

2023年度 可持续发展报告

SUSTAINABILITY REPORT



东鹏饮料(集团)股份有限公司

EASTROC BEVERAGE(GROUP)CO.,LTD.

目录

- 01 关于本报告
- 03 董事长致辞
- 05 关于东鹏饮料
- 05 数说2023
- 07 企业概况
- 09 聚焦2023
- 15 可持续发展管理
- 15 可持续发展工作机制
- 15 可持续发展目标
- 17 利益相关方沟通
- 18 实质性议题分析
- 89 未来展望
- 91 附录

19 高效治理 筑牢合规基石

- 21 治理结构
- 23 信息公开
- 23 党政建设
- 25 合规运营
- 27 反舞弊与反腐败
- 29 信息安全

31 品质创新 释放发展动能

- 33 追求卓越品质
- 35 创新赋能发展
- 43 供应链管理
- 45 经销商协作
- 47 消费者服务

49 锚定低碳 促可持续发展

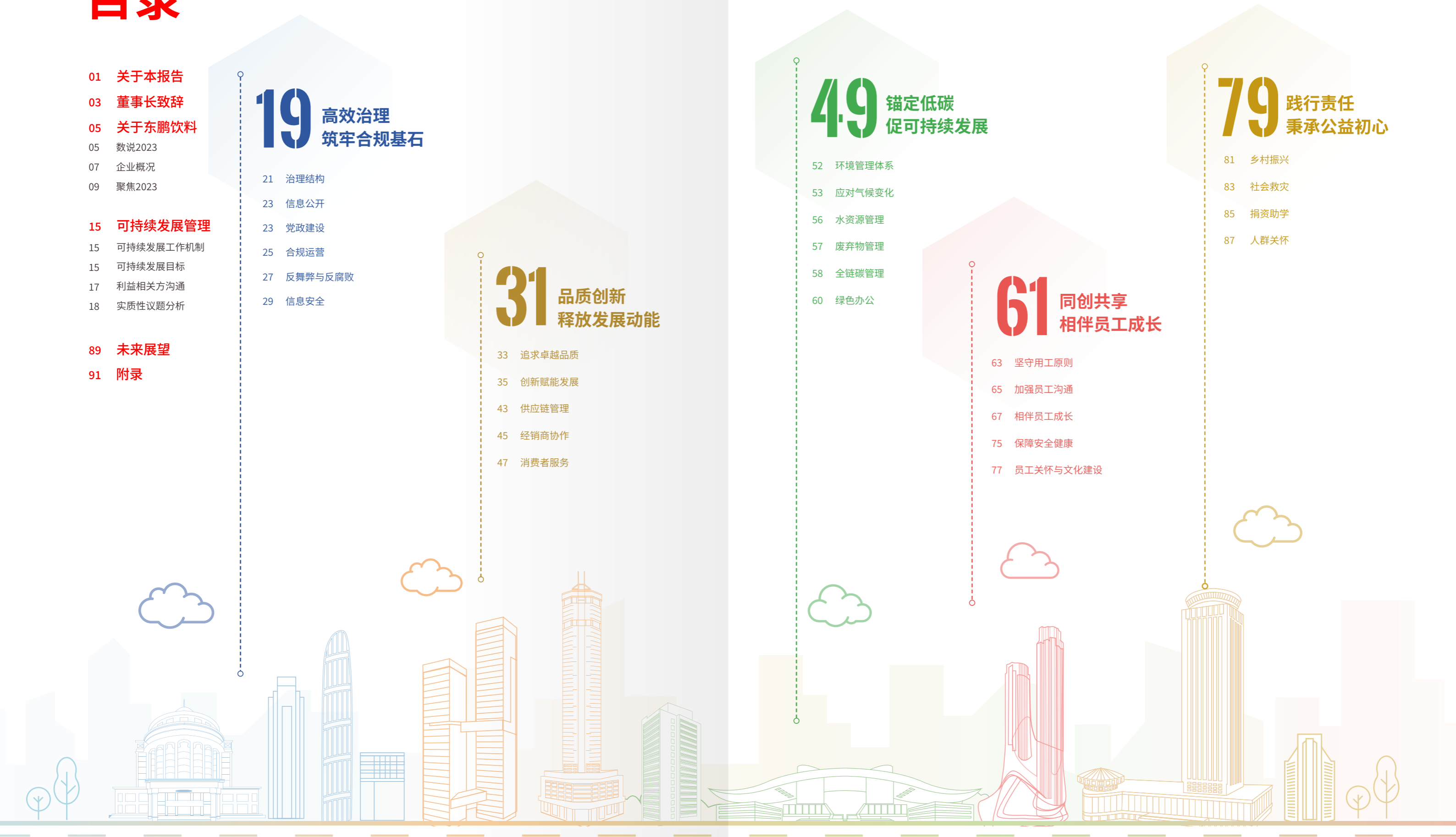
- 52 环境管理体系
- 53 应对气候变化
- 56 水资源管理
- 57 废弃物管理
- 58 全链碳管理
- 60 绿色办公

61 同创共享 相伴员工成长

- 63 坚守用工原则
- 65 加强员工沟通
- 67 相伴员工成长
- 75 保障安全健康
- 77 员工关怀与文化建设

79 践行责任 秉承公益初心

- 81 乡村振兴
- 83 社会救灾
- 85 捐资助学
- 87 人群关怀



关于本报告

报告简介

本报告是东鹏饮料（集团）股份有限公司发布的第三份可持续发展报告。秉承客观、规范、透明和全面的原则，报告详细披露了2023年度东鹏饮料为实现可持续发展采取的实践举措以及取得的成效。

报告范围

时间范围：报告的时间范围是2023年1月1日至2023年12月31日。为增强报告的可比性和完整性，部分内容相应前后延展。

组织范围：如无特别说明，本报告覆盖东鹏饮料及其子公司（具体详见东鹏饮料2023年年度报告）。

报告发布周期

本报告为年度可持续发展报告，每年度发布一次。

编制依据

本报告依照上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》，主要参考全球可持续发展标准委员会（GSSB）《全球可持续发展报告标准》（GRI Standards）、联合国可持续发展目标（SDGs）以及中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-ESG 5.0）》。

信息来源

本报告所采用的信息与数据均来自于公司的统计报告或公开文件，报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

称谓说明

为便于表达，“东鹏饮料（集团）股份有限公司”也使用“东鹏饮料”“集团”“公司”“我们”等称谓表示，公司下属单位称谓使用详见释义。

释义项	释义内容
海鹏	东鹏饮料(集团)股份有限公司海丰云莲天然水厂
徽鹏	安徽东鹏食品饮料有限公司
莞鹏	广东东鹏维他命饮料有限公司
华鹏	广东东鹏饮料有限公司
增鹏	广州市东鹏食品饮料有限公司
桂鹏	南宁东鹏食品饮料有限公司
庆鹏	重庆东鹏维他命饮料有限公司
湘鹏	长沙东鹏维他命饮料有限公司
浙鹏	浙江东鹏维他命饮料有限公司
东鹏基金会	深圳市东鹏饮料公益基金会

数据说明

如无特别说明，本报告中所涉及的货币金额以人民币作为计量币种。

报告获取与反馈

本报告以中、英文版本发布，当两种语言有歧义或冲突时，请以中文版为准。获取电子版报告请登陆上海证券交易所网站<http://www.sse.com.cn/>及东鹏饮料网站<https://www.szeastroc.com/>。

若对报告有任何意见或建议，请通过以下方式联系我们。

联系人：东鹏饮料董事会办公室

地址：广东省深圳市南山区桃源街道珠光北路142号众冠红花岭工业西区3栋1楼

电话：0755-26980181

电子邮箱：boardoffice@szeastroc.com

董事长致辞

争做可持续发展先行者 传递民族品牌能量

2023年是机遇与挑战并存的一年。在这一年里，我们见证了复杂严峻的国际形势，也经历了消费经济的复苏与增长。尽管外部环境变化莫测，东鹏饮料依然深耕主业，坚守长期主义理念，将经营发展与可持续发展规划紧密融合，在努力成为中国能量饮料第一品牌的同时，我们也立志成为中国知名的多品类综合饮料集团，始终坚持与股东、客户、员工、供应商、合作伙伴等利益相关方携手共进，积极推动人类命运共同体的构建。

经营之道：三驱引擎，助力民族品牌能量释放

2023年，东鹏饮料聚焦市场竞争三条主线——产品力、品牌力和渠道力，取得了卓越的经营业绩和瞩目的市场表现。公司实现营业收入同比增长32.42%，归属上市公司股东的净利润同比增长41.60%。根据尼尔森IQ^{注1}数据显示：东鹏特饮在中国能量饮料市场中销售量占比由2022年末的36.70%提升至43.02%，排名保持第一；销售额占比由2022年末的26.62%提升至30.94%，排名稳居第二。

第二增长曲线初长成，产品力凸显

我们全面实施“1+6”多品类战略，倾注资源培育第二曲线产品，推出补水啦、乌龙上茶、东鹏大咖生椰拿铁、VIVI鸡尾酒、多喝多润、海岛椰等新品，为企业未来健康、持续的发展培育新的增长点。

不断创新营销模式，品牌力巩固

我们通过多维度的整合营销牢牢占领消费者心智，通过线上线下的整合营销活动，针对不同消费人群开展精准推广，以坚实的品牌力实现长效增长。2023年，东鹏特饮作为杭州亚运会官方指定功能饮料，以“东鹏能量，为国争光”的坚定信念展现民族品牌的能量和担当。

加速推动全国化战略，渠道力拓展

报告期内，我们的合作经销商数量从2,779家增加至2,981家，实现地级市100%覆盖，终端网点超过340万家，形成了广泛的销售网络。此外，公司依托行业领先的数字化建设，持续提升公司在市场营销和渠道管理的精细化水平，并以高品质形象建设、多元化消费者活动、前瞻性冰柜投放，拉动消费者购买。

治理之道：合规经营，以筑稳健发展之基

2023年，我们继续依法依规完善长效运营机制，将合规为先的运营理念深植企业文化。我们恪守商业道德，加入“阳光诚信联盟”，携手联盟共同推广廉洁自律、奉公守法的经营理念；加强内部控制和风险管理，通过开展各类内部审计项目识别生产及经营所涉及的业务流程风险，推进企业治理水平持续提高。

环境之道：尊重自然，奔赴绿色未来之约

2023年，我们进一步将ESG理念充分融入到公司业务和运营的方方面面，高度关注业务发展对环境的影响。公司持续推进包括绿色生产、绿色包装、绿色仓储、绿色物流和绿色办公在内的可持续实践，积极探索公司绿色转型发展道路。这一年，各基地通过光伏发电、技术改造、绿色办公等方式达到的温室气体减排总量超过9,463.74吨二氧化碳当量。产品标签材质全部采用更环保的PET材料。

注1：尼尔森IQ：Nielsen IQ，前身是1923年成立于美国的全球著名的市场监测和数据分析公司Nielsen。2020年，Nielsen被拆分为两个公司，其中Nielsen Global Connect于2021年被Advent International收购并更名为Nielsen IQ。

社会之道：责任担当，铸造品牌价值之美

匠心品质，数字赋能

我们进一步完善质量保障体系，从原料、生产过程、仓储物流及产品销售等方面，开展全员、全过程、全方位的产品安全和质量管控；同时，我们致力于拓展创新研究能力，为市场、为消费者提供满足差异化需求的产品。

心系员工，携手同行

我们切实关注和保护员工权益，为员工营造平等、尊重、多元共融的工作氛围，荣获2023年度卓越雇主品牌称号。这一年，我们完善员工沟通机制，不断推进人才培养模式的创新，开展培训项目27个，线下培训课时6.6万小时，线上培训总课时数超9万小时，实现企业与员工共同成长、共发展。

产业帮扶，互利共赢

我们以助农帮扶初心，积极助力广东特色水果产业发展，如油柑、荔枝等，发挥自身优势，创新果汁饮料研发，突破地域与存放限制，帮助果农拓展销售渠道。通过深度合作与技术支持，确保原料品质，同时提升果农收益。此外，公司通过与天草生物、安徽农业大学在茶叶深加工及饮品开发领域开展技术项目合作，构建“茶叶深加工及饮品开发”领域的科研平台，助力茶饮料产品开发与推广，希望将广东特色水果推向更多广东以外的更广阔的市场。东鹏饮料不仅丰富了自身产品线，更实现了与广东水果产业的共荣共赢。

阳光向善，回馈社会

我们亦铭记肩负的企业责任，投身于推动社区、行业乃至社会发展的公益事业，以实际行动诠释“让爱更有能量”的公益理念。这一年，我们支持“百人援龙江”大型医疗义诊公益活动，持续助力乡村医疗；联合姚基金组织了“圆梦亚运”公益游学活动；并在河北抗洪、甘肃抗震等紧急救灾和重建中冲在前方，帮助需要关怀的群体，持续传递“爱的能量”。

回望2023年，我们在ESG管理上稳步前行，取得了诸多成绩，获得“2022中国饮料行业实践社会责任优秀企业”“2023ESG典范企业奖”“2023年度上市公司最佳ESG实践奖”等奖项。奋斗路正长，行者方致远。2024年，在瞬息万变、错综复杂的市场新格局中，我们将继续坚守“为消费者提供健康功效饮品、为员工搭建事业平台、为股东创造合理回报”的企业使命和初心，践行可持续发展战略，积极承担社会责任，朝着“全面实施‘1+6’多品类战略，打造中国领先的饮料集团”的战略目标奋力前行！



东鹏饮料集团 董事长



关于东鹏饮料

数说2023

经济绩效

营业收入
112.63 亿元

净利润
20.40 亿元

基本每股收益
5.10 元/股

资产总额
147.10 亿元

纳税总额
15.37 亿元

产业绩效

研发投入
5,439.07 万元

2023年新增授权专利
13 项

累计获得授权专利
91 项

客户投诉及时响应率
100%

投诉处理及时率
100%

客诉满意解决率
99%

累计参编标准
32 项

其中国家标准**20**项、
行业标准**3**项、团体标准**9**项

环境绩效

环保投入
3,187.99 万元

三废排放达标率
100%

单位产量温室气体排放量
较去年同比下降
18.96%

单位产量耗电量
较去年同比下降
9.86%

单位产量天然气耗用量
较去年同比下降
36.87%

中水回用量
93.32 万吨
较去年同比增加**120.28%**

中水回用率
12.67%
较去年同比增加**50.47%**

社会绩效

员工数量
9,460 人

员工直接培训人数
4,440 人
同比增加**48%**

员工培训总时长超
15 万小时

职业健康体检率
100%

东鹏饮料爱心互助金筹集资金
300+ 万元
爱心互助帮扶人数**2** 人

捐款捐物及公益项目总投入
624.80 万元

荣获2023年度
卓越雇主品牌称号

治理绩效

荣获2023年度
董事会之“星”

第十八届中国上市公司
董事会“金圆桌奖”最佳
董事会

2023ESG典范
企业奖

2023年度上市公司
最佳ESG实践奖

发布定期报告和临时公告共计
65 份

投资者交流活动
200 余场
触达投资者次数近**300** 万次

派发2022年度现金红利
80,002.00 万元

拟分配2023年度现金红利
100,002.50 万元

企业概况

公司介绍

东鹏饮料(集团)股份有限公司于2021年5月27日在上海证券交易所主板上市,股票代码:605499,股票简称:东鹏饮料。

公司主营业务为饮料的研发、生产和销售,产品主要包括东鹏特饮、东鹏补水啦、鹏友上茶、东鹏大咖、VIVI鸡尾酒、陈皮特饮、东鹏天然水等。

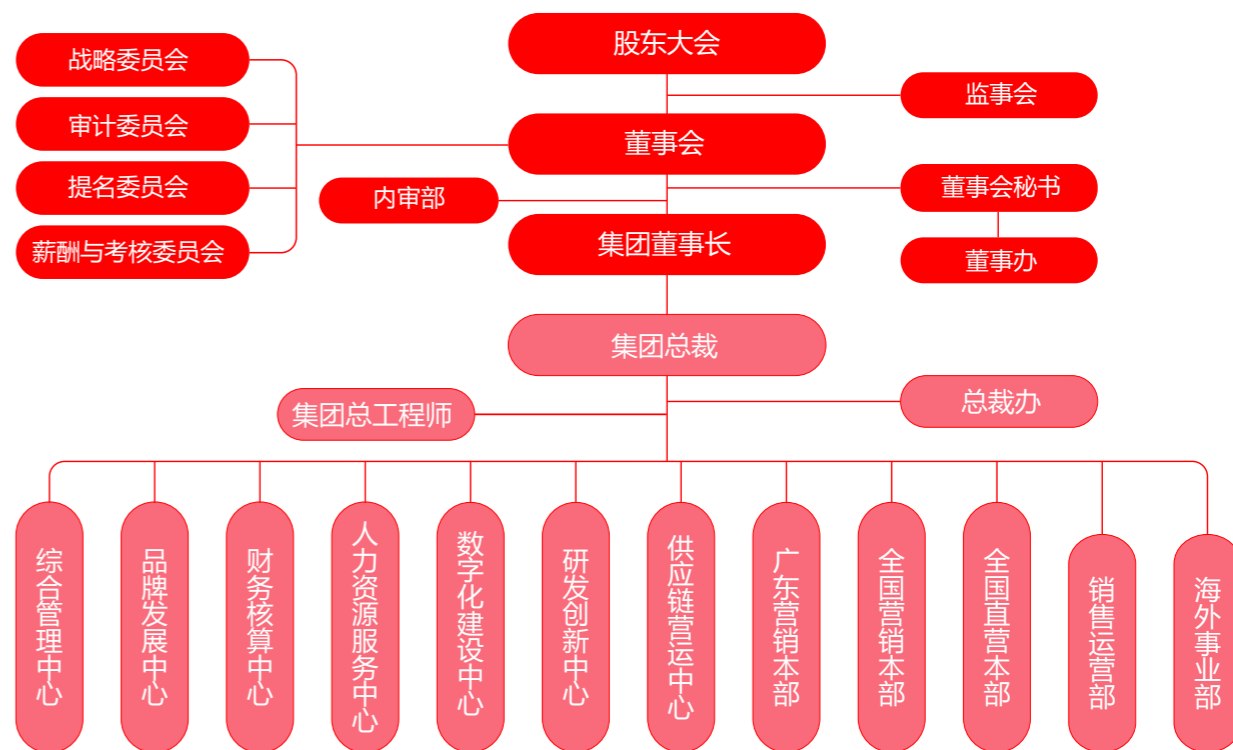
公司深耕饮料行业多年,成功打造了广大消费者熟知的能量饮料大单品“东鹏特饮”,以“累了困了喝东鹏特饮”的定位,推动场景化的品牌心智占领,助力品牌成为“累困”时刻第一联想,化身中国能量饮料的民族品牌符号,稳居国产功能饮料龙头地位。

