润啤酒开展《危险作业安全管理办法》制度宣贯培训

截至 2023 年 12 月

排查危险隐患

华润啤酒持续强化全员安全意识，全面修订危险作业安全管理制度，启动动火作业、吊装作业、高处作业与坠落防护等专项提升项目，搭建危险作业安全管理信息化系统，建立危险作业从申请、审批、监护、验收全流程监管机制，夯实安全管理基础；持续开展全员参与的危险源、危害因素辨识和行为安全观察活动，注重过程控制，规范从业人员安全行为；完善安全检查方式，定期组织飞行检查、回看视频监控检查，排查和整改安全隐患，推动安全生产各项工作落实。2023 年，公司组织开展安全生产月暨安全生产大检查活动，对华润雪花 46 家生产工厂、6 家营销中心进行现场检查，共发现问题隐患 1,677 项和 35 项，截至 2023 年 12 月，生产工厂、营销中心隐患整改完成率分别为 98.5%、100%，生产工厂 25 项需资本性支出的改造项目均已采取临时防护措施，避免出现安全风险。



◎ 北京营销中心设置安全警示教育宣传栏





贡献 SDGs



# 酿铸品质 匠心服务

华润啤酒秉承“引领商业进步，共创美好生活”的使命，坚持以新质生产力为驱动，构建覆盖产品全生命周期的严格质量管理体系，推动研发具有独特风味和卓越品质的啤酒产品；始终以客户为中心，不断提升服务响应速度，努力增强客户的消费体验，在“成为大众信赖和喜爱的啤酒企业”的征程上阔步前进，致力于让每一位消费者享受到品质美好生活。

积极做出华润啤酒贡献



产品合格率

100%



食品安全生产关键控制点

530个



发明专利数量同比增长

175%



国际注册商标总数

2,518件

覆盖国家和地区

150余个



“雪花”和“金沙”评定为

“中华老字号”





责任故事

引领品牌高端化  
笃行酒业新世界

中国的啤酒和白酒业进入了一个前所未有的新局面，整个消费市场都进入了“新世界”。在这个发展的交汇点上，华润啤酒怀着对酒业的深厚情感与敬畏之心，以卓越的品质、独特的文化、前瞻的视野，通过创新思维拓展品牌边界，引领品牌高端化，在酒业新时代浪潮中砥砺前行。

I 构筑品牌矩阵，迈向高端之路

在当今日益激烈的市场竞争中，构建品牌矩阵已成为企业实现长远发展的关键。华润啤酒明确每个品牌的定位和价值主张，精心策划和布局，通过“顶部传承”“中部创新”“底部品质”三大层次构建形成了中国啤酒品牌。“顶部传承”包括中国之味匠心营造啤酒、中国之形脸谱系列啤酒（花脸、旦角）、中国之魂“醴”；“中部创新”包括中国之酷勇闯天涯 superX，中国之潮雪花马尔斯绿啤酒，中国之纯雪花纯生。2023 年在《中国 500 最具价值品牌》排行榜中，华润啤酒“雪花”和“勇闯天涯”品牌共同上榜，其中“雪花”品牌价值稳居榜单第 28 名，“勇闯天涯”品牌价值位列第 149 名。

此外，在消费升级和消费人群转变等因素的推动下，引领品牌高端化已成为推动啤酒企业今日与未来发展的有力引擎。华润啤酒加速高端啤酒布局，始终秉承做一支好产品，做一个好品牌，做一杯好啤酒的“三个一理念”，完成“中国品牌+国际品牌”高端品牌矩阵，形成了“4+4”的高端品牌群，由勇闯天涯 superX、雪花马尔斯绿啤酒、匠心营造啤酒、脸谱系列啤酒（花脸、旦角）组成四大中国品牌，由喜力®、苏尔啤酒 SOL、红爵啤酒、悠世白啤酒 Edelweiss 等组成四大国际品牌。除主力品牌外，华润啤酒还拥有超高端产品醴、黑狮啤酒、拉维邦黑啤等个性化品牌，天津莱格、吉林华丹等小众化、区域性怀旧品牌，以及碳酸饮料雪花小啤汽，引领酒业走向更加高端、精致和多元的未来。

I 见证品牌力量，传递品牌声音

华润啤酒深知，品牌高端化不仅是对产品品质的极致追求，更是对品牌文化、消费者体验的全面升级。“靠品牌宣传、消费者互动、终端体验、消费场景打造，用这样的方式来建设高质量、高端化的啤酒品牌才是正途。”华润啤酒董事会主席侯孝海在谈到啤酒高端化新发展方式时如是说。华润啤酒不断探索啤酒新世界中富有想象力的表达，联手各大 IP，紧跟年轻潮流，通过赞助体育赛事、音乐节活动、举办啤酒文化节等，打造体育消费、国潮消费等多个饮用场景，不断延伸营销场景，利用沉浸式营销的品牌塑造方式强化公司高端定位，传递“中国质造”品牌形象。



◎ 12 月 19 日，2023 年“中国品牌年度大奖”评选在“世界经理人峰会”上揭晓。这项被誉为“中国品牌奥斯卡”的年度奖项，由业界权威机构世界品牌实验室 (World Brand Lab) 在香港颁发。本次峰会上，雪花啤酒蝉联“中国品牌年度大奖”啤酒行业 (NO.1) 及“中国啤酒十大影响力品牌”。



◎ 2023 年 6 月，九城联动，喜力®开星局 PLUS 版 - 喜力®夏夜“星”潮啤酒节活动联动终端 400 余家企业，线上线下精准触达超 600 万人，现场五大互动体验，打开了周末的“星”姿势。



◎ 2023 年 5 月 20-21 日，在“2023 云台山音乐节”上，喜力®啤酒、经典老雪等高端形象露出，品牌特地打造可重复使用带有二层 VIP 区的“节、会、展、闪”展厅特装，吸引乐迷到展厅打卡、购酒。



◎ 在 2023 年的跨年之际，勇闯天涯 superX 打造了一场别开生面的派对——勇闯天涯 superX 云上 Boom 之夜。



◎ 2023 年勇闯天涯 superX 与王者荣耀职业联赛 (KPL) 正式合作，并成为“KPL 年度合作伙伴”。9 月 11 日，雪花啤酒承办了赛事后的“KPL 冠军之夜活动”，现场邀请 2023 年夏决 KPL 冠军战队——广州 TIG 全体队员到场，与粉丝近距离接触，精准触及年轻消费圈层。



◎ 围绕“做大纯生”开展纯生啤酒节系列活动，通过纯生大堆头建设、纯生主推店建设、纯生主题 IP 渠道活动、纯生微醺之旅等，2023 年建成纯生主推 6,700 余家，并打造了“热情贵州、纯生迎客”主题 IP，传播热度超 500 万。

华润啤酒深信，只有不断创新、追求卓越，才能在酒业新世界中铸就属于自己的独特坐标。未来，在引领品牌高端化的征途上，我们将矢志不渝、笃定前行，不断探索酒业新世界的无限可能，共同书写酒业新世界的辉煌篇章，为行业的繁荣与发展贡献更多的智慧和力量，为消费者带来更加精彩纷呈的品饮体验。

落实质量保障

完善质量管理

华润啤酒深刻认识到提高产品质量安全的紧迫性和重要性，不断提升质量意识、强化质量责任，将更高的标准、更严的要求、更细的管理贯穿于生产、研发、服务等各个环节，严格控制质量保证要素，形成一套科学、高效、系统的质量标准体系和食品安全体系。

建制度，确保合规管理

制订并下发华润啤酒《食品安全管理规定》《食品安全事故事件应急预案》《食品安全风险管控指引》，白酒业务《华润酒业食品安全管理办法》《华润酒业食品安全事故事件应急预案》《华润酒业食品安全自查管理办法》，进一步完善责任体系和制度建设，加强质量管理的制度基础。

防风险，紧盯关键节点

成立华润啤酒食品安全风险评价工作组，开展关键节点的风险评估，组织华润雪花啤酒各受评单位开展食品安全风险管控自评工作，抽查沈阳工厂、辽宁营销中心、河北工厂等单位食品安全关键节点风险管控工作，提升质量管理水平。

抓标准，夯实质量基石

围绕啤酒和白酒两大业务线，构建具有雪花特色的质量和食品安全管理体系（简称：SnowMS·QFS体系），完成金沙酒业质量管理体系认证（ISO 9000）和测量管理体系认证（GB/T 19022-2003/ISO10012）。2023 年，啤酒业务共修订 105 份标准、制定 136 份标准，白酒业务新增 35 份质量标准、修订 12 份食品安全管理制度。

强培训，提升质量意识

组织全体食品安全管理人员参加食品安全专项培训和警示案例学习，宣贯学习《食品经营许可和备案管理办法》《企业落实食品安全主体责任监督管理规定》《食品生产经营监督检查管理办法》等法律法规，2023 年，华润啤酒 224 人通过食品安全管理能力考试并获得证书。



提升食品质量安全意识，强化专业知识培训

华润雪花啤酒通过现场培训、线上测评、闯关答题等多种形式的培训，全方位地开展质量和食品安全培训，确保员工的专业知识得到全面提升。2023 年，华润雪花啤酒组织各生产工厂开展了高达 682 场次的产品质量相关培训，合计培训达 61,585 人次，培训内容涵盖法律法规、国家标准、华润雪花 SnowMS·QFS 质量管理体系、工艺专业知识以及岗位操作规程等方面。这些培训不仅覆盖了各层级的质量管理人员，还包括一线操作人员，极大地丰富了华润雪花啤酒各级员工的质量知识水平，提高了他们的专业技能。



把控原料质量

华润啤酒全力抓好源头管控，建立国产大麦标准化种植生产试点基地和独家红高粱种植基地，严格遵循从选种到田间管理的各项要求，构建生产全流程的高标准质量管控技术体系，从源头提高啤酒和白酒产品质量；设立啤酒业务生产物资采购“三道闸”，由总部评估供应商风险、片区进行现场潜质检验、工厂开展进场检验，共同管控采购物资标准，白酒业务亦在物料进场时进行检验把关；开展啤酒厂与经销商合作产销业务的食品安全风险评价工作，召开啤酒供方型检报告专题研讨会，提出供方型检资质规范化要求；聘请第三方专业机构，抽检啤酒及白酒生产物料食品安全指标。2023 年，华润啤酒原辅料、食品添加剂、触酒包装材料等检验结果均符合食品安全国家标准要求。

2023  
抽检小档案



啤酒业务抽检原辅料、食品添加剂、洗瓶剂和触酒包装材料供应商

190 家

抽检样品

233 份

检测指标

7,741 项

白酒业务（金沙酒业）抽检原辅料和触酒包装材料供应商

63 家

抽检样品

70 份

检测指标

846 项



金沙酒业获质量管理体系（ISO 9001）证书



金沙酒业获危害分析与关键控制点（HACCP）体系认证证书



## | 加强过程控制

华润啤酒严格遵守《生产质量控制管理规定》，采用自检、互检、下道工序对上道工序进行检验的三级检验制度，通过制定技术规范、加强实验室建设、打造追溯溯源系统、建设品酒师队伍等，落实好生产过程关键环节质量控制。

规范为先  
建标准

制定“4ACCP”技术规范，统一质量和食品安全关键控制点的分析步骤和方法，规范风险等级标准、危害性和可能性标准等，并成立食品安全小组，依据技术规范进行危害分析。

技术为要  
提质效

开展“雪花之星”良好实验室建设，覆盖原料入厂、过程监控、成品检验等生产全过程，2023 年开展啤酒、麦芽、啤酒花检验对标，累计验证 68 家下属实验室和 24 家供应商实验室，不断提升检测能力。

产品为本  
塑品牌

制定明确的产品出厂标准，严格把关相关流程，在产品出厂前开展产品防护检查，当市场出现质量投诉时，增派质量人员提供及时、专业的技术支持和解决方案，确保客户的权益得到最大保障。

数智为重  
强追溯

建设雪花 STTS 追踪系统，完成产品“一物双码”追溯管理系统；实施啤酒瓶、纸箱、托盘三码关联采集，采用从工厂到经销商、终端的产品逐级交付签收模式，达成产品在线追溯溯源，增强食品追溯的便捷性。

人才为本  
建队伍

打造总部、工厂两级啤酒品酒师队伍，加强对半成品、成品全生产过程的感官质量控制。截至 2023 年底，啤酒业务拥有 37 名国家级评委的国内一流品酒师，其中包括 4 名终身荣誉评委；白酒业务拥有 2 名国家级白酒评委、8 名省级白酒评委，其中 5 名获省级“技术能手”称号。

拓展阅读：“4ACCP”控制计划

“4ACCP”控制计划是针对质量和食品安全关键控制点而制定的控制计划，从食品安全、食品欺诈、食品威胁以及质量风险四个方面进行分析，确定关键控点及关键限值，制定控制计划，并定期监督控制计划的执行情况。

华润雪花啤酒斩获“质量奥斯卡”，超高含金量实至名归

12 月 1 日，2023 中国质量协会年会暨第二届全球追求卓越大会在北京隆重举行，会上揭晓了第二十届全国质量奖获奖名单。华润雪花啤酒从全国数百家企业中脱颖而出，斩获第二十届全国质量奖——成为近 20 年内首家获此奖项的啤酒企业。

华润雪花啤酒践行产品全生命周期的质量和食品安全风险控制，追求供应端零缺陷入厂、制造端零缺陷出厂、市场端质量零衰减的目标，紧抓产品一致性、质量投诉两个“牛鼻子”，严格控制源头质量，通过实施三三三品控方案（入厂三道闸、过程三道关、出厂三保全）落地，实现了产品安全风险全流程有效管控，向消费者展示了华润雪花啤酒生产制造的精益求精。

## 推动创新发展

### | 构建创新机制

华润啤酒制定《科技成果转化管理制度（试行）》等 3 项制度，修订《创新成果奖励办法》等 4 项制度，形成覆盖成果、标准、档案、激励、人才、专家和项目等多个创新要素的制度体系；聚焦创新人才培养，建设一支 586 人的科研工作队；积极组织创新赋能培训，举办创新工作坊——产品质量稳定性及一致性提升专题研讨会，形成解决研发、采购、生产、营运、营销各环节影响产品质量的痛点难点问题的方案；围绕“专利申请”“业态分析”“智能工厂建设”等，举办前沿科技赋能系统培训活动，营造科技创新文化氛围。2023 年，华润啤酒积极推进新产品开发、可持续发展、智能工厂、关键风味物质研究、酿造技术升级、包装多元化等自主研发项目，投入研发经费 21,477 万元。

2023 年

投入研发经费

21,477 万元





探索酱香新境界——工艺技术创新引领味觉革命

2023 年，金沙酒业成立技术研究院，制定产区生态研究、微生物研究、工艺与智能化研究、风味研究、产业链研究、质量与标准研究、产品开发研究等七大研究方向，2023 年共开展研究项目 10 余项。其中，《金沙产区醇柔酱香工艺技术创新及应用》项目通过中国酒业协会科技鉴定，鉴定结果达到国内先进水平，公司在醇柔酱香工艺创新方面具有领先地位。此外《醇柔酱香风格摘要系列新产品开发》项目获得华润啤酒 2023 年度“创新成果奖”产品创新铜奖。



◎ 金沙酒业获华润啤酒创新成果奖



◎ 华润啤酒荣获华润集团 2023 年度科技创新成果优秀奖

深化产品创新

华润啤酒始终致力于新产品开发，推出新品“喜力 0.0<sup>®</sup>”啤酒，采用独特配方，创新性保留“喜力<sup>®</sup>”系列标志性的全麦口感，酒精度小于 0.03%vol，为喜欢纯正啤酒口感且追求健康生活方式的消费群体提供又一种健康选择；同时加快白酒产品迭代更新，针对企业客户推出“摘要敬贗”产品，针对年轻消费群体，推出差异化的特色小光瓶“金沙小酱”，培育年轻消费群体酱香型口味。



沈阳情怀，一酒尽藏——沈阳啤酒惊艳上市

2023 年 7 月 22 日，辽宁营销中心沈阳地区全面上市全新产品——沈阳啤酒。产品包装设计新颖，满满的都市自豪感：商标上“辽 A”和“024”、“大东、沈河、和平、皇姑、铁西、于洪、苏家屯……”各个区名醒目地标注了它的身份地址。全新的全麦酒液，诚意满满：高品质麦芽 100%，产品原料与啤酒优质工艺相结合，不仅传承了雪花啤酒以往的匠心工艺，更拥有与时俱进的技术内核。原料与啤酒优质工艺相结合，这是来自雪花全国销量第一的优良工艺的背书。



◎ 以“中国文化”为灵感，甄选中国历史悠久、种植广泛的基础谷物大麦、荞麦、粟米、高粱，酿造中国特色的淡色艾尔啤酒（CPA），更适宜国人口味，填补了雪花 IPA 啤酒品类空白



