

2020

環境、社會及管治報告

青島啤酒股份有限公司





關於本報告

報告範圍

本報告是青島啤酒股份有限公司第十三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 60 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，2020 年 1 月 1 日至 2020 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 2020 年。

編製原則

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製指南》、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製。

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（ESG）指引》重要性、量化、一致性原則以及《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）。



目錄

CONTENTS

青島啤酒的可持續發展指標	2
董事長致辭	4
關於我們	6

18 / 117 年
只為釀造好啤酒

26 / 綠色
釀造

38 / 關愛
社會

46 / 和諧
價值鏈

青島啤酒的 可持續發展指標



2020 年，青島啤酒克服疫情帶來的不利影響，以披荊斬棘的奮鬥精神，勇做時代的攀登者，奪取了疫情防控和企業高質量發展「雙勝利」：實現了從產品到場景的延伸、從行業到生態的拓展、從單賽道到多賽道的跨越、從傳統製造業到

經濟責任

公司歷來重視對投資者的回報，自 1993 年上市以來，

累計 24 年現金分紅 **79** 億元。

銷售量 / 萬千升

782

營業收入 / 億元

277.60

歸屬於母公司股東的淨利潤 / 億元

22.01

每股收益 / 元

1.629

工業互聯網的轉型。

青島啤酒將繼續把握可持續發展機遇，用更高層次的創新為消費者創造價值，以更多維度的發展展現責任擔當，創造美好生活。

環境責任

單位產品耗水量同比 2019 年下降

1.4%



單位產品綜合能耗同比 2019 年下降

8.0%



千升折標冷麥汁二氧化碳回收量同比 2019 年提高

1.02%



社會責任

2020 年支持新冠肺炎疫情防控

1081 萬元現金 **303** 萬元物資

員工「關愛基金」救助大病員工

17 人累計 **63** 萬餘元



董事長致辭



2020 年，是青島啤酒頂住疫情壓力，創下業績新高之年；青島啤酒圓滿實現十三五規劃期間各項工作任務，在高質量發展道路上步履穩健，闊步前行。

2021 年，站在「十四五」規劃開局的歷史節點，青島啤酒滿懷信心，開啟高質量發展新征程，將堅定不移地實施「高質量跨越式發展戰略」，持續為消費者、員工、投資者、價值鏈夥伴、社會各界和社會創造更多價值。



開啟高質量發展新征程

堅定高質量方向 可持續發展韌勁更足

2020年初，疫情給啤酒行業帶來了衝擊，線下主要消費渠道突然陷入「休克」。青島啤酒敢出征、快出手、善出招、多出活，打出「線下三板斧」、「線上三重奏」系列創新組合拳，不斷開拓全新營銷模式。以消費者為中心，加大產品研發力度，創新消費場景；遵循綠色、可持續的發展，「投資十箭發」，持續優化存量，佈局增量，多家工廠升級擴建，新舊動能轉換蹄疾步穩；疫情下，邁出機制改革重要一步，14年股權激勵承諾終啟動，與高質量發展目標深度捆綁，實現核心人才與企業利益共享、風險共擔。

我們堅定高質量發展方向，取得了疫情防控和企業高質量發展的「雙勝利」。疫情之下，青島啤酒累計實現產品銷量782.3萬千升，實現營業收入人民幣277.6億元，歸屬於上市公司股東的淨利潤人民幣22億元，刷新歷史記錄。品牌價值達1792.85億元，連續17年蟬聯中國啤酒行業首位。

我們深刻體悟到，堅定高質量發展為主題，企業可持續發展的韌勁更足。

站在新征程的起點，青島啤酒將堅定不移實施「高質量跨越式發展戰略」，追求更加可持續的高質量發展。

為生活創造快樂 讓消費者受益

青島啤酒始終以滿足消費者需求為驅動力。2020年7月，推出「百年之旅」、「琥珀拉格」等系列藝術釀造新品，滿足消費升級需求。2020年12月，推出「北京2022年冬奧會冰雪罐」，融啤酒激情與奧運精神於一體。

2020年，青島啤酒還在全國開出200多家TSINGTAO1903青島啤酒吧，以高端化、特色化、時尚化的產品與消費者互動交流，向先進製造業與現代服務業相融合的新發展之路前進。

我們深刻理解，企業的發展必須牢牢把握消費者的基本需求、準確把握消費者的變化需求、深刻洞察消費者的潛在需求。

我們將持續發揮國家級重點實驗室創新研發實力，以「基礎質量+特色質量」向「魅力質量」躍升為突破口，為消費者創造價值。

發揮「鏈主」新擔當 與產業鏈共同成長

2020年，青島啤酒加速推進工業互聯網平台建設，「整合平台資源實現高質量跨越式發展」戰略砥礪開啟、磅礴發力，不僅帶動企業自身高質量發展，更加快提升產業鏈的現代化水平。

青島啤酒將持續以創新驅動為抓手推動效率變革，以供給側結構性改革為主線推動質量變革，整合平台資源，向產業鏈橫向拓展，縱向延伸，多業態互補發展；加速推進工業互聯網平台建設，推動產業鏈上下游持續轉型升級與健康可持續發展，實現多方共贏。

以責任為使命 為社會創造價值

2020年，我們以責任擔當築牢未來。在全國上下共克時艱抗擊新型冠狀病毒感染肺炎疫情的關鍵時刻，捐贈現金1081萬元和價值303萬元的物資，用於疫情防控工作；開展對口扶貧工作，倡導大眾理性飲酒，關愛環境，設立獎學金，關愛社會，傳遞溫暖。

2021年，站在「十四五」規劃開局之年，在體悟與踐行發展實體經濟、建設製造強國、構建新發展格局等一系列國家戰略的征程中，我們滿懷信心，開啟高質量發展新征程，向著更加綠色、更加美好、更加和諧的未來持續前進。

青島啤酒股份有限公司 董事長



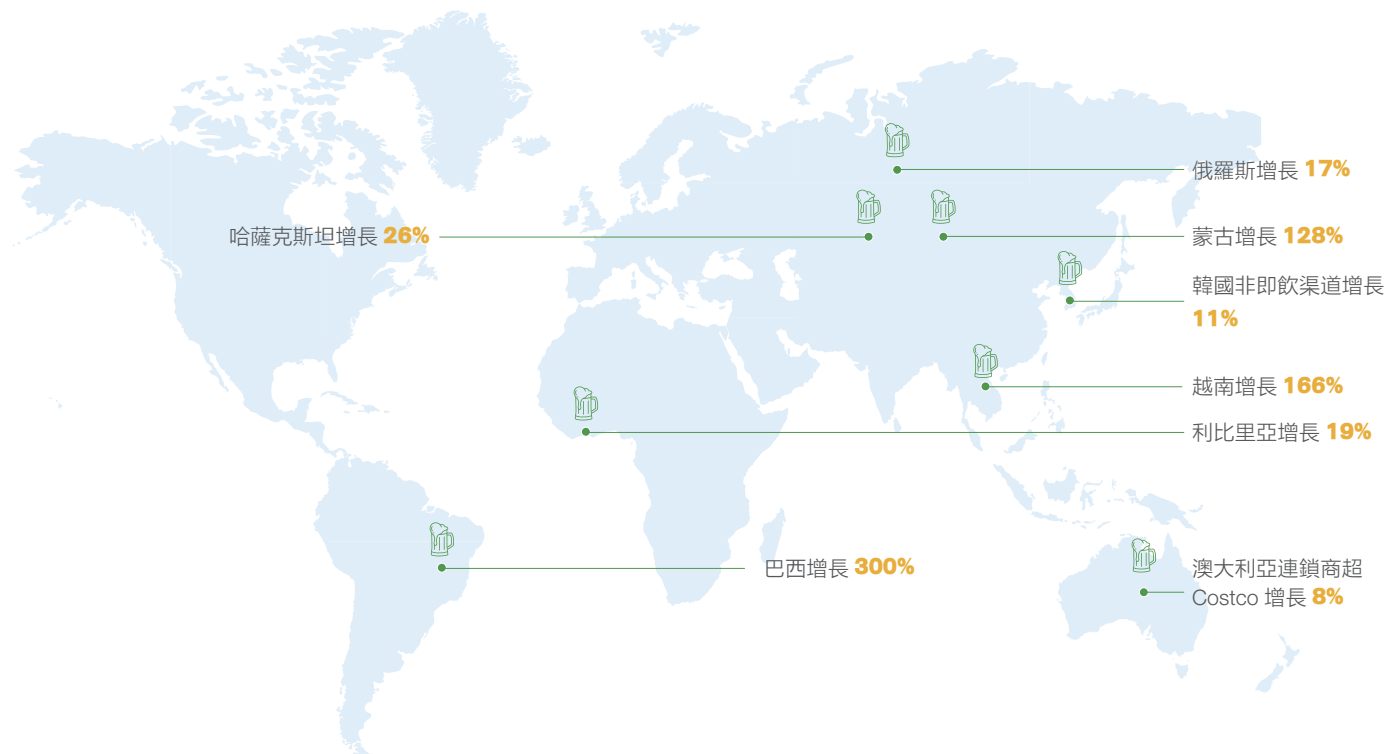
關於我們

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。世界品牌實驗室發佈的2020年「中國500最具價值品牌」排行榜，青島啤酒以1792.85億元的品牌價值，連續17年領軍中國啤酒行業。

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2020年底，公司在全國20個省、直轄市、自治區擁有60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。



FOR POSSIBILITY



青島啤酒作為國際市場上最具知名度的中國啤酒品牌，產品銷售遍佈100多個國家，暢銷美國、加拿大、英國、法國、德國、意大利、澳大利亞、韓國、日本、俄羅斯等地。

2020年，面對海外市場餐飲渠道受到各國疫情管控政策的重大衝擊，根據外部形勢的不斷變化，青島啤酒迅速調整策略，傾斜資源於非即飲渠道的建設與擴張，實現了上合、東盟區域逆勢增長：其中上合區域增長25%、東盟區域增長46%；越南、蒙古、巴西等11個市場銷量翻番。



公司治理

於 2020 年 12 月 31 日，青島啤酒股份有限公司第九屆董事會共有董事 8 人，其中執行董事 3 人，非執行董事 1 人，獨立董事 4 人；第九屆監事會共有監事 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。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，及時、準確披露公司經營狀況和重大事項等信息。

