



分享 信任

2024年度可持续发展报告

华润饮料（控股）有限公司

目录 CONTENTS



报告导读	02
同行四十年 奔向新未来	04
走进华润饮料	06
2024关键绩效	10
2024大事记	12
可持续发展管理	16

责任故事	
播撒“希望”的种子	
唱响乡村振兴的美好	26

展望2025	120
附录	122

治理篇	
稳中求进	
赋能可持续高质量发展	

责任专题	
02460.HK	
新起点 新征程	34
规范公司治理	38
保护投资者权益	40
强化风险管理	41
加强反腐倡廉	42
筑牢安全底线	45
发展新质生产力	47

环境篇	
低碳转型	
共绘绿色发展新画卷	

责任专题	
重塑你我的“宝贝”	
Get低碳的N种生活方式	56
应对气候变化	60
夯实绿色管理	70
提升能源效率	71
推进减排治理	77
呵护生态环境	80
倡导绿色生活	87

社会篇	
信任相伴	
让生活因你我更美好	

责任专题	
产能扩张引擎全力发动	
发展增速步入“快车道”	92
提供优质产品与服务	96
打造幸福职场	103
携手伙伴共赢	110
推动供应链履责	111
聚焦香港发展	114
加强社区沟通	116

报告导读

本报告是华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司发布的第十二份可持续发展报告，系统披露了华润饮料在环境、社会及管治方面的投入和绩效表现，以回应各利益相关方对于公司可持续发展的关注和期待。除另有说明外，本报告的披露范围与公司 2024 年年报范围保持一致。如欲查阅更多业务相关信息及有关本公司企业管治常规，请参阅本公司的 2024 年年报。

报告承诺

公司承诺本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本公司董事会对报告内容的真实性、准确性和完整性负责。

时间范围

本报告为年度报告，涉及时间范围为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，为增强报告可比性及前瞻性，部分内容往前后适度延伸。本报告于 2025 年 3 月 20 日获董事会批准通过。

称谓说明

“华润（集团）有限公司”以“华润集团”“华润”“集团”等称谓表示；“华润饮料（控股）有限公司”以“华润饮料”“饮料”“我们”“公司”“本公司”等称谓表示。

数据说明

本报告中的数据、信息来源于公司内部文件和信息统计系统数据。除特殊说明外，报告中所涉的货币均为人民币。

报告原则

本报告遵循《环境、社会及管治（ESG）报告守则》有关“重要性”“量化”“一致性”“平衡”原则的要求，通过可持续发展议题重要性分析回应“重要性”原则，通过量化数据列表及注明的数据计算方式回应“量化”原则，通过统一的数据披露口径及统计方法回应“一致性”原则。

参照标准

- 全球报告倡议组织《可持续发展报告标准》（GRI Standards）
- 《联合国可持续发展目标企业行动指南》（SDGs）
- 《香港联合交易所有限公司证券上市规则》附录 C2—《环境、社会及管治报告守则》（ESG 报告守则）
- 香港联合交易所《环境、社会及管治框架下气候信息披露的实施指引》
- 《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG6.0）之一般框架》
- 《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG 6.0）之酒、饮料和精制茶制造业》
- 《关于新时代中央企业高标准履行社会责任的指导意见》
- 《央企控股上市公司 ESG 专项报告参考指标体系》
- 《企业可持续披露准则—基本准则（试行）》
- 《华润集团社会责任管理办法》
- 《华润集团“1+N”社会责任指标体系管理手册》

编制流程

本报告的编写流程参考上述标准的要求，按照同业对标、问卷调查、利益相关方访谈、信息收集、信息复核、报告写作、管理层审定、报告评级等步骤进行，以确保报告内容的完整性、实质性、真实性和平衡性。

报告获取

本报告提供简体中文及英文两个版本供读者参阅，并以电子文件方式发布，可在香港联交所网站（<https://www.hkexnews.hk>）及公司官方网站（<https://www.crbeverage.com>）获取。

联系方式

通讯地址：广东省深圳市南山区朗山路 22 号深圳高新技术产业园区（北区）
联系电话：0755-26983333
网址：<https://www.crbeverage.com>

同行四十年 奔向新未来



2024 年是华润饮料发展历程中意义非凡的一年，在公司成立 40 周年的重要节点上，我们迎来了华润饮料（02460.HK）在香港联交所上市的荣耀时刻，标志着华润饮料正式踏上国际资本舞台，开启高质量发展的新征程。

回首 2024 年，上万名华润饮料人擦亮奋斗的底色，吹响实干的号角，精耕细作，决胜终端。公司生产经营和改革发展各项工作蹄疾步稳、阔步向前，向资本市场交出了一份亮丽的答卷。2024 年，华润饮料包装水业务零售额跑赢行业增速；饮料业务高速发展，三年收入复合增长率 40%，占比提升至 10.3%；利润率持续提升，全年净利润同比增长 24.7%，保持高速年复合增长的强劲态势。

这一年， 我们坚持守正出新，经营发展结出“新硕果”

在行业风云变幻、市场需求日新月异的今天，华润饮料坚信创新是企业向前发展的内生动力。我们加速培育新质生产力，依托自身产业场景和新一代信息技术创新优势，将 AI 算法引入 SUP 终端管理系统，并上线生产制造管理数字化系统，实现关键业务环节数字化覆盖度超 70%，为华润饮料生产与管理注入先进技术活力；敏锐洞察市场脉络，深入挖掘增长潜能，积极布局饮料及包装饮用水双引擎发展格局，成功上市至本清润酸梅汤、蜜水柠檬果汁汽水、350mL 蜜水百香、愿事之茗奶茶以及全新升级的魔力运动饮料 7 款饮料新品，持续推出包装饮用水新品类、新规格，以契合不同消费群体的多元化诉求，不断推进“第二曲线”增长迸发新活力；持续按下产能扩张快进键，启动温州生产基地项目建设，并稳步推进宜兴工厂、长沙工厂二期等工厂的投产，累计新增 22 条产线，有效保障市场产品供给，为华润饮料市场扩张打下了坚实基础。

这一年， 我们锚定“双碳”目标，探索绿色环保“新路径”

作为行业排头兵，华润饮料始终坚持生态优先、绿色发展的理念，积极投身节能减排和循环经济事业，追求企业与生态环境协调发展。我们持续完善“碳管理体系”，全面梳理碳排放数据，进行碳足迹评估，2024 年单位产品二氧化碳排放强度较 2020 年下降 25.84%；积极推动清洁能源的开发与利用，通过主动购买绿电、建设分布式光伏发电系统等方式，绿色能源使用率达到 10.22%；深入推进水足迹全生命周期管理，降低生产水耗，全年重复用水量同比增长 114.38%，连续 14 年获得中国饮料工业协会颁发的“绿水青山·节水节能优秀企业”荣誉；升级“怡宝宝贝重塑计划”，走进全国五大城市与社区，与 69,857 名重塑合伙人双向奔赴，从社区、写字楼到商场、公园再到乡村，让循环再生的理念以更流动的形态渗入人们的日常生活中。

这一年， 我们聚合协同力量，构建互惠共赢“新机制”

长期以来，华润饮料始终坚持开放合作的态度，积极探索与政府、供应商、学术机构、媒体等社会各界伙伴的合作共赢模式，努力构建高质量发展生态圈。我们继续加大与外部智囊的合作力度，积极推进“产学研”融合，与清华大学深圳国际研究生院共建微生物控制与应用技术联合研究中心，共同解决微生物“卡脖子”难题；携手与华南理工大学及广东食品学会共同主办 2024 怡宝“新饮力”高校创新挑战赛，推动科研成果转化；重视行业内外合作交流，持续巩固并深化与 30 余个专业行业协会的合作关系，担任中国饮料工业协会副理事长单位和中国饮料工业协会天然矿泉水分会、广东省瓶装饮用水行业协会副会长单位；参编并发布包括《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG6.0）之一般框架》《GB/T 18916.65—2024 工业用水定额 第 65 部分：饮料》在内的 8 项标准，推动行业规范化发展；积极保持与各大媒体平台的良好联动，讲好华润饮料故事，全年未发生重大负面舆情事件。

这一年， 我们心怀“国之大者”，彰显服务社会“新担当”

华润饮料以“做优、做强，成为世界一流综合饮料企业”为 ESG 战略愿景，在创造经济价值的同时，希望通过 ESG 战略五大支柱“向绿而行、匠心品质、信任相伴、双向奔赴、分享美好”，以更卓越和更有力的行动坚守对公众的承诺，彰显大爱与担当。作为中国国家队官方合作伙伴，我们始终是中国国家队运动员强大的“后备军”，助力运动健儿征战巴黎赛场等国内外重大赛事；全面支持中超、中甲、中乙足球职业联赛，陪伴亿万球迷享受足球，释放激情；积极投身大众体育，为国内各大城市马拉松赛事提供专业补给，全年赞助马拉松 131 场，陪伴超 400 万跑者完成

挑战；不断完善“救灾公益快速响应机制”，高效参与全国各地的灾害救援行动，截至 2024 年底，公司参与地震、洪涝灾害救援约 320 次，捐赠包装饮用水和饮料超过 46 万箱；持续开展“怡宝百所图书馆计划”，从江西省广昌县、安远县，到福建省清流县、宁夏回族自治区海原县，再到四川省南江县，新建 7 所乡村公益图书馆，为孩子们提供良好的阅读环境，并积极延伸帮扶模式，已连续 2 年与来自大凉山彝族孩子们组成的阿依合唱团开展“一对一帮扶”项目，打造华润饮料可持续发展的“文化振兴”模式。

征程万里风正劲，重任千钧再出发。2025 年是“十四五”决战收官之年，也是“十五五”谋篇布局之年，更是华润饮料成功上市后的开局之年。站在新的发展起点，我们将继续秉承长期主义和稳健经营的发展理念，以更领先的意识、更扎实的作风，推动公司 ESG 建设迈上新台阶，与各利益相关方一道，与时代同行，为更好推动、引领行业可持续发展贡献华润饮料力量！

张伟通
董事会主席



走进华润饮料

公司概况

华润饮料（控股）有限公司（以下简称“华润饮料”或“公司”）是国务院国资委直接监管和领导的国有重点骨干企业之一、世界五百强企业——华润（集团）有限公司旗下专业的即饮软饮企业，总部位于广东省深圳市南山区朗山路 22 号深圳高新技术产业园区（北区）。公司是九十年代初国内较早推出专业化生产包装饮用水的企业之一，主营“怡宝”牌系列包装饮用水。2024 年 10 月 23 日，华润饮料（控股）有限公司（股票代码：02460.HK，股票简称：华润饮料）正式在香港联合交易所有限公司（以下简称“香港联交所”）主板挂牌上市，成为华润集团旗下第 18 家上市企业。

本公司是中国饮料工业协会副理事长单位和中国饮料工业协会天然矿泉水分会、广东省瓶装饮用水行业协会副会长单位，也是中国饮料工业协会技术工作委员会和矿泉水专业委员会等超过 30 个专业行业协会（包括其分会）的会员。作为《瓶装饮用纯净水》国家标准的主要发起和起草单位之一，公司产品采用先进的生产技术，确保产品能够达到或超越国家标准规定，为消费者提供健康满意的优质产品，并通过良好的服务，赢得消费者认同。



¹ 数据来源：灼识咨询报告

组织架构

截至 2024 年底

2024 年，华润饮料持续优化业务布局
和职能设置，进一步完善营销、运营、
生产三大业务中心管理架构，推动订单
流、资金流、货物流运转更加高效，同
时加快落实自有产能投资建设，持续提
升组织运营效益。



业务布局

作为一家与大众生活息息相关的企业，华润饮料一直致力于为广大消费者提升生活品质、创造美好生活贡献力量，打造丰富优质的产品与服务，为亿万人送上触手可及的美好。公司旗下拥有“怡宝”“怡宝露”“本优”“假日系列”“蜜水系列”“至本清润”“愿事之茗”“佐味茶事”“魔力”“FEEL”等多个品牌及系列产品，覆盖包装饮用水、果汁类饮料、草本植物饮料、茶饮料、运动饮料、咖啡饮料、奶茶饮料、碳酸饮料等品类。



华润饮料产品图

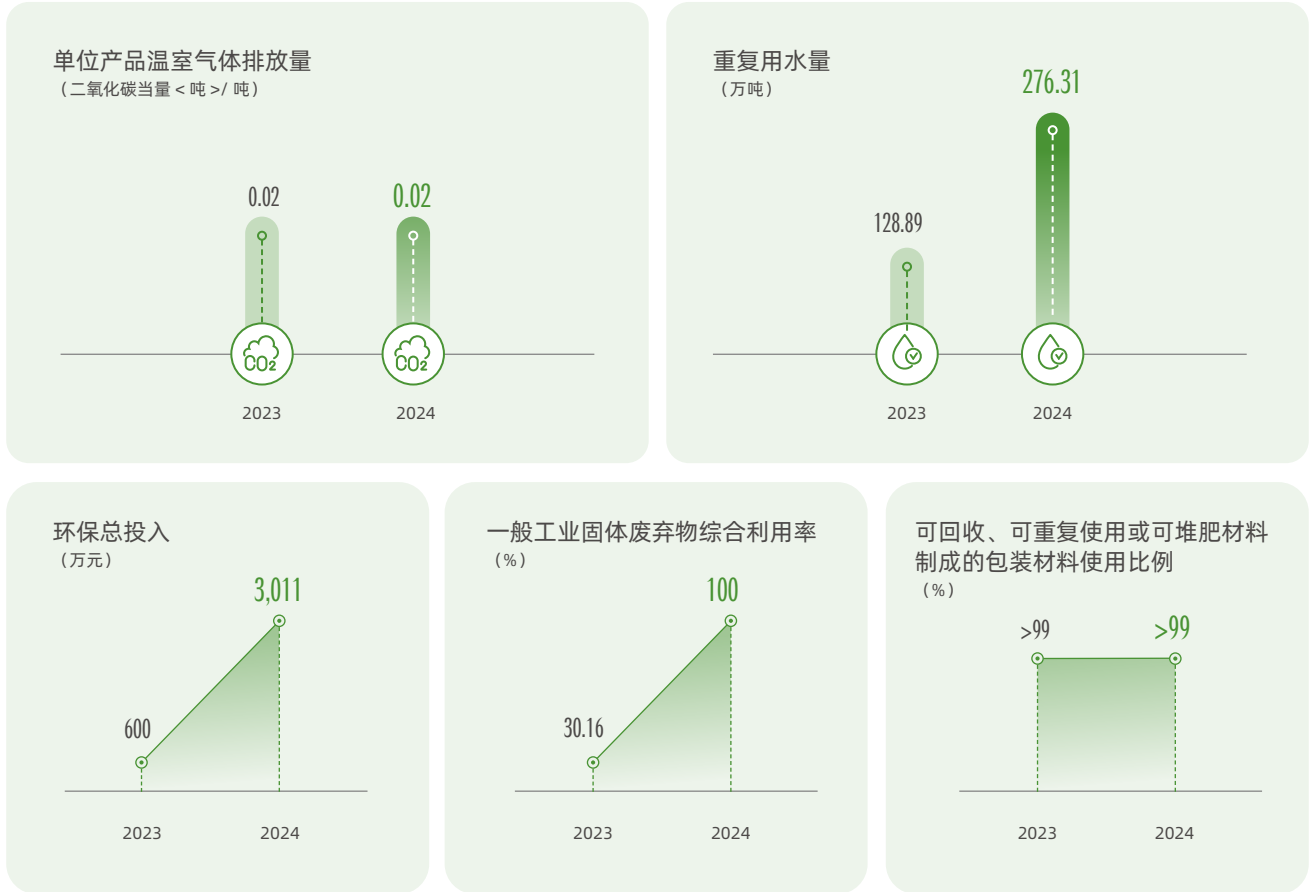
序号	总部 / 分公司全称	运营地址
1	华润饮料（控股）有限公司	广东省深圳市
2	华润怡宝饮料（中国）有限公司	广东省深圳市
3	华润怡宝饮料（中国）投资有限公司	广东省深圳市
4	华润怡宝饮料有限公司	香港特别行政区
5	华润怡宝饮料（中国）有限公司华南分公司	广东省深圳市
6	华润食品饮料（深圳）有限公司	广东省深圳市
7	华润食品饮料（深圳）有限公司江门分厂	广东省江门市
8	珠海市永隆加林山矿泉水有限公司	广东省珠海市
9	珠海市永隆饮品有限公司	广东省珠海市
10	华润怡宝饮料（肇庆）有限公司	广东省肇庆市
11	华润怡宝（河源）万绿湖饮料有限公司	广东省河源市
12	华润怡宝饮料（河源）有限公司	广东省河源市
13	华润怡宝饮料（武夷山）有限公司	福建省南平市
14	华润怡宝饮料（南宁）有限公司	广西壮族自治区南宁市
15	华润怡宝饮料（中国）有限公司北京分公司	北京市
16	华润怡宝饮料（中国）有限公司河北分公司	河北省石家庄市
17	华润怡宝饮料（中国）有限公司湖南分公司	湖南省长沙市
18	华润怡宝饮料（长沙）有限公司	湖南省长沙市
19	华润怡宝饮料（中国）有限公司江西分公司	江西省南昌市
20	华润怡宝饮料（六安）有限公司	安徽省六安市
21	华润怡宝饮料（中国）有限公司华东分公司	上海市
22	上海怡宝食品有限公司	上海市
23	华润怡宝饮料（宜兴）有限公司	江苏省宜兴市
24	华润怡宝饮料（中国）有限公司山东分公司	山东省济南市
25	华润怡宝饮料（中国）有限公司西南分公司	四川省成都市
26	华润怡宝饮料（成都）有限公司	四川省成都市
27	华润怡宝饮料（中国）有限公司甘肃分公司	甘肃省兰州市
28	华润怡宝饮料（中国）有限公司辽宁分公司	辽宁省沈阳市
29	华润怡宝饮料（温州）有限公司	浙江省温州市
30	华润怡宝饮料（武汉）有限公司	湖北省武汉市
31	华润怡宝饮料（丹江口）有限公司	湖北省丹江口市

战略文化

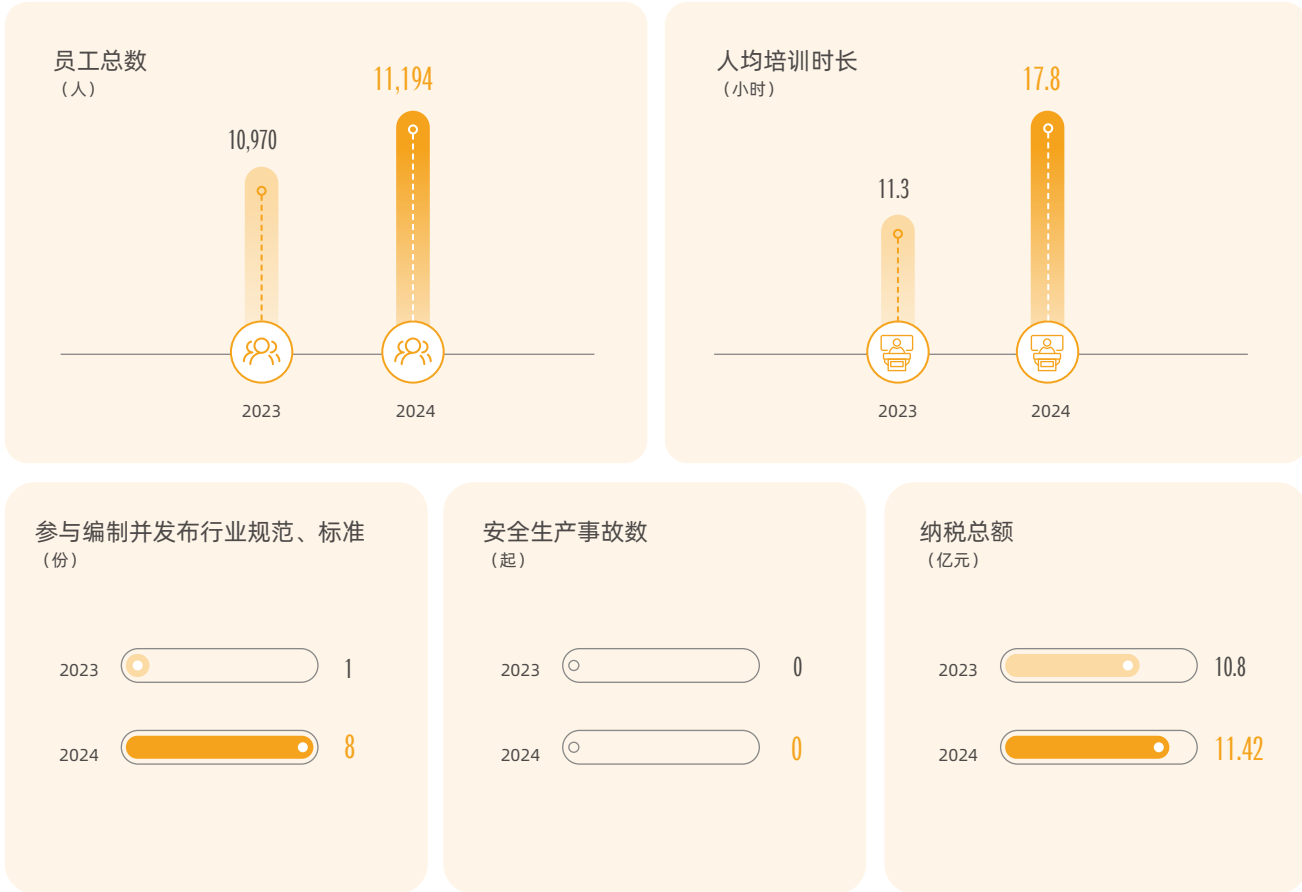


2024 关键绩效

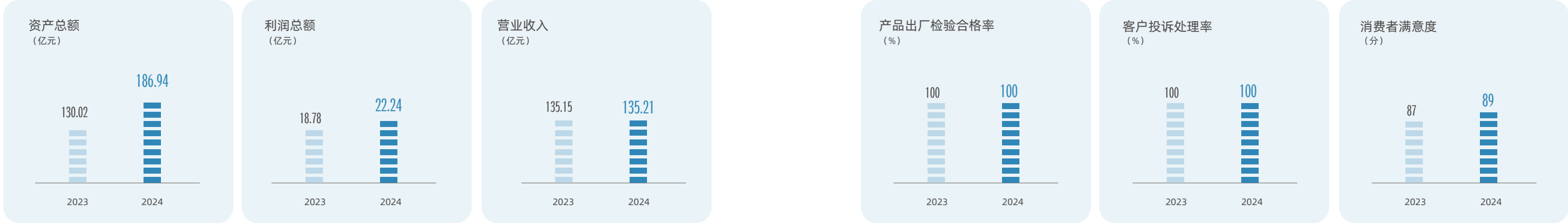
环境绩效



社会绩效



经营绩效



2024 大事记

2024 年正值华润饮料成立 40 周年，也是公司发展历程中具有里程碑意义的一年。作为国内最大的饮用纯净水企业，我们坚定做优做强主业，在履行好经济责任的同时，不懈追求环境、社会的可持续发展。在业务发展、品牌建设、研发创新、责任公益等多方面迸发新活力。

01

成功在港上市



2024 年 10 月 23 日，华润饮料（02460.HK）在香港联交所成功挂牌上市，成为华润集团旗下第 18 家上市企业，标志着华润饮料正式踏上国际资本舞台。

02

按下产能扩张快进键



华润饮料温州生产基地项目正式启动，成为华润饮料“十四五”期间规划新建的第五个工厂，主要生产、销售瓶装纯净水，预计 2025 年底竣工，全部投产后年产值可达 6.5 亿元，将有效覆盖浙江地区销售需求。与此同时，我们稳步推进丹江口工厂建设及宜兴工厂、长沙工厂二期等工厂的投产，累计新增 22 条产线，有效保障市场产品供给，为华润饮料市场扩张打下了坚实基础。

03

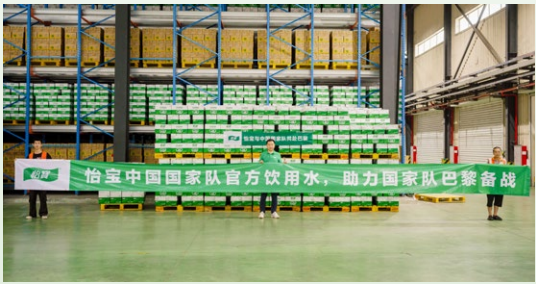
产品家族再添新成员

从满足消费者更多元化需求出发，2024 年“华润饮料家族”再添新成员：至本清润酸梅汤、蜜水柠檬果汁汽水、350mL 蜜水百香、愿事之茗奶茶、5L 怡宝天然水、本优包装饮用水、怡宝运动盖纯净水以及全新升级的魔力运动饮料等新品闪亮“出道”，为你我的生活增添触手可及的美好。



04

助力中国国家队征战巴黎



作为中国国家队官方饮用水，华润饮料一路陪伴国家队运动员征战巴黎赛场。在赛事前便提前筹备了 47,400 瓶华润饮料产品送至法国的中国国家队训练营、保障营和“中国之家”，为运动员们备战赛事保驾护航。

05

冠名中超联赛



2024 年华润怡宝成为中超联赛冠名商。中超联赛是中国最高水准的职业球赛，华润怡宝的冠名恰逢其时，也是对中国足球的信心与期望。在绿茵场上，我们与球员、球迷们携手奋战，做好优质赛事服务和专业保障，用实际行动助力中国足球运动的发展。

06

携手清华大学深圳国际研究生院
合作共建联合研究中心



华润饮料聚焦公司“十四五”发展战略，携手清华大学深圳国际研究生院合作共建联合研究中心，通过整合资源，聚焦微生物控制与应用技术的创新研究，致力解决微生物“卡脖子”技术难题。此外，亦积极联合全国食品专业院校及广东省食品学会，启动 2024 怡宝“新饮力”高校创新挑战赛，以实际行动推动高校研发成果向新质生产力转化，助推行业高质量发展。

08

“一对一”结对帮扶
阿依合唱团亮相国家大剧院



在华润饮料的协调支持下，来自四川省凉山州雷波县的阿依合唱团受中国宋庆龄青少年科技文化交流中心邀请，在六一儿童节当天前往北京国家大剧院参加“我和祖国一起成长”主题演出。15 名阿依合唱团的小朋友们上演了改编的彝族民歌《阿依的翅膀》，与全国 2,000 多名小朋友组成的 40 支儿童表演团体共同为儿童节献上了一场华美的艺术盛宴。

09

启动 2024 “怡宝宝贝重塑计划”



2024 年华润饮料“怡宝宝贝重塑计划”项目全新升级，结合科普展览、重塑工作坊体验、有奖问答和社区互动等活动，携手万象生活走进成都、武汉、重庆、上海及深圳，向公众展示塑料瓶的重塑再生过程，进一步加深消费者对可持续绿色再生低碳生活的认知。



07

参编的行业 ESG 信披指南正式发布



华润饮料积极参与《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG 6.0）之一般框架》及《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG 6.0）之酒、饮料和精制茶制造业》两项权威 ESG 信息披露指南的编制研究工作，为行业企业全面提升可持续发展管理水平及中国特色 ESG 评价体系建设贡献华润饮料力量。

10

“救灾公益快速响应机制”高效响应救灾需求，全年为灾区捐赠饮用水 23,500 箱



华润饮料除了满足人们日常生活所需，不断为大众提供安全、健康、美好的生活体验，在大灾大难面前，也积极承担企业社会责任，全力守护受灾群众与一线抢险人员的饮用水安全。2024 年，华润饮料依托“救灾公益快速响应机制”，累计向四川雅江、广东清远、湖南郴州、辽宁建昌、河南永城等山火、洪涝灾区捐赠怡宝纯净水共计 23,500 箱。

可持续发展管理

董事会声明

本公司及董事会遵循中国证监会《上市公司治理准则》及香港联交所《企业管治守则》《环境、社会及管治报告守则》的各项要求，加强董事会在公司 ESG 事务中的监督与参与力度，积极主动将 ESG 融入公司发展战略、重大决策与生产经营。我们从顶层设计出发，制定企业 ESG 战略，锚定清晰方向，设定明确目标，全面兼顾股东、客户、员工、合作伙伴、社区等多元利益相关方的需求，积极开展 ESG 实践，推动企业可持续发展。

华润饮料董事会作为可持续发展管理的最高决策机构，审批 ESG 战略，监督 ESG 相关政策、管理及表现，对 ESG 信息披露进行审议与批准，全面监督可持续发展工作事宜。

董事会基于外部宏观环境和公司发展战略，通过举行定期会议审查 ESG 重要性议题，监督并评估公司 ESG 工作的进展，并提供建议；识别公司运营过程中的 ESG 风险与机遇，并评估其重要性，将重要议题的管理与提升作为 ESG 重点工作，并将其纳入公司整体战略加以考虑，建立并维持有效的 ESG 风险管理。

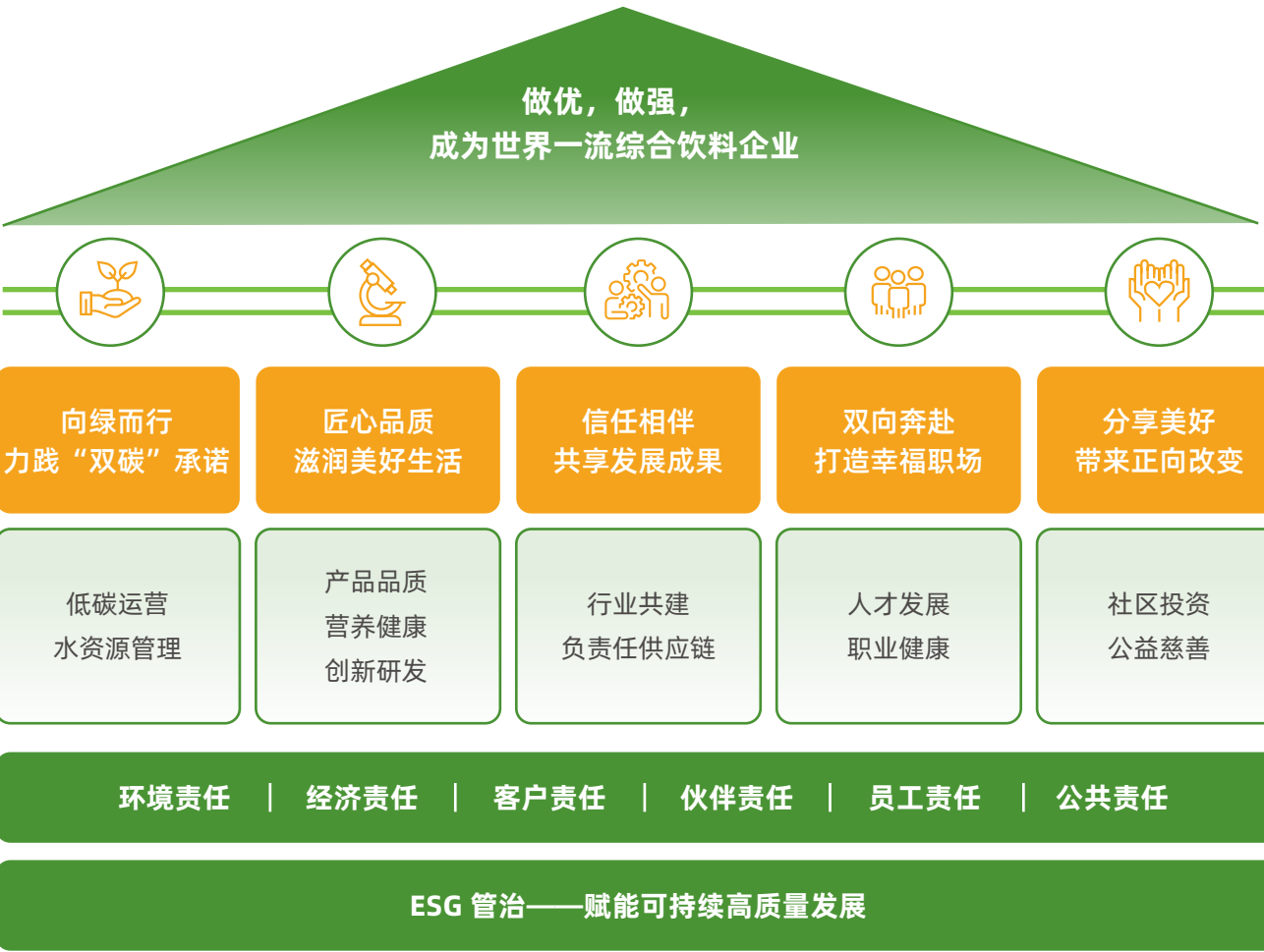
可持续发展战略

华润饮料深度融合企业愿景与可持续发展理念，全面构建以六大责任领域为核心的可持续发展战略，为企业的长期价值创造和社会积极影响奠定了坚实基础。以“做优、做强，成为世界一流综合饮料企业”为战略愿景，公司将可持续发展理念贯穿业务运营的各个环节，打造了以五大支柱和六大责任领域为核心的战略框架。

可持续发展五大支柱展现了华润饮料在环境保护、社会责任、产品创新、行业协作及员工关爱方面的全面承诺，具体涵盖低碳运营与水资源管理、社区投资与公益慈善、产品质量与创新研发、行业共建与负责任供应链管理以及人才发展与职业健康等重点 ESG 议题。这些支柱不仅体现了企业在推动绿色发展、促进社会和谐及提升客户体验等领域的综合实力，更体现了公司为利益相关方创造多维度价值的长期承诺。

此外，公司以六大责任领域作为可持续发展战略基础，从环境、经济、客户、伙伴、员工及公共责任出发，精准定位企业责任边界，明确企业在各个维度的实践路径。这一体系不仅强化了 ESG 治理能力，还助力企业在高质量发展中实现经济效益与社会价值的平衡，进一步传递了华润饮料守正创新的企业形象。

通过系统化构建可持续发展战略，华润饮料不仅在可持续发展治理方面形成了全面且稳固的框架，还持续用实际行动推动行业进步。未来，公司将始终履行其作为行业领导者的使命和责任，持续引领行业发展，不断为社会提供安全、健康、美好生活体验。



可持续发展目标

华润饮料建立 ESG 目标管理机制，制定了 2025-2026 年及“十五五”期间《ESG 议题管理提升任务清单》，覆盖能源与资源管理、应对水压力、温室气体排放管理、废弃物管理、负责任供应链等 20 个 ESG 关键议题的 43 个提升事项，由公司可持续发展委员会定期检讨目标进展情况，促进公司 ESG 目标达成。同时，我们聘请会计师事务所对公司选取的 ESG 绩效指标进行独立鉴证，保证 ESG 绩效指标的可靠性。

