



扫描二维码
浏览电子版报告



华润雪花啤酒(中国)有限公司

2017年社会责任报告



酿造美好生活

雪花啤酒

华润雪花啤酒(中国)有限公司
社会责任报告
2017

雪花啤酒

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.8 Jianguomen North Avenue Beijing 100005

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五份社会责任报告。报告旨在就公司社会责任时间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 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 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 2016 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。

• 编制依据

本报告参照了国资委《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》以及全球报告倡议组织 (GRI)《可持续发展报告标准》(Standards)。本报告符合 GRI 标准的“核心”方案编制而成，使用了“GRI 一致性服务”中的“实质性披露”。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：crboffice@crb.cn
网址：www.snowbeer.com.cn

1. GRI 102-48
2. GRI 102-45

目录

- 02 总经理致辞
- 04 关于我们

- 74 2013-2017 年关键绩效指标
- 75 全球报告倡议组织《GRI 可持续发展报告标准》内容索引
- 78 华润雪花啤酒（中国）有限公司及其附属公司 / 分公司列表
- 79 读者意见反馈表

12 责任故事

- 14 勇闯天涯，雪花为青春烙印
- 20 “第一国嘴”，与雪花共酿好未来
- 24 “第一酿造”，见证精湛工艺
- 26 绿色工厂，优越 EHS 管理
- 30 携手共赢，每一个瓶盖都重要

34 责任绩效

68 责任管理

- 70 责任文化
- 70 责任治理
- 73 责任融合
- 73 责任沟通
- 73 责任能力

36 奋进拼搏 回报股东

- 36 效益提升
- 40 诚信经营
- 41 风险管控



42 匠心酿造 悉心服务

- 42 研制新品
- 43 食品安全
- 43 悉心服务

45 绿色工厂 责任生产

- 45 环境管理
- 47 应对气候变化
- 49 资源节约
- 50 生态保护



51 激发活力 成就员工

- 51 员工权益
- 53 员工健康
- 55 员工成长
- 58 员工关怀

61 协同发展 共酿辉煌

- 61 打造责任供应链
- 64 携手共赢
- 64 行业贡献



65 社企同心 共创和谐

- 65 带动就业
- 65 地区共建
- 66 精准扶贫
- 67 携手公众

总经理致辞

守“匠”出新，酿造未来

2017年，啤酒市场呈现消费升级趋势，产品结构逐步转变，高档啤酒市场快速增长，啤酒消费品类日益多元化；销售渠道日趋激烈，生产成本也在不断上涨。这既是啤酒业发展的挑战，也是机遇。啤酒行业进入了一个新时代，消费升级为产品升级发展提供了上升空间，行业增长、发展和成长的方式正在发生巨变。

在过去一年里，华润雪花提出了“团结一致向前看、撸起袖子加油干”的口号，顺应行业趋势，积极转型，追求有质量的增长。我们以“在中国啤酒市场实现雪花品牌价值第一，销售总量第一；把华润雪花啤酒建设成为在行业具有竞争力和领导地位的世界级企业，并实现股东价值和员工价值的最大化”为愿景，成立战略执行委员会，制订2017-2021年《华润雪花啤酒战略发展纲要》，为雪花啤酒设计了未来更美好的发展蓝图。2017年亦成为华润雪花五年战略的发展元年。

面对日益激烈的市场竞争环境，我们持续深化品牌和市场拓展，调整产品结构，以差异化的品牌策略覆盖不同消费者的需求，并增加中高档酒的销售比重；不断完善企业技术创新体

系。作为啤酒行业领军企业，我们结合自身业务及行业特性，坚守“雪花”名称所赋予的使命感，秉承“诚意、专注、执着、极致”的工匠精神，将“匠心”融入到啤酒酿造的每个过程、每个细节，酿造适合国人的、品质最优的啤酒，引导人们追求健康的潮流生活方式。

我们希望消费者品尝到安全、美味的啤酒，因而我们坚持严苛的品质标准、不断加大新产品的研发力度，贯彻“每一个人都不简单，每一瓶酒才放光彩”的理念，持续开展“第一酿造”活动，让消费者走进工厂，亲身感受、体验我们对于啤酒的极致追求。

我们希望向社会传达中国式积极向上的生活态度，倡导“进取、挑战”精神，为此，我们持续开展雪花大学生勇闯天涯“挑战未登峰”活动，吸引大学生参与登山活动。2017年是雪花勇闯天涯系列活动的第十三年，23位大学生勇士在云南省迪庆州海拔5155米的未登上留下了他们的足迹。

我们对环境保护、清洁生产有义不容辞的责任，高度重视节能环保，积极

完善责任体系建设，在环境方面的表现也得到了公众的认可。2017年，华润雪花啤酒郑州工厂和四川工厂荣获“香港绿色企业大奖——优越环境管理奖”。

在过去的发展中，雪花啤酒全体员工携手同行，保持“匠心”，建立和积累了良好的市场基础，积淀了良好的管理能力，打造了优秀的管理团队。我们相信这些市场、人员、能力的优势，将助力我们的未来发展，开启公司转型升级、创新发展的新篇章。

华润雪花啤酒的企业使命是做世界一流啤酒企业，满足消费者需求，不断创造价值、回报社会、回报股东、回报员工。这个使命早已渗入雪花啤酒，成为习惯，成为责任。我们将继续通过产能优化、产品高端化提升营收和盈利能力，配合品牌运作、渠道管理等方式，获得有质量的增长，不负消费者期望和信任，做世界一流啤酒企业，不断满足消费者需求，酿造高品质啤酒。

我们将再接再厉，以无畏之心、热血之志，为推动中国啤酒产业创新发展贡献力量！



华润雪花啤酒总经理 侯孝海

关于我们

公司概况

华润雪花啤酒成立于1994年，是一家生产、经营啤酒的专业啤酒公司，总部位于中国北京。截至2017年底，华润雪花啤酒在中国经营超过91家啤酒厂，旗下含雪花（SNOW）及30多个区域品牌。

2017年，华润雪花啤酒总销量达到1182万千升，较去年同期上升0.9%；全年实现营业收入297亿元，同比增长3.6%。

组织架构



运营地域

截至2017年底，华润雪花啤酒在中国内地25个省、市、区运营 **91** 间啤酒厂

年产能约 **22000000** 千升



雪花家族



品味经典 创新潮流 守匠出新 酿道致远

企业文化

使命

做世界一流的啤酒企业，不断满足消费者需求，不断创造价值，回报社会，回报股东，回报员工

愿景

在中国啤酒市场实现雪花品牌价值第一，销售总量第一；把华润雪花啤酒建设成为在行业具有竞争力和领导地位的世界级企业，并实现股东价值和员工价值的最大化

核心价值观

诚实守信 业绩导向 以人为本 创新发展

组织氛围

五湖四海
勤奋 专业 自信 活力 创新
每一个人都不简单，每一瓶酒才放光彩

企业战略

2017年是华润雪花啤酒2017-2021战略发展期的元年。

在这一年里我们明确了有质量的增长、转型升级、创新发展三大管理主题，提出华润雪花啤酒十项重大战略举措，并在2017年率先启动品牌重塑、组织再造、精益生产、渠道二次改造、产能优化、玻瓶管理改进、营运变革七项战略举措。通过实施品牌重塑以提升中高档啤酒销量，通过深化渠道建设举措提升渠道竞争力，实现了啤酒销量和销售单价双增长，市场份额也有所提升。



2017 年重大事件回眸

1 月

华润雪花江苏区域公司“降低啤酒生产水耗项目”，总部生产中心“厂区道路规范化设计与应用”项目、“糖浆替代淀粉应用推广”项目，黑吉区域公司“啤酒糖化工艺热能回收利用”项目，获得华润集团卓越EHS奖-项目成就奖。

2 月

华润集团“2017 年经理人年会”，华润雪花荣获华润集团优秀业绩奖“回报提升奖”。

3 月

华润雪花啤酒完成组织架构设计、高层岗位设置与配置以及主责业务流程梳理；启动组织再造(重塑)项目，成立玻璃瓶管理改进项目组。

湖北武汉工厂正式启动重建项目，完成后年产能约100万千升。

“大学生勇闯天涯未登峰”旗舰活动在全国启动，旨在传递“进取、挑战”的精神内涵。

4 月

成立战略执行委员会；成立产能优化项目组，负责组织和推动产能优化具体战略。

5 月

成立品牌重塑项目组，陆续开展雪花概念系列产品上市、新勇闯上市等项目。

6 月

华润雪花啤酒成立精益销售项目组，并制定三年发展规划。

7 月

华东市场渠道二次改造项目率先启动；启动“三个驱动轮”人才培养项目组；华润雪花啤酒与华润万家签署战略合作协议。

9 月

成立华东市场营运变革项目组，启动“营运变革”战略举措，“聚焦华东、联动全国”；成立财务共享实施项目组，响应集团“华润汇”及财务共享建设的整体规划。

11 月

雪花“概念系列”全球首发，新品围绕“未来由你定义”的主题，对产品包装、酿造技术、口感质量、整体风格等进行全面改善，加强品牌形象、丰富客户体验；华润雪花啤酒培训管理系统上线。

12 月

天津区域秦皇岛新工厂正式投产，年产能约 20 万千升。

雪花荣誉

品牌荣誉

- ▲ 世界品牌实验室 (World Brand Lab)
2017 年第十四届“中国 500 最具价值品牌”，品牌价值为 1228.36 亿元人民币，名列第 28 位。
- ▲ 中国广告协会
2017 年华润雪花啤酒 (中国) 有限公司荣获《2017 中国广告长城奖年度经典案例之品牌塑造奖》。
- ▲ Chnbrand(中企品研)
2017 年 (第三届) 中国顾客满意度指数 (C-CSI) 啤酒行业第一名；
2017 年 (第七届) 中国品牌力指数 (C-BPI) 啤酒行业第一名；
2017 年中国全面品牌价值管理大奖 (TBV) ；
2017 年中国品牌年度大奖——中国啤酒行业十大影响力品牌；
2018 年 (第四届) 中国顾客推荐度指数 (C-NPS) 啤酒行业第一名。
- ▲ 第三届 (深圳) 国际文化博览交易会
中国最具影响力的啤酒品牌
- ▲ 一点资讯
2017 年“最受大学生欢迎品牌”

绿色成就

- ▲ 香港绿色企业大奖 - 优越环保管理奖
2017 年 12 月，香港环保促进会公布香港绿色企业大奖获奖名单，华润雪花啤酒 (河南) 有限责任公司及华润雪花啤酒 (四川) 有限责任公司分别首次荣获香港环保促进会颁发的“香港绿色企业大奖 - 优越环保管理奖 (大型企业) - 企业 - 优异奖”，以表扬其贯彻执行环保政策的优秀表现。

社会责任

- ▲ 中国社会科学院
中国社会科学院社会责任研究中心编制的《2016 年社会责任蓝皮书》公布了 16 个重点行业的社会责任发展指数；作为华润系企业中五星企业之一，华润雪花啤酒以 83 分位列食品行业第二名。

行业荣誉

- ▲ 中国酒业协会
华润雪花啤酒 (浙江) 有限公司生产的 11.8 度雪花爱尔啤酒，在中国酒业协会主办的 2016 年度“青酌奖”酒类新品评选中荣获“酒类 TOP10 (啤酒类)”称号。
2017 年 4 月 17 日，“二氧化碳高效、优质回收与利用及示范”项目荣获 2016 年度“中国酒业协会科学技术进步奖”一等奖。
2017 年 9 月，湖南省、湖北省、江西省酒业协会授予 8°雪花勇闯天涯 2017 年度湘鄂赣啤酒行业优质产品“金质奖”。
2017 年 11 月，第三届全国啤酒品酒职业技能竞赛中，华润雪花啤酒 (中国) 有限公司取得优异成绩，有 24 名员工获得酒业协会授予的“全国酿酒行业技术能手”职业资格，其中 2 名员工破格晋升为“国家评酒委员”，6 名员工获全国品酒职业技能大赛前十名。
“啤酒灌装质量定阀取样技术的研究及配套平台系统开发”项目，荣获中国酒业协会科技进步二等奖。
- ▲ 中国食品工业协会啤酒专业委员会、国家食品质量监督检验中心
2017 年 9 月，金威啤酒 11.0° P 被中国食品工业协会啤酒专业委员会、国家食品质量监督检验中心审定“啤酒行业优质新产品”。
- ▲ 品牌价值管理奖
2017 年 12 月 28 日，雪花啤酒荣获由世界品牌实验室颁布的 2017 年度中国品牌年度大奖 - 中国啤酒行业十大影响力品牌。
- ▲ 酒业飞跃进步奖
雪花啤酒电商业务荣获 2017 年京东酒业飞跃进步奖。

责任故事



“第一国嘴”，
与雪花共酿好未来 ▶



◀ “第一酿造”，
见证精湛工艺



勇闯天涯，
雪花为青春烙印 ▶



◀ 携手共赢，
每一个瓶盖都重要



▲
绿色工厂，
优越 EHS 管理



责任故事

——勇闯天涯，雪花为青春烙印

“雪花勇闯天涯”活动是由华润雪花啤酒(中国)有限公司独立开创的原创性品牌推广活动,也是迄今为止国内啤酒品牌举办的大规模、高覆盖的全国性品牌推广活动。2017年是雪花勇闯天涯系列活动的第十三年,十三年来雪花勇闯天涯的足迹遍布高原、雪山、极地、荒野,“勇闯天涯”所倡导的“进取、挑战”的精神已深入人心。

自2014年起,每一年都有一座未登峰被勇士们挑战,他们在险峻的、未曾有人企及的山峰上留下自己的脚印在人类登山史上留下清晰的印记,他们为自己的人生定义了新的高度。

2015年雪花勇闯天涯主题活动首次聚焦大学生群体就吸引国内数百万大学生的关注和参与,同时获得了海内外近千万大学生的好评。

2016年5月31日,参加2016年雪花勇闯天涯大学生挑战未登峰活动的大学生勇士们成功登上海拔5116米的未登峰,刷新了这座山峰无人登顶的记录。

2017年6月6日,23名大学生在雪花勇闯天涯大学生挑战未登峰活动中成功登顶位于云南香格里拉德钦境内海拔为5100多米的风华雪山顶峰,为他们的青春留下一个浓墨重彩的印记。



隆嘉,重庆理工大学2013级会计学院财务管理专业学生,曾任校田径队队长、学院学生会体育部部长,期间组织各种体育活动,参加各类体育竞赛,并取得优异的成绩。

每个临近毕业的大学生都心存一个走遍天下征服世界的梦,而对于绝大多数人来说,毕业面临的步入社会、找工作等等现实压力让他们不得不把这个梦想深埋心底,期待着未来有一天能实现。

可是,青春就是在最好的年纪里做最疯狂的事。不在风华正茂意气风发的年纪里以梦为马,又如何证明自己不负韶华。

可有一群人在这样一个年纪里用勇气和实力证明了自己。重庆理工大学大四学生隆嘉就是其中之一。

2017年3月,隆嘉偶然与雪花啤酒勇闯天涯“大学生挑战未登峰”相遇,作为一个热爱运动、乐于挑战自己探索未知的大四学生,隆嘉经过定向越野、攀岩比赛等多场较量,最终在上万报名者中脱颖而出,成为23名挑战攀登海拔5100多米的风华雪山的团队一员。

培训·梦想启程

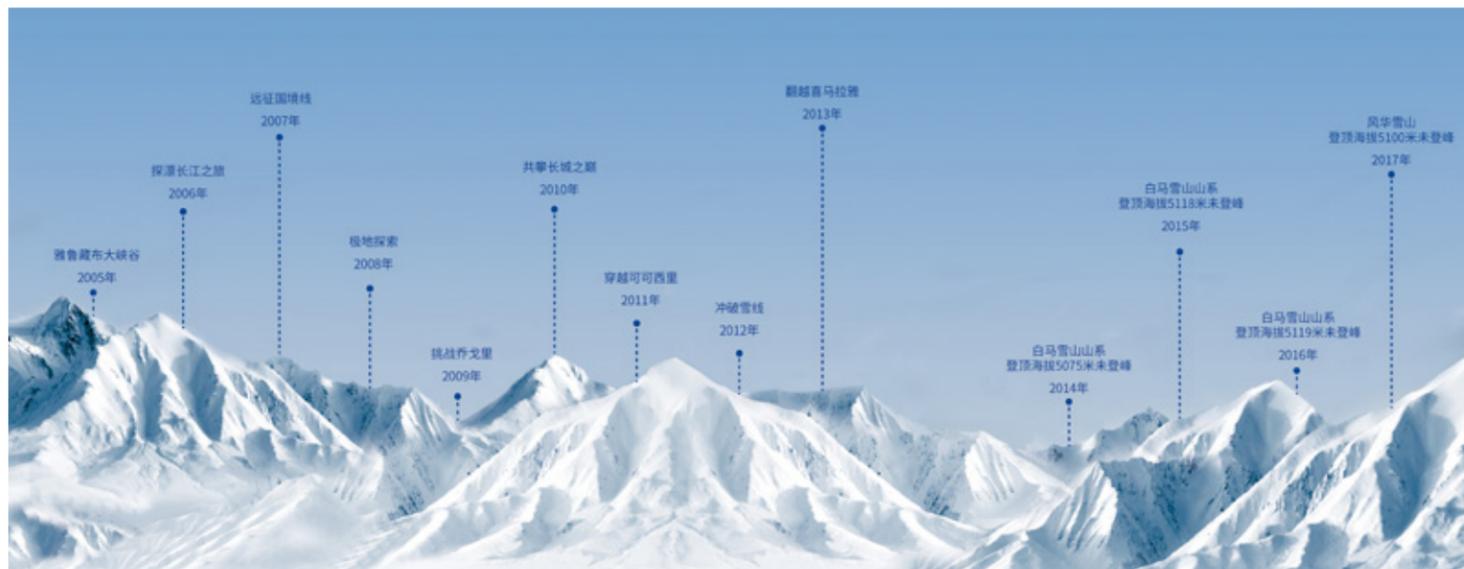
位于云南迪庆州的风华雪山,存在大量的高山流石滩地形。在群峰之间山谷中发育有数条小型现代山谷冰川、悬冰川,还有一些U型谷、冰斗、羊背石、刃脊、角峰等古冰川遗迹,尽显大自然原始风貌的同时也意味