公司高度重視並積極籌劃與推進投資者關係管理工作，在境內外兩地上市的背景下，以國際慣例和兩地上市監管要求相結合，穩步紮實的做好境內外投資者的溝通交流；構建及維護了公司管理層與廣大境內外股東和潛在投資者之間順暢的溝通渠道，樹立及鞏固了公司在資本市場誠信、開放、透明的形象。

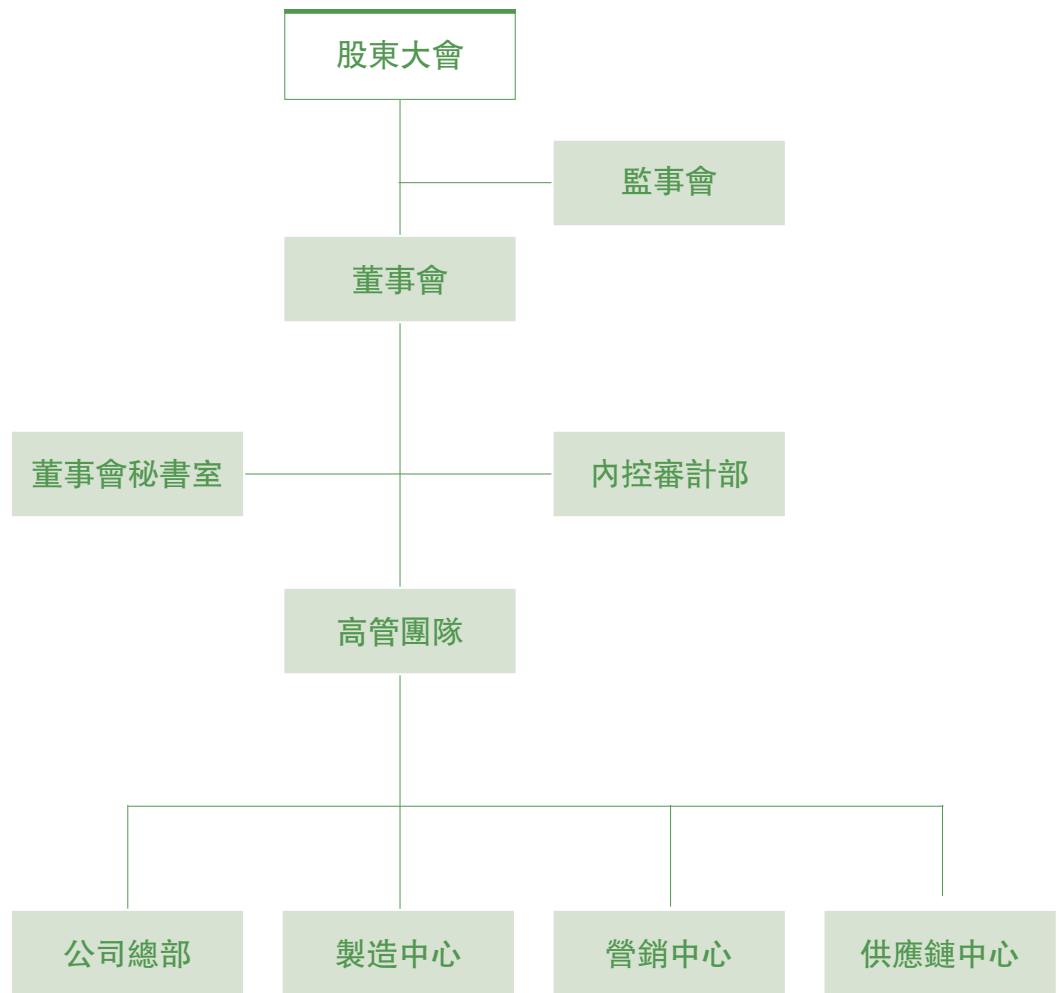
公司加大投資者關係工作力度，讓投資者看得見、看得清。在疫情影響不能進行路演的情況下，加強和境內外投資者的電話會議溝通交流；積極響應參加轄區上市公司投資者教育和保護集體活動，成立了主要高管人員組成的投資者關係工作領導團隊，組織參與公司重大投資者交流活動。

2020 年公司把握時機、及時推出股權激勵計劃，實現了公司上市 27 年以來，在資本市場的重大歷史性突破。

獲得的資本市場榮譽

▶▶ 公司信息披露工作連續七年獲得上交所的認可：持續保持 A 級。

▶▶ 資本市場以及社會各界對青島啤酒投資價值以及公司治理、信息披露、投資者關係等方面工作給予了充分肯定，展現出了企業卓越的可持續發展能力。



風險控制及管理

2020年，突如其來的新冠疫情，給公司的生產經營帶來較大的困難和風險，公司各級組織及時評估疫情給公司生產經營帶來的風險，採取有力應對措施將損失降到最低。

在重點防控疫情、快速恢復生產的同時，公司繼續堅持以風險控制為導向，持續完善內部控制體系。在加強制度體系建設的同時，針對制度和流程在執行上存在的問題，各部門加大審計、查核力度，取得了顯著的效果。

商業道德與合規

公司嚴格遵守和執行黨和國家有關防止賄賂、勒索、欺詐以及洗黑錢方面的法律法規。嚴格執行《中國共產黨廉潔自律準則》《中國共產黨紀律處分條例》以及中華人民共和國《憲法》《監察法》《刑法》，並落實《反不正當競爭法》《關於嚴格禁止利用職務上的便利謀取不正當利益的若干規定》中關於賄賂、勒索、欺詐有關規定，以及《中華人民共和國反洗錢法》關於洗黑錢的有關規定。

- 2020年，制定發佈了《青啤公司落實全面從嚴治黨主體責任清單》《青啤公司領導幹部及員工廉潔從業管理規定》《青啤公司對外業務往來管理規定》，進一步規範權力運行。

- 印發《監督建議函》《厲行勤儉節約倡議書》《公司黨委前置研究討論事項負面清單》，組織黨員領導幹部述責述廉，推動政治監督落到實處。

- 圍繞重點領域、重點崗位、重點人員，做實做細日常監督，巡察6家單位，糾正問題93項，改進管理45項，開展警示教育4次、編寫警示教育課件13部、組織觀看警示教育片3部，推進全面從嚴治黨向基層延伸。

- 對腐敗問題保持零容忍。發佈《主動運用「第一種形態」清單》，抓早抓小，防微杜漸，將問題消滅在萌芽狀態。組織召開「落實全面從嚴治黨主體責任提醒談話」專題會議，圍繞明責、履責、督責等內容對黨員領導幹部進行提醒談話。同時，把握好「三個區分開來」，激勵廣大幹部幹事創業，為公司的健康發展保駕護航。



落實全面從嚴治黨主體責任提醒談話專題會議



全面從嚴治黨述職及述責述廉會議



開展第四輪巡察監督



舉辦第五期紀檢監察幹部業務培訓班

知識產權

公司不斷推出一系列具有鮮明特色、符合市場需求的新產品，同時高度尊重並致力維護知識產權，對新產品進行全方位的知識產權保護。公司嚴格遵守中華人民共和國知識產權相關法律法規，包括但不限於《商標法》、《專利法》、《著作權法》及相關司法解釋等，並持

續關注法律法規修訂更新情況。

2020 年，公司持續推進與整體戰略目標相協調的知識產權管理體系，不斷完善知識產權挖掘和評估工作機制，細化知識產權確權保護工作流程，有效助力公司高質量創新發展。

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

疫情下勇做攀登者

青島啤酒不等不靠、積極進取，打出「線下三板斧」「線上三重奏」等一系列創新組合拳，積極搶佔線上、社群、社區等新興渠道。5天時間上線全國無接觸配送地圖，5天時間在全國發動了10萬個線上分銷員，5天時間在全國多個城市開展社區大酬賓……讓外界感受到了「青啤速度」，實現銷售與社區、銷售與終端消費者的直接互動。



2020年，青島啤酒加大線上營銷力度，藉助「網上超市+官方旗艦店+授權分銷專營店+微信商城」的立體式電商渠道體系搶抓電商消費機遇。通過「直播帶貨」加大品牌傳播與銷售，構建了「頭部網紅直播+腰部網紅直播+明星直播+店鋪自播」相結合的直播帶貨矩陣。

構建高質量發展新高地



2020 年青島啤酒快速啟動實施重點項目建設，以項目帶動企業發展，促進轉型升級：啟動「青島啤酒平度智慧產業示範園 100 萬千升啤酒擴建項目」；啟動「青島啤酒廠智能製造示範工廠擴建升級項目」，建造先進的啤酒智能製造工廠；啟動「青島啤酒西海岸精釀啤酒廠暨時尚花園新建項目」，打造綜合性精釀啤酒主題旅遊目的地。此外，先後在棗莊、德州、荷澤、西安、馬鞍山、郴州、貴陽、昆山等全國各地，啟動了投資新建、搬遷擴建等多個項目，涵蓋了產業集群、智能製造、智慧物流、時尚文旅、高端消費等多個領域，項目總投資超過 30 億元。



獲評全球首家啤酒飲料行業工業互聯網「燈塔工廠」

2021 年 3 月 15 日，世界經濟論壇在瑞士日內瓦宣佈，「全球燈塔網絡」迎來新的成員，具有 110 多年歷史的青島啤酒廠成功入選，成為全球首家啤酒飲料行業工業互聯網「燈塔工廠」。

「燈塔工廠」被稱為「世界上最先進的工廠」，是由達沃斯世界經濟論壇和麥肯錫諮詢公司共同遴選的「數字化製造」和「全球化 4.0」示範者。世界經濟論壇評價認為：鑑於消費者日益需要個性化、差異化和多樣化的啤酒產品，擁有 110 多年歷史的青島啤酒在價值鏈上重新部署了智能化數字技術，以滿足消費者需求，將客戶訂單的交付時間和新產品開發時間降低了 50%。定制化啤酒的份額和營收分別增加了 33% 和 14%。

青島啤酒工業互聯網「燈塔工廠」不僅解決了行業生產週期長、生產預測難等痛點，更填補了啤酒飲料行業的空白，具備了行業引領性，對傳統製造業轉型更有推廣複製的現實意義。



產品升級 更好滿足消費需求

百年之旅

青島啤酒「百年之旅」新品問世，被業界視作青島啤酒呼應高端化、場景化消費升級的標誌性之舉：由青島啤酒國家級釀酒大師領銜的近百人優質研發團隊，經過 2 年研發、52 輪次釀造實驗、900 多輪次專家品評、417 次國家釀酒大師品鑑；無與倫比的琥珀原色，純粹華貴的醇金光澤，填補了國內深色啤酒色彩調控技術空白……這款產品有效滿足了消費者從使用產品到享受生活，從物質滿足到精神愉悅的消費需求。

