



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.8Jiangumen North Avenue Beijing 100005



酿造美好生活

Brewing
a Better Life



2018 社会责任报告

华润雪花啤酒(中国)有限公司

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六份社会责任报告。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 133 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 2018 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 2017 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》以及《华润集团社会责任管理办法》。本报告符合 GRI 标准的“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”。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
³ GRI 102-54



目 录

总经理致辞	04
关于我们	06



责任绩效

绿色工厂 责任生产

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

员工权益	53
员工健康	54
员工成长	56
员工关怀	57

匠心酿造 悉心服务

研制新品	41
技术创新	43
食品安全	43
悉心服务	44
消费者引导	45

协同发展 共酿辉煌

打造责任供应链	59
携手共赢	61
行业贡献	62

奋进拼搏 诚信经营

效益提升	34
守法合规	38
廉洁自律	38
风险管控	40

社企同心 共创和谐

带动就业	63
地区共建	64
精准扶贫	64
携手公众	65

2013-2018年关键绩效指标	72
全球报告倡议组织《GRI可持续发展报告标准》内容索引	74
华润雪花啤酒（中国）有限公司及其附属公司/分公司列表	77
读者意见反馈表	79



责任故事

勇闯天涯superX——正值青春，生而无畏	16
成就员工 共创雪花未来	19
渠道改造 与经销商共赢	25
绿色工厂 践行低碳承诺	27
质量为先 为每一杯好酒	30

责任管理



责任治理	68
责任融合	71
责任沟通	71
责任能力	71



总经理致辞

华润雪花啤酒以“引领产业发展，酿造美好生活”的使命为引领，竭力在技术进步、产品质量、品牌塑造、管理创新等方面全方位成为行业标杆，引领产业发展。同时，我们为员工打造事业家园，为合作伙伴提升价值，为股东创造回报，为环境和社会带来绿色和谐发展，激发和满足人们对美好生活的需求。2018 年我们付出了很多努力，也取得一些成绩。

我们不负消费者的期望和信任，致力于为消费者提供超越期望的产品与体验。为满足消费者日新月异的需求，我们悉心观察市场动态，酿造高品质啤酒，推动啤酒行业发展。我们为年轻人量身打造“勇闯天涯 superX”，为追求更高品质生活的社会中坚人士打造“匠心营造”，并携手喜力，加速完善华润雪花啤酒产品体系和国际化发展，推动中国啤酒行业高端化进程。

我们为员工打造事业家园，使员工充分实现自我价值，与雪花共同成长。我们不断优化人才晋升机制和阶梯，持续开展员工职业发展项目；

建立多种内部培训课程，为全体员工提供专业知识和技能培训；广泛开展员工团队建设、改善工作环境、帮扶困难员工。

我们为合作伙伴提升价值，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，帮助他们实现综合管理和经济效益的大幅提升；通过打造责任供应链，帮助供应商提升社会责任履责能力，实现共同发展。

我们为股东创造回报。2018 年，我们坚持“有质量增长、转型升级、创新发展”的管理主题，扩展了国际合作，落实品牌重塑、组织再造等一系列重大战略举措，不断提升经营效率。

我们为环境和社会带来绿色和谐发展。呵护环境资源，推进节能减排，是我们义不容辞的责任。我们的煤炭消耗量、氮氧化物排放量、汽油消耗量等均大幅降低。我们推广的绿色工厂项目得到了社会的广泛认可，四川工厂、郑州工厂荣获香港

绿色企业大奖之优越环保管理奖铜奖；哈尔滨工厂荣获香港绿色企业大奖之超卓环保安全健康奖铜奖；深圳工厂、杭州工厂、西安工厂荣获香港绿色企业大奖之环保管理奖优异奖。

我们还致力于推进行业的发展。2018 年我们两项科技成果被认定为达到国际领先水平。

我们将乘风破浪，传承优良传统，不断创新，主动变革。我们将不断创造价值、回报社会、回报股东、回报员工，推动中国啤酒行业前进！



侯孝海

华润雪花啤酒总经理 侯孝海

关于我们

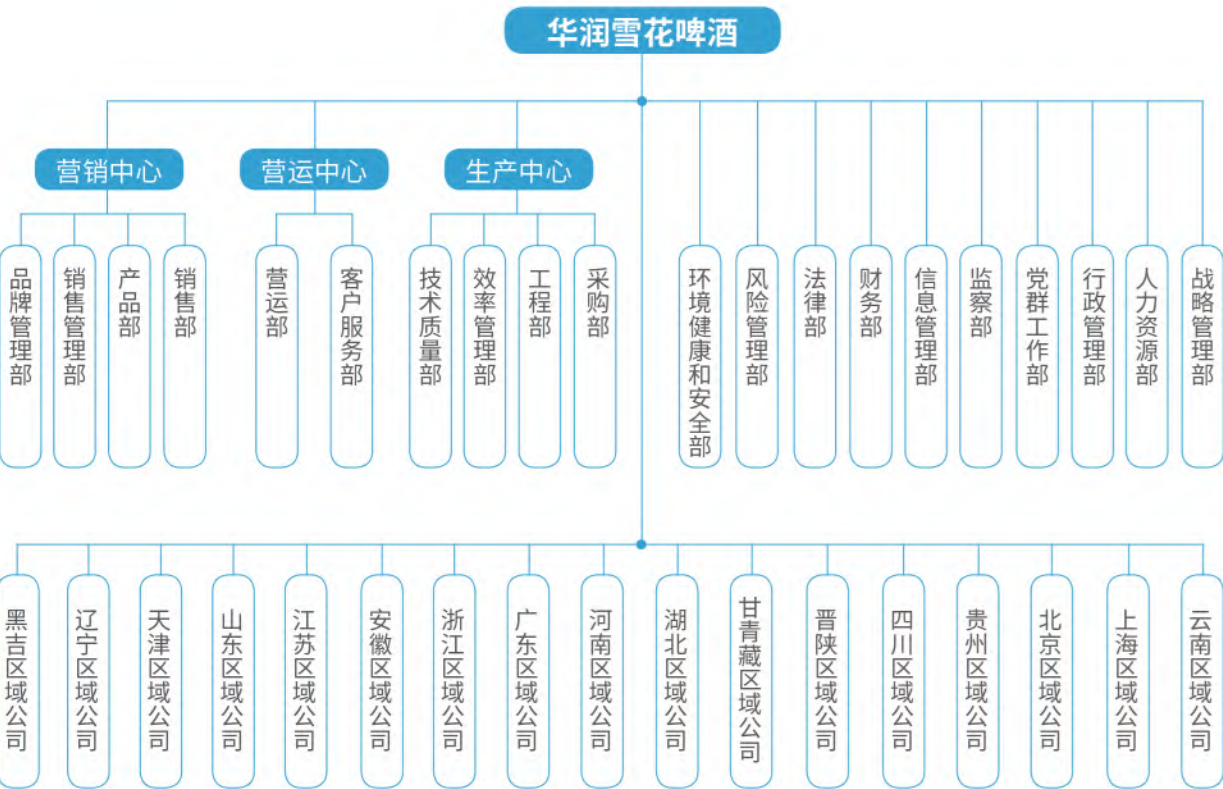
公司概况

华润雪花啤酒（中国）有限公司成立于 1993 年，是一家生产、经营啤酒的专业啤酒公司，总部位于中国北京。截至 2018 年底，华润雪

花啤酒在中国经营 80 家啤酒厂，旗下含雪花（SNOW）及 30 多个区域品牌。



组织架构



华润雪花整体组织架构图

业务分布

截至 2018 年底，
华润雪花啤酒在中国内地运营

80 间啤酒厂



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
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

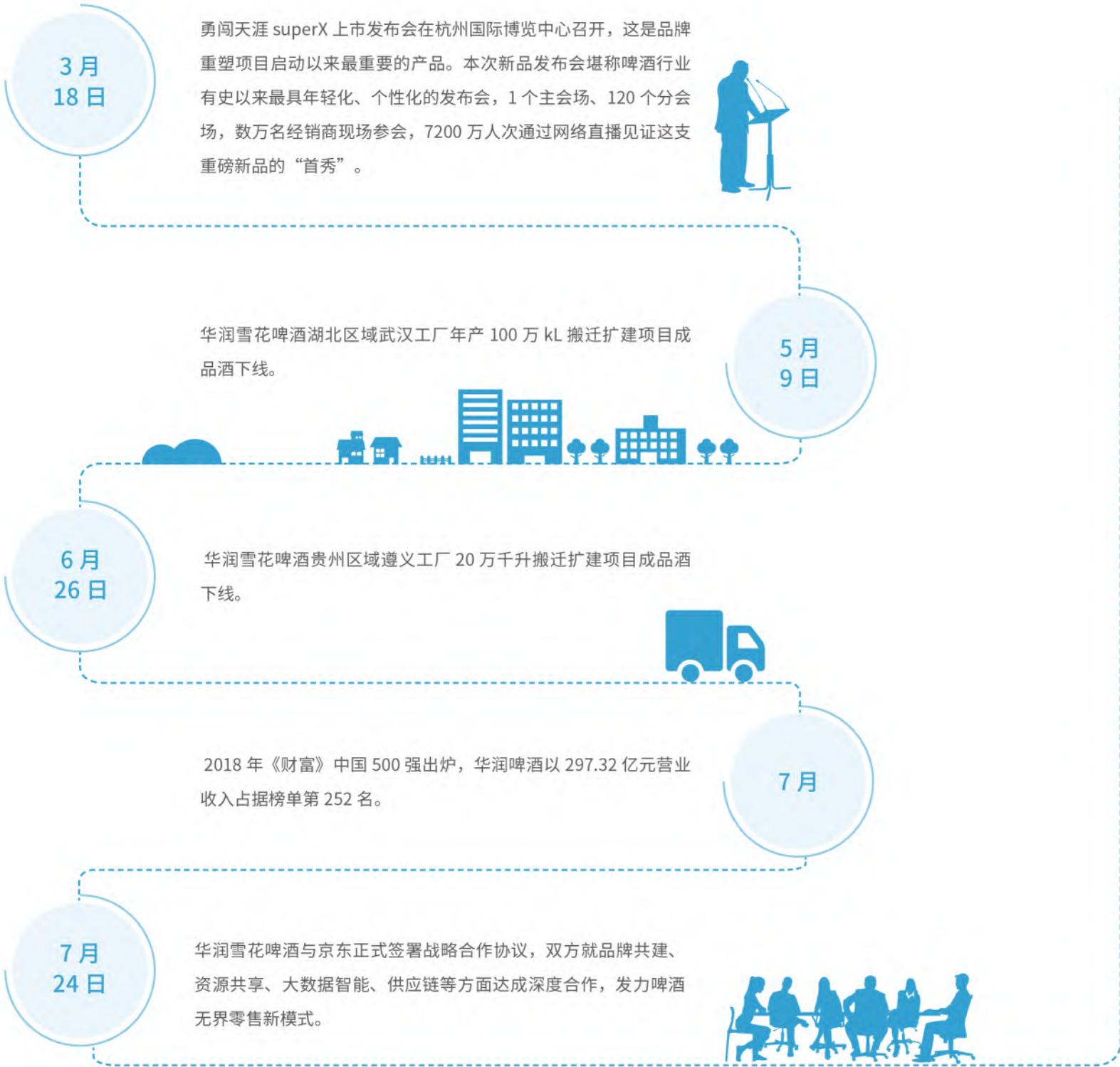
雪花家族



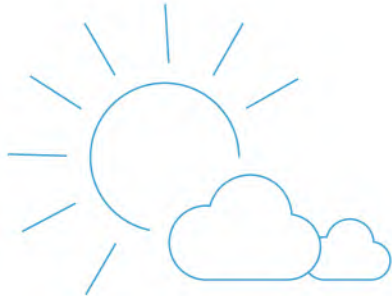
部分区域品牌



2018 年重大事件回眸



2018 年雪花荣誉



1月

华润雪花啤酒荣获“2018年（第四届）中国顾客推荐度指数（C-NPS）啤酒行业第一名”，此奖项进一步诠释了消费者对雪花啤酒的高度认可。

3月

华润雪花啤酒“概念花脸”、“纯生”、“黑狮金爵”产品荣获2017年度中国酒业协会“青酌奖”酒类新品。

4月

在北京人民大会堂举行的2018年庆祝“五一”国际劳动节大会上，雪花啤酒（丹东）有限公司包装部维修班荣获全国“工人先锋号”。

华润雪花啤酒“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2017年度“中国酒业协会科技进步奖二等奖”。

10日，中国领先的品牌评级与品牌顾问机构Chnbrand发布2018年（第八届）中国品牌力指数SM（C-BPI）品牌排名和分析报告。雪花啤酒凭借不俗的市场表现和消费者喜爱，成功斩获啤酒行业排行榜C-BPI第一品牌，雪花啤酒自2014年以来连续五年获此佳绩。

6月

世界品牌实验室第十五届《中国500最具价值品牌》榜单发布。雪花品牌价值继续保持高速增长态势，较2017年增长12.8%，实现1386.66亿元，以稳固在第28名的成绩，与其他中国顶级品牌并驾齐驱。

26日，国际权威财经杂志《机构投资者》「亚洲区公司管理团队受尊崇企业调查」中，华润啤酒于日用消费品行业中获得最高总分，获选为「最受尊崇企业」，华润啤酒首席执行官侯孝海先生获得2018年「亚洲最佳CEO」第一名及“特别成就奖-最佳CEO奖项”。

