



2021

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十四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在國內擁有的 58 家全資和控股的啤酒生產企業，及 2 家聯營及合營啤酒生產企業，2021 年 1 月 1 日至 2021 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，部份數據和信息不局限於 2021 年。

內容選擇

報告內容的選取過程中，青島啤酒遵循重要性、量化、一致性、平衡、準確性、有效性、可比性等原則，從環境、社會及企業管治等多方面進行陳述，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。

編製原則

本報告根據上海證券交易所《上市公司自律監管指引第一號——規範運作》、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》、國資委關於發佈可持續發展報告的相關要求編製。

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）。

CONTENTS 目錄

青島啤酒的可持續發展指標	2
董事長致辭	4
關於我們	6



118 年只為釀造好啤酒	12
--------------	----



為了更美好的世界	26
----------	----



關愛社會	38
------	----



和諧價值鏈	44
-------	----

青島啤酒的可持續發展指標



經濟責任



公司歷來重視對投資者的回報，自 1993 年上市以來至 2020 年度累計現金分紅 **88.92** 億元。

銷售量 / 萬千升

793.09

營業收入 / 億元

301.67

歸屬於母公司股東的淨利潤 / 億元

31.55

每股收益 / 元

2.33

每股社會貢獻值 / 元

10.50

環境責任



5 家製造工廠成功入選國家工業和信息化部 2021 年度綠色工廠

單位產品碳排放密度下降

11% ↓

可再生能源電力使用佔比

17% ↑

二氧化硫排放量下降

47% ↓

氮氧化物排放量下降

15% ↓

社會責任



2021 年，為支援建設「魯藏幸福家園建設工程」捐贈 **200** 萬元

截至 2021 年底「青啤獎學金」累計

捐贈金額 **638** 萬元

累計為支持殘疾人事業捐助

216 萬元

2021 年，向青啤「關愛基金」

捐款 **95.9** 萬元

關愛基金共救助病困員工 **14** 人

累計支出 **46** 萬餘元

董事長致辭



2021年是意義非凡的一年，我們親歷了黨和國家歷史上具有里程碑意義的大事。這一年，青島啤酒堅持以高質量黨建統領企業高質量發展，以多維度煥新的跨越發展，實現經營業績在連創歷史記錄的基礎上再創新高，積極履行社會責任，開創了「十四五」時期高質量跨越式發展的新局面，在百年青啤發展史上樹立了「里程碑」。

創新驅動高質量可持續發展

2021年，青島啤酒累計實現銷量793.09萬千升，實現營業收入人民幣301.67億元，歸屬於上市公司股東的淨利潤人民幣31.55億元，再次刷新歷史記錄。品牌價值1985.66億元，18年蟬聯中國啤酒行業品牌價值首位。

在慶祝中國共產黨成立100週年之際，青島啤酒公司黨委榮獲「全國先進基層黨組織」榮譽，這是奮進新征程的全新起點與強大力量，也內化成為青啤可持續發展生生不息的動力源泉。

創新是高質量發展的「魂」

2021年，118歲的青島啤酒在與時代特徵的深度互動中，澎湃著年輕的創新活力，風華正茂。我們堅守匠心的定力、激發創新的動力、躍升品質的魅力、升華品牌的活力，讓企業高質量發展的動力更強，可持續發展的韌勁更足。

在產品創新上，依託釀酒行業唯一的國家重點實驗室，實現了從「有一瓶」到「有一套」，推出「一世傳奇」「百年之旅」「琥珀拉格」等藝術釀造新品，滿足了消費者多元化需求；在生產創新上，推動信息化數字化智能化轉型，點亮工業互聯網的「燈塔」，實現了由大規模生產向多品種小批量、柔性化生產，滿足了消費者特色化、定制化需求；在物流創新上，實現了從傳統物流到智慧物流的轉變，滿足了消費者新鮮送、及時達的需求；在銷售模式創新上，新零售和沉浸式消費體驗，滿足了消費者便捷化、場景化需求；在管理模式創新上，創建「基於數字化端到端的魅力感知質量」管理模式，榮獲中國質量獎提名獎和全國企業管理現代化創新成果一等獎；在文化創新上，「守正出新、行信致遠」的新版企業文化賦能企業創新發展；在戰略創新上，快樂、健康、時尚三大板塊以及智慧供應鏈組成的高質量跨越式發展戰略，為打造世界一流消費生態圈儲勢蓄能。

我們堅信，創新不唯年齡、不唯行業。青島啤酒的發展史就是一部創新史。青島啤酒能夠歷經百年風華正茂、生機勃勃，參與全球競爭，正是得益於一代代青啤人堅守匠心傳承、廣續創新精神的動力續航。

2022年，立足新發展階段，青島啤酒信心堅定，勇做高質量發展的生力軍。將強化創新主體責任，增強創新發展能力，持續以創新滿足人民美好生活需要和推動高質

量可持續發展，為消費者、員工、投資者、價值鏈夥伴、社會各界及社會創造更多價值。

責任是可持續發展的「底色」

創新驅動高質量發展，責任夯實發展底色。

在抗擊新冠肺炎疫情和面對河南鄭州暴雨災害等關鍵時刻，我們積極行動；開展對口扶貧工作；倡導大眾理性飲酒；設立獎學金；關愛社會、傳遞溫暖……以實際行動積極履行社會責任、彰顯使命擔當。

我們關愛員工，通過組織與文化創新，「給奮進者舞台，為成就者喝彩」，創造更多的發展平台與機遇，讓員工充分共享企業的成長與成果。我們創新產業鏈模式，構建數字化、智能化平台，與供應商、經銷商共同提升效率，分享價值。

我們積極踐行「為了更美好的世界」的環境理念，通過智能製造等數字化創新轉型，綜合能耗及溫室氣體排放總量持續下降。2021年，青島啤酒「啤酒廢水價值共享項目」正式啟動，實現了企業價值與社會價值的共享、企業效益與社會效益的共享、企業責任與社會責任的共享。

作為「雙奧」贊助企業，青島啤酒充分發揮產品、市場、品牌等方面的獨特優勢。我們創新性把冬奧比賽項目搬上產品，宣傳冰雪運動，弘揚冬奧精神；我們創新體驗模式，打造冰雪大師課，以品牌力量帶動更多人走上冰場。

創新，讓百年青啤煥發勃勃生機；經濟效益和社會效益的同步提升是百年青啤的責任與擔當。2022年，青島啤酒將堅定不移地實施「高質量跨越式發展戰略」，持續強化創新主體擔當，始終以「事爭一流、唯旗是奪」的奮進姿態，在實幹和實踐中繼續創造高質量經營成果，錘煉企業可持續發展的韌性和能力，向著更加和諧、更加美好的未來大步前進！

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 2021 年《中國 500 最具價值品牌》排行榜，青島啤酒以 1985.66 億元的品牌價值，18 年蟬聯中國啤酒行業首位。



1993 年青島啤酒先後在香港、上海上市，成為中國首家在兩地同時上市的公司。

截至 2021 年底，公司在全國 20 個省、直轄市、自治區擁有 58 家全資和控股的啤酒生產企業及 2 家聯營及合營啤酒生產企業，公司規模和市場份額居國內啤酒行業領先地位。

青島啤酒是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，2021 年青島啤酒海外市場銷量累計增長 11%，其中一帶一路沿線市場增長 10%、上合區域增長 58%。

慶祝中國共產黨成立 100 週年之際，青島啤酒公司黨委獲「全國先進基層黨組織」。

繼成為 2008 年北京奧運會官方贊助商之後，青島啤酒再度攜手奧運，成為北京 2022 年冬奧會官方贊助商。

企業文化

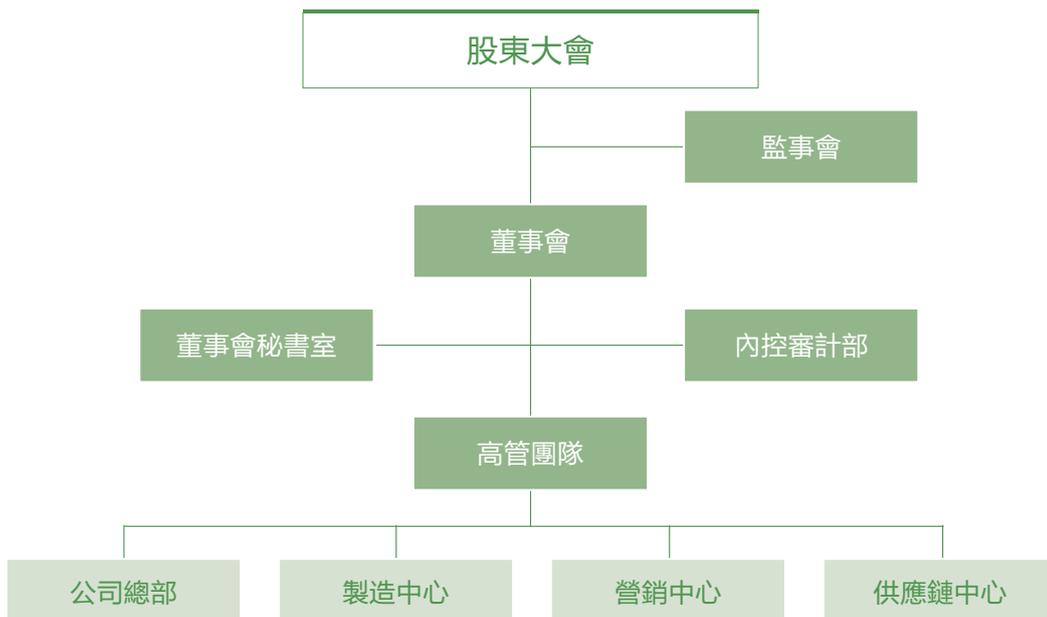
願景	使命	核心價值觀	企業精神
成為擁有全球影響力品牌的世界一流企業	為生活創造快樂	守正出新 行信致遠	銳意進取 追求卓越

公司治理

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。2021年6月28日，青島啤酒股份有限公司召開股東年會審議通過董事會和監事會換屆選舉議案，第十屆董事會共有董事8人，其中執行董事3人，非執行董事1人，獨立董事4人；第十屆監事會共有監事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。

公司董事會於2021年6月修訂了下設戰略與投資委員會的工作細則，由其代表董事會對公司ESG相關事宜進行全面監督並履行相關ESG管治職責。

公司高度重視並積極籌劃與推進投資者關係管理工作，穩步紮實的做好境內外投資者的溝通交流。2021年，公司分地區、分層次地召開業績說明會，公司董事長、財務總監及董事會秘書等主要高管人員參與公司重大投資者交流活動，與投資者進行溝通，以數字化方式提升投資者關係管理。同時，繼續加強和境內外投資者的日常電話會議溝通交流；積極響應參加轄區上市公司投資者教育和保護集體活動。公司優異業績獲得資本市場一致好評，青島啤酒A股股價創下1993年上市28年以來歷史新高。



獲得的資本市場榮譽



公司信息披露工作連續八年獲得上交所的認可；持續保持A級

榮獲2020年度全景投資者關係金獎「傑出IR企業」|「機構友好溝通獎」兩大獎項

榮獲2021經綸獎「年度最具投關價值公司獎」和「年度精英董秘」兩項大獎

榮獲「2021年度上市公司董辦優秀實踐案例」

獲得「2021年度青島轄區投資者保護工作先進單位」榮譽

風險控制及管理

2021年面對新技術、新商業模式給啤酒行業帶來的新變化，公司加快管理創新，通過不斷完善風險管理體系，以應對內外部不確定性因素對公司造成的不利影響。

圍繞年度經營目標，繼續推進內部控制體系建設，通過對公司新業態和高風險領域開展風險評估和實施內控評價、針對高風險領域推進合規審計、經濟責任審計和工程項目審計及造價諮詢監督等，促進了管理效率和效益的改進與提升，助力了公司高質量跨越式發展戰略的實施。

商業道德與合規

公司嚴格執行中華人民共和國《憲法》《監察法》《刑法》，並落實《反不正當競爭法》《反洗錢法》中關於賄賂、勒索、欺詐、洗黑錢的有關規定。

公司恪守商業道德、重視合規管理。教育員工誠信經營、廉潔自律、遵紀守法，正確履行崗位職責；不斷完善管理制度，規範員工行為，對合規風險進行管控；通過開展監督檢查、合規審查、專項審計、責任追究等工作，防範化解合規風險，保障公司合規經營。

