



2025 可持续发展报告

华润啤酒(控股)有限公司

目录CONTENTS

前言

关于本报告	01
董事会主席致辞	03
关于华润啤酒	05
2025 华润啤酒大事记	07
2025 重要荣誉	09
专题聚焦：深耕价值链协同降碳， 赋能全生命周期绿色转型	11

后记

可持续发展管理	85
未来展望	89
附录	91

01 驭变求新， 酿造长青基业

“十四五”发展步履不停， 接续奋斗擘画崭新征程	
夯实稳健经营根基	19
筑牢诚信合规底线	20
坚守廉洁从业初心	21
厚植安全发展底色	23

02 匠心坚守， 酿造品质体验

从品牌日到雪花日， 双重行动书写品牌华章	
打造匠心品质产品	31
坚持创新引领发展	33
做优客户服务体验	38

03 倾心相酌， 酿造同行未来

从传统供应关系升级到供应链协同， 以产业生态思维重构价值链	
建设韧性供应链	45
深化合作共赢未来	48

04 才酝芳华， 酿造奋进光彩

从 AI 工具到员工助理， “哆啦”定义未来人力服务新范式	
保障员工基本权益	55
护航员工全面发展	57
关爱关怀员工生活	61

05 自然醇香， 酿造生态底色

从“绿色工厂”到“低碳先锋”， 匠心筑绿守护生态底色	
明确绿色发展方向	67
擘画绿色运营路径	70
推动能源高效利用	75

06 润心惠民， 酿造美好生活

从产业发展到温暖陪伴， 跨越山海让希望扎根雪域高原	
产城融合促协同	81
助力乡村谋振兴	83
投身公益显担当	84

关于本报告

本报告为定期报告，是华润啤酒（控股）有限公司继 2012 年后发布的第十四份独立的企业可持续发展报告（包含社会责任报告），旨在就公司的可持续发展实践与利益相关方进行坦诚沟通，并回应利益相关方关注的重要问题。

报告范围



如无特殊说明，本报告的数据和内容所涉及的范围主要包括华润啤酒（控股）有限公司及附属公司 / 分公司；时间跨度为 2025 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，部分内容超出上述范围。

数据来源



本报告的全部信息数据来自公司正式文件、统计报告与财务报告，以及经由公司统计、汇总与审核的可持续发展实践信息。

编制依据



本报告参照全球可持续发展标准委员会（GSSB）《GRI 可持续发展报告标准》（GRI Standards）

联合国可持续发展目标（SDGs）

国家标准委员会《社会责任报告编写指南》（GB/T 36001-2015）

中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南基础框架》（CASS-CSR4.0）

中国企业改革与发展研究会、责任云研究院《中国企业可持续发展报告指南》（CASS-ESG6.0）

《华润集团社会责任工作管理办法》

《华润集团“1+N”社会责任指标体系管理手册》

《华润雪花啤酒社会责任工作管理办法》

报告承诺



本报告由华润啤酒（控股）有限公司可持续发展报告编制小组组织编制，由公司董事会主席审核，报告内容不存在虚假、误导性陈述。

称谓说明



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

报告获取



本报告可通过华润啤酒官网（www.crbeer.com.hk）下载。如对本报告有建议和意见，您可以按照以下方式联系我们：

通讯地址：深圳市宝安区新安街道兴东社区 70 区雪花路 2 号雪花大厦 30 层
Floor 30, Snow Beer Building, No. 2 Xuehua Road, Zone 70, Xingdong Community, Xin'an Sub-district,
Bao'an District, Shenzhen
邮编：518101
电话：0755-27880291
网址：www.crbeer.com.hk

董事会主席致辞



赵春武 华润啤酒董事会主席

2025 年是“十四五”规划收官之年，也是华润啤酒“3+3+3”九年战略决胜之年。这一年，行业变革纵深演进，消费格局持续迭代，华润啤酒总部正式迁至深圳雪花科创城，全面融入粤港澳大湾区产业创新生态，迈入战略发展全新阶段。面对复杂市场环境，华润啤酒于变局中夯实经营根基、在变革中抢抓发展机遇，交出了一份高质量发展的圆满答卷。公司实现全年综合营业额 379.85 亿元，“十四五”期间营业额累计增加 65.37 亿元，毛利率稳步提升，经营现金流持续向好，次高档及以上啤酒销量攀升至 270 万千升，企业发展韧性与核心竞争力持续凸显。

深耕实业，创新为翼，以品质革新筑牢品牌根基。这一年，我们坚定不移推进啤白双赋能商业模式，持续完善“中国品牌+国际品牌”高端品牌矩阵，紧跟健康化、个性化消费趋势，不断丰富产品布局，先后推出垦十四系列、勇闯天涯 superX 冷空气暴打柠檬、醴×天坛联名款等新品，布局茶啤、精酿、无醇等多元赛道，携手古越龙山跨界打造联名产品，满足全场景消费需求。同时，公司加码科技创新与数字化转型，研发投入达 2.66 亿元，关键业务环节数字化覆盖率升至 88.11%，以数智创新赋能生产、营销、人力全链条升级，持续擦亮品牌核心价值。

绿色深耕，全链降碳，以低碳转型绘就生态底色。这一年，我们紧扣国家“双碳”目标，将绿色转型覆盖产业全链条，持续推进范围三温室气体排放数据治理与供应链协同降碳，完成 2025 年度价值链温室气体排放核算，从源头管控、智能生产、资源循环各环节扎实落地降碳举措。

能源结构加速优化，61 家工厂全面采购绿电，17 家工厂建成分布式光伏项目，全年光伏自发自用电量超 4,700 万千瓦时，全年减少碳排放量 23.19 万吨。资源循环利用水平进一步提升，循环水使用总量达 40,515 万吨，约为新鲜水耗量的 13 倍。推行轻量化包装、可回收材料应用，推进啤酒瓶回收文创计划，包装材料消耗总量同比下降 5.9%。全年新增国家级绿色工厂 13 家、省级绿色工厂 24 家，累计 24 家工厂获评国家级绿色工厂，以全生命周期绿色实践引领行业低碳发展新风向。

链通上下游，共生共荣，以生态思维构筑产业共同体。这一年，我们秉持产业协同理念，推进国产原料振兴，搭建“企业+科研+基地+农户”协同模式，建成 2 万亩国产啤麦标准化种植基地，国产酒花采购占比提升至 43%。创新供应链合作模式，落地蚌埠易拉罐 JIT 连廊、济南配套建厂等标杆项目，实现供应链降本增效与低碳减排双重突破。健全供应商全周期管控与 ESG 评估体系，责任采购比率保持 100%，以技术赋能、标准共建助力上下游伙伴同步绿色升级。深化产学研融合、行业交流与跨界合作，举办国产大麦产业论坛、承办国际啤酒技术高峰论坛，依托进博会等平台拓展全球合作空间，以开放共赢姿态推动产业链价值链高质量发展。

以人为本，初心向善，以责任担当传递企业温度。这一年，我们始终坚守以人为本理念，全方位保障员工权益、赋能员工成长，完善职业发展双通道体系，健全薪酬福利与健康保障体系，男女薪酬均衡发展，带薪休假权益充分落地。筑牢安全生产防线，连续六年未发生员工死亡或重伤事故，并以 AI 智慧安防升级全域安全管控。锚向人民美好生活，我们深耕乡村振兴、公益帮扶与民生服务，全年公益投入达 210.4 万元，开展雪域高原帮扶、遵义希望小镇援建、金蚕助残等公益项目；累计志愿服务时长超 2.6 万小时，以实际行动回馈社会、温暖民生。

逐梦新程，步履不停，接续奔赴高质量发展新征程。站在“十四五”圆满收官、“十五五”全新启航的历史节点，华润啤酒将始终坚守实业初心，以更坚定的步伐推进全价值链绿色转型，以更开放的姿态携手合作伙伴共创产业新生态，以更深厚的情怀守护员工成长、回馈社会大众，全力向着消费者信赖、员工自豪、行业领先的世界一流企业愿景稳步迈进，在新时代产业升级浪潮中续写高质量发展崭新篇章！



关于华润啤酒

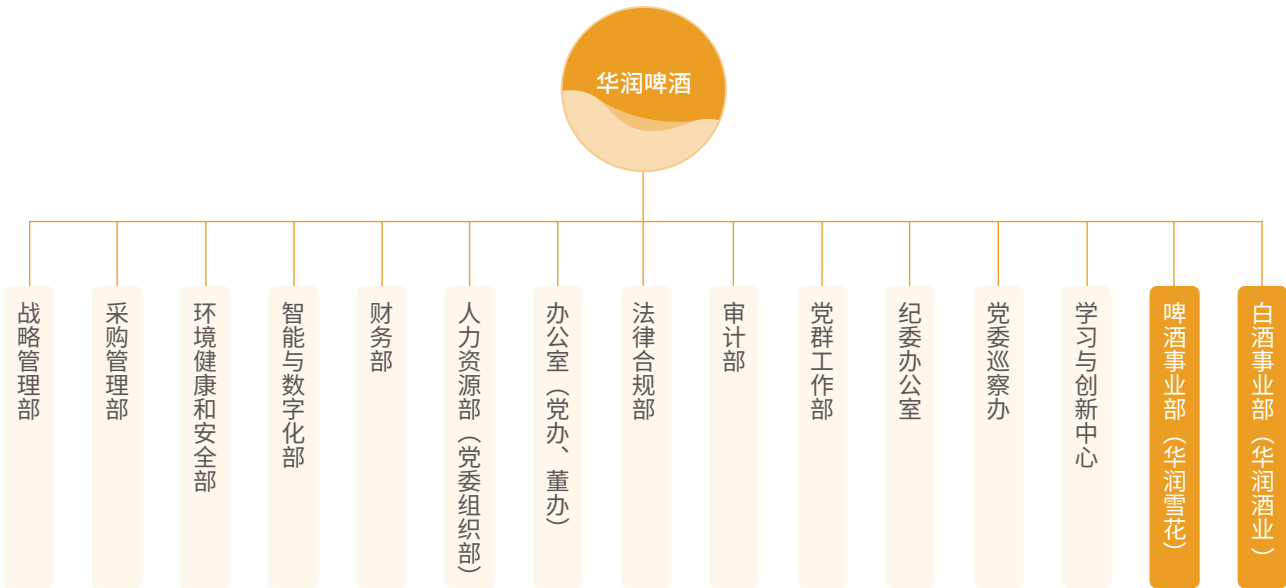
公司简介

华润啤酒（控股）有限公司（简称“华润啤酒”）是华润（集团）有限公司旗下专注酒类产品生产与销售的核心业务单元，于香港联合交易所上市（股份代号：00291），位列恒生指数成分股，具备稳固的资本市场地位。旗下设有两大核心经营平台，分别聚焦啤酒及非啤酒业务。华润雪花啤酒（中国）投资有限公司拥有雪花自主品牌和荷兰喜力啤酒的品牌授权；华润酒业控股有限公司控股金沙酒业、参股景芝白酒。

华润啤酒始终以“引领产业发展，酿造美好生活”为使命，致力于为消费者提供超越期望的产品与体验，为员工打造事业家园，为合作伙伴提升价值，为股东创造回报，为环境与社会贡献绿色可持续发展的力量，满足人们对美好生活的需求，持续向“消费者信赖、员工自豪、行业领先的国际一流酿酒企业”目标迈进。



组织架构



企业文化

企业基因

为中华民族伟大复兴而立心
为创造人民幸福生活而立命
为促进国家经济繁荣而立身

企业使命

引领产业发展，酿造美好生活

企业愿景

成为消费者信赖、员工自豪、
行业领先的国际化酿酒企业

宣传口号

每一个人都不简单，
每一瓶酒才放光彩

价值观

诚实守信 业绩导向
以人为本 合作共赢

企业精神

以身许国的奉献精神
敢为人先的创新精神
笃定前行的坚守精神
自强不息的奋斗精神

组织氛围

真诚 团结 开放 进取



华润啤酒企业文化体系 2.0

2025 华润啤酒大事记

里程碑事件

- 华润啤酒总部迁至深圳雪花科创城，积极响应大湾区战略、把握产业升级机遇。

重大战略项目

- 华润啤酒召开啤白双赋能年度总结大会，营造赋能创新氛围，坚定“啤白双赋能”战略发展方向和决心。
- 华润啤酒召开“十五五”战略研讨专题会，为高质量谋划“十五五”战略制定奠定基础。
- 华润啤酒与国产大麦产业链各方深入合作，逐步构建“企业+科研+基地+农户”的协同模式，探索出国产啤麦振兴的实践路径。
- 华润啤酒制定“AI+”专项行动工作方案，推动人工智能与啤酒、白酒产业深度融合，助力高质量发展。

新产品、重大市场活动

- 垦十四金色拉格啤酒、垦十四琥珀拉格啤酒上市，让全国消费者品鉴国产大麦魅力。
- 勇闯天涯 superX 冷空气暴打柠檬新品上市。
- 中国市场（含香港）启动切换，上市喜力®RTI（Recharge the Icon）包装升级产品。
- 推出“醴×天坛·天人合一”限量联名款，致敬中国千年酿酒文化。
- 歪马定制雪花全麦白啤上市，加深华润啤酒与歪马送酒平台的战略合作。
- 海南 Hai-ISLAND 啤酒、个性化茶啤（黄山毛峰）、个性化德式白啤（丽都、楚天德式小麦）产品，以及特色品牌产品（太湖水双柚中式精酿、风陵渡红茶精酿）陆续上市。
- 勇闯天涯 superX 合作 KPL 王者荣耀职业联赛，深耕电竞圈层及占位年轻人群，持续开展爬山打卡景区围攻主题战役。
- 喜力®打造欧冠主题战役、网球主题战役，持续打造 F1 主题战役，并落地城市级大事件 F1 中国大奖赛启动仪式——点亮上海。

重大工程建设

- 华润啤酒旗下武汉、河北、济南、六安等 10 家工厂完成光伏并网项目，正式投入运行。
- 华润啤酒旗下昌都搬迁新建年产 10 万千升（一期 6.3 万千升）啤酒工厂项目、福建年产能 80 万千升（二期扩建喜力 40 万千升）啤酒工厂项目启动招标；朝阳搬迁新建年产 30 万千升（一期 20 万千升）啤酒项目综合楼及联合车间完成主体验收；福建新建年产能 40 万千升（二期 10 万千升）啤酒工厂项目进场施工。

其他大事件

- 华润啤酒召开创建世界一流企业工作推进会，健全世界一流企业指标体系，打造核心竞争能力。
- 由贵州金沙“摘要”独家冠名的总裁读书会“美好生活·书香中国”城市行活动再启新程。
- 安徽宝钢制罐配套建设的华润雪花蚌埠工厂易拉罐 JIT（Just-In-Time）连廊项目正式投入运行。
- 华润啤酒国产大麦振兴项目组在扬州大学、江苏农垦种植基地举办国产大麦产业融合发展论坛暨田间考察主题活动。
- 华润啤酒推出人力资源首款 AI 产品“哆啦”，致力于打造更智能、更高效、更人性化的服务体验。

- 由中国企业改革与发展研究会和华润啤酒联合主办的“ESG 中国·国麦（华润啤酒）行”活动启幕。
- 华润啤酒与古越龙山举行战略合作签约仪式。
- 华润啤酒参加第八届进博会，与合作伙伴达成交易意向并举办备忘录签约仪式，意向成交额约 3,121 万美元。
- 华润啤酒与华润创业举行物流合作签约仪式，在内地与香港跨境运输、多式联运、智能仓储、智慧物流及内地干线运输等领域开展更广泛、深入的合作。
- 华润啤酒承办第七届中国国际啤酒技术高峰论坛，论坛以“绿链共生·智酿未来”为主题，助力提升公司的行业影响力和产业引领力。
- 华润啤酒出席第三届中国国际供应链促进博览会，全方位展示华润啤酒推动中国啤酒产业生态健康发展的坚实成果。

- 2025 年首届泰中合作博览会在曼谷开幕，华润啤酒旗下勇闯天涯、老雪、脸谱等多个品牌产品在展位亮相。
- 华润啤酒举办深圳雪花大厦总部办公区启用仪式暨雪花日活动，开展“勇敢的人永远十八岁”文化故事演讲比赛全国决赛。
- 华润啤酒开展定制代加工业务，开发茶啤、果啤、小麦啤等 10 余款新酒体，与歪马、盒马、胖东来等领先终端达成合作，与绍兴古越龙山、浙茶集团、甘肃 504 等企业开展跨界联名。
- “运营管理驾驶舱”及雪花 WMS（Warehouse Management System）系统实现全国上线推广，智慧雪花中心（SSC）构建起移动端、机器人、PC 端一体的营销数据服务平台体系。
- 人才培养以“价值创造”为导向，构建分层分类的人才培养体系，全面支撑组织能力提升。



2025 重要荣誉

华润啤酒凭借在价值创造、社会责任、绿色工厂、科技创新等方面的亮眼表现，荣获华润集团颁发的“EVA 贡献奖”“ESG 与可持续发展银奖”“创建世界一流企业标杆企业奖（蚌埠工厂）”，以及“科技创新成果三等奖”四项大奖。



华润啤酒的投资者关系获市场认可，荣获国际权威研究及评选机构 Extel “2025 年度亚洲最佳管理团队”八大奖项，香港投资者关系协会（HKIRA）“第十一届投资者关系大奖”十三项奖项，以及 IR Impact 大中华地区“最佳整体投资者关系大奖（大型企业）”及“最佳投资者关系大奖：消费品奖”。

2025 年度亚洲最佳管理团队

第十一届投资者关系大奖

最佳整体投资者关系大奖
（大型企业）

最佳投资者关系大奖
消费品奖

华润啤酒连续四年荣获由香港董事学会颁发的“杰出董事奖（上市公司董事会类别）”，并荣获香港上市公司商会与香港浸会大学公司治理与金融政策研究中心联合颁发恒生指数成分股类别中的“公司治理卓越奖”及“环境、社会及管治卓越奖”。



华润啤酒荣获“中国 ESG 上市公司先锋 100（2025）”，被授予“中国供应商 ESG 评级平台发起单位”；《绿色酿造·零碳未来——华润啤酒碳中和工厂创新实践案例》入选 2025 中国企业 ESG 优秀案例。



华润啤酒荣获第十三届企业标杆学习平台“标杆企业学习平台奖”；荣获 2025 年第十七届博奥奖“人工智能赋能学习创新卓越奖”与“智慧化学习技术应用优秀奖”；《从业务中来，到业务中去——如何搭建与业务深度融合的训战一体化人才培养体系》案例获评中国人力资源开发研究会“企业人力资源管理优秀案例奖”。



专题
聚焦

深耕价值链协同降碳 赋能全生命周期绿色转型



绿色低碳转型是中国式现代化的鲜明底色，而制造业作为绿色转型的核心阵地，实现全生命周期低碳管控，已成为产业迭代升级的必然趋势与企业履职担当的核心要求。华润啤酒围绕国家“双碳”目标，坚持协同推进降碳、减污、扩绿、增长，打破传统厂区节能减排的局限思维，将降碳延伸至全产业价值链。

全链统筹，引领产业绿色发展生态

华润啤酒围绕原材料采购、上下游运输、包装生产、产品配送、末端回收等全业务环节，系统开展全生命周期碳核算，厘清各环节碳排放结构与核心痛点，搭建科学化、体系化的减排治理框架；依托供应链 ESG 赋能、生产工艺低碳升级、循环包装闭环管理三大核心路径，将每一瓶啤酒的碳足迹压缩到最小，以全链条、深层次的绿色转型实践，扎实履行“酿出绿色未来”的责任承诺，为行业全面绿色转型树立标杆示范。



华润啤酒被授予“中国供应链 ESG 管理示范企业”称号

源头共治，打造绿色低碳供应链

供应链端，华润啤酒通过建立健全绿色供应链管理机制，在原材料端推行全链条低碳管理，要求大麦、啤酒花及包装材料供应商严格控制化肥、农药使用，优先采用节水灌溉与精准施肥技术。同时，公司碳管理与气候变化工作小组为核心供应商组建 ESG 赋能圈，两年来深入 12 家战略供应商生产一线，开展现场诊断与节能减排潜力评估，提供定制化技术方案与绿色金融支持，帮助供应商同步提升能源效率与环境绩效。通过“源头减碳 + 伙伴共进”，从种植到运输环节实现碳排放系统性下降。