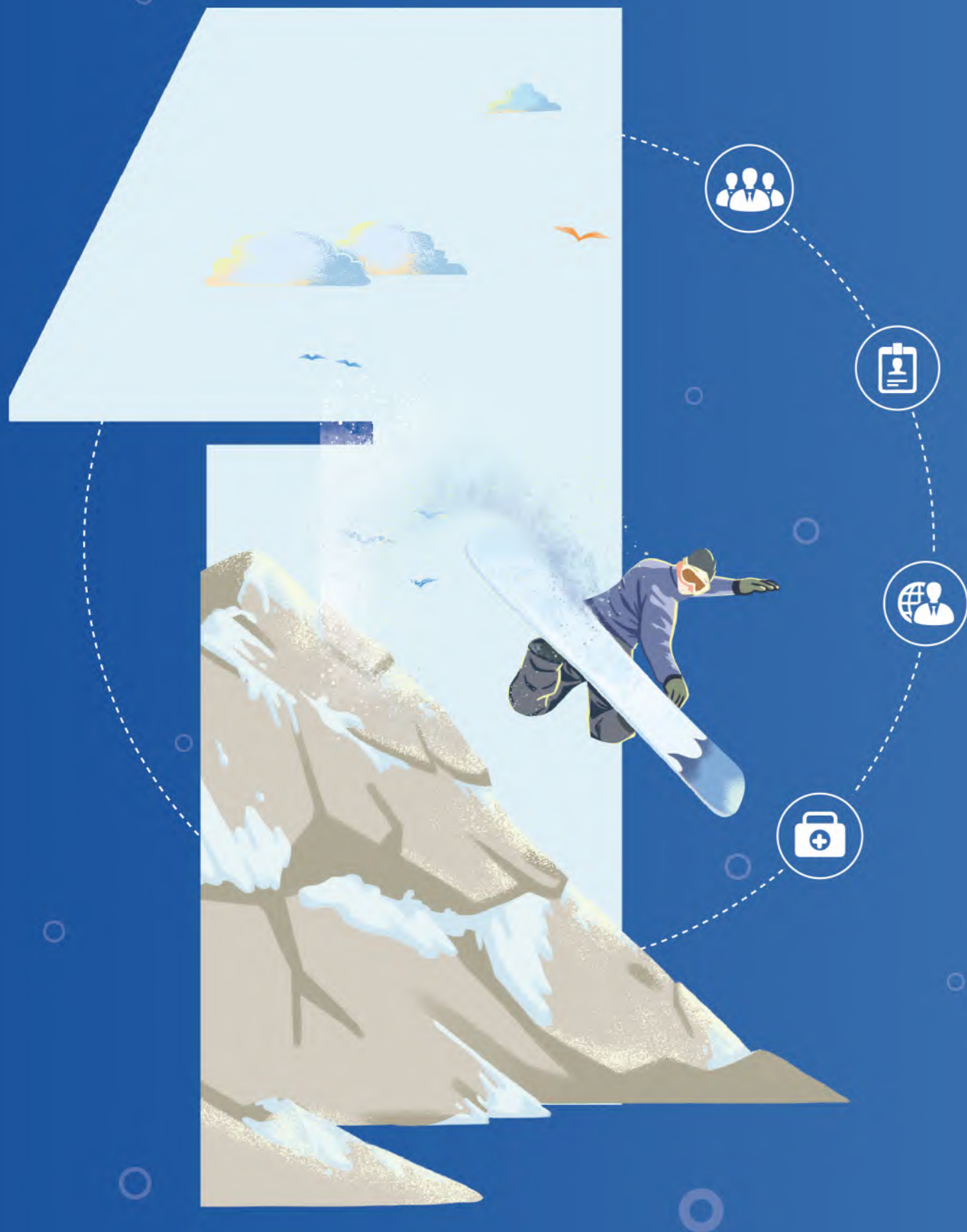
7月

浙江区域余杭工厂、广东区域东莞工厂荣获华润集团“六星级标杆企业”荣誉称号。

12月

华润雪花啤酒四川工厂、郑州工厂荣获香港绿色企业大奖之优越环保管理奖铜奖；哈尔滨工厂荣获香港绿色企业大奖之超卓环保安全健康奖铜奖；深圳工厂、杭州工厂、西安工厂荣获香港绿色企业大奖之环保管理奖优异奖。

27日，2018“中国品牌年度大奖”评选结果在香港揭晓，华润雪花啤酒分别斩获了2018年度「中国品牌年度大奖——中国啤酒行业NO.1」、2018年度「中国啤酒最具影响力品牌TOP10」两项大奖，旗下子品牌勇闯天涯superX则被主办方授以中国品牌年度大奖——品牌营销大奖。



责任故事

- ✓ 为消费者提供超越期望的产品与体验
勇闯天涯superX——正值青春，生而无畏
- ✓ 为员工打造事业家园
成就员工 共创雪花未来
- ✓ 为合作伙伴提升价值
渠道改造 与经销商共赢
- ✓ 为环境和社会带来绿色和谐发展
绿色工厂 践行低碳承诺
- ✓ 激发和满足人们对美好生活的需求
质量为先 为每一杯好酒

为消费者提供超越期望的产品与体验

勇闯天涯
superX——
正值青春，
生而无畏

“勇闯天涯 superX” 是我们为年轻消费群体量身定制的新产品。它酷炫锐利蓝搭配圆滑流畅的流线型设计，时尚且有个性化的外观，符合年轻人的审美；口味清新酷爽又不失丰满，酒味醇厚又苦味适中，符合年轻人的口味；自 2018 年 3 月上市以来就受到年轻

群体的欢迎。
勇闯天涯 superX 的“super”代表超级、无限，“X”代表探索、未知，向年轻人传递勇于接受挑战、生而无畏的生活态度，激励更多年轻人为了梦想无畏不羁，为了热爱不惧挑战。



勇闯天涯 superX 发布会



我们不断探索与消费者互动的形式，通过与年轻人喜好内容实现捆绑合作，与年轻人的媒体习惯对接，和年轻消费群体产生精神共鸣。我们邀请国内知名音乐人王嘉尔作为勇闯天涯 superX 形象代言人，并利用全国各区域的户外广告资源，发起“点亮地标助嘉尔登上城市 C

位”活动，协同代言人粉丝形成全国联动；联手爱奇艺《热血街舞团》和腾讯视频偶像养成节目《明日之子》两大 IP，与年轻消费群体紧密连接，迅速提升品牌影响力和知名度的同时，向年轻人传达正值青春，生而无畏的拼搏精神。

案例：勇闯天涯 superX 总冠军《明日之子》第二季

华润雪花与《明日之子》第二季合作，“带领、冲撞、正流行”的节目精神与勇闯天涯 superX “生而无畏”的品牌精神深度契合，彰显年轻人多元价值观和突破限制的鲜明个性，对于年轻群体具有强大的聚合能力。



勇闯天涯 superX 还与热门选手合作，在全国举办了 23 场“X Party”，营造了时下年轻人喜欢的沉浸式体验和互动性相结合的消费场景，迅速将线上的流量引流至线下，传递“年轻、挑战和酷”的

品牌特性。勇闯天涯 superX 还通过一瓶一码的方式将线上线下联动，打造了最“嘉”遇见——勇闯天涯 superX 见面会等相关活动，借助偶像影响力拉动产品销量，提升品牌好感度和信赖度。

案例：安徽 - 2018 勇闯天涯 superX 商圈推广活动 X 空间站

华润雪花安徽区域开展多场勇闯天涯 superX 商圈推广活动“X 空间站”，覆盖宣城、芜湖、蚌埠三城中高端社区，以“尝鲜”、“体验”、“未来”为核心，结合年轻人推崇热爱的“探索”、“无畏”、“未知”等态度潮流文化，为目标消费群体开辟独特的场景化体验。X 空间站包括太空舱挑战、极限表演、集赞 Battle、啤酒

试饮等多个环节，每个环节都与消费群体深入互动，最大化展现品牌权益。



案例 | 上海 - 中国国际酒业博览会

在2018中国国际酒业博览会上，勇闯天涯 superX 态度馆造型突显个性，勇闯蓝元素视觉冲击强烈，充满了动感和立体感。我们打造了多种丰富的互动环节，动感 VR 体验区和十秒按停

体验区都为参与者带来了全新的感官体验，赛车体验区则通过让人身临其境的超大屏幕和精良的赛车设备，向观众传递了品牌蕴含的挑战精神。



“勇闯天涯 superX”的创新营销之路实现了行业引领和消费者认同，斩获多个国内外营销行业大奖：

携手《热血街舞团》荣获2018年中国广告长城奖银奖

荣获2018 CMO 价值营销峰会暨金匠奖“B2C 最佳整合营销金奖”，并携手爱奇艺获2018年金匠奖“B2B 最佳内容营销奖”

凭借网易世界杯全新UGC内容营销案例，摘得中国国际广告节2018年度金牌案例

荣获世界品牌实验室 (World Brand Lab) 2018 年中国品牌年度大奖“特别大奖”——品牌营销大奖

荣获2018 科睿国际创新节“营销创新类·金奖”

凭借全息电梯广告创意夺得伦敦国际奖最佳创新市场营销奖，成为首个获得此殊荣的中国消费品牌

我们致力于成为行业跨时代的先驱者，推动品牌年轻化趋势，拉近与年轻群体之间的距离，和年轻人一起勇于挑战，生而无畏。未来，我

们将继续以无畏之心、热血之志，为推动中国啤酒产业创新发展贡献力量。

为员工打造事业家园

成就员工 共创雪花未来

陈乃至， 三十年如一日

2018年，每一位雪花人勤奋钻研，专攻术业，努力成长，在自身的岗位上发光发热，用“不简单”的经历成就了“绽放光彩”的品质，为雪花“引领行业发展”指引方向，为“酿造美好生活”添砖加瓦。



上世纪80年代末，陈乃至成为蚌埠市圣泉啤酒厂的一名工人，2000年加入雪花，自此便专注于酵母管理和酿造工艺，成为一名兢兢业业、乐于钻研的“雪花工匠”。陈乃至在去啤酒硫化味、提升回收酵母达标率等关键项目上攻坚克难，为公司产品质量提升作出重大突破，荣获“2017年蚌埠市先进生产工作者”和“华

润集团优秀员工”。

三十年时光一转身，当年意气风发的少年成为了稳重老成的“老师傅”。



雪花工匠，创新求精

自2013年，陈乃至从技术部调到了酿造部担任技术质量管理人员，开始辗转于安徽区域蚌埠公司老工厂的大小车间，严格把控啤酒出厂的纯净性、卫生情况和风味一致性，设置专职、兼职质检员，对产品实施24小时监控，并开始积极参与编制多个技术质量类标准文件。

啤酒的硫化味一直困扰蚌埠工厂多年。“主要是麦芽汁澄清度问题，好多年以来在品尝环节一直被扣

分。”对于这个“硬骨头”，陈乃至发动十几个员工，开始了长达半年的集中攻克，不断提出假设，不停向化验室送检不同的麦汁过滤方法对应的麦汁浊度和澄清度，经过一段时间试验得出的结论却互相矛盾。麦汁浊度检测仪的价格一般在10万元以上，短期安装不太现实。怎么能更好监测麦汁过滤情况呢？



陈乃至



在项目陷入瓶颈时，陈乃至在讨论会上提出大胆尝试，蚌埠工厂可能成为了第一家把摄像头用于麦汁过滤监控的工厂。结果麦汁澄清度达标率由 52.1% 提高至 100%，啤酒的硫化味得到了显著改善。

陈乃至秉承着“创新是雪花企业兴旺的灵魂”的理念，将工艺的严谨与创新相结合，开展提酯、降低醇

酯比试验，醇酯比 ≤ 3.7 的比例由 40.8% 提高到 70.2%。作为资深酵母管理员，他改善啤酒的关键工艺技术控制点，将回收酵母稠度达标率平均仅有 38.4% 提升至 100%。陈乃至主导的数次关键技术突破为啤酒风味指标的稳定提供了有力保障。

质量先行，以人为本

多年来，雪花已形成系统的质量技术人员培训体系，各区域围绕雪花战略目标，针对各公司薄弱环节开展员工培训。过去五年，陈乃至成为安徽区域内培训师队伍的一员，陆续开发了《CIP 清洗》《麦芽生产基础知识》等多个培训课件，累计培训达 77 场次，培训人数超过 2600

人次，学员很多都成为安徽区域技术骨干。如张辉从蚌埠工厂的一名化验员成长为安徽区域技术质量骨干，如今已经调入总部生产中心技术质量部，尹其获得“全国酿造行业技术能手”称号，并成为总部“评酒师”，他们都在自己的岗位上默默奉献，为雪花、为消费者把好质量品尝关。

“在我 30 年的啤酒生涯中，华润雪花的企业文化给我提供了一个畅享成长的舞台，为我们这些基层管理工作人员提供了丰富的文化资源，为我们基层管理中践行企业文化提供了最充足的基因序列。”在雪花，正是有了像陈乃至一样的管理者扎根一线，秉承锲而不舍的雪花精神推动技术进步，奉行乐于分享的理念为员工打造美好事业家园，雪花从下至上的从优秀到卓越的转变才成为了可能。



陈乃至为员工做培训

程巍， 为雪花品鉴好酒

在雪花，为产品质量层层把关，确保完美口感的，是一群天赋过人、专业过硬且具有国际视野的品酒师。

在雪花众多“国嘴”中，有这么一位品酒师，其自身二十年品酒师的职业生涯与雪花啤酒品评起步、成长、打开市场的历史融为一体：初入雪花就肩负着菌种统一重任，随后见证了公司品酒师专业队伍的建立、成长、壮大至国内一流，她以专业态度挥洒对每一瓶好酒的热情，成为雪花集酿造工艺与品酒专长为一身的稀缺专家。

她就是雪花大连工厂技术部专家级工程师程巍。二十年前，天赋过人

的程巍青涩入厂，开始了她的品酒师生涯，历任技术部工艺员、酿造车间工艺员、品控部副经理、技术部经理等岗位，现任大连工厂技术部专家级工程师。程巍凭借其在啤酒品评、工艺质量控制方面尤其突出的表现，取得了“酿酒高级品酒师”、“国家品酒师职业资格”、“国家职业技能竞赛裁判员”等多项资质荣誉。2010 年，程巍获得“2010 届国家级啤酒评酒委员聘书”，成为全国 50 名国家级啤酒评酒委员之一，成为名副其实的“国嘴”。

2010 年，获得
“2010 届国家级啤酒
评酒委员聘书”
成为
全国 50 名国家级啤酒
评酒委员之一



国家级啤酒品酒师程巍



以“品”酿好酒，以“鉴”铸品质

在雪花，品酒师以“品”酿好酒，以“鉴”铸品质。“啤酒的质量目前是靠品酒师‘尝’出来的，”程巍这样描述品酒师的职责，“一个新产品的开发，从生产第一天到走进市场过程中，我们持续品尝，保持每一瓶酒都没有差异。”

