

A股代码:605499. SH
H股代码:09980. HK



2025年度

可持续发展报告

Sustainability Report



东鹏饮料(集团)股份有限公司
EASTROC BEVERAGE (GROUP) CO.,LTD.

目录

关于本报告	02
董事长致辞	04
董事会声明	06
关于东鹏饮料	08
2025 年亮点绩效	10
荣誉及奖项	12

可持续发展管治

可持续发展治理架构	14
双重重要性评估	16

01

与自然共生 与绿色同行

应对气候变化	20
守护生命之源	31
践行绿色运营	34
推动循环再生	36
生态环境保护	41

03

以合规为基 与稳健同行

利益相关方权益	96
夯实治理根基	98

02

与价值共鸣 与伙伴同行

共创幸福职场	44
员工健康与安全	49
赋能人才成长	54
打造责任供应链	60
研发创新引领	66
坚守匠心品质	78
客户权益保护	84
共建美好社会	88

附录

报告标准索引表	103
ESG 绩效表	105
释义索引	112
意见反馈表	113

关于本报告

报告简介

本报告是东鹏饮料（集团）股份有限公司发布的第五份可持续发展报告。秉承客观、规范、透明和全面的原则，本报告详细披露了 2025 年度东鹏饮料为实现可持续发展采取的实践举措以及取得的成效。

报告范围

时间范围：本报告的时间范围是2025年1月1日至2025年12月31日。为提高报告的可比性和完整性，部分表述及数据适当追溯和延伸。

组织范围：如无特别说明，本报告覆盖东鹏饮料及其子公司（具体详见东鹏饮料2025年年度报告）。

发布周期

本报告为可持续发展报告，每年度发布一次。

编制依据

- 《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》
- 《上海证券交易所上市公司自律监管指南第 4 号——可持续发展报告编制》
- 香港联合交易所有限公司《主板上市规则》附录 C2《环境、社会及管治报告守则》
- 全球报告倡议组织《GRI 可持续发展报告标准 (GRI Standards)》
- 中国企业改革与发展研究会《中国企业可持续发展报告指南 (CASS-ESG 6.0)》
- 气候相关财务信息披露 (TCFD) 框架
- 联合国可持续发展目标 (SDGs)
- 可持续发展会计准则委员会 (SASB) 准则

数据来源与说明

报告使用数据来源包括公司实际运行的原始数据、年度财务数据、内部相关统计报表、第三方问卷调查等。本报告的财务数据以人民币为单位，若有与财务报告不一致之处，以财务报告为准。

释义说明

为便于表达，“东鹏饮料（集团）股份有限公司”也使用“东鹏饮料”“公司”“我们”等称谓。

报告获取与反馈

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

若对报告有任何意见或建议，请通过以下方式联系我们。

联系人：东鹏饮料董事会办公室

地址：广东省深圳市南山区桃源街道珠光北路 142 号众冠红花岭工业西区 3 栋 1 楼

电话：0755-26980181

电子邮箱：dpesg@szeastroc.com

董事长致辞

商业向善，打造东鹏可持续能量

我们始终相信，企业存在的本质是为社会解决问题；企业发展的最终目标是回馈社会。东鹏饮料以使命为纲，致力于为消费者提供健康功效饮品、为员工搭建事业平台、为股东创造合理回报。作为负责任的企业公民，我们深知，企业的真正价值，不仅体现在经营业绩上，更彰显于对环境的敬畏守护、对社会的责任担当和对合规治理的坚定践行。

2025 年，是东鹏饮料厚积薄发、扬帆出海的关键之年。我们将 ESG 理念深度融入企业发展战略与经营全流程，以拼搏激发动能，以责任驱动增长，实现了资本市场与消费市场的双线突破，坚定从中国能量饮料领军者向全球领先的综合性饮料集团稳步迈进。

以治为舵，行稳致远

我们持续完善现代治理体系，将可持续发展上升至公司战略核心，构建科学高效、合规透明的治理架构。我们以稳健治理筑牢信任根基，以规范运营护航长远发展，推动东鹏饮料在全球化征程中公司治理更加规范，管理更加科学，行得更稳、走得更远。