涉及范围三温室气体排放“类别 1 购买的商品及服务”和“类别 4 上游运输和配送”，农产品种植与加工合计约占价值链排放的 **20.12%**，上游运输与配送等物流环节占 **4.06%**。



智造升级，构建低碳生产体系

生产端，华润啤酒为实现低碳酿造，对厂区屋顶建设分布式光伏（DPV）开展可行性论证并全面立项，以“尽可能铺满”的战略主旋律，高覆盖率光伏系统已覆盖多座生产基地车间屋顶，通过“绿电采购+绿证交易+自发自用”三驾马车，公司正朝着高比例绿色电力使用目标稳步迈进。同时，公司碳管理及气候变化工作小组基于生产全价值链，系统识别啤酒酿造各环节减排潜力，通过集中生产调度、工艺参数优化、设备节能改造、酵母与酒精资源化回收、绩效考核激励等一系列组合措施，持续降低单位产品碳排放强度，为绿色制造奠定坚实基础。

能源使用相关排放（范围二及范围三“类别3 燃料和能源相关活动”是影响生产端碳足迹的重要来源，酿造生产环节约占价值链排放的**6.01%**。



循环赋能，搭建闭环消费体系

销售端，华润啤酒在业内率先推动轻量化、可回收包装体系，与供应商共同研发以低碳玻璃瓶、铝罐及纸塑复合材料替代传统高耗能包装，显著减少包装全生命周期碳足迹。同时，为避免优质啤酒瓶饮用后即被丢弃，我们全力推进“啤酒瓶回收文创计划”，对回收的啤酒瓶进行专业清洗、分拣与二次加工，制成茶具、笔筒、装饰品等文创产品回馈消费者，赋予啤酒瓶“第二次生命”。通过进一步布局回收点，回收计划的消费者参与度持续提升，形成“生产—消费—回收—再生”的闭环经济模式。

包装材料是价值链碳排放的第一大来源，占比达**45.63%**；产品回收相关下游环节（终端销售、售出产品报废处置等）同样占据一定比重，其中终端冷藏与销售占**16.72%**。



自2024年华润啤酒开展价值链协同降碳项目以来，华润啤酒已逐步构建起覆盖全价值链的碳减排闭环体系，不仅提前完成多项内部“双碳”阶段性目标，更以供应链、生产、销售三端协同发力的实际行动引领行业绿色低碳转型。未来，华润啤酒将持续深化全价值链碳足迹管理，让每一瓶啤酒都承载绿色责任与温度，持续书写实体经济绿色高质量发展的崭新答卷。

01

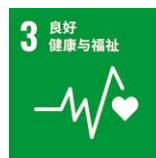
驭变求新，酿造长青基业

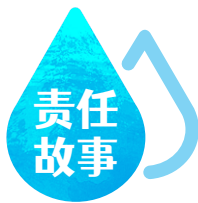
华润啤酒坚持稳健经营，持续优化现代治理架构，健全可持续发展体系，不断夯实发展根基；以诚信合规为经营底线，严格落实法规制度与审计监督，常态化开展反垄断、反不正当竞争管理，全面筑牢合规防线；依托大监督体系完善廉洁机制，深化警示教育与廉洁文化建设，培育崇廉尚洁的从业生态；层层压实安全生产责任，升级全周期安全管理和智慧安防模式，全方位守牢安全底线，为企业高质量发展注入坚实保障。

积极做出华润啤酒贡献：

- 针对全体员工开展反贪腐培训 **130** 场次，培训时长达 **166** 小时
- 针对董事、高管开展反贪腐培训 **4** 场次，培训时长达 **8** 小时
- 开展安全教育培训 **592,514** 小时，共 **279,733** 人次参与
- 供货商、分包商及承建商等相关方安全培训共 **186,361** 人次
- 全年**未发生**任何员工死亡或重伤事故，连续六年守住安全生产底线

贡献 SDGs：





“十四五”发展步履不停 接续奋斗擘画崭新征程

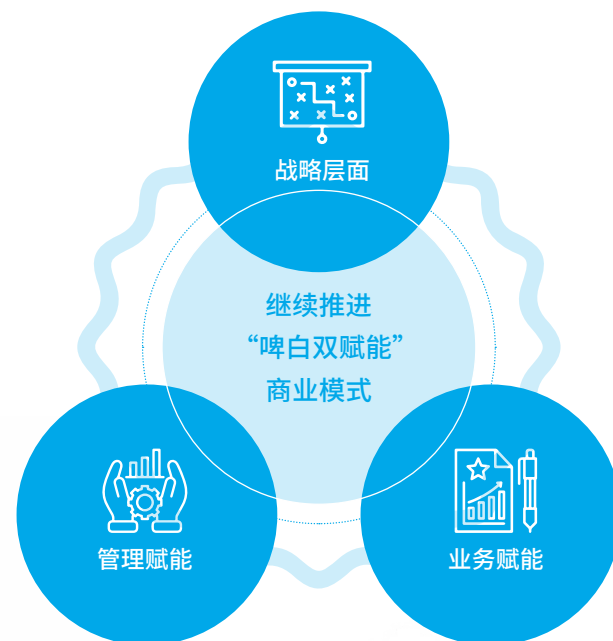


2025 年是“十四五”收官之年，也是华润啤酒“3+3+3”九年战略的决胜之年。华润啤酒坚持高端化战略，盈利能力持续增强，经营质量稳步提升，交出一份高质量发展的时代答卷。

产业边界与内涵持续拓展

华润啤酒坚持创新驱动发展，持续拓宽啤酒产业的边界与内涵。自研比利时风格白啤与黑啤，推出茶啤酒、果啤酒等新品类，并打造“张仲景药啤”“牡蛎肽啤酒”等行业创新产品，积极孵化地方品牌，与消费者共酿美好生活。与阿里巴巴、美团闪购、京东、饿了么、歪马送酒、酒小二等重点线上平台达成战略合作，“十四五”期间累计开发电商专供定制产品 15 款，通过持续加码即时零售新赛道，激发全域场景。

立足啤白双赋能，华润啤酒深耕长期主义，多措并举推动白酒业务创新升级，围绕区域市场实施差异化策略与分类管理，集中资源深耕“摘要”“金沙”两大核心大单品，筑牢市场核心竞争力；落实数字化货品追踪管理，实现全渠道协同布局，拓展啤白双赋能、电商和即时零售等业务协同与创新，加强消费者培育，推动渠道效率变革。



“十四五”期间经营高质量成效显著

华润啤酒高质量发展步伐稳健，经营质效实现跨越式提升。“十四五”期间，综合营业额累计增加 65.37 亿元，达到 379.85 亿元，毛利率与经营活动现金流入净额双双创下五年新高；啤酒业务营业额增加超 50 亿元，毛利率提升 4.1 个百分点，未计利息及税项前盈利逾翻倍增长；产品结构持续优化，次高档及以上啤酒销量从 2020 年的 146 万千升，大幅攀升至 2025 年的 270 万千升。



综合营业额累计增加
65.37 亿元

达到
379.85 亿元

次高档及以上啤酒销量达
270 万千升



啤酒业务营业额增加超
50 亿元

未计利息及税项前盈利逾
翻倍增长

扎根大湾区，奔赴“十五五”新征程

2025 年 12 月 8 日，华润啤酒总部正式由北京迁入深圳雪花科创城，并于 12 月 16 日举行雪花大厦启用仪式，标志着公司在战略与组织上迈入新阶段，深度融入国家粤港澳大湾区发展战略，为雪花科创城打造千亿产业集群注入核心动能；同时把握产业升级机遇，将深圳的创新生态转化为链接资源、驱动数字化与绿色发展的有力支撑，以全新姿态奔赴“十五五”新征程。



华润啤酒总部迁至深圳雪花科创城



“十五五”战略研讨专题会

征程万里风正劲，重任千钧再出发。站在“十四五”收官、“十五五”启航的关键节点，公司将接续奋斗、步履不停，坚守实业初心、深耕产业创新，持续深化高端化战略，以实干担当擘画企业高质量发展崭新蓝图，在新时代产业升级的浪潮中续写新的辉煌。

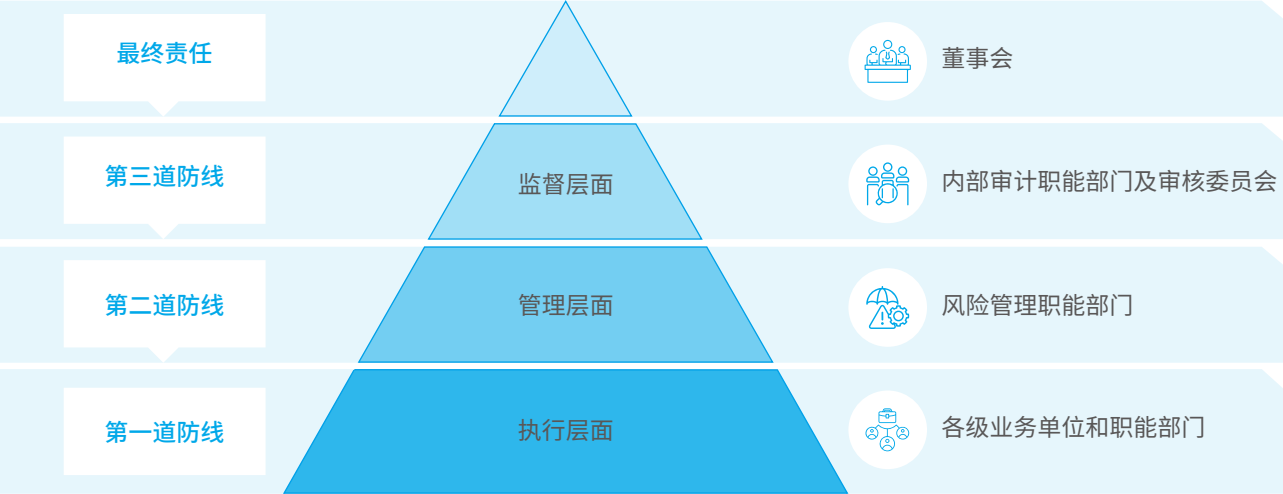
夯实稳健经营根基

完善公司治理

华润啤酒坚信良好稳固的治理体系是确保公司发展和提升股东价值的重要基础，坚持以高水平治理赋能可持续发展，持续优化治理架构与运行规则，厘清董事会、经理层权责划分，规范议事流程，压实组织、人员、职责与监督各项要求，修订《企业管治常规手册》等制度、指引文件，进一步夯实公司经营基础；同时，推动独立非执行董事、非执行董事及管理层，前往江苏等地开展实地调研，了解市场渠道和消费场景，推动企业稳步发展。

强化风险管控

华润啤酒基于“三道防线”模式构建风险管治架构，明确风险管理分工与管理职责。第一道防线，由各级业务单位和职能部门组成，负责日常风险管理，参与评估公司的风险，制定应对措施及监控程序；第二道防线，由风险管理职能部门组成，负责风险管理的组织、推动和协调工作，并监察主要风险及潜在风险状况，确保控制措施有效；第三道防线，由内部审计职能部门及审核委员会组成，负责风险管理的监督和检查，开展内部风险核证，评估风险管理及内部监控系统的成效。



筑牢诚信合规底线

坚持合规运营

规范合规管理

华润啤酒始终将合规经营和商业道德作为企业发展的根本，认真贯彻落实国务院国资委《中央企业合规管理办法》，严格执行合规管理制度规范，确保合同、制度及重大经营决策的法律审核率达到 100%，筑牢合规防线，有效防控合规风险。

落实审计监督

公司审计团队每三年围绕审计职责定位编制《审计工作三年规划》，以“促战略、守合规、防风险、强内控、增价值”为核心目标，聚焦重点业务与新业务、重点领域与高风险领域以及需要例行监督的相关业务，通过经济责任审计、专项审计等方式，系统开展审计监督，实现业务与管理主体的全覆盖。



全年共开展
30 项审计项目



未发现

相关议题中存有重大问题

反不正当竞争

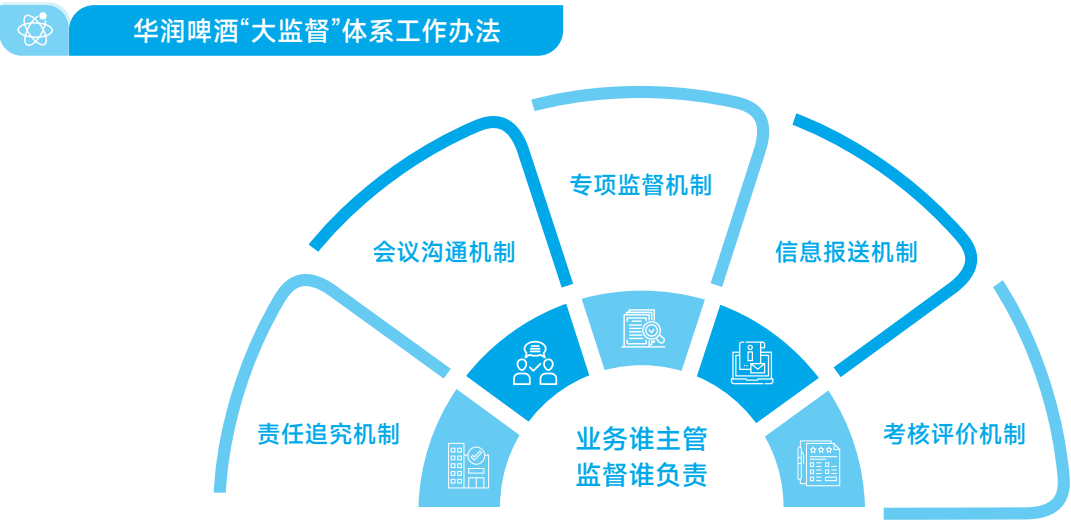
华润啤酒严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》等法律法规及《华润集团商业行为守则》等规范文件，始终秉持公平交易理念，常态化推进反垄断与反不正当竞争相关工作。

2025 年，华润啤酒开展新晋经理人的反垄断合规培训，覆盖 40 余人；总部销售业务中心反不正当竞争（商业贿赂）风险培训 3 次，关键岗位人员覆盖 100%；法律合规系统全员反垄断培训 2 次，覆盖区域销售法律顾问及高层领导 100%；实现重大活动宣传双反风险 100% 前置防控，保障企业合规运营。

坚守廉洁从业初心

健全廉洁机制

华润啤酒秉持“清白营商，干净酿酒”的理念，严格遵守国家反腐败、反贿赂相关法律法规，并全面贯彻华润集团“大监督”体系要求，立足自身实际，持续完善商业道德、反贪污及举报制度，系统构建具有华润啤酒特色的“1+2+5+N 大监督”工作体系，坚决预防与杜绝违法违规行为。公司要求全体员工、董事恪守商业道德标准，并将供应商及合作伙伴纳入监管范围，坚决杜绝任何形式的腐败与利益输送。



加强廉洁监督

华润啤酒坚持“有权必有责，有责必担当，违纪必追究，失责必问责”的原则，组建专业严谨的法律、审计和纪检监察队伍，为各项业务实施、落地、推动提供支持，充分发挥监督、预警与保障的支撑作用；持续完善“大监督”体系，建立阳光透明的利益申报机制，所有董事必须披露潜在利益冲突，全员定期填报《特定关系人申报》，主动申报可能与公司产生的利益关联；同时，我们鼓励员工及各利益相关方通过多元渠道举报任何疑似贿赂、不道德行为或提供违纪线索，并对所有举报实行 100% 跟踪处理的闭环管理。

2025 年，公司严格按照国家相关法律法规和内部管理制度，对员工违纪违法进行严肃处理，有与腐败有关的违规违纪行为 5 名员工已被判处有期徒刑，公司解除劳动关系的同时，建立案件复盘机制，防止同类型的案件再次发生，相关案件未对业务产生重大影响。

举报途径

☎ 举报电话：0755-27889693

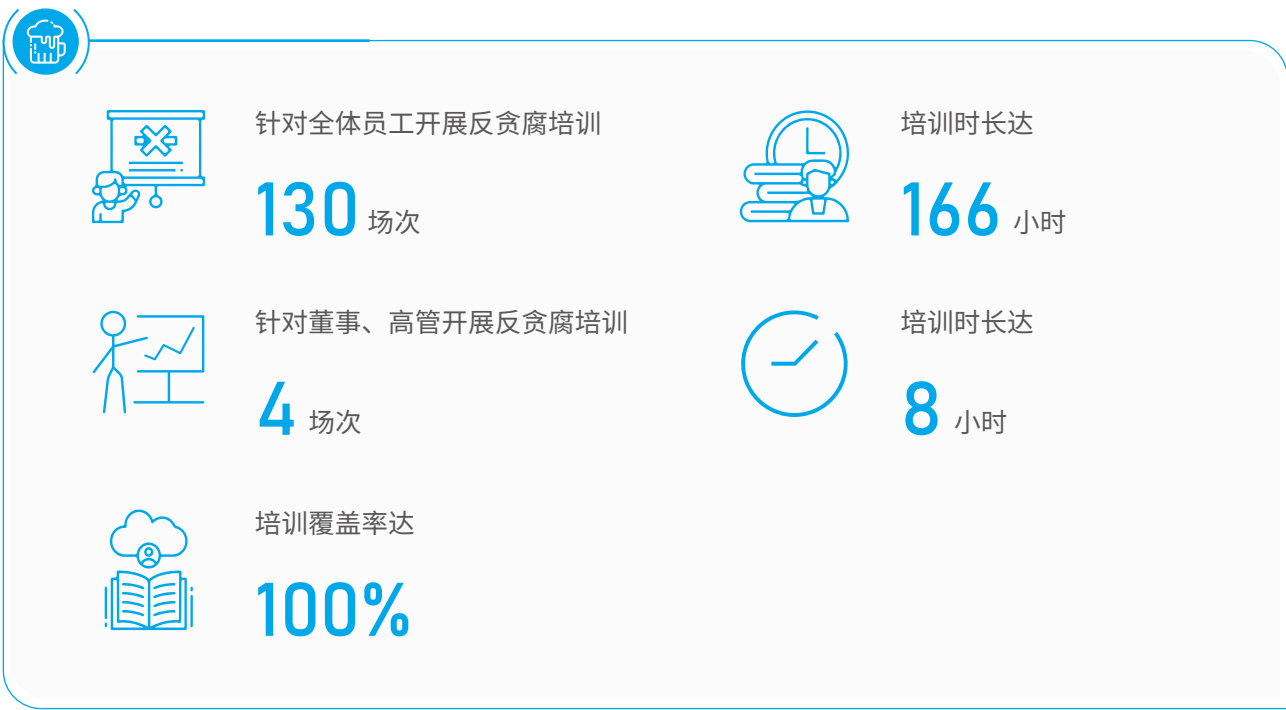
✉ 举报邮箱：lianjie@crb.cn

📍 来信地址：深圳市宝安区新安街道兴东社区 70 区雪花路 2 号雪花大厦纪委办公室，邮政编码：518100

培育廉洁文化

华润啤酒定期召开警示教育大会、领导干部廉政集体谈话活动、反腐败工作会议及培训，面向销售、采购、营运、供应商等多个职能领域，涵盖新员工和管理干部等岗位，严肃宣贯规章制度和纪律要求，要求相关人员以案为鉴，提高思想认识并坚守清廉底线。

2025 年，华润啤酒组织召开 2 次大规模警示教育大会，覆盖员工 2 万余人次；分层次对新晋中层、销售、采购、营运、财务等系统的关键人员开展专题警示教育 17 场次，覆盖 2,100 余人次；对直管干部和关键岗位干部代表 220 余人开展廉政集体谈话；组织开展新干部和年轻干部廉洁教育 8 场，覆盖 375 人次；面向基层和经销商，开展专项警示教育 90 场次，覆盖 6,500 余人次。



华润啤酒警示教育大会



新晋升直管干部开展廉政集体谈话

厚植安全发展底色

安全管理体系

华润啤酒严格遵循国家安全生产相关的法律法规，全面落实企业主体责任，坚持“安全第一，预防为主，综合治理”的工作方针，深化“人防+技防+智防”三位一体的管理模式，完善“事前预防—事中控制—事后改进”的全周期安全管理机制，持续提升安全管理水平。2025 年，华润啤酒常规性安全累计投入费用达 1.13 亿元；未发生任何员工死亡或重伤事故，连续六年守住安全生产底线。

