



BUDWEISER BREWING COMPANY APAC LIMITED
百威亞太控股有限公司

股份代號：1876

2021年 環境、社會及 管治報告

關於百威亞太

百威亞太控股有限公司（「我們」、「本公司」或「百威亞太」），一間於開曼群島註冊成立的有限公司，欣然向閣下提呈第三份環境、社會及管治報告（「本報告」），報告當中載述我們為邁向2025可持續發展目標與明智飲酒目標的進展，以及在環境、社會及管治不同範疇所施的努力。為更全面地了解我們就環境、社會及管治所施的努力，請將本報告與我們的2021年度報告一併閱讀，尤其是當中所載的企業管治報告。



關於本報告

本報告涵蓋我們由2021年1月1日至12月31日（「2021財政年度」）的環境、社會及管治（「ESG」）的進展及表現。除非另有說明，否則本報告的報告範圍與我們的2021年度報告相同，涵蓋百威亞太及我們的所有附屬公司，並主要涵蓋中國、韓國、印度、越南及其他亞太地區的環境、社會及管治措施。

本報告乃根據以下各項編製：

- 香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」）上市規則附錄二十七所載的環境、社會及管治報告指引（「指引」）
- 全球報告倡議組織（「GRI」）標準（核心選項）
- 聯合國（「聯合國」）全球契約

本報告已先後由我們的環境、社會及管治委員會及董事會審閱及批准。誠如第98至100頁所概述，本報告內披露及本報告若干資料取得羅兵咸永道會計師事務所（「羅兵咸永道」）的有限外部核證。

閣下可到訪我們的網站(www.budweiserapac.com)查閱我們的2021年度報告、過往環境、社會及管治報告、政策及對CDP氣候變化的回應、水資源安全問卷調查以及供應商參與度評級。我們的網站亦展示我們的環境、社會及管治之路，以及我們的優先領域如何與聯合國（「聯合國」）可持續發展目標（「可持續發展目標」）保持一致。

讀者反饋

歡迎對本報告及我們的可持續發展表現提出建議、意見及問題。有關對本公司的查詢，可直接發送至本公司投資者關係團隊的電子郵箱 (IR@budweiserapac.com)。

目錄

聯席主席報告	2	價值鏈： 與我們的夥伴及社區共同繁榮	54
有關百威亞太	5	供應鏈管理	55
首屈一指的泛亞啤酒公司	5	可持續擴張	59
百威亞太概覽	5	明智飲酒與適度飲酒	65
分享我們對啤酒的熱愛	6	企業精神及創新	70
我們的宗旨	7	夢想 – 人才 – 文化： 人才培養	79
我們的環境、社會及管治方針	7	最佳僱主	80
我們的環境、社會及管治優先範疇	8	多元化與包容性	82
我們的價值觀	9	員工敬業度與員工福利	87
經濟價值及財務可持續發展	10	培訓與發展	89
我們的價值鏈	11	工作場所安全	91
環境、社會及管治亮點	12	附錄	93
環境、社會及管治一覽表	12	報告詳情	93
我們應對新冠疫情的措施	15	表現數據表	95
ESG管治	16	第三方核證	98
企業管治	16	獎項及倡議聯繫	101
道德與透明度	18	報告指引索引	104
ESG管治	19	詞彙表	113
風險管理及內部控制	20		
重要性評估及利益相關者參與	21		
環境： 實現我們的2025可持續發展目標	24		
氣候行動	25		
守護水源	36		
循環包裝	44		
智慧農業	50		

聯席主席報告



鄧明瀟
董事會聯席主席

敢夢敢創，未來共喝彩！喝彩的意義遠不止舉杯慶祝的時刻而已。實現更深入的可持續性，探索更多創新發展，體現更廣的包容性，採用更多天然成分，帶來更深遠的地方影響，為所有人締造更繁榮的未來，這才是未來共喝彩的真正意義。



回顧過去一年，我們整個地區中各個社區保持活力，應對疫情帶來的持續不確定性，我們對此感到鼓舞。2021年，我們在環境、社會及管治（「環境、社會及管治」）方面取得重大進展。我們整個團隊靈活應對過去一年的挑戰，努力不懈把握每個機遇，同時保持開放態度不斷尋求創新。

作為亞洲最大的啤酒公司，我們擁有共同信念及明確目標，致力實現可持續及具包容性的未來，使我們擁有更雄厚優勢帶領及發展啤酒類別產品。我們在全球新的宗旨正呼應我們的夢想：**敢夢敢創，未來共喝彩。**

2021年，全球社區推出多項應對氣候變化的政策及措施。最近舉行的聯合國氣候變化大會（「COP26」）的會議成果將對氣候行動產生深遠影響。回顧我們在整個亞太區域價值鏈中的角色及影響，我們決定將我們的環境、社會及管治承諾進一步提升。**我們希望藉此機會展現百威亞太的抱負，於2040年前在價值鏈中貫徹實現淨零排放。**

本報告詳述我們過去一年完成的工作，我們謹藉此機會與閣下分享本年度的部分重要成果及經驗。

加快實現我們的可持續發展目標，與我們的利益相關者共同成長

我們按照關鍵的環境、社會及管治評級（包括MSCI、Sustainalytics、DJSI（道瓊斯可持續發展指數）及CDP）調整績效指標，**致力以具透明度的方式披露我們的工作成果**。去年是我們首個年度參與CDP氣候變化（我們獲得了供應商參與度評級）及水資源安全問卷調查（Water Security Questionnaires）。我們的表現獲CDP認為行業領先公司，我們對此深感自豪。

MSCI將百威亞太2021年的環境、社會及管治評級提高至「A」級，而評級機構亦認可了我們在環境、管治、供應商參與及產品安全方面的工作成果。我們的表現能與主要行業指數進行對比，表示我們更加專注及清晰地引導環境、社會及管治發展。自2019年在香港公開上市起，我們的MSCI環境、社會及管治評級每年均有所提升，我們對此感到自豪。

我們持續專注於環境、社會及管治戰略發展，使我們能創造可衡量的正面影響，帶動持續增長。2021年，我們通過技術創新及業界合作，就氣候行動、守護水源、循環包裝及智慧農業方面的2025可持續發展目標取得重要進展。





環境、社會及管治(「ESG」)仍然是我們的首要任務，並在我們的業務中牢牢紮根。身為亞洲領先的啤酒公司，我們將繼續憑藉技術創新、行業洞察和本地化的夥伴關係，創建可持續且具包容性的未來，攜手一起共同喝彩。

楊克
首席執行官及董事會聯席主席



我們於去年取得多項重要成就，其中中國的三家釀酒廠實踐RE100¹，而我們預計於2022年將取得更多成就；我們已在亞太區域的13家釀酒廠安裝太陽能板，助我們進一步將能源供應轉化為可再生能源；而我們的武漢釀酒廠不僅成為中國首家碳中和釀酒廠，亦是百威集團全球網絡的首家碳中和釀酒廠。

我們致力減少物流網絡中的二氧化碳排放，繼續執行於2014年實施的綠色物流計劃。部分措施包括部署替代能源車輛和電動叉車、增加卡車容量、縮短運送距離，以及由公路轉變為鐵路運輸。2021年，我們的車隊部署了335輛綠色汽車，其中包括30輛電動重型卡車和中國首輛氫動力重型卡車。

我們清楚明白沒有水就不能生產啤酒，因此長期以來一直維持用水效率，並且在用水實踐方面領先業界，我們對此感到自豪。於2021年，我們將亞太區域釀酒廠每百升啤酒的用水減至2.34百升，較2017年基準年減少22%。我們繼續在供水嚴重緊張的社區投資水源供應及水質改善。在印度，我們的水資源計劃恢復地下水及地表水供應，為高風險地區補充1,550萬百升用水，約佔我們總用水量的130%。

我們繼續在推動循環包裝方面取得進展，因為我們65.1%的產品使用可回收包裝或者主要使用可循環回收材料，主要包裝物中包含50.1%的循環回收材料(玻璃52.4%，鋁罐18.3%)。

我們在環境績效方面成為業界領先公司，此外，我們亦全力創造社會價值。我們致力維持最高水平的勞工實踐，符合聯合國全球契約原則。我們竭力通過我們的業務營運持續帶來貢獻，以支持實現聯合國可持續發展目標定下的目標及指標。

我們全年積極鼓勵員工的個人發展，並在工作場所內外提倡靈活、多樣及包容的文化。我們通過若干旗艦計劃倡導性別平等，以在工作場所及經營所在社區賦予女性更多權力。

年內，我們劃撥資源用於支持主要市場的地方社區。憑藉我們的智慧農業目標，我們加深與直接農民的合作夥伴關係，並制定計劃以提升技能，加強連繫並提高金融知識及能力。於2021年，約有5,000名農民受益於我們的智慧農業計劃。



聯席主席報告

我們繼續推出明智飲酒活動，以提高整個亞太區域對明智飲酒及道路安全的認知。我們亦開展支持扶貧、教育、環保及健康等項目。當發生災難，我們全力支持受影響社區，積極劃撥資源支持援助及恢復工作。

環境、社會及管治觸及我們業務內外的各個範疇。我們必須**創新與實踐並重，才能為我們的業務、人才及社會締造更美好的未來。**

我們把握資本市場的機遇，進一步加快及激勵我們的環境、社會及管治工作。我們獲得一筆5億美元的綠色融資貸款，是亞太區域消費品上市公司中規模最大的綠色融資貸款之一，使我們能將可持續性方面的考量納入融資機制當中。

未來共喝彩

儘管過去一年充滿挑戰，但我們的業務表現以及環境、社會及管治工作為我們創造良好的成績。踏入2022年，我們以強勁的上升勢頭推動整個價值鏈產生正面發展。來年，我們將保持專注和敏捷，發揮合作及包容精神，為多元化的消費者釀造產品，審慎執行我們的環境管理工作，鞏固我們在地方社區的根基，同時鼓勵創新及建立包容文化。

我們環境、社會及管治戰略的八個優先重點－氣候行動、守護水源、循環包裝、智慧農業、明智飲酒與適度飲酒、創業精神、多元化與包容性，以及道德與透明度。憑藉以上戰略重點，我們旨在通過我們的業務，在自然、地方及包容性三個跨界主題下，為我們的利益相關者帶來長期價值。

我們已建立一個穩健且可持續的業務模式，我們對此感到高興。我們仍然專注於建構一家面向未來的公司，積極應對新風險及機遇。

我們利用資源及專業知識建立一個更具包容性及可持續的生態系統，藉以加強與小農、店主及其他公司的合作夥伴關係。我們保持謙虛態度，並清楚我們正處於發展途中，應繼續邁步向前，亦不會因我們的成果而感到自滿。

全賴百威亞太社區每一位成員的堅韌態度、奉獻精神及豐富的創造力，才能達致我們今天的成果。我們亦深明所投入的所有工作最終定能保護我們的環境以及我們共建的未來。

2022年，我們有能力繼續做得更好，我們會再接再厲建立可持續且具包容性的未來，攜手一起共同喝彩。



鄧明灝
董事會聯席主席



楊克
首席執行官及董事會聯席主席



有關百威亞太

首屈一指的泛亞啤酒公司

股份代號

1876

百威啤酒初次釀造的年份

我們是百威亞太控股有限公司(「百威亞太」)，為百威集團旗下公司。我們是亞太地區最大的啤酒公司，並持續穩步增長。於2019年9月30日，我們的股份在香港上市，是公司發展的重要里程碑。我們受歡迎的品牌組合、優秀人才、營運效率、規模、最先進的設施及強大的營銷途徑，使我們具備長遠發展及競爭的優勢。

百威亞太概覽

國家/地區

35+ 個



品牌

50+ 個



釀酒廠

48 家



經銷中心

51 個



員工

26,000+ 名



女性員工

41.1%



員工國籍

24 個



有關百威亞太

分享我們對啤酒的熱愛

我們是啤酒釀造商，致力於滿足亞太地區消費者不斷變化的需求。

我們的品牌分為超高端、高端、核心+、核心及實惠啤酒。我們的啤酒各有特色，為消費者提供適合各種場合及不同定價的選擇。

根據需求情況，各品牌均屬於廣泛拓展策略的一部分，同時我們不斷創新產品組合，以迎合消費者隨著時間不斷改變的喜好。我們廣泛的品牌組合不僅有助我們擴展所有類別，也使我们能夠把握業務區內的機遇。

身為百威集團旗下公司，我們擁有逾600年釀酒歷史的優勢。我們的本土啤酒在區內擁有強大的影響力，為啤酒愛好者提供多款各具特色的啤酒。除百威、科羅娜及時代等全球品牌外，我們的本土品牌（如韓國的凱獅、印度的Haywards及中國的哈爾濱）在區內享有盛譽並廣受歡迎。除此以外，我們亦生產、推廣、經銷和出售其他非啤酒類飲品。我們的業務主要位於中國、韓國、印度及越南。

多元化的品牌組合



我們的宗旨

“ 敢夢敢創，
未來共喝彩 ”

我們的新目標將會在來年幫助引領社區、全球各地及本公司共享繁榮。我們致力推進可持續發展，提升創新能力和包容性，並深化我們對本地社區的積極影響，共創美好將來。我們一切的努力，皆因我們期盼創建所有人都可以擁有更多歡樂的未來。

我們的環境、社會及管治方針

一直以來，可持續發展已完全融入我們的策略和營運過程。我們在業內率先就氣候行動、守護水源、循環包裝和智慧農業試行創新舉措，對於達致2025可持續發展目標取得顯著進展。2025可持續發展目標已為我們奠下基礎，我們因此決定再進一步履行環境、社會及管治責任。我們希望與整個價值鏈一起努力實現百威亞太的目標，在2040年前達到淨零碳排放。

2022年，我們特別專注處理八大環境、社會及管治策略優先範疇，促使我們提升卓越商業表現、環境復原力和社會凝聚力。我們識別了以下三個貫穿各個優先範疇的主題：

- **共融** 我們致力改善從種植者、客戶、供應商到消費者的整個價值鏈的生活水平，並且爭取更多機會實現高質量增長。
- **天然** 我們的業務與大自然共存，因此我們利用簡單天然的原料、以自然為本的解決方案和健康水域進行產品設計。
- **本地** 我們支持本地農業發展，著重加強我們經營所在地的經濟和社區發展。



有關百威亞太

我們的環境、社會及管治優先範疇

氣候行動

- 我們奮力向前，志在實踐長遠的共同目標
- 實行短期目標推動當前創新和脫碳
- 注重協同性，加快能源轉型



守護水源

- 我們需要因應當地情況制訂解決方案，來應對全球各地錯綜複雜的水資源挑戰
- 創新舉措有助實現更高的用水效率和改善用水安全
- 夥伴關係及多利益相關方協作是擴大影響力的關鍵



循環包裝

- 創新是發展可持續循環包裝的關鍵所在
- 投資本地回收系統為推廣循環包裝提供必要條件
- 各品牌可宣揚環保意識，引導消費者反思他們對於包裝的偏好和回收習慣



智慧農業

- 種植者是智慧農業的中心
- 通過再生農業實踐建立復原力，對農業和大自然的未來至關重要
- 技術是使農業可持續發展的關鍵因素



創業精神

- 推動中小型企業的數字化轉型，擴大影響力
- 支持女性創業有利於社區和企業發展
- 建設業務能力和市場聯繫有助創造持續增長



道德與透明度

- 合乎道德的行為是公司賴以持續經營的基石
- 遵守數字道德是保持消費者和客戶信心的重要一環
- 尊重人權是創建健康、繁榮社區的基礎
- 我們必須優先考慮健康和 safety，才可與員工共創繁榮



多元化與包容性

- 我們致力於建設共融的工作環境，向所有員工提供平等機會
- 我們運用品牌力量啟發變革
- 我們致力於推動直接簽約種植者的經濟普惠發展



明智飲酒與適度飲酒

- 利用我們的品牌和營銷活動改變社會規範
- 向消費者及社區提供明智飲酒的資源及有依據的專案
- 為消費者提供更多無酒精及低酒精的替代選擇
- 通過數字及技術平台宣揚明智飲酒的訊息
- 提倡和採用基於事實制定的酒精方面的公共政策



我們的價值觀

- 1 我們夢想遠大。**
我們正在建設一家實現盈利，不斷成長的公司。
- 2 優秀員工是我們最寶貴的資產。**
我們必須以人為本、人盡其才、獎勵優秀。優秀員工可以達成業績並擁抱轉型。
- 3 我們必須挑選、發展和保留能比自己更優秀的人才。**
我們依據團隊的素質和多元性來評判領導力。
- 4 我們都是百威主人翁。**
主人翁主動承擔結果並以身作則。
- 5 從不滿足於取得成果。**
我們擁抱變化，勇於承擔風險，從錯誤中吸取經驗教訓。
- 6 消費者至上。** 我們要緊跟消費者的步伐，因為那裡孕育著增長機會。
- 7 我們力爭為客戶提供一流的服務與合作。** 他們是我們與消費者之間的橋樑。
- 8 我們堅信常識和簡單化。**
時刻將客戶和消費者放在心上，在工作中貫徹卓越運營和提升效率。
- 9 我們嚴格控制成本，將有限資源支持高收益的銷售收入增長，開源節流。**
- 10 我們不投機取巧。** 誠信踏實、勤勉努力、品質如一和勇於擔當是我們構建企業及其聲譽的關鍵所在。



有關百威亞太

經濟價值及財務可持續發展

締造經濟價值

財務可持續發展和商業成功是我們踏上環境、社會及管治之路的根基。我們保持穩健的財務狀況，以期向利益相關者給予支持、維持運營成效並推動長遠的穩定發展。為了分享我們對啤酒的熱愛，我們也計劃在環境、社會及管治之路上與利益相關者分享經濟價值。

所得經濟價值

	所得收入	除息稅折舊攤銷前盈利
	6,788 百萬美元	2,139 百萬美元

股東價值

	股息回報	每股股息
	~400 百萬美元	3.02 美分

客戶及消費者價值

	啤酒及飲料銷量
	87,878 十萬公升

員工價值

	創造職位	亞太區僱員數目
	2,533 個	逾 26,000 名
	工資及相關福利	764.21 百萬美元

合作夥伴價值

	新供應商及承包商數目	供應商及承包商總數
	1,038 個	6,357 個

社區價值

	社區投資	新冠疫情應對措施產生的成本
	逾 2 百萬美元	1.3 百萬美元

推動財務可持續發展

我們進行投資和作出決策，以取得財務利益和可持續發展的成果。為了保持市場地位穩固，我們在執行環境、社會及管治策略時也必須確保財務上的可持續性。

市場上出現可持續發展表現掛鉤證券和貸款等新興的可持續發展金融工具，這些工具把利息派付與發行人履行關鍵可持續發展承諾的表現連結起來，而與可持續發展表現掛鉤的募資市場目前在亞太地區不斷發展。2021年7月，我們宣佈推行首項銀團綠色融資計劃，共計金額5億美元。我們訂立為期三年的可持續發展表現掛鉤貸款，其總規模是亞太地區消費包裝產品業內同類交易中最大之一。我們的綠色融資計劃進一步激勵我們加快行動，務求提升環保表現、社會包容性和商業發展。

2021年最值得注意的是，我們投放了大量資源以實現減少排放溫室氣體的目標，並且兌現RE100承諾，購買100%可再生電能。我們已在武漢建設首家達到碳中和的釀酒廠，並會繼續在更多釀酒廠採用這個創新的投資方式，以及支持供應商過渡至低碳運營。除了對環境有利外，這些計劃也能提高長遠的經濟和社會收益。有關我們的計劃及其進展的更多例子於本報告**環境章節**內詳述。



我們喜獲銀團共計**5億美元**的可持續發展表現掛鉤循環貸款，這是百威亞太首次取得綠色貸款，亦是亞洲消費品上市公司中規模最大的綠色融資貸款之一。最重要的是，這筆貸款能激勵我們加快提升可持續發展表現，幫助我們達成**2025**可持續發展目標。銀行的支持體現了對我們環境、社會及管治表現的信賴和認可，我們也很高興能在環境、社會及管治之路上與這些夥伴結伴同行。

雷英
首席財務官



我們的價值鏈

從田間到餐桌，在每個環節創造價值

一 種植者

我們重視與種植者的關係，因為我們必須互相合作，才可持續供應製作產品所需的優質天然材料。故此，我們投資於智慧農業等計劃，協助種植者提升盈利，同時努力邁向2025可持續發展目標。

一 供應商

我們向多達209家對我們業務至關重要的一級(直接)供應商進行採購。我們與供應商緊密合作，志在構建穩定和可持續的供應鏈，從而創造價值，努力實現2025可持續發展目標。

一 合作夥伴

我們認為沒有機構能夠獨自解決當前全球面臨的挑戰，所以有效的合作夥伴關係對於克服現今和未來最迫切的考驗極為重要。我們十分重視通過創新與合作，協助應對這些挑戰。

一 社區

我們是居住和工作所在社區的一份子。我們通常透過合作夥伴關係在區內就可持續發展、普惠金融、推動新冠病毒疫苗接種、明智飲酒和道路安全等範疇推行各種計劃，希望為社區帶來長久的積極影響。

一 僱員

我們在亞太地區擁有逾26,000名僱員，共同致力於建設包容和可持續的未來。我們在超過35個國家經營業務，當中包括48家釀酒廠，以及啤酒花農場、大麥麥芽生產設施等垂直業務。我們的啤酒公司和生產商運用其知識、專業技能和創新方式將產品釀製、裝瓶、包裝和開發，令原材料變成消費者喜愛的產品。

一 客戶

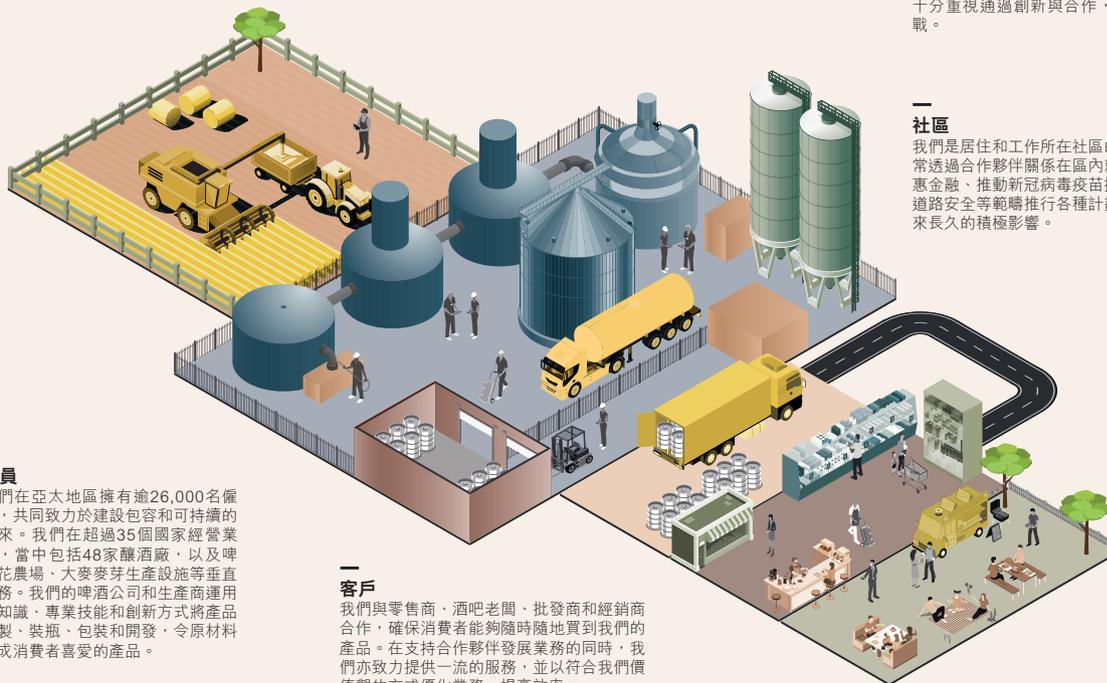
我們與零售商、酒吧老闆、批發商和經銷商合作，確保消費者能夠隨時隨地買到我們的產品。在支持合作夥伴發展業務的同時，我們亦致力提供一流的服務，並以符合我們價值觀的方式優化業務，提高效率。

一 消費者

最後消費者享用我們的啤酒，也是最重要的環節。我們一直希望為消費者打造新的生活體驗，並通過提供真實的品牌體驗，以負責任的方式與消費者保持聯繫。

一 循環回收商

我們與回收商、中小企業和合作社緊密合作，以提高回收和收集的效率，改善循環回收商的生計，實現我們的循環包裝目標。我們的方針不僅能夠幫助我們減少浪費，也能夠支持本地企業網絡，帶來長期的經濟保障。