着地形变化复杂,有些路段需要冰、雪、岩石混合攀登,对于隆嘉来说,这样的地理条件无疑极大地增加了他们的登顶难度,他们急需在短时间内克服恐惧心理,提升身体状态,甚至需要达到专业登山员的程度才能顺利登顶。

5月25日,队员们在香格里拉聚首,在迅速适应了高原反应后,就开始投入到紧张的实战训练中。每日的攀登器械实操训练、8小时徒步适应训练及结组保护攀登训练不断地挑战隆嘉及他的队友们的精神和生理极限,同时也为未来的登顶打下坚实的基础。

为了保障队员们的安全,增强他们登顶的信念,华润雪花为队员们提供了充足的后勤保障和专业教练、领队、后勤、高原医师等专业人员支持。除了国内登山专家张京川老师对队员们的指导沟通,隆嘉还在台湾专业登山人员和尼泊尔夏尔巴人向导的指导下体会了60米专业岩降。

充裕的后勤保障是维护队员们体力的根本,端午节时为队员们送去的啤酒和粽子也让隆嘉感受到来自华润雪花的温暖。隆嘉还记得成队的骡马运送着后勤物资,又将所有垃圾打包拖走,在组织活动之余,也不忘对环境的保护。





► 隆嘉行走日记 - 2017年5月28日

今天，是我登山之旅的第4天，我也即将开始我的徒步。一群人走进雪山，脚下全是泞泥小路，坑坑洼洼，崎岖难行，没有超强的意志力根本走不进。

5个小时的徒步，60多斤的负重，走进大本营，住在5100多米海拔的雪山下，长途跋涉，头疼欲裂，心跳加速，四肢无力，嘴唇发紫……包括我在内的大部分队友都开始出现了高原反应，尽管难受到极致，我也只有一个信念——登顶！

无论在哪个地方，无论你在干什么总有那一个熟悉的陌生人向你伸出援助之手。在我高反、脆弱无力的时候，有个模糊的身影递给我一杯热水，就在这杯热水前我未与他说过一句话，他叫王鹏，我想在未来很久一段时间我也不会忘记这个名字。

人生本来就很孤独，任何陪自己走过一段行程、帮助过自己的人，我们都应该用心去感激。

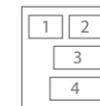
登顶·日照金山

6月2日是登顶的日子，隆嘉怀揣着内心的激动与憧憬，想跟雪山做一个最后的道别。

在所有人还在睡梦中的时候，隆嘉独自爬到山脊，等待着太阳升起日照金山的那一刻。而雪山也没有辜负他的期望，它用壮美的景色装点了隆嘉的记忆。

而后，跟队友们一样，无惧坎坷异常的登山之路，越过潜伏在积雪下的碎石，呼吸着随着海拔提升而逐渐下降的氧气直面通往封顶的大坡度峭壁，用脚印丈量着雪山的每一寸土地。

最终，隆嘉与队友们共同带着信念徒步登上了风华雪山顶峰，那一刻是上午10点33分。



1. 星夜启程
2. 凌晨前进
3. 攀登
4. 登顶





► 隆嘉行走日记 - 2017年6月2日

昨晚的风吹得帐篷哗哗的响，整夜都处于半睡眠状态，想着这大风一定把所有的乌云都吹走了吧！

早上5点多一点，当所有的人都还在睡觉，我便早早地起床，拉开帐篷一个人爬上山脊，等待这雪山之上的日出。

坐在山脊上，寒风侵蚀了我全部的身体，享受一个人完全放空的状态，有人说：只有运气特别好、非常幸运的人才能看到“日照金山”的景象，我就这样静静地坐着、又带着一点侥幸的心理默默地等待着幸运降临。

一个多小时过去了，老天的眷顾、幸运女神的垂青，让我在这世外桃源的地方亲眼目睹了这一壮观的景象。不知道我算不算有缘人？同行的队友依旧在缓冲着疲惫的身心，

呼呼大睡。只有我这个独行的身影在激动焦急地等待着，等待着那一壮观的时刻，这好像是我和“金山”的一个约定。

它的第一缕灿烂之光从远方洒向雪山的瞬间，我心跳加速，屏住呼吸，虔诚静候。虽说只是一刹那间金灿灿的闪烁，但将雪山点缀的异常的醉美。静立在山脊，宛如自己被净化成一缕金黄色的光，一股轻盈的烟，一滩清澈的水，一粒飘洒的雪花漫无边际的飘啊，飘向远方，飘向世界的尽头。

那一刻觉得再多的名词都显得苍白无力、再多的形容词也描绘不出它的壮美与神圣。

那一刻只能用心去感悟。



天南地北的大学生勇士在雪花号召下相聚，他们满怀着激情和热血，在彼此的生命里留下一个只属于雪花、只属于青春的记忆。这是对未知的挑战和探索，是对青春的纪念和致敬，更是一次感受完成自我突破后对生命的敬畏和尊重。

在未来的旅途里，这些像隆嘉一样的年轻人必将直面困境、披荆斩棘，继续挥洒他们的无悔青春，书写无畏人生。

挑战、进取，是雪花勇闯天涯系列活动的精神内涵，挑战未登峰彰显热血青春的张扬与无畏，更是雪花勇闯天涯精神的直观体现，激励着一代代年轻人勇闯未知，完成自我超越。而挑战未登峰的深刻体验也将鼓舞着大学生勇士们在接下来的人生中，继续以昂扬向上的精神，攀登人生中一座又一座未登峰。

责任故事

“第一国嘴”，与雪花共酿好未来



王江群，来自雪花啤酒温州工厂的一名品酒师，中国啤酒当下“第一国嘴”。从1995年参加工作开始，他就参与到啤酒品评培训和公司评酒工作，二十年如一日，心无旁骛。每天对生产过程中的水、气、发酵液、清酒、成品酒和各种原辅料进行品评，每天的样品数

量达数十个，参加的大小培训至少几十次。在最近的一次全国品评技能竞赛中，他技压群雄获得第一名，随之被行业冠以“第一国嘴”美名。在这次全国啤酒品评技能竞赛前十名品酒师中，雪花占有四席之多，几乎是半壁江山，令行业瞩目。

好啤酒需要好工匠去酿造，而好工匠就是每一位雪花人。

在众多雪花人中，有那么一位“第一国嘴”，他以挑剔的嗅觉和味觉为雪花的啤酒酿造水准把关，这就是现任华润雪花啤酒（温州）有限公司助理总经理的王江群。

说起王江群与雪花的渊源可以一直追溯到1995年。当时的王江群刚刚毕业，由于专业对口也有过相关实习，一毕业便加入了钱江啤酒厂也就是后来华润雪花啤酒（浙江）有限公司前身。

时至今日，王江群已从最基层的酿造车间操作工，通过公司的培养和自身努力，从酵母培养工艺员这样的基层岗位开始，一步步成长为公司的高层管理人员。

结缘品酒

品酒一事，说起来简单，真正品出味道来，却是一门学问。为确保消费者的第一感受，雪花的啤酒国嘴们需要将“好啤酒”的概念，细化为几十个不同的指标，去鉴别和品评。而对于国嘴们来说，考验他们的往往不是酒量，而是味觉和嗅觉上的天赋以及后天系统的培训。

王江群刚进入钱江啤酒厂还未及3个月，就因独特的味觉、嗅觉天赋被公司选入参加由中国食品工业协会组织的啤酒品酒培训，自此，品酒二字便与王江群的人生结缘。

随后，王江群开始参加公司内外的各种品酒活动，包括部门级、公司级、总部级以及啤酒协会组织的品酒活动，2000年通过公司内部选拔，第一次参加由中国酿酒工业协会啤酒分会组织的国家级品酒委员考试，被聘任为国家级啤酒品酒委员。

在品酒师的培养上，华润雪花除了提供动辄几十万的硬件设备支持，为像王江群一样的品酒师们提供组织众多大大小小的培训，同时公司也为他们提供了大量练习的机会，经过十数

年的经验沉积，2000-3000次的专业培训，才能培养出一名合格的品酒师。

王江群说，在取得这些荣誉的过程中，公司的帮助和支持必不可少。公司为他提供了多种多样的培训机会，让他能历练、见识不同的啤酒，而公司老品酒师也会针对他的考试给出特别指导和培训，为免除他培训的后顾之忧，公司合理安排他的工作内容和强度，全力支持他参与品酒培训。“平台在品酒师培养过程中发挥的作用是巨大的。”雪花对技术和质量孜孜不

倦的追求，也影响着王江群不断精进自己的业务水平，从而获取自己职业生涯上的成功。

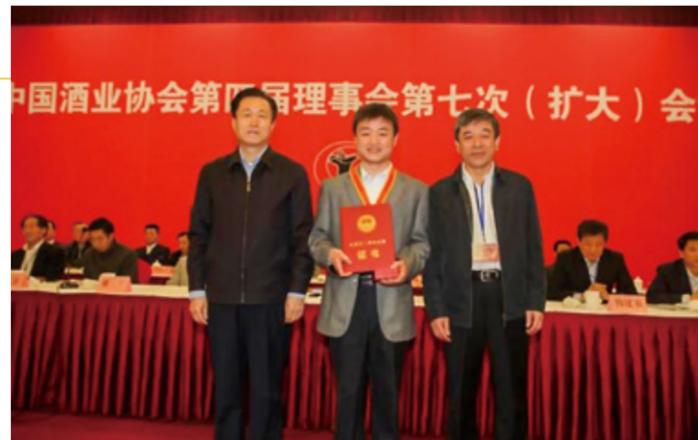
雪花啤酒目前已建立了工厂级、区域级、总部级的品尝体系，在对产品质量进行有效管控和提升的同时，通过大量的培训和品评打造了一支能力不凡的品酒师队伍。品酒师们通过在雪花品尝体系和专业平台下的学习、交流、培训，使得自身的品酒水平得到显著提升，才能一次次斩获品酒荣誉，为公众酿造一瓶瓶好酒。

▼ 华润雪花组织品酒培训



截至目前中国啤酒行业共有53名国家级品酒师，雪花啤酒拥有其中13位，行业排名第一；在2017年第三届全国啤酒品酒职业技能竞赛中，雪花共六名员工获得大赛前十名。国家级啤酒品酒师代表的是中国啤酒品酒和酿造的最高水平。

中国啤酒企业中拥有如此实力的只有雪花一家，实际上在行业内来说，品酒师数量排名和企业技术水平排序是差不多的，一个质量和技术底蕴不够的啤酒企业是没法培养出一流品酒师。



全国品酒大赛颁奖



助力发展

如何将员工个人职业生涯的成功与公司发展进行有机结合，这是每一个华润雪花管理者都在思考的问题。



四川区域乐山工厂品酒现场

如今已身为华润雪花啤酒(温州)有限公司助理总经理的王江群，始终不忘初心，在管理和运营公司的过程中，始终将人才梯队建设作为管理重点，充分挖掘品酒员队伍管理发展的特点，以推动整体管理质量的提升。他曾为公司的品酒师带徒及辅导员工进行项目运营等内容提出专业意见，如何对有天赋的员工进行选拔、如何组织参加品酒培训及能力测试、如何为他们提供更多的品酒机会等。这些专业意见无疑为雪花品酒员队伍的壮大发展提供了助力。

拥有一两个好工匠不是难事，难的是培养一批专业的工匠队伍。

华润雪花的未来发展正是依靠着这一批批未来好工匠，才能在不断变换的市场和消费者需求下始终立于不败之地。

“社会责任是提升雪花公众形象的重要工具，也是华润雪花啤酒作为央企的一项义不容辞的责任。对内要对自己的员工负责，对外要对社会尽责，承担相应的社会责任。履行社会责任是华润雪花啤酒的一项优良传统，本着对员工负责的态度，为每一位员工设计清晰的职业发展路径，关心关爱员工，帮助困难员工，从工作到家庭，事无巨细，力争让每一位雪花的员工都能有所收获、有所进步、有所成就，做雪花的主人，与雪花一同成长壮大。”

——华润雪花啤酒(温州)有限公司
助理总经理 王江群

“每一个人都不简单，每一瓶酒才放光彩”，从华润雪花啤酒成立之初，每一家工厂都会醒目地挂上这条宣传语，这充分体现了华润雪花以人为本、品质优先的企业理念。二十余年，我们坚持不忘初心，在这样的理念下育人用人，培养了大量的工匠式人才，为产品质量领先奠定了坚实基础。

责任故事

“第一酿造”，见证精湛工艺

华润雪花啤酒发起“雪花·第一酿造”活动，从2014年开始邀请媒体记者、公众走进工厂参观体验，以最大的诚意欢迎前来监督检查的消费者代表。华润雪花对外开放的不仅是一座座高科技、国际化的现代工厂，更重要的是向消费者展示了华润雪花的实力与真诚。

截止目前，“雪花·第一酿造”脚步已陆续走过雪花啤酒位于沈阳、杭州、东莞、通化、上海、湘西等地的工厂……，每一座工厂都有着不同的秘境，每一个雪花人都有着他们自己的故事，但他们都有着共同而执着的追求——精益求精。

2017年1月13日，华润雪花“第一酿造”活动走进哈尔滨工厂，一起探秘华润雪花是如何通过高科技的运用、原料的严格管理等方式追求“第一酿造”的能力和水平。

用声波酿造啤酒

哈尔滨工厂制造部经理助理何骏自大学生物工程专业毕业后就入职雪花啤酒，至今已经十八年。何骏的职业生涯见证了雪花发展的一日千里。

何骏入职时，正值啤酒酿造由手动变革为自动化阶段，啤酒酿造逐渐不再单纯凭借酿酒师的经验，而是由公司统一操作标准，并制定成为标准，由全国各家工厂统一执行。

如同雪花哈尔滨工厂一样，雪花在全国众多啤酒工厂建立了总控制室，在百余平方米的办公室里，利用十余台电脑控制整个工厂的酿造设备，工作人员通过电脑操作来酿造啤酒。

精湛的酿造技术和严格的检测是保证啤酒品质的重要因素。实时严格检测啤酒酿造过程的每一个环节，是雪花啤酒保证高品质的秘笈之一。雪花啤酒实现了在线检测和同步检测，根据光学原理，利用光线技术来检测麦汁的清亮度；根据声学原理，利用声波技术来检测麦汁的浓度。在实现在线检测的同时，设备控制系统根据检测数据调整原料数量、温度、压力等关键指标以此完善啤酒酿造过程，从而实现更完美的酿造结果。



酵母管理到底有多严？

活动中，我们还认识了90后女孩于琳，于琳2015年食品专业毕业入职雪花啤酒哈尔滨工厂，于琳介绍到，雪花啤酒的酵母管理远严格于学校课本中所学所要求的。

在啤酒酿造环节中，酵母充当着重要角色，在发酵罐里，酵母将麦汁中的糖份转化成为酒精和二氧化碳以及各种风味物质，只有活性十足且强壮有力的酵母才能很好地完成这一任务。

雪花啤酒对于酵母每一个管理细节都有着严格的标准。比如，酵母在培养基上接种时，既不能划破培养基，又要把酵母完全接种到培养基表面，将菌种的长度控制在3~4厘米，底部距离控制在1厘米。酵母培养期间，每两小时要检测一次设备运行状况和酵母状态。

不止是酵母，雪花啤酒对于各项原料的管理都异常严格，这些既是雪花啤酒哈尔滨工厂的写照，也折射着雪花在全国近百家工厂的现状，代表着雪花第一酿造的能力、水准和精神追求。