2021年，公司常態化開展商業道德與合規培訓，重點對關鍵敏感崗位人員進行警示教育，開展任職和日常廉政談話共計2117人次，518名中層以上領導人員進行述責述廉。公司設立了公開檢舉電話、郵箱，由專門部門負責受理處置檢舉控告。本年度內，沒有因賄賂、勒索、欺詐和洗黑錢的重大影響而產生的違規違法案件。

知識產權

公司尊重並致力維護知識產權，嚴格遵守中華人民共和國《商標法》《專利法》《著作權法》等法律法規，貫徹實施公司各項知識產權管理制度。在公司戰略目標引領下，積極推進完善知識產權管理體系運行，於2021年11月再次通過知識產權管理體系認證，知識產權管理水平持續提升，有效助力公司高質量創新發展。

環境、社會及管治體系

青島啤酒堅持可持續發展是企業基業長青的基石，持續完善社會責任管理體系，不斷提升自身管理水平，為消費者提供優質的產品和服務，為員工及上下游價值鏈創造共享價值，推動企業的可持續發展。作為負責任的企業公民，青島啤酒以責任夯實發展底色，積極履行企業社會責任，為社會經濟、社區及環境等多方面做出貢獻，助力社會以至國家的可持續發展。

環境、社會及管治架構

決策層：青島啤酒黨委會、董事會、總裁辦公會定期舉辦涉及企業社會責任相關議題的審議會，明確各職能部門的工作任務和要求，推進社會責任管理工作的落地與執行。

青島啤酒設立董事會戰略與投資委員會，對公司的企業管治、環境及社會責任相關政策和策略進行審閱，確保其符合法律、法規和標準；對公司的企業管治、環境及社會責任相關風險及機遇進行評估和梳理，並向董事會提出建議；審查公司的企業管治、環境及社會責任管理及內部監控系統，就其適當性和有效性向董事會提出建議；對公司企業管治、環境及社會責任相關工作的目標和實施情況進行審查和監督，評估工作情況，並向董事會提出建議；審閱公司對外披露的環境、社會及管治報告，並向董事會提出建議；對公司企業管治、環境及社會責任管理願景、目標及策略的制定進行指導，並向董事會提供建議。

監督層：青島啤酒成立環境、社會、公司治理工作領導小組，負責根據整體環境、社會及管治策略和方向研究具體工作；識別 ESG 風險，並進行內外部重要性評估；制定 ESG 計劃，設定目標及關鍵績效目標並跟進；辨識 ESG 相關數據來源，並制定收集有關數據的管理政策及績效考核；統籌、協調與指導各 ESG 職能部門共同推進 ESG 管理工作的有效落地，並向決策層定期匯報工作進展；及 ESG 報告整體編製及其他相關工作。

執行層：青島啤酒成立涵蓋各部門、各單位的專業工作小組，負責完成職能範圍內的相關工作，實施行動以達至環境目標、社會及管治目標和關鍵績效指標；定期收集、整理、上報相關信息，動態反饋實際工作情況，對實際工作的開展進行建議。

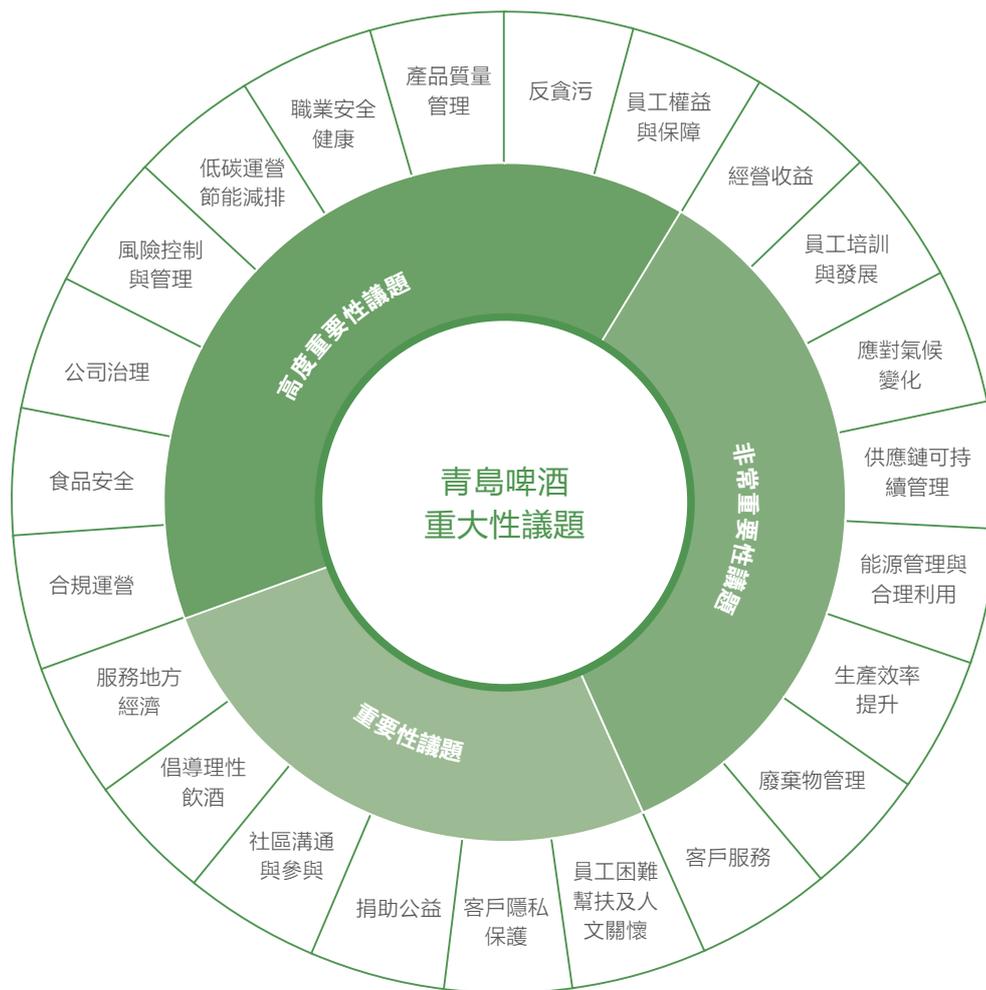
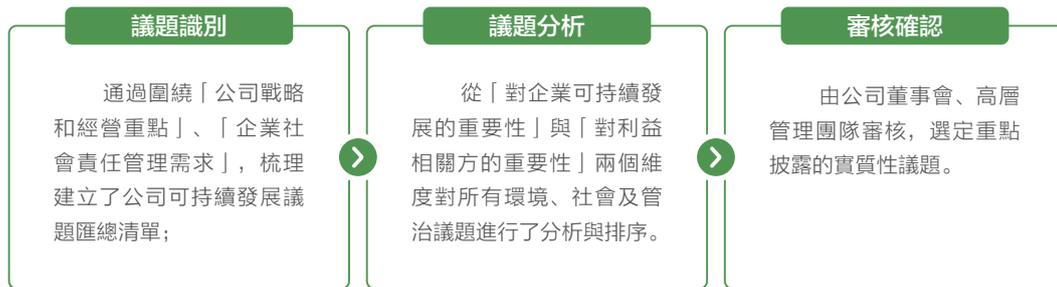
利益相關方溝通

青島啤酒開展了多種形式的內外部利益相關方溝通，以了解他們對環境、社會及管治相關議題的意見。青島啤酒核心利益相關方涵蓋消費者、環境、股東、員工、商業合作夥伴、社區和 NGO、政府，通過了解他們對青島啤酒可持續發展的期望與反饋，從而提升企業可持續發展的能力，助力高質量發展。

利益相關方	我們的責任	溝通方式
消費者 	<ul style="list-style-type: none"> • 提供安全的、高品質產品 • 多元化的產品選擇 • 優質、完善的客戶服務 	<ul style="list-style-type: none"> • 產品標籤 • 媒體傳播 • 互動活動 • 服務熱線 • 公司網站 • 電商平台 • 沉浸式體驗
環境 	<ul style="list-style-type: none"> • 生態環境保護 • 綠色低碳 • 發展循環經濟 	<ul style="list-style-type: none"> • 信息公開 • 環境信息溝通平台 • 公益環保宣傳
股東 	<ul style="list-style-type: none"> • 穩健合規運營 • 資產保值增值 • 提供合理可持續的回報 • 重大事項信息及時披露 	<ul style="list-style-type: none"> • 企業年報和公告 • 股東大會或專項會議 • 路演交流活動 • 公司官方網站及交易所信息平台
員工 	<ul style="list-style-type: none"> • 提供安全健康工作場所 • 提供完善的工資與福利保障 • 搭建職業發展平台 • 關注員工工作與生活 	<ul style="list-style-type: none"> • 安全健康管理 • 職工代表大會 • 培訓交流、技能大賽 • 郵件溝通、走訪、慰問、合理化建議
商業合作 夥伴 	<ul style="list-style-type: none"> • 互利共贏 • 共同成長 	<ul style="list-style-type: none"> • 供應商大會、經銷商大會 • 幫扶、培訓 • 信息及時分享、溝通
社區和 NGO 	<ul style="list-style-type: none"> • 積極參與公益慈善活動 • 助力社區發展 	<ul style="list-style-type: none"> • 交流會 • 社交媒體 • 現場參觀 • 公司網站 • 公益活動
政府 	<ul style="list-style-type: none"> • 合規運營 • 依法納稅 • 貢獻地方經濟發展 • 解決就業 	<ul style="list-style-type: none"> • 政策諮詢 • 專題匯報 • 信息披露

重要議題識別

公司通過對利益相關方實質性議題分析，識別出利益相關方和公司高度關注的議題，並針對不同議題重要程度及關注度，梳理出重大議題列表。



118年只為釀造 好啤酒

基於數字化端到端解碼的
魅力感知質量管理模式

6 大
精準解碼傳遞

1800 多個
質量檢測點



2021 年度最佳產品質量獎獲獎工廠
青島啤酒寶雞有限公司總釀酒師

王躍



青島啤酒資深釀酒師
2021 年度最佳產品質量獎獲獎工廠
青島啤酒二廠總釀酒師

梁剛



2021 年度最佳產品質量獎獲獎工廠
時任青島啤酒上海松江製造有限公司總釀酒師
現任生產技術管理總部技術總監

許永



青島啤酒高級釀酒師
2021 年度最佳產品質量獎獲獎工廠
青島啤酒三廠總釀酒師

殷燕



青島啤酒資深釀酒師
2021 年度最佳產品質量獎獲獎工廠
青島啤酒廠總釀酒師

張沛



2021 年度最佳產品質量獎獲獎工廠
山東煙台啤酒有限公司技術總監

賈波蘭



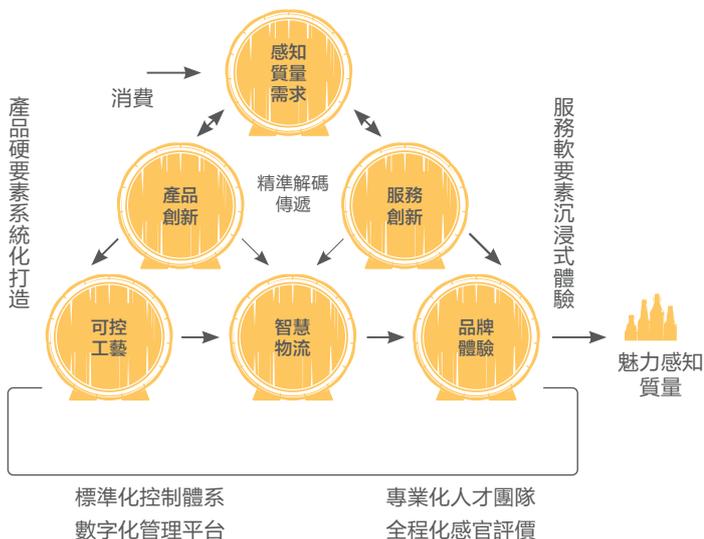
2021 年度最佳產品質量獎獲獎工廠
深圳青島啤酒朝日有限公司副總釀酒師

黃景輝

魅力感知質量管理模式

青島啤酒關注消費者的「基本需求」「變化需求」，持續挖掘和引領「潛在需求」，在多年打造「魅力質量」的實踐基礎上，進一步創新提煉「基於數字化端到端解碼的魅力感知質量」管理模式。