環境、社會及管治亮點

環境、社會及管治一覽表

MSCI
ESG 評級



CCC	B	BB	BBB	A	AA	AAA
-----	---	----	-----	----------	----	-----



ESG 評級 **17.7** 低風險

極少	0-10
低	10-20
中	20-30
高	30-40
嚴重	40+

道瓊斯
可持續發展指數成員公司

標普全球企業可持續發展評估授權

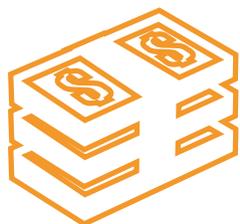
道瓊斯可持續發展
亞太指數成份股



氣候變化
問卷調查

水質安全
問卷調查

供應商
參與度



500
百萬美元

簽訂可持續發展掛鈎貸款

香港 ESG 報告大獎
卓越碳中和大獎



In support of

百威亞太簽署了

**WOMEN'S
EMPOWERMENT
PRINCIPLES**

Established by UN Women and the
UN Global Compact Office

我們要支持



環境

氣候行動



在亞太地區推動 **RE100** 的領導者

· 率先在韓國使用**可再生電力**，我們的釀酒廠將採用屋頂太陽能，並成為首個達到此規模的釀酒廠

· **亞太地區的13家釀酒廠**安裝了太陽能板
· 中國資陽、武漢及昆明的三家釀酒廠實現**RE100**

中國武漢的**碳中和釀酒廠**是中國啤酒行業首家此類啤酒公司

在中國佛山釀酒廠利用**閉環可再生電力**，回用退役電池儲存太陽能自給供電，在推廣循環性上取得突破性進展

與2017年基準年相比，整個價值鏈減少**15.5%**溫室氣體排放（千克二氧化碳當量/百升）

守護水源



水資源風險綜合評估，以監控我們經營所在地和供應鏈的水資源問題，包括我們採購農產品地區

將我們的**用水率**降至2.34百升/百升，與2017年基準年相比降低**22%**

在印度，我們為高缺水風險的五個地區補給**1,550萬百升的水**，約為我們在印度全國總用水量的**130%**

將我們運營產生的**1,900+萬百升水**回饋到中國周邊社區

我們在印度實施**零污水排放**策略，旨在通過應用尖端技術盡量減少廢水排放

循環包裝



我們**65.1%**的產品使用可回收包裝或者主要使用**可循環回收材料**

我們在中國台州的釀酒廠以**零廢**方式運營

主要包裝物中包含**50.1%**的**循環回收材料**（玻璃52.4%，鋁罐18.3%）

智慧農業



2021年智慧農業計劃令亞太地區約**5,000名**種植者受惠

我們的**種植者**中**100%**具備相關技能，**100%**互聯互通，**99%**擁有強大財政能力

在中國建設具規模的**室內啤酒花農場**，節省**80%**用水、**90%**用地和**95%**運輸燃料



價值鏈

供應商合作



作為我們與物流合作夥伴的綠色物流戰略的一部分，我們車隊部署**335**輛綠色卡車，包括**30**輛電動重型卡車和**5**輛氫動力卡車

在我們的**可再生能源戰略**的推動下，對玻璃和鋁罐供應商大規模實行太陽能項目

可持續擴張



在市場上經銷**50**多個品牌，迎合消費者多樣且多變的需求

在中國莆田擴大產能，新建一個精釀廠，總產能將達到**2**千萬百升，有望成為**亞洲最大釀酒廠**，滿足消費者對**高端啤酒**的需求

明智飲酒與適度飲酒



推行**全球明智飲酒週**，提高公眾對酒後駕駛的危險意識

10,000多名同事參與我們的**全球明智飲酒週**

社區支持



參與171項倡議活動超過**73,500**個小時的志願服務

2015年以來，向有需要社區分發超過**150**萬罐應急飲用水

在中國**29**所希望學校舉辦**33**場活動

通過百威中國青檸項目出售**25,000**千克青檸

創新



通過地方可持續發展創新中心啟動超過**115**個項目

我們的**2021年Beer Garage**加速器計劃-亞太地區版本吸引**600**多份申請

制定可持續**100+**以推進印度的可持續發展目標，活動展示次數超過100百萬次

夢想·人才·文化

In support of

WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES

Established by UN Women and the UN Global Compact Office

我們的員工來自**24**個國家

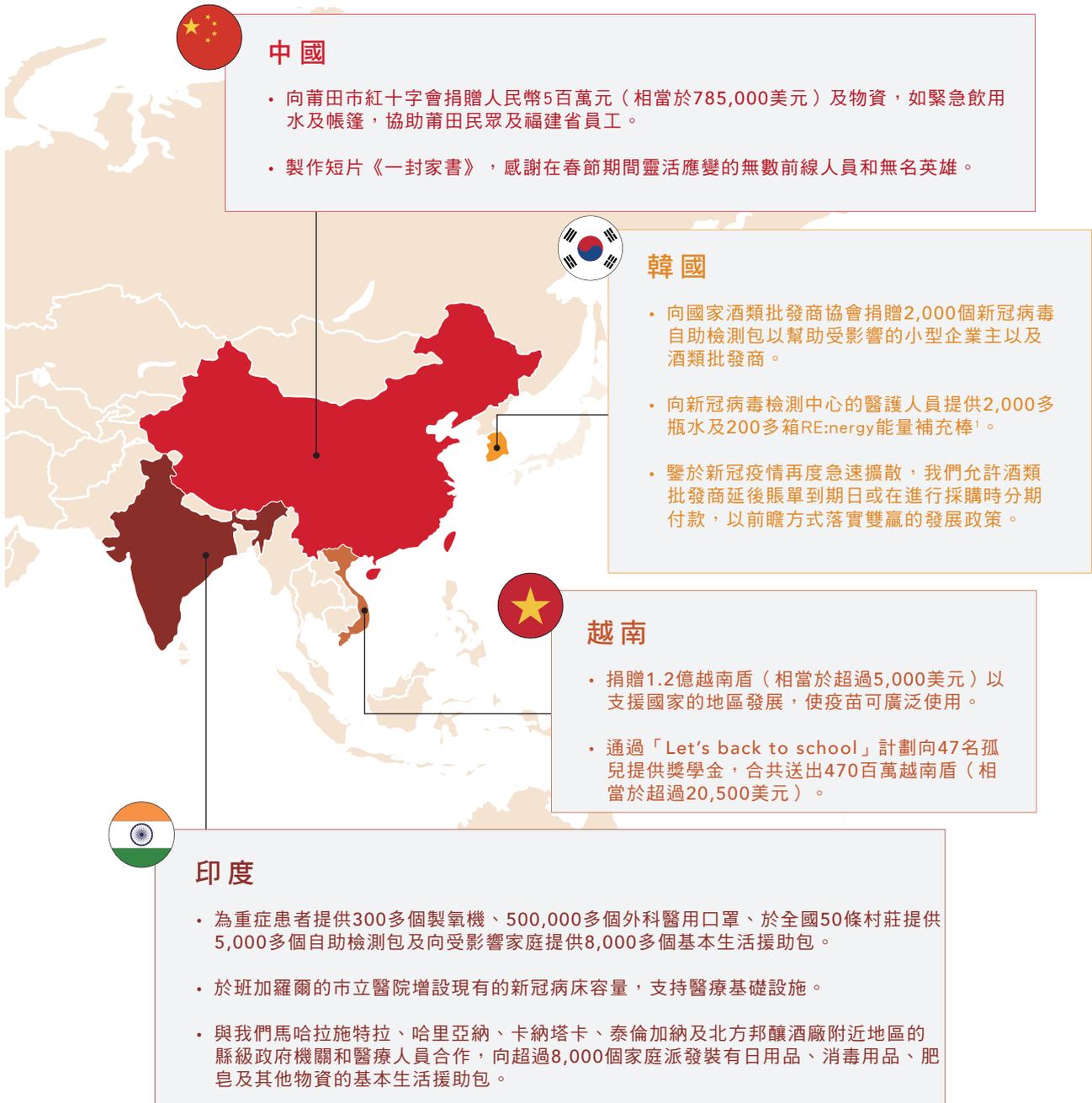
41.1%的同事為女性

為我們同事提供**433,856**小時培訓



我們應對新冠疫情的措施

新冠疫情一直擾亂人們的日常生活，有見及此，我們加大對本地社區的支援力度，在亞太地區內提供基本援助以及推行改善身心健康的計劃。



1 RE:nergy能量補充棒是我們用啤酒糟製作的格蘭諾拉麥片棒，含有豐富蛋白質。我們與專門從事食品回收升級的本地企業RE:harvest Company Limited (「RE:harvest」) 合作製造啤酒副產品。



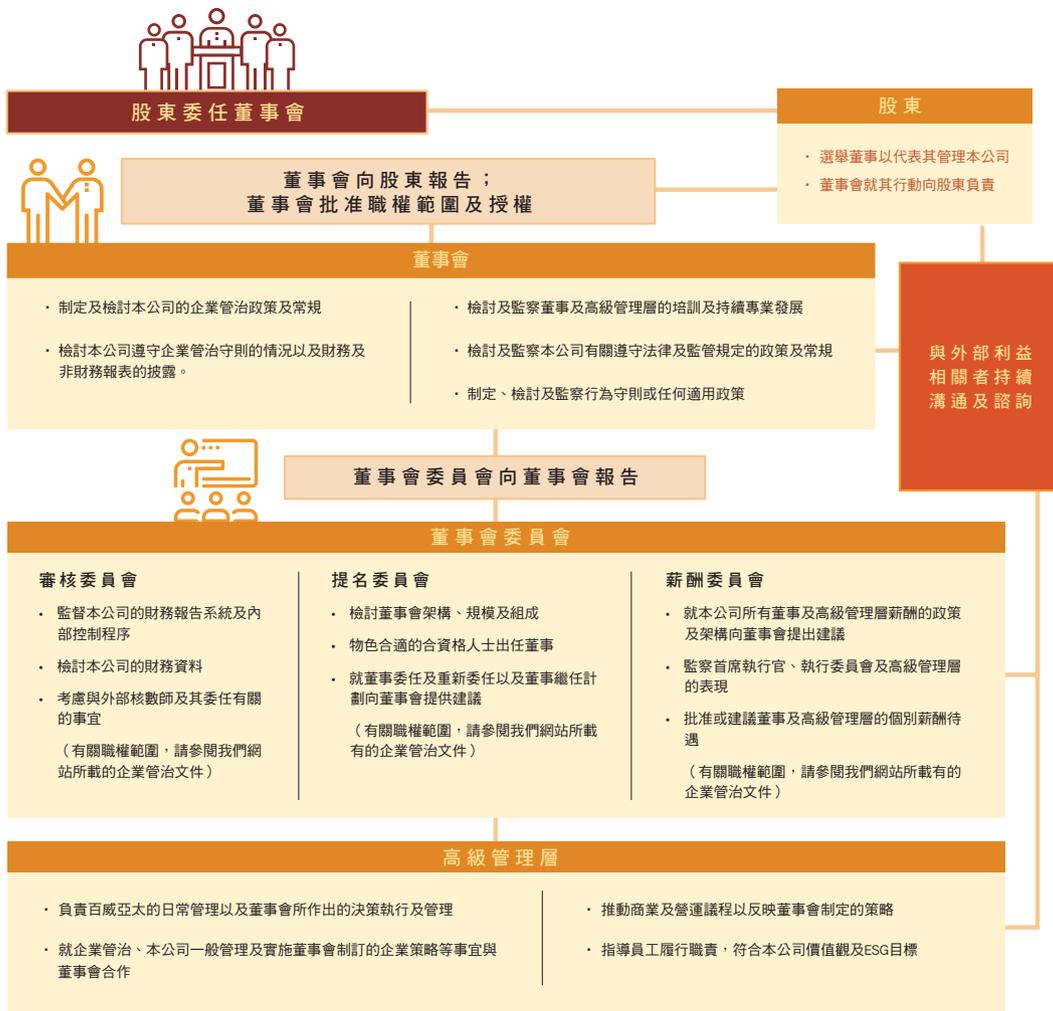
ESG管治

企業管治

我們的價值觀決定了董事會的有效性和問責性成為支持我們實現高水準的企業管治的兩大重要因素，志在維護股東和利益相關者的利益，並確保業務可持續經營。

關於我們企業管治的更多詳情，請參閱2021年度報告第36頁所載的**企業管治報告**。百威亞太落實了完善而穩健的管治框架，與董事會委員會合作監督執行委員會、高級管理人員以至全體員工，督促他們履行企業管治承諾。關於我們領導團隊的詳情，請參閱2021年度報告第28頁所載的**董事及高級管理層章節**。

有效性
<ul style="list-style-type: none"> 展現董事會提供的領導能力及管治質素 以業績衡量，並反映於有所提升的股東價值
問責性
<ul style="list-style-type: none"> 包括與披露及透明度有關的所有問題，為董事會的行動提供合理基礎



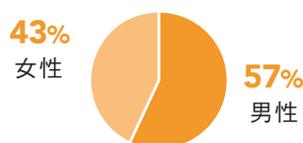
董事會成員的技能及經驗搭配均衡而且多元，可提供各種觀點和見解，使董事會能有效執行職務和職責。我們也得以考慮本公司策略和長遠規劃的各個方面，同時支持董事會的繼任計劃和發展，從而作出周詳的決策。

我們實施了《董事會多元化政策》，當中闡明實現董事會多元化的方法，並且制訂和定期審閱可藉具體指標衡量進度的目標，以確保董事會的有效性和問責性。董事會成員的委任準則依照《提名委員會職權範圍》、候選人的優點及其潛在貢獻而定，並據此予以考慮。我們的最終目標是使董事會達致性別平等，因此在過程中會考慮利益相關者的期望以及國際和當地的建議最佳慣例。

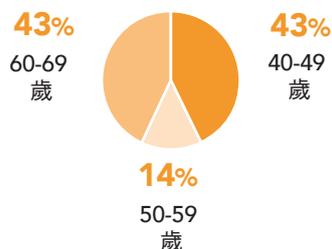
組成和多元化

董事會內部的多元化提升其履職和決策質量。

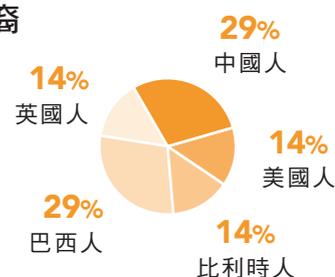
性別



年齡

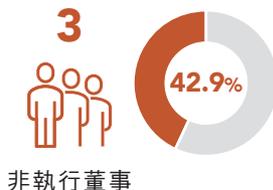
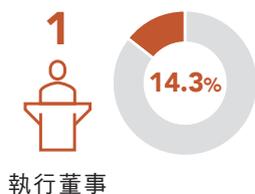


族裔



獨立性

董事會代其股東和利益相關者確保百威亞太的企業管治常規行之有效。



技能和專長

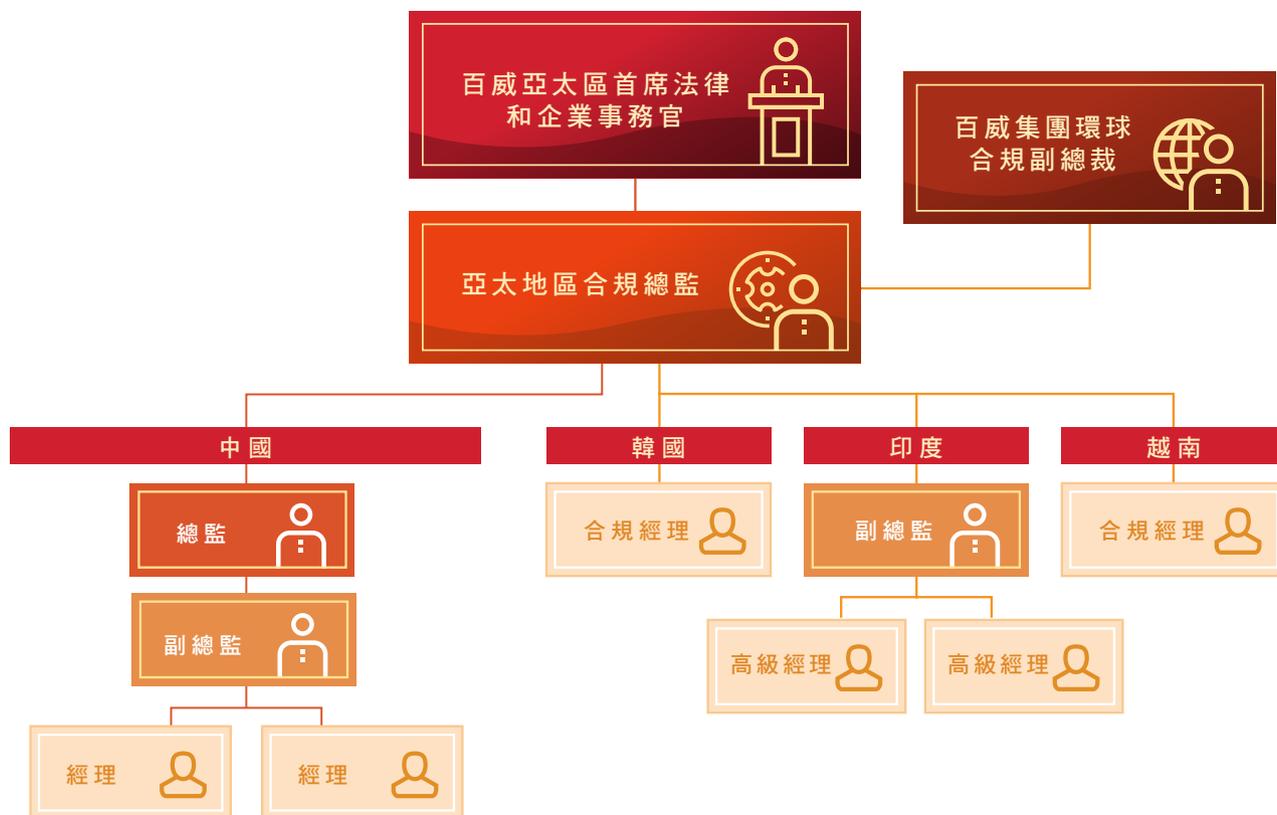
董事會及董事委員會成員經驗豐富、才幹卓著，可確保權責平衡。



道德與透明度

道德與透明度對於我們建立聲譽和與利益相關者維持互信關係尤為重要。我們致力維護高標準的商業道德，誠實守信，培養推崇公平商業常規的企業文化。我們的法律、合規及企業事務部負責監察本公司遵守適用法律法規的情況，以確保

所有業務活動均合乎道德、守法合規。該部門由我們的首席法律和企業事務官領導，他同時也是百威亞太執行委員會的成員。我們也在該部門內設立道德與合規團隊，專責處理位於四個市場中相關的當地具體事宜。



ESG 管治

跨部門環境、社會及管治委員會直接受高級管理層監督，對本公司整體的環境、社會及管治策略和目標進行監管。環境、社會及管治委員會負責監督、規劃和審閱與百威亞太環境、社會及管治有關的事務，並領導環境、社會及管治工作小組落實環境、社會及管治計劃。環境、社會及管治委員會

成員以及管理和行政人員的薪酬與我們的2025可持續發展目標和其他環境、社會及管治相關目標有所關聯，旨在提供財務激勵來提升表現。此外，運營層面的相關僱員也設有具體的年度環境、社會及管治目標，並與其績效薪酬掛鉤。



風險管理及內部控制

有效的風險管理框架能鞏固董事會及高級管理層就風險意識及管理方面的工作。風險管理及內部監控的整體責任由董事會負責，並由高級管理層支持，以製定策略方向及政策。百威亞太的風險管理程序識別可能影響本公司的潛在事件，並在本公司的風險承受範圍內管理風險。有關我們的**風險管理及內部控制**的詳情，請參閱我們的2021年度報告第46頁。

我們已製定一套政策及程序，以專業、公平及誠實的方式指

導業務決策。相關部門及團隊負責檢討該政策並按需要定期更新。

我們的**《檢舉政策》**鼓勵員工及業務合作夥伴就違反本公司十大原則的合規及行為提出意見。個人可通過我們的各個舉報渠道以保密及匿名的方式進行舉報，而毋須擔心遭受報復威脅。舉報方式包括致電我們獨立經營的合規熱線（線上及通過我們的24小時免費電話服務）²，通過聯繫直線經理或直接聯繫及時處理所有舉報的道德與合規團隊。

政策及程序	期望
《商業行為守則》	<ul style="list-style-type: none"> 百威亞太的董事及僱員應確保遵守規定的道德商業原則
《反腐敗政策》	<ul style="list-style-type: none"> 百威亞太的董事及僱員應確保遵守規定的反腐敗原則
《供應商反腐敗政策》	<ul style="list-style-type: none"> 供應商及業務合作夥伴應確保其董事、高級職員、僱員及代理遵守與向百威亞太提供的商品或服務有關的反腐敗原則
《檢舉政策》	<ul style="list-style-type: none"> 百威亞太的僱員及其他員工應報告任何涉嫌賄賂及其他不道德商業行為的情況
《私隱政策》	<ul style="list-style-type: none"> 百威亞太的僱員及其他員工應確保遵守訪問、處理及保護客戶、消費者、網站用戶、供應商及銷售商的個人及機密數據的原則

BrewRIGHT

我們使用屢獲殊榮的最先進的分析平台BrewRIGHT來評估有關腐敗和洗黑錢的風險，捉捕重複付款並追蹤啤酒贈品。其使用機器學習技術，以識別有風險的業務合作夥伴和潛在的非法付款。



例子包括：

- 第三方盡職調查：**我們審查供應商的總清單，並確認與政府有聯繫的供應商，並進行更嚴格的審查。

- 盡職調查準確性：**批准供應商後，此系統將追蹤供應商。其尋找危機信號，包括供應商行為是否與受僱的工作有偏差。
- 旅行和娛樂：**合規團隊可以就跨團隊、跨地區甚至是公司職能部門的支出作出比較，以消除由昂貴餐飲或其他禮物形式提供的賄賂。
- 數據污染：**我們評估整個公司的企業資源計劃系統中的數據質量，以幫助糾正因數據質量差異而產生的偏差。此舉可使本公司持續審核整個運營過程中的實踐數據記錄。

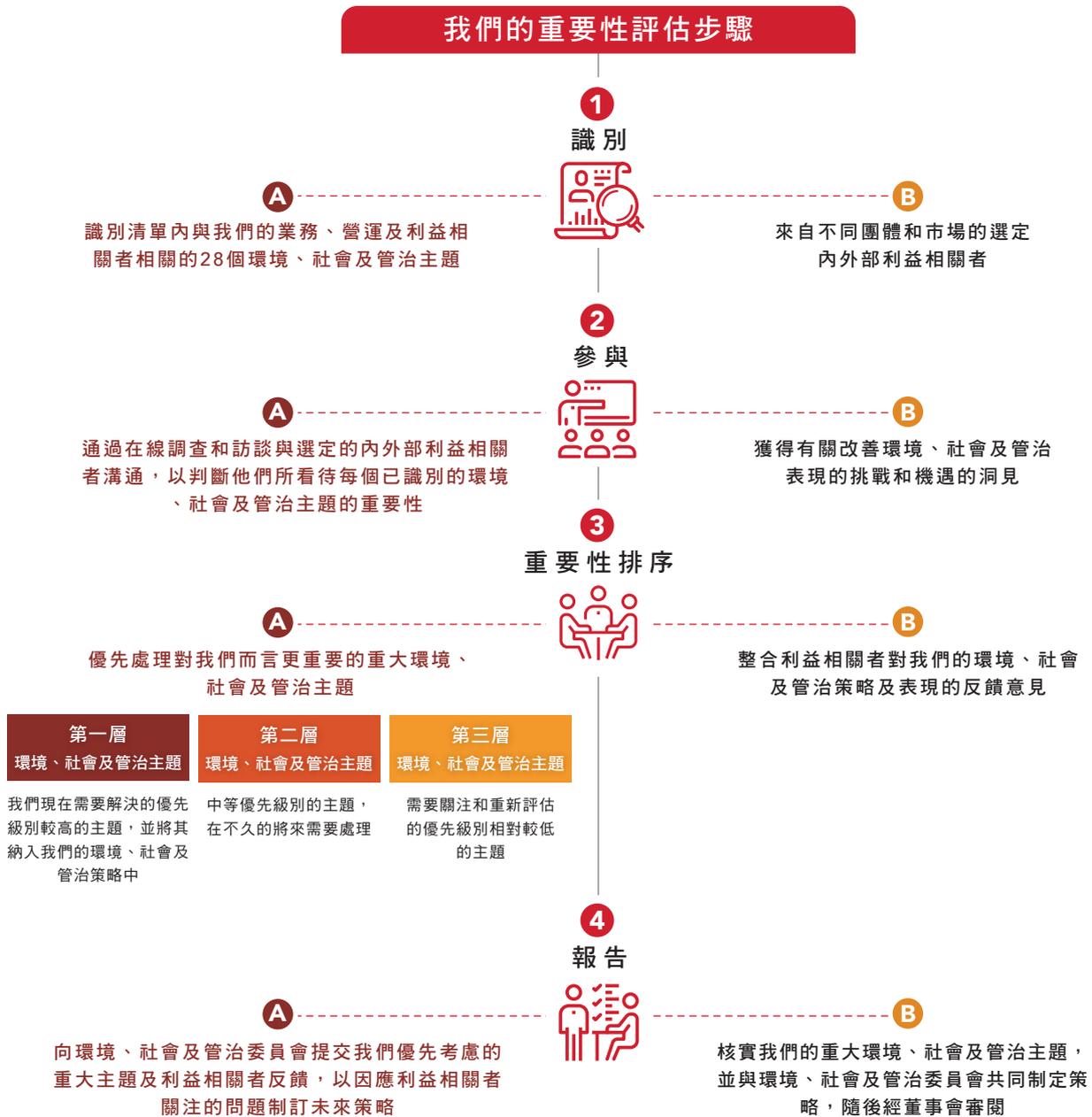
² 我們的合規熱線可於以下網站查閱：<http://www.budweiserapac.com/caseReport>。



重要性評估及利益相關者參與

市場格局瞬息萬變，利益相關者亦有新的期望，我們識別風險和機遇、平衡和顧及利益相關者的利益，並作出明智決策，努力將本公司定位為一家面向未來的公司。

於2021財政年度，我們進行了重要性評估，以確定對我們而言屬重要的環境、社會及管治議題，引領我們按優先次序處理環境、社會及管治的各範疇，並制定下一步的策略。



ESG管治

我們的重大議題非常貼近環境、社會及管治策略優先事項。重要性評估的結果讓我們能更好地回應利益相關者的期望，並更有效地分配資源，以推動發展環境、社會及管治策略優先事項的進程。

此極坐標圖說明我們的環境、社會及管治議題如何與優先事項保持一致，以及各個議題的重要性水平。



利益相關者參與

本年，我們繪製了利益相關者組別，並與不同組別開展年度互動，以了解他們的期望，獲取對我們績效的反饋，並向各組別提供我們環境、社會及管治方向的資料。我們與對我們有直接影響力及可能受我們活動影響的人士保持溝通及建立信任關係。

我們通過調查和訪談，與170多名利益相關者進行互動，其中包括內部的僱員、高級經理和百威集團的部門主管，以及外部的投資者、客戶及消費者、供應商及商業夥伴、社區代表、行業協會及媒體³。該等組別優先考慮的議題是我們審閱管理方法及措施的基礎，有關詳情載於本報告。

我們為何互動？

員工



- 優秀員工是我們最大的資產。我們的員工富好奇、膽色和有應對能力。我們挑選、發展和保留那些有潛質成長為比自己更優秀的人才。

客戶



- 我們與受尊重的零售商、酒吧老闆、批發商和分銷商合作，將啤酒帶給我們的消費者。

消費者



- 消費者至上。啤酒讓人聚集一起慶祝生活。

社區



- 我們與我們生活和工作的社區緊密相連。

股東



- 我們重視股東的信任，並不斷努力達至正面成績。我們致力創造價值並實現既持續又具盈利的增長。

供應商



- 建立關係對於我們的運營至為重要，尤其是與供應商的關係。相互合作為創建具有應對能力的供應鏈之關鍵，並從中帶來價值與有助實現我們的2025可持續發展目標。

合作夥伴



- 任何組織都不能獨自解決當今面臨的全球挑戰—我們意識到，有效的夥伴關係對於應對當今和未來最緊迫的挑戰至為重要。

我們如何互動？

- 年度參與度調查
- 年度績效評估
- 員工活動和可持續發展活動
- 內聯網和官方網站
- 志願服務活動

- 客戶服務
- 關於產品的重要聲明
- 各社交媒體網站
- 可持續發展活動

- 關於產品的重要聲明
- 各社交媒體網站
- 可持續發展活動

- 就我們全球明智飲酒目標的倡議
- 支持社區的活動

- 年度和中期報告
- 股東大會和財務業績報告
- 投資者關係的會議
- 官方網站向投資者披露信息

- 供應商評估
- 供應商會議
- 夥伴關係

- 合作
- 夥伴關係

³ 我們的互動參與活動的參與率為68%。





環境： 實現我們的2025 可持續發展目標



概覽

我們的2025可持續發展目標明確制定具有可量度目標的戰略，對環境帶來正面影響，並為我們的社區創造價值，因此具備良好根基。我們於本年度專注於短期目標，並宣佈全力於2040年前實現淨零排放。我們於2021財政年度加強《**環境政策**》，並按該政策的指引進行各方面的工作。該政策規定我們在氣候行動、守護水源、循環包裝及智慧農業四大關鍵優先領域中減少不利環境影響的整體工作。我們在提升環境可持續性方面的工作已不局限於我們自身的足跡，有關工作亦著重於在我們的價值鏈中促進轉型變革。

我們能持續為我們所生活及經營的社區帶來正面影響，我們對此感到自豪。隨著我們在溫室氣體減排方面取得穩健進展，我們宣佈全力於**2040**年前實現價值鏈淨零排放。我們將繼續致力投入更多努力並採用更環保的替代品。



楊凱
採購和可持續發展副總裁

氣候行動

聯合國可持續發展目標



環境、社會及管治主題

溫室氣體排放 • 能源管理 • 氣候變化應對

披露項目

GRI 302、305
HKEX A1、A2、A4

世界經濟論壇，氣候行動未能成功，是人類社會長期面對的一大威脅，對人類生存影響深遠⁴。自然環境容易受氣候影響，而我們的業務與之息息相關，因為我們的啤酒生產依賴優質農產品、包裝原材料、水資源及能源。作為亞太區域最大的啤酒公司，我們利用我們在行業及市場的影響力來支持執行及實施有效的氣候變化緩和及適應措施。

我們的目標和進展

我們意識到氣候行動的情況逼切，並於2021財政年度發佈《氣候政策》，概述我們對實施緩和措施及幫助合作夥伴適應氣候變化方面的最佳實踐，展現我們的抱負與承諾。我們升級了2025可持續發展目標，訂立了更長遠的計劃，專注透過採購可再生能源提高能源效益，減少溫室氣體排放，以在2040年前實現淨零排放⁵。

重要性

氣候變化以各種不同的形式影響我們的業務、價值鏈及社區。世界各國及不同企業先後各自宣佈氣候行動承諾。根據

我們的目標和指標：	目前進度：
我們採購的電力將來自可再生能源	<ul style="list-style-type: none"> 進展順利 我們採購的電力中有25.6%採用可再生電能
減少整個價值鏈的溫室氣體排放(每百升千克二氧化碳當量)(範圍1、2及3)	<ul style="list-style-type: none"> 進展順利 自2017年起，我們在整個價值鏈中的溫室氣體排放量(每百升千克二氧化碳當量)減少15.5%
減少我們營運中的溫室氣體排放密度(千克二氧化碳當量)(範圍1及2)	<ul style="list-style-type: none"> 進展順利 自2017年起，我們在營運中的溫室氣體排放量(每百升千克二氧化碳當量)減少38%

4 世界經濟論壇《2021全球風險報告》：https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2021.pdf

5 我們的溫室氣體減排目標與百威集團的目標一致，並獲得科學基礎目標倡議(「SBTi」)的批准，以鞏固我們減輕氣候變化影響的承諾。



環境：

實現我們的2025可持續發展目標

我們實現淨零排放的抱負

我們承諾通過2025可持續發展目標推動減碳及發展氣候變化

應對能力，並就宣佈於2040年前實現價值鏈淨零排放的抱負深感自豪。



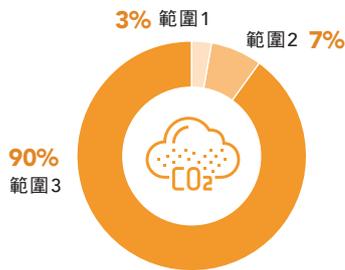
我們清楚了解價值鏈中的溫室氣體排放量，並制定減碳計劃及尋找減排機會。有關機會具包容性，屬自然性質，並能對