根据尼尔森IQ数据显示:东鹏特饮在中国能量饮料市场中销售量占比由2022年末的36.70%提升至43.02%,排名保持第一;销售额占比由2022年末的26.62%提升至30.94%,排名稳居第二。其中,500ml金瓶特饮跃升到国内饮料单品销售额排行榜第三位,展现出了强大的产品竞争优势。

同时,公司实施多品类战略,不断进行品类创新延伸,通过洞察饮料行业消费趋势,投入产品研发,推动产品升级与产品创新,逐步构建全面发展曲线,实施“1+6”多品类战略,满足日益延展的消费场景和多元化的消费群体消费需求。

公司持续将领先的信息技术融入业务经营中,以数智化赋能整个价值链,构建了贯穿全业务流程的数智化管理体系,通过数字化手段实现对终端情况的精准掌控,不断提升在产品生产、市场营销和渠道管理的精细化水平,最大限度地提升我们的运营效率。目前,公司不断开拓渠道,已实现全国地级市100%覆盖;积极扩大产能,已布局辐射全国主要市场的10大生产基地,其中已建成投产增城基地、华南基地、东莞基地、安徽基地、南宁基地、重庆基地、衢州基地、海丰水厂、长沙基地九大生产基地,同时天津基地正在积极推进建设,公司的渠道全国化扩张和产能全国化布局为未来市场的稳定发展提供了良好的保障。

组织架构



企业文化

企业愿景

让奋斗者拥有拼搏的能量

战略目标

成为中国能量饮料第一品牌

企业使命——初心

为消费者提供健康功效饮品
为员工搭建事业平台
为股东创造合理回报

简单

因为信任,所以简单
因为简单,所以高效
简单相处,用心做事

诚信

赢得最佳诚信雇主
成为最优诚信伙伴
成就最好诚信员工

协作

有人负责,我全力配合
没人负责,我主动负责

拼搏

拼一把,成就自我价值
博全力,达成东鹏目标



企业荣誉



类型	荣誉 / 奖项名称
治理类	获深圳市企业联合会、深圳市企业家协会颁发“2023年深圳500强企业-第137位”
	获《每日经济新闻》评选“2023食品饮料行业最具影响力企业 Top10”
	获中国饮料工业协会“中国饮料行业高质量发展领军企业十九强”“中国饮料行业经营业绩优秀企业”
	获雪球年度金榜“2023年度影响力上市公司100榜”
	获时代金融金桔奖组委会颁发“2023年度高质量发展上市公司奖”
	获大众证券报2023年度董事会之“星”
	获董事会杂志社颁发“第十八届中国上市公司董事会‘金圆桌奖’最佳董事会”
	获2023国际绿色零碳节“2023 ESG 典范企业奖”、获“2023年度上市公司最佳 ESG 实践奖”
	入选福布斯中国“2023中国最佳 CEO 榜”
	获中国饮料工业协会“企业家突出成就奖”
公益类	获中国饮料工业协会“2022中国饮料行业实践社会责任优秀企业”
	获姚基金颁发“2023战略合作伙伴”称号
	获《公益时报》颁发“2023中国慈善榜年度慈善榜样”
	获广东汕尾红海湾经济开发区民政局颁发“仁善集团”荣誉称号
	获新华网颁发2023年度“十大国民品牌社会责任案例”
	获《南方周末》颁发2023“年度公益贡献”
获体育大生意颁发2023“年度体育公益”	
品牌类	入选英国“品牌金融”(Brand Finance)全球软饮料品牌价值25强 Brand Finance®
	登凯度 BrandZ™ 最具价值中国品牌百强榜，并登榜价值增长领先品牌十强 KANTAR BRANDZ
	获中央广播电视台评选“亚洲时刻 中国好礼”
	获中国国际商会商业行业商会人力资源管理专业委员会颁发“2023年度卓越雇主品牌”
	获中国经营报“2023中经新消费驱动力评选‘最佳口碑奖’”
	获中国国际广告节组委会 & 广告主盛典组委会颁发“2023年度整合营销金案”
	获人民网颁发“2023国民消费·口碑产品案例”
	获哈佛商业评论颁发2023年度中国增长榜单“数字化先锋榜”

产品矩阵优化

王牌产品强者恒强 加速推进多品类战略

东鹏饮料产品发展进入全新阶段：东鹏特饮大单品持续放量，增长强势，连续三年位居中国能量饮料销售量第一；在“培育第二曲线”的发展战略下，深入洞察市场发展趋势，从消费者需求出发，把握品类机会，推进“1+6”多品类战略，推出补水啦、鹏友上茶系列、东鹏大咖生椰拿铁、多喝多润、海岛椰、VIVI鸡尾酒^{注2}等新品，从单一品类向多品类综合饮料集团发展。



经销商
2,981家

终端商户
340万家

消费者
1.90亿+

全国基地
10个

渠道与产能全国化

夯实渠道 网点加快拓展

2023年，东鹏饮料全国化拓展稳步推进，发展势能强劲。

公司在全国范围内积累**2,981家**经销商、超**340万家**终端商户和**1.90亿+**不重复扫码的消费者群体，地级市经销商覆盖率达**100%**^{注3}。公司积极开拓社区团购、餐饮等新兴渠道，体系搭建日益成熟，依托行业领先的数字化建设，持续提升公司在市场营销和渠道管理的精细化水平，并通过高品质形象建设、多元化消费者活动、前瞻性冰柜投放，拉动消费者购买。

全国布局 十大基地

东鹏饮料在全国布局十大生产基地，天津基地于2023年10月30日签约，于2024年3月1日动工；衢州基地于2023年11月21日正式投产；长沙基地于2024年3月投产。2023年公司设计产能达**335万吨**，不断满足市场高速增长需求，为全国化销售保驾护航。



注2: VIVI鸡尾酒为2024年1月上市的产品。
注3: 全中国地级市以上区域共有333个(除台湾), 地级市经销商覆盖率达100%。

荣登亚运 传递民族品牌最强音

2023年，东鹏特饮作为杭州亚运会官方指定功能饮料，以“为国争光 东鹏能量”的坚定信念展现民族品牌的能量和担当，荣登央视亚运专题节目《亚洲时刻·中国好礼》，作为唯一入选的饮料品牌，成为“中国好礼”的代表。



东鹏特饮
杭州亚运会官方指定功能饮料

东鹏特饮
为国争光
东鹏能量

放大声量 提升品牌美誉度

东鹏饮料持续强化“累了困了喝东鹏特饮”的心智占领，结合高德、滴滴、货拉拉等各类工具平台对核心消费者进行深入场景化沟通，巩固东鹏特饮作为“累困”时刻第一联想的品牌形象；加大产品的品牌宣传，通过梯媒投放、入驻核心地铁站等多种媒介及渠道持

续为品牌发声；同时，全年持续通过高速公路、地铁等线下交通网络的风暴式品牌传播，深度植入及赞助《八角笼中》《鸣龙少年》《非诚勿扰3》《莲花楼》《尘封十三载》《哎呀好身材》等影视剧、综艺，以多形式、高频次、全覆盖的强度，持续占据消费者心智。

东鹏特饮深度合作王者荣耀KPL职业联赛、“HHI 世界街舞锦标赛”中国赛事，补水啦成为 NYBO 青少年篮球赛、BSK 篮球争霸赛、中国高中篮球联赛等赛事官方指定电

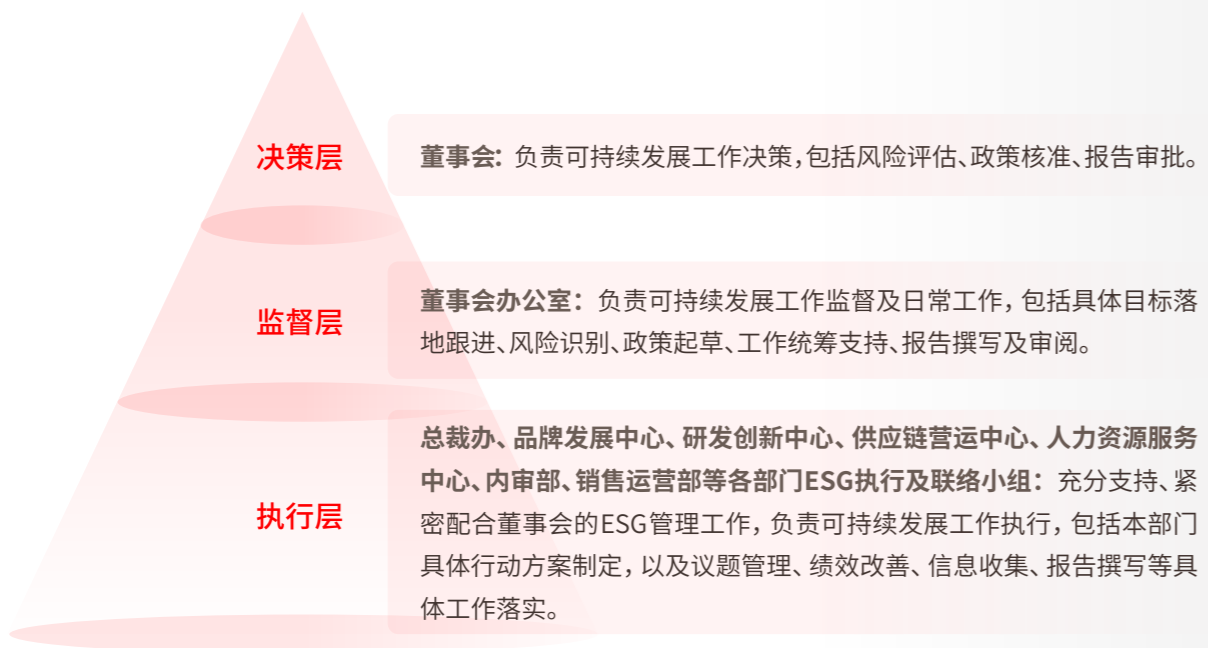
解质饮料，形成体育营销矩阵式布局；在抖音、小红书等互联网平台发起共创，产出多样化、原生态的优质内容，并以跨界帆书等新营销形式持续和年轻人玩在一起。



可持续发展管理

可持续发展工作机制

公司建立了董事会领导的自上而下的可持续发展工作机制，通过在发展战略、关键决策和日常经营中考虑可持续发展因素，形成了有效的可持续发展管治机制。



可持续发展目标

长期以来，我们重视企业社会责任，通过公司运营和公益慈善，积极响应联合国可持续发展目标 (SDGs)，通过对标SDGs，推进公司可持续发展实践，携手利益相关方共创可持续发展未来。

1 无贫穷

到2030年，在世界各地消除一切形式的贫穷

公司举措
助力贫困患者免费治疗；连续**3年**捐赠物资扶贫助学

3 良好健康与福祉

确保健康生活并促进各年龄段所有人的福祉

公司举措
强化饮品质量管控，数字化赋能品质提升；培养品质意识，宣扬食品安全文化；员工沟通渠道多样化，捐献爱心保障员工福祉；持续支持乡村医疗基础设施

2 零饥饿

消除饥饿，实现粮食安全，改善营养状况和促进可持续农业

公司举措
连续**多年**进行困难家庭米面油捐赠

4 优质教育

确保包容、公平的优质教育，促进全民享有终身学习机会

公司举措
发起乡村公益计划，支持体育软硬件配套

5 性别平等

实现性别平等，增强所有妇女和女童的权能

公司举措
女性高管比例**3/7**

10 减少不平等

减少国家内部和国家之间的不平等

公司举措
关注百姓健康，助力爱心义诊

6 清洁饮水和卫生设施

为所有人提供水和环境卫生并对其进行可持续管理

公司举措
改善生产工艺，提高循环水使用比例至**12.67%**，减少水资源用量

11 可持续城市和社区

建设包容、安全、有抵御灾害能力和可持续的城市和人类住区

公司举措
重大自然灾害物资捐赠；固体废物**100%**合规处置

7 经济适用的清洁能源

确保人人获得负担得起的、可靠和可持续的现代能源

公司举措
开发应用节能技术，建设应用光伏发电

12 负责任消费和生产

采用可持续的消费和生产模式

公司举措
采用更加环境友好的生产材料，持续践行可循环利用材料回收，促进负责任生产

8 体面工作和经济增长

促进包容和可持续经济增长、就业和人人获得体面工作

公司举措
优化人才发展项目，升级人才培养体系

13 气候行动

采取紧急行动应对气候变化及其影响

公司举措
开发节能降耗项目，提高非化石能源使用比例，年度温室气体减排总量超过**9,463.74吨二氧化碳当量**

9 产业、创新和基础设施

建立有复原力的基础设施，促进具有包容性和可持续产业化，促进创新

公司举措
夯实产品研发体系，加强产学研合作，共促产业技术创新

16 和平、正义与强大机构

创建和平、包容的社会以促进可持续发展，让所有人都能诉诸司法，在各级建立有效、负责和包容的机构

公司举措
强化合规运营，建设诚信文化，注重利益相关方沟通

17 促进目标实现的伙伴关系

加强执行手段，重振可持续发展全球伙伴关系

公司举措
参与标准编制与修订；组织经销商培训**200+**场，覆盖**5700+**人次

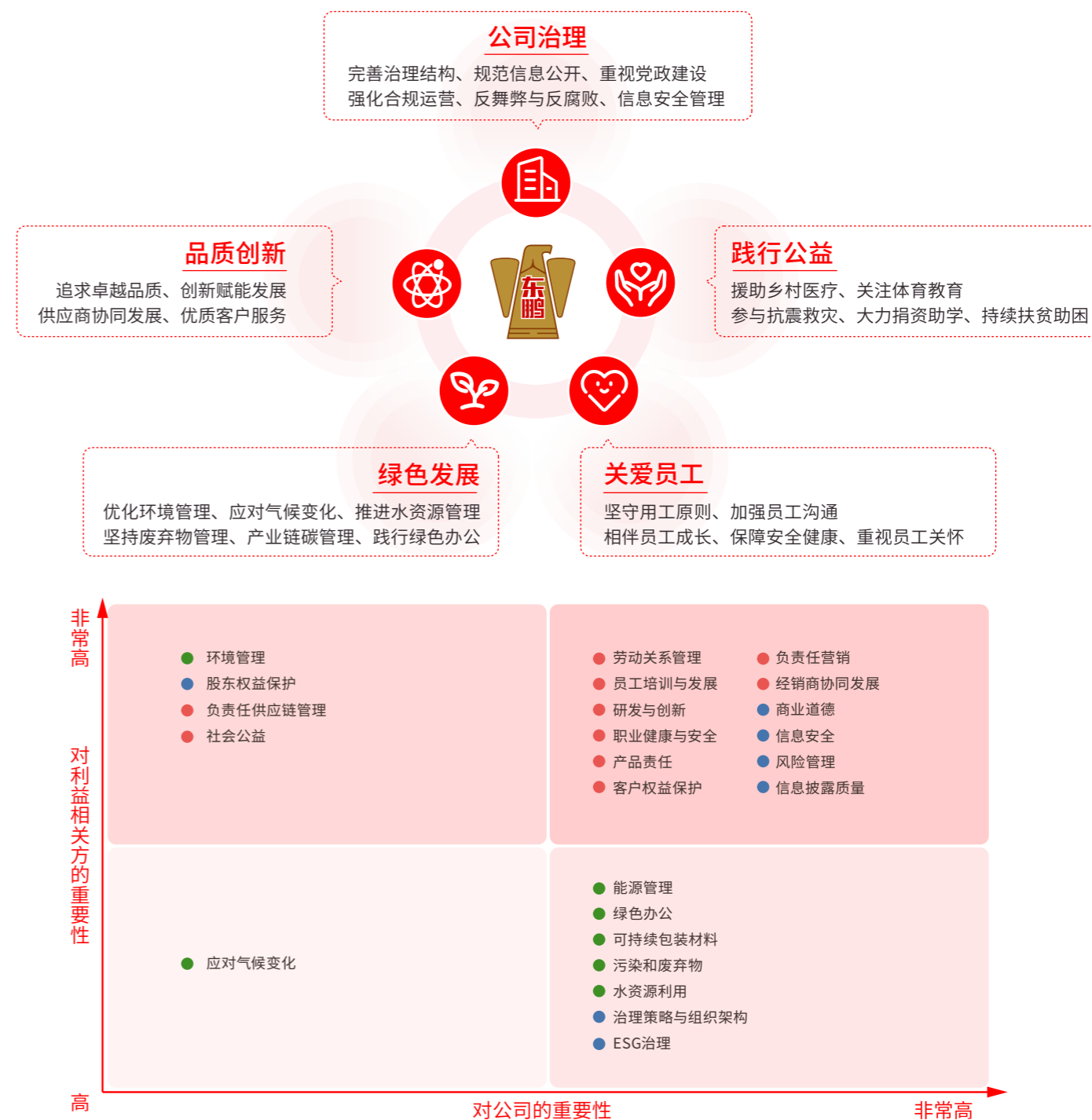
利益相关方沟通

我们重视利益相关方沟通，通过建立常态化沟通机制并积极开展多形式沟通，了解各利益相关方对于公司环境、社会及管治相关议题的期望与反馈，从而识别可持续发展风险与机遇，改善公司日常运营与决策，促进高质量可持续发展。