該模式以「產品硬要素系統化打造」和「服務軟要素沉浸式體驗」為主線，以消費者需求為輸入，「感知質量需求、產品創新、可控工藝、服務創新、智慧物流、品牌體驗」的端到端六大精準解碼傳遞，建立全過程的質量管理，從「產品」與「服務」兩個路徑實現「數字碼」端到端精準解碼傳遞，為生活創造快樂。



基於數字化端到端解碼的魅力感知質量管理模式

六大精準解碼

精準需求解碼，青島啤酒獨創消費者需求五渠道調研法，依託海量消費者大數據庫，實現由消費者「素描畫像」到「精準畫像」的變革；

精準產品解碼，產品實現 9 大類、79 個產品系列精彩紛呈，從「有一瓶」到「有一套」，滿足消費者多元化需求，不斷打破啤酒高端產品的「天花板」；

精準工藝解碼，利用多項關鍵技術，設計新產品的原料配方、工藝參數，搭建從「產品指標」到「工藝標準」的解碼矩陣

精準服務解碼，推出私人定制服務；

精準物流解碼，「智慧物流」連接產品到舌尖，完好達、及時達、新鮮達；

精準體驗解碼，遍及全國的 200 多家 TSINGTAO1903 青島啤酒吧、每年 50 多場青島啤酒節……不斷創新沉浸式品牌體驗新模式，滿足消費者場景化需求。



榮獲第四屆中國質量獎提名獎

2021年國家市場監督管理總局質量發展局公示第四屆中國質量獎提名獎候選名單，青島啤酒獲得「第四屆中國質量獎提名獎」，繼2017年再次獲此殊榮。中國質量獎是目前我國質量領域的最高榮譽，分為「中國質量獎」和「中國質量獎提名獎」，每兩年評選一次，迄今已開展四屆評選表彰活動。

把質量作為118年來的「傳家寶」，青島啤酒致力於為全球消費者製造「超預期」的愉悅體驗，努力從單一產品的魅力質量向品牌、服務、啤酒文化、消費者體驗、企業管理等全方位的魅力質量拓展，在產品開發、供應鏈、生產、物流、服務等全過程探索建立感知質量指標體系，確保感知質量的定量實現，最終轉化為高質量的經營成果。



榮獲全國企業管理現代化創新成果一等獎

2021年12月，第二十八屆全國企業管理現代化創新成果發佈，青島啤酒憑藉在感知質量管理體系構建方面的探索和實踐榮獲創新成果一等獎，成為一等獎獲獎企業中唯一的啤酒飲料企業。

該獎項由中國企業聯合會、工業和信息化部產業政策司和中小企業局共同主辦，是國內企業管理領域等級最高、影響最大的國家級成果。把我國企業在管理創新實踐中取得的經驗，提高、上升為科學成果，對推動我國企業管理水平不斷提高，進而增強企業競爭能力，提高經濟效益具有十分重要的意義。



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。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。

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青島啤酒食品安全管理體系。青島啤酒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。

全鏈條食品安全管控

青島啤酒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，嚴守底線，確保產品食品安全。

對標國際食品安全標準實施管控

- 將食品安全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。

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，所有物料監控前移至供應鏈上游，實施主要原料種植地管控。

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，切實把好質量第一道關。

風險嚴控

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。

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，實施產品全過程把關。

青島啤酒依據國家發佈的《食品召回管理辦法》制定了專項的食品安全應急處置預案。2021年青島啤酒未發生因食品安全與健康問題而被召回產品的情況。

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

規範、嚴苛的包裝

- 在產品宣傳、標識設計、產品外包裝說明等方面嚴格遵循《廣告法》、《商標法》、《產品包裝標識標註規定》、《啤酒國標》、《啤酒瓶國標》國家相關法律法規
- 持續完善產品外包裝評價體系，增加 BSC 考核指標
- 對經銷商倉庫產品外包裝質量現場查核

智慧物流－供應鏈管理

- 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，實現對消費者需求的掌握和預測，打造能快速覆蓋到所有消費者的倉儲配送體系
- 建立供應鏈信息業務中台，實現數據集成管理
- 建立移動端訂單平台，實現業務鏈條訂單的可視化及信息共享
- 運作移動平台應用，實現業務運輸全過程可視集約管控
- 通過控制塔整合端到端訂單及市場信息，統籌全鏈條資源，集約區域的產、供、銷，建設區域供應鏈數字化平台，提高供應鏈整體運行效率
- 藉助配送網絡，整合資源，規模化作業，提高物流資源利用效率、城市配送服務質量，提升城市配送效率和效益、減少貨車尾氣排放、降低城市交通擁堵

領先、完善的服務體系

- 圍繞公司服務理念：「你的需要就是我們的工作」，客服中心始終將解決客戶問題、提升客戶滿意度作為工作核心，不斷優化業務流程，向市場提供一流的客服保障
- 利用先進信息管理系統，打造「智慧客服」、「客服信息反饋端」、「滿意度調研問卷」等小程序的有效利用，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，針對各類市場反饋，三方快速協同解決，實現「服務無縫隙」對接；客服人員在接收信息 20 分鐘內聯繫客戶，積極協調處理投訴
- 2021 年，客服中心受理產品與服務類投訴 5124 起，年度處結率 > 99%。其中，物流及市場端磕碰破損導致投訴佔比 66.7%；服務類投訴佔比 27.5%
- 重視信息管理、消費者隱私保護，所有市場信息數據存儲、數據傳遞、使用等均合法合規，持續完善市場信息保護機制。相關工作人員遵守國家保密法律法規與《青島啤酒保密制度》，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

全方位質量監控體系

開展嚴格的產品質量檢驗把關

公司建立統一的檢測標準體系，每一瓶產品都要經過 1800 多道質量檢測項目的「特別關照」；建立統一的檢測方法並運用 ERP 質量數據系統，實現統計分析，促進質量改進，對質量進行全面監控。

青島啤酒制定了《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《青島啤酒理化分析最低檢驗頻次》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，保證所有工廠把關精準如一

質控體系遵循「檢驗方法、檢驗儀器、人員能力、管理要求、ERP 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，優化高效檢驗方法、配置國際先進數字化檢驗儀器、培養質控人員一崗多能、優化實驗室管理要求、拓展 ERP 數據系統自動分析能力、運行公司統一檢驗控制樣，進一步打造簡潔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。

實施端到端全鏈條全方位質量監控

行業首家實施市場產品第三方獨立抽樣檢測制度，對市場產品進行全覆蓋監控，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。

實施物料供方前置管理、工廠端關鍵指標把關、物流質量與全貨架期新鮮度、生鮮產品全生命週期質量現場監控，風險預警，閉環管控，促進質量穩步提升。



在國家市場監管總局舉辦的 2021 年全國「質量月」活動中，青島啤酒榮獲「全國質量誠信標桿企業」、「全國質量檢驗穩定合格產品」證書

數字化高效品評管理助力魅力感知質量提升

國家級評委為品質把關

自主開發品評技能培訓測評系統，精準發掘品評人才，實現數字化高效品評管理。在最具權威的 2020 屆國家啤酒品評評委評聘中，青島啤酒評委數量再創新高，佔比達到 42%，以絕對的優勢持續居於行業領先水平。2021 年培訓考評廠級評委、一線評委 3000 多人，實現所有工廠全過程品評把關，為青島啤酒口味質量保駕護航。

建立魅力感知質量品鑑標準

在公司「基於數字化端到端解碼的魅力感知質量管理模式」指導下，建立了公司魅力感知質量品鑑標準，對消費者感知品鑑項目做出具體要求並試運行；以全新的方式助力公司在 148 個城市、門店共開展 540 場品鑑會，將青島啤酒魅力質量通過「五感品鑑」傳遞給消費者。



高品質助力北京冬奧會

作為北京 2022 年冬奧會官方贊助商，青島啤酒切實落實奧組委標準要求、山東省、青島市相關工作部署要求，嚴格人員政審管控、落實生產儲存全環節「六專」要求、落實儲運「三定、兩封、兩鎖」要求。在國家監管抽檢之前開展物料食品安全與質量檢測，實施全過程質量檢測與國評委品評把關，確保冬奧產品優中選優。



科技研發

一直以來，青島啤酒科技研發中心瞄準國際高技術前沿、針對消費者需求的痛點和行業發展中的難點，開展研究，持續解決制約啤酒工業發展的關鍵技術難題。通過獨創的風味圖譜技術，對消費者需求的「解碼」實現了從「素描畫像」到「精準畫像」的深刻轉變，不僅滿足了消費者的基本需求、引領變化需求，還不斷挖掘消費者的潛在需求。

青島啤酒雄厚的研發實力



- 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
- 2021年參與國家標準的發佈、制定、起草、反饋 5 項；參與團體標準的發佈、制定 5 項；制定企業標準 4 項；申請發明專利 18 項；發表文章 15 篇
- 公司榮獲「十三五」**中國酒業科技進步特別獎「中國酒業科技突出貢獻獎」**、「十三五」**輕工業科技創新先進集體獎**
- 《全球酒花品種 DNA 指紋圖譜構建及純度鑑定技術的開發與應用》榮獲青島市科技進步**三等獎**
- 《麥芽澱粉酶調控關鍵技術的研究及應用》榮獲中國輕工業聯合會科學技術發明**二等獎**
- 《世界酒花品種 DNA 指紋圖譜構建及純度鑑定技術的研究》榮獲中國酒業協會科學技術**一等獎**
- 0.0% 無醇啤酒榮獲「歐洲啤酒之星」金獎；混合莓味拉格啤酒榮獲中國酒業協會新品類啤酒「**青酌獎**」；獅壯榮獲 CBC 中國啤酒大獎賽**金獎**（三星天祿獎）
- 新產品上市 10 款、儲備產品 26 款；優化修訂《技術標準管理流程》，完成 1453 項技術標準梳理，審核發佈 75 項技術標準

2021年11月，青島啤酒科技研發中心新基地項目奠基啟動，一座集國際學術交流、國際釀造飲料創新、人才培訓、消費者測試、科技展示於一體的科技研發中心，及國家重點實驗室「新基地」將在青島藍谷落成。項目建成後將成為具有國際影響力的「啤酒釀造技術研究新高地、高層次國際化啤酒釀造人才培養新高地、多學科啤酒釀造國際學術交流新高地、全球啤酒文化傳播及消費者體驗新高地」。青島啤酒進一步加碼科技創新，將深化產學研用的融合、更好地服務於產業創新。



智能製造

獲評全球首家啤酒飲料行業 工業互聯網「燈塔工廠」

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118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。此次，青島啤酒以超越年齡的魄力和活力擁抱工業互聯網，用「燈塔」點亮啤酒飲料行業智慧製造的新場景，成為青島逐浪世界工業互聯網之都、升級製造業競爭優勢的縮影。



啤酒產業集群快速崛起

11月5日，青島啤酒智慧產業園120萬千升擴建項目舉行開工儀式，此次擴產不僅實現了規模擴張，青島啤酒還積極補鏈、延鏈、強鏈，配套了原料生產、包裝材料、物流倉儲、商貿流通、時尚文旅等多業態，加快了產業要素的集聚，助力啤酒產業集群快速崛起。青島啤酒智慧產業園建成後將成為國內單體工廠產業鏈條更全、單體規模更大智能化水平更高的啤酒生產基地。

2021年，青島啤酒棗莊公司100萬千升新建工程項目奠基、西安漢斯公司搬遷新建年產100萬千升項目投產出酒、青島啤酒廠智能化升級項目、郴州公司體驗中心項目、西海岸精釀啤酒花園項目、綠蘭莎公司40萬千升搬遷擴建項目、榮成公司15萬千升搬遷擴建項目、日照公司10萬千升擴建項目……一系列科技研發、智能製造、智慧物流、數字營銷、文化體驗等投資項目加快推進，數字化、智能化、體驗式運營實現新突破。



產品創新

「一世傳奇」超高端新品發佈

2022年1月9日，青島啤酒「一世傳奇」超高端藝術典藏新品在青島啤酒百年工廠的百年酒窖隆重發佈。這款集啤酒、威士忌、葡萄酒、香檳各家之所長於一體的藝術釀造集大成之作，傳承百年青啤釀造工藝，融匯北美經典威士忌過桶釀法與歐洲古典葡萄酒窖藏方式；絲滑醇厚的神秘琥珀紅酒液，入口立體豐富。開啟時，綻放出如香檳般燦然的禮花泡沫，氛圍感十足，儀式感滿滿。