责任故事

—— 绿色工厂, 优越 EHS 管理

华润雪花啤酒（河南）有限公司郑州工厂（以下简称“郑州工厂”）通过不断细化各项环境、健康及安全（EHS）管理措施，在不到两年的时间里迅速提升郑州工厂全员 EHS 管理与自主管理水平。

2017 年 8 月份，郑州工厂通过 ISO14001 环境管理体系认证，并在同年 12 月 1 日的“2017 年香港绿色颁奖典礼”上，以其优异 EHS 表现，荣获本届“香港绿色企业大奖 - 优越环保管理奖”。该奖项的评选活动是由香港环保促进会开展的公益性系列活动之一，自 2010 年以来，每年举办一次，旨在表彰环保、安全及职业健康方面有突出贡献的企业和组织。



▲ 绿色环保大奖证书

▼ 华润雪花啤酒（河南）有限公司郑州工厂立仓



EHS 管理举措

努力提升 EHS 绩效水平，工厂投产以来连续三年 EHS “0” 事故

▲ “走动式” EHS 管理

郑州工厂推行 EHS “走动式” 管理与“日检查、日通报、日复查，闭环管理” 检查方式，组织制定《EHS 检查指引手册》指导各级 EHS 检查人员规范开展日检查与闭环管理工作；深入生产现场，发现问题、分析问题、解决问题，消除安全隐患。



▲ 托盘出库

“走动式” 管理

日检查、日通报、日复查、闭环管理办法的实施步骤



▲ 相关方“12345”管理

为了能快速规范相关方管理，降低管理成本，提高工作效率，实现生产与项目施工的优化协调，经过一年多的不断探索与总结，我们找到了一套合理可行、精益高效的相关方管理工具—“12345”相关方管理方法。



践行“一家人”理念

公司树立相关方“一家人”EHS管理理念，邀请全体相关方人员参与到公司的管理活动中来，与公司员工一起参加安全例会、班前班后会、安全月活动、危险源辨识等安全活动，充分理解公司EHS管理各项制度。

实施“两档案”建设

建立完善并及时更新“相关方企业与入厂人员信息台账”与“相关方在厂人员违规记录台账”，依据这两个台账，每周更新公示“违规相关方企业黑名单”与“相关方安全标兵企业”，及时掌握变动情况。

营造“三监管”氛围

公司设定了属地管理、业务线监管与相关方自我监管方法，安全环保部负责监督检查以上三种管理措施的落地实施情况，实现了全员、全过程、全方位的相关方管理。

创新“四色管理”工具

通过四色管理的实施，公司员工能非常方便的识别进入其部门属地区域作业的人员是否已经接受安全教育、准备开展哪种业务行为、是否“越界”开展工作、是否能具有办理相关业务的权限。



控制有力，严格“五准入”制度

“五准入”即相关方资质与业绩准入、安全培训准入、设备准入、危险作业审批准入与安全措施落实准入。公司按照法律法规要求，对相关方资质与业绩进行审查，确保所有安全措施落实的情况下，方可现场施工作业，减小和控制事故隐患的发生。

绿色运营

绿化我们的工作环境，践行绿色运营理念，降低对环境的负面影响

郑州工厂积极推广绿色办公，配置节能产品，采用无纸化低碳办公方式，鼓励员工绿色出行，自觉节约用水、节约用电。

积极响应政府节能减排政策，在厂区范围内推广使用节能电机，并通过污水处理沼气回收再利用技术、二氧化碳回收再利用技术、“削峰填谷”均衡用能理念的使用减少废气排放，提高沼气与二氧化碳回收再利用效率，节约电耗、气耗与水耗，降低了碳排放量与废气排放量。同时，通过加强源头管控，保证每

一滴污水都进入污水处理系统，实现每一滴污水排放都达标。

公司投入大量人力与资金，组织各类环保专项培训，如新员工的入厂环境保护知识与制度培训、“ISO14001环境管理体系知识培训”等，以不断提升公司员工环境管理意识与能力。

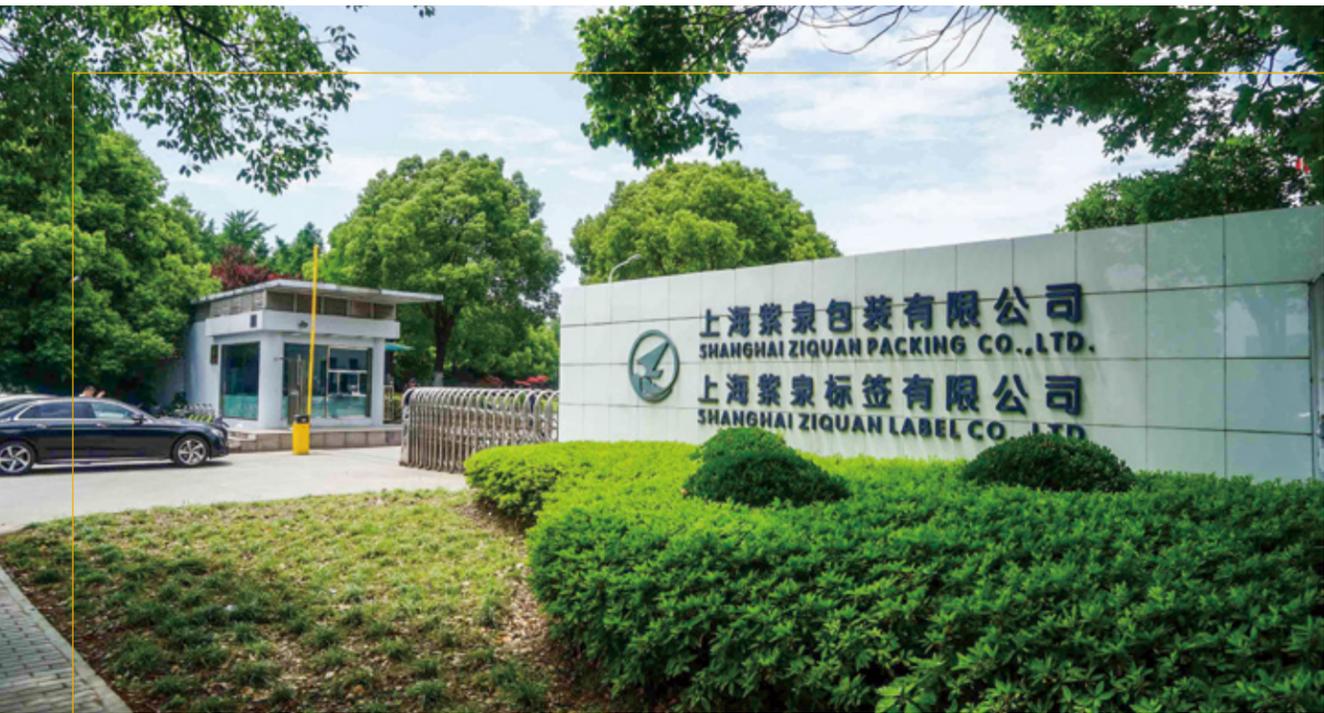
通过制订年度环保工作计划，分步落实厂区绿化方案，2017年3月份组织全体员工开展“植树活动”，建设绿色家园。目前工厂总绿化面积44821.6平方米，占全厂面积的17.3%。

▼ 郑州工厂一角



责任故事

—— 携手共赢，每一个瓶盖都重要 ——



上海紫泉包装有限公司成立于1993年9月，是国内高品位、高档次的专业生产皇冠瓶盖生产商，目前在沈阳、哈尔滨、广东和重庆拥有四家区域企业，先后引进意大利SACMI027冲床、SACMI PMC250/300模塑机，公司产销皇冠瓶盖年产能达200亿只，全国市场占有率30%左右。

公司生产的皇冠瓶盖品种多、种类齐，具有下盖通畅、垫片安全卫生、密封性良好、耐腐蚀性强、漆膜附着好等特征，产销量从1996年至今已经连续十四年国内同行业第一，是国内名符其实的“瓶盖大王”。公司生产的皇冠瓶盖在1994年通过华润雪花啤酒、可口可乐、百事可乐等公司的产品认可，成为他们在国内的指定供应商，同时也是众多国内外品牌啤酒最主要的供应商。

中国进入“互联网+时代”以来，上海紫泉包装有限公司积极开展新产品开发，在沈阳、上海等工厂配套多条二维码赋码生产设备，面向华润雪花、百威英博、青岛啤酒提供多品种二维码啤酒皇冠瓶盖，华润雪花于2017年12月份与沈阳紫泉合作研发生产新品“新勇闯”二维码啤酒皇冠瓶盖，在2018年3月份新产品上市，受到一致好评。

不知你喝啤酒时是否注意过那一个小小的瓶盖？可能只有在打开啤酒那一瞬间的冰爽气息才是你关于啤酒瓶盖最重要的记忆。

尽管对于消费者们来说，一个瓶盖似乎微不足道，但对于华润雪花，每一个瓶盖都重要。

在啤酒生产的产业链条中，上百道工艺，数十个环节，每一个细微的偏差导致的失误都无法应对消费者们挑剔的眼光和舌头。因此我们会寻找最好的供应商，与他们长期合作携手发展，共同探索如何在每一个细节上做到精益求精，如何迎接未来消费者对啤酒行业的挑战。

上海紫泉包装有限公司，就是华润雪花啤酒精挑细选上百家供应商中佼佼者。我们基于长期的合作和审查，逐渐建立起对其产品质量的信赖，他们始终以稳定高质量的产品回馈我们的信赖，而我们也与他们的合作过程中，与他们共同成长。

缘起

紫泉包装与华润雪花的合作可追溯自20年前。届时，紫泉包装为构建其对全国瓶盖市场的全面布局，先后在沈阳、广东、重庆新建子公司，而在沈阳紫泉成立后，随即收购了沈阳雪花附属车间（即瓶盖车间），自此，紫泉包装与华润雪花的合作从未间断，并逐渐确定战略合作伙伴关系。

多年以来，紫泉包装始终紧跟华润雪花产品市场需求，与雪花采购部、技术质量部密切沟通，推出纯生盖、吸氧盖、铝瓶盖、不锈钢盖、二维码瓶盖等多款明星产品。

▼ 紫泉瓶盖印铁生产线



优质

供应商自身的资质是华润雪花最为看重的特质之一。紫泉包装作为包装行业领先者，在国内同行业企业中率先获得挪威船级社(DNV)ISO9002质量保证体系认证，并随着 SOP、6S、TPM、ERP 等管理主题的不断深入逐步完善和升级质量体系，以优质的产品获得华润雪花及市场的认可。

自成为华润雪花供应商以来，华润雪花采购部门每半年或每年均会与公同其他相关部门一同对紫泉包装进行审核，除对产品质量上的把控和关注外，华润雪花对于紫泉包装在环境影响及健康安全上的管理尤为重视，多方审查调研以确保整体过程的可控及正常运转。如在审核过程中出现某些不符合华润雪花要求的项目，紫泉包装也会积极召开整改会议，并在华润雪花要求的时间内完成整改。

与华润雪花的合作过程中，紫泉包装也曾遇到过一些小问题，如由于仓库搬迁导致仓储面积未能达到华润雪花的要求，经过有效的沟通协商，华润雪花也针对紫泉包装的整改情况进行了验收。

履责

在对供应商管理及其产品质量的关注外，华润雪花也十分重视上下游合作伙伴的社会责任履行，并将社会责任理念融入企业采购的全过程。

华润雪花多年来广泛开展“阳光宣传”活动，明确要求下属各单位在与第三方开展经济合作时签订廉洁协议书。在采购产品和服务等过程中，华润雪花严格遵循公开透明原则，规范招标、阳光采购，并在华润集团的统一管理下开设了“商务服务-阳光采购”平台，设置了供应商门户和集采平台，非涉密信息及整个过程在公众监督之下。此外，华润雪花还通过修订集中采购目录、推行采购岗位轮换制度、增加采购合同中诚信条款、设立监督举报邮箱和电话等措施，有效杜绝行受贿。

华润雪花明确要求各下属企业不定期开展相关法律法规及制度培训、行业政策宣讲，以提高公司员工合规经营的法律意识，并加大对业务环节中销售合同的管理，根据供应商管理不同阶段分别建立入选、认证、考核标准并实施，不断提升供应商管理与服务水平，紫泉包装也在这些要求和规范的作用下进一步巩固自身对于社会责任的履责情况。

共赢

紫泉包装在产品上的创新离不开华润雪花的反馈和支持。2017年12月推出的“新勇闯”二维码啤酒皇冠瓶盖就是一个很好的例子。

紫泉包装研发二维码瓶盖已有两年，期间付出了大量的财力和物力。但对于上游企业来说，是否能获得市场的认可仍是一个未知数。华润雪花在研发阶段与紫泉包装分享市场痛点，并愿意购买尝试新产品，并帮助紫泉包装推广和使用二维码瓶盖，使得瓶盖营销进入一个崭新的阶段，也同时共同带动啤酒市场的发展变化。

“ 作为华润雪花啤酒的战略合作伙伴，我们深刻认同华润雪花在与供应商携手并进、带动行业发展上所做的努力，同时我们也与华润雪花一道，致力于为消费者提供优质的产品。未来，我们也将继续与华润雪花啤酒进行深度合作，通过整合产业链上下游资源及不断开拓创新的精神，共同应对不断变化的市场需求，始终走在市场发展的前端。

——上海紫泉包装有限公司 ”

瓶盖虽小，却事关我们对于消费者的承诺，也是我们与所有合作伙伴们共同绘制的蓝图一角。未来，我们仍将肩负起对社会的使命，为消费者提供优质产品、为供应商创造发展机会、为啤酒行业的前进引领方向。

▶ 二维码瓶盖赋码项目

以信息服务商的后方平台为支撑，开发二维码啤酒皇冠瓶盖：

- 有效防止窜货问题的发生，通过二维码扫码可了解产品生产及周转情况，保障区域供需体系的平衡
- 提供小批量、多元化、定制化服务，追踪消费者进行精准营销
- 在二维码内放置品牌植入内容，增加啤酒附加价值

紫泉瓶盖无菌封装生产线 ▶



责任绩效



雪莼® 原汁麦
跟着麦香去旅行



奋进拼搏 回报股东

激发活力 成就员工



匠心酿造 悉心服务



社企同心 共创和谐



绿色工厂 责任生产



协同发展 共酿辉煌



奋进拼搏 回报股东

2017年,面对日益激烈的市场竞争环境,我们持续深化品牌推广和市场拓展,扩大市场覆盖率,优化市场战略,调整产品结构,加强风险管控,推进合规经营,探索创新发展,提升整体创造价值能力,为股东提供有竞争力的回报。

效益提升

我们洞悉市场变化,以领先的市场战略保障经济收益。引进先进管理办法和措施,提升企业管理效率。

经营业绩

2017年实现销量1182万千升,较去年同期上升0.9%,全年实现营业收入297亿元,同比增长3.6%。

2017年雪花啤酒持续优化产品结构,以创新差异化品牌策略覆盖不同消费者需求,增加中高档酒销售比重,提升整体盈利能力。中高档产品销量实现458万千升,中高档酒销售比重增加,较同期增长3.2%;公司重点产品雪花纯生销量47万千升,较同期增加19%,勇闯天涯销量301万千升,较同期增加13%。

主要经济指标	2016年	2017年
资产总额(亿元)	420	407
所有者权益(亿元)	204	196
营业收入(亿元)	287	297
利润总额(亿元)	18	20
净利润(亿元)	15	14
归属母公司所有者的净利润(亿元)	14	13
净资产收益率(%)	8	7

458 万千升
中高档产品销量实现

47 万千升
公司重点产品雪花纯生销量

301 万千升
勇闯天涯销量

管理创新

创新驱动发展。我们将创新理念渗透到管理全过程,对时代趋势与变化保持高度敏锐,用新技术、新理念指导企业管理。

• 信息化建设

2017年,公司确定了“信息化升级”为公司十大战略举措之一。我们按照IT战略规划持续开展信息化建设工作,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,有效支持业务发展。

提升管理效率

- 我们结合前端业务系统搭建企业资源计划(ERP)平台,实现供应商到雪花啤酒工厂端、经销商端供应链系统全覆盖。
- 2017年,根据主责业务流程调整,对OA系统进行升级,使得总部及区域审批流程统一率超过80%,缩短了传递时间50%以上,节省办公成本50%以上。

支持业务发展

- 持续优化客户关系管理(CRM)系统,通过DMS经销商网上订单实现、经销商订单和生产计划联动,率先在啤酒行业建立了标准化的产销协体系。
- 依托互联网、物联网等平台,将IT新技术与移动APP、微信、电商、社交媒体等结合,满足公司“精益运营”、“创新营销”的业务需求。
- 对核心业务系统中产生和积累的一线业务数据进行挖掘和治理,利用数字化技术及BI系统等做好快速、准确的业务分析,有效支持业务及管理决策。

