



青島啤酒股份有限公司
環境、社會及管治報告

2016

目錄

可持續發展指標	04
領導致辭	06
關於我們	08

113年
只為釀造好啤酒

18



綠色釀造

26

共創和諧

42



關於本報告

關愛社會

36



2016 年榮譽	52
第三方評價	53
您的反饋	54

報告範圍

本報告是青島啤酒股份有限公司第九份可持續發展年度報告。報告數據和信息涵蓋青島啤酒股份有限公司 62 家全資和控股的啤酒生產企業以及 2 家聯營及合營啤酒生產企業，2016 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日期間各項可持續發展實踐。基於報告的延續性和對比性，部分數據和信息不局限於 2016 年。

編制原則

本報告根據香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》要求，並參考《全球報告倡議組織（GRI）G4》、《山東省企業環境報告書編制指南》、上海證券交易所《上市公司環境信息披露指引》、國資委關於發佈可持續發展報告的相關要求編制。

內容選擇

報告內容的選取過程中，青島啤酒遵循《環境、社會及管治報告指引》、《全球報告倡議組織（GRI）G4》指南的準確性、有效性、重要性、可比性等原則，從環境和社會等多方面進行陳述，重點報告了青島啤酒在產品、環境、社區、員工以及商業夥伴等方面的可持續發展責任。本報告的數據和信息收集工作按公司現有工作流程進行。

指代說明

報告中青島啤酒股份有限公司簡稱為“青島啤酒”或“公司”或“我們”，本報告版權歸青島啤酒股份有限公司所有。

發佈方式

報告以網絡版和印刷版形式發佈。網絡版可在本公司網站查閱（網址：www.tsingtao.com.cn）。

青島啤酒的可持續發展指標

2016年，青島啤酒堅守戰略和運營定力，在創新實踐中積極探索適應“新常態”；堅信“工匠精神生金”，用產品主義迎接消費者主權時代；繼續拓展全球朋友圈，走進更多國家和地區；不斷實現與消費者、環境、社區、投資者、員工、價值鏈各方共贏。



經濟責任

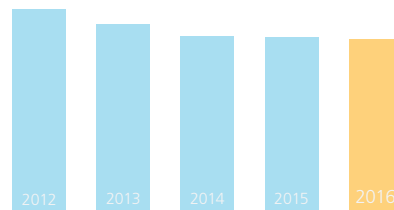
指標	2016年
銷售量 / 萬千升	792
營業收入 / 億元	261.06
歸屬於母公司股東的淨利潤 / 億元	10.43
每股收益 / 元	0.772

環境責任

2016 年單位產品耗水量 同比 2015 年下降

單位：立方米/千升

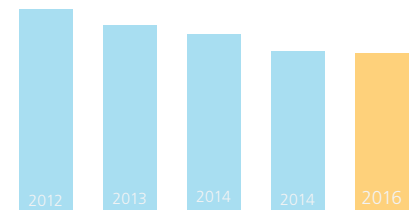
1.78% ↓



2016 年單位產品耗標煤量 同比 2015 年下降

單位：千克/千升

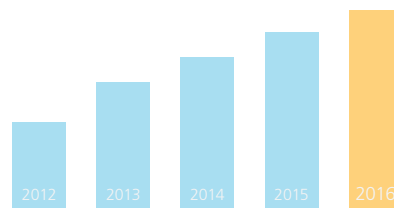
2.42% ↓



2016 年千升冷麥汁二氧化碳回收量 同比 2015 年提高

單位：千克/千升

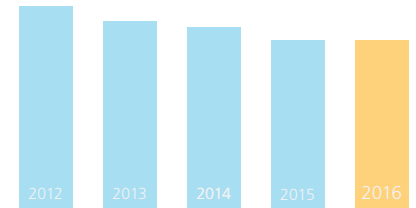
2.43% ↑



2016 年單位產品綜合能耗 同比 2015 年下降

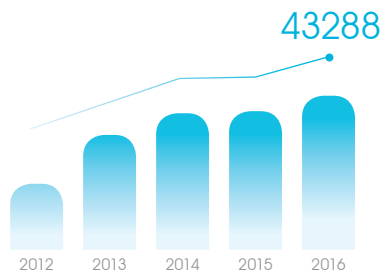
單位：千克

1.89% ↓



社會責任

2016 年公司員工人數 / 人



2016 年員工關愛 基金救助金

77.19 萬元



董事長致辭

轉型已出發，任重而道遠。轉型，就是要更好地滿足消費者，這就是青島啤酒可持續發展的引擎，也是青島啤酒基業長青的根基。

轉型：可持續發展的引擎

世界經濟正處於深度調整與轉型的時期，新的增長動力蓄勢待發。中國也正在從“中國工廠”向“世界市場”轉型，作為率先成為世界市場的中國啤酒市場也在發生著深刻的變化。一是由“拼酒”到“品酒”的變化；二是由“單一口味”到“多元口味”的變化；三是從“渠道壁壘”到“互聯互通”的變化。

啤酒行業的傳統動能在弱化、新的動能在孕育，轉型已經成為供給新平衡的著力點。啤酒行業供給側結構性改革的實質，一要形成新主體，發揮新品類、新產品在行業轉型中的主導作用；二要培育新動力，通過科技創新、品牌創新、體驗創新、渠道創新培育新的增長動力，不斷滿足、引領消費者需求。

消費者已經覺醒，不再是你生產什麼他就喝什麼，他們要選擇自己需要的東西。我們必須從過去的渠道推動轉為終端拉動，靠品牌和產品的差異化去吸引消費者；從過去的抓基礎質量轉為抓特色質量；從大規模生產轉為柔性化生產，形成“大而全”和“小而美”百花齊放、爭相鬥豔的局面。由此，轉型勢在必行。要以供給側結構性改革為主，把產品做好，由此帶動組織結構、人的觀念、銷售渠道、商業模式等一系列的轉變，從而實現洞察新格局、尋求新機會、激活新潛力、開闢新道路。

青島啤酒正是在 113 年“變與不變”的持續轉型中鑄就了百年基業。如今的轉型，青島啤酒依然要坚持“113 年只為釀造好啤酒”的高品質標準；堅持“好人釀好酒”的品質文化；堅持以“差異化”

為核心的產品特色；堅持“品牌帶動下的發展戰略”；堅持“打造擁有全球影響力品牌的國際化大公司”的願景；堅持“為生活創造快樂”的使命。

在堅持中，我們要通過轉型，讓“好啤酒”的內涵更加豐富，不僅要有享譽世界的傳統啤酒，我們還要釀出世界一流的小眾精品；不僅要單一產品的口感獨特，我們還要使產品品類和品牌體驗更加豐富更有差異化；不僅要青島啤酒的品牌在全球更具影響力，也要進一步實現全球資源的優化配置。

在過去的時間裡，轉型已經出發。我們推進青島啤酒的生產進入了“科學 + 藝術”的新階段；創造了更多適合中國消費者口味的新品類和新產品（皮爾森、IPA、經典 1903、純生、白啤……）；我們更加注重“互聯網 +”帶給我們的信息透明、效率提升、渠道便利；我們在組織上也匹配了“紅軍”與“藍軍”、設立了“創新營銷事業部”、“現代渠道事業部”……

轉型已出發，任重而道遠。轉型，就是要更好地滿足消費者，這就是青島啤酒可持續發展的引擎，也是青島啤酒基業長青的根基。

青島啤酒股份有限公司

董事長

2017 年 3 月

總裁致辭

品牌強國，是推動“中國製造”向“中國創造”轉變、“中國速度”向“中國質量”轉變、“中國產品”向“中國品牌”轉變的必由之路。這不僅迎合了品質消費升級的時代要求，也成為引領中國經濟創新轉型的驅動力量。



品質引領、品牌致勝

品牌強國，是推動“中國製造”向“中國創造”轉變、“中國速度”向“中國質量”轉變、“中國產品”向“中國品牌”轉變的必由之路。這不僅迎合了品質消費升級的時代要求，也成為引領中國經濟創新轉型的驅動力量。

打造更多享譽世界的“中國品牌”，推動中國經濟發展進入質量時代，是企業必須率先擔當的責任。

作為全球知名和領先的中國品牌，113年來，青島啤酒堅持“只為釀造好啤酒”的品質信仰和“有質量發展”的經營理念，實現了歐洲啤酒文化在中國的紮根與崛起；並以不斷追求卓越的精神，打造具有全球影響力的中國品牌。用“文化引領、創新驅動、系統轉型”相結合的“品牌帶動下的發展模式”，為全球消費者提供更高品質的產品和更好的服務。

以質取勝。恪守“好人釀好酒”的原則，是青島啤酒向世界遞出的一張“中國質造”名片；一杯啤酒，全球“互聯”。青島啤酒始終堅持品牌是屬於消費者的資產，要為全球消費者打造一份快樂資產。為此，百年青啤與時代共振，積極推動產品品質和品類的升級，引領消費潮流；品牌推廣模式升級，增加粉絲口碑體驗、情感互動；渠道乃至商業模式升級，以百年傳統企業的轉型實踐，探索有質量發展的“黃金平衡點”。