百年鴻運虎年生肖版

中國釀酒大師署名督釀，精選原料，釀出香醇柔滑，勁爽回甘，閃耀迷人琥珀光澤。虎年限定裝，金虎形象氣勢軒昂，虎虎生威，擁有專屬編碼，值得品鑑珍藏。

「1903」系列

青島啤酒「1903」系列是經典窖藏啤酒的代表，甄選特優酒花與大麥，以源自1903年的兩段法發酵工藝，長時間低溫精釀，麥香天成，造就醇香四溢的口感體驗。近年來，青島啤酒「1903」系列陸續推出冬奧冰雪罐系列、國潮系列、深夜食堂系列、夜貓子系列等多款主題產品，包裝更加年輕化、時尚化。

白啤

產品甄選品質上乘的大麥芽、小麥芽，100%全麥為原料，承襲歐洲古法完美配比，以上面發酵方式精釀，成就絲滑如牛奶般的泡沫、朦朧如雲霧狀的酒體以及丁香花味與果香混合的木熏口感，帶來第一口就與眾不同的絕妙體驗。2019年榮獲世界啤酒錦標賽獎項（該品類第一名），2020年換裝獲得德國紅點設計獎。近年來，青島啤酒陸續推出樹莓口味的玫瑰紅白啤系列、櫻花白啤系列、梵高白啤系列，深受年輕消費者喜愛。

鴻運當頭

鴻運當頭是青島啤酒首款鋁瓶節慶包裝啤酒，饋贈與宴請的絕佳之品。在產品包裝上，以傳統祥雲、福字為裝飾，配以中國紅鋁瓶，充滿「喜慶」「吉祥」寓意，旨在成為消費者幸福喜悅時刻的「見證者」，家有喜事，必備鴻運當頭。喜慶的中國紅、專屬的生肖圖案，再加上麥香濃郁的金色酒液，為消費者開啟了一年的紅紅火火，成為新年開運第一酒。

奧古特

青島啤酒奧古特，是致敬青島啤酒第一任釀酒大師漢斯·克里斯蒂安·奧古特而命名。奧古特源自歐洲的百年酵母和青島啤酒獨有的釀造工藝，造就了歐式經典的醇厚口味。精選世界頂級金色二棱大麥和捷克薩茲香花，造就豐富而均勻的口感，散發獨特醇酯沉香。充滿歐洲皇家風範的包裝，使奧古特成為一款讓人體驗到歐式風味與尊貴享受的啤酒。2019年，青島啤酒奧古特榮膺美國「世界啤酒錦標賽」金獎。



一世傳奇



百年鴻運虎年
生肖版



1903



純生



白啤



鴻運當頭

純生 X SmileyWorld 聯名款

純生啤酒採用無菌膜過濾技術，不經過巴氏殺菌，保留了啤酒的營養和麥芽的香味。今年雙十一，青島啤酒以跨界聯名玩出新的花樣，青島純生 X SmileyWorld 聯名款上線銷售，以卓越的品質結合時尚潮流設計，打造趣味潮單品，一款款不同笑臉表情的青島啤酒表達出對生活的熱愛態度，「啤酒會微笑，走胃又走心」。

百年國潮

2022年，青島啤酒攜手國際設計師 Carol Lim & Humberto Leon，用西方現代時尚理念演繹中國傳統文化，推出全新虎年國潮罐。從象形文字和中文篆書體中汲取靈感，重新賦形品牌「青島」二字，創造出栩栩如生的「國潮雙虎」；以老虎身上的花紋結合品牌英文 LOGO「TSINGTAO」字母，形成獨特的虎紋 LOGO 圖案。

皮爾森

皮爾森是青島啤酒創立之初的代表性產品之一，遵循《德國純釀法》精神，只使用水、100% 純大麥芽、酵母與啤酒花，以最簡單的原料組合保證了啤酒原始、純淨風味及綠色健康品質，形成青島啤酒皮爾森「苦爽回甘」的獨特性、差異化典型風格。2018年摘得享有「啤酒界的奧斯卡」之美譽的歐洲啤酒之星大獎。

黑啤

青島啤酒作為中國黑啤酒的創始者，早在 1932 年就成功推出第一款黑啤酒。青島啤酒黑啤具有酒體豐潤、焦香濃郁、殺口力強的特點。2018 年，青啤黑啤奪得「世界啤酒錦標賽」金獎。近年來，又開發出棗味黑啤和姜味黑啤，為焦香麥芽賦予個性口感。

原漿

青島啤酒原漿整個釀造過程包括後期工藝中，需要堅持「三不一冷鏈」的原則。「三不」是指：不過濾，保留了一定數量的酵母菌，讓啤酒營養更加豐富；不殺菌，保持酵母的活性同時，讓啤酒更加新鮮；不稀釋，保持了原漿啤酒的濃郁的麥香更，口感更加醇厚，回味悠長；同時，青島啤酒原漿，採用低溫灌裝技術，在運輸過程中採取全程的冷鏈運輸，為消費者帶來最新鮮的暢爽體驗。

0.0% 無醇啤酒摘獲「歐洲啤酒之星」金獎

11月9日，素有「啤酒界奧斯卡」之稱的「歐洲啤酒之星」大獎在在德國紐倫堡揭曉，青島啤酒 0.0% 無醇啤酒，從 44 個國家的 2395 款啤酒中脫穎而出，摘得「歐洲啤酒之星」金獎，這也是繼 2018 年青啤皮爾森獲「歐洲啤酒之星」後，青島啤酒再次「奪金」。



奧古特



純生聯名款微笑罐



百年國潮



皮爾森



黑啤



原漿



0.0% 無醇啤酒

打造沉浸式消費體驗

2021年青島啤酒「沉浸式」品牌體驗新模式日趨成熟。以TSINGTAO 1903青島啤酒吧、青島啤酒節等為載體，與音符聯袂、同賽場沸騰。我們以冬奧品牌的擔當，成為冬奧文化、冰雪運動的傳遞者，我們以百年國潮的魅力，與各種時尚元素激情碰撞；集品牌傳播、產品銷售、消費者體驗、粉絲互動於一體，滿足了消費者場景化的需求。

「質」敬冬奧 一起加油

營造冬奧主題場景 冰雪文化沉浸式體驗

2021年，青島啤酒推出冬奧冰雪罐，將15個冬奧官方競技項目巧妙的融入到產品上；聯合品牌代言人拍攝主題廣告片和主題海報，在全國範圍內打造冬奧主題全國促銷活動；聯合冬奧冠軍大楊揚在人類滑雪起源地阿勒泰發起了「讓世界看好中國」的雪地宣言，讓世界看到中國的冰雪自信。12月15日，北京冬奧會開幕式倒計時50天，青島啤酒發起「「質」敬冬奧，一起加油」主題活動，與中國冰雪運動多位世界冠軍共話冰雪傳奇，傳遞海濱城市的別樣冬奧氛圍；藉助冬奧資源開展「讓冬奧賽場響起你的加油聲」全國主題推廣活動，徵集全國各地方言加油聲，為冬奧加油，聯動明星達人、各大媒體平台，在冬奧前夕及冬奧期間打造了一系列營銷活動。青島啤酒冬奧營銷項目在權威體育平台的冬奧營銷榜單中高居第四。



遍佈全國的 TSINGTAO 1903 青島啤酒吧

構建新型時尚啤酒消費空間

TSINGTAO 1903 青島啤酒吧，在這裡喝的不僅僅是啤酒，而是一種生活的儀式感。遍佈全國的200多家TSINGTAO 1903青島啤酒吧持續構建青島啤酒沉浸式體驗場景，打造了全方位的生活方式體驗及社交平台，引領生活新風尚，以青島啤酒品牌為核心，整合資源要素，創建高市場化、高品質化和高價值化發展的一種商業模式形態，構建新型時尚啤酒消費空間。



燃遍全國 50 餘城 燃情綻放啤酒節



2021年青島啤酒首次把冬奧元素搬進了啤酒大篷，啤酒完美融入冬奧競技項目創意展示，讓打酒也變成視覺享受。與青島國際啤酒節同步開啟的，還有「2021澳門青島雙城啤酒文化節」、「無錫第八屆青島啤酒節」、「隴南第三屆青島啤酒節」、「大慶首屆青島啤酒節」……燃遍全國50餘城。從南到北一起「啤」，青島啤酒熱情席捲全國，在啤酒的泡沫里暢飲歡聚，在音樂的躁動中釋放激情，讓清涼的啤酒冰爽夏日，點亮城市夜經濟。

與體育、音樂聯袂 做激情文化的傳遞者

2021年青島啤酒舉辦各類足球觀賽派對體驗活動，成為球迷歡聚在一起為共同的熱愛吶喊助威的紐帶；贊助青島馬拉松，25000餘名跑友，以腳步丈量青島這座開放、現代、活力、時尚的魅力城市，與青島啤酒「溢」起加速奔跑；青島啤酒純生持續玩轉年輕化，在音樂節的基礎上，大膽疊加livehouse的演出模式，打造更能激發青春活力的生活場景，通過音樂的創意表達將鮮活、青春、愉悅感傳遞給消費者，讓更多人可以在音樂中盡情釋放和發現自我。



為了更美好的世界

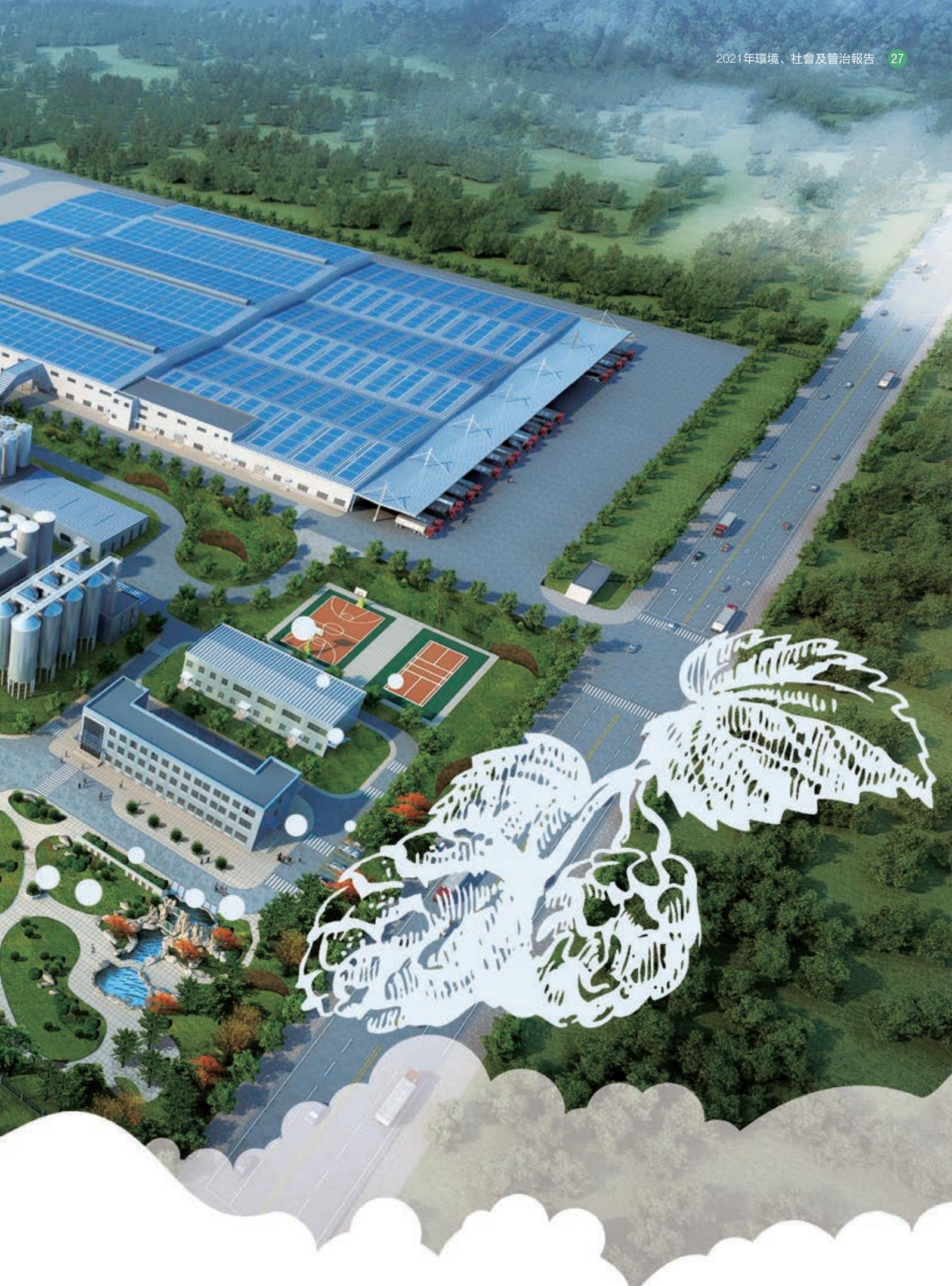
青島啤酒秉承以「做啤酒行業綠色發展的楷模」為環保願景，以「通過實施環境保護、低碳管理和循環經濟，促進公司永續發展，實現與大自然的和諧共處」為環保使命，將環境保護、低碳管理、循環經濟作為本公司發展戰略和實現可持續發展的重要組成部份。