二十年前，品酒师只用品尝成品酒。随着行业的发展，今天雪花的品酒师要深入到产品源头，中期全程参与生产的每一个工序，最后在成品灌装前进行品尝，确定批次产品口

感质量统一达标，方可出厂。生产、加工、成品三个阶段数十道工序，程巍通过反复品尝，用心品味，对品评中发现的重点缺陷项及时追根溯源，提出改进建议和工艺调整，如恢复各品牌发酵液二氧洗涤工艺要求，更换糖化醪液输送泵、改进麦汁冷却管线等，帮助大连工厂产品在雪花总部品评中连续 6 年名列前茅，为雪花产品质量提升作出重要贡献。

立足技术前沿，引领卓越品质

多年来，程巍深耕啤酒酿造工艺，成为技术质量专业项目的承担者和专业技术质量的带头人。2003 年，雪花首次购买酵母菌种 CRB2，程巍承担菌种的大生产试验任务，连续跟踪试验全过程，成功引入菌种，成为华润雪花各工厂统一菌种的里程碑。2008 年在酒花制品货源紧张、价格上涨情况下，程巍潜心钻研，大胆创新，以颗粒酒花替代酒花制品生产白瓶酒。颗粒酒花完美的香气和苦味，保证了酒体的优美口感，成功为大连工厂降低年成本 135 万元。她连续 3 年负责主持华润啤酒总部新品种麦芽等实验项目，2018 年，她主持研发的“黑

狮金爵”、“黑狮全麦”成为国内高端啤酒市场的旗舰产品，受到了广大消费者的好评。

谈到从“入厂之前一口酒都没喝过”到如今成为国家一级品酒师的成长经历，程巍说“雪花是我成长的平台，它不会埋没任何有才能的人。”多年来，雪花为啤酒品评自上而下的投入和培养成就了品酒师的沃土，打造了一支国内一流，并具有开阔的国际视野的品酒师队伍。

连续 3 年 负责主持华润啤酒总部新品种麦芽等实验项目



孙伟，与团队共同成长



在雪花啤酒产品的最前线，活跃着千千万万销售人员，他们在市场上攻城掠地，打通雪花与消费者之间的“最后一公里”。

自 2015 年上任以来，天津区域公司河北营销保定大区总经理孙伟就开始思考如何打破销售瓶颈。通过三年的市场细化操作、渠道管理、团队建设、终端拓展多管齐下的管理手段，雪花产品在保定大区市场份额及品牌影响力有效提升，销量、利润均保持了持续快速增长。

年总销量从 60,565 千升增长到 98,015 千升，三年同比增长率分别为 21%、27% 和 6%，年销售边际利润从 2,903 万元增长到 5,436 万元，实现利润翻倍。由于业绩突出，孙伟荣获 2018 年天津区域公司河北营销保定大区总经理特别奖、2018 华润集团优秀员工等奖项。

保定大区业绩异军突起的背后，有团队不断进取、敢于战斗的魄力和坚持，也有开放创新中的成长与蜕变。

2015 至 2018 年间，保定大区



“进击的保定”

2016 年，保定夜场经销商一家独大，占据公司 90% 以上的夜场产品销量，但混营多品牌，雪花中高档产品仍无法进入夜场。保定夜场业务部主动沟通，无奈仍与经销商因经营理念不同无法达成共识。

保定夜场业务发展迈入了十字路

口，而孙伟与团队早有准备。“打破竞品封锁是我们的早早布局的策略，我的角色就是明确队伍分工，统一思想，使团队上下一心。”经过紧张的讨论，在团队的支持下，孙伟釜底抽薪，砍掉占其 90% 份额的核心经销商，明确雪花的经营





理念，重新梳理合作关系。其次，公司按照合约将经销商垫付款项全额清算返还，在经销商体系中建立良好信用。最重要的是，通过这一次换血，保定夜场业务部跳出原有格局，创新开发了多支专营渠道，加速新型经销商培养并建立示范操作，在团队的共同努力下，由当时不足 20% 的市场份额现如今达到 50%，后来居上，成为保定夜场的排头兵。

出色的“教练员”

“业务增长荣誉都是大家的，我主要发挥了教练员的角色。”三年来，孙伟作为团队的“总教练”重视团队建设，培养了一批思想统一、执行力强的销售“教练员”，“雪花的兄弟姐妹来自于五湖四海，我们是一家人。员工有成就，团队才有成绩。”

在带领雄县走出市场洼地的过程中，孙伟坚持“先是我干你看，然

“与雪花干，追求的长远利益。”孙伟团队收获了这样的评价。立足雪花经营理念，着眼互利共赢未来。孙伟的“战略定力”历练出了一支配合默契、迎难而上、勇于创新的团队，视困难为机遇，并将其转化为实实在在的业绩。

后你干我看加补充”的思路，身体力行，带领团队重新梳理市场价格秩序。首先明确目标市场经销商数量、辐射多少终端、达成业务目标需要新增多少家终端等基本的问题，其次解决新经销商开发、明确划片、划分权职、分解业务动作问题。在团队的共同努力下雄县的销量大幅提升，率先走出洼地，现如今牢牢占据“雄安新区”啤酒行业市场领先者的地位。

为推动雪花提倡的“精益管理”，孙伟“教练员”努力打造鼓励试错、包容开放的团队氛围，形成“勇于担当，敢说敢言”的组织氛围，推动了内部管理进行大刀阔斧的创新改革。费用管控上，试验推进三级市场费用的管理模式，市场操作方面，由粗放式管理向细化管理转变，在渠道管理方面，将空白及弱势区域补强，完善各区域渠道布，“三管齐下”提升取得了显著成效。

为合作伙伴提升价值
渠道改造
与经销商共赢

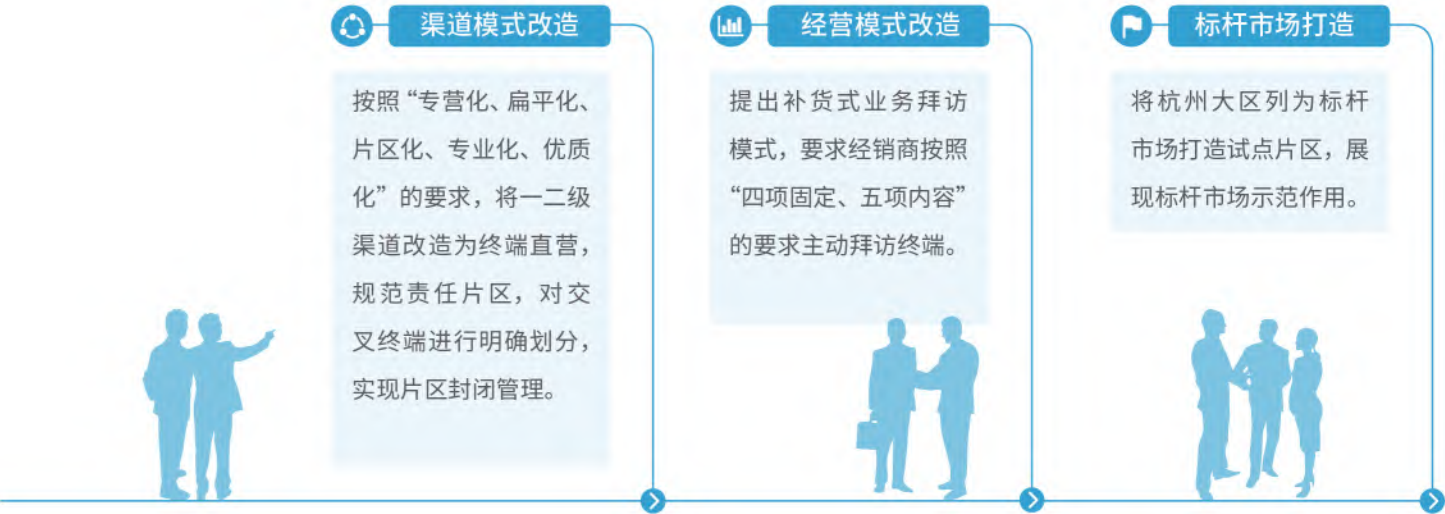
杭州鲁雯贸易有限公司是华润雪花啤酒众多经销商中的一员。2018 年以前，货源关系还没有经过系统的梳理，部分终端客户存在一店多家经销商同时配送的情况，因此鲁雯贸易为了抢占销售市场经常需要和该区域其他的华润雪花啤酒经销商进行价格竞争，利润空间受到严重压缩。同时，与大多数经销商一样，鲁雯贸易的销售量大多来源于终端客户的电话订购，送货十分被

动，也无法及时掌握终端客情，给公司经营带来很大困扰。

为了改善经销商经营困境，带动经销商销量提升，提高经销商自身能力建设，华润雪花啤酒自 2018 年 5 月开始全面开展 CDDS 渠道改造工作，对经销商进行统一规范管理，从渠道模式改造、经营模式改造和标杆市场打造三个方面推进。



保定大区业务部终端陈列



250 家店，
8 条路线，

华润雪花啤酒根据各个店家的位置及产品销售情况，为鲁雯商贸制定了最合适的拜访路线

现在每个经销商都有属于自己的销售片区，界限划分明确，不需要再像以前为了争抢销售量进行低价竞争，产品价格都有了统一标准，销售额才能稳步提升。

与此同时，在华润雪花啤酒的帮助下，经销商对终端客户采取精细化管理，加强业务开发，丰富产品组合，极大提升了客户的进货需求。



业务员拜访终端客户



得益于此次渠道改造，
鲁雯贸易的销售量增长了

10 %

销售利润增长了

98 %

产品结构更加趋于稳定，
客户满意度达到

95 %

不仅如此，华润雪花啤酒还会定期开展经销商培训，短短一年内鲁雯经理已经参加了 4 次区域培训项目。在培训过程中，华润雪花啤酒为大家传达最新的销售理念，开展能力建设，还会邀请表现出色的经销商进行经验分享。对于经销商反馈的问题，华润雪花啤酒也会配备专员进行解答，最大程度提供帮助。

得益于此次渠道改造，鲁雯贸易的销售量增长了 10%，销售利润增长了 98%，产品结构更加趋于稳定，客户满意度达到 95% 以上。



为环境和社会带来绿色
和谐发展

绿色工厂
践行低碳承诺

守护环境安全是每一个雪花工厂带给社环境和的承诺，长期以来，我们也通过管理创新、技术改造、意识提升等措施，积极践行这一承诺。

华润雪花啤酒四川工厂以其领先的绿色生产理念、卓越的环保管理成效荣获“香港绿色企业大奖 2018- 优越环保管理企业铜奖”，这已经是四川工厂连续第二年荣获绿色企业大奖。



规范管理成就绿色生产

突出的成效离不开规范的管理。四川工厂成立环保管理领导小组和七个安全环保节能小组：生产安全小组、节能减排小组、食品安全小组、危险化学品安全小组、职业健康安全小组、特种设备安全小组以及消防、道路交通、防洪、防暴安全小组，以每月例会的形式回顾月度节能减排及生产安全工作进度，及时

总结并改进。

工厂环保工作始终坚持“预防为主，防治结合”的原则，追求生产和环境保护同步发展，采取减量化优先的做法，将污染物产生排放降低到最小，制定《四川工厂环保管理制度》，用制度规范行为，保障环保工作充分落实。



在年末成功实现单位产
品综合能耗降低

700 MJ/kL

同比下降

11 %

的突破进展

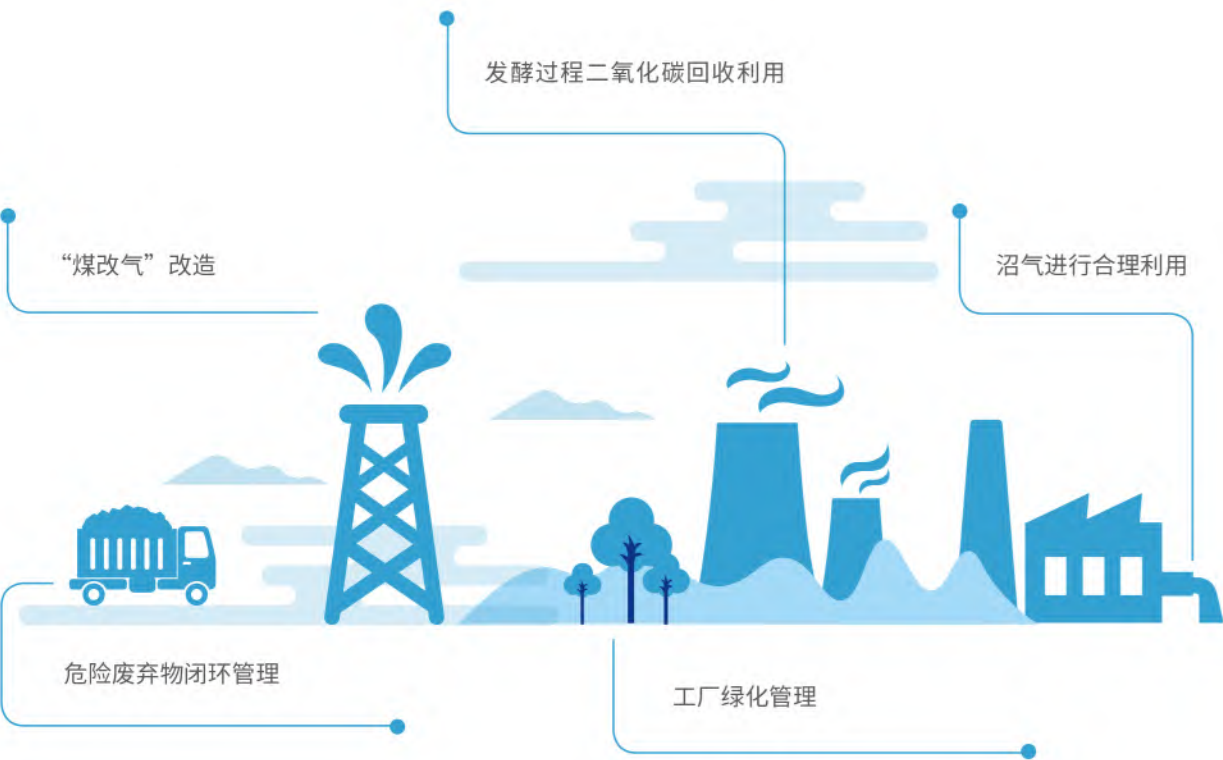
节能先行，减少资源消耗

对于啤酒酿造企业而言，如何降低生产过程中消耗的大量用水、用电及蒸汽成为推行绿色生产的首要任务。四川工厂建立清晰的节能目标，在 2018 年初即确立综合能源消耗

量较去年同比下降 3% 的目标，开展节约蒸汽、节约用水、节约电能的生产改造项目，在年末成功实现单位产品综合能耗降低 700MJ/kL，同比下降 11% 的突破进展。

