



2024

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十七份可持續發展年度報告，本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 57 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，2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期間各項可持續發展實踐。基於報告的延續性和對比性，部分數據和信息不局限於 2024 年。

編製依據

本報告依據上海證券交易所《上市公司自律監管指引第 14 號——可持續發展報告（試行）》、香港交易所《主板上市規則》附錄 C2《環境、社會及管治報告守則》要求，並參考《全球報告倡議組織 (GRI) 標準 2021》、國務院國資委下發的《央企控股上市公司 ESG 專項報告參考指標體系》等相關要求編製。

編製原則

報告內容的選取過程中，青島啤酒遵循重要性、量化、一致性、平衡性、準確性、可鑒證性、可比性、清晰性、時效性原則，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、員工、社區以及商業夥伴等方面的可持續發展責任。

重要性

公司識別出投資者等利益相關方關注的與經營相關的重要性議題，作為本報告匯報重點。本報告中對重要性議題的匯報同時關注公司生產運營涉及的行業特徵以及所在地區特徵。重要性議題的分析過程及結果詳見本報告「重要性議題分析」章節。同時，本報告對環境、社會和公司治理方面可能對利益相關方產生重要影響的事項進行重點匯報。

量化、可比性、一致性

本報告披露關鍵數據績效指標，部分重點披露數據涉及三年歷史數據。本報告對指標的統計及披露方式保持一致，以便利益相關方進行分析，評估公司 ESG 績效水平發展趨勢。

準確性、可鑒證性

本報告盡可能確保信息準確。其中，重點數據聘請第三方鑒定單位進行進一步的核算，以保證披露信息的內容不會對信息使用者造成誤導性影響。報告內容並經董事會審議通過，不存在虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏。

清晰性

本報告發佈版本包括簡體中文、繁體及英文版本，便於各投資者群體閱讀了解。本報告中包含表格、圖形等信息，便於利益相關方更好地理解報告中文字內容。為便於利益相關方更快獲取信息，本報告提供目錄及 ESG 指標索引表。

時效性

本報告為年度報告，與公司年度財務報告一同發佈，為利益相關方決策提供及時的參考。

指代說明

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

發佈方式

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



目錄

董事長致辭	02
可持續發展指標	04
關於我們	06

合規穩健運營	08
環境、社會及管治管理	09

01



121年只為釀造好啤酒

食品安全與質量	14
產品全過程管理	17
為生活創造快樂	22

02



為了更美好的世界

應對氣候變化	33
水資源管理	42
能源管理與高效利用	46
包裝與廢棄物	48
綠色發展	51

03



給奮進者舞台 為成就者喝彩

職業健康與安全	56
權益與保障	58
員工成長與創新文化	62
員工關愛	69

04



共創社會價值

可持續供應鏈	74
關愛社會	79

2024年青島啤酒榮譽(部分)	85
第三方評價	86

ESG指標索引	88
您的反饋	92



董事長致辭

121 載歲月悠悠，青島啤酒長盛不衰，依靠的是一代又一代青啤人矢志不渝的堅守。堅守「為生活創造快樂」的企業使命，秉承「好人釀好酒」的百年世訓，憑藉「守正創新」的核心價值觀，持續不斷創新變革，確保企業行駛在正確的航道上，歷經百年風雨，依然勇立潮頭。

創新 鍛造可持續發展韌性

2024 年，我們在與時代特徵的深度互動中，用百年匠心持續築牢質量根基，將對品質的執着追求融入每一滴酒液之中；以多維「煥新」不斷突破既有邊界，用實幹與實踐的磨礪，錘煉出支撐企業行穩致遠、跨越週期的可持續發展韌性與能力，打造價值共享的蓬勃生態。

躍升可持續發展「含新量」

厚植高質量發展優勢，以科技創新為引領打造系統性創新引擎。青島啤酒發揮企業創新主體作用，2024 年公司一項關鍵技術榮膺國家科學技術進步二等獎，作為中國啤酒行業唯一且四度獲此殊榮的企業，引領行業不斷探索、勇攀高峰。新建研發中心投入運營，與全球創新鏈、產業鏈、供應鏈的合作不斷拓展，為企業創新注入強勁動力。

我們加快產品創新，上市奧古特 A 系列、桂花白啤等新品；加快推進高端生鮮產品即時零售智慧運營，精品原漿和水晶純生在 24 座城市實現新鮮直送。此外，積極催生消費新業態，融合線上線下，開展直播帶貨、電商

專屬定制等，打造便捷多元消費體驗。通過以新提質，企業經營效率和可持續發展能力不斷提升，取得了良好的經營業績。

躍升可持續發展「含智量」

青島啤酒積極推動數字經濟和實體經濟深度融合，通過數字化智能化轉型，持續提升價值創造能力，推動傳統產業提質增效。近年來，運用一系列新理念、新技術、新手段不斷深化升級傳統製造，驅動生產要素的創新性配置，推進以高端化、智能化、綠色化、集群化為主攻方向的產業升級，百年青啤高質量發展根基愈發堅實。

在營銷數字化轉型上，通過渠道數字化及消費者在線化，打通線上線下多元消費場景，成功搭建起與終端、消費者之間緊密且精準的溝通橋樑。同時，持續完善數字化職能與組織、升級流程框架、構建數據管理體系，數字化底座更加堅實。我們站在時代前沿開闢新領域新賽道，成立青島九源科技有限公司進軍數字科技產業領域，構建企業數字生態圈，夯實企業可持續發展的數字動能。



躍升可持續發展「含綠量」

科技賦能綠色轉型，向綠而行「碳」新路。繼獲評全球食品飲料行業首家燈塔工廠之後，2024 年青島啤酒廠再度進階「可持續燈塔工廠」，為全球食品飲料行業樹立綠色發展標桿。濟南公司、隨州公司等成為首批碳中和工廠，國家級綠色工廠 23 家，居啤酒行業首位，入選國務院國資委「國有企業社會責任·先鋒 100 指數」。

此外，青島啤酒積極探索傳統製造業綠色發展新模式、新路徑及全價值鏈的可持續發展，發揮龍頭企業帶動作用，「鏈」動產業鏈上下游開展節能、減排、降碳行動，打造高效生態綠色產業集群。此外，我們踴躍投身公益事業，圍繞鄉村振興、黃河流域生態保護、抗災、扶貧、助學等開展了一系列卓有成效的行動。

匠心「築」根基，創新「贏」未來，實幹「啟」新程。2025 年，我們將持續以科技創新為引領，通過一系列系統性創新舉措，打造高效協同的創新生態。我們始終堅信，憑藉持之以恆的「守正創新」，定能鑄就更為堅韌的可持續發展能力，為消費者奉獻更多更好的產品與服務，為社會創造更多共享價值，為地球增添一抹綠色發展的亮色。讓我們攜手共進，共創可持續發展的美好未來！

青島啤酒股份有限公司

董事長、總裁



可持續發展指標

經濟責任

公司歷年來重視對投資者的回報，累計 28 年現金分紅（自 1993 年上市以來至 2023 年）**155.77** 億元

2024 年銷售量

753.80 萬千升

2024 年歸屬於母公司股東的淨利潤

43.45 億元

2024 年每股社會貢獻值

11.327 元

2024 年營業收入

321.38 億元

2024 年每股收益

3.191 元





環境責任

2024年新增國家級
綠色工廠

3家

累計國家級
綠色工廠

23家

國家級綠色工廠
數量居啤酒行業首位

累計無廢工廠

14家

累計
碳中和工廠

2家

2024年使用
可再生能源電力工廠

53家

2024年可再生能源
電力使用佔比

80%

2024年 100% 可再生
能源電力使用工廠

32家

2024年溫室氣體排放總量
(範圍1+2)較2023年降低

13.9%

2024年溫室氣體排放密度
(範圍1+2)較2023年降低

11.8%

2024年溫室氣體排放總量
(範圍1+2+3)較2023年降低

7.2%

2024年溫室氣體排放密度
(範圍1+2+3)較2023年降低

4.9%

2024年啤酒生產單位產品
耗水量較2023年降低

2.3%

2024年啤酒生產單位產品
綜合能耗較2023年降低

2.5%



社會責任

2024年對外捐贈、
公益投入

128.72萬元

支持殘疾人事業
累計捐助

246萬元

青啤獎學金
累計捐助學生

2,048人

青啤獎學金
累計捐贈金額

620萬元

2024年員工關愛
基金捐款

61.89萬元

2024年員工培訓
覆蓋率

100%

員工人均
培訓時長

54.1課時

2024年救助重
大疾病員工

20人

2024年共完成數字化
課程學習

301,900人次

2024年救助重大疾病
員工支出

65.05萬元



關於我們

公司簡介

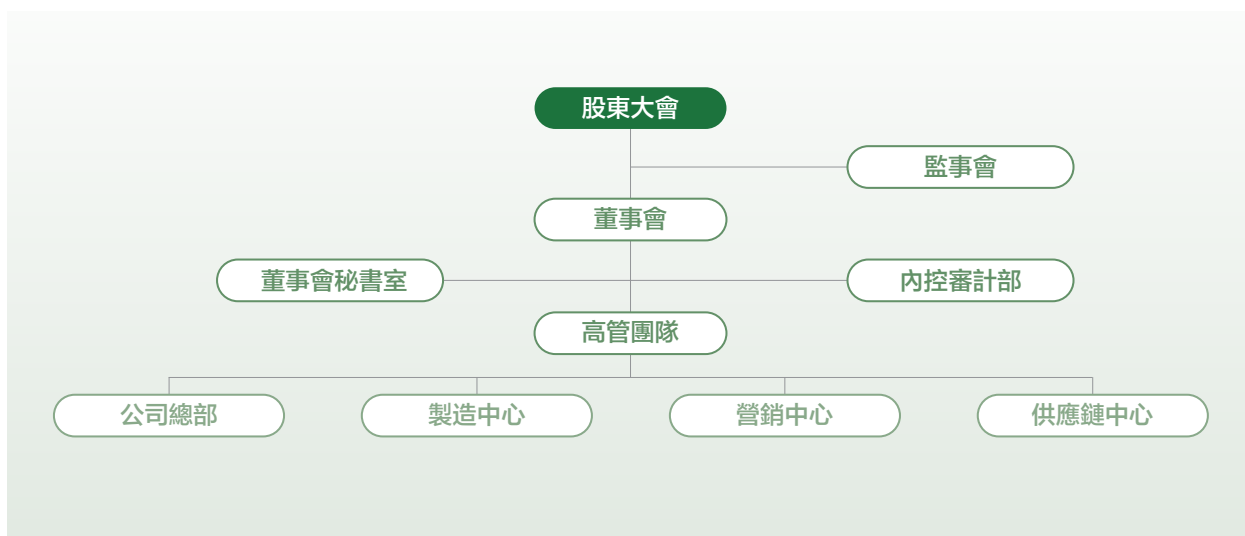
青島啤酒始建於 1903 年，是中國歷史悠久的啤酒製造廠商。於 1993 年在上海和香港兩地上市，是中國內地第一家在香港上市的企業，在國內擁有 57 家全資和控股的啤酒生產企業，及 2 家聯營及合營啤酒生產企業，規模和市場份額居國內啤酒行業領先地位。產品遠銷 120 多個國家和地區，是國際市場上最具知名度的中國品牌之一。作為 2008 年北京奧運會與北京 2022 年冬奧會官方贊助商，青島啤酒目前品牌價值 2,646.75 億元，位列世界品牌 500 強。

建黨 100 週年之際，青啤公司黨委榮獲「全國先進基層黨組織」榮譽稱號；公司依託擁有的中國釀酒行業唯一的啤酒生物發酵工程國家重點實驗室，近年來構建了以科技創新為引領的全局性、系統性創新引擎，圍繞以科技創新為引領的產品創新、渠道創新、場景創新、品牌創新和可持續發展創新。榮獲啤酒行業僅有的 4 項國家科學技術進步獎二等獎；創建的「基於數字化端到端解碼的魅力感知質量管理模式」，榮獲全國企業管理現代化創新成果一等獎；青島啤酒廠獲評全球首家啤酒飲料行業工業互聯網「燈塔工廠」、全球首家食品飲料行業「可持續燈塔工廠」；多次榮獲國家質量獎，中國質量獎提名獎，產品在國內外評酒賽上屢獲歐洲啤酒之星大獎、世界啤酒錦標賽金獎、布魯塞爾啤酒挑戰賽金獎、亞洲國際啤酒大賽金獎、天祿獎、青酌獎。入選國務院國資委「國有企業數字化轉型試點企業」名單、獲評工信部 2023 年度智能製造示範工廠揭榜單位、優秀場景、2023 中國工業碳達峰「領跑者」、2023-2024 年連續入選國有企業上市公司 ESG · 先鋒 100 指數。

青島啤酒以「為生活創造快樂」為使命，秉承「好人釀好酒」的百年世訓，守正創新、行信致遠，致力於打造「成為擁有全球影響力品牌的世界一流企業」。

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治理結構，致力於治理結構的規範運行，及時、準確披露公司經營狀況和重大事項等信息。截至 2024 年 12 月 31 日，青島啤酒股份有限公司第十屆董事會共有董事 7 人，其中執行董事 3 人、獨立董事 4 人（包括女性董事 1 人）；第十屆監事會共有監事 5 人，其中外部監事 2 人、職工監事 3 人（包括女性監事 2 人）。公司在國內上市公司中率先建立了外部董事佔多數的董事會架構。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、市場營銷等方面的專業經驗。



根據中港兩地證券監管法律法規和上市地上市規則的變化，公司於 2024 年 1 月下旬召開了臨時股東大會，對《公司章程》及三會議事規則按照最新證券監管法規和上市規則進行全面修訂，同時，根據獨立董事監管新規及《公司章程》的修訂，也系統性地對《青島啤酒股份有限公司獨立董事制度》《青島啤酒股份有限公司董事會審計與內控委員會工作細則》《青島啤酒股份有限公司董事會提名與薪酬委員會工作細則》《青島啤酒股份有限公司董事會戰略與投資委員會工作細則》進行了配套修訂，進一步明確各董事會專門委員會的主要職責。

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

2024 年，公司召開業績說明會，公司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。

獲得資本市場榮譽

2024 年，公司憑藉在治理規範、信息披露和投資者關係管理等方面工作的卓越表現，獲得了一系列的獎項：



獲評中國上市公司協會 2023 年上市公司投資者關係管理最佳實踐



榮獲中國證券報 2023 年度上市公司金牛獎金信披獎



榮獲證券時報主板上市公司價值百強、功勳董秘獎



榮獲中國上市公司協會 2024 上市公司董事會優秀實踐、上市公司董事會辦公室最佳實踐



榮獲青島上市公司協會 2024 年度投資者保護工作先進單位



合規穩健運營

風險控制與管理

公司將 ESG 的標準和要求融入內控體系中，確保 ESG 的目標和策略得到有效執行，通過加強各相關職能部門的溝通與協同，共享 ESG 相關的數據和信息，評估 ESG 風險的變化趨勢和潛在影響，確保公司合規、可持續發展。

公司制定了《風險管理制度》和《風險評估流程》等相關內容。2024 年修訂了《風險評估流程》，將 ESG 涉及的風險納入風險評估的範圍，並細化了風險評估的工具和方法，公司結合 ESG 風險評估的結果，制定 ESG 戰略和管理優先事項，以應對內外部的 ESG 風險和機遇，確保戰略和實踐與企業的長期目標保持一致。

2024 年，公司組織開展了氣候風險專項風險評估，識別影響公司可持續發展的相關風險與機遇，通過制定相關政策、程序和控制措施，將風險控制在公司可接受的範圍內，應對因氣候變化、污染物排放等導致的風險。同時，按照 ESG 報告要求披露 ESG 風險相關信息。

公司相關職能部門每年不低於一次組織對 ESG 風險管理體系的有效性進行評價，以確保該體系的健全和有效運行。

商業道德與合規

公司嚴格執行《中華人民共和國憲法》《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國監察法實施條例》，並落實《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國反洗錢法》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；對安全生產、

食品安全等重點領域發佈專項合規指引；落地各項合規管理運行機制，建立法律法規識別轉化評價機制；持續加強合規管理隊伍建設和合規文化宣貫，提升全員合規意識與技能。公司發佈競爭領域合規指引，建立競爭領域合規風險清單，定期對相關風險進行評估，公平參與市場競爭。

公司在本報告期內無因不正當競爭行為導致的訴訟或重大行政處罰，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。

知識產權保護

青島啤酒遵守《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國著作權法》等知識產權相關法律法規，修訂完善《知識產權管理制度》等內部