琥珀拉格

深色拉格啤酒，精選進口大麥及歐洲貴族酒花，具有濃郁的麥香和焦糖香，酒體香醇順爽；優雅的酒花香與酯香無間融合，協調一致；苦感柔和，品味悠長。



冬奧冰雪罐

該系列產品共 15 款，將紛揚的雪點、飛舞雪花等冰雪元素巧妙地與冬季奧林匹克運動會的 15 個官方競技項目結合，靈動表達於罐身，將啤酒的激情與體育的激情完美結合。





國潮罐煥新

青島啤酒 1903 國潮罐煥新，將上海灘上世紀三四十年代明星胡蝶為原型而設計的「復古女郎」畫面「請」上罐身，復刻了當時時髦女郎喝青島啤酒的場景，把當時最時髦的潮流穿越時空帶到了現代，引領了中國「潮」再度升級。



青島純生煥新

青島啤酒官宣華晨宇為青島純生代言人，同時推出青島純生「因樂而生」為主題的全新包裝產品，貼合電音的潮流酷感，是一款集音樂屬性與潮流屬性兼具的啤酒。

夜貓子啤酒

緊貼年輕消費者，跨界合作全球著名時尚 IP 品牌，與 KARL LAGERFELD 品牌以「繆斯」作為核心概念，將時尚文化注入到產品中，為年輕人打破固有邊界、開拓想像，更多元地享受潮流生活，更勇敢地表達自己，塑造了青島啤酒潮流、時尚、年輕化的百年國潮品牌形象。

同時青島啤酒還推出夜貓子潮晚店，成為年輕人新的潮玩聚集地，是一個沉浸式體驗的時尚場景，集結了大批年輕潮人一次又一次的靈感碰撞。



打造沉浸式消費體驗



助力北京 2022 年 冬奧會

2020 年 12 月 18 日，「來我們主場，乾杯世界」——青島啤酒北京 2022 年冬奧會營銷戰略發佈會在張家口雲頂滑雪場舉行。會上，青島啤酒首發冬奧主題形象片，推出青島啤酒冬奧冰雪罐，全面助力北京 2022 年冬奧會。

打造啤酒節城市 IP

從 1991 年舉辦第一屆青島國際啤酒節，青島國際啤酒節已是「三十而立」。作為極具特色的節慶生態，青島啤酒節從青島走向全國，從海內潮湧海外，紮根於每一座城市。2020 年青島啤酒節從山東半島到遼東半島鞍山、營口；從西北的甘肅定西、平涼，陝西延安、寶雞，到天府之國四川成都；從黃河之濱山西太原、運城、大同、長治，到京津走廊明珠河北廊坊；從內蒙古呼倫貝爾大草原到浙江建德、江西武功山高原草甸……以酒為媒，形成商貿、旅遊、文化、產業深度互動，成為拉動區域經濟發展的活力 IP。



開設 200 多家青島啤酒吧

2020 年，青島啤酒在全國開設了 200 多家 TSINGTAO1903 青島啤酒吧，實現了由傳統製造業和現代服務業的有機融合、有效延伸，為人們實現美好生活創造了更多打開方式。



作為中國連鎖啤酒吧的開拓者和領跑者，「TSINGTAO1903 青島啤酒吧」成為青島啤酒著力打造的時尚品牌。家門口的一間「TSINGTAO1903 青島啤酒吧」，打通與消費者的「最後一公里」，以消費者體驗為中心，注重消費的環境、便利、舒適度體驗，在不斷提升產品新鮮度的前提下，開展多維度特色體驗活動，引領啤酒時尚消費新模式。目前已覆蓋北京、上海、深圳、珠海、西安、大連、濟南、廈門、長沙、哈爾濱等 60 多座城市，延伸當地時尚經濟產業鏈，助力夜經濟建設、繁榮夜間消費。



117 年

只為釀造好啤酒



360 度
全價值鏈質量管理

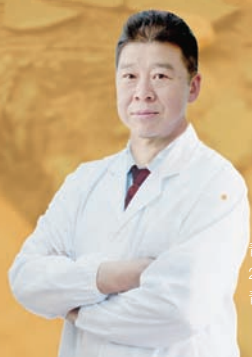


1800 多個
質量檢測點



青島啤酒資深釀酒師
2020 年度最佳產品質量獎
青島啤酒廠總釀酒師

張沛



青島啤酒資深釀酒師
2020 年度最佳產品質量獎
青島啤酒二廠總釀酒師

梁剛



青島啤酒資深釀酒師
生產技術管理總部技術總監

鄭敏



青島啤酒資深釀酒師
2020 年度最佳產品質量獎
青島啤酒（廈門）有限公司總釀酒師

甘水洋



魅力質量引領消費升級



青島啤酒高級釀酒師
生產技術管理總部技術總監
劉廣豐

作為行業領導者，青島啤酒積極主動引領中國啤酒行業高質量發展，推動供給側結構性改革，所獨創的「三疊加三解碼」質量管理模式榮膺中國質量管理獎提名獎。在產品質量上，公司以啤酒市場的高端化、多元化、特色化消費升級需求為導向，釀造具有「基礎質量 + 特色質量 + 魅力質量」的差異化產品，持續優化產品結構升級，加快向聽裝酒和精釀產品為代表的高附加值產品轉型升級，保持了在國內啤酒中高端產品市場的競爭優勢。



青島啤酒高級釀酒師
生產技術管理總部技術總監
王可欣

青島啤酒始終將品評作為質量改進的驅動力，品評人員不斷提升自身的技能素養，拓展專業知識，在2020年度國家啤酒評酒委員評聘選拔活動中，青島啤酒共被評聘國家評委42名（其中國家終生榮譽評委8名，啤酒評委督導員1名，啤酒評委品評員33名），佔國家啤酒評酒委員總數的42%，持續居於行業領先水平。



貫穿整個供應鏈的產品管理

食品安全方針

青島啤酒嚴格遵守國家及地方的法律法規要求，如：《中華人民共和國食品安全法》、《中華人民共和國食品安全法實施條例》、《產品質量法》、《食品生產許可管理辦法》、《食品經營許可管理辦法》、《食品安全抽樣檢驗管理辦法》等，嚴格遵守國家各項食品安全標準要求，第一時間將國家相關的食品安全標準要求落實到公司內控標準，確保產品指標、生產衛生規範等均符合國家法律法規及食品安全國家標準要求。青島啤酒的使命是「釀造消費者喜好的啤酒」。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。



青島啤酒高級釀酒師
2020 年度最佳產品質量獎
青島啤酒三廠總釀酒師

殷燕

食品安全戰略管理

青島啤酒運用 HACCP、TACCP、VACCP 等先進的食品安全管理體系，建立了覆蓋產品全生命週期的食品安全管理體系，把食品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，強化落實食品安全主體責任落實、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。

創新食品安全管理

青島啤酒堅守「築牢舌尖上的安全堤壩」的質量安全管理理念，實施全供應鏈的質量管理，建立了從源頭物料、生產過程及物流銷售等產品全生命週期的食品安全管理制度，涵蓋 GMP、生產過程危害分析、食品安全防護管理等 30 多個管理流程。實施食品安全紅黃牌制度，推進食品安全清單式管理，落實食品安全主體責任，促進公司高質量跨越式發展。



青島啤酒高級釀酒師
青島啤酒四廠總釀酒師

丁堅

對標國際食品安全標準實施管控：

- 將食品安全監控標準的範圍拓展到歐美、日韓等國際先進國家和地區
- 建立風險物質檢測方法數據庫並使之達到國際先進水平，對啤酒及主要釀造原料進行風險篩查並實施管控

1

源頭嚴防：

建立嚴格的供方質量資格管理，實施嚴密的物料風險監測，切實把好質量第一道關

多維度的供方質量管理

嚴格按照公司供方質量管理流程實施供方准入管理，對於在資質管理、產品監控、現場審計方面出現問題的供方實行「一票否決」機制

嚴密的監控體系

搭建啤酒食品安全監測平台，制定嚴格的抽樣流程，實施第三方獨立抽樣檢測確認制度，遵循產品和物料監測全覆蓋的監控原則，實施靶向性的風險管控，對識別出的風險物料加大監控頻次



2020 年度最佳產品質量獎
煙台啤酒青島朝日有限公司
總釀酒師

賈波蘭



2020 年度最佳產品質量獎
青島啤酒上海松江製造有限公司
總釀酒師

許永

2

過程嚴管：

所有工廠建立標準化的質量管理體系和模式，有效把關，保證質量和食品安全；建立起質量監控體系，按照原料 - 生產 - 物流 - 終端的順序，實施產品全生命週期的質量把關

完善管理紅線，升級評價管理系統

制定了《釀造輔助材料及加工助劑最低檢驗頻次》等標準文件並嚴格執行，對每批進廠的原輔料逐批檢驗驗收，產品合格後，方可進入生產環節

制定了半成品、成品內控標準，建立了 433 項檢驗 SOP (標準化操作規程)，按照《青島啤酒最低檢驗頻次》及 SOP 對生產過程半成品和成品進行檢驗把關；對每批出廠產品，依據產品執行標準，逐批檢驗，合格後方可出廠銷售

遵循質控「六統一」原則

質控體系遵循「人員、管理、檢測方法、儀器、數據系統、質控評價」的「六統一」；在確保質控工作符合性前提下，推進原輔材料前置管理、優化高效檢驗方法、提高一線自主把關能力、培養質控人員一崗多能，進一步打造高效的質控把關系統，提升 QA 把關效率，持續開展嚴苛縝密的質量把關，確保產品質量

建立嚴格有效的全過程品評把關體系

行業首家建立了完善的三級品評體系，聚焦重點，加強原料、生產、物流、終端全過程品評管控；持續加強源頭、系統品評風險管控，助力一線工廠提升品評能力，培養高技能品評隊伍，推動產品質量持續改進

拓展品類及銷售渠道產品監控監測

關注特殊包裝、特殊物流形式的監控。拓展對新產品市場表現顧客反饋的持續跟進，優化終端產品的質量管理。建立專項監控模式，針對焦點問題、風險項目制定專項計劃深入嚴查，防範質量風險。