2016年，以對行業發展階段的前瞻性判斷力，青島啤酒堅守與創新、協同與整合、歷練與積累並舉，

積極推動品質升級，提升品牌全球影響力，放大社會責任，鍛造了可持續發展的內生力量，為有質量的發展奠定了堅實的基礎——洞察和引領消費需求、善待關愛企業員工、回報股東和投資者、共贏價值鏈上下游，並回饋社區與公眾，將責任作為企業可持續發展的底色。

這一年，當“一帶一路”成為全球發展的主軸線，我們繼續在國際舞臺上自信放歌，以一瓶啤酒的“東方味道”香飄全球朋友圈，成功開發斯里蘭卡、厄瓜多爾、孟加拉、塞內加爾等市場。用文化自信擦亮中國品牌，以差異化的口感和獨特的中國文化魅力，花開國內、國外兩個市場，海外市場逆勢增長，用中國品牌為中國代言。

品牌支撐中國夢。以夢為馬，未來，青島啤酒將持之以恆地以國際化的品牌堅守，在中國經濟的轉型期發揮中國品牌更多的責任與擔當。從製造大國到品牌強國，質量時代的“中國品牌”升級與引領，必將推動中國經濟行穩致遠，開創更加美好的未來。

青島啤酒股份有限公司

總裁

2017年3月

關於我們

公司 願景

成為擁有
全球影響力品牌的
國際化大公司

公司 使命

用我們的激情釀造出
消費者喜好的啤酒，
為生活創造快樂

企業 宗旨

以人為本
團隊合作
造福社會



我們的公司

青島啤酒股份有限公司（以下簡稱“青島啤酒”）的前身是1903年8月由德國商人和英國商人合資在青島創建的日耳曼啤酒公司。它是中國歷史悠久的啤酒製造企業，世界第五大啤酒廠商。世界品牌實驗室發佈的2016年《中國500最具價值品牌》排行榜，青島啤酒以1168.75億元的品牌價值13年蟬聯中國啤酒行業首位。

1993年青島啤酒先後在香港、上海上市，成為中國首家在兩地同時上市的公司。

截至2016年底，公司在全國20個省、直轄市、自治區擁有62家全資和控股的啤酒生產企業以及2家聯營及合營啤酒生產企業，公司規模和市場份額居國內啤酒行業領先地位。

青島啤酒是最早進入國際市場的中國品牌之一，居中國啤酒出口量首位，遠銷美國、加拿大、英國、法國、德國、意大利、澳大利亞、韓國、日本、丹麥、俄羅斯等地。2016年，青啤公司海外總銷量同比增長 12%；其中，亞太市場增長

45%，拉美市場增長 14%，西歐市場增長 8%；公司成功開發厄瓜多爾、孟加拉、塞內加爾等市場，截至目前，銷售覆蓋的國家和地區數量已達 94 個。



我們的品牌

- 品牌組合 —— "1+1+N":
1 是指主品牌“青島啤酒”；1 是指第二品牌“嶗山啤酒”；N 是指各區域品牌。
- 品牌推廣模式 —— "四位一體"的品牌推廣：
即品牌傳播、消費者體驗、產品銷售、粉絲互動相結合。



我們的創新 —— 產品創新

擁抱消費者主權時代

近年來，為不斷滿足消費者的需求，青島啤酒產品創新實現定制化、高端化、個性化的特點，成功推出皮爾森、桶裝 IPA、全麥白啤、棗味和姜味黑啤、經典 1903、鴻運當頭、魔獸和肯德基紀念版產品等，同時升級純生系列產品包裝，體現更加年輕化、時尚化的產品特色。



經典 1903

精選世界頂級大麥與酒花，採用源自 1903 年的“兩段法低溫長時間慢熟工藝”，具有明顯的麥香、優雅的酒花香，酒體細膩飽滿，醇厚殺口。



IPA

酒液呈誘人的琥珀紅色，泡沫細膩如奶油，呈現濃郁的酒花香氣、獨特的水果脂香、強烈且愉悅的苦感以及濃醇圓潤的酒體，獨有的回甘味道，讓芳香的水果香氣和麥芽甜味纏繞口中，適合淺嘗慢飲。



皮爾森

該產品是 2016 年青啤公司隆重上市的一款新品，遵循 1516 年《德國純釀法》，出身高貴選料考究，工藝獨特，口感苦爽順滑，細品回甘，帶給消費者不一樣的味覺體驗。2017 年榮獲中國酒業協會“青酌獎”。



純生

不經過巴氏殺菌，口感新鮮爽口、入口純淨柔滑。

2016 年青島啤酒純生煥新發佈，邀請著名影視明星黃曉明擔任青島純生“全球首席品牌官”。新包裝時尚、充滿年輕活力，給消費者一種鮮活的品牌感受。





鴻運當頭

青島啤酒“鴻運當頭”超高端鋁瓶產品讓“家有喜事，鴻運當頭”成為一種消費共識，也成為消費者幸福喜悅時刻的“見證者”。

2016年青島啤酒鴻運當頭“聞雞起舞 KFC 定製版”在山東、河南兩地發售，消費者能更加便捷地感受青島啤酒所帶來的激情與快樂。



KFC 定製款



全麥白啤

100% 甄選品質上乘的大麥芽、小麥芽為原料，承襲歐洲古法完美配比，以上面發酵方式精釀，絲滑如牛奶般的泡沫、朦朧如雲霧狀悅目酒體以及丁香花味與果香混合的木熏口感，讓消費者深切感受了“第一口就與眾不同”的全新體驗。



經典 1903《魔獸》電影特別紀念版

2016年該款產品上市，為鍾愛“魔獸”的粉絲送上大禮，向青春與情懷致敬。罐體選取部落和聯盟的兩個經典人物作為主打，在上市不到一個月的時間內銷量突破百萬罐。



黑啤

青島啤酒作為中國黑啤酒的創始者，早在 1932 年就成功推出第一款黑啤酒。近年來公司又成功開發上市棗味黑啤和姜味黑啤兩款產品，讓消費者能隨時感受到焦香麥芽所帶來的濃郁口感。

我們的創新 —— 渠道創新

移動互聯時代消費新體驗

2016年，青島啤酒繼續領跑電商市場，創新營銷模式：

拓展渠道佈局，實現電商渠道總體銷量同比增長 81%，B2C 銷量同比增長 49%，主流電商平台全覆蓋，持續保持行業第一。

行業首家 O2O 平台“青啤快購”APP，服務已覆蓋 36 個城市，2,000 多家合作商、超過 50 萬個註冊用戶、銷量超過 30 萬箱。

跨界合作拓展新興渠道

與香格里拉、肯德基等合作推出定制款產品，在滿足消費者個性化、多元化的口味需求上，也持續為消費

者提供更方便多元的暢享渠道，豐富品牌體驗，不斷為消費者創造驚喜。



打造時尚、休閒的 生活新方式

“好啤酒、慢生活、醉時尚”，TSINGTAO1903 社區客廳將最正宗的青島啤酒、最快樂的啤酒文化、最時尚的休閒方式帶入社區，打造“消費者身邊的第二客廳”。

目前除了青島已經擁有的 20 處 TSINGTAO1903 社區客廳外，2016 年 5 月北京銀河 SOHO·青島啤酒 TSINGTAO1903 ZONE 正式開門納客，引領了時尚生活的新潮流。

我們的創新 —— 組織創新

文化顛覆 挑戰自我

為了激發企業的創新活力，青島啤酒在公司內部創造了一個“競爭者”——小微藍軍。青島啤酒創新營銷事業總部（也稱為“藍軍”）的使命就是在營銷、管理方面實現創新，在新產品跟市場開發的運作模式、組織模式、管理模式上實現創新，在渠道的發展模式上實現創新。

因此小微“藍軍”一出生，就被賦予了“互聯網+”的模式，專門與擁有主流產品、銷售渠道的部門進行

競爭，研發新產品、尋找新市場，探索新的商業模式。“藍軍”更像是青島啤酒公司的一支奇兵，專門尋找“紅軍”留下的縫隙，顛覆那些企業原本已然擁有的主流產品及正式的渠道、終端、客戶等，開闢新的渠道和盈利空間。在青島啤酒內部，正在形成傳統“紅軍”+小微“藍軍”，左右手“互搏”聯合制勝的全新陣型。