地方產生影響。以下載列我們的排放概覽，以及我們在價值鏈中旨在加快氣候轉型的關鍵行動的詳細資料。

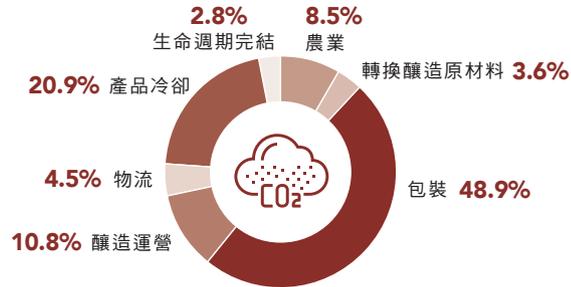


按範圍和類別分類的排放量

按範圍1、2及3分類的
溫室氣體排放量

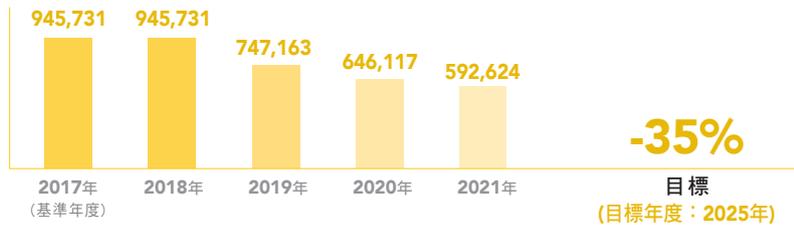


按類別分類的
溫室氣體排放量



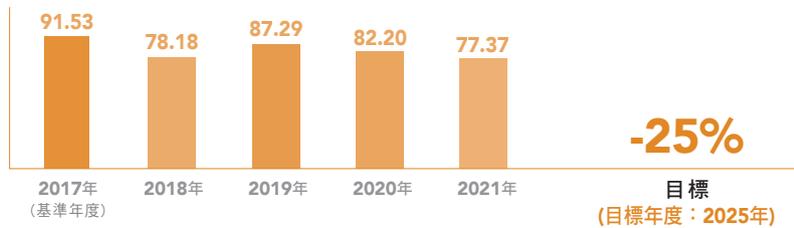
自營業務排放量
(範圍1及2)*

單位：噸二氧化碳



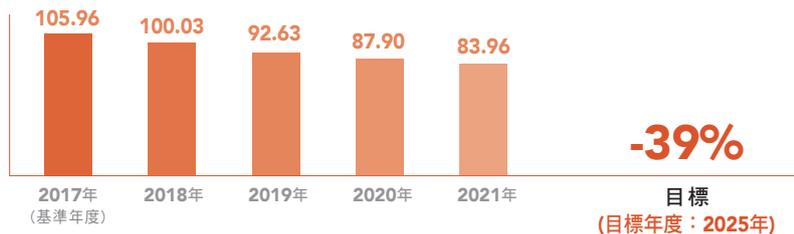
整個價值鏈排放量
(範圍1、2及3)*

單位：千克二氧化碳 / 百升產量



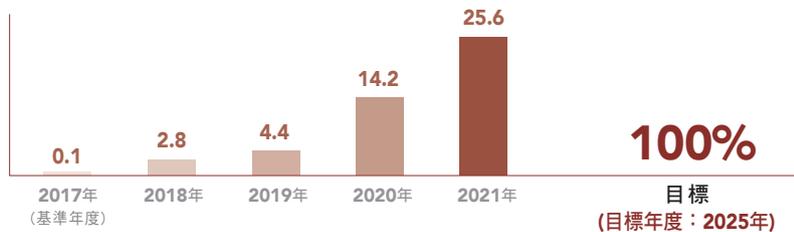
自營業務能源強度

單位：兆焦爾 / 百升產量



採購的可再生來源電力
百分比*

單位：%



* 此乃我們2025可持續發展目標的一部分。

所有產品均已納入碳足跡評估。



環境：

實現我們的2025可持續發展目標

我們的方法

氣候相關的風險管理

我們尋求轉型至更可持續發展的低碳經濟，因此希望清楚了解與氣候變化相關的風險與機遇。我們已初步審視亞太區內物理及過渡性氣候相關風險影響較為明顯的方面，以及這些風險對我們價值鏈產生的影響。

展望未來，我們將會採用氣候相關財務披露工作組（「TCFD」）的建議進行全面評估。

按類別分類的溫室氣體排放百分比

	農業 8.5%	轉換釀造 原材料 3.6%	包裝 48.9%	釀造運營 10.8%	物流 4.5%	產品冷卻 20.9%	生命週期 完結 2.8%
物理氣候相關風險							
	多變的天氣模式 建立適應性強的供應鏈，主動迅速採取行動，確保在天氣模式轉變背景下供應穩定						
	極端天氣事件 制定戰略計劃，減輕及適應可能損害我們設施、造成我們運營中斷的天氣事件						
	水資源利用 評估水資源風險水平，恢復高度缺水地區的水域，避免從缺水地區採購商品，並保障我們飲料及營運以及周邊社區的水質和供應						
過渡性氣候相關風險							
	法律法規 檢討及應對短期、中期和長期新出現或正在形成的溫室氣體相關法規的變動						
	技術進步 創新及探索提高效率、減少對自然資源依賴的方法，轉向低排放運營，盡量減少垃圾，以降低排放量						
	市場與聲譽 配合日益增強的環境認識，推動產品、營運、包裝及標籤研發						

對於我們管理氣候相關風險的初步評估。



減碳

2021財政年度，我們繼續努力達致2025氣候行動目標，同時展望實現於2040年前實現淨零排放的抱負。

從可再生能源到包裝，再到生命週期完結，我們致力利用創新方式就以上範疇的解決方案上帶來有效率的進展。

範圍1及範圍2

機會

營運，專注於：

可再生能源電力 能源效率

重點工作

我們的目標是在2025年前將範圍1及範圍2的溫室氣體絕對排放較2017年基準年減少35%。故此，我們就釀酒廠及經銷中心的生產及營運實施提高能源效率及減少溫室氣體排放的措施。



百威集團旗下的釀酒廠能夠超越「90025」目標（即採購能源總量低至90兆焦耳／百升、零二氧化碳採購量以及用水量低至2.5百升／百升），對於我們在全球範圍實現2025可持續發展目標至關重要。2021財政年度，我們率先在亞太區內釀酒廠實施「90025」策略，榮登「2021年90025目標邁向更美好世界榜單」(2021 90025 Better World Results)全球首位。於2021財政年度，全球17家成功以「90025」模式運營的釀酒廠中有12家位於亞太地區，我們的中國南寧釀酒廠也連續兩年在全球「90025比賽」中勝出。展望未來，我們在亞太地區的釀酒廠會繼續分享最佳實踐，致力成為全球各地姊妹釀酒廠的典範。



南寧釀酒廠團隊全力以赴取得「90025」佳績，我們對此表示祝賀

中國

繼我們的資陽釀酒廠後，武漢及昆明釀酒廠現時亦採用100%可再生電能。我們的武漢釀酒廠100%的電力來自湖北清江水電站，而我們的昆明釀酒廠有24%的電力來自現場配備的太陽能板的自給供電，並從水力發電、太陽能及風能等經認證的可再生能源採購其餘電力。

我們在中國有20家釀酒廠已經或已簽約安裝太陽能板進行自給供電。

我們於佛山釀酒廠建立首個併網分布式儲能系統，循環利用120噸退役的電動車電池，儲存來自太陽能板的720萬千瓦時自給供電。



佛山儲能系統

我們27.5%的簽約電力來自可再生能源，每年可減少103,328.44噸二氧化碳當量排放。



環境：

實現我們的2025可持續發展目標

韓國



太陽能板安裝開工儀式

三家釀酒廠均已開始安裝屋頂太陽能板。

我們12.2%的簽約電力來自可再生能源，每年可減少7,576.94噸二氧化碳當量排放。

印度

邁索爾及奧蘭卡巴釀酒廠的成功往績，引領我們為兩家泰倫加納釀酒廠轉用太陽能發電。

我們31.1%的簽約電力來自可再生能源，每年可減少14,482.39噸二氧化碳當量排放。



我們的印度釀酒廠團隊慶祝轉用太陽能發電



使用可再生能源讓我們堅定了創建更美好未來的決心

越南

兩家釀酒廠的太陽能項目已進入第二階段，並將於2022年底前進行第三階段。

我們40.2%的簽約電力來自可再生能源，每年可減少1,727.76噸二氧化碳當量排放。



我們在越南的兩家釀酒廠的太陽能項目進入第二階段



範圍3

機會 農業

重點工作

我們與種植者緊密合作，通過農作物管理、品種改良和緩解風險的工具來支持可持續農業實踐，同時也探索農業能如何成為減少溫室氣體排放解決方案的一部分。

機會 包裝材料

重點工作

我們開發了輕量化技術，即減輕我們的瓶子和鋁罐的重量，以及採購由回收材料製成的包裝材料。

機會 物流

重點工作

我們積極擁抱創新，以探索新方案及提供鼓勵措施實現綠色物流。我們亦採用新技術來推動減低溫室氣體排放，並推動潔淨能源的發展。我們亦會每年制定和審閱綠化物流方面的關鍵績效指標。

中國

作為我們綠色物流計劃的一部分，我們的車隊部署335輛綠色車輛，包括30輛電動重型卡車及中國首輛氫動力重型卡車，進一步減低範疇3的排放。

韓國

100%使用電動叉車，年度減少1,176噸二氧化碳當量排放。

印度

我們淘汰了17輛柴油動力的叉車，現在所有釀酒廠採用電動叉車，減少500噸二氧化碳當量排放。



為電動重型卡車的電池充電



在中國，我們現時物流車隊採用30輛電動重卡運輸我們的產品

機會 產品冷卻

重點工作

我們安裝高能效且對環境影響較低的冷卻器、冰櫃及製冷劑。

機會 生命週期完結

重點工作

我們探索不同方法重新利用廢物並盡量減少產生廢物，以促進各釀酒廠內的循環。



環境：

實現我們的2025可持續發展目標



於武漢舉行的「碳中和」儀式令人振奮期待

案例研究

中國及百威集團的首家碳中和釀酒廠

我們的武漢釀酒廠已實現碳中和，證明通過創新能實現低碳轉型，亦加快我們支持中國在2030年前達到碳達峰，並於2060年前實現碳中和的承諾。

程衍俊
首席供應鏈與物流官

我們的武漢釀酒廠已獲獨立第三方認證為碳中和釀酒廠，是百威集團旗下業務中以及中國首家符合這項標準的釀酒廠。我們的「碳中和」戰略集中於控制範圍1及範圍2的排放，為當地製造商創建綠色轉型及低碳發展的仿效模式。

推動我們實現碳中和的主要項目包括：

- 投資生物質鍋爐替代天然氣鍋爐
- 通過購電合約（「PPA」）購買100%可再生能源電力





碳中和項目的整體技術水平於減少能耗方面達到國際領先水平。我們在12月獲得「中國酒業協會」授予的科學技術進步獎二等獎

- 改用電動班車，取代汽油或柴油動力車輛
- 製冷劑零購買
- 通過回收利用生產過程中的二氧化碳，降低碳排放

根據國家層面的碳中和承諾，中國承諾將實現能源組合中的80%採用非化石燃料，並提升可再生能源發電的能力。因此，在多個省份中，太陽能發電的成本逐漸與傳統及非可再生能源發電的成本達到同一水平。我們留意到各界採用可再生能源的整體上升趨勢，亦能就我們的釀酒廠碳中和戰略不斷推出更多經濟激勵措施。



我們的包裝設計獨特，並註有「碳中和」字樣



我們的碳中和釀酒廠是我們減碳計劃中的一個重要里程碑



環境：

實現我們的2025可持續發展目標



百威亞太的重型電動卡車及儲能系統啟用儀式

案例研究

可再生電力回收閉環

我們在佛山釀酒廠部署重型電動卡車和智慧儲能系統，藉以創建一個創新的閉環模式，回收退役的電動車電池，用作儲存來自可再生能源的綠色電力。

此模式循環利用120噸退役的電動車電池，儲存來自廠內太陽能面板和電網的720萬千瓦時自給供電。儲存的電力在釀酒廠內用於生產啤酒，亦能在電費較高的高峰時段為電動重型卡車電池充電。此模式不僅帶來環境效益，我們更預期在高峰時段使用自有電力以節省成本，能為我們帶來長期經濟效益。有鑒及此，我們將陸續擴展此模式至其他釀酒廠，溫州及宿遷為該計劃的首批釀酒廠。



隨著電動車充電日趨普及，我們將更廣泛應用電動卡車





推動可持續發展是百威亞太的責任

展望將來

我們積極參與全球氣候行動，在逼切的氣候相關風險中尋找具潛力的機遇，不僅能減少環境足跡，更有助我們的價值鏈及社區適應趨勢。我們竭力實現淨零排放，而我們的減碳計

劃將更加著重提供更多方法來影響整個價值鏈的合作夥伴。為此，我們將繼續支持探索及實施先進、完整、創新及以自然為本的解決方案。



環境：

實現我們的2025可持續發展目標



水資源對我們的產品極為重要，亦是我們社區賴以維生的重要資源。作為亞太區域的領先啤酒公司，我們全力提升釀酒廠的用水效率及改善社區的水質和水量。

卡詩文
採購總監
中亞和東南亞區域



守護水源

聯合國可持續發展目標



披露項目

GRI 303
HKEX A2, A3

環境、社會及管治主題

水域管理 • 廢水管理 • 水源保護

定，將持續影響水源供應。我們採購的農產品亦依賴優質的水源供應。水資源對我們社區的經濟、社會及環境健康而言至關重要。

我們的目標和進展

我們約有10%的釀酒廠位於印度被確定為面臨「高水資源壓力」的水域附近。作為世界領先的啤酒公司，我們對水資源珍而重之，更有責任就整體營運及價值鏈進行水資源管理。在匯報年度，我們更新《水資源政策》以鞏固我們的承諾，致力將排水減至最低、降低用水強度以及改善水源供應及水質。

重要性

水資源是啤酒生產的必要元素。人口增長、經濟發展及氣候變化帶來的綜合影響，導致全球水資源壓力不斷增加。需求越趨殷切，同時污染日益嚴重，加上氣候及水循環變化不

我們的目標和指標：

改善高壓力地區內社區的水資源供應及水質

目前進度：

- 進展順利
我們在亞太地區100%的站點均開展了地方推廣活動，確定了針對其社區的水源解決方案以及確認了適當的解決方案。

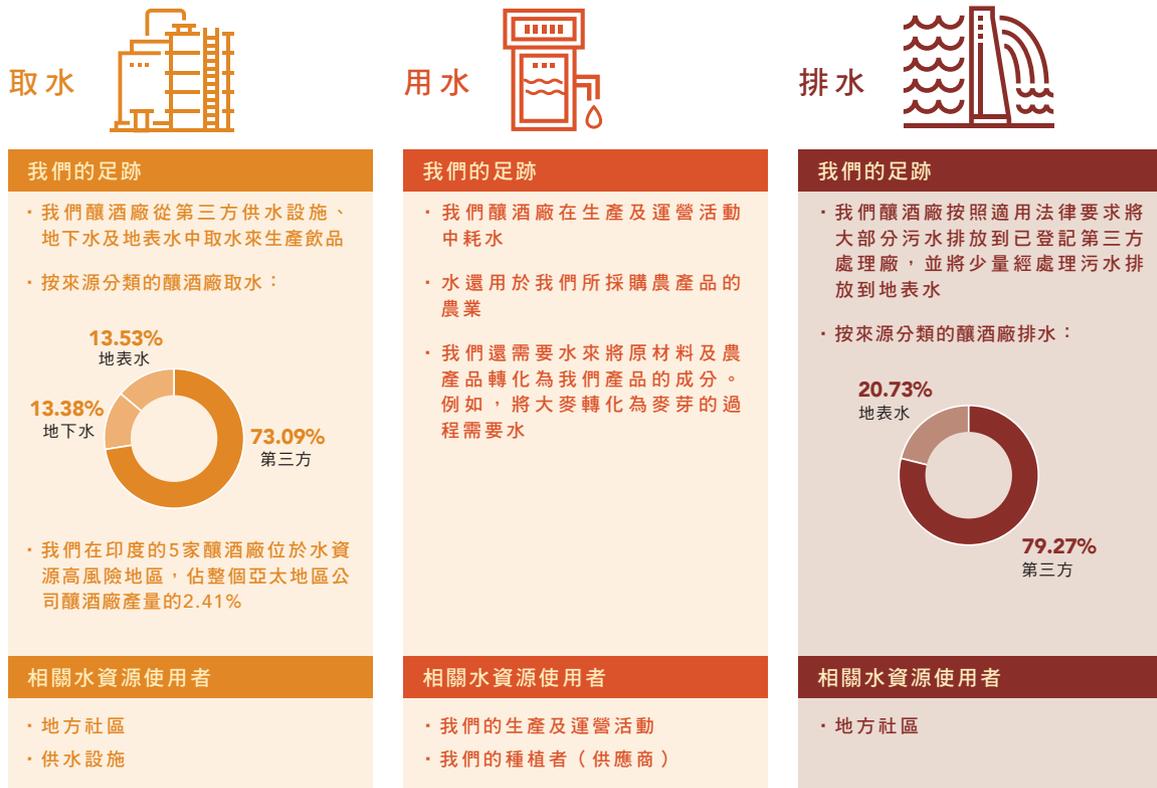
降低釀酒廠的用水量(百升/百升)

- 進展順利
從2017年起，我們的釀酒廠減少了22%的用水量(百升/百升)



我們的水足跡

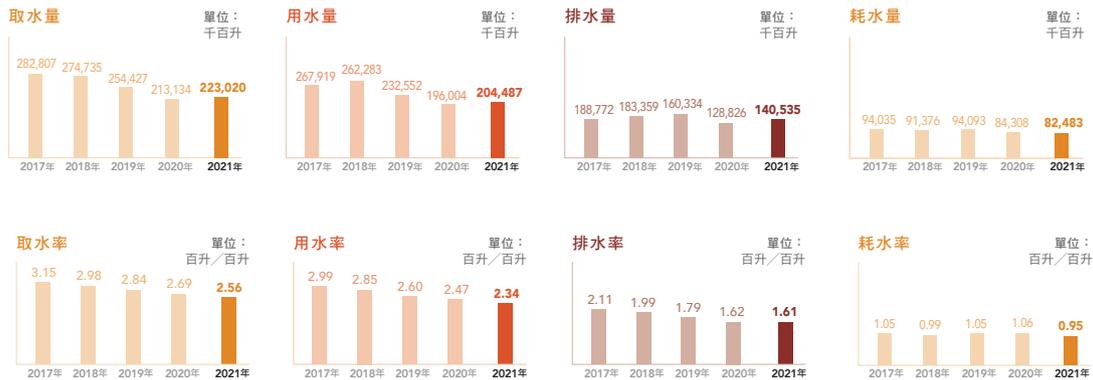
我們與周邊利益相關者共享水資源及排放目的地。



所有產品均已納入水足跡評估

有關我們如何管理水資源及與用水者互動的詳情，請到訪我們的網站查閱我們就2021年CDP水安全問卷的回覆。

水資源分析*



* 取水量、用水量和排水量較2020年水平輕微上升，原因是生產產量在新冠病毒造成下降後回升。根據生產單耗計算，我們的取水率、用水率和排水率較2020年水平有所改善。



環境：

實現我們的2025可持續發展目標

我們的方法

取水及風險評估

我們參考世界資源研究所的Aqueduct工具及我們內部定制水源風險工具，每年及每季度對位於缺水地區的釀酒廠進行七個全面的水域管理程序，將各釀酒廠分類為「極高風險」至「中至低風險」站點。



我們在印度的補水項目幫助建設了農場池塘以支持灌溉

重點工作

我們在整個亞太地區合計補充了349萬百升的水。



過去十年，我們在印度13條村莊興建了超過500個水域結構

印度

為改善缺水社區的優質水源供應，我們為高水源壓力的地區補給1,550萬百升的水，約為我們全國總用水量的130%。為此，我們建設農場池塘、儲水池等水源補給結構，並促進水土保育和管理，以實現智能及可持續農業。



我們在印度推行的項目已惠及約35,700人

用水量

我們在全部48家釀酒廠實施節水措施，以減少對取水的依賴，同時向員工和釀酒廠倡導節約用水，以指導節水工作。我們亦監察供應鏈，採用世界資源研究所的Aqueduct工具，確保我們的農產品並非來自缺水地區或預計將面臨缺水的地區。

重點工作

我們的整體用水比例達到2.34百升／百升。

中國	2.22百升／百升
韓國	3.08百升／百升
印度	2.84百升／百升
越南	2.90百升／百升



中國

在我們的雪津釀酒廠，我們透過設備投資和工藝優化，每日使用約1,850噸回收用水。於2021財政年度，雪津釀酒廠每出產一噸啤酒耗水2.08噸，遠低於行業標準，在全球百威釀酒廠中排名第一。過去兩年，雪津釀酒廠獲當地政府認可為福建省水效领跑者企業和節水型示範企業。

在宿遷釀酒廠，我們在反滲透系統中進行了人工智能（「AI」）技術的試驗。通過實施這尖端技術，我們預計將於2022年節約淡水24,000噸，實現21.29%循環用水。

韓國

為慶祝「世界水資源日」，我們的OBC釀酒廠舉行了多項推廣活動，包括「水與人類」插畫比賽展覽及河流清理，體現水資源管理的重要性。



我們的「世界水資源日」插畫展有助加強韓國對環保的意識

印度



我們教導種植者採用不同的灌溉方法

我們以當地社區作為我們干預計劃的重心。例如，為支持改善農業生產，我們為種植者提供技術培訓，教導他們使用更佳的耕種方式和設備，藉以幫助種植者尋找機會實施節水灌溉方案。在推行節水項目的過程中，我們進行逐戶調查和會議，以收集反饋意見，在用水方面達成共識。

廢水排放

我們監察及檢討有關廢水管理的規例及標準，旨在確保釀酒廠100%符合規定。我們在排放廢水前先進行處理，以防止與水污染物相關的潛在影響，確保所有參數都在合法範圍內。我們在印度的釀酒廠全部實現零廢排放。

重點工作

印度

增加潔淨水供應是百威亞太的主要優先事項。我們在各運營點部署有效的水域管理方案。我們在印度的釀酒廠採用零污水排放等最先進的技術來回收及回用所有的水。通過零污水排放，我們減少廢水量，避免了取水排水相關風險，並減輕我們對當地環境造成的影響。



環境：

實現我們的2025可持續發展目標

水源補給

我們致力改善我們運營所在地區的水資源供應和水質。我們高度重視中國和印度，前者是人口最多的國家，而後者則有許多社區只能獲得有限的潔淨飲用水。

重點工作

中國



中國的人工湖可增加水源供應

我們發起了「社區水源補給」計劃，將中水送到社區回用，用於綠化和人工湖，改善當地生態系統。於2021財政年度，我們成功將1,900萬百升的水送回中國社區。除了減輕對淡水的依賴，該計劃亦展示出我們對於提高環境和周邊社區健康與福祉的重視。

印度



到2025年，我們所有缺水嚴重的社區的水源供應和水質將顯著改善



印度的一個女性主導團體為當地社區提供衛生培訓

我們一直與不同夥伴合作推行連結當地社區的綜合水域計劃，旨在節約和管理水資源、推廣可持續發展的氣候智慧型農業，以及提高潔淨飲用水供應和衛生方面的實踐。我們與支持實施地面節水行動的國際半乾旱熱帶作物研究中心（「ICRISAT」）、Let's Endorse和WaterAid緊密合作，通過開發儲水池、農場池塘等逾500個節約水源和補給結構以及活化村莊池塘，共同創造超過1,550萬百升水的潛在補給空間。



我們不斷就實現2025守護水源目標取得進展





泰倫加納Crown釀酒廠附近的農場池塘

案例研究

通過合作在印度提供安全飲用水

在印度，超過一半的人口只能獲得有限的安全飲用水。從2009年開始，我們與Let's Endorse及國際半乾旱熱帶作物研究中心（「ICRISAT」）等倡導變革的機構合作，為不同社區定制綜合的用水策略。這項改善民生的計劃旨在提供雙贏的方案，解決當地社區和我們的釀酒廠的水源問題。

該計劃主要集中在我們位於Sangareddy縣的Charminar釀酒廠和Crown釀酒廠附近的社區。於2020年及2021年建成的儲水池和農場池塘等水域結構帶來超過360,000立方米的額外儲水量。過去十年，我們在13條村莊興建了超過500個結構，創建了558,245立方米的儲水量，惠及35,700人。通過這項持續性計劃，我們計劃制定一項支持社區自給自足的抗旱戰略。

我們亦在Charminar釀酒廠周圍的村莊運營兩個反滲透裝置，以低於市場價格十倍的成本價出售飲用水。這兩個裝置每年向5,000個家庭銷售約40,000桶20升裝水，並為水資源健康中心提供約20,000公升的安全飲用水。



泰倫加納釀酒廠附近的儲水池可幫助社區補給水源



環境：

實現我們的2025可持續發展目標

案例研究

與WaterAid在印度的夥伴合作

於2021財政年度，我們與WaterAid發起並簽署為期三年的協議，旨在通過培養知識、創新和夥伴合作，實現全面的水資源管理，以作為推動示範、學習、適應和提升的協作行動。

該計劃將借鑒我們過去在水資源保護和地下水補給方面的干預行動中汲取的經驗教訓，以國內以至全球的新興知識為基礎，並專注於兩個優先地區：哈里亞納邦Haryana Breweries Ltd. (「HBL」)釀酒廠的鄰近地區Sonipat，以及泰倫迦納邦Charminar Breweries Ltd.及Crown釀酒廠的鄰近地區Sangareddy。各項目將進行互相關連的三階段流程：

1. **示範**：在個別地區通過展示各種活動實地示範參與性的水源保護，解決用水和供水方面的挑戰。密切配合政府的旗艦項目，以助其有效實施、構思新方法以及惠及最邊緣化的群體。

2. **邦級水源聯盟**：此階段旨在促進協同和大規模行動，將引起各邦對已進行示範的地區的興趣。我們將與邦級機構進行溝通，向其通報有關措施，引起他們的興趣和參與，營造出一個接受學習和提升的環境。通過宣傳和技術支持，我們計劃在縣級地區促進採取針對具體情況的模式，並支持在邦級地區制定有助於政府政策和方案設計採用的指引和政策。

3. **全國知識夥伴合作**：旨在通過識別、測試、驗證和宣傳的過程來培育創新和學習。WaterAid將結合各行業、種植者和其他主要利益相關者等多方行動者的知識並加以廣泛推廣。我們將推進水源補給、監察、淨化以及中水循環回用的創新試驗平台，以促進全國的水源守護工作。

我們於計劃的第一年在哈里亞納邦的HBL附近開展示範階段工作，並將於未來的環境、社會及管治報告中交代有關進展。



我們通過與WaterAid合作支持多家學校採用WASH設施





零污水排放廠房使用最先進的水處理技術，可將廢水循環再用

案例研究

印度零污水排放釀酒廠

我們在印度實行的零污水排放策略旨在通過應用最先進的科技，盡量減少污水排放。我們的零污水排放策略以重用資源、減少使用及回收再造為原則，推廣循環理念。我們已在索尼帕特、馬哈拉施特拉邦和海得拉巴三個戰略地點擁有完全零污水排放的釀酒廠。

我們的水處理廠應用反滲透系統等技術，循環用水並於廠內回用。我們在印度五個地點設有反滲透處理廠以減少淡水消耗。中水用於設備和清潔活動。在2021財政年度，我們回收用水達395萬百升。



我們三家印度釀酒廠中的零污水排放裝置

展望將來

我們一直並將繼續重點推展水域管理、水源保護及廢水管理工作。我們將繼續審視我們在亞太地區運營所在地點的水源壓力程度，以建立夥伴合作關係，改善水資源供應和水質

(尤其是在面臨水源壓力的地區)，並通過我們創新的研發及與包括同業在內的主要利益相關者合作，探索持續改善的解決方案。



環境：

實現我們的2025可持續發展目標

我們「減少使用、重用資源、回收再造及重新思考」的循環包裝策略確保我們採購具有高回收物含量的包裝物料。2021年，我們的台州釀酒廠成為亞太地區首家「零廢」釀酒廠，於環境效益與經濟效益之間取得平衡。我們將繼續努力於2025年實現100%產品使用可回收包裝或者主要使用可循環回收材料。