◎ “西湖啤酒·醉西湖”不仅是作为“文化+消费”的全新载体，成为地域文化发掘与产品创新探索相结合的重要结晶，更是华润雪花啤酒作为杭州第 19 届亚运会官方供应商，以全新视角向外界展现浙江山水之秀、人文情怀和创新实力



◎ 金沙小酱传承传统 12987 酿造工艺，设计灵感来源于中国古代文玩鼻烟壶，玻璃瓶身四周是浮雕似的花纹，融入中式“回”形纹——云雷纹



◎ 五千年以前中国开始用谷物来酿造古代啤酒。华润啤酒传承古法酿酒配方，并结合现代啤酒酿造技术与原料，推出雪花“酿醴”。这款酒旨在纪念仰韶文化中出土的中国啤酒起源，致敬中国千年酿酒文化



◎ 雪花醉美凉山精心配比原料，甄选优质好麦，是为大凉山啤酒消费者倾力打造的一款极具民族特色风情、畅饮聚会优选的啤酒

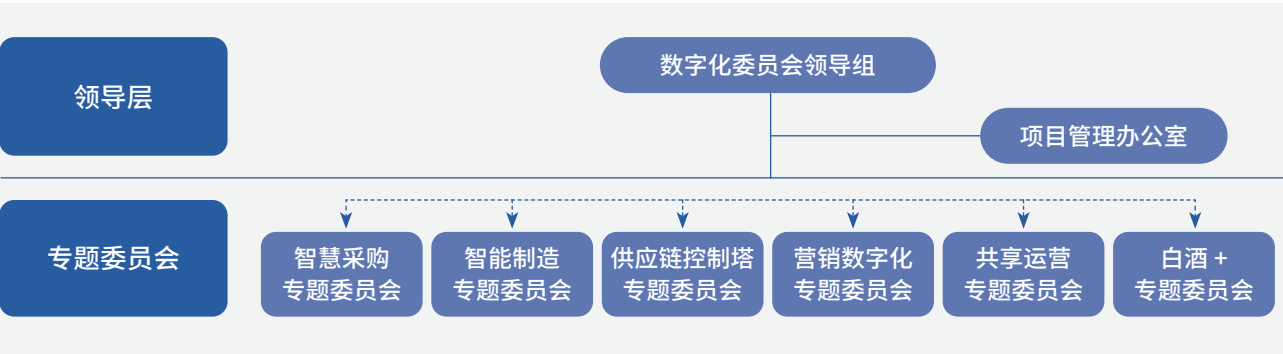


◎ 全新升级摘要珍品版第三代，设计更简洁，器型更规整，增加老酒的比例，陈香更丰富、复合香更佳



| 加快数字化转型

华润啤酒将数字化作为公司核心战略之一，成立数字化委员会，统筹推动公司数字化建设和运营；围绕“智慧采购、智能制造、供应链控制塔、数字化营销、共享运营、白酒+”六大数字化主题，建设了全国统一的生产、营运、营销等业务线上化平台和供应商协同管理系统及合同管理系统，搭建仓网规划平台，启动订单商城建设工作，订单管理、渠道销量管理等十多个系统覆盖率达 100%，生产数据采集效率提升 90%，客户自助下单实现销售 80% 以上。2023 年华润啤酒荣获华润集团“2022-2023 年度智能与数字化示范企业”奖项，“共享运营‘快车道’”“啤酒制造生产管理数字化工业互联网平台应用项目”获得“国企数字场景创新专业赛奖”。



◎ 华润啤酒数字化委员会

2023 年  
数字化建设成效



采购订单执行效率提升至

90%

财务报账流程效率提升

6.4%

人力工单服务效率提升

37%

| 数字化委员会架构说明 |

数字化委员会作为领导层，承担引领转型的总体责任，数字化委员会主任由董事会主席担任，执行组长由智能与数字化部总监担任

专题委员会分为智慧采购、智能制造、供应链控制塔、营销数字化、共享运营、白酒+等六个专题委员会

在智能与数字化部常设项目管理办公室，具体负责委员会日常工作



推动智能制造，引领产业升级

河南郑州工厂是公司首个融合“精益生产”与“清洁生产”理念的基地，是战略实施的关键点。华润啤酒依托创新科技的强大力量，围绕业务标准化、设备智能化、人才梯队建设三大支柱，以高质量保障供应为目标，强化数据采集、智能生产、数字化协同及智能决策能力，引领工厂迈进数字化转型的新时代。

工厂建立统一物联网数据中心 (IoT)，实现设备互联与数据自动采集；打造集控中心和自动化生产流程，减少人工干预 78 处，效率跃升 89%。此外通过能源管理系统的智能化，自动分析能耗，能耗由 495MJ/KL 降至 476MJ/KL，搭建的 EHS 管理平台与污水处理系统对接，实时监测 31 个点位的 146 项指标，预警准确率 100%，异常处理效率提升，节水减污效果显著，为啤酒行业树立了智能制造的示范样本。



| 完善知识产权管理

华润啤酒修订发布《知识产权管理制度》《商标打假维权操作指引》等制度，促进规范化和高效化管理；推进区域知识产权事务管理职能向总部转移集中，完成 13 个区域知识产权事务交接工作，强化知识产权保护协作和服务管理资源共享。2023 年，华润啤酒多次开展专利挖掘培训及指导，发明专利数量同比增长 175%；啤酒包装设计、啤酒生产工艺研发，资质范围内啤酒销售的知识产权管理通过监督审核，持续符合国家 GB/T29490-2013 认证标准。截至 2023 年底，国际注册商标总数 2,518 件，覆盖 150 余个国家和地区，旗下的“雪花”和“金沙”被商务部、文化和旅游部、市场监管总局、国家知识产权局、国家文物局五部门评定为“中华老字号”，进一步增加公司无形资产价值。

2023 年



发明专利数量同比增长

175%

截至 2023 年底，国际注册商标总数

2,518 件

覆盖

150 余个国家和地区

# 完善服务体验

## | 保障基本权益

### 保护个人信息

华润啤酒制定《信息安全管理办法》《个人信息保护合规指引》等制度，合规评审个人信息处理的各个环节，落实个人信息保护要求；遵循统分结合、许可权分级管理的客户信息保密原则，明确信息查看的层级权限；加强网络防御能力，确保涉密信息系统安全运行；严格保护投诉人信息，对业务人员隐藏投诉人电话号码，客服人员向业务部门提供投诉明细时，删除消费者相关信息；开展个人信息保护相关培训，提高信息保护意识，最大化保障消费者个人隐私及信息安全。

### 披露产品信息

华润啤酒始终秉持透明原则，致力于为消费者提供一个清晰、透明的购物环境，保障消费者的知情权。为使消费者能够清晰、准确地了解产品的详细信息，在产品包装上明确标示了产品的成分列表，详尽列出产品中所含的每一种成分，并标明酒精含量，为消费者提供一个准确可靠的参考。

### 及时止损赔偿

华润啤酒高标准执行相关食品安全制度，对原料采购、酿造过程、包装出厂等各个环节进行全链条、无死角的有效管理，坚决守牢食品安全底线，同时制定产品召回流程规范，最大化保护消费者权益。2023 年，啤酒产品和白酒产品均符合行业国家标准，其中啤酒氧含量控制在十亿分之四十 (40ppb) 以下，处于行业领先水平，全年未发生重大食品安全事件和食品召回及问题食品处理事件。

## | 践行责任营销

华润啤酒秉承诚信经营原则，建立从上至下的管理机制，监管各区域营销行为，确保推广信息公正、可靠、负责。2023 年，公司没有发生任何涉及广告宣传方面的重大违法犯罪情况。

### 重合规，严审核

华润啤酒严格明确广告审核流程，定期审查所有产品营销和推广内容，以确保传播内容合法合规，并符合公司责任营销推广理念，从源头杜绝虚假营销；建立《广告法律审核工作指引》《自媒体管理办法》等营销、广告和标签相关制度，明确广告审核的依据、要点以及广告发布中可能存在的风险点及防范要求，规定酒类广告中不能出现鼓励或引导消费者过量或不负责任饮酒的类似内容，对消费者进行正确的引导。



### 重要求，抓落实

华润啤酒自上而下要求员工不得向未达到法定饮酒年龄者提供酒精饮料产品，严禁在营销活动中夸大产品在环境及社会方面的影响，严禁将未经科学证实的事实作为卖点向消费者进行宣传；在发布产品广告及其他营销实践中，严令禁止向客户散播关于竞争对手产品的虚假信息，以维护市场公平及规范。

华润啤酒宣贯并严格执行酒类广告特殊禁止性规定，包括但不限于：



### 重培训，强意识

华润啤酒深知责任营销推广培训的重要性，坚持以责任为引领，以创新为动力，定期开展责任营销培训，持续提升企业的品牌形象和市场竞争力。

| 责任营销推广培训范围 | 培训内容                                                                                                                   |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 基本责任营销原则   | 符合道德、合法、诚实和真实等原则<br>充分考虑与产品相关的法规，如法定饮酒年龄                                                                               |
| 营销推广目标对象   | 目标对象为已满法定饮酒年龄人士<br>营销推广手法应尽量避免吸引未满法定饮酒年龄人士，如营销活动及商业宣传不使用对儿童或青少年具有吸引力的物体、形象、风格、符号、颜色、音乐和人物（包括卡通人物）<br>引导零售商不向未成年人出售酒精饮料 |
| 倡导理性饮酒     | 推广适度理性的饮酒行为和健康文明的生活方式<br>刊印劝说性质的标识及字句，主动提示饮酒的潜在风险                                                                      |
| 推广信息公正     | 透过公正、真实的信息推广产品，如使用真实准确的陈述说明酒中含有的碳水化合物、卡路里或其他营养物质<br>不使用误导信息推销产品，如不暗示或宣称啤酒具有治疗或保健作用                                     |
| 法律合规       | 针对新出台的酒类广告行为规范进行解读培训<br>确保员工熟悉与负责任市场推广销售的法规                                                                            |

◎ 华润啤酒责任营销培训内容



## | 倡导理性饮酒

华润啤酒积极践行社会责任，发挥倡导理性饮酒带头示范作用。公司在所有含酒精饮料产品的外包装上，印制与负责任饮酒相关的标识，在平面、电视、电影、数字广告中及产品卷标中提示“过量饮酒、有害健康”等劝说性质的标识及字句，主动给予潜在风险提示；与战略合作品牌“喜力®”啤酒共同倡导支持理性饮酒承诺，该品牌每年投入约 10% 的媒介费用用于理性饮酒和负责任饮酒的宣传；以中国酒业协会与社会责任促进工作委员会 (China SAO) 成员的身份，每年定期筹办“全国理性饮酒宣传周”等活动，向全行业、全社会推广“适量饮酒，快乐生活”理念。

## | 升级客户服务

华润啤酒设计“厂商—运营商—分销商—终端”分销模式，打造全国、省级、区域的大客户平台，将产品与渠道进行有效对接；基于公司层面产销分离、营运变革和集约化战略蓝图、营运中心层面大客服体系规划以及订单中心建设落地方案，成立专项推进全国订单集中运维，形成订单业务的统一化、标准化管理，充分发挥订单的窗口和纽带作用，与供应链计划、物流、仓储、财务形成高效的协同机制，提升专业化服务水平，为经销商提供极致服务、极速响应的用户体验。



### 品质体验、臻享服务，打造醉美小酒馆

2023 年 1 月 6 日，湖南营销中心岳阳销售大区首家雪花 1964 啤酒馆旗舰店正式开业。小酒馆坐落于岳阳市华容县章华镇沿河北路锦绣苑 101-103 号，售卖 6 种高端桶啤。亮眼的橙黄色招牌加上馆内慵懒低调的光线设计，让人经过酒馆的时候很难不被吸引驻足，让每一个来到这里的人都能卸下疲惫。区别其它小酒馆，雪花 1964 啤酒馆功能更丰富，分上下两层，具有 300 多平独栋空间，以品鉴 + 派对方式向大家开放，打造品质生活个性化体验。



### 捕捉用户需求，共创可持续价值

华润啤酒践行以用户为中心的发展战略，搭建客户数据平台（CDP），构建了一个全景式、一体化客户视角。通过 CDP，华润啤酒能够深刻洞察并精确捕捉消费者的需求与行为模式，运用先进的数据分析工具和技术，对这些数据进行挖掘和解读，以发现消费者的潜在需求和趋势，进一步促成了更加个性化、高质效产品及服务的精准推出，例如，针对年轻消费者群体，华润啤酒推出了口感清爽、包装时尚的啤酒系列；对于追求健康生活的消费者，则推出了低糖、低卡的啤酒选项。这不仅满足了消费者的个性化需求，也提升了华润啤酒的品牌形象和市场竞争力，有效增强了顾客满意度与品牌忠诚度。

## | 积极应对投诉

华润啤酒持续完善客户服务体系，不断优化客户投诉快速反应机制，2023 年，公司产品投诉处理客户满意度为 87%，啤酒业务收到总体不良体验投诉率为 19.5 宗 / 万千升产量，其中，啤酒产品不良体验投诉数量同比减少 11%。

### 快速反应

接到投诉 30 分钟内向客服顾问派送工单，客服顾问须在 30 分钟内联系消费者处理投诉问题；其中针对产品不良体验的投诉，需 72 小时内是客户服务系统进行首次信息回馈，维护处理进展、上传实物酒照片等。

### 系统升级

上线智能客服系统，采用机器人与人工坐席并行的服务方式，提供 24 小时不间断服务，实现产品及服务投诉过程在线留痕，能够有效追踪及定期汇总相关案件数据。

### 督促整改

客服团队实时在线监控投诉进展，对内提供专业的业务指导，定期将投诉报告发送到各级管理层，督促投诉工厂整改。

### 样品分析

针对产品不良体验的投诉，将实物酒及时返厂进行逐瓶逐罐分析并整改，截至 2023 年底，投诉实物酒返厂率达 99%。

### 业务联动

在客服系统中将服务类投诉设定成上级业务管理人员审核制，使业务营运部门更清楚了解客户投诉问题根源，真正打造客户需求主导型啤酒企业。



### 积极应对投诉，维护终端客情

2023 年 3 月，沈阳事业部营运部接到终端店来电反馈，反映消费者在饭店就餐过程中投诉已饮用和未饮用的啤酒中有沉淀物、残渣，导致与消费者发生冲突。营运部高度重视此次事件，第一时间指派大区客服顾问到达现场进行处理。

客服顾问抵达现场后，首先向受影响的饭店表示诚挚的歉意，认真开展现场查看，发现啤酒确实存在酒液轻微容量不足现象，瓶内酒液出现一定浑浊，因为啤酒质量问题使终端店与消费者发生了冲突。为解决这一问题，经销商与客服顾问多次拜访终端，并对终端店进行补偿。针对此事，公司召开专题会议，进行认真反思与总结，并进一步完善和改进管理机制和服务质量，以期为消费者提供高品质产品。



◎ 针对投诉事件开展专题会议

贡献 SDGs



# 酿创合力 互利共赢

华润啤酒恪守公平公正、合作共赢的理念，建立健全高效协同的供应链管理体系，深入开展与企业、高校、行业协会之间的交流与合作，建立相互信任、共担责任、共享利益的战略合作关系，努力成为引领行业发展的标杆，致力推动中国啤酒产业向更高品质、更可持续的方向大步迈进。

## 积极做出华润啤酒贡献



责任采购比率

100%



入选供应商总数

4,752 家



审查的总部集采供应商数量

547 家



总部组织片区工厂开展供应商合作考核共审查供应商

3,741 家





## 责任故事

## 携手合作伙伴 构建“啤酒新世界”供应链生态圈

构建“啤酒新世界”供应链生态圈既要聚焦当下，也要着眼未来，把握发展大势。随着消费升级和市场需求的变化，中国啤酒高端化发展已成大势所趋，作为我国啤酒行业的领军品牌，华润啤酒重视伙伴交流与合作，与业界同仁携手深入挖掘市场潜力，开拓创新业务模式，以实际行动推动中国啤酒行业向更高层次、更宽领域蓬勃发展，书写中国啤酒高端化发展新篇章。2023年11月1日—3日举办喜力®150周年庆典暨“共酿新传奇”2023雪花渠道伙伴大会、“共享·共创·共发展”华润雪花供应商大会，与重要渠道伙伴、供应商齐聚一堂探索发展新机遇，共享“啤酒新世界”的发展硕果。



## 精诚合作，“供”创佳绩

面对当前啤酒行业的深度调整，华润啤酒积极顺应啤酒行业变化发展，通过建设共赢的伙伴关系、完整的市场机制、安全可控的供应体系，构建啤酒新世界供应链生态圈，形成从供应商到渠道经销商再到终端客户的生态集群。2023年11月3日，华润雪花供应商大会以“共享·共创·共发展”为主题，邀请供应商伙伴及行业代表共聚一堂，通过分享成功经验、探讨前沿趋势、剖析市场动态共同寻求合作新机遇。大会现场，华润啤酒董事会主席侯孝海发表了“增长，是第一策略”的主题演讲，分享了华润啤酒在疫情逐步复苏、全球局势动荡、经济走势不明的“新世界”背景下的一些探索与思考。同时在本次华润雪花供应链生态创新体验展上，华润雪花从“自然新生”“技艺新生”“绿色新生”“科技新生”四个方面，通过光影、色彩与空间，将华润雪花与供应商创新协作、共赢发展的理念具象化，展现出华润雪花和供应商伙伴技艺创新的生命活力及蓬勃的生产力。