制度，持續運行知識產權合規管理體系，規範公司商標、專利、著作權等知識產權的確權、維護與使用，並避免侵犯他人的知識產權，為公司高質量創新發展提供保障。



環境、社會及管治管理

董事會 ESG 聲明

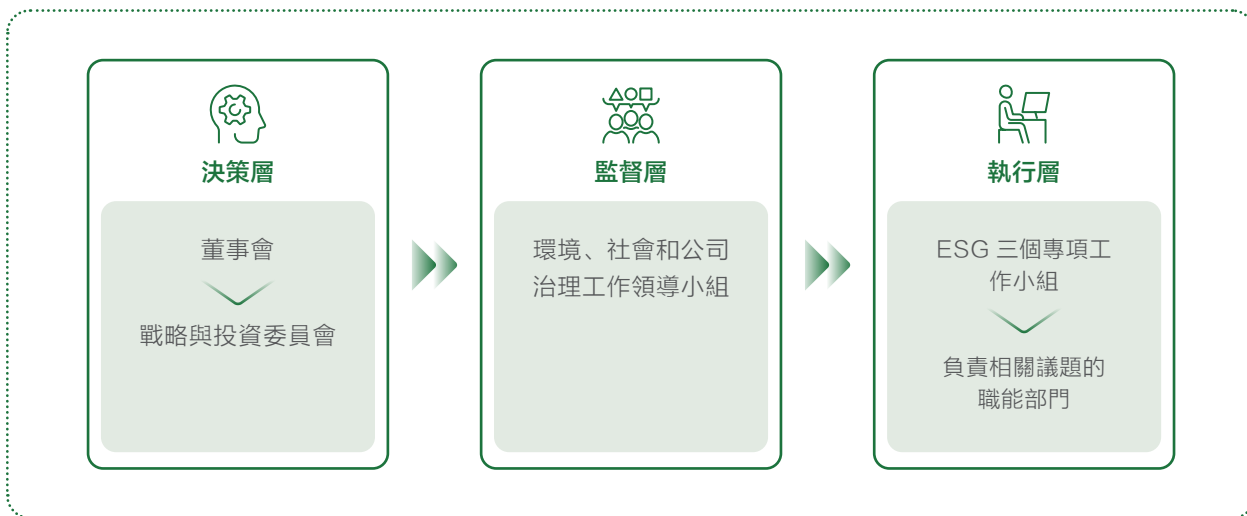
青島啤酒高度認同環境、社會及管治 (ESG) 對公司長久穩健經營的重要性。本公司及董事會遵循中國證監會《上市公司治理準則》及上海證券交易所《上市公司自律監管指引第 14 號——可持續發展報告（試行）》、香港交易所《主板上市規則》附錄 C2《環境、社會及管治報告守則》的各項要求，構建了職權清晰、分層管理、權責明確的「決策層－監督層－執行層」三級 ESG 管治架構，持續加強董事會在公司 ESG 事務中的監督與參與力度，積極主動將 ESG 融入公司發展戰略、重大決策與生產經營，建立了有效的 ESG 管理機制和治理機制。

決策層：董事會設立戰略與投資委員會，對公司環境、社會和公司治理相關政策和策略進行審閱，確保其符合法律、法規和標準；青島啤酒董事會戰略與投資委員會設召集人一名，由公司黨委書記、董事長擔任，其他三位成員為獨立董事。戰略與投資委員會對公司的環境、社會和公司治理相關風險及機遇進行評估和梳理；審查公司環境、社會和公司治理及內部監控系統，就其適當性和有效性向董事會提出建議；對公司環境、社會和公司治理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；審閱公司對外披露的環境、社會及管治報告；對公司環境、社會和公司治理管理願景、目標及策略的制定進行指導。

監督層：青島啤酒成立環境、社會和公司治理工作領導小組，制定公司的 ESG 管理整體規劃、制度、方針、策略及目標；根據整體 ESG 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等工作；制定 ESG 工作計劃並設定工作目標，統籌、協調與指導 ESG 相關職能部門設定關鍵績效指標並持續優化；辨識 ESG 相關數據來源，並制定日後收集有關數據的管理政策等；統籌、協調與指導 ESG 相關職能部門共同推進工作的有效落地；及 ESG 報告整體編製和其他相關工作。

執行層：青島啤酒 ESG 工作領導小組下設涵蓋各部門、各單位的環境、社會和公司治理三個專項工作組，負責公司整體的環境、社會和公司治理領域目標和關鍵績效指標；根據目標和關鍵績效指標確定舉措並開展相關工作，持續優化；對相關工作進行定期回顧和反饋；負責收集、整理外界環境、社會和公司治理等相關信息，並對實際工作的開展提供建議。



► 公司可持續治理架構

利益相關方溝通

我們堅持構建有效的溝通機制，同利益相關方建立緊密聯繫，通過面對面會議、現場調研、信息發佈平台、官網、官方微博、微信、服務熱線、新媒體平台、電子郵件、電話會議等多元形式與利益相關方進行更積極、廣泛的交流與溝通，主動收集利益相關方關注的議題，並將之融入到公司有關決策制定當中。通過定期的溝通，有效地向利益相關方全面傳遞公司的高質量發展成果及公司戰略規劃，同時也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，助力公司高質量發展。

利益相關方	關注內容	溝通及回應方式
 消費者	安全、健康、高品質產品 多元化的產品選擇 優質、完善的客戶服務	負責任營銷宣傳 滿足消費者多元化需求 提供沉浸式體驗 服務熱線及多渠道溝通
 環境	減少污染 應對氣候變化 綠色低碳發展 發展循環經濟	信息公開 發展綠色產業鏈 推進碳中和 開展生態環保項目 公益環保宣傳
 投資者與股東	穩健合規運營 資產保值增值 獲得合理可持續的回報 重大事項信息及時披露 創新可持續發展	可持續經濟增長 穩健經營 股東大會或專項會議 路演交流活動 及時發佈企業年報、公告信息
 員工	安全健康工作場所 完善的工資與福利保障 職業發展平台	員工安全健康管理 提供合理的薪酬福利體系 員工培訓及晉升 開展職工交流
 商業合作夥伴	遵守商業道德、誠實守信 推動產業鏈健康發展 互利共贏、共同成長	實施負責任採購政策，嚴格管理與審核 助力產業鏈夥伴共同成長 通過供應商大會、經銷商大會、金鷹會、溝通會、走訪等加強信息交流、分享
 政府與監管機構	引領行業發展 合規運營 依法納稅 貢獻地方經濟發展 解決就業	監管考核 專項會議 專題匯報 信息披露
 行業協會	產品質量 行業合作和發展	參與行業協會相關標準制定 加強與協會定期交流 參與協會倡議與活動
 社區和 NGO	公益慈善活動 助力社區發展與進步 加強媒體溝通	社交媒體 現場參觀 公益慈善、鄉村振興、啤酒節等 公司網站及相關平台信息披露



重要性議題分析

青島啤酒建立常態化、多渠道溝通機制，積極響應利益相關方的關注。公司充分考慮業務性質、經營狀況及行業發展特性，通過多樣化溝通渠道及時響應利益相關方問詢，全面識別可持續發展中的風險與機遇，持續改進公司 ESG 策略和實踐，從而更好平衡、滿足利益相關方的期望及需求。我們對利益相關方關注的重點議題內容進行評估，依據議題的重要性程度排序，為公司下一步發展提供決策性參考和指引。

議題評估過程

議題識別

參考目前 ESG 外部環境發展趨勢、對標同業以及國內外 ESG 相關的標準、指南、框架內容，結合公司發展現狀，識別出與公司緊密相關的重點領域；圍繞「公司戰略和經營重點」、「企業 ESG 管理需求」，結合公司管理層建議，梳理並建立了公司重要議題清單。

明確利益相關者範圍

公司目前已明確了利益相關方範疇，包括：消費者、員工、投資者與股東、環境、商業合作夥伴、政府與監管機構、行業協會、社區和 NGO 等方面。

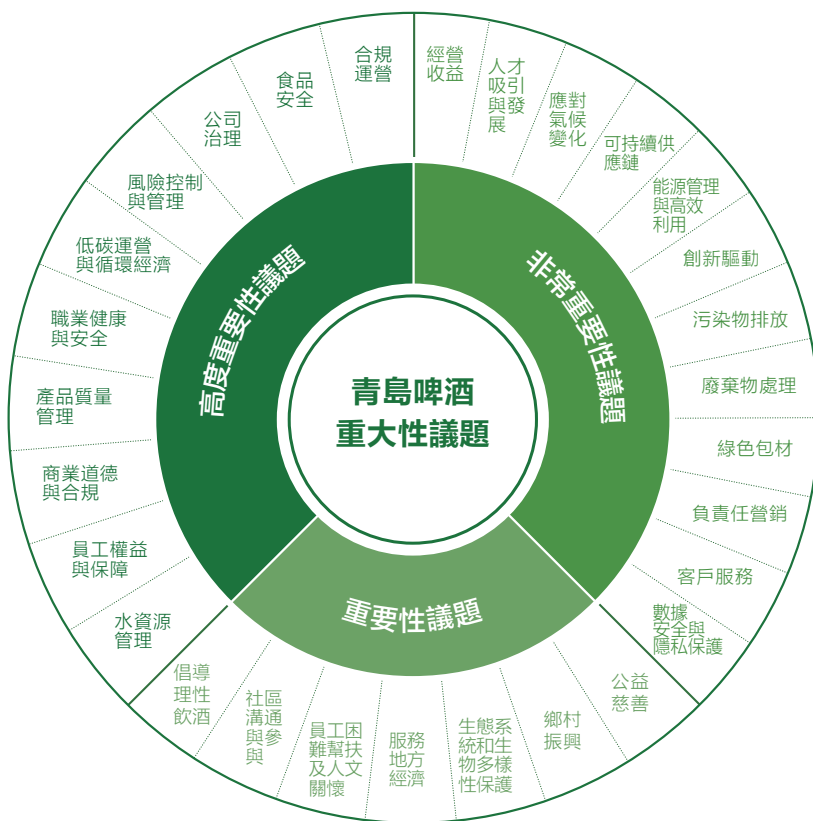
議題溝通及分析

公司開展與利益相關方的專項調研、網上調查、訪談、會議、溝通等形式，了解他們所關注的問題，洞察他們對公司發展未來的期望、目標，以及所提出的各項建議和改進意見，並結合企業戰略及經營發展，從「對企業可持續發展的重要性」與「對利益相關方的重要性」兩個維度識別出雙方共同高度關注的議題，並對其進行重要性分析與排序。重點圍繞對公司可持續發展的貢獻、利益相關方普遍關注的內容、ESG 相關指南重要議題準則等方面進行綜合考量。

我們定期結合外部發展趨勢及自身業務運營特點，進一步審閱重大性議題內容，按照議題披露程度與邊界，確保重大性議題的時效性與合理性，目前公司針對不同議題重要程度及關注度已梳理出「高度重要性議題」「非常重要性議題」「重要性議題」三個方面的 29 個議題，繪製出重大性議題列表。

議題審核確認

由公司董事會、戰略與投資委員會及公司高層管理團隊審核，選定重點披露的重要性議題。





01

121年只為釀造好啤酒

近年來，青島啤酒聚焦傳統製造高端化、智能化、綠色化轉型，持續提升技術、生產、管理等創新水平，以「為生活創造快樂」為使命，將「打造魅力感知質量」作為公司質量理念，把握消費趨勢，持續激發創新動力，優化服務體系，通過構建多品類產品，不斷滿足消費者對於產品的高端化、多元化、個性化、場景化需求。



食品安全與質量

14

產品全過程管理

17

為生活創造快樂

22

食品安全與質量

食品安全管理方針

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，如 GB14881《食品安全國家標準食品生產通用衛生規範》、GB5749《生活飲用水衛生標準》、GB/T4927《啤酒》等，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。

食品安全戰略管理

青島啤酒建立了覆蓋產品全生命週期的食品安全管理體系，實現了食品安全的閉環式控制過程。公司通過了 HACCP 食品安全管理體系認證、FSSC22000 食品安全體系認證，實施 TACCP 食品安全防護體系，對全供應鏈實施食品安全第三方檢測監控，並實施了 VACCP 防欺詐管理體系。

全鏈條食品安全管控

青島啤酒堅守「築牢舌尖上的安全堤壩」的食品安全管理理念，實施全供應鏈的食品安全管理，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、食品防護管理等 30 多個管理流程。建立並落實食品安全風險動態防控機制，排查全鏈條、全主體、全品種食品安全風險，以「區域分級管控 + 全過程管控」兩條主線識別梳理食品安全風險，構建系統性的食品安全風險防控動態管理模式，形成《青島啤酒製造工廠食品安全合規指引》，在全公司推行。





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，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。

建立食品安全信息監控平台，實時監控法律法規及標準變化，2024 年完善公司 2 項內控標準中的相關食品安全指標，落實食品安全政策法規及標準 4 項，食品安全熱點事項 3 項，並制定相應管控措施，規避食品安全風險。

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。

青島啤酒對市場銷售不安全產品，依據國家發佈的《食品召回管理辦法》制定《青啤公司食品安全事故應急預案》和《產品撤回管理流程》等食品安全管理制度，規範產品撤回管理，及時有效撤回不合格產品，保證撤回過程符合國家法律法規要求，保護消費者合法權益及其身體健康和人身安全。



落實食品安全政策法規及標準

4 項

食品防護升級



完成食品防護配置與管理標準化

製造工廠界定食品防護等級，清晰劃分分級區域；實現製造工廠食品防護配置升級，嚴格各區域人員權限管理與行為規範，實現授權人員進入管理，監控全覆蓋和監控查閱授權管理。重點監控區域視頻監控升級為 AI 智能人員行為識別系統，實現非權限人員接近即識別報警。



實施門衛升級管理

員工採用人臉識別系統，臨時訪客、物流車輛採用預約程序，未經預約和審核不得進入；外來人員從進廠至出廠專人對接。



食品防護由公司內部向供應鏈上下游延伸

與上游供應商共同完善並實施覆蓋整個原料供應鏈的食品防護措施。所有原料承運商均完成提前登記，簽署《無不良記錄承諾書》，原料運輸車輛進廠提前預約，嚴格核對查驗相關信息；加強下游成品承運商食品防護管理。運用運輸管理系統 TMS、北斗定位、電子簽章等技術手段，加強運輸全過程防護及軌跡管理，並啟動常態化物流質量安全核查等，確保成品物流質量全程可控可追溯。



食品安全和質量安全合格率均達到

100%

食品安全指標及質量國標項符合率

100%

- ▶ 2024 年國家監管部門查核工廠共 111 次，查核工廠酒吧 3 次，無違法違規無行政處罰事項，100% 合規；政府監督抽樣 223 批次產品，食品安全和質量安全合格率均達到 100%。
- ▶ 2024 年公司內部監控 2,556 批次產品，食品安全指標及質量國標項符合率 100%。
- ▶ 未出現已售或已運送產品總數中因安全與健康問題而被召回的現象及產品，全年未發生因食品安全或質量問題導致的產品撤回；實現了食品安全「0」事故，國標項目不合格「0」起。



產品全過程管理

青島啤酒建立標準化的質量管理體系與模式，實施端到端全過程質量監控，從原料、生產、物流、終端等各環節建立健全質量監控體系，實施產品全過程嚴格把關。



甄選優質原料

我們嚴格篩選原輔料供應商，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。我們甄選釀造風味、性能最優質的原料，對大麥、酒花等原料設置嚴格的篩選標準與處理程序，全面保障原料的安全與品質。



雄厚的研發實力



▶ 青島啤酒科技研發中心大樓

公司以科技創新為引領，深耕厚植高質量發展優勢。擁有釀酒行業唯一的「啤酒生物發酵工程國家重點實驗室」，行業首家國家級企業技術中心。

具有自主知識產權的六大核心技術、百餘項外圍技術，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。



授權國家專利

42 項

授權國家發明專利

13 項

申請國家專利

76 項

申請國家發明專利

32 項

青島啤酒國家重點實驗室科研新基地落成啟用，擁有工業酵母微生物選育、風味調控、感官科學、營養與健康、合成生物技術、微生物菌種保藏中心，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。

2024 年授權國家專利 42 項，授權國家發明專利 13 項；申請國家專利 76 項，申請國家發明專利 32 項，申請國際 PCT 專利 4 項。《食品生物製造工業菌種高效選育與優化關鍵技術及應用》榮獲 2023 年度國家科技進步二等獎，《工業發酵菌種定向選育關鍵技術及啤酒低碳生物製造應用》榮獲 2023 年度山東省科學技術進步一等獎，《低卡無醇類啤酒關鍵技術研究及應用》榮獲 2024 年山東省輕工業聯合會科技進步一等獎等殊榮。

正式發佈 11 項標準（包括國際 1 項、行標 1 項、團標 9 項）；榮獲國家「萬人計劃」科技創新領軍人才、全國五一勞動獎章稱號、山東省泰山產業領軍人才稱號、青島市創新產業領軍人才榮譽稱號。



四獲國家科技進步獎 行業唯一



2024 年 6 月 24 日，2023 年度國家科學技術獎在京揭曉，一大批貢獻卓越的科學家和標誌性成果獲得國家科技獎勵。青島啤酒作為《食品生物製造工業菌種高效選育與優化關鍵技術及應用》項目的主完成單位，獲得國家科學技術進步獎二等獎。

公司堅持以科技創新引領產業創新，作為唯一上榜的釀酒企業，青島啤酒成為行業唯一且四獲國家科學技術進步獎二等獎的企業。

青島啤酒自 1994 年在中國啤酒行業率先創建了啤酒研究機構，開展技術攻關，自主完成《啤酒風味物質圖譜技術的開發應用》《啤酒高效低耗釀造技術的開發與應用》，參與《造紙與發酵典型廢水資源化和超低排放關鍵技術及應用》等項目先後獲得國家科學技術進步獎二等獎。



牽頭攻克發酵菌種關鍵技術 榮獲山東省科技進步獎一等獎



2024 年 7 月 26 日，山東省科技大會在濟南召開，表彰山東省 2023 年度國家科學技術獎獲獎者和 2023 年度省科學技術獎獲獎者。青島啤酒牽頭完成的《工業發酵菌種定向選育關鍵技術及啤酒低糖低醇生物製造應用》項目獲得山東省科學技術進步獎一等獎。



1,800 多個質量檢測點

公司建立統一的檢測標準體系，每一瓶青島啤酒都要經過 1,800 多個質量檢測點；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。

青島啤酒制定了原輔材料、半成品、成品的內控標準、最低檢驗頻次以及 377 項檢驗 SOP（標準化操作規程）等標準文件並嚴格執行。

質控體系建立「檢驗方法、檢驗儀器、人員能力、管理要求、質量數據系統、質控評價」統一要求，在確保質控工作符合性前提下，優化高效檢驗方法、建立青島啤酒質量數據監控平台、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，提升質控把關效率。