18 家工廠
完成「啤酒廢水價值共享項目」推進

5 家工廠
成功入選 2021 年度國家級綠色工廠

千升酒綜合能耗同比降低

15%



本報告年度內，公司符合《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。

公司修訂完善了各項環保管理制度及標準，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，推進落實環保目標責任制和考核機制。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。

2022年1月15日，工業和信息化部公佈2021年度綠色製造名單，青島啤酒有5家工廠成為2021年度國家級綠色工廠，包括：青島啤酒股份有限公司青島啤酒三廠、青島啤酒（日照）有限公司、青島啤酒上海松江製造有限公司、青島啤酒（隨州）有限公司、深圳青島啤酒朝日有限公司。

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，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，採取對社會最有利措施積極應對保護環境。



水資源與廢水管理

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。青島啤酒貫徹執行《中華人民共和國水法》等相關法律法規，秉承源頭削減、過程控制、深度處理、梯級利用的節水理念，採取多種有效的節水措施降低水消耗，通過梳理工廠水系統，對啤酒生產過程中產生的溢流水、冷凝水、設備冷卻水、中水等回收循環利用，提高水的利用效率。實施水耗標桿管理，梳理、總結並推進重點節水措施，如：洗瓶機節水措施、反滲透運行優化、泵冷卻水連鎖等，涉及到工廠整個生產過程，有效降低水資源消耗。

2022年，公司將通過新工藝的應用，優化水處理過程減少廢水排放量，並對工廠的生產過程進行系統梳理，加大水的回用利用與階梯使用，目標定為單位產品水單耗較2019年降低10%。



荷澤公司獲「山東省節水型單位」榮譽稱號

		用水量數據			
	單位	2019年	2020年	2021年	2021年同比變幅
用水量	千立方米	30266	28309	27185	-4%
啤酒生產單位產品耗水量	立方米 / 千升產量	3.74	3.69	3.44	-7%

廢水管理

廢水穩定達標排放

針對生態環境部發佈的水污染源在線監測系統系列規範要求，青島啤酒邀請設備廠家制定廢水在線設備整體解決方案，工廠環保設施合規。及時識別工廠所在地法律法規的新變化，建立專項污水運行指導方案，確保廢水穩定達標、污水系統順利啟動。新建工廠試生產時，對污水運行調試進行重點管控，助力新廠污水快速達標，支持工廠順利達產。



揭陽公司污水處理濕地

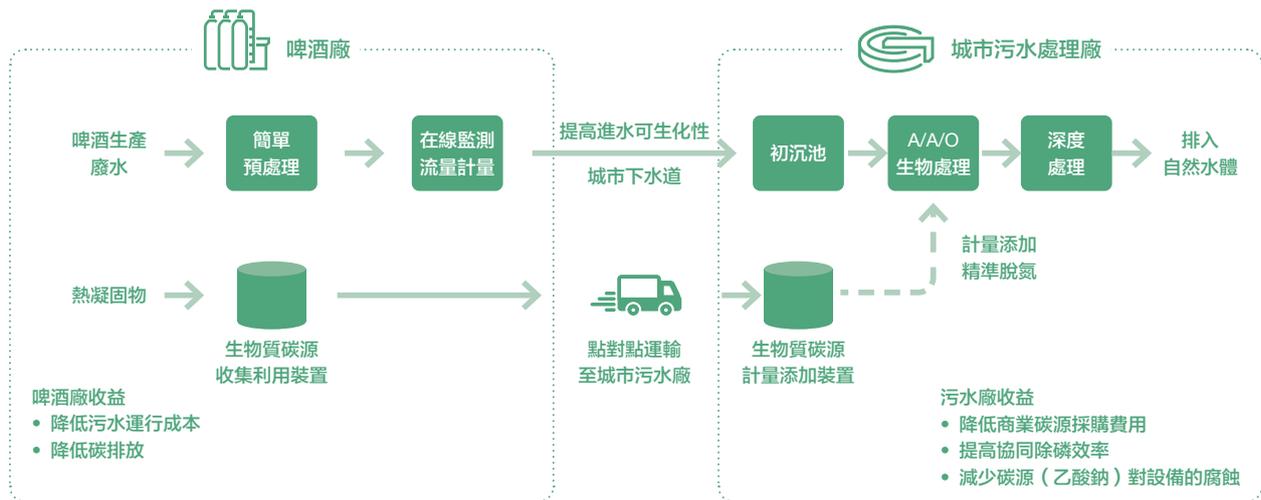
廢水排放物種類與相關排放數據

	排放量 (噸)	2019 年	2020 年	2021 年	2021 年同比變幅
廢水 (COD)	合計	1025	937	900	-4%
	直排	64	64	55	-14%
	間接	961	873	845	-3%
廢水 (氨氮)	合計	107	91	88.6	-3%
	直排	2	2	1.7	-15%
	間接	105	89	86.9	-2%

青島啤酒「啤酒廢水價值共享項目」

青島啤酒以科技創新賦能綠色轉型，積極探索實踐傳統製造業企業綠色發展、循環發展的新模式、新路徑，並以此為抓手推動企業的質量變革、效率變革、動力變革。2021年，青島啤酒持續降低單位產出能源資源消耗和碳排放，所推行的「污水約定限值排放+熱凝固物綜合利用」項目，將啤酒生產廢水作為城市污水處理廠碳源的補充「變廢為寶」。項目實施後，可為青島啤酒屬地3家啤酒廠每年節約污水處理相關費用近300萬元，為下游3家污水處理企業節約碳源購買成本約600萬元，每年減少碳排放量達5000噸。該模式的推行建立了資源循環利用新體系，已被列入山東省生態環境廳綠色低碳典型案例。

目前，青島啤酒「污水約定限值排放+熱凝固物綜合利用」項目運行穩定、成效顯著，為酒類行業推行該模式提供了可複製、可借鑑範式。自2021年5月份首批簽約工廠實施污水協商限值排放以來，青島啤酒密切跟蹤、持續優化各環節，總結提煉了《污水協商限值排放標準工作流程及推進模式》，在所有下屬全國工廠進行推廣。截至目前青島啤酒有53家工廠符合政策，已經有18家工廠完成「啤酒廢水價值共享項目」推進，實現了企業價值與社會價值的共享，企業效益與社會效益的共享，企業責任與社會責任的共享。



青島啤酒生產廢水約定間接排放限值合作協議簽約儀式



能源管理

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島啤酒的不懈追求。青島啤酒貫徹執行《中華人民共和國節約能源法》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，持續推進工藝創新、節能改造和節能新技術應用。2021年，公司千升酒綜合能耗同比降低15%。

針對啤酒生產的工藝、流程和設備特點，量身定制各環節降低能耗的改進措施與關鍵控制點，從細化標準、優化運行、完善設備的角度總結提煉31項核心舉措，涉及生產過程中的方方面面。在此基礎上，各製造工廠根據自身運行情況，一廠一策識別改進項目3210餘項並落地實施，推動能源的高效使用與高效回收。

能源使用種類及消耗					
能源使用	單位	2019年	2020年	2021年	2021年同比變幅
煤炭	萬噸標準煤	2.95	2.75	1.59	-42%
電	千萬千瓦時	52.08	49.41	48.37	-2%
天然氣	千萬標準立方	9.84	8.92	9.22	3%
熱力	十億千焦耳	3857	3082	2311	-25%
啤酒生產單位產品綜合能耗	每千升產量標準煤	0.042	0.039	0.033	-15%

節能技術應用與設備優化

推進26條生產線洗瓶機餘熱回收項目，降低蒸汽消耗；優化7家工廠脫氧水製備設備，降低冷熱消耗；更新13家工廠的27條包裝線標機前吹風設備，降低電耗；更新14家工廠動力設備，提高運行效率；完成4家工廠糖化熱能中心項目，提高餘熱回收能力。通過實施節能降成項目，當年節約成本1242萬元，減少能源的使用，降低二氧化碳排放。

2022年，公司將繼續深入挖潛，持續尋找節能空間，優化生產過程控制，加快節能新技術、新工藝、新設備的推廣應用，實現單位產品綜合能耗較2019年降低25%。



案例

青島啤酒二廠針對糖化生產過程中的熱平衡情況，實施糖化熱能中心項目，綜合回收煮沸二次蒸汽餘熱、麥汁冷卻多餘熱能、蒸汽冷凝水熱能供包裝車間使用，實現千升酒蒸汽單耗降低15kg/kL；根據稀釋水製備過程中的冷熱平衡狀況，通過提升設備能力減少冷熱消耗，實現千升酒蒸汽單耗降低6kg/kL，千升酒製冷電耗降低1.5kWh/kL，節能效果顯著。2021年，青島啤酒二廠千升酒綜合能耗同比降低16%。

應對氣候變化

氣候變化帶來的挑戰與應對

「十四五」時期是我國大力推進生態文明建設、加快推進碳達峰與碳中和、轉變經濟發展方式、促進綠色低碳發展的重要戰略機遇期，也是公司加快推進高質量綠色發展、紮實推進碳中和的關鍵時期。氣候變化正深刻影響著全球環境、政治、經濟與社會安全，也深刻影響著公司未來健康穩定可持續發展。隨著全球氣溫提升和極端天氣事件的增加，對公司的原材物料供應、物流運輸、生產銷售、設備投資都產生重大影響，公司也制定出了相應的策略進行積極應對，盡量避免氣候變化對公司業務運營造成負面影響。

溫室氣體管理

公司意識到氣候變化對公司業務帶來長期和重大的影響和風險，正著力制定應對策略以盡量避免和減少對業務運營造成負面影響。2020年9月中國首次明確提出「將提高國家自主貢獻力度，採取更加有力的政策和措施，二氧化碳排放力爭於2030年前達到峰值，努力爭取2060年前實現碳中和」。青島啤酒積極響應國家雙碳目標的要求，制定了十四五綠色低碳發展規劃，將低碳發展列入公司發展戰略，有效管理公司溫室氣體排放。2022年公司單位產品碳排放量較2019年降低18%。

通過企業溫室氣體盤查分析，能源消耗導致的碳排放佔比較大。持續降低能源消耗，改變用能結構，使用清潔能源是公司未來的主要降碳舉措。



青啤棗莊公司安裝太陽能光伏板

大力倡導可再生能源電力使用：

我們的目標：2022 年山東區域 16 家工廠 100% 綠色電力採購；5 家工廠實施分佈式光伏項目

我們的成績：2021 年公司可再生能源電力使用佔比 17%

2021 年我們在新建工廠青島啤酒（棗莊）有限公司，試點 2.2 兆瓦能力的分佈式光伏項目。該項目投產後，年發電量約 220 萬度電，年可減少碳排放接近 2000 噸 CO₂e。

2022 年，公司將持續推進可再生能源電力使用，山東區域 16 家工廠全部採購可再生能源電力，鼓勵其它省市有可再生能源電力供應的工廠都積極採購再生能力電力，支持國家雙碳目標的實現；同時，加大可再生能源電力項目推進，在 5 家工廠實施分佈式光伏項目。

減少生產過程碳排放：為了減少生產過程碳排放，我們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。2019-2021 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 388 萬棵 30 年樹齡的冷杉樹。