青島啤酒對市場銷售不安全產品，依據國家發佈的《食品召回管理辦法》實施召回，2020 年青啤公司未出現已售或已運送產品總數中因安全與健康問題而被召回的現象及產品。



數字化讓新品研發更精準

▶ 在產品創新上，青島啤酒依託釀酒行業唯一的啤酒生物發酵工程國家重點實驗室，聚合全球優質人才以及新工藝、新技術，加快產品研發上市速度，引領行業發展。

▶ 2020年7月16日，申報項目《麥芽澱粉酶調控關鍵技術的研究與應用》榮獲2019年度「中國酒業協會科學技術發明獎」二等獎。9月，申報項目《上面發酵白啤酒釀造關鍵技術的研究與應用》榮獲青島市科技進步一等獎。11月18日，青島啤酒博士後工作站選送項目《「苦爽回甘」皮爾森啤酒的開發及產業化》從來自全球880個項目的激烈競爭中脫穎而出，榮獲2020年博士後創新創業成果大賽金獎，是大賽僅有的兩個金獎之一。

▶ 公司推出的系列新產品斬獲國內外大獎。2020年6月，琥珀拉格啤酒榮獲2019年中國酒業協會新品類啤酒「青酌獎」。10月，在2020中國國際啤酒挑戰賽中，青島啤酒1903榮獲天祿四星獎，青島啤酒白啤榮獲天祿一星獎。



2020年度最佳產品質量獎
時任青島啤酒（珠海）有限公司
總釀酒師

李焱竇

360 度全價值鏈 匠心釀造「中國質」

青島啤酒提出「360 度全價值鏈」管理，建立全員質量管理理念和管理體系。在青啤人看來，質量控制要向產品的上下游進行延伸，建立從設計研發、原料採購、生產製造、包裝物流到產品銷售的全員質量管理理念和管理體系，從而提高質量管理的系統性和全面性。



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，從產地的選取、品種選擇、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，現場取樣，委託第三方進行大米全項檢測；對供應商進行全覆蓋的現場查核；對種植基地土壤、水、空氣等環境以及生長全程進行監控，確保食品安全

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

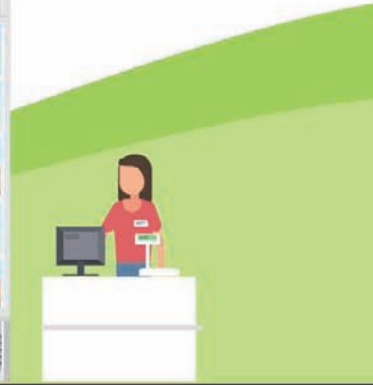
- 對經銷商倉庫產品外包裝質量現場查核
- 持續完善產品外包裝評價體系，增加 BSC 考核指標
- 在每批灌裝啤酒前最後一道管路清潔工序要用啤酒沖洗，防止之前清洗管路的殘水進入成品酒液

智慧供應鏈管理及配送

- 提高從上游採購到下游終端配送整個產業鏈和供應鏈的現代化水平，打造端到端一體化供應鏈，實現訂單的可視化及信息共享
- 通過「三化四統一」，「三化」即：訂單下達便捷化、生產排程精準化、物流配送準時化。「四統一」即：統一訂單提報、統一訂單管理、統一生產排程、統一物流配送，保證了產品的新鮮度



每一瓶青島啤酒，都經過 1800 多道質量檢測點，一粒大麥、一顆酒花、甚至一滴水都在青啤人的手中呵護、優選。質量的堅守，匠心的傳承，為青島啤酒 117 年來的可持續發展提供了源源不斷的內生動力。



領先、完善的服務體系

- 一體化垂直管理的客服管理體系，奉行「四個統一、一個滿意」，即：統一管理、統一標準、統一服務、統一理賠和用戶滿意的宗旨
- 實施「六化管理」：管理體系化、工作制度化、賠償標準化、服務專業化、行動軍事化、貫穿人情化的管理模式
- 利用先進信息管理系統，建立便捷的消費者溝通渠道，有效提高客服工作效率及服務質量
- 建立以客戶服務中心、一線業務單位、經銷商大客戶有機關聯的三級客服網絡，三方快速協同解決，實現「服務無縫隙」對接
- 青島啤酒高度重視信息管理、消費者隱私保護，持續完善市場信息保護機制，公司要求相關工作人員遵守國家保密法律法規與《青啤公司保密制度》，並在勞動合同中特別約定保密條款。避免市場信息洩露與丟失，履行保密義務，保障信息安全

雄厚的研發實力

- 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
- 2020 年，新產品上市 22 款、儲備產品 33 款；開展 24 項提高質量、新工藝、新技術、新包裝研究
- 主持參與國家標準 2 項：《啤酒大麥》、《啤酒麥芽》；正式發佈牽頭制定團體標準 2 項：《白啤酒》、《原漿啤酒》；制定企業標準 4 項；建立並發佈公司技術標準 365 項
- 申請發明專利 30 項、授權發明專利 24 項；發表論文 13 篇，其中 SCI 論文 6 篇



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」為環保願景，以「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共處」為環保使命，將環境保護、低碳管理、循環經濟作為本公司發展戰略和實現可持續發展的重要組成部分。



做啤酒行業

近3年

2020年同比變幅

淘汰燃煤鍋爐

7家工廠

完成燃氣鍋爐低氮改造

18家工廠

使用外購蒸汽或天然氣

96.6%工廠

二氧化硫排放總量

同比降低 51%

氮氧化物排放總量

同比降低 36%

溫室氣體排放總量

同比降低 8.2%



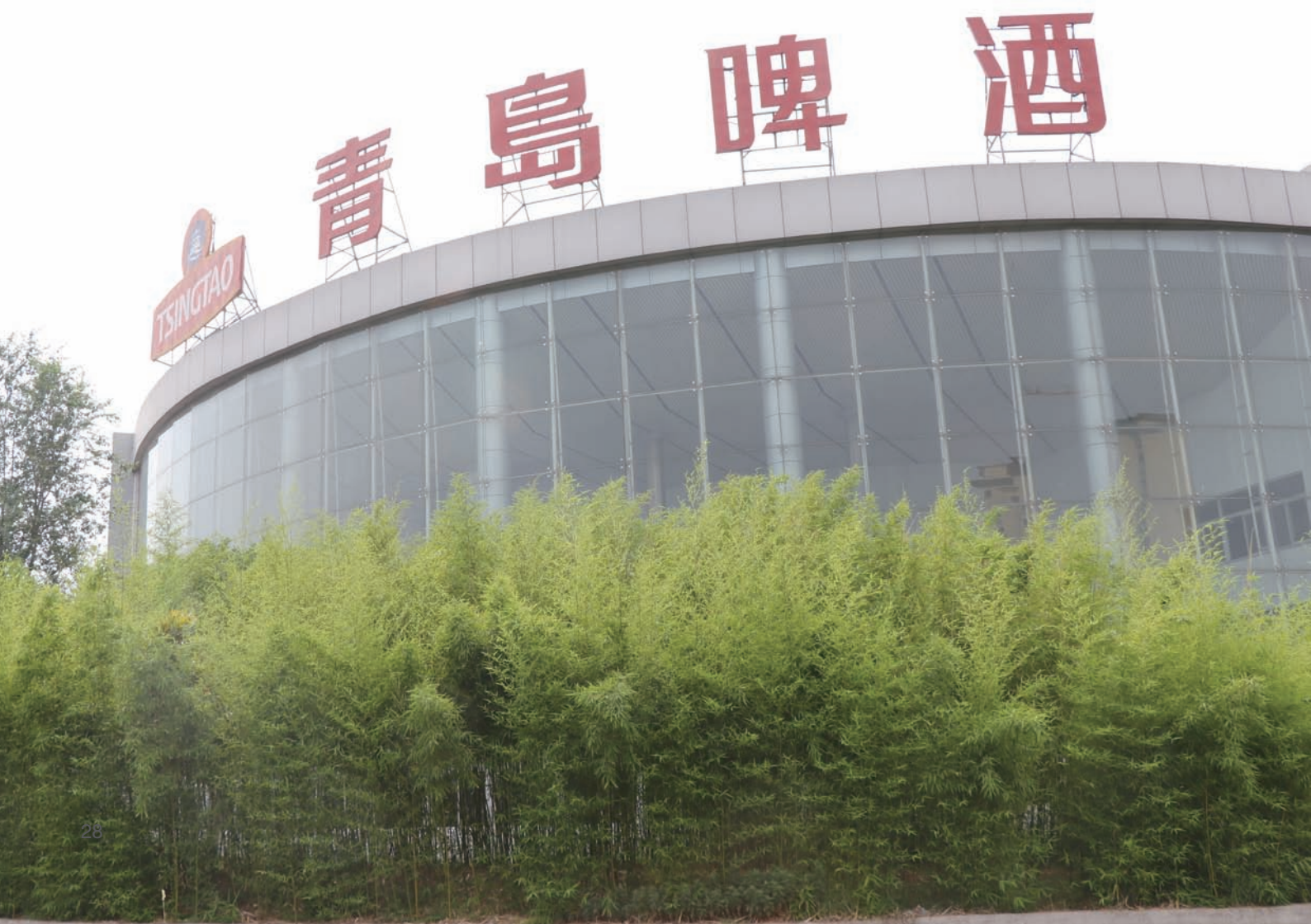
啤酒四厂
环保志愿者组织

绿色发展的楷模

優化管理

報告年度內，本公司嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國水污染防治法》、《中華人民共和國大氣污染防治法》、《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》、《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等所有對本公司有重大影響的環境相關法律法規。公司嚴格監控生產過程中環保設施運行情況及污染物排放情況，確保污染物穩定達標排放，環保績效持續提升。

公司設置了獨立的安全環保管理部門，實行環保工作專職管理，工廠環保人員內部持證上崗。公司修訂完善了各項環保管理制度，發佈了相關環保技術標準，圍繞公司年度目標和工作方針，在全公司範圍內系統排查管理風險，迅速落地環保管理要求，推進落實環保目標責任制和考核機制。





2020 年公司環保技改投入

4300 萬元

作為食品生產企業，青島啤酒在新建工廠項目選址時，嚴格遵守 GB14881《食品安全國家標準 食品生產通用衛生規範》選址條款要求，本著為環境、社會負責任的態度，積極響應新建工廠當地政府的安全環保政策，我們會對工廠周邊的水源水質、生態環境、社區環境進行了充分的調研並將調研結果作為新建工廠選址的重要評價指標。在新建工廠的配套基建中，青島啤酒充分考慮到啤酒生產過程中的廢棄物所帶來的環境影響，我們會採取對社會最有利措施積極應對，將廢棄物的影響降至最低。