供方端——關鍵物料前置質量把關，不合格不發貨不使用，保障物料質量安全；工廠端——全過程系統把關，不合格產品不出廠，保障產品質量安全；市場端——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，構築了產品質量與安全的防線。



貫穿始終的品評把控

行業首家建立了完善的三級品評體系，原料、生產、物流、終端全過程品評把關，貫徹落實公司高質量發展方針，制定更精準的 10 分製品評評價標準，持續提升產品口味質量；建立同品類集中品評機制，識別細微差異，促進同品類產品口味一致性，助力打造「一家啤酒廠」；針對公司戰略佈局產品實施專項品評，驅動產品質量不斷提升，積極促進基礎質量更精進、典型風味更突出、特色風味更明顯。

對標國家、國際先進水平，優化品評技能培訓測評系統，實現高效品評管理，精準發掘品評人才。2024 年開展品評技能專項提升培訓 10 次，考試評聘公司高級品酒師 124 人、中級品酒師 840 人、初級品酒師 2,971 人。培養國家級啤酒評酒委員 51 人（其中終身榮譽評委 8 人），佔全國總數的 45%，穩居行業首位；連續兩屆全國品評職業技能競賽蟬聯冠軍，團體成績優異；「青酌獎」啤酒類新品、中國國際啤酒挑戰賽等國家啤酒賽事裁判人數行業領先。培養全國技術能手 5 人，省級技術能手 4 人，齊魯工匠 1 人，齊魯首席技師 5 人，省級行業首席技師 14 人，省級行業工匠 5 人，省級行業技術能手 59 人……公司品評團隊榮獲「全國巾幗文明崗」榮譽稱號。



2024 年智能駕駛平均油耗

降低 **2L** / 百公里



智慧物流管理

公司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，持續打造可覆蓋所有消費者的倉儲配送體系：建立供應鏈信息業務中台與移動端訂單平台，實現數據集成管理、業務鏈條訂單的可視化及信息共享，實現區域的產、供、銷一體化管理。借助配送網絡，整合資源，提高城市配送服務質量，減少貨車尾氣排放、降低城市交通擁堵。

2024 年，公司推進幹線智能駕駛，駕駛路徑運行次數實際同比增加 117%，平均油耗降低 2L/ 百公里，總公里數 2.5 萬公里。2025 年公司將推行智能保溫集裝箱，並在試點城市實施市內智能配送（無人駕駛），優化配送路線、降低燃油消耗、提高送貨效率。



服務體系及數據保護

公司關注消費者需求，以「服務軟要素沉浸式體驗」入手，致力於為消費者提供多元的服務模式與極致的服務體驗。公司設置 400 及 800 客戶服務熱線，通過數字化信息系統、滿意度調研等手段，建立便捷高效的溝通渠道和服務平台。



公司優化工作流程，持續優化《客戶服務管理流程》管理內容，定期對工作完成情況進行查核追溯；區域客服工作人員收到轉辦信息聯繫投訴人、產品質量投訴處結率年度目標 $\geq 95\%$ ，服務質量投訴處結率年度目標 $\geq 95\%$ 、投訴處理時效分級評價等。

2024 年，客服中心受理市場來電諮詢及意見反饋信息共計 47,986 起，較同期增長 15.79%，其中產品質量投訴 2,273 起，處結率 99.3%；服務質量投訴 397 起，處結率 98.4%。

公司持續完善市場信息保護機制，重視信息管理、消費者信息保護，所有市場信息數據存儲、數據傳遞、使用等均合法合規。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》，簽訂《青島啤酒合規承諾書》，避免市場信息洩露與丟失，履行保密義務，保障信息安全。2024 年未發生任何有關消費者資料或隱私方面發生洩露的事件。

加強與經銷商的溝通交流，在「服務質量」、「產品質量」的基礎上，增加「市場管理」及「服務表現」等調研項目，由經銷商對於綜合服務水平做出客觀評價，通過監控客服工作狀況，保持各項服務平衡，提升問題解決能力，持續推動客服工作創新，2024 年綜合滿意度 95%。



負責任營銷及推廣

公司嚴格遵守國家對產品宣傳、品牌推廣的各項法律、規章要求，建構多維度宣傳用語審核機制，採取多重措施推進負責任營銷，對宣稱內容進行把控，確保上市產品標識、標籤、宣傳等內容的合規性，確保企業的負責任的宣傳和推廣。

產品包裝形象設計嚴格執行《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國商標法實施條例》、《中華人民共和國廣告法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》等法律法規，標註的產品文字信息符合 GB/T4927《啤酒》、《預包裝食品標籤通則》等國家標準要求，品牌廣告宣傳物料設計執行《中華人民共和國廣告法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》的要求。持續完善外包裝評價體系，嚴格把控產品外包裝質量。針對新上市產品，公司制定《全新產品開發及上市管理流程》等內部制度，對產品包裝形象及推廣物料設計文件進行法律審查；對於市場拆解進行的二次包裝產品，公司對物料商標、標識、廣告語、外觀設計、形式及包裝質量等都有明確的監督和管控。對合作的經銷商進行資格審查及倉庫產品外包裝質量現場查核，對包裝質量不符合規範的產品進行處理，以保障產品銷售環節的服務規範。

為生活創造快樂

魅力感知質量

百年匠心熔鑄質量之魂。在消費者主權的時代，青島啤酒持續關注消費者的「基本需求」與「變化需求」上，不斷挖掘「潛在需求」，在實踐中應運而生「基於數字化端到端解碼的魅力感知質量」管理模式。



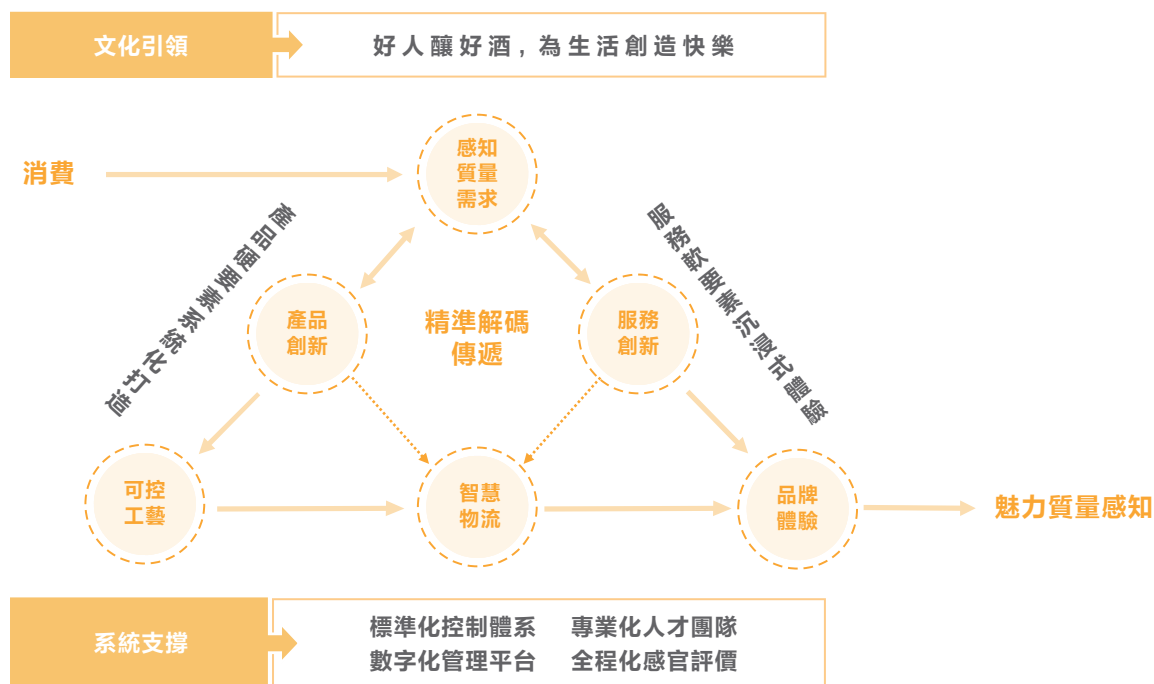
接續舉辦第 46 屆提高質量紀念日大會

4 月 10 日，青島啤酒舉辦以「百年匠心築牢根基 魅力質量創贏未來」為主題的第 46 屆提高質量紀念日大會。通過質量宣誓、致敬匠星等儀式活動，持續深化全員全鏈條品質匠心，為更好滿足美好生活需求凝心聚力。堅持了 46 年的質量提升紀念日大會，是青島啤酒百年匠心築牢發展根基的一個生動註腳。青島啤酒以百年匠心築牢根基，魅力質量創贏未來，加速培育發展新質生產力，不斷為消費者創造高品質魅力體驗，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



公司從「產品硬要素系統化打造」與「服務軟要素沉浸式體驗」兩條路徑出發，不斷豐富和深化質量內涵，建立「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」六大端到端的精準解碼傳遞，為消費者提供高品質產品與服務。

公司建立「全供應鏈」的魅力質量指標體系，從科研開發、原料採購、生產過程、品評把控、物流、客戶服務等建立魅力質量體系指標；加快新產品開發和技術創新創造魅力質量，滿足消費者多元化、個性化、定制化的需求；建立並完善公司魅力感知質量品鑒標準，實施專業評委

與消費者品評比對，制定專業的評價衡量方法，從外觀、氣味、味道、回味、喜好度等各維度開展分析，更貼近消費者的實際感受；以現場品鑒會、線上課堂、直播視頻等方式賦能消費者場景化體驗，助力青島啤酒魅力質量提升；完成重大活動、特需產品等的產品質量保駕護任務，呈現出青島啤酒的魅力感知質量，打通消費者體驗的最後一公里；持續塑造具有魅力質量的品牌體驗；推進全員質量管理塑造魅力質量，從單一產品的魅力質量，到品牌的魅力質量、服務的魅力質量、啤酒文化的魅力質量、消費者體驗的魅力質量。

產品創新

2024 年，公司啤酒品類不斷擴充，新上市產品 12 款，包括超高端系列產品：百年鴻運（龍年）、全麥奧古特 A3、全麥奧古特 A6；健康系列產品：輕乾啤酒、0.0% 無醇白啤；精釀系列產品：尼卡希白啤、桂花白啤、藤椒賽松、櫻桃小麥、草莓西柚、檸檬啤酒。目前公司已生產包括一世傳奇、百年之旅、經典、純生、白啤、精品原漿、水晶純生、琥珀拉格、奧古特、鴻運當頭、皮爾森、IPA 等多個產品矩陣，保持了在國內啤酒中高端市場的競爭優勢。



► 青島啤酒百年鴻運

青島啤酒百年鴻運是青島啤酒百年系列中的高端生肖限定產品。從全球麥芽風味庫精選百種風味麥芽，甄選歐洲優質酒花，經典低溫發酵，形成獨一無二的醇厚馥鬱口感。



► 青島啤酒鴻運當頭

鴻運當頭是青島啤酒高端品類，精選全球優質釀造原料，傳承青島啤酒百年酵母釀製而成，酒體金黃澄透，泡沫細膩豐富，麥香、酒花香濃郁協調，口感醇滑爽口。

自 2014 年開始，青島啤酒每年都會為消費者特別定制鴻運系列生肖鋁瓶產品，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，成為新年開運第一酒。



A6 258ml A3 480ml

► 青島啤酒奧古特 A 系列

奧古特 A 系列包括奧古特 A6、奧古特 A3 兩款精品力作，從全球麥芽風味庫數百種麥芽中，鎖定基礎麥芽、特色麥芽的黃金比例組合，賦予多層醇香口感、琥珀醇金光澤；解析酒花風味圖譜，選用酒花中的「軟黃金」，雕琢酒花配方；以百年酵母鮮活而厚重的生命力，賦予新品渾然天成的獨特酒香和口感。奧古特 A 系列啤酒採取經典兩罐法，堅持低溫發酵工藝。在更長的發酵週期和更均衡的發酵環境中，奧古特 A 系列擁有了融合協調的飽滿酒體，和純粹馥鬱的醇厚口感。

**▶ 青島啤酒輕乾**

低卡無負擔：每 100ml 輕乾酒液熱量僅 29kcal，蘋果每 100g 熱量為 52kcal。0 糖無添加：不額外添加糖，每 100ml 輕乾酒液含糖量僅 0.1g（0 糖要求：糖含量 < 0.5g/100ml）。果香更清新：三重酒花複配，釋放獨特清新果香。

**▶ 0.0% 無醇白啤**

產品甄選品質上乘的大麥芽、小麥芽為原料，100% 全麥芽配方，融入百年精湛釀酒元素，以上面發酵方式精釀而成。再通過低溫脫醇，將酒液的酒精含量控制在 0.05%vol 以下，嚴格控制能量物質含量，香氣馥鬱、風味純正，低能量潮飲開啟生活新方式。

**▶ 青島啤酒桂花香詩韻**

青島啤酒桂花香詩韻是一款桂花味白啤。依循傳統「上面發酵」工藝精釀而成，在經典白啤中融入天然桂花風味，清雅桂花香與原釀花果香協調融合，聞有桂花香、飲有桂花甜，爽口易飲。暖黃色罐身，以工筆畫技法繪製了漫天桂花與詞人李清照，將傳統元素與現代審美相結合，傳達出中華傳統文化的獨特魅力和匠心獨運。

2024 年，公司產品在國內外各大獎賽評選中脫穎而出，攬獲 28 項殊榮。截至目前公司各類產品已累計獲獎達 105 項。



一世傳奇

國際釀酒和蘋果酒大獎賽（金獎）



一世傳奇

全麥白啤

烈性艾爾

小麥博克

復古國潮



世界啤酒錦標賽（金獎）



全麥奧古特 A6

無醇白啤

水晶純生



青酌獎



一世傳奇

奧古特 A3

無醇白啤



CBC 中國國際啤酒挑戰賽「天祿獎」（四星天祿）

沉浸式消費體驗

時尚消費場景

遍佈全國的 200 多家 TSINGTAO 1903 青島啤酒吧、青島啤酒時光海岸精釀啤酒花園、中山路壹號、里院 1903 青島酒館 MIX 酒館、1903MIX 青島極地海洋公園主題門店、青島啤酒博物館等多點發力，青島啤酒將產品與多元生活場景相融，通過構建新興時尚啤酒消費空間，為消費者提供全場景的沉浸式品牌體驗，滿足消費者場景化需求。



啤酒節

2024 年公司舉辦全國大型啤酒節 29 場，快閃啤酒節 66 場，全國各區域共舉辦 95 場啤酒節，活動總面積約 53 萬平方米，辦節時長達到 1,042 天，現場參與達到 800 萬人次。青島啤酒以酒為媒，豐富多彩的活動貫穿於整個節慶，帶動遊客親身參與到啤酒節中，沉浸式體驗啤酒泡沫中噴薄而出的活力。





體育、音樂營銷

精彩紛呈的體育、音樂營銷活動全面豐富和提升了青島啤酒品牌的國際化、年輕化、時尚化內涵。通過不同的球迷活動，增強品牌與球迷黏性，打造出獨具特色的球迷營銷生態。2024 年圍繞「為熱愛，共歡聚」的營銷主題，借助中超、男足世預賽、歐洲杯等足球賽事，圍繞「球迷身份+」概念，以「球迷歡聚會」小程序+球迷社群為基礎，構建 PGC+UGC 共創模式，打造球迷生活服務平台，為球迷創造更多驚喜和快樂；借助巴黎奧運賽事，打造「六邊形戰士」IP 活動，擴大品牌影響力。



通過將啤酒與音樂藝術聯結，打造全方位音樂營銷矩陣，線上合作 S 級音綜，覆蓋旺季頂級流量傳播，線下落地多元音樂活動，共同強化純生音樂屬性，將鮮活、青春、愉悅感傳遞給了消費者。2024 年結合青島純生產品共舉辦各類音樂活動 46 場，包括國內知名草莓音樂節、搖滾頭部新青年音樂節、深耕本地的禧都音樂節等，與消費者建立情感連接，為消費者提供了獨特的試聽及感官體驗，將品牌與愉悅、放鬆的生活方式聯繫在一起，提升了消費者的品牌好感度。



參與第二十一屆中國國際酒業博覽會、第四屆中國國際消費品博覽會、第二屆中國國際供應鏈促進博覽會，向受眾傳遞了青島啤酒暢享歡聚時刻、共創美好未來的品牌定位，贏得了廣大消費者、參會代表的一致青睞和認可。



為配合奧古特 A 系列產品上市，與 7 個星級酒店合作，聯合打造奧古特 A 系列啤酒花園，為消費者提供一個沉浸式品鑒休閒空間；以「就要趁鮮」為主題開展 9 場高端生鮮主題路演，聚焦核心城市、核心商圈進行立體式的推廣；崂山啤酒「透爽開局」路演項目以「透爽闖關，清涼一夏」為核心，加強了消費者體驗的沉浸感，提升了品牌曝光和用戶黏性。





青島啤酒歡聚空間

隨著數字化和智能化的不斷發展，青島啤酒通過渠道數字化及消費者在線化，打通線上線下多元消費場景，成功搭建起與終端、消費者之間緊密且精準的溝通橋樑。近年來通過「一物一碼」已累計觸達數千萬消費者，為了實現「消費者在線數字化運營」的升級，青島啤酒採取重點突破、鼎革創新的策略，基於「一物一碼」，結合大數據、VR交互等先進技術，打造了行業領先的消費者沉浸式互動平台——「青島啤酒歡聚空間」小程序。



