



酿 | 造 | 美 | 好 | 生 | 活

2019 | 华润雪花啤酒(中国)有限公司 社会责任报告

报告编制说明

本报告为定期报告，是华润雪花啤酒（中国）有限公司发布的年度社会责任报告，旨在就公司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。

为提升数据及信息传达准确性，我们已将若干指标的过往数据及资料修订，并在适当位置解释修订原因及影响。¹

报告范围²

本报告为华润雪花啤酒（中国）有限公司正式发布的第七份社会责任报告。报告旨在就公司社会责任实践与利益相关方进行坦诚沟通，并系统回应利益相关方关注的主要问题。

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雪花啤酒（中国）有限公司总部及 141 家附属公司 / 分公司（详见“华润雪花啤酒（中国）有限公司及其附属公司 / 分公司列表”），时间跨度为 2019 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。本报告为年度报告。上一份报告为《华润雪花啤酒（中国）有限公司 2018 年社会责任报告》。

数据来源

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。本报告数据信息已由公司总经理审核确认，因而未寻求对本报告的外部鉴证⁴。

编制依据

本报告参照了全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告标准》（Standards）、联合国可持续发展目标（SDGs）、国资委《关于中央企业履行社会责任的指导意见》和《中央企业“十三五”和谐发展战略实施纲要》、中国社会科学院《中国企业社会责任报告编制指南》（CASS-CSR4.0）《华润企业公民建设指引》《华润集团社会责任管理办法》以及《华润雪花啤酒社会责任工作管理办法》。本报告依照 GRI 标准：核心方案编制而成³，使用了“GRI 一致性服务”中的“实质性披露” (Materiality Disclosures Service)。报告编制小组与关键利益相关方一同识别实质性议题，并在报告中披露相关内容。本报告成功完成了 GRI 的实质性披露报告服务。

报告承诺

本报告由华润雪花啤酒（中国）有限公司社会责任报告编制小组组织编制，由公司总经理审核。报告内容不存在任何虚假、误导性陈述。

称谓说明

为便于表述和方便阅读，在本报告中华润雪花啤酒（中国）有限公司也以“华润雪花啤酒有限公司”、“华润雪花啤酒”、“公司”和“我们”、“华润雪花”表示。

报告获取

通讯地址：中国北京市建国门北大街 8 号华润大厦 306 室
306 China Resources Building
No.8 Jianguomen North Avenue
Beijing 100005

电话：(86-10)65179898
传真：(86-10)85191900
电邮：snowculture@crb.cn
网址：www.snowbeer.com.cn

¹ GRI 102-48
² GRI 102-45
³ GRI 102-54
⁴ GRI 102-56

目录

报告编制说明	01
总经理致辞	05
关于我们	07



MARRSGREEN 创享年轻新体验

与众不同，内外兼修	27
畅想随聊，触达年轻	29
雪花又一次华丽转身	31



强强联手， 雪花喜力共攀高峰

捷报连连， 雪花再攀业绩新峰	17
内外驱动， 华润雪花转型加速度	19
强强联手， 雪花喜力互补短板	21
着眼未来， 华润雪花扬帆起航	23



可持续工厂， 带领行业绿色转型

绿色工厂，百尺竿头更进一步	35
工艺改造，降低环境污染	37
节能管理，全面落实制度	39
园区管理，打造绿色厂区	39
意识宣贯，打造主人翁精神	41
绿色榜样，荣获各方肯定	42



互相成就， 我与雪花共成长

雪花人的荣光	45
初识雪花	47
成长助推剂	47
良师益友伴成长	49
我为雪花	51



协同发展， 赋能经销商

协同发展，携手共创辉煌	55
精细管理，做强成都市场	56
因地制宜，雪花倾囊相授	57
风雨相伴，普及精细管理	59
危机困难，雪花排忧解难	59



竭诚抗疫， 保卫美好生活

心系武汉，共抗疫情	63
战“疫”复工路上， 360度预防与宣传	65
战“疫”复工路上， 雪花人在行动	67
战“疫”复工路上， 雪花与你同行	69



社会责任管理

责任文化	71
责任治理	74
责任沟通	75
责任能力	75



总经理致辞

回首 2019 年，华润雪花秉承着“引领产业发展，酿造美好生活”的光荣使命，在实现营收持续增长的同时为社会创造价值，向股东、员工、消费者和合作伙伴交出一份圆满的雪花答卷。

我们通过提升运营和管理效益，降低营运风险，为股东创造持续、稳定的回报。2019 年，我们倡导精益管理，坚持合规经营，在产品高端化和品质化发展的征程中，我们重视战略合作，携手喜力国际勇闯高端啤酒市场，打造中国品牌和国际品牌的“双品牌组合群”，不断提升品牌价值，维护中小投资者的利益，保障稳定可观的盈利增长。

我们致力于为消费者提供超越期待的产品与体验，我们积极倾听消费者的诉求，升级产品品质，保障产品安全与质量，实现客户投诉反馈 100% 处理解决。我们洞悉消费市场动态变更，为消费者量身定做更高品质的产品。2019 年，我们推出雪花 MARRSGREEN 啤酒和黑狮白啤两款高端新产品，带领啤酒新风尚。我们在消费者群体中倡导负责任营销和理性饮酒，引领更健康的生活。

我们践行绿色生产理念，为环境和社会带来绿色和谐发展。我们

持续提高啤酒酿造工艺节能降耗技术，控制温室气体排放的同时减少污染物排放，在生产和运营中落实开展包装减量化、资源循环再利用，实现节能减排发展目标。我们不断完善环境管理体系，打造由上至下的环境管理模式，万众一心建设绿色标杆工厂。

我们为员工提供良好的工作环境，打造和谐的事业家园，帮助员工实现自我价值。从建设公平公正的招聘制度到优化员工晋升机制，我们努力为员工看顾前进的每一步。我们不断完善培训体系，开展丰富多样的培训课程，帮助员工提升职业和专业技能，同时，我们注重工作生活平衡，举办各类团建及文体娱乐活动，增强组织凝聚力，此外，我们时刻关注员工实际需求，呵护员工身心健康，为遇见困难的员工及时伸出援手。

我们坚持与合作伙伴共同成长，为合作伙伴提升价值。我们将经销商和供应商视为不可或缺的合作伙伴，在渠道改造等各类项目中提供技术咨询、信息沟通、业务交流等多种形式提升经销商队伍的经营理念 and 知识能力，为合作伙伴赋能，同时，我们向产业链上下游传递社会责任理念，为打造责任供应链作出贡献。

我们积极承担起正向回馈社会的责任，主动向社区传达爱与关怀，激发并满足人们对美好生活的向往。2019 年年末，面对突如其来的疫情，华润雪花上下一心，众志成城，积极投身抗疫工作，为身处疫情重灾区、抗击疫情一线的医护人员及工作人员捐资赠物，在战疫中积极贡献雪花力量。

2019 年是见证雪花啤酒收获卓然成绩的一年。未来，面对着更多挑战，每一位雪花人将积极创新，做精做强产品质量，打好高端品牌群组合拳，坚持可持续发展，成为消费者信赖、员工自豪、行业领先的国际化酿酒企业。



A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, connected strokes.

华润雪花啤酒总经理 侯孝海

关于我们

公司概况

华润雪花啤酒（中国）有限公司成立于 1993 年，是一家生产、经营啤酒的央企控股企业⁵，总部位于中国北京。截至 2019 年底，华润雪花啤酒在中国经营超过 76 家啤酒厂，旗下含雪花（SNOW）及 30 多个区域品牌。

2019 年，
华润雪花啤酒总销量达到

1143.4 万千升

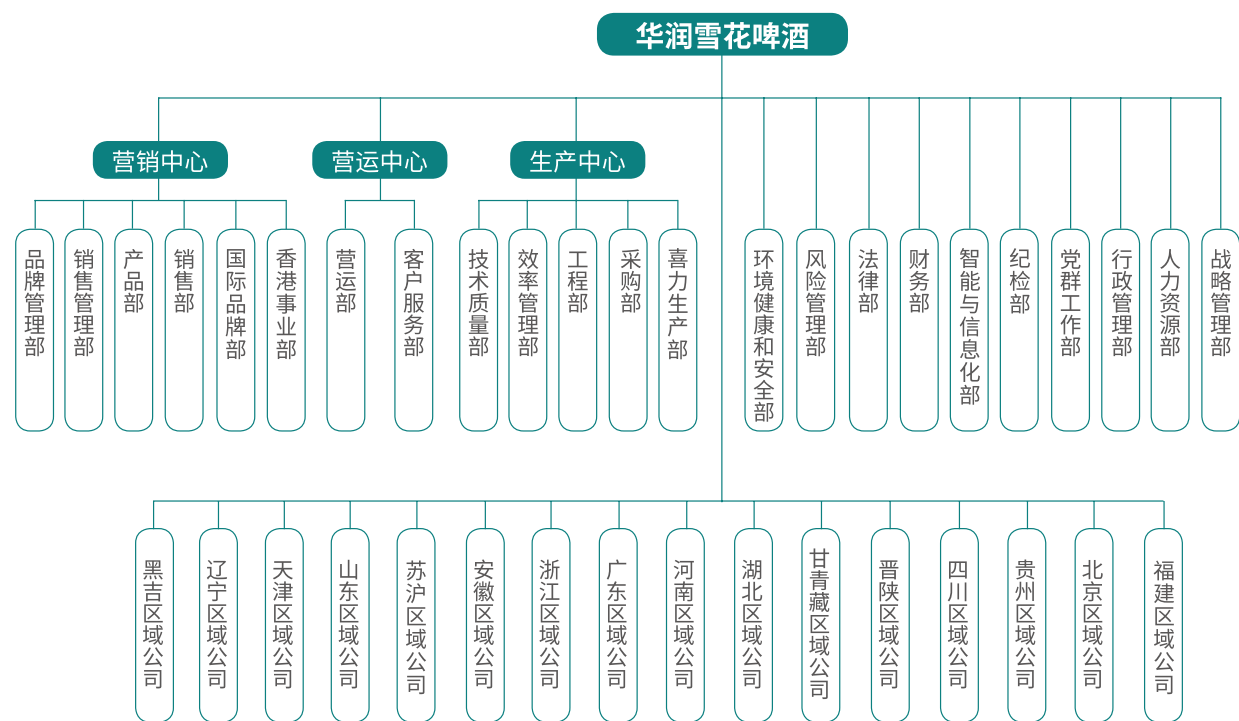
全年实现营业收入

331.9 亿元

同比增长

4.2%

组织架构



华润雪花整体组织架构图

⁵GRI 102-5

业务分布

截至 2019 年底，华润雪花啤酒在中国内地运营 76 间啤酒厂。

截至 2019 年底，
华润雪花啤酒在中国内地运营啤酒厂

76 间



雪花文化

雪花使命

引领产业
发展
酿造美好生活

雪花愿景

成为消费者
信赖
员工自豪
行业领先的
国际化酿酒企业

雪花精神

每一个
人都
都不简单
每一瓶
酒才
放光彩

员工价值
勤奋 专业 成长

五湖四海
学习反思
简单坦诚

组织氛围
经营理念
客户为先
持续进步
创造价值

雪花品牌



部分区域品牌



2019 雪花大事记



2019 雪花荣誉

► “啤酒包装线高效运行技术的研究与实践”项目荣获中国酒业协会科学技术进步二等奖。



► 侯孝海总经理被授予改革开放与广告业恢复 40 年“十大品牌风云人物”。

► 荣获“2019 中国上市公司品牌价值榜 TOP100”。BrandZ 最具价值中国百强品牌评选，雪花啤酒位列啤酒行业第一。

► “高速啤酒听装线高效运营暨产品多样化保障体系研究与应用”荣获全国质量创新大赛最高奖项 QIC-V 级技术成果奖。



► “雪花啤酒三级一把手”人才培养项目荣获 CSTD 全国学习设计大赛金奖第一名、《哈佛商业评论》中国人才管理 2019 年机制典范奖。

► 荣获“中国 TBV 全面品牌价值管理大奖”、“C-CSI 顾客最满意品牌”及“ALL-STAR 全明星品牌”。



► 荣获中国公益节“2019 年度企业社会责任行业典范奖”和中国食品企业社会责任“金鼎奖”。



► 郑州工厂、黔南工厂、沈阳工厂分获 2019 年香港绿色企业大奖“优越环保管理奖”金奖、铜奖、优异奖。烟台工厂、武汉工厂、兴安工厂分获“超卓环保安全健康奖”金奖、金奖、铜奖。



► 荣获“中国品牌年度大奖 NO.1（啤酒行业）”称号，“中国啤酒十大影响力品牌”第一名。





强强联手， 雪花喜力共攀高峰

16 和平、正义与
强大机构



华润雪花践行精益管理理念，努力提升公司整体管理水平，坚持依法合规经营，塑造风清气正的廉洁氛围，严守商业道德，打造高效、负责任的现代企业形象。

华润雪花致力于维持稳定运营，以求为股东及中小型投资者创造长期稳定的回报。为持续创造可观的盈利增长，保障股东利益，华润雪花积极探索市场的多种可能性，2019 年华润雪花收购喜力后在效益上的成功正是向股东们证明了华润雪花在勇闯市场中的无限潜力。

——为股东创造回报

捷报连连，
雪花再攀
业绩新峰

2019 年 4 月 30 日，华润雪花与喜力的交易正式完成，标志着这场从 2017 年开始的、迄今中国啤酒史上的最大并购案的尘埃落定。2019 年《亚洲金融》杂志将华润雪花并购喜力一案评为“年度最佳并购交易第一名”。

华润雪花与喜力集团的这场盛世联姻携手开启了中国啤酒市场新时代的崭新篇章，吸引了海内外无数投资者的目光，因此，这份华润雪花正式签署并购协议之后的首份业绩公告格外引人注目。

截至 2019 年 12 月 31 日，华润雪花综合营业额为人民币 **331.9** 亿元，按年增长 **4.2%**，股东应占综合溢利大幅增长 **34.3%** 至人民币 **13.12** 亿元，未计利息及税项前盈利按年增长 **47.6%** 至人民币 **21.63** 亿元。2019 年毛利（进销差价）为人民币 **122.26** 亿元，同比增长 **9.2%**。



香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公佈之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公佈全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。

華潤啤酒(控股)有限公司
China Resources Beer (Holdings) Company Limited
(於香港註冊成立的有限公司)
(股份代號:291)

公告
關於收購 HEINEKEN 集團在荷佔地域內的業務的附屬公司的交易交割
HEINEKEN 商標許可協議和框架協議完全生效
及
委任一名非執行董事
華潤啤酒(控股)有限公司財務顧問

UBS **NOMURA**

本公司於二零一八年十一月五日刊發了關於本集團於當日分別簽訂 Heineken 中國股份購買主協議、Heineken 商標許可協議和框架協議等事項的公告（商標許可協議的公告），除非另有定義，否則本公告中使用的術語應具有與該公告中相同的含義。

董事會特此宣佈，Heineken 中國股份購買主協議（經相關協議方於日期為二零一九年四月二十九日的協議修訂，**商標補充協議**）已於二零一九年四月二十九日交割，同時 Heineken 商標許可協議和框架協議已根據各自的條款和條件完全生效。

董事會特此宣佈，van den Brink 先生被委任為本公司的非執行董事，水委任自二零一九年四月二十九日生效。

簡介
本公告特此援引該公告中關於本集團簽訂 Heineken 中國股份購買主協議、Heineken 商標許可協議和框架協議等事項的內容。

除非另有定義，否則本公告中使用的術語應具有與該公告中相同的含義。

Heineken 中國股份購買主協議的交割

1

华润雪花宣布与喜力的交易正式完成

雪花履责

效益提升

2019 年，中国啤酒市场持续从销量高速增长阶段转向高质量发展阶段，高端啤酒市场竞争愈加激烈，华润雪花准确洞察市场趋势，把握时机，优化升级产品结构，勇闯高端市场，重视战略合作，不断提升品牌价值，维护中小投资者的利益，保障稳定可观的盈利增长。



内外驱动，
华润雪花
启动转型加速度

2015 年开始，中国啤酒市场迭代发展速度越来越快。

华灯初上，不论是热闹喧嚣的火锅、餐厅、大排档，还是风格各异的酒吧，都充斥着以 90 后为主要代表的年轻人群。他们活力四射、追求时尚，对新鲜事物有着无比的好奇心；他们对于物质生活开始追求质量、讲究品牌，强调享受有格调和