2020 年公司環保技改投入 4300 萬元。7 家工廠獲得國家及省市環保榮譽，其中二廠、寶雞獲得國家第五批綠色工廠榮譽稱號。2021 年將在西安、棗莊公司搬遷新建項目上，實施光伏發電、熱能中心、水綜合利用、雨水收集利用、二級製冷、CO₂ 循環利用、水處理脫碳工藝及超濾系統等項目，實現綜合能耗的行業領先。



用水、污水和水資源管理

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。青島啤酒嚴格執行《中華人民共和國水污染防治法》等廢水相關法規要求，合規安裝廢水在線監測設備，每年委託有資質的第三方進行比對和監測，確保滿足國家及地方排放標準。

- 公司強化廢水源頭管控，2020 年修訂發佈《污水源頭控制準則》，借鑑 LEC 法，從衝擊概率、預防的可能性、嚴重程度、修復難度四個維度評估源頭物質影響程度，對源頭物質分級管理，並制定管控措施。針對工廠污水運行應急處理案例進行總結提煉，建立異常應急處置方案，確保污水穩定運行。

- 修訂發佈《污水處理內控標準》、《污水處理調節池運行準則》，優化污水關鍵工序過程參數，更利於提高厭氧污泥活性生長，提升厭氧去除率。



寶雞公司廢水經深度處理後進入廠內濕地，打造花園式污水處理站



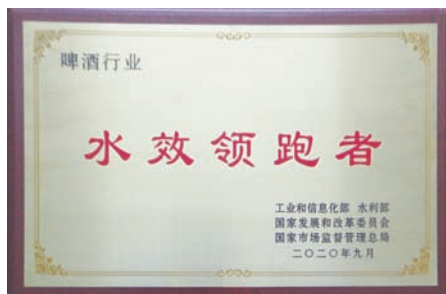
揭陽工廠污水深度處理 MST-EMB 超高速離子氣浮

加嚴污水過程管控，每週分析 MES 系統所有工廠污水運行數據，緊盯變化趨勢，所有工廠廢水全部達標排放。新增厭氧污泥活性跟蹤，收集工廠基礎數據，橫向比對分析。針對疫情期間工廠污水運行情況，發佈工廠復工污水運行重點關注事項，指導工廠污水順利啟動。試點應用 MST-EMB 超高速離子氣浮、好氧旋混曝氣器等新設備、新技術，改善、優化污水運行工藝。

- 識別水污染源在線監測系統 4 項新技術標準，梳理 51 條變化點，邀請生態環境部門專家進行全公司視頻培訓；與設備廠家溝通在線設備符合新規範的解決方案（軟件升級、增加外置質控單元、逐步淘汰舊設備），建立《廢水在線站房標準化管理模板》，推進廢水在線監測站房設備設施合規。

用水量數據					
	單位	2018年	2019年	2020年	2020年同比變幅
用水量	千立方米	30613	30266	28309	-6.5%
啤酒生產單位產品耗水量	立方米 / 千升產量	3.86	3.74	3.69	-1.4%

廢水排放物種類及相關排放數據					
	單位	2018年	2019年	2020年	2020年同比變幅
化學需氧量 (COD, 排入自然水體)	噸	81	64	64	0%
化學需氧量 (COD, 合計)	噸	1056	1025	937	-9%
氨氮 (排入自然水體)	噸	2	2	2	0%
氨氮 (合計)	噸	108	107	91	-15%



2020年青島啤酒二廠、寶雞公司被授予以第五批國家級綠色工廠榮譽；同時，寶雞公司還獲啤酒行業「水效領跑者」、陝西省「綠色工廠」、啤酒行業「省級節水標桿」等殊榮

甘肅公司獲甘肅省工業企業環境保護標準化A級殊榮

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。青島啤酒遵照《中華人民共和國節約能源法》、《中華人民共和國水法》等相關法律法規，制定內部《能源管理制度》、《生產統計管理制度》及相關運行標準，持續推進節能項目改造和節能新技術的應用。2020年，通過完善能源管理制度、優化設備配置、細化過程管理，取得了顯著的節能效果。

節能新技術應用

新增 4 家工廠應用煮沸新工藝，降低蒸汽消耗

新增 3 家工廠應用釀造新技術，降低水、電、蒸汽消耗

節能項目推廣

10 家工廠實施新增小型空壓機、用電控制系統、設備更新購置等節電項目。3 家工廠實施更新加熱設備、熱能平衡利用等節汽項目。5 家工廠完善二氧化碳回收設備配置，提高回收效率。

細化過程管理

建立能源報表分析系統，實現分工序能耗數據的圖表化展示，更全面的反應能耗數據異常變化與管理薄弱環節，以實施針對性改進。

持續推進節能項目的實施，細化運行參數，提高運行效果。18 家工廠優化制水冷熱平衡，實現電耗、汽耗的雙降低，節能效果顯著。

能源使用種類及消耗

能源使用	單位	2018年	2019年	2020年	2020年同比變幅
煤炭	萬噸標準煤	4.24	2.95	2.75	-6.9%
耗電量	千萬千瓦時	52.17	52.08	49.41	-5.1%
天然氣	千萬標準立方	9.43	9.84	8.92	-9.4%
生物質燃料	千噸	0.6	0.0	0.0	0
熱力消耗	十億千焦耳	3826	3857	3082	-20.1%
啤酒生產單位產品綜合能耗	每千升產量標準煤	0.044	0.042	0.039	-8.0%



案例

青島啤酒棗莊公司（在建中）建成後將成為國內啤酒行業的智能化示範基地，設備配置最先進，智能化程度最高的工廠，實現人均效率和綜合能耗的行業領先，實施光伏項目、熱能中心項目，水處理採用脫碳工藝及超濾系統等。

利用包裝車間、成品庫屋頂建設分佈式光伏發電系統 2.0MW，年均發電量 220 萬 kWh；水處理採用加酸脫碳工藝，減少 RO 水生產量 40m³/h，節約 20% 的濃水排放；水處理採用超濾系統，多介質罐、碳罐正反洗水進行回收再利用每年可節約大約 90000m³ 水；濃水用於酒機真空泵循環用水；全廠選用一級能效（IE4）節能電機，較以往配置節省約 5%。



案例

青島啤酒西安公司（搬遷在建）為了解決西安水資源緊張的問題，在建設時候考慮採用中水裝置，滿足全廠綠化及沖廁用水，預計年回收 2 萬立方；反滲透系統調整為三級反滲透，年可回收 3 萬立方。在用電方面，主要是製冷系統採用分段降溫，提高系統的製冷效率，可節電 10% 以上；通過加大冷媒罐和冰水罐容積，可在谷時製備，降低電的成本；空壓系統採用雙級壓縮機，相較於原來傳統壓縮機，可節能 15% 以上。

污染物減排及應對氣候變化

青島啤酒本年度根據《排污單位自行監測技術指南酒、飲料製造》的要求，重新修訂了環保檢測的指標和頻次；規範第三方委託檢測單位，制定了委託檢測協議標準模板，全公司推廣使用；統一規範了委託第三方檢測單位的檢測方法，優先使用國標方法進行檢測。定期通過遠程查核各工廠環保檢測報告，每年對所有生產工廠現場查核環保設施運行狀況、驗證在線監測設備監測數據。啤酒行業排污許可證 2020 年正式開始實施，青島啤酒所有工廠均取得新版排污許可證，做到持證排污、依證排污。公司每季度跟蹤各工廠排污許可證執行情況，確保各工廠及時準確按要求進行公示。

廢氣管理

青島啤酒嚴格執行《中華人民共和國大氣污染防治法》等廢氣相關法規要求，合規安裝煙氣在線監測設備，每年委託有資質的第三方進行比對和月度監測，確保滿足國家及地方排放標準。

本公司大力推進煤改氣使用清潔能源，本年度 2 家工廠淘汰燃煤鍋爐，現已在 36 家工廠推廣使用燃氣鍋爐，20 家工廠安裝沼氣鍋爐，減少溫室氣體排放。

本年度發佈《燃氣鍋爐低氮運行方案》，從日常巡檢、定期維護、手工監測關注事項、在線監測關注事項 4 個方面進行全面管控，確保燃氣鍋爐工廠月度手工監測穩定達標，在線監測時時達標。聚焦重污染天氣響應和廢氣排放口規範化，推廣應用《重污染天氣響應標準化流程及檔案管理要求》和《廢氣排放口規範化圖例》，確保滿足法規要求。

廢氣排放物種類及相關排放數據

	單位	2018 年	2019 年	2020 年	2020 年同比變幅
二氧化硫 (SO ₂)	噸	39	37	18	-51%
氮氧化物 (NO _x)	噸	219	199	128	-36%



福州工廠煤改氣



揭陽工廠煤改氣

溫室氣體管理

青島啤酒積極響應國家應對氣候變化舉措，高度重視碳管理，有效管理溫室氣體排放。邀請有資質的第三方公司，每年開展全公司企業溫室氣體盤查，摸清全公司溫室氣體排放數據，形成青啤公司《碳管理建議書》，建立青啤公司溫室氣體清單量化模型。

為了確保全公司溫室氣體排放數據持續削減，各工廠設置單位產品溫室氣體排放目標，制定了一系列節能降耗舉措，「一廠一策」持續降低各項能源消耗。每月監控生產過程中的能源消耗及溫室氣體排放數據，以計算整個生

產過程中企業產生的溫室氣體排放，並採取相應的措施降低排放，如使用清潔能源、沼氣回收、餘熱利用等。青島啤酒溫室氣體排放來源主要是用電、用熱產生的間接能源排放。通過能源管理，持續降低能源消耗。

為了減少生產過程碳排放，公司對發酵過程產生的二氧化碳進行收集淨化，再用於生產所需，既做到了循環利用，又減少了溫室氣體排放。2018-2020 年回收的二氧化碳，以一棵 30 年冷杉樹年吸收二氧化碳 111 千克計算，相當於種植了 366 萬棵 30 年樹齡的冷杉樹。

溫室氣體排放總量及密度

溫室氣體總量	單位	2019 年	2020 年	2020 年同比變幅
總排放量	噸二氧化碳當量	927797	851407	-8.2%
範圍 1	噸二氧化碳當量	310871	264024	-15.1%
範圍 2	噸二氧化碳當量	616926	587383	-4.8%
總排放密度	千克二氧化碳當量 / 千升產量	120.15	115.57	-3.8%
排放密度 (範圍 1)	千克二氧化碳當量 / 千升產量	40.26	35.84	-11.0%
排放密度 (範圍 2)	千克二氧化碳當量 / 千升產量	79.89	79.73	-0.2%