公司治理

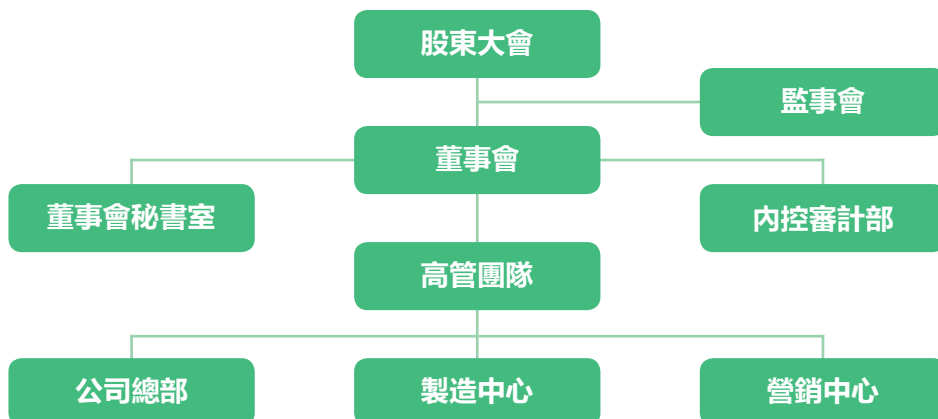


▲ 青島啤酒公司第八屆董事會成員

青島啤酒公司第八屆董事會共有董事 9 人，其中執行董事 4 人，非執行董事 1 人，獨立董事 4 人；第八屆監事會共有監事 7 人，其中股東監事 4 人，職工監事 3 人。公司現任獨立董事有不同的專業背景，並具有豐富的法律、財務會計及金融投資等方面的專業經驗。

公司自上市以來，積極探索和實施與國際接軌的公司法人治理結構，不斷完善法人治理機制。與境內外投資者一直保持良好的溝通關係，及時、準確披露公司經營狀況和重大事項等信息。公司董事長、總裁和監事會主席三職分設，形成了權責明確、相互制衡的治理架構。公司在國內上市公

司中率先建立了外部董事和外部監事佔多數的董事會和監事會架構。2016 年 12 月公司在中國上市公司協會、上海證券交易所、深圳證券交易所共同主辦的“上市公司監事會最佳實踐評選活動”中榮獲“上市公司監事會最佳實踐 20 強”。





青島啤酒公司第八屆監事會成員 ▲

風險控制及管理

2016 年公司全面規劃整體戰略，優化配置各項資源，通過完善內部控制管理體系，推動戰略有效落地；建

提升信息化管理水平， 促進管理規範化

將更多的人工控制轉變為系統自動控制，提高效率，降低人為風險。

立規範的公司治理結構，經營管理層審時度勢，保持戰略定力，積極應對不確定性因素。

強化評價和問責機制， 提高風險管控能力

通過內控評價對制度執行的情況和存在的問題及時反饋、及時改進，推動制度更好地落實和完善，對於違規人員追究責任，從而約束經營行為、強化責任意識、防範經營風險。



▲ 開展“檢企共建”活動



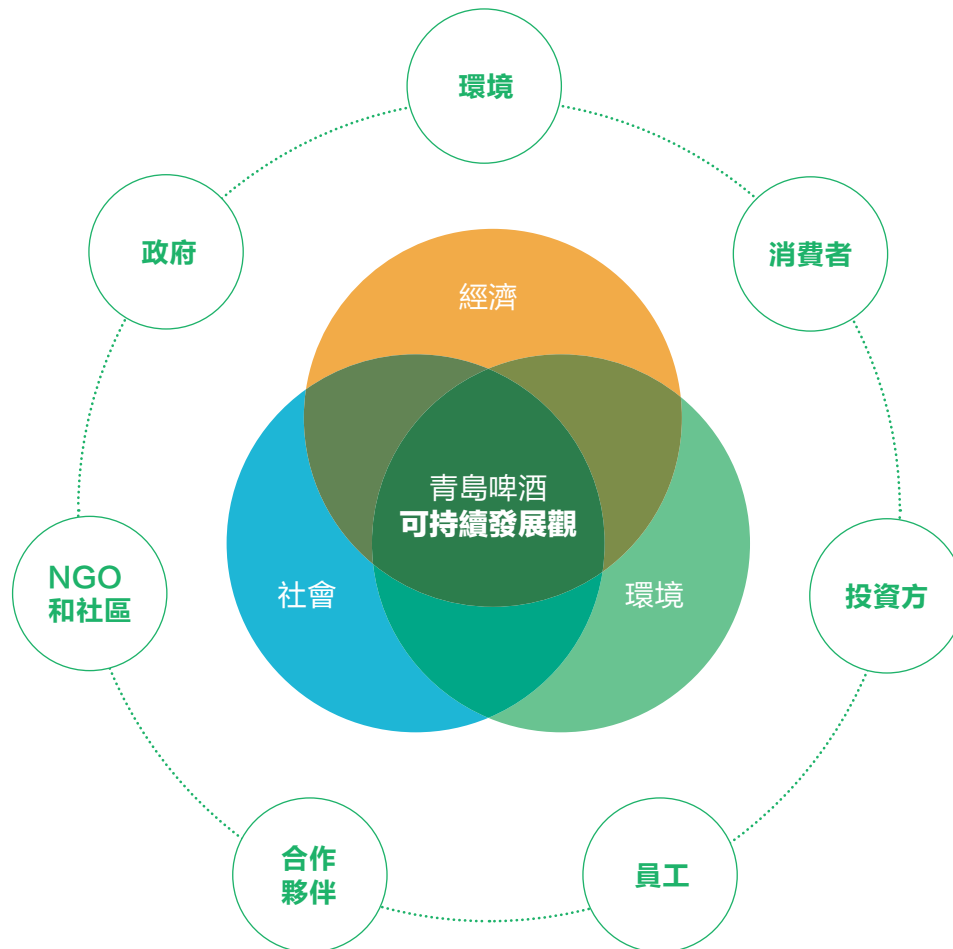
▲ 開展警示教育培訓

商業道德與合規

青啤公司在加快推進發展方式轉變的同時，始終高度重視黨風廉政建設和反腐敗工作，形成了較為完善的反腐倡廉機制。

2016年，通過組織召開黨風廉政專題會、層層簽訂《黨風廉政建設目標責任書》、開展“警示教育”、“檢企共建”、“黨規黨紀學習測試”等活動，打造了一支忠誠、乾淨、擔當的管理團隊，使“幹事、乾淨”理念深入人心並成為幹部職工的自覺行為。

與價值鏈夥伴合作共贏



利益相關方	我們的責任和承諾
消費者	提供安全的、高品質產品和服務
環境	節能降耗、保護水資源、應對氣候變化、發展循環經濟
投資方	穩健運營，提供合理可持續的回報，及時準確對經營狀況和重大事項信息進行披露
員工	提供安全場所、良好的福利待遇，關注他們的健康和職業發展
商業合作夥伴	以誠信為基礎的合作、共同發展
NGO 和社區	為社區和諧發展做出貢獻，積極從事各種公益慈善活動
政府	依法納稅、遵紀守法

113年

只為釀造好啤酒

• • • •



樊偉

青島啤酒股份有限公司
副總裁兼製造總裁
總釀酒師



李華

2016年度金牌釀酒師
青島啤酒二廠
總釀酒師





張沛

2016 年度金牌釀酒師
青島啤酒廠
總釀酒師



蔣和平

2016 年度金牌釀酒師
青島啤酒（韶關）有限公司
總釀酒師



劉敬忠

2016 年度金牌釀酒師
山東新銀麥啤酒有限公司
總釀酒師

貫穿整個供應鏈的 產品管理



食品安全方針

青啤公司嚴格遵守國際、國家及地方的法律法規要求。針對原料、生產、包裝、貯存、運輸等過程進行全面的危害分析和風險評估，識別出啤酒生產過程中的關鍵控制點進行嚴格管控，從而保證為消費者提供滿意的合格產品。

樊偉
青島啤酒股份有限公司
副總裁兼製造總裁
總釀酒師

食品安全戰略管理

運用 ISO22000、HACCP、PAS220、美國 FDA 食品安全管理體系和食品安全防護計劃，建立了覆蓋產品全生命週期的青島啤酒食品安全管理體系。青啤公司把產品的安全控制納入到戰略管理和質量控制的首位，實現了食品安全的閉環式控制過程。同時，建立並完善了食品安全責任追究制度，強化落實食品質量安全主體責任、強調事先預防，防範食品安全問題的發生，充分保障產品質量。