龐衛珍
區域酒廠支持副總裁
亞太地區



循環包裝

聯合國可持續發展目標



環境、社會及管治主題

包裝策略 • 廢棄物管理

披露項目

GRI 301, 306
HKEX A1, A2, A3, B5

減少對世界有限資源的影響，並帶來長期的財務成本效益。循環包裝進一步幫助我們應對氣候變化，因為包裝佔我們整體溫室氣體排放的一大部分(49%)。解決包裝和廢棄物的問題，如中國的垃圾填埋問題和印度的環境污染問題，需要跨境、跨行業的創新、合作和教育。

我們的目標和進展

為提高各市場的長期可持續性及提高公眾意識，我們的業務在鼓勵供應商、客戶和消費者支持包裝物料循環使用方面發揮著根本的作用。我們憑藉「減少使用、重用資源、回收再造及重新思考」4R原則推動我們的2025可持續發展目標。

重要性

隨著世界面臨日益嚴重的資源短缺，我們致力於改進我們使用的包裝物料及減少浪費。我們的循環包裝方法有助於我們

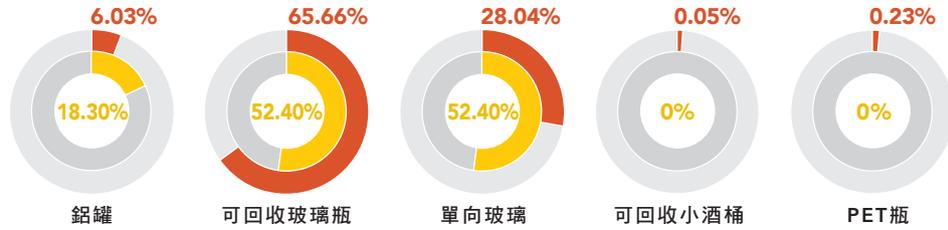
我們的目標和指標：	目前進度
到2025年，100%產品的包裝可回收	<ul style="list-style-type: none"> 進展順利 65.1%的產品使用可回收包裝或者主要使用可循環回收材料
到2025年，100%產品採用大部分(50%以上)為回收材料的包裝	<ul style="list-style-type: none"> 進展順利 主要包裝物中包含50.1%的循環回收材料(玻璃瓶52.4%，鋁罐18.3%)



主要包裝組合

■ 混合物（按重量劃分） ■ 回收材料

包裝類型



按市場分類的主要包裝

■ 中國 ■ 韓國 ■ 印度 ■ 越南

包裝類型



廢棄物類型

單位：千噸



廢棄物處理途徑

單位：佔市場百分比



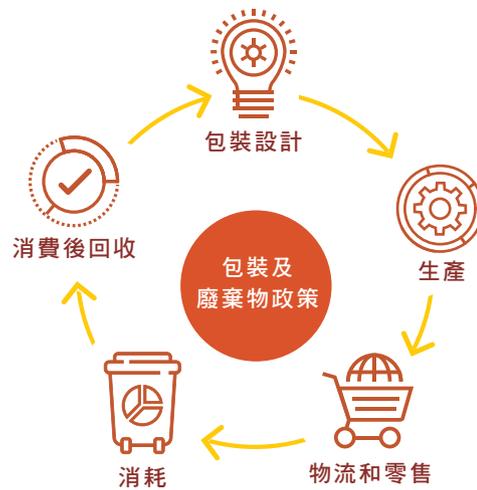
環境：

實現我們的2025可持續發展目標

我們的方法

我們致力減少包裝生命週期中每個階段所產生的廢棄物。我們的《包裝及廢棄物政策》指導我們在運營過程中避免不必要的消耗、選擇可持續的替代品及正確地重複利用和處置物料。我們認為，與利益相關者合作是實現完整循環的基礎，我們與供應商緊密合作，以推廣創新的循環理念。

我們一年一度的「冠軍」計劃實行已久，該計劃包含著我們對包裝不斷反思的承諾。「冠軍」計劃於十月進行，讓我們分享、討論及實行具成本效益且可持續的新方案。



包裝設計

我們以充分利用物料的原則設計包裝，並採購可循環、可回收及／或包含循環回收材料的物料。為實現我們的目標，我們必須讓供應商和地方主管部門參與其中，提高食品級包裝中使用的可回收材料含量。

重點工作

可回收包裝

採用可回收瓶等循環包裝，減少溫室氣體排放，推動更可持續的消費行為。

我們49.1%產品以可回收玻璃瓶方式出售，可重複使用100次。

輕量化

我們與供應商緊密合作，減輕每個市場的酒瓶和酒罐重量。

循環回收材料

為了盡可能減少對原始材料的需求，我們開發出新的技術，並在中國的玻璃瓶使用90%回收物料。

生產

我們已制定流程和指引，盡可能減少包裝產生的廢棄物，從而優化生產程序。



我們的生產廠房採用最佳的減廢程序

重點工作

盡量減少釀酒廠內產生的廢棄物

我們採取環保的採購慣例，通過減少使用一次性物料和用品來達致源頭減廢。我們亦優化運營以最大程度地減少廢棄物產生，同時最大限度地提高廢物利用的機會。



物流和零售

我們利用創新的二級和三級包裝，如可回收的收縮膜和紙板，以及可重用木托盤，令飲品的處理、物流和配送更加方便。

重點工作

回收二級包裝和三級包裝

我們與Crate合作，該公司將大量農業廢棄物轉化為高質量的食品級包裝。同樣地，我們與Erthos的合作夥伴關係使我們能夠以植物替代品取代使用即棄塑膠蓋。

消耗

我們利用社交媒體營銷活動和產品標籤來教育消費者有關回收的重要性，同時正探索更多方法來支持包裝回收。

重點工作

科羅娜減塑挑戰

科羅娜聯手中國最大海洋保護組織藍絲帶，在海洋日一同開展行動倡導減少使用塑料。科羅娜已成為全球首個淨零塑料足跡飲料品牌，從環境中回收的塑料多於其產生的塑料。



我們各個品牌均致力減少使用塑料

消費後回收

我們與各市場的主要利益相關者緊密合作，包括政府及回收商，以推廣包裝回收及重用。我們計劃創建閉環的商業模式，以協調相關行業，共同減少我們造成的影響。

回收玻璃瓶

我們通過與批發商合作，直接將玻璃瓶退還給我們的玻璃瓶供應商，縮短了國內的玻璃瓶回收流程，於2021財政年度為其收集超過14,000噸碎玻璃。這不僅為供應商提供了穩定的回收瓶來源，亦創造了一個更可持續的閉環回收系統。

Can-to-can循環利用

我們將於明年推出一個新系統，為我們的鋁罐供應商提供一個直接從社區收集得來的，可靠的可循環鋁罐來源。我們將與當地政府及利益相關者緊密合作。

廢物處理商計劃

在印度，我們承諾支持供應商的試行計劃，旨在提高廢鋁罐的收集及循環再造率，從而改善廢物收集商的生計，並把珍貴的鋁資源保留在供應鏈內。



環境：

實現我們的2025可持續發展目標



我們的台州釀酒廠以零廢方式運營

案例研究

中國浙江台州零廢釀酒廠

浙江省生態環境廳於5月出台先行的「零廢」指引，以源頭減廢及提升廠內循環為原則，促進企業通過原料創新、技術升級及工序改造實現減廢。

我們的台州釀酒廠成為亞太地區首家「零廢」釀酒廠，實現了環境效益和經濟效益的雙贏。我們的零廢做法包括以下三個重點：



我們的釀酒廠設有生物處理廠處理污水



1. **中水回用**：我們釀酒廠設有生物處理廠處理污水，其中部分中水在非釀造回用，多餘中水用於消防用水儲備、灑水等用水。廠內回用中水達84,000多噸（11%以上），亦降低了運營成本。
2. **回收中間產物**：我們看到產物的內在價值，並正在探索將廢物轉化利用為有用材料的方式。舉例而言，在生產和經營過程中，我們共回收利用廢麥糟22,000餘噸、廢玻璃6,000餘噸及廢紙6,600餘噸。
3. **污水再生**：我們將處理廠產生的污泥廢水副產品製成農業原料。我們的污泥廢水轉化量達到4,000餘噸，節省近人民幣420,000元（約66,000美元）。

憑藉我們在台州的成功經驗，我們計劃在全亞太地區逐步推行零廢釀酒廠。

展望將來

我們將繼續推行試驗計劃，並與包裝供應商緊密合作，以推動包裝的輕量化、可回收能力、循環回收材料及可循環能力。我們將利用我們的優勢發揮影響力，促使當地政府支持在食品級包裝中使用可回收材料以及促使回收商提高回收率。為了擴大我們在減少二級包裝和消費後廢物方面的工作，我們將致力於改變公眾對浪費和回收的態度。



由污泥廢水副產品製成的農業原料



環境：

實現我們的2025可持續發展目標



釀造高品質的啤酒首先需要優質的原材料，只有與廣大種植者攜手共進，推動農業發展，我們才能獲得最好的原材料。我們正在努力運用「技藝嫺熟、溝通順暢及獲得資金資助」框架來支持種植者提高對極端天氣事件的適應力，實現長期可持續生計。

姚渭洲
採購總監
可持續發展及智慧大麥
亞太地區



智慧農業

聯合國可持續發展目標



披露項目

GRI 308
HKEX A3

環境、社會及管治主題

生物多樣性保護 • 社區參與

生物多樣性的喪失被認為是全球性的生存威脅，可造成深遠的經濟風險⁶。因此，我們必須與種植者供應商共同推廣可持續農業實踐，以促進健康的生態系統，建立自給自足的農業供應鏈。我們採取以種植者為中心的方法，旨在提高種植者的技能並使他們擁有強大的財政能力，以大規模改善農業。

我們的目標和進展

為了使百威亞太的業務在接下來的百多年中不斷可持續發展，我們必須保護重要的生態系統服務，以及確保我們在生產和運營中極為依賴的原材料和自然資源供應，如大麥、啤酒花和水。我們一直致力於減少我們的環境足跡及盡可能把握機會保護生態系統，因此我們於2021財政年度發佈了我們的《生物多樣性政策》。

重要性

生物多樣性支持獨特的生態系統服務，對環境健康、水質和農業實踐有利，以維持我們的運營和人類健康。由於氣候變化、棲息地退化、過度使用農地及開發與經濟活動相關的天然資源，生物多樣性正以前所未見的速度急劇下降。現在，

我們的目標和指標：

到2025年，100%的直接種植者技術嫺熟，溝通順暢，並獲得資金資助

目前進度：

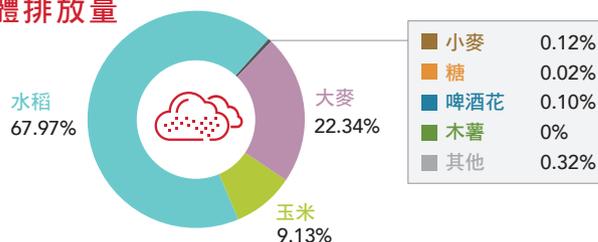
• 進展順利
我們的直接種植者中100%技藝嫺熟，100%溝通順暢，99%獲得資金資助。

6 世界經濟論壇《2021年全球風險報告》：https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2021.pdf



我們的足跡

按商品分類的溫室氣體排放量



我們的方法

土壤計劃

我們正建立一個土壤健康框架，以支持我們的種植者以及促進生物多樣性、改善水質和封存溫室氣體排放。我們為種植者提供了解和改善土壤質量所需的實踐和工具，與此同時我們必須與他們保持溝通順暢，以有效地收集資訊及作出針對性的建議。

重點工作

印度

我們的內部專家與部分種植者合作試行土壤測試計劃，並注意到各項關鍵績效指標的質量顯著改善。來年，預計與我們合作的種植者數目將增加五倍，我們有更多機會與種植者分享試行計劃的知識以及業內的最佳農業實踐。



我們以印度哈里亞納邦和拉賈斯坦邦為基地，推行智慧農業計劃



環境：

實現我們的2025可持續發展目標

生物多樣性計劃

生物多樣性的喪失影響土壤的組成和水質，進而影響我們所採購農作物的產量和質量。我們希望更好地整合整個供應鏈的生物多樣性戰略，因此我們與外部夥伴合作，制訂一個可以切合各個市場需要的標準化方案。

重點工作

我們於10月出席在中國昆明舉行的《生物多樣性公約》第十五次締約方大會（「COP15」）。我們致力在啤酒工業現代化之中融入生物多樣性。

智慧農業計劃

我們不斷努力改進我們的產品，更是市場上少數致力於培育優質大麥的啤酒公司之一。通過我們的大麥計劃，我們專注於提高本地產品的質量。

重點工作

中國

為了實現供應鏈短鏈化，自2016年起，我們與江蘇農墾集團緊密合作發展當地的大麥產業。



我們與江蘇省的當地種植者合作，他們熟悉自己的農產品，能夠為我們提供優質大麥

2021財政年度，我們成功收穫了25,000噸本地種植的大麥，用於釀製我們的中國品牌大富豪啤酒。我們本地化的農業採購和釀製流程使4,000名當地種植者受益，推動了經濟發展的同時亦減少了供應鏈中的溫室氣體排放。



我們的大富豪啤酒以100%本地採購大麥釀製

印度

我們在印度哈里亞納邦和拉賈斯坦邦開展智慧農業計劃，專注於推動種植者賦權以及加強種植者之間的互聯互通。我們主要通過利用合作和技術的兩種方式來實現此目標：

1. 培訓

我們與印度小麥和大麥研究所（「IIWBR」）及印度國家技能基金會（National Skill Foundation of India，「NSFI」）定期合作，以提高我們種植者的技能。我們與印度首屈一指的小麥和大麥研究所合作提升種植者的技能，成功舉辦了30個培訓班，培訓重點包括農藝原理、農業機械化、病蟲害管理及收穫和貯藏等。我們合共接觸了1,100名種植者。IIWBR於過去兩季為我們的種植者提供直接培訓，而未來我們的智慧大麥團隊將為種植者提供直接培訓。

為推動大麥生產的持續改進，我們與NSFI進行夥伴合作，開展大麥種植和農場負責任採購實踐工作，重點關注種植者健康和 safety 以及女性賦能。100%的種植者接受相關培訓，我們亦於鄰近新德里的Farukh Nagar建立了首個女性自助組織。此外，我們的實地考察人員於年內與每名種植者至少會面五次，總計超過4,500次。



2. 技術

我們100%的直接種植者已在KisanHub數字平台上登記。該平台幫助我們的實地考察小組用數字化的方式記錄數據，並向種植者發送實時的農作物管理資訊，以幫助他們作出知情決定。種植者可透過應用程序直接提出任何問題，我們可以及時向他們發送有關採購及其他議題的最新資訊。

我們亦採用鑒定技術來保證購自我們種植者的大麥符合我們的質量要求。於2021財政年度，100%購自我們種植者的大麥符合質量標準。

室內啤酒花種植項目

我們每年都為中國的本地品牌進口大量高端的芬香啤酒花。為節省成本、確保穩定供應及縮短供應鏈，我們的目標是在本地的室內農場種植味道豐富的卡斯卡特啤酒花，並且希望日後能發展同樣具規模、可持續的長期計劃。



卡斯卡特啤酒花，是我們標誌性的鷓鴣IPA的主要原料，在中國首個室內智慧啤酒花農場種植

重點工作

中國

我們在溫室種植啤酒花並取得重大成果。我們節省了80%用水、90%用地和95%運輸燃料。我們將繼續發展該項目並探討更多創新的想法，如啤酒糟土壤和各種風味的實驗。



我們的新啤酒花農場投入運營並收穫首批啤酒花，喜迎全球IPA之月

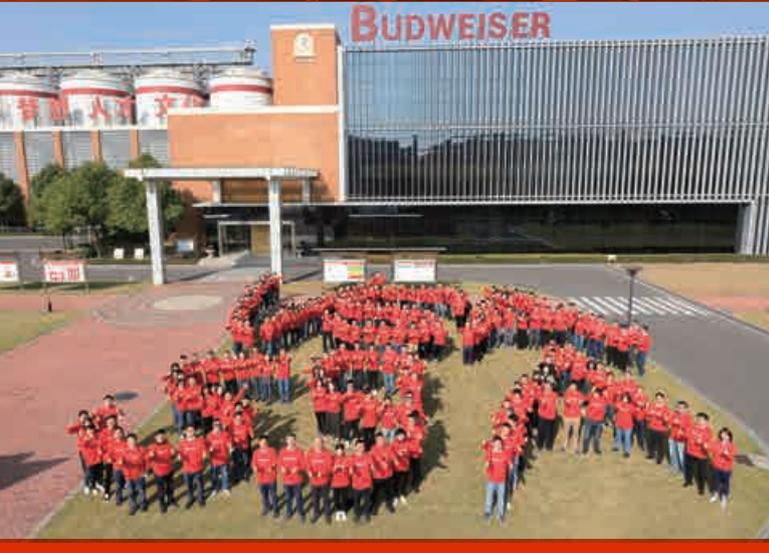
展望將來

我們將繼續推行供應鏈數字化，與直接種植者實現互聯互通，並發展培訓，灌輸可持續的農業實踐，以助我們達成給予他們經濟賦能的長期目標。我們將加大力度推行本地採購和發展計

劃，協助種植者發展業務及獲取所需的財務工具。我們將擴大土壤測試計劃的覆蓋範圍，發揮種植者的最大潛力，支持健康的生態系統，最終促進生物多樣性。



價值鏈： 與我們的夥伴及社區共同繁榮



概覽

我們發展業務策略時考慮合作夥伴、消費者及社區，以確保我們為價值鏈上的所有利益相關者創造共享價值。我們認為，卓越的運營取決於可持續發展和社會經濟發展，因此我們致力於根據我們在亞太地區運營的社會和環境背景來識別、理解和作出決策。

我們在莆田的新精釀啤酒廠及現有啤酒廠的擴建將成為亞洲最大容量的啤酒廠。我們將滿足消費者對高端及超高端產品的高品味需求，同時持續打造最先進的釀酒廠。



王華南
莆田釀酒廠廠長

供應鏈管理

聯合國可持續發展目標



環境社會管治議題

人權 • 價值鏈管理

披露事項

GRI 308, 412, 414
HKEX A3

我們正努力與供應商緊密合作，以應對新出現的挑戰，並以可持續和負責任的方式思考。隨著全球疫情持續蔓延，各大洲都受到了影響。在亞太地區，我們向多達209家一級(直接)供應商採購，以提供消費者熟悉及喜愛的飲品。

我們的目標和進展

管理複雜的供應鏈絕非易事，我們旨在鼓勵供應商幫助盡量減少對環境的影響、保護人權及改善經濟穩定性。我們與供應商、業務合作夥伴及周邊社區共同推廣這些價值觀，以使世界更具可持續性。

重要性

我們啤酒的生產及交付依賴於優質農產品、原料及包裝材料的全球供應鏈。與氣候變化相關的變數，加上對勞工問題的關注，正對我們複雜的供應鏈施加越來越大的壓力。因此，

我們的足跡

我們直接及間接採購的主要商品及服務：

直接採購

生產

農產品

- 大麥
- 小麥
- 木薯
- 玉米
- 水稻
- 水果
- 甘蔗
- 啤酒花

所採購農產品
佔我們溫室氣體排放量的 **8.5%**

材料

- 水
- 二氧化碳

壓榨釀酒材料
佔我們溫室氣體排放量的 **3.6%**

直接採購

包裝

包裝物料

- 單向玻璃
- PET瓶
- 可回收玻璃
- 小酒桶
- 鋁罐

所採購包裝物料
佔我們溫室氣體排放量的 **48.9%**

間接採購

運送

物流

• 物流服務
外包物流服務
佔我們溫室氣體排放量的 **4.5%**

產品冷卻

- 冷卻器
- 冰櫃
- 製冷劑

產品冷卻產生的排放
佔我們溫室氣體排放量的 **20.9%**

價值鏈：

與我們的夥伴及社區共同繁榮

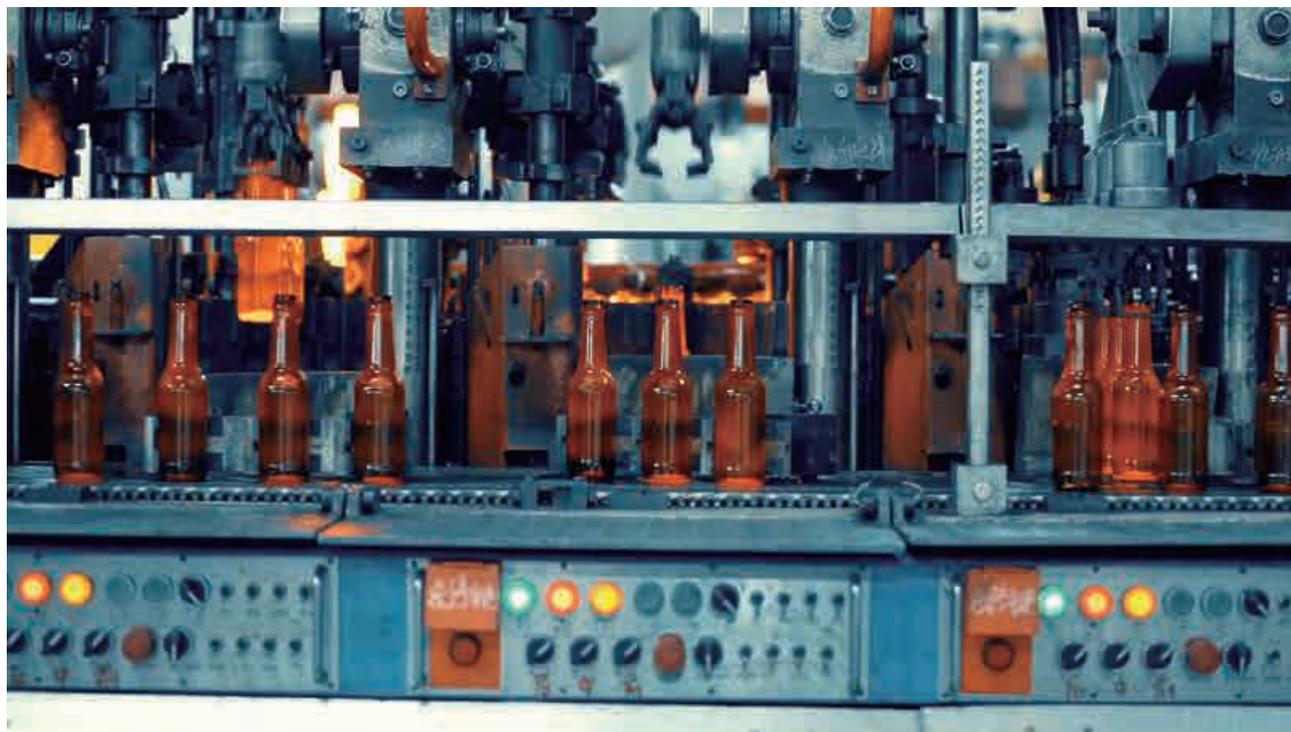
我們的方法

負責任的採購

負責任的採購已融入我們的供應鏈。通過向供應商、銷售商、代理及承包商（「業務夥伴」）傳達我們的期望及連繫我們的嚴格要求，我們確保供應鏈不存在違規行為，並促進負責任的社會及環境實踐。

我們要求所有供應商及業務夥伴遵守我們的《負責任採購政策》。我們亦有專門為供應商而設的《反貪腐政策》，以及指導我們在價值鏈沿線經營業務的《人權政策》，涵蓋我們的供應商及承包商。

政策及程序	預期
《負責任採購政策》	業務夥伴應確保其運營和實踐支持我們在維護人權、勞工標準、健康與安全、環境管理及商業誠信方面的方針及承諾。 我們要求供應商及業務夥伴承諾設定相關目標，包括溫室氣體排放量、循環再用成分及用水量。
《供應商反貪腐政策》	業務夥伴應確保其董事、高級職員、僱員及代理遵守我們的反貪腐作業方式。
《人權政策》	業務夥伴應確保其營運及實踐支持尊重人權的承諾。 我們的業務夥伴須尊重工人在工作與休閒之間取得平衡的需要。工作時間及加班時間須遵守適用的工資、工作時間、加班和福利的法律法規和當地勞工協議。



我們與業務夥伴緊密合作，建設可持續的供應鏈



供應商評估

我們每年根據《負責任採購政策》中有關法律及法規的合規情況、財務表現以及環境、社會及管治相關事宜（如童工或強迫勞工、結社自由、集體談判、職業健康與安全以及環境措施）評估現有直接及關鍵供應商⁷。此外，我們會在招標前評估潛在新供應商的合法性及其他基本註冊要求。

於2021財政年度，我們評估：



我們為供應商及業務夥伴提供培訓及指導，以支持其有效遵守我們的政策。例如，於2021財政年度，我們進行了兩次培訓課程，以加強維護網絡安全標準的實踐。培訓結束後，我們進行了調查，以評估供應商的當前做法並觀察任何與網絡安全相關的風險。我們會記錄調查結果，以識別風險較高的供應商，並與供應商制定糾正計劃以改善其做法。

供應商合作

我們的供應商參與計劃因地而異，因為我們了解供應商的不同當地情況及需求。我們已與直接供應商共同啟動供應商戰略聯盟（「SSA」）及銷售商策略聯盟（「VSA」）計劃，以應對他們面臨的重大挑戰並分享我們的合作計劃帶來的利益。2021財政年度，我們進行了六場培訓，分享有關可持續性和溫室氣體排放的知識，以提高主要利益相關者的意識。在我們努力推動變革和提供激勵的過程中，我們與包裝供應商的持續合作在他們對環境的足跡減至最少方面已取得成效。



玻璃供應商在我們實現可持續發展的旅途上擔當重要角色

⁷ 我們的供應商評估主要集中於我們直接向其採購的一級供應商以及為我們最大採購支出作出貢獻的關鍵供應商。



價值鏈：

與我們的夥伴及社區共同繁榮



華興旗下浙江廠房的太陽能板

案例研究

共同氣候行動 — 在我們最大的玻璃供應商內實施太陽能發電項目

我們最大的玻璃供應商及戰略夥伴華興集團目前正在向可再生能源發電轉型，以支持我們的可再生能源策略。

華興集團於3月啟動將太陽能電力納入主要能源的行動計劃，並在其浙江釀酒廠實施首個現場太陽能項目，產生了環境及經濟效益。華興集團其後將太陽能項目擴展至其他七個廠房，將合計共覆蓋約311平方千米的屋頂面積。整個太陽能項目將貢獻2,800萬千瓦時的自產電力，每年節省超過21,000噸溫室氣體排放。

展望將來

隨著世界適應疫情對社會及經濟的影響，我們致力於管理可持續的供應鏈，以提供迅速適應新出現挑戰和無法預料變化的能力。為此，我們將深化與供應商的對話以提前規劃、互相支持，共同邁向未來。





在百威亞太RE100策略的成就和收益鼓舞下，我們展開了可再生能源的旅程。

陳偉
中央營銷中心總經理
廣東華興玻璃有限公司



可持續擴張

聯合國可持續發展目標



披露事項

GRI 201、417

重要性

隨著人們探索以各種不同的方式享用啤酒和其他飲料，令更高端產品的需求日益增長。由於我們是充滿熱誠、消費者至上的啤酒公司，我們不斷發展和擴大啤酒選擇，以滿足不同

市場不斷變化的需求和願望。亞太地區市場是全球最大的啤酒消費地區，我們處於有利地位，可以抓住新機遇，引領品類增長，更重要的是，創造長期的共享價值。

產品組合

憑藉超過50個品牌及無數啤酒品類，我們有信心迎合不同市場客戶及消費者群體的喜好。通過高端化、創新和數字化，我們不斷擴大和塑造我們的品牌。為推動有效增長，我們使用市場成熟度模型來分析市場並回應我們的消費者及利益相關者。



價值鏈：

與我們的夥伴及社區共同繁榮

我們的方法

無酒精及低酒精啤酒飲料（「NABLAB」）

無酒精飲料市場正在迅速崛起，我們的產品組合提供超過80種NABLAB產品，以支持消費者的選擇。百威0.0、凱獅0.0及福佳0.0為部分無酒精啤酒，為啤酒愛好者提供與普通啤酒相同的口味，但不含酒精。無酒精啤酒的酒精含量為0.5%或以下，而低酒精啤酒的酒精含量為3.5%或以下。我們亦提供一系列低熱量的淡啤酒。



凱獅0.0在韓國廣受歡迎

重點工作

隨著NABLAB產品越來越受歡迎，我們繼續在亞太地區擴大推出該類產品。

韓國

OBC成功推出首款無酒精啤酒凱獅0.0，電商渠道「Coupang」的線上銷售於8個月內突破200萬罐。我們亦推出兩種口味的低酒精啤酒，即福佳植萃風味白啤酒及福佳珊瑚柚啤酒。