减排并重，降低环境影响

四川工厂重视污染物排放管理，在保证生产运行的同时力争将对周围环境的影响降到最低。



环境保护从每一位员工做起



绿色生产不仅落实在四川工厂的每一处生产环节，也深深烙印在四川工厂每一位员工的意识中。四川工厂通过内部环保培训、节能环保宣

传等活动形式，鼓励员工从我做起，时刻牢记节能减排，从而全面贯彻绿色生产、低碳先行的理念。

内部环保培训	对员工进行环境风险源排查和分级管理培训。 开展环保专题会、班会，培训环保知识，宣传低碳理念。	
参加外部环保培训	参加四川省环境保护政策法规研究会举办的企业环保政策法规培训。 参加成都市环境保护局举办的成都市企业环境信用评价工作培训会。	
世界环境日主题活动	2018年6月5日，围绕世界环境日开展“美丽中国，我是行动者”的主题活动，通过发放宣传单、悬挂横幅等形式让员工加入保护生态环境的行动。	



激发和满足人们对美好生活的需求

质量为先
为每一杯好酒

华润雪花啤酒作为行业的领军企业，始终以市场需求为导向，打造符合市场需求的啤酒产品。而消费

者对于啤酒的体验与感受则是我们衡量产品品质最重要的指标。

精益品质

生产出一瓶好啤酒并不难，而如何让消费者们喝到嘴里还能保证好品质才是雪花质量管理的重心。

通常，啤酒在出厂后，并不一定马上给消费者饮用，其间要经过运输、经销商、零售商等多个流通环节，啤酒的质量便会随着时间的延长自然老化衰减、口感新鲜度变差。

虽然很多时候，仍在保质期内的啤

酒，质量亦符合国家标准，但口感上的变化和差异仍会给消费者带来欠佳的体验。

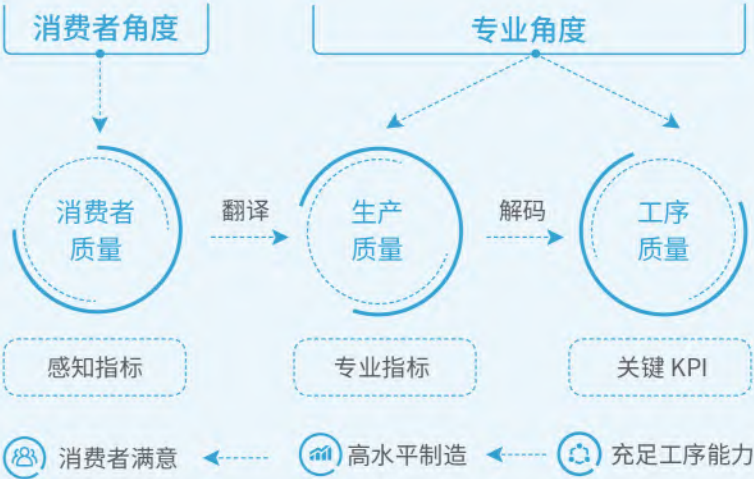
相较于产品质量，消费者品尝到的“质量”更能真正代表啤酒的品质。雪花密切关注消费者的体验与诉求，协同生产、销售、经销商甚至零售商共同努力，让消费者们喝到嘴里的也是真正的好啤酒。



如果说生产质量是评价一个公司的制造水平，那么消费点质量除了评价一个公司的制造水平外还包括综合质量管理能力，是评价一个不仅要做出好酒、还要保证消费者能喝到好酒的能力；而消

费者质量管理，则是站在消费者的角度，以他们的衡量标准来品评每一瓶酒。雪花啤酒是全球范围内率先提出消费点和消费者管理的啤酒企业。

雪花深耕消费者购买、品尝啤酒的各类场景，从感知、购买、品尝、饮后乃至安全性等方面分析消费者们的感受与期待，并逐渐形成消费者质量管理的专业指标。



酵母专家彭良波守护每一道质量防线

案例：严格控制总氧含量，提升啤酒新鲜度

新鲜度是决定啤酒可饮性的关键，而这又取决于啤酒中的总氧和酒体自身的抗氧化性能。但啤酒中的氧含量需要精密检测仪器才能准确测量，为此，我们投入资金近三千余万元为

每一间工厂配置总氧仪，严格监测每一个关键点，从糖化到发酵、从过滤到灌装，力求做到零氧化，这让雪花啤酒成为了国内啤酒行业唯一所有工厂配置总氧仪的公司。



金标纯生产品的总氧含量能控制在25ppb以下，达到世界级先进水平



责任绩效

- ☑ 奋进拼搏 诚信经营
- ☑ 匠心酿造 悉心服务
- ☑ 绿色工厂 责任生产
- ☑ 激发活力 成就员工
- ☑ 协同发展 共酿辉煌
- ☑ 社企同心 共创和谐

奋进拼搏 诚信经营



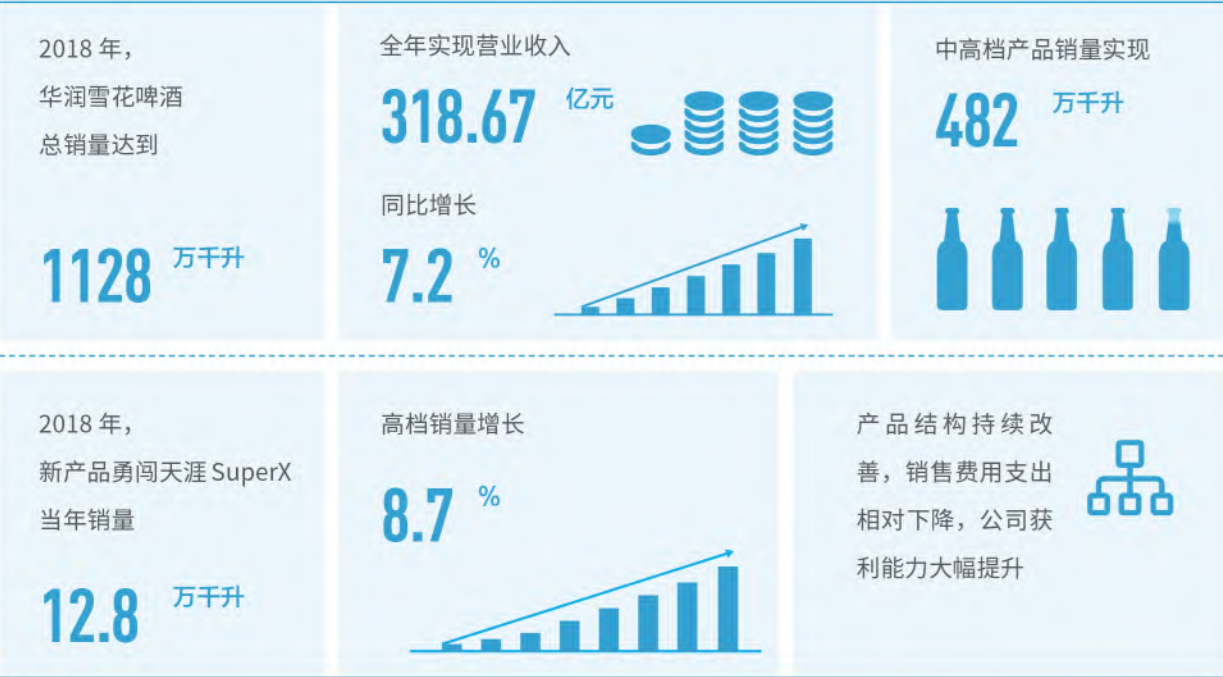
华润雪花精益公司管理，全面控制法律风险，加强廉政建设，保证诚信合规的良好环境。

华润雪花持续围绕“有质量增长、转型升级、创新发展”三大管理主题，落实品牌重塑、组织再造、营运变革、渠道改造、精益销售、企业文化重塑、产能优化、互联网营销、信息化升级等一系列重大战略举措，不断提升经营效率。

效益提升

中国啤酒市场正在从销量高速增长阶段转向高质量发展阶段迈进，华润雪花紧抓市场机遇，通过前瞻性的管理和品牌战略满足消费者个性化、多元化和高端化的需求，优化产品结构，重视战略合作，提升品牌价值，保障可观的盈利增长。

经营业绩



主要经济指标	2017 年	2018 年
资产总额（亿元）	407	402
所有者权益（亿元）	196	206
营业收入（亿元）	297	319

案例 | 华润雪花啤酒与喜力开启长期战略合作

华润啤酒与喜力集团签订股份购买协议，斥资约 23.55 亿港币购得喜力集团在中国成立的六家公司全部股权以及喜力香港有限公司的全部已发行股本。同时，双方签订在独占地域内独占使用 Heineken® 品牌的商标许可协议和长期战略合作关系的框架协议。此协议的签署，标志着华润雪花啤酒与喜力开启长期战略合作。华润雪花啤酒加快国际化和产品高端化进程。



精细化管理

华润雪花推行全价值链的精细化管理，引进先进管理办法和措施，全面提升公司整体运营效率和管理水平。

组织再造

2018年，华润雪花梳理优化业务流程，实现审批事项标准化和流程化；优化总部、区域、工厂和大区的三级组织架构，各级组织架构实现标准化，精简了589个机构部门。

产能优化

华润雪花推进产能集约化，通过将产能集中到基地厂和主力厂，去除低效落后产能，提升资产效率。

营运变革

华润雪花首次打破区域公司之间、工厂之间的界限，建立统一组织和管理体系，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。

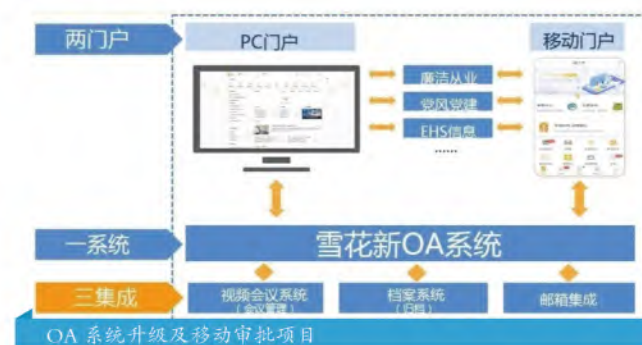
精益销售

华润雪花于2018年进一步完善精益销售管理。2018年，全公司组织实施93个重点精益销售项目，增加收益4亿元左右。

信息化建设

华润雪花将“信息化升级”作为公司十大战略举措之一，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。2018年，

华润雪花信息化升级正式起航，上线OA系统升级及移动审批项目，完成两大门户、三大系统的集成工作，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。



华润雪花召开信息化升级启动暨研讨会

案例：华润雪花晋陕区域建立生产中心，推动精细化管理

华润雪花啤酒晋陕区域自2017年成立生产中心以来，推动生产业务管理改进，驱动生产业务指标提升。

制定、落实各项节能减排工作，使区域能综合能耗连续三年持续下降，2018年综合能耗681MJ/kL，提前2年完成雪花战略目标。

完善区域技术质量体系，为消费者提供安全的产品和美好的体验，2018年市场外观质量由97.2分升高至98.4分，专业品尝由80.5分提高至85.0分，产品一致性累计达到99.8分。

通过组织再造和推进员工技能提升，2018年人均效率同比

提升53%；通过搭建可比成本对标平台，促进业务优化、流程再造，实现可比成本降低106元/kL。



晋陕区域西安工厂



案例：华润雪花与京东签署战略合作协议

2018年7月，华润雪花与京东签署战略合作协议，就品牌共建、资源共享、大数据智能服务、供应链等方面达成深度合作，协同构建面向全渠道的智慧供应链生态，实现多方共

赢的零售智能化商业模式。此外，华润雪花和京东还将在物流合作上进行信息化建设，实现业务互补和整合联动发展，突显优势叠加的协同效应。



华润雪花与京东签署战略合作协议 共同探索啤酒无界零售新模式

守法合规

守法合规是企业健康运营的基础和保障。华润雪花坚持“依法治企、诚信经营”的理念，进一步完善现代企业制度建设和公司治理体系，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，并全力保障股东和董事会参与到公司治理中，确保公司决策运营透明、高效。

华润雪花以集团合规、审慎、严谨、系统的管理文化为核心，坚守法律法规红线和底线，在日常经营管理中，严格遵守和执行《华润（集团）职工违纪违规处理暂行规定》《信

访办理和执纪审查工作指引》等制度，严格执行华润雪花《员工违规违纪处理办法（试行）》等相关制度，持续推进企业依法合规运营工作。我们构建了专业严谨的法律队伍，为各项业务实施、落地、推动提供支持，并充分发挥法律的支撑作用，通过“事前介入、事中评估、事后总结”全环节介入公司经营管理，全面控制法律风险。同时，我们持续开展审计监督，确保业务执行合法合规。

廉洁自律

华润雪花坚持全面从严治党，贯彻落实“加强基层党组织建设”实施方案，以“两学一做”学习教育为主线，规范开展“三会一课”，进一步加强对党员的理想信念和思想政治教育，把廉政建设和反腐败各项要求融入经营管理各环节，树立全体员工廉洁自律价值观。

2018 年，华润雪花印发《关于构建雪花啤酒廉洁教育体系的实施方案》，并在工程项目、采购、运输、财务、销售等关键岗位人员中开展

多方式、多场景的警示教育活动和任职廉洁教育，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，构建起不能腐、不敢腐、不想腐的体制机制。

2018 年报告期内，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。

2018 年， 各党支部组织召开 党员大会	支部委员会 3327 次	开展党课教育 1196 次
1596 次	党小组会 6087 次	其中高层党员干部带头上课 527 次