調整用能結構減少碳排放：2021 年 2 家工廠淘汰燃煤鍋爐，改為使用更加清潔的天然氣鍋爐，2 家工廠年度可實現溫室氣體排放減少 2 萬噸。

溫室氣體排放總量及密度					
溫室氣體總量	單位	2019	2020	2021	2021 年同比變幅
總排放總量	噸二氧化碳當量	927797	851407	778646	-8.55%
範圍 1	噸二氧化碳當量	310871	264024	235455	-10.82%
範圍 2	噸二氧化碳當量	616926	587383	543191	-7.52%
總排放密度	千克二氧化碳當量 / 千升產量	120.15	115.57	102.77	-11.08%
排放密度（範圍 1）	千克二氧化碳當量 / 千升產量	40.26	35.84	31.07	-13.28%
排放密度（範圍 2）	千克二氧化碳當量 / 千升產量	79.89	79.73	71.70	-10.07%

氣候變化對原材料採購的影響及應對措施

近幾年，全球極端氣候和災害頻發，對農產品種植和收穫造成較大影響，結合長期全球變暖趨勢帶來糧食作物減產，危及糧食供應和質量，大麥等啤酒主要原料供應緊張，價格上漲。

面對氣候變化帶來的挑戰，青島啤酒持續推進原料全球多產區戰略，確保公司原料需求。

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。

青島啤酒大力推進煤改氣使用清潔能源，截至 2021 年底使用外購蒸汽和天然氣工廠的比例達到了 100%。21 家工廠安裝了沼氣鍋爐，對污水處理厭氧系統產生的沼氣進行回收利用，減少溫室氣體排放。

廢氣排放物種類及相關排放數據

排放量（噸）	2019 年	2020 年	2021 年	2021 年同比變幅
二氧化硫	37	18	9.6	-47%
氮氧化物	199	128	109	-15%



新銀麥公司

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，嚴格遵守《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》，深化減量化工作，積極識別國家危廢名錄，單位產品危廢產生量較 2020 年減少 16%，且所有危廢委託有資質單位進行合法合規處置。通過不斷降低污泥含水率、污水限值排放等措施，無害廢物較 2020 年降低 3.4%。「在青島啤酒，沒有廢物，只有放錯了位置的資源」，酒糟、廢酵母、碎玻璃等一般工業固廢 100% 綜合利用。

2022 年目標：污泥、廢硅藻土等單位產品一般固廢產生量較 2019 年降低 5%，單位產品危廢產生量較 2019 年降低 17%，酒糟、廢酵母等可回收固廢資源利用率 100%。

根據新標準，梳理危廢名錄，單位產品危廢產生量較 2020 年減少

16%

通過不斷降低污泥含水率、污水限值排放等措施，無害廢物較 2020 年降低

3.4%

固廢排放數據

種類	2019 年	2020 年	2021 年	2021 年同比變幅
乾酒糟（千噸）	134.1	128.1	131.7	2.8%
乾酵母（千噸）	11.6	11.0	11.4	3.6%
危廢（千噸）	0.145	0.123	0.106	-13.8%

產品包裝物料消耗數據

物料	單位	2019 年	2020 年	2021 年	2021 年同比變幅
啤酒新瓶	千噸	1281	1140	1212	6%
啤酒舊瓶	千噸	3372	3109	3183	2%
易拉罐	千噸	65	70	75	7%
紙箱	千噸	227	215	235	9%
塑膜	千噸	12.8	12.6	12.7	1%

全員護綠大行動

踐行綠色理念鑄就最美青啤，2021年制定環境日《人與自然和諧共生，我為環境添點綠》低碳活動方案，依託綠色教育基地，針對學生開展低碳環保理念宣傳，開展植樹活動、少開一天車、資源綜合利用等活動。策劃低碳知識宣傳專刊，全員普及碳達峰、碳中和的主要內容和工作方法，使低碳發展理念深入人心。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。



九江公司環保志願者參加守護長江活動



新銀麥公司走進社區宣傳綠色低碳生活理念



揚州公司利用工廠環境日與社區居民互動宣傳公司環保理念



廈門公司組織環保志願者保護水源地



關愛社會





扶貧、捐贈貢獻力量

協作幫扶 攜手共進

文化協作

2021年，青島啤酒繼續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，持續在隴南、定西兩地舉辦青島啤酒節，廣泛宣傳推介當地特色文化旅遊資源，推動文旅產業融合，擴大隴南、定西知名度、提升招商引資能力，助力文化旅遊傳播和經濟社會高質量發展。



隴南青島啤酒嘉年華

捐助扶貧

2021年，西安公司捐贈20萬元結合幫扶村實際需求，開展幫扶村街道亮化、建立文化廣場宣傳欄、村道美化、脫貧戶及兒童慰問等多個項目，助力鄉村振興工作。

就業幫扶

11月底，榆林公司響應當地政府發佈的「萬企興萬村」行動安排，以就業幫扶形式助力對口扶持魚河峁鎮付家畔村實現農村振興。確定4個工種、40多個就業崗位優先提供給付家畔村村民，並現場舉辦了招聘會，多位村民達成就業意向。隨後付家畔村書記、副書記及駐村幹部專程到公司送來「鄉村振興盡職盡責、扶困濟難心繫百姓」的錦旗，感謝公司助力農村振興工作。



對口幫扶村向榆林公司贈送錦旗

助力城市新名片「中國啤酒之都」花落青島

2021年中國輕工業聯合會與中國酒業協會組織專家成立聯合考評組對青島進行了實地考評，決定授予青島市「中國啤酒之都·青島」的稱號。

作為啤酒文化的傳承與發揚者，青島啤酒118年以來不斷為青島這座城市啤酒文化注入開放、現代、活力、時尚的元素，豐富和拓展了啤酒文化內涵。1991年率先發起並參與的青島國際啤酒節，迄今為止已經舉辦了31屆，現已成為亞洲最大的啤酒盛會；建立的青島啤酒博物館成為上合組織峰會、香山峰會、海軍節等國內外重要活動的指定體驗地；用創新思維打造的TSINGTAO1903青島啤酒吧、精釀啤酒花園等項目開創了消費終端新渠道、新業態；以青島啤酒為主的啤酒產業為助力青島加快建設開放、現代、活力、時尚的國際大都市起到了積極重要的助推作用。

慈善捐贈

8月，青島啤酒積極響應黨和國家號召，履行社會責任，捐贈200萬元用於支援建設「魯藏幸福家園建設工程」，向西藏人民傳遞綿薄之力和深厚情誼，為國家治邊強邊作出貢獻。



支援「魯藏幸福家園工程」

青島啤酒通過青島市慈善總會，向青島市勞動模範慈善基金捐贈人民幣30萬元，用於青島市轄區內市級及以上勞模和其家庭成員的幫扶、救助、關愛工作，弘揚勞模精神、勞動精神、工匠精神，關心關愛勞模群體，幫助困難勞模解決實際問題、改善生活條件，不斷增強勞模群體的獲得感、幸福感、安全感。

青島啤酒自2004年以來，堅持秉持扶弱濟困的社會責任感，持續關注殘疾人事業，連續18年向青島市殘疾人福利基金會捐助。2021年11月，青島啤酒向青島市殘疾人福利基金會捐助10萬元，目前青島啤酒已累計為支持殘疾人事業捐助216萬元。

青島啤酒熱心教育事業，專項成立了「青啤獎學金」，迄今共捐贈638萬元。2021年為該獎學金捐資30萬元，獎勵學生80名。同時，各單位每年也積極組織開展金秋助學活動，為莘莘學子提供資金幫助。



青島啤酒向青島市勞動模範慈善基金捐贈人民幣30萬元

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。



宣傳倡導理性飲酒公益口號

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。

關愛社會 傳遞溫暖



1



5



3



2021 年公司及各單位員工積極開展形式多樣的公益活動。

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。2022 年 3 月 11 日，青島啤酒股份有限公司通過青島市紅十字會捐贈現金人民幣 200 萬元和價值 150 萬元的青啤王子蘇打水，支持萊西抗擊新冠疫情及奮戰在疫情防控制一線的工作人員。同時派出 2 批員工志願者隊奔赴萊西進行抗疫志願者服務。





1. 東南營銷、廈門公司向同安區紅十字會捐贈雀巢優活包裝飲用水 2000 箱，總價值約 60000 元
2. 哈爾濱公司捐贈抗疫物資
3. 寶雞公司積極支持駐地社會疫情防務，獲「陝西省抗擊新冠肺炎疫情先進集體」榮譽
4. 廈門公司員工積極參加所在社區的志願者服務行動，為抗擊疫情貢獻力量
5. 昆山公司連續 15 年積極組織「心繫公益，愛心傳承」無償獻血活動，用實際行動譜寫著青啤人無私奉獻和救死扶傷的大愛篇章
6. 隨州公司為隨州市抗洪救災捐贈物資
7. 河南省區志願者們在河南洪水災情期間免費為社會發放物資

和諧價值鏈

中國最佳僱主 TOP100

中國典範僱主 TOP100

員工培訓覆蓋率 100%



Beer



員工健康安全

青島啤酒嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》、《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國消防法》、《中華人民共和國職業病防治法》《工作場所職業衛生管理規定》《工作場所有害因素職業接觸限值》等相關國家法規要求，持續完善職業健康管理體系。

堅持以人為本，安全發展，推進「風險分級管控、隱患排查治理」雙重預防機制，建立、健全安全生產責任制和安全生產規章制度，強化和落實企業主體責任，全面推進安全文化建設，提高全員安全意識，以成為「員工安全健康快樂工作的場所」為最終目標。

安全十八字工作方針

風險識別

全方位，零幾率

安全檢查

全覆蓋，零死角

隱患治理

全消除，零容忍

兩條工作主線和四大重點領域

- 縝密策劃，精準部署，全面落實各級安全主體責任。
- 在安全重點管理領域多措並舉，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）。

2021年獲得各項政府表彰36項：其中省級6項，市級16項，遍佈全國的啤酒工廠成為所在地安全管理的模範。

2019年-2021年均未發生重傷及以上安全生產責任事故。損失工作日天數由2019年的666天、2020年的274天下降為2021年的162天。



2021年獲得各項政府表彰

36 項

2021年損失工作日天數同比下降

41%

完善架構 全網絡覆蓋 明確責任落地

公司及時調整安全管理架構與網絡，落地安全管理職責。全年組織召開5次公司安委會，決策部署更重時效，業務單位全部成立安委會，實現了網絡全覆蓋。

緊盯績效目標，安全目標責任分解率100%，共簽訂目標責任書4874份。推行公開承諾，所有生產經營單位總經理簽訂了《安全生產責任承諾書》並進行公示，全體員工監督。

控風險除隱患 安全檢查促落地

「三全三零」的安全方針開展控風險除隱患行動

- 聚焦啤酒行業的 7 大類重大風險，進行了專項排查和整治，累計消除廠級隱患近 500 項。
- 確定年度 4 大重點管理領域，聚焦重點，全年安全類投資項目近 3000 萬元，從根本消除安全隱患。

高頻檢查抓落地

- 實現了執行考核驗證一條主線一個標準。
- 對公司所屬單位進行全面檢查。
- 重大活動前期，總部組織、各單位安保措施提級管理。

持續推進 JSA 和高風險作業審批

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。

多種形式強化安全教育培訓

- 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。
- 線上線下相結合，安全培訓到全員，全員人均培訓 45 學時，遠超國家全年人均培訓課時要求。
- 線上：創新培訓形式，通過視頻會、區域會、網絡管理學院，微課堂等各種形式，開展了涉爆粉塵、消防管理、道路安保等 4 項專題培訓。編製專項微課堂學習課件 17 個，一線崗位人員觀看學習累計 7000 餘次。
- 線下：從業務出發，採取更有針對性的單工廠小範圍現場交流的形式。

持續開展各項安全文化宣貫活動

結合公司年度作戰方案在全國安全生產月，以「控風險除隱患，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。

全公司 1038 個班組參與了班組安全管理標準化建設活動和「查保促」群眾性安全生產活動，優化發佈 12 個崗位安全應知應會手冊和安全應知應會知識題庫，累計 3.4 萬人次網上參與學習答題，58 個班組入圍參加總部「安全管理標桿班組」評選。涉及崗位 11502 人參加安全應知應會考試，全部合格，12 個單位獲公司級「安全管理標桿班組」。