• 精益管理

我们推行全价值链的精益管理，建立由上至下的创新机制和由下至上的改善机制，从微小改善入手，推进管理变革，优化各项生产、技术指标，完善工作机制，规范人才培养，营造创新文化，全面提升公司整体运营效率和管理水平。



雪花专用车厢 ▶

案例：散装汽运 / 物流集散模式

散装汽运 / 物流集散模式是推进采购精益管理的重要成果之一。通过将麦芽检验延伸至供应商或集散中心，提升工作效率，降低综合费用，最大限度发挥规模效益，拓展了与战略供应商合作的方式，实现共赢。2017年我们颁布实施《散装麦芽管理实施细则》《区域公司散装麦芽质量检验管理办法》等文件，规范散装麦芽项目操作及运作执行。

2017年麦芽散装汽运实施工厂61家，占当年华润雪花工厂总数的62%；散装麦芽运输数量42.13万吨，占17年采购麦芽数量的47%，占进口麦芽数量的56%（16年为45%）；节省费用约3954万元。



技术创新

华润雪花啤酒以打造世界一流企业为战略目标，以满足市场需求为导向，利用理论创新、技术创新、操作创新，完善企业技术创新体系，不断为各项业务的提升注入新的推动力，全面提升企业核心竞争力，促进企业可持续发展。2017年，华润雪花啤酒主持完成包括“啤酒灌装质量定阀取样技术的研究及配套平台系统开发”、“糖浆紫外杀菌技术研究”等在内的多项技术开发与创新。目前，华润雪花啤酒共有国内商标2166个，国内专利总数41个，其中国内已授权专利数21个，已登记著作权20个。

案例：啤酒灌装质量定阀精准控制

华润雪花啤酒于2014年开始“啤酒灌装质量定阀取样技术的研究及配套平台系统开发”项目研究，至今历时3年已圆满完成。该项目打破行业传统按“批”进行质量控制的模式，首次提出按“瓶”进行精准质量控制，进而引入“灌装质量定阀精准控制”理念，利用光电感应技术结合酒瓶位移跟踪技术，开发了自动定阀取样平台系统，并借助该平台系统结合SPC技术实现了啤酒灌装质量的定阀精准监测与控制，弥补了国内啤酒行业在此项研究及应用领域的空白。该项目已通过中国酒业协会的科技成果鉴定。

该技术在华润雪花啤酒沈阳工厂推广应用后，显著提升生产效率、经济效益和产品质量。检修时间由20分钟/次缩短至5分钟/次，每台酒机每年可多生产400吨啤酒；每年每台酒机可节约维修费用2万元。

41个
国内专利总数

40750.2万元
科技研发投入共计

案例：“糖浆紫外杀菌技术研究”项目

该项目是对糖浆添加方式的创新性研究，糖浆稀释后，通过紫外杀菌系统进行“冷杀菌”，再进行薄板冷却，与麦汁同步进入发酵罐。通过引入糖浆“冷杀菌”，一方面，对糖浆潜在微生物风险有较强的控制作用，确保啤酒食品安全；另一方面，降低了糖化热负荷，带来了能源的大幅度节约。统计数据表明，与糖浆“热杀菌”方式相比，吨酒蒸汽消耗平均降低6.67%，具有明显的环境效益。

诚信经营

华润雪花构建完善的管理架构和制度体系，坚持“依法治企、诚信经营”，强化党建工作，宣贯合规理念。

完善治理

华润雪花按照现代企业制度要求，不断健全完善党组、董事会、监事会和经理层，形成了权责分明、各司其职、有效制衡、协调运转的法人治理结构。为全力保障股东和董事会参与到公司治理中，我们建立良好的沟通机制，定期就运营情况进行汇报，致力于实现透明运营。

守法合规

守法合规是企业健康运营的基础和保障。华润雪花以集团合规、审慎、严谨、系统的管理文化为核心，坚持“依法治企、诚信经营”的理念，严

格遵守法律法规的要求，强化企业合规性管理，梳理原有的企业运营管理思维、模式、制度和机制，持续构建完整且与时俱进的合规运营管理体系。

为了更好地实现合规运营，我们构建了专业严谨的法律队伍，完善职能建设和职能体系，为各项业务实施、落地、推动提供支持，确保业务更规范更合法。华润雪花利用内刊《华润啤酒》报，“华润啤酒屋”微信公众号等多种媒介向全体员工宣贯“依法治企、诚信经营”的理念，提升员工意识。

党建工作

全面学习贯彻十九大报告精神是公司当前和今后一个时期首要的政治任务，围绕十九大报告中的新论断、新思想、新使命、新部署和新要求，在学懂、弄通、做实上下功夫。为及时部署、扎实开展学习培训和宣传工作，雪花啤酒总部管理班子成员组成宣讲团赴各区域公司开展十九大精神宣讲，各区域、营销中心、工厂领导干部组成宣讲团深入基层开展宣讲，全面引导广大干部群众深刻领会党的十九大精神的思想精髓。

坚持党的领导、加强党的建设，是国有企业的“根”和“魂”。我们坚持全面从严治党，贯彻落实“加强基层党组织建设”实施方案，严格执行“三会一课”制度，坚持“三严三实”和“两学一做”教育活动，提升党员思想和作风建设水平。切实履行党委的主体责任和纪委的监督责任，严格执行中央“八项规定”精神、反“四风”要求，依法依纪办信办案，开展集中警示教育，加强廉洁教育和制度建设，不断强化企业党风廉政建设和反腐败工作。

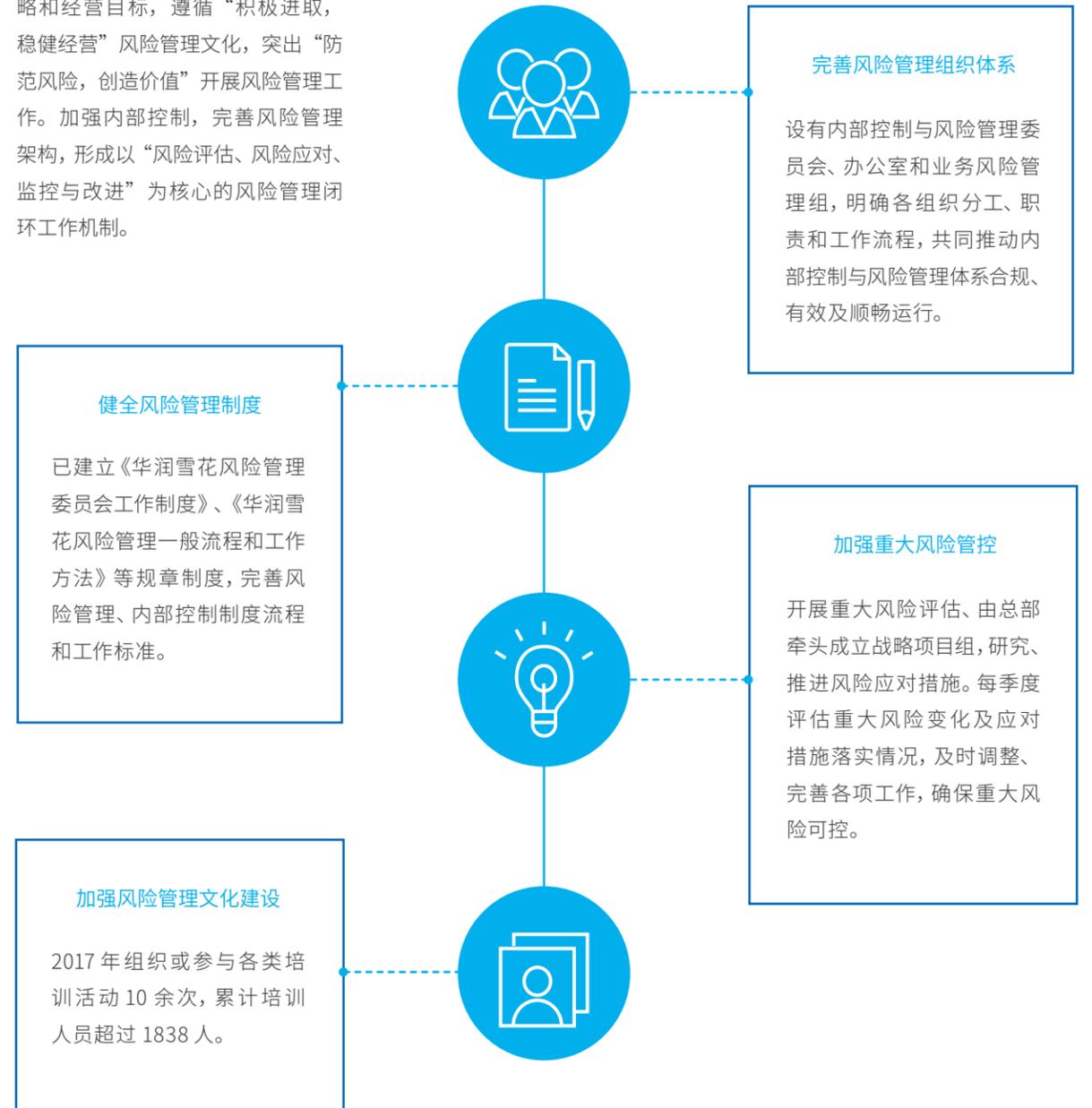
◀ 华润雪花啤酒 2017 年法律培训暨工作会议



风险管控

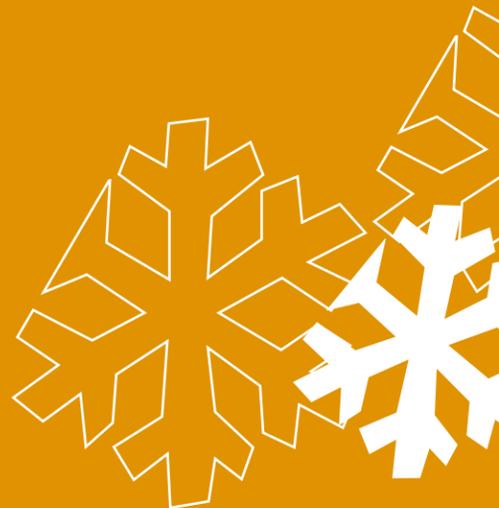
良好的内部控制与风险管理是企业稳健发展的基石。我们围绕公司战略和经营目标，遵循“积极进取，稳健经营”风险管理文化，突出“防范风险，创造价值”开展风险管理工作。加强内部控制，完善风险管理架构，形成以“风险评估、风险应对、监控与改进”为核心的风险管理闭环工作机制。

提升风险管控



匠心酿造 悉心服务

华润雪花啤酒以“做世界最好的啤酒”为目标，精心雕琢“雪花人”的匠心精神，以专业、专注精神诠释“质量第一，消费者至上，勇于创新，追求卓越，践行社会责任”的发展战略。2017年，华润雪花啤酒不断完善企业技术创新体系，用匠心为客户提供高质量、更安全的产品，与客户一起共同提升消费体验，打造公平、健康、可持续发展的市场环境。



研制新品

华润雪花啤酒致力于研制开发多样化、特色产品，在满足大众消费者多元化口味和需求的同时倡导健康饮酒文化。通过采用更先进的酿造工艺，创新口味融合及个性化外观设计，华润雪花啤酒不断推出满足消费者更多更高要求的新产品，引领市场潮流。

2017年雪花上市推出了“未来由你定义”概念系列，纯生、勇闯天涯、花脸、花旦4支产品。对产品包装、酿造技术、口感质量、整体风格等方面进行了全面改善。酿造技术上，利用声学、光学原理辅助酿造，保证品质。2017年雪花脸谱等啤酒产品陆续进军欧洲、南美洲一些国家，为全世界的消费者带去更为健康、多元化的产品体验。

案例：晋陕区域开展金威 High-Bar 碳酸饮料研发工作

通过对近两年果味产品的深度调研，晋陕区域了解到橙味和酸梅味饮料产品在陕西市场颇受大众喜爱，市场需求明显、接受程度与市场反应良好。



▲ 金威 High-Bar 碳酸饮料海报

2017年10月，晋陕区域开展橙味和酸梅味碳酸饮料新品研发工作，通过组织消费者进行盲测，根据消费者口味测试结果不断完善产品口味，并最终确定产品生产标准。2017年12月中旬，经过前期批量测试，西安工厂正式生产橙味和酸梅味碳酸饮料新品，并将该系列产品命名为金威 High-Bar 碳酸饮料。

食品安全

华润雪花啤酒奉行“从农田到餐桌”的全产业链质量控制理念，完善质量管理体系，加强产品全生命周期的质量管控，推进质量管理体系（ISO 9001）、食品安全管理体系（ISO 22000）等的认证，制定《食品安全管理规定》《食品召回管理制度》等安全管理制度，举行多次食品安全培训，覆盖食品安全各关键控制点管理要求，确保为消费者提供安全、可靠、高质量的啤酒。

100%

2017年，华润雪花啤酒产品合格率

1170次

员工食品安全培训次数

39120人次

员工食品安全培训人次

717个

食品安全风险控制点个数

530个

食品安全生产关键控制点数量

悉心服务

华润雪花啤酒始终不忘“不断满足消费者需求”的初心，作为行业领先者，努力营造公平的市场环境，提升客户服务体验，倡导理性饮酒，为客户和行业创造更大价值。

公平营销

华润雪花啤酒一贯遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则，严格按照《合同法》《消费者权益保护法》《反不正当竞争法》《产品质量法》《食品安全法》《广告法》等多个维护市场公平环境的法律法规，坚决保护消费者的安全权、知情权、选择权、获赔权、监督权等合法权益，激发市场活力和社会创造力，与同行企业一起，共同营造公平法治便捷透明的市场环境。

▼ 工厂来了一批“可爱”的参观者



提升服务体验

华润雪花啤酒秉承“消费体验至上”的原则，努力优化、健全客户关系管理体系，提升消费者满意度。2017年华润雪花啤酒重新修订《客户服务管理制度》，尝试搭建多渠道的客服平台，通过呼叫中心客户服务热线，优化投诉处理机制，推动产品品质和服务质量提升，改善客户体验。

我们针对客户投诉事件，呼叫中心即时将客户反应的问题传递至处理人员，处理人在接收到信息后30分钟内与客户取得联系，约定处理时间和地点。同时，处理人员上岗前必须接受《现场操作工作指引》的内部培训，以此规范处理行为，实现“统一形象、统一行为、统一声音”，提升服务效率，改善消费者体验。

消费者信息保护是公司客户关系管理的重点工作。华润雪花啤酒通过信息加密、权限设置等措施，实现对不同区域、不同部门、不同管理层级在

使用过程中的信息隔离策略，以避免消费者信息泄露与丢失。同时，涉岗人员签署《保密承诺书》，要求涉岗人员遵守国家保密法律法规和《保密工作管理制度》，履行保密义务，保障信息安全。

31214起

2017年，共发生产品及服务投诉

99.6%

客户投诉解决率

70%

投诉回访率

▼ 客服团队



倡导责任消费

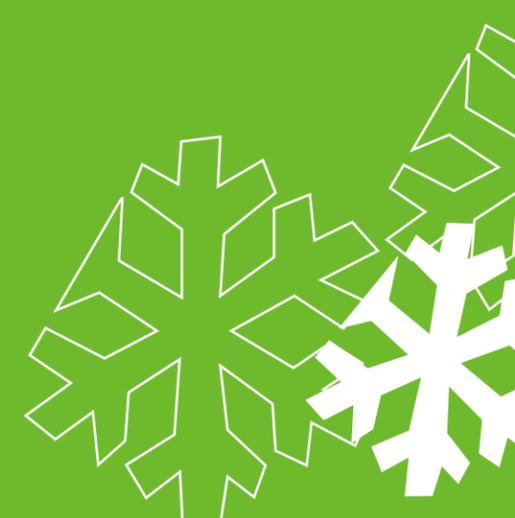
关注和解决与过量饮酒相关的社会问题，是酒类行业实现新型发展的重要内容，也是推动企业持续发展的有力保障。适量饮酒有益健康是全球科学界的共识，树立健康饮酒方式是理性饮酒的重要内容，也符合当下人们追求健康生活方式的趋势。

华润雪花啤酒通过在酿造工艺、饮酒文化等领域上不断推陈出新，培养理性饮酒的社会文化，致力于推动全社会形成理性饮酒的新风尚。同时华润雪花啤酒以多种创新方式与消费者沟通，积极帮助消费者获得饮酒的相关知识，鼓励消费者理性、适量饮酒。

针对中国人的体质特征，华润雪花啤酒革新酿造技术，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。优化醇酯比，饮酒不“上头”，使得雪花啤酒更加符合中国人口味和体质。

绿色工厂 责任生产

华润雪花啤酒在企业不断发展壮大的同时，不忘企业公民的社会责任，贯彻“保护环境，节能降耗，持续改进，追求卓越”的环境方针与“实施资源循环利用，推动精益生产管理，促进企业可持续发展”的可持续发展政策，更加注重环保节能，把发展绿色经济，低碳环保作为公司发展战略，建立啤酒企业绿色经济模式。