向绿而行，守护生态

我们积极响应国家“双碳”战略，坚守绿色低碳发展理念，推进产品全生命周期绿色管理，以技术创新推进节能降碳和资源循环。作为与老百姓日常烟火生活息息相关的消费品牌，东鹏饮料始终敬畏自然、守护生态，让绿色健康成为企业高质量发展的鲜明底色。

诚信为本，共生共赢

2025 年，东鹏饮料员工已经超过 1.2 万名，这是公司最宝贵的财富和未来发展的底气。我们坚持“简单、诚信、协作、拼搏”的核心价值观，持续完善人才发展与权益保障体系，以务实举措守护员工健康，提升员工福祉，让每一份努力都被看见、让每一位脚踏实地的奋斗者都能熠熠生辉，成就自我价值。

自创业至今，我们始终坚持“平等互利、合规经营、诚实守信、共生共赢”的合作原则，严守合法合规底线，以商业规则筑牢长期合作根基，以契约精神夯实伙伴信任基石，与供应商、经销商及各界合作伙伴同心聚力、携手前进，共建健康有序、共生共赢的良性商业生态。

质量为先，健康为本

作为专注为消费者提供健康功效饮品的饮料企业，我们始终将质量和健康视为企业生存和发展的根本。我们以严苛标准筑牢消费者的食品安全防线，确保每一瓶出厂饮料 100% 合格，让消费者喝的放心；我们紧跟健康化、低糖化、绿色化的时代发展趋势，以创新驱动产品迭代升级，不断满足国民对健康生活的美好向往，以更健康、更优质的产品回馈消费者对东鹏品牌的长久信赖。

坚守初心，回馈社会

我们始终坚守“让爱更有能量”的初心，主动融入国家发展大局，积极投身公益慈善、乡村振兴与社会服务等各项事业，以点滴善意汇聚爱心暖流，尽己所能传递社会温暖，用责任与担当诠释企业情怀，以赤诚之心回馈社会，助力和谐社会建设。

展望未来，东鹏饮料将继续坚守初心，以更高标准的要求，更负责任的态度和更落地的行动，践行民族企业社会责任，把可持续发展理念深度融入企业经营全过程，让绿色、健康、责任成为企业长期发展的坚实底色。

愿我们携手并肩，以可持续发展为翼，助力东方大鹏飞跃全球，共创绿色健康、美好繁荣的新未来！

东鹏饮料集团董事长兼 CEO

2026 年 3 月



董事会声明

东鹏饮料（集团）股份有限公司董事会高度重视环境、社会及管治（以下简称“ESG”）工作，逐步完善 ESG 管治机制，持续健全 ESG 管治架构，加强董事会在公司 ESG 事宜的监督与参与力度，忠实履行企业社会责任，谋求长期稳健发展。

ESG 管治

作为本公司最高管治机构，董事会对 ESG 事宜承担全部责任，并授权战略与可持续发展委员会协助董事会管理及决策 ESG 相关事宜。战略与可持续发展委员会负责审议公司的 ESG 战略、目标、政策方针、风险机遇评估等事宜，并向董事会汇报。在董事会战略与可持续发展委员会领导下，由公司 ESG 管理委员会、ESG 执行小组及专项议题组负责贯彻落实可持续发展各项事宜。有关战略与可持续发展委员会、ESG 管理委员会及 ESG 执行小组的详细信息，请参阅本报告“可持续发展治理”小节。

ESG 风险管理

东鹏饮料高度重视 ESG 风险可能对公司产生的重大影响，持续评估相关风险与机遇的可能性及影响程度，并制定了有针对性的应对计划及措施以管控业务运营所涉及的可持续发展风险。董事会战略与可持续发展委员会审议评估公司可持续发展的风险与机遇，监督公司的风险管理及内部监控系统的有效运行。