環保培訓

青島啤酒高度重視環保隊伍培養，所有環保從業人員均持證上崗，通過定期邀請環保部門專家進行專業培訓，組織實施環保技能大賽，甄選環保專家人才，持續提升從業人員技能和工廠環保管理績效。

青島啤酒秉持以賽事推動技能人才培養的宗旨，本年度舉辦第八屆廢水處理工職業技能大賽，廢水處理工技能大賽採用的是模擬实操形式，考試內容借鑑了國家第一屆職業技能大賽「水處理技術」項目的考試科目，並結合工廠實際運行中遇到的常見問題和污泥減量化的目標，以及最新的廢水在線運維法律法規要求，提升了工廠人員解決實際問題的能力。



公司組織溫室氣體盤查視頻培訓

廢棄物及包裝品、物料消耗

青島啤酒秉承「減量化、再利用、資源化」的循環經濟 3R 原則，針對國家新頒佈的《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》要求，重新修訂完善了公司固廢管理制度，增加了固廢跨省轉移備案要求，關注固廢處置可追溯性，不斷深化固廢減量工作；2020 年積極識別國家危廢名錄，危廢較 2019 年減少 12%，且所有危廢委託有資質單位進行合法合規處置。通過不斷減少污泥產生量、開展垃圾分類等措施，無害廢物較 2019 年降低 6%。



2020 年積極識別
國家危廢名錄，
危廢較 2019 年減少

12%



通過不斷減少污泥產生量、
開展垃圾分類等措施，
無害廢物較 2019 年降低

6%

產生的可利用廢棄物及回收

單位	2018 年			2019 年			2020 年			2020 年 同比變幅	
	產生量	回收量	回收率	產生量	回收量	回收率	產生量	回收量	回收率		
乾酒糟	噸	138800	138800	100%	134100	134100	100%	128100	128100	100%	-4%
乾酵母	噸	11500	11500	100%	11600	11600	100%	11000.0	11000.0	100%	-5%

產品包裝物料消耗數據

物料	單位	2018 年	2019 年	2020 年	2020 年同比變幅
啤酒新瓶	千噸	1219	1281	1140	-11%
啤酒舊瓶	千噸	3371	3372	3109	-8%
易拉罐	千噸	63	65	70	8%
紙箱	千噸	226	227	215	-5%
塑膜	千噸	12.3	12.8	12.6	-2%

全員護綠大行動

踐行綠色理念鑄就最美青啤，2020年青島啤酒環保志願者組織開展各類活動220次，在環境日期間全公司開展伴行母親河主題活動，全公司行走步數超過3000萬步，超過中國七大水系的總長度。與此同時積極開展拒絕一次性筷子、環保走進社區，通過H5、網絡直播、抖音宣傳多方式宣傳。做美好生活創造者，美麗中國建設者，青島啤酒將在世界的每個角落，持續創造綠色價值。



馬鞍山公司環境日活動



西安公司環境日活動



薛城公司環保志願者到環蟠龍河多層過濾濕地清理垃圾活動



壽光公司環境日宣傳活動



德州公司開展六五環境日現場宣傳



日照公司與當地生態環境部門直播互動宣傳環保



環境日宣傳海報



關愛 社會

作為負責任的企業公民，青島啤酒在全國上下抗擊疫情共克時艱的關鍵時刻，把廣大人民群眾與員工的健康和安全放在首位，在做好自身防疫的同時動員各方力量捐款、捐物，以企業的綿薄之力，支援防疫最前線。

A large, 3D sculpture of the letters 'INGTAO' in white with black outlines, set on a dark base. The sculpture is positioned on a lush green golf course under a bright blue sky with scattered white clouds. In the background, there are green trees and a clear horizon line.



青啤公司第一時間捐款捐物



寶雞公司為周邊多家單位捐贈物資

同心同力抗擊疫情

新冠肺炎疫情牽動著全國人民的心，青島啤酒在切實落實防控措施，把廣大人民群眾與員工的健康和安全放在首位的基礎上，2020年1月29日，青島啤酒向青島紅十字會捐贈現金1000萬元及價值200萬元的物資；公司各單位也積極響應，捐贈81萬元現金和價值103萬元的物資，累計捐贈現金1081萬元和價值303萬元的物資，用於疫情防控工作。

同時，公司各單位也積極捐款捐物支持當地防控疫情的工作：荷澤公司、寶雞公司、洛陽公司、彭城公司等單位利用自身生產優勢，向當地防疫部門捐贈自製消毒劑；山東省區等單位捐贈防疫物資；湖北銷售捐贈患者所需生活用品600套和醫護人員打底衫1200件；隨州公司捐贈五台移動式空氣消毒機給對口救治醫院，用於防疫治療工作；杭州公司、江蘇銷售、榮成公司等多家單位還向戰鬥在疫情防控一線的工作人員送去慰問品，獲得了各界的一致讚譽和好評。



彭城公司組織員工愛心捐款



營銷將士排除萬難為消費者送貨上門

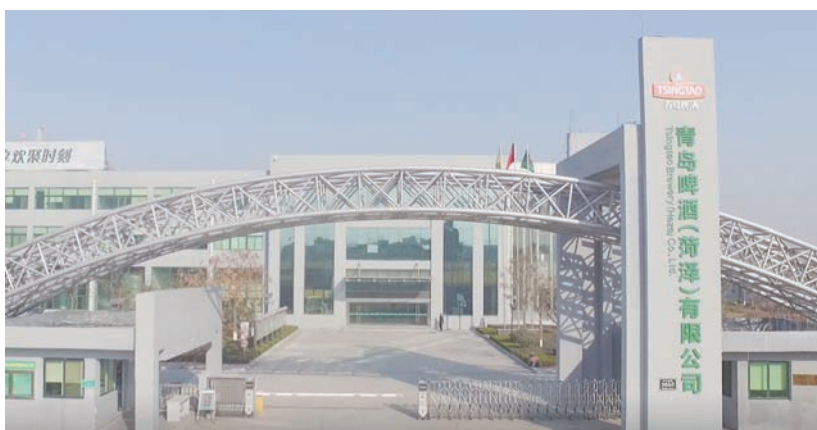


扶貧、捐贈貢獻力量

產業扶貧

山東：產業鏈集聚，帶動地方經濟發展

為響應青島市對口菏澤扶貧攻堅號召，青島啤酒積極與菏澤當地政府溝通，簽約投資 1.8 億元實施菏澤公司二期擴建，以轉型升級、提質增效、打造國內一流精品工廠為目標，在原廠區內新建一條 7.2 萬聽/小時易拉罐生產線和一條 5 萬瓶/小時瓶裝生產線及相關配套設備設施，於 2020 年 8 月聽裝酒生產線如期試生產。持續增強的產業鏈集聚效應，拉動啤酒上下游產業鏈協同發展，實現多元化精準扶貧。目前，菏澤公司生產運營中上游產業供應商 35 家，本地瓶源供應商 980 家，下游產業合作方 1300 餘家，帶動縣域經濟形成有效發展，讓地方經濟「脫貧攻堅」連點成片，取得進一步的突破。



甘肅、貴州：推動文旅產業融合

青島啤酒結合品牌優勢，以青島國際啤酒節這一深具國際影響力的節慶活動為載體，連續 2 年主辦隴南青島啤酒節、冠名黃果樹國際啤酒節暨電音節和黃果樹青島啤酒嘉年華，有效的宣傳和推介了當地特色文化旅遊資源，推動文旅產業融合，將燦爛的歷史文化和優美的自然風光推向全國乃至全世界，擴大隴南、安順的知名度和招商引資吸引力，助力文化旅遊傳播和經濟社會高質量發展。



第七屆安順黃果樹青島啤酒節

精準扶貧、攜手共建

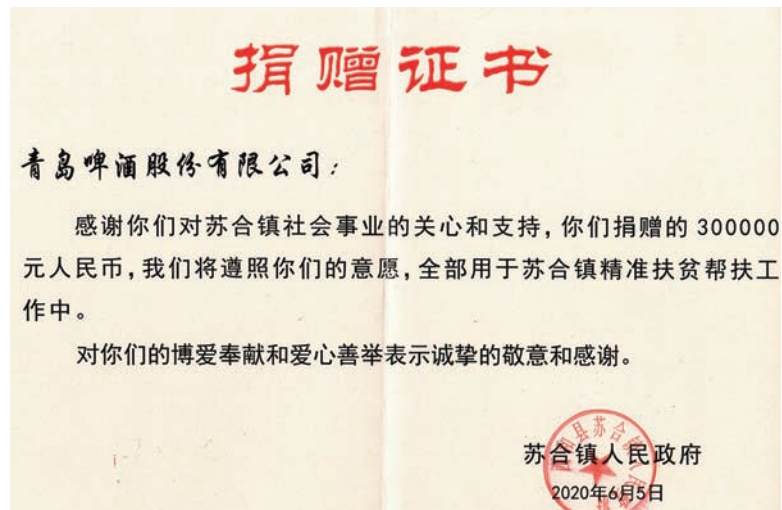
2020年6月，青島啤酒向甘肅省隴南市西和縣曬經鄉特困片區掛牌實戰村元山村、陳地村、陽坡村對口捐贈幫扶，為特困村脫貧提供助力。

8月，甘肅部分地區持續降雨，隴南等地暴雨洪澇災害和泥石流等地質災害多發，造成嚴重損失。青島啤酒對隴南市武都區教育局，為武都區受災學校和家庭經濟困難學生捐贈救災物資。

2020年，公司與青島市總工會共同舉辦2020年春節送溫暖慰問活動，採購「東西協作 消費扶貧隴南農副產品大禮包」，為青島市困難勞模和困難職工發放。

青島啤酒西安公司自2018年開始，持續助力當地脫貧攻堅工作。2020年，西安公司出資實施幫扶村村道美化改造、幫扶村產業園蔬菜大棚建設、貧困戶子女就學生活費資助、「愛心超市」物資資助、貧困戶人居環境改善。

2020年，渭南公司走進經開區東四村開展扶貧慰問活動，與辛市街道東四村民委員會簽訂黨建聯合協議書，送去慰問品。通過共建，進一步發揮基層黨支部的戰鬥堡壘作用，助力脫貧攻堅任務全面完成和鄉村振興戰略穩步推進。