2016年青島啤酒在
食品安全管控
全過程控制
品評培訓
等方面做出了積極努力

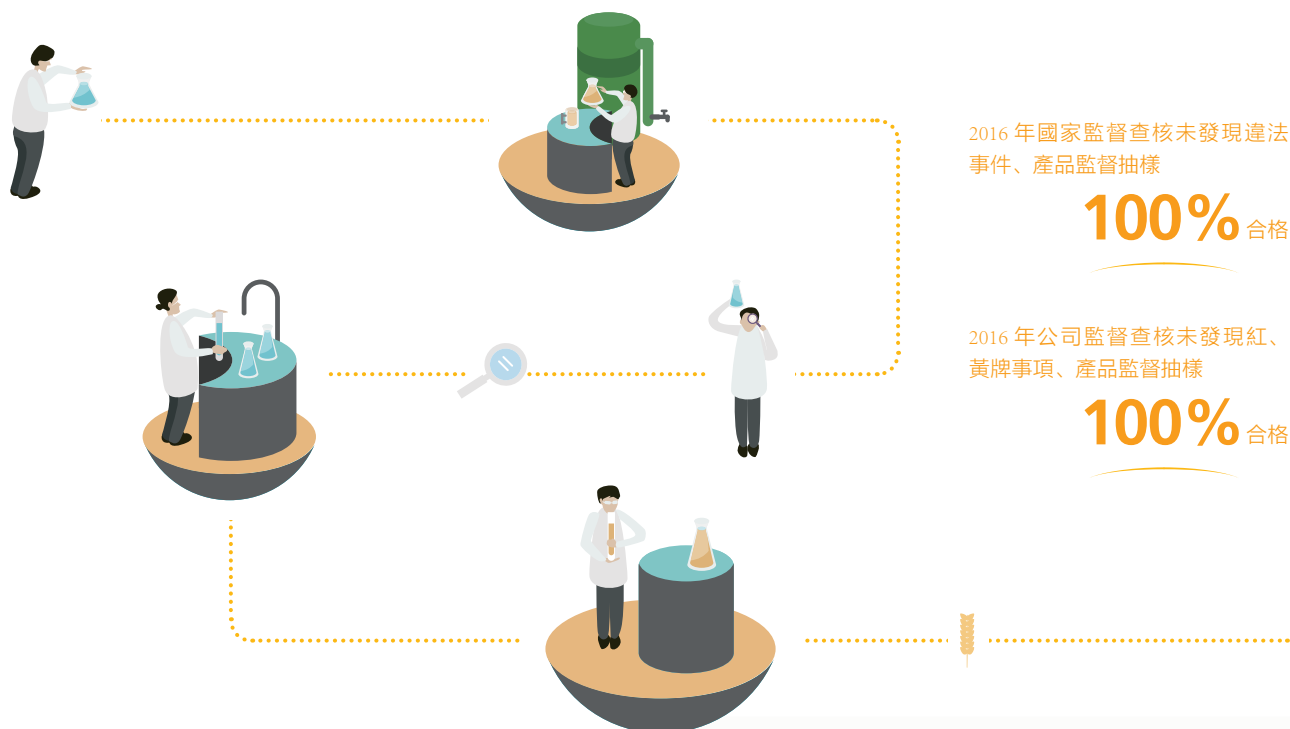
● 創新食品安全管理

- 優化源頭食品安全管控
建立了《供應商質量資格管理流程》，規範了從供應商尋源到准入裁決的質量管理流程，明確了各級管理職責；同時細化供應商質量資格管理，規範供應商過程評價，確保供應鏈上游的質量安全
- 加強食品安全風險監控
對識別出的風險物料加大監控頻次，制定並實施公司總部加第三方檢測公司相結合的市場抽樣及監測計劃



張沛
2016年度金牌釀酒師
青島啤酒廠總釀酒師

- 完善管理紅線，升級評價管理系統
- 完善了公司食品安全紅黃牌制度，工廠每月逐項排查、落實、整改
- 升級了食品安全評價工具，借鑒 DNV 國際安全評級系統 (ISRS) 管理、英國 BRC 的全球食品安全標準等建立覆蓋全生產過程食品安全查核評價工具
- 完善食品安全事故應急響應、產品撤回（召回）管理制度，加強演練測試



李華
2016年度金牌釀酒師
青島啤酒二廠總釀酒師



● 實施質控把關分級管理

- 實施三級管理，制定不同的管控措施
- 強化質控把關關鍵點的識別與管控，提升系統把關能力

● 提升品評技能，建立並啟動關鍵品評人才地圖計劃

- 持續提高工廠從源頭物料至最終成品的全過程品評把控
- 建立《關鍵品評人選拔標準》、全面科學有效的開展各級關鍵品評人考評及人才選拔

● 推進動態市場質量監控模式

- 實施產品品類全覆蓋的動態市場質量監控計劃，增加市場監控頻次

● 借助現代信息網絡系統實施高效培訓

- 建立質控遠程視頻培訓制度，定期組織開展食品安全、QA 等質控重點關注問題培訓
- 積極推進關鍵 SOP 操作視頻製作，完善質控微課堂課件，持續提升質控人員把關能力

全過程的品質保障

以品質導航理念、質量管理體系、全方位品評、第三方食品安全集中監測機制、科技研發為支撐的立體化品質管理體系，確保青島啤酒生產整個產業鏈的食品安全與品質保證。

通過“大質量體系”，將原料、生產、物流和銷售全過程納入青島啤酒質量控制環節，實現全過程管控，保證為消費者釀造高品質產品。



精選每一種優質原料

- **水**：使用的釀造水經過 7 級處理及 100 多項指標的監控
- **百年酵母**：使用擁有德國純正血統的啤酒酵母，定期統一為所有工廠提供酵母菌種
- **大麥**：精選體型飽滿、色澤光亮的國內外優質大麥，從品種、種植、收穫到運輸、儲存各個環節都有嚴格的檢測程序
- **大米**：設立專門種植基地及稻穀專庫，委託指定第三方進行大米全項檢測；並對種植基地土壤、水、空氣等環境以及稻種、種植、收穫進行監控；不定期對供應商進行飛行檢查
- **酒花**：使用有“捷克黃金”之稱的捷克薩茲酒花和西北地區獨特地理環境生產的新疆、甘肅酒花，對加工過程實施跟蹤

1800 個質量檢測點

- 國際認證的標準化質量控制體系，啤酒生產質量檢測點超過 1800 個
- 統一的質量管理標準，對下屬各工廠質量管理情況進行實時跟蹤與監控
- 建立針對釀造原料和酒液直接接觸材料的第三方食品安全集中監測機制，採購食品安全合規率達到 100%

貫穿始終的品評把控

- 全方位品評體系，貫穿啤酒釀造過程始終
- 所有與酒液直接接觸材料，包括啤酒瓶蓋墊片、刷瓶水等全部納入品評範圍
- 已出廠、在售的青島啤酒，按照規定期抽樣品評，保證啤酒在貨架期內的質量



嚴苛的包裝過程

- 在每批灌裝啤酒前最後一道管路清潔工序要用啤酒沖洗，防止之前清洗管路的殘水進入成品酒液
- 持續完善產品外包裝評價體系，增加 BSC 考核指標
- 對經銷商倉庫產品外包裝質量現場查核

新鮮的物流服務

- 強化物流和流通環節食品安全管控，為消費者提供優質產品
- 推進物流信息化建設，提升供應鏈效率，遵循“綠色物流”理念，減少物流對環境影響，“像送鮮花一樣送啤酒”
- 通過全面落實庫存管理制度，實現了從銷售環節到物流環節再到客戶的全過程管理，提高產品新鮮度，提升市場競爭力為消費者提供高品質產品體驗的同時，更提供“輕快供應鏈、送貨上門”的購物體驗

熱忱的客戶服務

- 擁有廣泛的服務網絡，專業的服務團隊，遍及全國近千家服務工作站
- 為消費者提供快捷、親和、便利的“即時”售後服務
- 對市場反饋信息進行分級管理，實現信息的及時跟進及快速處理

雄厚的技術研發實力

- 擁有釀酒行業唯一的“啤酒生物發酵工程國家重點實驗室”，並獲首批認定中國輕工業重點實驗室
- 榮獲省市、國家協會科技進步獎等獎項 5 項，授權發明專利 5 項、申請發明專利 15 項
- 與澳大利亞默多克大學、英國國際釀造研究所、加拿大啤酒大麥技術中心、德國赫爾啤酒花研究所、美國釀造化學家協會、澳大利亞出口穀物創新中心等均有廣泛的交流和合作

消費者眼中的青島啤酒

消費者評價 “IPA”

多重啤酒花的添加使其濃醇豐滿的高苦味質十足，輕啜一口，獨有的回甘味道纏綿於口中。

網友

第一口苦味十足，第二口卻有了獨有的回甘味道，當口腔開始適應這種苦澀，隨之而來的就是縈繞不斷的酒花香味，芬芳的水果香氣配合麥芽的香甜氣息讓人沉醉。

王毅

消費者評價 “皮爾森”

皮爾森的味道，就像窗外的夜一樣深，喝完意猶未盡，味道苦爽立體，猶如豐富內涵的成熟男人！

鑫昕

泡沫潔白豐盈，酒質金黃，在杯中如麥浪湧動……苦而回甘。

你有酒

誘人的金黃、有麥芽的香。猶如初戀，有淡，有濃，有清新的風。混合了酒花香、穀物香，立體芬芳。

柳

劉敬忠
2016 年度金牌釀酒師
山東新銀麥啤酒有限公司
總釀酒師





消費者評價“經典 1903”

【經典 1903】一開瓶，濃郁的麥香就撲面而來；喝起來味道特別純正，麥香味十足，原麥汁 10 度，濃濃麥香搭配起食物來更加給力，不僅好喝，為自己開發新菜譜也帶來不少靈感。

美食家 Peter

這款啤酒，不愧是經典中的經典，其酒花清澈、麥香醇厚，泡沫豐富，喝這個酒，口腔裡面充滿了麥香的啤酒花的味道，有一種到了麥田裡面的感覺。

水木天成

消費者評價“純生”