ESG 目标管理

东鹏饮料设定了与业务高度关联的 ESG 目标，采取切实可行的举措推进既定目标落实。董事会战略与可持续发展委员会定期审阅与检视可持续发展目标的进展情况。



关于东鹏饮料

公司简介

东鹏饮料，全称东鹏饮料（集团）股份有限公司，国内 A+H 股两地上市公司（605499.SH,09980.HK），主营业务为饮料的研发、生产和销售。公司业务发展迅速，2021 年 -2025 年营收和利润年复合增长超过 **30%**，2025 年财务营收突破 **200 亿**，是同时具备规模性与全面可持续发展的饮料行业头部企业。

作为中国能量饮料先行者，东鹏饮料集团成功塑造了中国能量饮料第一品牌“东鹏特饮”，让“累了困了喝东鹏特饮”的功能价值与“年轻就要醒着拼”的精神主张深入人心。

公司深刻洞察消费者需求，不断推陈出新，全力推进“1+6”多品类战略，致力成为中国领先的饮料集团。公司新推出的补水啦、大咖、焙好茶、果之茶、

上茶、港氏奶茶、海岛椰等产品广受消费者喜爱。

公司总部设在深圳市南山区，并在广州、东莞、汕尾、滁州、衢州、南宁、重庆、长沙、昆明、天津、中山、海口、成都等地自主建设 **14 大生产基地**，2025 年建成投产的基地有 **10 个**，饮料年产量约 **579 万吨**。

东鹏饮料集团积极推动数智化变革创新，率先采用一物一码、瓶箱关联等技术，打造行业领先的智能营销解决方案，极大提升渠道和销售管理效率。截至 2025 年，东鹏饮料拥有累计不重复扫码用户 **2.9 亿**。