印度

我們在印度推出首款能量飲料百威Beats，彰顯我們提供更多選擇的承諾。百威Beats力求顛覆現有的能量飲料類別，進一步配合國內消費者不斷變化的生活方式。



時尚的產品包裝襯托出百威的悠久歷史

提供高端產品

在一些市場，越來越多的消費者尋求高端產品，而與葡萄酒及烈酒相比，啤酒處於高端化的相對早期階段。我們在亞太地區的高端及超高端啤酒領域處於領先地位，並致力於抓住並加速高端啤酒的快速增長。

重點工作

憑藉多元化的高端及超高端啤酒組合，我們在持續的疫情期間處於有利位置，以利用整個亞太地區消費者偏好的上升趨勢。

中國

鑒於消費市場不斷擴大，為了支持高端產品的產量，我們於福建省莆田市內投資興建新的精釀啤酒廠。新釀酒廠落成後，總產能將達到2,000萬百升，預期將成為亞洲最大的釀酒廠廠區。

該釀酒廠採用多種尖端技術，已成為全球技術最先進的釀酒廠之一。舉例而言，莆田釀酒廠是市內及中國啤酒行業內最大的併網分佈式光伏發電站，可減少碳排放達13,000噸二氧化碳當量，相當於種植120萬棵樹。釀酒廠亦採用熱能回收及二次利用系統，全年減少排放60,000噸蒸氣。

投資建設新的精釀啤酒廠不僅能為高品味的消費者提供更多元化的高端啤酒選擇，更與百威亞太的2025可持續發展目標保持一致，貫徹我們對於可持續發展的承諾。



我們位於中國的新精釀啤酒廠將為高端產品創造更多增長機會



韓國

為迎合瞬息萬變的市場趨勢，我們推出了韓國啤酒公司合作社（「KBC」），並成功開發了一系列精釀啤酒，為國內精釀啤酒市場作出貢獻。

通過展示我們開發的高端產品，我們的產品凱獅清爽、凱獅低熱量啤酒、凱獅0.0及Hanmac獲國際口味協會（「ITI」）頒發「優越口味獎」。作為唯一獲此殊榮的韓國啤酒公司及品牌，我們的產品因其質量而在全球市場獲得認可。



來自世界各地著名協會的餐飲專家認可我們凱獅產品的質量

印度

在百威繼續推動高端市場的增長的同時，我們亦繼續擴大超高端產品組合，包括科羅娜及福佳。

東南亞

福佳在泰國引領超高端啤酒品牌，顯示出在亞太地區的強勁高端化勢頭。

提供創新產品

推出新啤酒品類是我們增長策略的重要推動力。產品創新使我們能夠塑造及迎合現有消費者的需求，同時亦把握風味精釀啤酒的新機遇。

重點工作

我們開發的果味產品擴大了我們的產品組合，並成功以果味吸引啤酒愛好者。

中國

我們用番石榴味和海鹽釀製創新的科羅娜海鹽番石榴果味啤酒，進一步擴大高端啤酒市場。然而，在我們推出的水果啤酒中，百威ME-X（一種混合水果口味的啤酒）的淨收入（每百升）較百威經典啤酒高三倍。



科羅娜新產品的口味清新怡人

東南亞

在福佳玫瑰紅在泰國取得成功的基礎上，我們推出了從概念到上市為期100天的限量版福佳桃味啤酒。由於廣受歡迎，現已成為福佳品牌下的固定產品。



價值鏈：

與我們的夥伴及社區共同繁榮

啤酒以外品類

我們是一家以消費者為中心的公司，而消費者正不斷探索各式各樣的飲料產品，希望品嚐到更多高端的產品。我們飲料產品組合為消費者提供各式各樣的飲料選擇，透過為消費者提供啤酒以外的高端產品，更可以提高我們飲料產品組合的整體飲用次數、相關性和實力。

重點工作

透過對消費者的洞察力，我們獲得了除啤酒產品以外的增長，並吸引了多元化市場。



紅牛與我們不斷增長的產品線相得益彰，鞏固了我們的高端化策略

中國

我們開始獨家分銷Fireball Whisky，進一步鞏固我們的高端化策略並促進我們與批發業務夥伴的增長。我們與紅牛中國的新戰略合作夥伴關係為消費者提供更多產品選擇，並補充我們現有的產品組合。Mike's Hard Seltzer 蘇打水繼續塑造即飲飲料類別。



Fireball Whisky、Buffalo Trace、Southern Comfort及其他高端烈酒令我們的啤酒以外類別產品組合更具吸引力



Mike's 麥克斯經典口味嗨檸雞尾酒。

韓國

我們推出罐裝葡萄酒BABA及罐裝雞尾酒Cutwater，吸引了眾多網紅及潮流領導者的關注。



BABE 為你而設





我們每年舉行中國增長會議，鼓勵員工擁抱變化並勇於承擔風險

案例研究

起牛勢，制齊勝

「起牛勢，制齊勝」主題為我們三大增長引擎－高端化、數字轉型及商業擴張的前沿主題。我們於2021財政年度推出該主題，並圍繞該主題組織了兩項主要活動。

於2021年3月與員工舉行的為期兩天的中國增長會議(China Growth Meeting)上，我們向員工介紹了我們的主要戰略支柱。內部及外部發言人就數字消費者趨勢等主題發表演講，提供有用的見解，而互動式培訓課程則吸引員工並為員工來年的工作帶來啟發。我們亦推出「啤酒愛好者」計劃，這是一項內容豐富的遠程學習培訓，使所有員工都能成為啤酒專家。

於4月舉行的百威中國全國銷售大會使我們得以與來自全中國的批發商分享我們的商業策略。由於我們與批發商的合作夥伴關係是我們的主要戰略支柱之一，我們向我們的批發商頒獎，分享如何提高運營效率的舉措，並闡述新的消費者趨勢。



我們以身作則，充當百威的主人翁



價值鏈：

與我們的夥伴及社區共同繁榮

創新和數字化轉型

我們不僅尋求產品創新，亦擁抱數字化創新和轉型。數字化使我們能夠更好地與消費者、客戶及員工建立聯繫並了解彼等。由於長期的新冠疫情已強勢地改變了消費者模式及植入

電子商務習慣，我們的目標是控制數據及技術的力量並將其商業化，以利用新的機會。

消費者



社交媒體

儘管持續存在新冠疫情社交距離限制，社交媒體使我們仍能與消費者聯絡

- 我們的「讓我們來一杯啤酒 (Let's Grab a Beer)」活動以數字化的方式將人們聚集在一起，旨在於越南封鎖期間傳播積極情緒

電子商務

為日益增長的在線消費者購物習慣提供便利

- 百威ME-X果味啤酒在中國618電商購物節期間名列天貓食品飲料類銷量第一

商品

結合自消費者洞察中收集的產品創新功能，提供差異化體驗並引領消費者趨勢

- 在韓國推出網上銷售平台 Cheers & Goods

虛擬世界

開創商業化新紀元

- 虛擬hip-hop名人哈醬成為中國哈爾濱啤酒的首位虛擬代言人

客戶



電子商務

開拓新的市場路線並為向我們商店訂貨提供便利

- 通過我們的全球電子商務解決方案BEES[®]等平臺，我們有機會有效地加速增長並建立我們獨特的生態系統
- BEES使我們的客戶、分銷商和零售商能夠在新冠疫情期間獲得業務洞察並無縫擴大其客戶群
- 在韓國推出 OB Smart，為我們的客戶提供新的易使用的線上訂貨體驗，提供了透明度和具吸引力的促銷優惠

員工



新技術

精簡我們的運營並使我們的員工更好地為消費者及客戶服務，同時使他們能夠更加舒適便利地工作

- One Master Data Management (「One MDM」) 在中國推出，為銷售、計劃及採購等所有前端應用提供優質、高度可信的主數據服務。One MDM同時為商業和非商業業務提供便利，我們計劃在亞太地區的所有經營業務中採用該服務
- Business Process Management 2.0 (「BPM 2.0」) 已作為數字化轉型戰略的一部分進行開發。BPM 2.0使用新技術構建和轉換強大的數字業務流程
- Bud Library是一個全新的中國線上平臺，所有員工都可以在一個地方輕鬆訪問政策、業務操作流程和其他相關資料，有助於卓越運營
- 在中國推出I-People，這是一個整合全民電子服務和應用的平臺，提升員工體驗

展望將來

我們專注於長期的可持續增長，使我們能夠持續為消費者、客戶和員工服務。因此，我們將利用現有的基礎設施，引導我們向引領品類增長方向發展。我們的領導層致力於以新的

方式發展業務並為社區創造更多價值，我們期待通過新技術和創新使我們的流程有效及高效。

8 BEES於2019年底推出，改變了傳統的企業對企業(「B2B」)銷售模式。該平臺是零售商充分利用一個地方的數字技術優勢，將客戶問題轉化為增長機會的一個途徑。





我們相信，每一次飲用啤酒都應是正面體驗。作為領先的啤酒公司及企業社會公民，我們積極承擔責任，幫助減少和防止我們整個市場上有害使用酒精的行為。通過我們專門的社會及營銷活動，我們致力於教育社區人群負責任飲酒，提升飲酒素養並提高公眾的明智飲酒意識。

柯睿格
首席法律及企業事務官
百威亞太



明智飲酒與適度飲酒

聯合國可持續發展目標



環境、社會及管治主題

產品安全 • 產品標籤 • 負責任營銷及
消費者教育 • 道路安全

披露項目

GRI 416、417
HKEX B6

我們的目標及進展

我們希望每個人都能負責任地享用我們的產品，因此，我們應用我們的全球明智飲酒目標，為消費者提供透明的信息和選擇。我們支持世界衛生組織到2025年使各個國家的有害使用酒精量至少減少10%的目標，以及聯合國可持續發展目標，即在全球範圍內進一步預防有害的酒精使用。

作為推廣明智飲酒的先行者，我們自2016年以來一直與公共衛生專家合作，並推出有效的舉措和措施來履行我們的承諾。我們通過與不同的利益相關者密切合作、實施負責任的營銷活動及教育消費者，不斷致力於改善全球市場的社會規範、飲酒文化及道路安全。

重要性

我們認真對待我們對明智及負責任飲酒的承諾，因為我們認為飲用啤酒應該是一種正面的體驗。濫用酒精是全球關注的嚴重健康問題，我們有責任幫助減少有害使用並支持更好的消費模式。



我們推出了限量版的哈爾濱無酒精啤酒產品，為中國消費者提供明智的飲酒選擇



我們的中國員工自發走上街頭、到訪餐廳及酒類零售商店，向消費者宣傳拒絕酒駕的訊息



價值鏈：

與我們的夥伴及社區共同繁榮

我們的方法

食品安全

我們採取系統的方法宣傳嚴格的食品安全文化，確保客戶持續收到優質安全的產品。多年來，我們採用世界領先的技術，幫助我們實現成為飲料行業最受喜愛的高品質增長領導者(Most Loved High-Quality Growth Leader in Beverage)的夢想。於4月，中國酒業協會授予我們「2020年科學技術進步一等獎(First Prize of Science and Technology Advancement Award 2020)」及「中國酒業協會第十三個五年規劃科學技術進步特別獎(Special Award for Science and Technology Advancement of China Alcoholic Drinks Association in 13th Five-year Plan)」，以表彰我們在推動釀造業技術及創新方面的成就。

管理

- 實施由我們的首席執行官和首席供應官簽署的包括內部《**食品安全政策**》在內的政策和指引
- 每年進行產品安全培訓，或在政策更新時進行培訓
- 識別及管理關鍵控制點

系統

- 在所有生產設施應用我們的工廠最優化管理(「VPO」)系統，該系統涵蓋了ISO 9001和FSSC 22000的所有要素
- 通過在部分釀酒廠獲得全球食品安全倡議／危害分析和關鍵控制點外部證書，滿足客戶的特別要求

端到端監控

- 每年進行兩次內部審核以確保系統按預期運行
- 組織定期可追溯性、產品召回和合規測試
- 聘請食品安全第三方審核和分析

社會規範營銷

我們使用社會營銷活動來促進積極的行為改變，並影響整個市場的社會規範。我們的品牌有共同的價值主張，並積極開展有影響力的活動來分享我們的明智飲酒理念，與不

同的夥伴合作，用數據與洞察推動我們的社會規範營銷，以解決與酒精相關問題，如未成年人飲酒以及與數字化及電子商務相關的新風險。

重點工作

百威亞太支持International Alliance for Responsible Drinking(「IARD」)制定的酒類線上銷售和配送全球標準。IARD與知名線上零售商建立新的全球夥伴關係，旨在提高酒類電子商務的標準，防止向未成年人銷售並減少有害飲酒。

韓國

在2022年大學修學能力試驗前舉行「出示身份證(Show ID)」活動以防止青少年飲酒。「出示身份證(Show ID)」活動通過派發宣傳資料，鼓勵餐廳在顧客點酒時檢查顧客的身份證。OBC向三成洞地區的100家餐廳派發「出示身份證(Show ID)」海報、口罩、圍裙、亞加力膠鎖匙扣等宣傳品，積極宣傳預防未成年飲酒。



我們旗下品牌盡力減少酗酒情況



越南

為覆蓋更多的受眾，我們與胡志明人民之聲（「VOH」）電台合作，以「因為有人需要你(Because someone needs you)」為主題，提高明智飲酒認識。



我們尋求與不同媒體渠道合作，宣揚明智飲酒意識

道路安全

對我們而言，提高對酒駕危險的認識至關重要，我們的業務通過眾多舉措保護消費者和社區，倡導道路安全。由於我們亦運營大量道路運輸車隊，我們在運營所在社區宣傳道路安全。與當地合作夥伴合作有助於以最有效的方式確定及實施計劃。

重點工作

中國

我們參與交通安全體驗課程，2021財政年度最新課程推出新的兒童交通安全提升工具包。我們向中國少年兒童新聞出版總社有限公司捐款逾人民幣50萬元（等於7.8萬

美元），並為所有希望學校提供100套交通安全教育工具包、730套「交通安全教育魔術盒」及5,000套反光背心，通過教育提高交通安全認識。



全中國希望學校的孩子學習道路安全

於12月，為慶祝第十屆「全國交通安全日」，我們連續第七年獲上海公安交警部門授予「上海市交通文明公益聯盟合作單位」稱號。我們亦參加中國酒業協會（「中國酒業協會」）舉辦的「2021年全國理性飲酒宣傳週」並在30個城市開展當地活動。

印度

我們推出了「更安全的道路管理實踐工具－虛擬沉浸式體驗」，這是一個基於改善現有道路基礎設施，以造福所有道路使用者（尤其是弱勢群體）的互動工具。我們獲得了全球對道路安全最佳實踐的認可，並獲得百威集團基金會提供的5萬美元資助，用於擴大道路安全干預措施，並在其他地區複制試點城市（古爾岡•安全道路）的最佳實踐。

價值鏈：

與我們的夥伴及社區共同繁榮

韓國

我們自2016年起與韓國道路交通管理局(「韓國道路交通管理局」)緊密合作，推動更嚴格的道路安全執法。於為表彰警員對杜絕酒駕作出的貢獻而舉辦的「第五屆防止酒後駕駛專項行動頒獎典禮」上，因我們的道路安全計劃為當地社區帶來正面影響，獲韓國道路交通管理局頒發嘉許獎。



我們衷心感謝官員為保護我們的社區而採取的有力行動

OBC參與「兒童道路安全接力賽(Road Safety for Children Relay Challenge)」，提高「兒童安全區(Children's Safety Zones)」道路交通事故防範意識，加大公眾支持力度，將兒童安全放在首位。我們開展了「新司機明智承諾活動(Smart Pledge Campaign for New Drivers)」，讓新司機了解酒後駕駛的危害，並養成安全駕駛習慣。

越南

我們與當地政府合作推出道路安全計劃。該活動灌輸對明智飲酒、道路交通安全法(Road Traffic Safety Law)及酒後駕駛危險的認識，並為未來與中央政府機構一起舉辦活動鋪平道路。

消費者教育

通過向我們消費者提供信息和選擇權，我們可以支持消費者作出明智選擇，以負責任的方式飲酒。無酒精及低酒精啤酒是推進我們的智能飲酒目標和減少有害飲酒的基礎。我們無酒精及低酒精啤酒產品組合包括80多種高質量產品，以迎合更好的飲酒模式，而我們的目標是到2025年底使產品組合中無酒精及低酒精啤酒產量至少佔20%。我們將持續制定營銷策略，讓消費者了解彼等擁有無酒精及低酒精啤酒選擇權。

重點工作

印度

我們自百威集團基金會獲得12,500美元，首次用於實施大規模的負責任酒水服務(Responsible Beverage Service)(「RBS」)計劃。RBS是一項培訓計劃，旨在幫助酒類服務人員減少過量飲酒及其他酒精相關危害。

韓國

「明智選擇凱獅0.0(Smart Choice with Cass 0.0)」活動和「凱獅0.0讓父母開心(Cheer up Mom & Papa with Cass 0.0)」活動共收到消費者提交逾7,500個故事，鼓勵消費者負責地飲酒，並宣傳消費者一直擁有無酒精及低酒精啤酒選擇。

產品標籤

訊息透明是提高飲酒健康認識並最終促進我們的明智飲酒目標的基礎。我們提供清晰的產品信息，使消費者能夠在知情的情況下選擇如何安全、適度地飲酒。我們經常與公共衛生專家、政府及其他合作夥伴合作，以改善產品訊息及提高飲酒健康認識。

重點工作

我們在亞太地區的自願性指引標籤項目使我們能夠在未實施強制政府標籤且當地法規允許的市場中，通過包裝標籤和輔助標籤分享健康信息。為提高飲酒認識(包括有關如何避免有害飲酒的意見)，我們於2021財政年度末在亞太地區市場使用指引標籤的比例達到100%。



我們認為有必要幫助消費者了解適量飲酒的原因和方法





我們的員工籌辦為期一週的活動，在本地社區推廣明智飲酒文化

案例研究

全球明智飲酒週

我們將先前的一日活動升級為「全球明智飲酒週」。沉浸式的一週旨在提高公眾對酒後駕駛危險的認識及宣傳明智飲酒。

在中國，我們的員工與交警聯手開展了「酒後不開車 (Don't Drink and Drive)」活動。一週內，共有2,553名志願者參與，到訪689間門店宣傳明智飲酒與適度飲酒。這些活動融合了街頭文化，旨在吸引年輕人，將零酒駕的概念轉變為一種理想的生活方式。我們的品牌哈爾濱啤酒 (「哈啤」) 推出「明智飲酒」短片，與品牌代言人中國正能量藝人張藝興合作推出獨家哈爾濱無醇啤酒，以對抗酒後駕駛行為，並為在年輕一代中樹立正面的社會規範鋪平道路。



作為中國首批開展反酒駕宣傳活動的公司之一，我們已與公共及私人利益相關方合作14年

展望將來

我們將透過我們品牌作出持續統一承諾，倡導明智飲酒與適度飲酒。為在亞太地區有效倡導負責任飲酒，我們將發展我

們的社會營銷活動，以適應不同市場不斷變化的社會規範和行為。通過自願性指引標籤提高飲酒認識將有助於賦能我們的消費者並減少有害使用酒精。



價值鏈：

與我們的夥伴及社區共同繁榮



創新是建設可持續發展未來的重要驅動力。在百威亞太，我們致力於探索供應鏈中的新機會和夥伴關係，賦能年輕企業家為其社區找到新解決方案並創造一個充滿夢想和創意的工作場所。



黃輝煌

區域酒廠支持動力&可持續發展總監
亞太地區



企業精神及創新

聯合國可持續發展目標



環境、社會及管治主題

創新 • 社區參與

披露項目

GRI 413
HKEX B5、B8

重要性

我們業務的成功植根於我們生活和工作的社區。由於我們在全球範圍內共同面臨更具挑戰性的環境和社會問題，我們的業務必須支持創新者和企業家迅速制定解決方案並建立可持續發展未來。我們有責任更好地了解我們如何與社區互動並共同成長。



我們的員工與本地社區攜手共進

我們的目標及進展

我們的目標是在我們的社區中留下正面持久的印象。我們的業務繼續與創新者緊密合作，以創造商機及同時解決當地可持續發展挑戰。隨著亞太地區的災害發生率和規模不斷增加，我們已履行了為緊急救援有效提供資源和支持的承諾。有關我們對新冠疫情的應對措施，請參閱第15頁。



我們協助越南增加疫苗供應，支持當地的發展

十多年來，我們一直高度關注青年教育，幫助下一代激發創新。同樣，我們的業務通過多種內部和外部舉措來倡導環保意識，以建立綠色社區。



我們的方法

創新

100+ 加速器

自2018年推出以來，我們一直致力於與企業家建立夥伴關係，旨在加速可持續創新。我們與企業合作夥伴及第三方專家合作，以識別供應鏈中緊迫的環境及社會挑戰。通過主要專家的遠程編程和指導、資助及連接全球新網絡，我們幫助成功的申請人更快地將其解決方案推向市場。



與強大的公司合作可帶來有意義的重大變革

重點工作

可口可樂公司、聯合利華及高露潔棕欖加入我們，組成100+ Partnership。我們相信，該合作對可持續發展未來至關重要。

在亞太地區，我們與五名企業家進行了試點。

- **靡特洛**用酒糟生產「啤酒廢水可溶薄膜(Beer Waste Water-Soluble Film)」等包裝材料。這種循環模式避免食物浪費並減少塑料消耗量。
- **上邁**創造耐用的太陽能電池板，可靈活地連接到弧形屋頂。新設計有可能使太陽能在未來更容易獲得及更經濟，其輕質太陽能電池板比普通面板輕70%。

- **FreightFox**使用技術和數據創建近乎實時的綠色物流儀表板(Green Logistics Dashboard)，提供可持續業務洞察。該試點項目徹底改變印度的綠色物流和供應鏈。

亞太地區的採購及可持續發展創新中心

我們本地中心建立了一個鼓舞人心的生態系統，赋能企業家推動亞太地區社區的變革。我們利用我們的知識和專業能力幫助問題解決者開發創新解決方案，這不僅幫助我們實現可持續發展目標，亦惠及我們生活和工作的社區。



Rafiq在韓國於演示日以「啤酒化妝品」的新概念吸引觀眾

重點工作

中國

該中心吸引了80份申請。經過與七個小組的幾個月試點，四個成功的小組脫穎而出。

- **眾精谷**引入熱能轉換效率超過100%的鍋爐。該鍋爐幫助我們降低生產成本並實現碳中和目標。
- **唯革思**使用酒糟生產一種創新且高度可持續的植物基皮革，可用於手袋、鞋履、服裝及汽車座椅。



價值鏈：

與我們的夥伴及社區共同繁榮

百威中國創新中心不僅支持初創企業的發展，亦認可學生群體。我們與上海交通大學（「上海交大」）智慧能源創新學院合作舉辦校園創客馬拉松，為年輕的創新者提供將想法付諸實踐的平台。提案涉及碳捕集空氣系統、零碳釀酒廠解決方案及倉庫除濕低碳解決方案。

韓國

該中心吸引35份申請且我們推出了四個試點項目。於演示日，初創企業展示其成果並證明了其高水平的進展。

- **Rafiq**以釀酒廠的酒糟為主要成分開發化妝品。我們為該「啤酒化妝品」解決方案獎勵近20百萬韓圓（「韓圓」）（約等於17,000美元）。
- **RE:harvest**使用我們的啤酒糟製作格蘭諾拉麥片棒。於2020年12月成功推出RE:nergy能量補充棒後，我們繼續與這家從事食品回收升級的初創企業緊密合作，回用啤酒副產品。

Bud挑戰(Bud Challenge)

在中國和印度舉辦的大學間競賽，使所有專業的學生都能展示大膽獨特的想法。在鼓勵學生創新思維的同時，我們亦可以提高我們的校園聲譽並發現年輕人才。

重點工作

中國

14支隊伍進入全國總決賽，三支決賽隊伍快速進入我們人才計劃的最後階段。在整個過程中，我們為人才提供實習機會。



年輕的創意人才是百威亞太的未來

2021年Beer Garage加速器計劃－亞太地區版本(Beer Garage Accelerator Program 2021－APAC Edition)

Beer Garage加速器是為百威集團生態系統而設的加速器計劃，專注於解決在全球金融科技、亞太地區和非洲市場中實際遇到的複雜商業問題。我們從全球範圍發掘願意顛覆現狀的變革者，他們樂於接受考驗，勇於拓闊創新邊界。Beer Garage成功於4月23日以虛擬方式啟動2021年全球加速器計劃，於2021財政年度內獲全球各地的初創企業、創業投資公司、創新團隊以及意見領袖踴躍參與。



2021年Beer Garage加速器計劃－亞太地區版本(Beer Garage Accelerator Program 2021－APAC Edition)

2021年度夥伴：

- **Cosmose** 是一個通過利用銷售技術和路由網絡以人工智能控制的定位解決方案，能夠讓現場代表在訪問期間建立地理圍欄，並使公司客戶重新對準地理圍欄內的消費者。
- **Mai** 提供全自動的視頻購物解決方案，使消費者能夠使用AI電腦視覺技術及個性化操作，通過電子商務競價系統在線上購買商品。



案例研究

可持續100+

在印度，我們推出可持續100+，推動印度實現聯合國可持續發展目標。通過線上平台，我們匯集了企業家、政策制定者、商界領袖、非政府組織及其他行業利益相關者，以建立可持續發展的思想領導力並鼓勵集體行動。

我們在六個月內舉辦了一系列小組討論、圓桌會議和大師課，重點關注百威亞太的環境支柱。各利益相關者的參與加上成功的變革及創新故事，為每次對話帶來全面視角。可持續100+利用現有關係，與主要創新及可持續發展組織建立新夥伴關係。

- 10月有34,618人觀看線上決賽峰會直播
- 18集電視劇及14節大師課於社交媒體渠道及電視網絡上播出，數百萬人進行觀看。
- 在我們線上內容中心發表的48篇報導有超過126萬次網頁瀏覽數，12支視頻有超過397萬次瀏覽量
- 活動展示次數超過100百萬次

經過第一年的成功，我們期待在未來幾年內擴大和發展可持續100+。



可持續100+提供平台讓參與者分享最佳實踐，激勵他人行動起來

案例研究

變廢為寶 — 從大麥到皮革

通過我們的創新中心，我們與唯革思合作，旨在將我們的酒糟轉化為皮革。唯革思是一家创新型初創公司，創造植物皮革並為我們提供在供應鏈中實現「變廢為寶」解決方案的機會。通過與當地初創公司及企業家合作，我們可以探索升級再造及再利用副產品的新方法，從而提高我們運營的可持續性。

於2021財政年度，我們與唯革思的合作夥伴關係得以實現，推出了以我們的釀酒廠酒糟製成的限量版皮革手袋及卡包。為啟動這一激動人心的展示活動，本公司為中國員工舉辦「從大麥到皮革」慈善義賣活動，並將所得款項全部捐贈予「上海夢想成真公益基金會百威可持續發展專項基金」。



我們推出限量版手袋，與百威員工分享這次夥伴合作的成果

價值鏈：

與我們的夥伴及社區共同繁榮

社區支持

緊急救援

我們與社區攜手應對災難，並率先提供清潔飲用水等必要援助。我們將人們聚集在一起，並與政府、非政府組織和社區合作，以提供有效和及時的救援。



當我們的社區發生災難時，我們知道如何迅速提供緊急救援

重點工作

中國

通過我們的「百威中國緊急飲用水計劃」⁹，我們在河南水災期間提供了近50萬罐飲用水，浙江颱風災害期間，我們即時提供近5,000罐飲用水。當疫情在雲南及福建兩省爆發時，我們合共提供20,000罐飲用水。在四川地震發生後的13小時內，我們提供了近10,000罐飲用水。我們在全國各地的日常緊急救援期間，為消防官兵提供超過70,000罐飲用水。



我們付諸行動，貫徹「敢夢敢闖，未來共喝彩」的宗旨

韓國

通過我們的「OBC Water Donation」，我們向夏季最炎熱的大邱和慶尚北道的弱勢群體提供了28,440瓶水。我們還向第9步兵師(9th Infantry Division)捐贈了帶有「智能健康手錶」和「清涼臂袖」的護理包，以方便士兵們在疫情和酷暑的艱難時刻執行日常任務。