消費者在購買青島啤酒產品後，掃描產品瓶蓋上的二維碼即可進入小程序。平台提供了豐富多彩的內容，涵蓋社交、娛樂、VR雲遊、有獎福利多類型互動，消費者可以創建專屬個人虛擬形象、體驗雲上啤酒節樂趣。同時青島啤酒也充分發揮多元生態優勢，提供時尚文旅特色內容，消費者可體驗VR在線運營青島啤酒博物館，百廿歷史，近在眼前。



快消品的主流渠道模式是深度分銷，依託數字化的工具技術，青島啤酒對長鏈條進行了改變，做到了品牌直接面對消費者，減少了渠道層級，實現營銷費用降本增效、數字化營銷模式探索和業務增長。

「青島啤酒歡聚空間」的橫空出世，創新了行業一物一碼虛實交互體驗融合新模式，也成功打造了青啤文化傳播平台、品牌沉浸式體驗平台、消費者實時互動平台、數字營銷實戰平台，為公司數字化改革提供了新動能。



為了更美好的世界

青島啤酒以「做啤酒行業綠色發展的楷模」為環保願景，緊扣「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」的環保使命，不斷完善環境管理體系建設，高度重視資源的合理利用，用精益管理打造領先工廠，積極應對氣候變化，力求實現生產效益與生態文明平衡共進。



應對氣候變化	33
水資源管理	42
能源管理與高效利用	46
包裝與廢棄物	48
綠色發展	51



2024年綠色發展固定資產
投入金額

12,054 萬元

同比增長

20%

2024 年青島啤酒在綠色發展方面取得一系列標誌性成果，入選工信部《2024 年重點用水企業、園區水效領跑者名單》，《啤酒高濃廢水與市政污水協同處理減污降碳資源化利用關鍵技術》入選國家發改委《綠色技術推廣目錄（2024 年版）》、入選工信部《2024 年工業廢水循環利用典型案例名單》、入選中國輕工業聯合會《2024 年度輕工業綠色低碳轉型典型案例名單》，榮獲山東省輕工業聯合會科技進步獎一等獎。新增 3 家製造工廠榮獲 2024 年度國家級綠色工廠，目前青島啤酒已有 23 家啤酒製造工廠榮獲國家級綠色工廠，居啤酒行業首位。

持續優化用能結構，2024 年 53 家工廠使用可再生能源電力，電量佔比達 80%，32 家工廠（含山東 16 家工廠）實現 100% 可再生能源電力使用；12 家工廠安裝分佈式光伏 16 兆瓦。2024 年公司在綠色發展固定資產投入金額 12,054 萬元，同比增長 20%。



- 《啤酒高濃廢水與市政污水協同處理減污降碳資源化利用關鍵技術》榮獲山東省輕工業聯合會科技進步獎一等獎





應對氣候變化

氣候變化治理

為強化應對氣候變化的治理能力，青島啤酒建立了氣候變化治理架構。從組織上層對氣候相關議題的監督管理延伸至各執行部門對氣候行動的具體實施，各層級承擔對應的工作職責，形成了健全的氣候相關治理架構。



► 青島啤酒氣候變化治理架構

氣候行動

董事會監督

青島啤酒董事會高度重視氣候風險管理對公司穩健生產運營的重要性，建立了有效的氣候變化治理架構，由董事會負責監督和指導公司的環境、社會及管治戰略，並通過董事會戰略與投資委員會對氣候變化相關風險和機遇進行監督。

管理層職責

青島啤酒成立環境、社會和公司治理工作領導小組，負責制定公司的 ESG 管理整體規劃、制度、方針、策略及目標，並將氣候風險相關職責納入下設的環境組，負責識別氣候風險和機遇，建立氣候變化風險清單，進行氣候風險管控，定期進行氣候相關財務信息披露。

青島啤酒環境、社會和公司治理工作領導小組下設環境組統籌協調生態環境管理總部、生產技術管理總部、內控審計部、董事會秘書室、戰略投資管理總部、財務管理總部等管理執行部門，開展氣候相關風險機遇管理工作。

戰略及風險管理

我們基於自身業務特點及運營特性，主動識別、探索氣候變化帶來的風險與機遇，積極提升公司對於氣候變化的適應能力，以切實行動將氣候變化對公司業務運營帶來的負面影響降至最低。我們運用情景分析的方法，對整體業務中潛在的氣候相關物理和轉型風險與機遇進行評估，並將評估結果納入公司戰略與規劃中考量。

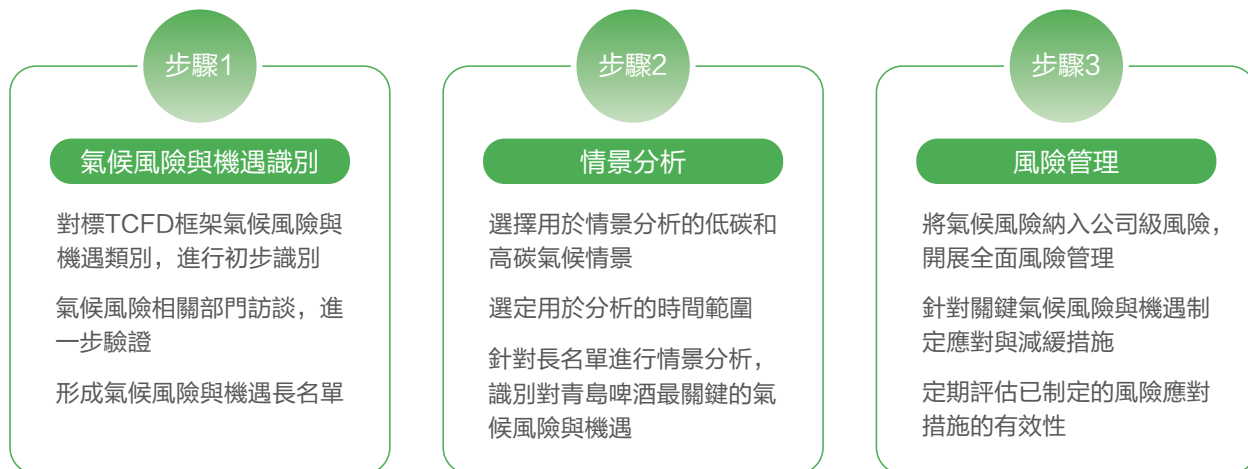
氣候風險與機遇

為了更好地了解氣候變化對青島啤酒業務的潛在影響，公司基於 TCFD 要求，選取了與巴黎協定一致的低碳情景和另一高碳情景進行情景分析，包括物理風險評估以及轉型風險和機遇評估。其中：氣候風險與機遇在短中長期的影響具有不確定性，對氣候戰略的制定存在挑戰。基於情景分析，公司對不同地理位置的工廠進一步分析重要的氣候風險與機遇及其影響，識別出了一系列在未來可能出現的物理和轉型氣候風險與機遇，評估了九項重大的急性和慢性天氣事件對公司的潛在影響，包括極端高溫、水壓力和乾旱、洪水等，並將與低碳經濟轉型相關的政策、法律、市場、技術、聲譽風險與機遇納入考量。

基於情景分析與篩選結果，青島啤酒的生產企業水壓力與乾旱是未來所有時間維度和氣候情景下，風險水平最高的氣候事件，是青島啤酒面臨的主要物理風險。

氣候風險和機遇的識別及評估

青島啤酒積極識別、評估和管理潛在的氣候風險，計劃將其納入公司風險管理體系，並不斷完善氣候風險與機遇管理流程。



► 氣候風險和機遇的識別與評估流程



青島啤酒氣候情景與風險機遇長名單

類別		氣候相關風險和機遇
 物理風險	急性	極端高溫
		極端低溫
		河流洪澇
		極端降水洪澇
		沿岸洪澇
		熱帶氣旋
		降水引起的山體滑坡
	慢性	野火
		水壓力與乾旱
 轉型風險	政策和法律	碳定價機制
		未來碳減排相關政策的監管要求趨嚴
	技術	獲取或應用新的減排技術
	市場	能源（天然氣）價格上漲
		主要原料供應緊張、價格上漲
	聲譽	達到低碳發展碳承諾與否帶來的聲譽影響
 轉型機遇	能源來源	利用可再生能源
	資源使用效率	更低碳的物流運輸
	產品和服務	消費者對環保低碳產品的偏好

- 物理風險評估：選擇來自政府間氣候變化專門委員會 (IPCC) 第 6 次評估報告 (AR6) 中的共享社會經濟路徑 SSP1-2.6 和 SSP5-8.5 的兩種情景；
- 轉型風險和機遇評估：選擇國際能源署 (IEA) 的既定政策 (STEPS) 情景和更具雄心的淨零排放 (NZE) 情景。

氣候風險應對措施

根據情景分析得出的結果，我們對潛在關鍵的中、高氣候風險和機遇採取應對措施，以緩解對公司運營所產生的影響。如：選用節水設備和雨水回收系統等，提升水資源利用效率；在工廠內部增加用水循環比例以及後備水源；持續降低工廠水耗，減少水資源使用量。

為了建立全面的風險管理體系、識別和關注公司級風險、監控和評價公司風險管理體系運行的有效性，公司已經梳理公司級風險分類框架，並對所梳理出的公司級風險進行風險辨識評估，逐項梳理風險清單，並將氣候風險列為公司級風險進行管理。

關鍵氣候風險應對措施

潛在關鍵風險 / 機遇	應對措施
 水壓力與乾旱	管理提升： - 提升設施管理水平，選用節水設備和雨水回收系統等，減少耗水和用水量，提升水資源利用效率 工程措施： - 在工廠內部增加用水循環比例以及後備水源，並且在缺水情況下，考慮設置替代水源
 極端高溫、極端低溫	管理提升： - 在工廠的設計及建設過程中以及在未來新廠的選址過程中，考慮氣候韌性影響（例如洪澇、地勢等地理環境因素），並提升設施設備抵禦極端氣候的能力，降低極端高溫等天氣帶來的影響 - 制定並實施應對極端天氣（極端高溫、極端低溫）的應急預案，包括疏散計劃、原料和產品的替代存放地點等，保護人身和財產安全 - 制定業務連續性計劃 工程措施： - 提升建築物的散熱能力和設備效能，建設並定期維護備用電源，確保後備電源的可靠性 - 配置應對極端天氣的應急物資，如後備電源和防洪沙袋等
 碳定價機制	管理提升： - 不斷提高可再生能源比例 - 與供應鏈合作夥伴合作，推動合作夥伴溫室氣體減排 工程措施： - 通過工藝提升和設備改造升級，減少範圍 1、2 的自身運營溫室氣體排放



指標和目標

青島啤酒制定了綠色低碳發展戰略，明確了 2025 年較 2019 年減降目標：啤酒生產單位產品範圍 1+2 碳排放下降 56%；啤酒生產單位產品綜合能耗下降 35.5%；啤酒生產單位產品耗水量下降 23%；啤酒生產單位產品化學需氧量排放量下降 31%；啤酒生產單位產品氨氮排放量下降 39%；啤酒生產單位產品氮氧化物排放量下降 73%；啤酒生產單位產品危險廢棄物排放量下降 21%；啤酒生產單位產品無害廢棄物排放量下降 34%；可再生能源電力佔比提升到 82%。

減碳管理

全價值鏈碳盤查

青啤公司早在 2010 年就已率先在中國釀酒行業開展溫室氣體盤查和產品碳足跡相關工作，成為「中國釀酒工業首家低碳體系 (ISO 14064) 定點試點單位」。自 2019 年度開始，青啤公司開展全公司企業溫室氣體盤查，並將 2019 年定為盤查基準年。每年對下屬工廠進行溫室氣體盤查、委託有資質的第三方進行核查，全方位摸清碳排放數據，持續尋找減碳點，力爭將氣候變化對自身運營的影響降至最低。

此外公司定期選取工廠有代表性的產品，開展產品碳足跡盤查及核查，出具產品碳足跡核查聲明。目前累計已經完成了 31 家工廠，31 款產品的產品碳足跡核查。



目前累計已經完成了

31 家工廠，**31** 款
產品的產品碳足跡核查



啤酒溫室氣體總排放量及密度

溫室氣體排放數據由第三方公司核證

溫室氣體		單位	2022	2023	2024	2024 年同比變幅
溫室氣體排放總量(範圍1)	定量	噸二氧化碳當量	188,948	211,748	190,388	-10.1%
溫室氣體排放總量(範圍2)	定量	噸二氧化碳當量	555,148	241,848*	200,093*	-17.3%
溫室氣體排放總量(範圍3)	定量	噸二氧化碳當量	5,289,280	4,973,467	4,646,452	-6.6%
溫室氣體排放總量 (範圍 1+2+3)	定量	噸二氧化碳當量	6,033,376	5,427,063	5,036,933	-7.2%
溫室氣體排放密度 (範圍 1+2+3)	定量	千克二氧化碳當量 / 千升產量	771.7	732.6	696.6	-4.9%

* 基於市場方法計算



打造碳中和工廠

青啤公司積極響應國家雙碳戰略，規劃了碳中和路徑以及碳中和工廠打造技術。2024 年 7 月 1 日，青島啤酒（濟南）有限公司完成碳中和認證，成為青啤公司首家碳中和工廠；2025 年 2 月 17 日，青島啤酒（隨州）有限公司完成碳中和認證。截至目前，青島啤酒有 2 家工廠成為碳中和工廠。





綠色物流、綠色銷售

通過優化物料運輸網絡，縮短運輸距離，優化運作模式，減少中轉發運，提高鐵路與水運比例，推進合作運輸商使用新能源車運輸，系統減少運輸碳排放。其中，2024 年持續推動各承運商增加新能源車輛使用，全年共實現 5,555 車次新能源車輛配送運輸。2025 年，物流目標是全國承運商自有車輛中新能源車輛總數達到 100 輛。

在銷售環節，公司通過提升線上銷售比重，減少實體店使用的能源消耗，進一步減碳。2024 年公司線上銷售佔比較 2020 年佔比提升 83%。



全價值鏈降碳

▶ 推進酒花種植綠色低碳化改革

推動青島大花種植基地率先試點生物質鍋爐，替代傳統的燃煤鍋爐，減少碳排放，實現農業廢棄物的資源化利用，進一步推動了循環經濟的發展。

▶ 推進供應商使用清潔、可再生能源配置

引導上游供應商配置分佈式光伏、使用可再生原料、使用生物質能源、打造綠色工廠。30 家易拉罐供應商配置光伏、8 家麥芽供方配置光伏、6 家麥芽供方使用生物質鍋爐。



▶ 河南寶鋼分佈式光伏



易拉罐供應商配置光伏

30 家

麥芽供方配置光伏

8 家

麥芽供方使用生物質鍋爐

6 家

廢氣污染物減排管理

青島啤酒嚴格落實《中華人民共和國大氣污染防治法》《鍋爐大氣污染物排放標準》等法律法規，內部建立《大氣污染防治管理規定》，對所有廢氣污染物進行識別、管控。

舉措



- ▶ 設立廢氣減排目標，持續強化源頭治理力度，合規安裝並定期維護煙氣在線監測設備，並定期委託具備專業資質的第三方對廢氣排放進行監測。
- ▶ 配置了廢氣污染防治設施，通過應用先進的生產設備與治理工藝，確保廢氣污染物穩定達標排放。
- ▶ 公司已全部使用外購蒸汽或燃氣鍋爐，2024 年新增 2 家工廠 7 台燃氣鍋爐完成低氮改造，並持續優化燃氣鍋爐運行控制參數，實現低氮高效運行，切實減少廢氣污染物排放。



▶ 瀘州公司 4 台燃氣鍋爐全部完成低氮改造

指標數據

排放物種類及排放數據

污染物種類			單位	2022	2023	2024	2024 年同比變幅
廢氣排放物	氮氧化物	定量	噸	70	56	51	-9%
	煙塵	定量	噸	9.31	8.35	7.94	-5%



第三方核證



水資源管理

青島啤酒始終秉承源頭削減、過程控制、深度處理、梯級利用的節水理念，嚴格遵循《中華人民共和國水法》等相關法律法規，積極響應國務院發佈的《水污染防治行動計劃》，修訂並完善內部制度，梳理工廠水回用流程，不斷推進水資源的全方位管控。公司在水質和水量兩個指標同步嚴格要求；每年給各製造體系下發節水目標和產品水耗指標，節水項目 100% 覆蓋全部工廠；同時加大節水改造力度，從源頭嚴格管理各環節生產用水、大力提升用水效率，促進水資源的循環利用。

用水管理

青島啤酒不斷優化卓越目標管理體系、完善用水流程，落實 23 個用水 KPI 指標，打造全員「節水 / 惜水 / 親水」文化，開展水耗全流程在線監控改進；以提高水的循環利用率為導向，通過回收水分級使用、在全公司推進地面無水化等措施，不斷降低公司水耗，入選工信部《2024 年重點用水企業、園區水效領跑者名單》。

舉措

工廠項目實施前

- ▶ 制定水資源管理相關戰略和績效執行架構
- ▶ 對所有運營地開展水資源風險評估及管理
- ▶ 監測不同水源地的水資源壓力
- ▶ 制定水資源節約方案
- ▶ 拓展多元化水資源及再生水替代
- ▶ 攜手當地政府或機構開發節水技術
- ▶ 採取先進的節水設備與技術，避免對當地水源產生過多的影響