公司建立起网点多、覆盖广、渗透强的全国性销售网络渠道，地级城市覆盖率达到 **100%**，全国活跃终端网点超 **450 万家**，目前正在积极布局海外市场。

企业文化

愿景

让奋斗者拥有拼搏的能量

战略目标

成为中国能量饮料第一品牌

使命

为消费者提供健康功效饮品
为员工搭建事业平台
为股东创造合理回报

核心价值观

简单：

因为信任，所以简单；
因为简单，所以高效；
简单相处，用心做事

诚信：

赢得最佳诚信雇主；
成为最优诚信伙伴；
成就最好诚信员工

协作：

有人负责，我全力配合；
没人负责，我主动负责

拼搏：

拼一把，成就自我价值；
搏全力，达成东鹏目标

持续的高质量增长

2021 年 -2025 年营收和利润年复合增长超过

30%

领先的行业地位

能量饮料销售额与销售量

中国第一

广泛的市场渗透

2.9 亿+
累计不重复扫码消费者

约 **450 万**
全国终端销售网点



2025 年亮点绩效

环境绩效

清洁电力消费量达
4,130,436 千瓦时



能源消耗密度为
4.09 吨标煤 / 人民币百万元营收

温室气体排放（范围一和范围二）
强度较 2024 年下降
10%

环保投入
23,351,153.76 元

污染物排放达标率
100%

生产基地吨产品水耗较 2024 年下降
8.7%

再生 / 回用水年回收水量达
989,964.40 吨

节水量
723,566.08 吨

再生 / 回用水使用量为
596,046.50 吨

截至报告期末，已有
8 个生产基地
获得 ISO 14001 环境管理体系认证

中水回用率为
5.02%

公司治理绩效

发布定期公告和临时公告共计
84 份

投资者沟通活动
335 场

社会绩效

研发投入
6,633.84 万元

2025 年新增授权专利
9 项

截至报告期末有效专利
93 项

其中有效发明专利
21 项

有效实用新型专利
72 项

员工数量
12,376 人

员工培训覆盖率
100%

职业健康体检率
100%

对外捐赠及公益项目总投入超
2,300 万元人民币

荣誉及奖项

社会责任

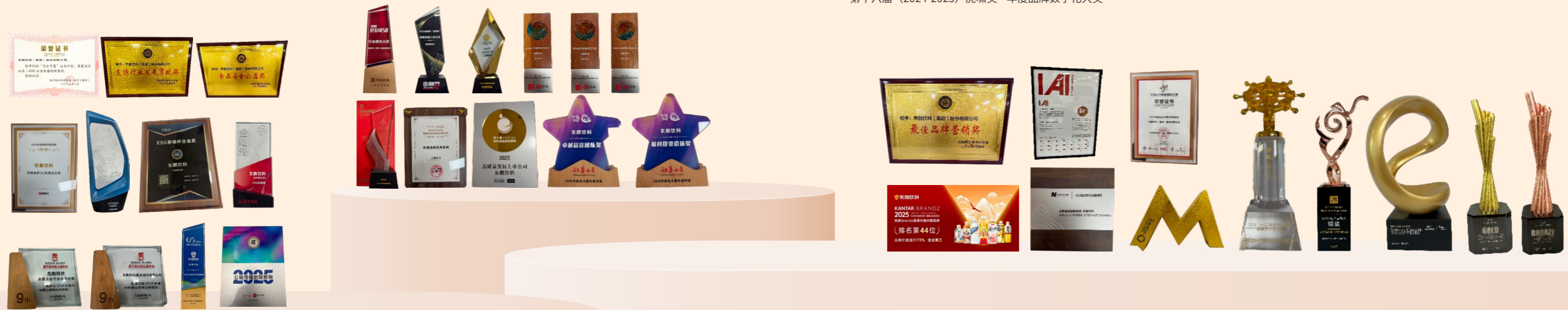
- 新华网“2025 企业 ESG 实践案例”
- 2025 金曙光 -ESG 实践奖
- 2024 年度财联社致远奖 - 环境友好 (E) 先锋企业奖
- 食品安全公益奖
- ESG 新标杆企业奖
- 2025 年度履行社会责任优秀企业
- 2025 公益传播创新案例奖
- 2025 企业 ESG 实践案例
- 2025 中国年度最佳雇主
- 第九届中国公益年会“关爱卡友子女助学计划”
- 2025 年绿动中国包装技术创新奖
- 支持行业发展贡献奖

信息披露

- 21 世纪高质量发展研究 (资本市场) 优秀案例 -2025 年度卓越董事会
- 2025 好公司 50- 行业领先大奖
- 2025 金融界“金智奖” - 投资价值上市公司
- 2025 年资本力量年度评选 - 卓越品宣团队奖
- 2025 年资本力量年度评选 - 最具投资价值奖
- 2025 上市公司高质量发展优秀实践范例 - 价值成长优秀范例
- 2025 上市公司口碑榜 - 上市公司最佳董事会奖
- 第 10 届时代金融金桔盛典 -2025 高质量发展上市公司
- 第十六届中国上市公司投资者关系管理天马奖 - 投资者关系管理股东回报奖
- 第十六届中国上市公司投资者关系管理天马奖 - 投资者关系管理天马奖
- 第十六届中国上市公司投资者关系管理天马奖 - 投资者关系管理优秀团队奖
- 年度最具影响力企业榜单 - 最具投资价值奖
- 央广财经 2025 年度“金顶”优秀案例
- 金口碑企业
- 2025 卓越商业实践