2018 年 1 月，华润雪花全体高层人员开展年度绩效考核工作，召开执委会成员述职述廉会议。



2018 年 5 月 - 6 月，华润雪花组织“学习贯彻党的十九大精神集中轮训班”，实现 165 名直管经理人培训全覆盖。

案例：云南营销中心将廉洁工作融入供应链管理

华润雪花云南营销中心大力推进交易活动的反腐败和反商业贿赂工作，要求合作的供应商在参与招标活动和签订合同时签署反腐倡廉的《阳光承诺》，并在合同约定供应商发生贿赂行为应承担的违约责任。同时，分公司要求招标工作小组和评标小组成员签署《廉洁从业准则》，在整个招标过程中提供举报电话，及时收集相关违规事件。

风险管控

华润雪花持续优化公司组织结构，不断完善和提升管理水平，建立完善全面风险管理体系，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，每年围绕公司战略和经营目标，自上而下开展公司重大风险评估与应对工作。华润雪花还在公司内部组织开展风险管理培训和风险管理相关制度宣导，积极倡导和培育“积极进取，稳健经营”的风险管理理念和文化。

完善风险管理组织体系

设有内部控制与风险管理委员会，负责华润雪花内部控制与风险管理工作的指导与实施。

风控委员会下设办公室，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，并确定由公司风险管理部负责具体工作的实施。

为推动和协调风险管理相关工作与业务融合，设置业务风险管理组，负责各业务职能线内部控制与风险管理工作的组织和推动。

健全风险管理制度

建立《华润雪花风险管理委员会工作制度》《华润雪花风险管理一般流程和工作方法》《内控评价标准与操作指引》《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）》的制度体系，规范内部控制和风险管理工作的标准和实施流程。

加强重大风险管控

按照《公司层面风险评估与管理工作指引》，由总部牵头成立战略项目组，研究、推进风险应对措施，辨识重要风险事项，逐一落实管控责任，制定具体风险应对措施，并推动重大风险季度回顾与检讨，确保重大风险可控。

2018年，总部与区域通过总部项目、联合交叉、统一项目等方法，对工程、采购、营销、财务等开展内控检查、监督项目17个，同时各区域针对销售费用、工程、采购、营运、包装物、资金、人力资源、行政等关键业务开展内控检查、监督项目253个，促进区域管理改进。

加强风险管理文化建设

2018年总部组织或参与各类风险管理培训活动12次，累计692人次参与。

匠心酿造 悉心服务



华润雪花注重产品营养品质，围绕中国人体质特征开展多项研发，大力倡导理性饮酒及健康生活方式，帮助消费者选择合适的产品。

华润雪花不断完善产品质量标准体系，加强全生命周期环节的高水平质量管控。同时，华润雪花深入了解客户需求，提升客户服务体验，并确保广告宣传真实合规。2018年，华润雪花产品合格率为100%。

华润雪花不断加大科研投入，开拓多元化、个性化、高端化市场，积极带动和支持行业共同进步。

作为啤酒行业领军企业，华润雪花坚守“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，旨在酿造适合国人品质最优的啤酒，保障产品质量和安全，提升客户消费体验，并引导人们追求健康潮流的生活方式。2018年，华润雪花继续全力打造兼具传统文化的现代化啤酒品牌，坚持走创新与融合之路，实现企业的可持续发展。

研制新品

华润雪花致力于研制开发个性化、多元化的产品，不断推出满足消费者更多更高要求的新品。华润雪花自2017年以来将品牌重塑作为第一战略部署，重新制定品牌产品组合规划，针对不同人群或消费场景，做多元化、个性化、细分化的市场占领，重新制定品牌产品组合规划，在中高端领域加大投入。2018年，华润雪花继续突破产品包装、酿造技术、口感质量等传统风格，加大新产品研发力度，推出匠心营造、黑狮金爵、勇闯天涯superX等多支全新产品。

案例 | 华润雪花搭建“总部-区域”共建共享平台

为推动品牌重塑业务开展，2018年华润雪花搭建“总部-区域”共建共享平台，并相继组织实施华润雪花品牌管理训练营、产品创新坊等，切实提升华润雪花产品创新和品牌推广能力，有效支持“一个好产品、一个好品牌、一支好啤酒”的实现。



案例 | 华润雪花以匠心品质助力《风味人间》

2018年8月，华润雪花全新打造一款进军高端啤酒市场的“旗舰产品”——匠心营造，专为追求更高品质生活的社会中坚人士量身定制。“匠心营造”瓶心标识匠心菱，巧妙地

嵌入窗棂，瓶体雕花复刻“步步锦”篆刻东方美学格调，演绎极致匠心。“匠心营造”采用100%进口全麦芽酿造，低发酵的酿造技术，保留了纯麦

于2018年10月播出的腾讯视频美食纪录片《风味人间》将“匠心营造”选为甄选啤酒品牌，是华润雪花品牌重塑、布局高端品牌的重要举措。

匠心营造共荣获四项国际设计大奖：

- A Design Award—铂金奖，意大利顶级大奖最高荣誉
- One Show 金铅笔—优胜奖，全美43年历史，创意生涯终身成就
- 2018 Pent Awards—金奖，包装设计界的奥斯卡
- German Design Award 德国官阶最高设计奖，德意志联邦共和国国家设计奖。



案例 | 黑吉区域推动产品本土化，增强与消费者的情感纽带

通过市场调研了解到消费者对本土地域情节较浓，华润雪花黑吉区域于2018年研发了“雾凇版自然之美”及阿尔山牧歌品牌，其包装符合旅游消费者的需求，产品差异化包装，提升了产品个性化形象。此外，黑吉区域开展了延城印象新品研发工作，在产品外观上强调“延边情、家乡味、民族风”

的特色，体验不一样的延边味道，深受当地消费者喜爱。



技术创新

2018年，
华润雪花共有商标总数
3109 ↑
国内专利总数
100 ↑
2018年，
科技研发投入共计
41200 万元

食品安全

华润雪花以打造世界一流企业为战略目标，以满足市场需求为导向，不断加大科研投入，利用理论创新、技术创新、操作创新，为企业未来的发展创造更多可能性。近年来，华润雪花已取得一批重要科研成果，在外包装质量控制技术、二氧化碳回收利用技术以及全产业链将延伸控制技术等方面申请多项自主知识产权。目前，华润雪花是行业中唯一两次获得中国酒业协会科技进步一等奖的企业。



雪花啤酒现代化生产线

华润雪花对产品质量的追求从未止步，精益求精。华润雪花奉行“从农田到餐桌”的全产业链质量控制理念，建立以消费者为核心的全流程质量管理标准体系和食品安全体系，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，加强从原材料的源头、加工、运输和酿造应用等全生命周期环节的高水平质量管控，确保产品质量安全达到中华人民共和国国家标准《GB4927》啤酒优级品的要求。

《产品召回制度》等相关食品安全管理制度，在生产过程中采用自检、互检、下道工序对上道工序进行检验的三级检验制度，在生产过程中制定了《关键质量控制点》管理规定，并且全年举行多次食品安全培训，使每个职工都关心和重视质量及食品安全，确保为消费者提供安全、可靠、高质量的啤酒。此外，公司成立雪花内控质量标准排查专项工作组，对华润雪花标准管理制度、内控质量标准等文件进行了排查，基本达到“严于国标、优于竞品、行业领先”的要求。

华润雪花制定《食品安全应急预案》

2018年，
华润雪花共计排查
15 项
内控质量标准管理制度
672 支 产品
排查指标项目数共计
92 种 生产物资
1623 项



悉心服务



华润雪花一直以更好地满足消费者第一感受为追求，精益求精，不忘初心，担负起行业赋予的责任和重

责任营销

华润雪花一贯遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则，坚决维护消费者的安全权、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。我们在产品标签标

优质服务

华润雪花践行“为消费者提供超越期望的产品与体验”的使命，重新定义客户服务，成为企业品牌形象的预警者、守护者，消费者负向需

任，努力营造公平竞争的市场环境，深入了解客户需求，提升客户服务体验，为客户和行业创造更大价值。

识上严格执行国家相关法规与标准，并严格遵守国家《广告法》要求，确保广告内容及宣传活动真实合规，避免对消费者产生误导，帮助消费者选择最正确和最需要的产品。

求的测量者、合法权益的保护者。华润雪花坚持健全完善售后服务及客户服务体系，不断提升客户满意度，维持良好客户关系。



消费者引导

华润雪花成立了客户服务中心，统一管理产品投诉信息系统，并设有全国统一的客户服务热线及顾客投诉机制，为客户提供专业的咨询及售后服务，推动产品品质和服务质量提升。

此外，客户服务中心还会进行有效的信息监控与数据统计，从多方面检讨生产、销售及服务表现，为管理层分析决策提供参考依据，使消费者获得更满意及安全的消费体验。

华润雪花高度重视消费者隐私保护，要求相关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，实现对不同区域、部门、管理层级在使用过程中的信息隔离策略，避免消费者信息泄露与丢失，履行保密义务，保障信息安全。



华润雪花在酿造工艺、饮酒文化上不断推陈出新，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。华润雪花还重视

与消费者的沟通，积极搭建有效交流渠道，以创新方式让消费者走进雪花，了解雪花，信任雪花。

理性饮酒

华润雪花在产品包装上明确标示成份及酒精含量，并重视在销售及市场推广策略上以多种创新方式积极帮助消

费者获得饮酒的相关知识，善意提醒及忠告消费者适当饮酒、理性饮酒的重要性，倡导健康文明的生活方式。

华润雪花已连续

4 年

与中国酒业协会合作
开展全国理性饮酒宣
传周活动

协助中国酒业协会在
全国

12 个

城市开展了“适量饮
酒，快乐生活”线下
主题活动

发布酒业协会首份
理性饮酒调查报告

《2017 中国饮酒
人群适量饮酒状况
白皮书》

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。

案例：华润雪花协助中国酒业协会倡导理性饮酒

作为中国酒业协会酒与社会责任促进联盟的会员，华润雪花已连续 4 年与中国酒业协会合作开展全国理性饮酒宣传周活动。活动期间，华润雪花协助中国酒业协会在全国 12 个城市开展了“适量饮酒，快乐生活”线下主题活动，拍摄主题微电影《杯酒人生》。该活动

引起了社会广泛关注，上百家媒体及 20 多个大型自媒体公众号共同参与报道，为宣传理性饮酒行为做出了应有的贡献。



公众参与

华润雪花通过开展工厂公众开放日、啤酒文化博物馆参观等创新方式，拉近与消费者的距离，让消费者华润雪花进一步了解，有效提升品牌知名度和信赖度。

2018 年，华润雪花沈阳、四川、广东、武汉、郑州等 5 家工厂面向公众开放。

案例：华润雪花河南区域郑州工厂举行公众开放日活动

2018 年 9 月，华润雪花郑州工厂举行公众开放日活动，邀请消费者代表、附近居民、员工家属代表、新闻媒体到工厂体验啤酒生产文化和企业环保工作开展情况，参观者在工厂讲解人员的陪同下参观了啤酒酿造生产全过程，对啤酒的生产及雪花文化有了深刻了解和体会。



绿色工厂 责任生产

12 负责任
消费和生产



13 气候行动



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。

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。2018 年共投入 8000 万元用于开展环境保护和节能减排项目。

华润雪花秉承绿色发展理念，致力于在企业发展与环境保护中寻求平衡。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，我们不断加大环保节能力度，探索资源循环利用模式，切实履行负责任生产的承诺，为实现美丽中国建设贡献力量。

环境管理

华润雪花啤酒注重环境管理，建立完善的“三级”环保管理组织和责任体系，定期开展环保教育培训，积极参与环保公益项目，从日常管

理中落实环境保护承诺。2018 年，公司共实施环境保护和节能减排项目 145 项，投资金额达 7989 万元。

完善管理体系

2018 年，
华润雪花啤酒完成了
14 个区域
30 间工厂的
EHS 交叉飞行检查工作

公司持续完善覆盖总部、区域公司和工厂三级环保管理组织和责任体系，督促区域公司和工厂成立 EHS 管理委员会，将环保工作纳入 EHS 重点管理内容，明确各层级环保管理职能，每年逐级签订 EHS 责任书。2018 年，公司进一步修订环

境保护相关制度文件，建立突发环境事件应急预案，并定期组织开展环境应急演练，降低环境事故风险。与此同时，公司制定相应的环境管理评估标准，实施 EHS 飞行检查，根据检查结果持续改进以提升环保管理成效。

提升环保意识

只有将环保理念融入日常工作中的一点一滴，才能真正落实绿色生产。公司积极开展环保主题教育培训活动，向全体员工强调节能减排的重要性，提升员工的环保节能意识。黑吉区域公司开设针对企业环境保护管理制度和污水处理标准等内容的环保培训宣传工作，帮助员工及时了解并掌握环保知识技能。安徽区域公司组织各工厂全面开展环保法规和节能减排培训，做到全员环

保。秦皇岛工厂通过模拟酸泄露事故，进行突发环境应急预案演练，强化工厂的突发环境事件处理能力。

环保不仅仅停留在华润雪花啤酒的意识里，也落在切实行动中。公司积极开展各类公益环保实践活动，鼓励区域公司、工厂与当地政府、社区合作，共同推进环保公益事业。



黑吉区域海拉尔工厂在污水处理站周围种满向日葵

绿色办公

公司提倡绿色办公，最大程度降低运营过程中对环境造成的影响。公司提倡无纸化办公，借助办公自动化系统，各类报告、文件等均采用OA签批；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；推行集中用车制度，减少车辆排放。同时，公司在办公场所置备绿色植物，净化空气，改善办公环境。

应对气候变化

近年来随着极端气候事件的频发，气候变化已经成为国际社会普遍关注的问题。华润雪花啤酒作为负责任的企业，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，实施可再生能源利用等方式，提高能源利用效率，降低二氧化碳排放，以促进环境的可持续发展。