高层领导与委员会

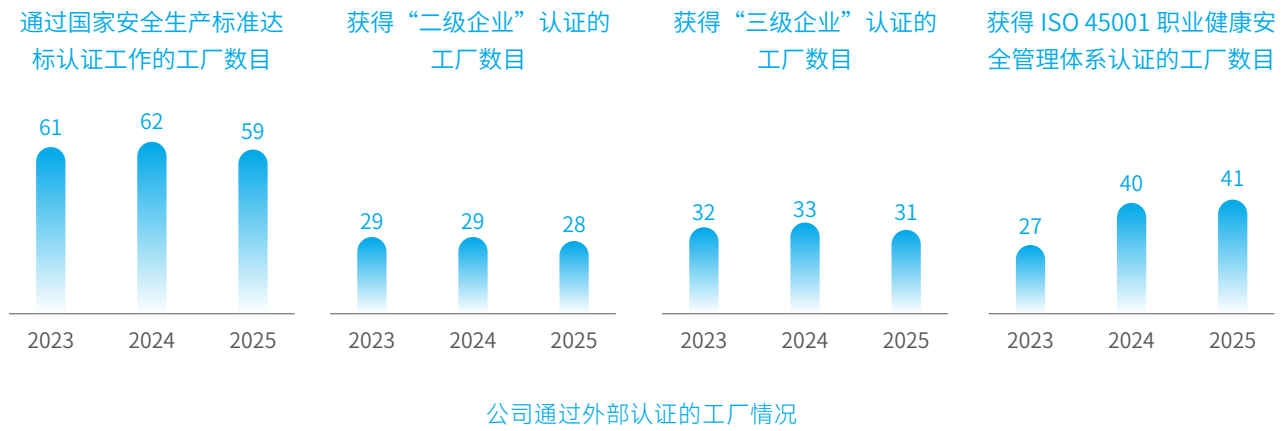
设立由董事会主席直接领导的健康与安全（EHS）委员会，成员涵盖党委、董事及各部门负责人，全面负责安全生产管理工作；

全员责任制

明确各单位主要负责人为安全生产第一责任人，全面落实全员安全生产岗位责任制。

绩效挂钩

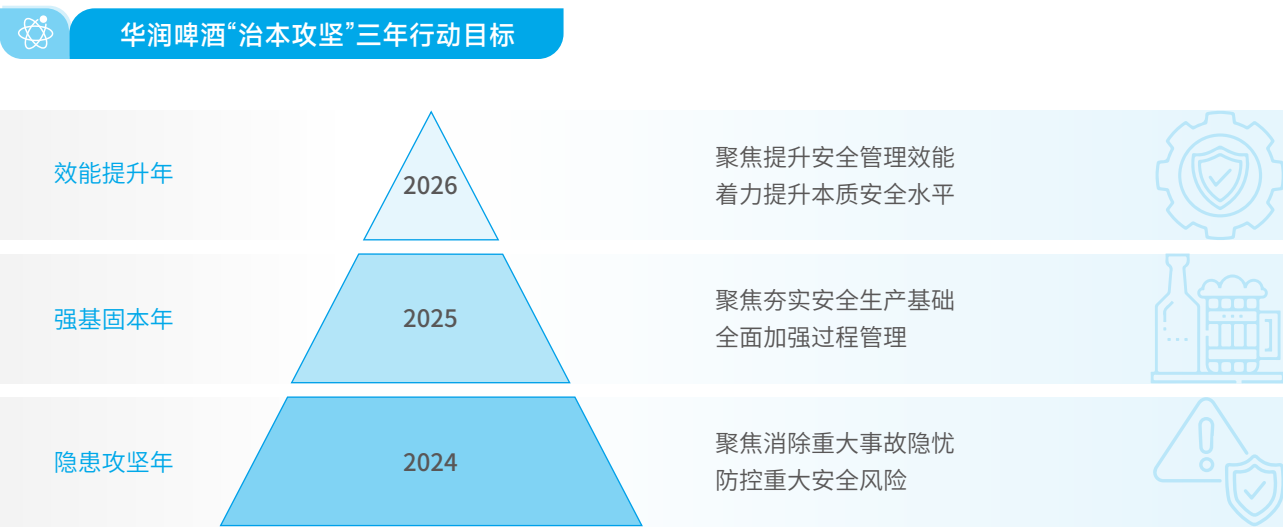
将职业健康与安全绩效、风险指标纳入管理层及员工的薪酬与奖金考核因素，强化管理层的职业健康和安全责任。



安全隐患排查

华润啤酒以安全生产治本攻坚三年行动“强基固本年”为核心抓手，锚定“夯实安全生产基础、构建长效管控体系”核心目标，在全公司范围内深入推进系统性安全风险隐患排查整治工作，通过构建“清单化排查、溯源式整改、闭环化管理”全链条管控体系，建立“排查—登记—整改—复查—销号—复盘”全流程闭环机制，推动隐患治理从“单点整改”向“系统治理”深度升级，实现对生产、营运、营销、建筑施工、相关方作业等全领域全流程的 100% 全覆盖检查。2025 年，公司各层级累计开展安全生产专项检查 6,057 次，排查各类隐患 122,395 项，完成整改 121,783 项，整改完成率达 99.5%。

此外，公司进一步深化“我要安全报隐患”奖励机制，全年累计发放奖励人民币 45.17 万元，充分激发全员参与隐患排查的主动性与积极性。



案例

智慧赋能安全管理迭代升级

华润啤酒引入 AI 图像识别技术，打造“AI 警卫员”，集成 20 种成熟算法并创新研发 4 种新算法，覆盖未走人行道、违规接打电话、明火烟雾监测、反光衣佩戴核验等典型场景，实现对工厂重大风险及人员违规行为的自动识别、预警、上报、整改及验收的全流程闭环管理。系统通过实时抓拍与快速上报机制，有效提升 EHS 异常处置效率，降低违规事件漏报率，强化厂区风险动态监控，助力安全管理迭代升级。

落实应急管理

华润啤酒遵循“预防为主，常备不懈”原则，强化应急预案制定、评审、培训与演练，针对火灾、危化品泄漏等高风险场景组织综合及专项应急演练，提升应急响应能力。2025 年，公司全年开展安全应急演练 1,114 次，共 21,570 人次参与。



案例：多方联动开展综合消防演练，筑牢雪花大厦安全防线

2026 年 1 月 28 日，华润啤酒携手华润万象生活雪花大厦服务中心、宝安区镇南派出所及宝安区消防救援站，共同组织开展一场综合性联动消防应急演练，致力于筑牢消防安全防线，全面提升雪花大厦员工的火灾防范意识与应急处置能力，有效预防火灾事故发生，同时检验大厦消防系统运行状况及多部门协同作战水平。演练过程中，各应急小组响应迅速、配合默契，人员疏散规范有序，充分展现了应急体系的可靠性与员工良好的安全素养，达到了预期目标。



安全应急演练

建设安全文化

华润啤酒着力推动安全文化分阶段建设，实现从“自然本能反应”到“互助团队管理”的转变，促进安全管理从被动合规向主动预防、从个体行为向团队协作的根本转变；通过召开安全生产专题会议、组织全员安全培训、利用多种媒介进行宣传等方式，提高员工的安全意识和操作技能，营造全员参与安全生产的浓厚氛围。

2025 年，公司共开展安全教育培训 592,514 小时，共 279,733 人次参与，安全教育培训覆盖率达 100%；供货商、分包商及承建商等相关方安全培训共 186,361 人次。



02

匠心坚守，酿造品质体验

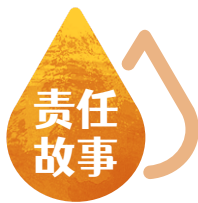
华润啤酒以品质为基，构建全链条质量管控体系，围绕多元消费场景与需求，推动产品焕新、渠道融合与数字化转型升级；深化客户服务体系建设，践行负责任的营销方式，积极倡导理性饮酒的健康理念，切实保障消费者合法权益，用心回应消费者期待，以品质与责任传递品牌温度。

积极做出华润啤酒贡献：

- 产品出厂质量达标率 **100%**
- 啤酒板块新增发明专利同比增长 **150%**
- 累计注册境内外商标总数 **6,576** 件，获得授权专利 **243** 件
- 总体不良体验投诉率为 **14.31** 宗 / 万千升产量

贡献 SDGs：





从品牌日到雪花日 双重行动书写品牌华章



从华润集团首届品牌日的正式启幕，到第五届“雪花日”的企业实践落地，华润啤酒用一场贯穿产业链上下游、连接企业内外的品牌叙事，深刻诠释了“引领产业发展，酿造美好生活”的使命内涵，让品牌成为服务国家战略、践行产业责任、传递社会价值的重要载体。

扎根产业沃土，诠释品牌担当

作为中国啤酒行业的领军者，华润啤酒以“国麦振兴”项目为依托，以品牌影响力撬动产业链上下游的协同变革，深入产区，从品种选育、种植管理到收储加工全程提供技术指导，推动国产麦芽品质实现质的飞跃，并建立起稳定的国产麦芽采购体系，用实实在在的订单为种植户托底。“垦十四”的诞生，正是这场产业振兴行动的结晶。

培育多元生态，传递品牌价值

在“有华润多美好”互动市集上，华润啤酒的展区既有致敬中华千年酿酒文化的高端产品“醴”，也有演绎国粹艺术的“花脸”系列；既有承载一代人记忆的“老雪”“匠心”与“纯生”，也有引领年轻潮流的“勇闯天涯 superX”；同时，“喜力”“红爵”等国际品牌也同台亮相。这份丰富的品牌矩阵背后是华润啤酒“中国品牌+国际品牌”双轨驱动的战略布局，更是对不同消费群体、不同消费场景的责任回应。活动现场，为拉近与消费者的距离，展区特别设置了“套住好运”趣味游戏，参与者凭借套中啤酒的数量赢取精美礼品，在轻松的游戏深化情感联结。



“华润品牌日”华润啤酒展区



“套住好运”趣味游戏

凝聚奋进力量，传承品牌精神

2025 年 12 月 16 日，华润啤酒通过雪花大厦启用仪式与第五届“雪花日”企业文化活动生动演绎了品牌建设在组织深处的落地与绽放。第五届“雪花日”以“勇敢的人永远十八岁”为主题，通过线上线下多维活动，将“勇敢、进取”的品牌精神化为可感可触的文化实践。在文化故事演讲大赛上，员工们以有温度、有力量的故事，展现与品牌共同成长的“勇闯”精神；在“啤酒小镇环游记”团建活动的协作挑战中加深对品牌文化的认同；在“雪花好声音”员工演唱会上，歌声与掌声交织，展现了“华啤人”的朝气蓬勃。



旱地冰壶球挑战赛



“雪花好声音”员工演唱会

从“华润品牌日”对“品牌强企”战略的集团级宣示与生态构建，到雪花大厦启用与“雪花日”对企业文化根脉的深耕与焕活，华润啤酒完成了一次从战略到实践、从外部沟通到内部凝聚的品牌表达。立足新起点，华润啤酒将持续锻造品牌核心竞争力，在迈向世界一流企业的征程中，谱写更加美好的篇章。

打造匠心品质产品

加强质量管理

华润啤酒严格遵循并落实《食品安全管理规定》《华润酒业食品安全管理办法》《华润酒业食品召回管理办法》等制度要求，白酒业务和啤酒业务已建立完善的质量与安全管理體系。公司压实食品安全主体责任，由 EHS 部及生产中心技术质量部共同负责食品安全管理工作，并将相关绩效指标纳入管理层薪酬考核体系；建立食品安全网格化监督检查机制，围绕合规管理、环境卫生、设备设施、过程管理及应急管理五个部分，设置 244 项检查内容，其中一般事项 178 项，重点事项 66 项，构建食品安全监督管理网络。此外，公司常态化组织食品安全应急演练和食品安全专项培训，持续提升食品质量安全管理水平。

2025 年，华润雪花体系通过 FSSC22000、ISO、HACCP 等国际体系认证共 97 项。贵州金沙已成功通过质量管理体系认证（GB/T 19001-2016/ISO 9001）、危害分析与关键控制点体系认证（HACCP）、测量管理体系认证（GB/T 19022-2003/ISO 10012）。

落实质量管控

华润啤酒创新打造“3+3+3”品质管控模式，构建起全链条、高标准的质量管控体系。2025 年，啤酒产品出厂质量达标，通过国家监督抽查，符合啤酒行业国家标准，中档以上产品总氧含量控制在十亿分之四十（40ppb）以下，处于行业领先水平。白酒产品出厂质量达标，通过国家监督抽查，符合酱香型白酒国家标准，且检测指标均达到优级酱香型白酒标准。报告期内，未发生重大食品安全事件或食品召回事件。

创新管控 建强实验室

华润啤酒持续开展“雪花之星”良好实验室建设，覆盖原料入厂、过程监控、成品检验等啤酒的生产全过程，融合 ISO/IEC 17025、CNAS 及 GB/T 22278 等良好实验室规范标准要求，提炼出华润雪花实验室管理 25 个核心要素。

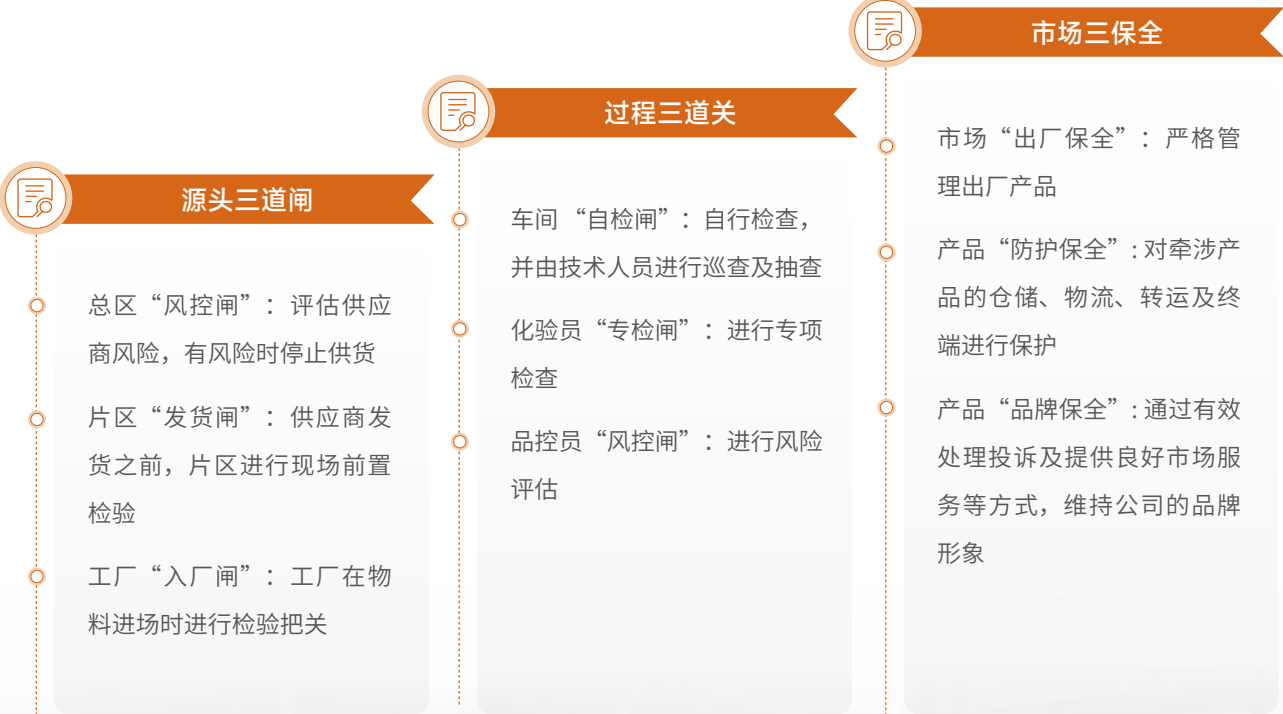
全域检查 严守质量关

定期在全国范围开展食品安全检查，2025 年共完成 37 家工厂线下检查，其中内部常规检查 29 家，专项风险检查 3 家，外部机构审核检查 5 家，持续提升食品安全管控的规范性。

提升素养 锻造硬实力

以“质量月”为载体，开展食品安全应急演练、隐患排查治理，强化员工食品安全认知，不断提升全体员工的质量管理能力。

华润啤酒“3+3+3”品质管控模式



坚持创新引领发展

夯实创新基础

华润啤酒统筹推进产品开发、包装设计、酿造工艺、感官风味、生物技术、营销数字化、智慧供应链、智能制造、安全环保低碳、质量与标准研究等多领域研发项目，研发投入达 2.66 亿元；组建起 1,143 人的专业科研队伍，其中博士 5 人，硕士 98 人，并定期面向产品开发、技术研发及科研管理团队开展创新能力提升培训，持续夯实企业技术创新根基。2025 年，华润啤酒先后获批“中国轻工业啤酒绿色酿造工程技术研究中心”“广东省啤酒智能酿造工程技术研究中心”。



华润啤酒获“中国轻工业啤酒绿色酿造工程技术研究中心”认定

案例 “智汇·创变”——华润啤酒举办第一届产品创新创意大赛

2025 年，华润啤酒举办了第一届“智汇·创变”产品创新创意大赛，开展了一场历时三个月的创新马拉松，吸引销售业务发展中心及全国各营销中心 30 支精锐战队踊跃参与，参赛团队打破部门壁垒，融合市场洞察、消费心理学与前沿技术，提出了 43 个涵盖创新风味、创新包装以及创新营销场景等多个品类且极具潜力的创新产品构想，最终遴选出金、银、铜奖共计 20 个，奖励金额累计达 170 万元人民币。



“十三朝”“奥克茶啤精酿系列”“秦始皇啤汽桶”“秦始皇 - 秦桶天下 高定版”“广式果味精酿系列·雪花黄皮风味啤酒”5 个项目获得大赛金奖

推进产品创新

华润啤酒加快小麦类及增味口味的开发，持续丰富产品矩阵，支持定制、包销、代工等新兴业务的发展；与中国黄酒领军企业古越龙山发布首款联名产品“越小啤”，以雪花全麦拉格啤酒和古越龙山优质黄酒为双基酒，并将酒精度控制在年轻人易于接受和享受的范围；联合美团酒水即时零售平台歪马送酒推出首款独家定制产品“雪花全麦白啤”，该产品严格遵循 100% 全麦酿造，可实现平均 15 分钟送达，打造便捷的消费体验。

案例 华润啤酒携手古越龙山发布“越小啤”

2025 年 11 月 7 日，在中国国际黄酒产业博览会暨黄酒嘉年华开幕式上，中国啤酒领军企业华润啤酒与中国黄酒领军企业古越龙山正式发布双方共同打造的首款联名产品——“越小啤”。“越小啤”以雪花全麦拉格啤酒和古越龙山优质黄酒为双基酒，融合了国民喜爱的自然果味，将酒精度控制在年轻人易于接受和享受的范围，精准对接当代消费者“轻饮酒、重悦己”的饮用偏好，在低度中保留风味厚度，实现“微醺不醉，畅饮无压”。



“国麦振兴”产品星十四金色拉格啤酒、星十四琥珀拉格啤酒上市



勇闯天涯 superX 冷空气暴打柠檬新品上市



推出“醴 X 天坛·天人合一”限量联名款，致敬中国千年酿酒文化



华润啤酒与歪马送酒联合打造的首款独家定制产品——“雪花全麦白啤”



海南 Hai-ISLAND 啤酒、个性化茶啤（黄山毛峰）、个性化德式白啤（丽都、楚天德式小麦）产品，以及特色品牌产品（太湖水双柚中式精酿、风陵渡红茶精酿）陆续上市

加快新消费渠道建设

华润啤酒线上业务快速发展并领跑行业，与阿里巴巴、美团闪购、京东、饿了么、歪马送酒、酒小二等重点线上平台达成战略合作，“十四五”期间，针对电商渠道开发电商专供定制产品 15 款；同时积极探索新的业务模式，推动定制、代加工业务快速发展。

构建品牌推广矩阵

华润啤酒在品牌推广方面通过多元化营销持续强化品牌影响力，将“勇闯天涯”“勇闯天涯 superX”“老雪”“垦十四”等中国品牌产品与马拉松、越野跑、爬山等体育活动和赛事深度绑定，同时通过与《封神第二部》等影视作品联动，强化品牌影响力；国际品牌方面，打造“F1”“欧冠”“电音节”等主题营销活动，借力《F1 狂飙飞车》等电影，推动“喜力®”品牌持续高速增长。