质感的生活。正是这样一群年轻人正在快速取代老一代，成为当下啤酒市场中的消费主力军。

品质和品牌双优的新生代啤酒，才能吸引年轻人，而华润雪花过去依托主流品牌进行全国性推广“以量取胜”的模式显然很难适应新的市场需求。华润雪花转型已是刻不容缓。

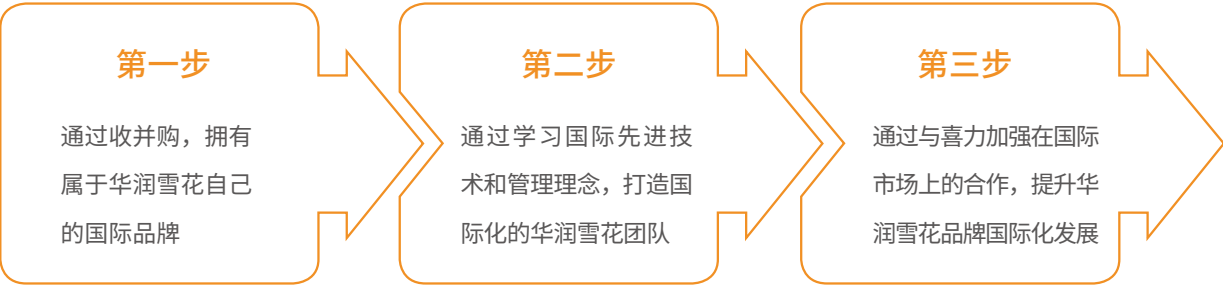
超市里的啤酒展示橱柜内，贴着外文标签的进口啤酒种类和数量都越来越多，不断挤占国产啤酒的生存空间，而一瓶 330 毫升的进口啤酒零售价是它旁边国产啤酒标价的两倍。

华润雪花自诞生起，始终保持着市场化的本心和创新的基因，不惧挑战，

勇于改变。面对种种窘境，华润雪花开始探索一条独一无二的国际化路线。

2017 年 7 月，华润雪花总经理侯孝海经过深思熟虑后，在深圳敲开了华润集团董事长傅育宁办公室的大门，同时敲开了华润雪花全新的国际化构想和“三步走”全球化战略。侯孝海认为，要以国际化来解决中国的问题，善用中国的优势、中国的市场，把国际性的东西在中国的落地生根做好了，雪花才能更好的向国外走。即通过收购外资企业在中国的所有业务，先引入国外的大品牌，再通过合作把雪花推向国际市场。

华润雪花“三步走”国际战略



华润雪花将“联姻”目标瞄准了全球第二大啤酒酿造集团喜力集团，这也是华润雪花迈向全球化的第一步。

“

我们不仅需要重视中国品牌，而且特别需要国际品牌加身才能与之竞争，从而赢取高端决战的胜利。中国啤酒企业通过并购直接走出去，还有非常长的路要走。中国啤酒要引进来，再送出去，而不是走出去和卖出去。

”

——华润雪花啤酒总经理
侯孝海

雪花履责

精益管理

2019 年，华润雪花持续在全价值链推行精益管理，引进先进的管理办法和措施，全面提升公司整体运营效率和管理水平。

华润雪花不断优化业务流程，剔除落后产能，推进产能集约化，优化产能结构。“卓越酿造”是华润雪花的理念，华润雪花在生产管理的每一个环节中，严格把控“质量关”，追求完美品质。同时，华润雪花打破区域公司之间、工厂之间的界限，建立统一组织和管理体系，依托“智能信息”、“共享共创”的智慧产业链系统，逐步实现产品、包装物、物流的全面统一调配和管理，建立“大营运”和“E 物流”，挖掘提高资产效率和降低运营成本。

信息化建设

华润雪花将智能化和信息化建设作为公司发展的战略性举措之一，通过建设包含 PC 门户和移动门户，集合视频会议系统、档案系统和邮箱系统为一体的新 OA 系统升级及移动审批项目，极大程度提高了华润雪花管理业务流程和行政事务审批效率，实现无纸化办公。此外，华润雪花持续优化 ERP 和 CRM 系统，并通过开发信息化创新应用、挖掘管理一线数据、加强信息安全管理等工作，提升管理效率，降低运营成本。

案例 华润雪花啤酒入选“YUE 管理”实践

2019 年 12 月 18 日，“YUE 管理”年度演讲（2019）在北京举办，雪花啤酒获“YUE 管理”实践殊荣。

“YUE 管理”实践及践行者评选由《哈佛商业评论》中文版发起，旨在表彰在中国的管理实践中具有突出意义的商业实践及践行者。此次获奖，是对雪花啤酒实践有效的管理、创新与前瞻的商业价值的高度肯定。



雪花啤酒获“YUE 管理”实践殊荣

强强联手，
雪花喜力
互补短板

2018 年春节前一天的清晨，侯孝海悄然出现在阿姆斯特丹街头晨跑。然而，很少有人知道如果没有

侯孝海的这次荷兰的亲自拜访喜力总部之行，华润雪花与喜力后来的“联姻”也将不复存在。

从 2017 年 12 月 4 日双方项目组第一次谈判起，历经 8 个月、遭遇多达 4 次停滞局面，这场史无前例的激烈谈判终于在 2018 年 8 月 3 日画上了圆满的句号——华润雪花与喜力签订不受约束的协议。



喜力啤酒

“

雪花啤酒在中国市场的
渠道网络和众多的零售
点叠加国际品牌的优
势，双方可以实现互补。

”

——华润雪花啤酒总经理
侯孝海

雪花履责

技术创新

作为中国啤酒行业领军企业，华润雪花力争成为世界一流的啤酒制造企业。我们鼓励员工积极投身科研创新工作中，将技术创新和科研成果作为绩效考评的一项内容，打造线上创新分享工作坊，塑造“全员创新”的良好氛围。2019 年，华润雪花技术创新成果再添佳绩，“啤酒包装线高效运行技术的研究与实践”项目荣获中国酒业协会科学技术进步二等奖，“高速啤酒听装线高效运营暨产品多样化保障体系研究与应用”荣获全国质量创新大赛最高奖项 QIC-V 级技术成果奖。华润雪花严格执行《知识产权管理制度》，保障自身知识产权的同时避免侵犯他人知识产权。截至 2019 年 12 月 31 日，华润雪花共有商标 2,794 个，专利总数 56 件，授权专利数 53 件，已登记著作权数 44 件，2019 年科技研发投入 58,400 万元。

案例
贵州区域与苏宁小店签署战略合作协议

2019 年 9 月 26 日，贵阳苏宁小店与华润雪花贵州区域召开了战略合作沟通会，签署战略合作协议，达成深度合作。通过本次战略合作沟通会，双方在长期共赢的深度合作上达成一致想法，依托苏宁小店线上 + 线下的智慧零售生态链，推动华润雪花渠道发展，进一步促进销售增长。

对于华润雪花：

华润雪花与喜力的这场“联姻”不仅仅是华润雪花借助喜力全球高端知名品牌力量打响全球化发展的第一枪，也是喜力对华润雪花的高度认可和明确的合作意向的体现，更是当下市场演变下的最佳选择。

喜力是全球第二大啤酒集团，在国际市场拥有强大的市场渠道和国际高端品牌布局，通过并购喜力中国业务，华润雪花一方面可以获取喜力国际品牌的资源，另一方面可以借助喜力在中国高端市场的份额和渠道资源，正式进军中国啤酒高端市场，喜力将成为华润啤酒高端品牌建设的“加速器”。

对于喜力：

与华润雪花合作对喜力来说同样收益颇丰。华润雪花在中国本土的渠道竞争力，未来无疑会成为喜力在中国扩张的助力。喜力表示，中国拥有世界上销量最大的啤酒市场，也是全球第二大的高端啤酒消费市场，喜力和华润雪花在中国的结合是高度的优势互补。华润雪花在国内庞大的市场销售网络 and 渠道，大面积分布的酒厂，都能帮助喜力在中国的销售网络得到大幅扩张。

着眼未来， 华润雪花 扬帆起航

持续打造有品质的高端啤酒品牌，这就是华润雪花未来发展的坚定方向。

随着中国消费者的文化自信的增长，其对具有中国元素、中国文化的中国品牌的重视，侯孝海坚定地认为未来的高端啤酒市场必然是几个中国的高端品牌和几个国际高端品牌组合而成的“高端品牌群”。

未来三年，华润雪花将瞄准高档市场，通过不断提高品牌价值，提升团队以及操作能力，打造中国品牌和国际品牌的“双品牌组合群”，塑造“高端品牌群”，聚焦高端市场的决战。而华润雪花与喜力的强强联手必将让华润雪花如虎添翼，勇闯中国啤酒高端市场。

“

从长远战略意义上看，本次并购对雪花啤酒向高端转型、稳固市场份额并实现基业长青，无疑是一个转折点。

”

——华润雪花啤酒总经理 侯孝海

雪花履责

守法合规

为完善治理结构，华润雪花建立了完整有效的公司治理结构和议事规则，明确决策、执行、监督等方面的职责权限，形成科学有效的职责分工和制衡机制。为规范制度流程，华润雪花发布了《规章制度管理规定》明确规章制度建设的程序与职责分工，确保各项规章制度制定科学、有效和可操作性，保障公司依法合规经营，提升经营管理效率。为加强监督评价机制，华润雪花持续完善公司合规管理体系，由总部及区域业务部门负责风险管理、内控、合规管理体系建设与评价工作，并定期开展管理评审、自评检查工作。

廉洁从业

华润雪花积极推进廉洁文化和反腐败工作，坚持从严治党，把廉政建设各项要求融入经营管理各环节，严令禁止任何形式的贪污腐败行为，树立全体员工廉洁自律的价值观。

2019 年，华润雪花继续推进廉洁宣传教育活动，印发《关于构建雪花啤酒廉洁教育体系的实施方案》，以“不忘初心，牢记使命”为主题，开展多项覆盖中高层管理层及工程项目、采购、财务、销售等关键岗位员工的廉洁文化主题教育活动，组织员工前往当地廉洁文化教育基地参观学习，进一步加强对党员的理想信念和思想政治教育，以案为戒，禁止以权谋私、权权交易、权色交易、贪污受贿、任人唯亲、跑官要官、谋取私利、收受礼品礼金等行为。此外，我们在重大节假日之前，开展关于中央八项规定精神的学习，通过发送反腐倡廉警示短信，提高员工反贪腐意识，营造风清气正的廉洁文化氛围。

报告期内，华润雪花未发生任何涉及贪污、贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的诉讼案件，及重大违规情况。

风险管控

华润雪花已建立了较为健全的内部控制与风险管理体系。我们设立内部控制与风险管理委员会（以下简称“风控委员会”），负责华润雪花内部控制与风险管理总体部署、指导、检查与协调管理等工作；委员会下设办公室，负责落实公司内部控制与风险管理体系的建设、运行、维护、检查及评价等工作；并由华润雪花风险管理部承接内部控制与风险管理职能。

为规范风险管理流程和工作方法，华润雪花制定了《华润雪花风险管理一般流程和工作方法》《华润雪花公司层面风险评估与管理工作指引（适用于总部）》《华润雪花公司层面风险评估与管理工作指引（适用于区域公司）》等制度，对风险管理工作的开展进行指导。

此外，华润雪花定期开展年度重大风险评估工作，围绕公司发展规划和年度战略经营目标，通过打分排序等程序，确定华润雪花年度十大风险，并组织、推动各风险主管部门开展风险应对措施制定与落实工作。同时，我们通过开展重大风险应对情况季度检讨回顾、设定风险偏好指标实施风险应对与监控等工作，实现了重大风险的实时动态管控。

案例 华润雪花啤酒再次上榜《中国500最具价值品牌》

2019 年《中国 500 最具价值品牌》分析报告于 6 月 26 日在北京发布。华润雪花啤酒以 1,570.35 亿元的品牌价值位列总榜单第 28 名，品牌价值同比增长 13.2%，从 2010 年华润雪花啤酒品牌价值实现连续 9 年持续增长，总增长超过 300%。华润雪花再次上榜是每一位消费者对华润雪花的支持，也是对华润雪花品牌价值的认可。



华润雪花啤酒再次上榜
《中国 500 最具价值品牌》



MARRSGREEN 创享年轻新体验

3 良好
健康与福祉



执行更为严格的责任营销，规范产品标签与广告内容，及时提示消费者相关健康风险。

12 负责任
消费和生产



打造从“农田到餐桌”的产品质量安全管控，在疫情特殊时期严格落实安全生产。持续为广大消费者提供从购买、享用到售后的全过程的贴心服务，提升满意度，并确保广告宣传真实合规。2019 年，华润雪花产品合格率为 100%。

17 促进目标实现的
伙伴关系



战略转型推动产品升级，在高端化市场开拓多元化、个性化产品，带动行业发展，支持行业共同进步。

华润雪花是国内啤酒行业的领跑者，紧握时代脉搏，洞察消费群体，为满足消费者物质与精神的向往与追求不懈努力。同时作为负责任的企业，华润雪花引领健康营养生活新风尚，最终为消费者提供了超越期待的产品与体验。蓬勃发展的时代推动华润雪花迈向高端化、年轻化的新征程，见证了雪花从“大众满意”至“个性发展”、从“产品为大”至“深耕品牌内涵”的靓丽转身。

——为消费者提供超越期待的产品与体验

与众不同， 内外兼修



2019 年 4 月 9 日，华润雪花旗下新品雪花 MARRSGREEN 正式上市，这是继勇闯天涯 superX 和雪花匠心营造以来推出的第三支中高端产品。旨在服务年轻化、高端化市场，打破啤酒常规印象，引领弄潮新风尚。

时尚与创造力被恰到好处地融入雪花 MARRSGREEN 的包装设计。整个瓶身设计采用了全世界最受欢迎

的时尚色调“MARRSGREEN”，瓶身驯鹿、猫头鹰、雪松等元素刻画出冰雪世界的冬季景象，赋予了产品冰爽的情绪感染力。玻璃呈现温润优雅的触感，配合立体雕花工艺，瓶身晶透的雪花 MARRSGREEN 拥有别具一格的时尚轻奢外观，获得了 2018 国际著名设计赛事——意大利 A' Design AWARD 设计银奖。

马尔斯绿是由英国设计师 Annie Marrs 设计并命名的一种颜色。2017 年由英国造纸商 G.F.Smith 联合伦敦设计咨询公司 Made Thought 发起了世界最喜欢的颜色票选，来自全世界 100 多个国家 3 万多人参与投票，并最终马尔斯绿胜出获得世界上最受欢迎的色彩称号。

在靓丽的外表下，雪花 MARRSGREEN 同样拥有出众的口感。雪花 MARRSGREEN 由 100% 进口全麦

芽甄酿，清新酷爽又不失丰满，酒味醇厚之余又苦味适中。再加上 100% 进口酒花和“雪花酵母”，

酒体干净冷冽，每一杯酒都如雪花一般自然纯净，柠香清爽的口感，口齿留香，令人回味无穷。

原材料及工艺



雪花 MARRSGREEN 口感特点及原材料工艺

雪花履责

新品研制

华润雪花时刻关注消费者物质与精神的向往与追求，2019 年以“决战高端 质量发展”为导向，持续丰富产品组合。除引进喜力品牌产品外，2019 年相继推出了雪花马尔斯绿啤酒和黑狮白啤两款高端新产品，引领啤酒市场新潮流。

案例 新品面世——黑狮白啤， 走进内心，唤醒力量

2019 年 7 月，华润雪花旗下又一新品黑狮白啤正式上市。黑狮白啤由 100% 麦芽酿造，甄选低溶解度小麦芽，采取上发酵法酿造、独特的离心工艺，产出优雅的丁香味道。加之橘皮的甘香，搭配芫荽籽的清新，唇齿间尽享比利时风味。此外，黑狮白啤独特的个性设计，使其荣获 2019 年度德国汉诺威 iF 设计奖以及 2019 年度意大利 A Design Award 设计金奖，成为颜值与内在共存的品质代表。



黑狮白啤宣传海报

案例 沈阳“经典老雪”，向 经典致敬

在 2020 中国传统春节来临之际，华润雪花辽宁区域公司倾情推出“经典老雪”，致敬 1964 年来自沈阳的“老雪花”。她的外观依然保持着 1964 年第一支老雪花啤酒的瓶型和商标，再以优质原料、现代工艺慢酿而成。熟悉的 580 毫升的绿玻璃瓶里面盛装着的 11.5 度原麦汁浓度的啤酒，标准且热烈地复原了当年雪花啤酒的味道，向城市、向经典、向所有沉醉在她味觉江湖的众多拥趸者致敬。



沈阳“经典老雪”

食品安全

华润雪花已建立“从农田到餐桌”的全流程质量管理体系和食品安全体系，2019 年持续推进品质管理体系（ISO 9001）、食品安全管理体系（ISO 22000）及危害分析和关键控制点（HACCP）等管理体系认证，并组织专家优化标准 96 项，产品质量安全均符合中华人民共和国国家标准《GB4927》啤酒优级品的要求。

华润雪花制定《食品安全应急预案》《产品召回制度》《关键质量控制点》等制度，并成立雪花内控质量标准排查专项工作组进行排查，层层保障确保产品质量安全。我们全年举行多次食品安全培训和应急演练，提升食品安全应急处置救援能力。