累計消除廠級隱患近

500 項

全年安全類投資項目近

3000 萬元



彭城公司開展安全環保知識競賽

強化应急管理演練

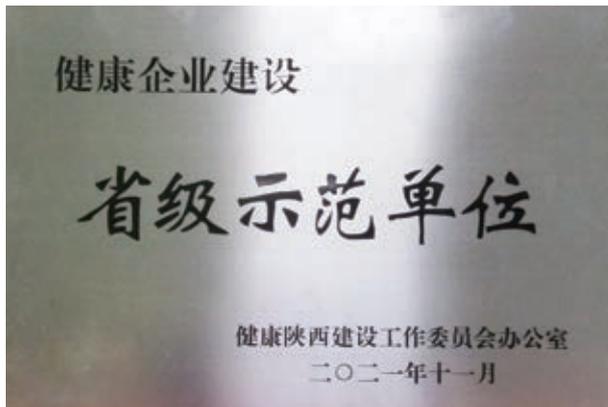
青島啤酒形成了綜合預案、專項預案、現場處置方案三個層級的應急處置體系，2021年全公司各級預案演練 9508 次，同比增加 2.6%，其中廠級應急演練累計開展 1021 次，班組級應急演練開展 6606 次，佔比 70%，同比增加 7%，演練次數增加的同時，強化了預案演練的過程評估，開展標準化的演練過程評估，發現各項改進點 80 餘項。



深圳公司開展員工 AED 急救培訓

全面排查，合規管理，保障員工職業健康

- 對涉及職業病危害因素崗位和作業環境進行全面排查。
- 改善員工作業環境，通過機械替代減輕員工作業強度。
- 組織進行崗前、崗中、離崗職業健康體檢，年度體檢崗位員工近萬人。
- 規範單位勞動防護用品管理，全年勞動保護費投入約 2500 萬元，切實保障員工職業健康。



寶雞公司榮獲陝西省首批「健康企業建設省級示範單位」殊榮



彭城公司獲「江蘇省健康企業」稱號，是江蘇省唯一上榜的啤酒企業

保障員工權益

僱傭平等合規

青島啤酒堅持合法合規底線，嚴格遵守國家法律法規及省市等地方勞動用工有關政策，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人保護法》、《中華人民共和國社會保險法》、《工傷保險條例》等。

公司始終秉承「給奮進者舞台，為成就者喝彩」的人才理念，採用標準化的審核流程和選拔標準進行面試甄選錄用，確保每一名應聘人員享有平等的就業機會，每一位聘用人員符合就業要求和崗位要求。不因民族、宗教、性別、年齡、婚姻狀況等差異在員工僱傭、晉升及薪酬待遇上，進行差別對待。公司為員工提供公平健康的發展平台，鼓勵員工銳意進取、追求卓越，篤信篤行、善作善成。

公司在招聘制度中明確說明符合法律要求的用工年齡條件，招聘過程中所有業務禁止僱傭童工和強迫或強制勞工，在 2021 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。

2021 年青島啤酒憑藉卓越的僱主形象和僱主實踐，在國內多家專業機構組織的僱主評審中脫穎而出，榮獲多項年度僱主大獎。

- 中國最佳僱主 TOP100
- 中國典範僱主 TOP100
- 非凡僱主
- 最具影響力僱主
- 人力資源管理傑出實踐獎
- 國民僱主 50 強

完善的福利與保障體系

青島啤酒依法依規與員工履行勞動合同和繳納社會保險、住房公積金，2021 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總額決定機制的意見》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；按照收入分配宏觀政策要求，根據企業發展戰略、年度生產經營目標和經濟效益及人力資源配置等情況，綜合考慮勞動生產率和人工成本投入產出率、員工工資水平市場對標等情況，結合政府職能部門發佈的工資指導線，實行工資總額預算管理，合理確定職工工資總額的增長幅度，實施工資總額與業績聯動的差異化考核分配機制。2021 年，員工快樂指數調研，總體員工快樂指數為 93.91%。

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。

2021 年 5 月青島啤酒第六屆職工代表大會、工會會員代表大會第一次會議先後召開。公司工會委員會委員和職工代表通過主會場和視頻分會場參加會議，各單位工會工作者和工會財務工作者列席會議。

職工代表對各專項報告進行了分組討論。代表們圍繞公司的生產經營、創新發展、職工需求等工作積極建言獻策，提出了一系列提案和意見建議，並表決通過了各項報告。



公司職代會現場

賦能員工成長

青島啤酒一直致力於為員工成長與發展提供多元化的機會，並將其作為關係企業未來可持續發展的戰略性、基礎性工程。

三維度雙條線賦能全員

公司一直高度關注內部教育培訓工作，致力於為員工搭建高質量的教育培訓平台，從領導力開發、專業力提升和業務力拓展三個維度，基於勝任線、儲備線雙條線，建立了覆蓋不同層級、不同條線的培訓體系。員工培訓覆蓋率 100%。

人均培訓費(元)	人均學時	管理人員學時	一線操作人員學時	銷售人員學時	男員工人均學時	女員工人均學時
643	39.2	40.1	38.2	39.3	37.1	41.3

耦合多鏈的數字化學習平台

隨著互聯網和 5G 的普及，員工學習習慣發生了巨大變化，為滿足員工便捷獲取工作所需知識和經驗的需求，公司斥資重新構建了學習平台，引入中台理念，為全體員工提供一鍵接入內外部最優質學習資源和最新鮮案例的學習體驗。



2545

個優秀案例

3500

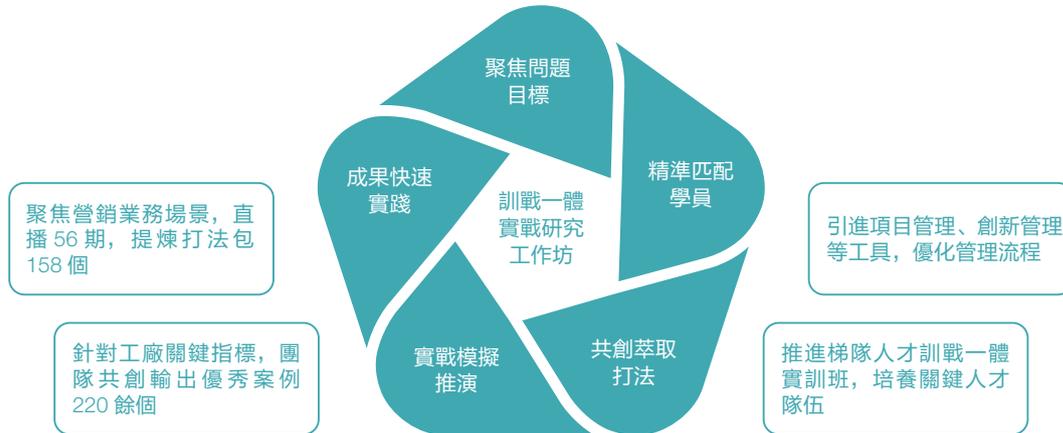
門優質課程

330000

人次學習

「實戰研究工作坊」培訓模式

2021 年面對疫情防控常態化，公司加快數字化培訓模式建設步伐，針對業務重點、痛點和難點，持續推進「訓戰一體——實戰研究工作坊」項目，輸出打法包與案例。



複合型工匠隊伍

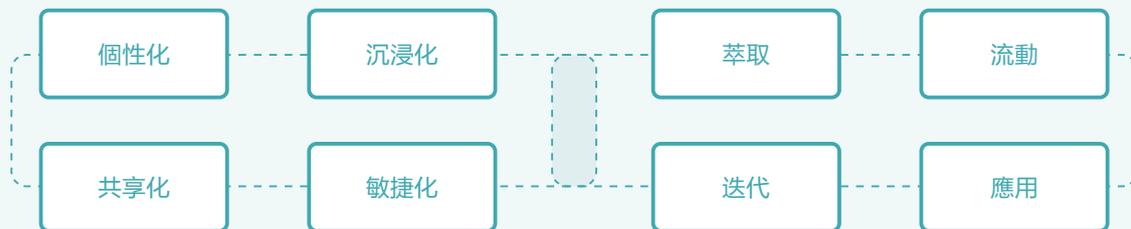
匠心智造，是青島啤酒百年仍青春的密碼，公司通過 OJT、靶向練兵、技能大賽、技能自主評價等方式持續培養複合型技能人才，旨在建設一支一崗多能、一崗多責、智能技術水平的工匠型技能人才隊伍。通過精準識別和靶向賦能，2021 年複合型技能人才比例已達到 70%。



「小尖刀微講堂」

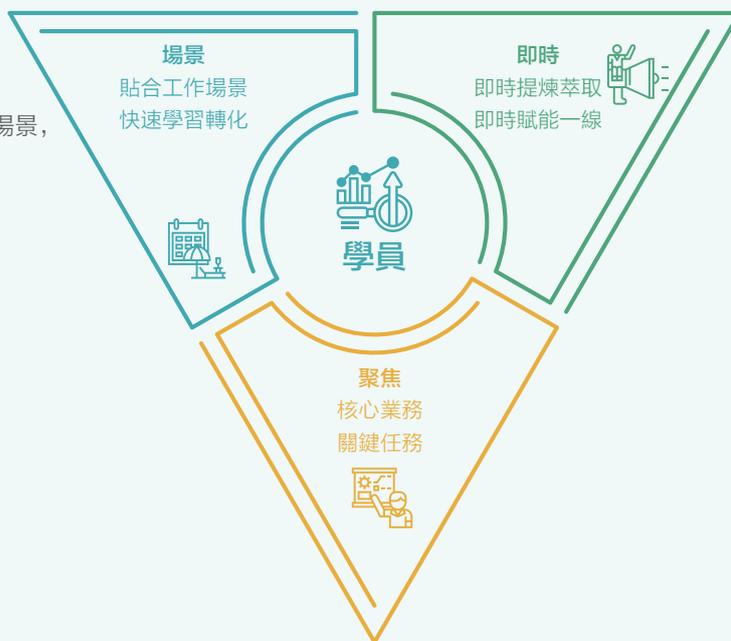
「小尖刀微講堂」聚焦業務場景和工作痛點，運用組織經驗萃取、案例提取編寫及訓後行動計劃等工具，通過「小、快、靈」的學習機制，以數字化移動工具載體，為業務一線人員打造「口袋師傅」。自開播以來，已經組織直播 56 期，參訓 2.35 萬人次，提煉打法包 158 個。

- 目標「一肩挑」
快速提煉打法包，即時賦能營銷一線，提升關鍵人才勝任力，促進業績提高。
- 內容「雙循環」
不斷滿足年輕員工對個性化、沉浸式學習的需求，促進組織成功經驗更快、更大範圍的推廣和應用，在實踐中不斷驗證、迭代、創新。

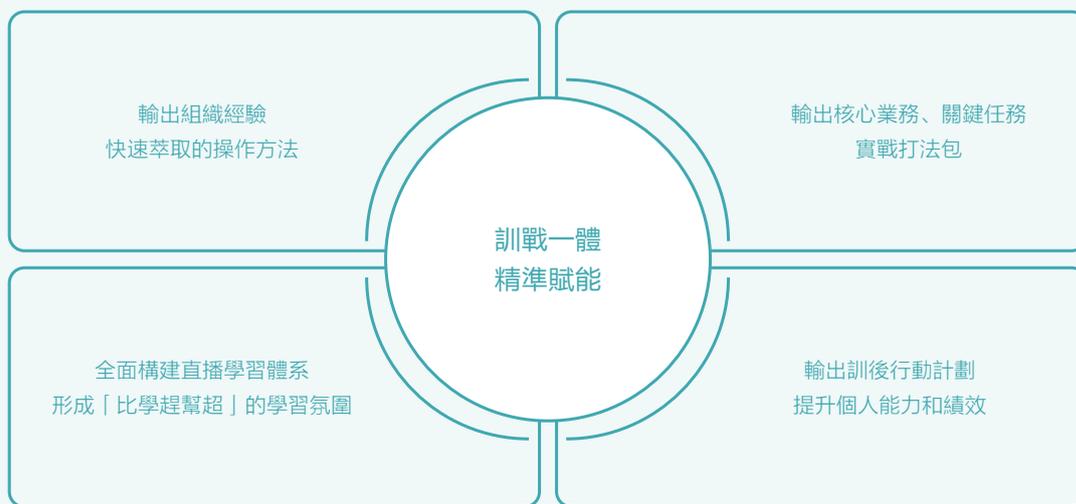


● 運營「金三角」

緊密圍繞學員，聚焦核心業務，貼合業務場景，即時提煉內容，快速推廣落地。



● 成果「四面旗」



案例

2021年，我參加了由公司組織的製造系統AB級人才儲備工程，現已成長為一名製造工廠副總經理。青島啤酒給我搭建了成長的舞台。我受益於公司基於勝任、儲備兩條主線的人才培養體系，先後參加了公司為打造設備管理精英團隊的「機械工程研究生高級課程進修班」，以及基於中層幹部儲備的培養項目——「金★資格班」，從「鑄魂」到「強基」到「拓腦」，真正實現了從專業技能到領導力等全方位的能力提升。