可持续发展治理

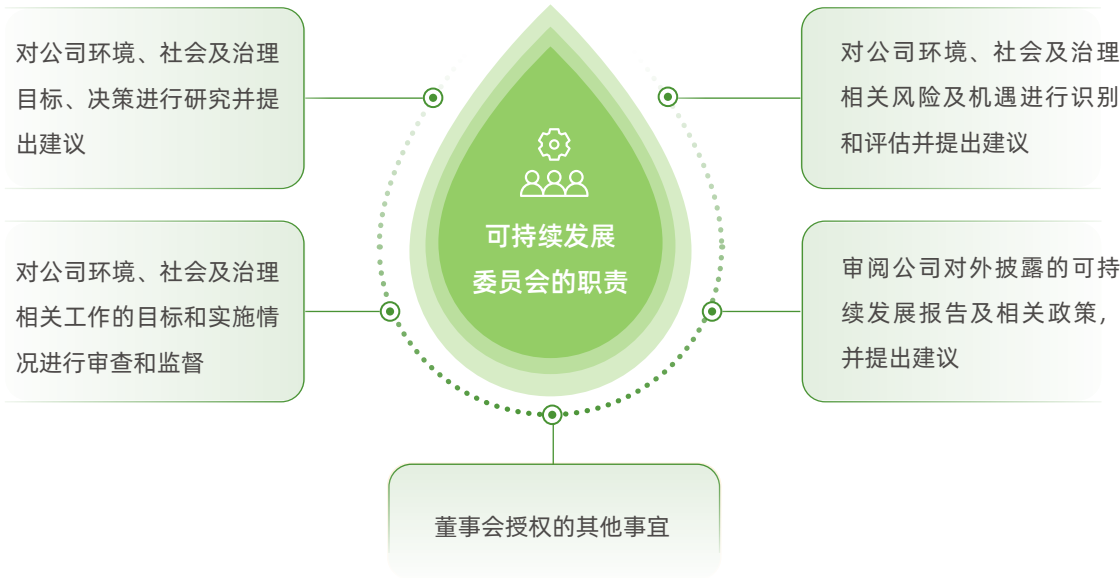
>> 组织架构

华润饮料将 ESG 工作纳入企业日常管理工作中，并逐步完善企业可持续发展管理组织架构。



决策层

设定董事会作为可持续发展管理的最高决策机构，全面监督可持续发展工作事宜；同步设立可持续发展委员会，负责对公司的社会责任及 ESG 相关事宜进行监督和管理，并就需要董事会审议决策的相关议题，做好前置研究。



统筹层

由总部办公室负责统筹管理 ESG 相关事宜，保障 ESG 策略研究具体工作的制定及安排，并定期向可持续发展委员会进行汇报。

执行层

由总部各部门、各业务中心组成，负责 ESG 具体工作的执行，及时向办公室反馈实际工作情况，并负责内部 ESG 相关信息的传播。

华润饮料高度重视可持续高质量发展，将公司经理层成员薪酬与可持续发展绩效指标考核结果紧密挂钩，包括但不限于对绿色新产能建设与管理效率提升两个关键管理主题指标设置权重，在节能减排、社会责任管理、诚信守法、合规与风险管理、EHS 事故事件等方面设置加减分。

>> 高层推动

华润饮料董事会及领导班子成员高度重视公司 ESG 管理与实践工作，多次支持并参与公司品牌 ESG 项目——“怡宝百所图书馆计划”“怡宝宝贝重塑计划”“阿依合唱团一对一帮扶项目”，并多次赴华润饮料一对一帮扶希望小镇——南江华润希望小镇及华润集团对口支援县实地考察调研，对华润饮料 ESG 工作给予充分指导。



>> 制度体系

华润饮料深入践行可持续发展理念，通过系统性构建 ESG 管理政策和制度体系，奠定公司高质量发展与可持续发展的有力支撑。2024 年，公司制定并公开发布了 12 项 ESG 管理政策，包括《包材管理政策》《水资源管理政策》《废水管理政策》《温室气体管理政策》《能源管理政策》《生物多样性保护政策》《可持续采购政策》《供应商行为准则》《健康安全管理政策》《负责任营销政策》《商业道德准则》和《反腐败政策》，全面覆盖供应链管理、能源效率提升、道德合规、生态保护、水资源可持续利用、碳排放管理及员工健康与安全等关键 ESG 议题领域。这些政策的发布，标志着公司在环境、社会与治理方面建立了清晰的战略指引与行动规范，有助于凝聚多方合力，共同推动可持续发展目标的实现。

此外，公司以《华润集团社会责任管理办法》为基础，按照香港联交所对上市公司 ESG 工作的要求，修订了《华润饮料社会责任及 ESG 工作管理办法》，并制定《华润饮料环境、社会及治理（ESG）信息管理手册》和《华润饮料可持续发展委员会工作细则》，通过明确内部职责分工、优化管理流程和强化执行监督，构建起体系化的 ESG 管理框架，确保政策在企业运营中落地实施。

>> 指标体系

2024 年，华润饮料结合公司发展实际，进一步规范和加强公司 ESG 相关议题管理，提升公司 ESG 管理水平及信息披露质量。



ESG 能力建设

华润饮料高度关注 ESG 领域最新动向，积极搭建宣贯和赋能平台，开展常态化培训与赋能工作。2025 年 1 月，公司召开可持续发展报告编制培训会，总部各部门、各业务中心报告编制对接人均参加会议，会议宣贯了港交所对于企业 ESG 信息披露的政策和要求，深入分析如何开展 ESG 融合工作，并对本年度可持续发展报告编写要点及指标进行解读。此外，我们亦邀请外部专家对公司管理层及直管经理人做 ESG 意识培训和趋势培训，强化各级领导对 ESG 管理工作的重视和具体工作的推进。

2024 年，华润饮料进一步聚焦 ESG 工作，深度参与“中国 ESG 研究十大课题”研究；主动参与《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG6.0）之一般框架》及《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG6.0）之酒、饮料和精制茶制造业》两项权威 ESG 信披标准的编制和研究工作，为行业企业全面提升可持续发展管理水平及中国特色 ESG 评价体系建设贡献华润饮料力量。



公司邀请责任云的专家开展可持续发展报告编制的专项培训

利益相关方沟通

我们构建了常态化的利益相关方沟通参与机制,通过官网、微信平台、400 热线、问卷调查等多种形式,与利益相关方进行积极、广泛的交流与沟通,将利益相关方的关注点和期望作为我们在可持续发展管理决策和日常运营中改善和优化的重点依据,以加强企业的可持续发展能力,实现与各利益相关方的合作共赢。

利益相关方	沟通形式或内容	2024 年所采取措施
 股东	总结报告、信息报送、公司网站、专题汇报	- 共召开董事会定期会议 4 次,审议通过议案 64 个(含董事会书面决议事项) - 官方网站及时更新发布行业信息
 政府及监管机构	建立互动机制,推进业务发展,促进地方经济建设	- 总部全年接待来访代表团 50 个 - 积极响应国家及地区发展战略 - 持续强化企业合规管理
 员工	保障员工权益,畅通职业发展通道,悉心关爱员工	- 平等合法雇佣,关爱员工职业健康,优化薪酬福利体系 - 建立分层分类的课程体系,建立各岗位晋升考察维度及选拔标准 - 设立员工互助基金,积极帮扶困难员工 - 依托 7 个文体协会开展球类、瑜伽、合唱等文体活动 287 场,引导员工以健康的身体和良好的心态投身到工作中
 合作伙伴	修订质量管理体系(SPM);重合同、守信用,平等合作,互利双赢,建立长期稳定的合作关系	- 修订 SPM 体系,明确 SPM 质量管理体系文件三级架构 - 签订《廉洁合规承诺书》,落实“阳光采购”,规范供应商管理
 行业协会	积极参与行业协会交流,支持行业协会举办饮用水、饮料行业研讨会等活动	2024 年,华润饮料持续与超过 30 个专业行业协会(包括其分会)巩固并深化了合作关系,新加入香港中国企业协会、中国饮料工业协会茶和植物饮料分会,通过加强与行业协会的沟通交流,探索更多合作模式和合作领域,实现互利共赢 - 通过线上/线下形式参与行业活动 20 余次
 媒体	加强与重要媒体和门户网站交流,增强舆情监测力度,及时回应各界对公司的期望	- 参加澎湃新闻、新周刊、南方报业传媒集团、羊城晚报报业集团等媒体主办的社会责任交流分享活动 - 及时主动提供外宣资料,多渠道披露信息
 社区	发挥华润集团及华润饮料官方网站“社会责任”专栏作用,编制并发布可持续发展报告	- 及时发布社会责任相关信息,让利益相关方了解社会责任工作的开展情况 - 积极参与社区共建,组织开展志愿活动 - 持续开展“怡宝百所图书馆计划”,捐建乡村公益图书馆 - 支持体育公益,助力大众体育健康 - 开展救灾公益,第一时间为灾区捐赠饮用水

实质性议题管理

为真实了解并回应利益相关方期望与诉求,同时明确可持续发展实践及信息披露重点,2024 年,由华润饮料可持续发展委员会牵头,通过专业平台发放调研问卷,系统地与利益相关方沟通,从“对企业的重要性”和“对利益相关方的重要性”两个维度,确定对自身可持续发展影响重大、利益相关方普遍关注的关键性议题,并由公司管理层对重要性议题及排序进行审阅,外部专家对重要性议题及排序进行审议和建议,确保重要性议题能够真实反映行业及公司的特点,形成实质性议题矩阵。



信息披露机制

在公司董事会及可持续发展委员会领导下,由总部办公室主导报告的编制及信息披露工作,并与各业务中心及职能部门共同组成报告编制工作小组.编制小组通过定期会议、临时会议及访谈等多种形式,全力保障报告编制及信息披露工作的有效推进。

社会责任荣誉



《华润饮料 2023 年可持续发展报告》



荣获“中国企业社会责任报告评级
专家委员会”五星佳级评定



华润饮料



荣获南方日报
“年度创新企业”称号



“怡宝百所图书馆计划”



荣获羊城晚报 2024 “绣花精神”
新时代榜样乡村振兴创新项目



“怡宝百所图书馆计划”



荣获南方周末 2024 筑梦公益大会
“年度可持续项目”



华润饮料



荣获澎湃新闻
“2024 年度责任践行可持续发展奖”



华润饮料



荣获第一财经“中国企业社会责任榜
— 社会创新贡献奖”



阿依合唱团一对一结对帮扶项目



荣获新周刊 2024 中国年度新锐榜
“优化生活 文化振兴公益奖”



华润饮料



荣获 2024 年责任鲸牛奖
之绿色环保奖



华润饮料



荣获香港文汇报领航“9+2”
粤港澳大湾区最具品牌价值奖

责任故事



播撒“希望”的种子 唱响乡村振兴的美好

有一种图书馆，不在繁华的都市之中，却如一颗颗种子连续 18 年扎根在乡村山野之间；它期望，每翻开一本书，就意味着翻过一座大山，越过了无数沟壑。

“百图计划”步履不停，点亮更多童梦

“如何养成阅读习惯？”“如何选择适合自己的书籍？”孩子们踊跃提问，热烈的氛围深深感染了《蜘蛛开店》作者、知名儿童文学家鲁冰老师，他不仅耐心为孩子们一一解答，还主动融入他们的讨论中去，分享创作心得，带领大家一同在阅读的世界里遨游。

这一幕，不是在城市的学校课堂、讲座上，而是发生在华润饮料“怡宝百所图书馆计划”（以下简称“百图计划”）在江西省广昌县第六小学捐建的乡村公益图书馆里。2024 年 10 月的一天，鲁冰老师为孩子们带来了一节生动有趣的“悦读分享课”，通过生动的讲述和互动，鲁冰老师鼓励孩子们多读书、多思考，激发他们对阅读和创作的热爱。

鲁冰老师在“百图悦读分享课”后感叹道，“这已经是我第三次受到华润饮料的邀请，参加其在不同地方捐建的乡村公益图书馆的回访活动，为当地孩子们做阅读分享课。通过这几次阅读分享活动，我能从孩子们眼中感受到他们对知识的渴望。‘百图计划’为孩子们提供了一个个阅读空间，并将好书送给孩子们，让孩子们插上了高飞的翅膀，让孩子们拥有了最亮的眼睛，也为孩子们放飞了一只只萤火虫，那些金色的光点，会不知不觉落在孩子们的心上，将孩子们的心点亮！”



鲁冰老师在“百图悦读分享课”上与孩子们互动交流



陈年喜老师在海原县贾塘乡中心小学图书馆给学生上课

而在距离江西省广昌县千里之隔的黄土地上，有着“矿工诗人”之称的当代作家、诗人——陈年喜老师亦在华润饮料的邀请下，来到宁夏回族自治区海原县贾塘乡中心小学的课堂上，为孩子们分享自己的创作经历。

陈年喜老师回忆说：“当知道要为乡村孩子们讲课时，我准备了一堂主题为‘从未停止阅读’的启蒙课，这是我多年来总结的人生经验，也是我希望传达给每一个乡村孩子的信念。”他希望能用自己的故事，告诉孩子们，阅读可以带领我们抵达更远的地方，看到更广阔的世界。

贾塘乡中心小学的这间图书馆已是华润饮料在海原县捐建的第 4 所图书馆，也是其在全国范围内捐建的第 244 所乡村公益图书馆。在一所图书馆落地期间，“百图计划”背后的团队也在一刻不停地思考如何让一本本书发挥真正

的作用。该计划从最初的图书馆捐建逐渐扩展到了图书馆整体风格的设计，从对一桌一椅的严格筛选、对书单的仔细研究，到引入名师启蒙课，以及再次身临现场的回访等等，完成“软件+硬件”的双向加持，真正践行“怡起悦读，陪伴成长”的“百图计划”理念。

自从 2023 年华润饮料在海原县曹洼学校捐建图书馆后，该校的老师开玩笑地说道：“我们和之前相比忙太多了。”但让老师们忙碌而开心的是，“现在学生可以随时来阅读，我们又开了不少阅读课，孩子们读书的‘量’和‘质’都有了明显的提高，他们读过书或者上过阅读课后能够主动交流，形成了一种学习和分享的氛围，这些是我们作为老师最希望看到的。”



截至 2024 年，“百图计划”已在全国 **20** 个省、**5** 个自治区、**3** 个直辖市，

捐建 **247** 所乡村公益图书馆，捐赠图书超 **百万** 册，受益儿童超 **百万** 人

为梦而歌，助力乡村振兴育新枝

“我想有一双翅膀，可以飞出这片红土，飞过高山大海，去看看另一片蓝天”，这是阿依合唱团联合怡宝合唱团创作的新曲目《时间的答案》中的一段念白。

阿依合唱团的成员们，均来自大凉山雷波县汶水镇中心校的在校学生，由十几个爱唱歌的孩子组成，超过 70% 的成员是彝族。他们生活的村落被高山环绕，外界的繁华被山峦远远阻隔。这段念白不仅是简单的词句，更是山区孩子对外面世界的渴望呐喊。

好在，这份渴望并未被大山的寂静所掩盖。华润饮料及时敏锐地捕捉到了孩子们的心声。2022 年，华润饮料“怡宝百所图书馆计划”走进大凉山的雷波县汶水镇中心校，捐建公益图书馆及修建了全新的篮球场、塑胶跑道。从那时起，华润饮料的员工志愿者们就被阿依合唱团那宛如天

籁般的歌声深深触动。于是，2023 年，我们在阅读课堂基础上延展出现音乐美育主题课堂新模式，与阿依合唱团签订了三年结对帮扶计划，希望带着孩子走出大山，让更多的人、更远的世界听到来自大凉山里的天籁之音。

“一张是在国家大剧院登台表演的合照，一张是在天安门前的合照。”阿依合唱团彝族女孩黑来拉则激动地“晒”出她去年儿童节收获的礼物，她如愿站上了更大的舞台，见到了更远的世界。

2024 年 5 月，黑来拉则与她的合唱团小伙伴一起，从大凉山来到北京，在华润饮料的支持和陪伴下，带着改编的彝族民歌《阿依的翅膀》，与全国 2,000 多名青少年一起登上国家大剧院舞台，在“我和祖国一起成长”主题演出活动中，用纯净的童声，深深打动了台下的每一位观众。



阿依合唱团登上国家大剧院的舞台



阿依合唱团在天安门
见证升旗仪式



阿依合唱团与 Tiankong
合唱团一起登台演出

国家大剧院的演出，对于黑来拉则来说意义非凡。她今年只有 11 岁，曾经有些腼腆的她，在加入合唱团两年时间以来，通过音乐歌声与团队协作，逐渐褪去了青涩与怯意。从第一次在四川省南江华润希望小镇正式登台演出的大脑一片空白，到一年之后国家大剧院舞台上的放声歌唱，她的眼神逐渐变得坚定与自信，更重要的是，她学会了如何自信地生活。

汶水镇中心校的校长吉瓦根付说：“合唱团的影响已经辐射到了全校师生乃至整个雷波县。”在国家大剧院演出之后，阿依合唱团的孩子们还在北京开展了为期 8 天的研学之旅，亦收到邀请参加由华润慈善基金会、华中师范大学 Tiankong 合唱团主办的“合唱美好乡村”音

乐公益行活动演出，这些丰富的研学和演出机会，为孩子们重构了山外世界的模样，也让他们在求学求知的道路上，树立起更远大的志向。

无论是通过“百图计划”捐建的一座座乡村公益图书馆，还是与阿依合唱团的美好相伴，我们始终相信，做一件正确的事不难，难的是一直坚持做正确的事。就像《时间的答案》所传递的一样，在努力与付出中，时间自有答案。未来，我们也将继续秉持初心，坚持长期主义，链接更多公益力量，探索更加多元和创新的方式，赋能乡村教育，促进乡村振兴，共同见证美好中国。

稳中求进 赋能可持续高质量发展

华润饮料坚持稳中求进工作总基调，将治理视为企业稳健发展的基石，构建权责清晰、决策科学的治理架构，建立全方位、立体化风险防控体系，同时大力加强反腐倡廉工作，持续筑牢安全生产防线，积极探索创新路径，加快发展新质生产力，在激烈的市场竞争中稳健前行，为实现企业的高质量、可持续发展提供强大助力。

重要性议题

规范公司治理、保障股东权益、守法合规、风险管理、商业道德、反贪污反贿赂、安全生产与职业健康、产品技术及创新、保护知识产权、推动高质量发展、深化国企改革

篇章绩效

- 召开**4**次董事会定期会议，审议通过议案**64**个（含董事会书面决议事项）
- 召开**4**次“大监督”工作会议
- 未发生贪污、贿赂的诉讼案件
- 安全生产投入**447**万元
- 开展**15**次综合应急演练及**112**次专项演练
- 研发经费投入**5,335.4**万元
- 持续将公司核心商标认定为中国驰名商标，新增专利数**21**件

本章所回应的SDGs议题



目标设定

- 进一步厘清各治理主体的权责边界，不断健全完善“权责法定、权责透明、协调运转、有效制衡”的公司治理机制
- 开展年度风险评估和监测，聚焦重大风险管理
- 组织开展年度内控评价，推动落实内控缺陷整改
- 安全生产量化指标评价结果达标
- 持续完善科技创新体系，梳理、强化科技创新制度体系建设
- 通过数字化建设，助力营销端、供应链端数字化、智能化的应用与推广，提升关键业务环节数字化覆盖度
- 保护公司核心品牌，优化专利布局

进度回顾

- 开展重大风险评估和监测，全年**未发生**重大风险事件
- 组织开展内控评价，针对内控缺陷制定整改措施，整改完成率**100%**
- 一般及以上安全生产事故事件**0**起
- 自有工厂安全生产标准化**100%**达标
- 持续将公司核心商标认定为中国驰名商标，加强公司核心品牌的法律保护，维护其市场价值

提升计划

- 进一步完善辅助董事科学决策的信息支持与保障体系，强化董事履职支撑
- 持续开展年度重大风险评估、监测
- 深入开展年度内控评价，推动落实内控缺陷整改
- 健全岗位 EHS 职责与任务清单，推动全员签订 QEHS 责任承诺书，强化安全生产责任落实
- 围绕公司业务展开专利布局和挖掘，并提交专利申请，拓宽公司智力劳动成果的保护范围

责任 专题

02460.HK 新起点 新征程

2024 年，对于华润饮料而言，是意义非凡的一年，在其成立 40 周年的重要历史节点上，成功在香港联交所上市。这是华润饮料面向新时代、推动新发展的重大战略选择，也是公司发展历程中一座熠熠生辉的重要里程碑。



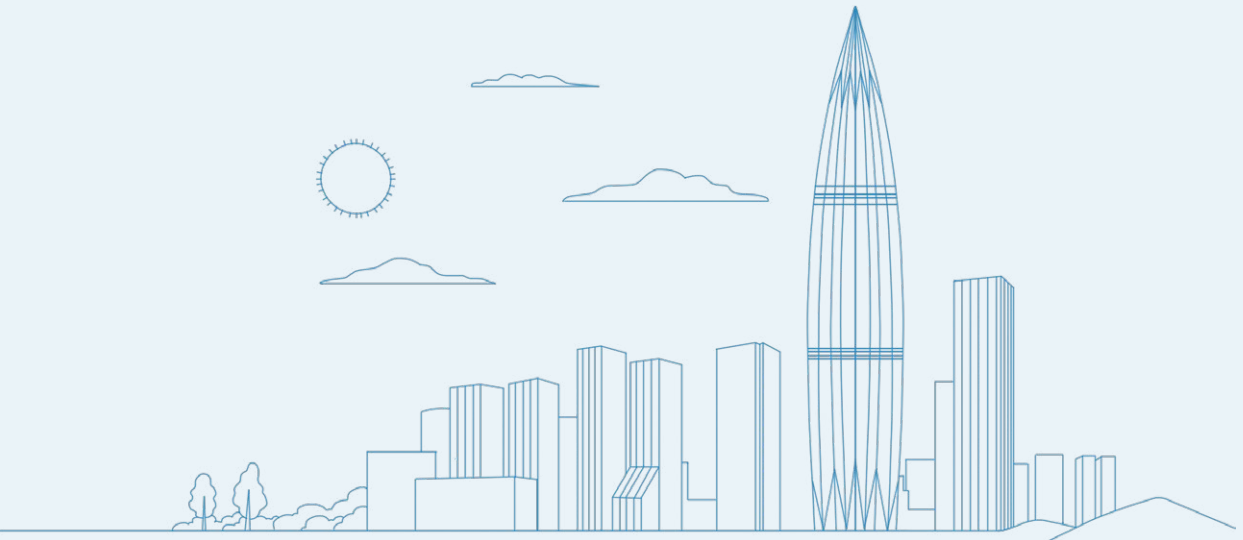
2024 年 10 月 23 日，华润饮料（02460.HK）正式在香港联交所主板挂牌上市

成功登陆香港联交所 开启资本市场全新征程

2024 年 10 月 23 日上午 9 点 30 分，华润集团董事长王祥明和华润饮料董事会主席张伟通共同敲响了上市锣声，华润饮料（02460.HK）正式在香港联交所挂牌交易，成为华润集团旗下第 18 家上市企业。华润集团董事长王祥明，集团副总经理蓝屹，集团部室、华润饮料相关负责人以及保荐人团队、基石投资者、中介机构、合作伙伴、媒体嘉宾出席上市仪式。仪式还特别邀请了杨扬、刘诗雯、林跃、陈佩娜 4 位世界冠军见证历史时刻。

成为华润集团旗下

第 18 家上市企业



“

华润饮料走过了波澜壮阔的 40 年，今天在香港联交所主板上市，标志着我们正式踏上了国际资本舞台，开启了新的征程。我们将牢牢把握机遇，不断优化治理、全力推进发展、创造更优价值，实现与股东、客户、员工和社会的长久共赢！

——华润饮料董事会主席张伟通

”



杨扬、刘诗雯、林跃、陈佩娜 4 位世界冠军出席华润饮料上市仪式

在成功上市当天，包括《大公报》《星岛日报》《香港经济日报》《明报》《信报》共 5 家香港主流媒体头版同步刊登庆贺稿，聚焦华润饮料的上市历程、发展成就以及未来展望，吸引了众多投资者、行业人士以及消费者的目光，传递出华润饮料稳健发展、前景广阔的积极信号，为公司在资本市场的后续发展奠定了良好的舆论基础。



香港多家主流媒体于华润饮料上市当天在头版同步刊登庆贺稿

四十载砥砺前行 厚积薄发铸就发展基石

长期以来，华润饮料不断深耕即饮软饮市场。一方面以“怡宝”品牌为核心，践行“一超多强”的多品类战略，不断丰富水种、拓展产品规格，构建了丰富多样的包装饮用水产品矩阵，覆盖外出、居家、商务、餐饮、运动等多种消费场景。另一方面，积极布局其他饮料品牌组合，旗下拥有“至本清润”“蜜水系列”“假日系列”及“佐味茶事”等多个品牌及系列产品，成功在中国即饮软饮行业的多个核心品类中占据领先地位。

怀抱“做优，做强，成为世界一流综合饮料企业”的愿景，我们四十年如一日地坚持以高标准为消费者提供健康满意的优质产品，独创 SPM 质量管理体系：S——供应商、P——生产、M——市场，即贯穿整个供应链的全过程质量管理体系，并采用先进的生产技术和水源管理措施，持续推动“健康、安全、专业”的品牌形象更加深入人心，这也成为你我的怡宝“值得信赖”的独门秘籍。



华润饮料产品图

“酒香也怕巷子深”，我们深知好的产品只有依托渠道共振，才能快速突破。基于“精耕细作，决胜终端”的策略，我们建立起覆盖全国的强管控、高效率的全面销售及经销网络，重视并积极拓展新型销售渠道，完成对国内主流电商平台的全覆盖。同时，我们制定多元化的营销策略，尤其是根据包装饮用水消费场景与体育活动的高度契合性，战略性地推行体育营销策略，触达更广泛的受众群体，引领健康、积极的生活方式。



怡宝纯净水生产线

华润饮料实现收入三年的年均复合增长率为

3.5%

实现利润三年的年均复合增长率为

29.6%



华润饮料推行体育营销策略，触达更广泛的受众群体

经过 40 年发展，华润饮料已成长为中国包装饮用水行业的头部企业。2022 年至 2024 年，华润饮料实现收入分别约为 126.23 亿元、135.15 亿元及 135.21 亿元，三年的年均复合增长率为 3.5%；年内利润分别约为 9.89 亿元、13.31 亿元及 16.61 亿元，三年的年均复合增长率为 29.6%；净利润率则由 2022 年的 7.8% 上升至 2023 年的 9.9%，并进一步提升至 2024 年的 12.3%。

在创造经济效益的同时，我们始终秉持“品牌基石，责任为先”的理念，积极响应国家政策、践行社会责任、促进社会福祉，推动绿色可持续发展，得到社会各界的广泛认可和赞誉。

华润饮料的成功上市，既是自身品牌价值的体现，也是饮用水行业蓬勃发展的缩影。面对未来的发展机遇，华润饮料将积极扩大生产能力、加强研发能力和市场推广，进一步优化供应链和打造差异化市场竞品，促进规模份额不断扩大、品牌效应持续释放，朝着成为世界一流综合饮料企业的愿景笃定前行。

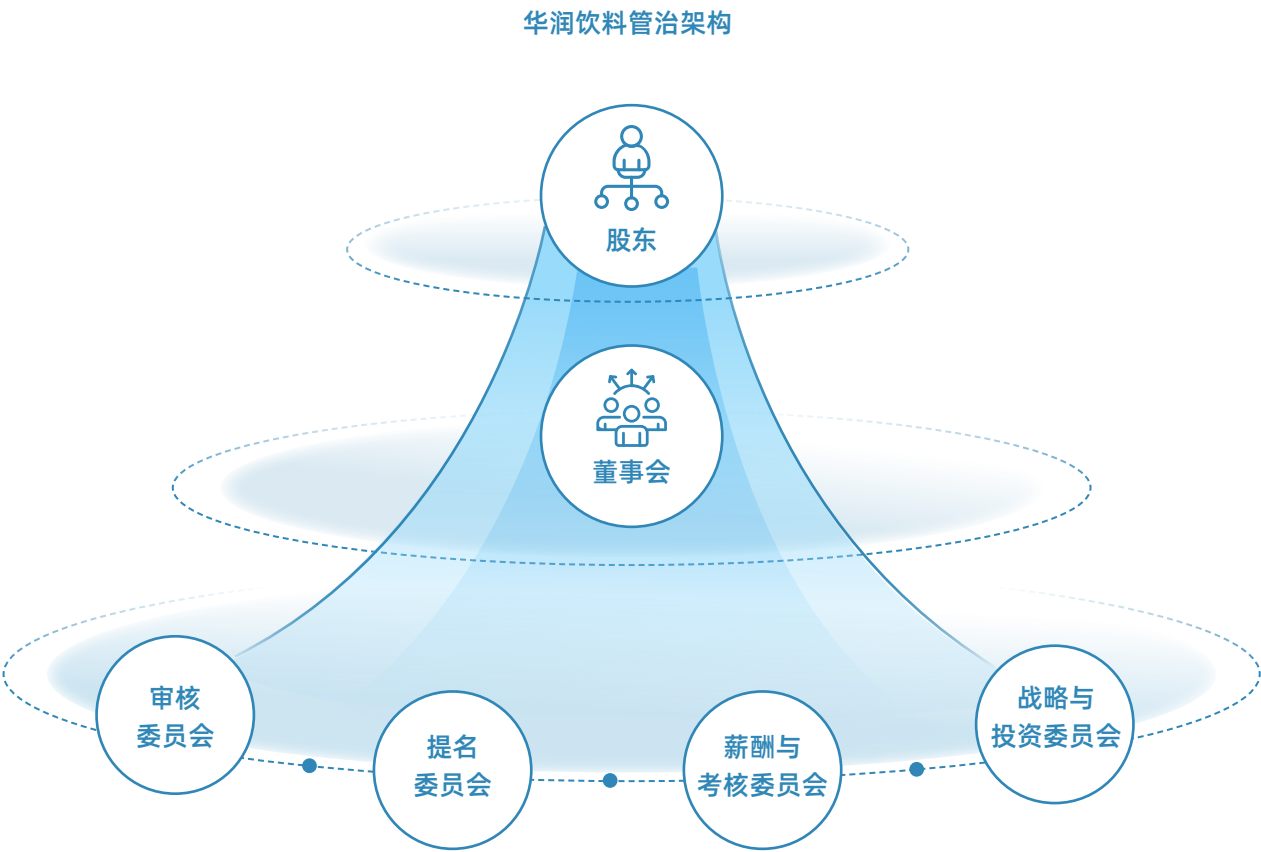
规范公司治理

» 完善治理体系

华润饮料根据法律法规、监管规定和公司章程的有关规定，修订《董事会授权管理制度》《董事会主席行使董事会授权工作规则》《董事会议事规则》《总裁办公会议事规则》《董事会及董事会授权决策事项清单》《华润饮料董事管理办法》等制度文件，强化董事会主席、总裁定期向董事会汇报所授权事项决策情况的工作机制，落实授权决策跟踪监管，确保科学授权，提升决策质量和效率。

» 董事会及其专门委员会

董事会作为公司经营管理的决策机构，根据《公司章程》规定的法定职权，有效发挥“定战略、作决策、防风险”的重要作用。华润饮料董事会成员共 12 人，其中执行董事 3 人，非执行董事 5 人，独立非执行董事 4 人，外部董事占比达 75%。2024 年，我们在原有的薪酬与考核委员会的基础上，新设审核委员会、战略与投资委员会和提名委员会 3 个专门委员会，进一步完善公司治理结构，推动董事会职权有序落实。



» 董事会独立性

华润饮料董事会设有 4 名独立非执行董事，在财务、法律及战略管理领域拥有深厚专业背景和丰富实践经验，占董事会总席位的三分之一，为公司重大决策提供多维度专业支持。在董事会下设的审核委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会中，独立非执行董事占多数席位，其成员分别担任审核委员会及薪酬与考核委员会主席职务，保障了决策过程的独立性和公正性，进一步提升了公司治理的透明度。



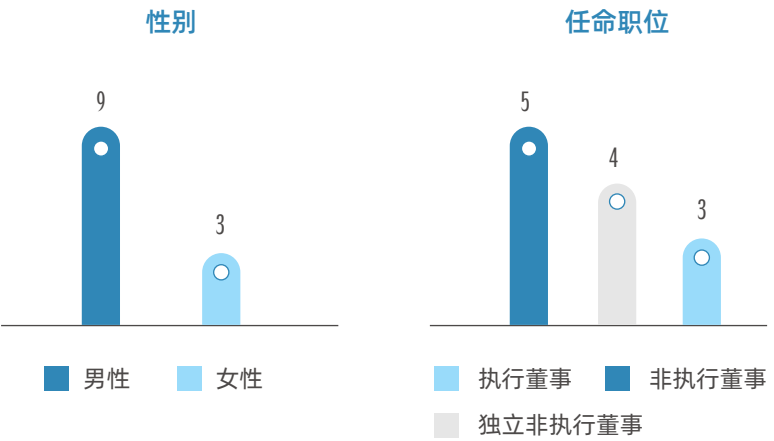
外部董事调研宜兴工厂



外部董事调研武汉市场

» 董事会多元化

华润饮料根据董事会多元化政策，候选人的选择包括但不限于性别、年龄、文化及教育背景、行业经验、技术能力、专业资格及技能、知识、任职年限及其他相关因素，最终选择根据候选人的长处及候选人为董事会带来的贡献综合考量。董事会由三名女性董事及九名男性董事组成，在性别、知识及技能（包括但不限于食品及饮料业、商业运营及企业管理、业务拓展、法律、审计、人力资源及金融等领域的知识及经验）方面取得均衡组合。