2019 年爆发的新冠疫情为公司食品生产安全提出挑战。华润雪花积极贯彻国家做好应对新冠疫情工作重要指示批示精神，采取更加严格的卫生健康标准，提升安全生产防控措施，产品出厂合格率和国家监督抽查合格率均为 100%。

2019 年，
华润雪花
产品质量监控数量

731 项

生产物资第三方食品安全
检查数量

731 项

标准执行检查项目数量

2,200 项

100%

出厂质量
合格率

100%

国家监督抽查
合格率

100%

有效质量投诉
处理率

畅想随聊，触达年轻

8月24日，随着以雪花 MARRSGREEN 为主角的啤酒 PARTY 空降北京世贸天阶，这个著名的帝都地标建筑瞬间变成了 MARRSGREEN 的海洋“M.SPACE”。晚间，雪花 MARRSGREEN 两大神秘代言人揭开面纱——演员井柏然与国际超模何穗在 M.SPACE 双双惊喜现身，代表时尚与创造力的双重品质。



雪花 MARRSGREEN 代言人井柏然、何穗

如果说雪花 MARRSGREEN 产品满足了消费者需求，而当天的 M.SPACE 更是雪花 MARRSGREEN 触达年轻受众的桥梁。雪花 MARRSGREEN 啤酒是雪花采用双代言的首支产品，而井柏然、何穗的亮相全过程没有主持人，让年轻消费者在享受雪花 MARRSGREEN 啤酒美味的同时，尽可能地远离无趣、打开思绪。



雪花世贸天阶 M.SPACE 活动现场

雪花 M.SPACE 活动现场设置了“创无止境”、“时尚森林”、“千城千面”、“Cool 冰通道”等各种创意区域，吸引大量消费者前来打

卡互动，畅喝随聊，体验啤酒的各种创意喝法。M.SPACE 成功拉近雪花与消费者距离。年轻的群体通过雪花 MARRSGREEN 聚集在一

起，通过视觉与味蕾的刺激，获取时尚与创造的灵感，感受雪花传达的一种轻松、自由的态度，与其代表的新生活方式精神形成共鸣。

华润雪花已连续 5 年与中国酒业协会合作开展全国“理性饮酒宣传周”活动

2019 年发布《2019 中国预防未成年人饮酒绿皮书》

雪花履责

理性饮酒

华润雪花是理性饮酒、健康生活的倡导者。华润雪花已在产品包装上印有“过度饮酒有害健康”的标识，网站首页设有年龄限制，明确提示未满 18 岁的消费者请勿饮酒。华润雪花还围绕中国消费者的特点做了大量独创性的研发，率先针对中国人的体质特征对醇酯比进行合理优化，成为中国啤酒行业第一家将醇酯比指标纳入管理体系中的企业，有效解决了啤酒饮后上头的问题，使啤酒更加符合中国人的口味和体质。

对于国际化品牌，华润雪花已完全符合《GB7718》食品安全国家标准 - 预包装食品标签通则以及品牌战略合作伙伴喜力关于产品标签的要求 (HMESC 01.41.02.211)。

作为中国酒业协会与社会责任促进联盟的会员，2019 年，华润雪花连续第五年资助中国酒业协会开展“理性饮酒宣传周”，其中包括“关爱成长、非成勿饮”主题活动及同名公益主题微电影的拍摄、发布《2019 中国预防未成年人饮酒绿皮书》等。华润雪花重视与消费者的沟通，围绕活动开展线上线下互动宣传，将理性饮酒、健康生活深刻植入消费者群体。

负责任营销

华润雪花坚决维护消费者的知情权、选择权、获赔权、监督权等合法权益，我们在产品标签标识上严格执行国家法规与标准，并严格遵守《中华人民共和国广告法》在内部制定了自媒体管理相关办法，规定酒类广告中不能出现鼓动或引导消费者饮酒或者无节制饮酒的内容，并在制度中规定了传播内容及内容审核机制，要求各级人员需对即将发布的企业广告内容进行全面审查，从根源上对消费者进行正确的引导。

2019 年，为进一步规范责任营销管控，总部营销中心品牌管理部及法律部定期对各区域公司的营销中心市场部进行关于新出台的酒类广告的行为规范的解读，强调宣传理性饮酒内容的重要性，强化广告真实、合法的合规要求，并以健康的表现形式表达广告内容，不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。

华润雪花已建立起从上至下管理机制对各区域的责任营销行为进行监测，一旦发现不合规的传播内容，将第一时间找到区域责任人安排排除。此外，员工也承担着责任营销的监测职责，一旦发现转发不实广告，将及时举报妥善处理，将社会影响降至最低，并开展调查追责，从源头杜绝虚假营销。

雪花又一次
华丽转身

2019 年，雪花啤酒提出“决战高端 质量发展”的管理主题，并扎实推进。雪花 MARRSGREEN 是华润雪花今年上交的第一份“成绩单”，也是继 2018 年推出“勇闯天涯 superX”和“匠心营造”之后的又一个拳头产品，是雪花品牌重塑以来，高端化、年轻化战略落地的重要一步。

华润雪花一举摘得 2019 BrandZ™ 最具价值中国品牌 100 强榜首，而把握消费者需求成为其制胜时代变革的关键。MARRSGREEN 的问世让雪花产品进一步从“给所有人喝的”到“给你喝的”过渡，完成从过去的“产品最大”向深耕品质和品牌内涵的创新轴心转变，变得更年轻，更崇尚品质化、个性化和自我感受。



华润雪花获评 2019 年 BrandZ 中国品牌价值啤酒行业第一名

雪花履责

呼叫中心的接通率达

99.1%

在 15 秒内接通的电话达

97.35%

远高于业内平均水平

接收到投诉

30 分钟

内与客户联系

必须在

3 个

工作日内向客户服务

中心汇报处理结果

产品及服务投诉数量

45,598 起

客户投诉回访率

77.73%

客户投诉反馈处理解决率

100%

悉心服务

华润雪花建立了顾客投诉机制，消费者可随时拨打客户服务热线，由客户服务中心统一管理产品投诉信息系统。客户服务中心开展信息监控与数据统计，从多方面检讨生产、销售及服务表现，加强管理提升，使消费者获得更满意及安全的消费体验。为降低产品质量投诉，提升产品质量，华润雪花年内制定生产链关键控制点，杜绝杂质酒产生。

华润雪花积极开展消费者品鉴活动，2019 年分别在武汉和大连高校举办了「我是质量官·华润雪花啤酒消费者品鉴活动」，招募大学生作为年轻群体代表参加品鉴，站在消费者的角度对产品进行评价，促进质量改进和产品研发创新，提升消费者评价。

华润雪花高度重视消费者隐私保护，要求工作人员遵守国家保密法律法规和《保密工作管理制度》并签署《保密承诺书》，并通过安装防火墙、信息加密、权限设置等措施，履行保密义务，保障信息安全。2019 年，华润雪花未发生客户信息泄露的事件发生。

案例 2019 各地工厂合办“亲亲华润·创享美好”公众开放日

华润雪花积极响应华润集团“公众开放日”的号召，自 2018 年以来向公众开放特色工厂，进一步增进企业与外界的沟通和交流。2019 年，华润雪花旗下共有 16 家工厂举办了以“亲亲华润·创享美好

”为主题的公众开放日活动，邀请员工亲友、政府官员、媒体、经销商伙伴等参与，充分向公众展示了雪花值得信赖的品质，以及企业的社会形象和责任担当。



六安工厂

六安市经济技术开发区全区企业到六安工厂车间的总监控室观摩学习。在这里工作人员可以实时监控工厂的所有区域，保障安全、清洁生产，做到有效管理。



四川工厂

公众来到四川工厂参观工厂安全环保设施，产品质量控制措施和环保排放指标，实地观摩生产过程、工作环境，清晰地看到每一瓶雪花啤酒是如何走上市场。



郑州工厂

郑州工厂邀请公众体验酿造包装车间，展示雪花从投产到产品下线全过程。1,000 多道工序全部由中央控制系统设定程序，指令机器人操作、中央控制系统完成，全程严格坚持精细化、标准化、无菌化操作，倾力打造雪花纯粹、安全品质新鲜链条。





可持续工厂，带领行业绿色转型

12 负责任
消费和生产



华润雪花将资源节约理念贯穿于生产加工的每一个环节，开展包装减量化、物料回收再利用工作，通过对生产中的副产物进行资源化再利用，减少环境污染。

13 气候行动



华润雪花积极应对气候变化，致力于提高能源利用效率，控制二氧化碳排放量，鼓励使用沼气等可再生能源。

7 经济适用的
清洁能源



华润雪花部署可再生能源，继续努力将可再生能源纳入啤酒生产的产业链中。

雪花啤酒深耕可持续工厂建设，通过打造安徽安庆工厂等各地区标杆绿色工厂，引领雪花旗下众工厂转型，为啤酒行业建设绿色工厂提供表率。

——为环境和社会带来绿色和谐发展

绿色工厂，
百尺竿头更
进一步

可持续发展战略一直是华润雪花的“定海神针”。在公司“实施资源循环利用，推进精益生产管理，促进企业可持续发展”的原则指导下，雪花成为行业中一手抓绿色工厂建设理念、一手抓绿色工厂建设实践的佼佼者。

2019 年，华润雪花安徽安庆工厂充分发挥主观能动性，率先进行绿色工厂的建设。在这一年安庆工厂开展了四大方向的工作，包括硬件投入与改造、节能管理、园区管理与环保意识宣贯，管理层与员工上下一心开疆扩土，成功打下“绿色江山”。

“

虽然工厂建厂较久，硬件方面受限，但安庆工厂的领导与员工，发挥智慧，克服困难，一直在坚持履行社会责任与企业责任。作为安庆雪花的一分子，我目睹了公司在绿色生产上的不懈努力和可喜成绩，也激励我们只争朝夕，不断学习与成长。

”

——华润雪花安徽区域安庆工厂 EHS 部 吴先达



雪花履责

二氧化硫排放量同比下降（%）

9.70

全年能源消耗总量（万吨标准煤）

28.01

煤炭消费量同比下降（%）

72.70

全年能源消耗减少量（万吨标准煤）

2.45

氮氧化物排放量同比下降（%）

17.50

单位产品综合能耗同比下降（%）

12.00

COD（排入自然水体）同比下降（%）

62.70

汽油消耗量同比下降（%）

22.87

使用外购蒸汽和天然气的工厂占比（%）

99

清洁能源使用量或比重

10.00

二氧化碳减排量（%）

11



工艺改造，降低环境污染

接到华润雪花绿色工厂建设的大任务后，安庆工厂从领导到基层员工都在苦思冥想，如何才能彻底、全面的把工厂改造成环境友好的模范工厂。经过一致商讨，大家一致决定从硬件下手，先把最“顽固”的部分彻底改造一番。

由此，安庆工厂在 2019 年共投入 132 万资金改造工艺，并且重新铺设管道，对生产中产生的蒸汽冷凝水全部进行回收利用，根据 COD 浓度高低分别收集、排放工业废水。通过一系列组合拳，安庆工厂有效降低了废水、废气排放，减少了对周边环境的污染，履行绿色工厂的社会责任。

108 万

建设天然气锅炉，降低臭气、沼气对环境造成的污染

114 万

建立污水处理除臭装置，并获得省级奖励 16.65 万元

10 万

对厌氧系统产生的沼气进行燃烧

雪花履责

环境管理体系

为达成我们制定的环境目标，各区域工厂积极开展生产线工艺改造以及环保技术的研发，如研发冷凝水综合利用系统，单体工厂每年可节约上万吨新鲜用水。公司严格按照国家环保政策要求，淘汰高耗能、高污染设备，改造耗能较大的工艺流水线。

生产和能源等全面管理体系，建立了环保评估体系和制度，并通过 EHS 飞行检查分别对所属各工厂进行检查评估。

华润雪花啤酒目前采取了以下三步数据管理流程与数据核验方法以确保数据质量制定并实施污染物排放检验检测标准：

我们健全了废水、废气、固废、噪音、清洁



各生产工厂均按照国家标准或公司标准开展污染物的每日自行监测，并配置污染物在线监测系统，与所在地生态环境监管平台联网并实施传输数据。此外，各生产工厂均定期委托具有专业资质能力的第三方单位开展水污染物、大气污染物、噪音等委托检测，重点监管工厂同时开展环境信息公开。



华润雪花各单位均定期对环境各项监测数据进行统计分析，建立了环境相关信息数据直报系统，每月由基层单位（工厂）直接填报数据，部门、工厂、区域公司、公司总部四级审核确保数据准确性。



华润雪花总部、区域、工厂三级单位定期对下属单位开展环境现场检查，对内部检测、在线监测数据、委托检测结果、政府报送环境数据等真实性、准确性、一致性进行检查和审核。现场检查实现所有工厂全覆盖。

案例 江苏泰州工厂——节水及减少土壤污染

2019 年年初，江苏区域工厂在节水节能方面收获了较好的成绩，其中泰州工厂拔得头筹。泰州工厂改善工艺体系，运用洗瓶机末道回收水，作为包装杀菌机碱洗用

水，并回收利用酿造水处理反冲水，节省使用新鲜水资源。在避免土壤污染方面，泰州工厂对废机油库进行改造，增加导流机槽和集油井，杜绝废机油对土壤的污染。

节能管理，
全面落实
制度

硬件设施改造完了，下一步该落实“配套软件”了。节能管理体系建设是软件建设的一大重点，工厂成立以总经理为组长的能源管理领导小组，带领大家共同致“绿”，制定年度综合能耗目标，省水省电省能源。

其次，工厂成立能源攻关小组，攻克生产用电高居不下的难题。小组重新审视各个环节，努力降低制冷电耗，酿造、包装汽耗和燃气锅炉

吨蒸汽耗标煤，和兄弟工厂联合开展互相监察活动，找出差距，落实改进措施，科学安排合理组织酿造投料和包装生产。

为了降低水耗，安庆工厂通过水泵回收洗瓶机溢流高温水，以及洗瓶机喷淋清水二次利用改造，同期耗水量下降 16.8%，先后荣获“安徽省节水型企业”“安庆市节水型企业”等荣誉称号。

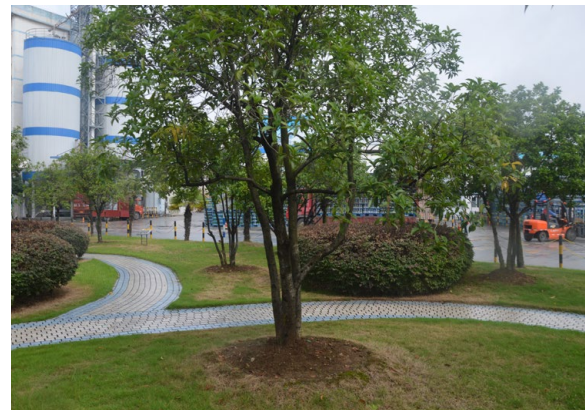
园区管理，
打造绿色
厂区

工厂按照 5S 标准（整理、整顿、清扫、清洁和素养），对生产现场进行统一规划，实施目视化管理，岗位作业标准化，落实现场管控责任。

工厂还打起了让员工生活也变“绿”的念头，要为员工创造绿色、健康的工作环境。工厂因地制宜，通过在厂区种植棕榈树、草坪、桂花林

等植物，由行政管理部联系绿化公司进行过程养护，施肥，除病害等，保证绿植等健康生长。

在办公区，工厂在办公室安置景观树、盆景等绿植，为员工构建良好的工作环境。当员工工作疲惫时，打开窗即能“开轩览物华”，帮助员工减轻工作的疲劳。



安庆工厂厂区内小公园

雪花履责

节能减排

各区域开展节约用电的活动，通过试验不断改进生产工艺，在保证产品质量前提下降低水、电、汽消耗。

针对气候变化，华润雪花积极承担绿色发展、低碳运营的使命，通过精进节能减排技术，实施可再生资源利用等方式，积极应对气候变化。

水资源保护

作为耗水量大、对水质要求高的企业，华润雪花长期以来钻研水资源保护方式方法，在啤酒生产全生命周期的各个环节入手，在各区域工厂实行水资源保护举措。我们调整能源结构，运用水资源回收等方式降低能耗，各工厂根据实际情况开展水资源回收再利用项目，将废水进行回收处理，用于绿化、卫生清洁、冲厕改造等项目。

绿色工厂选址

为降低对周围生态环境的影响，华润雪花从工厂选址开始考虑工厂建设、运营会带来环境污染，并制定减轻污染的方案，从而在源头上抑制可能带来的环境污染风险。华润雪花遵循绿色选址原则，参照《生产工厂设计规范》，以“零污染、低能耗、清洁生产”为设计原则，要求工厂周边两公里范围内无污染性企业、土地无重金属和放射性物质污染，并对水源水质进行严格的指标控制。

案例 郑州工厂炼成“无烟工厂”