啤酒生產過程中

- ▶ 持續推進覆蓋整個生產過程的水耗標桿管理，降低洗瓶機清水噴淋水耗；採取反滲透運行優化、泵冷卻水連鎖控制等重點節水措施，全面降低水資源消耗
- ▶ 降低麥汁管路頂水與殺菌水耗；降低發酵罐刷洗水耗；降低水處理水耗
- ▶ 積極探索循環技術與工藝，依託於對工廠水系統的全面梳理，實現對啤酒生產過程中產生的溢流水、冷凝水、設備冷卻水、中水等的循環回收利用，有效提高水資源利用效率

指標數據

水資源使用情況

指標名稱	單位	2022 年	2023 年	2024 年	2024 年同比變幅
用水量	千立方米	26,339	23,053	22,158	-3.9%
啤酒生產單位產品耗水量	立方米 / 千升產量	3.24	2.99	2.92	-2.3%



行動案例

隨州公司實施超濾水處理項目，對水處理中心的沖洗水進行回收利用，項目實施後，每年可節約用水 1.8 萬立方米。



▶ 隨州公司超濾水處理設備

排水管理

公司遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國水污染防治法》《啤酒工業污染物排放標準》等法律法規，內部建立《水污染防治管理規定》《污染物在線監控設施管理規定》2 項水污染物相關的管理標準。

舉措



- ▶ 通過實施超濾水處理項目，應用高效反滲透，提高制水率和水的水重複利用率；優化洗瓶機清水噴淋噴嘴口徑與噴淋壓力等措施，降低新鮮水的使用量，降低廢水排放量。
- ▶ 啤酒生產過程中產生的廢水主要採用「厭氧 + 好氧」生物法，廢水污染防治設施完備，廢水總排口配備在線監控設施，報告期內污染防治設施運行正常，並定期委託有資質的第三方單位進行監測，廢水穩定達標排放。公司將通過運行控制優化，提高水處理設備的制水率，減少廢水排放量，保證環保設施正常、高效運行，廢水穩定、達標排放。

廢水排放指標數據

污染物種類			單位	2022	2023	2024	2024 年同比變幅
廢水 排放物	工業廢水排放總量	定量	噸	20,189,000	17,944,000	15,534,049	-13%
	化學需氧量排放總量	定量	噸	848	754	673	-11%
	氨氮排放總量	定量	噸	78.2	70.5	63.0	-11%



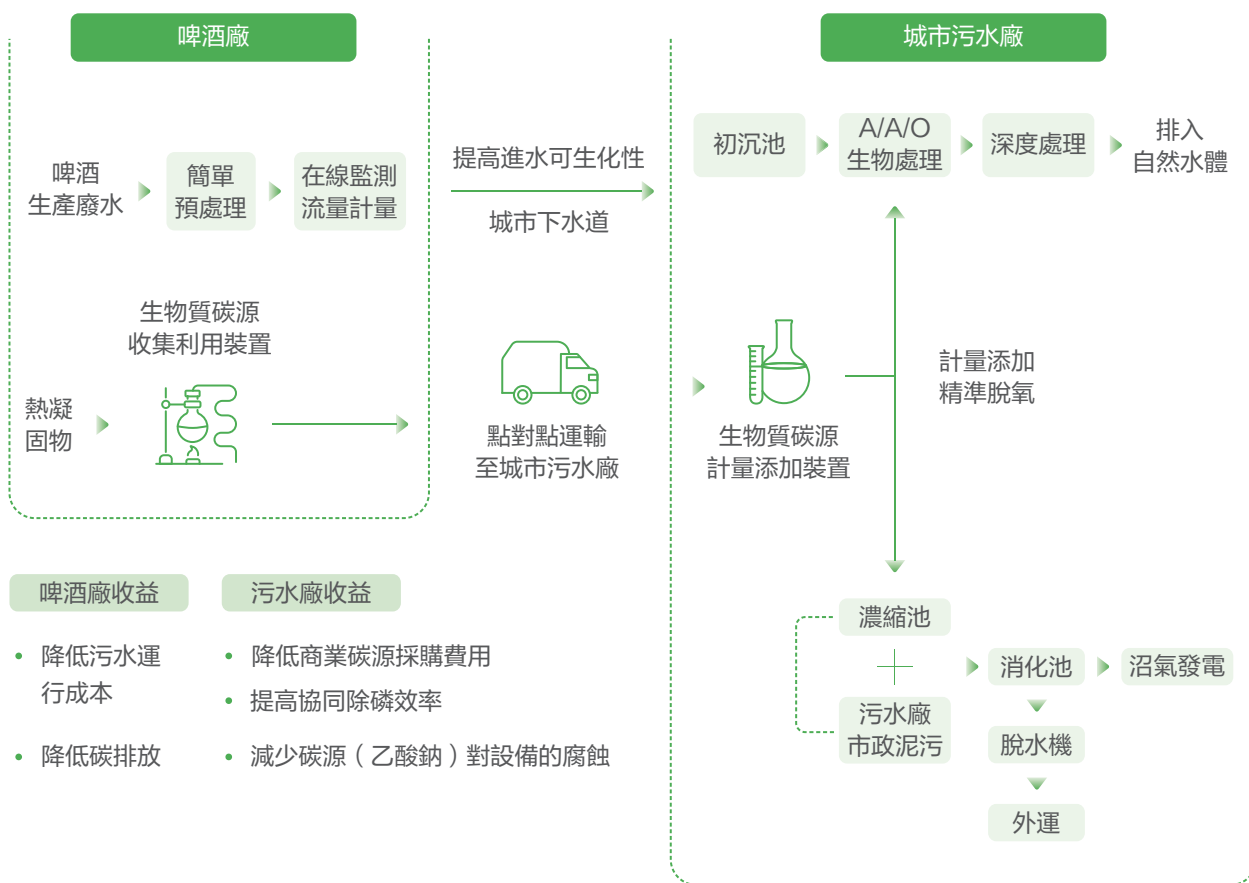
廢水價值共享項目

青島啤酒依據《啤酒工業污染物排放標準》(GB 19821-2005) 修改單 4.2 條要求，積極推進啤酒廠與下游污水處理廠簽約廢水價值共享項目，啤酒廢水經簡單預處理後，進入下游污水處理廠作為生物質碳源利用。通過青島啤酒廢水價值共享項目的實施，優化了污水系統工藝流程，降低了投資費用。2024 年新增 2 家工廠簽約該項目，目前公司簽約工廠總數量達到 36 家。2024 年同比節約廢水處理費用 155 萬元，減少污泥 2,649 噸，降低用電量 36.5 萬 kWh，減少碳排放 196 噸二氧化碳當量。



2024 年減少污泥

2,649 噸



► 啤酒廢水價值共享項目流程圖

能源管理與高效利用

公司嚴格貫徹執行《中華人民共和國能源法》等相關法律法規，完善內部《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。2024 年，公司千升酒綜合能耗同比降低 2.5%。

舉措

▶ 建立卓越目標體系與專項培訓

區分不同品種的工藝設計與生產流程設立各生產環節標準能耗，建立標準用能測算模型，以高目標驅動用能優化。

召開 2024 年度動力學校，對運行過程中的關鍵點、操作方法、技改方案等進行培訓和交流，提高工廠解決難點問題的能力，提升工廠的用能效率。

▶ 細化過程管理

通過細化標準、優化運行、完善設備配置等多維度，規範工廠運行控制，進一步提升工廠用能設備的效率，提升工廠識別節能降耗點及制定改進舉措的能力。

完善用能過程關鍵控制點異常報警，實時管控能耗，針對重點機台的用能過程關鍵控制點進行監控，實現重點耗能設備精細化管控，推動能源高效使用與回收。

▶ 提升用能效率

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，試點節能技改新技術，完善關鍵用能設備，提升系統用能效率。

▶ 優化用能結構

持續推進可再生能源電力使用，2024 年累計 12 家工廠安裝分佈式光伏 16 兆瓦，全年自建光伏發電量 923.5 萬千瓦時。

▶ 全員參與節能降碳

開展工廠節能降碳合理化建議徵集活動，引導員工圍繞公司節能降碳工作群策群力，創新創效，通過此次活動，凝聚歸納出了眾多節能降碳的合理化建議，例如煮沸餘熱高效回收利用：針對某工廠熱產生量最大的工序－煮沸工序，提出「建立儲能罐溫度梯度，按需分配」的回收與使用方法，以「煮沸過程不外冒二次蒸汽」為控制目標，實現熱能回收的效率最大化，全年節約蒸汽 4,095 噸。



成效

2024 年依託國家綠電交易機制，53 家工廠使用可再生能源電力，使用佔比 80%。

指標數據

能源使用種類及消耗

能源使用	單位	2022 年	2023 年	2024 年	2024 年同比變幅
電	千萬千瓦時	47.34	43.33	43.23	-0.2%
天然氣	千萬標準立方米	8.74	7.83	7.61	-2.8%
熱力	十億千焦耳	2,500	2,050	1,884	-8.1%
啤酒生產單位產品綜合能耗	每千升產量噸標準煤	0.03	0.028	0.027	-2.5%



行動案例

利用熱泵技術推進包裝車間冷熱聯供項目，將生產車間 30 多攝氏度的熱空氣「提級」使用，產生 60℃ 以上熱能供車間使用，在降低包裝車間溫度、改善工作環境的同時，減少殺菌機 60% 的蒸汽消耗量。



▶ 空氣源熱泵機組

包裝與廢棄物

青島啤酒始終秉承「減量化、再利用、再循環」的循環經濟 3R 原則，持續加強廢棄物及包裝材料的妥善管理，全面深化減排舉措，積極探索循環利用方式，切實推進企業綠色可持續發展。

綠色、循環包裝

青島啤酒致力於打造可持續包裝，全面推進包裝回收再利用，並通過創新改進，持續優化包裝組合，減少包裝材料對環境的影響。我們積極開展減塑活動，嚴格規範涉及塑料包裝的生產工序，研究探索替代塑料使用的材料與產品，全方位降低包裝中的塑料成份，推進包裝綠色化。

指標數據

產品包裝物料消耗數據

物料	單位	2022	2023	2024	2024 年同比變幅
啤酒新瓶	千噸	1,171	1,380	1,236	-10%
啤酒舊瓶	千噸	3,139	2,769	2,412	-13%
易拉罐	千噸	83	73	75	3%
紙箱	千噸	254	245	198	-19%
塑膜	千噸	10.203	10.720	10.665	-0.5%
瓶蓋	千噸	23.00	25.35	21.81	-14%
商標	千噸	9.89	9.92	9.03	-9%
包材總量	千噸	4,690	4,513	3,969	-12%
啤酒生產單位包材量	千噸 / 千升產量	0.0005999	0.0006091	0.0005488	-10%

備註：受產量及品種結構影響，部分物料消耗總重量增長

包裝輕量化

公司依託研發中心國家重點實驗室，開展了一系列低碳包材的研究及推廣應用：2024 年對 500mL 白啤啤酒瓶減重 75g，推廣使用 20%、40% 再生鋁易拉罐；紙箱外二維碼優化減少油墨使用量，噴碼尺寸由原來 25*25mm 降至 20*20mm；使用鋁材厚度為 0.208mm

輕量化易開蓋；推廣纏繞膜減薄項目等，通過輕量瓶、易開蓋、可再生鋁推廣使用，每年可減少碳排放 17,000 噸。



新包材使用

2024 年 3 月青島啤酒 1903 10 度 500mL*12 罐啤八角箱在啤酒廠正式上市，抗壓強度提升 15%，節約紙箱用紙面積 5%；8 月，青島啤酒與供應鏈上游造紙廠協同，共同創新研發碳中和包裝用紙，在啤酒包裝領域率先探索並成功研發出 180 克重低定量高強度青啤特抄塗佈白面牛卡紙的基礎上，推出青啤特抄碳中和面紙。該技術通過能源、配方、關鍵工藝等改進，實現用紙「零」碳目標。同時青島啤酒還倡導紙箱供應商使用碳中和包裝紙，積極探索新的供應鏈合作模式，助力上下游合作企業加快推進綠色轉型。



可循環材料使用

PP 中空板循環箱：在 1L 水晶純生產品已完成循環測試及建立回收、整理體系，具備推廣條件。

公司高度重視玻璃瓶的回收再利用，2024 年繼續強化與玻璃瓶供應商合作，優化玻璃瓶回收流程，建立玻璃瓶回收機制，合作的玻璃瓶供應商在供應公司玻璃瓶的同時回收產生的碎玻璃，形成了玻璃瓶的循環利用和生產。公司合作的供應商在 2024 年收集了 31,418 噸碎玻璃用於再利用。

公司在部分經銷商處試點推進空箱回瓶，利用啤酒紙箱回收啤酒瓶重複使用。提高啤酒瓶收回使用率同時提高紙箱回收率。2024 年包材合計減少碳排放 16.4 萬噸。



包材合計減少碳排放

16.4 萬噸

廢棄物處理

青島啤酒嚴格遵循《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《危險廢物貯存污染控制標準》，規範日常生產環節中固體廢棄物的收集、儲存與處置管理，公司建立並持續修訂《固體廢物污染防治管理規定》，確保廢棄物合規處置率 100%，危險廢物合規轉移率 100%。我們亦重視廢棄物的回收利用，堅持做到「在青島啤酒，沒有廢物，只有放錯了位置的資源」，確保酒糟、廢酵母、碎玻璃等一般工業固廢綜合利用率達 100%。

舉措



- ▶ 無害廢棄物減排管理：進一步強化固體廢物處理的規範性管理，對所有工廠廢料最終處置方資質進行查驗核實，均合法合規處置。
- ▶ 有害廢棄物減排管理：有害廢棄物處理方法為焚燒和綜合利用，聚焦 3 大類危廢（廢礦物油、化學廢液、沾染危廢的廢棄包裝物）開展減量化，通過梳理製冷站、包裝、廢水在線設備等源頭產生工序，形成危險廢物減量重點措施 7 項。指導工廠制定減量方案，每月回顧危險廢物產生總量、單位產品危險廢物產生量，完成 2024 年減排目標。

指標數據

無害廢棄物		單位	2022	2023	2024	2024 年同比變幅
廢酒糟	定量	噸	137,689	127,484	125,523	-2%
廢酵母	定量	噸	11,726	11,113	10,846	-2%
廢棄玻璃瓶、易拉罐	定量	噸	53,529	36,982	34,206	-8%
無害廢棄物總量	定量	噸	300,173	269,025	252,727	-6%
無害廢棄物密度	定量	噸 / 千升產量	0.0384	0.0363	0.0350	-4%

有害廢棄物		單位	2022	2023	2024	2024 年同比變幅
有害廢棄物總量	定量	千克	111,064	110,724	107,387	-3%
有害廢棄物密度	定量	克 / 千升產量	13.71	14.94	14.85	-0.6%



綠色發展

作為食品飲料行業「鏈主」企業，近年來，青島啤酒通過新建、搬遷、擴建、技術改造等，在全國及山東省內的青島、棗莊、榮成、淄博、臨沂、濰坊等地陸續建設一批新的智慧工廠，推動傳統製造業提質增效。

2024 年公司以重大項目建設牽引高質量發展，青島啤酒五廠高端特色啤酒生產基地項目啟動，山東新銀麥啤酒公司智能化生產基地項目、濰坊公司 60 萬千升啤酒生產基地項目、鞍山公司數智化啤酒生產基地（一期）項目先後開工，項目建設步穩蹄疾、勢如破竹，為未來發展孕育新希望、積蓄新動能。

青島啤酒廠獲評全球首家食品飲料行業「可持續燈塔工廠」



2024 年 10 月 8 日，世界經濟論壇公佈新一批「燈塔工廠」名單，擁有 121 年歷史的青島啤酒廠成功進階全球首家食品飲料行業「可持續燈塔工廠」。「可持續燈塔工廠」是在「燈塔工廠」中進行再次評選，不僅智慧高效，更引領綠色低碳發展，因此也被稱為「燈塔中的燈塔」。

青島啤酒廠進一步提升卓越的資源循環利用程度，通過提高工業互聯網與物聯網等技術融合度，有效打破生產掣肘，進一步提升資源、能耗、生態維度的綜合效益。將可持續發展的創新實踐貫穿於整個產品生命週期，

通過先進技術推動產業鏈條優化升級，提高企業「低碳競爭力」。青島啤酒持續引領價值鏈的優化升級，也為傳統製造高端化、智能化、綠色化轉型升級打開了全新視野。

國家智能製造專家委員會委員嚴建文在接受中央電視台《焦點訪談》欄目採訪時表示：「青島啤酒在持續發展的過程中，持續使用邊緣計算和減碳減排、綠色製造理念，彰顯了中國製造業不僅是有自主創新能力，還彰顯了我們有可持續發展的能力」。

高端化、智能化、綠色化項目

青啤五廠高端特色啤酒生產基地項目 啟動

3月29日，青島啤酒高端特色啤酒生產基地項目在青島市嶗山區青島啤酒五廠啟動。這座未來工廠，可生產青島啤酒各類高端特色產品，引領和滿足市場高端化、多元化、個性化的消費需求。

濰坊公司 60 萬千升啤酒生產基地 項目開工

4月28日，青島啤酒（濰坊）製造有限公司 60 萬千升啤酒生產基地項目開工儀式在濰坊舉行，此次項目將採用最新智能化設備、機器人技術、智能傳感技術及工業互聯網+5G 應用，實現從包裝材料入庫、生產包裝、產品下線入庫、物流裝車的全程智能自動化。

青島九源科技有限公司成立揭牌

12月15日，青島啤酒公司與青島市市南區戰略合作框架協議簽約暨青島九源科技有限公司成立揭牌儀式舉行。青島啤酒以青島九源科技公司落地為契機，發揮食品飲料「鏈主」企業為行業在數字化轉型方面的牽引帶動作用，積極推動區域產業數字化轉型。雙方希望藉此契機，緊緊圍繞數字科技、時尚消費、金融服務等板塊開展深度合作，推進數字化產業賦能，打造潮流消費新場域，實現金融產業質效齊升，為經濟社會發展注入新動能。