好喝、清爽、新鮮、有我。最愛清涼爽口的純生，口腔裡充斥著新鮮的味道，能感覺生命的活力，在口腔裡追逐和跳動，那就是青春味道。

魏子的小飛

綠翠的瓶身就像是春天新芽的顏色，生動而活潑。

腦洞大開的魚

喜歡大口大口地喝純生是一件很愜意的事，口感清爽，就像那個還掛著水珠，咬起來嘎嘣脆的生吃黃瓜一樣。

趙大喵



蔣和平
2016 年度金牌釀酒師
青島啤酒（韶關）有限公司
總釀酒師

綠色釀造



青島啤酒秉承“好心有好報”的環境觀，以“做啤酒行業綠色發展的楷模”為願景；“通過實施環境保護、低碳管理和循環經濟，促進公司永續發展，實現與大自然的和諧相處”為環保使命，不斷推進環保專業化和精細化管理，連續多年開展“我為環境添點綠”主題活動，提升全員環保意識，持續提升環境績效，讓消費者享受我們的綠色產品，支持社會可持續健康發展。

2016年，公司全面完成環保目標，污染物排放達標率100%，多家工廠獲得省、市級榮譽。



污染物排放達標率

100%

環保技術改造投入
同比 2015 年增長

12.7%

• 優化管理

2016年，青島啤酒公司以環境法律法規為基礎，對公司環境制度進行重新梳理和編制，發佈相關環保管理制度，管理流程和事項更加細化和明確；持續優化環保考核管理體系，細化環保紅黃牌制度；強化環保查核，採取自查、互查、公司現場查核及遠程查核等方式相結合。

• 提升技能

不斷提升人員技能，開發環保專業課件和環保制度課件，開展污水處理操作人員技能大賽；充分利用自媒體手段，實現環保經驗、知識及時共享。

• 開展“我為環境添點綠”活動

各級環保志願者組織積極開展不同形式的“我為環境添點綠”主題活動，宣傳環保理念，踐行企業綠色責任。



污水

100% 達標排放

水資源保護與再利用

節約用水

水是生命之源，節約用水一直是我們節能降耗工作的重中之重。公司秉承源頭削減、過程控制、深度處理、梯級利用的節水理念，採取了多種有效的節水措施，提高水的利用效率。2016年公司重點提高反滲透出水率，進行冷凝水回收改造、水資源集中回收與再利用，繼續推進洗瓶機出口噴淋縮徑改造等17項節水技術，從而進一步降低水耗。

污水管理與利用

青啤公司污水處理採用精細化管理模式，注重源頭削減和過程控制，採用國內先進的工藝技術，實現污水100%達標排放。2016年青啤公司對五星、松江、濰坊、石家莊、西安、五廠六家單位進行污水處理工藝優化升級改造。

2016年單位產品耗水量 同比2015年下降

單位：立方米/千升

1.78% ↓





案例

青啤濰坊公司好氧池採用先進的 MBBR 工藝，通過懸浮填料的充分流化，實現污水的高效處理。單位廢水電耗較去年同期下降 34.7%。



案例

五星公司厭氧系統改造後，單位廢水耗電量同比下降 40%，產泥量減少 40%。

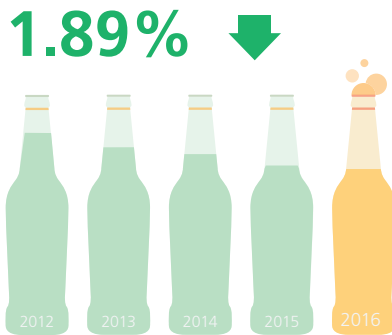
能源管理與 節能技術運用

系統思考、過程控制、提高能源利用效率，打造綠色節能環保企業一直是青啤人的不懈追求。按照國家節能減排計劃，通過不斷完善能源管理制度，持續推進節能項目改造和節能新技術的應用，不斷降低能耗。

節能技術運用

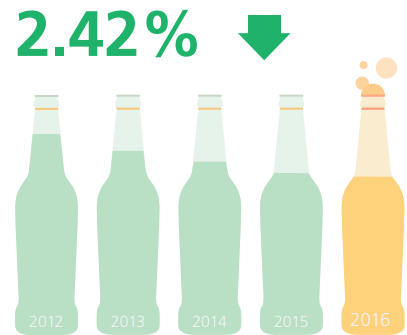
2016 年單位產品綜合能耗
同比 2015 年下降

單位：千克



2016 年單位產品耗標煤量
同比 2015 年下降

單位：千克/千升



案例

興凱湖公司包裝車間、成品庫房採用大空間供暖：在同等採暖投入的情況下，高大空間供暖做到了智能變頻、無線控制、自動清潔、遠程維護，同時比原有的採暖方式節省能源近 50%。

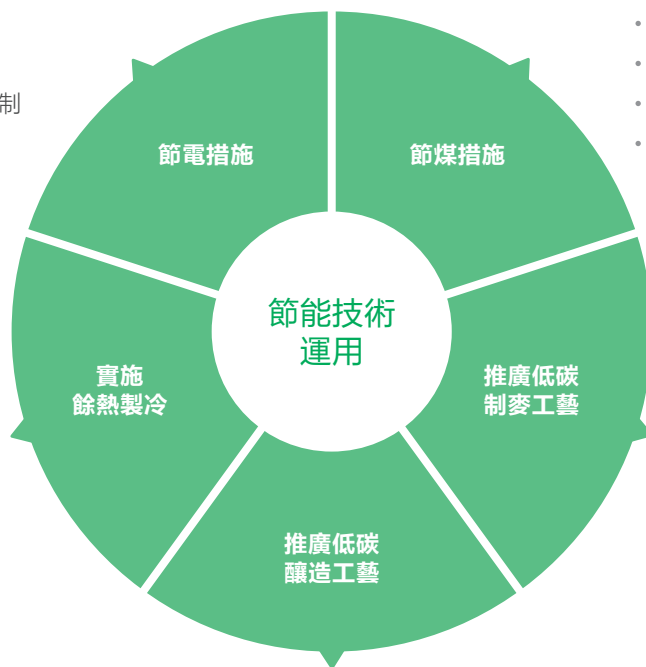


案例

興凱湖公司發酵降溫系統採用節能環保的風冷機，經對比試驗，比使用氨製冷機節電 65 度/小時。

- 氨系統自動放空改造
- 複迭製冷技術
- 空壓、鍋爐鼓引風機變頻控制
- 蒸發冷除垢新技術試點推廣

- 夏季，利用煮沸多餘二次蒸汽通過溴化鋰機組製冷，用於麥汁降溫；
- 冬季，回用糖化多餘的熱能用於廠區供暖



- 實施糖化煮沸鍋熱能回收改造
- 實施麥汁熱浪煮沸工藝
- 實施鍋爐蓄熱器技術
- 實施殺菌機保溫

- 構建大麥質量和技術標準體系；通過酶調控技術，提高麥芽極限糊精酶活力 100%；形成一套低碳麥芽製備關鍵技術體系，能源消耗降低 15%

- 降低 8% 二氧化碳排放
- 每千升麥汁成本節約 45 元

可再生能源利用

青啤公司的污水處理系統廣泛採用 UASB 及 IC 厭氧處理工藝，通過優化源頭控制、厭氧系統穩定運行、精益化的管理模式，將產生的沼氣顆粒歸倉，用於沼氣鍋爐燃燒，減少溫室氣體排放，降低生產成本。

沼氣鍋爐、氣囊

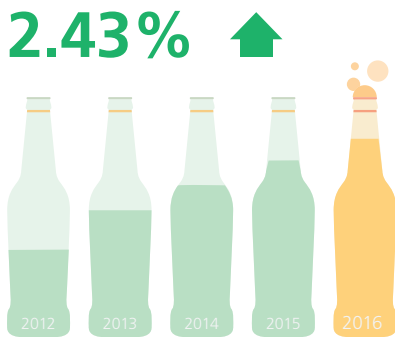


應對氣候變化

氣候變化已經成為當前民生關注的焦點，為積極應對氣候變化，青島啤酒公司制定了“早介入、早行動、早受益”的工作方針，通過二氧化碳、沼氣回收利用、能源管理，淘汰燃煤鍋爐等措施，搭建低碳運營新模式。

2016年千升冷麥汁二氧化碳回收量 同比2015年提高

單位：千克/千升



廢氣減排

- 結合新頒佈的《大氣污染防治法》等法律法規要求，制定青啤公司10噸及以下燃煤鍋爐淘汰計劃，減少污染物排放。2016年，有5家工廠淘汰了燃煤鍋爐，其中煤改氣工廠4家、集中供熱1家。
- 2016年青島啤酒公司在杭州公司、瀘州公司、韶關公司、南寧公司淘汰燃煤鍋爐，更新為清潔環保的燃氣鍋爐；在薛城公司、新銀麥公司採用布袋、靜電除塵、臭氧脫硝等先進工藝，完成燃煤鍋爐超低排放改造，使氮氧化物、二氧化硫、煙塵滿足超低排放要求。