作为华润雪花首家“绿色工厂”社会责任项目试点工厂，华润雪花郑州工厂开展“无烟工厂”的建设，积极响应中共中央、国务院印发的《“健康中国 2030”规划纲要》。

2019 年 7 月，郑州工厂面向全厂员工发出倡议书，制定相关规章制度，使“无烟运动”有章可循。同时，工厂将原有的 7 个吸烟点减少至 3 个，并利用公司宣传栏、大屏幕、微信公众号等方式进行全员宣传，让戒烟意识“耳濡目染、入心入脑”。

2020 年疫情期间，郑州工厂逐步削减吸烟点，并最终实现取消场内外所有吸烟点，

并要求吸烟员工签订戒烟承诺书，顺利完成了“无烟工厂”的建设目标。

“无烟工厂”的建设为员工营造了更清洁卫生的工作氛围，也成为了华润雪花郑州工厂坚持绿色生产、清洁生产的一个缩影。



绿色办公

华润雪花在日常办公积极主动考虑绿色办公，提出无纸化办公、纸张重复利用等措施，减少能源消耗和资源浪费。我们制定能源管理规定，鼓励集中办公，严格配备专人管控空调、电脑、照明用具等能源消耗。

生态恢复

此外，华润雪花积极响应习总书记号召：“发扬中华民族爱树植树护树好传统，全国动员、全民动手、全社会共同参与，深入推进大规模国土绿化行动”。我们在全区域工厂倡议厂区绿化、植树造林行动。行动虽小，但希望能够为建设美丽中国，推动绿色发展、践行生态文明，尽一份微薄之力。

案例 湖南工厂——减少能源消耗和资源浪费

2019 年年初开始，湖南工厂制定一系列减少能源消耗和资源浪费的举措，包括倡导废纸反面利用，提高纸张利用效率，倡导文件报告等使用 OA（办公自动化）签报，减少纸张使用，对空调使用进行明确规定（夏季温度高于 30 度开，设置温度不低于 26 度，冬季低于 8 度开，设置温度不高于 20 度）等措施，有效减少了能源消耗和资源浪费，从基础上不断完善工厂资源使用管理水平，增强员工资源节约意识。

意识宣贯， 打造主人翁 精神

环保意识宣贯是另一个难题，改变人的意识总是需要大量地投入时间与精力。工厂制定专门的环保知识培训宣传材料，利用厂区宣传栏、食堂视频、微信扫码等方式积极宣

传，扫一扫就能收获几个环保小知识，提升全员环保意识。当然这还不够的，工厂也通过现场培训及专项培训，形成了独特、高效的环保培训体系。

现场培训：

每月开展操作岗位与环保相关联的内容进行培训。会议上，大家踊跃发言，积极提问，你来我往十分热闹。大家现场发生的问题点并进行分析、议定整改措施，形成整改方案并积极整改。

专项培训：

每月开展两次，参加人员为生产运行部门班组长以上人员，岗位主操作工。在这个环节，工厂规范员工岗位安全作业标准，固化厂区与生产作业现场，并且在过程中通过问答的方式提升员工环保管理意识。

开展专项培训流程

普及环保法律法规知识

普及工厂设备设施运行现状及相关要求

专项培训环节

培训后，我们会针对参与员工进行试卷评估，并针对不足的地方进行巩固。员工从一开始对这类培训感到不“感冒”，到经过大家互相之间的磨合，现如今报名参加培训的员工越来越多，大家都对提高专业知识、了解工厂设施设备充满了激情。

雪花履责

环保培训

华润雪花重视对员工的环保意识的培养，改变员工思想以真正的让绿色生产、绿色工厂的理念深入人心。通过现场培训与专项培训的方式，我们在每季度开展多次环保培训，内容包括学习环保法律法规和节能减排培训、环境监测要求及监测方法、能源节约与生态环境保护指标填报系统培训等。2019 年 6 月华润雪花组织开展环境日、全国节能宣传周和全国低碳日等多个主题宣传教育活动。员工环保培训覆盖率达到 100%。

包装减量化

在废弃物管理方面，公司严格按照国家及地方污染物排放标准对废弃物进行达标处理，同时积极降低废弃物排放量。包装物减量化业已成为华润雪花推行可持续发展

案例

天津滨海工厂——举办多项环保培训活动

2019 年，滨海工厂开展了特殊的环保意识宣贯活动。工厂邀请员工家属进入工厂，参观车间及劳动防护设施，并对安全制度、企业安全理念进行宣贯。滨海工厂也成功开展了与各方汇报环保工作的活动，包括参加天津港保税园区的环境日主题活动，接待天津市发改委领导一行 40 多人检查指导

污水处理，接待天津市一中学生参观学习绿色工厂建设等。



滨海工厂员工废弃物分类培训

的重要一步。我们持续产品包装减量化和包装物回收使用政策，从源头上减少包装物使用，并提倡最大程度的重复使用。对于产品包装中使用的玻璃瓶，我们统一交

由经销商进行回收，经过高温杀菌、清洗后可重新利用。对于包装生产过程中产生的包装材料，如废纸箱、捆扎带、编织袋、废桶等各工厂进行回收利用。

绿色榜样， 荣获各方 肯定

污染物达标排放率 100%

设备设施达标率 97.3%

固体废物处置处理达标率 100%

企业守法行为达标率 100%

这些数字是安庆工厂探索绿色工厂建设这条道路的见证。

花人将安庆工厂打造成绿色名片的决心，大家暗暗下决心要更好的履行社会责任，也要更好的造福员工。

针对工厂 2019 年的绿色工厂建设成果，安徽区域公司对工厂进行环保专项评估 2 次，评估结果显示安庆工厂未发生环境污染事故、环境事件，环保管理达标率达到 99.58%。其中：

2019 年工厂迎来政府、其他企业和兄弟工厂组织的参观活动，在交叉互查或学习交流的过程中，工厂呈现给大家和谐的环境，大家对工厂给予很高的赞誉。这坚定了安庆雪

未来，华润雪花将书写更多先进工厂的故事，讲述绿色工厂的心路历程，分享绿色生产的心得，共同携手，共享进步，为绿色发展与和谐生活，演绎雪花人的精彩！



互相成就， 我与雪花共成长

8 体面工作和
经济增长



华润雪花坚持“以人为本”，致力于为企业的长期可持续发展提供充足的人才储备，为员工提供平等畅通的成长平台。雪花以服务员工为核心，构建畅通的内部沟通渠道，营造良好的工作环境，呵护员工职业健康与安全，平衡生活与工作，努力促进持久、包容和可持续经济增长。

每一个人都不简单，每一瓶酒才放光彩，华润雪花始终将员工视为最宝贵的财富，为每一名员工提供量身定制的培训课程，为员工打造事业家园，力求实现员工与华润雪花共同成长。2019年，以刘友松为代表的一批华润雪花优秀员工绽放光芒，获得了多项荣誉称号，华润雪花为员工创造的美好事业家园即成就了员工，也成就了今天华润雪花的硕果累累。

——为员工打造事业家园

雪花人的
荣光

2019 年 9 月 21 日，中央企业先进集体和劳动模范表彰大会在北京人民大会堂举行，华润雪花啤酒（四川）有限责任公司听装部刘友松班组等 12 个集体获得了“中央企业先进集体”称号。

刘友松班组的这一份荣誉，是班组全员精益求精、勇往直前、不断创新的“工匠精神”创造的光荣，也是华润雪花在各方面对员工的关怀、支持、帮助、指导收获的果实。



刘友松（右一）在人民大会堂领奖

雪花履责

员工构成

员工总数 28,401

男性员工 20,082

女性员工 8,319

29 岁以下员工 5,581

30-39 岁员工 12,580

40-49 岁员工 7,861

50 岁以上员工 2,379

员工
平均年龄



37.4

管理者
员工数（人）



3,317

女性管理者
员工数



539

男员工流失率

7.98

员工流失率

7%

女员工流失率

6.00

初识雪花

2007 年，刚从大学食品生物技术专业毕业的刘友松，将华润雪花选做了职业生涯的第一站。那一年，华润雪花凭借其雄厚实力背景带来的稳定的工作环境，及其市场化的机制带来的长远的发展空间吸引了一大批和刘友松一样的怀揣职业梦想的青年。

回想入职的契机，刘友松表示，华润雪花在当时展现出了与其它啤酒制造商不一样的超前理念，刘友松至今还记得招聘他的老员工告诉他“虽然你现在只是一个小小的技术工，但雪花已经为你制定了很明确的职业发展通道。”这给了当时



刘友松在工作一线

的他很大的信心，毅然选择了当时还只有老旧厂房华润雪花啤酒（四川）有限责任公司。果然，伴随着 2008 年华润雪花啤酒（四川）有限责任公司新厂的落成，刘友松的发展契机悄然而至。

成长助推剂

刘友松班组在华润雪花的不断成长离不开华润雪花多元化的培训机制。为帮助各条业务线的员工更快地适应自己的职业角色，华润雪花每年举办多场专业技术、管理体系、操作技能等专业知识培训。

2012 年，刚晋升班长一职的刘友松面对团队管理、决策工作也曾展现出迷茫和稚嫩，是四川区域班长培

训项目帮助刘友松快速渡过从普通技术工向班长的转变期。四川区域班长培训项目每年都会进行一次专业技能培训和管理培训，培训内容包括“5W 分析法”等许多刘友松之前从未接触过的管理理念和方法，帮助刘友松快速掌握了团队管理思路，对班长工作进行清晰的指导，明确每个时间节点、每段时间班长该做的工作及应该担起的责任。

“

华润雪花让我从一个大男孩变成了一个大男人，不仅是事业上的改变还有生活中的改变——从操作一台机台到现在的熟练操作整条生产线，再从操作人员成长为技术要求更加全面的维修人员。生活中我也收获了自己的家庭，这份工作让我自己和家人都感到了幸福

”

—刘友松班组成员
黄强

雪花履责

平等雇佣

华润雪花一贯采取有关防止童工或强制劳工的政策，并遵循对公司有重大影响的相关法律及规例。在招聘惯例措施中，我们严格执行《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》法规要求，明确禁止招聘雇用未满 18 岁人员。为了规范和完善用工制度体系，从招聘环节控制用工合规性及质量，华润雪花的招聘信息化系统已经上线，实现了从招聘、录用条件中限制使用童工行为，确保避免使用童工行为。另外，华润雪花严格执行《用工争议信息呈报管理制度》，对出现的劳动用工纠纷事件及时呈报，跟进改进措施，同时将典型案例收录用工案例集，并下发共享。

华润雪花严格执行国家及地方有关劳动用工和薪酬管理的法规政策，并持续推进、完善员工职业发展通道，推动员工专业能力的提升。2019 年，我们启动了薪酬福利体系优化项目，将员工岗位价值和职级体系结合起来，重新打造了兼具内部公平性与市场竞争性的薪酬管理体系。在减员增效的大背景下，系统对标消费品行业薪酬水平，全面提升中基层员工薪酬竞争力，助力员工吸引与保留。同时，华润雪花亦致力完善员工福利体系，统一集团旗下各业务单位员工的福利科目，并明确员工法定福利不低于国家及地方政府法律法规要求最低标准；提升基础保障，防范公司与员工基本风险。

在员工假期及工作时数等安排上，华润雪花严格遵守国家和地方的法律法规，确立假期管理规定，管理员工的不同假期安排及申请流程，如法定假期、年度休假及产假、工伤假、婚假、丧假、病事假等。同时，我们按照国家及地方劳动法实施工时管理，依据员工的岗位及实际工作时间支付相应的劳动报酬。这些政策不但能确保员工努力工作，亦保障他们应得的假期及权益，保持员工身心保持健康愉悦。

⁶GRI 102-41

民主管理⁶

华润雪花坚决维护员工合法权益，健全员工民主管理机制，强化内部沟通机制，致力于打造民主、和谐、平等、互动的员工平台。充分发挥工会及各部门的沟通协调作用，打造多种员工内部沟通途径，如员工满意度调查、区域经理沟通机制、员工考核申诉机制等，畅通公司管理者与基层员工的沟通交流渠道，广泛听取员工对公司经营管理、业务运作等各方面的意见和建议，了解员工诉求。为进一步加强民主管理，公司成立管理委员会，定期召开职工代表大会，倾听员工的需求，推动员工的主人翁地位，调动员工参与民主管理的积极性。2019 年，公司工会建会率为 100%，工会入会率为 90%。

培训与发展

华润雪花深知员工成长是推动业务发展的重要基石，始终采纳“人才强企”的发展战略，致力为员工提供多元的培训及发展机会。

在员工的职业发展方面，华润雪花持续优化人才晋升机制和阶梯，完善员工职业发展体系。集团从绩效、专业知识、专业技能等多个不同范围对员工进行评价考核，有效规划员工的晋升路径。2019 年，我们建设了 25 个序列的人才发展通道，并陆续开展了人才评定工作，有效激励了员工发展。同时在 4000 名内部讲师的基础上，遴选组建了公司“蒲公英”内训师团队共 106 人，分布在各区域，覆盖生产、销售、职能三大类别的培训，以提升公司培训的品质。

为了支持本集团的战略转型和有质量的业务发展，华润雪花举办了多层面的培训项目，包括区域总经理、营销中心总经理、销售大区总经理等 110 余人的“三级一把手”人才培养项目和面向销售管理、销财管理、营运管理中高层岗位 150 余人的“三个驱动轮”人才培养项目，以推动战略落地与执行；同时，针对关键岗位专业人

员，开展区域及营销人员中高层培训、产品创新工作坊及品牌训练营等项目，以强化相关人员职业技能及业务能力；更为一线业务员工和生产工厂班组长提供在线微课、线下专业技能培训，组织微课大赛，培养微课开发师，不断丰富员工学习资源与方式。其中，我们的「三级一把手」人才培养项目获得由中国人才发展社群主办的 CSTD (Chinese Society for Talent Development) 全国学习设计大赛金奖第一名、《雪花啤酒业务发展之道》系列微课获华润集团微课一等奖。华润雪花以“从业务中来、到业务中去”为人才培养理念，不断增强员工业务与管理能力，助力本集团“决战高端、质量发展”。

2019 年，华润雪花员工培训时长超过 555,000 小时，人均培训小时为 18.7 小时，全职员工培训覆盖率继续维持在 100%。

案例

北京区域举办第四期“践悟论坛”

为了提高北京区域公司中高层管理人员编制财务预算的能力，探索区域公司渠道二次改造的方式方法，推动全员学思践悟，北京区域于 2019 年 9 月 5 日举办了第四期“践悟论坛”，区域公司全体中高层参加了论坛。

本期论坛课程设置丰富，包括题为《华润雪花啤酒预算管理分享》的讲座，详细阐述了编制预算的目的和作用，华润雪花啤酒预算编制的内容和方法以及评价考核体系，及题为《星星之火，可以燎原——河北晋州市场渠道改造案例分享》及《江西景德镇东区渠道二次改造案例分享》的讲座，通过两个案例分享了渠道二次改造中的方法和成功经验，并结合本区域特点分析了渠道二次改造的方法。本次论坛为一线业务经理指明了今后努力的方向。

良师益友 伴成长

为增强基层岗位员工队伍培养，帮助新入职员工、新调岗员工及暂时不胜任岗位工作的员工尽快掌握工作所需知识和技能，华润雪花开发了独特的一对一培训方式——“师带徒”，在员工入职或转岗后，针对员工实际需要为其选择师傅，并匹配并签约成为一对师徒，进行师傅带徒培养，帮助员工尽快成长为能独当一面的合格员工。此外，华润雪花定期对师傅进行培训并对“师带徒”效果进行定制化考核，帮助

“师傅”及时跟进“徒弟”的成长进度，以便根据“徒弟”的实际情况做出针对性调整。

华润雪花独特的“师带徒”培养体系在四川区域开展得如火如荼，“师带徒”对刘友松的成长同样帮助颇多，让刘友松遇到了职业生涯和生活里的“良师益友”。刘友松的这位“良师益友”是他的党支部书记，听装部的一把手，四川省劳动模范代表，袁礼福。

刘友松表示，每一次与袁礼福的沟通都会让他收益颇丰，袁礼福丰富的工作操作经验让刘友松在职业技能的道路上飞快成长，而其丰富的生活阅历也让刘友松在为人处世、班组管理中学习到许多宝贵经验。



雪花履责

员工关爱

华润雪花致力打造关爱的工作环境，自2006年起成立“雪花救助金”，通过内部捐赠的形式，协助在生活或健康方面遇到困难员工及家庭。2019年，本集团为超过20名员工提供了帮助，以解员工燃眉之急。全年救助困难员工915人次、走访慰问困难员工家庭328户、资助困难

员工子女助学122人次、救助患病员工375人次，累计金额超过180万元。

2019年，华润雪花持续开展“高层走一线”活动，通过管理层深入走访基层一线员工，了解其需求，强化团队建设及深化员工关爱管理；于夏日生产期间，开展“送清凉”活

动，给一线员工送上冰饮防暑品，在节假日慰问生产、销售一线员工，并走访慰问困难员工；为了关注员工身心健康及预防职业病，各区域公司持续开展员工体检、健康培训等；定期组织各类拓展活动和员工俱乐部活动，平衡员工的工作与生活。