案例

打造特色国麦文化体验场景，深化大众情感共鸣

2025 年 10 月 2 日，2025 中国“乐啤派对”啤酒文化节正式启幕。由中国酒业协会啤酒分会与中国啤酒趣味研究院出品、华润啤酒及青年艺术 100 联合策展的第三届啤酒人文艺术展也正式亮相。华润啤酒结合内蒙古“守望相助”的重大发展理念，打造出以国麦振兴为主题的“守望酒馆”从额尔古纳来到了北京。酒馆主推纯国产大麦酿造新品“垦十四”，吸引了众多游客驻足品鉴，一杯国麦佳酒，寄托众人对美好生活的向往。



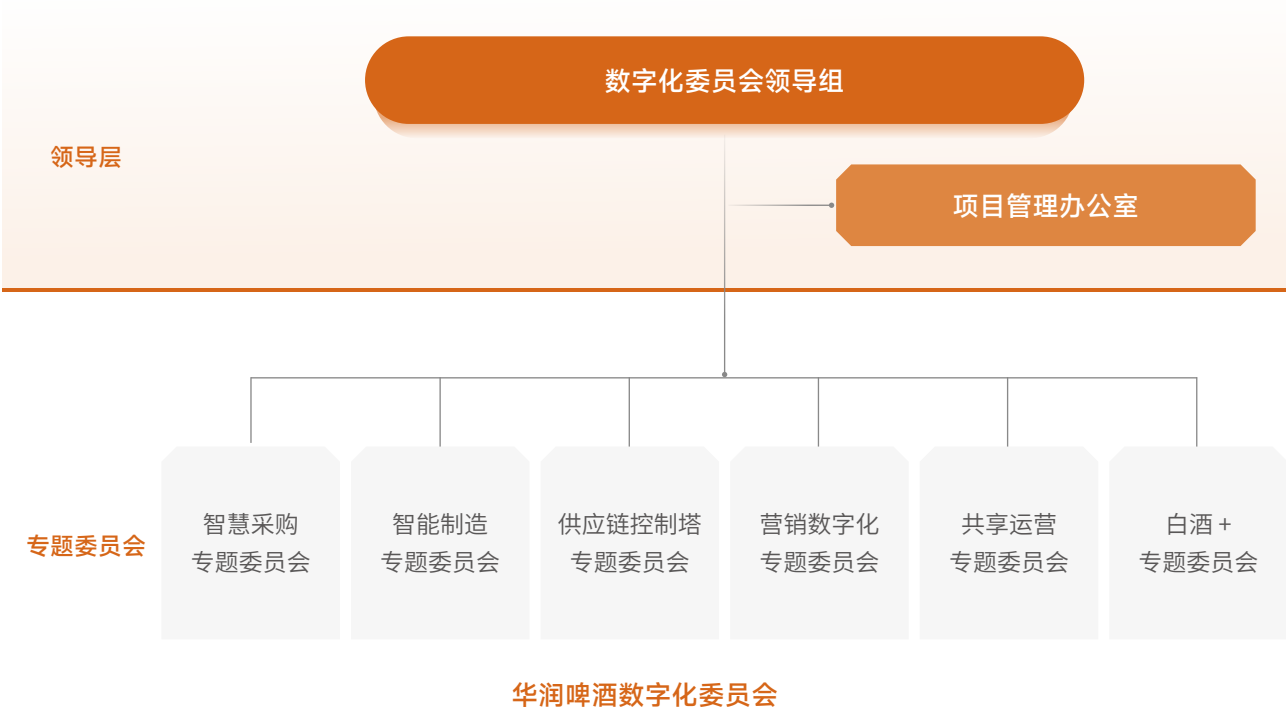
FORMULA1® 喜力® 中国大奖赛



太湖湾音乐节

深化数字化转型

华润啤酒设立数字化委员会统筹数字化转型工作，由董事会主席担任组长、智能与数字化部总监担任执行组长，重点围绕智慧采购、智能制造、供应链控制塔、营销数字化、共享运营及白酒业务赋能等领域开展工作；实施“智润森林”人工智能人才培养三年行动（2025-2027 年），通过建立完善的人工智能人才认证体系和激励机制，配套各类培训，为数字化转型筑牢人才根基。在 2025 年华润集团第三届“润享 AI”创新应用大赛中，华润啤酒斩获特等奖 1 项、一等奖 1 项、二等奖 1 项、优秀奖 3 项，人工智能落地应用成果获得集团充分肯定。



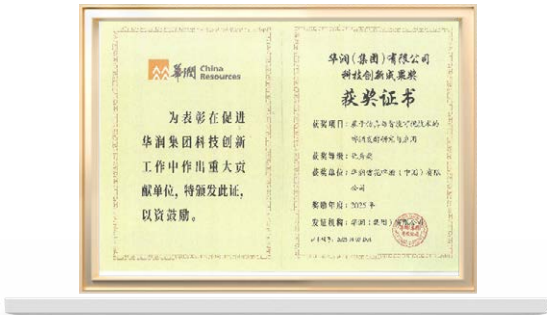
2025 年，数字化转型成效

- 全面推进采产供销数智融合，支撑业务快速发展。
- 加快智能制造落地，提升整个流程协同效率。
- 建立供应链控制塔，完善供应链由计划到履行合约等各个部分的能力，加速产销协同。
- 夯实面向经销商、终端、消费者及关键人的数字化运营能力，加强 BC 联动，探索“一码通办”等创新模式。
- 截至 2025 年底，华润啤酒关键业务环节数字化覆盖率达 88.11%，超额完成“十四五”目标，并连续四年蝉联“集团数智化示范企业”。

加强知识产权管理

我们高度重视知识产权保护，覆盖商标、专利及著作权等多个领域，并通过定期为技术人员开展相关培训与指导，为企业的持续创新构筑稳固基石。截至 2025 年底，华润啤酒已注册境内外商标总数 6,576 件，覆盖 45 个类别，覆盖 181 个国家和地区；其中，“雪花”“金威”“金沙”商标多次被国家知识产权局、北京市知识产权法院和北京市高级人民法院认定为中国驰名商标。

专利与著作权管理稳步提升，截至 2025 年底，公司共获得 243 件授权专利，啤酒板块新增发明专利数量 10 个，同比增长 150%；共获得 246 件著作权登记，啤酒板块新增著作权登记 29 件；软著登记量达 13 件，同比增长 18%。



“基于仿真与智能可视技术的啤酒发酵研究与应用”获 2025 年华润集团科技创新成果奖优秀奖



“基于结构优化与数据监测的曲房创新及应用”获 2025 年贵州省职工“五小”优秀创新成果三等奖

做优客户服务体验

保障信息安全

华润啤酒制定《信息安全管理办法》及《个人信息保护合规指引》，要求涉及敏感信息岗位人员全部签署《保密承诺书》，严格执行《保密管理制度》，明确禁止未经授权转借系统账户，严禁私自截取、转发投诉相关信息，未经正式审批不得对外发布此类内容；通过信息加密、数据分类分级权限管控及全渠道安全防护，实现数据隔离保护；落实严格的密码策略与安全登录机制，防范数据泄漏风险；此外，针对涉及操作处理个人信息、重要数据及敏感信息的第三方人员，需要对其操作进行记录和审计。2025 年，未发生客户隐私侵犯或数据泄露事件，未发生经证实关于侵犯客户隐私以及窃取、外泄和丢失客户数据或重要信息的投诉。



开展责任营销

华润啤酒从严审核广告及有奖销售活动，并通过《广告违法案例法律风险提示》等内部指引明确相关法律风险，确保其合法合规；定期开展《华润啤酒广告法律审核工作指引》宣教活动，组织责任营销专题培训，解析产品标签与广告内容的法律审核关键点，提升标签审核的合规水平；在产品包装上明确标示产品的成分列表，详尽列出产品中所含的每一种成分，标明酒精含量，为消费者提供一个准确可靠的参考；严禁向未成年人销售任何酒精饮品，并避免在产品宣传中夸大其对环境及社会的正面影响。2025 年，未发生任何涉及广告宣传方面的重大违法犯罪情况。

华润啤酒负责任营销培训重点

负责任营销原则

- 符合道德、合法、诚实和真实等原则
- 充分考虑与产品相关的法规，如法定饮酒年龄

未成年人保护

- 目标对象为已满法定饮酒年龄人士
- 营销推广手法应尽量避免吸引未满足法定饮酒年龄人士（如营销活动及商业宣传不使用对儿童或青少年具有吸引力的物体、形象、风格、符号、颜色、音乐和人物，包括卡通人物）
- 引导零售商不向未成年人出售酒精饮料

倡导理性饮酒

- 推广适度理性的饮酒行为和健康文明的生活方式
- 刊印劝说性质的标识及字句，主动提示饮酒的潜在风险

推广信息公正

- 通过公正、真实的信息推广产品（如使用真实准确的陈述说明酒中含有的碳水化合物、卡路里或其它营养物质）
- 不使用误导信息推销产品（如不暗示或宣称啤酒具有治疗或保健作用）

倡导理性饮酒

华润啤酒制定严格的广告内容审核机制，严禁宣扬过度饮酒，确保传播内容符合规范，正确引导消费者；官方网站设有年龄限制，以防止未成年人接触。战略合作品牌喜力® 的广告材料必须包括“负责任地享用喜力（Enjoy Heineken Responsibly）”标志，且承诺喜力® 品牌每年投入约 10% 的媒介费用用于理性饮酒宣传，并通过举办试饮活动，积极宣传健康饮酒的文化。2025 年，华润啤酒作为中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会的当值理事长单位，积极筹办“全国理性饮酒宣传周”等活动，向全行业、全社会推广“适量饮酒，快乐生活”理念。



2025“关爱成长 非成勿饮”全国理性饮酒宣传周启动仪式

提升客户服务

华润啤酒始终秉持“客户至上”原则，持续完善客户服务体系，通过缩短客服响应时间，强化营运、营销及生产等多部门协作，不断提升服务质量；通过 400 热线电话、在线客服通道、客服专用邮箱等多元化渠道，畅通客户投诉与意见反馈路径。2025 年，华润啤酒总体不良体验投诉率为 14.31 宗 / 万千升产量，投诉处理客户满意度调查得分为 88.2 分，处理解决率为 98.3% 和客户投诉回访率为 92.8%。

产品及服务投诉处理流程



案例

柔性服务高效化解市场投诉

2025 年冬，公司新都仓发往安徽新客户的听装产品被投诉存在破损、变形问题，引发客户不满。公司迅速成立跨部门小组核查，确认因运输路途远、山地路况颠簸，原有防护措施无法满足运输标准。公司针对相关情况耐心安抚客户，明确现场整改举措与落地实施计划，落实人员巡检机制，进一步规范防护材料进场核验流程，各项工作责任到人、闭环管控，最终顺利通过客户验收；同步开展内部全流程细致排查，从源头规避同类质量问题复发。

03

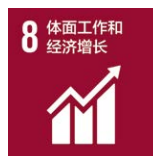
倾心相酌，酿造同行未来

华润啤酒立足产业生态思维重塑上下游合作范式，持续夯实产业链供应链韧性及稳定性，创新落地新型供应链模式，深耕国产原料替代与绿色供应链建设，加快构建自主可控、低碳高效、协同共生的现代产业体系；健全全流程供应链管理制度，完善供应商全周期管控体系，常态化推行阳光采购与廉洁承诺机制，营造规范有序、互信共赢的商业生态；积极深化协同合作，持续拓宽多元战略协同空间，推动产业链价值链提质升级，引领行业高质量协同发展。

积极做出华润啤酒贡献：

- 整体国产酒花采购占比提升至 **43%**
- 责任采购比 **100%**
- 获得环境、职业安全相关认证供应商 **266** 家
- 获得广泛认可的产品安全性、质量标准相关认证供应商 **371** 家

贡献 SDGs：





从传统供应关系升级到供应链协同 以产业生态思维重构价值链



传统供应链模式下，供应商与工厂之间主要依靠订单、仓储和运输衔接，存在供需匹配效率低、库存冗余、响应迟缓等问题。华润啤酒以产业生态视角重新审视上下游合作关系，推动供应商转变为“产业生态伙伴”，通过配套建厂、JIT 供应和长期战略合作，进一步重塑产业分工边界与合作范式，实现从“厂到厂”的物理衔接，到“门到门”的服务延伸，再到“罐到罐”的价值共创。

以 JIT 连廊助力供应链效率实现新突破

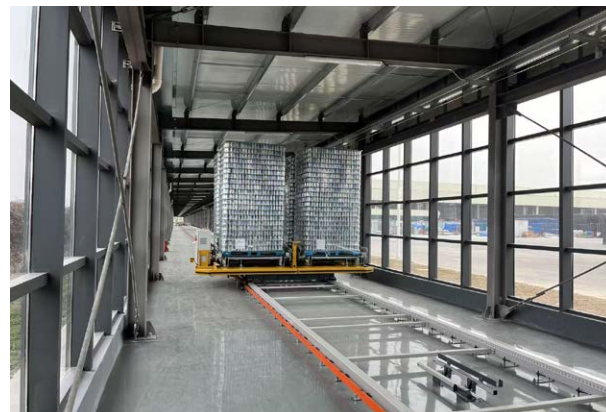
2025 年 5 月 16 日，华润雪花啤酒（蚌埠）有限公司与安徽宝钢制罐有限公司携手打造的易拉罐 JIT 连廊项目正式投运，既是华润啤酒“构建供应链生态圈，践行共创共赢共成长”战略的标志性实践，也是宝钢包装与华润啤酒深化 JIT 供应链协同的突破性创新成果。JIT 连廊项目总投资近 3,000 万元，全长 740 米，创新整合 RGV 轨道穿梭车与链条输送双技术方案，直接接驳华润雪花蚌埠工厂灌装线卸垛机。通过搭建供需信息实时共享平台与智能调度系统，连廊实现全流程自动化输送、全时段智能监控、全场景可视化管理，从技术层面彻底实现罐垛运输“零转运、零落地”，大幅提升供应链效率与运营安全性，在产业协同智能化升级进程中实现关键跨越。

JIT 连廊项目总投资近
3,000 万元

全长
740 米



输送连廊



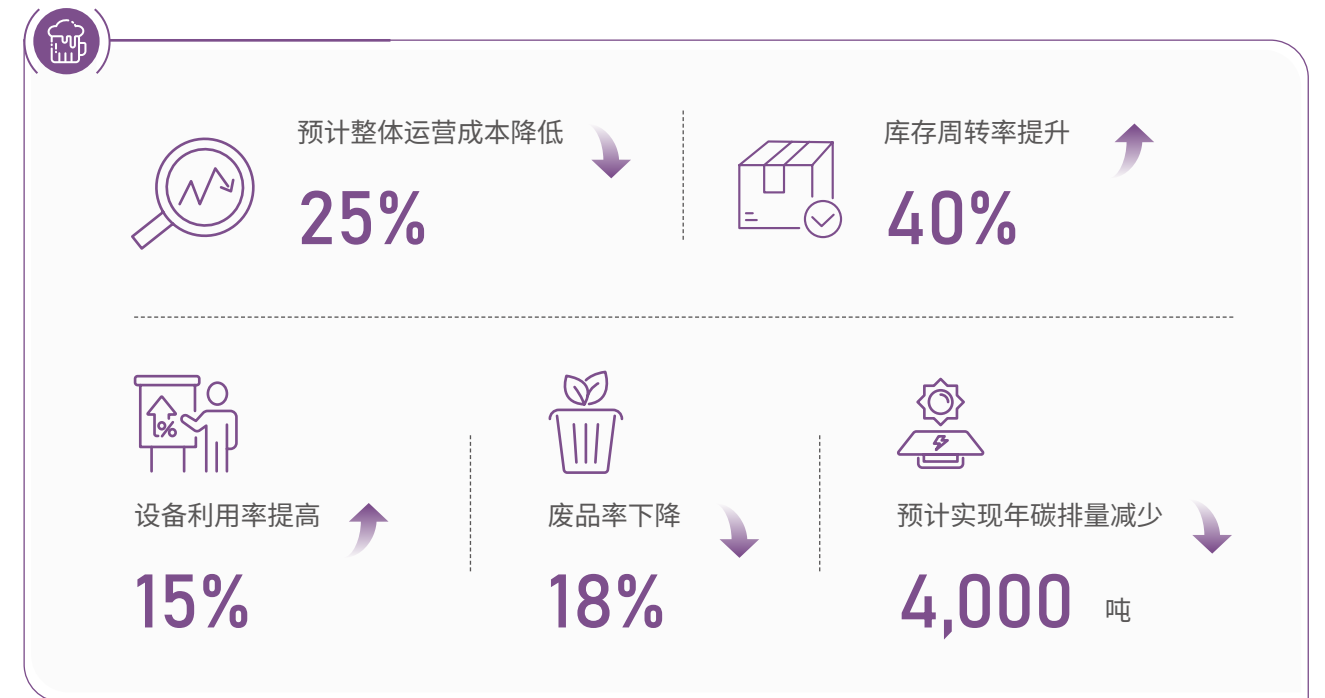
JIT 连廊项目链条 RGV 小车

配套建厂 JIT 供应模式重塑产业生态

2025 年 8 月，华润雪花啤酒（济南）有限公司与济南高森金属容器有限公司基于配套建厂 JIT（准时化生产）项目成功投入运营，项目不仅实现了“厂中厂”的物理布局，更通过“JIT+ 数字化协同 + 绿色供应链”三位一体的创新模式，构建了快消品行业供应链新范式。

一方面，可以通过综合分析历史销售数据、市场趋势与气候等多维因素，动态调整包装材料供应计划；另一方面，推行分布式柔性供应——高森包装在雪花核心生产基地周边设立“区域协同仓”，以实现“T+0”极速响应。

同时，双方将携手打造快消行业首个“包装云链”体系，通过整合 ERP、MES、WMS 等系统及设备数据，联合搭建“雪花 - 高森包装云链平台”，实现动态产能调度、区块链溯源及碳足迹监测等功能，确保供应链全程“零断点”。



未来，华润啤酒将持续探索供应链优化的前沿模式，推动中国快消产业迈入以数据为驱动、以协同为基石、以可持续为目标的“供应链 4.0”新时代，联合供应链生态伙伴共同绘制中国制造业高质量发展的崭新蓝图！

建设韧性供应链

健全供应链管理体系

华润啤酒建立一系列供应链管理规范，内容涵盖招标采购流程、供应商筛选及供应商审查、采购运作执行等多个范畴。建立采购委员会作为采购管理的最高决策机构，负责审定采购战略规划及管控模式等重大事项，并审批相关采购事项。制定《华润啤酒采购管理制度》《华润雪花供应商管理办法》《华润酒业供应商管理办法》等制度；规定供应商需签署《阳光承诺》，禁止招待、索贿、受贿行为；明确采购人员和评审人员在开展供应商审核时需签署《供应商认证廉洁守则承诺》，保证严格执行公司有关采购廉洁自律的规定。



2025 年度华润雪花渠道伙伴大会

加强供应商管理



供应商筛选

采购管理中心通过加强供应商寻源与准入管理，推动供应商选择过程的公开化与标准化。在华润集团守正电子招标平台对外发布公开招标与采购公告，并公示供应商准入标准。2025 年，2 家供应商因社会责任等方面不合规而未通过筛选。



供应商认证

采购主责部门根据物料种类特性、行业状况、供需关系及物资特点等因素确定供应商认证范围，对于涉及产品质量、供应稳定、食品安全及资产安全等有特殊要求的原材料及包装物等大宗物资或服务开展现场认证，现场认证不合格的新供应商给予 6 个月内整改期限，二次认证仍不合格的 2 年内不再接受现场认证申请；构建供应商三年培养及成长机制，对于认证通过的供应商建立产品适用性认证机制及交付配合度测试机制，以保证采购物资的合格率及即时交付率。2025 年，累计认证供应商 284 家，其中 226 家供应商通过认证。



供应商考核

对合作的供应商应进行每月过程考核和年度累计考核。考核内容包括质量、交付、成本、服务四个模块，设有 10 项具体指标，每月考核以质量、交付为重点，年度评估同时纳入成本与服务维度。过程考核结果将用于警示、约谈及要求整改等措施；年度考核结果将关联货源分配、合作暂停或淘汰等处理方式。未达标的供应商将被暂停合作或清退，并且在 2 年内不再启用。如在合作中出现原则性问题，经审批后该供应商将被列入黑名单，5 年内禁止合作。2025 年，合作供应商绩效评价覆盖率 100%，因绩效评价不合格等原因暂停供货、冻结合作或终止合作的供应商 5 家。