山東新銀麥啤酒公司智能化生產基地 項目開工

4月17日，青島啤酒山東新銀麥啤酒公司智能化生產基地項目開工儀式在臨沂蒙陰縣舉行，項目採用先進裝備、數字技術和智能方式，將持續增強發展動力、運營能力，提升綠色生產水平，打造先進製造業高質量發展新標桿。

鞍山公司數智化啤酒生產基地（一期） 項目開工

11月22日，青島啤酒（鞍山）有限公司數智化啤酒生產基地（一期）項目開工儀式在鞍山市台安高新農業產業開發區舉行。新工廠通過建設聯合車間實現數智「一體運營」，多品種柔性生產「一鍵切換」，從原料入廠、釀造生產到成品出庫實現「一鍵控制」，打造國內一流的啤酒生產基地。





護綠行動

青島啤酒嚴格遵守《建設項目環境保護管理條例》要求，嚴密監控並妥善管理生產環節對周邊環境帶來的影響，將對生物多樣性、生態保護的考量納入工廠建設項目的全生命週期。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，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，積極採取環境保護、污染防治、生物多樣性保護等措施，確保對周邊環境的影響降至最低。

在日常生活中，公司號召工廠開展全員環境保護志願者活動。以植樹節、世界地球日、六五環境日、全國生態日等重要環保節日為契機製作宣傳海報、拍攝宣傳視頻，營造環保氛圍，提高全員環保意識。組織工廠開展水源地保護、垃圾分類、低碳行走、減塑活動、節約糧食、環保知識競賽、廢舊物資工藝品製作等特色的環保志願者活動；號召工廠保護所在城市的河流，組織開展清理河邊、江邊塑料垃圾、放生本地魚類等活動；同時鼓勵工廠組織開展保護紅樹林、保護野生動物等生物多樣性保護活動，用實際行動踐行青島啤酒「我為環境添點綠」的環保主張和「為了更美好的世界」的環境理念，全面提高員工環保意識。

► 揭陽公司聯合揭陽市生態環境局在工廠內部開展環保宣傳活動



► 三水公司環保志願者活動



► 深圳公司舉辦研學課程（舊酒瓶彩繪）走進學校，傳遞循環再利用的環保理念



► 珠海公司環保志願者活動





給奮進者舞台 為成就者喝彩

青島啤酒始終秉持「給奮進者舞台，為成就者喝彩」的人才理念，助力每一位員工在平等、尊重、多元化的環境中快速成長並創造價值。我們高度重視員工的身心健康，充分保障員工基本權益，全面落實員工關懷政策，通過營造和諧發展的工作氛圍，為員工創造快樂、提供關懷，並將青島啤酒的高品質與快樂傳遞給全球消費者。



職業健康與安全

56

權益與保障

58

員工成長與創新文化

62

員工關愛

69

職業健康與安全

青啤公司堅定不移地推進高質量發展戰略，對安全生產工作提出了更高的要求。安全生產工作堅持「安全第一、預防為主、綜合治理」的方針，以高水平安全保障公司高質量發展。

安全生產

青島啤酒始終遵守《中華人民共和國安全生產法》、《中華人民共和國消防法》、《中華人民共和國職業病防治法》、《中華人民共和國特種設備安全法》等 148 項相關法律法規和國家標準的要求，通過了 DNV（挪威船級社）ISO 45001 體系認證。

2024 年各單位累計獲得各項政府表彰 63 項，其中省級表彰 1 項，市級表彰 19 項。公司各單位接受國家、省、市、縣區等各級政府督察 126 次，其中省市級政府督察累計 28 次。全公司發生 4 起損失工作日工傷，損失工作天數 187 天。



2024 年涉及安全類投資近

5,000 萬元

舉措及成效

安全是發展的前提，發展是安全的保障，青島啤酒圍繞「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」的十八字安全方針，堅持以人為本，安全發展，緊密結合安全生產管理實際創造性開展工作。

完善的組織架構

公司總裁任安全生產委員會（簡稱安委會）主任，成立安全生產管理專職部門，下屬所有業務單位全部成立安委會，明確並落實了全員安全主體責任，制定公司年度安全目標，將目標分解到每一位員工，實現安全目標責任分解率 100%，安全網絡全覆蓋。

全覆蓋的安全檢查

標準化全覆蓋的安全檢查成為常態，特別是國家重大會議、節假日等重大活動期間，總部加嚴檢查力度和頻次，各單位提級管理。通過各項強力舉措，全力維護了穩定的安全生產形勢，營造良好安全環境。

風險管理排查

- 聚焦啤酒行業 7 大類重大風險，確定了年度滾動的 4 大重點管理領域。
- 2024 年涉及安全類投資近 5,000 萬元。
- 各單位按照風險清單開展隱患排查消除，「控風險，除隱患」已經成為安全管理的標準動作，遍佈全國的啤酒工廠逐漸成為所在地安全管理的模範。



安全文化及培訓管理

- 公司形成了規範的三級安全教育體系，以法律法規、安全管理流程、制度學習為契機，組織開展多種形式的安全教育培訓。線上線下相結合，安全培訓到全員，人均安全培訓 41 學時。
- 以「控風險除隱患，我的安全我做主」為主題安全文化活動貫穿全年，從總經理安全公開課、復工復產安全第一課、爭做有感領導、安全回頭看、安全生產大檢查活動等方面開展了各種形式的安全文化活動，營造濃厚安全氛圍。
- 2024 年 1,082 個班組參與安全管理標準化建設活動，近萬人次網上參與學習答題，60 個班組入圍安全優秀班組評選，全年組織各層級應急預案演練 9,579 次。



▶ 深圳公司開展 AED 使用安全教育培訓



▶ 揚州公司舉辦承包商安全培訓活動

持續完善職業健康管理體系，及時識別和嚴格落實國家相關法規要求，對識別的 27 個職業病危害因素定期進行作業環境檢測；組織員工職業健康體檢近萬人，更新了新款職工工裝和防護鞋，全年勞動保護費投入約 4,000 萬，切實保障了員工職業健康。

職業健康



勞動保護費投入約

4,000 萬

權益與保障

平等僱傭

青島啤酒嚴格遵守《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》、《中華人民共和國婦女權益保障法》、《中華人民共和國工會法》、《工傷保險條例》等國家法律法規及地方勞動用工有關政策，通過優化勞動、人事、分配等制度全面保障員工享有合法權益，提升用工管理水平，構建和諧勞動關係。

舉措及成效

公司秉承「給奮進者舞台，為成就者喝彩」的人才理念，建立健全人力資源管理制度，依法合規開展員工管理工作，保障其享有合法權益，公司通過制定《青啤公司招聘管理制度》、《青啤公司勞動合同管理制度》、《崗位競聘管理規定》以及人才管理制度規範等，確保員工的聘用、晉升有制度依據並規範執行。

公司給予應聘人員享有平等的就業和發展機會，不因應聘者性別、年齡、地域、民族、種族、宗教信仰、是否殘疾等因素在員工僱傭、晉升和薪酬待遇上進行歧視或差異化對待。公司的招聘標準嚴格執行法律要求，禁止僱傭童工和強迫或強制勞工，在 2024 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。

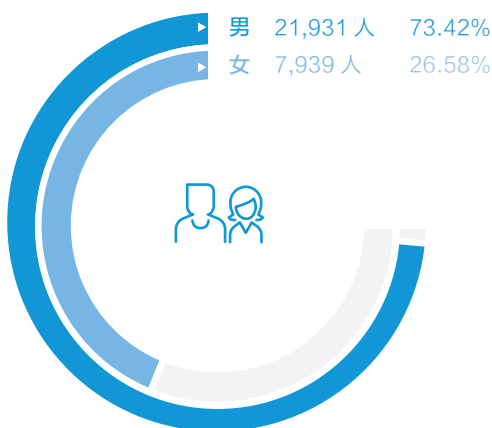
指標數據



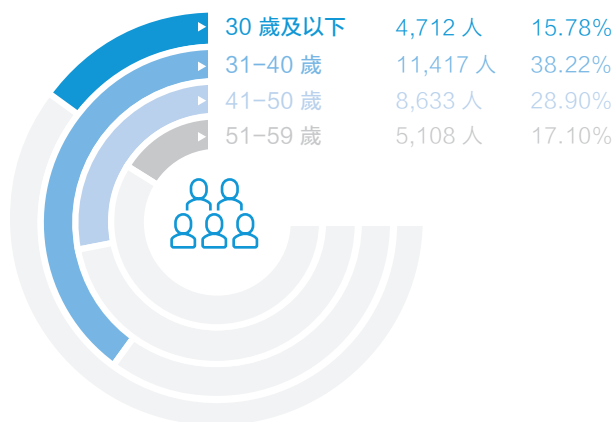
2024 年末在職員工

29,870人

按性別比例劃分

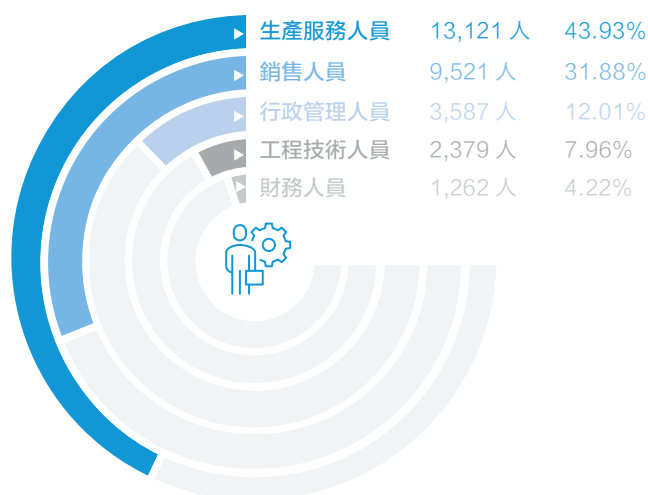


按年齡比例劃分





按專業構成比例劃分



員工離職率情況統計

類別佔比

主動離職率 5.87%

基於性別組別劃分的主動離職率佔比

男性主動離職率 4.95%

女性主動離職率 0.92%

基於年齡組別劃分的主動離職率佔比

30 歲及以下主動離職率 3.81% 41-50 歲主動離職率 0.32%

31-40 歲主動離職率 1.67% 51 歲及以上主動離職率 0.07%

公司嚴格遵守《職工帶薪年休假條例》、《企業職工帶薪年休假實施辦法》、《國務院關於改革國有企業工資決定機制的意見》等國家和省市相關規定，員工享有帶薪休假、產假病假休息、定期體檢、健康培訓等權益。

公司秉承以目標為導向配置資源、以能力為導向選人用人、以業績為導向激勵約束的指導思想，持續優化績效考核激勵機制。壓實硬指標，強激勵、硬約束、抓落實、重效率，充分展現崗位價值貢獻；通過完善薪酬與經營業績的聯動，不斷提高員工收入水平，助力公司實現高質量發展。

薪酬福利

舉措及成效

青啤公司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，2024 年員工勞動合同簽訂率 100%，員工社會保險參保率 100%。

公司始終堅持以員工為中心，想員工之所想，謀員工之所需，致力於提升員工滿意度。為員工提供了完善的薪酬福利體系，健全長效激勵機制，2024 年公司實施企業年金政策，完善了多層次養老保險體系，增強企業凝聚力和吸引力，增強員工的獲得感、幸福感、歸屬感，促進企業與職工共同發展。

2024 年適時推出《青啤公司企業年金管理制度》《科研人才職位與薪酬激勵機制》等，驅動公司組織發展與變革轉型。

2024 年，公司員工快樂指數 95.35%，員工的企業幸福感持續提升。

2024 年，公司組織各單位實施陪產假、育兒假和護理假，切實保障員工權益；育兒假結束後返崗的員工留任率達 100%；同時落地對女職工勞動權、發展權和受教育權合法權益的保障，精準關愛職工，切實提高員工生活品質。



員工勞動合同簽訂率

100%

員工社會保險參保率

100%

公司員工快樂指數

95.35%

獲得多項年度僱主大獎

2024 年青島啤酒憑藉卓越的僱主形象、人才理念、培養發展、薪酬福利、快樂指數、創新實踐等維度的突出表現，在國內多家專業、領先且具有較大影響力的評選機構組織的僱主評審中摘得多項年度僱主大獎。



2024.06

最佳僱主校招案例獎 智聯招聘



2024.08

HRRoot 最佳人力資源團隊 HRRoot



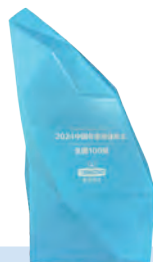
2024.12

山東年度非凡僱主 獵聘



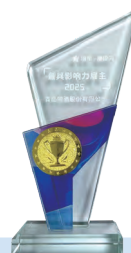
2024.09

福布斯中國·最佳僱主
福布斯中國 & 羅盛諮詢



2024.11

中國年度最佳僱主
智聯招聘



2024.12

最具影響力僱主
海投網 & 獵星



2024.12

中國新生代僱主·
城市影響力僱主
58 同城



員工權益



2024 年 6 月 4 日，青啤公司第六屆職工代表大會第五次會議召開。各部門、單位代表通過現場及視頻參會形式聽取和審議了《2024 年職工薪酬預算與考核管理辦法》、《第六屆第三次職工代表大會職工代表提案工作報告》等專項報告，全體代表切實履行職責，圍繞公司的生產經營、創新發展、人才隊伍建設、職工需求等方面積極建言獻策，提出許多建設性的意見建議併表決通過了各項報告。



員工成長與創新文化

人才隊伍建設

青島啤酒打造高素質技能人才隊伍，搭建了領導力發展、營銷業務支持、製造業務支持、在線學習管理、培訓資源管理六大模塊構成的人才培養體系，以領導力發展、專業力提升、業務力拓展並做好儲備線、勝任線的三力兩線培養方法，孵化了例如 TT-EMBA、銀★資格班、一線管理者提升等涵蓋各個管理層級的培訓項目，並依靠專業學校、培訓基地聚焦專業能力提升培養骨幹，並將基於最佳實踐標準化模式進行推廣，一批批掌握新技能、展現新風采、創造新價值的人才不斷湧現。

豐富高層次人才榮譽體系，進一步暢通各類人才職業發展通道，目前已培養國家特支計劃領軍人才 1 人；泰山產業領軍人才 2 人；全國技術能手 4 人。2024 年公司獲得國家級技能競賽一等獎 21 人，省級競賽一等獎 3 人，地市級競賽一等獎 25 人；累計新增 36 項市級以上技能榮譽，其中省級技能榮譽 20 項。

公司組建企業提質增效的智囊團——專家工作站，目前已經建立技能專家工作站 34 個，其中省市級 20 個；持續推動技能人才攻關，優化多能工結構，多能工佔比增幅 5.5%。

舉措及成效

2024 年底，青啤公司工會組織開展了第二屆青島啤酒「大工匠（工匠）」及「專業技能明星」的推薦評選工作。獲得表彰的大工匠（工匠）及專業技能明星中既有持續建功，推進工廠數智化轉型，解決生產效率難題，獲多項專利的工匠代表和積極降低能耗、促進多項指標公司領先的工匠代表；也有錘煉高超技能，立足崗位創新創造，榮獲全國、省市各級技能競賽冠軍和一等獎的高技能人才；還有積極發揮專業技能價值，助力實現銷量提升、市場開拓、文化傳播和在各級專業領域技能競賽中獲得冠軍和一等獎的技能明星。他們苦練內功、精進技藝、實幹爭先，成為公司高質量發展需要的知識型、技能型、創新型的高素質產業工人。



2024 年 11 月，山東省城市主導產業職業技能大賽暨 2024 年全國啤酒釀酒師職業技能競賽在青島舉行。來自全國 17 個省（直轄市）、38 支代表隊，108 名一線產業工人參加。經過理論測試、模擬實操、品評實操等競賽環節，青啤公司員工獲得競賽前三名。青島啤酒（鞍山）公司佟明明獲得了一等獎的好成績。





2024 年 9 月，山東省「技能興魯」職業技能大賽暨山東啤酒行業首屆智能裝備維修電工職業技能競賽在青島落幕。來自 50 多家企業的 250 餘位技術人員首次「華山論劍」，36 名公司員工闖入「決賽圈」，並包攬前三名。冠軍獲得者青島啤酒廠李建說，「以前沒接觸過這種數字化編程，通過技能大賽一步步鍛煉了自己的技能」，公司有很多技能人才的榜樣，大家的成長生動詮釋了當下「技能有多高、舞台就有多大」的發展環境。



青島啤酒連續三年舉辦「百年青啤匠心文化節」暨「匠心圓夢 技能成才」系列主題活動，表彰高技能人才。旨在持續推動「匠心」意識，傳承「匠心」文化，讓「匠心圓夢、技能成才」持續砥礪全員的精湛技藝。他們當中，除了釀酒師、品酒師等傳統技能人才，還有工業數據管理、啤酒侍酒師、互聯網營銷等領域的「新秀」湧現，持續築牢質量提升的技能根基。



2024 年，青島啤酒利用廣闊的平台資源優勢，為員工搭建成長舞台，建機制、創環境、促成長，公司員工培訓覆蓋率達 100%，人均完成 54.1 課時學習。

舉措及成效

數字化人才賦能



在數字化人才方面，通過構建通用能力課程體系、組織數字化知識競賽和專項認證，提升員工數字化素養和核心能力，數字化三級人才普及率均達 100%；全年參與數字化課程學習 301,900 人次，頒發數字化徽章 210,054 枚。