利益相关方	关注重点	沟通及表现形式
消费者	<ul style="list-style-type: none"> 安全、健康功效的产品 完善的客户服务 	<ul style="list-style-type: none"> 品质领先战略 产品可追溯制度 产品质量安全文化 满足消费者多元化需求 消费者多渠道沟通
股东与投资者	<ul style="list-style-type: none"> 保障出资人权益，投资回报 规范治理与稳定经营 防范经营风险 投资者保护 创新发展及可持续增长 	<ul style="list-style-type: none"> 公司年报、公告等信息披露 组织投资者开放日等投资者交流活动 产品研发与创新
政府与监管机构	<ul style="list-style-type: none"> 引领行业发展 守法合规 依法纳税 商业道德 	<ul style="list-style-type: none"> 依法合规经营 按时足额纳税 信息披露 完善反腐败机制，加入阳光诚信联盟
供应商与合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> 遵守商业道德、诚实守信 推动产业链健康发展 互利共赢、共同成长 反腐败 	<ul style="list-style-type: none"> 供应商准入及管理制度 廉洁采购政策 推行绿色采购 数字化管理
员工	<ul style="list-style-type: none"> 福利与权益 员工成长与发展 职业健康与安全 	<ul style="list-style-type: none"> 薪酬福利健全 保障合法雇佣、同工同酬 晋升通道，职业培训 生产安全管理 员工关怀及文化建设
社会公众及媒体	<ul style="list-style-type: none"> 社会发展与福祉 支持乡村振兴 负责任营销实践 落实“双碳”目标 减少环境资源消耗 	<ul style="list-style-type: none"> 开展公益慈善 抗震救灾，扶贫助困 助力乡村体育教育 社交媒体沟通采访 水资源循环利用 倡导低碳节能

实质性议题分析

我们参考《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》等可持续发展政策法规、《全球可持续发展报告标准》(GRI Standards)、《中国企业社会责任报告指南(CASS-ESG 5.0)》和联合国可持续发展目标 (SDGs) 等可持续发展目标框架，结合公司业务营运实际，并通过收集内外部利益相关方期望诉求，识别对公司可持续发展影响重大、利益相关方密切关注的实质性议题，作为公司可持续发展管理及信息披露重点。



利益相关方调研问卷统计结果

高效治理 筑牢合规基石

公司持续健全治理结构，积极开展信息披露，丰富投资者交流渠道，推动规范治理水平，实现高效治理；视合规为公司高质量发展的基石，坚持依法运营，强化内部监督，重视信息安全，完善制度及体系，营造合规氛围，保障公司持续稳健发展。

本章所响应的SDGs



治理结构

公司严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律法规要求,建立健全由股东大会、董事会、监事会构成的治理结构。三者根据《公司章程》各司其职,权责明确、密切协作、相互制衡,形成科学规范、高效运作的治理机制,在报告期内,不断完善管理制度,推动规范治理水平,促进公司持续发展。

股东和股东大会

2023年,公司共召开年度股东大会

1次

公司严格按照《中华人民共和国公司法》《公司章程》和《股东大会议事规则》等有关规定,规范股东大会召集、召开、表决等程序,确保公司所有股东、特别是中小股东享有且充分地行使法律法规和《公司章程》赋予的权利,从而有效维护股东权益。

董事和董事会

2023年,公司共召开董事会会议

5次

董事会对股东大会负责,董事会会议的召集、召开、表决等程序均符合相关规定的要求,公司董事会下设审计、提名、薪酬与考核、战略发展四个专门委员会;董事会及各专门委员会严格按照《公司章程》和各专门委员会议事规则的规定履行职责;历次董事会会议记录保存安全,内容真实、准确、完整;会议决议做到充分准确且及时披露。

审计委员会会议

4次

独立性

公司独立董事监督重大事项、提供专业建议、参与董事会决策、发表独立意见,促进董事会有效运行。

战略发展委员会会议

1次

多元化

公司董事会成员的多样社会经济背景,会为公司战略制定带来多样视角,促进董事会高效运行。公司注重董事会在性别、文化、专业技能等方面的多元化建设。公司现有董事会成员拥有营销、金融、财务、法律等多个领域的行业经验,具备履行职务所需的知识、技能和素质。

公司共有董事会席位	其中,独立董事席位	占董事会席位的比例为
9名	3名	1/3

公司女性董事	占董事会成员的比例为
3名	1/3

监事和监事会

公司监事

3名

2023年,公司共召开监事会会议

5次

根据《公司章程》的规定,公司监事会由3名监事组成,其中一名为职工代表监事,人数和人员构成符合法律法规的要求。监事对股东大会负责,对公司财务以及公司董事、高级管理人员履行职责的合法性进行监督,维护公司及股东的合法权益。公司监事会会议的召集、召开、表决等程序符合《公司章程》《监事会议事规则》的规定。

管理层

高级管理人员

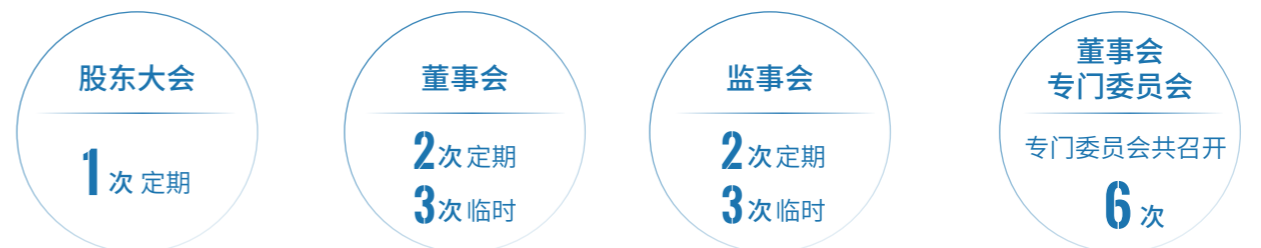
7位

女性高管占管理层人数的比例为

3/7

截至2023年末,公司设有7位高级管理人员,管理层由管理、金融、财务、品牌、营销等领域专家组成,团队拥有丰富的行业背景及经营管理经验,协助公司把握市场机遇、高效经营管理。

三会规范运作



公司股利分配

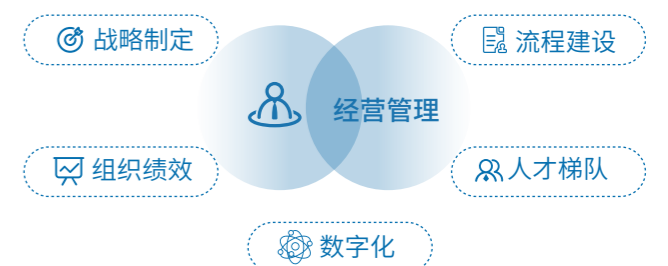
2023年5月19日,东鹏饮料2022年年度股东大会作出决议,以400,010,000股普通股为基数,向全体股东分配2022年度利润,每10股派发现金红利20元(含税),共计派发现金红利80,002.00万元。

2021年5月27日至2023年12月31日,公司共进行3次利润分配,合计派发现金红利200,005.00万元。

2024年公司拟分配2023年度现金红利100,002.50万元。

经营管理体系

2023年,公司从战略制定、组织绩效、流程建设、人才梯队、数字化等方面进行经营管理体系升级,以更好地支持业务拓展。



信息公开

信息披露

公司积极开展信息披露，严格按照有关法律法规及公司《信息披露管理制度》的要求履行信息披露义务，通过中国证监会指定披露渠道，真实、准确、完整、及时地披露有关信息，持续提升信息披露质量，促进信息披露公开透明，维护股东知情权，确保所有股东公平、及时了解公司情况。

2023年，公司对外发布
定期报告

4份

临时公告
(含公告编号)

61份



党政建设

东鹏饮料坚持“党建工作抓实了就是生产力，抓细了就是竞争力，抓好了就是凝聚力”的理念，通过推进思想教育学习、优化党建基地建设、开展党建共建活动，以党建引领企业发展。



学习党章

华南基地

南宁基地

重庆基地

投资者交流

公司全方位完善投资者关系管理，通过电话、电子邮箱、投资者关系互动平台、公司官方网站“投资者关系”专栏、业绩说明会，多渠道、多层次与投资者进行有效沟通交流，增进投资者对公司的了解和认同。



2023年，公司组织
行业策略会

23场

业绩说明会

3场

线上及线下参访调研

200余场

触达投资者次数近

300万次

解答“上证e互动”投资者问题

29条

并组织了总部及华南基地投资者开放日等活动。

案例

2023年11月，为了实现党建工作基础更扎实、党组织战斗堡垒作用更明显、党员干部的先锋模范作用更突出、共建共享建设得到更有力推进的目标，广州市东鹏食品饮料有限公司与国家税务总局广州市增城区税务局联合开展党建共建活动，举办税费政策宣讲、开展党建交流会、开展主题党日、进行访谈交流并组织参观企业文化。



合规运营

公司深知合规运营与高质量发展之间的密切联系，严格遵守法律法规，完善合规相关制度及体系，以符合经营发展需要的合规管理模式，落实各项业务活动及流程；发挥内部审计职能，加强内控体系建设；开展合规培训，营造合规氛围；践行负责任营销，保障公司稳健经营、持续发展。

合规治理

合规体系

持续深化合规体系建设，覆盖人力资源、社会责任、企业文化、资金活动、募集资金使用和管理、采购业务、资产管理、销售业务、研究与开发、工程项目、财务报告、信息披露管理、预算管理等各关键业务流程。

制度规章

公司遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《企业内部控制基本规范》《上海证券交易所上市公司内部控制指引》及其他适用的配套指引等法律法规要求，持续健全各项规章制度，完善《内部控制与风险管理制度》及其配套管理流程。

监管部门

内审部：负责公司年度合规审计、日常合规行为调查等。
法务部：负责公司合规事件法务层面的协同处理。

内控体系

公司设置内审部，配备专职审计人员，在董事会审计委员会领导下独立行使职权；作为日常办事机构，按照有利于事前、事中、事后监督的原则，专门负责对公司经营活动和内部控制执行情况的监督和检查，并出具专项审计报告。公司通过日常和定期的内控梳理，及时、全面地识别业务运营风险与合规缺陷，并有效地化解风险、整改缺陷。

2023年，公司进一步加强内部控制与风险管理体系建设，开展各类内部审计项目**13个**，识别生产经营所涉业务流程风险及缺陷**58项**，并对识别的风险及缺陷采取相应措施进行控制及整改，整改完成率达**100%**。



负责任营销

公司致力于为消费者提供健康功效饮品，推进负责任营销，对自身在广告及营销过程中宣传的内容进行把控，建立了完善的标准化管理机制，以确保相关过程符合法律法规及品牌形象要求。

合规系统

遵守《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理办法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律法规，并建立食品安全合规管理系统，根据国内外法规动态实时更新，累计识别法律法规**112,725部**，保障上市产品标识、标签的合规性。

制定标准

制定《外观设计流程》《广宣品管理流程》等制度以及基础应用标准、产品VI手册等相关规范，以管理上市产品标签及产品宣传内容。

审核把控

严格推行对于广告及营销内容的审核程序，每月进行会议宣导及沟通，确保广告及营销物料等输出符合公司标准及统一规范，并由公司总部统一对各营销中心提供的物料进行审核。

规范培训

定期对各营销中心及其他相关部门，开展法规及广告宣传等标准化作业的相关培训，强化品牌形象统一，并确保各部门营销及推广内容及物料符合公司标准及规范。

定期核检

每年进行品牌及视觉的梳理，并提供特定节点的宣传物料，同时邀请第三方合作机构协同进行市场核检，以规范市场中视觉应用及品牌形象的统一。

合规培训

为加强员工合规意识，公司组织了覆盖营销、采购、人力、风控、法务、审计、反舞弊等多个业务模块的合规培训。公司开展法律法规培训，包括《法律基础知识培训》《劳动法培训》《商标法律培训》《商法投资法律培训》等；开展《经营管理流程培训》等流程类培训。



反舞弊与反腐败

诚信文化建设

公司高度重视诚信经营，视诚信为公司核心价值观之一，持续健全反贪腐制度；修订并严格执行《员工手册》《纪律处分管理制度》《管理干部基本行为准则八条》，严禁职务侵占、商业贿赂等违规违纪行为，并在数百场会议、培训前宣贯“不收下属、合作伙伴任何好处”准则；明确员工行为准则及公司各项规章制度；在新员工入职时，要求签订有关诚信廉洁的承诺书签，让新员工在第一时间对违规行为树立认知并提高警觉；定期组织关键岗位员工进行廉洁从业谈话，并签订《员工廉洁承诺书》，组织采购人员进行廉洁宣誓，强化员工的行为规范及诚信意识。此外，公司下发《关于规范礼品管理的通知》并持续进行廉洁宣传，提醒员工拒绝收受各利益相关方的礼品及礼金馈赠。

我们积极在全公司范围开展诚信合规宣贯工作，定期组织反贪腐培训及针对内审部的反舞弊专项培训，并开展舞弊事件查处通报等活动；对各职能中心、营销本部、生产基地的关键岗位员工开展廉洁谈话，提升全员廉洁意识，促进公司诚信文化建设。

2023年，公司加入“阳光诚信联盟”，是公司贯彻“诚信”核心价值观的有力行动。公司借鉴联盟优秀经验，提升内控部门的履职能力和员工的职业道德建设；积极履行作为成员单位的义务，以诚信经营为使命，携手联盟共同推广廉洁自律、奉公守法的经营理念，共同打造诚信经营、放心消费的商业环境，共同构筑科技反腐败、反欺诈、反假冒伪劣的安全长城。



反舞弊体系建设

公司坚持公平竞争、诚信廉洁，恪守并强化正确的商业道德导向，持续健全反舞弊体系。

我们秉承“阳光诚信，舞弊零容忍”的工作原则，强化内部监察体系，制定了《投诉举报管理办法》，确保公司业务公平、公正、透明。公司已设立专门的举报渠道，鼓励内外部利益相关方对任何有疑似违法、违规或不正当的行为进行举报，并视情况对举报人进行奖励。由内审部设置专人处置并联合责任部门核实投诉举报，若经

调查后被投诉单位或个人被认定为存在违规、违纪或违法行为，内审部将根据公司规定提出处理建议，并移交相应部门处理。公开的举报渠道包括电话、邮箱、信函等，内部员工也可通过企业微信举报。同时，公司具有举报人保护机制，对举报人信息将严格保密，对泄露举报相关信息的人员将严肃处理，对打击报复的情况将追究到底。

☎ 举报电话号码 18902333215 18666660142

✉ 举报邮箱地址 neishenbu@szeastroc.com

📄 举报信函地址 广东省深圳市南山区珠光北路142号明亮科技园东鹏饮料集团内审部(收)

反舞弊尽职调查

公司按照风险管理制度管控采购与销售风险，完善采购与销售的反舞弊合规管理。公司对供应商、经销商开展全面尽职调查工作，及时对存在的问题和风险提出整改建议和意见，对重点经销商、供应商开展现场走访工作。公司与外部合作伙伴签订的合同包含廉洁条款，并签署《商业合作廉洁协议承诺书》《审计承诺函》等，保障双方的合法权益，反对任何商业欺诈。我们在年度供应商大会、经销商大会持续宣贯反舞弊理念，提升合作伙伴合规意识，共筑诚信正直的合作关系。对于出现违反《廉洁协议》规定的合作伙伴，根据违反的严重程度进行处理，直至淘汰，并追究相关责任。2023年，公司对招标采购、市场营销、客户开发等舞弊高发、易发业务开展重点监督，提出整改建议35条，完善管理制度10份，优化业务流程8条，并在内部发布惩处警戒通报20份。