## 同心协力，共享共赢

一年一度的雪花啤酒渠道伙伴大会，从2020年开始已经成为华润雪花啤酒持续的年度重磅活动。作为喜力®150周年系列活动的重要组成部分，2023年第四届华润雪花啤酒渠道伙伴大会以“共酿新传奇”为主题，与来自全国的重要渠道伙伴代表齐聚一堂，共商共建“啤酒新世界”事业共同体。喜力®是华润啤酒重点发展的高端品牌，旨在成为中国高端啤酒市场的领导者、“啤酒新世界”的高端第一品牌、高端第一国际品牌。华润啤酒同喜力®一道立足新阶段，通过中国品牌+国际品牌的品牌组合，聚焦品牌和产品本身，并与本地啤酒厂合作发力，为消费者提供更多选择，不断推动在高端市场方面扩大份额。



在构建供应链生态圈的过程中，华润啤酒走出了绿色、创新的高质量发展之路，致力于成为责任先行的行业典范。未来华润啤酒将凭借领先的战略布局，加快构建富有韧性的产业链，绘就“酒业新世界”发展新蓝图，实现决胜高端的宏大目标。

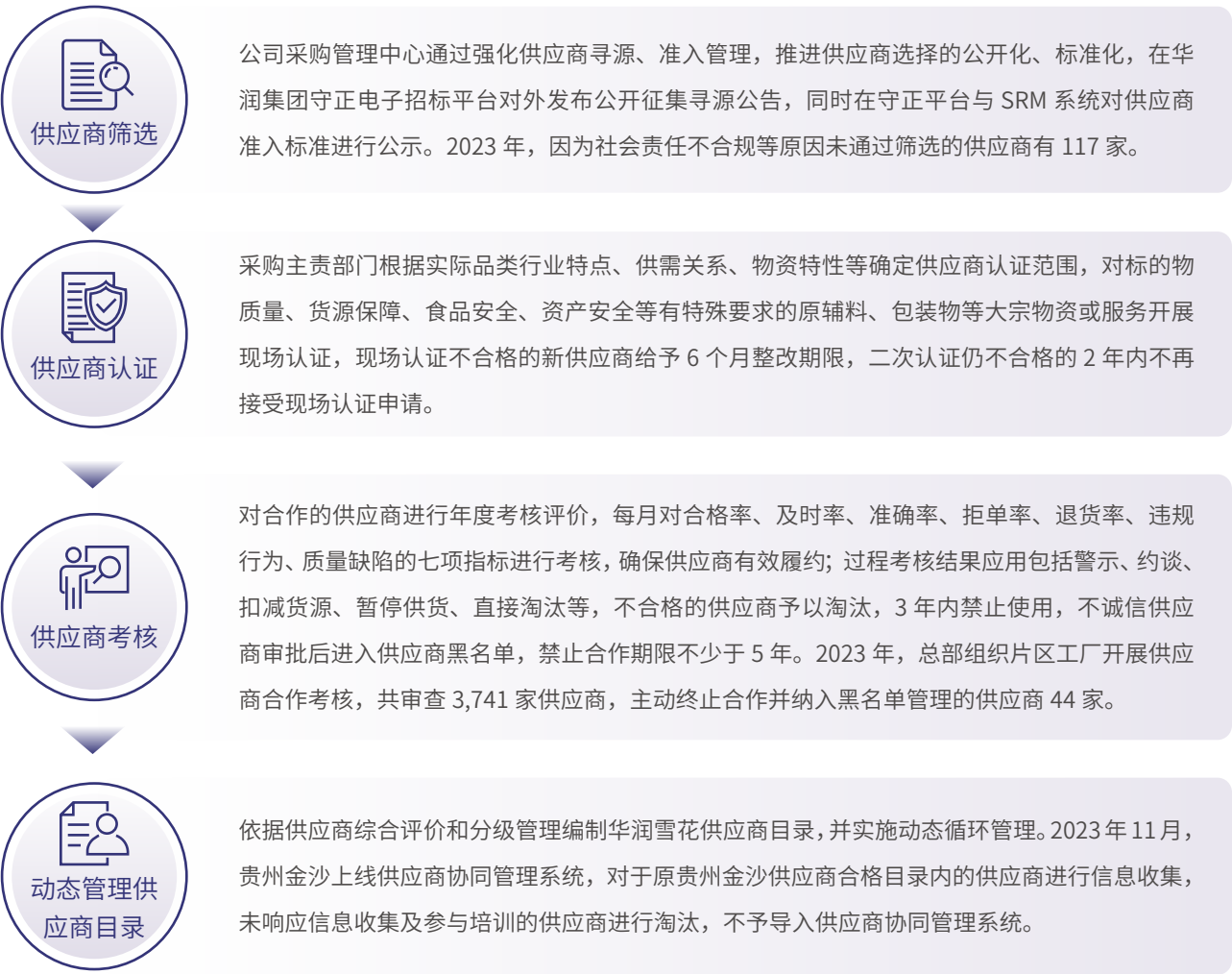


# 完善责任链条

## | 落实责任招采

华润啤酒严格遵守招采法律法规，制定《华润啤酒采购管理制度》《华润雪花供应商管理办法》《华润酒业供应商管理办法》《华润酒业采购管理制度》《华润酒业采购项目供应商资格审查管理细则》等二 / 三级专项供应商管理制度，规范实施招标采购流程，防范以不合理条件限制或排斥供应商；规定供应商在编制采购档案及合同中须将“阳光承诺”作为附件载入，要求供应商诚信合作；明确采购活动的工作组人员和评审人员在参与采购工作前需签署“采购人员廉洁自律承诺书”，知悉采购廉洁自律的相关规定。2023 年，公司新认证供应商 100% 签署《阳光承诺》和《供应商承诺》，供应商现场认证人员 100% 签署《廉洁守则》。

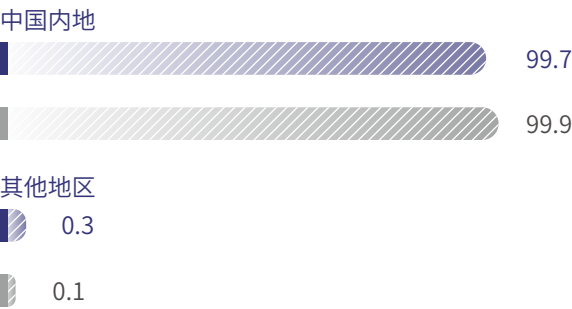
## | 强化供应商管理



入选供应商总数 单位：家



按地区划分的供应商占比 单位：%



供应商循环动态管理 单位：家



因不合规被终止合作的供应商数量



因不合规被否决的潜在供应商数量



2022 2023



### 赋能供应链发展，打造稳定、高效供应链

华润啤酒追求供应链的质量稳定性，开展年度食品安全管理评审工作，对鲜扎啤、PET 瓶、桶啤等品种啤酒进行检查，梳理核对生产资质、承包方式、原料采购、人员健康、产品外检、信息宣传等环节，跟进整改情况，落实企业食品安全主体责任；将高标准的食物安全及质量管理延伸至供应商、场内相关方、外包业务人员等，通过即时智能监控、现场抽检、专项培训、严格考核、警示大会等多种方法，提高供应商、相关方、外包方的食品安全意识；围绕成品酒质量防护赋能、减少运输破损，定期组织开展啤酒和白酒业务的物流商、经销商培训，致力为大众带来更多安心、舒心的消费体验。

## | 促进供应商成长

华润啤酒制定《华润雪花生产物资星级供应商管理实施细则》，对供应商进行星级评定，提供包括战略合作协议签署、共用试验基地、共用数据库、建立沟通交流平台和战略伙伴关系构建在内的全方位支持，建立与供应商合作的新模式；召开专题会议，分享行业前沿技术、先进设备与创新方法，促进供应商的技术升级与应用转化；持续推动《华润雪花供应商应知应遵知识手册》宣贯，督促供应商在绿色生产、持续发展、社会责任等管控过程中遵循新规则、新要求，倡导供应商保护环境，减少能源耗用；在对供应商进行现场认证时，开展相关业务人员培训及应知应遵测试，强化对供应商的管治力度及透明度，将未达标或未回应的企业剔除供应商目录，规定两年内禁止任何合作。





加强交流合作

| 深化企业合作

华润啤酒秉承互利共赢理念，与饿了么签订战略合作书，双方就过往合作、业务规划及需求进行深入沟通；与美团闪购签订战略合作协议，探索外卖营销、人群运营等多种新合作模式；与中铁快运签署战略合作协议，建立“总对总”合作机制，开展多区域全面合作；开展“向名酒学习”活动，相继走进泸州老窖、五粮液、江南大学、沙洲优黄文化园等知名企业，开创华润酒业特色白酒发展道路。



◎ 勇闯天涯 superX 成为 KPL 王者荣耀职业联赛年度合作伙伴



◎ 华润雪花啤酒成为杭州亚运会官方供应商



◎ 华润雪花啤酒携手中国酒业协会及青年艺术 100，联袂打造中国啤酒行业首个人文艺术展



华润雪花啤酒与美团闪购达成战略合作

2023 年 5 月，华润雪花啤酒与美团闪购正式达成战略合作，双方将在啤酒新趋势、细分产品结构、拥抱新渠道、供给优化等多个方面深入合作，探索外卖营销、人群运营等多种新合作模式。美团闪购将助力华润雪花啤酒成为平台年内销售额 10 亿品牌，共同提升啤酒品类在平台内的销售增长，打造行业标杆。



| 聚力校企合作

华润啤酒重视与高校、科研机构的合作交流，进一步加强校企战略合作和产学研有机结合，充分发挥高校的专业和人才优势，提升公司创新能力与科研水平，助推“3+3+3”战略实施，支撑高质量可持续发展。2023 年，金沙酒业分别与江南大学、贵州大学、四川轻化工大学等省内外高校开展产学研合作项目。



华润啤酒“牵手”江南大学打造校企联合标杆

2023 年 11 月 27 日，华润啤酒与江南大学举行战略合作的签约仪式，双方本着“立足产业、扎实创新、协同发展”的宗旨，通过加强资源整合，致力于形成一流学校、一流科研力量和一流企业、一流产品、一流品牌之间的合作，在啤酒和白酒产业领域取得更加辉煌的成就。



| 增进媒体交流

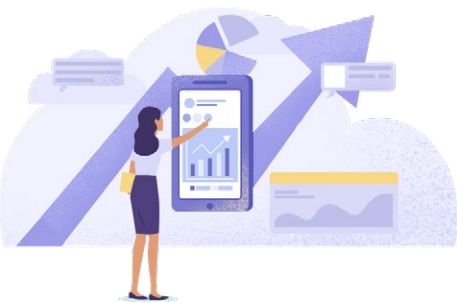
华润啤酒重视媒体沟通合作，致力于构建一个全方位、多层次的媒体合作网络。旗下金沙酒业通过对接党媒央媒、主流门户、白酒垂类媒体、重要市场核心媒体等二十余家媒体平台，巩固现有合作关系，并与专业公关公司合作，持续发掘并整合优质媒体资源，搭建公关媒体矩阵，为品牌传播发出最强音。





# 助力行业发展

华润啤酒紧跟行业发展大势，通过加入行业协会、参加行业交流论坛、参与行业标准制定等方式，深化行业互动交流，引领行业向着更加规范化、专业化方向迈进。



© 华润雪花啤酒与美团闪购联合发布《中国即时零售啤酒品类趋势白皮书》



## 开启新篇章，聚势领新潮——华润酒业亮相第108届春季全国糖酒商品交易会

2023年4月12日，第108届春季全国糖酒商品交易会正式在成都拉开序幕。华润系白酒金沙酒业、景芝白酒、金种子酒业一同亮相，在主会场开设400平米超大展位，全面展示华润系白酒特色品牌形象，这亦是华润系三大白酒品牌在业内的首次集体亮相。



## 共享雪花精彩，共话酒业发展——华润雪花啤酒亮相第18届泸州酒博会

2023年4月13日—16日，华润雪花啤酒华彩亮相第十八届中国国际酒业博览会，与五湖四海的参展代表共享雪花精彩，共话酒业发展。在酒博会的啤酒嘉年华分会场，华润雪花啤酒携旗下中国品牌、国际品牌组成的“4+4 高端品牌矩阵”及超高端产品重彩·中国酒业协会联名定制烈性啤酒醴醴等个性化产品集体亮相，同时雪花啤酒展位设计以精致的露营酒馆为主题，在场景氛围烘托中，带领人们获得回归自然、自由的惬意之感。





贡献 SDGs



# 酿筑梦想 携手奋进

华润啤酒坚持人本理念，落实人才强企战略，以“双赋能、强梯队、拓线上、优管理”为着力点，不断优化人才培养体系，助力业务价值创造；关注员工身心健康，打造健康安全、氛围和谐的工作环境，携手员工共进共赢、共同成长。

## 积极做出华润啤酒贡献



员工总数

27,232人



劳动合同签订率

100%

社会保险覆盖率

100%



员工培训覆盖率

100%



人均培训投入

890元

人均培训时长

35.5小时

## 责任故事

## 坚持价值创造 增强人才梯队建设

“从业务中来，到业务中去”从来都不是一句口号，更像是一种信念。华润啤酒坚持“战略助推、业务赋能、人才培养、智慧沉淀、创新培育”战略定位，通过业务价值链梳理、问题识别与学习资源沉淀，强化业务赋能与梯队培养，通过培育人才队伍赋能业务价值创造。

### I 加强制度引领，优化培训体系

活力酿造，美好成长。面对组织重塑和业务转型，我们推行“啤白双赋能”的管理理念，完善学习管理机制，优化培训制度，建立起3级14项制度，包括1个一级制度、6个二级办法和7个三级指引，形成了规范、高效的培训工作体系。



© 华润啤酒培训管理制度体系

### I 强化内训师建设，升级学习平台

2023年，华润啤酒的内训师队伍如雨后春笋般蓬勃发展。截至年底，公司共拥有967名活跃内训师，通过举办首届“好讲师”内训师大赛，评选出年度“10佳讲师”，展现了公司对于人才培养与知识传承的高度重视。与此同时，承载着学习与成长使命的“华润啤酒员工学习平台”也迎来了它的华丽蜕变，正式更名为“润酒学堂”并持续升级，目前“润酒学堂”已成为国内快消品行业实现全流程线上学习管理的平台之一。



© 华润啤酒首届好讲师大赛

### I 促进白酒人才培养，推动啤白共成长

在华润啤酒的宏伟版图中，“啤白融合”是公司发展成为多元化酒类企业的重要举措。为此，我们开展“白骨精”白酒销售骨干精英人才培养、“白赋美”白酒内训师人才培养、“白如玉”白酒培训工作者培养等项目，推动白酒和啤酒领域资源共享与经验互补，开发多套白酒技能知识图谱，支持白酒内训师、引导师和萃取师的茁壮成长。



© “白骨精”人才培养项目

### I 落实知识沉淀，传播管理智慧

华润啤酒不仅仅酿造佳酿，更是管理智慧的酿造师。我们秉持“啤酒新世界”理念，将管理智慧广泛传播，开发上线包括“论道新世界”在内的多门课程，同时与顶尖学府合作，开发商学院教学案例，如《华润雪花与喜力的并购整合之路》《华润雪花组织变革之路》《华润啤酒战略变革》等，部分案例纳入商学院MBA战略转型课程。

未来，华润啤酒将继续以“价值创造”为落脚点，传播公司管理实践与智慧，联合内外部商学院开发润啤管理实践案例与课程，增强人才质量、提升组织智慧、创造业务价值，助力高端制胜！



# 保障员工权益

## | 坚持合规雇佣

华润啤酒始终坚持“以人为本”的管理理念，严格遵守《劳动法》《劳动合同法》等一系列国家法律法规，依法保障员工合法权益；秉持平等、非歧视的雇佣原则，不受性别、年龄、国籍、民族、宗教信仰等因素影响，反对强迫劳动，杜绝使用童工；不断完善《招聘管理制度》，对所有职位的招聘流程均实施全面而严格的审批管理，确保录用过程公正透明与全覆盖，着力打造一个平等、择优的用人环境。2023 年未发生任何对业务经营、业绩、财政状况及声誉造成重大影响的人权及劳工权利相关违法违规行为。