2024 年參與數字化課程學習

301,900 人次





員工培訓覆蓋率

100%

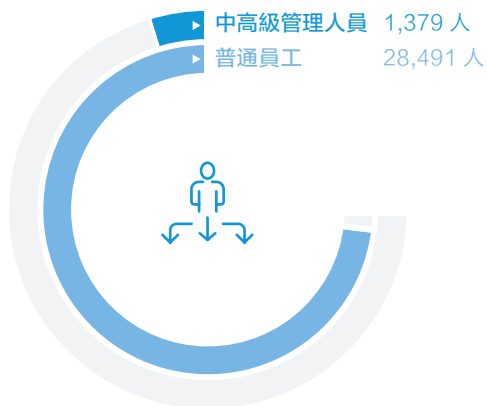
產品營銷培訓



2024 年，面向總部及三大中心職能管理人員開展涵蓋廣告宣傳、價格標註、知識產權保護、消費者權益保護、商業競爭、促銷、個人信息及數據保護、網絡直播等八大核心領域的專題培訓，覆蓋率 100%；推進《啤酒知識》、《營銷安全管理知識》等課程學習，新入職業務代表學習覆蓋率 100%、管理培訓生學習覆蓋率 100%。

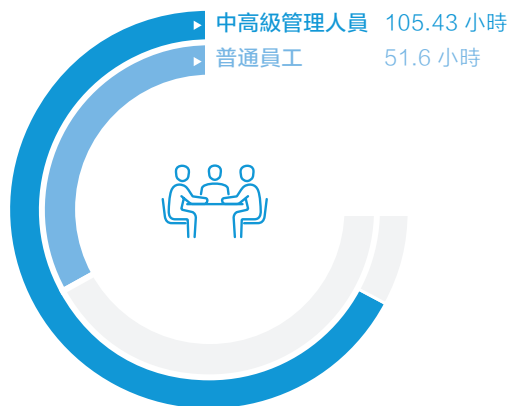
指標數據

受訓僱員人數



按職級劃分受訓僱員人數

職業發展培訓平均時數



按職級劃分受訓人均小時



受訓僱員總人數

29,870 人



每名員工平均受訓時數

54.1 小時



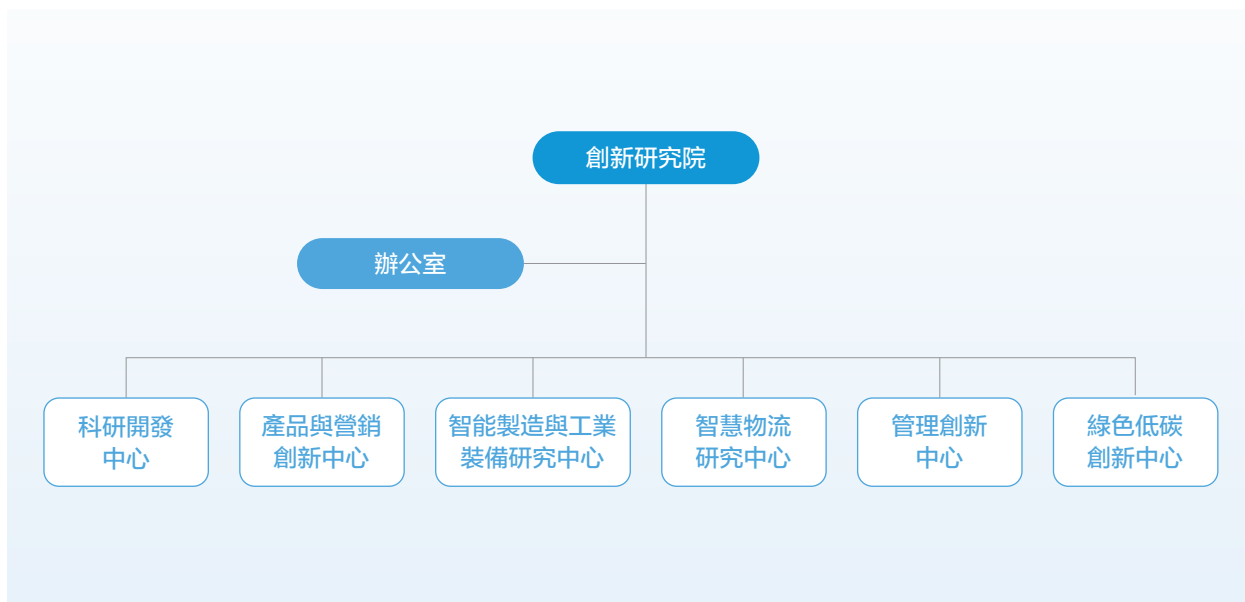
創新助力公司發展

成立創新研究院



抓創新就是抓發展，謀創新就是謀未來。近年來，公司堅持以創新為引擎，科技創新、產品創新、渠道創新、場景創新、品牌創新、可持續發展創新等方面成果豐碩，建立了獨有的核心競爭力。為了進一步提升公司系統性創新能力，公司成立了創新研究院，全面統籌公司創新管理工作。創新研究院下設六大創新研究中心，包括科研開發中心、產品與營銷創新中心、智能製造與工業裝備研究中心、智慧物流研究中心、管理創新中心和綠色低碳創新中心，分工協作，具體落地專業領域創新研究工作。

在創新戰略的引領下，公司系統規劃創新過程管理和創新機制、創新孵化、創新賦能、創新生態、創新品牌和創新空間「六位一體」的創新管理體系，為持續推動公司高質量可持續發展提供了重要支撐。





持續推進項目管理成果改善



2024年公司召開「持續改善項目成果」發佈活動，評選出六西格瑪項目一等獎1項，二等獎2項，三等獎5項，優秀獎4項；QC項目一等獎2項，二等獎8項，三等獎11項，優秀獎7項，本次成果發佈會從年度342個註冊項目中評審出12個六西格瑪項目和30個QC項目進行發佈，課題內容涵蓋了能源、效率、質量、外包裝、數字化、物流發運效率等，此外，會議還進行了質量管理小組活動準則培訓和立項共創研討，緊緊圍繞公司戰略開展持續改善規劃。

中國輕工業企業家年會揭曉2024年度輕工企業管理現代化創新成果評審結果，青島啤酒獲得3個一等獎、3個二等獎，獲獎數量再創歷史新高，工廠的管理創新成果首次斬獲一等獎。





員工關愛

青島啤酒公司工會以職工需求為導向，實施精細化職工關愛，為廣大職工提供更多普惠性、常態性、精準性服務。山東省總工會黨組會議研究決定，2024 年公司被確定為提升職工生活品質試點單位。

青島啤酒積極開展員工關懷活動，以春送溫暖，重點關懷困難職工和一線職工；夏送清涼，為各單位及時配置各類防暑降溫物資，建設「清涼驛站」；金秋助學，舉辦「情暖學子 助夢啟航」金秋助學親子講座，聚焦職工和孩子關注需求，幫助排憂解難；冬送溫暖，為員工提供切實的保障。

普惠關愛



► 夏送清涼



► 金秋助學



► 勞動節慰問員工



► 為員工配備夏季清涼防暑包

困難幫扶

困難職工幫扶常態化、及時化、精準化，健全職工困難幫扶機制，通過職工困難幫扶、急事特辦、「青島啤酒關愛基金」形成層次清晰、各有側重的梯度幫扶體系，多措並舉、及時有效幫扶職工。2024 年度公司共慰問青島屬地單位困難職工 163 人次，下撥慰問金及發放慰問品，合計 199,250 元；慰問外派職工 87 人次，發放慰問品價值 39,130.56 元。在企業幫扶的基礎上及時為屬地單位職工申報青島市困難職工，爭取到生活救助金 6,000 元及公用事業相關費用的減免，攜手職工共渡難關。

2024 年，青島啤酒關愛基金共救助了來自 17 家單位的 20 位罹患惡性腫瘤、腦梗死、白血病等重大疾病的員工，累計支出 65.05 萬餘元。2024 年共有 48 家單位向關愛基金捐款合計 61.89 萬元。



► 九江公司、青島啤酒廠開展員工關愛基金捐款活動



特色關愛

圍繞「惠健康，惠文化，惠生活」三個維度不斷推進惠工項目：2024 年公司繼續實施帶薪陪考假，對有子女參加中考或高考的在崗員工，按各地發佈的中考及高考時間，給予比中考或高考天數多一天的陪考假；舉行 12 次職工健康活動，包括醫療諮詢、中醫把脈、健康大講堂、工間操、健步行等，多家單位還組織了籃球賽，在促進健康的同時，豐富大家的文體生活；舉辦迎新春歡樂大集，舉辦「歡樂祥和鬧元宵 踔厲奮發啟新程」元宵節、端午節、國慶中秋雙節同樂會以及書畫、足球、乒乓球、毬球等社團活動，短視頻互動大賽，促進職工之間的交流溝通、釋放壓力、激發活力；持續開展「紅心向黨光榮離崗 青啤精神薪火相傳」榮休工作；開展「慶六一 我是勞動小能手」青啤職工子女勞動技能秀活動、愛心救五分鐘社會救援圈公益項目培訓，轉訓志願者近 600 名；組織暑期職工子女愛心託管，獲青島市總工會推薦，獲得資金支持。



带薪假期
安心陪考

▶ 公司實施帶薪陪考假



▶ 公司開展迎新春歡樂大集活動



▶ 公司開展職工子女暑期愛心託管服務活動



▶ 公司開展慶中秋活動



▶ 2024 年 9 月 27 日，《禮讚新中國 奮進新時代》——青島啤酒慶祝新中國成立 75 週年職工文藝匯演舉辦，一個個節目特色鮮明、形式多樣、精彩紛呈，謳歌新中國成立 75 年來的輝煌成就，回望青島啤酒與祖國同呼吸共命運的壯麗篇章，共同祝福偉大祖國的美好前程，生動表達出青啤人的拳拳赤子心、殷殷愛國情



04

共創社會價值

青島啤酒攜手價值鏈上下游，以創新的方式投身於行業合作，共同應對新出現的挑戰，持續打造可持續和負責任的價值鏈；我們以實際行動履行社會責任，圍繞鄉村振興、慈善捐贈、抗災、扶貧、助學等社會公益，踐行企業責任擔當，用實際行動共建和諧美好社會。



可持續供應鏈

74

關愛社會

79

可持續供應鏈

青島啤酒要求供應鏈合作夥伴遵守公司負責任採購、低碳環保、安全管理、商業道德與合規、員工規範招聘及管理、廉潔承諾等各項政策，對新建立的合作夥伴進行 ESG 可持續性風險評估及相關內容的溝通培訓，我們與價值鏈夥伴共同致力於為打造綠色環境做貢獻；每年都會審查與現有合作夥伴簽訂的合同條款和服務協議，篩選並淘汰與公司發展理念相違背的合作夥伴。

負責任採購

青島啤酒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《採購管理手冊》《物料採購招標競價管理流程》《青島啤酒供應商進入、合作、退出管理流程》《採購操守守則》等內部管理制度，要求供應商簽署廉潔承諾書，確保約定的商業道德準則得到遵守。

供應商管理及評估



2024 年，納入供公司可合作
的供應商數目為

1,586 家

2024 年，納入供公司可合作的供應商數目為 1,586 家，包括中國、德國、加拿大、法國、阿根廷、捷克、美國等國家。生產性物料供應商（含原輔料、包裝物、添加劑等）約為 773 家；非生產性物料供應商為 813 家。

舉措

► 建立供應商分級管理制度

公司根據供應商管理體系框架，建立供應商分級管理制度，每年度基於供應商商務資質、產品質量、供貨數量、技術能力、管理制度、可持續管理體系等多個維度動態調整分級。

► 及時對供應商進行評估

公司對於新引進供應商及供應商合作過程中定期進行考察及審核，通過審核的新供應商予以准入資格。對於合作供應商通過查核進行管理輸出，推進供應商共同改進提高。對於供應商資質證件、財務及資信、供貨能力、環保、職業健康、僱傭關係以及供應商質量管理、生產工藝技術、設備配置及食品安全管理等維度進行查核。另外定期通過第三方平台對供方相應風險進行識別。2024 年現場查核審計 167 家供應商，符合要求。



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，生產性物料我們共引入新供應商 17 家，優化淘汰供應商 17 家。

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。2024 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。

▶ 帶動供應商踐行 ESG 理念

公司重視供應商在質量、安全、環保及社會責任等方面的表現，在各個環節增加對供應商 ESG 風險評估的考量。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。

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。目前合作的 101 家供應商通過 14001 環境管理體系認證，69 家供應商通過 45001 職業健康安全管理体系認證。

舉措



應對氣候變化的多產區採購

- ▶ 在氣候變化帶來的不確定環境因素下，公司採取原料多產區採購戰略，判斷行情及時調整採購策略。
- ▶ 制定大麥品種名錄，每年根據主產區大麥品種的變化，對種植面積達到一定規模的新品種進行試驗、跟蹤、使用和評價，確保原料的多樣性和穩定性。
- ▶ 採購部分國際大麥，補充國內原料供應不足問題，確保穩定生產。



報告期內，生產性物料我們共引入新供應商

17 家

優化淘汰供應商

17 家

供應商合作及共同發展



持續支持國產原料發展

青島啤酒積極響應國家政策，持續支持國產原料的發展，特別是在酒花的種植與採購方面，採取了多項措施：

- ▶ 與供應商合作，建設青島大花及香花種植基地，推動酒花品種的提純和優化，確保原料的高品質。
- ▶ 支持國產大麥的種植，維持一定的國產麥芽的採購，確保國產麥芽供應商的生產，助力推動國內農業的可持續發展。
- ▶ 與種植戶簽訂長期合同，鼓勵擴大種植面積，並通過「優質優價」政策提升原料品質，同時提高合作夥伴和種植者的收益。
- ▶ 在合作基地的基礎上升級管理，不斷提升合作夥伴的田間作業標準，從源頭控制酒花質量與品質。



公司為上游啤酒瓶供應商提供資金

1.76 億元



資金支持實現雙贏

2024 年，上游供應商資金緊張，公司為上游啤酒瓶供應商提供資金 1.76 億元，支持供應商採購原料，生產持續，實現雙贏。



合作創新共同發展

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，如纏繞膜減薄、瓶蓋減薄、易拉罐 / 蓋減薄等、啤酒新瓶減重等，既降低了採購成本，雙方獲得收益，同時，又減少了原材料的使用，實現綠色可持續發展。



推進供應鏈綠色低碳化改革

青島啤酒與酒花種植基地合作，逐步減少化學肥料的使用，轉而推廣有機生物肥料。通過使用有機生物肥料，酒花種植基地的土壤健康得到顯著改善，增強了土壤的碳匯能力，進一步降低了農業生產的碳足跡。



▶ 攜手甘肅亞盛綠鑫建立國內首家啤酒花共建基地

2024 年 6 月，青島啤酒與甘肅亞盛綠鑫啤酒原料集團啤酒花共建基地揭牌儀式舉行，雙方將充分發揮科研實力、資源優勢和品牌影響力等，打造國內首家啤酒花共建基地，助力提升國產酒花的核心競爭力，推動傳統產業提質升級。

此次雙方「強強聯合」共建啤酒花基地，將通過組建專業化生產管理專家團隊，制定各生產環節標準作業流程，建設高質量、高標準的啤酒花原料基地，助力實現國內啤酒花種植標準化、機械化、規模化以及行業全產業鏈發展，打造國產啤酒花行業的標桿基地。

公司秉承「共創、共享、共贏」合作理念，因地制宜加快廠商協作分銷模式變革，持續提升網絡運營力。加速渠道數字化建設，讓經銷商更具成長力和競爭力，為公司高質量發展鑄定網絡根基。

助力經銷商創新變革 共贏發展

舉措



廠商協作分銷模式（TM 項目）

- ▶ 深入推進：推進變革大區增加 18%；變革經銷商增加 34%。
- ▶ 堅決進攻：銷量和結構較同期提升，經銷商人員增加 4%；經銷商車輛增加 2%；直供率和 AB 類直供率，均同比提升 5 個百分點。
- ▶ 數字化應用：經銷商業務人員 SFA 手持應用率同比提升 12 個百分點。



網絡結構能力項目

- ▶ 網絡培育，引進目標，超目標完成 115%。
- ▶ 網絡發展，新引進經銷商制定三年培育計劃。
- ▶ 網絡優化，針對銷量規模低於平均值且運作五年以上的傳統渠道經銷商專項制定優化計劃。



▶ 青島啤酒舉辦「2024 青島啤酒全球渠道夥伴大會」

2024 年 5 月「2024 青島啤酒全球渠道夥伴大會」召開，全球近千名青島啤酒渠道夥伴代表參與盛會。大會再次傳遞了「共創、共享、共贏」的合作理念，宣貫發佈了公司高質量發展戰略和企業文化，提振了渠道夥伴與青島啤酒並肩前行的信心和士氣，激發了渠道夥伴與青島啤酒共同征戰市場的昂揚鬥志。



關愛社會

青島啤酒始終用實際行動奉獻愛心、回饋社會，持續致力於與社會公益事業共同發展，組建公司員工志願團隊，鼓勵並組織員工積極投身社會公益事業，持續增進民生福祉。2024 年，公司對外捐贈、公益投入 128.72 萬元。

青島啤酒將支持鄉村振興發展視為企業重要的社會責任，依託公司優勢，因地制宜開展調研，探索鄉村振興發展新路徑，構建產業支撐、文旅融合的「新引擎」，助力實現鄉村產業興旺、文化繁榮、經濟發展，取得了很好的成效。