案例

新銀麥公司於2016年投資1050萬元用於超低排放改造，二氧化硫濃度、氮氧化物、煙塵等污染物排放濃度大幅下降。



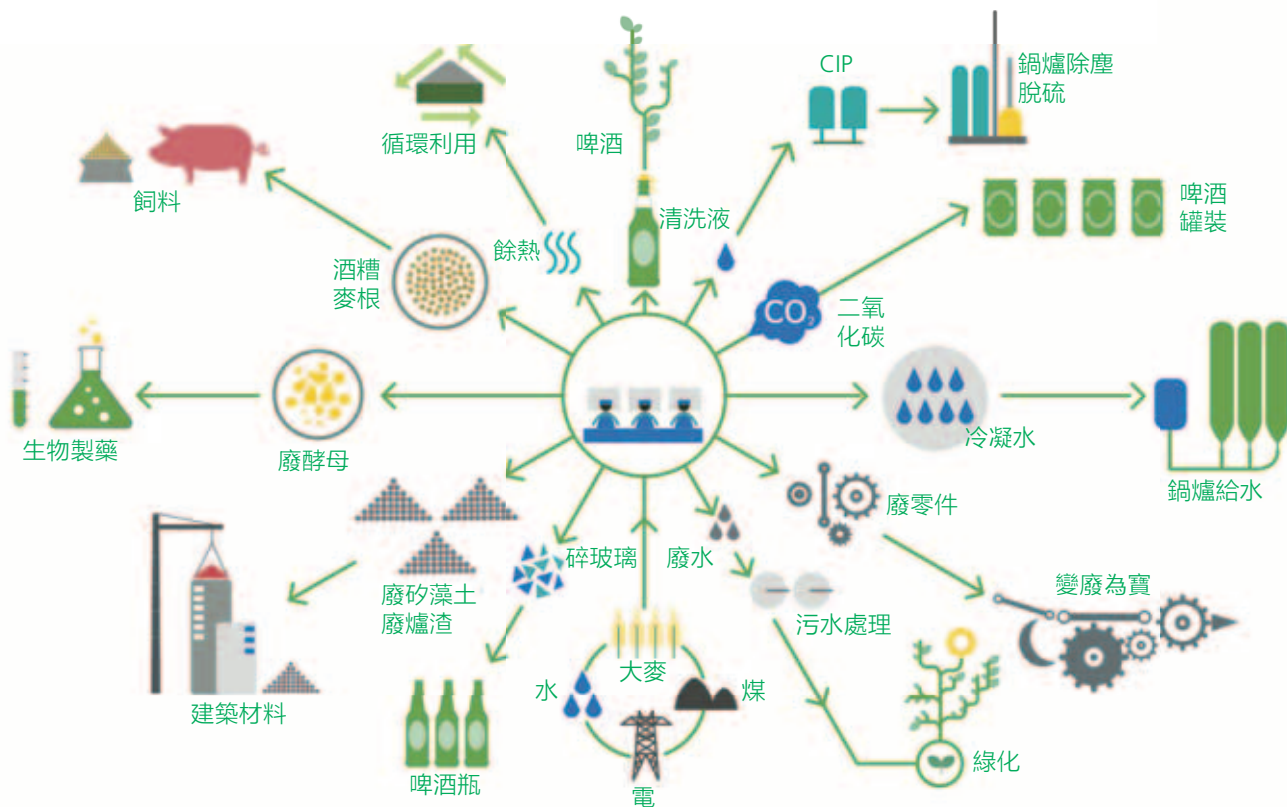
案例

瀘州公司2016年投資315萬元用於煤改氣項目，新增4台4噸天然氣鍋爐，改造後二氧化硫排放量基本為0，煙塵在10mg/m³以下，污染物排放濃度較燃煤鍋爐大幅度下降。

循環經濟與廢物的資源化利用

廢物的資源化利用：秉承“減量化、再利用、資源化”的3R原則，實現資源回收最大化，節約最大化，利用最大化；對生產及服務過程產生的各種副產物進行資源化利用、循環

利用；優化大宗廢料出售競價方案，細化大宗廢料承包商評價細則和要
求，2016年，公司可利用廢物回收利用率100%。



▲ 工廠內展示的環保展品



▲ 將啤酒副產物資源化利用製成有機肥料培育綠色植物



▲ 青啤二廠環保志願者六五環境日走上街頭宣傳



▲ 武威公司員工向市民介紹環保知識

愛護環境 爭做綠色先鋒

青啤公司自 2015 年 6 月成立環保志願者聯盟以來，已開展了保護水源地、垃圾分類、清潔環境、綠色騎行、健步行等 380 餘項環保活動，吸引了 5,000 餘位環保志願者加入其中，他們用實際行動傳播了綠色環保的理念，帶動了越來越多的人加入到環保隊伍中來，打造了靚麗的環保風景線。



▲ 松江公司員工在環保倡議書展板上簽名



▲ 壽光公司開展“我為環境添點綠”為主題的宣傳活動



▲ 青島啤酒廠與壽光路小學開展環保宣傳日活動



▲ 九江公司開展拾垃圾兌換啤酒活動



▲ 青啤五廠環保志願者們在海灘清理垃圾



▲ 榆林公司環保志願者們參加植樹活動

關愛社會

青島啤酒始終把履行社會責任放在企業發展首位，積極推動各項公益事業的發展，並致力於用行動回報社會。



參與愛心志願服務員工

3000 多名

A large outdoor event, likely a beer festival, is shown. In the foreground, a large, white, 3D 'GTAO' sign stands on a dark blue base. A person in a red shirt and blue jeans is walking past the sign. In the background, a large stage with a complex lighting rig and a curved entrance is visible. The scene is set on a grassy field under a clear sky.

GTAO

倡導理性飲酒 — 我們更關注您的健康

不宜飲酒
人群

- 未成年人不宜飲酒，並進行禁止飲酒教育
- 孕產婦要避免飲酒，母乳餵養不能飲酒
- 駕駛者要杜絕酒後駕車，不乘坐酒後司機駕駛的車輛
- 病人在醫療期間應避免飲酒
- 不要無節制地飲酒，適量飲用，避免空腹飲酒
-

我們的
主張

我們的
行動

- 產品標識“過量飲酒，有害健康”
- 宣傳“開車不飲酒”公益口號
- 開發生產低酒精度、低熱量產品
- 開展倡導理性飲酒知識宣傳
- 公司網站入口設置友情提示
-

健康飲酒
生活



▲ 珠海公司、揭陽公司開展倡導消費者理性飲酒宣傳活動



▲ 在銷售終端張貼公益海報“不向未成年人售酒”



▲ 青啤公司榮獲“最美團隊”榮譽稱號

關愛社會 — 我們在您的身邊

2013年以來，青島啤酒累計捐贈社會公益事業1,338.576萬元，履行了企業的社會公民責任。公司工會建立了愛心志願者團隊服務網絡，在各單位下設小分隊60多支，3,000多名員工參與志願服務，志願者定期參加社會公益活動，如義務獻血、義務社區送溫暖、義務環保、義務捐衣物等。其中義務獻血已經成為員工奉獻愛心的常規活動，獲得中國紅十字會頒發的優秀志願者團隊稱號。

近年來，公司援建的“北川曲山鎮青啤小學及心理援助項目”、“雅

安蘆山鐘靈村震後扶貧改造項目”、“青啤北川娃十年共成長項目”等均受到了社會關注與好評。獲得“中華慈善獎”榮譽稱號；連年獲得省市級愛心企業和助殘企業稱號。2016年青島啤酒愛心團隊獲得青島市“最美團隊”榮譽稱號。