210项

2017年，华润雪花啤酒
实施环境保护和节能减排项目

8724.5万元

投资金额

环境管理

华润雪花啤酒高度重视环保节能，不断完善“三级”环保管理组织和责任体系建设、积极开展环保教育培训、倡导绿色办公及参与环保公益，致力于建设资源节约型和环境友好型企业。

查，每季度进行环评，建立环境应急预案，制定了专项应急预案和年度应急演练计划预案；2017年年初，北京工厂与各部门层层签订环境责任状共366份，全年累计环境检查共计35次；为减少空气重污染期间大气污染物排放，北京工厂特制定重污染天气应急工作方案并签订空气重污染承诺书。

体系建设

2017年，华润雪花啤酒进一步健全涵盖总部、区域公司和工厂三级环保管理组织和责任体系，每年逐级签订EHS责任书，明确环保管理职能，进而落实环保责任。在责任体系之下，公司重点关注环境保护和节能减排两大领域，加强目标、指标监控，建立突发环境事件应急预案，完善环保统计、监测、预警体系。以昌都及北京工厂为例：昌都工厂成立EHS安全环保部，下设环保专项检查小组每周对工厂进行专项检

过去一年里，华润雪花啤酒已经建立符合公司环境保护和节能减排要求的评估、评价标准，并持续开展针对环保、能源管理系统的评估和持续改进，不断提升管理水平。公司共完成了对所属15家区域公司、26家工厂环境保护和节能减排管理现场例行检查，并制订《华润雪花岗位EHS责任制度》和《华润雪花EHS事故事件责任追究管理办法》，从而落实全员环境保护和节能减排责任，严格事故事件责任追究管理。

环保教育培训

公司于每年“世界环境日”、“全国节能宣传周和全国低碳日”积极开展环保主题活动，通过发动员工参与环保相关教育培训活动，提高全员节能减排和环保意识，同时定期对工厂污水操作人员和酿造班长进行污水技能培训和考试，持续实施区域下发的污水操作人员退出更新制度，选拔污水合格操作人员。

据不完全统计，2017 年公司及各下属各单位员工累计参加环保教育、节能减排培训 2836 人次，大大提高了各级人员环保法律意识和操作技能。

绿色办公

公司倡导无纸化办公，建立了华润雪花啤酒办公自动化系统，公司各层级各类报告、文件等全部采用 OA 签批，实行办公纸张回收、二次利用；推广集中办公，实现办公设备设施公用，并严格控制空调、照明等耗能使用，降低办公能源消耗。除此之外，我们在办公场所内配置绿色植物，净化空气，改善办公环境，利于员工身体健康。

环保公益

2017 年 6 月 5 日是第 46 个世界环境日，中国环境保护部发布 2017 年环境日主题：“绿水青山就是金山银山”。为了向社会各界倡导绿色环保理念，华润雪花及下属公司、工厂走进社区，积极开展各类公益环保实践宣传活动，用实际性行动为和谐友好社会的建设添砖加瓦。如黄石工厂与地方开发区环保局一起在各大社区举行了“保护环境，雪花与您同行”的活动；兴安公司在兴安盟环保局的组织下到街区进行环保宣传，制作了环保宣传语条幅，准备了大量的宣传单和环保法律法规手册，为来往市民分发并讲解环保的重要性，大力宣传乌兰浩特市生态文明示范市，环境综合整治工作的重要意义和取得的成效。



▲ 绿树环绕中的厂房



▲ 中控室

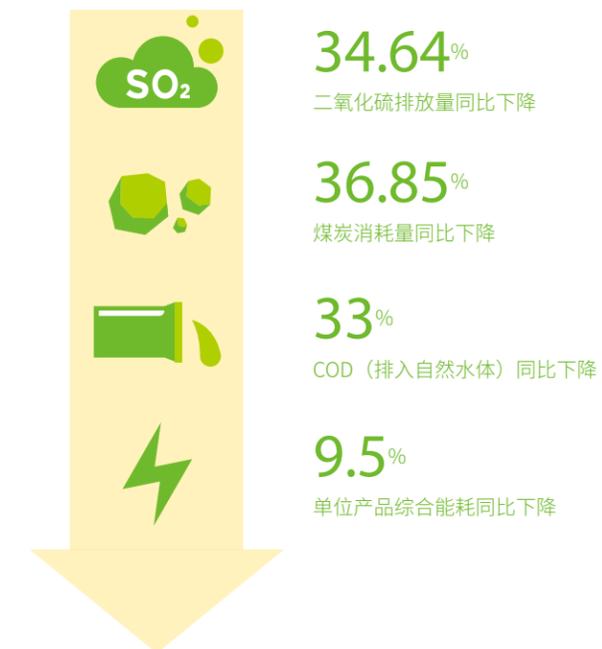
应对气候变化

气候变化及其所带来的影响是当今世界范围内普遍关注的议题。过去一年里，华润雪花通过采取各种节能减排措施、回收利用污水沼气、使用清洁能源等方式，积极应对气候变化、履行环境责任。

节能减排

公司成立了产能优化项目组，负责组织和推动产能优化具体战略，于 2017 年实施安徽、黑吉、河南、晋陕、辽宁、四川、天津、浙江等区域产能优化工作项目；按国家政策要求，持续淘汰高污染和高耗能设备，2017 年淘汰燃煤锅炉 25 台共计 338 蒸吨；积极调整能源结构，提高清洁能源使用比例，使用外购蒸汽和天然气的工厂占比提升至 85%。

废弃物排放方面，公司坚持执行严于国家或地方政府污染物排放标准的内控标准，稳定达标排放的同时实现自主削减污染物的排放量。



案例：河南商丘工厂巧降千升酒污水处理费用

商丘工厂为响应节能降耗号召，巧降千升酒污水处理费用，实现节能减排，同时有效控制成本，增加企业效益。

华润雪花工厂污水处理费用的主要由电费和机物料费用组成。为了确保污水达标排放的基础之上，降低千升酒污水处理费用，商丘工厂专门成立了攻关小组，通过对污水处理成本构成分析，排查污水处理费用高的主要原因，并进行了详细分析。

1) 控制溶解氧范围，错峰就谷用电，降低电耗

商丘工厂在处理污水过程使用鼓风机曝气，但曝气量过大，存在过处理现象，造成电力浪费。在出水达标情况下，商丘工厂将曝气池溶解氧含量范围控制在 0.5-3mg/l，进水过程中溶解氧过低时开鼓风机，曝气量大时停风机，停水过程中不开风机。



▲ 水处理

2) 优化废水污泥处理流程，降低机物料费用

在生产废水处理过程中，需进行 pH 值修正。改善前，直接排空二氧化碳会导致生产废水 pH 值偏高，必须加药剂进行中和。依据工厂制订的《环保源头管理规定》，攻关小组通过回收二氧化碳替代药剂完成中和，降低 pH 值。

此外，由于车间排污口清理不及时，导致污水处理站总进水固体悬浮物浓度高，产泥量很大。为此，工厂特制定并下发各部门排污口清理细则，据此监督管理，并取得良好效果。

采取上述措施后，商丘工厂千升酒污水处理费由原来的 2.65 元 / kl 下降到 2.39 元 / kl。按照“千升酒耗”的预算，每年可节约费用约 19.5 万余元，污水处理费用下降的同时，污水站总排水 COD 和其它指标合格率均为 100%。

资源节约

公司注重资源节约，尤其是对啤酒酿造行业影响重大的水资源；同时，加大生产过程中资源的回收与利用，降低能耗、物料消耗，包装减量化。

水资源管理

对优质水的大量消耗是啤酒酿造业的一大特点。除了生产使用的水，啤酒工厂在加热冷却，清洗包装瓶罐、生产设备和加工区域运输工具，以及水净化等过程中都要消耗水资源。

公司注重工厂水平衡及热平衡的核算和管理，通过各项技术改造，完善车间内外部水、热能的品质分级利用、循环二次利用、减少损耗和浪费；积极改进工艺和流程，推进精益项目，优化水资源使用。此外，部分工厂对员工生活用水实行超量阶梯性收费，对生产用水制定《污水源头管理制度》、《清洗管理制度》减少整个生产系统用水过度；通过更换反渗透膜，提高反渗透产水率，降低动力水耗。

可持续再利用

公司从负责任资源利用出发，在 2017 年延续往年在低碳环保方面的实践，对生产中的副产物资源化再利用（包装减量化、物料回收再利用），减少环境污染。具体措施包括推行玻璃瓶回收政策：由经销商负责回收交回厂里，经过一系列高温杀菌及清洗程序重新投入使用；提高设备设施的运行效率，降低综合能耗，同时，对包装生产过程产生的废纸箱、废标签、废盖等进行回收加工，对包装产生的玻璃渣、废纸箱、废包装物（薄膜）进行回收利用。

甘青藏区域的昌都工厂还将糖化生产产生的酒糟通过处理给当地藏民饲养牦牛，既能达到节能减排的效果，又使资源得到重复利用。

六安工厂碱水回收再利用储罐



生态保护

公司深知生态保护的重要性，在工厂选址、生产、运营阶段将对厂区及周边生物多样性产生的潜在影响纳入考虑。公司要求工厂选址时进行全面评估，严格遵循选址原则，从自然环境中要求周边 2km 无污染企业，土地无重金属和放射性物质污染，对水源水质有严格的指标控制要求等；

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，灵活适应地域与自然环境差异。

2017 年，黔南新工厂搬迁项目在选址过程中，充分利用平面布置上的优势，将主要产生噪声构筑物布置集中于项目中部；污水处理站位于

厂西南角，属当地主导风向向下风向，避免了污水等废弃物气味影响城区及主要生活区的空气质量；生活办公区位于厂区东南角，属当地主导风向上风向，且远离生产区。

绿色工厂选址的原则



案例：种在棕榈中的生态工厂

东莞工厂厂区总面积大约 15.6 万平方米，而绿化面积就超过了 2 万平方米，比两个标准足球场还大，约占主厂区面积的 13%。厂区内种植了数十种景观绿植，四季各有别致景观。

良好的生态环境打造出良好的酿造环境，这对与微生物为天敌的啤酒酿造有着更为特殊的意义。净化的空气让纯天然原料得到更纯粹的发挥，酿造出更优质的啤酒；更好的环保意识、更高的节能减排标准，催生出更高的酿造效率和更严苛的工艺标准，促进酿造技艺的提升，从而带给消费者更好的第一感受。这就是花园工厂背后的“生态经”。值得一提的是，东莞工厂员工吃的蔬菜很多是自己亲手栽种的。东莞工厂的员工们将处于企业末端的污水站旁的土地开辟出来，建成一个属于员工的小花园，在这里员工们种植植被、樱花、果树和有机蔬菜，长成的蔬菜被送到食堂作为食材。



激发活力 成就员工

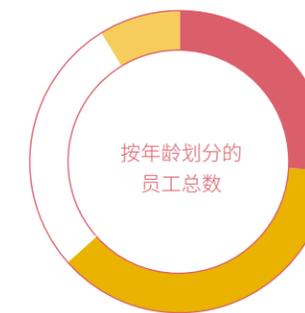
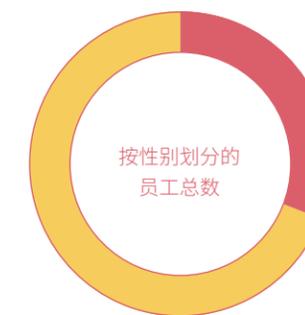
员工的发展和进步是推动公司发展的不竭动力，我们坚持保障员工的基本权益，为员工提供优质的薪酬福利，保障他们在工作中的安全健康，并通过个性化的培训和明确的职业发展路径帮助员工成长。我们关心员工的工作与生活平衡，通过各类关怀项目和文体活动不断激发员工在工作及生活中的活力，在为员工个人发展铺平道路的同时，也让员工增强对公司的归属感，与公司互相成就。

员工权益

员工权益的维护和保障是华润雪花多年发展过程中尤为重要的部分。我们竭力为员工创造平等和谐的雇佣环境，提供完善的薪酬福利保障，并通过建立多种渠道倾听员工心声。

平等雇佣

公司坚持公平公正的用工原则，严格遵守国家各项法律法规，制定并坚持完善员工招聘制度，在员工选拔过程中始终秉承公开、平等、竞争、择优的原则，根据不同岗位的不同需求为公司引进合适的人才。公司建立了招聘监督渠道，保证不因年龄、性别、民族、种族、婚姻状况、宗教信仰等区别对待求职者或员工，并严禁雇佣童工及强迫劳工。公司尊重并保护员工的个人信息，与所有员工均签订了劳动合同。



截至 2017 年底，
45605 人
公司共拥有在岗员工

31%
其中女性员工比例

790 人
女性管理者

17.7%
占管理者总数

100%
劳动合同签订率和社会保险覆盖率均



▲ 四川区域乐山工厂第三届第十四次职工代表大会

薪酬福利

公司建立了完善的薪酬福利体系，每年根据员工任职岗位、绩效评级及服务年限三方面对员工薪酬进行评定和调整，按时支付足额劳动报酬。通过多种分配方式并存的薪酬分配体系，公司力保员工薪酬的公平性，充分调动员工工作积极性，与员工共同分享发展成果。

2017 年度，
7.2 天
公司人均带薪年假天数

民主管理³

公司鼓励全体员工参与到公司的运营管理中，通过有效的民主管理、民主监督机制，保障员工的知情权、参与权、表达权及监督权。公司在内部管理过程中推行公开透明的阳光政策，定期公示员工绩效考评情况，接受员工申诉和建议。同时，公司设立了管理委员会，凡公司重大事项，均需经过管理委员会集体表决以保障员工集体协商的权利。公司亦积极发挥工会及各部门的沟通协调作用，保障员工沟通渠道的有效畅通，让员工积极表达自己的意见，与公司共同发展，互相促进。

2017 年度，
100%
公司工会建会率

90%
员工入会率

员工健康

我们极为关注员工的工作环境和健康需求，在运营过程中始终以员工健康安全为首，不断优化安全管理机制，推行多项安全行动，使安全生产理念深入每一位员工心中，从根本上保障员工的职业健康安全。

552 次
应急演练次数

5220 次
安全教育培训次数

173166 人次
安全教育培训人次

100%
安全教育培训覆盖率

3760.3 万元人民币
安全生产投入

安全管理

我们始终坚持以人为本、安全发展的管理理念，持续完善安全管理体系，不断优化安全应急管理机制，从物的安全状况、人的安全行为、环境的安全条件三方面将安全生产落实到生产运营的各层面。公司制定了《华润雪花安全生产违规行为处罚管理办法》及《华润雪花啤酒（中国）有限公司 EHS 诚信承诺书》，促进员工安全意识的提升。同时，公司组织各层级员工签订安全生产责任书，将安全安全生产目标指标、责任落实到每个岗位、每个员工，实现安全责任全覆盖。2017 年度，公司未发生重伤及以上安全事故。

安全行动

落实安全行动，培养员工安全意识是公司从根本上减少安全事故发生的重要举措。公司多年来坚持鼓励员工参与安全活动、规范从业人员安全行为、组织安全生产教育培训、开展飞行检查及视频监控检查、积极排查整治安全隐患、明确职业危害并完善职业危害防护设施，为员工提供健康安全的工作环境。

此外，公司持续加强安全文化建设，组织各单位积极开展各类安全宣传宣誓活动、警示教育、应急演练、知识竞赛、演讲比赛、安全征文等活动，在增强员工的安全意识的同时，进一步夯实了生产安全管理基础工作，营造了良好的安全生产氛围，为公司安全生产持续、平稳的运行提供了坚实的保障。

公司将员工安全培训及考核取证工作作为提升员工安全处置能力的重点，各级企业负责人、安全管理人员全部取得安全管理资格证书，至 2017 年，全公司共有 129 人考取国家注册安全工程师，特种作业人员 100% 持有效证件上岗。

为增强员工突发事件处置能力，公司 2017 年度共进行各类应急演练 552 次，共 17165 人次参与演练。通过日常训练、培训、技术竞赛、经验交流、模拟实战演习等多种形式提高救助能力，提升实战能力。

▼ 黑吉区域开展政企联合应急演练



3.GRI 102-41

职业健康

我们在运营过程中认真贯彻落实以人为本、预防为主的健康工作原则，以保护员工健康为根本目的，落实用人单位责任，完善职业危害监测与预防控制体系，通过多举措全面保障员工的职业健康安全：

- 按法律法规要求，如实申报作业环境中的噪声、粉尘等危险有害因素，由专业机构进行定期监测，并将检测监测结果向全体员工公示。
- 加强改善工作场所作业环境，努力消除和减少作业环境中的职业危害因素，为员工创造健康的工作环境。