鄉村振興



啤酒節助力當地經濟發展

主辦 2024 年定西第五屆青島啤酒節，開展「歡聚隴南 乾杯青島」青島啤酒嘉年華活動，廣拓兩地旅遊市場，推介隴南、定西特色產品，多層次、多視角宣傳展示隴南、定西魅力，進一步擴大兩地文旅品牌的知名度和影響力，助力文化旅遊傳播和經濟社會高質量發展。

自 2020 年第一屆定西青島啤酒節成功舉辦，到今天第五屆定西青島啤酒節的盛大舉行，定西與青島啤酒節五度相約，定西青島啤酒節已成為踐行大力發展假日經濟、夜間經濟的重要支撐和繁榮夜間文化、活躍夜晚生活、提升休閒消費、構建定西高質量發展格局的重要成果展示平台。

「歡聚隴南 乾杯青島」2024 青島啤酒嘉年華活動為市民及各地遊客打造一場繽紛亮麗的狂歡盛宴，不僅對商文旅體融合發展和消費增長產生強勢拉動效應，也對隴南文旅 IP 塑造和經濟發展帶來長期助益，助力將隴南打造成甘陝川交界夜經濟產業發展明珠，迸發出更多生機與活力。





深入開展消費幫扶

2024 年 1 月，青島啤酒積極響應青島市鄉村振興局印發的《關於組織開展東西部協作「消費幫扶助農增收集中行動」的通知》和青島市國資委《關於深入開展消費幫扶活動的倡議書》的號召，持續深入開展消費幫扶，對接隴南市祥宇油橄欖開發有限責任公司，採購祥宇特級初榨橄欖油產品 4,000 餘瓶，總金額 40.47 萬元。2019 年以來，公司共 6 次在春節期間參與東西部協作消費扶貧，助力鄉村振興和東西部協作工作，營造了人人參與消費幫扶的良好氛圍。



幫扶對口鄉村

2024 年，西安公司因地制宜結合幫扶村實際需求，共投入定點幫扶資金 17 萬餘元，完成北閭村「鄉村振興作戰室」改造工程项目，幫扶慰問、節日慰問等項目，取得了良好的幫扶效果。渭南市臨渭區鞏固拓展脫貧攻堅成果同鄉村振興有效銜接工作領導小組發來感謝信，幫扶村北閭村也送上錦旗，感謝西安公司多年來對幫扶工作的大力支持的同时，也對西安公司的幫扶工作給予充分肯定。

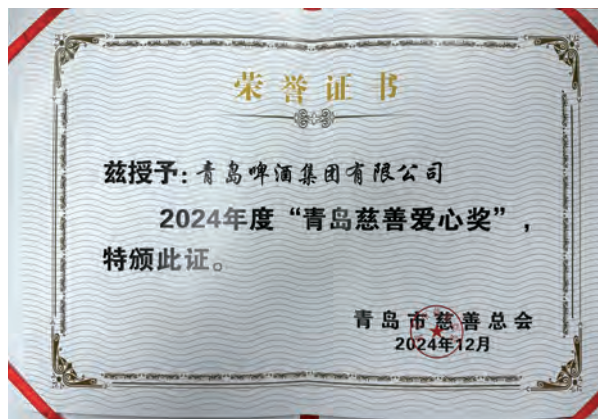




青島啤酒關愛弱勢群體、熱心公益事業、關注教育、奉獻愛心傳遞溫暖。

- ▶ 2024 年，青啤公司一如既往的秉持扶弱濟困的社會責任感，關注殘疾人事業，繼續向青島市殘疾人福利基金會捐助 10 萬元。自 2004 年開始已累計進行殘疾人捐助共計 246 萬元。
- ▶ 2024 年 9 月，青島啤酒積極響應青島市民政局關於青島市第九個「中華慈善日」捐贈的號召，通過青島市慈善總會向青島市民政局「中華慈善日」公益慈善項目捐贈人民幣 50 萬元。其中，定向捐贈公司對口幫扶村鎮平度市明村鎮 20 萬元，定向捐贈公司派駐駐村工作隊所在村新河鎮幸福村和蔣蘭鎮葛戈莊村款物各 6 萬元，其餘款項定向用於青島市第九個「中華慈善日」主題宣傳活動啟動儀式發佈的公益慈善項目。
- ▶ 自 1996 年起，公司設立「青島啤酒－青島大學」獎學金，專項用於青島大學獎勵優秀學生、扶助貧困學生、在校學生就業培訓和相關社會實踐體驗等。截至 2024 年，累計捐助學生 2,048 名，捐贈金額 620 萬元。其中，2024 年捐資 30 萬元，獎勵學生 80 名。

2024 年 5 月，在青島市殘疾人聯合會舉辦的第三十四次全國助殘日活動中，青島市殘疾人福利基金會向青島啤酒贈予「青島市助殘愛心單位」獎牌，以感謝青島啤酒在支持殘疾人相關工作中的大力支持；12 月，在「攜手慈善 與愛同行」2024 年度青島慈善十佳頒獎晚會上，青島啤酒獲青島市慈善總會頒發的「青島慈善愛心獎」。



公益慈善



截至 2024 年，累計捐助學生

2,048 名

捐贈金額

620 萬元

社區參與及志願者活動

青島啤酒下屬製造體系、營銷體系單位積極開展職工無償獻血活動，積極奉獻愛心，守護人民群眾生命健康；與社區互動，積極參與維權普法宣傳活動，分發宣傳手冊，引導消費者關注產品質量、關注食品安全；與城中社區聯合舉辦公益大集活動，服務社區周圍的居民，實現精準精細服務民生……



郴州公司向資興市唐洞街道高礦工南路社區捐贈，用於社區基礎設施建設、產業幫扶、完善安置公共服務等三個方面重點項目；通過資興市人民政府向資興市慈善總會捐贈優活家大麥茶飲料 1,300 箱，專項用於支援政府抗洪救災及災後重建工作；寶雞公司向寶雞市渭濱區防汛抗旱指揮部實物捐贈青啤優活飲用天然礦泉水 100 箱、王子蘇打水 100 箱；漢斯小木屋獼猴桃味飲料 700 箱支持搶險救災，奉獻愛心。





► 福州公司、隨州公司、青島啤酒三廠、揭陽公司、青島啤酒二廠、三水公司、太原公司等多家單位組織愛心志願者參加無償獻血活動



► 洛陽公司開展六一慰問洛陽市宜陽縣黃姚村小學活動，給孩子們帶去了新的學習用品



► 郴州公司自發組織員工向資興市特殊教育學校捐贈校服



► 青島啤酒公司積極響應青島市綠化委員會的安排，組織職工到浮山森林公園開展義務植樹活動，以綠化、美化浮山為重點，對浮山天窗空地進行補植



倡導理性飲酒，為生活創造快樂

青島啤酒始終主張並踐行理性飲酒的社會責任，倡導理性飲酒，為生活創造快樂。我們的產品標識「過量飲酒，有害健康」；宣傳「開車不飲酒」公益口號；開展倡導理性飲酒知識宣傳系列活動；公司網站入口設置年齡訪問提示……引導消費者理性飲酒，預防未成年人飲酒。

舉措

青島啤酒重點關懷人群

未成年人群

- ▶ 我們禁止向未成年人群出售產品，並開展未成年人群禁酒教育。

孕產婦

- ▶ 我們建議孕產婦在孕期與母乳餵養期避免飲酒。

駕駛者

- ▶ 我們嚴厲杜絕酒後駕車與乘坐酒後司機駕駛車輛的行為，並開展「開車不飲酒」的宣傳活動。

患者

- ▶ 我們主張患者在醫療期間應避免飲酒。



青島啤酒積極響應中國酒業協會號召，連續多年開展理性飲酒宣傳活動，助推「理性文明，拒絕酒駕」、「關愛成長，非成勿飲」和「適量飲酒，快樂生活」的理念深入人心，公司採取線上線下相結合的方式，全方位、多渠道地傳播理性飲酒理念，助力營造和諧、健康的飲酒環境。

在線上，青島啤酒通過官方網站、社交媒體平台等渠道，與消費者進行互動交流，讓理性飲酒的聲音更加深入人心。在線下，青島啤酒在青島啤酒博物館、TSINGTAO 1903 酒吧等地設立宣傳點，通過張貼宣傳海報、發放宣傳資料、舉辦互動活動等形式，讓公眾在輕鬆愉快的氛圍中了解理性飲酒的重要性。許多消費者在參與活動後紛紛表示，他們對理性飲酒有了更加深刻的認識，將積極踐行這一理念，共同營造健康的飲酒環境。



▶ 在青島啤酒博物館、酒吧等地張貼理性飲酒宣傳材料，向消費者介紹理性飲酒知識



▶ 渭南公司、揭陽公司等區域單位積極開展理性飲酒宣傳活動





2024 年青島啤酒榮譽(部分)



第四次榮獲**國家科學技術進步二等獎**



青島啤酒廠獲評全球首家食品飲料行業
「可持續燈塔工廠」



入選國務院國資委**數字化轉型試點企業**



獲評國務院國資委**國有企業社會責任 · 先鋒
100 指數 (2024)**



獲評工信部**國家級綠色工廠已達 23 家**



入選工信部《**2024 年重點用水企業、園區水
效領跑者名單**》



入選工信部《**2024 年工業廢水循環利用典型
案例名單**》



《**啤酒高濃廢水與市政污水協同處理減污
降碳資源化利用關鍵技術**》入選國家發改委
《**綠色技術推廣目錄 (2024 年版)**》



入選中國輕工業聯合會《**2024 年度輕工業綠
色低碳轉型典型案例名單**》



「**碼智聯**」數據管理等三項管理創新成果獲中國
輕工業企業管理協會**管理創新一等獎**



入選**國有企業上市公司 ESG · 先鋒 100
指數**



入選《**國資國企社會責任藍皮書 (2024)**》
優秀案例



入選榜單**中國 ESG 上市公司先鋒 100**



入選 **2024 年度 ESG 卓越實踐案例**



獲評 **2024 最具影響力僱主**



榮獲**山東省科技進步獎一等獎**



榮獲山東省輕工業聯合會**科技進步獎一等獎**



榮獲 **2023 山東社會責任企業**



榮獲**山東省綠色供應鏈榮譽稱號**



獲得 **Brand Finance 啤酒行業
全球品牌力冠軍**

第三方評價

報告評價

2024 年，在全球經濟復甦承壓、消費市場持續分化的背景下，青島啤酒股份有限公司（以下簡稱「青島啤酒」）以「守正創新」為核心，系統披露了公司在產品創新、智能製造、綠色低碳轉型、員工權益保障、公益實踐等方面的成果，充分體現了企業對可持續發展目標的深度融入與戰略重視。

從《青島啤酒 2024 年環境、社會及管治報告》可見，青島啤酒堅持以科技創新為引擎，加速推進「高端化、智能化、綠色化」轉型。以「為生活創造快樂」為使命，將「打造魅力感知質量」作為公司質量理念，不斷滿足消費者對於產品的高端化、多元化、個性化、場景化需求，引領行業品質升級。

在環境責任方面，青島啤酒以「雙碳」目標為引領，實現溫室氣體排放總量（範圍 1+2+3）較 2023 年降低 7.2%，國家級綠色工廠累計達到 23 家，數量居啤酒行業首位。32 家工廠實現 100% 可再生能源電力使用，啤酒生產單位產品耗水量及綜合能耗持續下降，全價值鏈碳盤查覆蓋 30 餘家工廠及產品，充分展現了行業標桿的減碳領導力。

社會責任層面，公司深化「給奮進者舞台，為成就者喝彩」的人才理念，員工培訓覆蓋率 100%，數字化技能認證突破 21 萬枚，並通過「青啤關愛基金」等舉措構建全方位員工關懷體系。在公益領域，公司持續賦能鄉村振興、教育助學及生態保護，彰顯國企擔當。

青島啤酒通過構建「決策層－監督層－執行層」三級 ESG 治理架構，將可持續發展深度融入戰略決策與日常運營，並系統性梳理 29 項實質性議題，為利益相關方提供了高透明度的信息披露。

報告建議

強化科技賦能全產業鏈低碳化：2024 年公司在減碳等領域取得一定成效，但供應鏈上游，像原料種植、包裝材料等環節的低碳化工作仍有提升空間。建議依託自身科研平台，聯合相關機構、供應商共同研發生物基可降解瓶蓋，輕量化再生玻璃瓶等。同時，與農戶合作擴大本土酒花、大麥種植規模，構建農業碳匯生態，推進釀造工藝和供應鏈的零碳轉型。

深化傳統文化與品牌 IP 融合創新：作為具有 121 年歷史的民族品牌，建議進一步挖掘啤酒文化與傳統文化、地域特色的結合點，通過聯名非遺 IP、打造文化限定產品、豐富「啤酒 + 文旅」體驗工坊等形式，將品牌歷史轉化為消費場景的差異化競爭力，助力文化自信與國際傳播。



加速數字化轉型與智能化升級：建議構建更完善的數字化供應鏈管理系統，實現從原料採購、生產製造到銷售終端的全流程數字化監控和管理，提高供應鏈效率和透明度。加大智能化設備投入，實現生產過程的自動化、智能化控制，提高生產效率和產品質量穩定性。

擴大鄉村振興「產業+」模式：在消費幫扶基礎上，建議聯合相關機構，為幫扶地區提供釀酒原料種植技術培訓，打造「青啤定制農場」，形成「原料本地化+產品特色化」的產業閉環，實現從「輸血」到「造血」的升級。

青島啤酒作為啤酒行業的龍頭企業，在 2024 年社會責任報告中展現出了卓越的擔當與實力，為行業樹立了標桿。展望未來，青島啤酒在培育世界一流企業的征程中，應繼續強化創新驅動，加強國際合作與交流，提升品牌的全球知名度和影響力。同時，積極履行社會責任，發揮龍頭企業的引領作用，助力啤酒行業邁向新的高度。



中國酒業協會啤酒分會

ESG 指標索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		在報告中的位置
由董事會發出的聲明，當中載有下列內容： (i) 披露董事會對環境、社會及管治事宜的監管； (ii) 董事會的環境、社會及管治管理方針及策略，包括評估、優次排列及管理重要的環境、社會及管治相關事宜（包括對發行人業務的風險）的過程；及 (iii) 董事會如何按環境、社會及管治相關目標檢討進度，並解釋它們如何與發行人業務有關連。		P9-P11
描述或解釋在編備環境、社會及管治報告時如何應用下列匯報原則：（重要性、量化、一致性）。		封二
解釋環境、社會及管治報告的匯報範圍，及描述挑選哪些實體或業務納入環境、社會及管治報告的過程。若匯報範圍有所改變，發行人應解釋不同之處及變動原因。		封三
一般披露	有關廢氣排放、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。	P33-P50
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	P40/P44/P50
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）。	P50
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）。	P50
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。	P34/P40-P50
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。	P50/P37
一般披露	有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	P42/P46
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）。	P47
A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	P43
A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	P37/P46-P47
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。	P37/P42-P43
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。	P48
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。	P30-P53
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。	P30-P53



主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		在報告中的位置
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。	P58-P60
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。	P58-P59
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	P59
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (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。	P56-P57
B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	-
B2.2	因工傷損失工作日數。	P56
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。	P56-P57
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	P62-P68
B3.1	按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層）劃分的受訓僱員百分比。	P66
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。	P66
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。	P58
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	P58
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	P58
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	P74-P75
B5.1	按地區劃分的供貨商數目。	P74
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，以及相關執行及監察方法。	P74-P75
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。	P74-P78
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。	P75-P77
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。	P14-P21

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		在報告中的位置
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。	P16
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	P20–P21
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序。	P14–P19
B6.5	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	P20–P21
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
B7.1	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。	P8
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。	P22–P29/ P79–P84
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）。	P22–P29/ P79–P84
B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	P22–P29/ P79–P84
D 氣候相關披露		
管治	(a) 負責監督氣候相關風險和機遇的治理機構（可包括董事會、委員會或其他同等治理機構）或個人的信息。 (b) 管理層在用以監察、管理及監督氣候相關風險和基於的管治流程、監控措施及程序中的角色。	P33
策略	氣候相關風險及機遇 業務模式和價值鏈 策略和決策 財務狀況、財務表現及現金流量 氣候韌性	P34–P36



主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		在報告中的位置
風險管理	(a) 發行人用於識別、評估氣候相關風險和機遇，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程及相關政策； (b) 發行人用於識別、評估氣候相關風險和機遇，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程（包括發行人可有及如何使用氣候相關情景分析來確定氣候相關機遇的信息）； 及 (c) 氣候相關風險和機遇的識別、評估、優次排列和監察流程，是如何融入發行人的整體風險管理流程，以及融入的程度如何。	P34-P36
指標與目標	溫室氣體排放 氣候相關轉型風險 氣候相關物理風險 氣候相關機遇 資本運用 內部碳價格 薪酬 行業指標 氣候相關目標 跨行業指標及行業指標的適用性	P37

您的反饋

尊敬的讀者，您好：

非常感謝您閱讀了《青島啤酒股份有限公司 2024 年環境、社會及管治報告》。如果您對本報告有任何建議和意見，請您填寫下面的意見回饋表，通過郵寄、傳真或電子郵件發給我們。對於您的寶貴意見，我們致以深深的謝意！

姓名： 單位：

聯繫電話： 電子郵箱：

您認為哪些章節為您提供了重要信息？

- 1「前言」部分
- 2「合規穩健運營」部分
- 3「產品品質」部分
- 4「環境保護」部分
- 5「員工」部分
- 6「價值鏈」部分
- 7「第三方評價」部分

您如何評價本報告？

	好	一般	不好
可讀性			
中肯性			
排版設計			
總體印象			

您對我們下一年度報告的建議？

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