從1996年開始設立“青島大學—青啤獎學金”到現在，青島啤酒獎學金已經在青島大學整整頒發了21年，1,502名品學兼優的青大學子從中受益。



▲ 青島大學—青啤獎學金頒發儀式現場

我們的 志願者服務隊



▲ 青島啤酒廠愛心員工參與暖冬行動，
參加笑姐志願公益組織第 195 次萊西日莊鎮岱墅村送溫暖活動



▲ 太原公司組織開展了“攜手慈善 愛在龍城”慈善一日捐活動



▲ 宿遷公司員工慰問宿城區福利院兒童



▲ 西安漢斯公司慰問兒童村



▲ 廊坊公司慰問福源老年公寓



▲ 洛陽公司為宜陽縣貧困小學學生發放T恤及學習用品

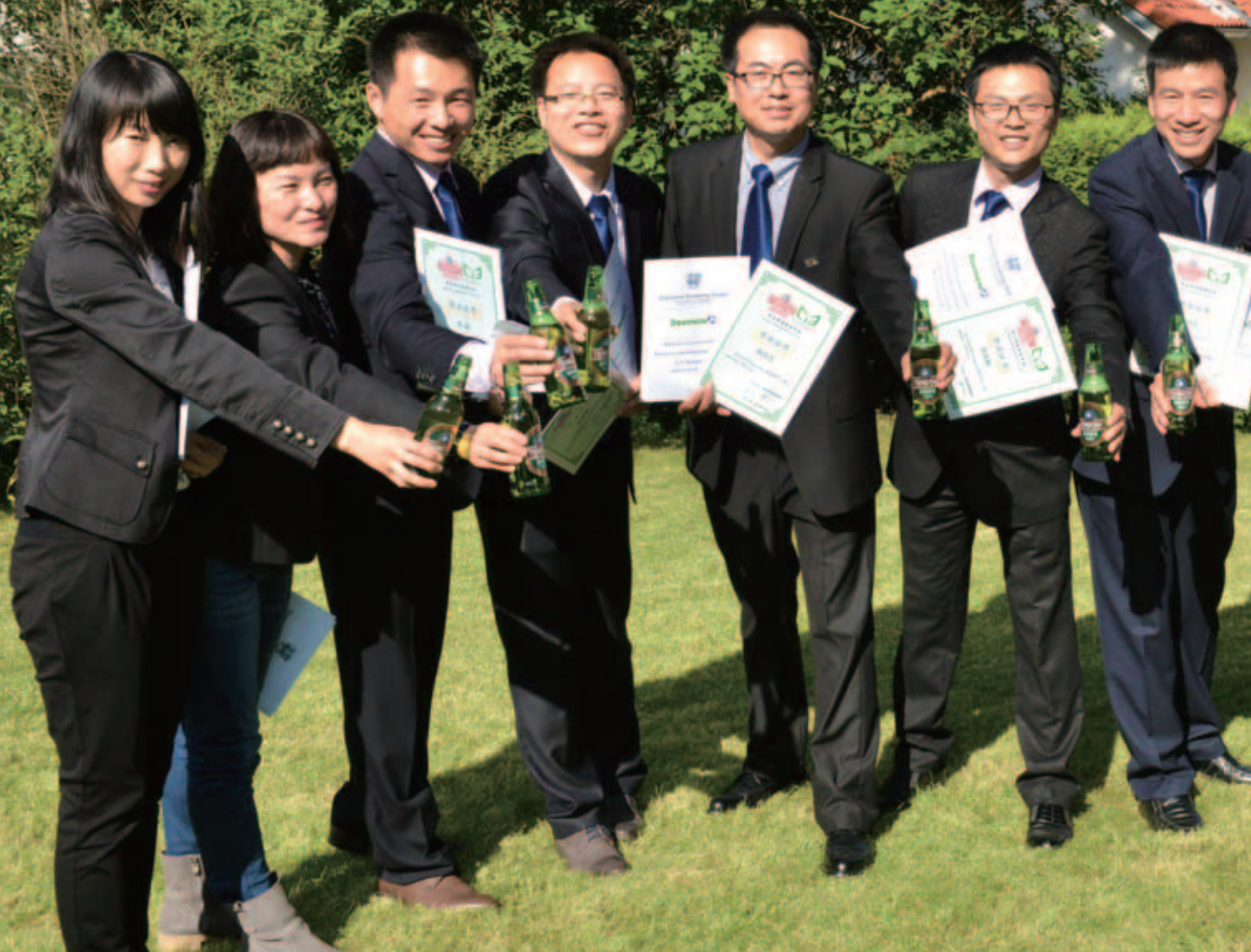


▲ 青啤四廠員工參加無償獻血活動

共創和諧

青島啤酒“以機制激活人力資源”，秉承“合適的人幹合適的事”的人才觀，根據公司的發展和員工的特長來進行“人崗適配”，為其提供豐富的職業培訓和廣闊的發展機會，讓每一位員工快樂工作、快速成長，把青島啤酒的高品質與快樂傳遞給全球消費者。

同時，青島啤酒也不忘以一顆感恩的心對待上下游合作夥伴的鼎力支持，力求與每一位合作夥伴“共盈、共贏、共榮”。



2016年員工關愛
基金救助金

77.19 萬元



青啤公司第二期赴德釀酒師代表

讓員工安全、健康、快樂的工作

2016 年公司繼續以《安全生產法》等法規要求為管理紅線和底線，執行“安全第一，預防為主，綜合治理”的安全方針，積極開展安全管理體系推進工作，2016 年未發生重傷及以上

安全生產責任事故，連續 9 年獲得山東省安全生產先進單位的稱號，同時榮獲山東省安全生產風險管控與隱患排查治理兩個體系建設省級標杆企業。



全面落實 安全管理主體責任

- 層層簽訂目標責任書，安全責任落到班組和個人
- 成立安委會，設立獨立的安全生產管理部門，依法配置安全管理專業人員和註冊安全工程師

引入諮詢，重塑更加科學、完善的 安全管理體系

- 建立了以國際安全評級系統(ISRS)為核心的標準制度、評價系統、管理工具(BBS、JSA)、核心隊伍和監控指標
- 公司所有工廠通過安全標準化三級以上及 OHSAS18001 職業健康安全管理体系認證



▲ 台州公司安全月活動中員工在“我的安全 我做主”橫幅上簽字承諾



▲ 荷澤公司與駐地消防官兵聯合舉行液氨洩露應急救援演練



▲ 員工代表參加安全知識培訓競賽並獲獎

安全投入 優先保障

- 全公司安全方面的投入近億元，用於安全本質化提升和員工勞動防護

強化培訓 提升全員安全意識

- 營造全員安全文化，加強員工安全培訓，特種作業人員持證率 100%

開展風險識別 和隱患治理

- 總部安全審計、工廠互查、總經理周查核、班組長 BBS 觀察相結合

強化 實戰演練

- 建立了綜合預案、專項預案和現場處置方案相結合的應急救援體系，定期組織演練

保障員工權益 關注員工健康

僱傭平等合規

- 在用工方面堅持平等僱傭原則，不因其民族、國籍、性別、宗教、年齡、政治派別、婚姻狀況等社會身份而影響其錄用
- 所有業務均禁止僱傭童工和強迫、強制勞工，不允許有童工在任何工作場所工作；2016年青啤公司未發現任何業務存在僱傭童工或使用強迫或強制勞工的重大風險
- 堅持公開僱傭原則，招聘信息均通過公開渠道進行發佈並進行人員招募
- 2011 - 2016年公司連續六年榮獲“中國年度最佳雇主”稱號

公平合理的薪酬與福利

- 公司嚴格遵守國家和省市相關規定，員工享有帶薪休假、產假病假休息、定期體檢、健康培訓等權益。為員工提供了完善的社會保障與福利體系
- 以業績為考量因素，堅持基於企業成長的員工收入分享機制。員工工資總額與業績聯動，通過優化人員總量與結構，提升人均效率並促進員工收入水平的穩定性、連續性



保障平等權益 加強員工交流

公司嚴格遵守國家法律法規要求，尊重員工權利和意願，通過多項載體加強與員工的溝通交流：

- 每年工會組織召開公司職代會，解答員工提案，切實保障員工的知情權、參與權和監督權；深化廠務公開工作，建設“職工服務站”，持續改善一線員工工作環境，開展職業健康教育，落實企業民主管理
- 借助新媒體，先後開通員工輔導中心和企業文化微信平台、網上管理學院微信移動課堂等，在員工關愛、培訓信息推送、微課程學習、培訓調研、在線考試等方面進行創新
- 搭建“兼職員工溝通輔導員”隊伍，認證工廠累計覆蓋率100%，108名員工輔導員通過認證
- 各單位通過開展豐富多彩的員工文化活動，增強員工之間的凝聚力和向心力

專款支持 關愛員工

- 2016年青啤關愛基金資助困難大病員工23人，救助金額合計771,900元，目前基金累計達2,685,773.09元
- 關愛員工健康，定期組織員工進行體檢；慰問生病、困難、特殊員工及家屬；為一線員工夏日送清涼；發放員工慰問品、慰問金等
- 設立“愛心媽媽小屋”，為孕期、哺乳期女員工提供關愛服務



▲ 職工代表大會 - 投票選舉新一屆工會委員會



▲ 哈爾濱公司組織職工開展愛眼保健活動



▲ 五星公司大病困難員工獲得公司關愛基金幫助

我們幫助員工 快速成長

重視員工培訓，建立完善的培訓與發展制度：

《培訓管理規定》、《兼職培訓師管理規定》、《課程開發管理規定》、《培訓費用管理規定》、《網上管理學院培訓管理規定》、《崗位資格認證管理規定》、《專業職位晉升與激勵管理制度》、《輪崗交流管理辦法》、《人才發展管理流程》等

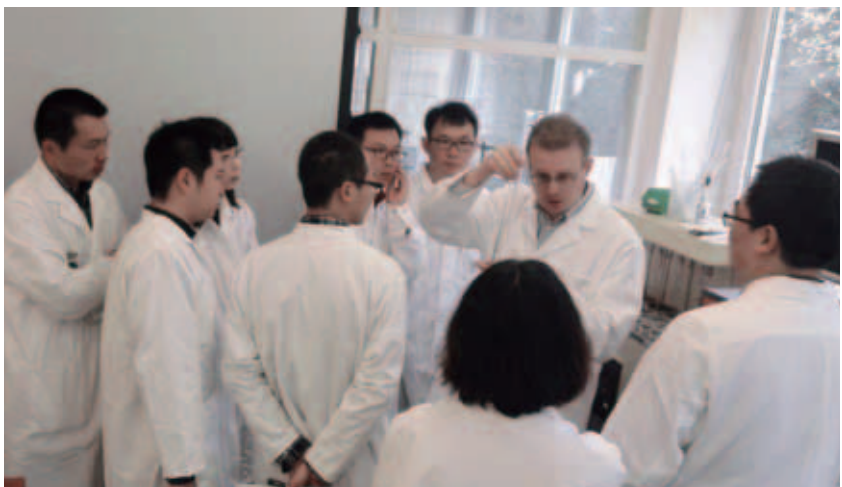


案例

2016年青啤公司開展了第六屆職業技能大賽，參賽人員達到23,000餘人，大賽實行“全國初賽、區域複賽、集中決賽”三級比賽，為一線技能員工搭建了學習、交流及競技的平台，促進了一線員工的技能水平提升。