提出整改建议 35条
完善管理制度 10份

优化业务流程 8条
在内部发布惩处警戒通报 20份

信息安全

信息安全对于确保生产经营顺利运行起着重要作用。公司依据ISO/IEC27001:2013信息安全管理体系要求以及GB/T22239-2019信息安全技术网络安全等级保护要求，建立信息安全管理体系，秉持高标准的信息安全管理要求，开展信息安全治理工作。

信息安全体系建设

建立了符合公司管理要求的信息安全管理体系，于2023年5月份通过了ISO27001信息安全管理体系国际认证审核并取得了相关证书。

信息安全访问控制

建立了“除非明确允许，否则一律禁止”的访问控制基本原则，通过网络访问控制策略和用户访问管理，促使公司网络与信息的完整性、可用性和机密性得到最大程度的保障。

信息安全专项审计

开展了包括信息安全合规审计、堡垒机日志审计、信息系统账号审计等共计8项信息安全审计，公司业务系统与应用系统可用率为99%，重大数据泄露事故发生次数为0。



信息安全制度培训

开展信息安全意识培训与信息安全意识测评工作，提升员工信息安全防范意识。全年开展5场线上及线下培训，集团总部信息安全培训覆盖率达90%以上。

信息安全事件管理

规定了公司员工及第三方人员对发现的信息安全事件均有报告义务，设立了信息安全事件的报告、处置流程，以减少信息安全事件对公司可能造成的影响。

供应商信息安全管理

对供应商服务过程中的信息安全提出明确的信息安全要求，并按照公司相关要求进行管理。鼓励供应商完善信息安全制度，以提升供应链信息安全管理水平。

品质创新 释放发展动能

东鹏饮料始终秉持“质量为先”，坚持为消费者提供健康功效饮品，严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》等相关法律法规，建立健全质量保障体系并不断强化质量管控措施；在坚守品质的同时，我们不断进行产品研发与数字化创新，为公司创造了更多市场机会，使公司能够更好地满足消费者多样化的需求；此外，我们还将可持续发展理念深入融入到供应链管理，以“互利共赢”的精神与供应链合作伙伴共同成长。



本章所响应的SDGs



追求卓越品质

质量保障体系建设

东鹏饮料坚持为消费者提供健康功效饮品，严格遵循《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》等相关法律法规，根据产品特性规范从原材料验证、验收、过程控制到成品出厂、仓储储存、销售全过程的质量控制要求，建立健全质量保障体系。各工厂建立了以风险分析和预防为主的食物安全管理体系，通过了ISO22000和HACCP国际认证并取得证书。

定期宣贯法律法规

公司建立月度《食品安全信息简报》宣贯机制，定期进行法律法规更新输出和内部文件变更宣贯等，确保为消费者提供安全卫生的产品。

完善产品质量验证

公司下属所有工厂建立完善的产品质量验证机制，严格把控新产线、新参数和新环境变化时的质量验证工作，确保产品在内外环境发生变化时仍能够保持稳定、安全和卫生的质量特性，为消费者打造持续、稳定、安全和卫生的饮品。

配备先进检验设备

公司配备有高效液相色谱仪、气相色谱仪、微电脑抗压强度测试仪、无菌工作台、微生物检测室、数显糖度仪等先进的检测设备，对原材料、半成品、成品的理化、微生物、功效成分进行分批、定点、定期自我检测，并按照国家计量检定规程对所有检测仪器进行校准和检定。

规范质量改进流程

为确保各项质量监控要求能顺应公司的快速发展，公司建立质量改进规范性文件，严格按照各项质量改进流程开展质量改进工作，并将质量改进后输出信息形成标准化规范文件输入至基地工厂实施落地。

加强上下游管理

公司建立了完善的供应商管理系统，制定规范文件，明确规定对供应商的定期审核要求，并开展供应商辅导和技术交流，以促进上下游行业及行业内不同企业之间的交流，与供应商共同进步提升。建立完善的客户投诉流程，每年定期进行客户满意度调查，针对性解决客户痛点。配合相关部门对产品标准、产品版本、标签进行质量评估和确认。

食品安全质量认可

东鹏饮料各饮料生产基地100%获得 ISO22000 食品安全管理体系认证认可，100% 满足 HACCP 体系要求。



强化质量管控措施

近年来，东鹏饮料的产品安全管理工作取得了显著成效。在产品安全风险识别覆盖率、国家监督机构抽检合格率、出厂检测合格率和员工培训覆盖率等绩效指标均连续三年达到了100%；在原料进货环节，我们也严格把控质量，合格率连续

三年超过99.9%，为产品质量的源头提供了坚实的保障；同时，我们的检验费用投入也在逐年增加，体现了我们对产品安全和质量的高度负责态度。这一系列成绩的背后，是东鹏饮料对产品质量和安全的不懈追求和持续努力。

强化质量管控措施

东鹏饮料利用先进的管控体系推进食品安全质量管控，从原料、生产过程、仓储物流及产品销售，开展全员、全过程、全方位产品安全和质量管控，率先实现从源头到终端的每一个食品安全和质量控制点的监测、分析、把控、预防，保证产品质量处于行业内领先水平。

此外，我们建立完善的《风险机遇识别管控机制》《食品安全防护计划》《应急准备和响应管控机制》《产品召回(撤)回管控机制》，对食品安全风险进行事前评估，事中管控，事后危机公关的全流程防控。

全员质量意识提升

强化产品安全和质量责任意识，明确全员产品安全管控和质量管控责任，建立并形成人人都是质量人的企业质量文化。

全过程质量追溯

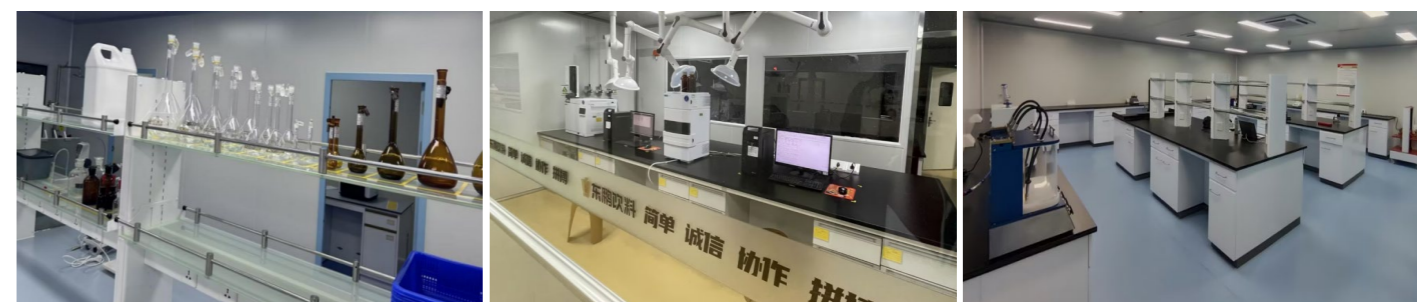
从产品研发阶段、原辅料源头管控到产品上市、终端流通全过程，开展食品安全和质量管控，确保全程可追溯，实现产品安全。

全方位质量管控

从标准化GMP保健食品生产厂房建设、先进的生产设备标准化选型、产品安全与功效科学研究、国家法律法规研究和风险监控的全模块质量管控，实现东鹏饮料全方位质量管控体系。

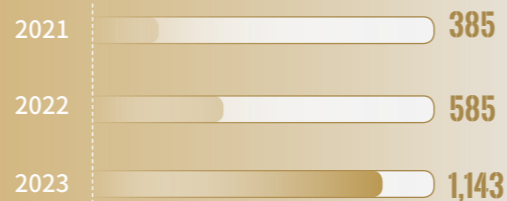
产品检验全覆盖

东鹏饮料产品检测覆盖率100%，集团下属共设置检验室9家，2023年新投入2家检验室。2023年度检测总批次2,800批，原料检测总批次38,000批。



2021-2023年产品安全和质量管控绩效数据

产品安全风险识别覆盖率连续三年	100%	国家监督机构抽检合格率连续三年	100%
出厂检测合格率连续三年	100%	员工培训覆盖率连续三年	100%
原料进货合格率连续三年	超99.9%		



■ 检验费用投入(不包含人工费)(万元)

创新赋能发展

创新绩效

研发投入

2023年
研发投入总额达

5,439.07万元

同比2022年
研发投入增长

24.31%

研发投入占营收比为

0.48%

研发成果

2023年
新增专利

13项^{注4}

累计共

91项专利

研发

9款新品上市

研发创新体系建设

公司已建立一整套完善的研发流程，包括《年度产品开发规划及预算管理流程》《产品研发流程》和《产品上市管理流程》等，为研发项目的顺利推进提供了坚实的保障。报告期内，我们对上述流程进行了进一步优化，补充了年度产品开发规划、过程评审等关键节点的要求，以确保研发项目的更高效、更精准执行，为公司的持续创新和发展奠定了坚实的基础。

标准参与

同时，公司积极支持国家标准化工作，深度参与国家标准、行业标准、团体标准的编制与修订工作。

截止报告期末

公司累计参编标准

32项

其中国家标准

20项

行业标准

3项

团体标准

9项

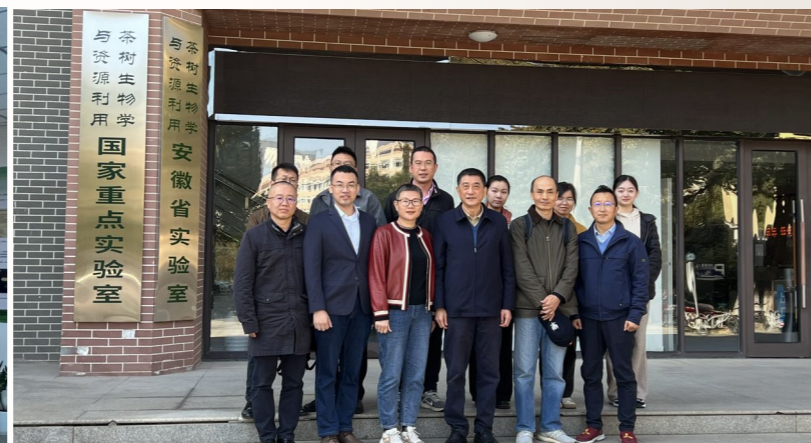
科研平台交流与合作

茶叶原料研究

茶饮料是我国的传统饮品，拥有悠久的历史和丰富的文化底蕴，而茶叶原料的研究和开发一直是茶饮料产业的重要研究方向。为此，公司联合茶树生物学与资源利用国家重点实验室等科研机构，探索茶种植基地合作、茶原料加工、质量评价体系构建、茶饮料加工和功效评价等方面，以开发出更符合市场需求和消费者欢迎的高品质茶饮料产品。

食药同源原料研究

公司联合具备国家药监局批准的GLP认证资质且具有三大研究中心、两大服务平台的广州中医药大学科技产业园有限公司对食药同源原料进行深入研究，运用现代科技手段对食药同源原料进行功效验证与安全性评价，为食药同源原料的开发利用提供科学依据。



注4：发明专利“一种发酵陈皮的制作方法、产品及应用”为华南农业大学和东鹏饮料合作申报。

科研平台交流与合作

开展9种食药物质调研

2023年8月，公司参与中国保健协会针对党参等9种既是食品又是中药材的试生产情况调研，在甘肃通过现场考察、召开座谈会等方式，推动9种按照传统既是食品又是中药材的物质尽快列入国家卫健委《按照传统既是食品又是中药材的物质公告》名单，解决企业此前针对黄芪、灵芝等9种中药材所面临的无法持续生产的问题。



除此之外，公司还与南昌大学合作，开展发酵果蔬汁的研究，将果汁与益生菌两个健康元素结合，提高产品的健康附加值；与广东省农科院合作，研究HPP果汁的加工工艺，为消费者提供即饮鲜榨果蔬汁；与仲恺农业工程学院合作，研究余甘子、橄榄等果酒的发酵工艺，丰富果酒种类；同时，借助权威机构研究，保障产品功效：与北医三院合作，开展抗疲劳临床机能测试；与华南农业大学合作，开展功能效果测试；针对困扰现代人常见的肥胖、消化不良等问题，公司积极开展具有减肥、促消化等功效的保健食品研究。



荣誉奖项

报告期内，公司获得“中国饮料行业高质量发展领军企业十九强”“中国饮料行业经营业绩优秀企业”“中国饮料行业企业家突出成就奖”“中国饮料行业优秀研发品控工作者”“2022中国饮料行业实践社会责任优秀企业”等奖项，同时获得优秀新产品奖5项、岭南特色食品1项及科学技术奖1项。



中国饮料行业高质量发展
领军企业十九强



中国饮料行业经营业绩
优秀企业



中国饮料行业企业家突出成就奖



中国饮料行业优秀研发
品控工作者



2022中国饮料行业实践
社会责任优秀企业

优秀新产品奖

5项

岭南特色食品

1项

科学技术奖

1项

荣誉 / 奖项名称	奖项等级	项目名称
广东省岭南特色食品	/	由柑柠檬茶
广东省食品行业优秀新产品	一等奖	生榨油柑汁饮料
广东省食品行业优秀新产品	二等奖	油柑汁饮料
广东省食品行业优秀新产品	三等奖	东鹏补水啦电解质饮料
广东省食品行业优秀新产品	三等奖	多喝多润菊花蜜
广东省食品行业优秀新产品	三等奖	多喝多润蜂蜜绿茶
广东省食品行业协会科学技术奖	二等奖	HPP 油柑汁饮料配方开发和生产工艺研究



新产品研发创新



补水啦（电解质饮料） 上市时间：2023年

2023年，公司首次推出电解质饮料，包括西柚、柠檬、白桃、荔枝4种口味，有555mL、1L两种包装规格。该产品添加了Na⁺、K⁺、Cl⁻等多种电解质，555ml每瓶电解质含量大于200mg，能够帮助人体快速补充水分和电解质，适用于运动、休闲等多个场景。



乌龙上茶（无糖茶饮料） 上市时间：2023年7月

该产品选用经典乌龙岩茶风味，添加特级水仙茶叶，经高温萃取，还原传统泡茶工艺，激发茶香，岩香满腔，茶味浓厚回甘。乌龙上茶一经上市受到消费者认可，公司于2024年2月推出普洱上茶和茉莉上茶。



东鹏大咖 生椰拿铁（咖啡饮料） 上市时间：2023年5月

该产品选用罗布斯塔、阿拉比卡两种拼配咖啡豆为原料，同时添加100%鲜榨椰浆，精心调配成拿铁咖啡，低糖配方，咖啡味香醇、椰味清爽。



多喝多润（大包装系列） 上市时间：2023年3月

多喝多润为公司打造的大包装系列产品，更大容量、更实惠的价格。

菊花蜜(1.25L装)： 选用浙江桐乡特级杭白菊，添加蜂蜜更滋润；

蜂蜜绿茶(1.25L装)： 选用洋槐蜂蜜，搭配炒青绿茶，清新又健康；

乌龙茶(1.25L装)： 选用黄金桂乌龙、大红袍乌龙茶风味，双重醇香；

九制陈皮饮品(1L装)： 该产品选用广东“三宝”之一的陈皮为原料，经传统方法泡制萃取，制作成具有九制陈皮特色风味的饮料。该产品兼具甜、酸、咸、甘四种风味，清爽宜人。



海岛椰（椰汁） 上市时间：2023年12月

选用100%鲜椰浆，超高压均质处理，口感丝滑，椰香浓郁。该产品搭配就餐，清爽解腻。



VIVI鸡尾酒·8%vol系列 上市时间：2024年1月

VIVI鸡尾酒以8度酒精含量，甄选优质伏特加为基酒，气泡劲爽，爆裂多层次多元化风味，添加3%以上果汁。

包含以下三种风味

白桃伏特加风味

独特圆润的白桃清甜平衡酒劲强烈的伏特加，桃香满溢，甘醇酒冽。

柑橘伏特加风味

清新酸甜的柑橘柠檬搭配劲爽伏特加，酒液果感真实，清冽解腻。

青提伏特加风味

悦人的青提果香融合爽冽伏特加，青意浓烈，鼻尖馥郁。



此外，在能量饮料方面，公司一直致力于产品的新风味和新品类拓展，推出东鹏特饮运动营养食品（耐力类）、东鹏气泡特饮（蔓越莓味）和东鹏特饮®牛磺酸B族维生素饮料，丰富产品矩阵，满足消费者对能量饮料的多元化需求。

以上各品类产品的开发，不仅有助于丰富公司的产品矩阵，更显示出公司大胆创新和突破自我的决心，为公司创造了更多市场机会，使公司能够更好地满足消费者多样化的需求，为消费者提供更多选择。

知识产权管理

知识产权保护

公司严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》，已建立完整的《知识产权管理流程》和《知识产权管理办法》，全面加强公司新颖配方、独特工艺、设备创新、包装创新等方面知识产权的保护，规范知识产权管理工作，促进科学技术成果的转化应用。

知识产权管理与维护

公司对专利、版权、商标等各类型知识产权进行统一管理，各部门分工协作，规范有序地开展知识产权申请与维护工作，通过知识产权管理体系认证，获得知识产权管理体系认证证书。