供应商退出

制定《华润啤酒供应商黑名单管理指引》，加强在合作的前、中、后期对供应商违规违约行为的管理力度，并通过信息化手段进行合理管控。2025 年，因触发该管理条例而被限制合作的供应商 232 家，因社会责任不合格而被列入黑名单供应商的数量为 7 家，因弄虚作假等原因而被列入黑名单供应商的数量为 215 家。

打造可持续供应链

华润啤酒为促进供应链管理与 ESG 原则互相融合，逐步建立并实施供应商 ESG 定期评估机制，系统引导和规范供应商在环境永续、劳工与人权保障、职业安全健康、产品与食品安全以及商业道德等关键领域的实践。报告期内，公司首次在供应商评估机制加入“绿色供应商”相关评价，包括绿色制造示范、节能减排、绿色信息披露、碳排放数据等评估范畴；同时，公司致力于推动供应商依据国际标准建立质量管理体系、环境管理体系等，提升供应链的可持续性。

此外，华润啤酒将提升产业链的稳固性与竞争力置于核心战略层面，持续引领供应链履责实践。



国产大麦振兴计划

通过建立“龙头企业 + 科研机构 + 种植基地”的协同模式，在内蒙古、西北、江苏三大优势产区建立标准化种植基地 20,000 亩，显著增强中国啤酒产业链的自主可控能力。



国产啤酒花采购

强化国内啤酒花采购力度，在维护供应体系稳定、完善原料质量的基础上，切实压缩物流距离，减少碳足迹。2025 年，整体国产酒花采购占比提升至 43%，并争取在 2026 年将国产酒花采购占比提高至 45% 以上。



包装材料本土化替代

通过推动在啤酒拉环盖与皇冠瓶盖中应用国产物料取代进口原材料，不仅巩固供应链的稳定性、强化抗风险水平，同时有效减少物流支出及运输过程中的碳排放量。

责任采购比

100%

获得广泛认可的产品安全性、质量标准相关认证供应商

371 家

获得环境、职业安全相关认证供应商

266 家

呼伦贝尔农垦拉布大林农牧场大麦秋收

深化合作共赢未来

深度拓展多元合作

华润啤酒积极践行聚力同行、共创未来的合作理念，坚守企业初心，致力于与各方伙伴凝聚发展合力。与华润创业在内地与香港跨境运输、多式联运、智能仓储、智慧物流及内地干线运输等领域开展更广泛、深入的合作；携手歪马、盒马、胖东来等领先终端达成合作，与绍兴古越龙山、浙茶集团、甘肃 504 等企业开展跨界联名。



华润啤酒与古越龙山举行战略合作签约仪式



华润啤酒与华润创业举行物流合作签约仪式

案例

共享未来，以合作助力全球化布局

2025 年 11 月 5-10 日，黄浦江畔，第八届中国国际进口博览会正式举办，活动以“新时代，共享未来”为主题，共吸引 155 个国家、地区和国际组织参与，4,108 家境外企业参展。华润啤酒在进博会中与巴特哈斯（北京）贸易有限公司、北京恒昌盛德科技发展有限公司等多家合作伙伴达成交易意向并举办备忘录签约仪式，意向成交额超 3,000 万美元。



深化产学研融合

华润啤酒积极拓展校企合作，通过产学研融合推动知识创新与人才共育，吸收行业前沿实践，推动学习体系迭代与专业精进，为企业可持续发展提供人才与智力支持，提升公司创新能力与科研水平，构建产学研协同发展的创新生态。

2025 年，华润啤酒国产大麦振兴项目组在扬州大学、江苏农垦种植基地举办国产大麦产业融合发展论坛暨田间考察主题活动；围绕提升污水沼气产率，联合中山大学开展“啤酒废酵母添加对厌氧系统沼气产出率影响”的研究项目。



国产大麦产业融合发展论坛暨田间考察主题活动

促进行业交流发展

华润啤酒以开放交流促共进，以标准建设强根基，以平台聚力谋发展，主动对标行业优秀企业探索发展路径，走访仰韶酒业、国台酒业，通过深度研修模式探索行业发展规律，推动学习成果向实践应用转化；借力国际展会传递产业声音，依托自主主办、承办的各类行业盛会深耕时代课题，亮相 2025 首届泰中合作博览会、第三届中国国际供应链促进博览会等，与中国企业改革与发展研究会联合主办“ESG 中国·国麦（华润啤酒）行”，承办第七届中国国际啤酒技术高峰论坛，在交流互鉴中拓宽发展视野，在担当作为中引领产业转型升级。



第三届中国国际供应链促进博览会



第七届中国国际啤酒技术高峰论坛



案例

在希望的田野上开启国麦振兴新征程

2025 年 8 月 11 日，华润啤酒与中国企业改革与发展研究会联合主办的“ESG 中国·国麦（华润啤酒）行”活动在内蒙古呼伦贝尔启幕，活动以“一麦相承 共酿美好”为主题，通过实地探访、多方对话、沉浸式体验等形式，深度聚焦华润啤酒“国麦振兴”项目的实践成果，共商中国啤麦产业链高质量发展新路径；同时隆重举行“ESG 中国·国麦实践基地”授牌仪式，标志着该实践基地正式成为 ESG 实践与农业产业化融合的示范平台。



完善媒体沟通对接

华润啤酒不断升级媒体沟通体系，用心维系互信共生、协同发展的媒体关系生态，持续深化与主流媒体、区域媒体的联动合作。依托主题座谈、特色文化活动、实地探访等丰富载体，诠释品牌内涵与发展主张，充分释放品牌传播价值。

华润啤酒副总裁李小冬受邀参与中央广播电视总台财经节目中心《ESG 会客厅》录制，传递公司如何通过“国麦振兴”战略行动增强中国啤酒产业链韧性、推动国产原料自主。

华润啤酒首席数字官 CDO 郭华接受了《财富》（中文版）的专访，共同探讨公司借助数智化浪潮引领啤酒行业变革，以及垂直零售行业如何通过数智化实现全域营销，精准触达消费人群。

04

才酝芳华，酿造奋进光彩

华润啤酒始终秉持“以人为本”的发展理念，致力于构建平等公正、安全健康、和谐稳定的职场环境，全方位保障员工合法权益、落实暖心关爱举措，为员工打造有温度、有保障、有活力的干事平台；深耕人才梯队建设与员工成长培育，依托数字化 AI 服务升级人力资源效能，搭建多层次、全覆盖的培训晋升体系，坚持业务赋能、人才培养与数智创新并举，全力助力员工专业成长与价值实现，构建企业与员工携手共进的良好发展生态。

积极做出华润啤酒贡献：

- 男女薪酬比为 **1:0.903**
- 人均实际享受带薪年假（含法定假日）为 **25.2** 天
- 员工人均培训投入 **674.5** 元
- 员工人均培训时长达 **35.9** 小时
- 全年开展 **36** 场线下健康活动，惠及员工 **1,000** 余人次

贡献 SDGs：





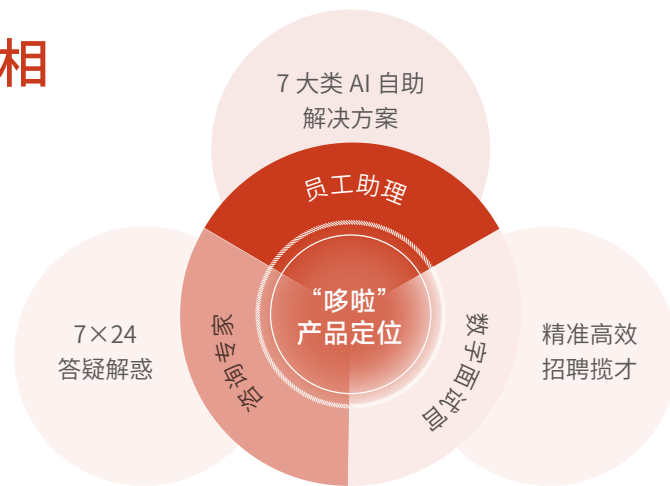
从 AI 工具到员工助理 “哆啦”定义未来人力服务新范式



人才是企业高质量发展的核心基石，优质高效的员工服务是激活团队活力、赋能员工成长的关键支撑。2025 年，华润啤酒聚焦员工服务提质增效、人力资源数字化升级，依托科技赋能创新服务模式，重磅推出首款人力资源 AI 产品，以智能化、人性化服务守护员工成长，为企业人才发展注入全新动能。

数智创新，AI 服务全新亮相

2025 年 5 月 26 日，华润啤酒人力资源共享中心携手 IT 交付中心，通过直播的形式重磅推出华润啤酒人力资源首款 AI 产品——哆啦。这场发布会不仅是华润啤酒人力资源在 AI 领域探索道路上的重要里程碑，更预示着全体员工将迎来更智能、更高效、更人性化的人力资源服务体验。这款专属 AI 助手的名称，由华润啤酒两万多名员工通过公开票选的方式确定，凝聚了全体员工的参与感与归属感。



多端赋能，解锁高效办公新体验

依托多场景智能功能，“哆啦”全方位赋能员工日常工作与成长提升。在 PC 端 AI 工具箱中，“哆啦”具备多元办公赋能能力。作为学习培训协助工具，可以快速上传文件、输入题型，“出题助手”几分钟便能生成试卷和答案；“主观题阅卷”能自动阅卷打分，与出题助手配合，让测评、考试省时又省力；作为职业发展协助工具，“工作任务分解助手”能高效拆解 OKR，助力员工轻松制定绩效；作为内容生产辅助工具，“内容优化排版助手”化身文字大师，帮员工润色文案，告别遣词造句的烦恼。

移动端的“哆啦”同样具备便捷高效的服务优势，聚焦员工高频办公场景优化体验。员工仅需下达语音指令，即可快速完成请假操作、查询个人剩余假期天数，查询数据全面覆盖华润啤酒所有单位及各类排班情况，真正实现人力资源服务便捷化、高效化。



“出题助手”

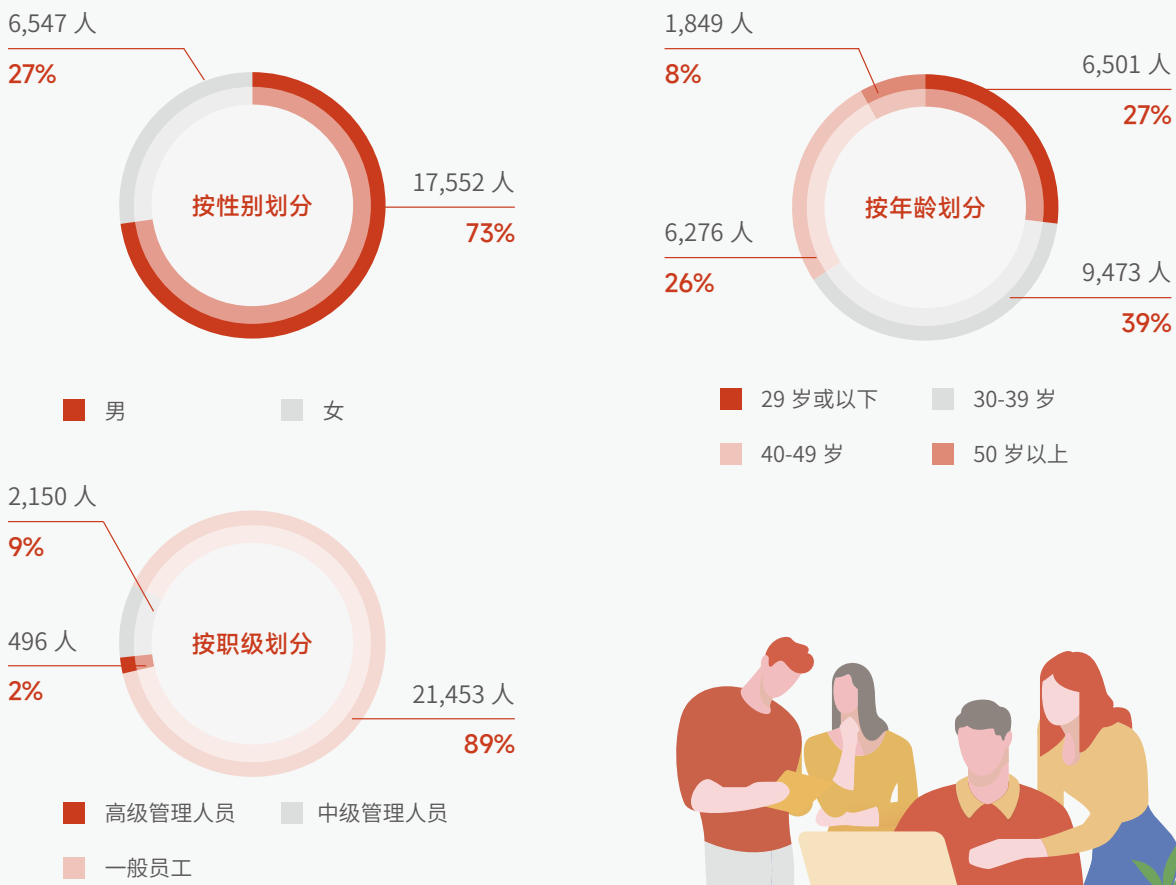
以科技赋能服务，以匠心守护员工。未来，“哆啦”将持续进化，陆续发布员工助理新功能，帮助员工告别繁琐操作；AI 咨询专家将实现拟人化升级，在提升服务温度的同时，保证更高的应答准确率；AI 简历筛选能够智能提炼简历重点信息并进行打分评估，优先呈现高匹配度简历，为招聘工作提供精准支持。

保障员工基本权益

平等雇佣

华润啤酒严格遵守《中华人民共和国劳动法》等一系列国家法律法规，建立健全人力资源内部制度及指引，持续完善《华润啤酒劳动合同管理操作指引》等制度，依法保障员工合法权益，明确禁止雇用未满 18 周岁的员工，并通过面试等环节确保所有劳动基于员工自愿；为所有背景的人才提供公平发展机会，不因性别、年龄、国籍、民族、种族、宗教信仰、肤色、语言、户籍等因素而区别对待；积极关爱女性员工，倡导残疾人就业平权，为转业军人提供充分机会，并关注少数民族地区就业需求，促进各民族交往交流交融。同时，构建劳动用工风险全流程防控体系，通过信息监测、风险评估与预警响应实现前置性预防；实施总部、事业部及业务单位三级用工检查，严格执行争议信息上报制度，建立年度劳动纠纷案例回溯分析与复盘机制，形成闭环改进、动态升级风险管控体系。

2025 年度员工数据



薪酬福利

薪酬保障

持续优化全员绩效管理，实施年度绩效调薪，并对核心管理岗位辅以中长期激励（如递延现金激励），建立兼具内部公平性与市场竞争力的薪酬绩效体系；坚持男女同工同酬原则，2025 年男女薪酬比为 1:0.903，我们将持续追踪该比例及各层级女性占比，致力于消除性别薪酬差距，确保平等雇佣。

休假保障

公司依法保障员工享有各类法定假期、带薪年假、产假、育儿假等；女性员工享有孕检假、产假及每胞胎每天 1 个小时的哺乳时间，并为哺乳期女性员工减轻劳动量。2025 年，公司员工人均实际享受带薪休假（含法定假日）为 25.2 天。

福利保障

为员工提供多元化商业保险，搭建商业保险弹性福利平台；每年为员工提供一次全面的体检服务及职业病防范检查服务；在全国范围内实施福利项目，并确保福利标准和支付方式统一，提升福利基础保障水平及内部公平性。

民主管理

华润啤酒高度重视员工在企业治理中的参与权与话语权，依法建立并落实职工代表大会制度，尊重员工依法参加和组织工会的权利，定期召开职工代表大会，系统性地保障员工的合法权益与民主监督，确保企业在制定发展战略、薪酬福利、劳动安全等重要政策时，充分倾听员工声音，并鼓励员工通过企业文化认同度调研等多种渠道表达意见，促进企业与职工共商共议，激发企业发展内生动力，构建和谐稳定的劳动关系。

2025 年，我们共召开 6 次职代会联席会议，审议 22 个制度或重大事项，严格执行《职工代表大会职权清单（试行）》审议边界事项 22 项，同时规范过会流程，会议效率提升 40%，有效确保工会民主管理运作的标准化。

护航员工全面发展

拓宽晋升路径

华润啤酒持续深耕人才体系建设，持续完善《华润啤酒员工职业发展管理办法》等制度，进一步优化员工职业发展通道，健全科学化、长效化人才留存机制，夯实企业高质量发展的人才基石。2025 年，公司推动员工晋升提拔共 2,636 人。

赋能员工成长

华润啤酒将员工发展作为驱动业务进步的核心动力，致力于为员工创造丰富多样的培训与成长机遇，人才培养工作围绕“梯队培养、业务赋能、知识经营”三大支柱，紧密对接啤酒与白酒双业务协同发展需要，系统性推进各项任务；搭建覆盖高层、中层、基层的完整培训体系，落地高层领军、中层卓越、基石打造三大梯队培养项目，贯穿需求诊断、实战设计、战场实践全流程；聚焦业务实际难题，推行训战结合模式，推进润啤能力提升与白酒业务探索专项赋能行动；构建并完善“知识创造—价值转化—效果评估”闭环管理机制，旨在打造一个充满活力、持续进化的人才生态系统，为华润啤酒的长远发展提供坚实的人才保障。



数智赋能

依托“润酒学堂”平台与“酒小星”AI学习助手双载体，围绕“AI+学习管理”主线，推动内容、数据、场景等多维协同，实现学习与业务场景深度融合。2025年“酒小星”完成AI课程解析2,000余次，并生成AIGC课程20余门；“润酒学堂”平台优化功能33项，新增AI学习助手、对话问答、出题组卷等6大核心功能，新增课程时长超过1,447小时，累计学习人次逾63.4万。

分类培训

总部统筹为全体员工提供通识培训以及针对性的技能指导、专项课程，聚焦啤酒业务赋能、白酒业务赋能、梯队人才培养、业务知识经营、数智化学习建设五大模块，累计推进在执行及已结项公司级项目26个（业务赋能14个、梯队培养8个、知识经营4个），组织培训69期，总部统筹项目线下参训2,794人次，覆盖核心业务全链条。

华润啤酒关键人才建设项目

精英梯队与校园招聘

积极构建精英管理人才梯队，面向全国招聘管理培训生及应届毕业生，通过完善人才标准、运用测评工具、健全评价体系，为公司注入新鲜血液。

“未来之星”训练营 (基层培养)

面向基层潜力员工，通过“2周进岗实践+3周线下集训”的复合模式，围绕“国麦振兴”等业务课题开展18场学习活动，产出16项实践成果，为基层人才梯队建设奠定坚实基础。

“攀登者”项目 (新晋中层培养) “启航者”项目 (新晋高层培养)

系统性提升中高层管理者的战略执行、团队建设与业务创新能力。“攀登者”项目输出《新经理上任6个月指南》及实践案例集；“启航者”项目围绕“知自我—强队伍—拓关系—创业绩”维度，输出83份行动学习课题，助力管理者快速适应新角色、创造新业绩。

“领军人才100”项目 (核心后备培养)

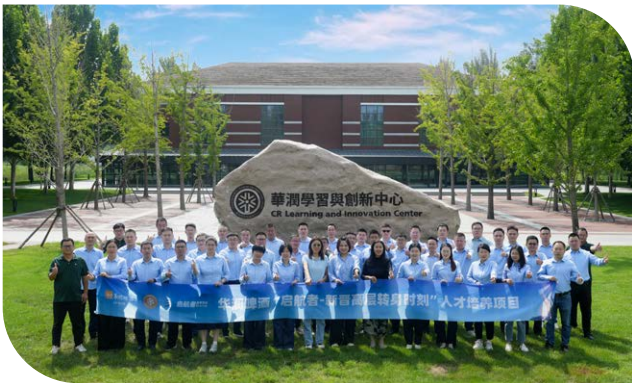
以培养引领高端市场发展与行业头部竞争的领军者为目标，通过商科思维赋能与业务实战联动，年内实现纵向晋升11人、横向轮岗1人，并输出7份高质量战训营课题成果，为核心人才储备提供有力支撑。