## | 完善薪酬福利



薪酬体系

严格执行国家及地方关于劳动用工和薪酬管理相关的法规政策，不断完善《薪酬管理制度》《干部履职待遇和业务支出管理办法》等内部管理制度及指引，以岗位价值为基准，充分结合员工专业职级评价与年度绩效考核，建立兼具内部公平性与市场竞争性的薪酬福利体系。



休假制度

建立健全《考勤休假管理制度》，更新迭代公司假期管理规定，妥善管理员工的假期安排及申请流程，2023 年新增育儿假及子女护理假。



员工福利

依法为员工足额缴纳各项社会保险及住房公积金；持续推进全国福利体系“三个统一”（福利项目、福利标准和支付方式统一），有效提升公司福利基础保障水平及内部公平性。

## | 落实民主管理

华润啤酒充分尊重员工言论自由，积极倾听员工“声音”。定期召开职工代表大会，明确集团型、公司型、业务型多级职代会职能定位、权责边界、操作规范，有效推动各级职代会发挥作用，促进广大职工全方位、多层次参与企业民主管理；不断丰富员工沟通途径，充分发挥员工满意度调查、区域经理沟通机制等多元化渠道的桥梁作用，推动信息化沟通渠道与平台建设，及时解决员工关心的热点难点问题。



◎ 江苏营销中心举办职工代表大会

2023 年  
绩效数据



员工工会参与率达

100%

连续五年开展企业文化认同度的员工调研，2023 年，华润雪花员工参与率为

84%

敬业度为

81 分

# 促进员工发展

## | 畅通晋升通道

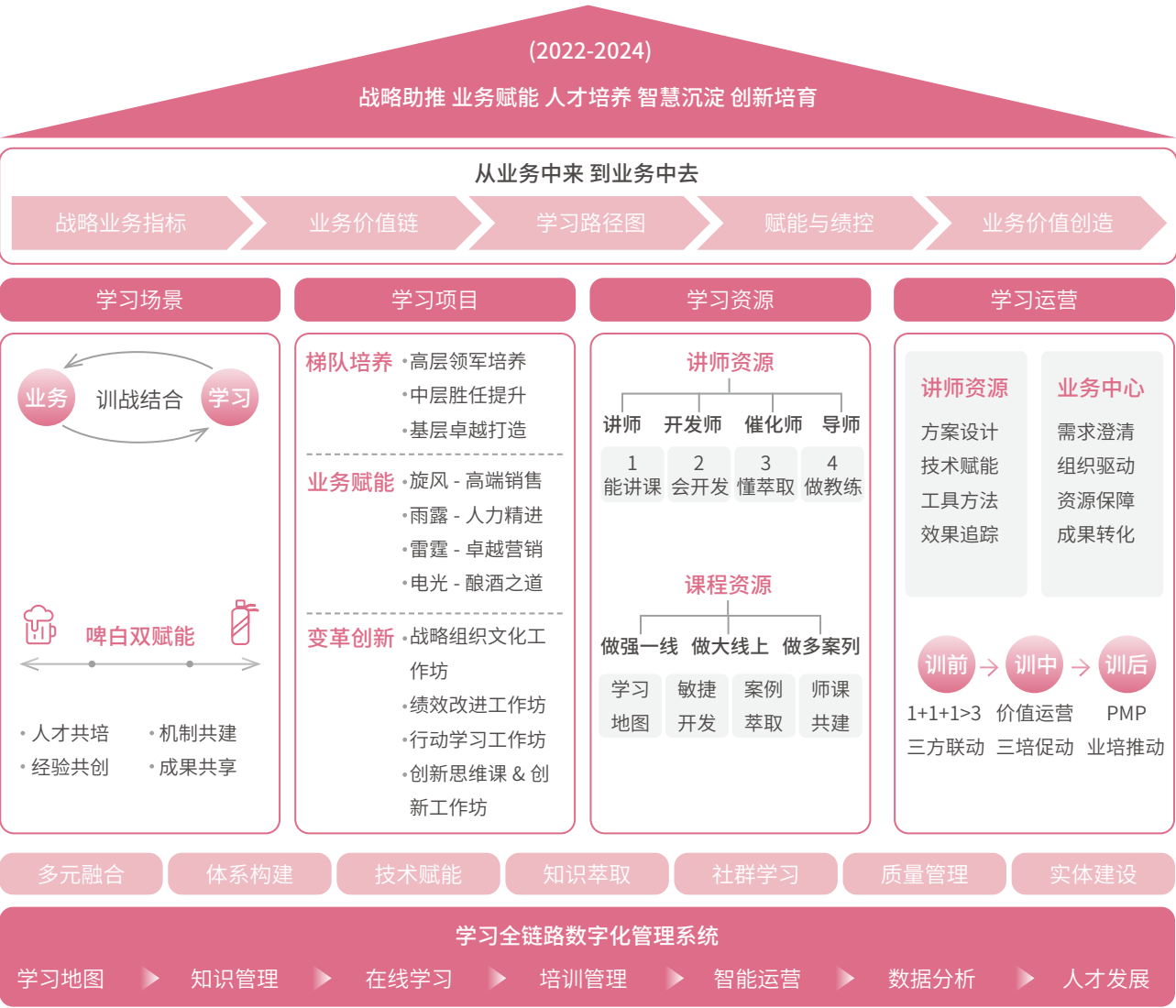
华润啤酒高度重视员工的成长与发展，积极推进各序列员工队伍的建设与管理。修订《华润啤酒员工职业发展管理办法》及序列职级评定实施细则，不断完善从严管理干部队伍制度体系，完善员工职业发展通道、评定机构、评定配套管理机制、专业总监职级评定及岗位聘任相关要求等内容，健全能上能下的选人用人机制，修订两级干部管理制度，建设德才兼备、忠诚干净担当的高素质专业化干部队伍，持续打造啤酒人才竞争优势。

同时，华润啤酒持续完善人才标准与评价体系，搭建职级评定管理系统，将职级评定工作由线下转为线上，实现各专业序列职级评定启动、实施、测评、结果应用全流程线上管理；针对外部招聘场景引入人才测评工具，保证人才甄选效果，提高华润啤酒在外部优秀人才识别上的科学性与全面性。



I 重视员工培训

华润啤酒以“3+3+3”战略落地为出发点，围绕“高端制胜、卓越发展”战略管理主题及“人才制胜、引领变革”人力资源策略，积极践行“从业务中来、到业务中去”的学习理念，全面推进各项人才培养工作。2023 年，华润啤酒以“全面覆盖，重点突出”为人才培训及发展原则，创新提炼出有华润啤酒特色、适配企业战略的组织学习方法论和人才培养机制，打造出一批契合公司战略和业务发展的优秀人才培养项目，形成规范、高效的培训体系。



我们统筹组织华润啤酒各职能条线、销售事业部、片区生产部、白酒项目公司，围绕“梯队建设、啤白赋能、数字学习、培训管理”，开展“分类分级、全面覆盖”的人才培养工作。在组织重塑、转型升级的大背景下，以“润酒学堂”线上学习平台为载体，结合线下培训项目与工作坊，以“强梯队、双赋能、拓线上、优管理”为着力点，完善学习管理机制、增强人才质量、提升组织智慧、创造业务价值，助力高端制胜。2023 年，公司共开展面授培训项目 451 个，员工参与培训项目平均满意度 4.85 分。



“领军人才 100”培训



“卓越厂长”计划



“采购+”人才培养项目



“未来之星”训练营



ITBP 赋能项目



“白骨精”人才培养项目



雪花大讲堂



学习者大会



# 关怀员工生活

## I 用心关怀员工

华润啤酒持续开展员工关爱工作，制订员工关爱工作指引，全方位关怀员工。深入开展“高层走一线”活动，了解基层一线员工的需求及对公司期望；帮扶慰问基层一线员工、困难员工，特别关注女性员工与离退休人员，持续提升员工获得感、幸福感。



◎ 黑龙江营销中心开展 2023 年妇女节主题活动



◎ 山东营销中心工会委员会走访慰问烟威大区困难职工

## I 关注职业健康

### 完善管理体系

华润啤酒持续加强员工职业健康管理，编制《职业危害与职业病防治管理规定》《职业健康检查表》，设置职业卫生管理机构，配置职业卫生管理人员，监测工作场所职业病危害因素，建立健全职业卫生管理制度、操作规程、档案、评价及制度应急救援预案。

### 注重身心健康

华润啤酒高度重视关注员工的身心健康，为员工安排年度健康体检与特殊工种的职业健康定期体检，提供多种健康医疗计划，包括基本医疗保险、全员的补充商业保险，2023 年，公司搭建商业保险弹性福利自选平台，员工可按需自由选择保险升级计划及家属保险计划。我们也关注员工心理健康情况，设立“员工心声”反馈机制，开展员工心理咨询服务，及时倾听与回应员工心理健康需求，开展员工健康教育，营造企业健康文化。



### 华润啤酒总部工会举办应急救援（AHA 认证）培训

2023 年 8 月，华润啤酒在总部举行“职工关爱服务站”揭牌仪式，并于 10 月 16 日和 25 日在北京、成都两地成功举办服务站首场活动——应急救援（AHA 认证），共有 24 名学员参训并通过 8 小时的学习考评取得国际急救员证书，有效增强员工应急救援技能，提升员工在突发事件中自我保护和救援他人的能力。



### 改善工作环境

公司落实《工作场所职业卫生管理规定》等标准，加强职业病防护设施管理，切实改善作业环境，致力于为员工打造一个舒适和愉快的工作场所；采取科学措施，加大对噪声、粉尘等职业病危害因素的治理和控制，持续保障员工职业暴露的噪声强度等效声级保持在 80dB(A) 以下；根据生产现场噪声风险等级绘制啤酒行业噪声地图，建立噪声作业人员听力损失预警档案，辅助各单位提前预判接噪人员听力损失情况，提醒员工加强日常个人听力保护，建立有效的听力保护计划；推行优化项目，包括提升活动室安全设施、改造生产设备、绿化工作环境及提升食堂用餐环境等，确保员工能够在舒适、安全、健康的环境下工作。

## I 平衡工作生活

华润啤酒组织丰富的文体活动和节日主题文化活动，通过体育比赛、户外团建及联谊活动，缓解员工压力，丰富员工的业余生活，营造和谐职场氛围。



### 华润啤酒总部工会举办主题团建活动

2023 年 6 月 28 日，华润啤酒总部工会组织开展“乘风破浪 未来可期”主题团建活动，通过龙舟争渡和共绘巨画活动设计，以活泼的形式、有温度的方式，让大家在团结协作中体验乘风破浪、并肩拼搏、勇毅前行的美好氛围。



### “夏日 FUN，露营派对”暨 2023 年青春联欢日活动圆满举办

2023 年 7 月 22 日，华润啤酒举行以“夏日 FUN，露营派对”为主题的“青春联欢日”青年联谊活动，以品味独特的主题派对、轻松有趣的户外露营、青春活跃的游戏互动，为 140 余位青年搭建起展示自我、结交朋友的潮流社交平台，活动同时借力黑狮白啤的露营 IP，将品牌主张与年轻圈层生活方式巧妙融合，受到外部单位青年人的推崇和喜爱，也唤起了公司青年员工的荣誉感和自豪感。



◎ 北京雪花日趣味运动会



◎ 中秋节手工活动



贡献 SDGs



# 酿塑和谐 绿水青山

华润啤酒始终秉持“绿水青山就是金山银山”的理念，将“双碳目标”作为战略引领，以落到实处的绿色管理构筑坚实的绿色发展基础，持续探索“绿色酿造”路径，坚持打造绿色低碳、环境友好型工厂，用行动绘就产业新时代低碳发展的蓝图，让绿色成为酒业最靓丽的底色。

## 积极做出华润啤酒贡献



环保 / 节能减排技术改造总投入

10,022 万元人民币



温室气体排放总量

806 千吨二氧化碳当量

同比下降

5.2%



二氧化硫排放量同比下降

8.6%



氮氧化物排放量同比下降

10.2%



COD 排放量同比下降

11.5%



氨氮排放量同比下降

9.2%



一般固体废物综合利用率

99.9%



## 责任故事

## 解锁工厂“绿色”成就 焕新生产运营方式

生态优先、绿色发展是国家立足新发展阶段、贯彻新发展理念、实现高质量发展的必由之路。围绕实现“厂房集约化、原料无害化、生产洁净化、废物资源化、能源低碳化”5大核心要素推进绿色工厂建设，是《中国制造2025》国家战略任务及重点推进绿色制造中明确指出的重要路径，是构建绿色制造体系的核心支撑单元，更是华润啤酒坚定选择的绿色酿酒之道。



### 用地集约化

使用地面积  
最大的产出



### 原料无害化

持续减少有  
毒有害原料



### 生产洁净化

源头控制  
清洁生产



### 废物资源化

废物回收  
循环利用



### 能源低碳化

低碳能源  
能源优化

## 矢志不渝擦亮向绿底色

华润啤酒下属工厂积极响应国家绿色制造、可持续发展号召，2022年12月发布实施的《碳达峰行动方案》明确了8个主要方向和25项关键措施，并设立了2025年绿色工厂相关主要目标：力争3-4家工厂获得“绿色工厂”称号。随着低碳零碳工厂的建设驶入快车道，绿色工厂认证捷报频传，仅2023年就有黑龙江、郑州、新都、黔南4家工厂获评国家级“绿色工厂”，河北、内江和黔东南3家工厂获评省级“绿色工厂”。



◎ 武汉国家级“绿色工厂”

2023年9月12日，《华润啤酒绿色工厂建设方案（2023-2025年）》在新的发展背景下应运而生，从制度上进一步保障和规范各生产工厂绿色工厂申报和建设工作，并立下“至2025年底，建成15家国家级绿色工厂、30家省绿色工厂、市级绿色工厂100%覆盖”的坚定目标。截至2024年1月，华润啤酒已有黑龙江、郑州、新都、黔南、武汉5家国家级“绿色工厂”以及9家省级“绿色工厂”，累计获得政府绿色工厂奖励680万元。

## 脚踏实地探索向绿路径

华润啤酒在绿色低碳转型、可持续发展的探索之路上做了许多尝试和突破，下属各工厂逢山开路遇水搭桥，始终坚信能够在绿色工厂建设道路上收获丰富硕果，立足当下回头看，一路的辛苦没有白费，华润啤酒真切地蹚出了酒业的绿色酿造道路。

### 华润啤酒绿色工厂实践缩影



**黔南工厂**一方面持续研究生产过程热能、水的综合利用技术，实现水/热平衡，另一方面加强CO<sub>2</sub>回收设备、回收技术等方面的科研攻关，提升回收能力的同时减少使用量。此外，黔南工厂与科研单位保持合作，持续提升利用自然光热能、光电能的能力，未来逐步对现有用能设备进行技术改造。



**新都工厂**围绕啤酒酿造过程中的二次蒸汽、冷凝水、水蒸汽的热能损失，成立了热能综合利用项目组，并通过反复研讨与努力，实现了对整个糖化系统产生的蒸汽尾气进行回收利用、对全厂冷凝水进行综合使用，最终达成了糖化过程不排汽，冷凝水全部回收利用的目的。



**郑州工厂**持续推进“精益生产组织”与“削峰填谷”用能方法，通过合理安排生产，大幅降低能源消耗，创新开展“降湿降噪”、提高厌氧COD去除率、二氧化碳直供等精益项目，实现能源节约13%，碳排放量累计减少5.5万吨，COD排放量由2016年的28.03吨下降至2023年的13.79吨。

未来，华润啤酒在绿色工厂建设中的探索将驰骋不息，不断提升生产运营“含绿量”，同时深化技术研究与应用，以“含绿量”提升带动“含金量”提升，促进环境效益与经济效益的同步增长，真正让绿色成为新时代华润啤酒工厂高质量发展的最底色！



深化绿色管理

| 完善环境管理体系

健全环境管理制度

华润啤酒严格遵守《环境保护法》《水污染防治法》《固体废物污染环境防治法》等国家及地方相关环境保护法律法规，在管理及营运过程中坚持以环境保护及资源可持续发展为原则，建立健全环境管理体系并完善环境管理相关政策，制定发布《华润啤酒生态环境保护“六禁令”》《华润酒业 EHS 责任管理办法》等政策文件；结合在建项目建立 EHS 综合性管理制度，推动华润啤酒实现环境管治体系化、标准化。2023 年，公司生态环境保护制度优化工作组完成水污染防治、大气污染防治、固体废物管理等制度修订工作，截至年底合计实施 67 项 EHS 制度。

搭建环境管理架构

华润啤酒积极提升公司 EHS 风险管控与治理能力，2023 年成立 EHS 风险管控治理小组，由董事会主席任组长，负责研究部署公司 EHS 风险管控治理的规划，定期检视风险管控中长期规划、事故事件管理及舆情应对等工作执行情况；成立华润啤酒（控股）有限公司 EHS 委员会，明确各级 EHS 管理架构及管理职责，并要求华润雪花和下属生产工厂、营销中心成立 EHS 委员会。

| 环境评价与预警应急

华润啤酒要求各工厂新建、改建、扩建项目开展环境影响评价，并严格按生态环境主管部门审批流程进行报批，严禁“未批先建”，并遵循建设项目环保“三同时”管理制度；公司同时积极预防环境突发事件，制定并下发《突发环境事件应急预案》，完善应急机制，明确水污染环境事件分级及响应机制，并指导、规范各生产工厂制定污水排放异常管控标准流程。2023 年，公司组织了对蚌埠、济南、厦门等新建项目的环境影响报告书、批复手续和各生产工厂改建、扩建项目手续完整性、验收情况的合规性检查。