员工关爱图片集



上海区域“华润杯”篮球赛



江苏区域妇女节插花活动



山东区域举办员工篮球赛



晋陕区域举办红歌赛



浙江区域举办朗诵比赛



贵州区域庆祝三八妇女节

我为雪花

如今的刘友松经过在华润雪花 12 年的发展，已经成长成为一名能够独当一面的听装部线长。刘友松及其班组成员从 2012 年四川工厂新增 7.2 万罐 / 小时听装生产线开始，便踏上不惧挑战、不断挑战之路。全班人员在学习全新进口设备调整和安装上接收挑战，不断学习，通过词典、网络等路径对进口设备英文操作说明进行翻译，抓紧时间自行安装，节约了近 350 万元的安装费用；在半自动化操作向全自动化

设备操作上突破层层阻碍，不断探索，达到了“零安全事故、零质量事故的目标”；在班组转型升级和团队建设上积极创新，搭建具有吸引力、创造力和生产力的学习成长平台——“王国辉电仪工作室”，充分发扬电仪技术能手王国辉的“传帮带”作用，通过劳模工作室骨干成员的技术带头作用，真正培养属于基层一线的技能人才与创新人才；在效率提升、节能减排上狠下功夫，使班组产量由转变之初的

13 千升 / 小时提升至 22 千升 / 小时，始终坚持“预防为主，防治结合”原则，做到生产和环境保护同步发展。

刘友松将获得“中央企业先进集体”看作是一种荣誉，也是一种鞭策，他表示未来将紧跟“智能工厂”的脚步，迎接各种挑战，不断专研、学习，为诠释着雪花啤酒的“匠心营造”，不忘初心，勇往直前。

刘友松班组主要荣誉



刘友松班组获得中央企业先进集体称号



刘友松班组获得华润雪花啤酒（四川）有限责任公司优秀班组称号



听装部员工袁礼福获得四川省劳动模范称号



听装部员工袁礼福荣获华润集团优秀员工称号



听装部员工孟德银获得成都市劳动模范称号



刘友松班组共克难关

雪花履责

安全管理

安全生产是华润雪花实现可持续发展的基本保障。为保障员工健康和生产安全，我们不断完善已有的 EHS（环境、健康、安全）管理体系，推行“一家人、两档案、三监管、四色管理、五准入”的管理原则，健全安全生产管理体系，以期实现“零污染、零缺陷、零伤害、零事故”。

为完善安全管理体系，全方位保障安全生产，我们成立了安全委员会，负责主导安全管理及监督工作。我们深入开展《华润雪花啤酒岗位 EHS 责任制度》的落实工作，将安全责任覆盖全体员工和岗位、全部生产经营和管理过程，厘订各岗位的安全责任覆盖范围，并订立各职级的安全生产目标。各级 EHS 委员会定期召开会议，解决问题并安排部署工作。我们制定明确的安全生产责任制度，对生产运营各项操作进行规范化和制度化。此外，我们定期开展安全巡检，及时消除安全隐患和危害，针对紧急事件，制定安全事故应急预案。

华润雪花在日常生产和运营中积极推进安全文化建设，我们为新入职员工提供专项安全培训，为转岗、复岗员工提供安全再培训。结合安全月主题，与员工签订安全责任书、EHS 责任书，组织员工开展多项安全警示、科普及宣传教育活动，开展环保、安全、消防、职业病应急处置应急演练活动，并通过粘贴安全警示语等方式不断提升员工的安全意识，减少工伤、安全事故的发生。

2019 年，华润雪花 70 家工厂实现了零工伤事故。员工因工受伤人数亦逐年减少，其千人伤害率从二零一八年的千分之 0.57 下降至二零一九年的千分之 0.30。年内安全生产投入资金 7,122 万元，安全教育培训共计 38 万课时，安全教育员工覆盖率 100%，共组织安全应急演练超过 593 次，参与人数 16,000 人。

职业健康

华润雪花严格贯彻落实国家关于职业健康及工伤相关的法律法规，全力保障每一位员工的身体和心理健康。我们建立并不断完善在岗员工职业安全档案，追踪记录员工的身心健康动态，每年组织员工进行健康体检，并定期开展职业健康培训，为员工提供心理健康辅助，对职业病做到早预防、早发现、早治疗。华润雪花对厂区设施进行持续性升级改造，为潜在职业病员工提供劳保设备，不断提升工作环境和条件。与此同时，我们定期邀请第三方机构对公司进行职业病危害现状评价，针对评价结果及时作出调整和改造。

2019 年，华润雪花职业健康体检率达 100%，安全培训覆盖率 100%，工作场所职业病危害告知率和警示标识设置率达 100%。

四川区域开展“创建健康企业、共筑健康中国”员工健康宣讲活动

2019 年 4 月 28 至 4 月 30 日，四川区域绵阳工厂、四川工厂开展了为期 3 天的“创建健康企业、共筑健康中国”专项宣传活动。在活动启动会上，疾控中心的专家向大家讲解了《职业病防治法》的主要内容，并着重讲解了职业病的预防知识。本次职业病防治宣传活动，营造了良好的职业健康工作氛围，让员工进一步了解了职业病防治法的意义，提升了对职业病的防范意识，为今后的职业健康管理工作奠定了基础。

案例 海拉尔公司发挥科技优势，VR 助力安全生产

2019 年 6 月 16 日，华润雪花啤酒（海拉尔）有限公司（以下简称海拉尔公司）受邀参加了海拉尔区应急管理局组织的“防风险、除隐患、遏事故”第 18 个安全生产月现场咨询体验活动。当天，海拉尔公司在现场设立 VR 体验区，配置最新的 VR 体验系统。该系统由华润雪花啤酒黑吉区域公司领导开发，以雪花啤酒工厂为背景，涉及火灾应急逃生演练、氨制冷系统知识、氨应急演练、高处作业、动火作业等模拟体验的虚拟现实系统。

海拉尔公司利用虚拟现实技术打造沉浸式安全培训模式，改变了传统安全教育模式，让从业人员直观体验到事故应急处置带来的实操体验，为企业在新形势下的安全发展走出了一条创新之路。



协同发展， 赋能经销商

17 促进目标实现的
伙伴关系



华润雪花与各方达成合作关系，加大科研投入，与合作伙伴开展合作，助力合作伙伴成长 / 共同推动行业进步。

经销商是雪花最重要的伙伴，雪花开展 CDDS 经销商赋能培训，携手经销商进行渠道改造和精细化管理，共同助力行业进步。

——为合作伙伴提升价值



“

通过渠道‘二次改造’，形成快消品里面能力最强的渠道队伍，竞争力最强的分销渠道模式，效率最高、竞争性最强、最有控制性的、规范性的从厂家到终端的分销服务控制管理系统，现代化、互联网化、信息化更深结合的渠道改造。这一次渠道改造的目标比第一次还要更远大。

”

—华润雪花啤酒总经理
侯孝海

协同发展， 携手共创辉煌

经销商是华润雪花生态圈的重要参与者，华润雪花秉持协同发展、共创辉煌的理念，开展渠道“二次改造”，赋能经销商，改进经销商“坐商”的行为习惯，带动区域经济发展，共同酿造美好的未来。

雪花啤酒 CDDS 雏形最早诞生于 2014 年——侯孝海在雪花啤酒四川营销中心当年的总结会议上指出，业务增长的核心障碍点是两支队伍——经销商队伍和业务队伍。基于对以往渠道改造实践的总结，

CDDS 模型应运而生，针对渠道改造提出了建设性的方案。

随着行业竞争日趋激烈，华润雪花提出“二次改造”，希望能让经销商的销售能力再上一个台阶。雪花啤酒渠道“二次改造”要求抓住“三个牛鼻子”，一是实施市场的专营化、片区化、扁平化、专业化改造，二是经销商经营模式改造是核心，要不断规范，三是抓好经销商和业务员两支队伍的建设。

雪花履责

经济合同履行率 (%)



100%

因为社会责任不合规被中止合作的
供应商数量（参与人次）



50

因为社会责任不合规被否决
的潜在供应商数量（家）



1,251

供应商社会责任培训绩效
（覆盖供应商比例 %）



5

报告期内审查的供
应商数量（场次数）



5

责任采购比率 (%)



94

精细管理， 做强成都市场

以 CDDS 培训为切入点，四川营销中心开展经销商 CDDS2.0 培训，通过渠道改造、经营模式改造，旗帜鲜明地提出“做大做强经销商”。中心结合 CDDS2.0 的管理要求重新划分两支队伍职责，改革以往的销售费用使用方式，并在两年内三次调整管控方式和费用标准。通过强调“改变管控模式、明确管理职责、统一操作方式”，激发经销商开发和维护市场的积极性，助力业务员向管理型转变。两支队伍配合日益默契，带来成都市场和销售利润的大幅度提升。

雪花履责

品质采购

我们恪守诚信、透明及高效的采购理念，秉持公开公正的采购原则，建立健全的采购制度，完善供应链管理。华润雪花制定包括《质量延伸管理规定》在内的供应链管理制度，加强对原辅料、糖浆等材料的质量管控。

证人员必须签署“廉洁守则”。2019 年，华润雪花生产物资及非生物物资供货商数目约为 4,727 家，当中超过 99.73% 为中国本地供商。

2019 年，公司共对 1,251 名供应商进行审核，其中有 4 家供应商因社会责任不合规而被终止合作。同时，公司积极开展供应商社会责任培训，2019 年内共举办 5 次培训，共有 50 人次参加。

供应商准入

- 审核供应商食品安全资质，并将其作为参与投标、议价准入项
- 现场考察认证标准，将食品安全的资质及食品安全管理制度规范性作为准入项
- 新供应商筛选标准中，凡涉及食品安全的资质为否决项

审核评价

- 对供应商目录内供应商的食品安全资质进行年度审核
- 及时跟踪供应商目录内供应商食品安全资质有效期及更新情况

合作过程管理

- 及时淘汰合作过程中出现严重质量问题、食品安全隐患的供应商
- 将运输过程中的食品安全风险防范，责任写入合同 / 协议

因地制宜， 雪花倾囊相授



四川营销中心开展的 CDDS2.0 培训在形式上不拘一格，在内容上则丰富多彩。例如在 2 月 21 日，邹琼在餐饮大区对驻店品牌代表和部分大区业务员开展了“快闪”式的

培训，在工作间隙，高效快速地和大家传授如何有效维护客情关系的经验。4 月 16 日，餐饮大区李小东对两支队伍中经销商队伍中管理者如何提高业务技能和管理能力，

进行了培训。改善经销商的困境，帮助他们提高销售额是 CDDS 培训的宗旨。



四川区域开展 CDDS 培训活动

雪花履责

携手共赢

华润雪花鼓励开展第三方合作，在在与产业上下游交流的过程中，我们本着尊重和保护知识产权的原则，发挥核心优势，联合政府、企业、学校等相关方，建设示范工厂、推动行业进步、培养优秀行业人才，与众多伙伴

方携手建设合作共赢的生态系统。通过签订战略合作协议、建设共享实验基地、建设共享数据库、打造稳定的交流平台以及推动企业与供应商之间的互评机制等方式，与合作伙伴建立战略共享机制与平台。

案例

华侨大学学生参观泉州工厂

泉州工厂自 2015 年 5 月 12 日与华侨大学签订校企合作协议，充分发挥校企双方的优势，由华侨大学为企业培养更多高素质、高技能的应用型人才，同时雪花啤酒也为学生提供实习、实训、就业的机会。依照合作协议，双方共同建立实习、就业基地，继而开展雪花工厂参观、实习活动。该合作一方面提供华侨大学的学生实践机会，将课本知识与实践经历有机结合，另一方面保障了华润雪花能够持续性的吸纳优秀毕业生，打造人才梯队。

2019 年，华侨大学组织学生参观泉州工厂，详细观看了啤酒生产、包装流水线，获取了宝贵的经验。



华侨大学组织学生参观雪花工厂

案例

辽宁丹东工厂邀请各政府机关人员至雪花工厂参观

借丹东公司 50 周年厂庆之际，公司邀请各政府机关人员来我厂参观，并在沿途安排讲解人员，向他们介绍雪花啤酒严格把控的生产过程与生产管理。此活动向政府和市民展示了丹东工厂的生产和管理能力，同时聆听各方意见与建议，查漏补缺，共同推动丹东工厂进步。



各政府机关人员参观丹东工厂

风雨相伴， 普及精细化管理

参与培训的经销商皆对 CDDS2.0 培训进行了积极正面的反馈。成都华阳翔晨酒水商贸经营部经销商自 2001 年成为雪花啤酒公司一名经销商，十多年来一直与华润雪花啤酒风雨兼程。近几年在公司 CDDS 模式帮助指导下，翔晨的经营模式由原来大批发的粗放式转变成了渠道分销的模式，并依据餐饮、传统两条业务线建立了专职的业务队伍，在仓储、配送、终端客情、售后服务等方面按照公司要求不断改

善，提升了在快消品行业的软硬实力，不断做强做大。“雪花的经销商培训让我很受启发，应该更广泛的宣传使用这套经验，让全国的经销商都能学习这种销售模式，利民的事情要多做、做好、做深入了才行。”渠道改造激发了经销商在开发和维护市场的积极性，也普及了精细化管理的概念，让经销商不仅仅在业务能力上遥遥领先，也在企业管理能力上更进一层，成为能攻能守的综合性企业。

危机困难， 雪花排忧解难

嘉诚鑫酒业经营部也是华润雪花啤酒众多经销商中的一员。嘉诚自 2009 年加入雪花啤酒的大家庭，当时与竞品在市场争夺中进行得如火如荼，虽然逐渐占领了较大市场份额，但由于内部管理不到位，盈利并不丰厚，这一点长期以来困扰着嘉诚。嘉诚鑫是 CDDS 培训体系的老顾客了，2014 年便接受了 CDDS 培训，显著提高了销售能力及顾客粘性。而后嘉诚鑫在 2019 年接受了 CDDS2.0 培训，通过对

CDDS2.0 的坚决执行，改变原来的“坐商”模式。公司增加业务人员、车辆，走出舒适圈，向更多潜在客户进行推介，“敢说敢做”，为公司带来了更多客户，提升市场份额的同时提高了盈利水平。同时，CDDS2.0 培训倡导精细化管理，从进货开始，在产品销售的全生命周期中融入精细管理的理念，把控好每一个环节，极大地提升了企业的综合能力。



雪花履责

行业贡献

华润雪花积极参与行业交流，通过对话、研讨等方式加强行业内沟通，共建良好行业生态圈。我们在 2019 年应邀参加中国酒业协会啤酒分会主办的“2019 年中国大型啤酒集团市场发展环境座谈会”，与青岛啤酒、百威啤酒等业内优秀伙伴共同探讨啤酒行业的机遇与挑战。各企业在会议中承诺继续积极配

合和参与行业活动，履行社会责任，为推动啤酒行业健康持续发展做出贡献。此外，华润雪花参加工信部 GB 4544《啤酒瓶》国家标准报批公示稿的座谈讨论，提出了针对该标准的修改意见，并与其它参会单位讨论了该标准发布后的各项执行问题，推动该标准的完善和落实。

案例

华润雪花参加第十三届中国国际酒业博览会

第十三届中国国际酒业博览会（以下简称“酒博会”）开启后，以“举杯中国 品味世界”为主题，为参展企业搭建了一个交流、合作、共赢的高端平台，吸引了世界各地知名酒类品牌的踊跃参与。

华润雪花啤酒携旗下四支核心产品——勇闯天涯 superX、匠心营造、雪花纯生和雪花脸谱参加了此次盛宴，向世界展示旗下产品的魅力风采。通过打造酒吧式的体验

场景，以“SCLUB”为核心元素，华润雪花展区将产品体验、互动娱乐等体验形式有机地融合在一起，吸引了众多消费者前来观赏。华润雪花十分看重年轻消费者的市场，为他们打造了包括 superX 在内的系列。

本次酒博会，华润雪花很好的向业内同行分享了如何贴合年轻消费群体的喜好、把握消费升级所带来的良机的经验，帮助行业更好的把握住市场。



第十三届酒博会华润雪花“SCLUB”展区



竭诚抗疫，保卫美好生活

8 体面工作和
经济增长



华润雪花积极推动当地经济发展，采用本地化雇佣政策，为居民提供良好的就业机会。

11 可持续
城市和社区



华润雪花与政府及当地社区密切合作，主动参与居民生活管理，助力当地社区的基础设施的提升。

1 无贫穷



华润雪花致力于改善运营地的贫困问题，深入落实精准扶贫以减少当地贫困人口，与社区共同繁荣。

3 良好
健康与福祉



华润雪花关注公众健康，开展公众教育和消费者倡导，组织员工志愿者参与营养健康公益活动，引导健康生活新风尚。

和谐温暖的社区生活与欣欣向荣的经济生活孕育滋养了雪花的壮大，造就了华润雪花积极参社区、回馈社会的基因。一直以来，华润雪花以国企担当融入每一片踏足的土地，在机遇面前，与利益相关方融筑共识，携手发展，满足人们对美好生活的需求；在危难困顿之际，以雪花之力赋能伙伴，播撒信心，坚强保卫美好生活的希望。