“管培生”基石计划

通过“轮岗历练+导师带教+线上线下赋能”的复合培养模式，旨在锻造关键岗位骨干及中层管理后备力量。

“雪花学习地图” 构建

为加速各岗位人才成长，系统规划并构建关键岗位序列的学习成长地图，提供针对性、科学化、系统性的专业人才培养方案。



“启航者”项目



学习地图课程开发资源工作坊



“领军人才100”项目 - 小组研讨



酿酒之道赋能认证项目 - 团队拓展

关爱关怀员工生活

守护职业健康

华润啤酒为构建健康、和谐、可持续的工作环境，高度重视员工身心健康，在提供年度体检及线上问诊服务的基础上，精准为高海拔地区员工提供额外的健康支持。

年度健康检查

员工每年享有一次全面的体检及职业病防范检查，可选择体检机构 782 个（较去年增加 41 家）、涵盖全国 267 个城市（较上年增加 10 个）；重大异常指标项检出后均由健康管理专员一对一跟进，协助安排专项复查、诊疗对接及健康干预计划。

特别保障服务

针对青海、西藏、四川等高原地区基层员工提高体检标准，并推出专项检查；考虑生产岗位员工工作地较远，为员工提供大巴车接送团检或邀请体检机构“到厂检”服务，2025 年累计开展 20 场团检活动，覆盖 14 家单位，惠及 2,064 位员工。

配备线上医生

搭建线上医生服务平台，整合内科、皮肤科、心血管科等 10 余个科室的 200 余名专业医师资源，员工可通过企业微信小程序一键发起健康咨询、线上问诊、处方开具等服务，超 2 万人次使用该服务。

守护心理健康

构建“培训赋能 + 机制保障 + 协同联动”的三维服务体系；润心大使团队聚焦情绪管理、压力疏解、人际沟通等核心需求，开展五大疗法基础理论培训，全年课程互动达 40 余次；与“七心四季”员工关爱体系联动，举办各类主题活动，全年开展 36 场线下健康活动，惠及员工 1,000 余人次。

案例

心光暖相伴，关爱“她”心灵

2025 年 3 月，华润啤酒工会与内部心理健康支持平台共同发起“心光计划——女性心理健康月”系列活动，特别邀请国家级心理专家，通过沉浸式体验、心理意向测试及调节方法学习等方式，为女性员工提供专属心理服务，助力其提升情绪觉察与管理能力。



落实员工帮扶

华润啤酒多措并举为员工提供贴心关爱，定期走访、慰问困难员工，对困难员工子女发放雪花助学金；关注女性员工权益，通过多样活动打造关爱阵地；同时，公司工会对会员定期发放节日、病期、婚庆、生育、退休、丧葬、困难帮扶等慰问金。2025 年，公司救助困难员工 350 人次、患病员工 227 人次，资助困难员工子女入学 52 人次，共发放救助金 49.49 万元。

工作生活平衡

华润啤酒致力于提升员工幸福感，助力员工实现工作与生活的动态平衡，总部工会以“七心四季”工作体系为指引，着力打造有温度、有力度、有影响力的员工活动，全年紧密围绕“四季”主题，累计开展活动 300 余场，覆盖员工 1 万余人次；通过举办“北望星辰 南启征途”文体活动、雪花日主题系列活动等大型集体项目，激发团队活力、营造积极向上的组织氛围；结合春节、妇女节等传统节日开展非遗体验等主题活动，组织开展培训季、健康季、运动季等 24 场专项活动；常态化运营 12 个员工兴趣小组，全年开展活动 264 次，搭建多元互动平台，促进跨部门交流融合，增进团队协作。



雪花日趣味活动



中秋游园会



“北望星辰 南启征途”文体活动



贺新春活动——京剧进工区



员工生日会



妇女节鲜花祝福



足球小组活动



羽毛球小组活动

05

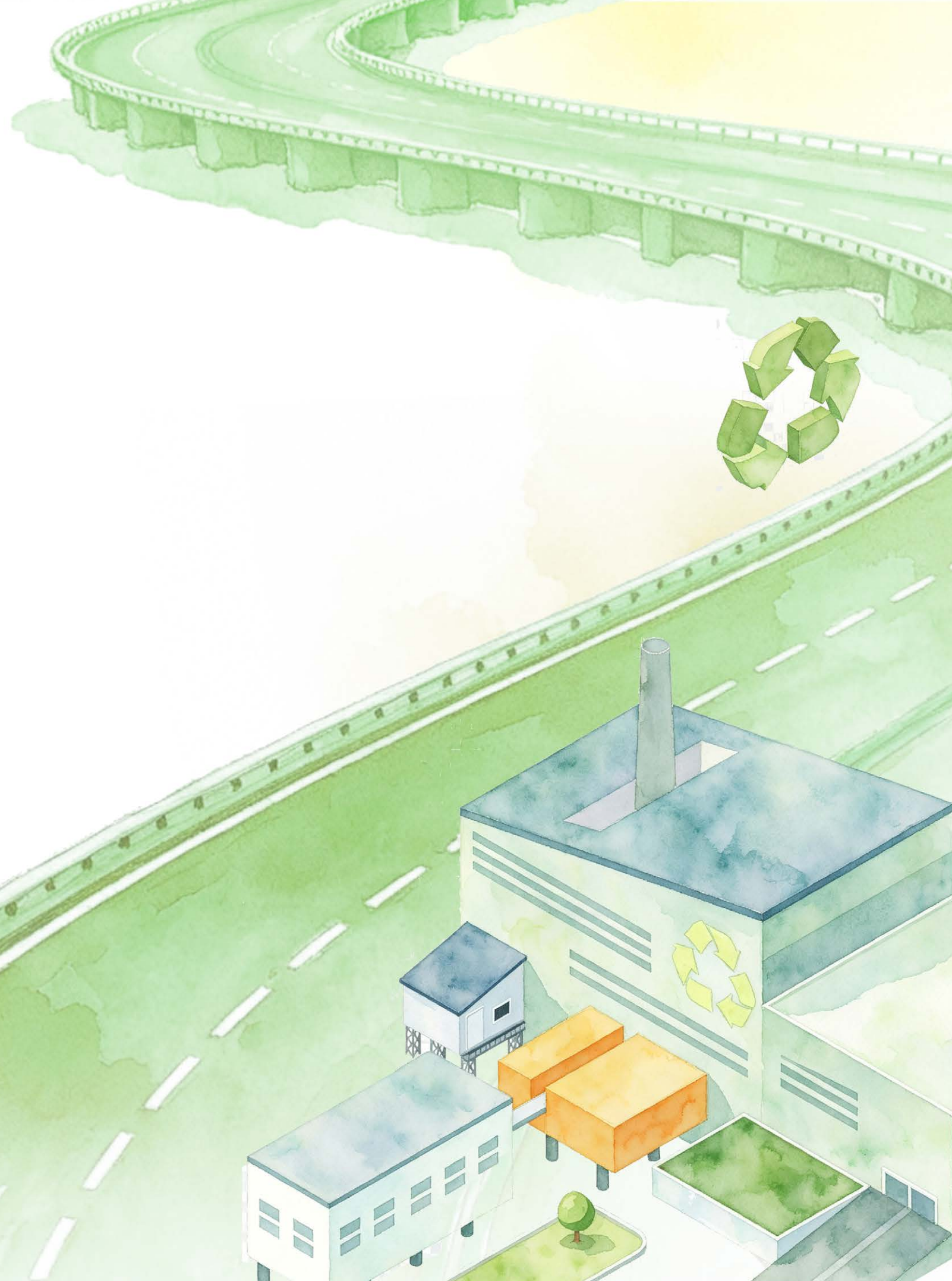
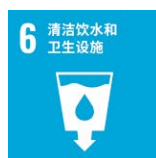
自然醇香，酿造生态底色

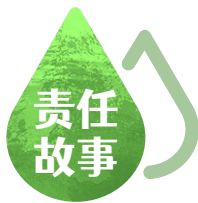
华润啤酒始终坚持“绿色低碳发展，守护绿水青山”的可持续发展理念，将绿色低碳内化为战略核心、融入运营各环节，持续构建覆盖原料种植、生产酿造、包装设计、物流运输到消费回收的全价值链生态管理体系，在碳排管控、清洁能源转型、资源利用、绿色包装创新等方面多点突破，提升环境保护成效，以实际行动践行绿色承诺。

积极做出华润啤酒贡献：

- 新增国家级绿色工厂认证 **13** 家、省级绿色工厂 **24** 家
- 累计获得 ISO 14001 环境管理体系认证单位 **50** 家
- 公司循环水使用总量达到 **40,515** 万吨，约为新鲜水耗量的 **13** 倍
- 全年光伏自发自用电量达到 **4,747.19** 万千瓦时

贡献 SDGs:





从“绿色工厂”到“低碳先锋” 匠心筑绿守护生态底色



华润啤酒将绿色低碳理念深度融入企业发展战略，系统推进“绿色酿造”体系建设，持续探索经济效益与生态效益相统一的可持续发展路径。2022 年，公司发布《碳达峰行动方案》，2024 年进一步启动价值链协同降碳项目，打造出一批“绿色工厂”“碳中和工厂”。

2024 年 9 月 27 日和 2025 年 11 月 5 日，中国环境科学研究院、生态环境部环境与经济政策研究中心等单位联合主办的“美丽中国行”活动先后走进蚌埠工厂和武汉工厂，深入考察华润啤酒在低碳转型与绿色运营等方面的创新实践。

绿色标杆，低碳示范

蚌埠工厂是华润啤酒绿色工厂以及第二家碳中和工厂，始终秉承“智能、绿色、高效、以人为本”的理念，在订单式生产、包装、自动化，以及废物资源化、能源低碳化等方面都取得了突出成果，形成了酿酒企业及工厂可参考的“绿色样本”。在绿色发展探索中，蚌埠工厂在酿造、包装等过程中实现了全面生产的洁净化；废物资源化成效显著，污泥产生量减少 62%，污泥处理费用降低 50%，污泥得到资质单位的二次利用；能源资源化方面，重点推进烟气回收与光伏发电，实现烟气净化后减排，大幅降低空气污染，光伏使用占比高达 72%。



污泥产生量减少

62%

污泥处理费用降低

50%

光伏使用占比高达

72%



“美丽中国行”走进蚌埠工厂



华润啤酒蚌埠工厂

系统规划，节能降碳

武汉工厂是华润啤酒旗下唯一的“双基地”工厂，不仅是公司高端产品的重要保供基地与新产品研发孵化平台，更是绿色转型的先行者。工厂在设计阶段便将绿色理念系统性融入建筑布局与工艺路线，酿造车间的“C 型”联合车间布局、包装生产线按功能集中化设置的优化设计等科学空间规划，有效缩短了能源输送路径，提升了散热效率，从源头降低了工厂运营能耗。

在能源结构方面，工厂逐步推进系统化转型，完成了从燃煤锅炉到天然气锅炉，再到外购蒸汽和可再生能源的三级跃升。通过屋顶光伏、储能系统、沼气资源化利用等技术创新，以及酿造工艺优化、公用工程节能、设备智能化升级等措施，仅 2025 年 1—8 月，全厂可再生电力使用比例达 95%，全厂重复利用率达 87%，从设计、能源、资源到末端管理的系统化绿色布局，使武汉工厂的单位产品碳排放强度较峰值显著下降。



“美丽中国行”走进武汉工厂



华润啤酒武汉工厂

“美丽中国行”两次走进华润啤酒，不仅是对绿色实践的检验，更是对行业可持续发展信心的提振，华润啤酒将继续以行动诠释“绿水青山就是金山银山”的发展理念，携手各方共建绿色生态、共享低碳未来，为实现“美丽中国”愿景贡献啤酒行业的智慧与力量。

明确绿色发展方向

健全环境管理机制

| 完善环境管理制度

华润啤酒严格遵循国家环保政策法规要求，建立完善的环境保护管理制度体系。公司制定发布《碳达峰行动方案》《生态环境保护监督管理办法》《大气污染防治管理细则》《排污管理细则》《碳排放管理办法》等政策文件，确保各类环境管理工作有据可依、闭环运行，推动环境管治工作走向规范化、标准化。截至 2025 年底，公司累计获得 ISO 14001 环境管理体系认证 50 家。

| 搭建环保组织架构

为确保环境管理责任在企业各层级有效落实，华润啤酒建立起自上而下、权责清晰的环保治理架构。公司成立 EHS 委员会，统筹负责环境保护与温室气体排放等相关工作，由董事会主席亲任委员会主席，成员涵盖执行董事及各职能部门负责人，实现对公司全体层级的管理覆盖。日常工作层面，EHS 部门牵头协调生产中心及下属各单位，结合公司总体碳排放密度年度规划，逐级分解制定考核目标；并将温室气体排放等管理相关绩效指标纳入管理层薪酬体系，通过生产体系全员考核机制，将环境与碳管理责任层层向下传导，切实保障目标的全面落地执行。

| 建设绿色工厂

华润啤酒大力推进绿色工厂建设，统筹制定《华润啤酒绿色工厂建设方案（2023-2025 年）》，发布《华润啤酒绿色工厂建设工作指引》，制度化、规范化推进公司绿色工厂建设；设立专项奖金，对获评国家级和省级绿色工厂的单位给予表彰和奖励。自 2023 年至 2025 年三年间，华润啤酒共推动 24 家单位成功创建国家级绿色工厂，圆满完成《绿色工厂建设方案》提出的“到 2025 年创建 15 家以上国家级绿色工厂”目标。



环境评价与应急

华润啤酒积极推进环境影响评价工作，制定《华润啤酒建设项目环境影响评价分类目录》，实行分类管理，明确需开展环境影响评价的建设项目，在新建、改扩建项目方面，公司严格执行环境影响评价（含生物多样性专项评估），遵守生态保护红线、环境准入负面清单等约束性要求，将生物多样性保护纳入工厂选址与产能规划，建立污染物排放、碳密度、环境敏感度、产能效益等多维评估指标，优先应用生态友好型与清洁生产技术；同时组织各单位建立环评管理台账，结合已开展的建设项目情况进行合规性排查，确保项目全过程环境管理符合要求。

我们积极预防环境突发事件，制定并下发《华润啤酒突发环境事件应急预案》，进一步完善“预防—响应—恢复”全周期管理机制，明确职责分工、应急流程和资源保障措施，提升预警与应急管理能力。

2025 年，新建、改建或扩建项目完成环境影响评估（含生物多样性影响）的比例为 100%；旗下所有工厂分布于城市建成区或工业园区，均不位于《中国生物多样性保护优先区域范围》确定的 35 个生物多样性保护优先区域内。

2025 年



公司新增国家级绿色工厂认证

13 家

省级绿色工厂

24 家



环保监督与考核

华润啤酒持续加强环境保护力度，下发《关于开展华润啤酒二零二五年度生态环境风险分级分类管理的通知》，组织各生产工厂根据生态环境风险分级管控及量化指标评价标准，对工厂的资质证照、监管重点、执行标准、现场管控、投诉及处罚风险等 30 个评价维度进行量化评级，并实行分级监管。

2025 年，公司各级组织开展内部环保督察、环保督察举一反三、中央生态环保督察帮扶巡检等检查工作，共排查出 2,424 项隐患并整改；针对涉及长江黄河流域的 6 家生产工厂开展现场监督检查，压实保护责任，防范环境风险。

绿色办公与环保宣教

华润啤酒坚持将生态环保理念融入企业文化与日常管理，董事会主席签发《加快绿色发展推进美丽中国建设致华润啤酒全体员工的绿色倡议》，开展“美丽工厂我先行摄影大赛”“一把手讲环保”、敲响环保“警钟”等系列活动，进一步牢固树立华润啤酒全体员工绿水青山就是金山银山理念，绿色倡议浏览量超 24,000 次；制定并下发《二零二五低碳日活动方案》，组织开展公司级与工厂级联动的低碳主题宣传行动，共组织 1 场公司级线上活动及 4 场工厂级线下活动，其中“我们的低碳生活日记”线上评选活动吸引近 2,000 名员工参与，营造了积极的绿色文化氛围。

案例

深化 ESG 理念，落地环保实践

2025 年 7-10 月，华润啤酒聚焦办公、生活、数字增效等高频场景，通过连线通关的游戏化设计，开展系列 ESG 主题活动，让 ESG 理念落地日常实践。其中，北京和成都循环市集活动一共收到了 687 件捐赠物品，成功义卖出了 270 件物品，共 288 人次参与，回收塑料纸品 17 公斤（510 个塑料瓶），捐赠衣物 40 斤。



擘画绿色运营路径

资源精益管理

| 节约用水

华润啤酒高度重视水资源的高效管理与循环利用，依据国家标准制定相关政策，通过节水宣传教育、节水器具推广、精益生产与设备改造等多项举措，持续提升用水效率；要求各工厂严格遵守法规，依据《节水型企业评价导则》开展节水评估，落实取水定额管理；持续推进节水技术研究与应用，沿“工艺优化—系统平衡—回收再利用”的工作路径开展节水工作，主要措施包含：

精益生产	设备升级	工艺协同	因地制宜	回用增效
通过精益化管理与流程优化，降低 CIP 清洗过程用水消耗	针对包装过程主要耗水设备开展水平衡 / 热平衡改造，减少不必要的用水与能耗损失	在糖化环节推动二次蒸汽回收利用，减少生产过程对新鲜水的间接需求	结合区域气候特点实施差异策略，如在北方冬季采用风冷制冷方式优化冷却，减少冷却水消耗	推动冷凝水回用于包装主机热交换，提高水资源循环利用水平

2025 年



公司循环水使用总量达到
40,515 万吨

循环用水量约为新鲜水耗量的
13 倍

常州工厂水耗优秀
荣获市级
节水型企业补助

| 绿色包装

华润啤酒致力于降低玻璃瓶、铝制易拉罐、纸箱及塑膜等包装材料的消耗，在 2030 年前至少实现所有包装材料 100% 具备可回收、可再利用、可再生或可降解中一项目标；联合内外部科研机构，投入再生铝、轻量化等技术的研发，有效推动包装物减量化，拒绝过度包装；积极践行绿色包装理念，以“4R1D”（Reduce 减量化、Reuse 重复使用、Recycle 可再生、Redesign 重新设计、Degradable 可降解）为基本原则，开展绿色包装研究，目标实现从源头到终端的包装物全生命周期可持续发展管理；深化与高森包装供应链合作，打造配套建厂智能化 JIT 模式，提供更环保、一致性更高的包装解决方案，助力绿色包装战略实施。2025 年，公司包装材料消耗总量为 5,793.9 千吨，较上一年下降 5.9%。



华润雪花啤酒（蚌埠）有限公司与蚌埠合兴环保科技有限公司携手打造的纸箱配套建厂项目正式运行，共同探索“绿色制造 + 协同创新”模式

再生铝制易拉罐的研究与应用

已完成 30% 再生铝添加比例易拉罐的开发与应用测试，符合啤酒易拉罐质量要求；参与并推动再生铝团体标准制定，并持续参与推进相关国家标准制定。



大麦秸秆 / 麦糟原料森林纸箱开发

完成相关开发，获得“绿动中国”包装创新及可持续发展大奖“包装技术创新奖”；预计可降低原生木浆使用比例约 20%—30%。

易拉罐减薄（罐身 / 罐盖）

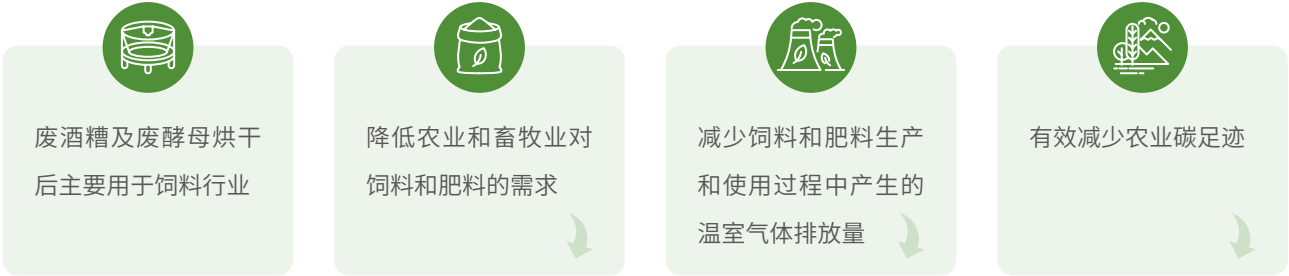
罐身减薄生产中试已完成（330ml 减薄 0.015mm、500ml 减薄 0.020mm），并完成试行标准制定；正在开展定点批量测试以验证实际生产可行性；已完成罐盖减薄生产中试。