知识产权培训

公司定期组织知识产权相关流程制度及基础知识培训，强化知识产权申报知识的学习，提高员工知识产权保护意识与积极性。

截止报告期末
公司共有专利

91项

公司自2019年建立并认证知识产权管理体系（GB/T29490-2013）标准，2023年，公司申请版权著作权1件，获证1件；

截至报告期末，公司共有**91项**专利，其中包括5项发明专利、17项外观设计专利、69项实用新型专利。2023年期间，公司已获批11项实用新型专利，2项外观设计专利。

全球商标知识产权布局

截至报告发布前，公司已初步布局、搭建覆盖美国、欧盟、东南亚等47个国家及地区的全球商标知识产权体系。



知识产权管理体系认证证书



专利证书



营销数字化管理创新升级

打造并完善行业领先的营销数字化平台：公司紧随时代发展趋势，积极拥抱全渠道业务场景营销数字化升级。公司营销数字化平台集成了动销分析、货龄分析、消费者链接、业务员管理、促销员管理、终端服务、防窜溯源等强大功能，充分利用数字化手段提高营销决策准确性和效率。

数字化基础作业提升

2023年全面上线，通过数字化工具不断标准化每一位销售人员的工作任务，并将工作积分与薪酬挂钩，让销售人员工作高效化、智能化、简单化，实现了销售团队的精细化运营和管理。

东鹏数据驾驶舱赋能销售

数据驾驶舱的运营与维护，能够实时追踪动销信息，保障动销数据的准确有效，提升数据分析水平。实时监控存货的货龄情况，为公司的库存管理、供应链优化等决策提供有力支持。以某一区域的某一品种为例，根据当前的动销速度，若库存量所需售卖的天数超出安全值，公司将对发货进行控制，以确保良性库存。同时，公司还会对不同区域、不同品项的销售情况进行深入分析，并据此进行检讨和改进。

深化五码关联加强营销数字化

提升营销数字化核心竞争力，根据业务发展广泛应用于产品促销活动、薪资结算、经销商返利、数据决策等各场景。

供应链管理

供应商管理模式升级

东鹏饮料致力于形成规范、公正、统一的供应商管理体系。我们制定并实施一系列供应链管理内部制度，对供应链中的关键环节进行重点管理，包括供应商准入、管理和考核、阳光采购等，有效识别风险，减少环境、社会及安全隐患，提高东鹏饮料和供应商产品质量与服务能力，形成价值链共进的良性循环。

供应商准入

为了确保供应链的稳健运作，我们严格依据公司相关要求规范供应商的选择与准入。在选择供应商的过程中，我们会考虑包括但不限于其人员组成、产能、设备、客户、供应商、原材料等信息，在经过实地审核、样品充分验证等全流程评估后，方可作为合格供应商进行供应。2023年，我们已完成供应商准入信息化建设，供应商相关资料已经全部在系统中体现，直接共享给相关部门，预计2024年下半年起，供应商准入全流程将以线上方式执行，更加高效透明。

供应商管理和考核

依据东鹏饮料供应商考核制度，我们每月对供应商当月表现进行评分，进而汇总成年度评价，对于考评分数较低的供应商，要求在一定期限内进行整改。同时，质量部门可直接对出现质量问题的供应商出示红黄牌，要求整改或者暂停供应。另外，针对重点供应商，质量部门会定期组织现场审核，以确保供应商的质量和运营在可控制范围内。2023年，我们已初步完成供应商绩效在线评分，并将评分结果第一时间推送供应商，未来我们将完善考核方式，逐渐加大客观数据评分比重。

供应商阳光采购

东鹏饮料禁止一切索贿、行贿、受贿行为，我们要求所有签订合同的供应商签署《廉洁协议》，明晰各供应商及关联公司应遵守廉洁自律的各项要求，实现廉洁采购，对于违反廉洁协议的供应商，一经发现直接剔除出《合格供应商》名录。同时，针对通用物料采购，公司引入行业领先的电商平台，将相关采购活动移至线上，2023年，我们已经完成全部对应采购平台化。

经销商协作

东鹏饮料与经销商携手并进，给予经销商全面协同与支持，共同朝“全面实施多品类战略，打造中国领先的饮料集团”方向迈进。

强化宣导

通过组织经销商会议，宣导公司指导思想、业绩规划、营销策略和团队管理。

大区总监、事业部总经理、本部负责人不定期走访经销商，深入了解市场及经营状况，及时给予经销商作业指导。

设定《经销商生意回顾模版》，定期由服务处负责人与经销商进行每月生意回顾，制定提货计划，保障经销商库存合理性。



经营管理

制定规范经销商管理制度标准，进行季/年度经销商资质评估，优胜劣汰；健全经销商合同签约流程管理；设计适应市场管理变化的经销商返利规则等全链路管理；不断完善服务体系，构筑厂商良好合作平台。

公司在经销商模式的运营上，除产品正常销售之外，还给予业务经营支持与指导：

- ① 善于控制成本，在同等成本下做出更高品质的产品；
- ② 形成了产品力、品牌力、渠道力、数字力、供应力、组织力和文化力七力为核心的增长硬实力，为东鹏饮料与经销商伙伴们奠定了坚实的发展基础；
- ③ 根据不同市场综合态势，通过媒体广告、户外T牌、店招、东鹏冰柜、海报等投放不断提升品牌知名度和美誉度；
- ④ 根据全年市场节奏，不定期的为渠道商和终端商量身定制销售政策，增加渠道商和终端商的毛利，提升销售积极性；
- ⑤ 因地制宜开展线上、线下新颖的、趣味性的消费者推广活动，增加消费粘性，拉动产品动销。

数字化赋能

线上、线下专项培训

200+场

覆盖

5,700+人次

通过自主开发的“东鹏鹏讯通”系统、“东鹏饮料配送商”小程序、“东鹏饮料商户”平台，联合强大的数据分析工具“东鹏数据驾驶舱”和“五码关联”数字化技术，构建领先行业水平的营销管理系统和连接经销商、配送商、终端商户的智能化数字平台，助力管理效率提升。

不定期组织经销商系统、小程序和营销模式的线上、线下专项培训**200+场**，覆盖**5,700+人次**。



保障权益

此次调查共回收问卷

2,479份

年度组织经销商进行线上满意度调查（《东鹏饮料顾客满意度调查问卷》），密切关注经销商对产品交付、质量、价格、销售、业务服务质量等多方面评价，及时了解经销商的需求和期望，收集经销商宝贵的建议和意见，不断升级产品和提升服务质量。

交付效率满意度
98.73%

售后服务满意度
98.84%

品牌价值满意度
99.14%

产品质量满意度
99.60%

消费者服务

公司严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国食品安全法》等法律法规，积极践行责任营销，并通过畅通消费者沟通渠道、高效反馈消费者诉求，全力维护消费者权益。

更顺畅的消费者沟通

公司高度重视客户的需求和反馈，持续完善消费者服务体系建设；已建立消费者服务专线，并通过微信公众号“东鹏特饮”，微信小程序“东鹏饮料+”、鹏讯云商，官方微博、抖音、快手等服务渠道及面向终端的小程序“东鹏饮料商户”，实现与消费者和商户的高效互动。除

了专业的客服团队外，我们引入人工智能以快速解答常见问题，提升客服反馈效率。同时，我们对公众开放平台的自媒体进行检索和监测，认真聆听消费者的声音，实现与客户的高效沟通。

服务专线

4006-338-299



官方公众号



东鹏饮料+小程序



官方微博



更高效的消费者诉求反馈

2023-01-01至2023-12-31

咨询/投诉
110,538件

客诉满意解决率
99%

为提升客诉的流程化、规范化管理，公司建立《东鹏饮料客诉处理流程》，对客户投诉实行分类、分级管理，明确问题处理的时效要求，切实保障客户服务质量。针对消费者提出的建议和意见，公司相关部门高度重视、制定并落实优化方案、及时追踪回访；同时，通过消费者满意度调查等方式，充分了解我们服务中存在的不足并持续改善提升，回应消费者对于高质量产品的期待。为提高服务水平，公司持续加强

客服团队建设，强化日常管理与培训，设置客服管理考核KPI，以不断激励客服人员提升服务意识与服务质量。

在过去的2023年度，我们共协助消费者**110,538**件咨询/投诉，均处理妥当得到客户认可，投诉及时响应率均达到100%，投诉处理及时率均达到100%，满意度达到**99%**。在整个过程中信息流程高度规范化，使每一位客户的权益得到保障。

锚定低碳 促可持续发展

东鹏饮料响应“碳达峰”“碳中和”目标的号召，努力践行环境保护责任。我们持续建设完善的环境管理体系，积极应对气候变化，不断探索低碳发展路径，从光伏能源、生产技术升级、仓储物流等方面减少碳排放，筑牢安全绿色根基，打造循环经济模式，全力构建绿色发展新格局，为保护环境、维护生态平衡贡献力量。

本章所响应的SDGs

6 清洁饮水和卫生设施



7 经济适用的清洁能源



11 可持续城市和社区



12 负责任消费和生产



13 气候行动



锚定低碳 促可持续发展

2023年，
公司环保投入

3,187.99

万元

通过光伏发电、技术改造、绿色办公等方式达到
温室气体减排总量超过

9,463.74

吨二氧化碳当量

水资源节约

- 各基地的中水回用量达**93.32万吨**，回用率为**12.67%**。
- 同比2022年，中水回用量增加**120.28%**，回用率增加**50.47%**。
- 桂鹏、莞鹏、增鹏、徽鹏、华鹏五个基地已经完成节水型企业认证。

环保合规

- 生态环保信访投诉**0起**，全年监督性监测合格率**100%**。
- 公司已投产七大基地的“三废”各项指标排放达标率均为**100%**。
- 一般废弃物处置率**100%**；危险废弃物处置率**100%**。

低碳节能

- 各基地的单位产量耗电量同比2022年下降**9.86%**，单位产量天然气耗用量同比2022年下降**36.87%**。
- 全年光伏发电量达到**11,807.41兆瓦时**，其中用于自身生产消耗**10,340.71兆瓦时**，减少温室气体排放**8,603.47吨二氧化碳当量**。
- 单位产量温室气体排放量较2022年同比下降**18.96%**。

包装材料

- 推行纸箱收缩膜重量减少专案，减少的塑料膜使用总量**212.47吨**，减少温室气体排放量**507.81吨二氧化碳当量**。

环境管理体系

东鹏饮料秉承尊重与保护自然环境的理念，在运营的各个环节之中融入低碳理念和环境保护意识并付诸实践。公司建立完善的环境管理体系，以内部的《环境因素识别与控制程序》制度及其他制度，指引下各工厂制定适宜的环保管理制度和应急预案，统筹全公司范围内的环保工作。

环境法律法规	公司环境管理制度
《中华人民共和国环境保护法》	《环境因素识别与控制程序》
《中华人民共和国环境影响评价法》	《应急准备和响应控制程序》
《中华人民共和国水法》	《环境监测控制程序》
《中华人民共和国大气污染防治法》	《合规性评价程序》
《中华人民共和国水污染防治法》	《废弃化学品管理细则》
《中华人民共和国环境噪声污染防治法》	
《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》	
《建设项目环境保护管理条例》	
《建设项目竣工环境保护验收管理办法》	

2023年，
公司各基地共开展环保培训

29

次

总时长达

115.5

小时

公司坚持环保信息公开，以外部监督促进内部环保提升，建立健康、安全与环境（HSE）管理体系，通过构建HSE秩序，实现水资源、能源以及三废排放的全面管理，提升整体环境绩效评价。

报告期内，公司下属基地当中：

- 桂鹏、莞鹏、增鹏、徽鹏、华鹏五个基地已经完成节水型企业认证；
- 庆鹏、徽鹏完成环境管理体系ISO 14001认证^{注5}。



注5：徽鹏环境管理体系认证证书于2024年2月获得。

应对气候变化

在全球气候变化的背景下，东鹏饮料充分意识到应对气候变化的重要性，公司对气候变化带来的风险和机遇做出识别，将气候变化议题融入公司的长期发展规划，并采取相应的应对措施，以减少气候变化给公司带来的影响。

气候风险识别

风险类型	风险内容	影响说明	风险应对
实体风险	短期极端天气	台风、暴雨等极端天气影响工厂，尤其是位于沿海地区的工厂正常生产，扰乱供应链运输，影响原材料生产	设置生产防极端天气预案，做好供应链维稳方案
	长期气候变化	气候变暖导致的原材料生产变化，火灾等发生概率增加，产品运输及储存环境改变	对原材料供应做好备选方案，推进节能降碳，提高清洁能源使用比例
转型风险	政策与法规	“双碳”法规不断出台，碳排放成本增加，环保信息披露要求增多，合规成本增加	及时关注法律法规变动，调整业务重心和能源结构，及时披露 ESG 报告
	技术风险	在清洁能源的探索、节能降碳的生产设备中对于技术、设备等的要求需要较多的人力物力，增加运营成本	增加对专业技术人员的培养，拓展外部合作
	市场风险	客户和消费者的环保意识增加，对于环境友好产品的偏好度提高	更加关注产品设计和生产当中的环保因素，探索绿色产品开发
	声誉风险	客户、投资者和其他外界利益相关方对绿色低碳的要求增加，相关行动或信息披露不力可能带来不良声誉影响	加强利益相关方沟通，加强环保管理，积极回应资本市场要求

气候机遇识别

风险类型	风险内容	影响说明	风险应对
机遇	能源	清洁能源与低排放能源成为市场能源主要需求，增加相关能源类型的使用有利于减少不可再生能源消耗，减少排放	积极探索光伏、风能等清洁能源的使用
	投资	在低碳发展的趋势下，投资者对绿色资产的投资倾向增加	推动绿色工厂的建设，推动绿色可持续发展，彰显长期投资价值

东鹏饮料一直将能源管理作为重点工作，持续推进公司范围内节能降碳工作的进行，我们作为重点用能单位，以能源管理领导小组为统筹，坚持持续完善能源管理体系，实行能源三级管理，建立了完善的能源管理架构及能耗统计系统，开展多角度节能改造项目，将节能工作落到实处。



公司节能降耗项目

节能降耗项目一：节能改造

- 生产线吹干机通过优化吹干机吹嘴装置，可减少吹干机用气点，减少压缩空气使用量；
- 开展低压空压机热能回收利用项目，减少蒸汽使用量，提高蒸汽使用率；
- 通过提高锅炉供气压力，减少蒸汽传输过程中的热能损失，从而提高天然气利用率。

节能降耗项目二：建筑节能

科学合理地确定建筑朝向、平面形状、空间布局、外观体型、间距、层高、选用节能型建筑材料、保证建筑外维护结构的保温隔热等，有利于施工和维护全面应用节能技术措施，最大限度减少建筑物能耗量。

节能降耗项目四：光伏发电

在新建的各生产基地配套建设屋顶光伏太阳能系统，并在现有已投产基地根据实际情况逐步开展相关规划实施工作，以清洁能源代替传统化石能源，改变能源使用模式，助力国家双碳战略。