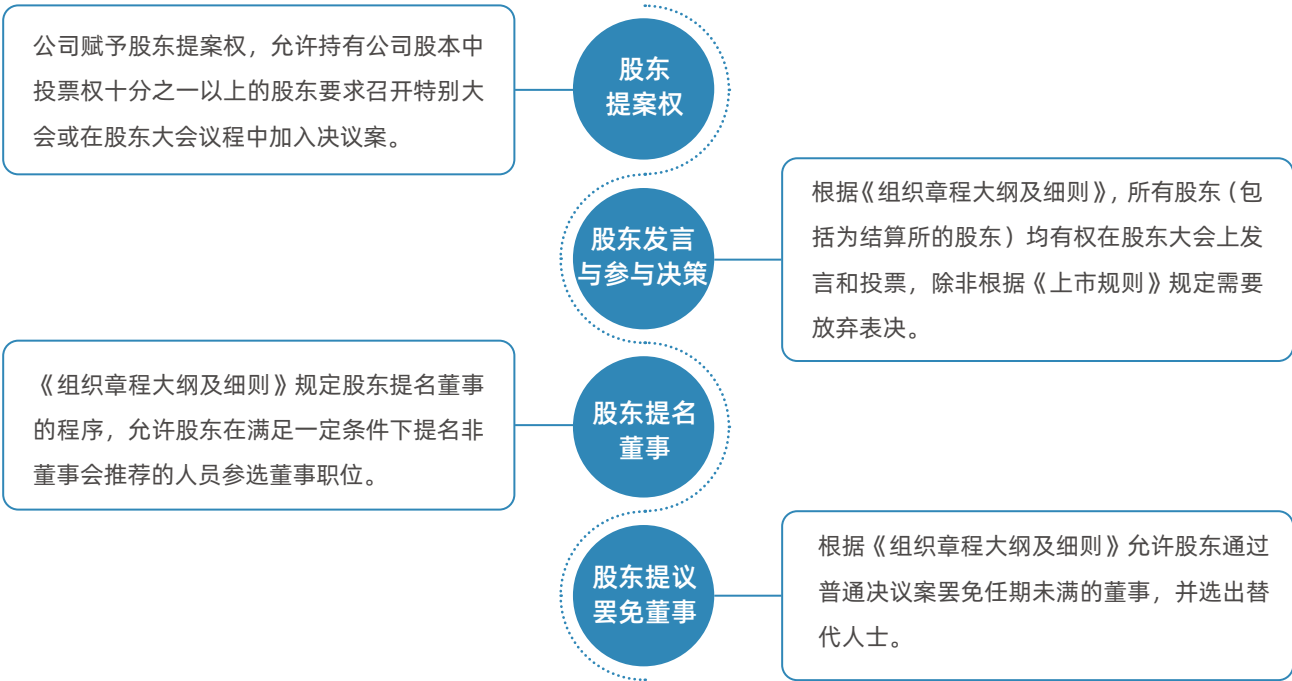


» 董事及高管薪酬透明度

根据《上市规则》及《证券及期货条例》等相关规定，华润饮料于每份年度报告、中期报告中披露公司主要股东、董事及最高行政人员所持本公司证券、相联法团证券及相关权益，并定期提示董事及最高行政人员在上述权益发生任何变动时及时、主动向香港联交所及董事会申报披露，以确保公司在所有权结构与董事会成员所持权益方面高度透明。公司相关的董事薪酬政策与具体薪酬数据载列于公司定期披露的年度报告中。

保护投资者权益

>> 保障股东权利





投资者联络

总部及中国主要营业地点：中国广东省深圳市南山区朗山路 22 号深圳高新技术产业园区（北区）

公司网站：<https://www.crbeverage.com>

邮箱：yb_ir@crbeverage.com

>> 重视投资者关系管理

华润饮料成立投资者关系部，负责投资者关系维护管理、信息披露管理、资本市场研究等工作，持续加强与投资者及分析师的沟通，增进资本市场对公司的了解和认同，提升公司整体价值；通过与投资者线上线下的沟通交流、诉求处理、信息披露等工作，加强与投资者及潜在投资者之间的沟通，组织多场投资者沟通交流会议，及时发布信息披露文件，增强投资者和分析师对公司的了解，保障投资者的知情权。

>> 规范信息披露

华润饮料严格根据《上市规则》及其指引等要求，按照真实、准确、及时、可靠的原则，搭建多种顺畅沟通渠道，对公司重大事件予以披露，以加深投资者对公司的了解和认同。公司编制、刊发相关披露文件，定期更新官网上的投资者关系专栏，及时披露公司信息。2024 年，公司持续履行上市公司信息披露义务，共刊发披露文件 21 份（其中包括临时公告 9 份）。

强化风险管理

>> 坚持守法合规

合规管理体系

华润饮料严格遵守《中央企业合规管理办法》相关要求，建立符合企业实际的合规管理体系。2024 年，公司审查和更新《华润饮料合规管理制度》，坚定落实合规管理相关规范，并配套建立合规管理联席会议机制、加强重点领域合规制度、合规三张清单建设、开展合规监督检查、合规培训等，进一步完善合规管理体系、营造合规管理氛围，有效提升公司合规经营管理水平。2024 年，公司未发生重大违法违规行为。

合规流程

华润饮料建立健全授权管理机制，将合规审查嵌入现有业务系统、对合规意见落实情况实施分级管理和追踪等措施，业务及职能部门对负责领域的合规事项进行合规审查，合规管理部门对重大事项决策、重大合同签署、重大项目运营等经营管理行为进行合规审查。

2024 年，公司

未发生

重大违法违规行为

>> 加强风险管控

华润饮料不断强化风险管控，完善重大经营风险早发现、早预警、早处置的长效机制，树牢风险底线思维，聚焦重大风险管理，强化重大经营风险评估监测，同时结合公司实际逐步梳理重要业务领域的核心风险，持续提升风险防控水平。

2024 年，公司通过“自下而上、上下结合”的方式，结合内外部环境变化，围绕发展战略和经营目标，全面识别、预判可能面临的重大风险，并从明确风险防控目标及责任主体、加强风险趋势研判、动态监测风险变化、完善内控管理等方面进行动态防控。2024 年，公司未发生影响经营目标实现的重大风险事件。

2024 年，公司

未发生

影响经营目标实现的重大风险事件

>> 推进内控建设

华润饮料根据《企业内部控制基本规范》及其应用、评价指引等相关规定，结合公司规模、行业特点，制定并发布《内部控制管理制度》，明确内控体系建设和监督评价的责任主体及职责权限，并按年度组织开展内部控制自我评价。

>> 落实“两金”压降

华润饮料持续贯彻落实国资委和集团“两金”压降工作要求，以风险管控为重点，积极推进“两金”压降工作。通过开展长账龄应收账款清理专项行动、优化系统账期控制、加强日常监督与检查跟踪等方式，深入推进压降工作。2022 年以来，公司对长账龄应收账款开展集中整治和专项清收，加大问题账款清理力度，存量长账龄应收账款大幅度下降，3 年来共清理 2021 年存量长账龄应收账款共计 0.12 亿元，压降 96%。

3 年来共清理 2021 年存量长账龄应收账款共计

0.12 亿元

压降

96%

加强反腐倡廉

>> 构建“大监督”体系

华润饮料进一步完善“大监督”工作机制，积极推动纪检、巡察、审计、财务、法律等各监督主体履行监督职能，制定监督清单 97 项。2024 年，公司共召开 4 次“大监督”工作会议，部署推进相关工作，各监督主体共向纪检部门移交问题线索 45 条。

同时，华润饮料紧盯商业销售、招标采购和工程建设等关键领域，加大监督力度，在传统节假日等重要时间节点前向各单位发送廉洁提醒，并开展专项治理，扎实防范廉洁风险。2024 年，公司未发生贪污、贿赂的诉讼案件。

2024 年，公司共召开“大监督”工作会议

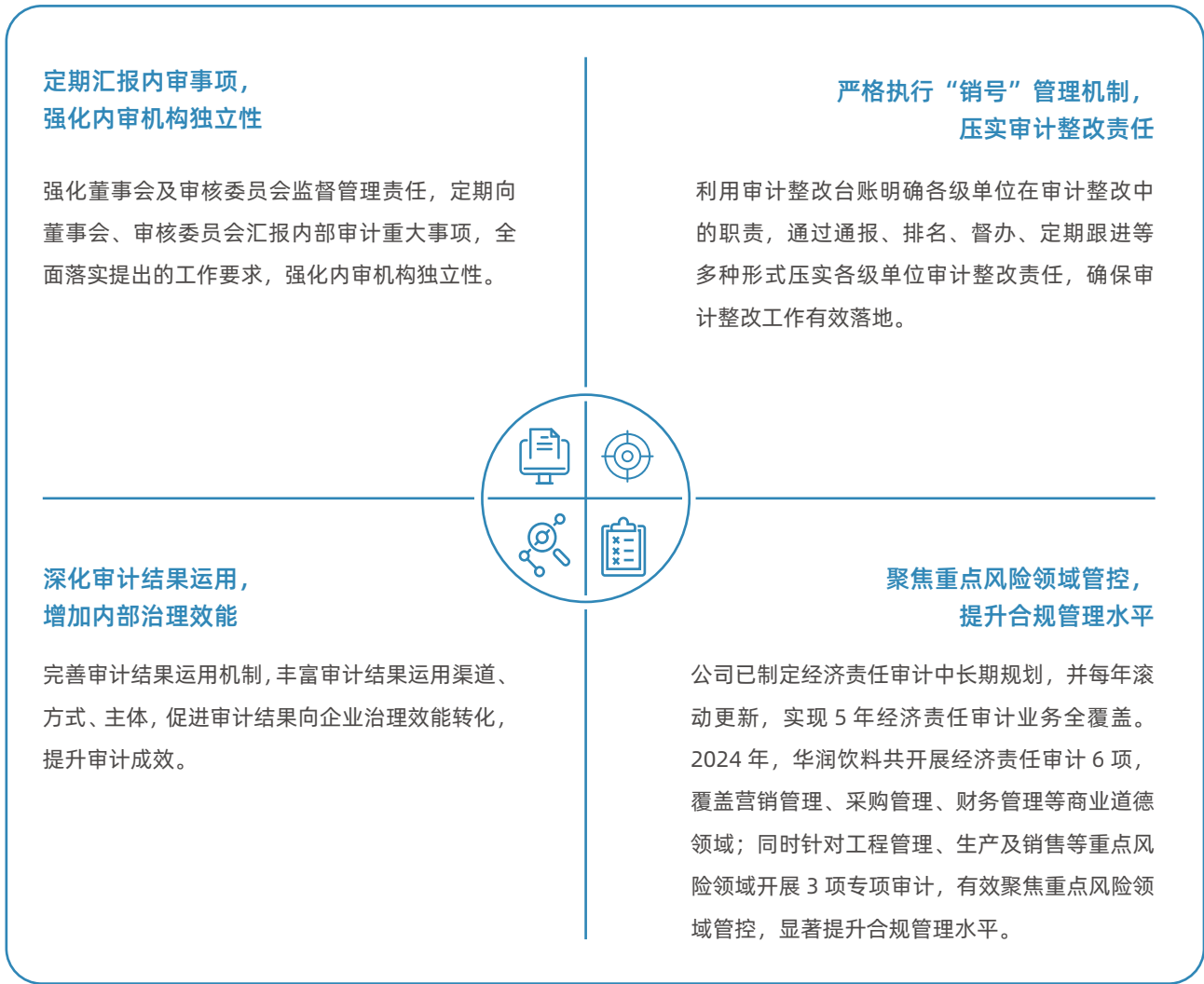
4 次

2024 年，公司未发生

贪污、贿赂的诉讼案件

>> 强化监督管理

华润饮料通过履行审计监督职责、统筹开展违规经营投资责任追究，致力于改善运营质量、健全治理体系、筑牢监督防线、营造良好生态，为公司战略目标的落地提供增值服务。



>> 开展内部巡察

华润饮料聚焦“两个维护”根本任务，围绕集团及公司要求，开展巡察监督，科学谋划，研究制定公司巡察工作规划，高效组织统筹开展 2 轮内部巡察，加强巡察全过程指导，推动巡察出实招见实效，提升监督质效。

» 完善举报机制

华润饮料畅通廉洁举报渠道，在公司官网上公开举报邮箱、举报电话等信息，接受全社会的广泛监督。举报人可以通过来信、来访、来电和网络等多种方式，反映华润饮料及下属单位的员工违反廉洁从业相关方面的行为，确保公司合规、健康、稳定发展。

公司强化对举报人的信息保护，纪检部门设有专人负责信访件和问题线索的管理，严格执行保密制度，规定相关人员不准私自留存、隐匿、查阅、摘抄、复制、携带信访件、问题线索和涉案资料，严格控制信访件和问题线索知悉范围，坚决防止跑风漏气和失泄密情况发生。

» 打造廉洁文化

华润饮料结合实际扎实推动廉洁文化建设，召开 3 次全公司警示教育大会，积极开展以反商业贿赂、消费者权益保护、上市合规等为主题的合规培训超过 8 次，覆盖公司全部管理层级员工及关键岗位基层员工；同时，积极开展廉洁宣讲下基层活动，对各销售大区、工厂分层次分领域进行廉洁宣贯 40 余场次，覆盖 3,000 余人次，引导员工养成廉洁自律的思想自觉和行动自觉。

此外，华润饮料组织开展 5 场供应商培训交流会议，涉及廉洁反腐、制度宣贯等方面，近 1,000 人次参与，实现生产性材料合作供应商培训全覆盖。



廉洁举报途径

举报邮箱： ts.yb@crbeverage.com

举报电话： 0755-86620524

邮寄地址： 广东省深圳市南山区朗山路 22 号深圳高新技术产业园区（北区）华润饮料纪检部



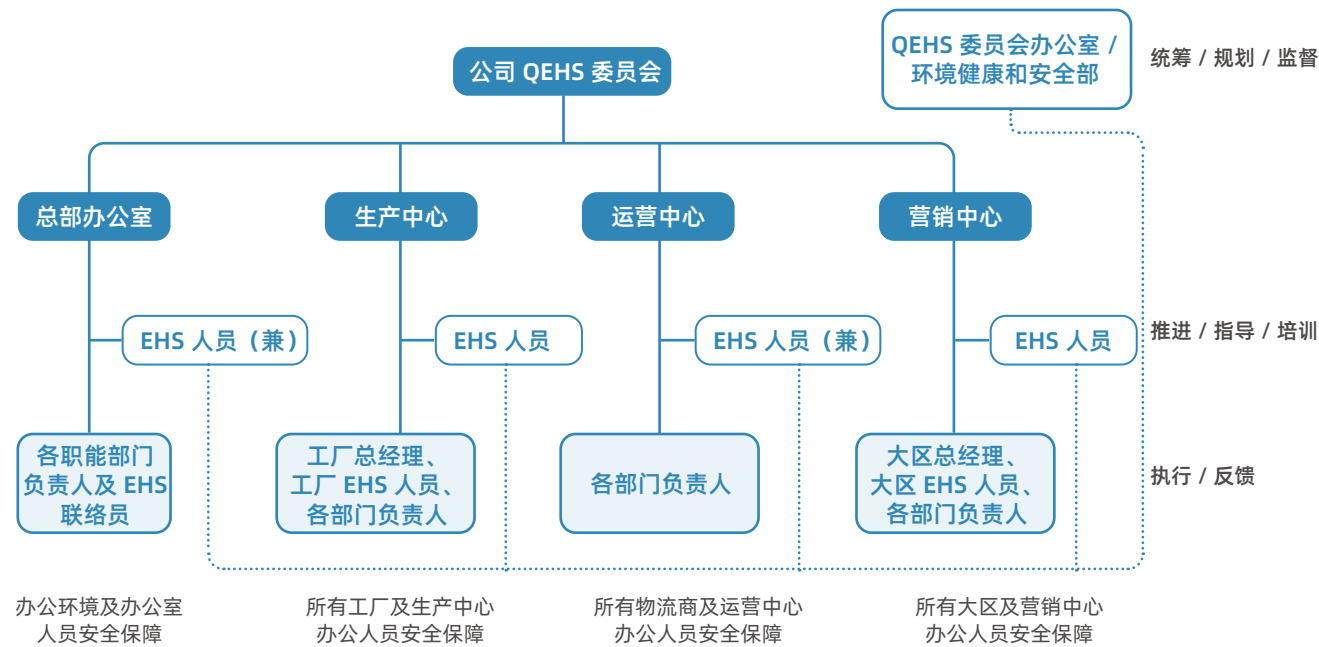
华润饮料开展“新员工警示教育宣讲”

- 召开 **3** 次
全公司警示教育大会
- 开展合规培训超过 **8** 次
- 开展廉洁宣贯 **40** 余场次
- 覆盖 **3,000** 余人次

筑牢安全底线

» 安全生产管理

华润饮料严格遵守《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》等法律法规，成立 QEHS 委员会，建立安全生产责任体系，明确各级管理人员和员工责任清单；推动完善 EHS 管理制度和操作规程，修订并发布《华润怡宝质量、环境健康和安



» 强化应急能力

华润饮料坚持“预防为主、预防与应急相结合”的方针，全面识别各类突发事件风险，优化综合应急预案，增强其适用性和可操作性。2024 年，各级单位修订 14 次综合应急预案，开展 15 次综合应急演练及 112 次专项演练，配备必要的应急救援人员和物资，如救援担架、AED 自动体外除颤仪、正压式空气呼吸器、气体监测仪等关键设备，确保快速响应紧急情况。



消防应急疏散演习

>> 排查安全隐患

华润饮料建立隐患排查治理制度，每月定期开展安全隐患排查，确保及时发现并处理隐患。2024 年，累计发现 2,613 条隐患，所有隐患均如实记录，并向相关人员通报排查治理情况，确保隐患整改责任落实到具体岗位，要求按时完成整改任务。在 2024 年 EHS 检查工作中，公司对各基层工厂进行了严格监督和检查，共发现 300 个问题点，整改关闭率 100%。各基层单位共开展 488 次专项安全排查，累计发现并彻底整改 2,313 项安全隐患，实现了隐患整改的闭环。

各基层单位共开展

488 次

专项安全排查

>> 夯实数据安全

华润饮料建立健全网络安全防护体系，通过部署数据防泄露系统，对邮箱、互联网出口以及办公电脑终端等信息出口建立严格的管控，从而保障了各项核心商密数据的安全；积极开展信息系统等级保护测评、信息系统渗透测试及上线评审等工作，严格落实国家、集团及公司相关个人隐私保护要求，确保从个人信息的收集、传输、存储、使用到销毁各个过程合法合规；定期开展保密检查及人员网络安全及保密意识培训，提升员工的保密及网络安全防护意识。2024 年，未发生重大数据安全事件。

2024 年，

未发生

重大数据安全事件

>> 营造安全氛围

为牢固树立安全发展理念，华润饮料策划并组织职业健康宣传周、安全生产月、消防宣传月等一系列活动，引导员工学习安全生产法律法规、职业健康防护等安全相关知识，进一步增强员工安全意识，筑牢安全防线。



交通安全 - 防御性安全驾驶培训



职业健康宣传周期间，开展 107 次主题宣讲和 111 次警示教育，累计受训 14,014 人次，有效提升员工职业健康保护意识和自我防护能力。



消防宣传月期间，各工厂、销售大区组织消防应急演练，累计参加人数超 1,500 人次，有效增强员工消防安全意识和应急处置能力。



安全生产月系列活动中，组织 1,934 次主题宣传，639 人次参与安全生产主题视频学习，受众达 9,900 人次，极大提升员工安全意识和技能水平。



发布 9 期 EHS 宣传专刊，包括 4 期宣传海报、4 期 EHS 文萃及 1 份手册，为员工提供丰富 EHS 知识和信息，增强安全环保意识。

发展新质生产力

>> 提速科技创新

管理创新

华润饮料制定《华润饮料科技创新工作管理办法》《华润饮料科技创新激励工作指引》等制度，规范科技项目管理、科技创新规划、科技成果管理、科技统计管理及科技创新激励等制度体系，同时，配合上级单位开展科技创新专项调研，形成《科技创新发展行动计划（2024—2026 年）》。2024 年，华润饮料积极推进新品开发、可持续发展、研发基础技术研究及前沿技术研究等自主研发项目，研发经费投入 5,335.4 万元。

研发经费投入

5,335.4 万元

技术创新

华润饮料依托自身产业场景和新一代信息技术创新优势，在销售端成功研发并试点上线陈列照片 AI 实时识别系统，有效实现了陈列活动实时性反馈。

利用 AI 技术解决透明膜介质上的点阵二维码难识别、易出错等难点，切实保障彩膜膜包产品转透明膜膜包产品生产规划的顺利实现。透明膜点阵二维码 AI 智能识别应用，获华润集团第二届润享 AI 创新应用大赛 AI 建模赛道三等奖。

营销创新

电商推广：通过达人种草、达人直播、店铺自播、平台引流、IP 联名等方式，提升产品曝光率、品牌知名度及销售转化率，全年饮料销量完成 168 万标箱。内容种草方面，抖音、快手、小红书、天猫、京东等平台合力发布超 12 万条笔记，曝光量超 3.2 亿次，成交金额超 3,000 万元。直播带货方面，抖音、快手、天猫、京东共计店播超 8,000 小时，达人直播带货超 5 万场次，GMV 超 1.4 亿元。



全年饮料销量完成

168 万标箱

平台合力发布笔记超

12 万条

曝光量超

3.2 亿次

成交金额超

3,000 万元

KA 推广：瞄准饮料重点市场中的省会、直辖市优质头部客户，于旺季 4-9 月聚焦茶品类打造饮料整层冰道，月均执行近 10,000 店，销量同比增长 75%；近年来，卖场 / 超市业态客户的优质高产门店不断下沉至三、四线城市，聚焦省会、重点地级市共 144 个城市的近 1,200 家门店打造地堆陈列，其中三、四线城市门店占比从 2023 年的 18% 提升至 38%，包装水销量同比增长 11%。



餐饮推广：积极参加餐饮行业协会活动，结合烹饪大赛、餐饮展会、餐饮产业大会等形式，提供不同场景下餐饮后厨用水解决方案，提升影响力，推动餐饮渠道后厨用水客户合作；同时针对重油、麻辣、口味重等餐饮提供至本清润产品饮料解决方案，为不同餐饮提供至本清润 CAN310mL、PET450mL、1.5L 不同包装组合产品。



特渠推广：联合南方航空开展机上饮料推广，至本清润产品覆盖 840 架次广州—北京航班，提供不同场景下至本清润产品饮料推广；与万象影城 52 家，金逸影城 127 家门店进行至本清润菊花茶、蜜水柠檬、海盐荔枝等饮料幻灯片广告合作，结合零食套餐、冰箱陈列等联合推广，提供多元化观影套餐选择，拉动饮料销量，实现饮料销量增长 1,159%；加快酒店渠道拓展，与锦江酒店集团、雅诗阁集团、同程商旅等酒店平台开展合作，拓展维也纳、麗枫等子品牌，新增酒店客房专用水 520mL，覆盖网点数 780 家，实现业绩增长 56 万箱。



新兴渠道推广：积极布局家渠业务与蜜蜂店业务，在家渠业务（创新孵化）板块，构建线上有订单、线下有仓配、中间有系统的家庭渠道 24h 送货到家供应链路，项目首批试点选择湖南、江苏、赣闽、豫皖大区核心城市 13 个，以家渠服务商为核心运营，布建社区网格配送商 139 个，覆盖主城区街道 443 个，实现主城区 24h 送货到家；在蜜蜂店业务推广方面，以蜜蜂店切入居家类消费新场景，先后在深圳、广州、武汉、珠海等 6 城核心区域，聚焦品牌公寓型社区，总计投放运营 445 个优质点位，并借助合作客户加速拓展蜜蜂店规模。



渠道创新

华润饮料不断挖掘渠道创新形式，布局天猫、京东、抖音、快手、小红书等各大电商平台 / 店铺，持续与 200 余家团长合作，其数量为去年 3 倍，促成海量达人一同带货，共发布超 12 万条种草内容、成交额超 3,000 万元、曝光量超 3.2 亿次；在兴趣内容电商方面，形成“头部 + 明星 + 垂类 + 腰部 + 素人”矩阵，合作多元类型种草达人；并与知名国漫大 IP 奶龙进行蜜水柠檬联名营销活动，通过全渠道线上推广 + 定制周边赠品 + 达人短视频 / 图文 + 达人直播 + 店铺专场直播等形式，提高产品声量，开拓蜜水柠檬用户群体。

案例 | “决胜终端，全员一起 CNY” 怡宝陪你过大年

2024 年农历新春佳节前夕，华润饮料统筹开展“决胜终端，全员一起 CNY”主题促销活动，在全国 126 个城市的 695 家卖场重点 KA 门店开展 CNY 大促活动，共计打造形象地堆 1,268 卡，利用节庆营造线下门店经营氛围，满足消费需求，提升品牌影响力。在 2024 年 2 月 2 日 -8 日期间，共计有 227 名职能员工积极响应公司“决胜终端，全员一起 CNY”号召，深入终端门店开展为期一周的 CNY 活动，饮料销量店均同比增长达 1,180%，包装水店均同比增长达 50%。



>> 创新成果转化

华润饮料充分释放创新潜能，在多个领域取得研发新进展。

产品开发

成功上市 7 款饮料新品，如酸梅汤、含汽蜜水、350mL 蜜水百香、愿事之茗原味奶茶和桂花乌龙奶茶以及魔力柠檬和魔力柚子；开展 2 次寻味之旅、组织春季和秋季提案会，形成 81 个新品提案，覆盖饮料全品类，包括茶、果汁、咖啡、碳酸等。



至本清润酸梅汤

上市时间：2024 年 3 月

精选乌梅、甘草、陈皮、山楂，经过超过 1 个小时的熬煮萃取精华，搭配传统黄冰糖，具有生津解渴、清爽解腻、开胃等功效。



蜜水柠檬果汁汽水

上市时间：2024 年 5 月

延伸蜜水柠檬品牌，添加真实的地中海柠檬果汁和进口蜂蜜，口味鲜如现泡；攻克美味与健康平衡的难题，配方升级为低糖低卡，糖分减少，美味不减。



350mL 蜜水百香

上市时间：2024 年 5 月

以现有 480mL 蜜水百香为基础，通过微调配方工艺设计，既保证产品的储藏稳定性，又提高工厂生产的便捷性，极大提高生产效率。



愿事之茗原味奶茶和桂花乌龙奶茶

上市时间：2024 年 10 月

精选产地茗茶（原味：世界三大产地红茶；桂花乌龙：福建安溪乌龙茶与广西金桂）与新西兰进口奶源，口感顺滑，奶香浓郁。



魔力柠檬味运动饮料（平面盖）
和魔力柚子味运动饮料（平面盖）

上市时间：2024 年 11 月

科学配比电解质、葡萄糖、氨基酸及 B 族维生素，保持清爽口感，帮助快速补充电解质和能量。攻克 B 族维生素货架期不稳定的难题，精选烟酸及维生素 B₆，保证产品在货架期内维生素含量符合法规要求。

微生物研究

与清华大学深圳国际研究生院合作共建微生物控制与应用技术联合研究中心，建立微生物研究组，开展饮料开发及生产过程的微生物研究，全面分析不同真菌、细菌的特性，为饮料开发食品微生物安全提供重要保障，2024 年在微生物研究方面取得显著成果，发表 3 篇期刊论文，其中 2 篇见刊发表，并提交 7 项微生物相关研究发明专利。



微生物研究室

感官研究

建立感官专业评审员机制，将感官评价体系应用到饮料新品开发过程，助力饮料新品更精确感官分析和定位。2024 年，公司参与 7 项感官团体标准的制定，其中 4 项团体标准已经发布。

>> 保护知识产权

华润饮料制定《华润怡宝知识产权管理制度》《华润怡宝知识产权申请工作流程指引》《华润怡宝维权工作指引》《华润怡宝商标使用证据备案流程指引》等相关制度，从维护自身知识产权和尊重他人知识产权出发，规定公司的著作权、商标、专利、维权打假等涉及知识产权类工作的处理流程及管控措施。同时，公司注重通过培训不断提升员工知识产权保护意识，并将尊重知识产权作为供应商考核要素之一。2024 年，公司展开《计算机软件使用合规宣导》，向员工宣贯公司软件管理制度规定及公司为员工使用正版软件所提供的便利，通过分析使用非授权软件的危害，要求员工必须使用正版软件。

报告期内，华润饮料通过商标监测和市场巡查发现有其他公司仿冒公司品牌，公司通过协商、行政投诉以及行政诉讼等途径成功处理了仿冒案件 2 起。

成功处理了仿冒案件

2 起

低碳转型 共绘绿色发展新画卷

在全球范围内，绿色低碳发展理念已成为普遍共识，尤其在全球气候变化问题愈发严峻的今天，推进绿色高质量发展及生态环境高水平保护不仅是国际社会的共同价值追求，更被列为国家重要的发展战略。在此背景下，华润饮料积极推进绿色低碳转型，加强气候变化管治，深入实施绿色生产和运营战略，推进节能技术与设备改造，开发与利用清洁能源，完善生态治理，开展环境保护行动，为社会的可持续发展贡献华润饮料力量。

重要性议题

环境合规、水资源管理、可再生能源管理、“三废”管理、发展循环经济、绿色包装、绿色工厂、应对气候变化、保护生物多样性、环保公益与绿色办公

篇章绩效

- 温室气体排放量 172,285.8 二氧化碳当量(吨)
- 单位产品温室气体排放量 0.02 二氧化碳当量(吨) / 吨
- 新鲜水用水量 1,298.03 万吨
- 水资源消耗强度 1.76 吨/吨
- 重复用水量 276.31 万吨
- 环保总投入 3,011 万元
- 节能减排技术改造投入 2,353 万元

本章所回应的SDGs议题



目标设定

- 不发生一般及以上环境污染事件
- 水单耗：相比“十三五”期间，饮用水水单耗下降 2%

进度回顾

- 2024 年未发生一般及以上环境污染事件
- 饮用水水单耗指标顺利达成

提升计划

- 持续完善环境管理体系，加快 ISO 体系认证工作，推动基层单位创建绿色工厂认证
- 以节水、节电、OEE 提升等为主要内容开展年度重点工作，不断升级与优化生产设备，改进生产流程，合理安排生产计划，对员工开展节能培训

责任专题

重塑你我的「宝贝」 GO+ 低碳的 2 种生活方式

“3, 2, 1, 开始！”随着一个个怡宝瓶的按下，华润饮料携手华润万象生活开展的 2024 “怡宝宝贝重塑计划”全国巡展正式启动。



2024 “怡宝宝贝重塑计划”启动仪式在成都科技馆举行

这很 “city” 低碳生活引领绿色风尚

绿色低碳不仅是一种生活方式，更是一种责任与担当。2024 年，“怡宝宝贝重塑计划”全新升级，走进成都、重庆、武汉、上海、深圳、香港等地，深入商业地标、写字楼、居民社区和公园场馆等不同类型的城市空间，展示塑料瓶再生制成的日常用品、公共设施、艺术品等，沉浸式打造 5 场“宝贝重塑花园”科普展、2 场“重塑公益坊”DIY 活动。通过科普展示与互动体验结合，向社会公众展示塑料瓶走上“重塑之路”的全过程，通过一系列简单易懂、参与性强的科普换享活动把可持续生活概念植入消费者和居民心中，展现“碳”“循”塑料再生的无限可能。同时，华润饮料积极践行企业社会责任，开展全产品包装回收消费者教育项目，通过线上线下多种渠道，向广大消费者普及包装回收的重要意义，提升消费者对于饮料包装可回收性及正确回收方式的认知。



“宝贝重塑花园”来到上海万象城



“宝贝重塑花园”空降武汉万象城户外广场—漫巷街区

拓展阅读



“宝贝重塑花园”限时空降山城重庆！

重塑方程式

1 个塑料瓶	=	1 个重塑 IP 挂件	3 个塑料瓶	=	1 个手机包
8 个塑料瓶	=	1 个托特包	12 个塑料瓶	=	1 件风衣
14 个塑料瓶	=	1 个双肩包	8,500+ 个塑料瓶盖	=	1 张长椅



重塑分解式



随着巡展的脚步遍及更多城市，“怡宝宝贝重塑计划”走进深圳的部分办公楼和社区，通过设置宝瓶召唤点，启动饮料塑料瓶回收活动，通过快速科普塑料瓶的再生用途，吸引和鼓励人们积极参与正确回收。而这些回收的塑料空瓶，将与华润饮料工厂回收的原料废弃物一起，通过专业重塑机构的设计制作，转化为再生公共设施，捐赠给乡村、公园和社区。这项“从社区来、回社区去”的项目自 2023 年诞生以来，就受到了市民们的广泛好评，不仅让人们更深切感觉到再生与自己的生活息息相关，同时也解决了过往同类项目没有让“回收更可见”的痛点。



在宝贝重塑合伙人签约处，大家按下承诺的按钮，共同迈向可持续生活

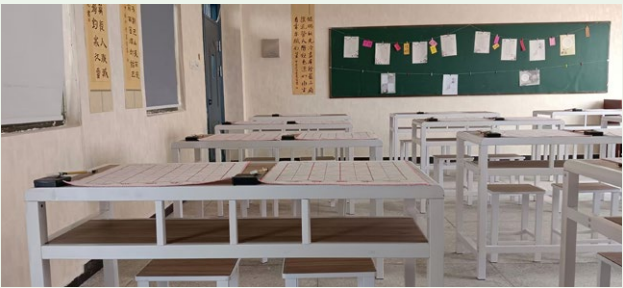
2024 年，“怡宝宝重塑计划”与 69,857 名重塑合伙人双向奔赴，在回收再生塑料瓶和实施减碳循环举措方面取得了显著成效，回收了包含怡宝纯净水、至本清润系列饮料、假日系列饮料等华润饮料产品在内的约 170,000 个塑料瓶，减排二氧化碳 5,796 千克，为守护地球家园、助力全球气候行动贡献了坚实力量。

从城市到乡村 共筑可持续的希望乡村

我们不仅在城市中推广绿色生活理念，更将这份关怀延伸至乡村。2024 年，华润饮料携手华润化学材料在江西省广昌县第六小学捐建了一所以“低碳再生”为主题的图书馆，这也是华润饮料在全国范围内捐建的第二所“低碳再生”主题馆。其中，图书馆还配套了书法室，课桌椅皆由 PET 饮料瓶回收再生而成，让孩子们在静心学习的同时，使循环再生的理念润物细无声地融入孩子们的日常阅读和生活。