在炎炎夏日，OBC提供超過28,000瓶水，幫助那些受災最嚴重的人

印度

為支持當地的醫療保健系統，我們向邦政府提供了便於康復的衛生和醫療基礎設施。



在新冠疫情期間，我們全力提供醫療支援，為我們在印度五個邦的釀酒廠鄰近社區提供必要的援助包

9 該計劃於2015年首次啟動，在災難期間向受災社區提供罐裝飲用水，以緩解嚴重的缺水問題。





我們與印度當地的醫療機構合作，以實現真正變革

青年支持

我們通過支持社區中的年輕人為社會發展做出貢獻。我們的教育扶貧專注於捐建學校，鼓勵學生立下雄心壯志並與我們一起建設可持續的未來。

重點工作

中國

我們在全國29所希望學校¹⁰舉辦了33場活動。6,000餘名志願者參與並幫助開展了「百威安全教室項目」和「迷你奧運」。

- 與中國兒童少年基金會合作的百威安全教室項目，為學校提供沉浸式安全體驗、安全百寶箱和安全體驗教室。
- 迷你奧運振興體育，27所希望學校的近9,000名學生探索了不同的運動項目。我們捐贈約1,000件運動器材，包括足球和籃球。

由於我們在教育方面的積極影響，我們在第五屆企業社會責任（「CSR」）中國教育獎中榮獲「CSR China TOP100」和「最佳CSR創新獎」等重要稱號。我們的雪津啤酒還獲得了中國中央政府頒發的「全國脫貧攻堅先進集體」獎，以表彰其在脫貧攻堅中的成就。

韓國

通過我們的OBC學校獎學金¹¹，我們捐贈超過1,500萬韓元（相當於12,600美元），以支持貧困學生的教育。我們在富川開設了第九快樂圖書館¹²，OBC捐贈了376冊圖書，員工還額外收集了300冊圖書，清理和整理了設施，並組織了一節英語課。



員工志願者為韓國第九快樂圖書館(9th Happy Library)整理600多冊圖書

10 一個於2010年發起的在全國建立學校的倡議。員工定期做自願者，補充學習用品，並組織各種文體活動和課外活動。我們已建立29所希望學校，目標是在我們擁有啤酒廠的每個城市建立一所希望學校。

11 一個於2003年針對我們Cass啤酒廠所在地光州的貧困學生設立的基金，通過支付學費支持當地人才。

12 一個於2016年啟動的旨在翻新學習設施並為貧困兒童提供免費教育材料和書籍的當地社區項目。



價值鏈：

與我們的夥伴及社區共同繁榮

在新冠疫情持續期間，OBC與RE:harvest攜手向江南福利基金會捐贈了學習用品和RE:nergy能量補充棒以提高學生的學習勁頭。我們發起了#SaveRiceChallenge，並通過兒童安全網絡「Happy Alliance」，向OBC總部和啤酒廠所在的首爾、利川和清州的1,700名面臨飢餓風險的兒童捐贈了健康的米磅蛋糕。線上活動不僅幫助了食物不足的兒童，還支持了當地的稻農。



#SaveRiceChallenge捐贈儀式上的驕傲時刻

環境支持

在我們實施環境舉措時，我們致力於舉辦各種內部和外部活動，為當地環境和社區帶來積極影響。

重點工作

中國

我們與當地政府和機構合作，通過各種活動向消費者宣傳環保和節水。在世界環境日，超過6,000名志願者參與了宣傳包括變廢為寶在內的不同理念的活動；在「植樹節」，894名員工志願者種植了樹苗，幫助世界變得更綠。

韓國

為慶祝世界環境日，OBC員工參加了Cass Barley Saved Grain (「BSG」) Upcycling Food Festival。他們有機會嘗試RE:harvest BSG食品，如冰淇淋和啤酒拿鐵，並體驗了食物升級再造。這是我們將節日擴大為未來消費者活動計劃的一部分，並為我們的啤酒廠副產品增加環境和社會價值。



員工享用美味的BSG產品

4月，「第十五屆世界林業大會」評選OBC為CSR類模範公司，以表彰Cass Forest of Hope項目¹³。在「OB-Rang, College Student Supporters」期間，OBC從253名申請者中選出20名學生擔任為期三個月的「生態演講者」。我們的生態演講者與韓國綠色基金會（「KGF」）合作，積極致力於解決和提高對環境問題的認識，創作了超過1,000條創意社交媒體內容。



生態演講者向當地居民分享他們的熱誠

13 一個於2010年在蒙古啟動的通過植樹防止沙漠化同時通過創造就業機會為環境難民創造經濟獨立的环境項目。





2019年啟動的百威中國青檸項目

案例研究

支持中國農村建設

我們的使命是對我們釀造啤酒所用原料的種植農戶經濟賦能，提高他們的技能，並建立直接聯繫。下一步自然是要加大努力，改善當地果農的生計，這些果農通常是小型的家族企業，缺乏經濟穩定性。

2019年，**百威中國青檸項目**在四川安岳正式啟動，助力拉動當地經濟。我們與專家團隊和當地政府密切合作，採取有針對性的措施幫助貧困農戶擺脫貧困。利用科羅娜的品牌影響力，我們幫助當地農戶將優質的安岳青檸在電商平台上架，使我們的供應商可以從平台採購青檸。到2021年底，我們已幫助安岳青檸實現全國供應，銷量突破2.5萬千克。展望將來，我們將繼續探索青檸培育、加工等技術，以提高青檸品質、安岳鄉村振興和科羅娜品牌的可持續發展。

2021財政年度，該項目：

- 讓60多名當地農戶受惠
- 使人均收入增加逾1,000美元
- 改造30英畝青檸農業用地

- 被上海市外商投資協會評為「外商投資企業扶貧優秀案例」之一



我們從四川省當地農戶收穫的青檸



價值鏈：

與我們的夥伴及社區共同繁榮



我們通過生產百威雪津荔枝啤酒落實荔枝項目，幫助解決產品滯銷問題，惠及農民

雪津荔枝幫扶項目於2020年啟動，旨在幫扶福建省當地荔枝種植戶的生活。收成少及保鮮技術差意味著農戶只能在國內銷售，從而面臨滯銷等問題。我們當地的雪津啤酒廠從貧困農戶購買10噸荔枝，生產30噸雪津荔枝啤酒，一種全新的風味啤酒。

2021財政年度，該項目：

- 助力百威雪津啤酒有限公司獲得中國中央政府頒發的全國脫貧攻堅獎殊榮。



我們通過推行項目收穫的荔枝

展望將來

「敢夢敢創，未來共喝彩！」是我們每天都在努力實現的目標和承諾。我們將通過與包括專家、政府、非政府組織、創新企業和初創企業在內的一系列利益相關方合作，擴大我們影響力，以找到全球可持續發展問題的解決方案，並在社區中產生有意義的影響。



夢想 — 人才 — 文化：
人才培養

... Big to Create a Future
... More Cheers



起牛勢 制齊勝

2021
GROWTH
MEETING



概覽

我們可以自豪地說，我們最大的優勢是我們的人才。本公司將員工置於業務中心，並努力提供一個安全、公平和充滿機會的工作環境。成為最佳僱主是我們的使命，我們傾聽員工的意見，不斷學習，共同成長。2021財政年度，百威亞太成為亞太地區啤酒行業第一家簽署《賦權予婦女原則》的上市公司，彰顯出我們對更具包容性和更加美好未來的承諾。



夢想 — 人才 — 文化：

人才培養



百威亞太搭建一個鼓勵員工掌握主動權並引領真正變革的工作場所。我們賦能員工有激情、有目標的生活和工作，創造#更加美好的未來。



錢紅孫
首席人事官
亞太區



最佳僱主

聯合國可持續發展目標



ESG議題

勞工管理 • 吸引和留住人才

披露項目

GRI 401、408、409
HKEX B1

重要性

幾個世紀以來，啤酒一直將人們聚在一起，而我們希望確保這種情況繼續下去。在百威亞太，夢想遠大是我們文化的重要組成部分。我們正在建立一個盈利的業務，其中員工是我們成功的核心，並被視為我們最寶貴的資產。

我們支持我們的員工在崇尚多元化、重視健康和促進福祉的環境中爭取最佳表現。我們在全球僱傭超過26,000名員工，因釀造優質啤酒的使命凝聚在一起，同時堅定不移地致力於支持我們稱之為家的社區。

我們欣然宣佈，百威亞太已被傑出僱主調研機構 (Top Employer Institute) 評為中國、印度和韓國傑出僱主，以表彰本公司在提供卓越員工體驗方面的優異表現。



我們獲嘉獎為「傑出僱主」，證明我們視員工為最寶貴的資產



我們的方法

作為一家以人為本的企業，我們的成功取決於招聘和留住最優秀的人才。通過我們的培訓和發展計劃，我們確保有強大的人才儲備，實現我們的戰略目標，同時足夠靈活以適應變化。我們的人才招聘主要有以下三種途徑：

重心	計劃及方法
畢業生招聘	<ul style="list-style-type: none">我們的人才計劃使我們能夠吸引和培養一群多元化的高潛力人才，以實現卓越的業績。我們有多個人才計劃，包括銷售團隊的「紅星(Red Star)」項目、供應鏈與物流團隊的「供應鏈與物流卓越人才項目(Supply Excellence Trainee)」和科技與分析團隊的「信息技術和業務服務管理培訓生項目(Technology Management Trainee)」。我們的「全球管理培訓生(Global Management Trainee)」項目(「GMT」)是本公司的旗艦項目，每年為我們吸引成千上萬份申請。GMT項目每年從頂尖大學聘請多達40名最有才華的畢業生，並通過加速發展計劃將他們培養成為我們未來的高級領導層。通常，我們70%的GMT參與者是女性。
招聘經驗豐富的管理人員	<ul style="list-style-type: none">我們的全球MBA(「GMBA」)項目吸引世界各地頂尖MBA院校最優秀的畢業生進入中層管理職位。GMBA項目的同事被分配到戰略項目，在那裡他們運用自身的MBA知識和以往的工作經驗解決問題並創造有意義的解決方案。
戰略性外聘	<ul style="list-style-type: none">為確保我們獲得新的視野並發揮整個組織的多元化優勢，我們有時會外聘以提升我們的能力、技能和知識基礎。來自百威亞太以外的新人才使我們能夠利用新的想法和方法，在我們的卓越文化中發展最優秀的人才基礎。

在招聘過程中，我們會篩查每位新加入者的身份證明文件，以在入職前核實其年齡和工作資格狀態。此步驟有助於我們消除任何形式的可能侵犯準員工基本權利的非法和不道德用工，包括僱用童工或強迫勞工。若發生任何已確認的非法僱傭或童工或強迫勞工事件，我們會立即採取行動糾正這種情況得出負責任的結果，提供合理的補償，並在未來採取糾正和預防措施。

此外，我們要求我們的供應商在其運營中嚴格禁止僱用任何童工或強迫勞工。根據我們的《負責任採購政策》的規定，我們執行嚴格的要求以防止不合規並保障我們供應商員工的權利和工作條件。有關我們供應商合規程序的詳情，請參閱第56頁的《負責任採購》一節。

展望將來

由於我們的目標是成為一家經久不衰的企業，我們亦培養一支能延續我們的價值觀和承諾的員工隊伍。我們將繼續通過不同的方式建立強大的人才儲備，以吸引、招聘和留住我們的員工。



夢想 — 人才 — 文化：

人才培養

女性領導層在幫助百威亞太成為最受歡迎的優質飲料領導者方面發揮了至關重要的作用。我們將繼續建設多元化的員工隊伍，並確保在我們不同的市場賦權予女性和弱勢群體。



塔努什里·米什拉
人才可持續發展高級總監
亞太區

多元化與包容性

聯合國可持續發展目標



披露項目

GRI 405、406
HKEX B1

ESG議題

多元化與包容性

重要性

近年來，多元化與財務業績之間的直接相關性變得越來越明顯，而我們了解，在許多地區和環境中，婦女的代表性仍然不足。對我們而言，促進多元化和包容性（D&I）不僅僅是一種社會推動力或財務驅動力，還是一種祝福、包容和重視我們員工的方式。這就是為什麼我們公平公正地對待她們——無論性別、種族、性取向或任何其他使我們的同事與眾不同的特徵。

多元化比率及亮點



我們的方法

我們力求營造一種讓我們所有的員工都能感受到重視和支持從而傾盡所能的文化。為追求性別平等，我們為整個啤酒行

業的女性提供機會。賦權予女性以釋放她們釀造更美好世界的潛力，仍然是我們D&I議程的重中之重。

D&I戰略

我們加強了我們的D&I聲明和戰略：

我們的宗旨是敢夢敢創，未來共喝彩。為實現這一宗旨，本公司必須是一個包容和多元化的工作場所。特別是：

1. 我們致力成為一個包容的工作場所，為所有人提供平等的機會。在百威亞太，每個人都應該感到舒服、自信和受到尊重，以讓他們每天都在工作中展現真實的自我，並按照自己的才能成長。
2. 我們志在讓本公司如同我們服務的社區一樣達致多元化。只要領導層及員工能夠展現出消費者和客戶擁有的多元性，我們就能運用品牌和服務提供解決方案，以最大程度滿足他們的需求，繼而推動業務蓬勃發展。
3. 我們攜手你我，追求更大更好的夢想。我們倡導團隊多元化，各抒己見，從而為提供和改變我們的業務帶來創新的想法。
4. 作為主人翁，我們每個人都應對D&I負責。D&I必須融入我們的思考、行為和運營方式。本公司的每個人都有責任倡導公平的工作場所並根除任何形式的歧視。

請訪問我們的網站以查閱我們的《**多元化和包容性**》政策。



D&I看板

除追蹤我們員工隊伍的多元化比率外，我們還為高級領導層開發一個D&I看板，以便：

- 提高團隊多元化的可見性
- 採取切實可行的步驟，建立多元化人才儲備
- 建立一種吸引、僱用、聘用、發展和留住人才的文化

該員工看板的目的是讓我們的領導層了解其團隊的構成，更好地營造一種包容的文化，並利用一種工具反思、學習、成長和改變。該看板讓他們能清楚了解直屬及次級下屬的情況。看板中的建議包含對於待改進領域的觀察，以便他們可以提升多元化人才庫的敬業度，並確保招聘實踐反映我們的多元化、包容性和公平性文化。

《賦權予婦女原則》(「WEPs」)

2021年4月，百威亞太成為亞太區啤酒行業第一家簽署聯合國全球契約組織與聯合國婦女署聯合倡議WEPs的上市公司。成為締約方鞏固了我們在工作場所和社會中賦權和激勵婦女並營造一個婦女可以工作、領導和在職業生涯中脫穎而出的商業環境的承諾。我們正對我們的實踐和績效進行審查，並採取行動加強針對WEPs的進展。

In support of

WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES

Established by UN Women and the
UN Global Compact Office



婦女佔世界人口的一半；然而，婦女在全球勞動力中的比例仍然偏低。在百威亞太，我們認識到我們引領着塑造每個人都受到重視的包容性工作場所文化方面發揮著至關重要的作用。我很榮幸簽署了聯合國《賦權予婦女原則》，因為在百威亞太，我們致力於賦權予婦女以促進包容性的工作場所。

楊克

首席執行官、執行董事兼董事會聯席主席



無意識偏見培訓

我們對所有高級管理人員進行強制性培訓，以幫助我們的同事了解無意識偏見以及其如何在虛擬世界的新環境中被潛在放大。該計劃亦旨在提高招聘經理的意識，並營造一種包容性文化，幫助識別和消除招聘、發展、晉升和其他過程中的任何隱形偏見。這是對所有高級領導層的強制性培訓。2021財政年度，我們對352名員工進行了培訓。

性別薪酬差距

2020年，我們報告稱，百威亞太女性調整後的性別薪酬差距為-3%，該數據由獨立世界級薪酬專家美世諮詢(Mercer)計算。美世諮詢採用的方法是通過控制薪酬的「合法」驅動因素並創建具有相同因素(如經驗、績效、工作因素、地點和流動性)的員工群組，確定性別是否會導致薪酬差異，從而計算出平均性別薪酬公平性。

自此，我們一直在執行我們的三年補救計劃，通過鎖定和改進我們的薪酬審核流程，防止我們的薪酬決策中可能存在的偏見，縮小該差距。

2021年底，美世諮詢再次對百威亞太的薪酬公平性進行獨立研究。結果表明，我們已將性別薪酬差距從-3%降低到-1%。女性與男性相比，調整後薪酬差異在統計上沒有顯著差異。然而，由於證明我們對薪酬公平性的承諾很重要，我們將繼續執行我們的補救計劃，以到2022年底將差距縮小到-1%以下。



夢想 — 人才 — 文化：

人才培養

重點工作

中國

性別平等一直是我們D&I工作的主要焦點，並已在工作場所實施多項計劃和舉措以支持和培養女性。作為我們員工福利計劃的一部分，我們為哺乳期婦女提供獨立舒適的設施。在我們的辦公室和其他地點，共設有49間**母乳室**。

我們制定了為期九個月的**iSTREAM女性領導力**計劃，通過定期培訓課程和每月群組分享，提升女性員工的技能。我們的目標是為她們提供現在和未來所需的技能。該計劃涵蓋的最新主題包括數字化和人工智能。我們亦提供有關釀酒行業環境管理和可持續性的培訓，包括實現我們的淨零戰略。

我們亦與中歐國際工商學院（「CEIBS」）女性領導力網絡**主題為「打破邊界」的2021年女性領導力論壇**開展合作。該活動匯集了專業學者和行業高管，以慶祝女性領導者。

2021財政年度，我們進行了員工參與調查，當中D&I指數達到93%，與2018年相比增加3%。這進一步展現我們堅定承諾實現並持續執行全面D&I戰略。

韓國

在11月的D&I週期間，作為**Respect You Campaign**的一部分，圍繞D&I開展了一系列密集活動。活動和培訓課程以虛擬圓桌會議的形式舉行，包括高級管理層的演講和簡報，同時輔以跨職能培訓和發展活動，強調溝通和領導力在發展D&I文化和共慶多元中的作用。該活動得到D&I在線圖書館（包括電子學習課程和閱讀材料）的進一步支持。

印度

我們為期九個月的**女性領導力發展計劃**吸引了22名參與者發展個人和專業技能。該計劃涵蓋一系列主題，包括了解基本會計原則、敏捷製造和發展您自己的個人品牌。參與者還得到了導師的支持。

我們於2020年初在馬哈拉施特拉邦開設新釀酒廠，致力實現**50:50的工人性別比例**。由於印度女性的職場代表比例一直面臨挑戰，因此我們致力提供一流的基礎設施及政策以促進包容性。我們與教育機構、家長及當地社區合作，藉以向他們介紹我們的公司、文化及工作場所。於2021財政年度，我們在此釀酒廠的整體女性代表比例從不到1%增長至24%。我們在邁索爾釀酒廠實施類似的方案，在45天的破紀錄時間內，成功將女性比例從1%提高至13%。我們聘用的年輕女性員工具備才能及抱負，為廣大女性開拓全新發展道路。

為提高對LGBTQ+社區的認識和了解，我們贊助Pride Circle在企業內部發起了**Ally Challenge**，通過一系列14個微型挑戰提升遊戲化體驗。

我們的福利旨在讓員工在職業和個人生活中感到受到重視和支持。為幫助員工成為想成為的人，我們正在擴展我們的**性別確認支持**，允許變性員工報銷其手術、激素治療和術後休假所產生的費用。

越南

同事們通過組織一場以「她和她鼓舞人心的故事(She and her inspiring stories)」為主題的虛擬會議，慶祝她們一年一度的**越南婦女節**。該活動強調了我們對女性員工的尊重以及她們面臨的挑戰，尤其是在疫情期間。該活動由女性牽頭，還包括來自整個組織不同職能和部門的男性支持者。





女性領導者積極參與業務轉型

案例研究

中國木蘭日

我們自2018年起營運木蘭俱樂部，旨在通過包容、激發、創新和自我表達的視角，為我們的女性同事提供探索職業發展和充分發揮潛能的機會。木蘭俱樂部以中國民間傳說中的女英雄花木蘭命名，讓女性共聚一堂尋求發展並為女性領導者提供支持，建立人際網絡。

我們在供應總部武漢舉行「女性領導力論壇－木蘭薈」，開始了木蘭俱樂部的2021年系列活動。此次論壇強調為女性賦權的重要性，由多位鼓舞人心的女性領導者進行分享環節，激勵我們的女性員工並提供了新技能和思路。

我們亦有1,200位女性員工參加了在上海舉行的活動，該活動簡單介紹了新的多元化與包容性策略，並重點講解旨在確保平等僱傭關係和職業發展機會的各項計劃和實踐。我們在活動中慶賀六位員工獲得「2021年百威亞太傑出女性領導者」殊榮，並邀請她們分享推動女性發展和支持女性的成功故事。

首席執行官兼董事會聯席主席楊克強調，女性領導者對於我們實現夢想，成為最受歡迎的優質飲料龍頭企業至關重要，並主持研討會，探討女性可以如何應對工作挑戰、發揮優勢和建立成功的職業道路。



我們設計形象鮮明的新包裝，有望推動「女性領導力論壇－木蘭薈」等木蘭俱樂部2021年系列活動取得成果



夢想 — 人才 — 文化：

人才培養



未來共喝彩！

案例研究

擴大印度的員工 福祉，提高多元化 與包容性

自2021年3月以來，我們一直把印度地區的重心放在完善安全基礎設施和相關措施，以期成為女性員工心中的最佳工作場所。我們已推行無限制的健康休假，以提升員工的生理、情緒和心理健康。

我們其中三家印度釀酒廠聘用女性保安員和護士，藉以加強女性人身安全和改善女性享有的服務，同時也引入了托兒所服務，並就防止性騷擾發佈指引。為確保在晚上8時後仍在工作的女性員工可安全回家，我們提供安全衛生的計程車服務，費用由本公司支付。我們亦向女性員工提供自衛培訓。

14 印度首個正式的LGBTQ+工作場所包容性基準計量工具。此指數由Keshav Suri基金會、Pride Circle及Stonewall推出。

我們已推行產假後彈性工作安排，生下孩子後，復工的員工可在產假後兩個月內按彈性時間上班。為支持新晉媽媽，我們把待產假延長為四星期的有薪休假。我們也允許LGBTQ+人士享有最多三個月的領養休假。

我們的方針獲得認可，現已榮登2021年印度職場平等指數(2021 India Workplace Equality Index)¹⁴「銅級」僱主。我們亦喜獲《經濟時報》及Femina嘉獎為「2021年最佳女性工作場所」(The Best Workplaces for Women 2021)，這些證明我們為了提升水準，建設充滿關懷的工作環境所做的不懈努力。



展望未來

我們D&I路線圖的未來發展方向清晰，務求更大力支持女性以及其他處於弱勢的多元化和少數群體。我們期望推動建設共融的工作環境，讓員工受到公平和平等對待，從而進一步提升我們作為傑出僱主的地位。





新冠疫情使工作環境健康面臨嚴峻挑戰。我們努力創造員工得以發揮所長的工作環境，讓他們可持續追求職業發展。我們在所有市場均為員工推出健康計劃並提供津貼，提倡健康工作與生活的概念。

辛慧英
薪酬及福利總監
亞太區



員工敬業度與員工福利

聯合國可持續發展目標



環境、社會及管治主題

員工福利 • 員工敬業度

披露項目

GRI 401、403
HKEX B1、B2

重要性

作為一家多元共融的機構，我們肯定員工反饋的重要性，樂於與員工交流並聆聽他們的不同看法和目標。我們注重支持所有員工的生理和心理健康，亦著意提升工作環境滿意度，藉以挽留人才。

我們的方法

員工敬業度

我們通過年度員工敬業度調查和定期進行的員工意見調查收集員工的反饋意見，這為我們提供定量和定性的見解來建立強大而敬業的員工團隊，從而有助於我們不斷改進。



全體員工大會一向創造充滿歡樂的積極氛圍

重點工作

於2021財政年度，我們97%的同事參與由第三方Perceptyx進行的年度員工敬業度調查。我們的每個市場均保持或提高員工敬業度得分，而在目標、D&I、領導力、協作及福利等所有11個類別的得分亦有所提高。我們的員工敬業度為92%（較2020年增加2%），於其他基準公司中名列前四分之一。

持續聆聽策略

百威亞太推行持續聆聽策略，旨在：

- 不斷聆聽員工的意見，快速收集反饋並在有需要時立即採取行動
- 建立單一的中央平台收集員工反饋，為管理層提供準確及方便獲取的資訊
- 生成標準儀表板來監察和管理反饋意見

為實現此目標，我們對員工體驗調查進行重新設計，確定21個接觸點，涵蓋13個不同的流程。我們派發了5,743份問卷並收到4,271份回應。13個流程中有九個流程的淨推薦分數較去年有所上升。



夢想 — 人才 — 文化：

人才培養

員工健康

我們制訂健康計劃並給予員工關懷與支持，以照顧員工的生理和心理健康。



我們經常讚美我們的員工，因為人才是我們最大的優勢

重點工作

在中國實施「百威挺你」計劃

該計劃旨在為我們的同事在工作場所和在家中均提供工具和資源以保持健康和具應對能力。該計劃圍繞著四個福祉支柱，包括生理、行為、財務和社會。就每個支柱，我們都提供資源和計劃，旨在幫助我們的同事及其家人呈現最好的自己。

其中一個例子是新推行的員工輔助計劃，該計劃為員工提供專業諮詢服務，諮詢範疇包括家庭及養老、壓力和時間管理，以及就財務和法律事宜提供意見。我們也就人壽保

險計劃和年度身體檢查進行升級，為員工提供更全面的保障。在此項計劃下，我們開設了11個線上培訓課程，涵蓋生理、精神、財務和社交健康等相關主題。

印度的工作環境健康

新冠疫情為我們帶來諸多挑戰，其中一個便是工作環境的健康。我們重視的關鍵範疇之一是加強工作與生活的融合。我們通過問卷調查展開相關工作，希望了解工作與生活融合對於員工的真正意義，以及如何創造讓員工可發揮所長的工作環境。

我們就提升工作效率試行了三個主要舉措：

1. 縮短會議時間
2. 強調專注時段（即不受打擾的時段）的重要性
3. 鼓勵騰出放下工作的時間

我們重新審視了所有例行會議的內容，得以令會議時數減少33%。我們亦確保印度所有運營單位均在每隔一個星期四中午至下午5時實行專注時段，員工也因此得到更多空閒時間、高效的工作時間及較佳的工作與生活平衡。

越南員工的精神健康

為了支持員工的精神健康並構建互相尊重的工作環境，我們籌辦了6個由專業人士主講的情緒智能諮詢講座，引導員工理解自身及他人的情緒，並保持更大同理心體諒他人。

支持結社自由

我們尊重和支持所有員工及其他工人組成或加入合法工會和其他他們所選擇的專業組織，以及為支持他們的共同利益而集體談判的權利。我們已簽署聯合國全球契約，並且遵守與勞工權益相關的原則。

展望未來

員工是我們一切工作背後的執行者，顧客手上每一瓶啤酒的背後都包含著員工付出的努力。我們希望回饋員工，給予他們應得的讚賞。我們將繼續為員工量身定製各種計劃和舉措，確保他們的意見受到重視，提高員工的幸福感。





培育人才對於鞏固我們業務的未來發展根基至關重要。我們給予員工機會盡展所長，並投資於其職業及個人發展，同時通過我們的學習和發展平台為他們提供持續學習所需的工具，然後論功行賞。培訓與發展是我們人才培養策略的關鍵所在，以期達致可持續發展和具有包容性的未來。



楊海雲
學習和發展總監



培訓與發展

聯合國可持續發展目標



環境、社會及管治主題

員工學習和發展

披露項目

GRI 404
HKEX B3

重要性

我們志在擁有優秀的人才儲備，這代表培訓與發展是我們人力資源策略的核心。我們的目標是通過支持員工及提供發展資源培養員工，並讓他們有機會晉升至高級管理職位。我們

的另一個目標是提供持續培訓，讓員工跨領域掌握新技能，繼而確保員工以及我們的業務有充分準備，能更好地應對當前和未來的挑戰。

我們的學習和發展平台為員工提供持續學習的資源，因為所有員工不斷進修，了解最新趨勢、技術及創新事物對我們而言極為重要。

我們的方法

我們制訂了內部的《**培訓政策**》和《**內部培訓師管理政策**》，以推動本公司的學習和發展活動在更大範圍內實施。制訂政策是為了確保員工能輕易得到學習機會，營造更好的學習氛圍。

百威亞太大學(「APACU」)

APACU於2009年成立，這個內部學習平台涵蓋六大支柱，提供領導力培訓以及職能性學習和發展機會。這有助於我們確保員工掌握正確的技能，以在事業上獲得成功並取得成果。我們也與全球領先的商業及技術院校合作，提供課程、專家和學習解決方案，提升員工的知識及才能等各項能力。