——激发和满足人们对美好生活的需求

心系武汉，共抗疫情

华润雪花一直致力于企业社会责任的实践，担当国企责任。针对此次突发的疫情事件，华润雪花过其驻鄂机构持续了解武汉一线疫情防护，着力落实捐款事宜，并积极与各方沟通，力争为这场防疫攻坚战贡献自己的力量：

华润雪花坚信，有各级政府领导，有医疗前线勇敢无畏的医务工作者，有社会各界的关心与人道支援，

大“疫”当前，国民齐心协力的投身到这场抗“疫”中，其中有诸多的医护人员献出了自己年轻的生命，他们虽死犹生。作为中国人，我们清楚地明白：不仅要取得战“疫”的大胜利，更要取得经济保卫战的大胜利。华润雪花也深知这一点。因此，华润雪花在做好战“疫”工作的同时，兼顾安全生产，克服困难顺利复工，为 2020 年开启了新的篇章。

除公司捐赠 1500 万元善款之外，雪花各区域公司、工厂、营销中心共 33 家单位参与捐赠，共捐赠口罩 61,700 片，手套 11,750 片，消毒液 6,000 千克，5,000 件女士用品，51 个帐篷，以及矿泉水、方便面等紧缺物资，为一线解决燃煤之急。

众志成城，我们势必打赢这场疫情防控阻击战。但华润雪花清楚地明白，不仅要取得战“疫”的大胜利，

抗击新型冠状病毒疫情，全国万众同心。2020 年 2 月 1 日，华润雪花向武汉市和武汉市东西湖区政府相关慈善机构捐赠 1500 万元，用于采购口罩、消毒液、护目镜、呼吸机等疫情应急物资，帮助医护人员更加安全地救治病患。



安徽区域公司蚌埠工厂抗疫慈善公益捐赠

更要兼顾安全生产。顺利复工成为雪花面临的首要挑战。



华润雪花驰援武汉海报

雪花履责

地方共建

参与企地共建，落实精准扶贫、支持民生工程是华润雪花理应承担的央企重任，也是雪花融入当地社区、实现协同发展的重要手段。2019 年，华润雪花首次发布社会责任管理制度，明确将社区作为核心利益相关方开展社会责任管理。

长期以来华润雪花围绕加强基层组织建设、发展壮大村庄集体经济、增加农民收入、改善基础设施条件、完善基层治理机制、培育乡风文明六项帮扶任务，切实推进精准扶贫工作。2019 年，华润雪花主动融入脱贫攻坚大局，各公司积极开展对口帮扶，以资金、项目、技术、人才精准对接帮扶地区发展需求，如黑吉区域公司捐资六万余元共资助 12 名困难大学生，让贫困家庭的应届大学生不因学费而辍学、弃学，辽宁区域公司帮助解决三头村基础设施落后、农民行路难、求学难、就医难、吃水难、居住难等问题。2019 年，华润雪花落实多个精准扶贫项目，共投入扶贫专项资金约 108.90 万元，以输血带动造血，激发村庄脱贫的内生动力和内部活力，助力脱贫攻坚。

华润雪花致力于与社区共建美好家园。我们不断加强政府、社区居民深入沟通，通过改善水质、社区慰问、消防演习、基础设施建设、开展文艺晚会等多种方式，满足周边居民的生活环境与精神文化需求。2019 年，甘青藏区域公司为了改善驻村援建地洛隆县马利镇夏玉村村民的生活环境，投资 18.6 万元拟建“康养中心”，方便村民理发、洗澡，提升当地居民生活质量。通过此类深度参与地方建设，华润雪实现与周边社区和谐相处，为企业长期稳定发展提供了坚实保障，同时为帮扶地区经济发展和社会和谐稳定作出了应有的贡献。

贵州区域公司落实精

案例

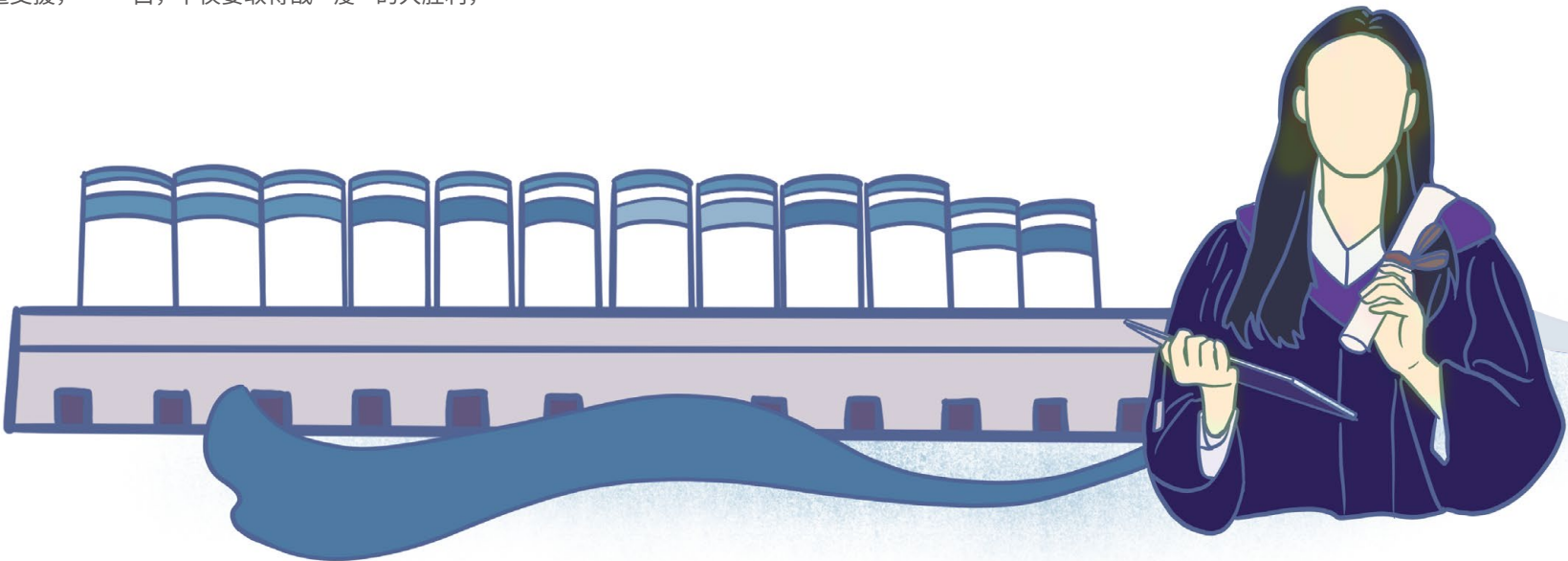
准扶贫，并开展爱心助学和扶困赈灾

2019 年 1 月 26 日，华润雪花贵州区域公司开展“企村连心·新春送温暖”活动，到定点帮扶贫困村——龙里县湾滩河镇营盘村进行春节慰问，向 139 户建档立卡贫困户送去大米和食用油，送去新春的问候和祝福。2019 年 2 月 18 日，贵州区域公司响应当地政府倡议，向黔东南州财政局脱贫攻坚项目捐赠 10,000 元扶贫款，向花桥村捐赠扶贫款 15,000 元，用于黔东南州精准扶贫。



“企村连心·新春送温暖”捐赠活动

除精准扶贫外，华润雪花贵州区域公司积极开展捐资助学，向剑河县寨章村捐赠 10 万元助学物资，帮助贫困儿童获得学习用品和书籍。在了解到对接帮扶的湾水镇江口村，学生上学路面有潜在安全隐患，便向湾水镇财政局捐赠 20,000 元扶贫款，用于路面硬化，保障学生安全。在高坪街道“6.22”洪灾中，华润雪花贵州区域公司积极募捐，为当地居民妥善安置、尽快恢复重建作出贡献。



战“疫”复工路上，360 度预防与宣传

华润雪花有序复工复产，同时，全国各区域生产、销售顺利，无异常情况出现，为稳定经济社会大局提供了强有力的支撑。

随着返岗员工越来越多，确保员工

生命安全和身体健康成为华润雪花当前的头等大事。在防疫物资紧张的形势下，公司克服重重困难，为大家提前准备了口罩、消毒液等各类防护物资，每日进行及时的物资分发及补充供应。



甘青藏区域公司



贵州遵义工厂



山东烟台工厂



江苏泰州工厂



晋陕区域公司



河南驻马店工厂

为提高员工的防疫意识，华润雪花进行了 360 度全面防控宣传，设置专版

专栏、厂区横幅、食堂横幅、LED 等防疫宣传，在各大工厂随处可见。



辽宁沈阳工厂



四川西昌工厂



四川内江工厂



四川遂宁工厂



辽宁鞍山工厂



河南商丘工厂

对于厂区、办公区域、仓库、操作间、厕所等所有区域，华润雪花均安排专人进行严格的消毒和通风管理等防控。同时，对废弃口罩等医用物质也进行了分类处理，从而防止交叉感染。对于每日进出办公区人员，都会进行体温测量，并在员工区前

台处配备了紫外线消毒仪，建立“一人一档”的“花名册”，时刻关注员工身体健康。



安徽六安工厂



浙江宁波工厂



广东东莞工厂



贵州黔东南工厂



河南郑州工厂



黑龙江依兰工厂



江苏常州工厂



晋陕运城工厂



福建区域公司

在员工食堂，采取硬核防控措施，定时消毒，就餐人员错峰吃饭，餐桌间隔 1.5 米，打饭间隔一米，各工厂也根据自身的实际条件，手工打造“格子间”、“雪花牌”餐桌，最大限度的保障员工用餐安全。



此外，华润雪花施行错峰上下班、弹性工作制及分餐制度；减少人员聚集型会议、使用线上会议系统，保证办公间距在安全距离之上，保障大家彻底远离病毒，隔绝传染源。

雪花履责

带动就业

作为业务遍布全国的生产型企业，华润雪花奉行本地化用工政策，为各运营点贡献就业支持、带动当地经济增长，同时通过本地化员工更紧密地触及业务运营点的社区，为雪花增添新的活力。2019 年度，华润雪花本地化雇佣率达 95% 以上。

华润雪花积极与政府沟通，签署战略合作建立、扩大工厂和基地，以吸纳本地员工以及返乡就业人员，并为其搭建职业培训平台，提供培训计划。2019 年 6 月 1 日安徽区域公司蚌埠工厂搬迁项目组正式成立，计划投资 16 亿元建成年产 80 万 KL 现代化啤酒厂，预计将给当地经济和就业带来较大贡献。

华润雪花将投资约 100 亿元在深圳建总部大厦及精酿啤酒厂

2019 年 12 月 18 日，在 2019 深圳全球招商大会上，深圳市宝安区与华润雪花签订合作框架协议，由华润雪花投资约 100 亿元在深圳市宝安区建设华润雪花总部基地项目。



2019 深圳全球招商大会现场

甘青藏区域公司获当地政府就业创业补贴带动本地就业发展

长期以来雪花积极与政府合作，搭建职业培训平台，为本地员工提供培训计划。2019 年 12 月 7 日，昌都市人力资源和社会保障局为甘青藏区域公司昌都工厂奖励就业创业补贴资金 52142.86 元，希望雪花继续做好本地员工技能培训、转岗安置，保障当地居民稳定就业工作。



甘青藏区域公司昌都工厂获得就业创业补贴资金

2018 年，华润雪花占全国啤酒市场占有率近三成。进入宝安区后，或将成为宝安区的啤酒“特产”。根据协议，深圳市宝安区与华润雪花将开展全面战略合作。华润雪花将积极发挥在啤酒行业及相关产业链上下游等领域的优势，整合优势业务、优势资源，在宝安建设华润雪花总部大厦、研发中心、精酿工厂、啤酒文化小镇等项目建设，助力宝安产业转型升级，积极参与到“湾区核心、智创高地、共享家园”的建设当中。另一方面，深圳市宝安区将积极发挥区位优势、市场等方面优势，携手华润雪花共同打造企业与城市发展的典范项目。

战“疫”复工路上，雪花人在行动

疫情期间，华润雪花全体员工上下一心，众志成城，为抗击疫情贡献自己的力量。在雪花这个大家庭，每一天都发生着感人的战“疫”故事。

“宅在家里坚决不出门”是我们与病毒隔离的最佳方式。但是，对于制造部动力班组、发酵班组的工作人员来说，“宅”却是一种无法实现的奢望。在这个非常时期，是他们的逆向而行，团结一致，坚守岗位，才确保了公司的节后安全稳定生产。



铁岭公司疫情防控纪实

盘锦公司行政管理部副经理李作营，在疫情面前，他始终冲锋在一线。从大年初二至今，他主动放弃休假，第一个自告奋勇的担当了公司疫情防控先锋，为保障员工在岗安全生产，顺利复工贡献了一份力量。



李作营为办公室消毒

疫情当前，可谓“一罩难求”。吉林工厂总经理魏洪仁在了解到疫情防控状况及员工的真正困难后，开展了为急需口罩的员工和家属送温暖活动——为员工及家属发放口罩。一个口罩体现的却是来自雪花这个大家庭沉甸甸的爱，这也让这个冬天不再寒冷，疫情不再可怕，为员工正式复工消除了心理上的负担。



为员工家属发放口罩

湖北作为此次疫情的重灾区，也有很多员工积极投入到防疫与保生产应战中。武汉工厂酿造部员工肖军在放假期间通勤车暂停，公交车不能通行的情况下，用自己的私家车准时准点接送值守人员上下班，为保障工厂酿造工序正常运行。

湖北营销中心 KA 业务部助理经理石洁，在得知武汉工厂缺消毒液后，以个人名义向武汉工厂捐赠 675 公斤 6% 浓度双氧水用于日常消毒，其后又通过湖北营销中心人力资源部向湖北营销员工所在社区捐献 1000 公斤 6% 浓度双氧水。

不同的岗位，不同的个体，他们的故事或有所不同，但大家的出发点却是一致的——战“疫”路上，雪花人一直在行动，我们为复工做足了准备。

雪花履责

慈善公益

华润雪花时刻不忘自己的社会公民身份，踊跃投身公益慈善事业，真诚服务社会弱势群体，多年来热心于公益事业的发展，2019 年捐赠慈善公益捐赠总额为 127.9 万元。我们不断创新公益模式，搭建战略化公益平台，制定《慈善公益活动实施细则》对公益项目进行统筹管理。多年来，华润雪花开展的多项公益活动，涵盖了赈灾济困、扶助贫困、促进教育、保护环境等多个领域，并获得了社会公众广泛关注，产生良好的反响。此外，华润雪花亦将公司员工视为推动公益事业发展的力量，鼓励员工参与志愿活动。2019 年，华润雪花员工参与志愿活动共计 207 人次，在工作之余为社会贡献，用爱心和温暖持续回馈社会，与社会共享发展成果。

案例

广东区域公司开展“携手共圆中国梦 阳光助残雪花行”活动

在第 29 个法定“全国助残日”来临之际，华润雪花广东区域公司及深圳工厂联合兴东社区开展“携手共圆中国梦 阳光助残雪花行”为主题的“全国助残日”活动。



广东区域公司走进特殊教育学校为小朋友送祝福

5 月 16 日上午，兴东社区、广东区域公司及深圳工厂志愿者组成雪花爱心慰问队，一行三十余人走进宝安区特殊教育学校，为特殊学校的孩子们送去了牛奶、图书及玩具等爱心礼物，并与孩子进行了温情互动，和孩子们唱歌、画画……献上了节日的关怀和祝福，和满满的爱心、温暖、关怀和希望。

战“疫”复工路上，雪花与你同行

在疫情防控关键时期，华润雪花始终坚信挑战与机遇并存，坚持以消费者为中心，快速转换思路，创新市场营销方式，推动公司整体尽快摆脱疫情带来的不利影响。

为保证消费者居家的购买需求，疫情期间，华润雪花特别推出“无接触配送”服务。配送过程中，配送小哥都会佩戴口罩、每日三测体温，每单配送前都经过酒精消毒，为消费者们的安全保驾护航。



华润雪花推出无接触配送

营销团队也以《给雪花经销商合作伙伴的一封信》的形式，提醒经销商提高自我防护意识、降低传染风险，鼓励大家携手并肩、共克时艰。

战“疫”和安全生产是华润雪花的头等大事。华润雪花正是用实际行动在践行自身的责任和义务，用实实在在的付出，为国家的经济保卫战尽心尽力。相信这样有担当的华润雪花定能实现战“疫”和安全生产的大胜利。