报告期内，全年度投入使用太阳能光伏项目的工厂有增鹏、华鹏、海鹏、浙鹏、庆鹏五个。

2023年全年发电量达到

11,807.41 兆瓦时

用于自身生产消耗

10,340.71 兆瓦时

减少温室气体排放

8,603.47 吨二氧化碳当量



案例 高压空压机吹瓶压力优化项目

空气压缩机作为公司主要的压缩气供应设备，用于各类气动装置的运行。

2023年，公司进行PET生产吹瓶高压气压力优化，减少高压空压机的高压气压力，降低电量消耗47.5万度。

节能降耗项目三：工艺优化升级

中温湿法线优化升级为干法常温无菌线，使得瓶身消毒由气态双氧水消毒代替湿法线的液态过氧乙酸消毒和无菌水冲洗，减少了无菌水的使用量和加热无菌水的蒸汽使用量。

水资源管理

东鹏饮料严格遵循《中华人民共和国水法》等相关法律法规，不断推进水资源的全方位管控。

公司水资源管理策略	
使用先进工艺生产线、优化产线用水环节	
坚持水足迹全生命周期管理	
自建污水处理站	
减少废水排放	



2023年，公司废水均合规处理并**100%**达标排放。

关键绩效

公司2023年总用水量为

736.56万吨

其中从市政购买新鲜水618.78万吨，回用中水93.32万吨，海鹏使用天然水24.46万吨。

同比2022年，中水回用量增加

120.28%

回用率增加50.47%。

在各生产基地，公司由设备科对水资源消耗进行管理，报告期内，公司采取了多项水资源管理措施，通过技术改造节约生产中的水资源使用，减少废水产生量。

水资源管理措施

针对中温湿法生产线，对洗瓶无菌水压力进行改善，降低产线无菌水洗瓶压力，使得喷嘴流量减少，同时减少洗瓶喷嘴数量，过氧乙酸残留验证合格。

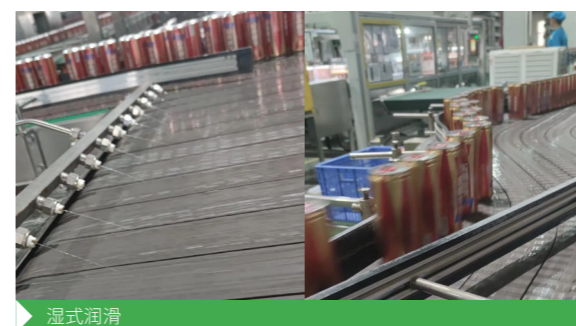
改善后单条产线每天可减少无菌水使用2.1吨

中温湿法线优化升级为干法常温无菌线，使得瓶身消毒由气态双氧水消毒代替湿法线的液态过氧乙酸消毒和无菌水冲洗。

减少了无菌水的使用量

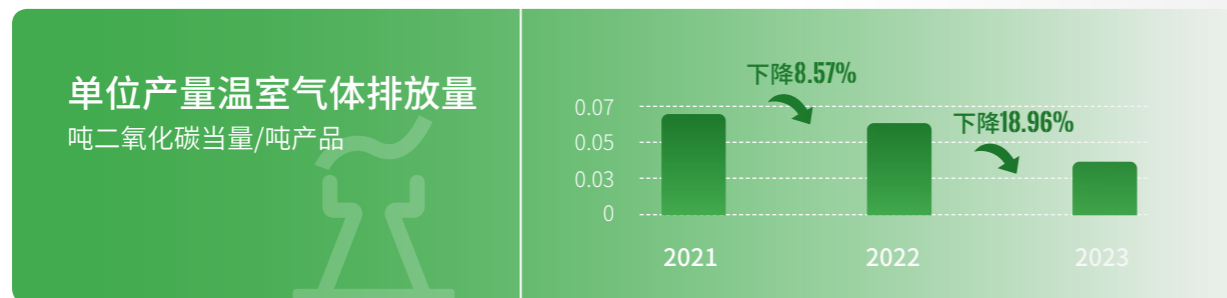
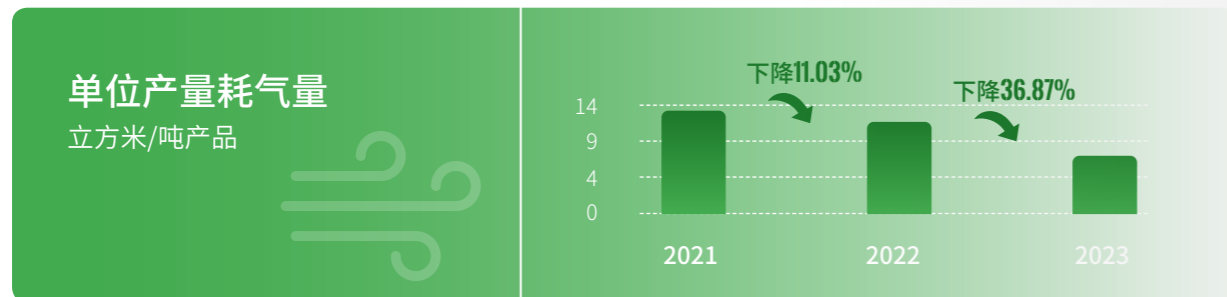
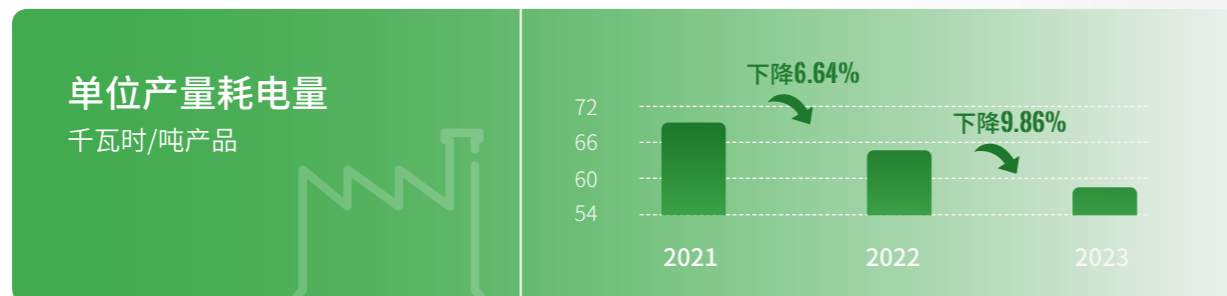
产线后段产品输送链由湿式润滑优化为干式润滑。

减少了自来水使用量



指标	单位	排放量	
温室气体排放（范围一）	吨二氧化碳当量	46,674.09	
天然气消耗量	万立方米	2,158.65	
温室气体排放（范围二）	吨二氧化碳当量	93,291.98	
外购电力消耗量	兆瓦时	158,762.69	
外购蒸汽消耗量	吨	87,347.00	
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	139,966.07	
单位产量温室气体排放量	吨二氧化碳当量/吨产品	0.05	
较2022年同比下降	%	18.96	

公司单位产量耗电量、耗气量、温室气体排放量连续三年下降。



废弃物管理

公司坚持对运营过程产生的各类污染物进行全流程管控，从源头减少污染物的产生，严格把控污染物的排放，确保排放达标。2023年，公司“三废”各项指标排放达标率均为100%。

对于固体废弃物：

对危险废物、一般固体废物、不合格品等处理、贮存、转移建立台账，跟踪并实时记录，确保废弃物100%合规处置。

关键绩效

2023年，公司
一般废弃物处置率

100%

危险废弃物处置率

100%

对一般固体废物：实施垃圾分类	
严格实行垃圾分类管理，各基地内专设分类垃圾站，分类收集、定时转送、妥善处理	
针对具有可回收价值的物料，如废纸箱、废膜等进行集中回收处理，以最大化资源的使用价值，减少废弃物的产生	
对危险固体废物：制定《危险废物管理制度》等规章制度	
•基地产生的危险废物按照危险废物的管理要求分类贮存于危废贮存间，仓储人员填写进入库台账	
•所有危险废物都交由具有危险废物处理资质和运输资质的公司处理	
•各生产基地积极对产生废弃物的环节进行优化，努力减少危险废物的排放	

对于废气

案例

2023年，我司莞鹏两台燃气锅炉进行锅炉低氮燃烧改造，改造后锅炉由检验机构外部检验合格后投入使用，减少了氮氧化物浓度，降低了锅炉废气污染物排放量。



全链碳管理

东鹏饮料关注产业链上下游的碳管理，从包材管理、绿色仓储、绿色物流三个方面探索低碳发展，优化产品设计、采用低碳包装，构建绿色仓储及绿色物流，共同塑造低碳产业链。

包材管理

公司积极探索更环保、更轻量的产品包装，优化包装设计，减少包材使用量。2023年，我们在产品标签、纸箱收缩膜等多种包装材料上寻找更环保的使用方式，推进重量减少专案，致力减少包装材料废弃物的产生。

包装材料循环

材质全部为更环保的PET材料，减少污染。

减少包材使用

推进重量减少专案，2023全年，250ml容量产品收缩膜共节约22,965KG，500ml容量产品收缩膜共节约189,508KG，减少的塑料膜使用总量约212,473KG，减少温室气体排放量507.81吨二氧化碳当量。

250ml容量
产品收缩膜共节约

22,965 KG

减少的塑料膜使用总量约

212,473 KG

500ml容量
产品收缩膜共节约

189,508 KG

减少温室气体排放量

507.81 吨二氧化碳当量

2023年各类材料用量		
分类	细类	用量 (吨)
纸类		70,407.04
塑料类 ^{注6}		391,807.26
金属类		5,426.34
胶水类		428.07

塑料类	83.71%
纸类	1.16%
金属类	0.09%
胶水	15.04%

注6：所有塑料类材料全部为可回收材料

绿色仓储

东鹏饮料将绿色管理的理念融入供应链管理当中，在仓储和物流两个方面持续推进绿色高效改造，将绿色标准作为运营目标。

东鹏饮料在仓储当中，积极探索效率提升，优先采用环保材料，采取多种措施降低资源消耗，减少碳排放。

- 通过仓储智能化建设、推拉器运用、带板运输等整板装车推进，提升仓储作业效率；
- 节约照明时间并采用高效通风设备，有效节约电能；
- 叉车电池由铅蓄电池升级为锂电池，由橡胶轮胎升级为环保轮胎，减少环境污染；
- 存货载体采用共享托盘模式，借势共享经济，推动绿色物流。



案例 智能仓建设提升效率

2023年，公司新增的长沙基地，浙江基地均采用了智能仓，采用仓库+推拉器平台直出的方式，减少叉车在库内移动货物及叉车数量来提高作业效率，减少工作时间，减少叉车工作的碳排放，助力全产品绿色供应链。

2023年智能仓为公司的仓库面积提升近100%，推拉器使用吨数较2022年提升了7.4%，存储量大幅度增加，货物移动高效并减少了货物移动产生的碳排放。



绿色物流

东鹏饮料在物流当中，采用并优化带板运输的方式，增加运输效率，减少碳排放。

案例 推动带板运输

2023年，公司优化了带板运输能力，带板运输比例提升至20.7%。

带板运输吨位较2022年提升了27%，全面提升公司的带板运输能力，降低物流运输过程中的碳排放，助力全产品绿色供应链。



绿色办公

东鹏饮料不断提升全体员工节约资源、保护环境意识，鼓励每个人从身边小事做起，以实际行动践行绿色低碳理念。

节约用纸

通过审批等流程的线上化推动无纸化办公，鼓励用双面打印等方式提升纸张利用率，减少资源消耗。

节约用水

呼吁员工节约用水，在茶水间、洗手间等用水场所张贴节水标语，用水设备发生故障时及时维修，避免水资源浪费。

节约能耗

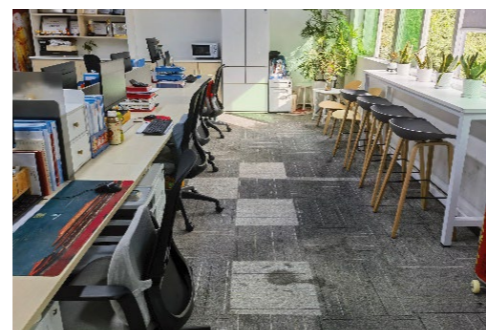
将办公楼的中央空调控制在26°C左右，保障舒适的办公环境并节约用电；督促员工在下班时关闭电脑等设备，办公室无人时及时关灯。

废弃物管理

鼓励员工不使用一次性餐具，改用自带饭盒或公共餐具，减少废弃物产生；在办公区域引导员工合理进行垃圾分类投放。

案例

2023年12月，公司在总部推行办公环境管理，主要从清扫、清洁、整理、整顿、素养、安全6个方面对员工进行宣导，合计组织6场宣导会，呼吁员工重视办公环境，减少不必要的空间、能源、时间浪费，提高员工工作效率，提升办公环境整洁度，绿色办公取得初步成效。

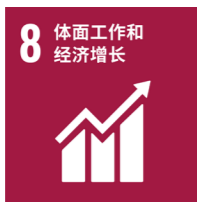


同创共享 相伴员工成长

公司以“为员工搭建事业平台”为使命，严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国社会保险法》等雇佣相关法律法规，确保员工的合法权益得到充分保障。我们致力于营造平等、多元、包容的职场氛围，不断推进人才培养模式的创新，为员工提供多样化的晋升通道和丰富的培训机会，助力员工实现个人价值。同时，我们关心员工的身心健康，努力创造健康、安全的工作环境，并提供完善的福利与关怀措施，与员工共同分享可持续发展的成果。



本章所响应的SDGs



坚守用工原则

多元化招聘

公司以“为员工搭建事业平台”为使命，严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国劳动法》等相关法律法规，建立《招聘与录用管理流程》《薪酬管理流程》《员工奖惩管理流程》《晋升管理流程》等制度，规范化管理招聘、晋升、薪酬、福利等环节。

我们设立海外分公司，开拓国际市场的同时也积极引进外籍员工，充分尊重当地员工的文化信仰和习惯，坚持一视同仁，不因民族、宗教、性别、年龄、国籍等差异区别对待，以一致的流程与标准保障员工的平等权利。我们通过招聘不同国籍、专业、年龄、学历的员工，实现员工队

伍多元化，为公司实施多品类发展战略提供人才，持续提升公司发展的可持续性。在定薪、调薪和各项福利待遇方面实现男女同工同酬，实施公平的薪酬政策，禁止强迫劳动，招聘中严格审核身份信息，明确禁用童工。

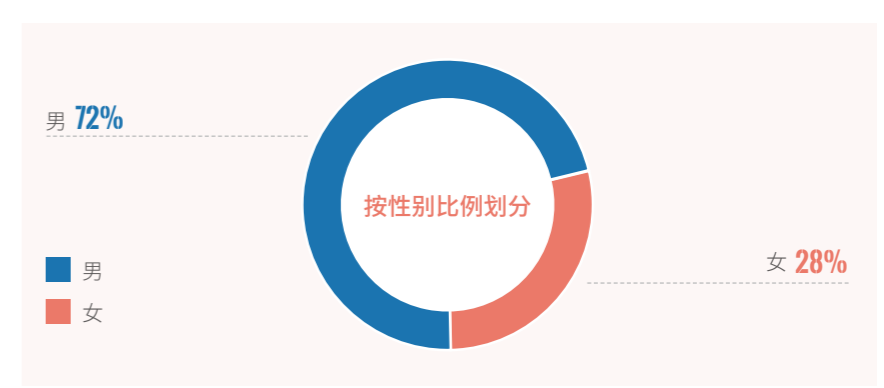
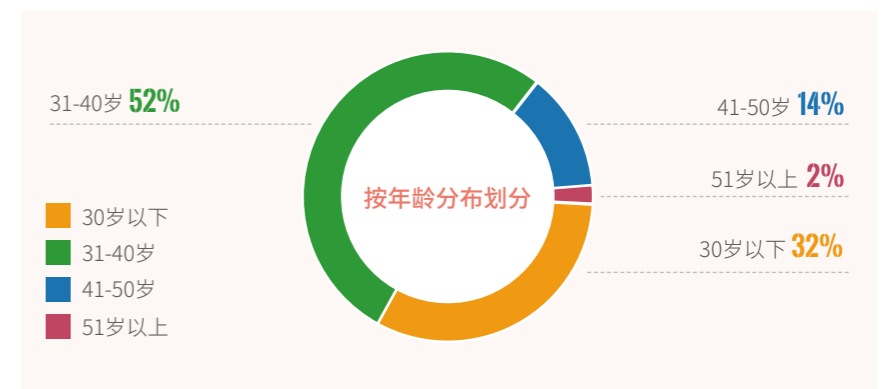
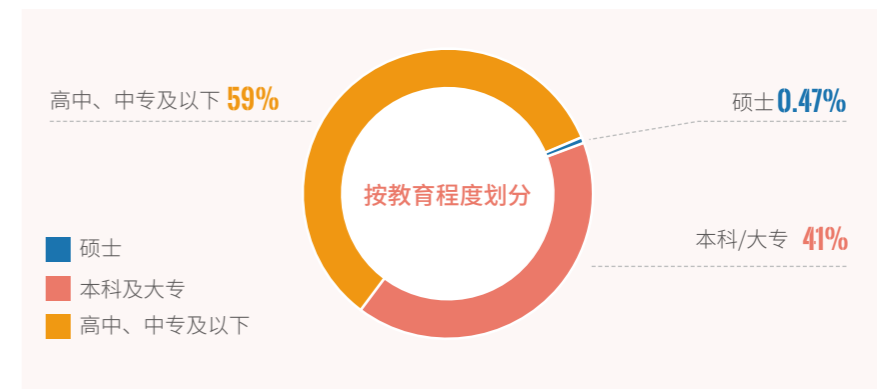
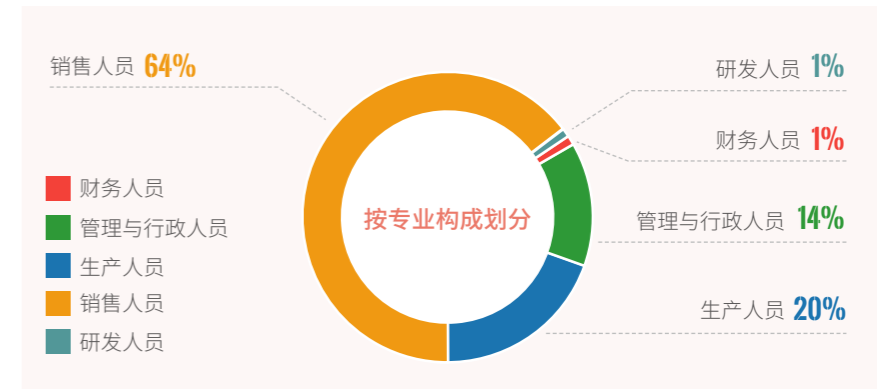
完善的薪酬体系

我们本着“为员工搭建事业平台”的初心，进一步优化薪酬体系，与员工共享企业发展成果。通过对标市场薪酬水平，优化营销人员以增量为核心的薪酬核算机制、推进生产人员计件计薪方式，打造“以价值贡献为核心，兼具竞争力”的薪酬体系。