- 广泛开展职业健康宣传教育以增强用人单位法律意识和社会责任感，促进员工自我保护意识的提高。

- 加强职业危害岗位管理，如实向员工宣传工作过程中可能出现的职业病危害、后果及需采取的防护措施，并明确在劳动合同中。

- 依法为员工缴纳工伤保险，并为员工建立“一人一档”的职业健康档案，并组织从事接触职业病危害作业的员工进行上岗前、在岗期间和离岗时的职业健康检查。

100%
职业病防治体检率

100%
工作场所职业危害告知率和警示标识设置率

210次
职业安全健康培训次数

16970人次
职业安全健康培训人次

0个
年度新增职业病和企业累计职业病数量

100%
职业病体检及健康档案覆盖率

▼ 湖南工厂开展职业病防治体检活动



员工成长

员工的成长是推动雪花业务发展的基石，我们坚持人才强企战略，不断优化完善培训体系，针对性地为员工提供所需技能及能力提升指导，同时不断拓宽员工职业发展通道，让员工与公司携手共进。

员工培训

公司构建完善的培训体系，以全面覆盖、重点突出为原则，不断优化培训制度和课程设计，增加培训投入，2017年度共开设19个培训项目近200个特色培训课程以加强管理层及员工的现代管理意识和专业水平。此外，公司为员工能力提升建立了专业讲师团队，目前共有内部培训讲师3090人，外部讲师42人，分布在各区域，均覆盖生产、销售、智能三大类别的培训。

2017年度，
166元
公司人均培训投入

18课时
员工人均培训时长

100%
培训覆盖率



案例：未来之星——新员工训练营

2017年7月，由华润大学主办、华润雪花啤酒学院承办的华润“未来之星”训练营华中五营在湖北省武汉市湖北轻工职业技术学院正式开营，由刚加入华润雪花啤酒、华润五丰、华润怡宝、华创总部、华润物流、华润太平洋咖啡和华润网络的197名青年学子共同参加。训练营通过完善的课程设计及为

期30天的封闭式学习集训，引导营员们深入探索快消品的行业特色，深刻理解蓝海市场的激烈和搏杀，从“认同华润”“转换角色”“树立抱负”三个目标帮助青年学子们迅速融入华润，开启职场之旅，从而在今后的工作中逐渐完成从学生到华润人的转变，为未来在华润的职业发展铺平道路。



案例：雪花啤酒 HR 中层管理者能力提升培训

2017年11月，华润雪花啤酒在华润大学北校区举办HR中层管理者能力提升培训项目，总部及各区域公司人力资源中层管理人员、区域公司新晋人力资源负责人等共50人参加此次培训。本次培训基于当前人力资源业务管理现状、能力分析 & 未来公司发展的管理需要，通过开设《组织设计与岗位管理》、《人力资源战略规划与业务计划》、《劳动用工与风险管理》等主要课程及素



质拓展与团队融合活动，在专业能力、业务支持能力、解决问题能力、拓展专业与管理视野等方面，有效促进了区域公司、营销中心、生产工厂三个职类的人力资源中层管理者的能力提升。

案例：山东区域公司开展“助力职能”项目

2017年8月，为提升职能支持部门综合素质与业务技能，激发员工创新力、凝聚力，山东

区域公司开展了面向职能支持部门开设“助力职能”项目，对人力、财务、法律、行政在内的各职能系统进行专业技能及时间管理、办公软件应用、公文写作、情商领导力等综合素质培训。“助力职能”项目共计开展五次课程，近150人次参与，不仅帮助员工梳理了业务流程，提升工作技能，也同步提升了员工综合能力素质，大力助推员工职业发展。



案例：安徽区域公司组织开展 5055 人员培训

安徽区域自2011年组织第一期5055人员的选拔和培训以来，已历经8个春秋，累计有7期共计356人进入5055人才库，其中已有56人走上主管和中层管理岗位，其余人员均为关键技术人员或一线业务骨干。

2017年度，安徽区域公司积极组织开展针对第五期5055人员的结业培训、第六期的二三阶段提升培训和第七期的一阶培训，以促进“职业化转变”为目标，通过性格特质分析、思维导图、职业道德、职业规划、时间管理、

执行力等系列课程和《沙漠掘金》沙盘、成长之路分享、主题辩论会、职业发展座谈会等培训形式，帮助学员明确个人职业目标和规划，掌握的职场思维方式和行为方式，促进学员职业发展。

职业发展

华润雪花始终秉承“公平、公正、公开”的选人用人机制，不断优化员工管理专业发展通道框架，坚持人才竞争性选拔，畅通职业发展通道，建立了内部专业职级评定体系及销售系统员工职业发展体系，并针对中高层管理团队制定“555”人才培养计划。公司持续优化绩效考核体系，从绩效、专业知识、专业技能等多维度对员工进行评价考核，并根据考核结果作为职级职务晋升标准。同时，公司坚持“能上能下”的原则，对优秀员工进行跨级上升、待改进员工下调职档，激励员工提升工作表现，与公司共同进步。

内部专业职级评定体系

- 制定《关于开展雪花啤酒总部内部专业职级、技术等级评定的通知》和《雪花啤酒总部内部专业职级、技术等级标准制定及评定办法管理指引》，各区域公司结合实际情况，制定内部职级评定方案。
- 激励员工在专业管理领域、技术领域不断学习专业知识与专业技能，持续改进工作业绩，明确员工的职业发展方向。

销售一线基层岗位等级评定体系

- 为销售一线业务团队搭建积极进取的职业发展通道，不断提升基层销售团队的业务技能和销售业绩，完善动态化得人才评价和激励机制，促进销售一线基层团队的团队建设，保障公司战略目标和销售业绩达成。

“555”人才培养计划

- 根据公司的业务发展战略，建设一支有竞争力的高绩效业务团队，储备和培养一批具有较高职业素养、丰富的业务经验和较强的综合管理能力的中高层管理团队。



贵州区域员工技能考试

员工关怀

我们致力于为员工创造良好的工作氛围、构建和谐的企业文化，不断优化厂区建设，为员工营造安全、舒适的办公环境，积极组织员工参与丰富多彩的文体活动，保障员工身心健康。同时，我们关怀困难员工，尽力为他们解决生活上的困扰，让他们的工作生活无后顾之忧。

困难员工帮扶

我们十分关注员工的生活状况，2006年成立了“雪花救助金”对基层困难员工进行帮扶。我们通过开展走访慰问、爱心捐款等活动，深入了解老党员、老职工、病患员工、生活困难的员工面临的各类问题，并给予支持和援助，让他们感受到公司的温暖。此外，公司尤其注重对于女员工的身心健康保护，为女员工提供产假、哺乳假、设立妈咪小屋外，还关心女员工精神状态，在各区域为女员工组织观影聚餐、女性健康知识讲座等一系列活动。



▲ 华润雪花夏季“送清凉”

2017年度，
24万
雪花救助金共计支出

30人
累计帮扶员工

截至2017年年底，
300万余元
基金已累计支出

400人
中基层员工获得生活、
健康方面的帮扶

案例：北京区域公司关怀患病怀柔业务部员工朱某

北京区域公司京北大区怀柔业务部员工朱某于2016年12月公司组织体检时查出患有卵巢囊肿，后在北京怀柔医院做手术治疗，经病理切片确诊为卵巢恶性肿瘤。在化疗阶段，恶性肿瘤的治疗、化疗费用昂贵，而朱某家庭收入来源有限，难以支付治疗费用，北京区域公司了解这一情况后，通过申请雪花救助金共计10000元给予帮扶。

工作生活平衡

公司积极倡导劳逸结合的工作方式，组建文体协会，为员工举办素质拓展、文化交流、节假日庆祝、主题团队等多类文体活动，丰富员工业余生活，倡导健康的生活方式。



▲ 辽宁区域球类联赛



▲ 湖北区域举办健康徒步活动



▲ 北京区域举办华润成立80周年知识竞赛暨大型团建活动



▲ 天津区域员工运动会

改善工作环境

公司为改善一线工人的工作环境在各厂区根据实际情况推行多项优化项目，如为员工配备集体宿舍、升级安全设施、改善工作条件、改造生产设备、提升就餐质量、发放防暑降温物资等，在保障员工安全生产的同时，提升了员工归属感和幸福感。



▲ 甘青藏区域昌都工厂进行道路整修

案例：四川区域公司改善员工工作环境

四川区域公司 2017 年度区域内各厂区进行了改善和优化，从生产工作环境、厂区环境、就餐环境、居住环境四个方面进行了针对性的调整和优化，让员工能安全舒适办公。

生产工作环境

四川区域在全区域开展 5S 对外及公共区域项目，对各单位的门岗区域、道路、卫生间、绿化、瓶场、客户等待区、回收站、停车区域、标志性建筑、信息展示区共十个区域进行改造。

厂区环境

四川区域德阳工厂在旧厂房拆除后空地上种植了桃树、枣树、李树等多种果树，提升了厂区的绿化面积改善厂区环境，并有助于促进员工践行环保理念。

居住环境

四川区域针对配置了员工宿舍的单位开展日常现场环境检查、配置和维护保养必要的设备设施等工作，尽力为员工提供一个较好的居住环境，解决外地员工的居住问题。

就餐环境

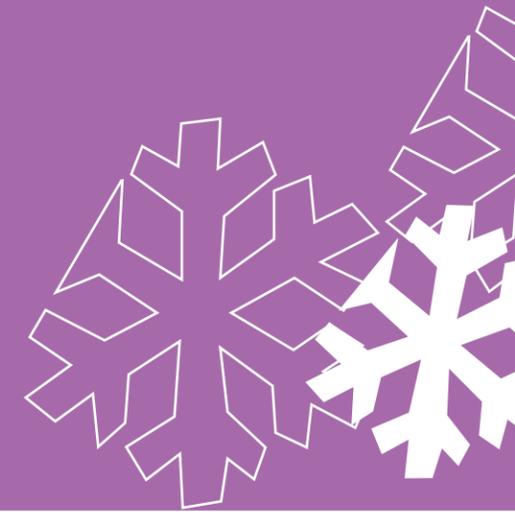
为给员工提供更好的就餐环境，四川区域各工厂对员工食堂进行 5S 定置管理，以及通过不定时调整食堂菜品供应品种、供餐时间等，提升就餐质量，满足员工就餐需求。



▲ 四川区域改善员工宿舍

协同发展 共酿辉煌

合作伙伴的支持是华润雪花稳健发展的保障和助力，我们始终以为消费者提供优质啤酒为目标，积极打造安全、高效、负责任的供应链，同时进一步通过技术研发、行业合作带动供应链上下游共同发展进步。



打造责任供应链

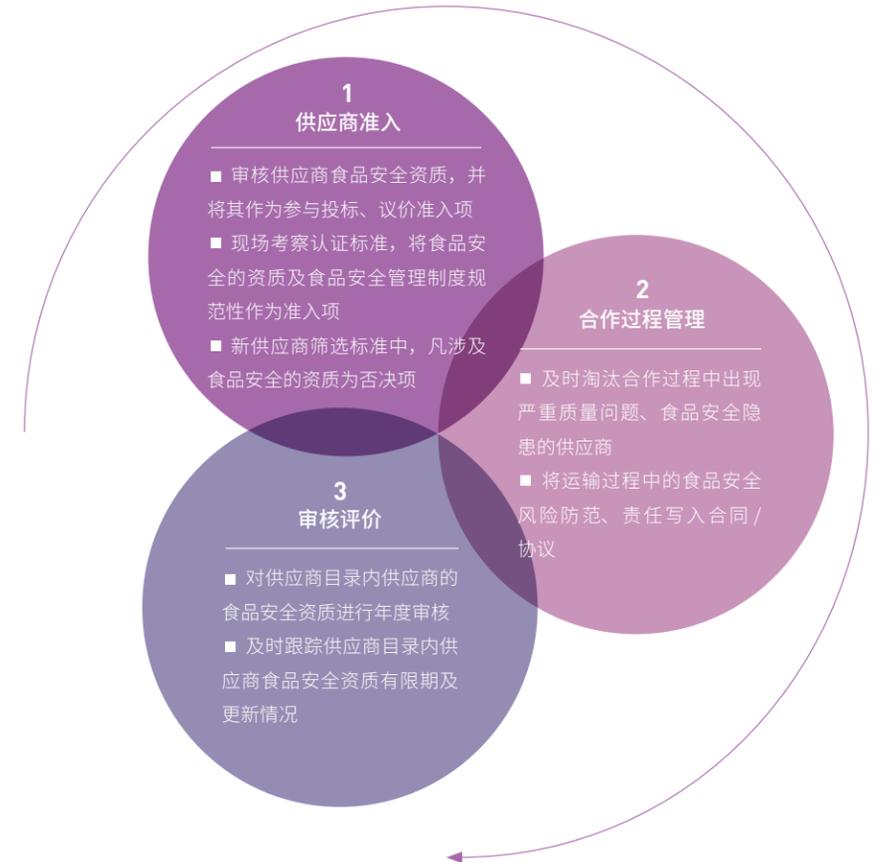
打造责任供应链不仅仅关系到华润雪花的生产运营保障，还是为消费者提供负责的产品的一个重要环节。华润雪花始终坚持品质采购，用优质原材料、完善的仓储运输管理和负责任的销售保障供应渠道的稳定性，为消费者提供安全、优质啤酒。

品质采购

优质的原材料是我们为消费者提供高品质啤酒的重要保障，公司始终将创造价值、领先行业竞争对手作为采购战略，以管控风险、获取最优采购成本为重点，建立由内向外延伸的业务控制、自上而下垂直的制度流程管理体系，实现分工专业化、操作流程化、管理规范化的考核绩效化。公司始终注重采购过程中的公平、公正、公开，采用采购决策、业务管理、执行运作三分开的模式保证阳光采购。

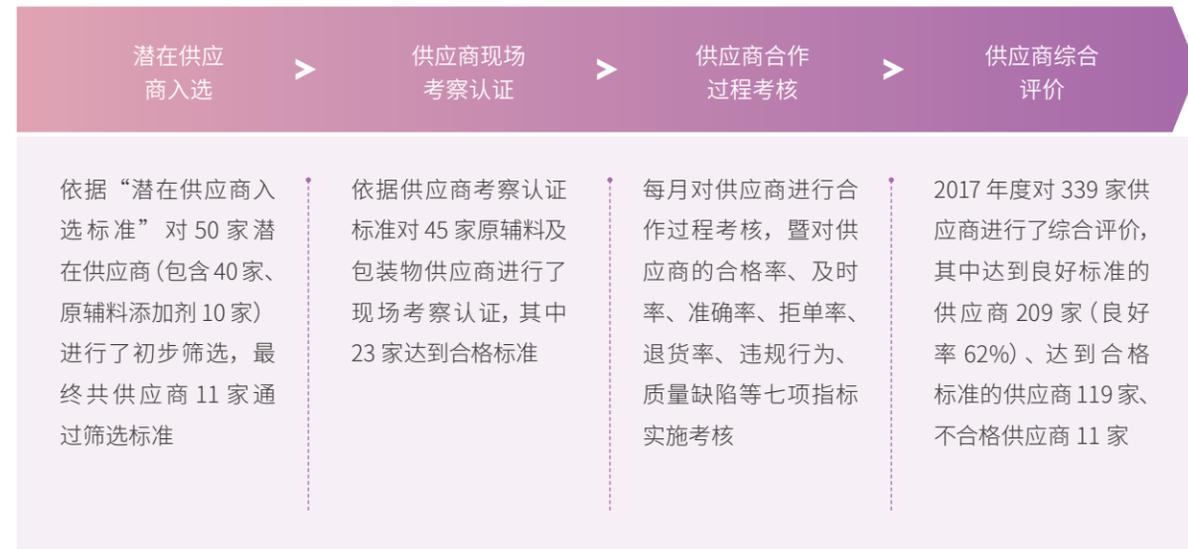
● 全程有效的供应商管理

公司深入贯彻落实原材料采购食品安全管理机制，2017 年度进一步修订完善《供应商管理规定》及《采购招标管理规定》，并通过合同条款对原材料供应商进行约束，从源头保障食品安全。