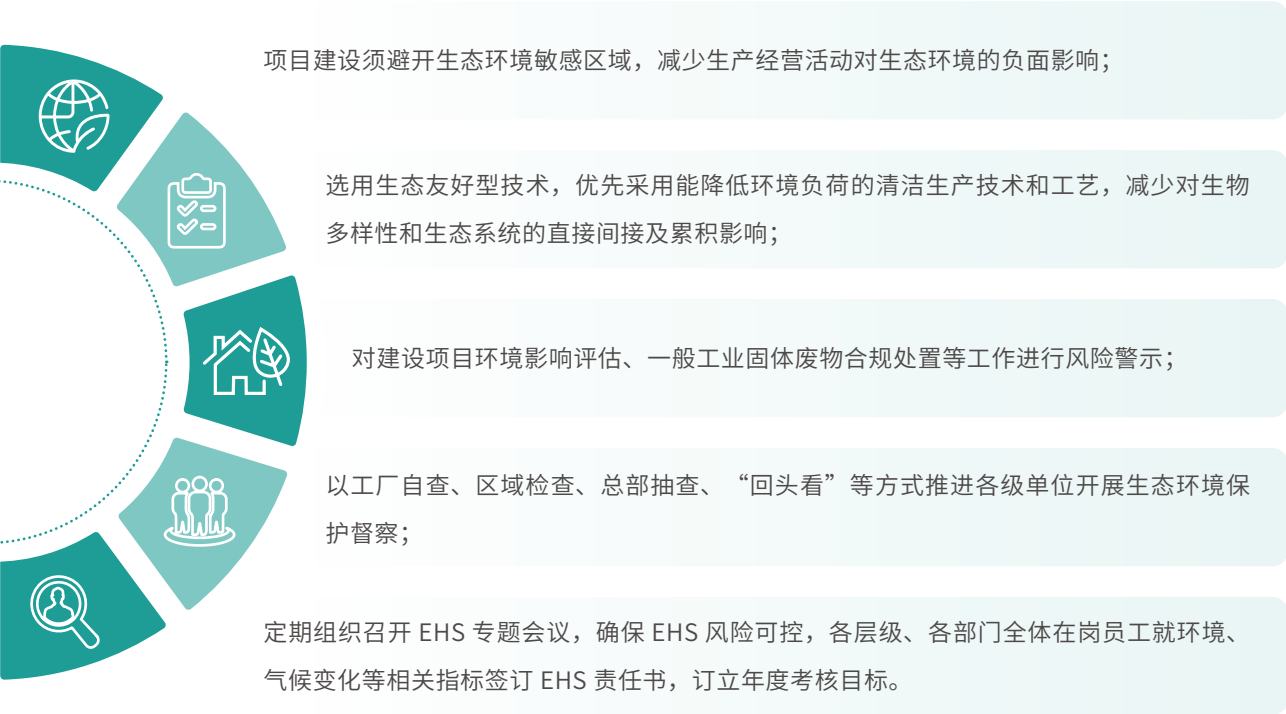


© 华润啤酒组织承办华润集团污水超标排放应急处置演练项目



| 环境保护与监督考核

华润啤酒致力开展行之有效的环境营运及整治监督工作，制定下发《华润啤酒生态环境保护监督管理办法》《华润啤酒生态环境保护检查标准》《关于开展生态环境保护项目检查举一反三自查自纠的通知》等制度文件，进一步加强环境保护力度与考核监督效力：



2023 年，华润啤酒黔南、东莞、兰州、合肥、商丘、海南等 10 余家生产工厂邀请环保专家对环保风险问题进行帮扶和指导；细化完善《污染物排放自行监测合规问题专项排查清单》，组织开展污染物排放自行监测合规专项整治，逐项、逐条深入排查，发现问题项 175 项，同时抽查 8 家工厂污水、大气、固体废物排放量核算原始单据材料；年内公司未收到任何重大环境污染事故的报告。



2023 年



发现问题项

175 项

公司未收到任何重大环境污染事故的报告





公司以线上会议代替线下会议

104,938 次

线下报销同比减少

15,538 单

组织开展环境保护相关培训宣贯共计

14 次

参加人次

2,716 人次



## 绿色办公与环保宣教

华润啤酒坚持做生态文明理念的积极传播者和模范践行者，重视宣导低碳行政办公，倡导员工选择绿色低碳消费生活方式；重视环保宣教工作，开展“环境守护者”赋能提升项目，开设《刑法修正案解读》《建设项目三同时合规管理》等专项课程，加强环境相关法律法规、规章制度的学习培训，培育全员爱护环境、绿色低碳的文化理念。

2023 年，公司以线上会议代替线下会议 104,938 次，线下报销同比减少 15,538 单；组织主题为“建设人与自然和谐共生的现代化”的“六五环境日”活动，发布《致华润啤酒全体员工的一封“六五环境日”公开信》；组织开展环境保护相关培训宣贯共计 14 次，共 2,716 人次参加。

### 《致华润啤酒全体员工的一封“六五环境日”公开信》



六五环境日  
World Environment Day

2023年6月5日是第52个世界环境日。主题为“建设人与自然和谐共生的现代化”，旨在贯彻落实党的二十大精神，宣传贯彻习近平生态文明思想，中国式现代化是人与自然和谐共生的现代化。尊重自然、顺应自然、保护自然是全面建设社会主义现代化国家的内在要求。保护自然环境，建设生态文明，关系人民福祉，关乎民族未来，功在当代，利在千秋。

华润啤酒始终以保护生态环境为己任，将绿色低碳发展融入企业发展战略，建立环境保护管理体系，健全环境保护管理制度，努力达成最佳环境管理绩效。始终坚持把节约能源资源放在首位，提升生产经营效能，不断发展的节水科技，提高资源利用效率。始终践行绿色低碳发展理念，积极推进新能源的使用；全面淘汰燃煤锅炉，实施燃气锅炉低氮改造，减少二氧化碳、氮氧化物排放量；提高固体废物回收利用；推动污水资源化利用处理；致力保护和改善工作环境。截至2022年，华润啤酒多家工厂获评绿色工厂、节水型企业、能效领跑者称号。

公司的绿色低碳发展离不开每一名员工的积极参与和共同努力。为此，在第52个世界环境日到来之际，我们倡导员工践行以下7条绿色低碳消费生活方式：

1. 保护环境，不使用一次性筷子、塑料袋、塑料杯等一次性用品
2. 节约粮食，文明用餐，践行“光盘行动”
3. 节约用水，随手关闭水龙头，淘米、洗菜等生活用水再次利用
4. 节约用电，随手关灯、开关、拔插头，每人每天节约一度电
5. 节约用纸，双面使用纸张，提倡无纸化办公，减少纸张浪费
6. 垃圾分类，让可循环使用的资源得到良好的回收
7. 绿色出行，外出交通首选单车、公交、地铁等绿色交通

让我们共同行动，做生态文明理念的积极传播和模范践行者，为共建人与自然和谐共生的现代化，为推动公司实现绿色低碳发展贡献自己的一份力量。

华润啤酒（控股）有限公司  
董事长 侯孝海  
二〇二三年六月五日



◎ 新都工厂绿色实践活动



◎ 金沙酒业联合金沙县环保局等政府部门开展六五环境日宣讲活动

## 坚持绿色运营

### 资源管理与利用

#### 节约水资源

华润啤酒坚持争做水效领跑者，根据国家标准制定了反渗透废水率、冷凝水回收率、循环利用率、重复利用率等 17 项管理指标，由公司总裁和副总裁负责监督所有与水资源管理相关的总部部门；精益化水资源利用，不断提升用水效率，围绕减少 CIP 清洗次数、水平衡 / 热平衡改造、回收利用糖化二次蒸汽等开展降低水耗相关项目。

2023 年，公司新鲜水用水量 30,337 千立方米，同比下降 1.9%，持续推动节水型工厂建设，杭州、六安、新都、滨州、黔东南 5 家工厂先后获得省级“节水型企业”称号，武汉工厂获得中国最高等级的节水荣誉——国家级“水效领跑者”称号，此外，公司全年循环水用水量达 38,084 万吨，约为新鲜用水量的 13 倍。

#### 国家级“水效领跑者”——武汉工厂

2023 年 3 月，华润雪花啤酒武汉工厂入选工业和信息化部、水利部、国家发展和改革委员会、市场监管总局等四部委颁发的“国家 2022 年重点用水企业水效领跑者”称号。公司在生产用水中加强管理，建立节水长效机制，完善计量网络，落实用水绩效考核；开展节水改造，采用糖化工段大流量麦汁强制循环工艺等，并利用二氧化碳回收系统凉水塔和制冷系统政法式冷凝器，水的重复利用率提升至 85%，间接冷却循环率高达 99%，有效大幅减少新水使用量。



#### 贵州金沙精益水资源使用，积极打造节水型企业

贵州金沙厂区生活用水主要来自于市政供水、地表水及循环用水，生产用水主要来自于地下水，公司在取用水方面严格遵循当地取水许可制度，在合规用水的基础上，建设非常规水利用系统，收集洗瓶水及周边雨水，通过泵房、管网用于厂区绿化、冲洗、防尘，有效增加雨水、再生水的利用，实现原水消耗显著减少；此外，公司在日常生活办公设施上更换节水型器具，并借助信息化平台监控管理用水，精准把控用水量。贵州金沙通过持续做精做细做实节水管理，已顺利通过省级“节水型标杆企业”验收。





采用绿色包装



华润啤酒践行绿色、可持续发展理念，不断加强废弃物及包装材料的管理与利用，从包装设计、生产、物流和零售等方面减少资源使用，有效降低玻璃瓶、铝制易拉罐、纸箱和塑膜等包装材料的消耗；投入再生铝、轻量化啤酒瓶开发研究、易拉罐战略合作项目等工作，切实推动包装物减重、减塑、减油墨、拒绝过度包装；对生产过程中产生的废弃易拉罐、玻璃渣及废纸箱进行 100% 回收处理，并重新投入生产过程中，实现生产过程零浪费。

2023 年，公司推进轻量啤酒瓶的研究与推广应用，实现各种瓶型料重不同程度降低；完成全国 9 个片区回瓶渠道改造方案的审核，全年回瓶率完成 80%，加强不可再生资源循环利用的项目完成率达到 100%，整体完成率 80%；通过利用散装汽运方式，共节约 723 万个包装袋；截至年底已经达成于 2025 年前实现瓶盖和纸箱的绿色包装采购率 100% 的目标。

华润啤酒秉持绿色包装理念

易拉罐轻量化

目标推动罐体厚度减薄 0.010mm，罐盖厚度减薄 0.016mm，带动易拉罐减重 0.35 克 / 个，并预计 2024 年底运用落地，按照认领 2023 年度全年采购量推算，每年可通过采购轻量易拉罐减少铝材使用约 3,300 吨。

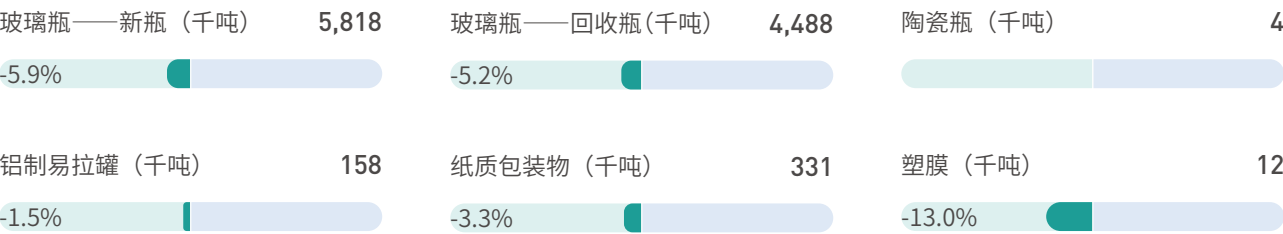
玻璃瓶轻量化

以 250 毫升容量的“喜力®”轻量瓶为例，较普通瓶减重 20g/ 个，2023 年通过采购轻量玻璃瓶减少玻璃使用约 83 吨；启动 500 毫升、580 毫升容量的轻量瓶研发，目标减重至少 10g/ 个。

玻璃瓶回收机制

优化玻璃瓶回收机制，由散装回收转变为承包商回收；不断研发轻量化玻璃瓶并增加轻量瓶采购，2023 年成功回收 106.9 亿个玻璃瓶，全年减少玻璃使用约 4,488 千吨。

华润啤酒 2023 年包装材料使用量及其较 2022 年变化幅度



倡导绿色物流

华润啤酒鼓励绿色物流，积极推广长途货运中应用铁路、船运等多式联运，减少长途运输使用公路货车的比例。根据生态环境部发布的《中国产品全生命周期温室气体排放系数集（2022）》，公司 2023 年采用多式联运碳减排量达 1,194 万千克，其中海运碳减排量为 165 万千克，铁运碳减排量为 1,029 万千克。

有效降低排放

污水排放

华润啤酒严格遵守国家或地方污水排放标准，制定华润啤酒与华润酒业《排污（水）许可管理办法》《水污染防治管理办法》等制度文件；推动工厂污水处理系统及排放指标检测设备全覆盖，制定严于合规要求的内控指标，并与所在地生态环境保护监管部门联网，实时传送相关指标数据；制定发布《华润啤酒水污染防治三年攻坚行动方案》，规划污水线上监测合规管控、污水预警与应急处置能力建设等六方面任务，推进实施污水线上监测、污水异常拦截、环保专业人员训练营三个重点项目。

2023 年，公司加快信息化系统建设，完成污水移动端应用原型设计开发，可即时监控污水排放数据，实现异常、超标自动预警及处置，并在 14 家试点工厂开展第一批推广上线；实施“超标不外排”污水异常拦截项目，组织开展现状调研，建立排查清单，制定污水异常排放预警拦截改造总体规划方案，截至年底，43 家工厂已完成污水超标拦截项目招标工作；组织开展排污排水许可管理合规问题专项排查整治工作，基本完成问题整改共 246 项。

华润啤酒 2023 年污水排放量及其较 2022 年变化幅度



污水排放管理目标



不发生污水超标排放、水污染违法违规排放事件

污水内控达标排放率

100%

污水规范化指数提升至

90

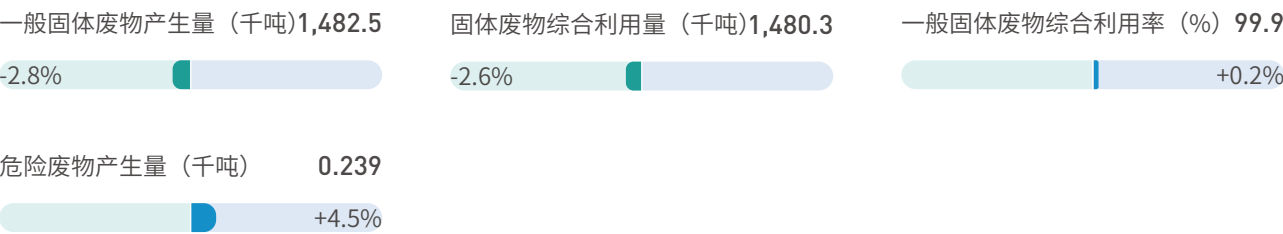


废弃物管理目标

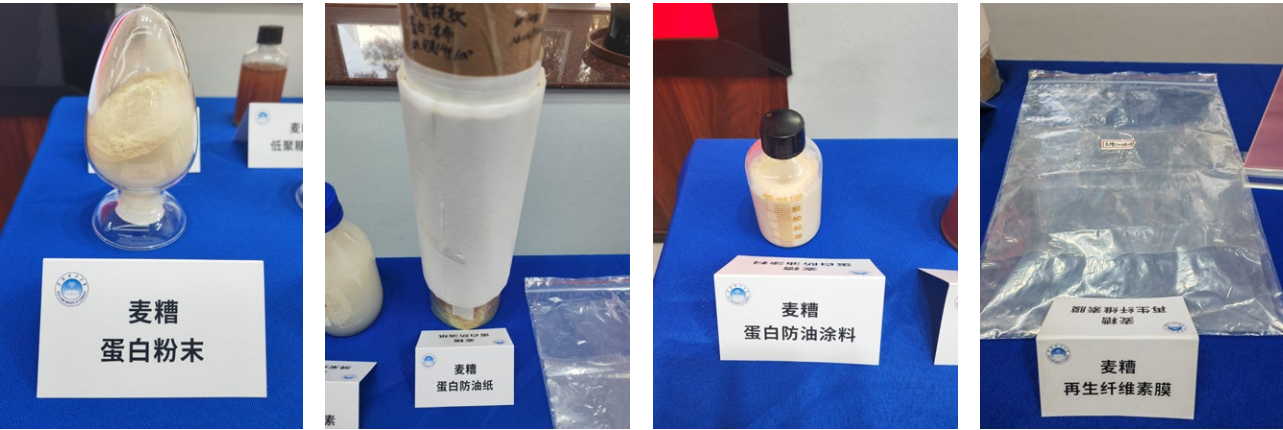
“十四五”期间工业固体废物综合利用率不低于

98.0%

华润啤酒 2023 年废弃物排放量及其较 2022 年变化幅度



公司坚持加强环保回收工作，把啤酒生产过程中所产生的废料循环再用，将废酒糟（啤酒业务主要为麦糟，白酒业务主要为高粱糟）、废酵母烘干后用于饲料行业，将废纸、废玻璃渣、废塑胶等均作为可再生资源，回收后至造纸厂、玻璃瓶厂以及塑胶制品厂作为原料。2023 年，公司再生资源销售金额达 7.8 亿元。