公益捐贈

2020年公司通過青島市教育發展基金會向「青島大學-青啤獎學金」項目提供助學金，80名學生獲得青啤獎學金。

10月，公司向青島市殘疾人福利基金會捐助，這也是自2004年以來青島啤酒連續17年向該機構捐助。



倡導理性飲酒

青島啤酒始終主張並踐行理性飲酒的社會責任，倡導「適量飲酒 快樂生活」，主張消費者享受啤酒帶來的以健康為基礎的快樂，倡導綠色、健康，品質的生活方式。

我們的主張

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；

我們的行動

健康飲酒生活：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；



青啤二廠開展的倡導理性飲酒活動



徐州公司組織街頭理性飲酒宣傳活動

關愛社會 傳遞溫暖

2020 年公司及各單位員工積極開展形式多樣的公益活動。



九江公司黨員突擊隊參加抗洪搶險支援工作，加固江堤



洛陽公司關注教育，開展六一助學活動



三水公司志願者參加雲秀社區舉辦的社區共建活動

和諧 價值鏈

員工始終是青島啤酒最寶貴的財富，公司堅持「以機制激活人力資源，營造和諧發展氛圍，為員工創造快樂」的人力資源管理使命，致力於創建具有國際影響力的最佳僱主。全面賦能員工，助力員工快樂工作、快樂生活，將青島啤酒的快樂傳遞給全球的消費者。

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「共創、共享、共贏」。





讓員工安全、健康、快樂的工作

青島啤酒始終以法律法規為底線和不可觸碰的紅線，嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》、《中華人民共和國消防法》、《中華人民共和國職業病防治法》等安全法律法規的要求，以「成為員工安全健康快樂工作的場所」為奮鬥的目標。

2020 年全面落實各級安全主體責任，嚴格落地管控措施，發動全員開展安全行為觀察（BBS），針對高風險作業實施作業前安全分析（JSA），56 家工廠零損失工作日工傷，獲得各項政府表彰共計 39 項，其中省級表彰 2 項，市級表彰 19 項。


多措並舉促履職，主體責任更明確


細化職責，明確責任


公司已形成「黨政同責、一崗雙責、失職追責」的安全生產責任體系，全公司層層簽訂安全生產目標責任書 4252 份，切實落實安全主體責任；安全管理架構與網絡


覆蓋所有業務領域；修訂《安全生產責任制管理程序》，首次增加三大中心安全職責，細化責任清單，安全職責更加清晰。

多種舉措，層層履職

 通過安委會促進公司履職：定期召開安委會會議，研究落實安全管理重大事項，並邀請專家進行主體責任落實講座。

 通過管理十件事，促進總經理履職：著重跟蹤總經理安全管理十件事完成情況，召開安全專題會 1041 次，安全檢查 1420 次，安全公開課 65 次。

 通過標桿評選，促進班組履職：全公司 1186 個班組參與安全標桿班組評選，最終評選 12 個公司級優秀班組，以點帶面，促進班組安全管理提升。

 通過風險地圖，促進崗位履職：整合危險源辨識和風險分級管控要求，全面推進風險地圖，做到重大風險無遺漏。已排查 46 個崗位，識別 972 個風險點，全部制訂控制措施。

推進重點領域，消除安全隱患

根據行業的安全管理特點和公司管理需要，確定了年度 4 大重點管理領域，集中優勢力量，聚焦重點，全年安全類投資項目近 3000 萬元。

持續開展 JSA 評比活動，全年進行 3 萬餘次高風險作業，全部應用 JSA，未發生任何安全事故。

強化培訓，提升專業管理能力安全文化

公司形成了規範的三級安全教育體系，以法律法規、安全管理流程、制度學習為契機，組織開展多種形式的安全教育培訓。

2020 年全員人均培訓 43.56 學時；線上創新模式，借助網絡，搭建安全培訓專業平台，編製專項微課堂學習課件 7 個，開發安全微視頻課堂 10 個視頻教程，安全管

理人員、崗位員工累計觀看學習 13000 餘次；線下注重實效，各單位培訓重點向班組延伸，佔比 58%，更聚焦崗位應知應會、風險點及实操內容。

組織開展總經理安全大學習、大培訓、大考試專項活動，不僅提高總經理安全管理能力，強化總經理帶頭領導作用，62 家工廠總經理全部參加網絡考試，全部達標。

持續開展以「我的安全我做主」為主題的各項安全文化活動

結合公司年度作戰方案在全國第十九個安全生產月期間，以「守底線保平安，我的安全我做主」為活動主題，開展了各種形式的安全文化活動，營造濃厚安全氛圍，並在活動結束後首次製作了青島啤酒安全月宣傳片。

發動全員開展安全行為觀察，全年徵集各項安全建議 10.5 萬個，對不安全行為進行分析、跟蹤，找到根本原因，防止不安全行為重複發生。



松江公司開展安全生產月活動

強化應急管理 更加貼近實戰

形成了綜合預案、專項預案、現場處置方案三個層級的應急處置體系，全公司各級預案演練 8567 次，演練次數增加的同時，強化了預案演練的過程評估，開展標準化的演練過程評估，發現改進點 200 餘項。



青島啤酒四廠開展消防安全演練

全面排查，合規管理，保障員工職業健康

持續完善職業健康管理體系，對公司職業病危害因素涉及崗位進行全面排查；及時識別和嚴格落實國家相關法規要求，對識別的職業病危害因素定期進行作業環境檢測；組織進行崗前、崗中、離崗職業健康體檢，崗位員工約 1.2 萬人，全年勞動保護費投入約 2700 萬，切實保障員工職業健康。



揭陽公司安全演練競賽

保障員工權益關注員工健康

僱傭平等合規

青島啤酒堅持合法合規底線，嚴格執行國家法律法規及省市等地方有關勞動用工政策，如《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《中華人民共和國就業促進法》、《中華人民共和國未成年工保護法》、《中華人民共和國社會保險法》、《工傷保險條例》等。

公司用人始終秉承「合適的人幹合適的事」的人才理念，注重人崗相適，面試甄選錄用過程採用標準化的審核流程和選拔標準，為每一名應聘人員提供平等的就業機會，同時確保每一位聘用人員符合就業要求和崗位要求。在員工僱傭、晉升及薪酬待遇上，不因民族、宗教、性別、年齡、婚姻狀況等差異而有所差別對待。

公司在招聘制度中制訂了符合法律要求的用工年齡條件，所有業務禁止僱傭童工和強迫或強制勞工，不允許有童工在任何工作場所工作，2020年未發現任何業務存在僱傭童工或使用強迫或強制勞動的重大風險。



2020年中國100典範雇主



「2020中國人才管理機制典範企業」獎項

完善的社會福利與保障體系

青島啤酒依法依規與員工簽訂勞動合同和繳納社會保險、住房公積金，2020年員工勞動合同簽訂率100%，員工社會保險參保率100%。

公司為員工提供了完善的薪酬福利體系，嚴格遵守《職工帶薪年休假條例》、《企業職工帶薪年休假實施辦法》、《國務院關於改革國有企業工資決定機制的意見》等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；同時優化薪酬與業績聯動機制，讓員工充分分享企業發展成果。

2020年，公司成功推進實施股權激勵計劃，首期面向執行董事、公司高管、其他核心管理人員、中層管理人員及核心骨幹人員627人，實現核心人才與企業利益共享、風險共擔。

疫情防 安全復工

面對突如其來的新冠疫情，公司迅速反應，第一時間採購防護物資，完成口罩、酒精、額溫槍、一次性手套、消毒液等大批量物資集中採購及下發，保障了員工需求，滿足了公司復工復產需要；組織全國超過45家工廠支持酒精、口罩、消毒液、醫用手套等防疫物資，助力營銷，互幫互助、保障安全。

第一時間關注員工健康及勞動政策。自2020年1月29日起密切跟蹤，每天無遺漏統計跟進員工疫情防控情況，即時掌握全體員工新冠病毒疫情和當地最新政策變化。

- 結合國家政策及各地政府相關要求，陸續有序安排員工復工。
- 認真學習並貫徹落實國家、省、市人社部門下發的疫情期間關於人力資源社會保障政策性文件、勞動關係政策，做好員工溝通，確保各項涉及員工權益的政策落實到位。



青島啤酒廠組織醫護人員給員工做核酸檢測

民主管理，解決職工關心問題

青島啤酒嚴格遵守法律法規要求，尊重員工權利和意願，通過職代會、廠務公開、員工社區、微信公眾號、內部刊物、制度保障等多項載體加強與員工的溝通交流。

公司定期召開職代會，職工代表們圍繞公司的生產經營、變革、創新發展等工作積極建言獻策，提出了一系列提案和意見建議。

公司以職工關心的熱點作為廠務公開的切入點，通過公開欄、廠內報刊和牆報、板報等公開形式實施廠務公開，受到了員工的關注與認可。



文體活動凝心聚力

舉辦職工文藝匯演，表彰抗擊疫情過程中湧現出來的先進集體和個人，展現青啤人迎難而上、攻堅克難、創新發展的堅定信念，弘揚拼搏精神；下屬各單位紛紛開展形式多樣的職工活動：吉林省區、廣西省區、浙江省區等十多家營銷單位組織了體育對抗賽、籃球賽、羽毛球賽等多種形式的體育活動；郴州公司、長沙公司、揭陽公司等製造工廠組織了包餃子大賽、組織趣味運動會、拓展活動等豐富多彩的活動。



多措並舉關愛員工

公司積極對困難職工實施關愛救助。2020年青島啤酒員工關愛基金共救助15家單位的因大病致困員工17人，累計支出63萬餘元；根據市總工會安排，積極開展困難職工精準幫扶工作，2020年共幫扶因個人或親屬生病造成暫時困難的職工212人次。



賦能員工助成長

2020 年面對突發疫情，全體員工眾志成城，克服重重困難，在確保疫情防控政策落地和保障員工身體健康安全的前提下，突破舒適圈，練中學、學中做，白天作戰，晚上充電，開啟了突破轉型、管理創新、業務賦能的全員學習之旅。數字化培訓工具全面推廣，直播、在線自學、微信學習社群、釘釘學習社群……各種在線學習模式混合運用，探索出新的賦能模式。

快速轉變賦能模式：

疫情嚴重影響了線下培訓計劃，公司及時轉變培訓模式，實時採集需求與業務鏈接，針對性設計賦能項目，從社群營銷到數字化經營，從直播培訓到項目管理，從打卡通關到在線工作坊。2020 年員工培訓總時長為 195.2 萬（人•時）。