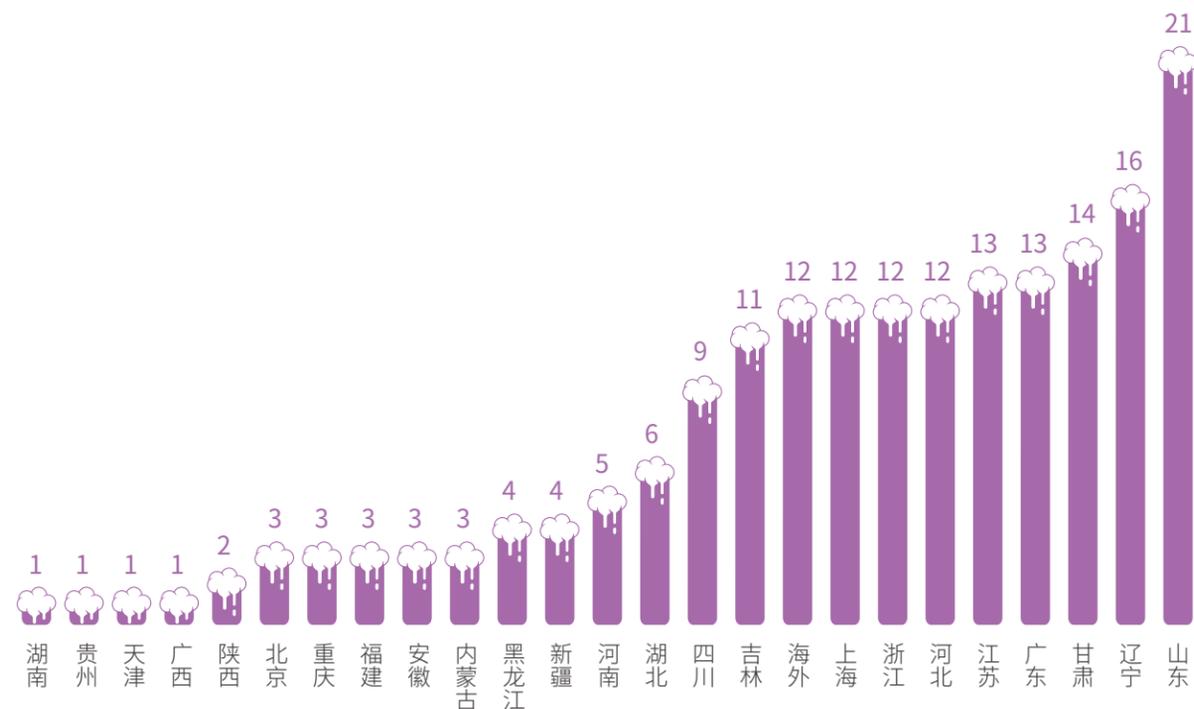


● 安全稳定的供应渠道

公司始终以提升供应商管理服务水平、防范食品安全风险为目标，针对不同阶段对供应商进行有效的入选、认证及考核管理，切实保证采购物资符合质量标准，并形成稳定可控、安全高效、共同发展的供应渠道。



华润雪花生产系统各区域供应商数量



共同成长

供应商和经销商的成长与华润雪花未来发展息息相关，我们积极与供应商开展各类战略合作，定期开展技术咨询、信息沟通、业务交流，配合开展成本控制、供应链精益延伸管理等，共培养战略供应商 18 家。

此外，我们视经销商为公司重要合作伙伴，多年来持续深入开展与经销商的业务合作，通过指导、培训、表彰激励等各类举措帮助经销商提升盈利能力和业务水平，从而带动销售渠道的整体畅通和优化。

能力提升

- 指导、规划并设计经销商业务内容，提升终端维护水平。
- 引导经销商经营模式升级，提升经销商综合竞争能力。
- 组织优秀供应商学习先进快消品渠道经营管理经验。
- 辅助经销商制定年度预算、业务计划及发展规划。
- 定期召开经销商年终表彰会。

共同成长

- 部分经销商从单一的啤酒经营发展为多品类经营市场旺销品牌一级代理商的商贸公司，并引导他们履行社会责任，在扶贫、公益、税收、带动地方就业等方面做出贡献。

案例：江苏营销中心强化与经销商的战略合作，为经销商业务员提供多类培训

2017 年江苏营销中心针对经销商的战略合作进行了升级，为经销商提供人员补贴、专业培训、无息动态借款及管理支持等，助力经销商发展。同时，大区组织各办事处员工、经销商业务员进行业务行为规范、标准和痕迹等培训：

- ▶ 2017 年 9 月，组织责任网内经销商人员入职及业务培训
- ▶ 2017 年 10 月，组织经销商人员及责任网内业务员业务行为规范的培训
- ▶ 2017 年 11 月，组织经销商开展 2018 年渠道改革会议
- ▶ 2017 年经销商综合评估分析后，对部分专营渠道进行调整，奖励

案例：浙江雪花对经销商队伍开展 CDDS 培训

华润雪花浙江区域重视对经销商队伍的素质及能力提升，2017 年度大力开展 CDDS 培训工作，各销售大区对经销商队伍开展了《CDDS 经销商发

展之道》的转训，共累计开展转训 24 场，经销商累计参与 1082 次，人均课时 8 小时，对经销商队伍的转型提供了极大的支持。



携手共赢

我们深知公司发展离不开各利益相关方的支持与帮助，公司深入开展、丰富并落实与政府、合作伙伴、高校及科研院所之间的合作模式，使我们与各利益相关方之间形成长期有效的资源互补、携手共赢局面，为公司未来发展保驾护航。



案例：乐山工厂支持酿酒专业学生赴厂区实习

四川区域乐山工厂多年来作为“211工程”的贵州大学实习基地，大力支持未来行业优质人才的培养。2017年乐山工厂共接收酿酒专业学生40余人到工厂进行为期半个月的啤酒生产流程中各项工艺、关键控

制指标等学习实践。学生们通过到雪花生产工厂学习，实践课堂上学习的理论知识，不仅提升了他们的实操经验和社阅历，也让他们深入了解啤酒行业的发展，为成为未来啤酒行业的骨干力量铺平道路。



行业贡献

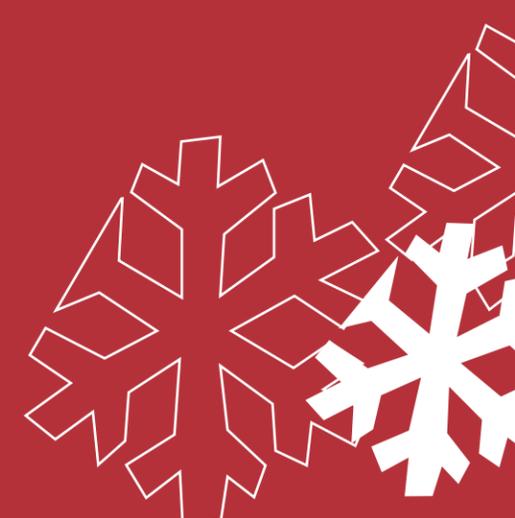
华润雪花自成立以来，始终关注中国啤酒产业的发展。作为中国酒业协会副理事长单位，中国食品工业协会啤酒专业委员会副会长单位，公司积极参与行业交流，并通过技术革新、合作沟通等方式，为促进啤酒产业进步贡献力量。

2017年度，公司“啤酒灌装质量定阅取样技术的研究及配套平台系统开发”项目顺利通过了中国酒业协会科技成果鉴定，经专家委员会评审认证已达到国内领先水平。此外，公司研发的“啤酒二氧化碳高效、优质回收与利用及示范”项目经推广运

用后能为啤酒企业有效减少二氧化碳排放，亦因此获得“中国酒业协会科学技术进步奖一等奖”，为啤酒企业助力国家环保事业提供科技支持。

社企同心 共创和谐

华润雪花多年来在全国各地的稳健发展离不开各地社区与公众的大力支持，而公司亦始终以社区利益为念，为当地居民提供就业机会，并与地区政府精诚合作帮扶贫困地区、助力社区发展建设。同时，公司开展各类公益活动，极大地丰富了所在地区民众的精神文明生活。2017年度，公司利税总额约82亿元。



带动就业

随着公司逐渐发展壮大，华润雪花的业务也遍布全国，深入各大省市。我们在扩大业务布局的过程中始终将本地社区发展作为重要考量，一直以来关注当地居民的就业情况，优先招聘本地居民，深入各大人才市场和高校为当地居民提供直接就业机会。同时，公司还向社会提供各类教育和专业技能培训的机会，有效提升了社区居民的职业技能，扩大了当地居民的就业发展路径。

案例：嘉兴工厂助力元通街道小城镇化及“美食小镇”建设

2017年，嘉兴工厂为全面配合元通街道美食小镇综合整治，投入20余万元对影响公司街道整体面貌的老厂房、老宿舍以及破旧废弃设施等进行拆除，同时对其设施外观进行优化

升级。此外，为突显美食小镇“啤酒”特色，在街道显著位置打造各类标识，助力元通街道在浙江省小城镇综合整改改造验收中名列前茅，在海盐县各乡镇排名中稳居第一。

▼ 嘉兴工厂投入1.5万元为元通街道安置啤酒桶装饰



地区共建

良好的社区环境是华润雪花稳定发展的保障，我们积极响应支持社会重大活动的开展，并通过政府沟通、社区沟通深入了解社区发展中存在的问题，积极与各利益相关方配合，以切实有效的行动提升当地居民的生活条件和环境，与社区共同发展。

案例：运城分公司与运城当地军队共同组建综合救援队

华润雪花啤酒（中国）有限公司运城分公司地处运城盆地，为地震多发地带，且运城工厂所处位置地势较低，在发生强降雨时，外围积水容易倒灌进入厂区。

为了提高公司应急抢险救援能力，运城工厂组织在职员工与

驻运城当地的中国人民解放军预备役步兵第八十三师炮兵团共同组建了一支编制 100 人的综合救援队，包括反恐维稳、抗洪抢险、森林灭火、地震救援、防化救援、医疗防疫、水电气抢修、道路抢修 8 支分队，根据实际需要承担综合抢险救援任务。



精准扶贫

华润雪花在发展之余心系群众，始终大力支持政府的扶贫事业，与地方及其他企业合作，深入了解贫困区域情况，推动当地贫困地区的经济发展，帮助困难群众提升就业能力，通过多个扶贫项目及资金捐赠，引导贫困地区形成适合自身发展的经济模式，从根本上解决地区贫困问题。

197万元
慈善公益捐赠支出

案例：四川区域大力支持地方扶贫

四川区域始终以帮助当地社区发展为念，鼓励各工厂与政府精诚合作，深入贫困区域，支持地方扶贫事业，以己之力助力地区脱贫。

自 2016 年起，四川区域乐山工厂响应当地政府“百企帮百村”号召，致力帮扶乐山市沙溪乡大岗村脱贫。2017 年八月下旬，工厂组织扶贫组深入大岗村了解当地发展规划及面临的困难，找准帮扶切入点，针对性地制定帮扶计划，未来将积极开展产业扶贫、就业扶贫、资金扶贫、公益扶贫等各类帮扶途径，

帮助贫困户发展种养殖业，提供技术培训，解决贫困群众就业问题。此外，乐山工厂鼓励全员员工“捐资扶贫”，共向大岗村捐款 13550 元。

四川区域达州工厂被列为四川省达州市、通川区“双百企业”之一，同时被区政府纳入“精准扶贫”对口帮扶企业之一。2017 年作为通川区脱贫摘帽的关键一年，公司积极带头践行社会责任，大力支持地方对口精准扶贫工作（梓潼镇宝泉村），为贫困村村委阵地建设捐赠现金 2 万元。

携手公众

我们在自身业务发展的同时，将携手公众作为我们回馈社会、与社会和谐并进的力量来源。我们积极投身公益捐赠、深度整合公益资源与企业自身优势、鼓励员工开展志愿者活动、搭建战略化公益平台，通过完善公益捐赠制度，成立公益基金会引导企业公益投入有效开展。此外，我们还面向公众举办各类公益活动，让公众在享受丰富的文体生活的同时，与我们一同为建设和谐社会贡献力量。

案例：云南分公司举办雪花啤酒狂欢节——打造聂耳音乐之都大型文艺演出

2017 年 7 月 29 日，云南区域公司与玉溪市文化广播电视局、玉溪市红塔区人民政府共同联合主办雪花啤酒狂欢节——打造聂耳音乐之都大型文艺演出，邀请玉溪市市民参与，通过创意集市、游戏体验、啤酒节等多个环节，形成了嘉年华式的年轻人大型聚会，同时也展现了玉溪本土特色文



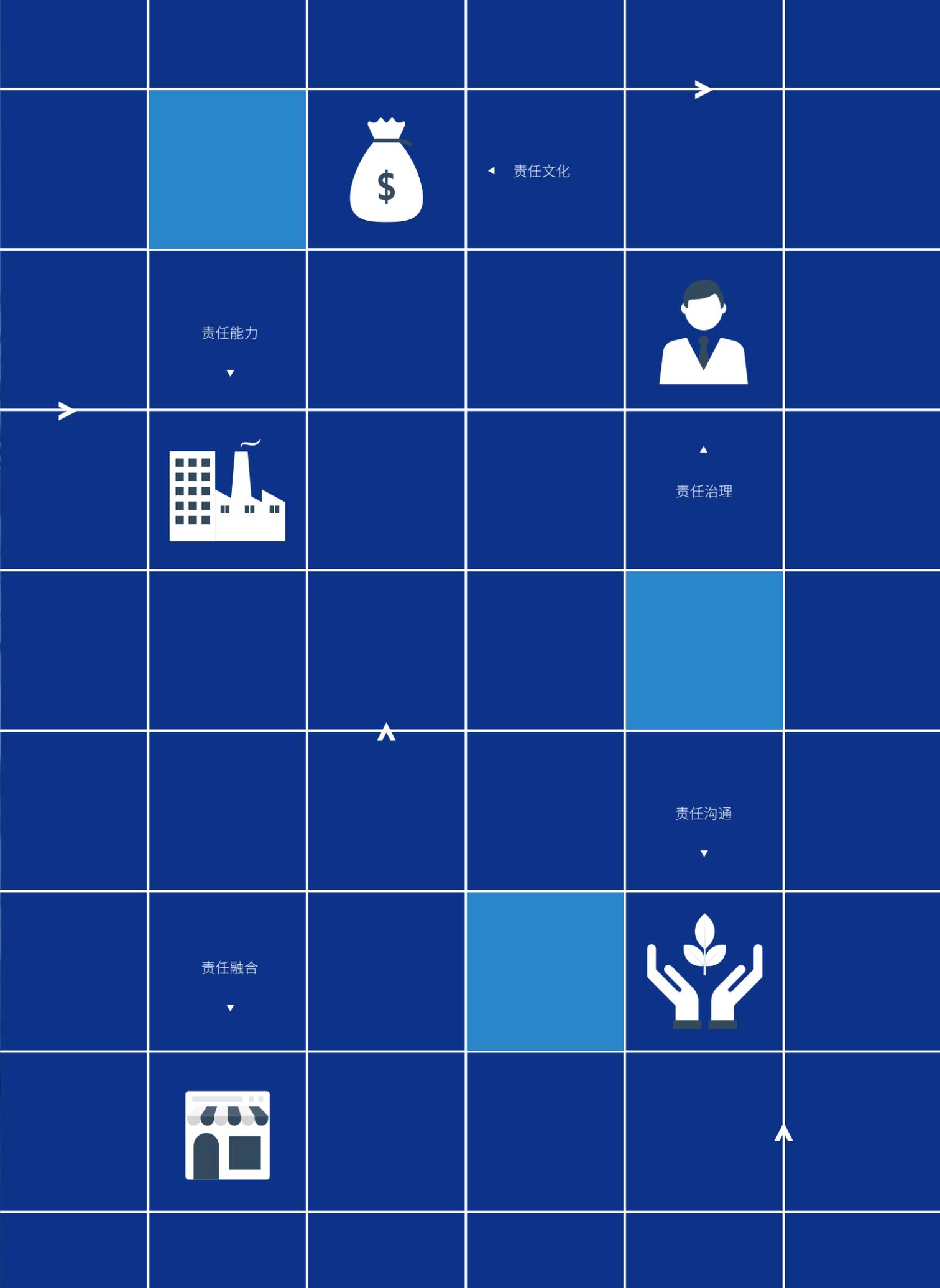
化。云南区域公司在狂欢节中向玉溪市峨山县小街小学捐赠图书 500 套，在帮助学校发展的同时也用实际行动带动玉溪市市民共同践行公益。

案例：雪花啤酒助力 2017 哈尔滨国际马拉松比赛

2017 年 8 月 26 日，由中国田径协会、黑龙江省体育局、哈尔滨市人民政府共同主办 2017 哈尔滨国际马拉松成功举办，雪花啤酒作为唯一指定啤酒品牌合作方，与国内外数万名参赛选手同共襄盛举，同赏松花江畔美景。雪花啤酒为哈尔滨国际马拉松在起点、迷你终点、半马终点、全马终点设立服务台，同时在 17 公里、39 公里、41 公里处增加了三处补给点，全程共计 7 处雪花啤酒站点及雪花啦啦队为参赛者加油助威，让勇闯精神与数万名跑者一路相随。



责任管理



“匠心营造”是对产品精雕细琢、精益求精的追求。我们精心雕琢“雪花人”的匠心精神，以专业、专注精神诠释“质量第一、消费者至上、勇于创新、追求卓越”的质量方针，以“注重品质、注重细节”的匠人精神，开展“第一酿造”，用匠心为消费者提供更高质量、更安全的产品，助力啤酒文化大国形象的塑造，酿造出适合国人、最优质的啤酒，为不同利益相关方开启崭新生活，助力不同利益相关方实现幸福梦。