▲ 青啤二廠開展的TPM培訓學校第二期課程



▲ 青島啤酒-Doemens釀酒師班第二批學員赴德學習



打造多元立體化學習平台

在崗培訓 (OJT)、在線學習 (PC 和手機端)、導師輔導、項目攻關、幫扶指導、技能大賽、外派進修、定制培養等

全覆蓋學習體系

經過多年建設，青啤公司逐步建立起涵蓋經銷商、基層員工、各級管理者、專業技術骨幹等不同專業、不同人群的學習體系



青啤管理學院微信公眾號二維碼



即需即學 即學即用

2016年青島啤酒首屆微課大賽，利用互聯網眾籌新模式，傳承企業內部智慧，構建崗位知識地圖，助力各級人才建設。大賽得到員工的積極響應，共有 2,735 名選手、1,096 項作品參與評選，內容點擊量超過 3 萬人次。

- 打造微課製作隊伍
- 標準操作精準傳播
- 優秀案例隨手製作
- 新鮮知識即時送達



與商業夥伴 共盈、共贏、共榮

案例

● 引領行業向低碳環保的輕量化發展

- 對供應商環保情況進行評估，優先從環保達標新瓶供方採購
- 擴大輕量瓶的使用，降低物流費用、減少資源消耗

● 引領行業新技術應用

不斷推進新產品、新技術、新模式的應用，提升採購質量，降低採購成本，引領行業發展，如

- 率先使用輕量瓶
- 推進紙箱低克重紙的應用
- 行業內首家採用電商平台競價

青島啤酒倡導“合作共贏，義中取利”的供應鏈管理理念，力求與合作夥伴共同實現基業長青。

全力幫助供應商

2016年，我們與供應商夥伴通過科學有效的信息溝通，提供改善雙方質量、服務、管理和成本的機會，同時提高效率、降低能耗，將對環境的影響降到最低，打造了一條綠色的產業鏈。

資金支持

- 資金支持供應商發展，如淡季存瓶、提前支付貨款等，保證供應商安全度過庫存期，保持企業正常運轉
- 通過電子票據平台提高了付款結算及時率，通過財務公司提供票據貼現，緩解供應商資金緊張問題

技術及管理支持

- 對管理水平較弱的供應商安排最佳實踐交流、技術交流、現場技術指導，幫助供應商提升管理水平
- 通過提高質量標準和現場審計嚴格要求供應商改進質量管理水平



案例

● 幫助供應商在環保方面進行改進

排污符合標準

要求麥芽供應商對現有的污水處理設施進行升級改造，改擴建污水處理池，滿足國家環保要求

增加環保投入和技術改進

- 督促啤酒瓶供應商增加環保投入和改進，達標排放，並主動承擔供方企業環保成本增加部分；多家供應商做到了廢水零排放
- 碎玻璃加工工序清洗噴淋水通過污水處理後循環使用；煤氣發生爐水封水通過水泵抽至碎玻璃加工用於噴淋水補充
- 2016年啤酒瓶供應商通過技術創新調整工藝，制瓶速度提高30%以上；淘汰老式空氣壓縮機為新型螺桿機，降低電耗



▲ 與供應商合作共贏

真心扶持經銷商

青島啤酒充分尊重和認可每一位經銷商，我們希望和經銷商朋友一起，在發展的過程中共同成長。

推行經銷商 聯合生意計劃

- 推動廠商協同和戰略經銷商運營能力不斷提升，業務團隊聚焦促進 257 家戰略經銷商提升生意質量，並在經營管理能力、分銷體系建設、終端直供能力和微觀運營能力等方面得到了有效提升。

加強與經銷商的溝通， 開展相關業務培訓

- 召開 2016 年青島啤酒全球經銷商大會組織經銷商參加了主題培訓和“名家講壇”活動。同時對 110 名優秀經銷商進行了表彰鼓勵，有效提高經銷商發展意識，並提振了經銷商的信心和士氣。
- 開展實施經銷商專題培訓組織開展兩期“經銷商共贏班專題培訓”，加強業務團隊與經銷商之間的最佳實踐交流，有效提高經銷商的經營意識和市場專業運作能力。



▲ 與經銷商合作共贏

2016 年榮譽

類別	獎項名稱
品牌、公司形象類	入選2016年BrandZ最具價值中國品牌百強榜
	入選全世界信譽最好的100家公司
	入選2016年（第十三屆）《中國500最具價值品牌》排行榜
	2016年度中國500強企業榜單
	最受讚賞的中國公司（11度榮膺）
	2016最受尊敬企業（13度榮膺）
	“最具競爭力企業”
	入選中華老字號品牌排行榜，位列首位
	2016第十屆中國品牌節華譜獎
	2016食安山東影響中國食品品牌
創新類	榮獲“儀狄獎”—科技創新獎
	企業大數據傳播創新獎
	2016年度中國製造十佳品質評選傑出貢獻獎
資本市場及社會責任類	獲評“上市公司監事會最佳實踐20強”
	入選《上市公司監事會最佳實踐優秀案例》
	第十一屆人民企業社會責任獎“年度海外貢獻獎”
	中國年度最佳雇主100強
	“金箸獎食品標杆企業”

第三方評價

報告評價

2016年，啤酒行業則在出現連續兩年市場萎縮和銷量下降之後，有暫時止跌企穩的跡象，而啤酒業出現階段性增量見頂產銷量回落已有三年，其根本原因是啤酒產品需要優勢文化積澱。此外，啤酒消費市場的結構性調整和變化仍是行業和啤酒企業關注的焦點，行業以及業內重點企業攜手培育啤酒品類優勢文化成為當務之急。

從《青島啤酒股份有限公司2016環境、社會及管治報告》（下稱《報告》）可以看出，青島啤酒作為國際知名的啤酒企業，在堅守品牌戰略和運營定力中積極進行產品創新、渠道創新、組織創新，建立健全食品安全體系；還包括了諸如：堅守工匠精神，倡導綠色釀造，關愛社會，倡導理性飲酒，共創和諧，與員工、合作夥伴共盈、共贏、

共榮等。青島啤酒的可持續發展模式，從經濟、社會、環境各方面將價值鏈夥伴鏈接在一起，得到了國家、行業和社會的廣泛認可，為啤酒行業的可持續發展戰略提供了模板。

青島啤酒多年來始終堅守“人的價值永遠高於物的價值，社會的價值永遠高於企業的價值”，著力實現商業價值與環境價值、社會價值的統一協調發展。企業影響力的提升來自於消費者對產品的喜愛和認可，以人為本，堅持人與自然的和諧，促進經濟持續發展。因此，我們有理由相信，青島啤酒一定會成為中國啤酒行業堅持可持續發展的柱石，成為國家經濟的棟樑和全社會的榜樣，成為展示中國文化、品牌和實力的名片。

報告建議

建議青島啤酒進一步與啤酒業同仁展開廣泛對話與溝通，促進啤酒業良性競爭、提高啤酒聲譽；共同打造“年輕、時尚、激情、健康、安全”的啤酒品類文化；希望青島充分發揮國際化民族品牌優勢，積極參與國際社會公益活動，持續提升中國啤酒行業國際形象和地位。在未來不僅要成為行業的砥柱、市場的巨人和國家的名片，更要成為中國啤酒文化傳播的奠基人。



—— 中國酒業協會啤酒分會

您的反饋

尊敬的讀者，您好！

非常感謝您閱讀了《青島啤酒股份有限公司 2016 年環境、社會及管治報告》。如果您對本報告有任何建議和意見，請您填寫下面的意見反饋表，通過郵寄、傳真或電子郵件發給我們。對於您的寶貴意見，我們致以深深的謝意！

姓名： 單位：
 聯繫電話： 電子郵箱：

您認為哪些章節為您提供了重要信息？

- | | | |
|---|--------------------|--------------------------|
| 1 | “前言”部分 | <input type="checkbox"/> |
| 2 | “113 年只為釀造好啤酒”部分 | <input type="checkbox"/> |
| 3 | “綠色釀造”部分 | <input type="checkbox"/> |
| 4 | “關愛社會”部分 | <input type="checkbox"/> |
| 5 | “共創和諧”部分 | <input type="checkbox"/> |
| 6 | “2016 年榮譽”及第三方評價部分 | <input type="checkbox"/> |



您如何評價本報告？

	好	一般	不好
· 可讀性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· 中肯性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· 排版設計	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· 總體印象	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

請與我們聯繫：

地址：中國山東省青島市市南區香港中路五四廣場青啤大廈公共關係管理總部
266071

電話：0532-85785641

傳真：0532-85720051

電子郵件：

zhutt@tsingtao.com.cn

您對我們下一年度報告的建議？