“怡宝百所图书馆计划”第 245 所公益图书馆——江西省广昌县第六小学“低碳再生”主题图书馆



书法室中由回收塑料瓶再生制作而成的课桌椅



放置在深圳写字楼的“宝贝回收”装置

减排二氧化碳

5,796 千克

四川省南江华润希望小镇是华润在全国建成的第 12 座希望小镇，也是华润集团在乡村振兴时期建成的首座小镇项目。2024 年，华润饮料按照“一对一”结对帮扶机制，聚焦“乡村振兴”“绿色发展”“社区关爱”等责任议题，将品牌公益项目——“怡宝宝重塑计划”“未来山海课堂”从城市引入这片希望的田野，面对南江孩子与乡亲共开设 3 次“怡宝宝重塑计划”、9 节“未来山海课堂”，以生动有趣的体验式可持续课堂，普及塑料循环再生知识，并通过情景模拟和角色扮演，让孩子们深刻理解可持续发展的重要性，让可持续观念与行动在希望的田野生根发芽。



华润饮料捐赠由 46,050 个塑料瓶盖组成的篮球架



“pta 植物联盟”青年讲师为南江孩子授课



“海岛青年”讲师引导孩子通过 DIY 拼贴方式制作文创摆件

无论如何改变都是你的宝

作为中国饮料行业的头部企业，多年来，华润饮料不仅通过公益活动、体验展览、回收倡议等多元方式将绿色可持续发展理念传递给公众，更将这种理念贯穿于企业生产经营的全过程，并推广至全产业链伙伴。

从产品研发和设计出发，华润饮料通过包装减重、可回收、可再生及可重复利用绿色环保材料的测试开发，持续开展简化或优化定量包装设计，推行绿色生产。我们的产品可回收包装材料占比超 99%，2024 年，我们通过包装减量化及优化项目，共减少 PET 原料约 2.49 万吨，减少纸箱用量约 240 万个。

2024 年，华润饮料持续在各销售大区开展“拆箱有礼”活动，通过“废旧纸箱和旧膜包换瓶装水”的绿色激励措施，激发广大合作商家的参与热情，回收纸箱和膜包超 14,777 吨，几乎覆盖所有产品品类，共减少二氧化碳排放量超 19,735 吨。此项活动终端参与客户数 82.7 万家，市场参与度达到预期的 105%。

从产品包装的低碳设计，到创建广泛的回收网络，再通过合作与创新来推动循环再生、低碳环保实践，华润饮料一直走在可持续发展的道路上，携手消费者、上下游产业链切身参与到绿色行动中，共同推动循环经济，助力实现“双碳”目标。

产品可回收包装材料占比超

99%

回收纸箱和膜包超

14,777 吨

共减少二氧化碳排放量超

19,735 吨

应对气候变化

>> 气候变化分析

华润饮料将气候变化因素融入公司战略体系，系统识别并积极应对可能影响业务运营的气候风险与机遇，推动全方位的气候行动。我们依据气候相关财务信息披露工作组（TCFD）和《国际财务报告可持续披露准则第 2 号 - 气候相关披露》（IFRS S2）的披露建议，并参照香港联交所《环境、社会及管治框架下气候信息披露的实施指引》，围绕管治、策略、风险管理、指标和目标四个核心领域，构建系统化的气候管理机制。

管治

华润饮料将气候变化管理职责纳入可持续发展治理架构各层级管理中，通过“决策层 - 统筹层 - 执行层”三级管理模式，逐级推动应对气候变化策略的实施与落地，确保应对气候变化工作有序开展。同时，华润饮料将气候变化相关内容，例如节能减排等，纳入经理层薪酬考核指标中，并开展相关培训，致力于持续提升管理团队在应对气候变化领域的专业能力与执行力。详细管治相关描述请参见本报告“可持续发展治理”和“ESG 能力建设”章节。

策略

华润饮料建立系统化的气候变化风险管理策略，结合多种气候情景，定期识别气候相关的实体风险与转型风险，并对风险进行评估与排序。基于评估结果，我们积极优化业务策略，推进减缓与适应措施，提升企业的气候韧性和气候适应力。



气候情景选择

华润饮料坚持绿色低碳发展道路，积极响应国家节能减排政策及“双碳”战略，结合行业发展趋势及政策导向，设定了短期（2024 年-2030 年）、中期（2030 年-2035 年）、长期（2035 年-2055 年）的分阶段评估框架，以循序渐进地推进低碳转型，并评估不同时间维度下的气候风险与机遇。

公司综合参考政府间气候变化专门委员会（IPCC）发布的共享社会经济路径（SSP）情景，结合《联合国气候变化框架公约》（UNFCCC）及历次缔约方会议（COP）对全球温控目标的讨论，最终选定 SSP1-2.6、SSP2-4.5 和 SSP5-8.5² 作为气候风险核心评估情景。

华润饮料气候情景选择

情景名称	情景选择	情景说明	适用风险
 绿色情景	SSP1-2.6	温室气体在本世纪末将下降到较低水平。未来升温将控制在 2℃以内，社会经济朝着可持续和低碳方向发展	物理风险、转型风险
 基准情景	SSP2-4.5	温室气体排放将在本世纪末趋于稳定，但不会显著下降。未来全球升温预计控制在 3℃以内，社会经济发展走向中性情景：既非高度可持续，也未完全忽视环境影响	物理风险、转型风险
 棕色情景	SSP5-8.5	全球平均气温将大幅上升，可能超出工业化前水平基础上的 4℃，社会经济朝着高度依赖化石能源的高碳排放方向发展	物理风险

² 来源：《IPCC Sixth Assessment Report (AR6) 》

气候风险和机遇

华润饮料积极开展气候风险识别分析工作，综合考虑了转型风险（涵盖政策与法律、技术、市场及声誉风险）以及物理风险（包括急性风险和慢性风险），系统性地识别、制定并评估了气候变化可能带来的风险、应对措施及机遇。

实体风险清单

实体风险	潜在影响	应对措施
极端降水	● 生产与物流中断：由极端降水带来的洪水可能损害生产和仓储设施，并造成物流和分销网络的中断,进而影响产品制造和配送能力。 ● 员工安全和福利：由极端降水带来的洪水可能危害员工的安全。 ● 水质变化：极端降水可能导致水质的变化进而影响产品的质量和安全。	● 基础设施强化：加固仓储设施，定期清理厂区及周边排水沟渠；设置防洪挡板，升级排水系统，全面提升仓库抗洪能力。 ● 应急响应与人员安全：启动应急预案，厂区被淹时迅速用沙袋封堵入口，转移重要物资，关闭非必要电源，保障人员安全和物流畅通。 ● 员工关怀与支持：设立员工互助基金会，在发生重大自然灾害 / 灾难导致人员伤亡或财产损失时，符合条件的员工可申请互助基金，提供一定资金帮扶。
台风	● 生产和仓储设施受损：工厂和合作生产伙伴的供电或供水设施可能遭受严重破坏。 ● 销售终端受损：台风带来的风暴雨、强风等次生灾害可能导致终端销售点停止运营。 ● 员工安全和福利：台风可能危害员工的安全，并需要公司提供必要的支持。	● 实时监控管理：提前关注台风动态，及时发布相关信息及应对措施，按三级管控要求跟进事前、事中及事后执行情况，确保措施有效落实。 ● 生产与仓储预防：全面检查并加固生产设备，储备原材料，确保生产与供应链稳定；检查仓库设施及货物安全性，组织员工进行台风应对培训和演练；必要时停止生产作业，切断电源，暂停物流运输，确保人员和设备安全。 ● 营销与销售应对措施：提前进行设备防护，包括断电管理、加固户外设备、转移设备至室内等；做好仓库防护加固；鼓励终端提前备货。
极热天气	● 生产效率下降：极热天气可能导致工人疲劳、设备过热，增加次品率，延长生产周期，进而使生产效率下降。 ● 增加能源采购成本：极热天气增加夏季制冷需求，可能导致电网超负荷，影响水电和风电供应，引起能源价格波动。 ● 增加原材料采购成本：极端高温威胁农作物生产，影响作物生长和品质，并增加农作物原材料（如咖啡和茶等）的采购成本。	● 工作时间与环境优化：调整户外员工作息时间，避开高温时段作业，同时加强工作场所通风与降温措施，降低工作环境温度。 ● 防暑物资与应急预案完善：配备充足的防暑药品及食品，制定中暑应急预案并演练，开展员工健康监测，确保员工健康安全。 ● 生产与仓储环节管理：对生产设备进行维护与降温，合理安排生产时间，提前做好原材料防护，控制仓库环境温度，重点关注产品外观和包装的异常情况。
水压力	● 增加取水成本：水资源短缺可能会增加取水成本并降低生产效率，从而影响产品供应。 ● 增加原材料采购成本：水资源短缺可能影响供应链的稳定性，尤其是对于高度依赖水源的原材料供应商（如咖啡和茶等），进而增加原材料采购方面的成本。	● 水资源管理与效率提升：提升水处理和产线的用水效率，同时建立先进的水资源管理系统，优化整体水资源利用，确保可持续的水资源管理。 ● 水源地选择与保护：采取一系列与天然矿泉水生产相关的水源保护措施,包括监测水土流失情况、恢复重建受损土壤及植被、设立环保采矿管理基金及与当地政府部门合作。

转型风险清单

转型风险类型	潜在影响	应对措施
政策与法律	● 生产成本上升：碳税政策将增加生产过程中的能源成本，尤其对使用传统能源的生产环节影响显著，可能直接抬高单位产品的生产成本。 ● 供应链成本传导：包装材料和原料供应商因碳税导致的成本上升可能向下游企业转嫁，进一步增加整体运营成本。 ● 碳配额与碳信用成本上升：目前碳交易体系尚未覆盖饮料行业，但随着碳交易体系覆盖行业扩大后，华润饮料可能被纳入交易市场，并根据配额要求控制碳排放，可能导致生产和运营的成本增加。	● 碳排放监控与管理：建立和完善碳排放核算体系,利用运输管理系统统计运输数据，提高碳排放数据的准确性和透明性。 ● 市场监测与员工培训：持续关注碳市场变化，定期对员工进行碳市场政策培训，提升参与和应对能力。 ● 绿色物流与供应链优化：推动使用新能源电车和建立充电基础设施，优先选择具有低碳认证的供应商，减少供应链碳足迹。
技术	● 研发成本增加：面对更严格的包装回收比例要求和可降解材料使用规范，公司可能需要投入更多资源用于研发和采购环保包装材料，导致研发成本及运营成本提高。 ● 废弃物管理成本增加：生产者责任延伸政策（EPR）要求公司承担从生产到回收的全流程管理义务，包括建立或参与废弃物回收体系，可能增加运营复杂性和长期管理成本。	● 体系建设与法规遵守：制定产品管理评估办法，系统、全面地管理新品、评估期产品及既有产品，制定短期 / 长期规划，过程依法合规、按照公司管理规定规范评估操作程序。 ● 绿色包装：推进包材轻量化和开发环保性包材产品,如降低包装水产品的材料克重，优化瓶型结构减轻重量。 ● 生产与运输流程优化：降低生产消耗，如彩膜改白膜以减少油墨用量，同时推广绿色光伏发电项目和绿色运输车辆。
技术	● 技术研发成本压力：为满足政策对绿色生产和低碳技术的要求，公司需投入大量资源开发新技术，如环保包装材料、节能生产设备。 ● 供应链技术整合风险：在绿色转型的背景下，公司需协调供应链上下游企业共同采用低碳技术,如果供应链协同不足，将对公司的转型进程造成阻碍。	● 推广可再生能源：增设分布式光伏发电项目，提高可再生能源用电比例。 ● 推动供应链低碳转型：选择低碳或碳中和认证的供应商或与新能源及环保材料公司合作，推动供应链低碳化。

转型风险类型	潜在影响	应对措施
市场  原材料供应韧性	● 成本上升压力：气候变化可能导致原材料价格波动，如咖啡豆、茶叶等的种植成本增加，进而导致公司的采购成本增加。 ● 供应链中断风险：极端天气或区域性资源短缺可能导致主要原材料的供应链中断，影响生产计划和市场供给能力。	● 开发备用配方：针对关键原材料，拓展第二供应商并寻找气候适应性更强的替代材料，同时评估多原料复配的可行性，增加配方复杂性，增强原材料供应和产品质量稳定性。 ● 多元化采购：建立多元化供应商体系，从不同气候区域采购原材料，并搭建原料信息库，减少极端气候对供应链的冲击。 ● 强化供应商管理：与供应商建立紧密合作关系，签订长期合同，以锁定价格和供应。同时，运用大数据等技术建立供应链风险预警机制，并制定预案，提高原材料供应韧性。
 绿色消费意识提升	● 消费者需求变化风险：消费者对绿色产品的偏好日益增强，公司若未能及时调整产品线，可能失去对部分市场的吸引力，导致市场份额下降。	● 开发绿色包装：积极储备并开发环保包装类产品，满足消费者对环保包装的偏好，持续提升产品竞争力，满足市场绿色消费趋势。 ● 研发低碳产品：开展低碳化原料的技术研究及配方开发储备，简化生产工艺流程，降低能源消耗，打造绿色低碳的高端化产品，以应对市场对绿色产品的需求。
声誉  利益相关方关注	● 品牌声誉受损：在消费者对低碳、环保产品需求持续上升的背景下，公司若在绿色转型中表现滞后，可能被视为环保意识不足，从而损害品牌形象和消费者信任。 ● 外部评级及投资者信任下降：外部评级机构对企业在 ESG 表现的关注逐步增加，若公司在应对气候变化方面表现不佳，可能导致评级下滑，影响资本市场对企业的信任。	● 绿色合作与认证：参与政府及环保组织牵头的绿色合作项目，提升行业环保影响力。 ● 强化投资者沟通：针对 ESG 评级下降问题，积极与投资者沟通，给予解释及后续改进措施，降低资本市场影响。

机遇清单			
机遇类型		潜在影响	应对措施
能源来源 / 韧性	 可再生 能源应用	● 运营成本下降：全球低碳转型加速，国家政策支持风电、光伏等清洁能源发展，推动能源结构调整。随着技术成熟和规模化发展，可再生能源成本大幅下降。公司可通过建设分布式光伏发电项目，降低化石能源价格波动带来的风险，并以更低成本扩大可再生能源应用，优化运营成本。	● 清洁能源运用：推广光伏发电项目，在旗下自有工厂加快分布式光伏发电项目的建设和并网。 ● 推广绿电使用：提高工厂绿电采购量。
	 资源使用效率	● 生产成本下降：在全球气候变化和资源压力加大的背景下，公司应积极践行绿色发展，将节能降耗融入经营全环节。通过优化工艺、升级节能设备、智能化管理和轻量化包装等措施，提高资源利用效率，减少能源、水资源及包装材料消耗，从而降低生产成本。	● 绿色包装：开发减材化包装，如直接在塑料瓶身压印标签，减少标签材料用量。 ● 生产工艺优化：采用精益生产理念和工艺改进措施，减少库存、缩短生产周期，并提高能效。 ● 能源管理：建立能源管理系统，实时监控和优化能耗。
市场	 新型可持续 产品研发	● 营业收入增加：随着国家政策及外部资本市场对绿色低碳转型的推动，以及消费者对低碳环保产品的需求逐步增加，公司以科技研发、技术创新为着力点，开展产品创新研发，并通过轻量化包装策略、采用可回收材料等方式，推出贴合消费者需求的低碳环保产品，可能提升市场竞争力，增加营业收入。	● 轻量化包装策略：优化瓶口、瓶型结构，实现主要产品瓶降重约 8%，年节约 PET 原材料约 2.49 万吨。 ● 环保材料应用：采用高回收率包装材料，推进盒装水等环保包装的开发，非陈列膜包产品推出白膜替换彩膜项目，降低油墨用量、碳排放及采购成本，迎合环保发展趋势。
	 气温升高增加 饮料产品需求	● 增强市场份额：随着全球气候变暖趋势的加剧，高温天气成为越来越常见的现象。气温升高可能增加消费者对清凉饮料和功能性饮料的需求。公司根据消费者在高温天气下对饮料的偏好趋势，研发并推出多样化的创新产品，如含电解质、维生素等功能性饮料，以吸引和满足消费者偏好，进一步提升公司的市场份额。	● 产品创新与技术研究：开展功能性饮料的技术和配方研究，如升级魔力运动饮料（含电解质、氨基酸、维生素等成分）、开发佐味茶事无糖茶等，满足消费者需求，提升市场竞争力。 ● 生产流程与仓储物流优化：持续优化生产流程并适时扩大生产线，提高产能及效率。根据气象预警动态调整运输网络，并与共享物流平台合作，灵活调配社会运力，提升旺季物流效率。

● 风险评估

华润饮料依托 TCFD 框架，从风险影响程度及企业应对能力两个核心维度进行深入分析，识别可能对业务造成重大影响的高优先级风险。

实体风险评估

经过系统性的气候风险评估，华润饮料分布于不同地理区域的自有工厂在不同气候情景下展现出显著差异化的风险特征³。未来，公司将持续强化对气候实体风险的监测与评估，密切跟踪极端气候事件的频率与强度变化，进一步完善应对策略与适应性措施，确保在应对气候变化的挑战中保持运营韧性，实现可持续发展目标。

绿色情景下（SSP1-2.6）华润饮料各工厂面临的较显著的物理风险

地区 ⁴	SSP1-2.6		
	短期（2024 年 -2030 年）	中期（2030 年 -2035 年）	长期（2035 年 -2055 年）
华南	/	/	/
华中	/	/	/
西南	极端高温、水压力	极端高温、水压力	极端高温、水压力
华东	极端降水、水压力	极端降水、水压力	极端降水、水压力

基准情景下（SSP2-4.5）华润饮料各工厂面临的较显著的物理风险

地区	SSP2-4.5		
	短期（2024 年 -2030 年）	中期（2030 年 -2035 年）	长期（2035 年 -2055 年）
华南	极端降水	极端降水	极端降水
华中	/	/	/
西南	极端高温、水压力	极端高温、水压力	极端高温、水压力
华东	台风、极端降水、水压力	台风、极端降水、水压力	台风、极端降水、水压力

棕色情景下（SSP5-8.5）华润饮料各工厂面临的较显著的物理风险

地区	SSP5-8.5		
	短期（2024 年 -2030 年）	中期（2030 年 -2035 年）	长期（2035 年 -2055 年）
华南	极端降水	极端降水、台风	极端降水、台风
华中	/	/	极端高温、极端降水
西南	极端高温、水压力	极端高温、水压力	极端高温、水压力
华东	极端降水、水压力	台风、极端降水、水压力	极端降水、水压力

转型风险评估结果

针对转型风险，华润饮料针基于两种气候情景，从气候政策、市场变化、技术发展及消费者偏好等因素及企业已开展的相关行动进行系统性的影响重要性分析评估。依据识别结果，我们将重点关注产品与监管服务要求、绿色消费意识提升、利益相关方关注等高风险类别的转型风险。未来，公司将持续监测相关风险，密切跟踪政策法规调整、市场需求变化及行业发展趋势，并结合业务策略优化应对方案，确保在低碳转型过程中保持竞争力，实现可持续增长。

华润饮料转型风险评估结果

公司层面转型风险		风险等级	
		SSP1-2.6	SSP2-4.5
政策与法律	碳税 / 碳交易	中	低
	产品和监管服务要求	高	中
技术风险	低碳技术转型	中	低
市场风险	原材料供应韧性	低	中
	绿色消费意识提升	高	中
声誉风险	利益相关方关注	高	中

风险管理

华润饮料积极应对气候变化带来的潜在风险，并计划将气候相关风险纳入企业整体风险管理框架，涵盖风险识别、评估与分析，以有效应对气候变化对企业运营的影响。我们定期监测气候相关风险，确保企业运营的稳定性，并优化管理策略，提升气候适应能力。

在风险管理方面，我们定期开展气候实体风险与转型风险评估，并根据评估结果调整相应的应对措施。在实体风险评估中，我们根据气候风险的影响程度（可能性 * 严重性）与应对能力（敏感性 * 适应力），分别对自有工厂和合作生产伙伴进行评估，了解各运营地面临的实体风险情况。同时，在转型风险的评估中，我们从风险的紧迫性和风险意识两个层面进行评估，并汇总分析形成最终识别结果，以明确企业面临的关键转型风险，并制定相应的应对策略。

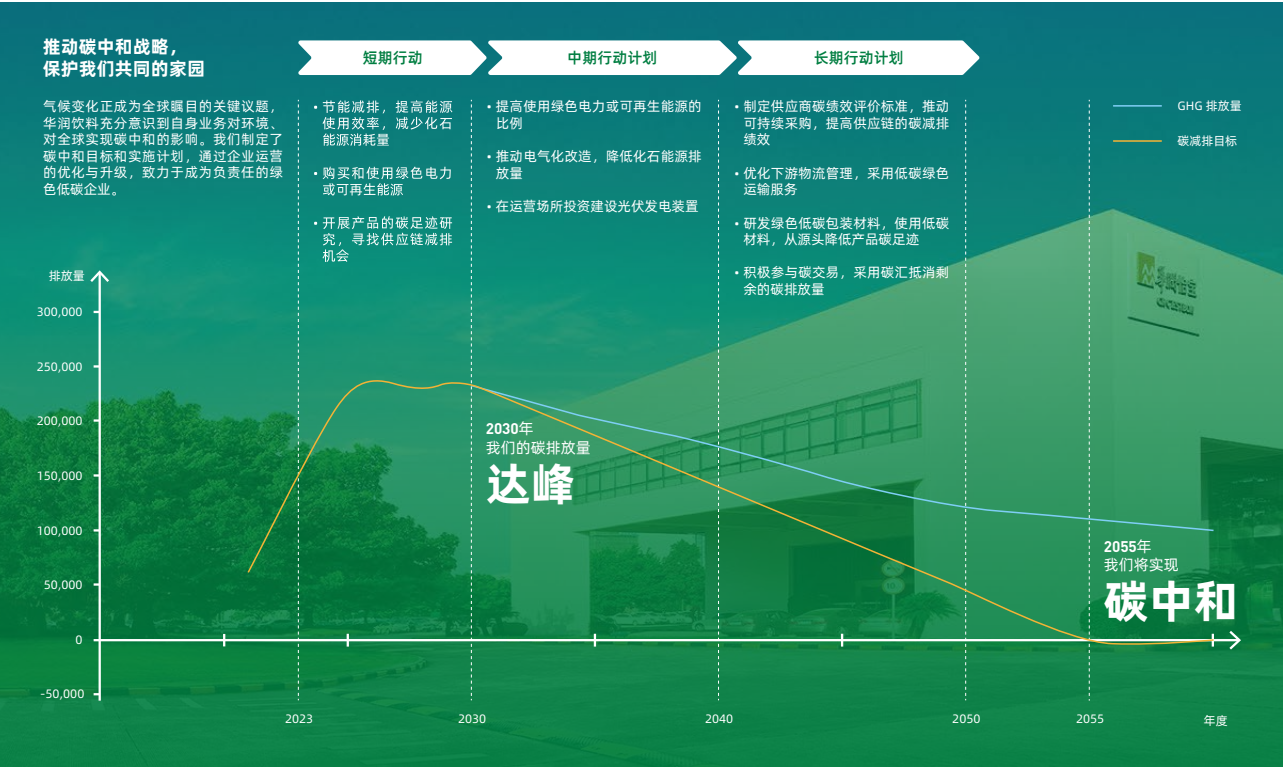
未来，公司将持续优化气候风险管理体系，加强员工培训与意识提升，并建立完善的监测与信息披露机制，确保利益相关方及时了解企业的气候管理进展。

³ 华润饮料所面临台风风险主要集中于沿海城市工厂。按生产区域口径统计后，台风风险显著性有所降低，但华南与华东沿海城市工厂仍需保持重点关注。

⁴ 华润饮料的地域划分采用“中国人文地理区划”方法，详情请参考：中国人文地理综合区划 - 地理学报。

指标和目标

在温室气体排放目标方面，华润饮料参照“世界能源基金会”发布的《中国碳中和综合研究报告》，在充分考虑 2℃和 1.5℃两种不同升温情景的预测分析基础上，制定 2020-2060 年碳中和目标及其实现路径。公司以 2021 年为基准年，基准年排放量为 69,378.0 吨 CO₂e/ 年，依照碳达峰 5 年管理路线图规划减排路线和目标（2030 年碳达峰），并持续完善自身碳排放管理制度，推动改善项目落地执行，并结合公司的发展策略持续评估减碳目标的内容和达成效果。



碳中和目标及其实施路线图

华润饮料碳减排目标

	积极减排方案	保守减排方案
达峰目标	2030 年实现碳达峰	
长期目标	2050 年实现碳中和	2055 年实现碳中和
中期目标	以达峰年为基准，2035 年减排 75%	以达峰年为基准，2035 年减排 20%

同时，我们持续跟进碳中和实现路径的进展，制定了单位产品二氧化碳排放强度年度减排目标。2024 年，华润饮料已达成年度减排目标。



碳排放目标

2024 年度单位产品二氧化碳排放强度（单位：吨 / 吨）较 2020 年度下降 10%。

实际达成情况

2024 年单位产品二氧化碳排放强度较 2020 年下降 25.84%。

加强降碳管理

华润饮料不断修订完善“碳管理体系”，全面梳理碳排放数据。深圳工厂参与本年度深圳市碳排放核查工作，并在政府系统上完成碳履约工作，盘查排放量为 3,506.96 吨。2024 年，我们在所有销售大区及已投产自有工厂开展节能减排项目，全面推动公司提升能源资源利用率和降低二氧化碳排放。

深圳工厂盘查排放量为

3,506.96 吨



华润饮料温室气体核算范围

主要涵盖 CO₂、CH₄、N₂O、HFC、PFC、SF₆、NF₃。温室气体排放数据按二氧化碳当量呈现，并根据《联合国政府间气候变化专门委员会 2006 年国家温室气体清单指南 2019 修订版》规定计算。

深圳工厂积极参加政府组织牵头的绿色合作项目，生产的产品（555mL、1.555L 瓶装怡宝饮用纯净水和 18.9L 桶装怡宝饮用纯净水）均获得粤港澳大湾区碳足迹标签认证证书。



深圳工厂粤港澳大湾区碳足迹标识认证证书

夯实绿色管理

>> 健全管理体系

华润饮料严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国水污染防治法》等国家环保法律法规要求，不断建立健全生态环境保护管理体系。公司建立了以高级管理层总体把控、各职能部门分项监督、员工严格执行的管治架构，成立了质量、环境、健康与安全委员会，系统构建包括《环境因素识别、风险评价和控制》《华润怡宝生态保护指南》《华润怡宝 EHS 管理办法》《华润怡宝 EHS 激励管理办法》等一系列内部管理制度，明确 EHS 事故事件的问责机制，确保责任到人；健全 EHS 工作的监管流程和考核体系，推动形成从监督到考核的闭环管理，有效提升整体环境管理水平；通过对环境因素进行识别，形成重要环境因素清单，从而对生产过程的环境风险进行管控。沿用华润集团要素化管理体系和量化指标评价体系对环境保护和节能减排等专业领域进行系统化管理，落实环境保护具体措施，持续优化环境治理体系。2024 年，公司未发生环保违法违规事件及处罚。

2024 年，公司

未发生

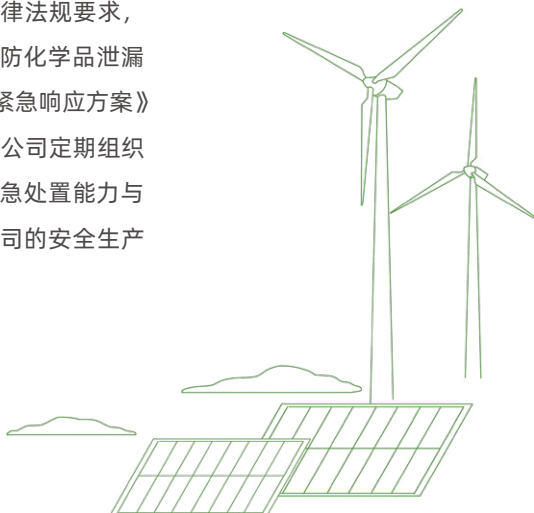
环保违法违规事件及
处罚

>> 完善环境管理体系认证

华润饮料持续推进环境管理体系认证，积极推动 ISO14001 环境管理体系和 ISO50001 能源管理体系建设和认证工作。基于目前的工作进度与规划，公司拟计划 2025 年度完成部分工厂的认证工作，为华润饮料在全行业树立绿色、低碳的发展标杆奠定坚实基础。

>> 提升环境应急水平

华润饮料不断提高环境风险防控水平，持续加强环境应急工作，依据法律法规要求，结合行业特点和公司生产管理实际，调整优化《应急响应处理方案》《防化学品泄漏雨水井系统紧急响应方案》《油品泄漏紧急响应方案》《食堂天然气泄漏紧急响应方案》等环保应急预案，做到 EHS 事故事件响应程序标准化、流程化。同时，公司定期组织开展各类环保应急演练专项活动，增强了全体员工对突发环境事件的应急处置能力与协同配合水平，进一步完善了环保应急预案的科学性与可操作性，为公司的安全生产与生态环境保护提供了有力保障。



案例 | 南宁工厂开展危化品泄漏事故应急演练

南宁工厂高度重视环保领域的突发状况，联合当地生态环境局开展危化品泄漏事故应急演练。此次演练模拟员工在化学品仓库领取化学品时发生泄漏而导致人员受伤和环境污染事件，各项应急行动在指挥调度下有序开展，全程场景设置高度贴合实际情况，应急处置流程顺畅。通过此次演练，不仅有效提升员工风险防范意识和应对突发事故发生时自救互救的能力，还成功检验了工厂与地方生态环境局在突发环境事件的协调配合能力，达到了预期演练目的。



提升能源效率

>> 加强能源管理

华润饮料严格遵守《中华人民共和国节约能源法》等法律法规，不断完善《能源管理规定》等规章制度，遵循“依法管理、技术进步、降耗增效、有效监督、持续发展”的原则持续加强能源管理体系建设，不断完善能源管理，推进资源的优化配置和可持续生产。2024 年，公司围绕 ISO50001：2018、GB/T23331-2020 标准开展能源管理体系建设工作。

能源目标

2024 年度单位产品综合能耗（单位：吨标煤 / 吨）较 2023 年度下降 **2.5%**。

实际达成情况

“十四五”期间，公司全力扩大自有工厂产量、提升饮料业务占比、全力完善产业链布局，规划一大批新改扩建项目，并于 2024 年逐步投入生产，导致公司能耗总量大幅上升。2024 年单位产品综合能耗较 2023 年下降 **15.73%**（扣除新改扩建项目——吹瓶和注塑工艺）。未来，我们将对公司的能耗趋势保持关注，对设定的能源目标进行持续评估和更新。



能源使用结构

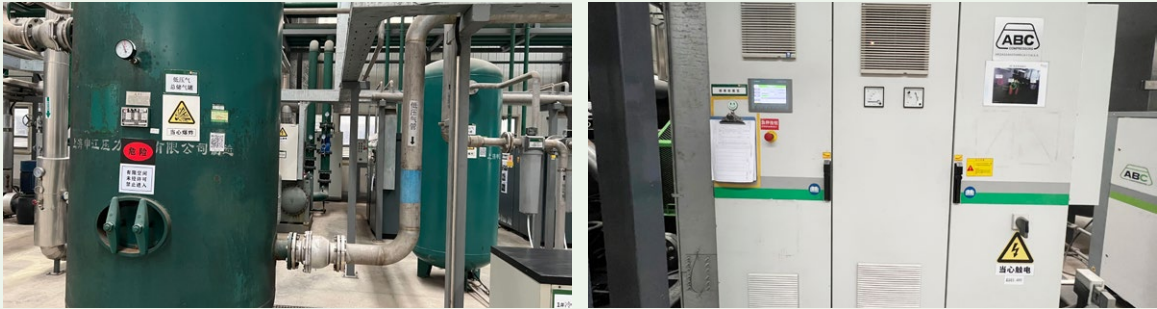
能源类别	消耗数量	单位	折合兆瓦时	
			数量	占比（%）
电力	29,547.74	万千瓦时	295,477.36	85.58
汽油	28.8	吨	344.79	0.10
柴油	0	吨	0.00	0.00
天然气	130.65	万立方米	14,138.67	4.10
热力	127,206.12	百万千焦	35,294.78	10.22
合计			345,255.60	100

» 开展节能改造

华润饮料始终将节能减排理念贯穿企业经营始终。在制造工艺方面，组织专家和技术团队深度剖析各生产工序，通过优化流程设计、整合调控环节，减少能源损耗与浪费，提升资源转化率；在设备升级方面，引进先进节能设备，同时对老旧设备进行改造优化，有效提升资源利用效率。

案例 | 南宁工厂对贴标机进行节能改造

2024 年，南宁工厂在日常巡检中，察觉到部分产线贴标机存在能源浪费问题。贴标机真空风机出口风量及余热未得到有效利用，直接从底部排出，不仅升高了贴标机底部温度，减少设备寿命，还造成能源的白白流失。工厂迅速组织专业团队进行评估，制定出解决方案：在真空风机出口处安装余热回收管道，包扎保温棉，并将余热管道连接至吹干机风刀，成功利用真空风机出口风量及余热对瓶身进行吹干和烘干；并及时调整吹干机关停时间，仅在每年 3-4 月回南天时选择性开启。本次改造成效显著，有效降低吹干机电耗 10%，全年减少用电约 31,248 千瓦时，实现节能与设备维护双赢。



案例 | 肇庆工厂开展高压气并网改造

肇庆工厂原有产线集中供气模式饱受高压浪费与能源浪费问题的困扰。为攻克这一难题，工厂进行专项改造，实现高压气并网与单一供气兼容互切，确保每台高压机都能独立为各产线供气。同时，根据各产线及不同品项吹瓶工艺的实际需求，精准调控压力，顺利实现高压降压与能耗降低。经过改造后，高压机单位耗电量从 10.15 千瓦时 / 吨锐减至 9.06 千瓦时 / 吨，预估每年可节省 27.93 万元，实现节能与经济收益双丰收。

案例 | 宁乡工厂开展高压机专项改造

宁乡工厂积极开展一系列节能减排项目，重点对高压机的阀片断裂变形、填料磨损、电子排污阀排污损耗大的问题进行专项改造，成功降低了高压空压机单吨耗电率，节约成本约 48 万元 / 年，在节能减排与降本增效方面取得显著成效。



>> 强化水资源管理

水源管理

华润饮料及合作生产伙伴对所有水源采用严格的质量管理措施，各类水质符合 GB5749《生活饮用水卫生标准》在内的国家标准及规定。针对第三方供水，我们进行多项水质检测，包括电导率、PH 值、浑浊度、余氯以及各种细菌计数等，检测频率依据各项参数的要求从每天多次到每周一次不等，每半年还会送往国家或国际认证的第三方实验室进行检测。2024 年，华润饮料在求取水源方面不存在任何问题。