專業認證夯實基礎：

各大專業學校齊發力，以直播課 + 線上考試的形式推進專業骨幹能力提升培訓，2020 年共組織專業認證 6200 人次。

總部職能拓視野：

總部職能賦能項目「Tsingtao 書院」主推數字化與創新專題，啟發創新思維，共開設 16 期，4100 多人次參加學習。

營銷一線信息直達：

啟動直播培訓，快速拆解技能傳遞到戰鬥一線。「小尖刀微講堂」、「大區經理學習社群」等在線學習項目，覆蓋所有一線營銷經理；《社群營銷》系列課程直播 8 期，收看量 3.2 萬人次，學員互動評論 4300 餘條。小尖刀微講堂系列共直播 23 期，各單位直播培訓 179 期。



部長共創計劃

為提升二級中層綜合能力，搭建的中層管理者問題討論和交流的平台，通過彼此「共創」的方式碰撞、分享新思路 and 成果，促進管理模式和方法創新，實現「共贏」。開設「新晉基層管理者培養方案」「一崗多能培養模式」等熱點主題討論，匯集優秀案例 125 個，累計學習 4125 人次，豐富了公司案例庫，也給工廠一線管理者提供了解決問題的打法和思路。

2020 年末在職員工 35678 人。其中男員工 25427，佔比 71.27%；女員工 10251，佔 28.73%。

年齡分佈	30 歲及以下	7092 人	佔比 19.88%
	31-40 歲	14032 人	佔比 39.33%
	41-50 歲	10145 人	佔比 28.43%
	51-59 歲	4409 人	佔比 12.36%

大專以上學歷佔比約為 50%

專業構成	行政管理人員	4812 人	佔比 13.49%
	財務人員	1310 人	佔比 3.67%
	工程技術人員	2336 人	佔比 6.55%
	銷售人員	11491 人	佔比 32.21%
	生產服務人員	15729 人	佔比 44.09%

職能管理人員中，女性佔比 45.6%

與商業夥伴共創、共享、共贏

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

本公司嚴格遵守中華人民共和國的相關法律法規要求，如《中華人民共和國食品安全法》、《食品安全國家標準食品添加劑標準》、《消毒產品生產企業衛生許可規定》等法律法規，同時，制定並遵循《青島啤酒競價監督監察管理制度》、《青島啤酒競價管理流程》、《青島啤酒供應商進入、合作、退出管理流程》、《採購操守守則》等內部管理制度，要求供應商簽署[廉潔服務承諾書]，確保約定的商業道德準則得到遵守。不定期分品類召開供應商會議，向供應商輸出青島啤酒的發展規劃、管理理念和要求，提升其履行社會責任及可持續發展能力，培養供應商與青島啤酒共同發展。

本公司對供應商在質量、安全、環保及社會責任等方面的表現進行認證，要求供應商按照國家、省、市各項

法規規程運營。在尋源新供應商及審計現有供應商中，將 ISO9001 認證、ISO14001 認證、ISO22000 認證納入供應商認證範圍。

所有生產性物料依據法規要求制定《供應商索證清單》，按照清單索要所有證件及第三方檢測報告；與酒接觸物料採用合格供應商動態目錄管理，定期抽樣送指定第三方機構檢測，不符合要求的取消合作資格。報告期內，我們共引入新供應商 29 家，淘汰供應商 14 家。

本公司每年對合作供應商實施年度和現場審核綜合評價，包括食品安全、質量、服務、實際供貨完成率等維度，重點關注食品安全、質量控制及環保績效改進。

非生產性物料供應商 1140 家

生產性物料供應商（含原輔料、包裝物、添加劑等）約為 646 家

2020 年，本公司納入可合作的供應商數目為 **1786 家**，其中超過 **99%** 為中國本地供應商。

- 面對疫情公司指導供應商配置防疫物資，制定物資消殺、人員防護等防控措施，對口罩、消毒劑等防控物資提供支持，引導供方有序復工復產，並主動承擔物流成本上漲，生產得到有效保證。
- 公司把扶持國產啤麥及酒花產業發展作為公司重要原料戰略，從資金、選種育種、研發檢測、制麥技術等方面持續與農墾集團全方位深入合作，有力支持國產原料的發展。
- 公司積極探討與供應商合作，建設青島大花及香花種植基地，合作研究品種提純優化；簽訂長期合同鼓勵種植，實施優質優價提升品質，提高合作夥伴及種植者收益。



考察酒花生產基地

2020 年召開供應商會議，通過線上進行培訓。

與供應商共同推進國際大麥多產區採購，保證原料安全供應。

真心扶持經銷商

青島啤酒擁有遍佈全世界的銷售網絡，公司充分尊重和認可每一家經銷商，希望和經銷商朋友一起，攜手共創，共贏夢想！



- 2020 年，發佈 5 套指引和標準打法包，從「變革優化、協作分銷、過程管理、激勵機制」四維度，實施項目制跟進，指導經銷商夥伴跟上行業發展趨勢，推進渠道模式變革，實現協作共贏。
- 疫情期間發佈 6 套工作指引，創新性開展實施「無接觸配送、直播帶貨、無人售賣、百萬社區大酬賓」等市場應對新舉措，幫扶經銷商盡快恢復市場運作。

第三方評價

報告評價

2020年伊始，新冠肺炎疫情給啤酒業帶來了衝擊。啤酒企業復工復產受阻，主要消費渠道停滯，導致一季度啤酒消費量出現斷崖式下跌。自二季度以來，疫情得到有效防控，啤酒行業復工復產有序推進和減稅降費等舉措助力營商環境持續優化。啤酒企業在危機中育新機、於變局中開新局，不斷開拓全新營銷模式，加快促進抑制、被凍結的啤酒消費不斷釋放。在滿足消費者多品種、便捷高效的購買需求的同時，加大新產品研發力度和數字化產業結構轉型，加快推動產業高質量發展，並取得了積極成效。

從《青島啤酒股份有限公司2020環境、社會及管治報告》可以看出，在面對突如其來的新冠肺炎疫情，青島啤酒積極響應，募集款項物資支援新型肺

炎防控一線，用實際行動彰顯企業的責任和擔當；同時積極開展復工復產，不斷克服疫情帶來的不利影響，堅定不移實施「高質量跨越式發展戰略」，奪取了疫情防控和企業高質量發展「雙勝利」，同步實現了從產品到場景的延伸、從行業到生態的拓展、從單賽道到多賽道的跨越、從傳統製造業到工業互聯網的轉型。

長期以來，青島啤酒堅持注重安全釀造、綠色釀造，將食品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；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；不忘初心，始終堅持開展對口扶貧、助學工作，倡導大眾理性飲酒，輸出行業正能量，持續為社會創造價值。

報告建議

近幾年，隨著啤酒產業結構的持續優化，行業迎來了關鍵窗口期和機遇期。在加快構建以國內大循環為主體、國內國際雙循環相互促進的新發展格局背景下，企業應牢牢把握消費需求主線，通過供給側結構性改革，持續開發國內有效需求，為消費者提供更好的供給，特別是高端、超高端產品及細分消費場景、渠道方面的不斷創新與引導。同時，進一步加快實現轉型升級和創新發展步伐。繼續推進實施數字化轉型，賦能企業數字化、智能化升級。

當前國際環境複雜嚴峻，隨著啤酒行業原料對外依賴度不斷高企，啤酒原料產業鏈風險也逐漸加大。應重視啤酒原料產業鏈安全問題，打通產業鏈堵點，

從育種體系、大麥生產加工各環節等方面與國內啤酒原料種植研究機構深入合作，建立利益共享機制，大力支持國內啤酒原料產業發展。

青島啤酒作為啤酒行業的領先企業，應高度重視可持續發展，制定可持續發展戰略，全面推動能源變革，踐行綠色、低碳、循環、可持續的生產生活方式。作為具有117年歷史的民族品牌，通過創新引領、質量驅動，培育世界一流企業，持續打造具有全球競爭力的企業品牌，為振興民族品牌貢獻力量。



附錄：《環境、社會及管治報告指標》內容索引

環境、社會及管治指標索引		披露頁碼
環境		
	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的：	
一般披露	(a) 政策；及	26-31/
	(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	34-35
A1:		
排放物	A1.1 排放物種類及相關排放數據。	27/31/ 34/35
	A1.2 溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	35
	A1.3 所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	36
	A1.4 所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	36
	A1.5 描述減低排放量的措施及所得成果。	28-37
	A1.6 描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果。	36
一般披露	有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	28-33
A2:		
資源使用	A2.1 按類型劃分的直接及／或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	3/33
	A2.2 總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）	31
	A2.3 描述能源使用效益計劃及所得成果。	30-33
	A2.4 描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果。	30-31
	A2.5 製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量。	36
A3:		
環境及天然資源	一般披露 減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	26-37
	A3.1 描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	26-37
社會		
B1:		
僱傭	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的：	
一般披露	(a) 政策；及	50-51/53
	(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	
	B1.1 按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	53
	B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	-
B2:		
健康與安全	有關提供安全工作環境及保障員工避免職業性危害的：	
一般披露	(a) 政策；及	48-49
	(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	
	B2.1 因工作關係而死亡的人數及比率。	-
	B2.2 因工傷損失工作日數。	48
	B2.3 描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	48-49

環境、社會及管治指標索引		披露頁碼	
社會			
	一般披露	有關提升員工履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	53
B3: 發展及培訓	B3.1	按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受訓僱員百分比。	53
	B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	53
	一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	50-51
B4: 勞工準則	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	50
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	50
	一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	54-55
B5: 供應鏈管理	B5.1	按地區劃分的供應商數目。	54
	B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	54-55
	一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	18-25/44
B6: 產品責任	B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	21
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	25
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	11
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程式。	20-21
	B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	24-25
	一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	10
B7: 反貪污	B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	8-10
	B7.2	描述防範措施及舉報程式，以及相關執行及監察方法。	8-10
	一般披露	有關以社區參與來瞭解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	4-5/6-7/11-17 40-45/ 11-17/
B8: 社區投資	B8.1	專注貢獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。	24-25/37/ 40-45/50-52
	B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	2-3/12-17/ 29/40-43/ 51-52

您的回饋

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 2020 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回饋表，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 「117 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 「和諧價值鏈」部分 | <input type="checkbox"/> |
| 6 第三方評價部分 | <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

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"/> |

您對我們下一年度報告的建議？