麦糟再利用制品

废弃物排放

华润啤酒遵循减量化、资源化、无害化的原则，从采购到销售，实施全流程的绿色运营模式，落实废弃物全过程规范化管理，制定《华润啤酒固体废物管理制度》《华润酒业固体废物管理制度》等制度文件，规定一般工业固体废物、危险废物、生活垃圾、建筑垃圾等固体废物辨识、收集、贮存、利用、处置等方面管理要求；围绕固体废物管理及污染进行风险提示，并组织各单位进行固废合规管理风险排查工作。

2023 年，公司先后两次开展固体废物合规问题专项排查整治和风险警示工作，共排查问题 192 项，并对固废风险防控措施再规范；围绕危险废弃物管理，成立工作组，制定危险废物全过程规范化管理工作方案，并选取南京工厂作为方案实施试点工厂；年内公司生产过程中无显著数量的危险废弃物产生，产生的危险废弃物全部按国家相关法规要求，严格委托给有资质的外部机构作无害化处理及处置。

挑战环保的极限，废弃酒糟变身全球先锋“环保黑科技”

华润啤酒勇闯天涯 superX 联合 SynMetabio 贻如生物，利用废弃酒糟，全球首创利用合成生物学培育微生物纤维，实现 100% 生物基皮革量产的生物科技，用黑科技开启了啤酒与酒糟的环保重生。围绕“大部分环保皮革材料在生产过程中生物基只能到 60%~70%”和“许多概念产品都倒在从实验室到生产线的路上”两大痛点问题，勇闯天涯 superX 与 SynMetabio 贻如生物一起探索出 Naro 培育皮革，成功达成了 100% 生物基和量产，并在美国 Beta 实验室得到认证，已经实现年产量百万米的规模，对比动物皮革或者其它类型人造革，酒糟作为原料的 Naro 培育皮革大大提升了生产效率，并且将生产中的碳足迹减少了约 66%，同时还加入了微藻生态系统将碳排放中和至 0。

注：以上数据统计时间截至 2023 年底。



勇闯天涯 superX 环保周边

2023 年可回收废弃物绩效



大气污染物排放

华润啤酒制定《大气污染防治管理办法》，明确防治大气污染的职责、要求、管理及监控措施等，通过提高沼气回收利用效率、提高可再生能源的使用，减少化石能源消耗，从而降低大气污染物的排放，此外，下属所有工厂均已淘汰燃煤锅炉，无煤炭量消耗。

2023 年，公司天然气消耗量同比减少 12.4%，部分工厂外购天然气含硫量低，带动二氧化硫排放量同比下降 8.6%；11 家工厂对燃气（沼气）锅炉实施低氮燃烧改造，带动氮氧化物的排放同比下降 10.2%；9 家工厂投入约 892 万元进行除臭或除臭设备升级改造，有效减少周边居民臭气投诉；同时收集处置酵母烘干、注塑废气等生产环节臭气，累计投入约 240 万元用于沼气收集及利用改造。

华润啤酒 2023 年大气污染物排放量及其较 2022 年变化幅度

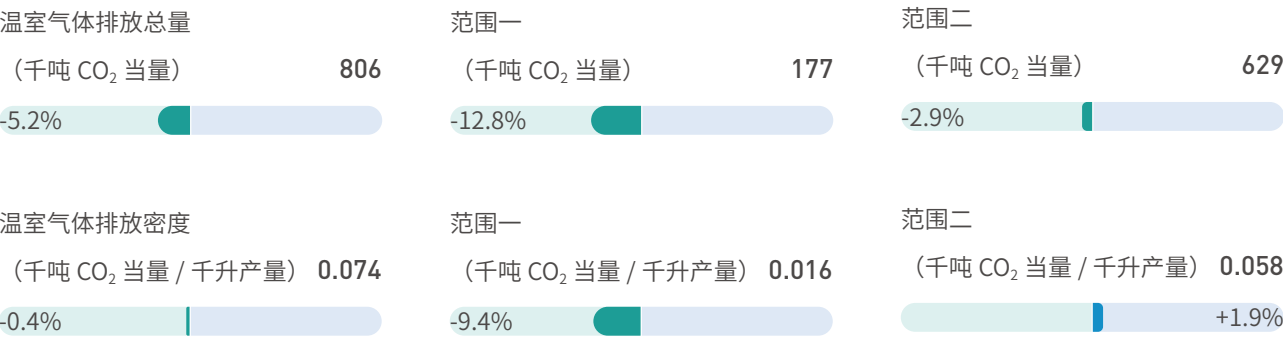


温室气体排放

华润啤酒高度重视生产过程中的温室气体排放，通过修订《华润啤酒碳排放数据统计核算指引》，强化碳排放数据的监测、统计与会计过程的标准化管理，保障碳排放核算的合规性，自 2021 年以来，公司就将用于生产过程的外购二氧化碳的损耗排放和啤酒废水厌氧处理过程中的甲烷排放全部纳入统计范围，全面把控温室气体排放数据，以审慎且负责任态度衡量企业经营活动对气候产生的影响，为实现可持续发展贡献力量。

2023 年，在新增金沙酒业排放数据的情况下，温室气体排放总量（范围一和范围二）依然较 2022 年下降 5.2%，排放密度（范围一和范围二）同比下降 0.4%。

华润啤酒 2023 年温室气体排放及其较 2022 年变化幅度



优化能源结构

精益能源管理

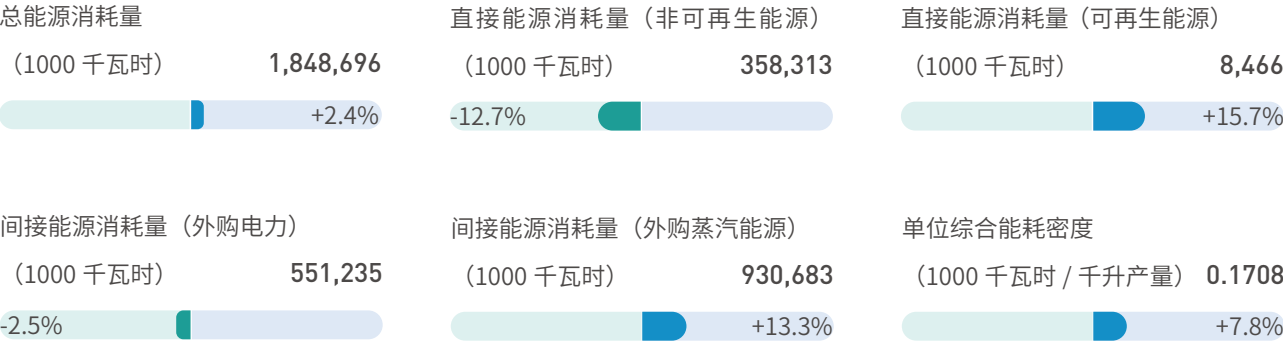
华润啤酒持续加强能源管理，积极推动下属工厂构建能源管理体系，组织召开蒸汽消耗、提升沼气产蒸汽和制冷高效运行等专题工作坊，促进能耗进一步改善；推进热能回收系统，将酿造过程产生的余热供应给包装生产环节，实现能源综合利用；同时开展多维度能耗对标管理，拉通工厂间横向比较，排查水 / 热平衡、热损失、热效率方面的异常，找出业务短板并不断改进。

2023 年六安、吉林、哈尔滨、黑龙江、兴安、滨海、河北、宁波 8 间工厂获得 ISO 50001 能源管理体系认证；投资 5,395 万元启动智能化工厂项目建设，在能源三级计量器具配备齐全的基础上，实现耗能数据自动采集及分析，已覆盖 25 家下属单位并计划于 2026 年前实现全覆盖。



© 2023 年 6 月，金沙酒业能源管理体系认证通过审核

华润啤酒 2023 年能源消耗及其较 2022 年变化幅度



使用清洁能源

华润啤酒围绕能源使用设定了明确目标：全年新能源电量占总用电量之比不低于 9%，长期目标争取突破 15%。公司自 2021 年起已全面实现燃煤零消耗，并致力于降低汽油、柴油、天然气等不可再生能源的消耗，提升清洁能源、可再生能源能源使用比例。2023 年，公司通过积极推进光伏发电以及绿电采购，累计使用 6,892 万千瓦时可再生能源电量，占总用电量的 12.38%。





预计年发电量达

8,653 万千瓦时

每年预计减少碳排放

7.28 万吨



已统筹推动下属

21 家工厂采购绿电

部分工厂已实现

100% 绿电

光伏发电

公司稳步推进光伏发电储能项目，不断提升光伏发电量和使用电量。2023 年，萧山、南京、蚌埠工厂光伏项目已投入使用，济南工厂完成光伏项目签约并已处于建设中，项目完成后，预计年发电量达 8,653 万千瓦时，每年预计减少碳排放 7.28 万吨。



◎ 蚌埠工厂光伏项目

绿电采购

公司统筹推进绿电采购，因地制宜使用可再生能源，有序推进风电、水电、太阳能发电、核电等绿电中长期战略采购，依据各地上网电价变动情况及时调整采购比例。2023 年，已统筹推动下属 21 家工厂采购绿电，部分工厂已实现 100% 绿电。



滨海工厂实现 100% 绿电直购

2023 年，华润雪花啤酒滨海工厂根据总部环境健康和安全部要求，积极寻求外部绿色能源渠道，就全绿电直购供应、屋顶光伏建设、厂区绿色照明、绿色交通等规划进行了深入的研究和探讨，旨在大力推进滨海工厂的“绿色工厂”建设及实施，全绿电直购项目从研讨到确定历经长达一年时间，最终与华润（北京）电力销售有限公司签署全绿电直购协议，确定以 100% 绿电进行供应，以“零碳”用电打造行业新标杆。



沼气产蒸汽

公司推动下属工厂回收利用污水厌氧处理后产生的沼气，通过沼气锅炉产生蒸汽供生产使用，减少对环境的污染和能源的消耗；成立“污水厌氧沼气产蒸汽系统优化研究”项目组，进一步提升污水沼气产率的最佳实施指南和标准，推广良好实践经验和做法，已形成成熟技术及最佳运行模式。2023 年，公司新增 3 间啤酒工厂配置沼气锅炉，总配置数达到 38 间啤酒工厂，配置率达 62%，沼气的产蒸汽量约 13.2 万吨，节省外购蒸汽成本约人民币 3,517 万元。



公司新增

3 间啤酒工厂配置沼气锅炉

总配置数达到

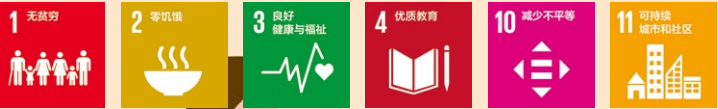
38 间啤酒工厂

配置率达

62%



贡献 SDGs



# 酿泽万物 情暖万家

华润啤酒始终将社会责任视为企业发展的核心要素，以切实行动向全社会传播理性饮酒理念，以奋进姿态擘画乡村振兴发展高质量蓝图，以无私奉献的善心善举诠释大爱与担当，推动社会多元主体积极参与社区治理，将爱心奉献的“单向流动”转变为实现正能量的“双向循环”，让温暖与希望如美酒般，流淌在神州大地的每一个角落。

积极做出华润啤酒贡献



向雷波县定向捐赠

145.69 万元啤酒糟



向遵义华润希望小镇定向捐赠

20 万元



对外捐赠总额

266.5 万元

希望花海



## 责任故事

# 超燃助力，勇不止步 勇闯天涯助力马拉松活动

一场马拉松串联一座城，一场马拉松燃爆一座城。2023 年，勇闯天涯助力马拉松系列活动，携手当地政府以及马拉松赛事主办方共同打造了多场区域范围内的全民体育赛事。作为赛事的官方独家啤酒合作伙伴，勇闯天涯同样见证赛事现场的勇闯时刻，全程记录了跑者的勇闯风范。



◎ 武汉马拉松



◎ 西安马拉松



◎ 保定马拉松



◎ 兰州马拉松



## 奔赴双城之约，跑进明媚春天

体育使城市充满活力，城市因体育勃发生机。2023 年 4 月 16 日，郑开马拉松在 4.9 万名激情四溢的跑友见证下正式鸣枪开赛，勇闯天涯不仅全程助力，更是在郑开马拉松博览会上打造了一场别开生面的“顶峰相鉴馆”。参与者们通过手撕名牌的游戏互动，共同倡议撕掉社会强加的标签，勇敢地做最真实的自己，不被任何定义所束缚。展馆内还提供激光刻字服务，让每位跑友都能刻制属于自己的勇闯宣言，这份独一无二的纪念品，将成为他们挑战自我、追求卓越的永恒见证。此外，通过扫描二维码参与线上马拉松小程序，更有机会赢取终极大奖——一吨勇闯天涯啤酒，为这场马拉松之旅增添更多乐趣与惊喜。



◎ 郑开马拉松

## 相聚塞上湖城，享受奔跑快感

塞上湖城，大美银川，一城湖光半城景。2023 年 5 月，勇闯天涯积极助力由宁夏回族自治区体育局、银川市人民政府主办的银川马拉松，来自全国各地的 2.5 万名选手汇集银川“最美赛道”，展开一场耐力与激情的角逐。此外，联合赛事官方共创马拉松博览会，借助勇闯天涯品牌通过终端渠道、消费者体验、孵化 IP，助力当地马拉松等体育赛事的高质量发展。



◎ 银川马拉松

每一步脚印，都是华润啤酒与跑者共同书写的拼搏与梦想，每一声欢呼，都是对生命无限可能的颂扬。勇闯天涯以“勇不止步”的品牌内核，赋能各大型体育赛事，与挑战精神同频共振，为体育事业的蓬勃发展贡献品牌力量。未来，华润啤酒将继续以马拉松为纽带，连接更多热爱生活、勇于挑战的灵魂，共同奔跑在追求卓越的道路上，让每一次呼吸都充满力量，让每一场赛事都成为不朽的传奇。



# 促进产城融合

华润啤酒以啤酒文化赋能城市，营造多元化消费场景，通过精心构建多元化、差异化、特色化且品质卓越的消费场景，满足消费者日益增长的个性化需求，加强品牌与城市的文化联结，激活了城市的内在活力，也拓宽了助推城市软实力和产业提档升级的“新赛道”。



“硬核雪花 醉美长安”雪花硬核啤酒公园开园

2023 年 5 月 25 日，“硬核雪花 醉美长安”硬核公园开园仪式在西安市盛大开幕，通过为期 5 天的演出活动，持续输出雪花+硬核主题，打造西安城北地标，推广品牌和精酿产品。雪花依托雪花啤酒工厂区位优势 and 啤酒博物馆等资源，创新雪花全新品牌推广及销售模式，打造以啤酒品牌文化展示、体验式消费、工业旅游为核心的“啤酒文旅基地”，独特的场景体验已成为西安新名片、新地标。





打造“华丹城”特色项目，助力城市高质量发展

为更好地助力江城经济发展，推广城市特色名片，华润雪花与吉林市商务部门联合筹划，为吉林市民打造集特色美食、文化旅游、休闲娱乐、生活体验、商贸服务五位一体的“华丹城”特色项目：筹建 22 条供市民休闲消费的华丹特色美食街，开展 2 个夜经济项目，建设了文化、娱乐交友新平台——“华丹酒馆”，专供于吉林的华丹“七日鲜”啤酒，打造 1 条工业旅游线路，为广大市民和游客带来了多姿多彩的夜间消费享受，致力于让街区人气“旺”起来、激情“燃”起来、城市“亮”起来，促进夜间消费活力持续迸发。



# 推动乡村振兴

## I 做大做强富民产业

### 在四川

与四川省凉山彝族自治州雷波县合作，通过捐赠啤酒糟等物资，支持当地实施“基础肉牛银行模式”产业帮扶方案。2023 年，公司向雷波县定向捐赠 145.69 万元啤酒糟，有效促进家庭分散养殖模式的发展，为雷波县脱贫攻坚后的乡村振兴产业发展注入了新动力。