我们持有经营所需的取水许可证等各种批准、牌照和许可，专门设立环保采矿管理基金，确保在开采等相关活动中，最大程度降低对水源的影响；为天然矿泉水建立专门的水井房和保护屏障，并定期维护，以保护水源；针对所有运营地点的水风险进行定期评估，评估项包括水质、水量、水源周边环境等；注重水源地生态保护，针对可能发生的水土流失情况开展恢复重建工作，并与当地政府部门建立紧密的合作关系，整合各方资源，共同守护水源安全。

2024 年，华润饮料在求取水源方面

不存在

任何问题

节水管理

公司深入推进水足迹全生命周期管理，用好生产用水，积极对中水、浓水进行回收利用，应用最佳节水技术开展冷却水回收、优化水处理工艺、浓水回收等多类项目共计 16 项，100% 覆盖项目生产与运营场所，提升废水回收利用率，降低生产水耗。从 2010 年起，公司连续 14 年获得中国饮料工业协会颁发的“绿水青山·节水节能优秀企业”荣誉。

公司连续 14 年

获得中国饮料工业协会颁发的“绿水青山·节水节能优秀企业”荣誉



“十四五”水单耗目标

相比“十三五”期间，饮用水水单耗下降 2%。

目标达成进度

已达成

案例 | 武汉工厂巧收浓水，开启循环用水新征程

武汉工厂积极践行水资源循环利用理念，对自来水水质处理过程中产生的浓水进行回收，使其重新投入到辅助生产、日常消耗、锅炉及冷却塔运行等用水环节，成功实现水资源的回收循环利用。2024 年，武汉工厂水处理系统全年用水总量达 132.6 万吨，其中浓水回收系统全年回收用水 14.05 万吨。



>> 使用清洁能源

华润饮料主动优化能源结构，积极投身清洁能源的开发与利用，规划布局分布式光伏项目建设。2024 年，华润饮料 9 家自有工厂分布式光伏项目完成建设和并网工作（六安、深圳、南宁、肇庆、成都、长沙二期、宜兴、武夷山、江门），全年产生电量 2,083.08 万千瓦时，约减少二氧化碳 12,198.52 吨。公司同时主动获取新能源指标，本年度六安工厂、南宁工厂向当地供电部门申购绿电共计 936.82 万千瓦时，有效减少二氧化碳 5,216.23 吨，为公司的绿色低碳转型提供有力支撑。2024 年，公司通过主动购买绿电、建设分布式光伏发电系统等方式，总计使用绿色能源 3,019.91 万千瓦时，绿色能源使用率达到 10.22%，超过绿色能源占比 10% 的减碳目标。

总计使用绿色能源

3,019.91 万千瓦时

绿色能源使用率达到

10.22%



六安工厂积极投身绿色电力采购行列

案例 | 南宁工厂不断完善光伏项目建设

2024 年, 南宁工厂积极践行可持续发展理念, 大力推进能源结构转型。这一年, 工厂购买使用绿电 2,788,227kWh, 使用光伏发电量 2,291,960kWh, 两者相加, 可再生能源用电量占工厂全年用电量的 21.6%, 为工厂的生产运营注入了源源不断的清洁动力。这一显著成绩不仅彰显了南宁工厂在节能减排、应对气候变化方面的坚定决心与卓越成效, 更为同行业树立了绿色发展的典范, 引领着更多企业迈向低碳未来。



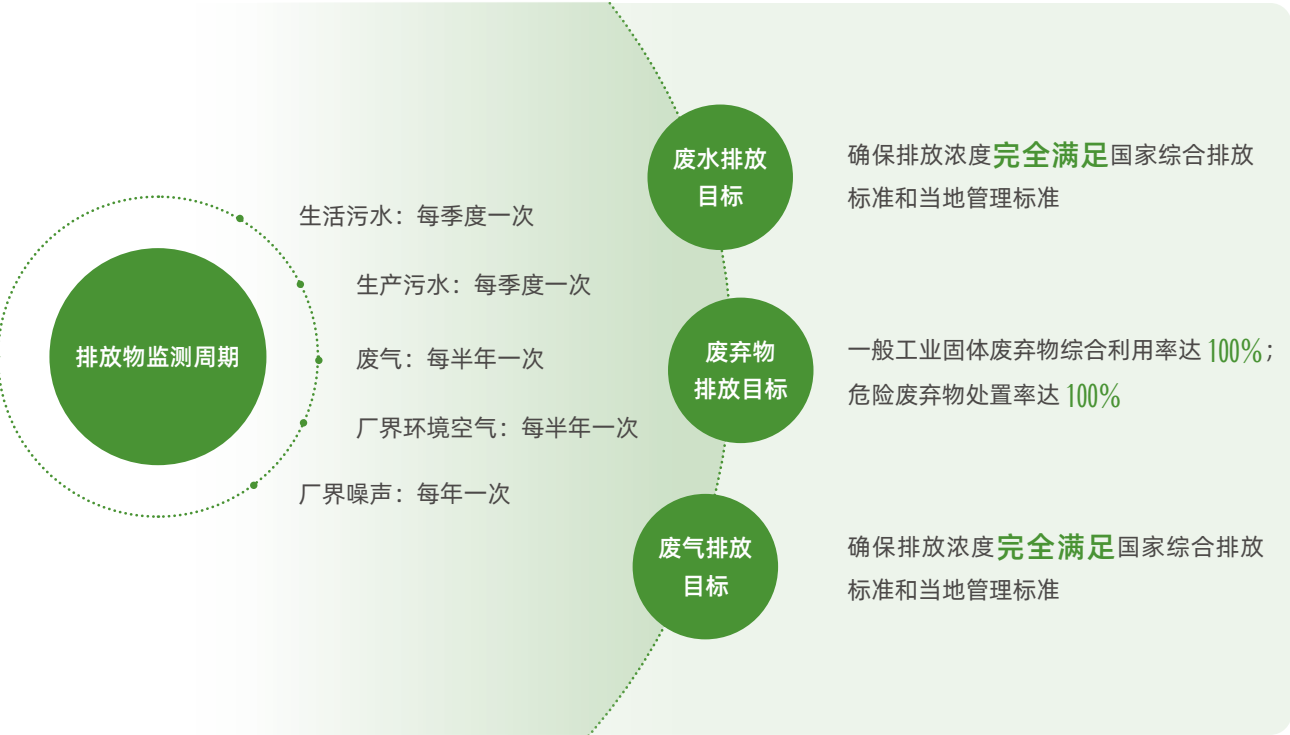
» 推行数智管理

华润饮料积极响应时代号召, 打造数字化生产管理平台, 以宜兴工厂作为试点单位, 利用传感器与智能监测设备, 对设备及厂区能耗数据进行在线监控及自动分析, 精准定位能耗关键节点。同时制定年度能源目标与细化指标, 拆解至各生产运营环节, 基于分析结果与目标, 对能源消耗进行精细化管理, 努力打造资源节约型标杆企业。2024 年, 华润饮料宜兴工厂获评华润集团数智化锐意进取基层单位。

推进减排治理

华润饮料持续引入和改造污染物排放控制技术, 严格管控各类污染物的排放, 致力建设资源节约型、环境友好型企业。高度重视排放物监测监管体系的建设, 旗下各自有工厂均按照要求定期委托有资质的检测机构对排放的污染物进行监测, 同时接受当地政府定期开展的所在地周边区域环境空气、地表水等方面的生态监测, 结果显示, 2024 年, 公司排放物均符合相关排放标准, 未发生公司生产经营影响当地生态功能的事件。

2024 年, 公司排放物
均符合
相关排放标准



» 废水减排

华润饮料严格遵守《中华人民共和国水法》《中华人民共和国水污染防治法》等相关法律法规, 不断完善《污水排放管理规定》等内部管理措施, 废水治理设施覆盖旗下所有自有工厂, 定期开展污水检测, 确保排放合法合规。2024 年, 公司单位产品废水排放量同比下降 15.14%, 废水排放浓度达到或优于国家标准。

2024 年, 公司单位产品
废水排放量同比下降
15.14%

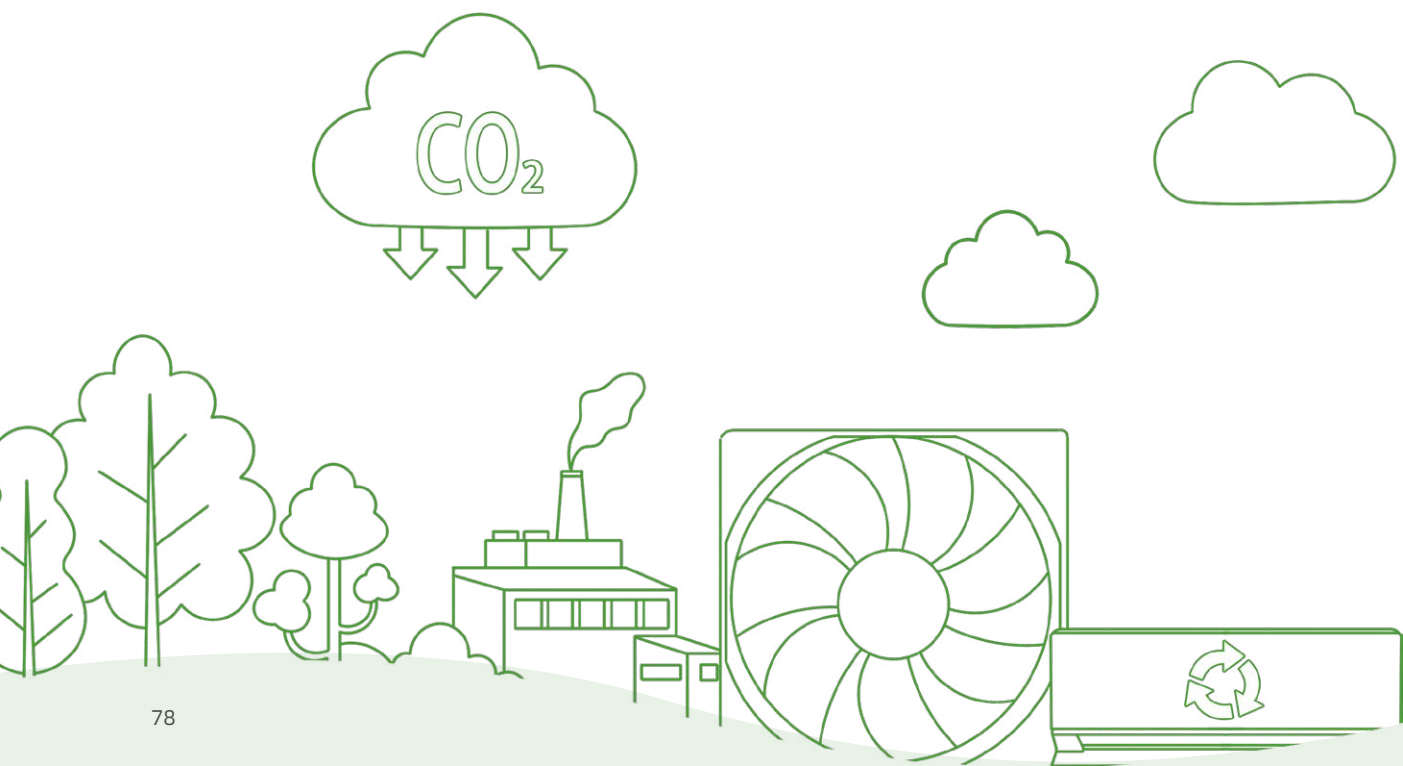
案例 | 成都工厂建成多重设施保污水合规排放

成都工厂 2024 年环保投入 400 余万元，建成一座日处理能力 500 吨的污水处理站，3 套活性炭吸附 + 催化燃烧的废气处理设备，2 套水环境在线监测系统，2 套水环境视频监控系统，实现污水合理合规排放。

>> 废气减排

华润饮料在生产经营过程中涉及到的排放源主要有二氧化硫、氮氧化物、厨房油烟、VOCs 等。为有效管控废气排放，公司在生产线同步配置抽风系统，对排放气体进行精细过滤处理，确保排放气体达到排放标准后方可排出。截至 2024 年底，公司已成功建成 44 个废气治理设施，处理能力超过 150,000 万立方米 / 年，覆盖旗下所有自有工厂。而针对厨房油烟这一特殊排放源，公司设立专用排放管道，经由净化处理设备处理以确保达标后再行排放。2024 年，所有工厂主要大气污染物（氮氧化物、硫氧化物、VOCs 等）排放浓度均达到或优于国家标准。

截至 2024 年底，
公司已成功建成
44 ↑
废气治理设施



>> 废弃物减排

华润饮料严格遵循《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法律法规要求，清晰界定危险废弃物与一般废弃物的范畴，制定相关管理办法，细致划分各部门在废弃物管理工作中的职责，确保从源头到终端，对各类废弃物施行科学严谨的分类管理，全方位落实环保责任。2024 年，公司一般工业固体废物综合利用量为 4,147.32 吨，危险废弃物产生量为 23.83 吨，处置率达 100%，顺利达成年度目标。

处置率达
100%

废弃物分类处理措施

一般废弃物

包括生活垃圾、工厂垃圾等。
华润饮料设立专职机构收运后，按照相关规定和标准进行集中处置。

可回收废弃物

包括废纸类、废金属等。华润饮料鼓励回收和循环利用，如二次使用无破损、受潮、胶屑、异味等情况的纸箱。

危险废弃物

包括废弃墨瓶、硒鼓、电子设备、灯管等。华润饮料建立危险废弃物仓库进行分类存放，并委托具有回收资质的回收商进行统一处理及弃置，确保有害废弃物合规处置。

>> 噪声治理

华润饮料严格遵守《中华人民共和国噪声污染防治法》与《建筑施工场界环境噪声排放标准》（GB12523-2011）等法律法规及行业标准，合理调度施工时段尤其是高噪声设备施工作业时间，并通过投入新技术设备、合理控制夜间施工等措施降低施工噪声污染。

» 扬尘治理

华润饮料积极开展施工现场扬尘污染防治。在工地周边设围挡与喷淋设施，利用水雾抑制扬尘飘散；对易产生扬尘的物料实施库内封闭存储或用防尘布严密覆盖；及时清理路面渣土，避免车辆碾压起尘；科学规划车辆运输路线与时间，减少因交通状况产生的扬尘；结合工地区域扬尘情况合理洒水抑尘，多措并举，最大限度减少扬尘对环境的影响。

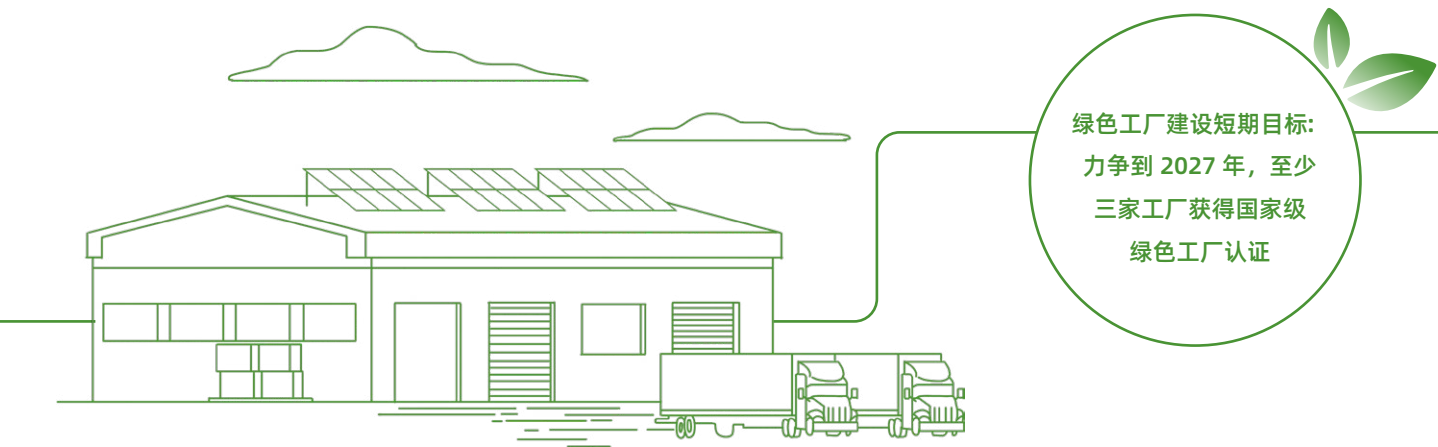
呵护生态环境

» 绿色工厂

华润饮料遵循精简高效、智能制造、绿色生产、以人为本四项原则，积极推动绿色工厂建设。在建筑材料选用上，生产房屋面选用镀铝锌镁彩钢板，外围墙体大面积采用三明治岩棉夹芯板，同时大量采用钢结构，搭配节能型铝合金窗、双层中空钢化玻璃，在人员长期停留区域，窗户采用 Loe-E 玻璃及反射阳光镀膜，并配备各种固定或活动式遮阳等有效遮阳措施。从而实现厂房自然通风，消除工业建筑余热、余湿，减少机械通风能耗；同时充分利用天然采光，降低白天人工照明能耗。

在厂区布局规划方面，对建筑物布局、管线及运输线路进行统筹安排，将辅助生产区设置在厂区常年风向的最小风频方向，且远离生产和办公区域，有效减少声光热等污染；厂区道路实现人车分流，通过闸道与绿化分隔物流进出路线，厂区物流不经过综合办公楼，既保证了人员安全与厂区安静，又实现了物流路线最短最便捷。

2024 年底，华润饮料相关部门组织交流团队前往华润啤酒蚌埠工厂开展双碳和绿色工厂建设工作交流会，会后确立绿色工厂建设短期目标：力争到 2027 年，至少三家工厂获得国家级绿色工厂认证。



» 绿色运输

健全公转铁、公转水运输

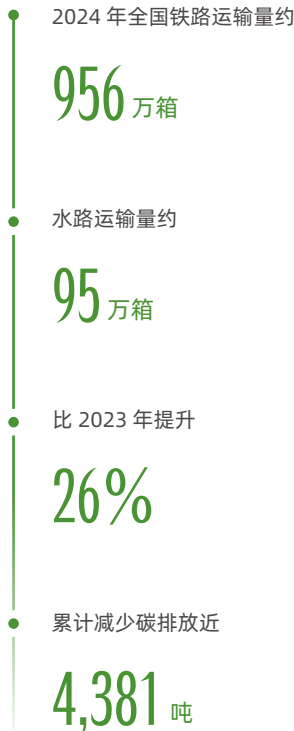
华润饮料积极推动绿色物流发展，致力于打造绿色低碳供应链体系，已在所有销售大区 and 已投产的自有工厂开展了物流端的节能减排工作。加强推进公转铁、公转水运输，在川云、渝贵、京津、沪浙、湖北等地区大力发展铁路运输，充分发挥其大运量、高效率的优势，让货物能够快速周转、畅达各地；从宜兴、上海等工厂发往北京、天津等地区的货物，借助内河、海运航道，同步推进水路运输，有效降低物流成本与能源消耗。通过构建多式联运体系，致力于实现货物的“门对门”运输，全方位提升运输的便捷程度与整体效率。2024 年全国铁路运输量约 956 万箱，水路运输量约 95 万箱，合计 1,051 万箱，比 2023 年提升 26%；累计减少碳排放近 4,381 吨。



铁路运输



水路运输



优化带板运输

华润饮料积极探索优化瓶型设计，提高产品抗压强度，在此基础上优化码垛标准，最大程度兼顾生产、仓储、运输等各环节需求，有效提升工厂和客户装卸效率，提高装载率及库容利用率。同时对每托盘产品增加缠膜防护，提高产品质量和防护，为长距离带板运输提供支持，从而提高生产、销售、物流全系统的运作效率和运输安全，降低全系统物流成本。2024 年全国带板运输比例达到 56%，相较于 2023 年上涨了 7%（2022-2024 年带板运输比例依次为 43%、49%、56%）。



带板运输

推进立体仓库建设

为充分发挥现有仓库的库容利用率，减少产品因双层叠加存放带来的质量风险，华润饮料在部分工厂试点，积极推进穿梭车式立体仓库建设。立体库通过使用穿梭车自动存取货，减少叉车的跑动，以提高运作效率、减少碳排放，同时有效保障产品的质量。2023-2024 年，立体仓库穿梭车累计缩减平衡重叉车运行距离达 80,134km，节约能耗 181,548kWh。



立体库建设

2024 年全国带板运输比例达到

56%

相较于 2023 年上涨了

7%

2023-2024 年，立体仓库穿梭车累计缩减平衡重叉车运行距离达

80,134_{km}

节约能耗

181,548_{kWh}

完善 TMS 系统

2024 年，华润饮料不断升级完善物流管理系统（TMS），打通了产销业务孤岛，实现发运调度 - 预约轮候 - 在途管理 - 到货签收等关键环节的全链路管理。联动智慧门禁平台，简化出入园操作流程，使物流车辆无感进出园区，实现车辆闭环管理；开发物流相关报表，减少线下操作及沟通的时间和成本，为运营分析和决策提供数据支持；构建实时数据看板可视化体系，精准、直观地呈现业务关键信息，驱动智能化运营。

绿色电动重卡赋能

在双碳目标引领下，我们与华润燃气积极协同，共同推动华润饮料工厂绿色电动重卡及配套设施建设。同时，在项目运营中，我们将共享充电服务费利润分成，不仅助力饮料工厂实现绿色低碳转型，也为双方开辟了新的盈利增长点，推动双方在绿色发展道路上合作共赢，携手为可持续发展贡献力量。



>> 绿色采购

华润饮料积极推行“绿色采购”，基于公司产能规划与供应链产业发展的考量，在包材的纸箱、盖子的供应商准入要求中，均设定了距离限制。其中，纸箱要求距离在 300km 范围内（偏远地区除外），盖子依据不同品项，要求距离在 500km 或 800km 范围内，通过缩短运货距离，有效降低碳排放；在采购市场设备方面，坚持绿色发展理念，通过定向采购一级能效的定制冷柜，降低下游渠道能耗，减少碳排放；在大宗物料采购管理上，公司采用线上集成与推送的方式，减少手工填报，确保数据及时呈现，物料合作伙伴、生产合作伙伴等各方数据均实现线上化，可实时查询与使用；优先挑选带有环保标识且对生态环境影响轻微的产品进行采购；明确要求主要包材品类的供应商必须通过“环境影响评估认证”，以此推动供应商切实贯彻低碳经营理念，进一步强化节能减耗措施，助力实现绿色发展目标。

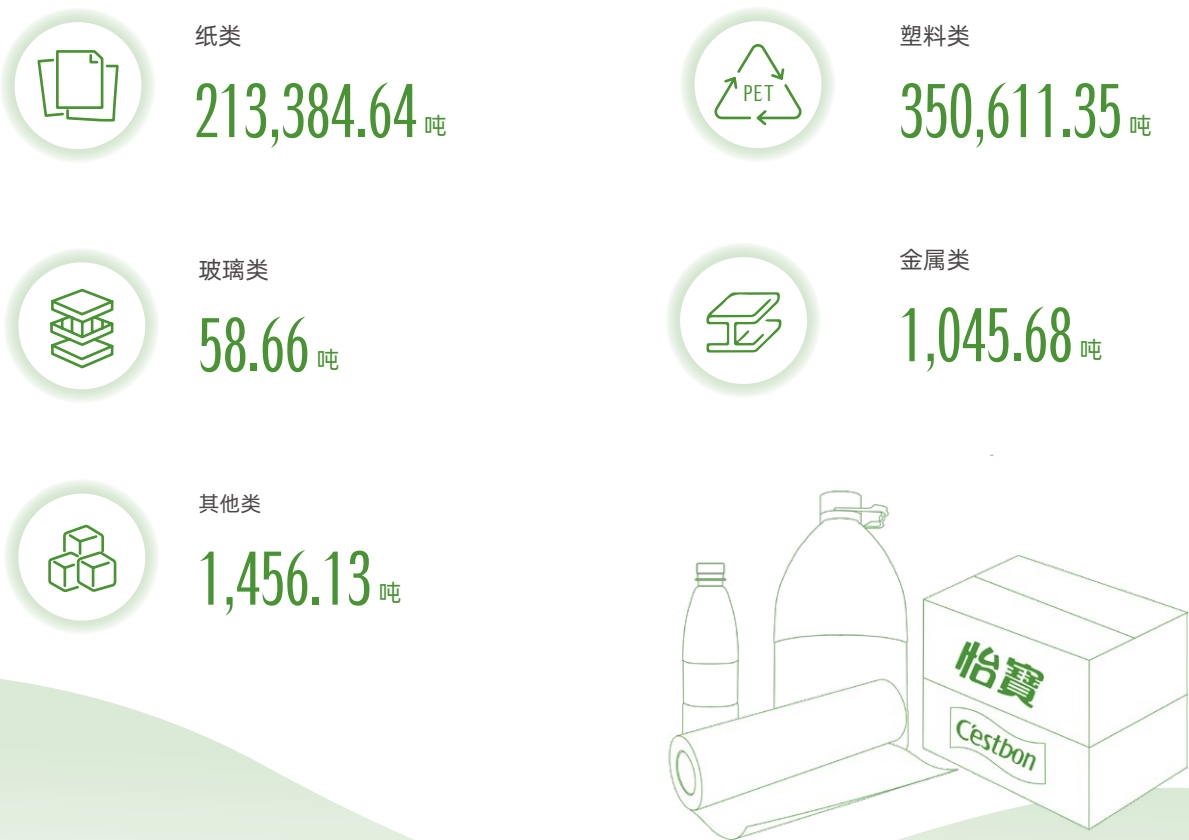
>> 绿色包装

华润饮料大力倡导绿色包装，致力于推进包装绿色化、减量化、可循环，在保证产品安全和消费者体验的前提下，使用环境友好型包装材料，并对材料及工艺技术进行改进，提高资源的重复利用率。2024 年，由可回收、可重复使用或可堆肥材料制成的包装材料使用占比大于 99%，由可再生材料制成的包装材料使用占比大于 88%。

我们对所有产品品类开展包材减量化项目，对多个品类的怡宝纯净水瓶口、瓶身进行结构性调整以减少 PET 原料的使用，以 555mL/ 瓶的怡宝纯净水为例，每瓶减少了约 8% 的原材料用量；通过包装优化项目，将怡宝水产品的外包装由纸箱包装改成 PE 膜包，2024 年共减少纸箱用量约 240 万个，还降低了因纸箱受潮等对产品外观的影响；对规格为 2.08L/ 瓶的怡宝纯净水开展了彩膜改白膜项目，显著减少了 99% 的油墨使用量，降低包装印刷过程中的碳排放；持续减少 PVC 材料使用，将产品标签替换为 PETG 标签以及 OPP 标签。

此外，我们在所有运营地点规划开展资源回收项目。2024 年 5-6 月，我们持续开展纸箱回收活动，由各大区自主制定回收方案，终端参与客户数 82.7 万家，市场参与度达到预期的 105%，回收纸箱和膜包超 14,777 吨。

包材使用量



案例 | 武汉工厂携手废品回收商，开启多元物料回收项目

武汉工厂与废品回收供应商建立了合作关系，对纸箱、纸筒、白膜、PET 切片袋、白瓶、瓶盖、瓶胚、胶头、润滑剂桶、木托盘、过滤器、标签、扎带、铁、301 不锈钢、201 不锈钢、铜、铝、彩膜等进行回收利用，回收总量达到 414,059.1 千克。

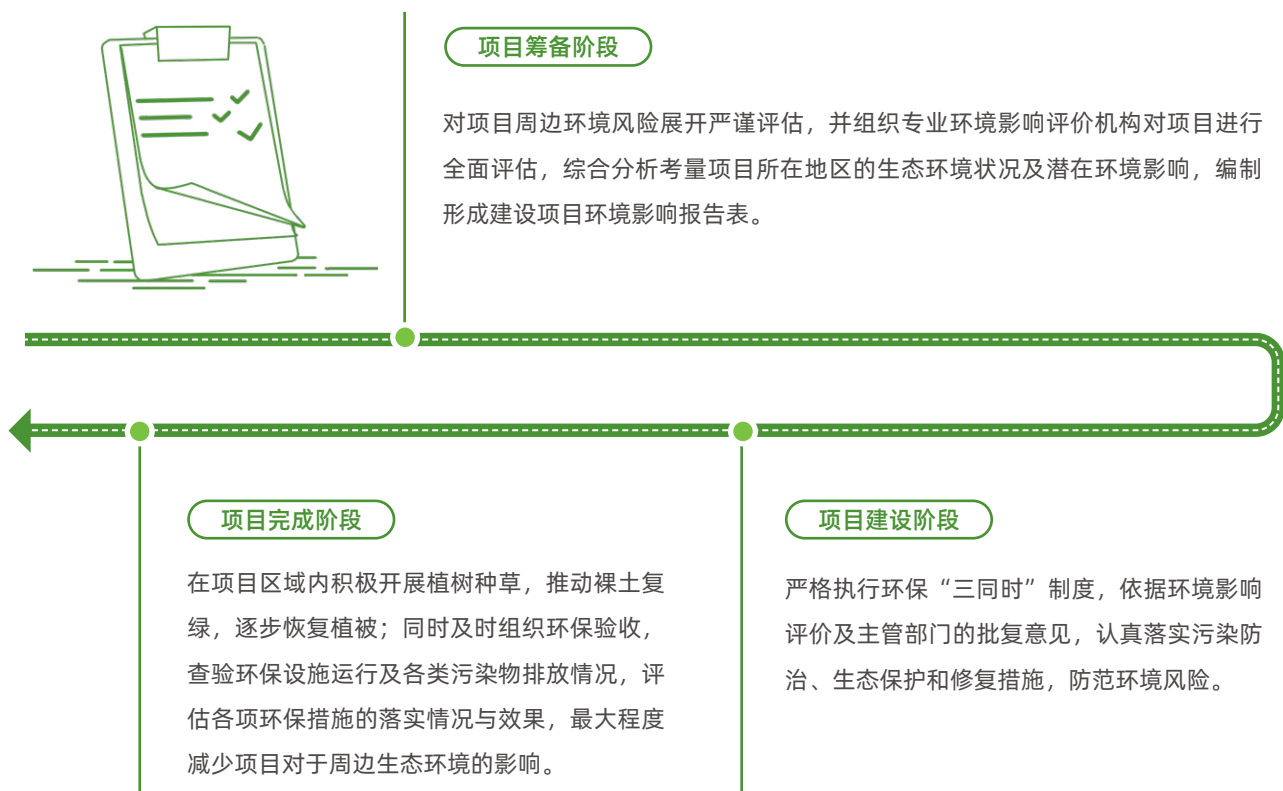
>> 开展生物多样性保护

华润饮料严格遵守《中华人民共和国环境保护法》等相关法律法规，主动识别和管理业务活动对生物多样性和生态系统产生的潜在负面影响。在选择新建项目地址时，充分对选址地区周边生态环境的影响进行全面详尽的分析与评估，避开自然保护区、风景名胜区、珍稀濒危野生动植物天然集中分布区等环境敏感区域。

>> 落实生态治理

华润饮料将生态保护与治理摆在更加重要位置，始终将生态理念贯穿于企业发展的全过程。在项目开展前期，严格按照《中华人民共和国环境影响评价法》等相关法律法规的要求，严谨审慎地进行各项评估；同时，结合自身运营特点，不断完善《华润怡宝生态保护管理指南》，为企业的环保行动提供了详细且具有针对性的指导，尽可能降低由自身生产运营所带来的环境影响。2024 年，公司未发生对生物多样性及生态环境有重大直接 / 间接影响的事件。





倡导绿色生活

» 扩大环保宣传

华润饮料高度重视对生态环境保护理念的传播与践行，深入开展生态环保宣传工作。利用海报、横幅、宣传栏、企业网站等传统方式以及微信、微博、短视频、直播等新兴媒体大力宣传节能降耗理念和知识，普及绿色生产生活方式。通过传统与新兴媒体的有机结合、协同发力，形成崇尚节约、合理消费的良好氛围，使节能降耗理念深入人心，为推动绿色发展贡献了积极力量。



公众号宣传

宣传海报

» 落实绿色办公

华润饮料以高度的社会责任感，积极响应国家节能减排号召，以产业“含绿量”提升发展“含金量”，引导员工将正确环保理念融入到日常工作生活的各个环节，培养全员环保意识。在办公区域，宣传随手关灯、拧紧水龙头的理念并采用节水型器具、节能型设备；规定空调开启与温度调节标准，确保夏季空调温度不低于 26 度；广泛应用办公自动化系统和视频会议技术，2024 年度召开视频会议 4,434 场次，减少 51,429 人次员工出行；在业务领域，厉行无纸化办公，2024 年年耗纸量同比下降 29.37%，年度期刊订阅量减少 35.1%。



江门工厂开展“下班提前 20 分钟关空调活动”

案例 | 华润饮料助力南山生态焕新

2024 年 6 月 18 日，华润饮料在深圳市南山区长岭陂开展“怡心·怡意·怡起行”青春奋斗暨“绿美南山”志愿服务活动。志愿者们戴上手套、拿起工具来到绿化区域，投入到清除杂草、扶苗填坑、浇水灌溉等爱绿护绿的工作中。通过对长岭陂“绿美青年林”的有效养护，不仅让树木更健康、更迅速地生长，还有效促进了长岭陂水库周边环境和水质的改善。此次活动是“绿美广东”“绿美南山”建设的具体实践，彰显了华润饮料助力南山生态环境保护的责任与担当。



>> 践行环保公益

华润饮料凝聚多方公益力量，全方位、多层次组织开展节能、环保、低碳活动。在全国节能宣传周期间，共开展主题宣传活动 66 次，印发宣传材料 948 份，播放宣传视频 77 次，出动宣传人员 128 人，宣传受众人数达 10,800 人次，营造全员关心关注绿色节能的浓厚氛围。



华润饮料开展 2024 年宜兴工厂公益研学之旅



华润饮料员工在深圳湾公园进行巡河护河净滩公益实践

华润饮料走过的“19 年水公益之路”