无 BPA 马口铁 UV 低碳罐开发

与合作方联合开发“炫彩星星无 BPA 马口铁 UV 低碳罐”并获得“绿动中国”包装创新及可持续发展大奖之“包装产业链联合创新奖”。

循环利用

华润啤酒持续推进生产过程中各类废弃物的资源化综合利用，对生产环节产生的玻璃渣、废纸箱、废托盘、废塑箱、废编织袋、废胶桶等废旧物资，统一委托当地具备相应资质的第三方回收商进行收购处理；积极拓展副产物的高值化利用路径，深入探索废酒糟、废酵母在饲料、肥料等领域的资源转化应用，持续提升综合资源利用效率。2025 年，公司共回收处理废酒糟约 236.5 千吨，废酵母约 16.5 千吨，废曲草约 2.5 千吨，实现 100% 综合利用率。



污染物排放管控

2025 年，华润啤酒始终保持良好的环境表现，未发生重大污染事故、未发生因违反环保法律法规导致的行政处罚或经济罚款、未对生物多样性及生态系统造成可量化的负面影响。

污水排放

华润啤酒严格遵循国家、地方和行业污水排放标准，设定高内控标准强化污水治理。公司建立污水评价指标体系，对污水排放进行实时监测预警与超标拦截，制定《污水拦截回流设施运行和异常情形处置流程指引》，规范超标及异常排放数据的处理与分析流程；开展水污染防治专项评估，协同数据监测与管控措施双管齐下，同时就排污防治工作定期组织培训与应急演练。

2025 年，公司建立具有华润啤酒特色的污水预警指标体系和信息化平台，34 家工厂已正式上线运行；32 家工厂实施了污水处理系统升级、雨污分流改造及燃气锅炉低氮燃烧改造等项目，总投资达 1,993 万元；51 家工厂完成污水预警与应急处置能力改造，累计投入 1,630 万元。

污水排放指标	单位	2025 年
污水排放总量	吨	20,642,247
化学需氧量	吨	828
氨氮排放总量	吨	75.85



| 废弃物排放

华润啤酒建立健全的环境管理体系，涵盖固体废物和危险废弃物管理，确保合规排放与污染治理。遵循“减量化、资源化、无害化”原则，通过制定和执行严格的管理制度，规范收集、贮存、利用与处置流程，实现一般工业固体废物、危险废物、生活垃圾及建筑垃圾的全流程规范化管理。



固体废物管理

制定固体废弃物管理制度，全面覆盖各类固体废物的管理要求。按类别贮存不同的固体废弃物，通过对废旧物资回收、分类、鉴定、贮存、保管、售卖和处理等全流程进行细化规定，达到防渗漏、防流失及防扬散的三防标准。



危险废物管理

严格遵循国家法规要求，根据行业特点制定内部危险废物清单指引和分级管理要求，编制及发布危险废物标识管理要求、危险废物贮存点、贮存库建设和管理指引，统一危险废物管理台账，规范危险废物全过程管理标准。2025 年，我们组织危废建设试点工厂项目验收，并开展危险废物全过程规范化管理推广，高标准建设危险废物贮存设施，进一步规范危险废物许可申报、计划、收集、贮存、转移、管理台账、处置资质等管理要求，提升危险废物全流程规范化管理工作效能。

废弃物排放指标	单位	2025 年
一般固体废物产生量	千吨	1,546.2
固体废物综合利用量	千吨	1,545.0
一般固体废物综合利用率	%	99.9
危险废物产生量	千吨	0.257

| 大气污染物排放

华润啤酒高度重视大气污染物排放控制，实施分级管理、源头控制、清洁生产以及有组织与无组织废气治理，有效减少污染物排放。制定下发《华润啤酒大气污染防治管理办法》，完善大气污染物排放管理体系；推广使用天然气锅炉和光伏发电，降低粉尘和挥发性有机物（VOCs）排放；严格落实扬尘治理措施，强化监测数据管理；持续统计并披露挥发性有机物（VOCs）及颗粒物（PM）排放量，加强大气污染物的精细化管理。

大气污染物排放指标	单位	2025 年
二氧化硫	吨	6
氮氧化物	吨	48
颗粒物	吨	20
挥发性有机化合物	吨	0.0934

| 温室气体排放

华润啤酒持续加强温室气体排放管理，建立科学规范的碳排放数据体系，规范披露温室气体排放相关信息；公司完成 2025 年度价值链范围三温室气体排放核算，并结合 GHG Protocol 框架对范围三 15 个类别进行梳理与量化，并披露与本集团业务运营直接相关的类别。2025 年，华润啤酒获评中国工业碳达峰“领跑者”企业称号。

2025 年



华润啤酒获评
中国工业碳达峰“领跑者”企业称号



温室气体排放指标	单位	2025 年
温室气体排放总量（范围一 + 范围二）	千吨二氧化碳当量	632
范围一	千吨二氧化碳当量	184
范围二	千吨二氧化碳当量	449
范围三	千吨二氧化碳当量	9,896
温室气体排放密度（范围一 + 范围二）	千吨二氧化碳当量 / 千升产量	0.057
范围一	千吨二氧化碳当量 / 千升产量	0.017
范围二	千吨二氧化碳当量 / 千升产量	0.041
范围三	千吨二氧化碳当量 / 千升产量	0.900

推动能源高效利用

优化能源管理

华润啤酒持续优化能源管理，致力于全面提升能源使用效率与管理水平，制定《华润啤酒碳排放管理办法》《华润啤酒碳达峰行动方案》等文件，明确能源管理职责与规范；通过持续优化生产工艺、淘汰双高设备、提升设备能效，不断提高单位能耗利用效率；引入智能化建设方案，构建能源智能管理系统，对关键能耗数据开展实时采集与智能分析。截至 2025 年末，已有 24 家工厂完成能源系统自动化采集改造，计划于 2026 年实现全工厂智能化能源管理全面覆盖。

清洁能源推广

华润啤酒积极践行绿色发展理念，持续优化能源结构向清洁低碳转型，系统性奖低对汽油、柴油、天然气等不可再生资源的依赖，积极采购新能源、提升清洁与可再生能源使用比例；加快推进风电、水电、光伏、核电等可再生电力的中长期战略采购，进一步减少碳足迹。

I 光伏发电

华润啤酒持续推进厂区屋顶光伏发电建设，统筹利用厂区、建筑物屋顶等资源，2025 年新建成 10 个工厂分布式光伏发电项目，新增装机容量 49.7 兆瓦；截至 2025 年底，共有 17 家工厂厂区投入使用光伏发电，全年光伏自发自用电量达到 4,747.19 万千瓦时，光伏发电用电量占总可再生电力的使用比例达到 12%。



I 绿电采购

公司深入推进绿电采购，统筹资源条件和政策导向，有序开展风电、水电、光伏、核电等可再生能源采购，提升绿电使用比例。2025 年，推动下属 61 家工厂通过采购绿电代替传统火电，全年绿电采购量达 39,598 万千瓦时，占总用电量的 67.74%，超额完成《碳达峰行动方案》2025 年既定目标，成功减少碳排放量 23.19 万吨。



I 沼气热能回收

华润啤酒积极推动沼气热能回收利用，鼓励生产工厂配置和使用沼气锅炉，回收污水厌氧沼气以产生蒸汽用于酿造生产，有效减少温室气体排放，降低外购蒸汽成本；联合中山大学开展“啤酒废酵母添加对厌氧系统沼气产出率影响”研究，提升污水沼气产率。

2025 年，公司共有 36 家工厂配置沼气锅炉，回收沼气达到 1,526 万立方米，产生蒸汽 14.58 万吨，节约蒸汽采购成本约人民币 3,790 万元，减少碳排放量共 7.53 万吨。



06

润心惠民，酿造美好生活

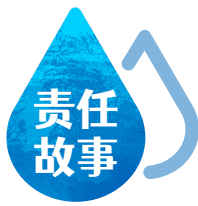
华润啤酒积极履行央企责任担当，围绕战略与行业特点，持续将资源投向产城协同、乡村振兴、弱势群体帮扶和公益传播等领域，以常态化、机制化投入助力社区发展与民生改善。公司以务实行动回应社会期待，以持久温度陪伴社区前行，用心回馈社会、用情服务大众，推动商业进步与社会价值和谐共进。

积极做出华润啤酒贡献：

- 社会公益事业方面投入资金总额达 **210.4** 万元
- 全年累计志愿服务时长 **26,848.5** 小时，参与人次 **1,644** 次

贡献 SDGs：





从产业发展到温暖陪伴 跨越山海让希望扎根雪域高原



2025 年是西藏自治区成立六十周年，新时代的西藏，实现经济社会跨越式发展，深刻改变了高原贫穷落后面貌。华润啤酒从 2004 年进入西藏、在昌都落地生根，就始终扎根高原、温暖陪伴，与西藏已经有 21 年的深厚情谊。

三级迭代，走可持续援藏之路

华润啤酒在西藏的角色与援藏模式经历了“产业落地→产业升级→价值共生”的迭代。

初期（2004-2010 年）

以“产业援藏”为核心，聚焦建厂生产，完成从 0 到 1 的产业落地，成为西藏首家现代化啤酒生产企业，填补当地产业空白；

中期（2010-2020 年）

向“产业升级援藏”转型，通过技术改造提升生产效率，同时挖掘西藏本土文化，推出青稞啤酒等特色产品，打造本土化品牌，实现“产品本地化 + 品牌本土化”；

现阶段（2020 年 - 至今）

升级为“可持续价值援藏”，深度参与昌都“无废城市”建设，2025 年 7 月 11 日，华润雪花啤酒（西藏）有限公司成功获评“无废工厂”称号。推动生产端绿色低碳转型，同时结合乡村振兴、人才培养等，从单一产业投资转向经济、社会、生态多元价值创造。

用心用情，扶民生奔小康

华润啤酒充分带动当地人就业与发展，与昌都当地人社部门、西藏职业技术学校等开展定向合作，优先录用少数民族适龄青年、高校毕业生，制定灵活的招聘与入职适配方案；为新入职藏族员工配备专属导师，通过“汉语 + 藏语”双语教学，帮助快速掌握岗位技能；搭建“管理岗 + 技术岗”双晋升通道，为员工缴纳完善的社保公积金，提供节日福利、住宿保障等，切实实现“稳就业、稳收入”。

自 2017 年起，华润啤酒先后派出 13 名驻村队员，前往昌都市洛隆镇夏依村、芒达乡莫堆村、卡若区珍嘎村等乡村开展驻村扶贫工作，共计投入扶贫资金 44.1 万元，竭尽所能为村民办实事、解难事、做好事，帮助当地村民增收致富。



为当地村民宣讲产业发展规划与实施路径



为当地藏民讲解社保医保知识

同心相伴，综合价值全面释放

二十年来，华润啤酒在西藏的发展，是企业与地方共生共荣的过程。华润雪花啤酒（西藏）有限公司中约有三分之一的员工是藏族同胞，为西藏培养了一批懂技术、会管理的产业工人。经济与产业链发展方面，公司累计生产啤酒 52.48 万升、纳税超 3.4 亿元，直接为西藏地方财政贡献稳定税源，也成为当地轻工制造业的重要支柱，并带动当地包装材料供应、物流运输等上下游产业协同发展；此外，公司围绕当地特色与文化，打造了卓卓康巴青稞啤酒、8844 高原全麦啤酒等产品，将当地风情融酿其中，让更多人遇见西藏、读懂西藏。



昌都工厂



卓卓康巴青稞啤酒

产城融合促协同

华润啤酒充分发挥产业资源和品牌文化优势，将总部办公、精酿生产、研发创新、酒文化体验和城市消费空间有机融合，推动产业升级与城市发展同频共振。雪花科创城是华润置地与华润啤酒合力打造的约 115 万 m² 超大体量产城综合体，项目于 2025 年完成全面空间交付、龙头企业进驻、商业生态成熟三大关键跨越，构建起“龙头引领、产业集聚、服务赋能、产商共生”的成熟产城样板，以约 13.8 亿全年成交金额、超 5 万 m² 成交面积，拿下深圳产办市场成交面积、成交套数双料 TOP1。

筑牢产城融合核心底盘

华润啤酒雪花啤酒总部大厦落址雪花科创城，牵头搭建千亿级产业协作平台，百万方产城正式迈入全面运营阶段；配套雪花啤酒小镇开业满一周年，120 余家特色品牌入驻，超 40% 为城市首进品牌，打造工作、生活、消费一体化的产城生活场景，实现产业空间与城市生活深度融合。



啤酒小镇“微醺圣诞”活动



集聚硬核科创企业集群

园区已汇聚超 90 家优质企业、吸纳上万名科创人才扎根发展，形成新一代信息技术、智能制造双核心产业生态圈，入驻企业包含 9 家上市公司、10 家国家级专精特新小巨人、29 家省市级专精特新企业、49 家国家高新技术企业，安克创新、半岛医疗等行业标杆企业在此成长壮大，多项技术、市场业绩位居全球行业领先地位。



“专精特新”中小企业申报辅导，深度解读赋能企业进阶成长

政企协同培育上市梯队

华润啤酒联动园区运营团队搭建产业会客厅专属服务平台，政企携手打造宝安区上市公司培育示范园区、高成长性企业培育基地，构建“政府、园区、龙头企业”三方协同赋能模式。2025 年，会客厅全年接待超 1,071 批次、10,000 余人次，全年落地 317 场产业会议、5,351 人次参与路演沙龙，持续激活产业交流活力。



新安街道工商联（商会）粤桂协作交流座谈会



助力乡村谋振兴

作为遵义华润希望小镇“一对一”结对帮扶单位，华润啤酒延续长期支持机制，持续关注当地基础设施建设、精神文明建设、社区干部能力提升、环境改造、文化阵地建设和产业发展等重点领域，以产业和民生并重的方式提升小镇发展基础与社区韧性。

案例

捐资助力小镇灾后重建

2025 年 5 月，遵义希望小镇遭遇百年难遇暴雨，基础设施和产业项目受到严重影响。华润啤酒在每年固定捐助额度 20 万元的基础上，追加专项捐助 10 万元，累计捐助金额达 30 万元。所捐资金专项用于村域基础设施建设、灾后恢复、精神文明培育、社区干部能力提升、人居环境整治、文化阵地打造及产业可持续发展等项目领域，并着力增强乡村综合防灾抗灾能力，助力实现经济、社会与生态效益的协调统一。

案例

依托产业基建与技能培训带动群众增收

2025 年，为持续巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接，华润啤酒昌都工厂选派 2 名驻村队员赴卡若区珍嘎村开展帮扶工作，先后组织职业技术、电商运营等专题培训 10 余场次，帮助 50 余名牧民实现本地就业或自主创业，拓宽群众增收渠道；带领当地村民新建产业道路 27 公里，建成 180m³ 冷链仓储室 1 个，有效提升畜牧产品收购与储存的便利性和可行性，为产业发展提供支撑。同时，为抓实政策法规宣传，促进群众转变观念，开展社保医保和民族团结宣传教育宣讲会、文化活动 20 余场，覆盖群众 1,000 人次。



驻村队员入户调研

投身公益显担当

华润啤酒持续开展社会公益实践，将公益投入、志愿服务和弱势群体帮扶纳入常态化履责体系。2025 年，公司在社会公益事业方面投入资金总额达 210.4 万元（涵盖捐资及物资折价）；全年累计志愿服务时长 26,848.5 小时，参与人次 1,644 次，注册志愿者 1,636 人。

2025 年



公司在社会公益事业方面投入资金总额达

210.4 万元（涵盖捐资及物资折价）



全年累计志愿服务时长

26,848.5 小时

参与人次

1,644 次

注册志愿者

1,636 人

案例

金蚕助残筑希望，做实特殊群体关爱

华润啤酒旗下金沙酒业通过金蚕公益基金注入资金 219.315 万元，并于 2025 年开展残疾人就业创业培训和孤独症群体深度支持项目。项目为 115 名残疾人提供 AI 应用、中式荐酒师等课程，帮助 45 人实现就业，以技能赋能增强残疾人就业创业能力；在孤独症群体支持方面，项目完成《贵州省孤独症需求蓝皮书》，搭建 169 户家庭、7 家机构、17 名教师的动态数据库，额外资助 20 名贵州资源教师参与国家级特教培训以提升专业能力，并开展夏令营等活动服务 30 余名孤独症儿童及家庭，推动公益行动从资金支持延伸到能力建设和长期陪伴。



金蚕基金·贵州省希望之家标注录入培训班



金蚕基金·贵州轻工职业技术学院金蚕使者特训班

可持续发展管理

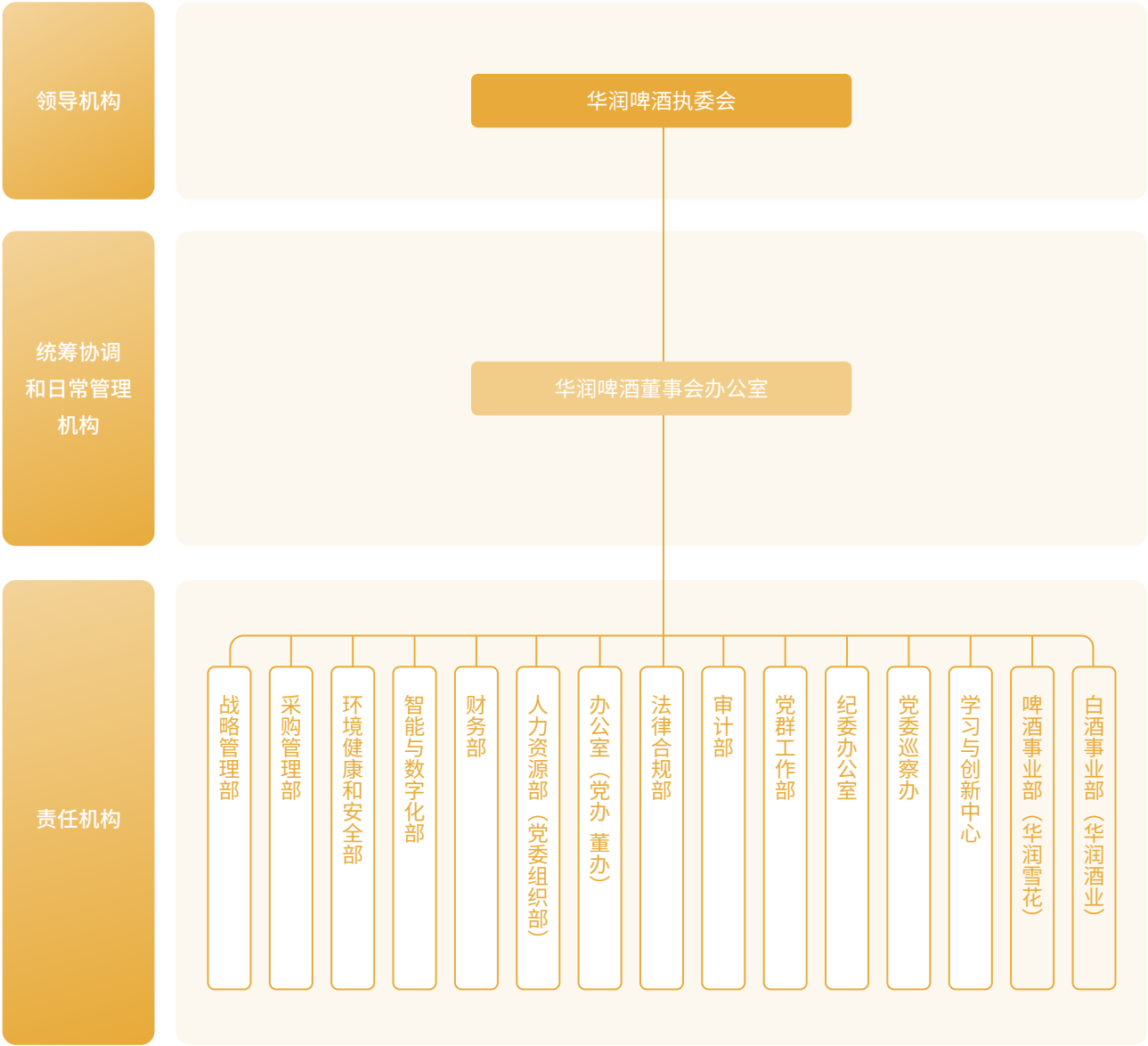
可持续发展理念

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



可持续发展组织架构

为加强可持续发展工作管理，推动工作落实，公司构建可持续发展组织架构。各区域公司也不断健全本区域内工作组织领导体系，明确归口管理部门，落实相关工作职能，确保可持续发展融入公司的整体运营过程之中。