### 在西藏

在昌都市开发区新建雪花啤酒厂，项目总投资额 3.48 亿元人民币，旨在带动产业发展，扩大当地税收，积极提供就业机会。

### 2023 年



公司向雷波县定向捐赠

145.69 万元啤酒糟

## I 构筑人才聚集磁场

### 在青海

提供就业岗位 106 个，招收青海籍员工 76 人，在推动地方经济社会发展、促进就业公平方面贡献力量。

### 在西藏

持续深化对口支援工作，派出第 12 批驻村队员前往昌都市卡若区妥坝乡康巴村开展驻村帮扶工作，招录西藏籍高校毕业生 4 人，各业务相关方吸纳当地 20 多人就业，有效促进当地居民的稳定就业和收入增长。



在青海提供就业岗位

106 个

招收青海籍员工

76 人



I 聚力推动消费帮扶

2023 年



在甘孜州、阿坝州大力开展销售业务，销售额超过

3 亿元

扶持当地经销商

58 户

华润啤酒在甘孜州、阿坝州大力开展销售业务，2023 年销售额超过 3 亿元，扶持当地经销商 58 户，有效推动当地快消品行业升级；积极参与“央企消费帮扶兴农周”活动，通过多种形式推动帮扶县优质农畜产品进食堂、进家庭，营造“消费帮扶、人人可为、人人能为”的氛围。



◎ 华润啤酒积极参与第二届“央企消费帮扶兴农周”活动

I 建设华润希望小镇



向遵义华润希望小镇捐赠

20 万元

捐赠约 65 万元

支持南江华润希望小镇建设“勇闯天涯路”及精酿坊

华润啤酒以助力希望小镇建设为抓手，向遵义华润希望小镇捐赠 20 万元，主要用于改造社区服务中心排污系统，增设社区文化宣传牌、安装足球场、篮球场设施和添置华润幼儿园设备等，提升小镇的人居环境与生活质量；捐赠约 65 万元支持南江华润希望小镇建设“勇闯天涯路”及精酿坊；通过配合华润集团逐步规划捐建米兰花酒店、龙泉味道乡村餐厅、希望茶庄、青年旅社、村集体民宿等第三产业服务配套建筑，有效带动小镇村集体经济创收，为小镇的可持续发展与乡村振兴注入持久动力。



◎ 助力张北华润希望小镇打造向日葵“希望花海”

热心公益慈善

华润啤酒积极投身社会公益事业，2023 年对外捐赠总额 266.5 万元，为构建和谐社会、促进社会公平正义贡献力量。

华润啤酒董事会主席侯孝海率领员工代表参与“乐施毅行者”的衍生活动“乐施领袖行”

以远足筹款形式支持乐施会在中国香港、中国内地、非洲以及亚洲其他地区的帮扶救灾工作。

连续多年支持青年音乐训练基金 Music for Our Young Foundation

通过音乐教育培养 6 岁至 21 岁青少年素养，鼓励青年学员努力不懈、力求上进，激发年轻一代的上进心与创造力；捐款支持“饮水思源 VI：奏响湾区”演奏会，关爱香港弱势儿童与青少年，促进音乐教育在欠发达地区的普及，涵养下一代的品德与艺术修养。

连续多年支持慈善机构 Rainbow Foundation

为香港弱势社群的儿童及青少年设计有意义的活动并提供资助；举办“童 SEN 科学探索”迈向 15 周年慈善步行活动，以行动支持基金及香港弱势群体。

向深水埗左邻右里关爱社捐赠资金

支持其举行“庆祝香港回归祖国 26 周年暨 6.1 国际儿童节赠送小礼物”公益活动，为深水埗区的基层孩子们送去节日的快乐与祝福，共同庆祝香港回归祖国的喜悦时刻。



◎ 华润啤酒获年度社会公益奖



◎ 深圳营销中心开展“寻找大自然的宝藏”关爱儿童志愿活动



◎ 深圳营销中心开展“送爱上门，关爱同行”志愿服务活动



◎ 辽宁营销中心开展爱心助学活动



责任管理

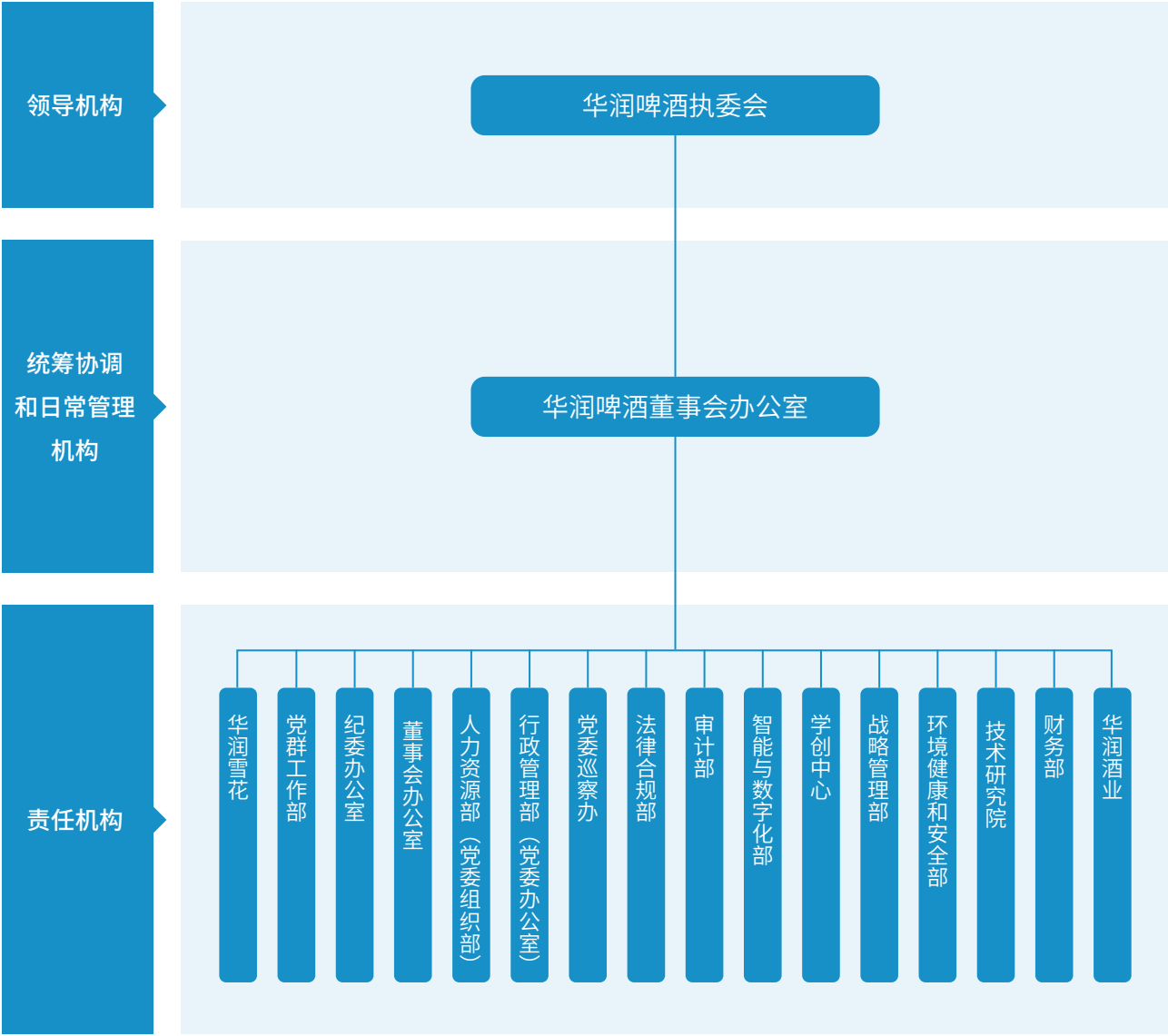
| 社会责任理念

华润啤酒以“酿造美好生活”为使命，致力于为消费者提供超越期望的产品与体验，为员工打造事业家园，为合作伙伴提升价值，为股东创造回报，为环境和社会带来绿色和谐发展，激发和满足人们对美好生活的需求，推动企业的可持续发展。



| 社会责任组织架构

为加强社会责任工作管理，推动社会责任工作落实，公司构建社会责任组织架构。各区域公司也不断健全本区域内社会责任工作组织领导体系，明确归口管理部门，落实社会责任工作相关职能，确保社会责任融入公司的整体运营过程之中。





| 利益相关方沟通

华润啤酒结合自身可持续发展影响范围及行业背景，识别和遴选出核心利益相关方，包括股东、消费者、员工、供应商、经销商、合作伙伴、环境和社会，及时了解相关方对公司可持续发展的期望与反馈，从而相应提升公司的运营与实践。

利益相关方参与方针表

|                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div></div> <div>为股东</div> <div>全面落实市场战略，提升华润啤酒的美誉度，加强风险管控，推进合规经营，降低企业运营风险，增强价值创造能力，为股东提供有竞争力的回报。</div> | <div></div> <div>为消费者</div> <div>不断完善自身质量管理体系，严格遵守各项食品安全及生产标准，为消费者提供更加优质可靠的产品与服务，不断满足消费者的消费需求，提高消费者生活品质。</div> | <div></div> <div>为员工</div> <div>不断完善培训体系，畅通晋升渠道，推动职业生涯规划全覆盖，推动员工持续成长，促进员工实现自我价值，过上有尊严的幸福生活。</div>               | <div></div> <div>为供应商</div> <div>公开公平公正地采购，促进供应商提升社会责任管理水平，全力打造责任供应链，为供应商开辟致富之路，促进供应商过上崭新生活。</div>       |
| <div></div> <div>为经销商</div> <div>与经销商加强合作，引导经销商提高经营管理水平，推动经销商有效贯彻公司市场战略，增强华润啤酒的竞争力。</div>             | <div></div> <div>为合作伙伴</div> <div>与政府、企业、科研单位等开展合作，实现共同发展；向行业输出经验和智慧，引导行业持续提升产品品质，助力中国成为啤酒酿造强国、啤酒文化大国。</div> | <div></div> <div>为环境</div> <div>充分考虑环境因素，在生产经营和管理决策中尽量避免对环境的负面影响；积极应对气候变化，采取措施节能减排，优化工艺及流程，为可持续发展事业做贡献。</div> | <div></div> <div>为社会</div> <div>贯彻落实国家战略，持续推进乡村振兴工作。积极开展相关活动，向社区传递拼搏进取的精神。为地方提供商机和就业机会，带动地区经济发展。</div> |

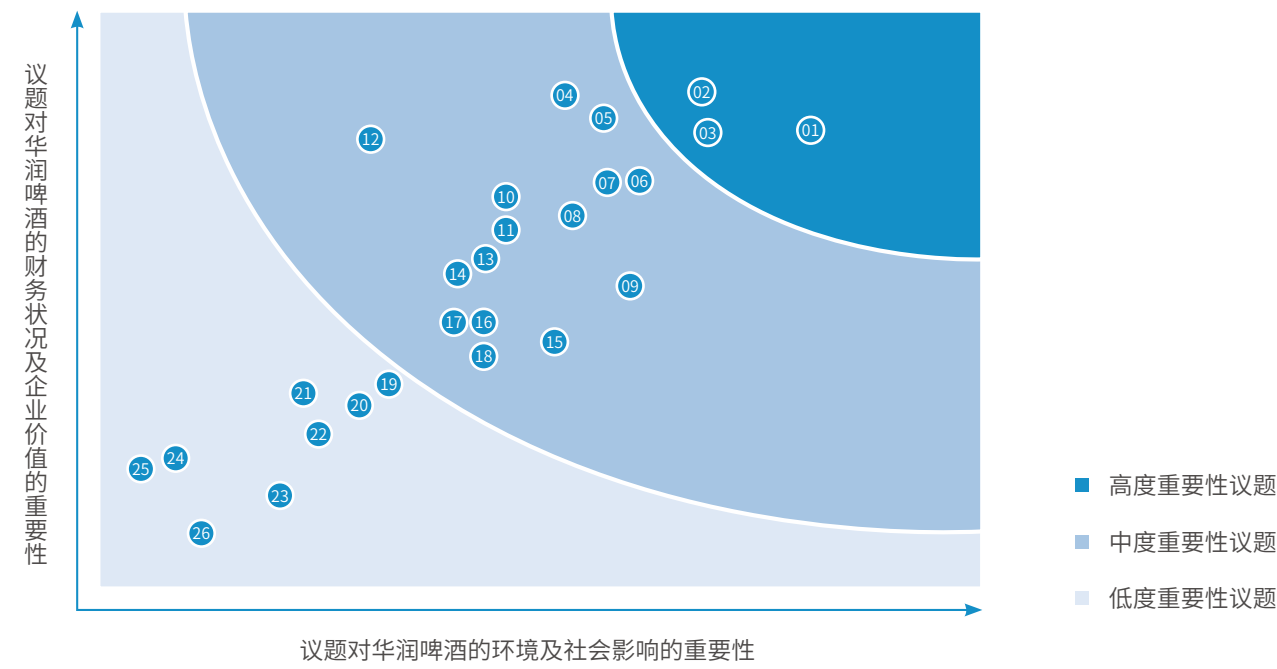
利益相关方沟通表

| 利益相关方                                                                                                                                   | 需求与期望                                                                                                                       | 沟通方式                                                                                                                             | 沟通回应方式                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div></div> <div>股东与投资者</div>                        | <ul style="list-style-type: none"><li>• 投资回报</li><li>• 控制风险</li><li>• 了解公司经营情况</li></ul>                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• 股东年会</li><li>• 公司报告</li></ul>                                                            | <ul style="list-style-type: none"><li>• 保障股东权利</li><li>• 提升经营效益</li><li>• 及时披露信息</li></ul>                   |
| <div></div> <div>消费者</div>                           | <ul style="list-style-type: none"><li>• 高品质产品</li><li>• 贴心服务与体验</li><li>• 意见与投诉处理</li></ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"><li>• 消费者走访</li><li>• 满意度调查</li></ul>                                                          | <ul style="list-style-type: none"><li>• 品牌塑造</li><li>• 需求调查</li><li>• “第一酿造”</li></ul>                       |
| <div></div> <div>员工</div>                           | <ul style="list-style-type: none"><li>• 机会平等</li><li>• 职业发展</li><li>• 健康与安全</li><li>• 人文关怀</li></ul>                        | <ul style="list-style-type: none"><li>• 职工代表大会</li><li>• 各阶层岗位培训</li><li>• 员工座谈会</li><li>• 公众微信平台</li><li>• 公司内刊《华润啤酒》</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• 权益保障</li><li>• 民主沟通</li><li>• 教育培训</li><li>• 文化渗透</li></ul>          |
| <div></div> <div>合作伙伴<br/>(包括供应商、经销商及其他合作伙伴)</div> | <ul style="list-style-type: none"><li>• 信守承诺</li><li>• 经验分享</li><li>• 平等互利共赢</li></ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"><li>• 年度大会</li><li>• 高层互访</li><li>• 满意度调查</li></ul>                                            | <ul style="list-style-type: none"><li>• 协议合同执行</li><li>• 搭建互动平台</li><li>• 开展项目合作</li><li>• 技术、资金支持</li></ul> |
| <div></div> <div>环境</div>                          | <ul style="list-style-type: none"><li>• 生态文明</li><li>• 节约资源</li><li>• 节能减排</li><li>• 应对气候变化</li><li>• 助力“碳达峰、碳中和”</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• 重大会议</li><li>• 政策宣传</li></ul>                                                            | <ul style="list-style-type: none"><li>• 产业升级</li><li>• 绿色施工</li><li>• 绿色设计</li><li>• 绿色办公</li></ul>          |
| <div></div> <div>社会</div>                          | <ul style="list-style-type: none"><li>• 社区帮扶</li><li>• 社会共建</li></ul>                                                       | <ul style="list-style-type: none"><li>• 网站、宣传片</li><li>• 组织活动</li><li>• 公众微信平台</li></ul>                                         | <ul style="list-style-type: none"><li>• 社区公益</li></ul>                                                       |



| 实质性议题判定

我们基于利益相关方的需求，结合行业发展的宏观背景，公司战略和经营重点，企业社会责任管理的需要，以及国内外社会责任标准的相关要求，对公司的社会责任相关议题进行分析，初步确定华润啤酒的社会责任实质性议题。在此基础上，通过在线问卷调研的方式，对初步确定的议题进行优先级排序，了解内外部利益相关方对这些议题的重视程度，最终确定实质性议题，并形成公司的实质性议题矩阵。