“

华润雪花始终是值得信赖的商业伙伴。我们的经营理念主张“客户为先”，营销发展新理念中更旗帜鲜明地提出“做大做强经销商”。在每一次市场遇到困难时，我们都与经销商肩并肩，共克时艰，做经销商朋友的坚强后盾：2003 年的 SARS 疫情、2008 年的汶川地震、2013 年雅安芦山地震、2017 年的九寨沟地震、2019 年的宜宾地震等，不断谱写着雪花与经销商携手并进的美好篇章……我们坚信，疫情一定会很快过去，美好的 2020 还在等待我们去创造！希望经销商朋友和我们一起：坚定信心，紧盯年度目标不放松，迎难而上，探索创新强高端，多措并举抓增长，胜利一定属于我们！

”

——《给雪花经销商合作伙伴的一封信》

雪花履责

案例 魅力太马，雪花助阵

2019 年 9 月 8 日，太原国际马拉松赛迎来全世界上万名选手参加马拉松比赛。晋陕区域公司借助华润雪花品牌，发放赛事礼包，给予广大市民及跑友马拉松能量补给。本次马拉松现场设立了“勇闯天涯 superX”补给点，邀请市民及跑友参与啤酒罐订制雕刻、花式拍照框等丰富的互动游戏，并于赛道终点设立品牌展区进行街舞演出、滑板表演，迎合活力四射的马拉松赛事，带来轻松愉悦的精神文明体验。



社会责任管理

责任文化

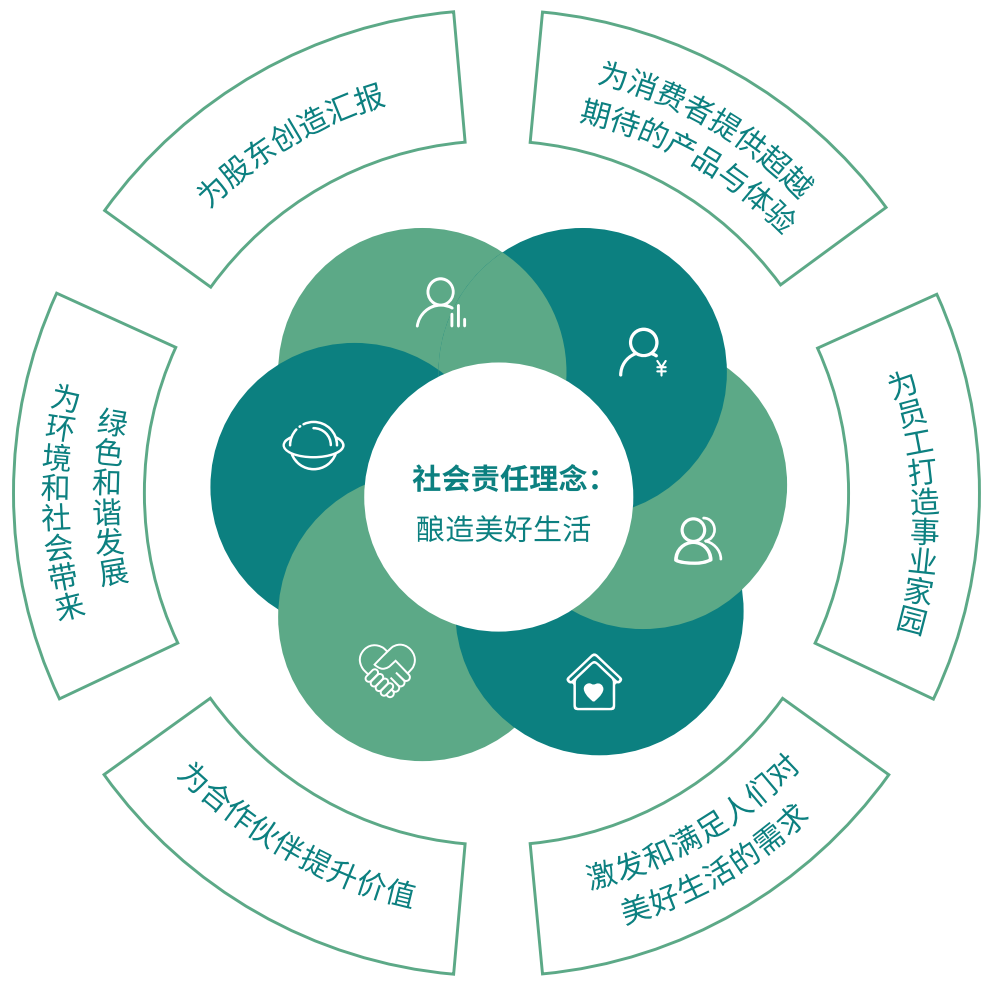
华润雪花啤酒作为中国最大的啤酒企业，始终以树立行业履责标杆、回馈社会作为企业应尽的职责和义务。自 2019 年起，华润雪花啤酒逐渐形成以联合国可持续发展目标

为引领、以“酿造美好生活”为核心的社会责任理念，以责任文化建设为企业的稳健持续发展提供有力支撑，使社会责任理念切实融入企业运营全过程。

责任理念及内涵

华润雪花啤酒以“酿造美好生活”为社会责任理念，全面构建了“为股东创造回报、为消费者提供超越期待的产品与体验、为环境和社会带来

带来绿色和谐发展、为员工打造事业家园、为合作伙伴提升价值、激发和满足人们对美好生活的需求”六大履责维度。



利益相关方沟通

华润雪花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⁷，包括股东、消费者、员工、供应商、经销商、合作伙伴、环境和社会。



利益相关方群体列表⁸

利益相关方参与方针⁹

在日常运营过程，我们充分了解利益相关方诉求，不断完善沟通与反馈方式，努力，传递“匠心营造”精神，并制订了各利益相关方参与方针，据此有针对性的进行沟通与回应。

 为股东	全面落实市场战略，提升雪花啤酒的美誉度，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汇报。
 为消费者	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。
 为员工	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。
 为供应商	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。
 为经销商	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，增强华润雪花啤酒的竞争力。
 为合作伙伴	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。
 为环境	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。
 为社会	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。

⁷ GRI 102-42，识别和遴选利益相关方的依据

⁸ GRI 102-40

⁹ GRI 102-43

实质性议题判定¹⁰

我们基于利益相关方的需求，结合企业发展宏观背景，公司战略和经营重点，公司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，分析社会责任报告相关议题，初步选择相关的实质性议题。

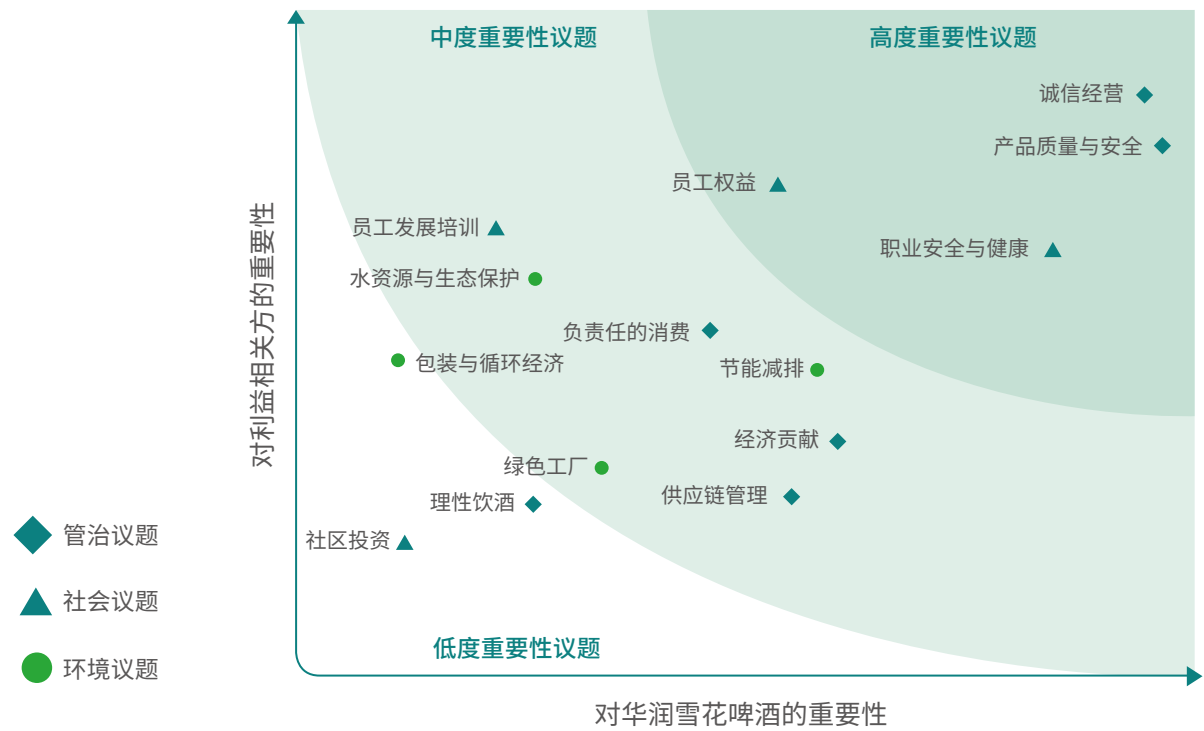


我们使用不记名的在线问卷调研方式对筛选出的议题进行优先级排序，了解内外部利益相关方对社会

责任议题的重视程度。报告期内，我们共收到 1036 份有效问卷调查结果，经过对问卷调查数据分析计

算，最终确定议题披露程度和边界，绘制出华润雪花啤酒社会责任实质性议题分析矩阵。

重大性议题矩阵及列表¹¹



与以往报告期相比，实质性议题列表和议题边界的并无重大实质性变化¹²。

¹⁰ GRI 102-46
¹¹ GRI 102-44, GRI 102-47
¹² GRI 102-49

责任治理

公司于 2019 年 9 月颁布并下发《华润雪花啤酒社会责任工作管理办法》（以下简称“管理办法”），以不断规范对社会责任的管理要求，推动社会实践。

《管理办法》中，公司对社会责

任定义、工作原则、组织结构及对应职责、绩效管理、社会责任报告编制与传播、检查评估和考核等内容进行了明确的规范。明确提出建立华润雪花啤酒社会责任绩效管理体系，要求总部各中心 / 部门及各区域公司围绕社会责任践行重点领

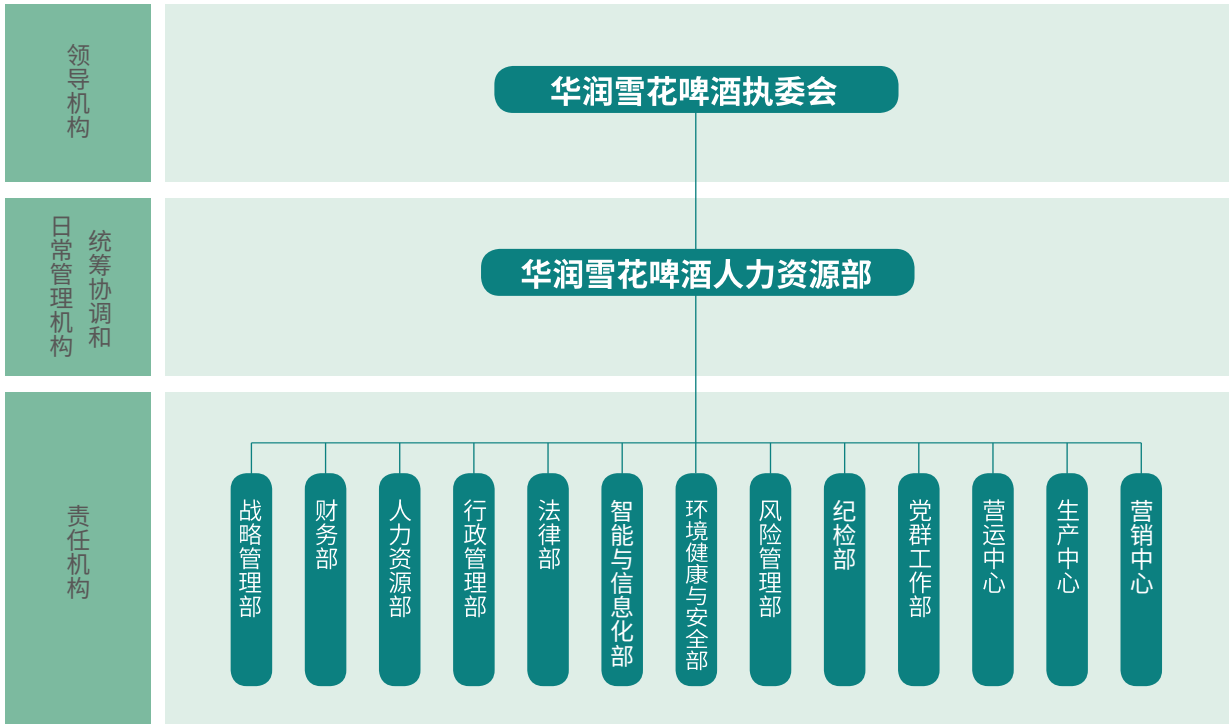
域组织开展社会责任实践项目，并通过计划、实施、评估、改进闭环管理模式不断提升社会责任实践水平。公司亦将每年组织开展社会责任相关奖项评选以不断提升公司内部践行社会责任的积极性，构造积极良好的社会责任文化氛围。

社会责任组织体系

为巩固对华润雪花啤酒社会责任工作的管理，有效推动公司社会责任工作的落实，公司在《管理办法》中明确了由华润雪花啤酒执委会、人力资源部及其他责任部门为核心的三级社会责任管理体系，分别负责公司的社会责任工作的战略规划

决策、统筹协调和日常管理、履责推进落实。此外各区域公司及所属各单位亦作为重要履责机构，承接公司社会责任规划计划，推动责任融合，并接受公司社会责任工作的指导和考核

评价。各区域公司亦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整体运营过程中。



责任沟通¹³

为利益相关方创造最大价值，与利益相关方共同成长，是华润雪花啤酒不懈努力的方向。我们不断完善沟通反馈机制，努力打造多元的、畅通的沟通平台，传递“匠心营造”的精神，与利益相关方开启“崭新生活”。

利益相关方	需求与期望	沟通方式	沟通回应方式
 股东与投资者	- 投资回报 - 控制风险 - 了解公司经营情况	- 股东年会 - 公司报告	- 保障股东权利 - 提升经营效益 - 及时披露信息
 消费者	- 高品质产品 - 贴心服务与体验 - 意见与投诉处理	- 消费者走访 - 满意度调查	- 品牌塑造 - 需求调查 “第一酿造”
 员工	- 机会平等 - 职业发展 - 健康与安全 - 人文关怀	- 职工代表大会 - 各阶层岗位培训 - 员工座谈会 - 公众微信平台 - 公司内刊《华润啤酒》	- 权益保障 - 民主沟通 - 教育培训 - 文化渗透
 合作伙伴 (包括供应商、经销商及其他合作伙伴)	- 信守承诺 - 经验分享 - 平等互利共赢	- 年度大会 - 高层互访 - 满意度调查	- 搭建互动平台 - 开展项目合作 - 技术、资金支持
 环境	- 生态文明 - 节约资源 - 节能减排 - 应对气候变化	- 重大会议 - 政策宣传	- 产业升级 - 绿色施工 - 绿色设计 - 绿色办公
 社会	- 社区帮扶 - 社会共建	- 网站、宣传片 - 组织活动 - 公众微信平台	社区公益

责任能力

为利益相关方创造最大价值，与利益相关方共同成长，是华润雪花啤酒不懈努力的方向。我们以联合国可持续发展目标（Sustainable Development Goals）作为履行社会责任的方向引领，严格遵守国资委《关于中央企业履行社会责任的

指导意见》和《中央企业“十三五”和谐发展战略实施纲要》以及《华润集团社会责任管理办法》、《华润企业公民建设指引》和《华润雪花啤酒社会责任工作管理办法》的相关要求，努力实现对股东、消费者、员工、合作伙伴、环境、社

会等利益相关方的责任。我们高度重视员工社会责任培训工作，针对领导层、管理层、员工曾分别制定专项的社会责任培训方案，提高全员社会责任意识。

¹³ GRI 102-44

2016-2019 年关键绩效指标

	2016	2017	2018	2019
经济责任				
资产总额 (亿元)	-	407	402	430
负债率	-	52	49	50
所有者权益 (亿元)	-	196	206	217
营业收入 (亿元)	-	297	319	332
利润总额 (亿元)	-	20	17	24
净利润 (亿元)	-	14	11	15
归属母公司所有者的净利润 (亿元)	-	13	11	15
净资产收益率 (亿元)	-	7	6	7
总销量 (万千升)	-	1,182	1,128	1,143
中高档销量 (万千升)	-	458	482	524
社会责任				
纳税总额(亿人民币)		68	63	56
慈善公益捐赠支出 (万人民币)	274	197	48.8	127.9
员工权益保护				
员工总数 (人)	50,073	45,605	38,188	28,401
新增就业人数 (人)	7,126	4,882	3,746	1,609
劳动合同签订率 (%)	100	100	100	100
社会保险覆盖率 (%)	100	100	100	100
女性管理者比例 (%)	15.1	17.7	17.4	16.25
残疾人雇佣人数 (人)	220	208	178	100
人均带薪休假天数 (天)	6.8	7.2	8.2	7.7
员工培训覆盖率 (%)	100	100	100	100
人均培训投入 (元人民币)	204	166	181	319
人均培训时间 (小时)	17	18	18.5	18.7
职业病发生次数 (人)	0	0	0	0
体检覆盖率 (%)	100	100	100	100
职业卫生检查	307	320	290	278
职业健康培训 (人次)	17,200	16,970	14,500	12,000
工会入会率 (%) ¹⁴	70	90	90	90
客户责任				
收到产品及服务投诉数量 (起)		31,214	31,207	45,598
客户投诉反馈处理解决率 (%)	99.98	99.6	100	100
客户投诉回访率 (%)	-	70	77.8	77.73