利益相关方沟通

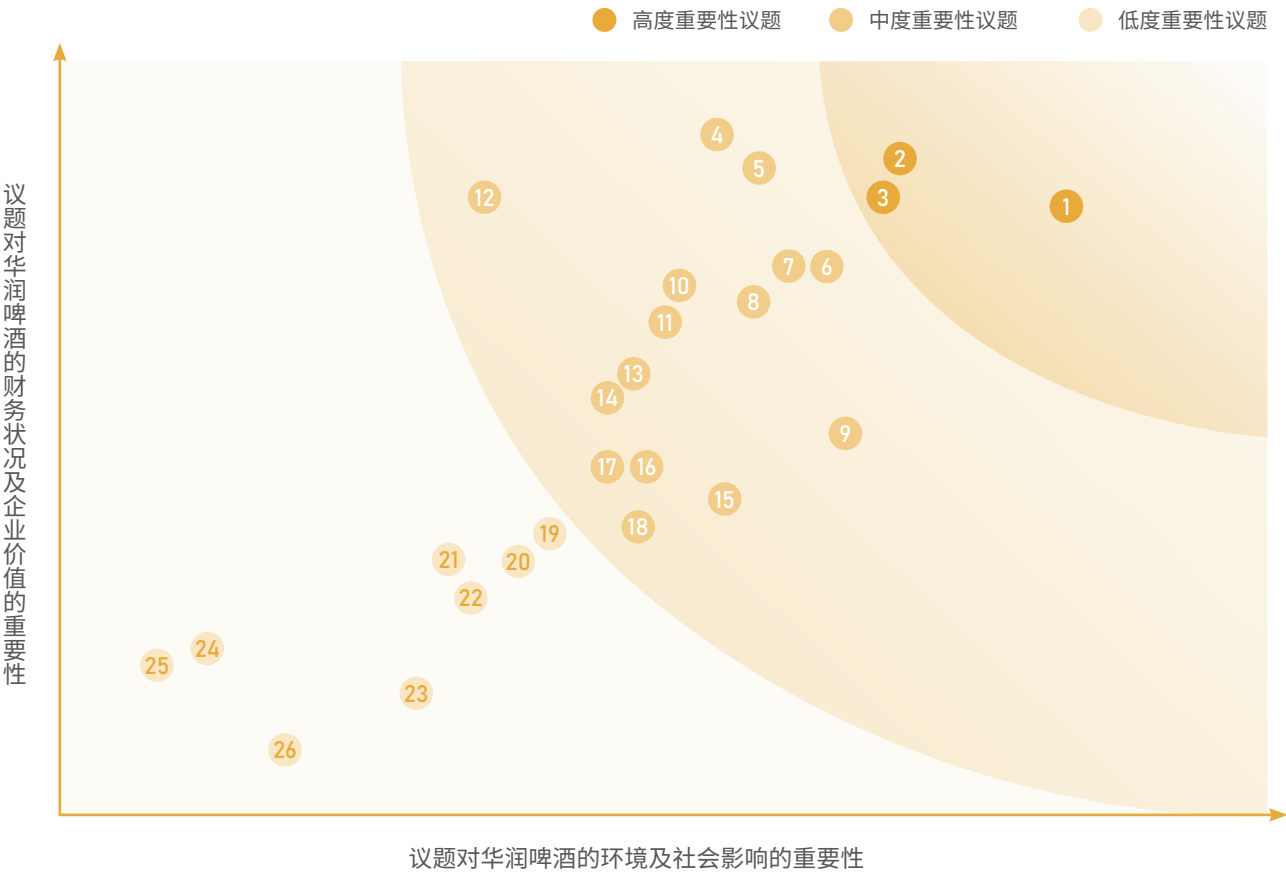
华润啤酒高度重视利益相关方的意见，通过多元化的沟通渠道，定期与政府及监管机构、股东、消费者、员工、供应商及合作伙伴、行业协会和社区等利益相关方进行沟通，并建立全面的沟通机制，及时了解他们的建议和期望，从而相应提升公司的运营与实践成效。

| 利益相关方沟通表

利益相关方	需求与期望	沟通方式	沟通回应方式
 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	- 协议合同执行 - 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 - 助力“碳达峰、碳中和”	- 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

| 实质性议题判定

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



- 1 员工薪酬福利

2 劳工标准和劳资关系

3 产品质量和食品安全管理

4 公司治理及风险管控

5 诚信、合规和商业道德

6 员工培训与发展

7 员工沟通

8 人权、多元、公平的共融

9 职业健康与安全

10 赋能零售商和经销商

11 供应链管理

12 扩大经营收益及回报

13 产品与技术创新

14 环境合规

15 客户服务

16 数据安全和隐私保护

17 水资源及废水管理

18 危险废物和无害废物管理

19 能源管理

20 负责任营销

21 循环经济

22 倡导本地采购、生产及销售

23 绿色包装

24 减轻或适应气候变化

25 温室气体排放

26 倡导理性饮酒

未来展望

2026 年是“十五五”规划开局起步之年，也是华润啤酒扎根深圳、融入粤港澳大湾区战略、开启全新发展征程的关键一年。面向未来，行业消费升级、产业绿色转型、数智化变革浪潮交汇涌动，机遇与挑战并存，华润啤酒将始终坚守“引领产业发展，酿造美好生活”企业使命，全面贯彻集团“1246”发展模式，持续践行高端化战略，巩固啤酒主业，推动新兴业务发展、次高档啤酒业务发展、大湾区发展核心战略，并通过精酿创新、国产大麦振兴、国际化拓展，构建多元增长动力；加强科技研发能力，继续落实“精简、精细、精益”管理策略，坚持以长期主义做实做强白酒业务，新征程上再启新篇、再创辉煌！

附录

关键绩效表

关键绩效指标		单位	2023 年	2024 年	2025 年
经济 责任	资产总额	亿元人民币	715	693	686
	资产负债率	%	52	49	48
	所有者权益	亿元人民币	342	356	360
	综合营业额	亿元人民币	389.32	386.35	379.85
	利润总额	亿元人民币	71	66	53
	净利润	亿元人民币	52.14	47.59	31.74
	净资产收益率	%	17	14	9
	总销量	万千升	1,115.1	1,087	1,103
	守法合规培训数	次	64	59	52
	守法合规培训参与人次	人次	6,062	10,878	2,099
员工 责任	员工总数	人	27,232	26,059	24,099
	高级管理人员女性占比	%	9.3	9.7	10.7
	中级管理人员女性占比	%	17.1	17.6	17.2
	新增就业人数	人	4,399	3,267	2,007
	劳动合同签订率	%	100	100	100
	社会保险覆盖率	%	100	100	100
	工会入会率	%	100	100	100
	人均带薪年假天数	天	8.48	24.1	25.2
	员工培训覆盖率	%	100	97.9	91.7
	员工人均培训投入	元人民币	890	1,121	674.5
	员工人均培训时间	小时	35.5	46.2	35.9
	职业病发生数	起	0	0	0
	职业病防治体检率	%	100	100	100

关键绩效指标		单位	2023 年	2024 年	2025 年
员工 责任	职业卫生检查数	次	345	466	378
	职业健康培训参与人次	人次	22,719	17,969	17,324
	员工食品安全培训数	次	911	955	956
	员工参加食品安全培训人次	人次	84,316	102,256	99,195
	员工主动流失率	%	10.0	10.2	7.5
	产品合格率	%	100	100	100
客户 责任	已通过注册的商标	件	4,003	7,103	6,576
	授权专利数	件	105	202	243
	技术开发投入	万元人民币	21,477	27,435	26,669
	产学研合作支出额	万元人民币	62.20	443.94	584.37
	科技工作人员数量	人	586	917	1,143
	重大创新奖项	个	3	6	3
	食品安全生产关键控制点	个	530	1,541	1,823
	环保 / 节能减排技术改造总投入	万元人民币	10,022	5,991.9	11,848
环境 责任	污水排放总量	吨	19,719,807	21,685,607	20,642,247
	COD 排放总量	吨	789	849	828
	氨氮排放总量	吨	82	81.69	75.85
	用水总量	千立方米	30,337	32,008	31,231
	单位产品水耗	立方米 / 千升产量	2.80	2.88	2.84
	循环水用水量	万吨	38,084	39,499	40,515
	总能源消耗量	1,000 千瓦时	1,848,696	1,820,297	1,764,626
	单位综合能耗密度	1,000 千瓦时 / 千升产量	0.1708	0.1639	0.1604
	直接能源消耗量（非可再生能源）	1,000 千瓦时	358,313	310,805	295,038

关键绩效指标		单位	2023 年	2024 年	2025 年
环境 责任	直接能源消耗量（可再生能源）	1,000 千瓦时	8,466	244,155	780,157
	间接能源消耗量（外购电力）	1,000 千瓦时	551,235	578,013	572,799
	间接能源消耗量（外购蒸汽）	1,000 千瓦时	930,683	931,479	896,788
	包装材料消耗总量	千吨	6,366.2	6,155.5	5,793.9
	一般固体废物产生量	千吨	1,482.5	1,505.7	1,546.2
	一般固体废物综合利用率	%	99.9	99.9	99.9
	危险废弃物产生量	千吨	0.239	0.4031	0.257
	二氧化硫排放量	吨	9	7	6
	氮氧化物排放量	吨	60	61	48
	温室气体排放总量（范围 1+2）	千吨二氧化碳当量	806	731	632
	温室气体排放总量（范围 1）	千吨二氧化碳当量	177	167	184
	温室气体排放总量（范围 2）	千吨二氧化碳当量	629	564	449
	环保培训次数	次	14	470	710
	环保培训参与人次	人次	2,716	21,660	40,714
伙伴 责任	责任采购比率	%	100	100	100
	经济合同履约率	%	99.01	99.89	100
	已审查的核心生产物资供应商	家	547	573	1,095
	因不合规等原因未通过筛选的供应商	家	177	11	6
	因不合规被终止合作的供应商	家	44	116	237
	供应商培训数	次	600	708	30
	工伤事故发生数	次	30	29	25
公共 责任	安全生产投入	万元人民币	9,287	4,243	6,001
	安全检查数	次	3,070	3,313	6,057
	安全应急演练数	次	604	975	1,114
	安全培训覆盖率	%	100	100	100
	员工安全培训人次	人次	53,215	73,520	279,733
	相关方安全培训人次	人次	23,799	21,002	186,361
	纳税总额	亿元人民币	79	84.6	81.75
	对外捐赠总额	万元人民币	266.50	270	210.40
	本地化雇用比例	%	100	100	100

指标索引

一级标题		二级标题	中国企业可持续发展报告指南 CASS-ESG 6.0	页码
关于本报告			P1.1/P1.2	01-02
董事会主席致辞			P2.1	03-04
关于华润啤酒			P3.1/P3.1/P3.2/P3.3	05-06
专题聚焦：深耕价值链协同降碳，赋能全生命周期绿色转型			E1.1.6/E1.1.9/E1.1.13/E1.1.14/E1.1.16/ E1.1.19	11-14
驭变求新， 酿造长青基业	夯实稳健经营根基	G1.1.1/G1.1.2/G1.1.4	19	
	筑牢诚信合规底线	G1.1.5/G2.2.1/G2.2.2/G2.2.3	20	
	坚守廉洁从业初心	G2.1.1/G2.1.2/G2.1.3/G2.1.4/G2.1.6/G2.1.7/ G2.1.8	21-22	
	厚植安全发展底色	S4.2.1/S4.2.2/S4.2.3/S4.2.4/S4.2.6	23-26	
匠心坚守， 酿造品质体验	打造匠心品质产品	S3.3.1/S3.3.2/S3.3.3	31-32	
	坚持创新引领发展	S2.1.2/S2.1.3/S2.1.4/S2.1.6/S2.1.10/ S2.1.12/S2.1.13/S3.4.1	33-37	
	做优客户服务体验	S3.3.1/S3.3.3/S3.3.4/S3.3.6/S3.4.1/S3.4.2/ S3.4.3/S3.3.4	38-40	
倾心相酌， 酿造同行未来	建设韧性供应链	S3.1.1/S3.1.2/S3.1.3/S3.1.4	45-47	
	深化合作共赢未来	S2.1.3/S3.1.2/S3.1.4	48-50	
才蕴芳华， 酿造奋进光彩	保障员工基本权益	S4.1.1/S4.1.3/S4.1.5/S4.1.6/S4.1.7/S4.1.11/ S4.1.12	55-56	
	护航员工全面发展	S4.3.1/S4.3.2/S4.3.3/S4.3.4/S4.3.5/S4.3.6	57-60	
	关爱关怀员工生活	S4.2.4	61-62	
自然醇香， 酿造生态底色	明确绿色发展方向	E1.1.1/E1.1.2/E1.1.5/E1.1.13/E1.1.14/ E1.1.16/E2.1.1/E2.1.9/E2.4.1/E2.4.2/E2.4.3	67-69	
	擘画绿色运营路径	E1.1.7/E1.1.8/E1.1.9/E2.1.2/E2.1.3/E2.1.5/ E2.1.6/E2.1.7/E2.2.3/E2.2.4/E2.2.5/E2.2.6/ E3.2.1/E3.2.2/E3.2.3/E3.2.4/E3.3.1/E3.3.2/ E3.3.3/E3.3.4/E3.3.5	70-74	
	推动能源高效利用	E1.1.1/E1.1.2/E3.1.1/E3.1.2/E3.1.3/E3.1.4/ E3.1.5/E3.3.2/E3.3.3	75-76	
润心惠民， 酿造美好生活	产城融合促协同		81-82	
	助力乡村谋振兴	S1.1.2/S1.1.4/S1.1.5/S1.2.6	83	
	投身公益显担当	S1.2.1/S1.2.2/S1.2.3/S1.2.4/S1.2.6	84	
可持续发展管理			G1.1.1/G1.1.2/G1.1.6/G1.1.7/G1.1.9/ G1.1.10/G1.1.11/G1.3.1/G1.3.2/	85-88
未来展望			A1	89
附录	关键绩效表	A2	91-93	
	指标索引	A3	94	
	报告评级	A5	95	
	意见反馈	A6	96	

报告评级

《华润啤酒（控股）有限公司 2025 年可持续发展报告》评级报告

受华润啤酒（控股）有限公司连续第 3 年委托，“中国企业社会责任报告评级专家委员会”抽选专家组成评级小组，对《华润啤酒（控股）有限公司 2025 年可持续发展报告》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

- 1.《企业可持续披露准则——基本准则（试行）》；
- 2.《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG 6.0）之酒、饮料和精制茶制造业》；
- 3.《中国企业可持续发展报告评级标准（2026）》。

二、评级分析

过程性（★★★★★）

公司由办公室牵头统筹可持续发展报告编制工作，成立可持续发展报告编制小组，首席财务官担任报告审核小组组长，管理团队成員任报告审核小组成员，负责报告的真实性、严谨性和合规性审定，董事会作为社会责任与 ESG 工作领导机构，负责报告最终审定；围绕报告编制开展前期研究，构建并持续完善可持续发展指标体系，提高可持续发展管理水平；编制报告资料收集清单，下发开展报告编制工作的专项通知，收集大量一手资料，确保报告内容全面、准确；《报告》通过公司官网发布，以电子版、长图以及电子书形式呈现，并参与系列会议进行二次发布，过程性表现卓越。

实质性（★★★★★）

《报告》系统披露了应对气候变化、水资源利用、包装绿色化、减量化与循环化、发展循环经济、可持续供应链、产品和服务安全与质量、产品标签合规、广告宣传合规、职业健康与安全生产、可持续治理机制、反商业贿赂及反贪污等酒、饮料和精制茶制造业关键性议题，叙述详细充分，其中产品和服务安全与质量、职业健康与安全生产、可持续治理机制议题内容篇幅最多，分别为 10 页、5 页、4 页，具有卓越的实质性表现。

完整性（★★★★★）

《报告》主体内容从“驭变求新，酿造长青基业”“匠心坚守，酿造品质体验”“倾心相酌，酿造同行未来”“才馥芳华，酿造奋进光彩”“自然醇香，酿造生态底色”“润心惠民，酿造美好生活”等角度系统披露了酒、饮料和精制茶制造业核心指标的 90.40%，其中本质责任维度下“治理责任”“创新驱动”、社会责任维度下“政府责任”“安全生产”“乡村振兴与社会贡献”、环境责任维度下“污染防治”等议题的核心指标覆盖率最高，均达 100%，具有卓越的完整性表现。

平衡性（★★★★★）

《报告》披露了“员工主动流失率”“职业病发生数”“工伤事故发生数”“员工违纪违法行为”“总体不良体验投诉率”等负面数据信息，详细描述了公司对于因产品运输破损而引起投诉事件的处理，并通过内部排查与复盘进行反思与改进，规避同类质量问题复发，平衡性表现卓越。

可比性（★★★★★）

《报告》详细披露了“循环水用水量”“温室气体排放总量”“责任采购比率”“安全应急演练数”“授权专利数”“纳税总额”“守法合规培训数”等 76 个关键指标连续 3 年的对比数据，其中本质责任维度下创新驱动、社会责任维度下员工责任、环境责任维度下资源利用议题连续 3 年的可比数据披露最为充分，分别为 6、18、11 组。通过“‘中国 ESG 上市公司先锋 100（2025）’第 70 名”“‘中国 ESG 上市公司央企先锋 100（2025）’第 34 名”等进行横向比较，具有卓越的可比性表现。

可读性（★★★★★）

《报告》采用议题型框架结构，结合六大利益相关方全面阐述了企业年度履责实践与成效，框架结构清晰，重点议题突出；设置“2025 华润啤酒大事记”，展示企业年度履责重点实践，回应利益相关方期望，彰显了企业的责任引领；嵌入二维码进行影像化延伸，扩展了报告内容，增强了报告易读性和沟通性；通过故事解读延伸内容报告，凸显了企业履责意义，增强了报告的易读性和趣味性，可读性表现卓越。

创新性（★★★★★）

公司创新搭建企业专属 ESG 战略底座，锚定适配主业的可持续发展核心方向，形成《华润啤酒 ESG 战略框架》初稿；建立可量化、可落地的分层 ESG 目标执行体系，编制《华润啤酒 ESG 目标体系及执行路径方案》，细化细分量化考核指标，明确各责任部门权责分工；出台《华润啤酒 ESG 治理机制建议方案》，规划专业化 ESG 组织架构；自主研究华润啤酒供应商 ESG 评级系统搭建方案，实现供应链可持续管控模式创新，创新性表现卓越。

三、综合评级★★★★★+

经评级小组评价，《华润啤酒（控股）有限公司 2025 年可持续发展报告》为五星佳级，是一份典范的企业可持续发展报告。

综合评级	评级图示	发展水平
五星佳	★★★★★+	典范
五星级	★★★★★	卓越
四星半级	★★★★☆	领先
四星级	★★★★	优秀
三星级	★★★	良好
二星级	★★	发展
一星级	★	起步

四、改进建议

优化可持续信息披露流程与体制机制，进一步提升报告管理的创新性。

五、评级勋章

华润啤酒（控股）有限公司连续 3 年参与报告评级，连续 2 年获得五星级评价，第 1 年获得五星佳级最高评价，获黄铜级勋章。



意见反馈

尊敬的读者：

您好！十分感谢您阅读《华润啤酒（控股）有限公司 2025 年可持续发展报告》。我们非常重视并期望聆听您对华润啤酒可持续发展管理、实践和信息披露的反馈意见。您的意见和建议，是我们持续推进可持续发展管理和实践的重要依据。期待您的回复！

请回答好以下问题后将表格通过邮件发送至 crb_csr_gw@crb.cn，或邮件寄给我们。

选择性问题的（请在相应位置打√）

1. 您认为本报告是否能反映华润啤酒对经济、社会和环境的影响？

☐ 是 ☐ 一般 ☐ 否

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

☐ 是 ☐ 一般 ☐ 否

3. 您认为本报告提供的信息是否全面？

☐ 是 ☐ 一般 ☐ 否

4. 您认为本报告提供的信息是否具有可读性？

☐ 是 ☐ 一般 ☐ 否

开放性问题

您对《华润啤酒（控股）有限公司 2025 年可持续发展报告》的其他意见与建议，欢迎提出。

您的信息

姓名：

工作单位：

联系电话：

电子邮件：



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



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

深圳市宝安区新安街道兴东社区70区雪花路2号雪花大厦30层
Floor 30, Snow Beer Building, No. 2 Xuehua Road, Zone 70, Xingdong
Community, Xin'an Sub-district, Bao'an District, Shenzhen