- |                |                 |                 |
|----------------|-----------------|-----------------|
| 01 员工薪酬福利      | 10 赋能零售商和经销商    | 19 能源管理         |
| 02 劳工标准和劳资关系   | 11 供应链管理        | 20 负责任营销        |
| 03 产品质量和食品安全管理 | 12 扩大经营收益及回报    | 21 循环经济         |
| 04 公司治理及风险管控   | 13 产品与技术创新      | 22 倡导本地采购、生产及销售 |
| 05 诚信、合规和商业道德  | 14 环境合规         | 23 绿色包装         |
| 06 员工培训与发展     | 15 客户服务         | 24 减轻或适应气候变化    |
| 07 员工沟通        | 16 数据安全和隐私保护    | 25 温室气体排放       |
| 08 人权、多元、公平的共融 | 17 水资源及废水管理     | 26 倡导理性饮酒       |
| 09 职业健康与安全     | 18 危险废弃物和无害废物管理 |                 |

# 未来展望

2024 年是新中国成立 75 周年，也是深入实施华润啤酒“3+3+3”战略最后一个三年承上启下的关键之年。展望未来，华润啤酒将持续打造“啤酒+白酒”双赋能独特的商业模式，推进高端化发展和品牌建设，做好中国品牌和国际品牌的推广和渠道营销，进一步巩固高端化的竞争优势，并通过组织二次转型、卓越制造、数智化、绿色低碳等业务举措落地，提升公司的竞争地位，把华润啤酒打造成一家多元化的酒类企业，继续引领行业发展，向“做啤酒新世界的领导者、做白酒新世界的探索者”的目标稳步迈进。



附录

| 关键绩效表

| 关键绩效指标 |              | 单位    | 2021 年   | 2022 年  | 2023 年  |
|--------|--------------|-------|----------|---------|---------|
| 经济责任   | 资产总额         | 亿元人民币 | 511      | 573     | 715     |
|        | 资产负债率        | %     | 52       | 53      | 52      |
|        | 所有者权益        | 亿元人民币 | 245      | 271     | 342     |
|        | 综合营业额        | 亿元人民币 | 333.87   | 352.63  | 389.32  |
|        | 利润总额         | 亿元人民币 | 62       | 55      | 71      |
|        | 净利润          | 亿元人民币 | 46       | 43.5    | 52.14   |
|        | 净资产收益率       | %     | 20       | 16.8    | 17      |
|        | 总销量          | 万千升   | 1,105.6  | 1,109.6 | 1,115.1 |
|        | 守法合规培训数      | 次     | 85       | 44      | 64      |
|        | 守法合规培训参与人次   | 人次    | 7,670    | 5,004   | 6,062   |
| 员工责任   | 员工总数         | 人     | 26,900   | 24,027  | 27,232  |
|        | 女性管理者比例      | %     | 15.15    | 15.6    | 16.7    |
|        | 新增就业人数       | 人     | 3,282    | 2,895   | 4,399   |
|        | 劳动合同签订率      | %     | 100      | 100     | 100     |
|        | 社会保险覆盖率      | %     | 100      | 100     | 100     |
|        | 工会入会率        | %     | 95       | 100     | 100     |
|        | 人均带薪年假天数     | 天     | 9.1      | 8.67    | 8.48    |
|        | 员工培训覆盖率      | %     | 100      | 100     | 100     |
|        | 员工人均培训投入     | 元人民币  | 352      | 655     | 890     |
|        | 员工人均培训时间     | 小时    | 29.8     | 31.7    | 35.5    |
|        | 职业病发生数       | 人     | 0        | 0       | 0       |
|        | 职业病防治体检率     | %     | 100      | 100     | 100     |
|        | 职业卫生检查数      | 次     | 290      | 325     | 345     |
|        | 职业健康培训参与人次   | 人次    | 13,020   | 14,230  | 22,719  |
|        | 员工食品安全培训数    | 次     | 1,080    | 764     | 911     |
|        | 员工参加食品安全培训人次 | 人次    | 40,486   | 48,942  | 84,316  |
| 客户责任   | 产品合格率        | %     | 100      | 100     | 100     |
|        | 已通过注册的商标     | 件     | 3,495    | 3,703   | 4,003   |
|        | 授权专利数        | 件     | 83       | 92      | 105     |
|        | 技术开发投入       | 万元人民币 | 8,667.88 | 13,467  | 21,477  |
|        | 产学研合作支出额     | 万元人民币 | 0        | 0       | 62.20   |
|        | 科技工作人员数量     | 人     | 103      | 116     | 586     |

| 关键绩效指标 |                  | 单位         | 2021 年     | 2022 年     | 2023 年     |
|--------|------------------|------------|------------|------------|------------|
| 客户责任   | 重大创新奖项           | 个          | 2          | 1          | 3          |
|        | 食品安全生产关键控制点      | 个          | 530        | 530        | 530        |
| 环境责任   | 环保 / 节能减排技术改造总投入 | 万元人民币      | 3,000      | 9,500      | 10,022     |
|        | 天然气使用量           | 万立方米       | 4,812.07   | 4,016.34   | 3,971.25   |
|        | 污水排放总量           | 吨          | 19,149,308 | 18,901,871 | 19,719,807 |
|        | COD 排放量          | 吨          | 879        | 892        | 789        |
|        | 用新水量             | 千立方米       | 30,837     | 30,923     | 30,337     |
|        | 单位产品水耗           | 立方米 / 千升产量 | 2.74       | 2.72       | 2.80       |
|        | 节水量              | 立方米        | 836,908.69 | 94,445.36  | 651,192.17 |
|        | 循环水用水量           | 万吨         | 37,786     | 39,870     | 38,084     |
|        | 总能源消耗量           | 1,000 千瓦时  | 1,886,663  | 1,804,685  | 1,848,696  |
|        | 一般固体废物产生量        | 千吨         | 1,521.6    | 1,525.2    | 1,482.5    |
|        | 一般固体废物综合利用率      | %          | 99.4       | 99.6       | 99.9       |
|        | 二氧化硫排放量          | 吨          | 13         | 9          | 8          |
|        | 氮氧化物排放量          | 吨          | 84         | 67         | 60         |
|        | 温室气体排放总量         | 千吨二氧化碳当量   | 932        | 850        | 806        |
|        | 环保培训次数           | 次          | 4          | 7          | 14         |
|        | 环保培训参与人次         | 人次         | 1,124      | 1,359      | 2,716      |
| 伙伴责任   | 战略合作协议签订数        | 个          | 4          | 4          | 3          |
|        | 责任采购比率           | %          | 100        | 100        | 100        |
|        | 经济合同履约率          | %          | -          | -          | 99.01      |
| 公共责任   | 供应商培训数           | 次          | 300        | 230        | 600        |
|        | 工伤事故发生数          | 次          | 10         | 11         | 7          |
|        | 安全生产投入           | 万元人民币      | 6,895      | 5,285      | 9,287      |
|        | 安全检查数            | 次          | 3,970      | 1,053      | 3,070      |
|        | 安全应急演练数          | 次          | 600        | 600        | 604        |
|        | 安全培训覆盖率          | %          | 100        | 100        | 100        |
|        | 员工安全培训人次         | 人次         | 88,652     | 55,304     | 53,215     |
|        | 相关方安全培训人次        | 人次         | 48,627     | 24,975     | 23,799     |
|        | 纳税总额             | 亿元人民币      | 68         | 65.4       | 79         |
|        | 对外捐赠总额           | 万元人民币      | 41.72      | 106.74     | 266.5      |
|        | 本地化雇用比例          | %          | 100        | 100        | 100        |

指标索引

| 一级目录                   | 二级目录   | 中国企业社会责任报告指南 CASS-ESG5.0                                                                    | 报告位置   |
|------------------------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 关于本报告                  |        | P1.1/P1.2/P1.3                                                                              | 01-02  |
| 董事会主席致辞                |        | P2.1/P2.2                                                                                   | 03-04  |
| 关于华润啤酒                 |        | P4.1/P4.2/P4.3                                                                              | 05-06  |
| 2023 华润啤酒大事记           |        | P3.1/P4.4                                                                                   | 07-10  |
| 2023 重要荣誉              |        | P2.2/P3.1                                                                                   | 11-12  |
| 专题聚焦一：迈向零碳酒业，酿造绿色未来    |        | E1.7/E5.2/E5.4/E5.7/V1.1/V1.2/V1.3/V1.4/<br>V2.8/V4.1/V4.2/V4.3/V4.4/V4.5                   | 13-16  |
| 专题聚焦二：坚持长期主义，共绘国麦振兴新篇章 |        | V1.1/V1.2/V1.3/V1.4/V2.4/V2.6/V2.8                                                          | 17-20  |
| 酿造辉煌，强基固本              | 优化公司治理 | G1.3/G1.4/G1.7/G1.8/G1.10                                                                   | 25-28  |
|                        | 落实安全生产 | S3.4/S3.5/S3.6/S3.7/S3.8/S3.9/S3.10/S3.11                                                   | 28-30  |
| 酿铸品质，匠心服务              | 落实质量保障 | S4.1/S4.2                                                                                   | 35-38  |
|                        | 推动创新发展 | V2.1/V2.2/V2.3/V2.4                                                                         | 38-42  |
|                        | 完善服务体验 | S4.3/S4.4/S4.5/S4.6/S4.7                                                                    | 43-46  |
| 酿创合力，互利共赢              | 完善责任链条 | S5.1/S5.2/S5.3/S5.4/S5.5/S5.6/S5.7                                                          | 51-52  |
|                        | 加强交流合作 | V2.8                                                                                        | 53-54  |
|                        | 助力行业发展 | V2.7                                                                                        | 55-56  |
| 酿筑梦想，携手奋进              | 保障员工权益 | S1.1/S1.2/S1.4/S1.6/S1.7/S1.8/S1.9                                                          | 61-62  |
|                        | 促进员工发展 | S2.1/S2.2/S2.3/S2.4                                                                         | 62-64  |
|                        | 关怀员工生活 | S1.10/S3.1/S3.3                                                                             | 65-66  |
| 酿塑和谐，绿水青山              | 深化绿色管理 | E1.1/E1.3/E1.4/E1.5/E1.7/E1.9/E2.14/<br>E2.15/E4.1                                          | 71-73  |
|                        | 坚持绿色运营 | E2.6/E2.9/E2.10/E2.12/E2.13/<br>E3.1/E3.2/E3.3/E3.4/E3.5/E3.6/<br>E3.8/E3.10/E5.2/E5.4/E5.5 | 74-79  |
|                        | 优化能源结构 | E2.1/E2.2/E2.4/E2.5                                                                         | 80-82  |
| 酿泽万物，情暖万家              | 促进产城融合 | V2.5                                                                                        | 87     |
|                        | 推动乡村振兴 | V3.1/V3.2/V3.4/V3.6/V3.7                                                                    | 88-89  |
|                        | 热心公益慈善 | V3.4/V3.6/V3.7                                                                              | 90     |
| 责任管理                   |        | G3.1/G3.2/G3.5/G3.6                                                                         | 91-96  |
| 未来展望                   |        | A1                                                                                          | 97-98  |
| 附录                     | 关键绩效表  | A2                                                                                          | 99-100 |
|                        | 指标索引   | A4                                                                                          | 101    |
|                        | 报告评级   | A3                                                                                          | 102    |
|                        | 意见反馈   | A5                                                                                          | 103    |

报告评级

《华润啤酒（控股）有限公司 2023 年社会责任报告》评级报告

受华润啤酒（控股）有限公司委托，“中国企业社会责任报告评级专家委员会”抽选专家组成评级小组，对《华润啤酒（控股）有限公司 2023 年社会责任报告》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR 4.0）》暨“中国企业社会责任报告评级专家委员会”《中国企业社会责任报告评级标准（2020）》。

二、评级过程

1. 评级小组审核确认《报告》编写组提交的《企业社会责任报告过程性资料确认书》及相关证明材料；
2. 评级小组对《报告》编写过程及内容进行评价，拟定评级报告；
3. 评级专家委员会副主席、评级小组组长、评级小组专家共同签审评级报告。

三、评级结论

过程性 (★★★★☆)

公司董事会办公室牵头成立报告编制工作组，统筹推进具体编制工作，核心部门提供基础素材并审核相关内容，董事长负责报告最终审定；将报告定位为合规披露履责信息、完善社会责任管理、强化利益相关方沟通、宣贯企业文化、提升品牌形象的重要工具，功能价值定位明确；根据国内外社会责任标准、评级机构评级标准、政府政策要求、标杆企业对标、利益相关方调研，并结合自身发展规划识别实质性议题；计划通过官方网站发布报告，并将以电子版、印刷品、长图版的形式呈现报告，具有领先的过程性表现。

实质性 (★★★★★)

《报告》系统披露了产品质量管理、产品信息披露、广告宣传合规、理性饮酒宣传与健康生活方式倡导、发展循环经济、节约能源和水资源、包装减量化及回收再利用等所在行业关键性议题，叙述详细充分，具有卓越的实质性表现。

完整性 (★★★★★)

《报告》主体内容从“酿造辉煌，强基固本”“酿铸品质，匠心服务”“酿创合力，互利共赢”“酿筑梦想，携手奋进”“酿塑和谐，绿水青山”“酿泽万物，情暖万家”等角度系统披露了所在行业核心指标的 90.64%，具有卓越的完整性表现。

平衡性 (★★★★☆)

《报告》披露了“职业病发生数”“工伤事故发生数”“因工亡故员工人数”等负面数据信息，并简述沈阳事业部消费者投诉事件的处理及整改措施，平衡性表现领先。

可比性 (★★★★★)

《报告》披露了“资产总额”“利润总额”“员工参加食品安全培训”“对外捐赠总额”“环保 / 节能减排技术改造总投入”“循环水用水量”

等 63 个关键指标连续 3 年的对比数据，并通过“在《中国 500 最具价值品牌》排行榜中，‘雪花’品牌价值稳居榜单第 28 名，‘勇闯天涯’品牌价值位列第 149 名”等进行横向比较，可比性表现卓越。

可读性 (★★★★★)

《报告》采用“酿造美好生活”的主题，从六大篇章全面展现企业年度社会责任发展理念、实践与成效，框架结构清晰，章节体例一致，重点议题突出，回应了相关方的期望与诉求；设置“2023 华润啤酒大事记”特色板块，集中展示年度重点履责实践；设置“责任故事”，以故事形式讲述华润啤酒优秀履责事迹；封面创意融入主营业务元素，凸显行业特征，增强了报告的辨识度，具有卓越的可读性表现。

创新性 (★★★★☆)

《报告》设置“迈向零碳酒业，酿造绿色未来”“坚持长期主义，共绘国麦振兴新篇章”专题聚焦，彰显了企业的责任引领；以利益相关方证言形式呈现企业履责成效，强化了报告的传播力与公信力；参与报告评级，提升了企业社会责任管理意识和高度，又增强了企业社会责任工作的规范性和可信度，创新性表现领先。

综合评级 (★★★★★)

经评级小组评价，《华润啤酒（控股）有限公司 2023 年社会责任报告》为五星级，是一份卓越的企业社会责任报告。



中国企业社会责任报告  
评级专家委员会

Chinese Expert Committee on CSR Report Rating

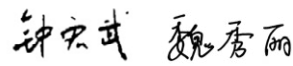
华润啤酒（控股）有限公司社会责任报告首次获得五星级评价

四、改进建议

1. 进一步加强社会责任体系和管理制度建设；
2. 增加行业核心指标的披露，提高报告的完整性。



评级专家委员会副主席



评级小组组长      评级小组专家

出具时间：2024 年 8 月 2 日



扫码查看企业评级档案



## 意见反馈

尊敬的读者：

您好！十分感谢您阅读《华润啤酒（控股）有限公司 2023 年社会责任报告》。我们非常重视并期望聆听您对华润啤酒可持续发展管理、实践和信息披露的反馈意见。您的意见和建议，是我们持续推进可持续发展管理和实践的重要依据。期待您的回复！

请回答好以下问题后将表格通过邮件发送至 [crb\\_csr\\_gw@crb.cn](mailto:crb_csr_gw@crb.cn)，或邮件寄给我们。

选择性问题的回答 (请在相应位置打√)

1. 您认为本报告是否能反映华润啤酒对经济、社会和环境的影响?

☐是      ☐一般      ☐否

2. 您认为本报告识别出的利益相关方及其与华润啤酒关系的分析是否准确、全面？

☐是      ☐一般      ☐否

3. 您认为本报告提供的信息是否全面?

☐是      ☐一般      ☐否

4. 您认为本报告提供的信息是否具有可读性?

☐是      ☐一般      ☐否

## 开放性问题

您对《华润啤酒（控股）有限公司 2023 年社会责任报告》的其他意见与建议，欢迎提出。

## 您的信息

姓 名: 工作单位:

联系电话: 电子邮件:



本报告采用环保纸制作  
The Report is printed on eco-friendly paper



华润啤酒（控股）有限公司  
China Resources Beer (Holdings) Company Limited

北京市东城区建国门北大街 8 号华润大厦 306 室  
306 China Resources Building No. 8 Jianguomen North Avenue Beijing 100005