2017年，中国社会科学院社会责任研究中心编制的《2016年社会责任蓝皮书》中，华润集团社会责任发展指数位列中国企业300强总榜单（国企100强、民企100强、在华外企100强）第1位，国企100强第1位，继续跻身五星级卓越者行列；而在同时公布的16个重点行业社会责任发展指数中，华润雪花啤酒以83分高居食品行业第二名。

未来，我们将继续努力提升企业社会责任表现，落实华润雪花啤酒2017-2021五年战略规划，追求有质量的增长；积极回应消费者需求、为股东不断创造价值；重点加强企业文化建设，增强员工的凝聚力和归属感；持续深化品牌和市场拓展，与供应商和经销商共同成长；完善企业技术创新，保持行业领先水平，引领、推动啤酒产业的创新发展；进一步提高EHS管理水平，积极履行环境责任；增加社区投入，努力回报社会；全面深入了解各利益相关方的诉求，切实履行企业社会责任。

责任文化

华润雪花啤酒以“成为世界一流啤酒企业，不断满足消费者需求，不断创造价值，回报社会，回报股东，回报员工”为使命，统合引领三大无形资产——品牌资产、组织能力、人力资本的开发建设，打造“好产品、好品牌、好企业”。

责任治理

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³，包括股东、消费者、员工、供应商、经销商、合作伙伴、环境和社会。



3.GRI 102-42
4.GRI 102-40

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。

利益相关方参与方针 ⁵	
 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回报。
 为消费者	传承“匠心营造”，开展“第一酿造”活动；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，助力消费者提高生活品质。
 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。
 为社区	积极开展相关活动，向社区传递拼搏进取的精神；宣传和普及中国传统文化，增强人们对中国传统文化的认识。为地方提供商机和就业机会，带动地区经济发展。

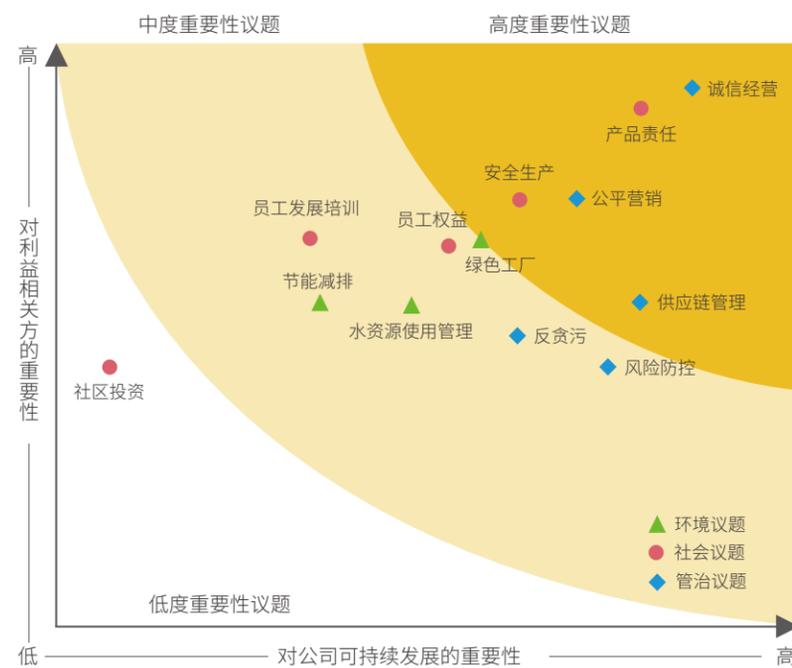
5.GRI 102-43

实质性议题识别及重要性判定⁶

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。



2017 年华润雪花实质性议题矩阵⁷



我们从“对企业可持续发展的重要性”和“对利益相关方的重要性”两个维度对所有实质性议题进行排序，充分参考行业最佳实践、结合实际情况，确定实质性议题并在报告中披露。

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⁸，我们仅对个别不再适用的议题进行了调整，如删除往年的“古建传承”，并改变了部分议题的表述使之更加易于理解。

6.GRI 102-46
7.GRI 102-47
8.GRI 102-49

责任融合

华润雪花啤酒结合自身业务及行业特性，传承“匠心精神”，将“匠心”融入到啤酒酿造的每个过程、每个细节，肩负起中国啤酒行业领导品牌的责任，全力打造出兼具传统文化的现代

化啤酒品牌，不断创新、完成自我提升，不断推动社会责任融入企业战略和重大决策，融入日常业务运营和智能管理之中，努力塑造以责任为核心的竞争力，实现企业的可持续发展。

“每一个人都不简单，每一瓶酒才放光彩。”

责任沟通

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”。

利益相关方沟通⁹

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 “雪花勇闯天涯”

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。我们严格遵守《华润集团社会责任管理办法》及《华润企业公民建设指引》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。

9.GRI 102-44

2013-2017 年关键绩效指标

	2013	2014	2015	2016	2017
社会责任					
员工总数 (人)	56830	61440	60420	53573	45605
利税总额 (亿人民币)	79.3	77.8	76.9	80	82
慈善公益捐赠支出 (万人民币)	-	-	-	274	197
员工权益保护					
新增就业人数 (人)	1058	4610	7557	6741	4882
劳动合同签订率 (%)	100	100	100	100	100
社会保险覆盖率 (%)	100	100	100	100	100
女性管理者比例 (%)	17	17	18	15.1	17.7
残疾人雇佣人数 (人)	210	226	212	220	208
人均带薪休假天数 (天)	6.6	6.8	6.8	6.8	7.2
员工培训覆盖率 (%)	100	100	100	100	100
人均培训投入 (元人民币)	379	382	182	204	166
人均培训时间 (小时)	13	13	15	17	18
职业病发生次数 (人)	0	0	0	0	0
体检覆盖率 (%)	100	100	100	100	100
职业卫生检查	277	290	310	307	320
职业健康培训 (人次)	13220	15980	16700	17200	16970
工会入会率 (%)	-	-	-	70	90
客户责任					
客户投诉反馈处理数占投诉数比重 (%)	-	-	-	99.98	99.6
技术开发投入 (万人民币)	-	-	-	39800	40750.2
安全生产					
员工死亡人数 (人)	-	-	-	-	0
工伤事故发生数 (次)	20	19	29	35	21
安全生产投入 (万人民币)	4045	4918	3980	5529	3760.3
安全检查 (次数)	5682	5344	6436	5537	6100
安全应急演练数 (次数)	477	370	500	570	552
安全培训覆盖率 (%)	100	100	100	100	100
员工安全培训人次 (人次)	218002	255406	199669	191551	173166
相关方安全培训人次 (人次)	56832	40158	40591	38688	32568
环境责任					
环保总投入 (万人民币)	8935	3702	10274	11965	8724.5
责任采购比率 (%)	92	90	92	92	100

全球报告倡议组织《GRI 可持续发展报告标准》内容索引



GRI 标准	披露	页码或说明	
GRI101:基础 2016			
一般披露			
GRI 102: 一般披露 2016	组织概况	102-1 组织名称	见“报告编制说明”
		102-2 活动、品牌、产品和服务	4
		102-3 总部位置	4
		102-4 经营位置	5
		102-6 服务的市场	5
		102-7 组织规模	36
		102-8 关于员工和其他工作者的信息	51
		102-9 供应链	61
		102-10 组织及其供应链的重大变化	61
		102-11 预警原则或方针	41
		102-12 外部倡议	见“报告编制说明”
		102-13 协会成员资格	64
		战略	102-14 高级决策者的声明
	102-15 关键影响、风险和机遇		2
	道德和诚信	102-16 价值观、原则、标准和行为规范	7, 43, 50
		102-17 关于道德的建议和关切问题的机制	40
	管治	102-18 治理架构	40
		102-21 咨询利益相关方经济、环境、及社会议题	70-73
		102-29 经济、环境和社会影响的识别和管理	70-73
	利益相关方参与	102-40 利益相关方群体列表	70
		102-41 集体谈判协议	52
		102-42 识别和遴选利益相关方	70
		102-43 利益相关方参与方针	71
	报告实践	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	78, “报告编制说明”
102-46 界定报告内容和议题边界		72	
102-47 实质性议题列表		72	
102-48 信息重述		见“报告编制说明”无信息重述	
102-49 报告变化		72, 无报告变动	
102-50 报告期		见“报告编制说明”	
102-51 最近报告的日期		见“报告编制说明”	
102-52 报告的周期		见“报告编制说明”	
102-53 有关本报告问题的联系人信息		见“报告编制说明”	
102-54 符合 GRI 标准进行报告的声明		见“报告编制说明”	
102-55 GRI 内容索引		75	

议题	GRI 标准	披露	页码或说明
特定主题披露			
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	36, 70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	GRI201:经济绩效 2016	201-1 产生和分配的直接经济价值	36, 68, 74
		201-2 气候变化所产生的财务影响及其他风险与机会	46
间接经济冲击	GRI103:管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	GRI203:间接经济冲击 2016	203-1 基础设施的投资与支援服务	64-67, 74
		203-2 显著的间接经济影响	37, 65-66
反贪腐	GRI103:管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	40, 70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	GRI205:反贪腐 2016	205-2 反腐败政策和程序的沟通及训练	40-41
物料	GRI103:管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	49, 70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	GRI301:物料 2016	301-3 回收产品及其包材	49
能源	GRI103:管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	46, 70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	GRI302:能源 2016	302-4 减少能源消耗量	48
		302-5 降低产品和服务的能源需求	39, 46, 48
水	GRI103:管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	47-49, 70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	GRI303:水 2016	303-3 水资源的回收再利用	45-50
排放	GRI103:管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	48, 70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	GRI305:排放 2016	305-5 温室气体减排量	48
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	45-50, 70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	GRI306:污水和废弃物 2016	306-2 废弃物处置	48
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	48,70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	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	51, 70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	GRI401:雇佣关系 2016	401-2 提供给全职员工的福利	51-52

议题	GRI 标准	GRI 标准	页码或说明
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	53-54, 70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
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	54, 74	
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	51, 70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	GRI404:培训与教育 2016	404-1 每名员工每年接受训练的平均时数	54-55
404-2 提升员工技能及过渡协助方案		55-57	
员工多元化与平等机会	GRI103:管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	51, 73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	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	51, 74
结社自由与团体协商	GRI103:管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	52, 70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	GRI407:结社自由与团体协商 2016	407-1 结社自由与团体协商	52, 74
童工	GRI103:管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	51, 70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	GRI408:童工 2016	408-1 使用童工风险	51 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	51, 70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	GRI409:强迫或强制劳动 2016	409-1 强迫或强制劳动事件风险	51 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	65, 70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	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	65-67, 74
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	61, 70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	GRI414:供应商社会评估 2016	414-1 使用社会标准筛选的新供应商	61-62
414-2 供应链中负面社会影响及采取的行动		62	
顾客健康与安全	GRI103:管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	43, 70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	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	43, 61-62
社会经济法规遵循	GRI103:管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	70-73
		103-2 管理方法及其组成部分	
		103-3 管理方法的评估	
	GRI419:社会经济法规遵循 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律法规行为

华润雪花啤酒（中国）有限公司及其附属公司 / 分公司列表¹⁰

华润雪花啤酒（中国）有限公司		
华润雪花啤酒（安徽）有限公司	华润雪花啤酒（齐齐哈尔）有限公司	华润雪花啤酒（聊城）有限公司
华润雪花啤酒（六安）有限公司	华润雪花啤酒（呼伦贝尔）有限公司	华润雪花啤酒（山东）有限公司
华润雪花啤酒（芜湖）有限公司	华润雪花啤酒（吉林）有限公司长春销售分公司	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（阜阳）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司哈尔滨销售分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司滨州销售分公司
华润雪花啤酒（舒城）有限公司	华润雪花啤酒（哈尔滨）有限公司哈尔滨分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司聊城分公司
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）有限公司长春销售分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司烟台分公司
华润雪花啤酒（安徽）有限公司蚌埠分公司	华润雪花啤酒（黑龙江）有限公司伊春分公司	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（安徽）有限公司安庆分公司	华润雪花啤酒（海拉尔）有限公司第一分公司	华润雪花啤酒（四川）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（海拉尔）有限公司满洲里分公司	华润雪花啤酒（德阳）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（武汉）有限公司	华润雪花啤酒（内江）有限公司
华润雪花啤酒（中国）有限公司江西销售分公司	华润雪花啤酒（黄石）有限公司	华润雪花啤酒（广安）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（天门）有限公司	华润雪花啤酒（绵阳）有限公司
华润雪花啤酒（甘肃）有限公司	华润雪花啤酒（娄底）有限公司	华润雪花啤酒（遂宁）有限公司
华润雪花啤酒（西藏）有限公司	华润雪花啤酒（湘西）有限公司	华润雪花啤酒（西昌）有限公司
华润雪花啤酒（中国）有限公司兰州销售分公司	华润雪花啤酒（湖南）有限公司	华润雪花啤酒（南充）有限公司
华润雪花啤酒（中国）有限公司青海销售分公司	华润雪花啤酒（武汉）有限公司宜昌分公司	华润雪花啤酒（达州）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（中国）有限公司娄底分公司	雪花啤酒（成都）有限公司
华润雪花啤酒（中国）有限公司新疆销售分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司湘西分公司	华润雪花啤酒（邛崃）有限公司
雪花啤酒（深圳）有限公司	华润雪花啤酒（江苏）有限公司	华润雪花啤酒（自贡）有限公司
雪花啤酒（东莞）有限公司	华润雪花啤酒（无锡）有限公司	华润雪花啤酒（四川）有限公司乐山分公司
雪花啤酒（佛山）有限公司	华润雪花啤酒（南京）有限公司	华润雪花啤酒（四川）有限公司达州分公司
华润雪花啤酒（广东）有限公司	华润雪花啤酒（常州）有限公司	华润雪花啤酒（四川）有限公司遂宁分公司
雪花啤酒（汕头）有限公司	华润雪花啤酒（泰州）有限公司	华润雪花啤酒（四川）有限公司内江分公司
华润雪花啤酒（中国）有限公司广东销售分公司	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（四川）有限公司成都分公司
华润雪花啤酒（中国）有限公司海南销售分公司	雪花啤酒（西安）有限公司	华润雪花啤酒（四川）有限公司西昌分公司
华润雪花啤酒（中国）有限公司汕头销售分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司西安分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司四川分公司
华润雪花啤酒（贵州）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（北京）有限公司
华润雪花啤酒（遵义）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（河北）有限公司
华润雪花啤酒（黔南）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司大同分公司	华润雪花啤酒（秦皇岛）有限公司
华润雪花啤酒（黔东南）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司晋中分公司	天津滨海新区雪花啤酒有限公司
华润雪花啤酒（广西）有限公司	华润雪花啤酒（辽宁）有限公司	华润雪花啤酒（天津）有限公司
华润雪花啤酒（中国）有限公司贵阳分公司	华润雪花啤酒（大连）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司天津分公司
华润雪花啤酒（中国）有限公司黔南分公司	华润雪花啤酒（鞍山）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司云南销售分公司
华润雪花啤酒（中国）有限公司黔东南分公司	华润雪花啤酒（辽阳）有限公司	华润雪花啤酒（浙江）有限公司
华润雪花啤酒（河南）有限公司	华润雪花啤酒（盘锦）有限公司	华润雪花啤酒（杭州）有限公司
华润雪花啤酒（商丘）有限公司	华润雪花啤酒（朝阳）有限公司	华润雪花啤酒（嘉兴）有限公司
华润雪花啤酒（驻马店）有限公司	华润雪花啤酒（阜新）有限公司	华润雪花啤酒（宁波）有限公司
华润雪花啤酒（河南）有限公司漯河分公司	华润雪花啤酒（铁岭）有限公司	华润雪花啤酒（温州）有限公司
华润雪花啤酒（河南）有限公司安阳分公司	华润雪花啤酒（丹东）有限公司	华润雪花啤酒（上海）有限公司
华润雪花啤酒（黑龙江）有限公司	华润雪花啤酒（宁夏）有限公司	华润雪花啤酒（浙江）西湖有限公司
华润雪花啤酒（长春）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司沈阳分公司	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（兴安）有限公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司宁夏分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司福建分公司
华润雪花啤酒（吉林）有限公司	华润雪花啤酒（辽宁）有限公司沈阳分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司福州销售分公司
华润雪花啤酒（通化）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（浙江）有限公司杭州分公司
华润雪花啤酒（哈尔滨）有限公司	华润雪花啤酒（朝阳）有限公司朝阳分公司	华润雪花啤酒（浙江）有限公司台州分公司
华润雪花啤酒（依兰）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（浙江）西湖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（滨州）有限公司	华润雪花电子商务有限公司

10.GRI 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 2017 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雪花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《华润雪花啤酒（中国）有限公司 2017 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：

工作单位：

联系电话：

电子邮件：