——青啤員工 劉丙辰

給奮進者舞台，為成就者喝彩

戰狼榮譽

2021 年公司緊扣戰略目標為主線，打造營銷「狼性」團隊文化，強化提升一線業務團隊榮譽感。



長效激勵

公司成功推進實施首期股權激勵計劃，共向 661 名激勵對象發行了限制性股票，有效激發了人才活力和團隊創業激情；為匹配公司核心戰略，實施了以目標為導向的專項績效激勵機制，以推進戰略性產品目標的達成；同時公司業績持續創高，為激勵全體在崗員工持續開拓創新、發揚「三牛」精神，公司實施「金麥穗」特別分享計劃。

豐富員工生活

6 月 23 日，青島啤酒公司舉行以「永遠跟党走 奮進新征程」為主題的慶祝建黨 100 週年職工合唱展演，用這堂別開「聲」面的「音樂黨史課」唱響「永遠跟党走 奮進新征程」的愛黨心聲。一首首膾炙人口的歌曲伴著雄渾嘹亮的歌聲，表達青啤人對黨和祖國的赤誠紅心，唱出青島啤酒黨員幹部幹事創業的精神和氣魄，唱響百年青啤勇於跨越發展的豪邁氣概。

2021 年，山西省區、江蘇銷售、石家莊公司、濟南公司等多家單位組織了籃球賽、羽毛球賽等多種形式的體育活動；連雲港公司、榮成公司、珠海公司、寶雞公司等多家單位組織了趣味運動會、拓展活動、包餃子大賽、插花等活動，豐富了員工文化生活。



多措並舉關愛員工

為更好地發揮關愛基金的救助作用，惠及更多大病職工，公司對《青島啤酒關愛基金管理辦法》和《青島啤酒關愛基金使用實施細則》進行修訂和完善，降低了關愛基金的使用門檻，擴大了受益職工的範圍，救助病種從 25 種提升到 28 種；提高了救助額度，救助比例從最高 50% 提升到 60%。公司積極組織總部及各單位為關愛基金捐款，全年共有 70 家單位共捐款 95.9 萬元。2021 年，關愛基金共救助 12 家單位的病困員工 14 人，累計支出 46 萬餘元。

青島啤酒工委會專題研究修訂發佈了《困難職工幫扶救助管理辦法》，提高了困難職工即時幫扶的規範性和力度，向 118 名困難職工發放幫扶救助金，為 197 人次發放慰問品，走訪駐外人員 95 名。

面對疫情，公司不間斷採購防護物資集中下發，定期對生產、工作環境消殺、清潔，保證環境的安全。每日關注員工健康，統計跟進員工疫情防控情況，即時掌握各地最新政策變化，提示、告知員工，確保大家健康、安全。



全年共有 70 家單位，共捐款

95.9 萬元

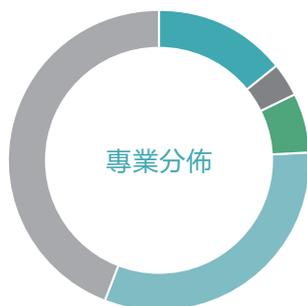
2021 年，關愛基金共救助 12 家單位的病困員工 14 人，累計支出

46 萬餘元

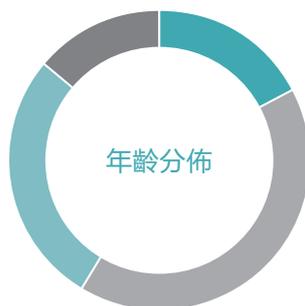


獎勵優秀員工

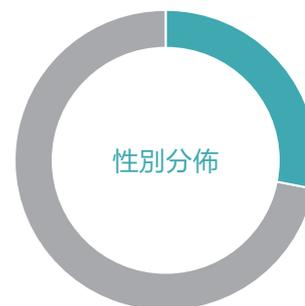
2021 年末在職員工 32947 人，比例分佈如下：



■ 行政管理人員	4674 人	佔比 14.19%
■ 財務人員	1228 人	佔比 3.73%
■ 工程技術人員	2084 人	佔比 6.33%
■ 銷售人員	10479 人	佔比 31.81%
■ 生產服務人員	14482 人	佔比 43.96%



■ 30 歲及以下	17.40%
■ 31-40 歲	41.23%
■ 41-50 歲	27.68%
■ 51-59 歲	13.69%



■ 女	28.19%
■ 男	71.81%

主動離職率	7.53%
主動離職男性離職率	6.13%
主動離職女性離職率	1.40%
30 歲以下主動離職率	3.07%
30-39 歲主動離職率	3.81%
40-49 歲主動離職率	0.54%
50 歲及以上主動離職率	0.10%

供應鏈管理

動態、合規管理供應商

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使用標準》、《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》、《採購操作手冊》等內部管理制度，要求供應商簽署[廉潔承諾書]，確保約定的商業道德準則得到遵守。我們每年不定期分品類召開供應商會議，以及通過拜訪交流、審計等形式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、市各項法規合規運營。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。

公司建立與合同簽署進行關聯的供應商檔案管理機制，所有生產性物料依據法規要求制定《供應商索證清單》並定期更新，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，生產性物料共引入新供應商 49 家，優化淘汰供應商 39 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。2021 年合作供應商全部達到了合格標準，有力的保證了青島啤酒的生產。

非生產性物料供應商為 **1034 家**

生產性物料供應商（含原輔料、包裝物、添加劑等）約為 **656 家**

2021 年，本公司納入可合作的供應商數目為 **1690 家**，其中超過 **99%** 為中國本地供應商。

全力幫助供應商

抗擊疫情，共克時艱

指導供應商防疫物資的配置，制定物資消殺、人員防護等防控措施，通過視頻會議或電話加強溝通，引導供方有序生產，並主動承擔物流成本上漲。2021 年公司與合作夥伴未發生一起新冠疫情，生產得到有效保證。

資金支持，實現雙贏

因大宗商品上漲造成供應商資金緊張，公司為上游啤酒瓶供應商提供資金 1.8 億元，支持供應商採購原料，生產持續；協調給上游麥芽供應商提前支付貨款合計金額達 1 億元，及時採購原料，支持合作夥伴生產正常運營，保證青島啤酒原料供應，實現雙贏。

多維合作，共同發展

和供應商一起，積極研究新材料、新技術、新工藝的應用和推廣，如易拉罐減薄、塑膜減薄、紙箱產品箱內紙板取消、瓶蓋內墊國產粒料的應用等，既降低了採購成本，雙方獲得收益，同時，又減少了原材物料的使用，實現綠色可持續發展。



與供應商現場交流

創新、協作與經銷商共贏未來

青島啤酒擁有廣泛的銷售網絡，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，共贏未來！

渠道模式變革 TM 項目

- 變革覆蓋度 100% 推進。
- 實現變革體系搭建，廠商兩支團隊實現融合。

金鷹會活動

以「乘勢而上攀高峰，創新協作贏未來」為主題，就公司高質量跨越式發展戰略達成共識，為經銷商們指明了方向，堅定了信心。



第三方評價

新冠疫情的肆虐，對全球經濟產生巨大衝擊，極大程度上改變了全球消費者的消費習慣和生活方式，但同時也促使中國啤酒行業建立了新的經營場景和消費模式，加速了行業高端化發展進程，並深深地影響著國內啤酒企業經營戰略和盈利能力。

2021 這一年，儘管疫情在國內得到了有效控制，但中國啤酒行業仍然面臨著局域性、反覆性疫情爆發、外部政策和宏觀經濟環境動態調整以及全球貿易形勢變化等因素的影響，但總體來說，國內主要啤酒企業在應對市場衝擊方面，已經表現出強大的適應性和抗衝擊力，整體呈現「量價齊升」的利好局勢。

《青島啤酒股份有限公司 2021 環境、社會及管治報告》是 2021 年度青島啤酒在企業可持續發展方面做出的工作回顧與總結。可以看到，青島啤酒在持續完善社會責任管理體系，提升自身管理水平，為消費者提供高質量產品和服務，聯動員工及上下游價值鏈創造共享價值以及創新驅動高質量企業發展等方面均取得了顯著成績。

這一年，青島啤酒繼續堅守匠心，推出了系列高端釀造新品；運用先進的食品安全管理體系保障產品質量；創新提煉以數字化為基礎的魅力感知質量管理模式；啟動科研新基地項目，深化產學研融合；推進智能製造，入選全球首家啤酒飲料行業工業互聯網「燈塔工廠」；以 TSINGTAO 1903 青島啤酒吧、啤酒節、冬奧賽事為場景消費主題，打造新型時尚消費空間和沉浸式消費體驗場景。

當前，啤酒行業迎來了發展窗口期，高端化、多元化發展趨勢已經基本明朗，在加快構建以國內大循環為主體、國內國際雙循環相互存進的新發展格局背景下，啤酒企業應牢牢把握消費需求主線，發掘消費潛力，在繼續推進數字化、智能化升級的同時，堅持提供高質量的產品和服務以提高核心競爭力，踐行誠信承諾，助力行業質量共治，引導高質量消費。

青島啤酒作為中國啤酒行業的領先企業，擁有 118 年的民族品牌歷史傳承，應繼續堅持高質量發展思路，秉持開放、跨界發展思維，踐行綠色、低碳、循環的生產理念，在全球化市場競爭中彰顯民族品牌的製造實力與創新精神，在可持續發展領域繼續實現價值超越。



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		
A1: 排放物	<p>一般披露 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： (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。</p> <p>A1.1 排放物種類及相關排放數據。</p> <p>A1.2 直接（範圍1）及能源間接（範圍2）溫室氣體排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。</p> <p>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）。</p> <p>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）。</p> <p>A1.5 描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。</p> <p>A1.6 描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。</p>	<p>P26-37</p> <p>P30-35</p> <p>P33-34</p> <p>P36</p> <p>P36</p> <p>P30-31\ P33-35</p> <p>P36</p>
A2: 資源使用	<p>一般披露 有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。</p> <p>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）。</p> <p>A2.2 總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）</p> <p>A2.3 描述能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。</p> <p>A2.4 描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。</p> <p>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。</p>	<p>P29-32</p> <p>P32</p> <p>P29</p> <p>P32</p> <p>P29</p> <p>P36</p>
A3: 環境及天然資源	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>P26-37</p> <p>P26-37</p>
A4: 氣候變化	<p>一般披露 識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。</p> <p>A4.1 描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動。</p>	<p>P33-35</p> <p>P33-35</p>
社會		
B1: 僱傭	<p>一般披露 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： (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。</p> <p>B1.1 按性別、僱傭類型（如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的僱員總數。</p> <p>B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。</p>	<p>P49-54</p> <p>P55</p> <p>P55</p>
B2: 健康與安全	<p>一般披露 有關提供安全工作環境及保障員工避免職業性危害的： (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。</p> <p>B2.1 過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。</p> <p>B2.2 因工傷損失工作日數。</p> <p>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。</p>	<p>P46-48</p> <p>P46</p> <p>P46</p> <p>P46-48</p>

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。	P47\50-52
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。	P50
	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。	P50
	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。	P49
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。	P49
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	P49
	一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	P16\56-57
B5: 供應鏈管理	B5.1	按地區劃分的供應商數目。	P56
	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。	P56
	B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	P16\56-57
	B5.4	描述在揀選供貨商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	P56-57
	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。	P12-18
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。	P17
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	P17
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	P8
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程式。	P16-17
	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。	P17
	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。	P8
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。	P8
	B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	P8
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	P7-8
	一般披露	有關以社區參與來了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。	P4-5\19-25\38-43
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）。	P24-25\37\41\53
	B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	P2-3\38-43

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 2021 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」部份 | <input type="checkbox"/> |
| 2 「118 年只為釀造好啤酒」部份 | <input type="checkbox"/> |
| 3 「為了更美好的世界」部份 | <input type="checkbox"/> |
| 4 「關愛社會」部份 | <input type="checkbox"/> |
| 5 「和諧價值鏈」部份 | <input type="checkbox"/> |
| 6 第三方評價部份 | <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？