雇佣人数

2023年东鹏饮料及分子公司
签订合同的员工数量

9,460人
劳务派遣不计入内



荣获2023年度 卓越雇主品牌称号

凭借先进的人才发展战略以及在雇主品牌建设方面的持续努力，公司荣获由中国国际商会商业行业商会人力资源管理专业委员会颁发的《2023年度卓越雇主品牌》称号。

加强员工沟通

制定实施个性化绩效管理制度

2023年，我们继续优化绩效管理体系，通过数字化绩效管理系统，将员工绩效与公司业绩紧密结合，从绩效目标设定、目标审核、指标配置、结果审核、绩效等级评估及绩效复盘形成全流程数字化管理，绩效评定后，由各级负责人进行一对一的面谈，对员工的工作表现、作业指导等进行绩效反馈。同时，设置绩效评定结果确认环节申诉流程，保障员工对于绩效的想法得到有效反馈和及时回复。

建设多渠道沟通平台

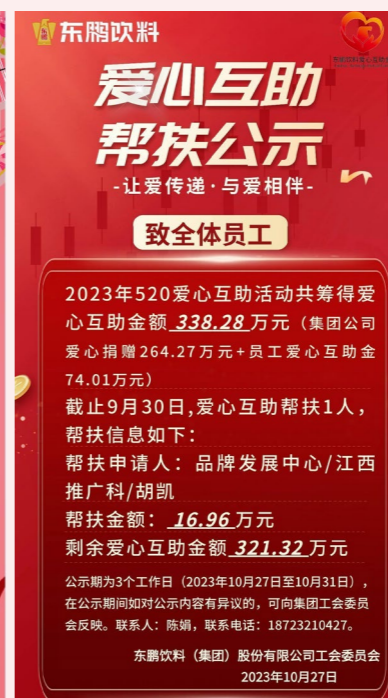
东鹏饮料积极倾听员工声音，设有“集团资讯”“《鹏·博》内刊”“小创新，大改善”三大员工沟通平台，线上线下相结合，以图文、视频等形式，实时、直观的传达公司最新的发展战略和企业文化等信息，广泛听取员工对经营发展、企业文化、团队建设等方面的建议，加强企业内部的沟通和交流，了解员工诉求，提高员工的归属感和幸福感，促进团队建设和员工关系的良好发展。



集团资讯



小创新，大改善
员工建议提报



完善工会制度，设立520“东鹏爱心互助日”

520爱心互助活动
参与人数超

2,000人

筹得爱心互助款项

300+万元

东鹏饮料始终坚持开展民主管理工作，突出员工在公司的主体地位。依据《中国工会章程》《中华人民共和国工会法》，我们不断完善、实施民主管理制度，切实保障广大员工的知情权、参与权、表达权、监督权。由公司工会发起，各单位工会联合响应成立“东鹏饮料爱心互助金”，将每一年的5月20日定为“东鹏爱心互助日”。本着“不让一场疾病压垮一个家庭”的爱心愿景，倡议每一位东鹏员工自愿“捐出一天的工资”，实现守望相助，保障参与互助的员工（含经销商业代）或其配偶、未成年子女，若不幸发生重大疾病导致家庭经济困难的情况时，有一份基本的爱心保障。520爱心互助活动在公司范围内获得大量关注，参与人数超2,000人，共筹得爱心互助款项300+万元，截至2023年底共爱心帮扶2人，帮扶金额34.72万元。未来，东鹏饮料将继续延续这一爱心互助活动，为更多员工及其家庭提供坚实的爱心保障。

相伴员工成长

人才培训体系

我们以“引领企业文化，支撑组织战略，培养一流人才”为使命全面升级人才培训与发展，以“激活组织激活人，为多品类发展提供人才”为核心目标，依托数字化学习平台，构筑更加系统的企业全员培训体系，以业培联动、训战结合的培训发展模式精准赋能，加强人才储备，支撑业务发展需要，以促进组织发展与员工个人职业规划为动力，持续提升员工技能及社会竞争力，不断推进人才培养模式的创新。

营销培训体系

围绕业务痛点,助推销量增长

联合训战

尖刀队

推广内训

分享平台

飞鹏班

直营内训

供应链培训体系

知识转化效益,技能比学赶超

班组长计划

铸盾计划

聚智计划

采购培训

工匠计划

知识竞赛

专业力培训体系

强化专业知识,提升工作技能

辰星内训师计划

管理助理集训营

销售运营部专项

文化大使特训

档案管理专题训

财务启辰计划

领导力培训体系

夯实管理基础,打造人才梯队

继任者系列

管理进阶课

领鹏计划

菁鹏班

管培生项目

一人一课

通用力培训体系

赋能员工职业素养,提升员工通用技能

新鹏计划

东鹏大讲堂

微课大赛

培训项目

27个

线下培训课时

66,044 小时

覆盖

4,440 人

满意度

94.5 分

线上培训总课时数超过

90,000 小时

能力发展项目

领导力体系

开设储备中将训战营(储备总监)、储备少将训战营(储备经理)、新生能量训练营(管理培训生)、菁鹏班(在职新生代),打造完善的梯队人才培养赋能体系。



营销体系

以“联合训战”“推广内训”“尖刀队”“飞鹏班”四大项目精准赋能,覆盖三大营销事业部,三大群体的分层分级的营销培养体系。



供应链体系

以供应链各专业模块能力发展训练为主的打粮食课程体系,帮助所有一线岗位实现“知识”“技能”全覆盖。



专业力体系

以财务团队赋能、企业文化大使培育、档案管理、管理助理技能提升、销售运营赋能等项目为主的职能团队培养体系。



通用力体系

以新人培养、东鹏大讲堂等通用能力培养项目为主的通用知识培养体系,强调培养员工的学习能力、创新思维和团队协作能力。



培训亮点案例：全国营销本部“联合训战”项目

东鹏饮料 东鹏饮料 东鹏饮料 东鹏饮料

林木勤 董事长 东鹏管理学院院长
业务经营的那些重点事情！
英鹏班主讲师
《东鹏的现在与未来》
培训时间 2023年4月

吴喆 西南事业部推广处副总监
业务经营的那些重点事情！
飞鹏班主讲师
《如何整合推广资源 助力业绩增长》
培训时间 2023年3月

郑智勇 华东事业部总经理
业务经营的那些重点事情！
英鹏班知识教练
培训时间 2023年10月

王武艺 华中事业部总经理
业务经营的那些重点事情！
英鹏班知识教练
培训时间 2023年10月



全国营销本部“联合训战”项目有专业且强大的讲师团队，结合内部实战经验，精准开发立学可用实战课程**46门**，以主讲师+知识教练的模式，开展全国拉练，训后实战评比，激励学员刻意练习，精进专案突破能力；两期共练兵近**2,000人**，极大提升干部即战力与长远作战的谋略。

实战课程
46门
两期共练兵近
2,000人

培训亮点案例：供应链“知识竞赛”项目

线上答题PK
2,000余人

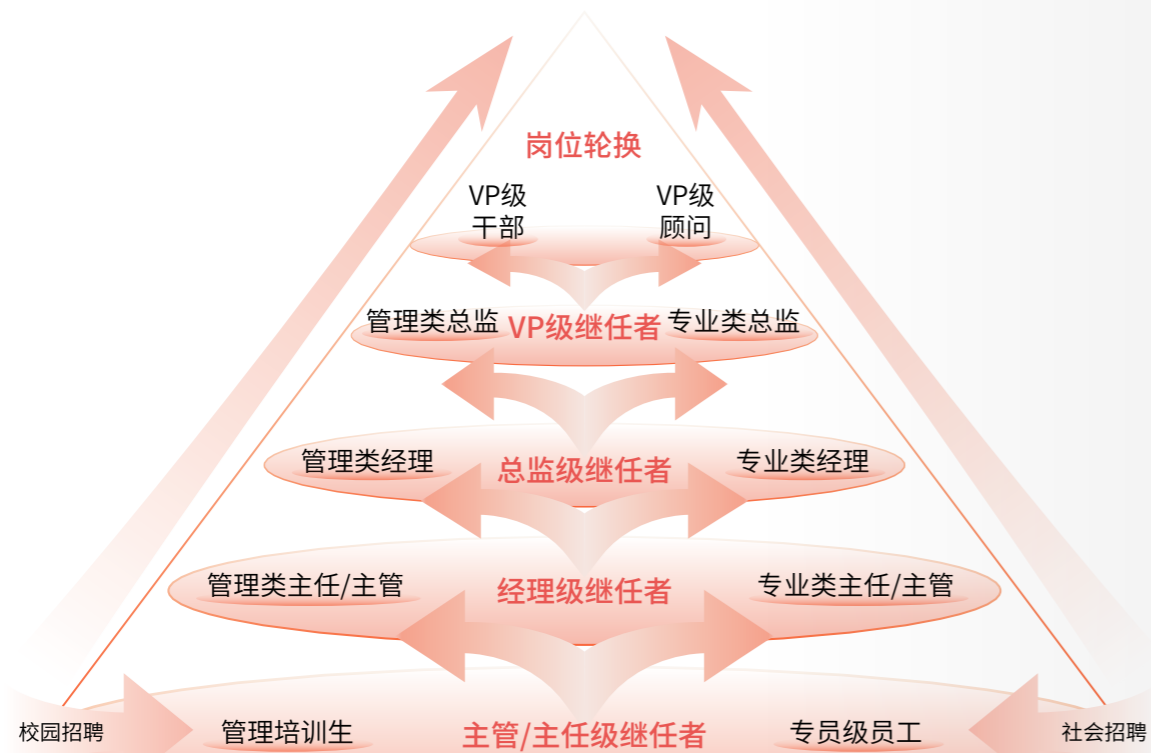
供应链“知识竞赛”项目三大阶段激发全员理论知识提升、技能比学赶超的热情。8支队伍**2,000余人**线上答题PK，答题次数超百万，7大基地现场实操比拼，发现和练就一大批技术能手与标兵。



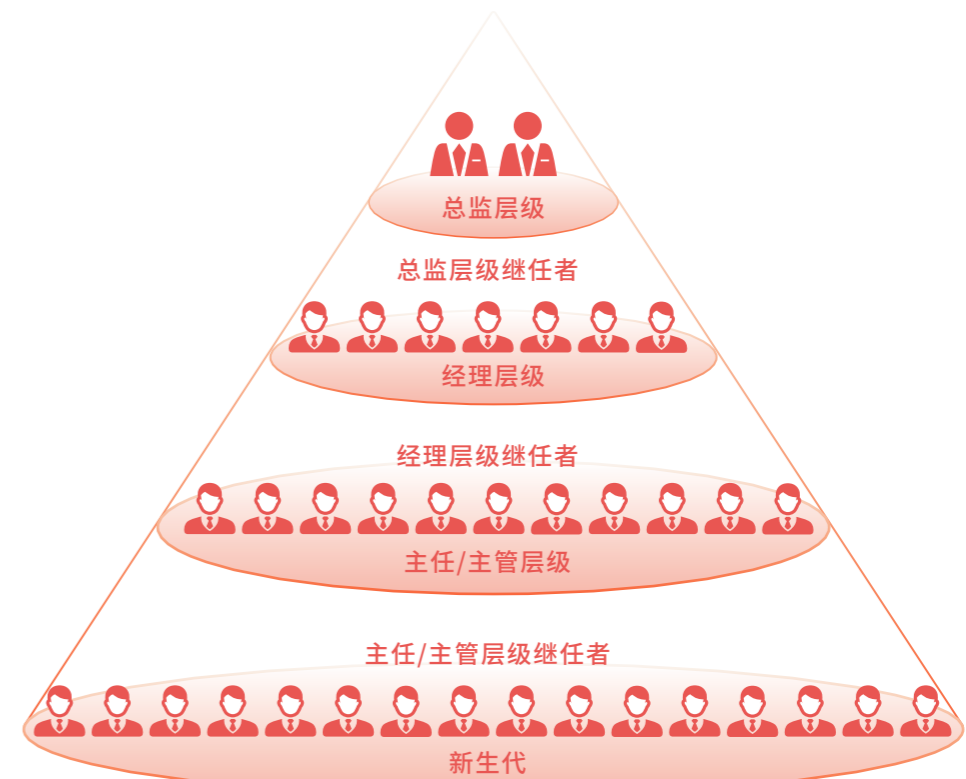
人才发展战略

我们推进“数字化人才甄选体系”，建立一线营销/生产岗位人员数字化测评模型，形成全岗位覆盖的数字化人才测评体系，科学选用人员。同时启动“新生能量”人才发展项目，引入一批高质量的管理培训生，为公司人才发展注入新的活力，打造人才培养新路径；通过人才盘点，厘清内部人才现状，全面展开继任者梯队培养，持续搭建公司四级人才梯队建设，进一步优化轮岗与晋升体系，强化以业绩为导向的晋升与降职制度，推动有“为”才能有“位”的干部流动机制。

员工个人职业发展规划



四级人才梯队



数字化人才测评信息系统



荣誉体系

我们建立完整的荣誉体系，激发员工的创造性和积极性，推动东鹏特色的荣誉管理体系激活组织、激活人。通过集团级荣誉机制激活一批创新团队/项目与集团榜样人物，通过中心级荣誉树立各部门标杆，通过即时荣誉激发全体员工创新工作模式，优化技术工艺，通过创新与改善行动，实现企业和员工共赢。

集团级最高荣誉



集团价值观之星



三大系统最高荣誉



即时荣誉



十大项目荣获“突出贡献奖”

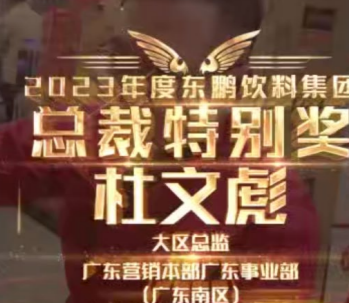
2023年度，东鹏饮料共评选出十大项目荣获“突出贡献奖”，这不仅是对各团队辛勤付出的肯定，更是对东鹏人坚持不懈、追求卓越精神的赞誉。他们无论是在技术创新、市场营销，还是在服务升级、管理优化等方面，都展现出了公司团队的卓越能力和专业素养。



十三名东鹏人荣获“总裁特别奖”

2023年度，有十三名东鹏人坚守初心和使命，用实际行动诠释了榜样的力量。他们在各自的岗位上，用智慧与汗水书写着不平凡的篇章。他们或在业务上锐意进取，为公司创造骄人业绩；或在技术上精益求精，推动公司科技创新；或在服务中热情周到，赢得客户的高度赞誉。他们以实际行动践行了公司的价值观，为公司的发展注入了强大的动力。

杜文彪：勇于开拓、敢于创新，始终秉持着集团“没有任何理由不增长”的信念，以超前的思维为东鹏饮料与新渠道平台打造最佳合作模式，他凭借出色的能力和不懈的努力，持续取得优异的业绩。以“不服输，敢拼敢干”的精神赋能团队，从前端到后台，稳定市场价格和秩序，通过社区电商平台直达消费终端，覆盖广东超100万消费终端。



林超：不畏艰难、潜心钻研，深度调研市场发展情况，做好电解质饮料提前试验及充分准备，确保补水啦产品拥有完整稳定的配方以及市场高度认可的口味，促成新产品的快速推广。他深知饮料研发工作的艰辛和不易，但他始终坚信，只要持续优化产品、关注消费者需求、不断创新和尝试，就一定能得到市场和消费者的认可。

保障安全健康

公司严格按照《安全生产法》《职业病防治法》等相关法律规定，履行安全生产和职业健康管理职责，积极开展安全风险分级管控与隐患排查，始终将员工安全与健康作为职业健康管理的目标，定期组织员工体检，对部分岗位全面进行专项职业病体检并提供相应的全方位保护措施，关注员工身心健康，积极创造舒适安全的工作环境；各工厂已通过职业健康与安全管理认证。



安全生产

- 公司贯彻落实相关生产安全制度，强化安全生产意识，上岗前必须经过生产技能培训及认证；
- 同时各部门必须定期进行安全教育培训，预防和减少安全生产事故发生，保障生命财产安全；
- 2023年度共开展安全生产培训共**185场**，演练**20场**，总参训人数超**8,000人次**。



安全生产培训 **185** 场

演练 **20** 场

总参训人数超 **8,000** 人次

消防灭火实操演练培训

参与培训超

50 人次

部门参与率超

90%

- 公司制定安全生产应急预案，增强风险防范意识；
- 为提高全员安全意识，开展消防灭火实操演练培训，提高自救防范能力，做到在发生火警火灾时，能临危不乱，积极应对、自我保护、确保生命安全；
- 通过理论学习与实操结合，参与培训超**50人次**，部门参与率超**90%**，参训成员训后积极宣导消防知识。



健康保障

办公环境

通过全年定期进行办公区域消毒，每周对公共办公区域消杀，为员工提供干净的办公环境；



身体健康

通过安装AED自动体外除颤器、急救培训等,保障员工身体健康；

心理健康

通过提供心理咨询服务,专业心理老师一对一聊天,缓解压力,保障员工心理健康。



员工关怀与文化建设

公司一直秉承“以人为本”的理念，重视员工关怀和企业文化建设，除年度体检、节日礼品、生日礼金等福利外，从家庭、健康、情绪方面积极开展员工关爱活动，如亲子教育讲座、女性健康课程、中医理疗问诊、心理咨询等活动。