¹⁴GRI 102-41

	2016	2017	2018	2019
客户责任				
国内商标 (个)	-	2,166	3,109	2,794
国内专利数 (个)	-	41	100	56
技术开发投入 (万人民币)	39,800	40,750.2	41,200	58,400
安全生产				
工伤事故发生数 (次)	35	21	11	8
安全生产投入 (万人民币)	5,529	3,760.3	7,615.78	7,122
安全检查 (次数)	5,537	6,100	6,210	4,300
安全应急演练数 (次数)	570	552	577	593
安全培训覆盖率 (%)	100	100	100	100
员工安全培训人次 (人次)	191,551	135,146	133,913	95,900
相关方安全培训人次 (人次)	38,688	32,568	49,300	62,000
员工食品安全培训 (次数)		1,170	2,060	1,165
员工食品安全培训 (人次)		39,120	89,058	60,818
食品安全生产关键控制点 (个数)		530	530	530
面向公众开放的工厂数 (个)			5	16
环境责任				
责任采购比率 (%)	92	92	93	94
环保 / 节能减排技术改造总投入 (万人民币)	11,965	8,724.5	9,568	2,900
天然气使用量 (万立方米)	7,852.15	8,248.22	7,894.15	7,489.46
沼气回收利用 (万立方米)	未完全统计, 约 70	175.21	387.53	644.81
废水排放量 (万吨)	2,672.59	2,336.53	2,006.91	2008
COD 排放量 (吨)		1,313	1,229.99	1,088.25
年度新鲜水用水量 (立方米 / 元)	38,781,122.65	35,038,665.13	31,447,517.8	31,991,706.5
单位工业增加值新鲜水耗 (现价) (立方米 / 元)	0.002231	0.002037	0.001766	0.001990
制成品所用包装材料的总量 (以吨计算) 及 (如适用) 每单位占量	不涉及	不涉及	不涉及	不涉及

全球报告倡议组织 GRI 内容索引¹⁵



GRI 标准	披露	描述	页码或说明	
GRI101：基础 2016				
一般披露				
GRI102： 一般披露 2016	组织概况	102-1	组织名称	1
		102-2	活动、品牌、产品和服务	7-10
		102-3	总部位置	7
		102-4	经营位置	8
		102-5	所有权与法律形式	7
		102-6	服务的市场	8
		102-7	组织规模	7、18
		102-8	关于员工和其他工作者的信息	45
		102-9	供应链	56
		102-10	组织及其供应链的重大变化	56
	战略	102-11	预警原则或方针	24
		102-12	外部倡议	1
		102-13	协会成员资格	60
		102-14	高级决策者的声明	5-6
		102-15	关键影响、风险和机遇	5-6
	道德和诚信	102-16	价值观、原则、标准和行为规范	9、24
		102-17	关于道德的建议和关切问题的机制	24
	管治	102-18	治理架构	24、74
		102-21	咨询利益相关方经济、环境及社会议题	71-75
		102-29	经济、环境和社会影响的识别和管理	71-75
		利益相关方参与	102-40	利益相关方群体列表
102-41			集体谈判协议	48
102-42			识别和遴选利益相关方	72
102-43			利益相关方参与方针	72
102-44			提出的主要议题和关切问题	73
102-45			合并财务报表中所涵盖的实体	2、79
102-46			界定报告内容和议题边界	73
报告实践	102-47	实质性议题列表	73	
	102-48	信息重述	2	
	102-49	报告变化	73	
	102-50	报告期	1-2	
	102-51	最近报告的日期	1	
	102-52	报告的周期	1	
	102-53	有关本报告问题的联系人信息	1	
	102-54	符合 GRI 标准进行报告的声明	2	
	102-55	GRI 内容索引	77-78	
	102-56	外部鉴证	1	
议题	页码或说明			
特定主题揭露				
经济绩效	GRI103：管理方法 2016	103-1	对实质性议题及其边界的说明	18、58
		103-2	管理方法及其组成部分	20、22、58
		103-3	管理方法的评估	20、22、58、76
	GRI201：经济绩效 2016	201-1	产生和分配的直接经济价值	20、22、58、76
间接经济 冲击	GRI103：管理方法 2016	201-2	气候变化所产生的财务影响及其他风险与机会	40
		103-1	对实质性议题及其边界的说明	63-70
		103-2	管理方法及其组成部分	63-70
	GRI203：间接经济冲击 2016	103-3	管理方法的评估	63-70
		203-1	基础设施的投资与支援服务	63-70
203-2		显著的间接经济影响	63-70	
反贪腐	GRI103：管理方法 2016	103-1	对实质性议题及其边界的说明	24
		103-2	管理方法及其组成部分	24
		103-3	管理方法的评估	24
	GRI205：反贪腐 2016	205-2	反腐败政策和程序的沟通及训练	24
物料	GRI103：管理方法 2016	103-1	对实质性议题及其边界的说明	20、40
		103-2	管理方法及其组成部分	20、40
		103-3	管理方法的评估	20、40
	GRI301：物料 2016	301-3	回收产品及其包材	39、40、42
能源	GRI103：管理方法 2016	103-1	对实质性议题及其边界的说明	38、40
		103-2	管理方法及其组成部分	38、40
		103-3	管理方法的评估	38、40
		302-4	减少能源消耗量	35-40、76
	GRI302：能源 2016	302-5	降低产品和服务的能源需求	40

GRI 标准	GRI 标准	披露	页码或说明
特定主题揭露			
水	GRI103：管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	38、40
		103-2 管理方法及其组成部分	38、40
		103-3 管理方法的评估	38、40、76
	GRI303：水 2016	303-3 水资源的回收再利用	38、40
排放	GRI103：管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	38、40
		103-2 管理方法及其组成部分	38、40
		103-3 管理方法的评估	36、38、40、76
	GRI305：排放 2016	305-5 温室气体减排量	40
污水和废弃物	GRI103：管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	38、40
		103-2 管理方法及其组成部分	38、40
		103-3 管理方法的评估	36、38、40、76
	GRI306：污水和废弃物 2016	306-2 废弃物处置	40
有关环境保护的法规遵循	GRI103：管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	38
		103-2 管理方法及其组成部分	38
		103-3 管理方法的评估	38
	GRI307：有关环境保护的法规遵循 2016	307-1 违反环保法规	无违反环境法律法规行为
雇佣关系	GRI103：管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	45、48
		103-2 管理方法及其组成部分	45、48
		103-3 管理方法的评估	45、48、76
	GRI401：雇佣关系 2016	401-2 提供给全职员工的福利	52
职业安全卫生	GRI103：管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	48
		103-2 管理方法及其组成部分	52
		103-3 管理方法的评估	52
	GRI403：职业安全卫生 2016	403-2 工伤类别、伤害、职业病、损工日数、缺勤等比率，及因公死亡件数	52、76
培训与教育	GRI103：管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	78
		103-2 管理方法及其组成部分	48
		103-3 管理方法的评估	48
	GRI404：培训与教育 2016	404-1 每名员工每年接受训练的平均时数	48
员工多元化与平等机会	GRI103：管理方法 2016	404-2 提升员工只能及过渡协助方案	48
		103-1 对实质性议题及其边界的说明	48
		103-2 管理方法及其组成部分	48
		103-3 管理方法的评估	48
结社自由与团体协商	GRI405：员工多元化与平等机会 2016	405-1 治理单位与员工的多元化	48
		103-1 对实质性议题及其边界的说明	48
		103-2 管理方法及其组成部分	48
		103-3 管理方法的评估	48
童工	GRI103：管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	48
		103-2 管理方法及其组成部分	48
		103-3 管理方法的评估	48
	GRI408：童工 2016	408-1 使用童工风险	严禁雇佣童工
强迫或强制劳动	GRI103：管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	48
		103-2 管理方法及其组成部分	48
		103-3 管理方法的评估	48
	GRI409：强迫或强制劳动 2016	409-1 强迫或强制劳动事件风险	严禁强迫劳工
当地社区	GRI103：管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	64、66、68
		103-2 管理方法及其组成部分	64、66、68
		103-3 管理方法的评估	64、66、68
	GRI413：当地社区 2016	413-1 与当地社区参与、影响评估和发展方案的业务	64、66、68
供应商社会评估	GRI103：管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	56、58
		103-2 管理方法及其组成部分	56、58
		103-3 管理方法的评估	56、58
	GRI414：供应商社会评估 2016	414-1 使用社会标准筛选的新供应商	56、58
顾客健康与安全	GRI103：管理方法 2016	414-2 供应链中负面社会影响及采取的行动	56、58
		103-1 对实质性议题及其边界的说明	20、28-32
		103-2 管理方法及其组成部分	20、28-32
		103-3 管理方法的评估	20、28-32
社会经济法规遵循	GRI416：顾客健康与安全 2016	416-1 评估产品和服务类别对健康和安全的影	28-32、76
		103-1 对实质性议题及其边界的说明	71-75
		103-2 管理方法及其组成部分	71-75
		103-3 管理方法的评估	71-75
GRI419：社会经济法规遵循 2016	GRI103：管理方法 2016	419-1 违反社会与经济领域法律法规	无违反社会与经济法
			法律法规行为

¹⁵ 对于实质性披露服务 (Materiality Disclosures Service)，GRI 服务审查了 GRI 内容索引的清晰呈现，102-40 至 102-49 披露内容的参考文件与报告正文中的相应部分一致。此服务是在简体中文版报告上执行的。

华润雪花啤酒（中国）有限公司及其附属公司列表¹⁶

华润雪花啤酒（中国）投资有限公司	华润雪花啤酒（朝阳）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司娄底分公司
华润雪花啤酒（中国）有限公司	华润雪花啤酒（阜新）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司湘西分公司
华润雪花电子商务有限公司	华润雪花啤酒（铁岭）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司江苏销售分公司
华润雪花啤酒（安徽）有限公司	华润雪花啤酒（丹东）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司西安分公司
华润雪花啤酒（六安）有限公司	华润雪花啤酒（滨州）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司运城分公司
华润雪花啤酒（阜阳）有限公司	华润雪花啤酒（聊城）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司山西分公司
华润雪花啤酒（舒城）有限公司	华润雪花啤酒（四川）有限责任公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司大同分公司
华润雪花啤酒（甘肃）有限公司	华润雪花啤酒（德阳）有限责任公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司晋中分公司
华润雪花啤酒（西藏）有限公司	华润雪花啤酒（南充）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司沈阳分公司
雪花啤酒（深圳）有限公司	华润雪花啤酒（邛崃）有限责任公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司宁夏分公司
雪花啤酒（东莞）有限公司	华润雪花啤酒（自贡）有限责任公司	华润雪花啤酒（辽宁）有限公司沈阳分公司
雪花啤酒（佛山）有限公司	雪花啤酒（西昌）销售有限公司	华润雪花啤酒（辽宁）有限公司葫芦岛分公司
华润雪花啤酒（广东）有限公司	华润雪花啤酒（北京）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司朝阳分公司
雪花啤酒（汕头）有限公司	华润雪花啤酒（河北）有限公司	华润雪花啤酒（大连）有限公司棒棰岛分公司
华润雪花啤酒（贵州）有限公司	华润雪花啤酒（秦皇岛）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司山东销售分公司
华润雪花啤酒（遵义）有限公司	天津滨海新区雪花啤酒有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司烟台分公司
华润雪花啤酒（黔南）有限公司	华润雪花啤酒（天津）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司上海销售分公司
华润雪花啤酒（黔东南）有限公司	华润雪花啤酒（浙江）有限公司	华润雪花啤酒（四川）有限责任公司乐山分公司
华润雪花啤酒（广西）有限公司	华润雪花啤酒（杭州）有限公司	华润雪花啤酒（四川）有限责任公司达州分公司
华润雪花啤酒（河南）有限公司	华润雪花啤酒（嘉兴）有限公司	华润雪花啤酒（四川）有限责任公司遂宁分公司
华润雪花啤酒（商丘）有限公司	华润雪花啤酒（宁波）有限公司	华润雪花啤酒（四川）有限责任公司内江分公司
华润雪花啤酒（驻马店）有限公司	华润雪花啤酒（温州）有限公司	华润雪花啤酒（四川）有限责任公司成都分公司
华润雪花啤酒（黑龙江）有限公司	雪花啤酒（上海）有限公司	华润雪花啤酒（四川）有限责任公司西昌分公司
华润雪花啤酒（长春）有限公司	华润雪花啤酒（浙江）西湖有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司四川分公司
华润雪花啤酒（兴安）有限公司	华润雪花啤酒（安徽）有限公司合肥分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司天津分公司
华润雪花啤酒（吉林）有限公司	华润雪花啤酒（安徽）有限公司蚌埠分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司云南销售分公司
雪花啤酒（通化）有限公司	华润雪花啤酒（安徽）有限公司安庆分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司浙江销售分公司
华润雪花啤酒（哈尔滨）有限公司	华润雪花啤酒（安徽）有限公司滁州分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司福建分公司
华润雪花啤酒（依兰）有限公司	华润雪花啤酒（安徽）有限公司淮北分公司	华润雪花啤酒（浙江）有限公司杭州分公司
华润雪花啤酒（海拉尔）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司北京销售分公司	华润雪花啤酒（浙江）有限公司台州分公司
雪花啤酒（齐齐哈尔）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司兰州销售分公司	雪花啤酒（香港）有限公司
华润雪花啤酒（呼伦贝尔）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司青海销售分公司	华润雪花啤酒（四川）有限责任公司广安分公司
华润雪花啤酒（武汉）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司拉萨销售分公司	华润雪花啤酒（四川）有限责任公司绵阳分公司
华润雪花啤酒（天门）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司新疆销售分公司	雪花香港发展有限公司
华润雪花啤酒（湖南）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司广东销售分公司	雪花贸易（上海）有限公司
华润雪花啤酒（江苏）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司海南销售分公司	雪花（上海）企业管理有限公司
华润雪花啤酒（无锡）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司深圳分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司北京分公司
华润雪花啤酒（南京）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司贵阳分公司	华润雪花啤酒（吉林）有限公司通化分公司
华润雪花啤酒（常州）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司黔南分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司上海分公司
华润雪花啤酒（泰州）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司黔东南分公司	雪花啤酒（海南）有限公司
华润雪花啤酒（辽宁）有限公司	华润雪花啤酒（吉林）有限公司长春销售分公司	雪花啤酒（海南）有限公司洋浦分公司
华润雪花啤酒（大连）有限公司	华润雪花啤酒（哈尔滨）有限公司哈尔滨分公司	雪花贸易（上海）有限公司洋浦分公司
华润雪花啤酒（鞍山）有限公司	华润雪花啤酒（海拉尔）有限公司第一分公司	华润雪花啤酒（武汉）有限公司黄石分公司
华润雪花啤酒（辽阳）有限公司	华润雪花啤酒（海拉尔）有限公司满洲里分公司	
华润雪花啤酒（盘锦）有限公司	华润雪花啤酒（武汉）有限公司宜昌分公司	

¹⁶GRI 102-45

读者意见反馈表

尊敬的读者：

您好！十分感谢您阅读《华润雪花啤酒（中国）有限公司 2019 年社会责任报告》。我们非常重视并期望聆听您对华润雪花社会责任管理、实践和信息披露的反馈意见。您的意见和建议，是我们持续推进企业社会责任管理和实践的重要依据。期待您的回复！

 选择性问题（请在相应的位置打√）

1. 您认为本报告是否能反映华润雪花对经济、社会 and 环境的重大影响？

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雪花关系的分析是否准确、全面？

是 ☐ 一般 ☐ 否 ☐

3. 您认为本报告请提供的信息是否全面？

是 ☐ 一般 ☐ 否 ☐

4. 您认为本报告请提供的信息是否具有可读性？

是 ☐ 一般 ☐ 否 ☐

 开放性问题

您对《华润雪花啤酒（中国）有限公司 2019 年社会责任报告》的其他意见与建议，欢迎提出。

 您的联系方式

姓 名：

联系电话：

工作单位：

电子邮件：



华润雪花啤酒(中国)有限公司
China Resources Snow Breweries

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.8Jianguomen North Avenue Beijing 100005