节能减排

公司严格按照国家环保政策要求，淘汰高耗能、高污染设备；调整能源结构，提高清洁能源使用比例；实施节能工艺改造，降低能源消耗。

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。

二氧化硫排放量
同比下降
54.7 %

SO₂

氮氧化物排放量
同比下降
40.8 %

煤炭消耗量
同比下降
60 %

使用外购蒸汽和天然气
的工厂占比达到
90 %

汽油消耗量同比下降
30 %

案例 | 辽宁区域铁岭工厂突破性降低蒸汽消耗量

对于啤酒企业而言，蒸汽耗能占据工厂能源消耗的主要部分。啤酒加工过程中的糊化、糖化、过滤、发酵、装罐、灭菌消毒等工艺流程均需要靠蒸汽供热完成，因此如何提高蒸

汽使用效率，降低蒸汽消耗对于工厂实现节能减排至关重要。

面对降耗的艰巨挑战，辽宁铁岭工厂召开部门会议，分析技术现状，借鉴其他工厂先进经

验，通过两个阶段的改造将蒸汽消耗量从原有的146kg/kL降低到114kg/kL，实现22%的能源节约的历史性突破。



糖化冷凝水回收设备

解决升温汽耗和热平衡问题

充分利用糖化阶段产生的热水，作为洗瓶机升温过程中的部分热能，降低蒸汽用量。同时，在生产过程中实施技术改造，实现杀菌机和洗瓶机的热平衡，节约蒸汽用量。

可再生能源利用

公司鼓励使用可再生能源，推广沼气利用，从而降低工厂的蒸汽消耗并有效减少甲烷等温室气体的排放。2018 年，公司共回收利用沼

案例：河南区域郑州工厂实施沼气利用项目

郑州工厂积极响应公司要求，利用稳定的沼气供能保障生产所需的蒸汽用量，降低传统能源消耗。工厂实时记录沼气的运行数据，保障沼气的

稳定供应，同时将运行模式调整为低燃烧模式，通过延长沼气单次燃烧时间，提高沼气利用率。

资源节约



华润雪花啤酒积极践行资源节约，注重水资源管理，通过加强生产过程中的资源回收利用，降低包装材料的消耗。

水是啤酒酿造所需的重要资源之一，在啤酒的生产、加热冷却、清洗包装瓶罐以及水净化等过程中都发挥着关键作用。华润雪花啤酒注重水资源管理，从日常管理、节水技改、循环利用这几方面入手，减少不必要的水资源浪费。

案例：山东区域烟台工厂践行循环用水

山东区域烟台工厂在污泥处理脱水过程使用中水进行滤布冲洗，每月可节约用水 500 吨；将过滤刷洗预涂水回收用于蒸发冷降温，每月可节约用水 30-40 吨。

公司坚持开展包装减量化、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，从而减少环境污染。对于产品使用的玻璃瓶，公司统一交由经销商进行回收，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、废桶等进行回收利用。江苏区域苏州工厂每年要消耗大量的小塑格用于包装，为了减少资源消耗，苏州工厂对于小塑格进行多次反复利用，降低环境影响。

生态保护

华润雪花啤酒致力于实现经济发展与生态保护的和谐共赢。公司充分考虑厂区建设对周围生态环境的影响，从工厂选址、设计到生产运营阶段，全面评估潜在影响，保护周围生物多样性。

工厂选址

遵循绿色选址原则。

厂区设计

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，在工厂周边设置足够的安全环保防护距离，采取建筑物隔声、绿化隔离等措施降低噪声污染。

生产运营

在危险废弃物贮存区域周围设置围堰；对废气进行达标处理后排放，避免环境污染。

2018 年，华润雪花仅对于噪声防治和臭气治理项目投入约

1280 万元

提升周边环境质量，营造良好的社区氛围

凭借先进的生态环保理念和严格的运营管理，公司多家工厂获得环保奖项认可。2018 年，华润雪花啤酒四川工厂、郑州工厂荣获香港绿色企业大奖—卓越环保安全健康奖铜奖；

奖；哈尔滨工厂荣获香港绿色企业大奖—超卓环保安全健康奖铜奖；深圳工厂、杭州工厂和西安工厂荣获香港绿色企业大奖—环保管理奖优异奖。



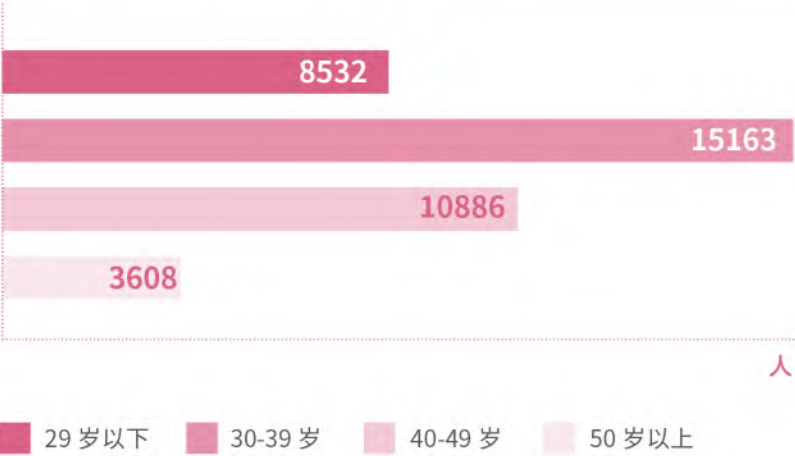
雪花工厂严格按照生态标准规划设计

激发活力 成就员工



华润雪花积极促进就业，保障公平收入、公平竞争，帮助更多的人获得体面的工作，推动持久和包容性的可持续发展。

我们深知“做世界一流的啤酒企业”，实现公司可持续发展，必须依靠全体员工的共同努力。我们坚持保障员工的基本权益，提供优质的薪酬福利，营造良好的成长氛围，创造安全的工作环境。通过各类关怀和文体活动，我们不断激发员工在工作及生活中的活力，并为困难员工提供支持。我们围绕“每一个人都不简单，每一瓶酒才放光彩”的雪花精神，实现员工与企业共同成长。



员工权益

保障员工权益是华润雪花矢志不渝坚持的重要原则。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。我们鼓励全体

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。

平等雇佣

我们严格遵守平等雇佣原则，不以人员的性别、年龄、国籍、民族、宗教信仰、肤色、语言、户籍所在地等因素作为招聘依据。我们保障公平、平等、竞争、择优的招聘环

境，引进适合华润雪花的人才。公司在招聘劳务派遣员工、非全日制员工时严格审核员工基础信息，保护应聘者隐私，决不使用童工，杜绝强制劳工。

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

酬及超时劳动报酬。我们严格遵守国家和地方的法律法规为员工提供法定假期、年休假、产假、工伤假、婚假、丧假、病事假等各类假期。

民主管理⁴

我们坚持维护员工合法权益，推进企业民主管理制度，构建民主和谐的劳动关系，以促进公司可持续发展。我们积极发挥工会及各部门的沟通协调作用，通过企业负责人访谈日、员工满意度调查、总经理信

箱等多方式，多渠道了解员工诉求。公司设立了管理委员会，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，调动员工参与的积极性，努力将员工的诉求落实。

2018 年，
公司人均带薪年假
天数为
8.2 天

2018 年，
公司工会建会率达
100%
员工入会率超过
90%

⁴ GRI 102-41

员工健康

安全管理

员工的身心健康是企业发展的基石。根据华润雪花业务发展和员工需求，我们不断完善安全管理

体系，建立职业健康管理制

安全行动

我们坚持“以人为本”的EHS（环境、健康、安全）价值观，把保障员工健康和

华润集团特色、华润雪花特点的EHS管理体系，追求“零污染、零缺陷、零伤害、零事故”。

我们注重安全文化建设，建立健全安全生产管理体系、完善安全风险防控与应急机制，制定了职业防治制度、工伤预防制度和措施、员工心理健康制度和措施等内容。我们为新入职员工提供专项安全管理培训，对转岗、复岗员工提供再

培训，对涉及职业危害岗位人员及时组织职业健康体检。此外，我们组织开展环保、安全、消防、职业病应急处置综合演练，以提高员工安全管理意识。



华润雪花啤酒常规开展各类消防及应急演练



安徽区域阜阳工厂安全知识竞赛



职业健康

公司按国家规范制定职业健康及工伤管理相关的管理制度。我们秉持以人为本、预防为主的职业健康工作原则，不断加强公司职业健康管理。我们定期为员工开展职业健康培训，以提升员工职业健康意识。根据需求，我们对厂区设施进行改善，并组织员工体检，以落实职业健康改进措施。我们定期邀请评价单位对公司进行职业病危害现状做评价，出具评价报告。



贵州区域开展员工体检



员工成长

华润雪花竭力为员工创造发展机会，激发员工实现自我价值，实现企业与员工共同成长。我们建立了与员工个人成长相配套的培训管理体系，

为各职能部门、营销一线、生产一线各专业部门定制了线上线下相结合的培训方式。

员工培训

我们深知员工培训的重要性，建立了多种内部培训课程，为员工成长为杰出的雪花人创造学习平台。我们的“师带徒”培养体系有效帮助新员工尽快掌握知识和技能、适

应企业文化。此外，我们为员工打造了华润雪花啤酒手机在线学习系统，以及富有企业特色的“雪花大讲堂、技能百日练、年度战略线”课程。

职业发展

我们不断优化人才晋升机制和阶梯。公司持续完善绩效考核体系，从绩效、专业知识、专业技能等多维度对员工进行评价考核和晋升路径。针对一线基层岗位，我们设立了提升基层销售团队业务技能和销

售业绩的人才评价与激励机制。为提升员工专业素养，不断学习专业知识与技能，我们制定了《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》等评定方案。



华润雪花啤酒岗位管理与员工职业发展研讨会

员工关怀

我们关怀每一位员工，切实为员工解决困难，重视员工工作生活平衡，为员工打造舒适、健康、安全的工作环境。我们每年定期走访、

慰问困难员工，组织多样化的文体活动，并结合员工需求，改善工作环境。

困难员工帮扶

为加强关爱帮扶，让员工切身感受到公司的关怀和温暖，我们建立员工帮扶长效机制和管理制度。如《工会经费管理规定》《华润集团老干部走访慰问及团拜工作指引》。我

们将困难员工的切身需求在相关制度中体现，对员工生病住院慰问、员工直系亲属亡故慰问、困难员工慰问等做出了具体规定，确保以规章制度落实对员工的关怀。

案例：辽宁区域铁岭工厂帮扶员工宋某一家渡过火灾

2018年12月6日凌晨三点，铁岭公司酿造部员工宋某家发生了火灾。这场意外的大火让本就生活拮据并养育两个初中学生的普通家庭雪上加霜。得知火灾发生后，华润雪

花组织了送温暖慰问行动，雪花酿造部的同事们，纷纷前往宋某家中探望，为他们送去慰问金和生活物资，帮助他们渡过难关。

工作生活平衡

我们致力于保障员工生活、工作平衡，提高员工的身体素质和心理健康。2018年，我们持续组织丰富多彩的活动，如徒步、趣味运动会、

羽毛球比赛、户外拓展、文学诵读、知识竞赛等，加强团队建设，营造团结向上的组织氛围。



案例 | 北京区域公司开展“健康生活，快乐工作”全员健康系列活动

北京区域公司为推动全员健康活动的广泛深入开展，倡导人文关怀，以“健康生活，快乐工作”为健身理念，2018年组织开展了全员运动健康系列活动，包括“悦动健康”工间操、“大眼萌”眼保健操、“萌

动润80·一起奔跑”健步竞赛以及“挑战未来，我们一路勇向前-谁是battle king？”球类竞技项目等。区域公司全体员工及经销商团队积极参与。



上海区域公司雪花篮球队成立



华润雪花啤酒总部春季团建活动

改善工作环境

我们注重改善工作环境，确保员工能够在舒适、健康、安全的工作环境中愉快工作。我们根据实际情况，在各厂区推进多项优化项目，如为员工配备集体宿舍、升级安全设施、改造生产设备、提升就餐质量、发放防暑降温物资、绿化工作环境等。我们在保障员工安全生产的同时，提升了员工归属感和幸福感。



江苏区域南京工厂植树美化环境

协同发展 共酿辉煌



华润雪花积极带动产业链上下游协同发展，帮助供应商、经销商、合作伙伴进行能力建设，共创行业辉煌。

华润雪花的发展离不开合作伙伴的支持与帮助，我们致力于打造安全、高效、负责任供应链的初心始终不变。我们时刻以为消费者提供优质啤酒为目标，带动产业链上下游协同发展，共创行业辉煌。

打造责任供应链

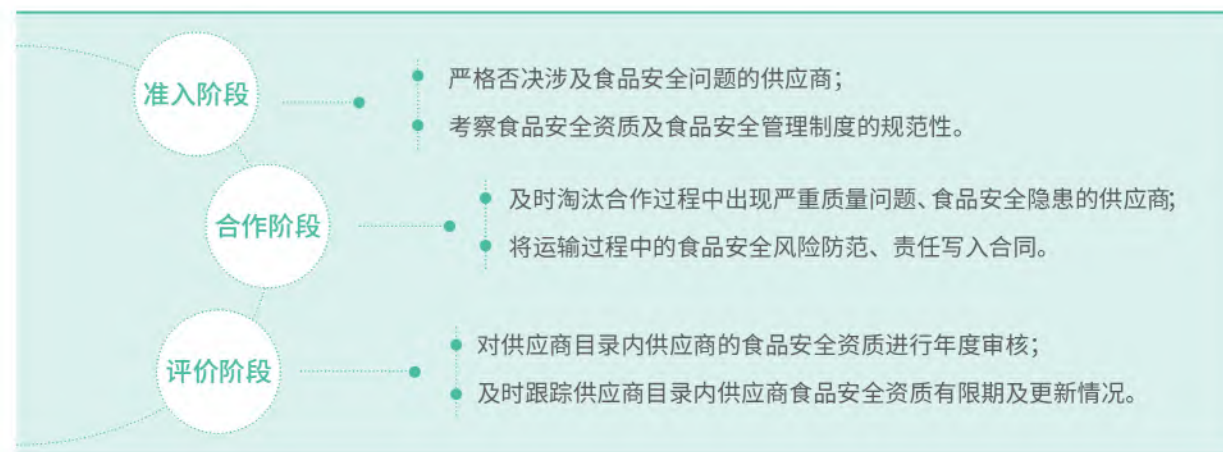
品质采购

稳定的原材料供应是华润雪花啤酒提供优质产品的保障基础。公司通过严格管控供应商的准入流

程，帮助供应商提升履责能力，实现共同发展。

公司坚持以创造价值、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、考核绩效化。公司建立了完善的《质量延伸管理规定》《啤酒花质量延伸管理细则》《啤酒用糖浆