- 成立篮球、羽毛球、游泳三大运动俱乐部，为员工提供丰富的业余活动，有效助力员工健康生活的打造，突显公司健康工作理念。
- 同时为了营造积极、健康、乐观、向上的工作氛围，培养良好的团队合作精神，增强员工归属感和使命感，激发员工热情和创造力，2023年，依托企业文化，发布司歌《东鹏冲冲冲》，集团能量操《助力你的梦想》，并围绕“集团20周年”“女神节”“超‘燃’计划运动打卡”“咖啡文化节”等主题，举办大型活动10余场次，参与人数超25,000人次。



2023年会司歌表演



女神节系列活动——油画创作



向“高”而攀，奔赴200亿登山活动



2023开工活动



超“燃”计划运动打卡



中秋趣味活动



“咖啡文化节”双旦活动

践行责任 秉承公益初心

长期以来，东鹏饮料持续践行企业社会责任，诠释“让爱更有能量”的公益理念，深耕乡村医疗、体育教育等领域，并在洪涝、地震等灾害的紧急救援和重建中冲在前方，帮助需要关怀的群体，秉承公益初心，持续传递“爱的能量”。



本章所响应的SDGs

- 1 无贫穷
- 2 零饥饿
- 3 良好健康与福祉
- 4 优质教育
- 10 减少不平等
- 11 可持续城市和社区

社会捐赠信息

2023年度,公司捐款捐物及公益项目的总投入为

624.80

万元

现金捐赠 370.00

万元

携手姚基金发起“青出于篮”公益计划,捐赠**200**万元

通过海丰慈善基金会捐建便民服务点**50**万元

向“白大褂明日之星奖学金”捐赠**100**万元

支持中石化“易捷微光”公益计划,捐赠**20**万元

物资捐赠价值 254.80

万元

向黑龙江捐赠**救护车等物资**^{注7}

向甘肃地震捐赠价值**52.80**万元产品

向河北洪灾捐赠价值**100**万元产品

联合深圳电台向学校捐赠价值近**2**万元生活物资

汕尾春节慰问“送温暖”活动,捐赠价值**百万余元**米油、饮品等

乡村振兴

携手韩红基金会,支持“百人援龙江”助力乡村医疗

义诊总人数达

15,052

人次

2023年8月,东鹏饮料助力韩红基金会开展“百人援龙江”大型医疗义诊公益活动,在黑龙江沿途开展10场义诊,义诊总人数达15,052人次;为黑龙江捐建3所复明中心,为贫困白内障患者提供免费治疗,并在义诊行动中累计完成257例白内障手术,让更多人重获光明;捐赠20辆救护车,发放到各基层乡镇卫生院,为当地老百姓提供患者转运、医疗巡诊等服务。

作为长期公益战略合作伙伴,东鹏饮料早在2017年便与韩红基金会在提振乡村医疗水平等方面展开合作,并已经第四年支持“百人医疗援助”公益行动,累计为宁夏、云南、陕西、黑龙江捐赠10所爱心急救室、9所复明中心、60辆救护车,为广大乡村基层医务工作者和老百姓带去关爱和救助。

联合姚基金,深化体育+公益可持续模式

自2022年起,东鹏饮料携手北京姚基金公益基金会(简称:姚基金)发起“青出于篮”公益计划,以每年覆盖百所乡村小学的速度,通过捐赠篮球场、篮球架、篮球、球服等硬件设施,以及支持大学生志愿者支教、开展篮球集训和联赛等方式,缓解乡村地区体育设备落后、师资不足、体育活动缺乏的问题。该项公益计划自开展以来,陆续在贵州、江西、四川、湖北等地建设公益篮球场,截至2023年末已累计惠及超**18万**乡村青少年,让孩子们在体育运动中收获自信、感受欢乐,在拼搏与团结合作中建立起积极向上的人生观念。2023年,东鹏饮料向“青出于篮”公益计划捐赠**200万元**。

在杭州亚运会期间,东鹏饮料还联合姚基金组织了“圆梦亚运”公益游学活动,邀请大凉山的孩子前往杭州进行为期三天的参观学习,在篮球观赛、非遗手工、城市游览等丰富的文旅体验中,为孩子们打开一扇通往广阔世界的窗户。

同时,东鹏饮料积极支持及参与中石化“易捷微光”公益计划,捐赠**20万元**助力乡村教师赴杭州观看亚运赛事,以期老师们拓展国际视野,影响和教育更多学生走向精彩的世界。



注7: 东鹏饮料与北京韩红爱心慈善基金会(简称:韩红基金会)战略合作,于2022年捐赠500万元,并于2023年使用。

社会救灾

支持河北灾后重建

2023年8月，河北多地爆发洪涝灾害，东鹏饮料通过中国红十字基金会向河北涿州、霸州、高碑店等地捐赠价值**100万元**的20万瓶东鹏特饮，支持灾区尽快恢复生产生活。除了关注河北灾情以外，东鹏饮料还联合韩红基金会，为黑龙江五常捐赠饮品等物资，支持抗洪救灾工作。



驰援甘肃一线抗震

2023年12月，甘肃积石山县发生6.2级地震，东鹏饮料紧急调动当地物资，向参与甘肃受灾地区救援的消防队伍、武警官兵、其他救援单位以及受灾民众捐赠价值**52.8万元**的12万瓶产品，为持续奋战在抗震一线的救援人员及受灾民众提供能量支持和后勤保障。



捐资助学

设立奖学金支持优秀医科学子

自2020年起，东鹏饮料联合南方医科大学设立“白大褂明日之星奖学金”，连续四年累计捐赠**200万元**，奖励给每年考上南方医科大学本硕博连读的百名优秀学子，为身怀医学梦想的“后浪”加油打气，支持优秀学子努力拼搏，为中国医疗事业薪火相传贡献力量。2023年，东鹏饮料向“白大褂明日之星奖学金”捐赠**100万元**。



为偏远地区捐赠学习及生活物资

2023年4月23日世界读书日，东鹏饮料联合帆书，为云南省宁蒗县第二中学、宁蒗县职业高级中学捐赠“沐光书屋”，包括图书和读书设备，为孩子们点亮一盏阅读之光，让知识更有能量。

东鹏饮料连续三年联合深圳交通电台《伴你同行》节目开展扶贫助学活动。2023年，东鹏饮料为梅州市梅县南镇荷泗中心小学捐赠价值近**2万元**的校服、保温水壶等学习用品和生活物资，提供给全校165名学生、28名教师，鼓励同学们不忘初心、好好学习，以实际行动改善偏远地区教育现状。



人群关怀

关注特殊群体，护航候鸟成长

东鹏饮料携手深圳市关爱办发起2023年“关爱新业态劳动者——小候鸟广深游学”东鹏饮料研学专场活动，对于在深圳工作的新就业形态劳动者，邀请其子女参与活动，通过一系列特色游学和优秀文化艺术鉴赏体验，为孩子们提供健康、快乐、有意义的暑期社会实践，寓教于乐，启发孩子们全面成长。



开展春节慰问，帮扶困难人群

东鹏饮料连续多年联合广东汕尾红海湾经济开发区民政局，发起春节慰问“送温暖”活动，每年为红海湾区域城乡低保对象、孤儿、建档贫困人员等捐赠价值百万元的现金及米面油等生活物资，多年来已累计惠及万余户贫困家庭。本次春节送温暖活动，公司捐赠价值百万余元米油、饮品等。



改善景区设施，惠及社区群众

2023年，东鹏饮料通过“海丰县慈善会”捐赠50万元，用于捐建景区的便民服务站，改善景区基础建设，为广大市民提供便利。



未来展望

2024年是深入实施“十四五”规划的攻坚之年，也是东鹏饮料继续努力与拼搏的又一个实干之年。我们将继续秉持“为消费者提供健康功效饮品，为员工搭建事业平台，为股东创造合理回报”的企业使命，做永葆初心的奋斗者；我们将继续围绕品质研发、低碳环保和社会公益等角度，做长期主义的坚守者，力求与利益相关方携手探索更加可持续发展的新格局。

永葆初心的奋斗者



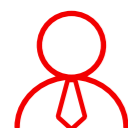
为消费者提供健康功效饮品

我们将积极保障消费者合法权益，畅通消费者沟通渠道，致力于提供更加优质的服务，为消费者带来更好的服务体验，一如既往地为消费者提供健康功效饮品。



为股东创造合理回报

我们将继续坚持与投资者共生发展，积极听取投资者的意见、建议，通过科学决策和有效管理创造持续增长的市场价值。同时积极开拓市场，不断发展业务，推动企业不断稳固壮大，以高速发展回馈广大投资者对东鹏饮料的信任与支持，实现投资者和企业利益的双赢。



为员工搭建事业平台

我们将继续坚持平等雇佣，持续完善用工制度和薪酬福利体系，畅通内部沟通渠道，努力营造公平公正、健康安全的职业发展环境，助力员工获得可持续的职业发展，最大程度提升员工在企业的幸福感、获得感。

长期主义的坚守者



坚持品质与研发

我们将建立更加严格的质量管理体系，确保以高标准、严要求把关每一个环节，为消费者提供品质卓越的健康饮品。同时，我们将保持对智能化趋势的敏锐洞察，以创新的数字化平台建设作为持续提升竞争力新引擎。



持续低碳运营

我们将以实际行动减少碳排放，降低能源消耗，通过优化生产流程和采用可再生能源等措施，不断改善我们的运营方式，以实现对环境的积极贡献。其次，我们将加强资源循环利用，实施废弃物资源化处理，减少对自然资源的消耗和污染，为守护蓝天净土、生态文明建设贡献力量。



投身社会公益

我们将继续发扬企业公民的精神，积极履行社会责任，持续加大对乡村振兴、社会救灾、捐资助学等领域的投入，积极参与社会公益项目，为改善社会弱势群体的生活条件和促进社会公平贡献民族品牌力量。

附录一：指标索引

报告章节	《全球可持续发展报告标准》 (GRI Standards)	《中国企业社会责任报告指南 (CASS-ESG 5.0)》
关于本报告	2-2,2-3	P1.1-1.3
董事长致辞	2-22	P2.1-2.2
关于东鹏饮料	数说 2023	2-7,201-1,203-2,302-3,305-4
	企业概况	2-1,2-6,2-9
	聚焦 2023	—
可持续发展管理	可持续发展工作机制	2-13,2-14
	可持续发展目标	—
	利益相关方沟通	2-29
	实质性议题分析	3-1,3-2
高效治理 筑牢合规基石	治理结构	2-10,2-12,3-3,201-1
	信息公开	3-3
	党政建设	—
	合规运营	2-26,3-3
	反舞弊与反腐败	3-3,205-2
	信息安全	3-3
品质创新 释放发展动能	追求卓越品质	3-3,416-1,417-1
	创新赋能发展	3-3
	供应链管理	3-3,414-1
	经销商协作	—
	消费者服务	3-3,417-1
锚定低碳 促可持续发展	环境管理体系	3-3,307-1
	应对气候变化	3-3,302-1,302-3,302-4,302-5,305-1,305-2,305-5
	水资源管理	3-3,303-1,303-3,303-4,303-5
	废弃物管理	3-3,306-1,306-2
	全链碳管理	3-3,301-3,302-4,302-5
	绿色办公	3-3,302-4,302-5
同创共享 相伴员工成长	员工雇佣	2-7,3-3,401-1,405-1
	员工沟通	407-1
	培训与发展	3-3,404-1,404-2
	健康与安全	3-3,403-5,403-6
	员工关怀及文化建设	3-3,401-2
践行责任 秉承公益初心	乡村振兴	203-1,203-2
	社会救灾	203-1,203-2
	捐资助学	203-2
	人群关怀	203-1,203-2
未来展望	2-22	A1
附录	305-7	A4

附录二：法律法规一览表

公司遵守的可持续发展相关法律法规	对应报告章节
《中华人民共和国公司法》	高效治理，筑牢合规基石
《中华人民共和国证券法》	
《上市公司治理准则》	
《上海证券交易所股票上市规则》	
《中华人民共和国反不正当竞争法》	
《企业内部控制基本规范》	
《上海证券交易所上市公司内部控制指引》	
《中华人民共和国广告法》	品质创新，释放发展动能
《中华人民共和国食品安全法》	
《中华人民共和国产品质量法》	
《中华人民共和国专利法》	
《中华人民共和国著作权法》	
《中华人民共和国消费者权益保护法》	
《中华人民共和国广告法》	锚定低碳，促可持续发展
《中华人民共和国环境保护法》	
《中华人民共和国环境影响评价法》	
《中华人民共和国水法》	
《中华人民共和国大气污染防治法》	
《中华人民共和国水污染防治法》	
《中华人民共和国环境噪声污染防治法》	
《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》	
《建设项目环境保护管理条例》	
《建设项目竣工环境保护验收管理办法》	
《中华人民共和国公司法》	同创共享，相伴员工成长
《中华人民共和国劳动法》	
《中国工会章程》	
《中华人民共和国工会法》	
《中华人民共和国安全生产法》	
《中华人民共和国职业病防治法》	
《中华人民共和国劳动合同法》	
《中华人民共和国社会保险法》	

附录三：其他环境信息

2023年增鹏排污信息

类别	主要污染物名称	排放浓度	环保设施	处理能力	处理效果
废水	化学需氧量	40mg/L	污水处理站	600吨/天	达标
	氨氮	0.48mg/L			
噪声	二氧化硫	ND	集中高空排放	—	达标
	氮氧化物	30mg/L			
废气	噪声	昼间57.5dB(A)	隔墙、绿化	—	达标
		夜间57.9dB(A)			

注：1. 增鹏指广州市东鹏食品饮料有限公司，为东鹏饮料子公司，是公司唯一的重点排污单位。

2. 报告期间，增鹏拥有正常运行的环保设施，污染物排放情况达标。增鹏废水处理采用“一级气浮+A/O+MBR膜过滤”处理工艺，废水处理设施全天候稳定运行；锅炉使用清洁能源天然气为原料，锅炉烟气经烟囱收集后高空排放，二氧化硫、氮氧化物等排放指标稳定达标；废水、废气排放方式为集中排放。
3. 公司拥有污水在线检测设备，能实时监测并记录污染物的排放指标情况，增鹏自2018年起委托具有检验检测机构资质的第三方环境检测机构每季度进行一次三废检测。
4. 增鹏已获得节水型企业认证。
5. 公司《突发环境事件应急预案》于2021年11月24日备案成功，备案编号：341172-2021-005-L。

除增鹏外，2023年其他主要生产基地（非重点排污单位）污染物排放情况

基地名称	类别	主要污染物名称	排放浓度	环保设施	处理能力	处理效果
莞鹏	废水	化学需氧量	50mg/l	污水处理站	500吨/天	达标
		氨氮	0.447mg/l			
	废气	二氧化硫	3.37mg/m ³	集中高空排放	—	达标
		氮氧化物	11.02mg/m ³			
	噪声	噪声	昼间65dB(A)	隔墙、绿化带	—	达标
			夜间55dB(A)			
华鹏	废水	化学需氧量	25mg/l	污水处理站	600吨/天	达标
		氨氮	0.413mg/l			
	废气	二氧化硫	ND	集中高空排放	—	达标
		氮氧化物	42mg/m ³			
	噪声	噪声	昼间55-64dB(A)	隔墙、绿化带	—	达标
			夜间45-49dB(A)			
桂鹏	废水	化学需氧量	44mg/l	污水处理站	390吨/天	达标
		氨氮	0.695mg/l			
	废气	二氧化硫	1.56mg/m ³	集中高空排放	—	达标
		氮氧化物	86mg/m ³			
	噪声	噪声	昼间66.15dB(A)	隔墙、绿化带	—	达标
			夜间53.80dB(A)			
徽鹏	废水	化学需氧量	121.00mg/l	污水处理站	1500吨/天	达标
		氨氮	1.95mg/l			
	噪声	噪声	昼间47.00dB(A)	隔墙、绿化带	—	达标
			夜间44.50dB(A)			
庆鹏	废水	化学需氧量	161.77mg/l	污水处理站	600吨/天	达标
		氨氮	2.94mg/l			
	废气	二氧化硫	<3mg/l	集中高空排放	—	达标
		氮氧化物	26mg/m ³			
	噪声	噪声	昼间54dB(A)	隔墙、绿化带	—	达标
			夜间47.5dB(A)			
海鹏	废水	化学需氧量	24mg/l	污水处理站	5吨/天	达标
		氨氮	0.36mg/l			
	噪声	噪声	昼间<58dB(A)	隔墙、绿化带	—	达标
			夜间<48dB(A)			

注：1. 上述各基地全称如下：莞鹏指广东东鹏维他命饮料有限公司；华鹏指广东东鹏饮料有限公司；桂鹏指南宁东鹏食品饮料有限公司；庆鹏指重庆东鹏维他命饮料有限公司；徽鹏指安徽东鹏食品饮料有限公司，海鹏指东鹏饮料（集团）股份有限公司海丰云莲天然水厂，浙鹏指浙江东鹏维他命饮料有限公司。

2. 上述各基地均无超标排放情况，废水、废气的排放方式均为集中排放，环保设施均正常运行。
3. 浙鹏基地处于试生产阶段，正在进行环验收当中，2023年未进行三废检测。
4. 海鹏基地仅处理生活污水。
5. 桂鹏、莞鹏、徽鹏、华鹏已完成节水型企业认证。



东鹏饮料(集团)股份有限公司

股票代码 605499



东鹏饮料2023年度可持续发展报告

由东鹏饮料董事办编制