华润饮料积极开展一系列水公益行动，推行惜水护水、爱水节水、科学取水、科学用水、科学饮水等有形可见的水公益生活方式，传递水公益理念，让水公益走进每一个人的生活。

2006 年

发起“保护白江豚，呵护 70% 的水世界”活动，通过义卖、募捐等手段，用实际行动支持保护“中华白海豚”的科研活动



2006-2009

关注水系生态，践行“水公益计划”的开端

2010-2012

关注公众力量，“水公益计划”开始萌芽

2011 年

举办“梦传递、乐分享”活动，传递水知识，号召公众节约用水



2012 年

发起“水知道幸福”活动，借助传递水的方式，将幸福传递千万家



2013 年

携手中国饮料工业协会，发布国内首个瓶装水企业社会责任倡议书——《中国瓶装水企业社会责任倡议书》



2013-2017

聚合政府、企业、行业力量，携手公众与“水公益计划”一起扎根、一起成长

2014 年

再度携手中国饮料工业协会，开展“纯净‘水生态’，我们在行动”高峰论坛，聚焦中国人饮水安全问题，与行业专家一起探讨保护“水生态”



2019 年

联合中国青年报、中国高校传媒联盟，面向全国大学生发起“水说公益”全国公益演讲大会



2018- 至今

全面升级形成“华润怡宝水公益计划”公益平台战略

2016 年

发起“纯净责任，怡路同行”线下活动，在北京、上海、深圳等全国 7 大城市招募护水志愿者数千人，号召公众共同关心水资源



2024 年

深入开展水源地“亲水护水”环保行活动，沿途对整个连屏山水源地所有白色垃圾进行了收集、分类、整理



2022 年

构建“怡+X”公益同心圆机制，通过举办“水公益·沁行动”系列线下活动，如净滩行动、亲水护水公益跑等，号召全社会身体力行践行水公益



信任相伴 让生活因你我更美好

华润饮料始终把提供优质产品与服务作为核心使命，不断满足消费者日益增长的品质需求；全力打造幸福职场，为企业发展注入强大动力；秉持开放合作的态度，携手上下游伙伴，建立长期稳定的合作关系，带动整个产业链的可持续发展；凭借自身品牌影响力与资源优势，聚焦香港发展，助力当地经济繁荣；积极参与社区建设，开展各类公益活动，全方位推动企业在各个领域的稳健发展，实现经济与社会的多重效益。

重要性议题

营养与健康、食品安全、提升产品/服务可及性、负责任营销、客户信息隐私保护、客户投诉处理、客户满意度、保障员工权益、员工发展与培训、员工关爱与福利、引领行业发展、加强合作平台建设、推动供应链履责、助推粤港澳大湾区发展、全力抢险救灾、社区投入与公益慈善

篇章绩效

- 客户投诉处理率100%
- 劳动合同签订率100%
- 社会保险覆盖率100%
- 员工培训总投入为418.8万元，培训覆盖率达97.3%
- 累计发放互助基金超637.1万元
- 考核评价的供应商数量312家
- 参与并发布8项团体标准
- 社会贡献投入金额687.5万元
- 社会贡献活动累计参与时长11,279小时

本章所回应的SDGs议题

1 无贫穷

2 零饥饿

3 良好健康与福祉

4 优质教育

8 体面工作和经济增长

9 产业、创新和基础设施

10 减少不平等

11 可持续城市和社区

12 负责任消费和生产

16 和平、正义与强大机构

17 促进目标实现的伙伴关系

目标设定

- 全年无重大食品安全事故发生
- 加强对新供应商准入、合作供应商的考核和退出的规范化管理，致力于打造廉洁、阳光、公平的供应链生态环境
- 加强香港市场品牌营销推广，加大渠道纵深发展，执行制高点策略，提高品牌在港知名度
- 秉持负责任的态度，履行公共责任，支持社区建设，回应公众关注

进度回顾

- 总部质量管理部门对工厂进行监督、指导、推动各项质量管理工作
- 新供应商准入完成资质审核46个品类、358家次，现场考察126家次，报批入合格库140家
- 怡宝品牌在香港市场总认知度达79%
- 依托“救灾公益快速响应机制”，2024年向四川雅江、广东清远、湖南郴州、辽宁建昌、河南永城等山火、洪涝灾区捐赠共计23,500箱怡宝纯净水

提升计划

- 聚焦重点城市，抢占长江沿岸城市核心终端资源，以线带面构建品牌阵地
- 加快调整完善收入分配机制，以发挥吸引、保留、激励、发展优秀人才的作用
- 持续完善合作供应商考核体系，根据业务特性建立和优化合作供应商管理细则，并严格按制度执行
- 做好慈善公益捐赠预算管理，持续依托“救灾公益快速响应机制”，及时响应开展救灾抢险、慈善捐赠工作

责任 专题

产能扩张引擎全力发动 发展增速步入「快车道」

当今消费市场持续迭代升级，饮品行业正处于高速转型与竞争加剧的关键时期。华润饮料精准洞察行业趋势，通过全国产能布局，持续提升自产率和供应效率，同时通过构建全品项工厂，依托各地资源优势，加速实现包装水及饮料品类在生产和销售覆盖半径的稳健扩张。

“十四五”期间，华润饮料已陆续实现宜兴、南宁二期、长沙二期、成都二期、河源、武夷山等工厂的投产，彰显着公司在实现产能和市场覆盖面的稳步扩张。

加速扩张 万绿湖生产基地正式竣工投产

万绿湖饮用水生产基地是华润饮料华南地区最大的生产基地，2024 年该基地项目一期已竣工，启动 5 条生产线投产。该基地不仅创造了可观的产值，主动依法纳税，为地方财政注入强劲活力，还充分发挥龙头企业的引领辐射作用，带动上下游产业协同发展。在创造经济效益的同时，万绿湖饮用水生产基地也彰显出责任担当，为当地提供了大量的就业岗位，助力地方就业稳定。

2024 年该基地项目一期已竣工，启动

5 条生产线投产



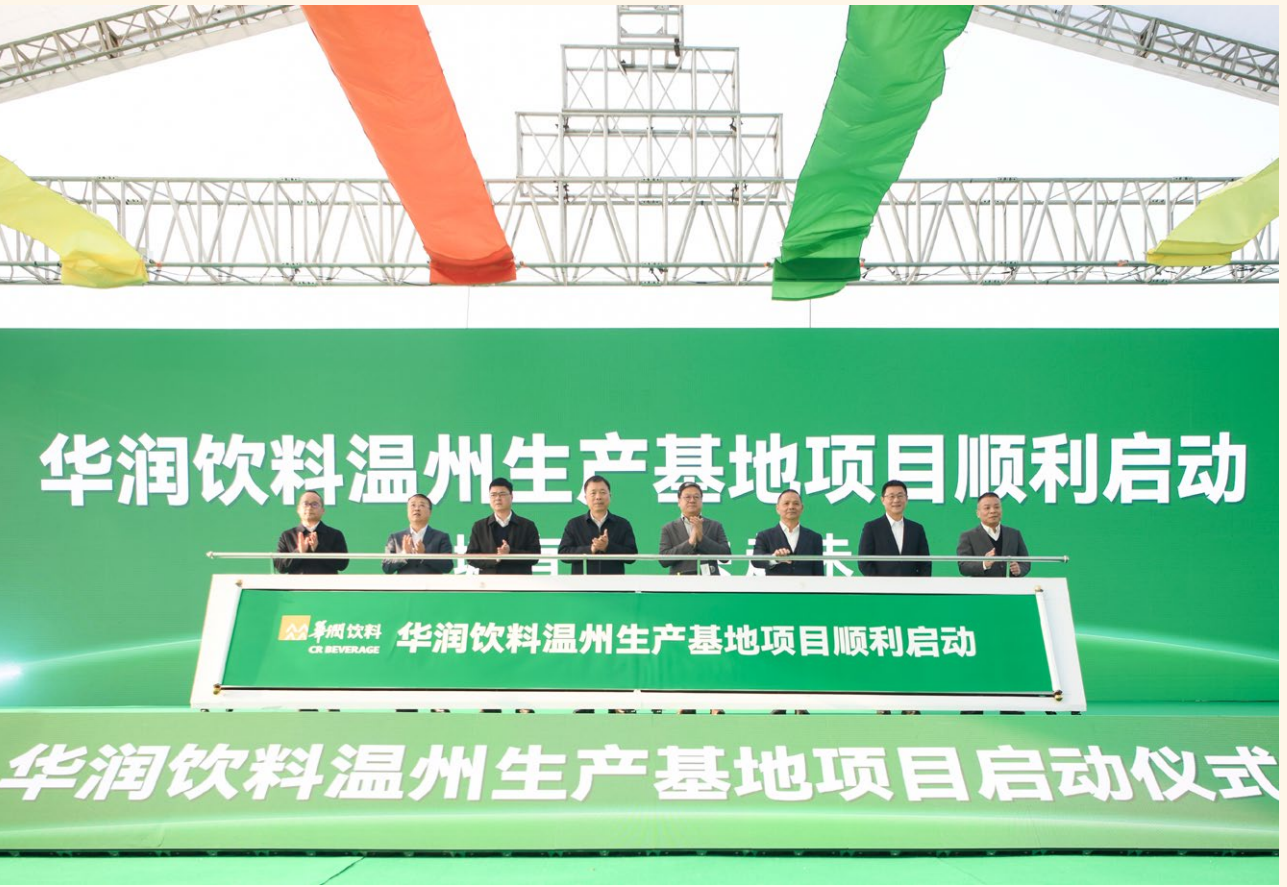
华润饮料万绿湖饮用水生产基地厂区图

蓄势产能 温州生产基地正式启动

2024 年 12 月 18 日，华润饮料在浙江省温州市文成县举行温州生产基地启动仪式，温州生产基地是华润饮料“十四五”期间规划新建的第五个工厂，主要生产、销售瓶装纯净水，预计 2025 年底竣工，全部投产后年产值可达 6.5 亿元，将有效覆盖浙江地区销售需求。

全部投产后年产值可达

6.5 亿元



华润饮料温州生产基地项目启动仪式

温州生产基地的启动不仅是简单的产能扩张，也是华润在扩产提效方面的一次重要尝试。基地引进国际先进的生产设备和智能化管理系统，确保生产效率和产品质量，从而在激烈的市场竞争中保持领先优势。该基地的建立不仅能提升华润饮料的生产能力和市场响应速度，还将进一步巩固饮料市场的领先地位。

“1+N” 模式布局工厂 推进提质增效取得实效

产能扩张和供应链效率优化是华润饮料的核心战略之一。华润饮料工厂选址遵循“1+N”的模式，即由每个地区的大型工厂和附近数家卫星生产工厂组成。同时，工厂布局在中国人口密集的 19 个省及直辖市，实现半径 300 至 500 公里内一线城市及新一线城市全覆盖。截至 2024 年 12 月 31 日，华润饮料在全国布局了 15 家已投产的自有工厂及 31 家合作生产伙伴，用于包装饮用水产品及饮料产品的生产。

为抢占资源高地，华润饮料加码扩建自有产能，布局优质水源地，如广东省加林山、广东省万绿湖、福建省武夷山及湖北省丹江口等。公司接连在河源、南宁、武夷山、成都、长沙等地建设、扩建生产基地，加速实现包装水及饮料品类在生产和销售覆盖半径上的稳健扩张。同时根据产销匹配和产能布局现状，针对不同市场特性，实施差异化的产能优化策略。

截至 2024 年 12 月 31 日，
华润饮料在全国布局了

15 家已投产的自有工厂

拥有

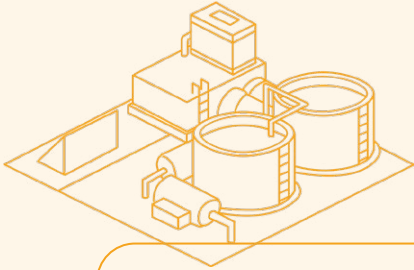
31 家

合作生产伙伴



华润饮料武夷山生产基地
依托当地雷公口水库
优质水源做好“水文章”

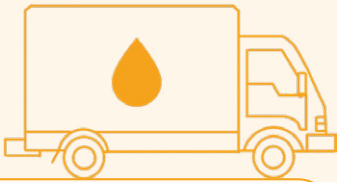
在市场成熟且产能集中地区



建设中心生产基地，通过在靠近水源地新建工厂（如万绿湖工厂），以及主要销售市场的自有工厂扩建（如长沙二期、成都二期），配置先进的进口高速产线，减少水耗 / 物耗 / 能耗；集中式规模化生产，提高生产效率，并逐步整合淘汰同片区落后产能，提升片区整体生产自动化水平和生产效益，减少因产能重叠和仓储物流网络交叉造成的资源浪费。

在快速发展且长距离供货地区

根据销售发展态势以及市场潜力，提前布局产能，提高服务时效，支持销售发展，同时缩短运输距离，减少物流资源消耗，降低综合运营成本。



华润饮料宜兴工厂自动化产线

面对新形势下的竞争，华润饮料将继续秉持“以客户为中心”的经营理念，深入洞察市场动态与消费者偏好变化，在复杂多变的市场环境中抢占先机，实现可持续发展，为消费者提供更优质、多元的饮品选择，引领行业发展新潮流。

提供优质产品与服务

>> 加强产品管理

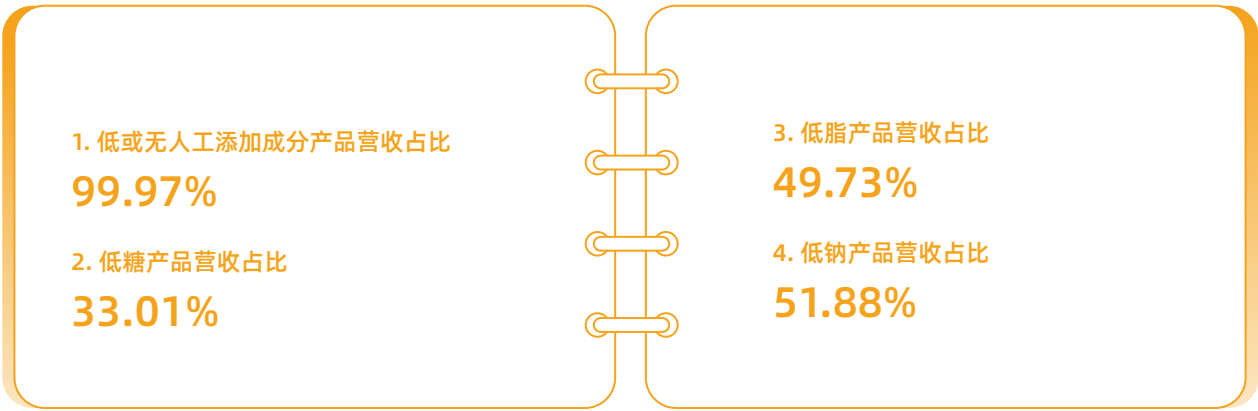
消费需求分析

华润饮料通过开展数品类的消费者品牌监测研究，连续数年观察消费者对各品类的喜好度与忠诚度，深入洞察跨品类间的竞争趋势。在草本饮料调研中发现，由于草本植物饮料有着深厚的传统文化根基，消费者对这一品类天然就有“熟悉感”，此类饮料作为中国家庭自制饮食的一部分，唤醒童年味觉印象便成为强化“熟悉感”的关键。在包装水产品类监测方面，大包装水和便携的小包装水属于品类规格的机会点，尤其是已婚已育家庭，消费大包装水的概率更高。如今，大包装水在日常家庭饮用、烹饪等场景中的使用越发普遍。

打造健康产品

华润饮料重视客户消费需求，致力于为广大提供安全、健康、美好的生活体验，在产品开发方面，秉持健康、美味的开发理念，积极布局低糖及无糖产品，并持续加大低糖、无糖产品占比，同时围绕健康、环保、可持续发展方向，从产品概念、配方、包装等维度进行创新，关注消费者健康及营养、功能诉求，持续推出一系列优质产品，全方位守护消费者健康。

2024 年营养健康产品营收占比数据



备注：“低或无人工添加成分产品”指未添加或比普通食品产品减少添加人工添加剂，如防腐剂、色素、阿斯巴甜及其他受争议添加剂的产品；“低糖产品”“低脂产品”和“低钠产品”指符合《GB 28050-2011 食品安全国家标准 预包装食品营养标签通则》的产品。

>> 健全质量管理

重视产品质量

华润饮料重视产品质量，在运营过程的不同阶段开展各种质量检查和检测程序，包括外观检查、物理和化学检查、微生物测试及重量检查，以确保产品符合相关质量标准并遵守使用的法律法规；实施专有的《华润怡宝全价值链食品安全与质量管理体系》（简称 SPM 管理体系），不断完善《生产技术管理规范》《检验技术管理规范》《食品安全管理规范》覆盖所有产品的质量管理和食品安全相关政策的制度文件，严格依据 SPM 文件规定的标准，在原料验收、生产过程质量监控、成品出厂质量检验以及产品放行等环节，执行严谨的检验检测流程，全过程实施 100% 产品检测，以确保所选用的原料质量过关，流向市场的所有产品均是合格品。

质量管理体系认证

华润饮料持续开展食品安全管理体系认证，并严格按 ISO 及 FSSC22000 体系标准要求实施生产过程食品安全管理，坚守食品安全底线。2024 年，正式投产满一年的工厂，全部通过 FSSC22000/ISO22000 体系认证。

工厂名称	认证名称	认证日期	认证有效期
江门工厂	FSSC22000	2024-12-06	2028-01-10
深圳工厂	FSSC22000	2022-12-18	2025-12-17
肇庆工厂	FSSC22000	2023-07-17	2025-07-16
南宁工厂	FSSC22000	2023-11-15	2026-11-14
珠海工厂	FSSC22000	2024-01-28	2027-01-27
长沙工厂	FSSC22000	2024-12-31	2028-01-04
六安工厂	FSSC22000	2024-08-29	2027-09-05
	ISO22000:2018	2024-08-29	2027-09-05
上海工厂	FSSC22000	2022-09-18	2025-09-17
	ISO22000:2018	2022-09-18	2025-09-17
成都工厂	FSSC22000	2023-06-01	2026-05-31
	ISO9001:2015	2023-06-01	2026-05-31
宜兴工厂	FSSC22000	2024-12-06	2027-12-05
武汉工厂	FSSC22000	2024-10-10	2026-08-08



全过程实施

100%

产品检测

重视标签合规

华润饮料严格遵循《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国食品安全法实施条例》《食品安全国家标准预包装食品标签通则》（GB 7718-2011）等相关法律法规、标准，制定严格的标签审核机制，规定新产品标签制作前，由市场、生产、质量、法规等部门联合审核，生产后定期抽查的工作机制；搭建数字化标签管理系统，实现审核的同时并发处理；借助系统的强大功能，实现对标签差异的快速准确定位，辅助审核人员做出决策。

产品召回与应急处置

华润饮料严格遵守公司 SPM 文件《食品安全管理规范》的各项制度要求，不断完善《产品召回管理制度》，持续优化产品追溯与召回管理流程，明确各方工作职责。我们采用多源采购策略，储备备选生产性物料供应商，保障生产运营稳定。同时，每年至少组织 2 次模拟追溯与召回演练，确保一旦发生食品安全事件，能快速召回产品，最大限度减少对公众的危害。

产品质量管理培训

华润饮料积极倡导“良心品质，全员共创”的质量文化，在产品质量管理培训方面，内容覆盖质量文化、质量意识、文件规范以及法律法规等知识，按月度及年度开展，培训对象包括华润饮料所有自有工厂及合作生产伙伴，全年组织及推动开展质量培训共计 693 场，培训覆盖率 100%。

2024 年开展总部质量管理人员体系审核能力提升培训，主要围绕体系思维、审核知识和审核技能三个方面展开，包括标准讲解、案例解析、小组练习、成果分享等；完成骨干专项培养计划，通过日常服务质量抽查辅导、业务知识 / 技能测评、青年文明号创建培训等活动等各种形式，提升团队综合素养。

全年组织及推动开展
质量培训共计

693 场

培训覆盖率

100%



华润饮料开展质量管理人员体系审核能力提升培训



河源工厂邀请外部权威机构为工厂核心人员开展 FSSC22000V6 体系内容培训

>> 保障客户权益

隐私保护

华润饮料高度重视客户隐私和信息保护，严格遵守《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》，执行《个人信息主体权利行使指引》《数据出境安全管理指引》《数据存储与删除规则》《个人信息保护影响评估工作指引》等个人隐私和数据安全相关规范，加强数据安全和个人隐私数据安全的管理；修订《华润饮料用户账号与权限管理规范》制度，保障系统数据安全。2024 年，未发生重大网络安全事件，亦未发生重大信息或客户隐私泄露事件。

2024 年

未发生

重大网络安全事件

责任营销

华润饮料高度重视负责任的营销工作，持续完善并强化负责任营销制度体系，同时通过市场走访、库存盘点、投诉跟进三个方面进行负责任营销审核工作，涵盖订单核查、库存盘点、促销规范、产品标签等环节，以规范市场秩序，保障营销的合规性；保证产品的销售及市场推广宣传与产品的品质、形象高度契合，避免任何夸大其词或过度渲染的宣传行为；对产品标签实施严格的标准规范，确保标签信息的真实性、准确性，易于理解和辨别，严格遵循相关法律法规，坚决杜绝虚假信息 and 可能误导消费者的宣传内容，切实保障消费者权益；定期开展负责任营销培训工作，针对营销条线新员工，2024 年营销中心启动“线上预热 + 线下赋能”的新员工培训模式，统一解读产品卖点及话术，全面宣贯广宣品使用、不良品处理及客诉处理办法，新员工培训覆盖率 100%。



>> 升级服务品质

主动售后服务

华润饮料设立专门的客服中心，负责对接消费者相关沟通工作；制定明确的客户服务标准和客诉处理规范，并对执行情况进行监督，不断完善顾客反馈处理机制；在产品包装和官方网站上公布全国消费者服务热线（4008884933），并通过官微、小红书官方号、抖音官方号、销售一线、第三方满意度调查、舆情监测等多种渠道，建立主动售后服务体系，积极听取客户的意见和建议，向客户提供“诚心、贴心、细心、耐心、放心”的五心服务，在客户与企业之间搭建有温度的沟通桥梁。

应对客户投诉

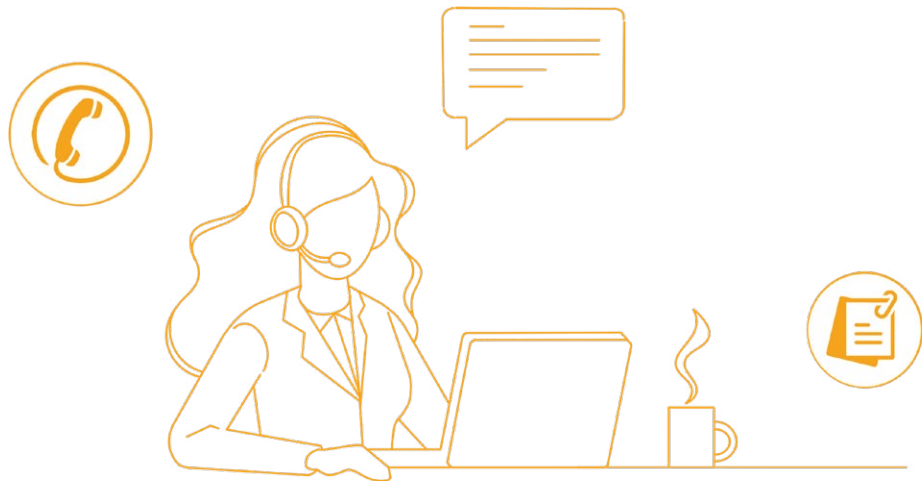
华润饮料坚持以客户为中心，重视客户的反馈意见并及时响应处理。当客户对产品质量或服务反馈不满时，客服人员将客户的意见认真记录下来及时向相关部门反馈，一般在半个工作日内完成转派，处理部门在 24 小时内联系客户，并于 2 个工作日内完成处理。如确因客观原因无法按时处理时，处理部门须主动向客户说明原因，并及时跟进反馈处理进展。在处理好客户异议的同时，相关方会认真进行原因分析及改进，避免问题的再发生。2024 年，华润饮料消费者服务热线共为客户提供人工服务 6.1 万余次，其中客户投诉 3,229 单，投诉处理率 100%。

2024 年，华润饮料
消费者服务热线共为
客户提供人工服务

6.1 万余次

投诉处理率

100%



案例 | 以心换信，华润饮料高效化解“空瓶”客诉

2024 年 12 月 14 日，华润饮料办公室监测到在某音平台上有消费者投诉购买的一包膜包装怡宝瓶装水，其中 1 瓶未开封的产品是空瓶。

发现该舆情后，公司立即启动应对机制，办公室将此情况反馈给公司市场部，市场部官方账号随即主动与该消费者通过私信联系沟通，消费者于 12 月 18 日主动提供手机号码后，市场部第一时间反馈给客服中心跟进。当日上午，客服人员迅速联系消费者王先生沟通安抚并了解情况，王先生称约十天前在楼下门店购买一包膜包装怡宝 555mL 瓶装水，后发现这一瓶未开封产品是空瓶，并在另一瓶产品的瓶底发现有渗水的情况，其他产品无异常。后经沟通解释，消费者确认空瓶产品瓶底也存在破损，认可是流通储运过程中受外力影响致使个别产品包装破损后，瓶内水漏出而导致空瓶。

最后，经友好沟通交流，圆满解决此问题，消费者亦对华润饮料高效、专业、负责的处理态度表示认可。

此次事件为华润饮料敲响了警钟，也为进一步提升服务质量提供了契机。为从源头上杜绝类似问题再次发生，华润饮料建立《华润饮料物流运营管理制度》，全面加强仓储运输过程中的防护，装卸过程中杜绝野蛮装卸，收发货过程中发现漏液、损耗等情况，及时进行更换及赔付。同时，我们根据《市场质量管理规范》持续进行市场质量过程监督，开展市场走访与产品抽样，并定期进行产品质量防护能力评估，确保降低产品在储存和流通过程中的食品安全风险。

止损和赔偿

华润饮料严格执行《中华人民共和国食品安全法》和《食品召回管理办法》的规定，一旦发现不符合食品安全标准或者有证据证明可能危害人体健康的，立即停止生产，召回已经上市销售的不安全产品，通知相关生产经营者和消费者，并记录召回和通知情况。召回产品按照相关规定进行处置，同时履行消费者退货和赔偿职责。2024 年度未发生产品召回事件。

2024 年度

未发生

产品召回事件

提高客户满意度

华润饮料持续监测客户满意度变化，改善客户服务体系，提升客户满意度；加强客户关系管理，从多角度了解客户反馈，并将调查结果作为提升客户满意度的工作方向，形成客户关系维护的闭环管理。

2024 年是华润饮料连续开展满意度调查的第 19 年，调查涵盖北京、广州、深圳、上海、成都、长沙等 13 个城市，调查监测指标包括产品质量、产品口感、产品包装、产品价格、促销及销售服务、企业 / 品牌形象等。据调查结果显示，消费者总体满意度为 89 分，相较去年提高 2 分。

消费者总体满意度为

89 分

相较去年提高

2 分

>> 塑造品牌价值

华润饮料不断组织开展各类品牌推广活动，加强品牌曝光，提升品牌认知。怡宝品牌以“你我的怡宝”为核心传达，塑造“贴心的、品质保证、值得信赖”的品牌形象，围绕“你我的怡宝 中国国家队官方饮用水”为传播主题，开展一系列体育营销推广活动，结合线上线下媒体广告传播曝光，中超、马拉松等赛事传播高曝光，公交广告全国重点城市大规模广覆盖；同时开展节庆、高考季、开学季主题消费者促销活动和终端生动化陈列，加强与消费者互动，提升品牌曝光。

根据凯度消费者指数发布的《2024 年中国品牌足迹报告》，怡宝品牌上榜凯度“2023 年消费者选择最多的前十饮料品牌榜单”，排名对比去年上升两位，同时成为“饮料类中增长最快的大品牌”，一系列品牌推广活动助力品牌价值提升效果显著。



怡宝作为中国国家队官方饮用水为 70 余支国家运动队提供安全健康的饮用产品服务

打造幸福职场

>> 维护员工权益

合规雇佣

华润饮料严格遵守《中华人民共和国妇女权益保障法》《禁止使用童工规定》《中华人民共和国未成年人保护法》等法律法规，制定了《员工入职离职管理办法》《劳动合同及用工管理办法》《考勤与休假管理办法》等用工相关管理制度，依法维护员工合法权益；尊重员工的意愿，禁止任何形式的歧视，反对任何形式的强迫劳动和骚扰虐待；严禁招用未满十八周岁的未成年人，一旦发现雇佣童工、强制劳动等违规情况时，将依法处理；公平对待不同民族、性别、年龄、文化背景和宗教信仰的员工，扎实推进农民工和残疾人平等就业，积极吸纳退役军人及女性就业，助力香港青年来内地就业和发展。2024 年，公司未发生重大劳动争议，各用工环节均无歧视。

2024 年，公司

未发生

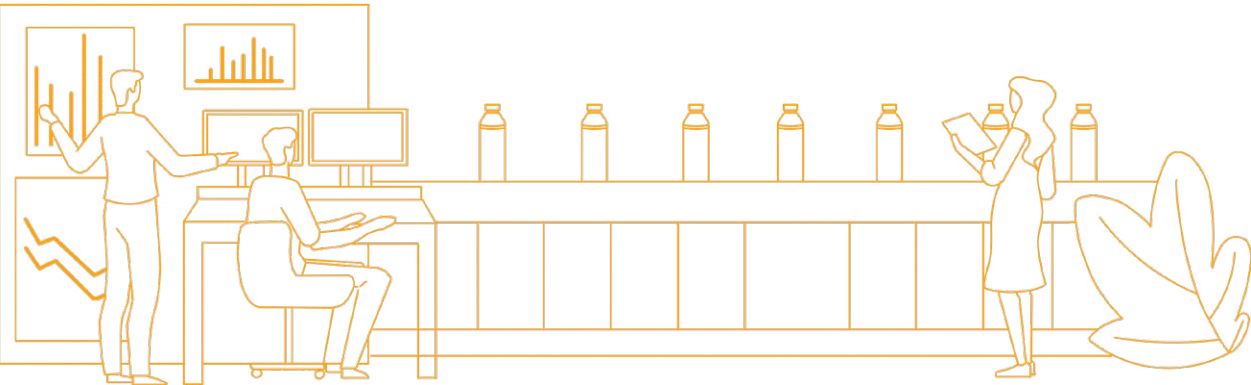
重大劳动争议

提供就业

华润饮料积极落实本地化雇佣政策，服务地方经济发展，促进本地人才实现充分就业与高质量就业，本地员工占比 37%；结合生产业务实际需要开展车间操作、仓储叉车及搬运等业务外包，满足企业灵活用工的需求和劳动者的灵活就业需求，促进当地就业市场的用工模式和就业模式多样化；积极践行驻港央企社会责任，响应集团有关香港大学生和港籍青年暑期实习计划，提供实习岗位和培训交流。2024 年，华润饮料招录 2,210 人。

2024 年，华润饮料招录

2,210 人



薪酬福利

华润饮料严格遵循薪酬福利、休息休假等方面的法律法规，不断优化完善内部制度体系，强化组织业绩与个人贡献挂钩机制，除根据当地政府要求为员工缴纳社会保险、住房公积金外，公司为员工建立企业年金计划、补充商业保险、年度体检等福利保障，进一步发挥薪酬福利的激励与保障作用。

公司持续优化全员绩效管理和多元激励机制，推动完善管理人员年度与任期业绩考核、员工绩效管理制度政策，推进销售系统考核激励制度改革，强化价值分配和业绩考核刚性兑现，开展专项激励鼓励员工多劳多得，进一步激发员工队伍活力。

民主管理

华润饮料不断完善职代会制度，强化职工参与公司经营管理意识，凝聚强大合力，推动公司高质量发展。2024 年，公司召开第一届第二次职工代表大会，与会代表认真听取公司经营情况报告、审议通过《华润饮料管理人员竞争上岗工作指引》等，畅通职工诉求表达机制，切实保证职工的知情权、参与权、表达权和监督权。



第一届职工代表大会

申诉保障

为充分发挥员工申诉处理机制的“安全阀”作用，工会通过会员代表大会、问卷调查、工会邮件信箱等多样化形式，维护职工权益申诉渠道，同时通过跟踪和反馈机制等措施，确保员工诉求的畅通表达和有效反映。截至 2024 年底，公司未接到侵犯员工权益的投诉案例。

截至 2024 年底，
未接到
侵犯员工权益的投诉案例

» 助力成长发展

畅通发展通道

华润饮料建立较为完善且符合公司发展需要的岗位职级体系，通过设置“管理 / 专业”晋升发展双通道，明确岗位任职资格与任职条件，建立岗位技能等级评价机制，鼓励员工不断提升专业技术能力，为员工提供清晰、多元的职业发展路径。同时，公司坚持“能者上、优者奖、庸者下、劣者汰”的正确用人导向，动态优化人才队伍，持续加强员工岗位历练，加速人才成长发展。2024 年公司推动员工交流轮岗近 1,700 人次。