质量延伸管理细则》等供应链系列管理制度，加强供应物资质量风险控制。并与权威的第三方公司合作，开展供应物资食品安全抽检。秉承公平、公正、公开的采购原则，坚持战略采购、阳光采购、廉洁采购，执行全程监督和全过程考核，防范食品安全风险。



● 全过程供应商考核机制

潜在供应商入选
依据“潜在供应商入选标准”对潜在供应商进行初步筛选，合格的供应商才能进行后续考核流程。
供应商现场考核认证
依据供应商考察认证标准对 300 多家原辅料及包装物供应商进行了现场考察认证，合格率达到 98%。
供应商合作过程考核
每月对供应商进行合作过程考核，涵盖供应商的合格率、及时率、准确率、拒单率、退货率、违规行为、质量缺陷等七项指标
供应商综合评价
2018 年度对 336 家供应商进行了综合评价，其中达到良好标准的供应商共 201 家，达到合格标准的供应商 127 家，不合格供应商 8 家。

👥 共同成长

公司积极与供应商开展各类战略合作项目，通过技术咨询、信息沟通、业务交流等形式帮助供应商进行能力提升，定期组织优秀供应商学习先进快消品渠道经营管理经验。

在经销商管理方面，公司采取指导、培训、表彰激励等措施帮助经销商提高盈利水平，推动销售业绩的良性增长。



雪花啤酒给经销商做陈列示范

携手共赢

我们不只关注上下游产业链的发展，也不断探索与政府、合作伙伴、高校及科研院所之间的合作模式，

希望通过长期的合作交流共同助力产业发展，推动啤酒制造行业取得飞跃进步。

携手政府

- 支持地方发展战略
- 建造绿色工厂
- 促进地区经济发展
- 关注环境保护
- 实现社区共建

携手同业

- 形成长期战略合作
- 建立稳定的交流平台
- 开展企业与供应商互评机制
- 进行行业交流

携手高校

- 共享实验基地
- 共建产学研平台
- 提供实践基地
- 研发新产品、新技术

2018 年，天津区域河北营销中心与河北大学合作举办校园双选会，共同打造共享、开放的就业平台，为学生提供就业机会；浙江区域余杭工厂接待了一带一路沿线国家啤酒酿造技术专项考察团进行参观交流，考察团成员包括来自格鲁吉亚、

蒙古、朝鲜、委内瑞拉等不同国家的啤酒行业管理、技术人员，共同促进啤酒行业发展；浙江区域泉州工厂与华侨大学建立长期合作协议，打造社会实践基地，帮助学生加深对行业知识的理解 and 应用。

🚩 案例：深圳工厂支持清华大学博士生开展社会实践

雪花啤酒深圳工厂支持清华大学博士生开展社会实践。通过实地参观啤酒生产车间，实践队的学生充分了解到标准化的生产操作流程。从原料供应商的选择到生产质量把控，从人员的专业操作到生产线的高度自动化，帮助学生加深对食品加工行业的认知。



清华大学博士生社会实践队向华润雪花啤酒深圳工厂学习生产经验

行业贡献

华润雪花啤酒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，致力于通过行业交流、合作沟通等形式促进行业发展，为共建啤酒产业贡献力量。



华润雪花啤酒技术项目鉴定会

案例 | 华润雪花啤酒两项科技成果获得专业鉴定，达到国际领先水平

2018年12月4日，华润雪花啤酒关于“啤酒用糖浆关键技术的研究与应用”和“啤酒包装线高效运行技术研究与实践”两个项目的成果获得中国酒业协会技术委员会的专业鉴定和认可，达到国际领先水平。

其中，“啤酒用糖浆关键技术的研究与应用”项目建立的啤酒用糖浆质量管控体系能够有效提升啤酒用糖浆的综合质量，同时实现节能降耗，对推动我国啤酒用糖浆生产工艺改进，带动行业发展起到积极的示范作用。

“啤酒包装线高效运行技术研究与实践”项目采用的机台联控技术（即机台能力、堆积时间、干预时间、玻瓶撞击），合理匹配链道速度与各机台的生产能力，大幅度提升啤酒包装线效率，弥补了啤酒行业在包装线“杜绝倒瓶”的技术空白，达到国际领先水平。

社企同心 共创和谐



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。

华润雪花倡导健康的生活方式，积极普及健康知识的传播，引导公众培养更健康的生活方式。

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。

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

社会公众是支撑华润雪花不断前进发展的来源，华润雪花在多年发展历程中亦勇担社会责任，聚合社会力量，为当地社区和公众的生活质量和精神文明添砖加瓦。

带动就业

华润雪花的业务遍布全国，在推动当地经济发展的同时，也时刻关注本地居民的就业情况。多年来，我们始终秉承本地化经营的理念，积极响应政府政策，与政府机构深度合作搭建就业平台，并通过各类教育和专业技能培训提升本地居民的职业技能，为本地居民提供良好的就业机会。

2018年，
华润雪花啤酒本地化
雇佣率达

95% 以上

案例 | 云南营销中心助力残疾人就业

云南营销中心积极助力当地残疾人就业等基础民生建设工作，根据公司业务需要设置残疾人特招岗，主动参加云南残联主办的残疾人就业招聘会，吸纳部分劳动能力健全的残疾求职者，为当地残疾人创造良好的就业机会。

地方共建

在公司发展过程中始终以政府与社区居民的意见和诉求为重，不断加强
与政府、社区居民深入沟通，通过消防演习、建设支持、义演活动等
多种方式，提升周边居民的生活环境与精神文化需求，使公司在长久发展运营的同时，也能惠及周边居民。

案例：四川区域德阳工厂积极配合暗渠改造

四川区域德阳工厂所在元石镇有一条暗渠横穿工厂外D区瓶场内，经常会因清淘不便而造成堵塞。德阳工厂积极配合镇政府改造暗渠，主动承担施工现场安全巡查工作，使暗渠改造成明渠，改善了当地村民的用水环境。



改造后的暗渠

案例：甘青藏区域开展郊县路演演艺活动

2018 年，青藏营销中心在青海海东市、海西州及西宁周边的郊县开展 4 场路演演艺活动。活动通过舞蹈、歌曲、魔术表演等多种形式，并在演出期间也穿插与当地群众的互动活动，丰富了当地群众的娱乐生活。



精准扶贫

扶贫开发是我国一项紧迫而重大的任务，也是中央企业理应承担的重任。华润雪花与各地政府密切合作，充分发挥自身资金、管理、技术、人才优势，积极探索有创新有实效的扶贫模式，落实多个扶贫项目，力促帮扶地区经济发展和社会和谐稳定。

2018 年，
共投入扶贫专项资金
约为

48.8 万元



范团富深入农家开展调研

案例：甘青藏区域昌都工厂定点帮扶贫困村

2018 年，为了响应昌都市政府“创先争优，强基础惠民生”活动，华润雪花啤酒甘青藏区域公司昌都工厂选派两名优秀年轻干部范团富和江永拉姆进驻昌都市夏玉村。

投资 1200 万元修建梯田用于种植经济林木，组织开展经济林木种植、汽车驾驶等技能培训促进劳务输出就业……

他们深入 201 户村民家中，了解家庭构成、耕地情况、牲畜情况、经济收入……为贫困户建档立卡；帮助村里唯一的实业砂石厂联系销路，年终为全村增加收入 46 万元；培育特色产业，建设连片绿色水果种植基地；争取到县产业办

2018 年他们帮助全村建档立卡贫困户基本实现“三不愁、三保障”，全村水、电、路、讯、网和科、教、文、卫、保等十项工程实现了全覆盖，人居环境和发展能力稳步提升，贫困户年经济收入达到了 4455 元的脱贫标准线，通过了中央的验收。

携手公众

华润雪花视社会公众为我们的发展伙伴，积极推动社会公众与我们一道共享发展成果。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，华润雪花亦鼓励员工参与志愿活动，在工作之余为社会贡献。

案例：华润雪花设立中国营造学社纪念馆雪花厅传承普及中国古建筑文化

中国营造学社纪念馆是全国唯一一座全面反映中国古建历史的大型综合性专题纪念馆。

史料库和文物保护教育基地的建设。这是华润雪花与清华大学建筑学院合作“中国古建筑普及与传承合作项目”中的又一重要举措。

2018 年 11 月 7 日，中国营造学社纪念馆雪花厅正式开馆，该馆是集收藏、研究、教育、宣传功能于一体的小型综合博物馆，馆藏文物以营造学社旧藏为基础，致力于营造学社专题



责任管理

☑ 责任治理

☑ 责任融合

☑ 责任沟通

☑ 责任能力



2018 年，我们重塑了企业文化，挖掘“每一个都不简单，每一瓶酒才放光彩”的雪花精神内涵，为雪花的持续发展提供精神动力。我们秉持“成为消费者信赖、员工自豪、行业领先的国际化酿酒企业”的雪花愿景，增强产品责任，提供员工关怀，为消费者提供更安全、高品质的产品，为啤酒行业的长远发展做出贡献。

我们深知雪花的长远发展离不开各利益相关方的支持，因此我们积极倾听和回应利益相关方诉求，落实华润雪花社会责任项目。市场格局变化、销售渠道多样化、数字化转型、生产智能化等因素都给啤酒制造行业带来了变革，我们相信这既是挑战也是机遇。华润雪花作为中国最大的啤酒企业，“引领产业发展，酿造美好生活”是企业的使命，推动行业转型升级也是我们的当然责任。未来，我们将持续跟进消费者、股东需求，不断创新和改进雪花产品。我们将为员工提供资源，携手供应商与经销商及合作伙伴，与华润雪花共同成长。

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⁵，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⁶

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。



⁵ GRI 102-42
⁶ GRI 102-40

利益相关方参与方针⁷

 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	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。为地方提供商机和就业机会，带动地区经济发展。

⁷ GRI 102-43

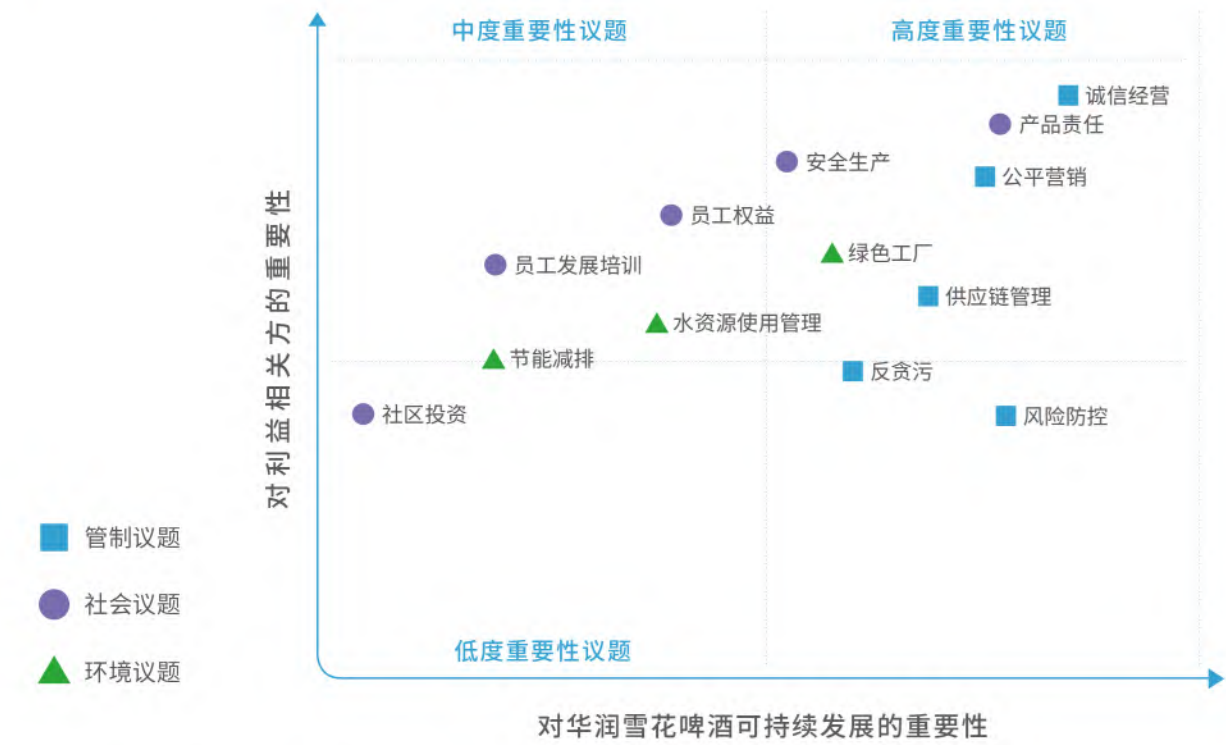
实质性议题识别及判定⁸

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进行披露。



实质性议题矩阵及列表⁹



与以往报告期相比，实质性议题列表和议题边界并无重大实质性变化¹⁰。

⁸ GRI 102-46
⁹ GRI 102-44, GRI 102-47
¹⁰ GRI 102-49

责任融合

每一个人都不简单，每一瓶酒才放光彩

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。

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¹¹

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
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 • 绿色设计 • 绿色施工 • 绿色办公
社会	• 社区帮扶 • 社会共建 • 应对气候变化	• 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、员工层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。