重點工作

APACU分析培訓需求並制訂年度培訓計劃，按照優先順序滿足培訓需求，培訓重點包括：

- 業務需求及挑戰
- 領導力及職能能力差距
- 個人發展規劃
- 人才計劃
- 對業務有重大影響的培訓項目(如整合、技術改革等)

我們應4,905位員工的需求，提供了111個互動培訓課程。



夢想－人才－文化：

人才培養

中國區商務團隊全職涯人才發展體系

我們向所有商務團隊員工推出了全職涯人才發展體系，這與中國的商業策略、業務發展和拓展的優先目標以及人才管理保持一致。



正直而勤勉的品格是推動本公司發展和建立信譽的關鍵所在

重點工作

我們完善了以銷售員工為對象的商業能力計劃。新舉措包括：

- 就主要銷售職位制訂新的技能矩陣
- 對三個關鍵銷售人才計劃進行升級
- 擬訂新的銷售專才計劃

新計劃將會在2022財政年度推出。

績效評核及職業管理

我們定期就員工的工作績效、技能和日常表現進行評核。評核以組織及人員考核（「OPR」）作為補充，其結果用於與員工續約、晉升、加薪或職位調動。



三個步驟助力OPR反饋

重點工作

100%合資格員工已進行績效評核。

展望未來

長遠的業務發展取決於人才培養。我們將會應員工需要制訂和落實獨特的培訓計劃，幫助他們實現個人成長和職業發展。





我們的首要目標是保障員工在工作場所的健康與安全。我們就所有操作程序及生產過程應用最高的安全標準。我們亦致力確保各個領域的同事承擔著堅持和促進安全行為的個人責任。



柯睿格
首席法律和企業事務官
百威亞太



工作場所安全

聯合國可持續發展目標



環境、社會及管治主題

工作場所安全 • 員工福利

披露項目

GRI 403
HKEX B2

受到危害影響，如跌倒、運輸事故、設備相關事故以及熱傷害或其他傷害。我們實施不同系統以確保同事、其他工人和社區的安全，這對我們的業務至關重要。

我們的方法

我們將安全考慮納入營運的各個範疇。為此，我們由上而下實施安全措施，並在部門及釀酒廠指派不同的角色職能，旨在為全體員工提供安全的工作場所。

重要性

我們對工作場所健康與安全的承諾植根於我們的文化。我們的目標是確保將風險降至最低，並確保我們能快速應對在工作場所出現的危害情況。參與在業務流程和活動的工人偶爾

角色職能：	責任：
安全與健康委員會	<ul style="list-style-type: none"> • 審閱與健康與安全相關的法律規定的任何更新 • 審查現場發現的任何事件或未遂事故 • 審閱最佳實踐方法並制定改進計劃
區域指定安全協調員	<ul style="list-style-type: none"> • 指導釀酒廠的相關員工以推廣安全文化 • 就安全管理的各個範疇向管理層提供協助

程序及標準

我們的《健康與安全政策》及相關管理系統旨在保護我們的同事及承包商的健康與安全。我們在生產過程中製定了操作程序和安全標準，包括消防安全、倉庫安全、工傷、電力安全以及緊急和疏散程序。我們使用VPO系統進行日常管理，該系統涵蓋並超過了OHSAS 18001或ISO

45001的所有要素。我們會每年進行兩次內部審核。

職業安全控制

我們進行定期調查及檢查，以識別潛在的工作場所危害情況。特別是，我們對環境、健康及安全關鍵績效指標進行年度審計，並為僱員制定具體指引，以報告任何潛在的安全危害情況、事件及未遂事故。



夢想 — 人才 — 文化：

人才培養



參與世界安全週活動的中國員工

案例研究

百威集團 世界安全週 — 團結力量

我們在4月推出此計劃，旨在通過管理層領導及員工參與，預防營運過程中的所有事故、傷害和職業病。我們圍繞以下五大主題舉辦一系列的活動及培訓課程：

1. **主動了解：**為積極管理安全問題，我們必須了解所有工作場所的危害情況，以及我們工作場所最常見及最關鍵的事故類型。
2. **留意危險：**我們身為安全領袖致力維持安全的工作場所，使其免受危害威脅。我們公司上下均須了解應如何評估及識別工作場所內的危險狀況。
3. **主人翁文化：**我們業務的各個範疇均涉及風險。公司全體員工有責任對自身及同事的安全負責，而個人的安全決策是預防傷害的關鍵因素。

4. **培訓教育：**提供培訓及反饋對於發展相互共存的安全文化而言至關重要。我們不僅要識別危害情況，更要教育員工預防一切傷害。

5. **領導精神：**作為安全領導者，我們須將計劃付諸實行。為創造安全的工作場所，我們必須親力親為，採取行動引領革新，全力以赴締造安全環境。

展望未來

我們的目標是在職業安全方面成為業界的標杆。我們清楚了解不同的經營單位可能會面臨不同類型及程度的職業危害情況，而我們的目標是不斷預防及盡量減少事故發生。為此，我們將繼續為同事及其他工人提供所需支援，以培養高水平的安全意識，並不斷推動改善方案，以避免工傷。



附錄

報告期

本報告涵蓋我們於2021年1月1日至12月31日財政年度環境、社會及管治發展的進展及表現。

報告範圍

我們的2025可持續發展目標及整體環境、社會及管治議程與聯合國可持續發展目標保持一致。我們所有運營和供應鏈中的業務活動均符合有關指標，我們認為這些指標對於業務和利益相關者至關重要。我們專注於可產生最顯著正面影響的範疇。除另行指明外，本報告的報告範圍涵蓋百威亞太及其所有附屬公司，並主要涉及我們在中國、韓國、印度、越南及其他亞太地區的環境、社會及管治措施。

- 有關我們在亞太地區的**經營足跡**，請參閱第6頁。

報告準則

本報告乃根據以下各項編製：

- 香港聯交所上市規則附錄二十七所載的環境、社會及管治報告指引
- GRI標準：核心選項
- 聯合國全球契約

為了全面展示我們環境、社會及管治的管理及績效，我們亦參考關鍵環境、社會及管治評級及框架，並將相關績效指標與其保持一致，當中包括MSCI、Sustainalytics、道瓊斯可持續發展指數（「DJSI」）、CDP以及氣候相關財務揭露建議框架下的氣候相關披露。

重要性及報告架構

本報告集中闡述百威亞太如何處理環境、社會及管治議題，以及對我們的經營及利益相關者至關重要的領域。報告架構旨在與我們的環境、社會及管治的優先範疇保持一致，並鞏固上述報告指引及標準的報告原則及規定。為協助確定探索的方向內容，我們已進行重要性評估，有助在不同市場中確定對利益相關者而言最重要的關鍵議題。

- 有關我們的**重要性評估**，請參閱第21至22頁。
- 我們的**報告內容索引**涵蓋GRI標準、香港聯交所環境、社會及管治報告指引以及聯合國全球契約，請參閱第104至112頁。

報告方法

環境數據

- 報告不包括來自新收購業務的環境數據（如水足跡和碳足跡），這些業務將於2022年環境、社會及管治報告中進行評估和載列。剝離的資產和終止的業務從本報告年度的範圍中剔除，但並無就過往年度作出調整。
- 除內文或註腳另有指明者外，本報告所呈列有關水資源、採購能源和溫室氣體排放的目標以及能源使用等關鍵績效指標均包括我們的飲料和垂直業務。能源使用及採購不包括向第三方出口的能源及若干在建項目。報告範圍以外的能源使用及採購並不反映我們啤酒釀造過程中使用的能源量。能源使用、水源使用以及每百升產量的範圍1和範圍2排放量（以每百升千克二氧化碳計）方面的關鍵績效指標並不計及垂直業務，而這項數據每年向CDP呈報。特定的數據表包含提供額外數據的註腳。
- 特別業務（「SOP」）指符合下列一項或多項標準的業務，包括但不限於：銷量下降、全職僱員人數少、複雜的品牌組合、特別的產品或生產過程。SOP並未納入報告範圍。2021年有1個SOP設施，其排放量估計佔範圍1及範圍2總排放量少於3%。計算該百分比時應用了以下假設：1) 已採用範圍1及範圍2每百升排放量的國家平均值；2) 已採用每個國家平均產量；3) 就實驗室中心採用的二氧化碳噸數與小型設施相同；及4) 就SOP垂直業務而言，按較大型的現有廠區的平均排放量計算。
- 環境表現數據表披露的可再生電力按合約電力指標呈報。合約電力指標追蹤我們承諾實現100%可再生電力目標的進展。



附錄

- 就回收材料計算而言，回收材料加權平均數根據各供應商的採購及物料中的回收材料百分比計算。儘管我們的循環包裝擴展至二級包裝及消費後廢物，我們的包裝目標主要適用於我們的一級包裝，其佔我們全球按重量計總包裝量的85%以上。
- 就不可回收的包裝而言，即單次玻璃瓶、鋁罐及PET塑膠瓶，我們承諾至少達到50%的可回收材料。
- 我們從供應商取得回收材料百分比數據。包裝採購源自我們自有的採購系統。我們與供應商進行線上溝通，就關鍵績效指標、計量方法及主要項目進行討論，以採用更多回收材料。
- 計算範圍1及範圍2排放量時已計及上述範圍內的設施。範圍3排放量則指關於我們運營以外且影響供應鏈的資料，是結合自有數據和第三方數據得出的估計值。大部分範圍3數據為自有數據，而回收材料百分比由供應商提供，若干可再生能源數據由電力提供商提供。計算中包括的其他假設（如排放轉換系數）來自常用的公開資料。範圍3排放量的總百分比遵循科學基礎目標倡議，當中至少有66%的排放量會計入目標範圍內。範圍3包括15個類別中的以下各項：採購的貨品和服務、上游及下游經銷、未計入範圍1和範圍2的燃料使用相關排放、產品使用（包括餐飲和零售渠道的產品冷卻，但不包括家居場合的產品冷

卻）及產品生命週期完結。未獲納入的類別包括：資本物品、運營過程產生的廢棄物（所生產的廢棄物已回收超過99%）、出差公幹、員工通勤、上游及下游租賃資產、售出產品的加工、特許經營權以及投資。由於計量標準、建模方法以及數據細化程度會隨著時間提升，我們預計實現淨零排放的目標以及相關支持數據或會因而作出修改。

社會數據

- 除本報告或附註另有說明外，我們會即時追蹤及監察所有場所的安全數據並進行呈報。本報告中的年末事件數據於隨後年度的一月中旬獲取，並根據該時間點的資料進行驗證。工傷情況可能按進一步的醫療診斷、治療及事故管理而有所發展及變化。我們採用此一致慣例，就單一時間點進行準確的按年數據比較。就本年度的報告目的或先前年度的比較數據中，我們均未考慮報告年度之後的年度內的工傷分類後續變化。
- 我們於2021財政年度結束前記錄員工及多元化數據，以反映最新狀況。

報告原則

本報告遵循GRI標準及香港聯交所環境、社會及管治報告指引規定的報告原則。

原則	我們如何處理有關原則？
<ul style="list-style-type: none">• 重要性• 利益相關者包容性• 可持續性內容	我們進行全面的重要性評估，涉及我們與主要利益相關者組別的各類互動，以確定及優先考慮對利益相關者而言重要的環境、社會及管治議題。我們將披露重點集中於優先議題上，並闡明有關議題的內容與我們業務的關係。
<ul style="list-style-type: none">• 平衡• 清晰度	我們聘請外部顧問協助編製本報告，並建議須予披露的相關內容，以清晰條理的方式反映我們優先考慮的重大環境、社會及管治議題。此為我們的措施、進展及績效提供公平基礎。
<ul style="list-style-type: none">• 準確性• 可比性• 完整性• 一致性• 可靠性• 量化	我們設有內部流程及程序以審閱本報告披露的定量及定性數據。為保證本報告披露內容的準確性、完整性、一致性、可靠性及質量，若干資料已交由第三方作出有限度的外部保證。此外，我們亦披露歷史數據，當中包括2017年基準年的數據，以比較我們的業績，並展示我們隨時間而取得的進展。



表現數據表

環境表現¹

指標	單位	2021年	2020年	2019年	2018年
溫室氣體排放					
總溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	6,595,909	6,518,208	7,602,891	7,024,676
範圍1溫室氣體排放量 ²	噸二氧化碳當量	158,733 [◇]	183,980	257,845	287,350
範圍2溫室氣體排放量 ³	噸二氧化碳當量	433,891 [◇]	462,137	489,318	658,381
範圍3溫室氣體排放量 ⁴	噸二氧化碳當量	6,003,286 [◇]	5,872,091	6,855,728	6,078,945
溫室氣體排放量強度(範圍1及2)	千克二氧化碳當量 ／百升	6.95 [◇]	8.15	8.58	10.53
溫室氣體排放量強度(範圍1、2及3)	千克二氧化碳當量 ／百升	77.37 [◇]	82.20	87.29	78.18
能源消耗					
總能源消耗量	百萬吉焦	6.99	7.0	8.3	9.2
直接能源消耗量－非可再生能源來源	吉焦	2,401,959	2,453,610	3,507,609	4,320,335
直接能源消耗量－可再生能源來源	吉焦	345,296	588,580	735,469	606,166
間接能源消耗量－來自不可再生能源來源的外購電力	吉焦	1,867,438	1,953,917	2,324,383	2,470,587
間接能源消耗量－來自可再生能源來源的外購電力	吉焦	410,423	219,884	114,247	68,544
間接能源消耗量－進口蒸氣能源	吉焦	1,963,702	1,782,398	1,578,423	1,716,073
每百升產量能源耗量	兆焦耳／百升	83.96	87.90	92.63	100.03
每百升產量採購能源總量	兆焦耳／百升	80.06 [◇]	84.40	89.66	97.95
可再生電能百分比	%	25.6 [◇]	14.2	4.4	2.8
用水量					
總用水量	千百升	204,487 [◇]	196,004	232,552	262,283
總耗水量	千百升	82,483	84,308	94,093	91,376
替代水源(如灰水、雨水、污水)用量百分比	%	15	8	9	5
每百升產量用水量	百升／百升	2.34 [◇]	2.47	2.60	2.85
廢棄物					
所產生無害廢棄物總量	噸	1,426,617	1,292,757	1,488,634	1,605,389
所產生有害廢棄物總量	噸	986	2,427	1,879	397
包裝材料					
成品使用的總包裝材料	噸	1,992,035 [◇]	1,395,296	1,963,815	1,911,809
可回收包裝百分比	%	65.1	53.3	56.1	53.8
初級包裝使用再生物料的百分	%	50.1 [◇]	46.3	46	不適用
包裝中再生物料的百分比－玻璃	%	52.4 [◇]	48.6	47.2	45.3
包裝中再生物料的百分比－鋁罐	%	18.3 [◇]	19.5	23.5	8.3
空氣排放物					
懸浮粒子	噸	114	107	171	168
二氧化硫	噸	115	56	97	186
氮氧化物	噸	358	281	365	490

[◇] 經羅兵咸永道核實的2021年數據(請參閱第98至100頁第三方核證報告)。



附錄

社會表現

指標	單位	2021年	2020年	2019年	2018年
僱傭					
所有僱員	數量	26,363	26,489	28,546	30,085
按僱傭類型劃分的僱員總數					
全職		21,059	22,004	22,935	25,123
男性	數量	15,524	16,260	16,899	18,085
女性	數量	5,535	5,744	6,036	7,038
兼職		5,304	4,485	5,611	4,962
男性	數量	0	0	0	0
女性	數量	5,304	4,485	5,611	4,962
按僱傭合約劃分的僱員總數					
長期合約	數量	19,814	20,747	21,499	23,259
臨時合約	數量	6,549	5,742	7,047	6,826
按年齡組別劃分的全職僱員總數					
30歲以下	數量	4,108	4,751	4,947	5,317
30歲至50歲	數量	15,020	15,174	15,814	17,287
50歲以上	數量	1,931	2,079	2,174	2,519
按僱傭類別劃分的全職僱員總數					
經理級	數量	5,434	5,572	5,952	4,804
非經理級	數量	15,625	16,432	16,983	20,319
按地區劃分的全職僱員總數					
中國內地	數量	17,381	18,047	18,942	21,163
韓國	數量	1,915	1,939	1,952	1,973
印度	數量	1,348	1,593	1,643	1,615
越南	數量	343	355	335	303
日本	數量	61	59	51	60
新西蘭	數量	11	11	12	9
僱員流失比率					
總流失比率	%	6.8	6.45	7.69	8.18
按性別劃分的僱員流失比率					
男性	%	6.9	6.39	7.38	8.33
女性	%	8.4	6.63	8.64	7.74
按僱傭類別劃分的僱員流失比率					
經理級	%	10.6	7.86	8.95	8.54
非經理級	%	5.9	5.91	7.19	8.08
按年齡組別劃分的僱員流失比率					
30歲以下	%	12.2	11.35	12.84	12.13
30歲至50歲	%	5.9	5.20	6.58	7.16
50歲以上	%	1.1	2.11	1.18	0.81
受訓僱員百分比					
按性別劃分的受訓僱員百分比					
男性	%	89	90	79	54
女性	%	93	90	80	54



指標	單位	2021年	2020年	2019年	2018年
按僱員類別劃分的受訓僱員百分比					
經理級	%	99	97	87	88
非經理級	%	89	88	77	46
平均受訓時數					
按性別劃分的平均受訓時數					
男性	小時	26	11	6	7
女性	小時	27	11	6	6
按僱員類別劃分的平均受訓時數					
經理級	小時	36	11	7	10
非經理級	小時	23	10	6	6
健康與安全					
員工因工亡故的人數	數量	1	0	1	0
員工因工亡故的比率	/	0.02	0.00	0.93	0.00
非員工因工亡故的人數 ⁵	數量	0	0	0	1
因工傷損失工作日數	日	619	383	561	450
員工嚴重的工傷數目 ⁶ (排除死亡人數)	數量	2	1	1	1
員工嚴重的工傷比率(基於200,000工作小時)	/	0.03	0.01	0.01	0.01
非員工嚴重的工傷數目 ⁶ (排除死亡人數)	數量	0	1	2	3
員工可記錄的工傷數目(排除死亡人數)	數量	15	20	26	27
員工可記錄的工傷比率(基於200,000工作小時)	/	0.19	0.25	0.24	0.27
非員工可記錄的工傷數目(排除死亡人數)	數量	8	17	21	25
其他					
通過安全生產標準化證書認證的場所數量 ⁷	數量	22	21	20	20
通過安全生產標準化證書認證的場所的百分比	%	52	46	41	39
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	%	0	0	0	0

1. 本年度報告所載若干金額及百分比數字已作約整。因此，若干表格中顯示為總額的數字可能並非上列數字的算術總和。

2. 範圍1包括生產過程(包括釀造及垂直營運)及現場發電的熱電聯工廠中燃料使用的二氧化碳當量排放量。

3. 範圍2代表購買的電力和蒸氣產生的排放。

4. 範圍3：包括以下類別的間接排放：採購的貨品和服務、上下游分銷、產品使用(包括在餐廳及餐廳以外地方進行的產品冷卻，但不包括家中冷卻)及生命週期完結。

5. 非員工包括承包商、分包商、服務提供方。

6. 嚴重工傷意指因工傷而導致死亡、或導致工作者無法、難以於六個月內恢復至受傷前健康狀態的傷害。

7. 安全生產標準化證書由第三方頒發並獲國家安全部門認可。



第三方核證



羅兵咸永道

獨立執業會計師的有限保證鑒證報告 致百威亞太控股有限公司董事會

我們已對百威亞太控股有限公司（「貴公司」）截至2021年12月31日止年度的環境、社會及管治報告（「2021年環境、社會及管治報告」）中以下選定的可持續發展資料執行了有限保證的鑒證工作，並在貴公司2021年環境、社會及管治報告中以◇作為識別（「經識別的可持續發展資料」）。

經識別的可持續發展資料

截至2021年12月31日止年度的經識別的可持續發展資料概述如下：

溫室氣體排放 <ul style="list-style-type: none">• 範圍1溫室氣體排放量• 範圍2溫室氣體排放量• 範圍3溫室氣體排放量• 每百升產量範圍1及2的溫室氣體排放量• 每百升產量範圍1、2及3的溫室氣體排放量	能源 <ul style="list-style-type: none">• 每百升產量採購能源總量（兆焦耳／百升）• 可再生電能百分比（%）
用水量 <ul style="list-style-type: none">• 總用水量（千百升）• 每百升產量用水量（百升／百升）	包裝材料 <ul style="list-style-type: none">• 成品使用的總包裝材料（噸）• 包裝中再生物料的百分比－玻璃（%）• 包裝中再生物料的百分比－鋁罐（%）• 直接包裝中使用的再生物料百分比（%）

我們的鑒證工作僅限於截至2021年12月31日止年度的資料，與前期間有關的資料及於2021年環境、社會及管治報告中所包括的任何其他資料均不在我們的工作範圍內，因此我們不就此發表任何結論。

羅兵咸永道會計師事務所，香港中環太子大廈22樓
電話：+852 2289 8888，傳真：+852 2810 9888，www.pwchk.com



標準

貴公司編製經識別的可持續發展資料所採用的標準列示於2021年環境、社會及管治報告第93頁和第94頁中標題為「報告方法」內的「環境數據」(「標準」)中。

貴公司就經識別的可持續發展資料須承擔的責任

貴公司有責任根據「標準」編製經識別的可持續發展資料。該責任包括設計、實施和維護與編製經識別的可持續發展資料有關的內部控制，以使該等資料不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯報。

固有限制

由於對於非財務資料，未有評估和計量的國際公認通用標準，故此不同但均為可予接受的計量和計量技術，或會導致報告結果出現差異，繼而影響與其他機構的可比性。此外，由於未有完備的科學知識可予採用以確定結合不同氣體排放因子和排放值，因此溫室氣體排放的量化存在固有的不確定性。

我們的獨立性和質量控制

我們遵守國際會計師職業道德準則理事會頒布的《國際會計師職業道德守則(包含國際獨立性標準)》中對獨立性及其他專業道德的要求，有關要求基於誠信、客觀、專業勝任能力和應有的關注、保密及專業行為的基本原則而制定的。

本所應用國際質量控制準則第1號，因此保持一個全面的質量控制制度，包括制定與遵守職業道德要求、專業準則、以及適用的法律及監管要求相關的政策和程序守則。

我們的責任

我們的責任是根據我們所執行的程序以及我們取得的證據，就經識別的可持續發展資料發表有限保證結論。我們根據國際審計與鑒證準則理事會頒佈的國際鑒證業務準則第3000號(修訂版)歷史財務信息的審計或審閱以外的鑒證業務，以及就溫室氣體排放而言，根據國際鑒證業務準則第3410號溫室氣體排放聲明的鑒證業務的規定執行了有限保證的鑒證工作。該準則要求我們計劃和實施鑒證工作，以就經識別的可持續發展資料不存在重大錯報取得有限保證。

有限保證的鑒證工作包括評估 貴公司使用「標準」作為編製經識別的可持續發展資料的基礎是否合適，評估經識別的可持續發展資料是否存在由於欺詐或錯誤導致的重大錯報風險，在需要的情況下對經評估的風險作出相應的程序，並評估經識別的可持續發展資料的整體列報。就風險評估程序(包括對內部控制的瞭解)以及針對經評估風險而執行的程序而言，有限保證的鑒證業務範圍遠小於合理保證的鑒證業務範圍。



附錄

我們執行的程序是基於我們的專業判斷，包括作出查詢、觀察流程的執行、檢查文檔、分析性程序、評估定量方法和報告政策的恰當性，以及與原始記錄的核對和調節。

鑒於本業務的具體情況，我們在執行上述程序時：

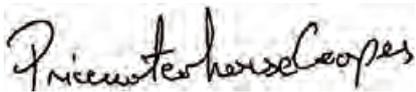
- 對負責經識別的可持續發展資料的相關人員進行詢問；
- 已了解收集和報告經識別的可持續發展資料的流程；
- 對經識別的可持續發展資料抽樣執行有限的實質性測試；及
- 考慮經識別的可持續發展資料的披露和列報。

於有限保證的鑒證業務中所執行的程序在性質和時間上，與合理保證的鑒證業務有所不同，且其範圍小於合理保證的鑒證業務範圍。因而有限保證的鑒證業務所取得的保證程度遠遠低於合理保證的鑒證業務中應取得的保證程度。因此，我們不會就 貴公司的經識別的可持續發展資料是否在所有重大方面按照標準編製，發表合理保證意見。

有限保證結論

基於我們執行的程序以及取得的證據，我們未有發現任何事項使我們相信 貴公司截至2021年12月31日止年度的經識別的可持續發展資料在所有重大方面未有按照「標準」編製。

本報告乃為 貴公司董事會而編製並僅供其使用，除此之外不得作為其他用途。我們不會就本報告的內容向任何其他人士負上或承擔任何責任。



羅兵咸永道會計師事務所

執業會計師

香港，2022年3月25日



獎項及倡議聯繫

	機構
中國及香港特別行政區	
2021 CCBA中國精釀啤酒大獎－銅獎：Boxing Cat拳擊貓右勾拳淡色拉格	CCBA中國精釀啤酒大獎
2021 CCBA中國精釀啤酒大獎－銅獎：Goose Island鵝島印度淡色艾爾	CCBA中國精釀啤酒大獎
2021 CCBA中國精釀啤酒大獎－金獎：Goose Island鵝島波特	CCBA中國精釀啤酒大獎
2021 CCBA中國精釀啤酒大獎－銀獎：Goose Island鵝島貪杯鵝酒花拉格	CCBA中國精釀啤酒大獎
2021中國年度新銳榜：優化生活・綠色價值創變獎	《新週刊》
2021優秀外商投資企業扶貧案例獎	上海市外商投資協會
2021上海市交通文明公益聯盟合作單位（連續第7年）	上海市公安局交警總隊
2021三星天祿獎：福佳白	中國國際啤酒挑戰賽
中國典範僱主	前程無憂
2021年度可持續力品牌	《南方週末》
年度最佳責任企業品牌獎及CSR China年度最佳創新獎	2021 CSR中國教育榜組委會
科學技術獎一等獎	中國酒業協會
佛山釀酒廠：2021年佛山市數字化智能化示範工廠	佛山市工業和信息化局
佛山釀酒廠：2021年國家級綠色工廠	中華人民共和國工業和信息化部
哈爾濱釀酒廠：黑龍江省工業節水型示範企業	黑龍江省工業和信息化廳
香港ESG報告大獎卓越碳中和獎－大獎	本識顧問
錦州釀酒廠：第六批國家級綠色工廠	中華人民共和國工業和信息化部
昆明釀酒廠：2021年昆明市綠色食品10強企業	昆明市工業和信息化局
牡丹江釀酒廠：黑龍江省數字化車間	黑龍江省工業和信息化廳
南昌釀酒廠：國家級綠色工廠	工業和信息化部
南昌釀酒廠：江西省節水型單位	江西省工業和信息化廳
南通釀酒廠：水效領跑者	江蘇省水利廳
全國脫貧攻堅先進集體	中國中央政府
2021「致敬繡花精神尋找新時代榜樣」－百威中國	《羊城晚報》
外企扶貧成果優秀案例	上海市外商投資協會
中國酒業科技突出貢獻獎：百威中國	中國酒業協會



附錄

	機構
年度傑出責任企業、年度低碳先鋒及年度典範責任企業	《南方週末》
莆田釀酒廠：福建省智慧工廠	福建省工業和信息化廳
莆田釀酒廠：全國脫貧攻堅先進集體	中國共產黨中央委員會 國務院
莆田釀酒廠：水效領跑者	工業和信息化部 水利部 國家發展和改革委員會 市場監督管理總局
2021年度責任企業	中國新聞社及《中國新聞週刊》
抗擊新冠肺炎疫情突出貢獻獎－百威中國	廣東外商投資企業協會
四平釀酒廠：2021第三批省級綠色製造示範項目	吉林省工業和信息化廳
「十三五」中國酒業科技進步特別獎	中國酒業協會
宿遷釀酒廠：江蘇省智能製造示範車間	江蘇省工業和信息化廳 江蘇省財政廳
宿遷釀酒廠：宿遷市工業互聯網標杆工廠	宿遷市工業和信息化局
宿遷釀酒廠：宿遷市市長質量獎	宿遷市人民政府
2021年度可持續力品牌	《南方週末》
台州釀酒廠：浙江省首批「零廢工廠」	浙江省環境保護廳
台州釀酒廠：浙江省清潔生產企業	浙江省政府
大學生喜愛僱主	前程無憂
年度最佳僱主30強	智聯招聘
傑出僱主	傑出僱主調研機構
溫州釀酒廠：綠色工廠	溫州市經濟和信息化局 溫州市發展和改革委員會 溫州市生態環境局
溫州釀酒廠：智能工廠	溫州市經濟和信息化局 溫州市發展和改革委員會 溫州市生態環境局
武漢釀酒廠：第四屆「漢陽造」質量獎	武漢市漢陽區人民政府
武漢釀酒廠：武漢碳中和先鋒示範創建單位	武漢碳中和產學研促進會
新鄉釀酒廠：2020年度新鄉市安全生產工作先進單位	新鄉市安全生產委員會
新鄉釀酒廠：2020年度衛輝市消防工作先進單位	衛輝市應急救援大隊
信陽釀酒廠：2020年度安全生產先進單位	信陽市平橋區安全生產委員會