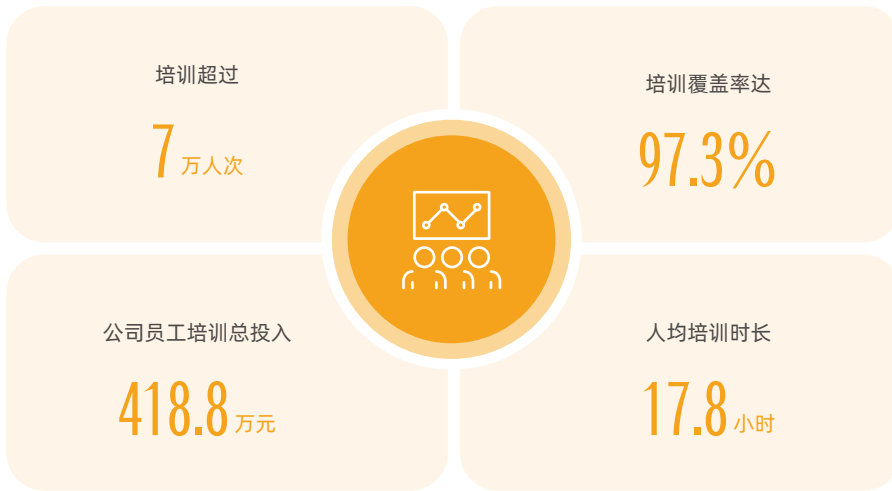
2024 年公司推动员工
交流轮岗近

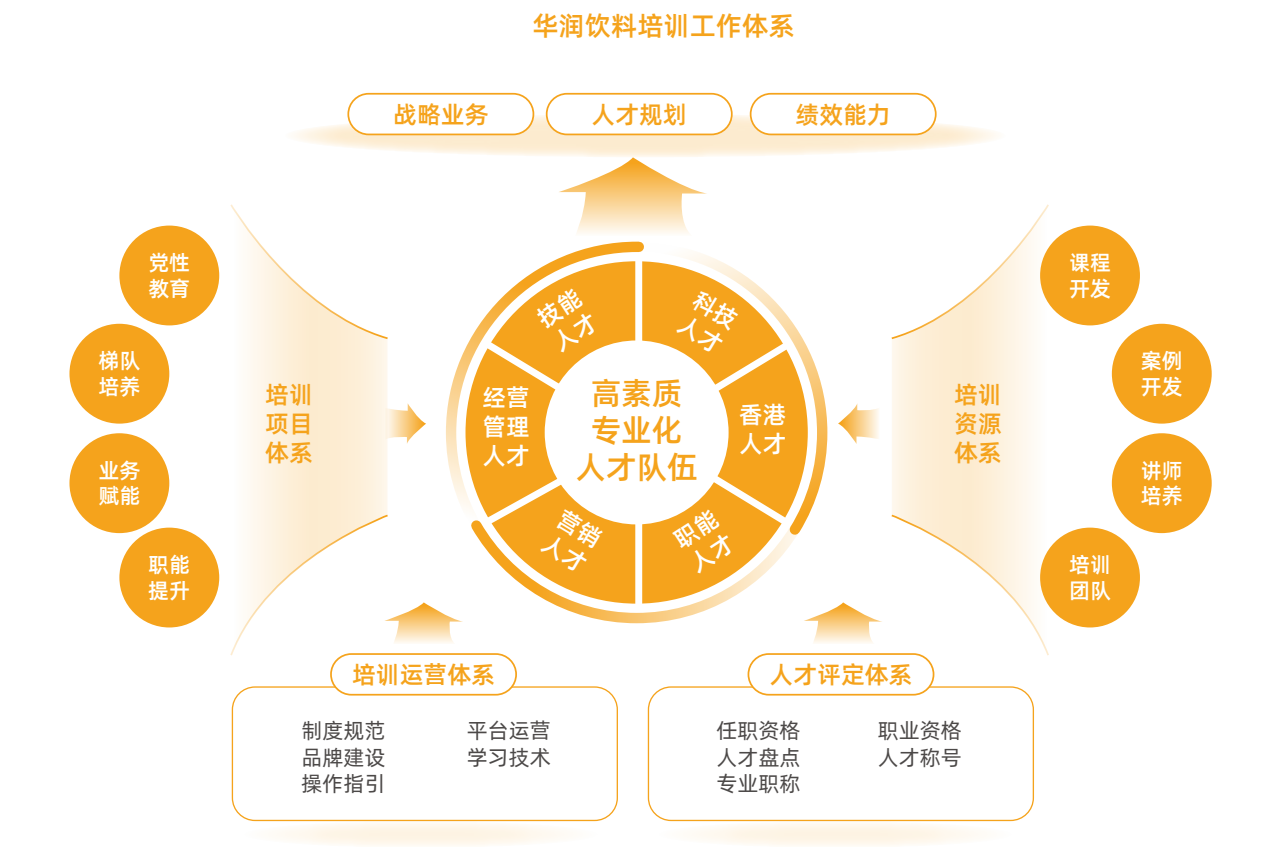
1,700 人次

健全培养体系

华润饮料始终秉持“尊重人的价值、开发人的潜能、升华人的心灵”的人才发展观，致力员工成长成才、人才梯队建设和组织能力提升。基于集团“3+1”支人才队伍建设要求，构建经营管理、营销、技能、科技等人才的分层分类培养体系，同时完善培训管理机制，持续提升员工领导力及专业能力，为人才培养和发展提供组织保障。

同时，华润饮料聚焦 3 大战略目标和 5 大战略布局，结合集团“四个重塑”和公司“十四五”中期检讨，针对“3+1”支人才队伍实施定向培养，通过“战略承接、梯队培养、专业提升、资源建设”等手段，推动“业务和人才发展双驱动”，助力公司业务发展、变革创新和文化落地。2024 年，公司员工培训总投入 418.8 万元，培训超过 7 万人次，培训覆盖率达 97.3%，人均培训时长 17.8 小时。





华润饮料 学习与发展中心																	
人才队伍		香港人才		营销人才		经营管理人才		技能人才		科技人才		职能专业人才					
类别		水 young 系列				水润系列		铸匠系列		智领系列							
层级																	
全员		中央企业党员干部轮训、廉洁教育、党纪教育、专题党课															
		“水润·博学坊”能力提升公开课，整合中心“水 young·先锋学习社”、“工匠学堂”项目，开展全员主题赋能培训，提升员工核心竞争力															
直管干部		水 young·港才培优计划	水 young·市场营销训练营	水 young·现代王者训练营	水 young·销售管理训练营	“水润·领航” 中层管理训练营				工程师计划·专业技术培养项目	产品研发人才研修班*	检验检测技术提升班	智数科技人才培训班	人力资源专业能力提升班	财务管理训练班*	新任基层党组织书记任职培训	……
						“水润·助航” 副职干部（扩大）培训班											
						“水润·蓄航” 优秀年轻干部培训班											
						“水润·启航” 核心骨干培训班											
						“水 young·动力营” 后备经理培训班		“匠·才计划” (4-5 级)									
核心骨干						“水 young·一线指挥官” 销售组长培训班		“水润·青春” 培训生进阶训练营		“班线长” 训练营							
基层员工		校招员工 “未来之星”新员工训练营						社招员工 新员工入职培训班									

案例 | 华润饮料开展多元化培训，为人才培养增势赋能

经营管理人才培训：“水润·蓄航”优秀年轻干部培训班

华润饮料为进一步加强干部梯队建设，致力于培养一批德才兼备、勇于担当、充满活力的优秀年轻干部队伍，举办“水润·蓄航”优秀年轻干部培训班。培训班围绕“润心”“蓄力”“逐梦”三大培养目标，通过专题课程学习、业务实践、行动学习等方式，分阶段开展集中培训学习，帮助学员开拓视野，探索业务发展的创新路径，持续塑造有核心竞争力的优秀年轻干部队伍。



拓展阅读

2024 怡宝“新饮力”高校创新挑战赛圆满收官

营销人才培训：水 young·现代王者训练营（第三期）

华润饮料营销系统针对各专业条线和梯队人才，坚持战略导向、业务导向、问题导向，持续丰富“水 young”系列训练营，分层分类落实营销人才培训 291 场，实现大区 100% 覆盖。其中，为落实“大力发展新兴渠道”的“十四五”战略，培养一批符合现代渠道业务发展需要的专业人才，营销中心开展水 young·现代王者训练营（第三期），通过市场走访、专业赋能和业务研讨等形式，明晰便利组合拳、识别餐饮机会点、开发酒店和政企拓展策略，持续提升现代渠道团队专业战斗力，从而推动新兴渠道快速发展。



技能人才培训：生产一线技能提升

华润饮料聚焦提升一线技能人员对新产线、新技术的应用能力，生产中心组织开展无菌线专项培训、黄带 & QCC 培训、注坯骨干人才专项培训、技术交流等各类技能人才提升培训 86 场，工厂同步加强培训赋能，通过技术赋能、随堂考试、现场观摩等多种形式，推动生产质效提升，实现 100% 全覆盖。重视一线班线长能力提升培养，举办班线长训练营二期、三期，围绕“234”运营目标，按培训赋能、项目实践、认证评审的培养思路，提升班线长日常管理能力和系统改善能力，夯实技能人才梯队建设，支持新工厂投产运营更快、更稳。



>> 悉心关爱员工

保障员工健康



贯彻落实《华润怡宝质量、环境健康和安全制度》、EHS 管理程序及相应标准 / 规范，实现职业健康工作的标准化和规范化；持续培养职业健康管理人员，落实职业健康要求及专项检查，不断提升公司职业健康管理能力；完善职业健康危险源库，精进职业病危害综合风险评估，实现职业病危害分级分类管控；鼓励员工反馈工作岗位的职业健康风险，积极推进职业健康改善活动，评选优秀改善案例，为员工创建良好的工作环境。同时，公司继续积极推动 ISO45001 职业健康安全管理体系建设和认证工作。



关爱员工身心健康，积极营造和谐向上的文化氛围，依托华润集团“润心坊”，通过线下驻场服务、线上咨询热线和员工心声平台等方式，从主动沟通、专业干预、注重调节等角度，解决员工面临的困扰与难题，营造健康工作、健康生活的氛围。



积极策划活动方案及要求并制作宣传海报、文萃进行宣传，通过润工作平台下发职业病防治法宣传手册供下属各单位学习；各基层单位通过电子屏和横幅进行主题展示，并在宣传栏粘贴海报进行职业病防治法的宣传，开展警示教育、职业健康教育培训、职业病危害专项治理工作、职业健康专项检查等活动。

2024 年《中华人民共和国职业病防治法》宣传周活动情况

开展主题宣讲活动

107 次

开展宣传咨询活动

69 次

开展警示教育活动

111 次

印发宣传材料

713 份

制作宣传视频

32 条

出动宣传人员

95 人次

宣传覆盖受众

14,014 人次



深化人文关怀

华润饮料倡导“关爱互助，感恩成长”的价值理念，设立“员工互助基金”为遭受重大疾病、意外事故和自然灾害的员工家庭及时提供帮扶支持，缓解燃眉之急。截至 2024 年底，员工互助基金累计资助 218 个员工家庭，发放互助金超 637.1 万元。

公司严格执行《女职工劳动保护特别规定》，依法维护女性员工的合法权益和特殊利益，从薪酬待遇、职业发展、休息休假、健康管理等方面着手，升级公司母婴室、开展“情系女职工、法在你身边”普法活动、“两癌”筛查活动、青年联谊活动等，为女性职工创造公平友好的职业发展环境。



“三八”妇女节活动

开展文体活动

华润饮料持续开展形式多样、内容丰富的特色活动，引导职工以健康的身体和良好的心态投身到工作中。2024 年依托 7 个文体协会开展球类、瑜伽、合唱等文体活动 287 场，让员工在工作之余感受生活的魅力，用最积极、最饱满的心态面对工作与生活。



员工趣味运动会

截至 2024 年底，
员工互助基金累计资助

218 个员工家庭

发放互助金超

637.1 万元

2024 年依托 7 个文体协会
开展球类、瑜伽、合唱等文
体活动

287 场

携手伙伴共赢

» 深化战略合作

华润饮料通过调研走访、洽谈交流、参与活动等方式增强对外交流，不断加强同地方政府、优秀企业、高校院所、产学研之间的战略合作，共筑良好商业生态；围绕发展重难点问题，积极开拓合作增长点，将公司业务与国家、地区等发展相结合，与伙伴共享能力及资源，持续推进项目落地。



2024 年，华润饮料与清华大学深圳国际研究生院联合共建微生物控制与应用技术联合研究中心，在新品开发的“卡脖子”难题上取得阶段性研究进展



2024 年，华润饮料与华南理工大学及广东食品学会共同主办 2024 怡宝“新饮力”高校创新挑战赛，通过校企联动，深化产学研用，为饮料新品研发的工作输入创新思路与方向

» 强化媒体沟通

华润饮料积极实践多元沟通，秉持“主动联系、日常维护、及时响应”的原则，通过公司官网、微信、微博、小红书、抖音、Bilibili 等自媒体矩阵，持续向大众输出积极、正向信息，展现公司良好形象与文化内涵；积极保持与媒介的交流合作，与中央媒体、主流媒体、财经媒体、专业媒体、自媒体保持良好联动，开展系列宣传，提高公众对公司品牌的感知度和美誉度。

2024 年，华润饮料未发生较大负面舆情事件；全年舆情信息共计 247,446 条，其中新闻信息 55,492 条，网络视频信息 54,025 条，微博信息 88,428 条，微信信息 36,826 条，小红书信息 11,283 条，论坛及博客信息 1,392 条。其中全网监测正面数据总量 45,512 条（占总体舆情信息的 18.34%）。全年共计监测无负面舆情，网络客诉 75 条（占总体舆情信息的 0.03%）。此外，当出现相关网络客诉舆情，公司第一时间进行回应并采取相应的应对措施，积极改善管理水平，从源头减少负面舆情的发生。

2024 年，华润饮料

未发生

较大负面舆情事件

» 助力行业发展

华润饮料重视行业内外合作交流，持续与超过 30 个专业行业协会（包括其分会）巩固并深化合作关系，积极参加中国饮料工业协会年会系列活动以及 2024IMic 第十二届工业微生物大会等饮料行业交流活动，推动信息互通、资源互享。同时参与 7 项团体标准的编制工作，与茶叶行业、菊花茶行业、流程数字化等行业进行了 10 余次行业评审与审查交流会议；完成《菊花 感官审评方法》《甜花香型大叶种工夫红茶》《感官分析 饮料、饮料酒涩感强度评价导则》《感官分析 饮料、饮料酒苦味强度评价导则》4 项团体标准编制工作，且该 4 项团体标准已成功发布。2024 年，华润饮料获得中国饮料行业“包装饮用水十强企业”“深圳老字号”等荣誉称号。



华润饮料获得中国饮料行业“包装饮用水十强企业”荣誉称号

进行了

10 余次

行业评审与审查交流会议

完成

4 项

团体标准编制工作，且均已经

成功发布

推动供应链履责

» 坚持公平竞争

华润饮料严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》等法律法规和行业规范，制定《华润饮料商业道德准则》等制度性文件，要求全体员工签署《商业行为守则》，坚决反对并严格禁止可能损害公平竞争环境的行为；并在采购行为中要求签署《廉洁合规承诺书》，落实阳光采购，全方位营造内外部公平运营的环境，切实保障商业伙伴、消费者的知情权、自由选择权和公平交易权，构建公平健康的供应链生态。

>> 加强经销商建设



>> 完善供应商管理

华润饮料倡导廉洁、阳光、公开、透明供应商合作理念，制定《华润饮料供应商行为准则》《廉洁合规承诺书》《华润怡宝生产性材料合作供应商管理细则》等制度，明确供应商行为守则，详细阐述公司在道德、安全、健康、劳工准则和环保方面的要求，致力于打造公开、透明的供应链生态环境。

准入审核

公司设置严格的供应商准入门槛，对供应商的资质（如环保、消防安全、自然灾害等）、信誉、过往合作业绩等进行审核，以选择各方面均符合要求的合格供应商；对供应商的生产现场（如劳资关系等）进行不定期的检查，确保其能够满足公司的道德和责任标准。

履约考评

公司通过收集和分析供应商的相关数据（如工伤事故率、排放水平、能源消耗等），评估其在劳工、环境和安全管理方面的实际表现；制订技术支持与社会责任加减分项，引导供应商积极创新，投身公益，倡导环境、健康、安全、和谐，履行社会责任，如发生负面行为将给予扣分；针对考核规范进行宣贯培训，提高供应商对考核标准的认知，推动供应链协同高效运转；对供应商综合实力、交易行为、履约情况及其他管理方面进行评价，并根据评价结果对供应商进行级别评定、激励、淘汰等管理。

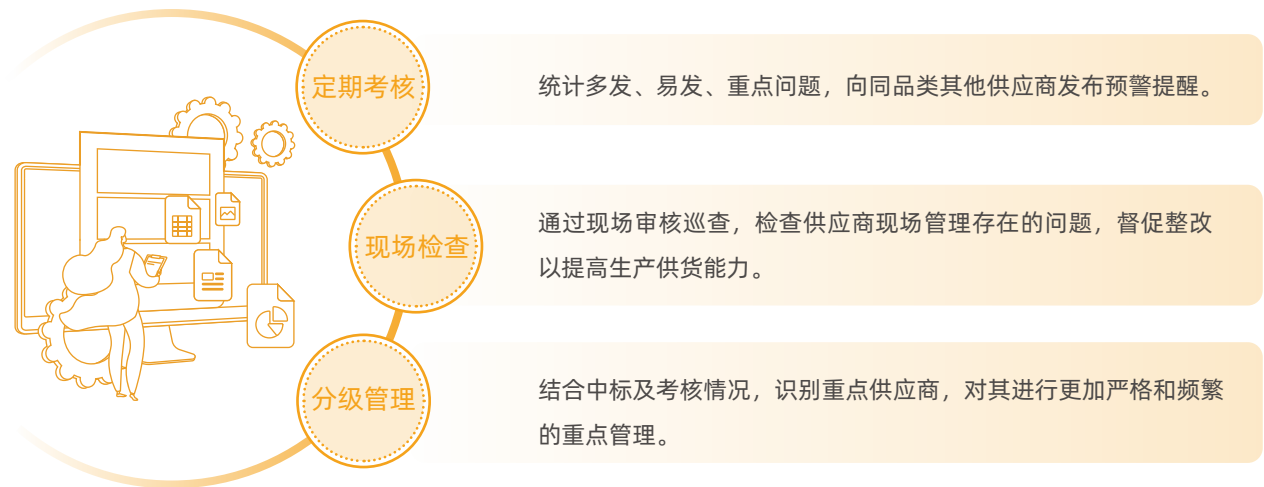
根据审查评估的结果，将供应商分为不同等级或类别（优秀、良好、一般、不合格等），对于考评结果优秀的供应商，年度招标时予以权重奖励；对于存在问题的供应商，要求其在规定时间内进行整改，并进行后续的跟踪审核，以确保问题得到解决；对于违反商业道德和社会责任标准的供应商实施惩罚，包括暂停合作、终止合同等。

过程管控

公司建立透明的供应链体系，确保原材料和组件的来源可追溯，以及生产过程的监控；全面应用电子采购，持续深化采购管理平台运用，进一步提高招采规范性及效率；夯实事前、事中、事后全过程管理，严守合规底线，防范风险；加强采购、质量控制、法务等部门之间的合作，共同监督供应商的道德和责任表现；建立投诉处理和纠正措施机制，鼓励员工、消费者和其他利益相关者报告供应商的不当行为，并对发现的问题迅速采取纠正措施；同时建立供应商沟通反馈渠道，接受异议投诉，公正处理相关纠纷。

风险管控

公司以“杜绝供货风险、保障平稳供应”为目标，针对供应商易发、多发、重点问题，采取预警、培训、巡查等措施，引导供应商加强自身管理，加以防范，对重点供应商执行质量、商务审核巡查，提醒供应商减少同类问题反复发生。



» 助力供应商成长

华润饮料为带动上下游公司社会责任及双向良性合作关系，在合作考核中设置“特别支持与社会责任加加分”，提倡协同发展和鼓励承担社会责任，对于积极投身社会公益事业以及积极推广绿色低碳理念，倡导环境保护、节约能源、安全健康的供应商，供应商可自行在 SRM 供应商管理平台提报并附证明材料，经相关部门确认后给予年度综合评价加分鼓励。

在助力供应商和合作生产伙伴质量管理水平成长方面，华润饮料每年至少提供一次专业质量管理知识培训，内容涵盖质量文化、质量意识、管理制度、物料标准、华润饮料质量管理要求（控制计划、专项提升、华润饮料审核标准等）等方面。2024 年，华润饮料组织对合作生产伙伴开展质量培训 80 场，培训覆盖率 100%；配合集团公司统一安排，组织重点供应商 80 余家公司参加质量月活动并进行评选，对评优供应商给予加分鼓励。

2024 年，华润饮料组织对合作生产伙伴开展质量培训

80 场

培训覆盖率

100%

聚焦香港发展

华润饮料积极响应粤港澳大湾区发展战略号召，承接集团“立足香港”战略规划，稳步推进做实香港公司业务的各项规划。自 2019 年华润饮料启动港澳业务以来，持续推动怡宝产品在港的经营；联接爱国个人及团体服务广大市民，大力支持香港各类社会文体活动、科教活动、爱国教育活动，不断提升公司在港业务的行业地位和社会影响力，支持香港发展经济、改善民生，更好服务中央全面治港工作大局。全年向香港各界机构及组织捐赠了价值约 42.5 万港元的水饮产品。

全年向香港各界机构及组织捐赠了价值约

42.5 万港元

的水饮产品

» 重视在港业务

华润饮料于 10 月 23 日正式在香港联交所主板挂牌上市，成为华润集团旗下第 18 家上市企业、第 9 家在港上市公司，为驻港央企履行社会责任，融入大湾区建设和发展打下坚实基础。公司聚焦重点任务，坚持抓顶层、强责任，支持特区经济发展，讲好香港时代故事；聚焦翡翠台“中年好声音 3”节目、香港金牛篮球俱乐部、“HELLO PANDAS 熊猫驾到”户外嘉年华、第三届中国（澳门）国际高品质消费博览会暨横琴世界湾区论坛等活动，加大产品、品牌与消费者粘性；持续加强与香港中华厂商联合会、香港食品委员会、香港中国企业协会等零售行业协会的交流和合作，尊重、维护和照顾商业合作者的利益，最大限度把公司内外的积极性、主动性、创造性发挥出来，汇聚起同心奋斗的磅礴伟力。2024 年，业务团队聚焦增加新品、拓展渠道，深耕市场，全年净销售收入超预算达成。

» 深耕公益活动

华润饮料联合惜食堂基金会、苗圃行动基金会、市政署关爱队 / 青年队 / 义工团、各地社区等多家协会及组织，支持开展各项进基层关爱、进社区送关怀、爱国及文化教育、助学计划等工作，将爱心与温暖送达香港基层。



华润饮料香港业务团队开展“怡心·怡意·怡起行”青春奋斗暨“青春连心”长者探访活动



华润饮料携手香港海怡宝血小学开展“怡心润港 公益进校园”系列活动

» 推动文化传播

华润饮料支持由荃湾青年会及荃湾义工团举办的国庆中华荟荃湾活动、由香港汕头社团总会举办的寻找潮汕非遗文化嘉年华、香港艺术发展局举办的香港演艺博览会、香港妇女会举办的“爱我中华千年传承共舞动”活动，助力香港多元文化的传承与发展。

» 助力体育事业

华润饮料支持 2024 太平杯互融青年慈善篮球联赛、国庆杯少年剑击精英赛、言政人才黄乐妍筹办的国庆亲子运动日、招商杯篮球赛、第九届香港共贺国庆 75 周年中企协运动会等，激发市民对体育运动的热情，营造全民健身的良好氛围。



华润饮料赞助青少年体育赛事

>> 促进青年发展

华润饮料贯彻落实集团“四业”工作，充分了解香港青年需求，走入校园和社区支持“全港空手道大赛”“九龙城区剑击邀请赛”“WBSC 五人制棒球世界杯”、姚基金、飞玥排球暑期营、中国香港伤残人士体育协会、香港岛青年协会、荃湾区体育康乐联会 HB Basketball、北区足球队等系列青年体育竞赛、文体活动，切实帮助在港青年实现更好的成长发展。



华润饮料组织香港青年参加集团“青云启梦”职前装备计划

加强社区沟通

华润饮料积极落实“大国民生”领域担当，深度关注广大民众的期望与诉求，在驰援灾区、文化遗产、乡村教育、体育事业、环境保护、社区关爱等领域开展多元活动，同时修订《华润怡宝对外捐赠管理办法》，鼓励和支持员工投身“附近”、链接家园，开展慈善公益和对外捐赠活动，让爱心在社区中传递，促进社区的和谐发展。

>> 驰援灾区救助

华润饮料不断完善“救灾公益快速响应机制”，当发生暴雨洪灾、地震、山火等自然灾害时，在最短时间内向灾区提供大量急需的饮用水、饮料、帐篷等物资，全力守护救灾人员及受灾群众的饮水安全。截至 2024 年底，华润饮料参与地震、洪涝灾害救援约 320 次，捐赠包装饮用水和饮料超过 46 万箱。



截至 2024 年底，华润饮料参与地震、洪涝灾害救援约

320 次

捐赠包装饮用水和饮料超过

46 万箱

案例 | 华润饮料紧急驰援 24,000 瓶怡宝水送抵河南永城

2024 年 9 月，受台风“贝碧嘉”影响，河南商丘多地遭遇连续强降雨。华润饮料密切关注永城灾情动态，在收到当地员工的救灾申请后，公司迅速启动“救灾公益快速响应机制”，主动联系当地政府部门，了解物资需求情况，并紧急联络附近经销商，调拨 24,000 瓶怡宝水全力保障当地受灾群众和救援人员的饮水需求。

“当看到受灾居民排起长队领取物资时，我的心里特别温暖，因为我们的绵薄之力成了他们此时的一份助力。”

——员工志愿者杨康



>> 弘扬传统文化

为提升至本清润品牌知名度，深化品牌中式经典形象，至本清润于 2024 年 4 月 8 日官宣和舞蹈诗剧《只此青绿》联名，致敬中华优秀传统文化，在视觉和味觉体验中，感受自然之美。与此同时，至本清润深入挖掘中式经典美学，将传统文化元素融入产品及品牌形象创意之中，以“经典茶馆”形象，在北京、上海、广州、深圳、杭州、南宁等城市举办了 18 场大型路演及剧院推广活动，通过联名视觉形象，进一步彰显至本清润中式草本植物饮料品牌形象，提升品牌认知的同时弘扬传统文化。



至本清润 X《只此青绿》创意视频

» 助力运动赛事

怡宝是中国国家队的支持者，也是大众体育热爱的长情陪伴者。怡宝联合中国国家队推出的“我家队遇见国家队”系列活动，通过路演、影展、赛艇比赛等形式，把体育运动从训练场、赛场，带进更多人的生活。2024 年赞助马拉松 131 场，服务参赛者超 400 万人，支持产品包装水超 45 万箱、饮料产品超 33 万箱，基于“一路相伴”为主线，致敬长跑者为话题进行一系列传播，怡宝自媒体传播数量超 100 条，线上结合咕咚开启 H5 系列活动，完成 7 场线上赛，超 600 万跑者参与 H5 活动。

案例 | 华润饮料助力中国国家队征战巴黎

怡宝是中国国家队官方饮用水，华润饮料早在 2024 年 4 月就已开始筹备国家队产品保障工作。经历一个多月海上航行的 47,400 瓶华润饮料产品送到中国国家队的训练营、保障营和“中国之家”，为征战巴黎的国家队运动健儿提供饮品保障。为了符合欧盟进口食品的标签要求，运抵法国的华润饮料产品需粘贴法语标签，为此，华润饮料肇庆工厂成立了专班小组进行作业。为保障运动健儿在高温酷热的天气中及时做好补水、降温措施，华润饮料还紧急在欧洲采购了冰桶，给运动健儿提供更好的备战体验。



拓展阅读



助力马拉松赛事



18 万跑者的
“超级马拉松周末”

拓展阅读



冠名中超联赛



回顾 2024
华润怡宝中超联赛

» 爱心助力高考

华润饮料多年来坚持开展高考送水公益活动，在高考期间提前在各个考点周边设置送水服务点，为考生和家长们送去怡宝水，让他们感受到来自社会的支持和鼓励。



华润饮料南宁工厂开展“怡心·怡意·怡起行”青春奋斗暨助力高考公益活动

» 加强基层关爱

华润饮料川云大区联合四川省慈善联合总会开展“城市降温计划”公益活动，向高温天气下坚守岗位的城管、交警、外卖员等户外工作人员送上怡宝水，此外清凉传递在成都、泉州、菏泽、烟台等城市同步进行，用一份份夏日清凉帮他们击退酷暑高温。



华润饮料为劳动者
设置爱心取水点

展望 2025

2025 年是“十四五”规划的收官之年，也是华润饮料巩固上市成果、加速产能扩张、深化市场布局的关键之年。华润饮料将牢牢把握可持续发展的趋势，依托“蓄力发展”“优质产品”“绿色低碳”“携手共赢”四大着力点，稳步发展，增强产品多元竞争力，塑造卓越品牌。



蓄力发展

我们严格遵照国家法律法规，持续推进治理体系建设，健全合规管理组织架构，重视信息披露，保护投资者尤其是中小投资者利益；不断依靠业态创新和技术进步，探索零售新模式和新动能，将营养与健康带给全球更多的消费者，引领饮料行业高质量发展方向。



携手共赢

我们始终践行央企责任与担当，多点发力助推乡村振兴，真情奉献持续开展社会公益慈善行动；促进责任价值的伙伴关系建设，优势互补、互惠互利，携手商业伙伴迈向可持续发展之路；增强员工工作技能和综合素质，努力改善员工工作环境和安全生产条件，关怀员工生活，促进企业和员工共同成长。



优质产品

我们始终将消费者放在首位，顺应市场消费升级新需求，不断强化食品质量安全，为消费者提供健康满意的优质产品，在消费者中建立起良好口碑；继续保持战略追求，在新时代中高标准履行社会责任，做优，做强，成为世界一流综合饮料企业。



绿色低碳

我们紧跟新时代“双碳”步伐，以生态优先、绿色发展为导向，积极响应国家节能减排号召，探索环保技术与绿色运营，推动全链降碳，守护生命之源，保护生物多样性，以更大的担当和作为，为企业高质量发展注入绿色动力，推动人与自然的可持续发展。

附录

ESG 政策列表

ESG 指标	2024 年内部政策名称	2024 年遵守法律及规例名称
A1 排放物	《污水排放管理规定》 《废弃物管理》 《华润饮料废水管理政策》	《国家危险废物名录》 《中华人民共和国水污染防治法》 《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》 《排污许可管理条例》
A2 资源使用	《能源管理规定》 《华润饮料包材管理政策》 《华润饮料能源管理政策》 《华润怡宝自有工厂废品废料回收管理细则（2023 年 12 月）》	《中华人民共和国节约能源法》 《固定资产投资项目节能审查办法》
A3 环境及 天然资源	《环境监测与测量管理规定》 《厂内环境紧急事故响应规定》 《华润怡宝生态保护管理指南》 《华润饮料水资源管理政策》 《华润饮料生物多样性保护政策》	《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》 《建设项目环境保护管理条例》 《建设项目环境影响登记表备案管理办法》 《中华人民共和国节约能源法》 《中华人民共和国环境保护法》 《中央企业节约能源与生态环境保护监督管理办法》
B1 雇佣	《劳动合同及用工管理办法》 《员工入职离职管理办法》	《中华人民共和国劳动法》 《中华人民共和国劳动合同法》 《工资支付条例》
B2 健康与安全	《华润怡宝质量、环境健康和安全制度》 《华润怡宝 QEHS 年度考核与评价办法》 《华润怡宝 QEHS 责任管理办法》 《华润怡宝 QEHS 事故事件管理办法》 《华润饮料 QEHS 改进活动管理指引》 《华润饮料健康与安全政策》 《华润怡宝 EHS 管理体系手册（2021）》	《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》 《中华人民共和国消防法》 《安全生产许可证条例》 《中华人民共和国特种设备安全法》 《中华人民共和国劳动法》 《中华人民共和国道路交通安全法》 《中华人民共和国建筑法》 《建设项目安全设施“三同时”监督管理办法》 《中华人民共和国突发事件应对法》 《生产安全事故报告和调查处理条例》 《中华人民共和国行政处罚法》
B3 发展及培训	《华润饮料管理人员竞争上岗工作指引》 《员工晋升、调动、免职管理规定》 《科技人才认定办法》 《员工培训管理办法》 《生产系统专业技术类岗位技能等级评定工作指引》	《中华人民共和国劳动法》
B4 劳工准则	《劳动合同及用工管理办法》 《考勤与休假管理办法》 《薪酬福利管理办法》	《中华人民共和国劳动法》 《中华人民共和国劳动合同法》 《中华人民共和国妇女权益保障法》 《禁止使用童工规定》 《中华人民共和国未成年人保护法》
B5 供应链管理	《华润饮料可持续采购政策》 《华润饮料供应商行为准则》 《华润怡宝委托调查制售假行为招标采购细则（试行）》 《华润饮料物料与供应商质量管理办法》 《关于强化营运管理区域供货规定管理办法》	

ESG 指标	2024 年内部政策名称	2024 年遵守法律及规例名称
B5 供应链管理	《华润怡宝分销商客户管理指引》 《华润怡宝经销商管理指引》 《华润怡宝渠道及客户分类分级标准》 《华润怡宝经销商仓储物流管理指引》 《华润饮料物流运营管理制度》 《华润怡宝物流运输服务招投标工作指引》 《华润饮料市场类供应商合作管理细则》 《华润饮料市场类供应商合作管理细则（外部）》 《华润饮料物流供应商合作管理细则》 《华润饮料物流供应商合作管理细则（外部）》 《华润饮料采购管理制度》 《华润饮料采购综合评审法实施细则》 《华润怡宝供应商串通投标行为识别与处理指引》 《华润怡宝饮料有限公司供应商管理办法》 《华润怡宝生产性材料合作供应商管理细则（外部版）》 《华润饮料工程、生产设备及 IT 服务合同类供应商合作管理细则》 《华润怡宝生产性材料合作供应商管理细则》 《华润怡宝闲废物资交易实施细则》 《华润怡宝境外采购实施细则》 《华润怡宝大宗物料采购实施指引》 《华润怡宝饮料（中国）有限公司采购评审专家库及外部专家管理办法》 《华润怡宝饮料（中国）有限公司零星采购实施细则》 《开标评标工作行为规范》和《评标纪律》 《华润怡宝总部招标专用章管理和使用指引（暂行）》 《华润怡宝饮料（中国）有限公司集中采购管理办法》 《华润怡宝招标办公室组建评审专家办法》 《华润怡宝生产性专用物料非招标采购管理细则》 《华润怡宝招投标专家激励办法》 《新供应商准入管理规范》	《中华人民共和国招标投标法》 《中华人民共和国招标投标法实施条例（2019 修正）》 《中华人民共和国政府采购法》 《中央预算单位政府集中采购目录及标准（2020 年版）》
B6 产品责任	《食品质量安全标准委员会章程》 《华润怡宝质量、环境健康和安全制度》 《华润饮料负责任营销政策》 《华润饮料品牌管理办法》 《华润饮料包装水定制特标管理办法》 《华润怡宝饮料（中国）有限公司饮料产品管理评估办法（2022 版）》 《华润怡宝现代渠道直营退货产品处理管理制度（2023 年版）》 《华润怡宝健康检查管理指引》 《华润怡宝新品开发流程》	《中华人民共和国产品质量法》 《中华人民共和国食品安全法》 《中华人民共和国食品安全法实施条例》 《中华人民共和国标准化法》 《中华人民共和国计量法》 《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》 《中华人民共和国商标法》
B7 反贪污	《华润饮料阳光宣言》 《华润饮料采购人员廉洁自律及规范关联交易承诺书》 《华润饮料商业道德准则》 《华润饮料反腐败政策》 《华润怡宝“大监督”体系工作指引（试行）》 《华润怡宝信访件和问题线索集中管理办法（试行）》 《华润怡宝职工违纪违规处理办法（2022 年 11 月版）》 《华润怡宝海外投资反商业贿赂合规管理指引（2022 年版）》 《华润怡宝合规工作投诉举报管理指引》 《华润怡宝饮料（中国）有限公司纪检机构信访办理和监督执纪工作指引》	《中华人民共和国公司法》 《中华人民共和国反洗钱法》 《中华人民共和国反不正当竞争法》 《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》 《中华人民共和国反垄断法（2022 修正）》
B8 社区投资	《华润怡宝饮料（中国）有限公司社会责任工作管理办法》 《华润怡宝对外捐赠管理办法》	《中华人民共和国公益事业捐赠法》 《中华人民共和国慈善法》