¹¹ GRI 102-44

2013-2018 年关键绩效指标

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
经济责任						
资产总额					407	402
负债率	-	-	-	-	52	49
所有者权益 (亿元)	-	-	-	-	196	206
营业收入 (亿元)	-	-	-	-	297	319
总销量 (万千升)	-	-	-	-	1182	1128
中高档销量 (万千升)	-	-	-	-	458	482
社会责任						
员工总数 (人)	56830	61440	60420	53573	45605	38189
慈善公益捐赠支出 (万人民币)	-	-	-	274	197	247
员工权益保护						
新增就业人数 (人)	1058	4610	7557	6741	4882	4010
劳动合同签订率 (%)	100	100	100	100	100	100
社会保险覆盖率 (%)	100	100	100	100	100	100
女性管理者比例 (%)	17	17	18	15.1	17.7	17.4
残疾人雇佣人数 (人)	210	226	212	220	208	178
人均带薪休假天数 (天)	6.6	6.8	6.8	6.8	7.2	8.2
员工培训覆盖率 (%)	100	100	100	100	100	100
人均培训投入 (元人民币)	379	382	182	204	166	181
人均培训时间 (小时)	13	13	15	17	18	18.5
职业病发生次数 (人)	0	0	0	0	0	0
体检覆盖率 (%)	100	100	100	100	100	100
职业卫生检查 (次)	277	290	310	307	320	290
职业健康培训 (人次)	13220	15980	16700	17200	16970	14500
工会入会率 (%) ¹²	-	-	-	70	90	90

¹² GRI 102-41

客户责任						
收到产品及服务投诉数量 (项)	-	-	-	-	31214	31207
客户投诉反馈处理解决率 (%)	-	-	-	99.98	99.6	100
客户投诉回访率 (%)	-	-	-	-	70	77.8
出厂质量合格率 (%)	-	-	-	-	100	100
国家监督抽查合格率 (%)	-	-	-	-	100	100
有效质量投诉处理率 (%)	-	-	-	-	99.6	100
商标总数 (个)	-	-	-	-	2166	3109
国内专利数 (个)	-	-	-	-	41	100
技术开发投入 (万人民币)	-	-	-	39800	40750.2	41200
安全生产						
员工死亡人数 (人)	-	-	-	-	0	0
工伤事故发生数 (次)	20	19	29	35	21	11
安全生产投入 (万人民币)	4045	4918	3980	5529	3760.3	7615.78
安全检查 (次数)	5682	5344	6436	5537	6100	6210
安全应急演练数 (次数)	477	370	500	570	552	577
安全培训覆盖率 (%)	100	100	100	100	100	100
员工安全培训人次 (人次)	218002	255406	199669	191551	173166	130100
相关方安全培训人次 (人次)	56832	40158	40591	38688	32568	49300
员工食品安全培训 (次数)	-	-	-	-	1170	2060
员工食品安全培训 (人次)	-	-	-	-	39120	89058
食品安全生产关键控制点 (个数)	-	-	-	-	530	530
面向公众开放的工厂数 (个)	-	-	-	-		5
环境责任						
责任采购比率 (%)	92	90	92	92	100	100
环保 / 节能减排技术改造总投入 (万人民币)	8935	3702	10274	11965	8724.5	7989
天然气使用量 (立方米)						7894.15
沼气回收利用 (立方米)						387.53
废水排放量 (立方米)						20069112.12
年度新鲜水用水量 (立方米)						31447517.80
单位工业增加值新鲜水耗 (立方米)						1.77

全球报告倡议组织
GRI 内容索引 13



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	6-9
		102-3 总部位置	6
		102-4 经营位置	6
		102-6 服务的市场	7
		102-7 组织规模	34-35
		102-8 关于员工和其他工作者的信息	52
		102-9 供应链	59
		102-10 组织及其供应链的重大变化	59
		102-11 预警原则或方针	40
		102-12 外部倡议	1
		102-13 协会的成员资格	62
	战略	102-14 高级决策者的声明	4
		102-15 关键影响、风险和机遇	4
	道德和诚信	102-16 价值观、原则、标准和行为规范	8、38、40
		102-17 关于道德的建议和关切问题的机制	38、40
	管治	102-18 管治架构	38、40
		102-21 就经济、环境和社会议题与利益相关方进行的磋商	68-71
		102-29 经济、环境和社会影响的识别和管理	68-71
	利益相关方参与	102-40 利益相关方群体列表	68
		102-41 集体谈判协议	53
		102-42 利益相关方的识别和遴选	68
		102-43 利益相关方参与方针	69
		102-44 提出的主要议题和关切问题	70、71
	报告实践	102-45 合并财务报表中所涵盖的实体	1、77
		102-46 界定报告内容和议题边界	70
		102-47 实质性议题列表	70
		102-48 信息重述	1 无信息重述
		102-49 报告变化	70
		102-50 报告期	1
		102-51 最近报告的日期	1
		102-52 报告周期	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	1
		102-55 GRI 内容索引	74-76

13 对于重要性披露服务，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。

议题	GRI 标准	披露	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	34、62
		103-2 管理方法及其组成部分	36、37、62
		103-3 管理方法的评估	34、35、62、72
	GRI201: 经济绩效 2016	201-1 产生和分配的直接经济价值	34、35、62、72
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	49
		103-1 对实质性议题及其边界的说明	62-65
		103-2 管理方法及其组成部分	62-65
	GRI203: 间接经济冲击 2016	103-3 管理方法的评估	62-65
		203-1 基础设施的投资与支援服务	62-65
		203-2 显著的间接经济影响	62-65
反贪腐	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
	GRI205: 反贪腐 2016	205-2 反腐败政策和程序的沟通及训练	38-40
物料	GRI103: 管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	43、47、50
		103-2 管理方法及其组成部分	43、47、50
		103-3 管理方法的评估	43、50
	GRI301: 物料 2016	301-3 回收产品及其包材	43、50
能源	GRI103: 管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	47、49、50
		103-2 管理方法及其组成部分	47、49、50
		103-3 管理方法的评估	47、49、50
	GRI302: 能源 2016	302-4 减少能源消耗量	27-29、49、50、73
		302-5 降低产品和服务的能源需求	49、50
水	GRI103: 管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	47、48、50
		103-2 管理方法及其组成部分	47、48、50
		103-3 管理方法的评估	48、50、73
	GRI303: 水 2016	303-3 水资源的回收再利用	48、50
排放	GRI103: 管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	47、49
		103-2 管理方法及其组成部分	47、49
		103-3 管理方法的评估	27-29、49、73
	GRI305: 排放 2016	305-5 温室气体减排量	49
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	47-49
		103-2 管理方法及其组成部分	47-49
		103-3 管理方法的评估	27-29、48、49
有关环境保护的法规遵循	GRI306: 污水和废弃物 2016	306-2 废弃物处置	48、49
	GRI103: 管理方法 2016	103-1 对实质性议题及其边界的说明	47
		103-2 管理方法及其组成部分	47
		103-3 管理方法的评估	47
	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	52、53
		103-2 管理方法及其组成部分	52、53
		103-3 管理方法的评估	52、53、72
	GRI401: 雇佣关系 2016	401-2 提供给全职员工的福利	53

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	54、55
		103-2	管理方法及其组成部分	54、55
		103-3	管理方法的评估	54、55
	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、55、73
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	56
		103-2	管理方法及其组成部分	56
		103-3	管理方法的评估	56、72
	GRI404: 培训与教育 2016	404-1	每名员工每年接受训练的平均时数	56、72
		404-2	提升员工职能及过渡协助方案	56
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	52、53
		103-2	管理方法及其组成部分	52、53
		103-3	管理方法的评估	52、53
	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	52、53、72
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	53
		103-2	管理方法及其组成部分	53
		103-3	管理方法的评估	53、72
	GRI407: 结社自由与团体协商 2016	407-1	结社自由与团体协商	53
童工	GRI103: 管理方法 2016	103-1	对实质性议题及其边界的说明	53
		103-2	管理方法及其组成部分	53
		103-3	管理方法的评估	53
	GRI408: 童工 2016	408-1	使用童工风险	53
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	53
		103-2	管理方法及其组成部分	53
		103-3	管理方法的评估	53
	GRI409: 强迫或强制劳动 2016	409-1	强迫或强制劳动事件风险	53
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	63-65
		103-2	管理方法及其组成部分	63-65
		103-3	管理方法的评估	63-65
	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	63-65
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	59-61
		103-2	管理方法及其组成部分	59-61
		103-3	管理方法的评估	59-61, 73
	GRI414: 供应商社会评估 2016	414-1	使用社会标准筛选的新供应商	59-61
		414-2	供应链中负面社会影响及采取的行动	59-60
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	30、31、41-46
		103-2	管理方法及其组成部分	30、31、41-46
		103-3	管理方法的评估	41-46、73
	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	41-46、73
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	68-71
		103-2	管理方法及其组成部分	68-71
		103-3	管理方法的评估	68-71
	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
				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¹⁴

华润雪花啤酒（中国）有限公司及其附属公司列表	
华润雪花啤酒（中国）有限公司	华润雪花啤酒（安徽）有限公司
华润雪花电子商务有限公司	华润雪花啤酒（六安）有限公司
华润雪花啤酒（芜湖）有限公司	华润雪花啤酒（阜阳）有限公司
华润雪花啤酒（舒城）有限公司	华润雪花啤酒（甘肃）有限公司
华润雪花啤酒（西藏）有限公司	雪花啤酒（深圳）有限公司
雪花啤酒（东莞）有限公司	雪花啤酒（佛山）有限公司
华润雪花啤酒（广东）有限公司	雪花啤酒（汕头）有限公司
华润雪花啤酒（贵州）有限公司	华润雪花啤酒（遵义）有限公司
华润雪花啤酒（黔南）有限公司	华润雪花啤酒（黔东南）有限公司
华润雪花啤酒（广西）有限公司	华润雪花啤酒（河南）有限公司
华润雪花啤酒（商丘）有限公司	华润雪花啤酒（驻马店）有限公司
华润雪花啤酒（黑龙江）有限公司	华润雪花啤酒（长春）有限公司
华润雪花啤酒（兴安）有限公司	华润雪花啤酒（吉林）有限公司
华润雪花啤酒（通化）有限公司	华润雪花啤酒（哈尔滨）有限公司
华润雪花啤酒（依兰）有限公司	华润雪花啤酒（海拉尔）有限公司
华润雪花啤酒（齐齐哈尔）有限公司	华润雪花啤酒（呼伦贝尔）有限公司
华润雪花啤酒（武汉）有限公司	华润雪花啤酒（黄石）有限公司
华润雪花啤酒（天门）有限公司	华润雪花啤酒（湖南）有限公司
华润雪花啤酒（江苏）有限公司	华润雪花啤酒（无锡）有限公司
华润雪花啤酒（南京）有限公司	华润雪花啤酒（常州）有限公司
华润雪花啤酒（泰州）有限公司	雪花啤酒（西安）有限公司
华润雪花啤酒（辽宁）有限公司	华润雪花啤酒（大连）有限公司
华润雪花啤酒（鞍山）有限公司	华润雪花啤酒（辽阳）有限公司
华润雪花啤酒（盘锦）有限公司	华润雪花啤酒（朝阳）有限公司
华润雪花啤酒（阜新）有限公司	华润雪花啤酒（铁岭）有限公司
华润雪花啤酒（丹东）有限公司	华润雪花啤酒（滨州）有限公司
华润雪花啤酒（聊城）有限公司	华润雪花啤酒（山东）有限公司
华润雪花啤酒（四川）有限责任公司	华润雪花啤酒（德阳）有限责任公司
华润雪花啤酒（广安）有限责任公司	华润雪花啤酒（绵阳）有限责任公司
华润雪花啤酒（南充）有限公司	华润雪花啤酒（邛崃）有限责任公司
华润雪花啤酒（自贡）有限责任公司	雪花啤酒（西昌）销售有限公司
华润雪花啤酒（北京）有限公司	华润雪花啤酒（河北）有限公司

¹⁴ GRI 102-45

华润雪花啤酒（中国）有限公司及其附属公司列表	
华润雪花啤酒（秦皇岛）有限公司	天津滨海新区雪花啤酒有限公司
华润雪花啤酒（天津）有限公司	华润雪花啤酒（浙江）有限公司
华润雪花啤酒（杭州）有限公司	华润雪花啤酒（嘉兴）有限公司
华润雪花啤酒（宁波）有限公司	华润雪花啤酒（温州）有限公司
华润雪花啤酒（上海）有限公司	华润雪花啤酒（浙江）西湖有限公司
华润雪花啤酒（安徽）有限公司合肥分公司	华润雪花啤酒（安徽）有限公司蚌埠分公司
华润雪花啤酒（安徽）有限公司安庆分公司	华润雪花啤酒（安徽）有限公司滁州分公司
华润雪花啤酒（安徽）有限公司淮北分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司江西销售分公司
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（中国）有限公司兰州销售分公司
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（中国）有限公司拉萨销售分公司
华润雪花啤酒（中国）有限公司新疆销售分公司	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）有限公司海南销售分公司	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）有限公司贵阳分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司黔南分公司
华润雪花啤酒（中国）有限公司黔东南分公司	华润雪花啤酒（河南）有限公司漯河分公司
华润雪花啤酒（吉林）有限公司长春销售分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司哈尔滨销售分公司
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）有限公司长春销售分公司
华润雪花啤酒（黑龙江）有限公司伊春分公司	华润雪花啤酒（海拉尔）有限公司第一分公司
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（武汉）有限公司宜昌分公司
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）有限公司湘西分公司
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（中国）有限公司西安分公司
华润雪花啤酒（中国）有限公司运城分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司山西分公司
华润雪花啤酒（中国）有限公司大同分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司晋中分公司
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）有限公司宁夏分公司
华润雪花啤酒（辽宁）有限公司沈阳分公司	华润雪花啤酒（辽宁）有限公司葫芦岛分公司
华润雪花啤酒（朝阳）有限公司朝阳分公司	华润雪花啤酒（大连）有限公司棒棰岛分公司
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（中国）有限公司滨州销售分公司
华润雪花啤酒（中国）有限公司聊城分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司烟台分公司
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（四川）有限责任公司乐山分公司
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（四川）有限责任公司遂宁分公司
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（四川）有限责任公司成都分公司
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（中国）有限公司四川分公司
华润雪花啤酒（中国）有限公司天津分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司云南销售分公司
华润雪花啤酒（中国）有限公司浙江销售分公司	华润雪花啤酒（中国）有限公司福建分公司
华润雪花啤酒（浙江）有限公司杭州分公司	华润雪花啤酒（浙江）有限公司台州分公司
华润雪花啤酒（浙江）西湖有限公司杭州分公司	

读者意见反馈表

尊敬的读者：

您好！感谢您阅读《华润雪花啤酒（中国）有限公司 2018 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 2018 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：