機構	
營口釀酒廠：環保守衛	營口沿海產業基地環境保護局
資陽釀酒廠：2021年度綠色製造工廠	工業和信息化部
韓國	
2021最佳職場－員工福利大獎	《Hankyung Business》雜誌
2021韓國品牌獎：大獎	韓國市場營銷協會
2021韓國品牌名人堂獎－凱獅清爽	韓國產業政策研究所
ESG(環境、社會及管治)類別大獎	2021企業社會責任獎
社會責任類別大獎(連續第三年)	2021韓國工商聯合會•《福布斯》企業社會責任獎
2021 iF設計獎	iF設計
道路安全嘉許獎	KoROAD(韓國道路交通管理局)
風味絕佳獎章	國際風味評鑒所(「ITI」)
2021《MONOCLE》設計大獎：最佳吉祥物	《MONOCLE》
傑出僱主	傑出僱主調研機構
「國會產業通商委員會委員長」得主	由韓國產業通商資源部•《Newsis》舉辦的2021韓流博覽會
印度	
Best Marketing Campaign Award for Sustainability 100+	Stars of the Industry Award
2021最佳女性職場	《經濟時報》
銅獎僱主	2021印度職場平等指數
卓越健康保健措施銀獎	《經濟時報》人力資源獎
傑出僱主	傑出僱主調研機構
越南	
越南最佳職場	Anphabae
在新冠疫情下為孤兒提供「Let's back to school」獎學金	Ben Cat Red Cross及Tan Uyen Youth Union
與《青年報》合力填補越南新冠病毒疫苗接種資金缺口的第一家啤酒公司	《青年報》(Tuoi Tre Newspaper)
傑出僱主	Anphabe
日本	
最佳職場	Best Place to Work

外部倡議及會員資格

機構	身份
聯合國全球契約組織	簽署企業
聯合國賦權予婦女原則	簽署企業
100+ 加速器	創始成員
國際理性飲酒聯盟	成員
韓國道路交通管理局	合作夥伴
National Skills Foundation of India (NSFI)	合作夥伴
上海市公安局交警總隊	交通文明公益聯盟合作單位
越南啤酒酒精飲料協會	會員
越南商業誠信網絡	顧問
WaterAid(印度)	合作夥伴



附錄

報告指引索引

GRI準則、聯合國全球契約原則(「UNGC」)及香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》(「香港聯交所ESG指引」)索引

附註(*)：GD：一般披露／MD：強制披露／KPI：關鍵績效指標

GRI準則披露／ 主題披露	GRI指標	UNGC	香港聯交所 ESG指引*	描述	備註及參考
一般披露(2016)					
組織概況	102-1	-	-	組織名稱	百威亞太控股有限公司(「百威亞太」)
	102-2	-	-	活動、品牌、產品與服務	環境、社會及管治報告第5至6頁
	102-3	-	-	總部位置	香港
	102-4	-	-	營運活動地點	環境、社會及管治報告第5至6頁
	102-5	-	-	所有權性質及法律形式	環境、社會及管治報告第5及113頁
	102-6	-	-	提供服務的市場	年度報告第11至12頁
	102-7	-	-	組織規模	年度報告第13至18、55至72及78至84頁
	102-8	-	KPI B1.1	員工與其他工作者的數目	環境、社會及管治報告第96頁
	102-9	-	-	供應鏈描述	環境、社會及管治報告第11及55頁
	102-10	-	-	組織與其供應鏈的重大改變	環境、社會及管治報告第60及84頁
	102-11	7	-	預警方法	百威亞太通過控制所有一級問題的風險來應用預警方法。 《環境政策》 《負責任採購政策》
策略	102-12	-	-	外部倡議	環境、社會及管治報告第103頁
	102-13	1, 8	-	外部協會的會員資格	環境、社會及管治報告第103頁
	102-14	-	-	最高層決策者的聲明	環境、社會及管治報告第2至4頁
	102-15	-	-	關鍵影響、風險及機會	環境、社會及管治報告第20至22、25、50、55、65、70、80、82、87、89及91頁
	-	-	層面A4 GD	確定和緩解重大氣候相關問題的政策	環境、社會及管治報告第25頁 《氣候政策》
	-	-	KPI A4.1	有關重大氣候相關問題及就管理有關問題所採取行動的描述	環境、社會及管治報告第28至31頁
	102-16	-	-	價值、原則、標準及行為規範	環境、社會及管治報告第18及20頁
倫理與誠信	102-17	1, 2, 10	-	關於倫理的建議和關切問題的機制	環境、社會及管治報告第18及20頁
	102-18	-	-	治理結構	環境、社會及管治報告第16頁
治理	-	-	MD 13	環境、社會及管治相關管治架構	環境、社會及管治報告第19頁



GRI準則披露／ 主題披露	GRI指標	UNGC	香港聯交所 ESG指引*	描述	備註及參考
利益相關者參與	102-40	-	-	接觸的利益相關者團體列表	環境、社會及管治報告第21至23頁
	102-41	1, 3	-	集體談判協議涵蓋的僱員總數百分比	百威亞太尊重所有工人組成和加入合法工會和其他他們所選擇的組織，以及為支持他們的共同利益而集體談判的權利。百威亞太不以任何方式歧視選擇組建或加入工會的工人，或選擇不組建或加入工會的工人。
	102-42	-	-	識別及選擇利益相關者	環境、社會及管治報告第21至23頁
	102-43	-	-	與利益相關者進行溝通的方式	環境、社會及管治報告第21至23頁
	102-44	-	-	所提出關鍵議題及疑慮以及組織的回應	環境、社會及管治報告第21至23頁
	報告實踐	102-45	-	-	綜合財務報表中包含的實體
	102-46	-	MD 14 MD 15	界定報告內容及議題範圍	環境、社會及管治報告第21至22頁
	102-47	-	MD 14	重要議題列表	環境、社會及管治報告第22頁
	102-48	-	-	資料重列	並無重列。
	102-49	-	MD 14	重要議題及議題範圍的重大變動	環境、社會及管治報告第21至22頁
	102-50	-	-	報告期	2021年1月1日至12月31日
	102-51	-	-	最近報告日期	2020年環境、社會及管治報告於2021年3月26日刊發
	102-52	-	-	報告週期	年度
	102-53	-	-	查詢的聯繫方式	IR@budweiserapac.com
	102-54	-	MD 14	按照GRI準則進行報告聲明	核心 環境、社會及管治報告第93至94頁
	102-55	-	-	GRI內容索引	第104至112頁的本索引為GRI內容索引以及UNGC及香港聯交所ESG指引。
	102-56	-	-	外部鑒證	環境、社會及管治報告第98至100頁
議題專項披露					
經濟					
經濟績效(2016)	103-1	-	-	管理方式披露	環境、社會及管治報告第10頁
	103-2 103-3				
	201-1	-	-	直接產生和分配的經濟價值	環境、社會及管治報告第10頁



附錄

GRI準則披露／ 主題披露	GRI指標	UNGC	香港聯交所 ESG指引*	描述	備註及參考
反腐敗(2016)	103-1	10	層面B7 GD	管理方式披露	環境、社會及管治報告第18至20頁
	103-2				
	103-3				
	205-1	KPI B7.1	已進行腐敗風險評估的運營點	我們全部四個市場及各業務部門每年 都必須進行風險評估，包括考慮人 權、賄賂和腐敗問題，以及為其最重 大風險制定緩解計劃。有關我們風險 管理及內部控制的詳情，請參閱年度 報告第46至51頁。	
	205-2	KPI B7.3	反腐敗政策和程序的傳達及培訓	百威亞太向全體董事及僱員傳達我們 的《 反腐敗政策 》，確保按照規定的反 腐敗措施行事。此外，我們通過《 供應 商反腐敗政策 》，向供應商和業務夥伴 傳達商業道德操守。	
	205-3	KPI B7.1	經確認的腐敗事件和採取的行動	於2021財政年度，並無針對百威亞太 或其員工的貪腐行為相關法律案件。	
		KPI B7.2	描述舉報程序，以及防範措施和舉 報的執行和監督方法	環境、社會及管治報告第20頁 於2021財政年度，百威亞太收到201 份報告，其中53%與潛在／實際利益 衝突有關、12%與違反政策及程序有 關、11%與不誠實行為有關、11%與 人力資源相關問題有關，而13%與其 他問題有關(例如健康與安全、環境和 數據保護)。 截至2021年12月31日，60宗仍待證 實，20宗以解僱或辭職作結及40宗以 其他類型的紀律處分(例如停工或警 告)作結。	
-		層面B7 GD	有關賄賂、勒索、欺詐和洗黑錢方 面的政策及遵守對發行人有重大影 響的相關法律法規的資料。	《 反腐敗政策 》 《 供應商反腐敗政策 》 於2021財政年度，未接獲報告發生對 百威亞太產生重大影響且有賄賂、 勒索、欺詐及洗黑錢的法律法規不合 規事件。	
環境					
物料使用(2016)	103-1	7, 8	層面A2 GD	管理方法披露	環境、社會及管治報告第44頁
	103-2		層面A3 GD		
	103-3				
	301-1	KPI A2.5	所用物料的重量或體積 製成品所用總包裝物料	環境、社會及管治報告第45及95頁	
	301-2	-	所使用的回收進料	環境、社會及管治報告第45及95頁	



GRI準則披露／ 主題披露	GRI指標	UNGC	香港聯交所 ESG指引*	描述	備註及參考
能源(2016)	103-1	7, 8, 9	層面A2 GD	管理方法披露	環境、社會及管治報告第25及28至31頁
	103-2		層面A3 GD		
	103-3				
	302-1		KPI A2.1	組織內部的能源消耗量	環境、社會及管治報告第27及95頁
	302-2		-	組織外部的能源消耗量	環境、社會及管治報告第27及95頁
	302-3		KPI A2.1	能源強度	環境、社會及管治報告第27及95頁
	302-4		KPI A2.3	減少能源消耗量	環境、社會及管治報告第25、27及95頁
水資源與污水 (2018)	103-1	7, 8	層面A2 GD	管理方法披露	環境、社會及管治報告第36頁
	103-2		層面A3 GD		
	103-3				
	303-2		-	管理與排水相關的影響	環境、社會及管治報告第37至43頁
	303-3		-	取水	環境、社會及管治報告第37至95頁
	303-4		-	排水	環境、社會及管治報告第37至95頁
	303-5		KPI A2.2	耗水及強度	環境、社會及管治報告第37至95頁
	303-1		KPI A2.4	水源及用水效益	環境、社會及管治報告第37至95頁
排放物(2016)	103-1	7, 8, 9	層面A1 GD	管理方法披露	環境、社會及管治報告第25及28至31頁 《環境政策》 《氣候政策》
	103-2		層面A3 GD		
	103-3		KPI A1.5		
	305-1		KPI A1.1	直接(範疇1)溫室氣體排放	環境、社會及管治報告第27及95頁
			KPI A1.2		
			KPI A3.1		
	305-2		KPI A1.1	能源間接(範疇2)溫室氣體排放	環境、社會及管治報告第27及95頁
			KPI A1.2		
			KPI A3.1		
	305-3		KPI A1.1	其他間接(範疇3)溫室氣體排放	環境、社會及管治報告第27及95頁
			KPI A3.1		
305-4		KPI A1.2	溫室氣體排放強度	環境、社會及管治報告第27及95頁	
305-5		KPI A1.5	溫室氣體減排量	環境、社會及管治報告第25、27及95頁	
305-7		KPI A1.1	氮氧化物(NOx)、硫氧化物(SOx)和其他重大氣體排放	環境、社會及管治報告第95頁	
廢棄物(2020)	103-1	7, 8, 9	層面A1 GD	管理方法披露	環境、社會及管治報告第44及46至47頁 《環境政策》 《包裝及廢棄物政策》
	103-2		層面A3 GD		
	103-3		KPI A1.6 KPI A3.1		
	306-1		-	廢棄物的產生及廢棄物相關重大影響	環境、社會及管治報告第46至47及95頁
	306-2		-	廢棄物相關重大影響的管理	環境、社會及管治報告第44至47頁



附錄

GRI準則披露／ 主題披露	GRI指標	UNGC	香港聯交所 ESG指引*	描述	備註及參考
	306-3		-	產生的廢棄物	環境、社會及管治報告第45及95頁
	306-4		KPI A1.3 KPI A1.4	轉化處置廢物的重量和類型	環境、社會及管治報告第45及95頁
	306-5		KPI A1.3 KPI A1.4	送往處置廢物的重量和類型及處置方法	環境、社會及管治報告第45及95頁
環境合規(2016)	103-1 103-2 103-3	7	層面A1 GD	管理方法披露	按照百威亞太的政策支持框架，我們在每個站點遵守所有當地法律法規。我們的環境影響被視為本公司風險評估的一部分，因此我們密切監察我們在各市場的合規性，同時緊記符合新的和正在出現的規定。
	307-1		層面A1 GD	環境法律法規不合規	於2021財政年度，未接獲報告發生對百威亞太產生重大影響且與廢氣及溫室氣體排放、水及土地的排污、產生有害及無害廢棄物有關的法律法規不合規事件。
供應商環境評估 (2016)	103-1 103-2 103-3	7, 8	層面A1 GD	管理方法披露	環境、社會及管治報告第31、46至47、50及54至56頁
	-		層面B5 GD	供應鏈的環境風險管理政策	環境、社會及管治報告第56頁 《負責任採購政策》
	308-1		KPI B5.2	使用環境標準篩選的新供應商	環境、社會及管治報告第57頁
	-		KPI B5.3	用於識別供應鏈上的環境風險的慣例	環境、社會及管治報告第55至57頁
	-		KPI B5.4	在甄選供應商時推廣環保產品和服務的慣例	環境、社會及管治報告第55至57頁
社會					
僱傭(2016)	103-1 103-2 103-3	6	層面B1 GD	管理方法披露	環境、社會及管治報告第80、82及87頁 於2021財政年度，未接獲報告發生對百威亞太產生重大影響且與薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他利益和福利有關的法律法規不合規事件。
	401-1		KPI B1.2	新進員工和員工流動率	環境、社會及管治報告第96頁 由於信息的敏感性，百威亞太目前不按地區披露員工流動率。



GRI準則披露／ 主題披露	GRI指標	UNGC	香港聯交所 ESG指引*	描述	備註及參考
職業健康與安全 (2018)	103-1	1	層面B2 GD	管理方法披露	環境、社會及管治報告第91頁 於2021財政年度，未接獲報告發生對百威亞太產生重大影響且與提供安全工作環境和保護員工免受職業危害威脅有關的法律法規不合規事件。
	103-2				
	103-3				
	403-1		KPI B2.3	職業健康安全管理體系	環境、社會及管治報告第91頁
	403-2		-	危害識別、風險評估和事件調查	環境、社會及管治報告第91至92頁 《健康安全政策》
	403-3		-	職業健康服務	環境、社會及管治報告第91頁
	403-5		-	工作者職業健康安全培訓	環境、社會及管治報告第92頁
	403-6		-	促進工作者健康	環境、社會及管治報告第87至88頁
	403-7		-	預防和減輕與商業關係直接相關的職業健康安全影響	環境、社會及管治報告第91頁
403-8		-	職業健康安全管理體系適用的工作者	我們建立的職業健康安全管理體系涵蓋了所有員工。	
403-9		KPI B2.1 KPI B2.2	工傷人數、比率 and 種類、因工傷 損失工作日數及因工亡故的人數和 比率	環境、社會及管治報告第97頁	
培訓與教育(2016)	103-1	6	層面B3 GD	管理方法披露	環境、社會及管治報告第89頁
	103-2				
	103-3				
	404-1		KPI B3.2	每名員工每年接受培訓的平均小時 數	環境、社會及管治報告第97頁
	404-2		-	員工技能提升方案和過渡協助方案	環境、社會及管治報告第89至90頁
	-		層面B3 GD	描述培訓活動	環境、社會及管治報告第89至90頁
	404-3		-	定期接受績效和職業發展考核的員 工百分比	環境、社會及管治報告第90頁
-		KPI B3.1	按性別及僱員類別劃分的受訓僱員 百分比	環境、社會及管治報告第97頁	



附錄

GRI準則披露／ 主題披露	GRI指標	UNGC	香港聯交所 ESG指引*	描述	備註及參考
多元化與平等機會 (2016)	103-1	6	層面B1 GD	管理方法披露	環境、社會及管治報告第82頁
	103-2				
	103-3				
	405-1		-	管治機構與員工的多元化	環境、社會及管治報告第17及96頁 年度報告第28至34及39頁
反歧視(2016)	103-1	6	層面B1 GD	管理方法披露	環境、社會及管治報告第82頁
	103-2				
	103-3				
	406-1		-	歧視事件及採取的糾正行動	於2021財政年度，未發生歧視事件。
童工(2016)	103-1	4, 5	-	管理方法披露	環境、社會及管治報告第56至57頁 《人權政策》 《負責任採購政策》
	103-2				
	103-3				
	408-1		-	具有重大童工事件風險的運營點和 供應商	我們並不知悉任何運營點或供應商具 有童工相關問題的重大風險。 我們以遵守法律法規為基礎及根據《負 責任採購政策》訂明的要求，每年對現 有的直接及關鍵供應商進行評估。
	-		層面B4 GD	與防止童工及強制勞工有關並對發 行人造成重大影響的政策，以及相 關法律法規的合規性	環境、社會及管治報告第56及81頁 《人權政策》 《負責任採購政策》 於2021財政年度，未接獲報告發生對 百威亞太產生重大影響且與童工有關 的法律法規不合規事件。
	-		KPI B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童 工及強制勞工	環境、社會及管治報告第56及81頁
	-		KPI B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情 況所採取的步驟	環境、社會及管治報告第56及81頁 《人權政策》 《負責任採購政策》
強迫或強制勞動 (2016)	103-1	4, 5	-	管理方法披露	環境、社會及管治報告第56及81頁 《人權政策》 《負責任採購政策》
	103-2				
	103-3				
	409-1		-	具有強迫或強制勞動事件重大風險 的運營點和供應商	百威亞太並不知悉任何運營點或供應 商具有童工相關問題的重大風險。 我們以遵守法律法規為基礎及根據《負 責任採購政策》訂明的要求，每年對現 有的直接及關鍵供應商進行評估。



GRI準則披露／ 主題披露	GRI指標	UNGC	香港聯交所 ESG指引*	描述	備註及參考
	—		層面B4 GD	與防止童工及強制勞工有關並對發行人造成重大影響的政策，以及相關法律法規的合規性	於2021財政年度，未接獲報告發生對百威亞太產生重大影響且與強迫勞動有關的法律法規不合規事件。
	—		KPI B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工	環境、社會及管治報告第56及81頁
	—		KPI B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟	環境、社會及管治報告第56及81頁 《人權政策》 《負責任採購政策》
人權評估(2016)	103-1 103-2 103-3	1	—	管理方法披露	環境、社會及管治報告第55至57頁
	412-1		—	接受人權審查或影響評估的運營點	100%的百威亞太業務部門及運營點都必須遵守我們的《人權政策》及進行風險評估。
當地社區(2016)	103-1 103-2 103-3	7, 8	—	管理方法披露	環境、社會及管治報告第70至78頁
	413-1		—	有當地社區參與、影響評估和發展計劃的運營點	環境、社會及管治報告第70至78頁
	—		KPI B8.1	專注貢獻範疇	環境、社會及管治報告第70及73至78頁
	—		KPI B8.2	在專注範疇所動用資源	環境、社會及管治報告第70至78頁
供應商社會評估 (2016)	103-1 103-2 103-3	1, 2, 3, 4, 5, 6, 10	層面B5 GD	管理方法披露	環境、社會及管治報告第18及56頁
	414-1		KPI B5.2	使用社會標準篩選的新供應商	環境、社會及管治報告第18及56頁 百威亞太要求100%供應商及業務夥伴遵從我們的《負責任採購政策》。
	—		KPI B5.1	按地區劃分的供應商數目	於2021財政年度，我們大約有7,000名供應商，其中約44%位於中國，28%位於印度，21%在韓國，5%在越南，2%在日本。
	—		KPI B5.3	識別供應鏈每個環節的社會風險的慣例	環境、社會及管治報告第18及56頁。
客戶健康與安全 (2016)	103-1 103-2 103-3		層面B6 GD	管理方法披露	環境、社會及管治報告第65頁
	416-1		—	對產品和服務類別的健康與安全影響的評估	環境、社會及管治報告第65至69頁



附錄

GRI準則披露／ 主題披露	GRI指標	UNGC	香港聯交所 ESG指引*	描述	備註及參考
	416-2		層面B6 GD	涉及產品和服務的健康與安全影響的違規事件	於2021財政年度，未發生對百威亞太產生重大影響的有關產品健康與安全以及補救方法的法律法規不合規事件。
	-		KPI 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	環境、社會及管治報告第97頁 於2021財政年度，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為0%。
	-		KPI B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序	環境、社會及管治報告第65頁 百威亞太的VPO質量支柱使我們所有產品保持卓越的質量。我們的《回收政策》是評估團隊、加快回收程序及確保最佳實踐的指導方針。
營銷與標識	103-1 103-2 103-3		-	管理方法披露	環境、社會及管治報告第64頁
	417-2		層面B6 GD	涉及產品和服務信息與標識的違規事件	於2021財政年度，未發生對百威亞太產生重大影響的有關產品廣告和標識以及補救方法的法律法規不合規事件。
	417-3		層面B6 GD	涉及市場營銷的違規事件	
客戶隱私(2016)	103-1 103-2 103-3		層面B6 GD KPI B6.5	管理方法披露	環境、社會及管治報告第20頁 《私隱政策》
	418-1		層面B6 GD	與侵犯客戶隱私和洩漏客戶資料有關的經證實的投訴	於2021財政年度，未發生對百威亞太產生重大影響的有關產品隱私事宜以及補救方法的法律法規不合規事件。
社會經濟合規 (2019)	103-1 103-2 103-3		- -	管理方法披露	環境、社會及管治報告第18頁
	419-1			違反社會與經濟領域的法律和法規	於2021財政年度，未發生對百威亞太產生重大影響的有關產品以及補救方法的法律法規不合規事件。
產品責任／知識 產權	-		KPI B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	《商業行為守則》 於2021財政年度，百威亞太遵守相關法律法規，並制定了適用的內部政策。
	-		KPI B6.2	接獲產品和服務相關投訴的數量及處理方法。	於2021財政年度，百威亞太的消費者投訴量維持於生產單位的十億分之94.26，而2020財政年度則為十億分之135.9。



詞彙表

「百威集團」	Anheuser-Busch InBev SA/NV (泛歐交易所：ABI；紐交所：BUD；墨西哥MEXBOL指數編號：ANB；南非約翰內斯堡證券交易所：ANH) (根據比利時法律註冊成立為無限年期) 或 AB InBev Group (如文義所指)。百威集團為本公司的控股股東
「AB InBev Group」	百威集團及其附屬公司 (不包括本集團)
「ABV」	酒精濃度
「人工智能」	人工智能
「亞太區域」	(1) 澳洲；(2) 孟加拉；(3) 不丹；(4) 汶萊達魯薩蘭國；(5) 緬甸；(6) 柬埔寨；(7) 中國 (包括香港、澳門和台灣)；(8) 庫克群島；(9) 密克羅尼西亞聯邦；(10) 斐濟；(11) 印度；(12) 印尼；(13) 日本；(14) 基里巴斯；(15) 老撾；(16) 馬來西亞；(17) 馬爾代夫；(18) 馬紹爾群島；(19) 蒙古；(20) 瑙魯；(21) 尼泊爾；(22) 新喀里多尼亞；(23) 新西蘭；(24) 紐埃；(25) 帕勞；(26) 巴布亞新畿內亞；(27) 菲律賓；(28) 大韓民國 (韓國)；(29) 薩摩亞；(30) 新加坡；(31) 所羅門群島；(32) 斯里蘭卡；(33) 泰國；(34) 東帝汶；(35) 湯加；(36) 吐瓦盧；(37) 瓦努阿圖；(38) 越南；及(39) 瓦利斯和富圖納
「亞太大學」	亞太大學
「B2B」	企業對企業
「董事會」	本公司董事會
「BPM 2.0」	Business Process Management 2.0
「啤酒糟」	啤酒糟
「業務部門」	業務部門
「業務合作夥伴」	供應商、廠商、代理商及承辦商
「中國酒業協會」	中國酒業協會



附錄

「CDP」	前身為碳揭露專案；測量公司對氣候變化、水安全和森林管理的環境影響的調查問卷
「CEIBS」	中歐國際工商學院
「二氧化碳」	二氧化碳
「本公司」或「百威亞太」	百威亞太控股有限公司，於2019年4月10日根據開曼群島法律註冊成立的有限公司
「COP15」	《生物多樣性公約》締約方大會
「COP26」	聯合國氣候變化大會
「新冠疫情」	2019冠狀病毒
「CSR」	企業社會責任
「董事」	本公司董事
「DJSI」	道瓊斯可持續發展指數
「D&I」	多元化與包容性
「ESG」	環境、社會及管治
「電動車」	電動車
「財年」或「財政年度」	截至12月31日止財政年度
「2020財政年度」	截至2020年12月31日止財政年度
「2021財政年度」或「報告期」	截至2021年12月31日止財政年度
「溫室氣體」	溫室氣體
「GMBA」	全球工商管理碩士
「全球管理培訓生計劃」	全球管理培訓生計劃
「GRI」	全球報告倡議組織
「本集團」或「我們」或「我們的」	本公司及其附屬公司
「指引」	香港聯合交易所有限公司上市規則附錄二十七所載的環境、社會及管治報告指引
「危害分析重要管制點」	危害分析重要管制點



「哈爾濱啤酒」	哈爾濱啤酒
「HBL」	Haryana Breweries Ltd.
「香港聯交所」	香港聯合交易所有限公司
「百升」	一百公升
「IARD」	國際理性飲酒聯盟(International Alliance for Responsible Drinking)
「ICRISAT」	國際半乾旱熱帶作物研究中心(International Crops Research Institute for the Semi-arid Tropics)
「IIWBR」	印度小麥和大麥研究所
「ITI」	國際風味評鑑所
「江蘇農墾」	江蘇省農墾集團，中國本土大麥供應商及我們的戰略合作夥伴
「KBC」	韓國啤酒公司合作社
「KGF」	韓國綠色基金會
「千升」	一千公升
「KoROAD」	韓國道路交通管理局
「韓圓」	韓圓，韓國法定貨幣
「千瓦時」	千瓦時
「上市規則」	《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》，經不時修訂或補充
「LNG」	液化天然氣
「毫升」	毫升
「兆瓦」	兆瓦
「NABLAB」	無酒精及低酒精啤酒
「NSFI」	National Skill Foundation of India
「OBC」	Oriental Brewery Co., Ltd
「One MDM」	One Master Data Management
「OPR」	組織及人員考核
「中國」	中華人民共和國



附錄

「RBS」	負責任酒水服務
「研發」	研究及開發
「可再生能源」	可再生能源
「RE:harvest」	RE:harvest Company Limited
「人民幣」	人民幣，中國法定貨幣
「反滲透」	反滲透
「負責任採購實踐工作」	負責任採購實踐工作
「即飲」	即飲
「SBTi」	科學基礎減量目標倡議
「上海交大」	上海交通大學
「SSA」	供應商策略聯盟
「聯交所」	香港聯合交易所有限公司
「TCFD」	氣候相關財務揭露
「聯合國」	聯合國
「聯合國可持續發展目標」	聯合國可持續發展目標
「美國」	美利堅合眾國、其領土及屬地以及美國各州及哥倫比亞特區
「美元」	美元，美國法定貨幣
「越南盾」	越南盾
「VOH」	胡志明市人民的聲音
「VPO」	工廠最優化管理
「VPPA」	虛擬購電合約
「VSA」	供應商策略聯盟
「WEPPs」	《賦權予婦女原則》
「世界衛生組織」	世界衛生組織
「世界資源研究所」	世界資源研究所
「零污水排放」	零污水排放
「90025」	採購能源總量低至90兆焦耳／百升、零二氧化碳採購量以及用水量低至2.5百升／百升





BUDWEISER BREWING COMPANY APAC LIMITED
百威亞太控股有限公司