数据列表

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
经济责任				
资产总额	亿元	106.05	130.02	186.94
净资产	亿元	58.96	73.73	118.61
权益回报率	%	18.9	20.1	17.3
利润总额	亿元	13.7543	18.7843	22.2369
总资产回报率	%	10.0	11.3	10.5
纳税总额	亿元	11.29	10.8	11.42
廉洁警示教育培训次数	次	> 10	> 40	> 40
廉洁警示教育培训人次	人次	> 900	> 3,000	> 3,000
接受反商业贿赂及反贪污培训的董事人数	人	-	-	12
接受反商业贿赂及反贪污培训的董事占比	%	-	-	100
接受反商业贿赂及反贪污培训的管理层人员人数	人	103	107	108
接受反商业贿赂及反贪污培训的管理层人员占比	%	100	100	100
接受反商业贿赂及反贪污培训的员工人数	人	> 900	> 3,000	> 3,000
接受反商业贿赂及反贪污培训的员工占比	%	> 8.3	> 27.3	> 26.8
提出或已审结的贪污诉讼案件数目	件	-	-	0
员工责任				
员工总数	人	10,884	10,970	11,194
男性员工数量	人	6,949	6,969	7,227
女性员工数量	人	3,935	4,001	3,967
管理人员数量	人	103	107	108
普通人员数量	人	10,781	10,863	11,086
全职员工数量	人	10,884	10,970	11,194
兼职员工数量	人	0	0	0
30 岁以下员工数量	人	1,774	1,655	1,615
30-50 岁员工数量	人	8,885	9,062	9,289
50 岁以上员工数量	人	225	253	290
中国大陆地区员工数量	人	10,875	10,957	11,173
港澳台地区员工数量	人	9	13	21
海外地区员工数量	人	0	0	0
研究生学历员工数量	人	125	143	156
本科学历员工数量	人	1,649	1,878	2,063
大专及以下员工数量	人	9,110	8,949	8,975

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
吸纳就业人数	人	1,654	2,207	2,210
雇佣农民工人数	人	1,041	1,366	1,385
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
参与工会的员工比例	%	100	100	100
体检覆盖率	%	100	100	100
每年人均带薪休假天数	天	11	11.5	12.3
女性管理者比例	%	24	22	20
员工内部调动或内部应聘的数量	人	1,040	615	921
员工培训次数	次	-	-	856
员工培训总人次	人次	83,670	64,042	70,570
员工培训总投入	万元	553	681	418.8
员工培训覆盖率	%	90.3	95	97.3
男性员工培训覆盖率	%	-	-	97.5
女性员工培训覆盖率	%	-	-	87.9
管理人员培训覆盖率	%	-	-	100
普通人员培训覆盖率	%	-	-	97.2
30 岁以下员工培训覆盖率	%	-	-	98.0
30-50 岁员工培训覆盖率	%	-	-	97.1
50 岁以上员工培训覆盖率	%	-	-	98.2
人均培训时长	小时	21.4	11.3	17.8
男性员工人均培训时长	小时	-	-	18.6
女性员工人均培训时长	小时	-	-	17.0
管理人员人均培训时长	小时	-	-	70.5
普通人员人均培训时长	小时	-	-	17.2
30 岁以下员工人均培训时长	小时	-	-	17.6
30-50 岁员工人均培训时长	小时	-	-	17.8
50 岁以上员工人均培训时长	小时	-	-	17.9
救助困难员工	人	17	20	24
困难员工救助投入	万元	60	65	69.5
员工流失率	%	22.57	19.50	17.58

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
男性员工流失率	%	24.58	22.66	20.51
女性员工流失率	%	19.07	14	12.34
30 岁以下员工流失率	%	43.58	46.37	46.23
30-50 岁员工流失率	%	18.26	14.56	12.45
50 岁以上员工流失率	%	9.72	8.81	11.47
中国大陆地区员工流失率	%	22.53	19.47	17.56
港澳台地区员工流失率	%	57.14	40	30
海外地区员工流失率	%	0	0	0
劳动纠纷案件的数量	件	11	9	19
客户责任				
消费者满意度	分	87	87	89
发生泄露客户信息事件数量	件	0	0	0
产品标签不合规数量	个	0	0	0
客户投诉数量	单	3,997	3,727	3,229
客户投诉反馈处理数占投诉数比重	%	100	100	100
营销诉讼损失	万元	0	0	0
产品出厂检验合格率	%	100	100	100
健康与安全原因须撤回和召回的产品数量百分比	%	0	0	0
研发投入	万元	4,917.9	6,151.0	5,335.4
研发投入占主营业务收入	%	0.39	0.46	0.39
科研工作人员数量	人	73	103	140
科研工作人员所占比例	%	0.7	0.9	1.23
应用于主营业务的发明专利数量	件	2	4	6
新增专利数	件	7	7	21
持有专利及专利申请数	件	86	80	72
著作权申请数和授权数	件	6	3	11
有效专利数	件	53	53	51
环境责任				
环保总投入	万元	407.4	600	3,011 ¹
节能减排技术改造投入	万元	263.4	520	2,353 ²
可再生能源消耗量 ³	兆瓦时	0	4,420.2	30,199.05

¹ 2024 年，新改扩项目逐步投入生产，全年累计新增废气治理设施 25 套，新增废水处理装置 2 套，因此总投入大幅增加。

² “十四五” 期间规划 11 家工厂建设光伏，2024 年 8 家工厂完成光伏并网发电；此外，年初规划 17 项节能减排技改项目，节能减排技术改造投入大幅增加。

³ 公司在生产经营过程中所消耗的来源于单独签约或自发自用的可再生能源电量。

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
购买电力 ⁴	兆瓦时	114,357.15	138,242.93	295,477.36
直接能源消耗量	兆瓦时	10,255.02	10,635.37	14,483.46
间接能源消耗量	兆瓦时	125,312.16	157,604.16	330,772.14
综合能源消费量 ⁵	兆瓦时	135,567.18	168,239.53	345,255.60 ⁶
万元产值综合能耗（可比价）	兆瓦时 / 万元	0.1074	0.1245	0.2553
万元增加值综合能耗（可比价）	兆瓦时 / 万元	0.2213	0.2474	0.4660
水资源消耗强度 ⁷	吨 / 吨	1.84	1.78	1.76
年度新鲜水用水量	万吨	748.72	799.20	1,298.03
重复用水量	万吨	115.66	128.89	276.31
重复用水率 ⁸	%	13.38	13.39	17.55
废水排放量	万吨	126.40	111.83	156.14
废水污染物排放量	吨	8.62	10.13	16.15
废水污染物排放浓度 ⁹	毫克 / 吨	6,820.02	9,060.09	10,344.56
废气污染物排放量	吨	0.31	1.29 ¹⁰	1.57
废气污染物排放浓度 ¹¹	毫克 / 立方米	-	113.512	0.717
一般工业固体废物产生量	吨	417.30	1,420.71	4,147.32 ¹²
危险废弃物产生量	吨	3.80	7.60	23.83 ¹³
危险废弃物排放密度 ¹⁴	吨 / 万元	0.0000030	0.0000056	0.0000176
一般工业固体废物排放密度 ¹⁵	吨 / 万元	0.000331	0.001051	0.003067
SO ₂ 排放量 ¹⁶	吨	0.037	0.055	0.058
COD 排放量 ¹⁷	吨	7.61	9.44	14.34
氮氧化物排放量	吨	0.31	0.11	0.19

⁴ 公司在生产经营过程中从外部购买的总电量。

⁵ 综合能耗以《综合能耗计算通则》（GB/T 2589-2020）为计算依据，2024 年电力 29,547.74 万千瓦时（换算系数 0.1229 kgce/kwh），天然气 130.65 万立方米（换算系数 1.33kgce/m³），汽油 28.8 吨（换算系数 1.4714 kgce/kg），外购热力 127,206.12 百万千焦（换算系数 0.0341kgce/MJ）。

⁶ 公司产业链扩张、产量增加，新增加注塑工艺，导致综合能源消费量增加。

⁷ 计算公式为：水资源消耗强度 = 年度新鲜用水量 / 年自有工厂合格产品产量。

⁸ 公司生产经营过程中重复利用的水量占总用水量的比例。计算公式为：重复用水量 / （重复用水量 + 年度新鲜用水量）。

⁹ 计算公式为：废水污染物排放量（氨氮、COD）/ 废水排放量。

¹⁰ 2022 年公司未增加注塑工艺，因此公司无 VOCs 排放量；2023 年后陆续增加注塑工艺，导致废弃污染物排放量增加。

¹¹ 计算公式为：废气污染物排放量（VOCs、SO₂、NO₂）/ 废气处理装置处理的废气量。2024 年新增废气治理设施 25 套，在过往工艺合规处置的基础上有效降低废气污染物排放浓度。

¹² 新工厂、新产线投入生产，饮料产量增加，以及工厂增加注塑工艺，共同导致数值上升。

¹³ 新工厂、新产线投入生产,饮料产量增加,工厂增加注塑工艺,以及工厂开展人车分流规划工作,画线工艺增加油漆使用量,共同导致数值上升。

¹⁴ 每万元收入产生的危险废弃物重量。计算公式为：危险废弃物排放密度 = 危险废弃物产生量 / 年收入金额。

¹⁵ 每万元收入产生的一般工业固体废弃物的重量。计算公式为：一般工业固体废物排放密度 = 一般工业固体废物产生量 / 年收入金额。

¹⁶ 公司的 SO₂主要来自于公务用车的排放。

¹⁷ 公司在生产经营过程中直接排放到自然水体的废水中含化学需氧量与排放到市政管网的废水中含化学需氧量之和。

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
氨氮排放量 ¹⁸	吨	1.01	0.69	1.81
一般工业固体废弃物综合利用量	吨	124.70	428.49	4,147.32
危险废弃物处置量	吨	10.86	6.97	27.39
包材消耗总量	吨	613,271.26	471,023.84	566,556.46
可回收、可重复使用或可堆肥材料制成的包装材料使用比例 ¹⁹	%	>99	>99	>99
不可再生包装材料使用比例 ²⁰	%	<12	<12	<12
一般工业固体废弃物综合利用率	%	29.88	30.16	100
碳排放强度 ²¹	吨 / 万元	0.0567	0.0637	0.1274
温室气体排放量 ²²	二氧化碳当量(吨)	71,645.9	86,162.0	172,285.8
单位产品温室气体排放量 ²³	二氧化碳当量(吨) / 吨	0.02	0.02	0.02
温室气体排放强度 ²⁴	吨二氧化碳当量 / 万元	0.0568	0.0638	0.1274
范围一温室气体排放量 ²⁵ （直接温室气体排放）	二氧化碳当量(吨)	2,084.9	2,167.1	2,946.1
范围二温室气体排放量（间接温室气体排放）	二氧化碳当量(吨)	69,561.0	83,994.9	169,339.7
温室气体减排量	二氧化碳当量(吨)	0	2,520.83	17,684.57
范围一温室气体减排量	二氧化碳当量(吨)	0	0	0
范围二温室气体减排量	二氧化碳当量(吨)	0	2,520.83	17,684.57
运营影响栖息地濒危物种数量	种	0	0	0
环保培训总时长	小时	3,238	8,988	10,884
环保培训参与人次	万人次	3.2	8.9	7.3
环境领域违法违规事件	件	0	0	0
伙伴责任				
合作供应商数量	家	1,277	1,260	1,054
中国大陆供应商数量	家	1,269	1,252	1,047
中国港澳台供应商数量	家	4	7	7
海外供应商数量	家	4	1	0
考核评价的供应商数量	家	232	272	312
因不合规被中止合作的供应商数量	家	2	2	4

¹⁸ 公司在生产经营过程中直接排放到自然水体的废水中含氨氮量与排放市政管网的废水中含氨氮量之和。

¹⁹ 计算公式为：可回收、可重复使用或可堆肥制成的包装材料使用量 / 产品所有包装材料使用量 *100%。

²⁰ 计算公式为：不可再生的包装材料使用量 / 产品所有包装材料使用量 *100%。

²¹ 每万元收入的二氧化碳排放量。计算公式为：碳排放强度 = 年度二氧化碳排放总量 / 年收入金额。

²² 公司所拥有或控制的业务在生产经营中产生的范围一、范围二温室气体排放总量，系数折算主要参照《2006 年 IPCC 国家温室气体清单指南 (2019 修订版) 》标准，ISO 14064-1 标准以及生态环境部发布的《关于发布 2022 年电力二氧化碳排放因子的公告》中的相关规定确定了合理的折算系数 / 排放因子，单位为二氧化碳当量（吨）。

²³ 计算公式为：单位产品温室气体排放量 = 年度温室气体排放总量 / 年自有工厂合格产品产量。

²⁴ 每万元收入的温室气体排放量。计算公式为：温室气体排放强度 = 年度温室气体排放总量 / 年收入金额。

²⁵ 公司生产经营所消耗能源（汽油、天然气）直接产生的排放量，单位为二氧化碳当量（吨）。温室气体排放核算所采用的系数主要依据为《2006 年 IPCC 国家温室气体清单指南 (2019 修订版) 》。

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
因不合规被否决的潜在供应商数量	家	0	0	0
受到经济、社会或环境方面处罚的供应商数量	家	0	23	12
ESG 培训覆盖供应商数量	家	-	-	238
参与编制并发布行业规范、标准	份	1	1	8
公共责任				
工伤保险投入额	万元	353.6	403.3	537.2
安全生产责任险投入额	万元	3.2975	2.6709	2.3317
安全生产投入	万元	502	384	447
安全培训覆盖率	%	100	100	100
安全培训人次	万人次	33.72	34.35	33.91
安全培训累计学时	小时	343,238	378,988	381,860
相关方安全培训学时	小时	23,205.26	16,113.52	15,564.7
安全应急演练次数	次	59	83	127
安全应急演练参与人次	人次	3,355	5,220	5,042
专职安全管理人员数量	人	26	29	46
安全生产事故数	起	0	0	0
因工亡事故数 ²⁶	起	0	0	0
千人死亡率	‰	0	0	0
事故死亡数	人	0	0	0
一般及以上事故发生数	起	0	0	0
因工伤损失工作日数	天	-	550	529
职业病事故	起	0	0	0
乡村振兴总投入金额	万元	-	-	309
社会贡献投入金额	万元	-	-	687.5
社会贡献活动参与人次	人次	-	-	1,037
社会贡献活动累计参与时长	小时	-	-	11,279

²⁶ 公司生产经营过程中发生安全生产死亡事故数，因工伤死亡的判定依据《工伤保险条例》中的相关规定。

指标索引

香港联交所 ESG 指标索引

环境、社会及管治范畴与一般披露及关键绩效指标（KPI）			回应
环境			
A1：排放物	一般披露 有关废气排放、向水及土地的排污、有害及无害废弃物的产生等的：a）政策；及 b）遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		第二章 附录 ESG 政策列表
	A1.1	排放物种类及相关排放数据。	第二章 附录数据列表
	A1.3	所产生有害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	附录数据列表
	A1.4	所产生无害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	附录数据列表
	A1.5	描述所订立的排放量目标及为达到这些目标所采取的步骤。	第二章
	A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法，及描述所订立的减废目标及为达到这些目标所采取的步骤。	第二章
A2：资源使用	一般披露 有效使用资源（包括能源、水及其他原材料）的政策。		第二章 附录 ESG 政策列表
	A2.1	按类型划分的直接及 / 或间接能源（如电、气或油）总耗量（以千个千瓦时计算）及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	第二章
	A2.2	总耗水量及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	附录数据列表
	A2.3	描述所订立的能源使用效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。	第二章
	A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题，以及所订立的用水效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。	第二章
	A2.5	制成品所用包装材料的总量（以吨计算）及（如适用）每生产单位占量。	第二章 附录数据列表
A3：环境及天然资源	一般披露 减低发行人对环境及天然资源造成重大影响的政策。		第二章 附录 ESG 政策列表
	A3.1	描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。	第二章
社会			
B1：雇佣	一般披露 有关薪酬及解雇、招聘及晋升、工作时数、假期、平等机会、多元化、反歧视以及其他待遇及福利的：a）政策；及 b）遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		第三章 附录 ESG 政策列表
	B1.1	按性别、雇佣类型（如全职或兼职）、年龄组别及地区划分的雇员总数。	附录数据列表
	B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	附录数据列表
B2：健康与安全	一般披露 有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的：a）政策；及 b）遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		第三章 附录 ESG 政策列表
	B2.1	过去三年（包括汇报年度）每年因工亡故的人数及比率。	附录数据列表
	B2.2	因工伤损失工作日数。	附录数据列表
	B2.3	描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法。	第三章

环境、社会及管治范畴与一般披露及关键绩效指标（KPI）			回应
B3：发展及培训	一般披露 有关提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策。描述培训活动。		第三章 附录 ESG 政策列表
	B3.1	按性别及雇员类别（如高级管理层、中级管理层）划分的受训雇员百分比。	附录数据列表
	B3.2	按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数。	附录数据列表
B4：劳工准则	一般披露 有关防止童工或强制劳工的：a）政策；及 b）遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		第三章 附录 ESG 政策列表
	B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	第三章
	B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	第三章
B5：供应链管理	一般披露 管理供应链的环境及社会风险政策。		第三章 附录 ESG 政策列表
	B5.1	按地区划分的供应商数目。	附录数据列表
	B5.2	描述有关聘用供应商的惯例，向其执行有关惯例的供应商数目、以及相关执行及监察方法。	第三章
	B5.3	描述有关识别供应链每个环节的环境及社会风险的惯例，以及相关执行及监察方法。	第三章
	B5.4	描述在拣选供应商时促使多用环保产品及服务的惯例，以及相关执行及监察方法。	第三章
B6：产品责任	一般披露 有关所提供产品和服务的健康与安全、广告、标签及隐私事宜以及补救方法的：a）政策；及 b）遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		第三章 附录 ESG 政策列表
	B6.1	已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。	附录数据列表
	B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	第三章
	B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	第一章
	B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。	第三章
	B6.5	描述消费者资料保障及隐私政策，以及相关执行及监察方法。	第三章
B7：反贪污	一般披露 有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的：a）政策；及 b）遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		第一章 附录 ESG 政策列表
	B7.1	于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	第一章
	B7.2	描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。	第一章
	B7.3	描述向董事会及员工提供的反贪污培训。	第一章
B8：社区投资	一般披露 有关以社区参与来了解营运所在社区需要和确保其业务活动会考虑社区利益的政策。		第三章 附录 ESG 政策列表
	B8.1	专注贡献范畴（如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育）。	第三章
	B8.2	在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。	第三章

报告评级

《华润饮料（控股）有限公司 2024 年度可持续发展报告》评级报告

受华润饮料（控股）有限公司委托，“中国企业社会责任报告评级专家委员会”抽选专家组成评级小组，对《华润饮料（控股）有限公司 2024 年度可持续发展报告》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

中国企业改革与发展研究会、责任云研究院《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG 6.0）》暨“中国企业社会责任报告评级专家委员会”《中国企业可持续发展报告评级标准（2025）》。

二、评级过程

- 1. 评级小组审核确认《报告》编写组提交的《企业社会责任报告过程性资料确认书》及相关证明材料；
- 2. 评级小组对《报告》编写过程及内容进行评价，拟定评级报告；
- 3. 评级专家委员会副主席、评级小组组长、评级小组专家共同签审评级报告。

三、评级结论

过程性（★★★★★）

公司设定董事会作为可持续发展管理的最高决策机构，全面监督可持续发展工作事宜，同步设立可持续发展委员会，负责社会责任及 ESG 相关事宜的监督和管理；将报告定位为披露履责信息、完善社会责任管理、强化利益相关方沟通、彰显企业品牌形象的重要工具，功能价值定位明确；根据国内外社会责任标准、行业对标分析、公司重大战略、利益相关方调查等识别实质性议题；按照香港联交所对上市公司 ESG 工作的要求，修订《华润饮料社会责任及 ESG 工作管理办法》，并制定《华润饮料环境、社会及治理（ESG）信息管理手册》，构建起体系化的 ESG 管理框架，不断提高可持续发展管理水平；计划通过官方网站发布报告，并将以电子版、印刷品、长图版等多种形式呈现报告，具有卓越的过程性表现。

实质性（★★★★★）

《报告》系统披露了“应对气候变化”“水资源利用”“产品和服务安全与质量”“产品标签合规、广告宣传合规”“健康与营养”“职业健康与安全生产”等酒、饮料和精制茶制造业关键性议题，叙述详细充分，具有卓越的实质性表现。

完整性（★★★★★）

《报告》主体内容从“治理篇|稳中求进，赋能可持续高质量发展”“环境篇|低碳转型，共绘绿色发展新画卷”“社会篇|信任相伴，让生活因你我更美好”等角度系统披露了酒、饮料和精制茶制造业核心指标的 93.65%，完整性表现卓越。

平衡性（★★★★★）

《报告》披露了“员工流失率”“安全生产事故数”“因工亡事故数”“一般及以上事故发生数”“职业病事故”“环境领域违法违规事件”等负面数据信息，并简述负面案例客户投诉产品空瓶的应对措施，具有卓越的平衡性表现。

可比性（★★★★★）

《报告》披露了“资产总额”“纳税总额”“女性管理者比例”“研发投入”“节能减排技术改造投入”“水资源消耗强度”“安全应急演练次数”等 139 个关键指标连续 3 年的对比数据，并就“连续 13 年在中国饮用纯净水市场保持排名第一（2012-2024 年）”“2024 年在中国菊花茶饮料市场排名第一”等进行横向比较，可比性表现卓越。

可读性（★★★★★）

《报告》采用 ESG 型框架，系统展现了在环境、社会、管治中的履责理念、实践与成效，框架结构清晰，重点议题突出；设置“2024 大事记”，集中展示企业年度履责重点实践，回应利益相关方期望；封面设计采用实景照片风格，通过水滴元素突出呈现企业履责亮点，章节跨页设计采用具有企业特点的高清大图，增强企业辨识度；设置“利益相关方感言”佐证企业履责成效，嵌入二维码延伸解读报告内容，强化了报告的传播性和沟通力；设置“播撒‘希望’的种子，唱响乡村振兴的美好”责任故事，凸显了企业履责意义，增强了报告的易读性和趣味性，具有卓越的可读性表现。

创新性（★★★★★）

《报告》设置 3 篇责任专题，聚焦企业履责重点，彰显了企业的责任引领；强化 ESG 管理，构建完善的 ESG 管理体系，制定 ESG 管治架构、ESG 战略框架以及相应的制度体系、指标体系和目标管理体系，进一步推动可持续发展工作管理制度的完善；参与《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG 6.0）之一般框架》及《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG 6.0）之酒、饮料和精制茶制造业》两项 ESG 信息披露指南的编制研究工作，提升可持续发展工作的系统性，创新性表现卓越。

综合评级（★★★★★+）

经评级小组评价，《华润饮料（控股）有限公司 2024 年度可持续发展报告》的过程性、实质性、完整性、平衡性、可比性、可读性及创新性均达到五星级，综合为“五星佳”级，是企业社会责任报告中的典范。



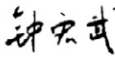
华润饮料可持续发展报告连续六年获得五星级、连续第二年获得五星佳级评价

四、改进建议

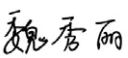
- 1. 增加行业核心指标的披露，进一步提升报告的完整性。



评级专家委员会副主席



评级小组组长



评级小组专家

出具时间：2025 年 4 月 18 日



扫码查看企业评级档案

鉴证声明



独立有限保证鉴证报告

DTT(25)BAR00009

华润饮料（控股）有限公司董事会：

我们接受委托，对华润饮料（控股）有限公司（以下简称“华润饮料”）编制的《华润饮料（控股）有限公司 2024 年度可持续发展报告》（以下简称“可持续发展报告”）中选定的 2024 年度关键绩效指标执行了有限保证的鉴证业务。

一、鉴证对象信息

本次鉴证业务的鉴证对象信息包括以下可持续发展报告附录——数据列表中选定的 2024 年度关键绩效指标：

- 员工总数
- 女性员工数量
- 购买电力
- 综合能源消费量
- 可再生能源消耗量
- 水资源消耗强度
- 年度新鲜水用水量
- 重复用水率
- 一般工业固体废弃物综合利用量
- 危险废弃物处置量
- SO₂ 排放量
- COD 排放量
- 氮氧化物排放量
- 氨氮排放量
- 温室气体排放量
- 单位产品温室气体排放量
- 范围一温室气体排放量（直接温室气体排放）
- 范围二温室气体排放量（间接温室气体排放）
- 因工亡事故数
- 职业病事故

我们的鉴证工作仅限于以上 2024 年可持续发展报告中选定的 2024 年度关键绩效指标，不涵盖其他在 2024 年可持续发展报告中披露，但未包含列示于“一、鉴证对象信息”中的信息，以及 2023 年及以前年度关键绩效指标以及其他信息。

二、鉴证对象信息的编制标准

华润饮料可持续发展报告中选定的 2024 年度关键绩效指标按照本报告后附的关键绩效指标编制标准（以下简称“编制标准”）编制。

三、治理层和管理层的责任

确定适当的编制标准，并按照编制标准编制可持续发展报告中选定的 2024 年度关键绩效指标是华润饮料管理层的责任。这种责任包括设计、执行和维护与关键绩效指标相关的内部控制，以使其不存在由于舞弊或错误而导致的重大错报。

华润饮料治理层负责监督华润饮料的 2024 年可持续发展报告的编制过程。

四、编制标准的固有限制

我们提请使用者注意，针对非财务数据，尚无公认的评估和计量标准体系作为统一的编制标准，这将会影响公司间相关数据的可比性。

五、我们的独立性与质量管理

我们遵守了国际会计师职业道德准则理事会颁布的国际会计师职业道德守则（包括国际独立性标准）中对独立性及其他职业道德的要求。该职业道德守则以诚信、客观、专业胜任能力及勤勉尽责、保密和良好职业行为为基本原则。

本事务所遵循了国际审计与鉴证准则理事会颁布的《国际质量管理准则第 1 号——执行财务报表审计和审阅，或其他鉴证业务或其他相关业务的事务所质量管理》的要求。该质量管理准则要求会计师事务所设计、实施和运行质量管理体系，包括与遵守职业道德、职业准则和法律法规要求相关的政策和程序。

六、我们的责任

我们的责任是根据《国际鉴证业务准则第 3000 号（修订版）——历史财务信息审计或审阅以外的鉴证业务》的规定执行鉴证工作，在执行鉴证工作的基础上对 2024 年可持续发展报告中选定的 2024 年度关键绩效指标是否在所有重大方面按照编制标准编制发表有限保证的鉴证结论。我们相信，我们获取的证据是充分、适当的，为发表有限保证的鉴证意见提供了基础。

七、实施的鉴证工作

有限保证鉴证业务所实施的程序的性质和时间与合理保证鉴证业务有所不同，且范围小于合理保证鉴证业务。因此，有限保证鉴证业务获取的保证程度远低于合理保证鉴证业务。我们不会就可持续发展报告中选定的 2024 年度关键绩效指标是否在所有重大方面按照编制标准编制发表合理保证的意见。我们的鉴证工作包括识别可持续发展报告中选定的 2024 年度关键绩效指标可能存在重大错报的领域，设计和执行鉴证程序以应对这些识别出的领域，并获取相应的证据。我们执行的鉴证程序取决于我们的专业判断以及对鉴证业务风险的评估。

我们所执行的具体鉴证程序包括：

- 与华润饮料负责收集、整理和披露信息的管理层和员工进行访谈，以了解与关键绩效指标有关的编制流程；
- 抽样检查相关支持性文件；
- 对选定的关键绩效指标实施分析性程序；
- 重新计算选定的关键绩效指标。

八、有限保证鉴证结论

基于已实施的程序及获取的证据，我们没有注意到任何事项使我们相信可持续发展报告中选定的 2024 年度关键绩效指标未能在所有重大方面按照编制标准编制。

九、本报告的使用范围

本报告仅为华润饮料编制可持续发展报告之用，并不适合及不能用作其他用途。我们不会对除华润饮料董事会以外的任何第三方承担任何责任。



附：选定的关键绩效指标编制标准

1. 员工总数：截至 2024 年 12 月 31 日与华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司直接签署劳动合同的在岗职工总人数。
2. 女性员工数量：截至 2024 年 12 月 31 日与华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司直接签署劳动合同的在岗女性职工人数。
3. 购买电力：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中从外部购买的总电量，单位为兆瓦时。
4. 综合能源消费量：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中各类能源（电力、汽油、天然气、热力）消耗总量，单位为兆瓦时。能源系数折算主要参考《综合能耗计算通则》（GB/T 2589-2020）中的相关规定确定的合理的折算系数/因子。
5. 可再生能源消耗量：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司在生产经营过程中所消耗的来源于单独签约或自发自用的可再生能源电量，单位为兆瓦时。
6. 水资源消耗强度：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中每单位产品产量所消耗的水资源量，计算公式为：年度新鲜水用水总量 / 2024 年自有工厂合格产品产量，单位为吨/吨。
7. 年度新鲜水用水量：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中从各种水源直接提取或者从市场购买的用于厂区、办公区内工业生产活动的用水数量，单位为万吨。
8. 重复用水率：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中重复利用的水量占总用水量的比例，计算公式为 重复用水量万吨 / （重复用水量万吨 + 年度新鲜水用水量万吨）* 100%。
9. 一般工业固体废物综合利用量：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中综合利用的一般工业固体废物数量，单位为吨。
10. 危险废弃物处置量：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中处理或消纳的危险废物数量，单位为吨。
11. SO₂ 排放量：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营活动中自有锅炉和公务车辆所排放的二氧化硫气体总量，单位为吨。
12. COD 排放量：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中直接排放到自然水体的废水中含化学需氧量与排放到市政管网的废水中含化学需氧量之和，单位为吨。

编写人员名单

13. 氮氧化物排放量：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司
连同其附属公司生产经营过程中所排放的氮氧化物气体总量，单位为吨。
14. 氨氮排放量：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同
其附属公司生产经营过程中直接排放到自然水体的废水中含氨氮量与排放市政管网的废水
中含氨氮量之和，单位为吨。
15. 温室气体排放量：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司
连同其附属公司所拥有或控制的业务在生产经营中产生的范围一、范围二温室气体排放总
量，系数折算主要参照《2006 年 IPCC 国家温室气体清单指南 2019 修订版》标准，ISO
14064-1 标准以及生态环境部发布的《关于发布 2022 年电力二氧化碳排放因子的公告》
中的相关规定确定了合理的折算系数/排放因子，单位为二氧化碳当量（吨）。
16. 单位产品温室气体排放量：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）
有限公司连同其附属公司生产经营过程中单位产品总量的温室气体排放密度，计算公式为：
温室气体排放总量除以 2024 年自有工厂合格产品产量，单位为二氧化碳当量（吨）/吨。
17. 范围一温室气体排放量（直接温室气体排放）：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，
华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营所消耗能源（汽油、天然气）直接产
生的排放量，单位为二氧化碳当量（吨）。温室气体排放核算所采用的系数主要依据为
《2006 年 IPCC 国家温室气体清单指南 2019 修订版》。
18. 范围二温室气体排放量（间接温室气体排放）：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，
华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中所消耗外购电力和外购热力间
接产生的排放量，单位为二氧化碳当量（吨）。温室气体排放核算所采用的系数为生态环
境部发布的《关于发布 2022 年电力二氧化碳排放因子的公告》中提到的全国电力平均二
氧化碳排放因子 0.5856 kgCO₂/kWh。
19. 因工亡事故数：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司
连同其附属公司生产经营过程中发生安全生产死亡事故数，因工伤死亡的判定依据《工伤
保险条例》中的相关规定。
20. 职业病事故：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同
其附属公司受职业病危害因素影响的在岗职工发生疑似职业病或确诊职业病人数数量。

华润饮料 2024 年度可持续发展报告编写人员名单

主 编：张伟通			
副 主 编：彭凯闻			
执行主编：卢舒倩		周 睿	
责任编辑：舒方银	罗慧琳	王雪薇	段旭劼
汤 伟	王雷鸣	朱 佳	李小康
庄新伟	王 庆	叶国舟	秦日海
陈奕彤	王如意	蔡晓璇	刘雄辉
蒋雨菲	胡建旗	黄星扬	吴楚红
庄小楠	（排名不分先后）		

意见反馈

尊敬的读者：

您好！感谢您阅读本报告。

为持续改进华润饮料可持续发展工作及可持续发展报告编制工作，我们特别希望倾听您的意见和建议。

1. 您属于哪一类利益相关方？

- ☐政府
 ☐监管机构
 ☐股东
 ☐客户
 ☐员工
 ☐供应商
- ☐经销商
 ☐合作伙伴
 ☐公众
 ☐社区
 ☐媒体
 ☐其他

2. 您对公司可持续发展报告的总体评价：

- ☐好
 ☐较好
 ☐一般
 ☐差
 ☐不了解

3. 您认为本报告是否能反映公司对经济、社会和环境的重大影响？

- ☐能
 ☐一般
 ☐不了解

4. 您认为本报告所披露信息、数据、指标的清晰、准确、完整度如何？

- ☐高
 ☐较高
 ☐一般
 ☐较低
 ☐低

5. 您认为公司在服务客户、保护相关方利益方面做得如何？

- ☐好
 ☐较好
 ☐一般
 ☐差
 不了解

6、您对公司可持续发展工作和本报告的其他意见和建议，欢迎在此提出：

再次感谢您的大力支持与配合！

扫码参与
线上意见反馈





華潤飲料
CR BEVERAGE

股票代码
02460.HK

地址：广东省深圳市南山区朗山路22号深圳高新技术产业园区（北区）

邮编：518057

联系电话：0755-26983333

网址：<https://www.crbeverage.com>