品牌荣誉

- 东鹏饮料连续四年登榜凯度 BrandZ 中国品牌百强榜 (排名大幅跃升 25 位至第 44 名)
- 2024 年度企业文化建设领军品牌
- 2024 Cool Awards- 年度合作突破品牌
- IAI AWARDS 2025-IAI 体育营销奖 / 品牌营销 - 铜奖
- IAI AWARDS 2025- 娱乐营销 / 剧综营销 - 金奖
- IAI 全球设计奖 - 智造奖 -IAI 铜奖 - 视觉传达与品牌设计 (VIVI 鸡尾酒)
- WOWFOOD AWARDS 2025- 最佳跨界营销奖
- 大湾区创新引领奖
- 最佳品牌营销奖
- 蒙特金奖 (补水啦)
- 缪斯奖 - 金牌 (补水啦)
- 缪斯奖 - 银牌 (上茶)
- iSEE 全球食品创新奖 -iSEE 创新品牌百强榜
- iSEE 全球美味奖 (乌龙上茶)
- 2025 食品饮料行业创新案例 - 品牌营销创新案例
- 领航 [9+2] 粤港澳大湾区最具品牌价值奖
- 2024 年度新锐品牌 - 东鹏补水啦
- 第十六届 (2024-2025) 虎啸奖 - 游戏营销类 - 铜奖
- 第十六届 (2024-2025) 虎啸奖 - 年度品牌数字化大奖
- 2025 中国品牌价值评价强度 861, 品牌价值 97.34 亿元
- TBI2025- 年度营销案例 - 东鹏补水啦
- 第十六届虎啸奖 - 体育营销类 - 优秀奖
- 2025 上海国际广告奖
- 第十六届虎啸奖 - 游戏营销类 - 优秀奖
- 2025 第 25 届 IAI 传鉴国际广告奖 公关 / 跨界营销 - 铜奖
- 2025 第 25 届 IAI 传鉴国际广告奖 年度最具影响力品牌
- 2025 第 25 届 IAI 传鉴国际广告奖 IAI 体育营销奖 / 品牌营销 银奖
- 2025 第 25 届 IAI 传鉴国际广告奖 IAI 体育营销奖 / 电竞营销 优秀奖
- 2025 第 25 届 IAI 传鉴国际广告奖 IAI 体育营销奖 / 电竞营销 银奖



可持续发展管治

可持续发展治理架构

东鹏饮料集团积极响应国家“高质量发展”号召，主动适应全球可持续发展趋势。2025 年，我们从战略高度出发，对内部治理架构进行了系统性的变革与升级，正式将 ESG 理念纳入公司最高决策流程，以更严谨的管治体系护航公司核心竞争力的持续提升。

强化董事会决策引领：

我们完成了管治架构的顶层设计升级，将原董事会下设的“战略委员会”正式更名为“战略与可持续发展委员会”。这一举措标志着可持续发展议题已从单纯的管理事务上升为董事会核心战略议题，确立了董事会 ESG 风险管理目标制定中的最高决策地位。

构建三级联动组织体系：

为确保战略落地，我们搭建了“董事会战略与可持续发展委员会 — ESG 管理委员会 — ESG 执行小组”自上而下的三级治理架构：

- 决策层（战略与可持续发展委员会）：负责把控 ESG 战略方向，审议重大议题与规划；
- 管理层（ESG 管理委员会）：负责统筹协调内外部资源，分解战略目标，监督执行进度；
- 执行层（ESG 执行小组）：由各职能部门骨干组成，负责具体议题的落地实施。

厘清权责，提升治理效能：

通过明确决策、管理、执行三大层级的职责分工，我们形成了“层层穿透、纵向到底”的责任落实机制，为公司在未来实现经济效益与社会效益的协同共进奠定了坚实的制度基础。

东鹏饮料可持续发展管理架构及职责

决策层 董事会战略与可持续发展委员会

- 检讨公司可持续发展战略并提出修改建议，确保公司战略、重大交易决策过程中充分考虑 ESG 因素；
- 审议可持续发展相关的政策制度；
- 审议年度可持续发展工作计划；
- 审议与可持续发展相关的风险、机遇和影响；
- 监督核心议题的管理情况及相关目标进展情况；
- 制定 ESG 绩效考核机制并纳入薪酬政策，并检讨绩效考核结果；
- 审议及批准年度可持续发展报告，对年度可持续发展报告准确性、完整性提出建议，持续提升报告质量；
- 董事会授权的其他可持续发展相关事宜。

管理层 ESG 管理委员会

- 指导可持续发展工作的整体规划、统筹协调和实施落地；
- 组织起草或修订可持续发展相关的政策制度；
- 制定年度可持续发展工作计划；
- 审议可持续发展相关的风险、机遇和影响；
- 定期对可持续发展核心议题推进工作进行回顾；
- 推动 ESG 绩效考核机制的实施，拟定考核指标体系，并组织开展年度绩效评价；
- 建立公司可持续发展管理各个层级的能力建设机制；
- 审核年度可持续发展报告框架，指导年度可持续发展报告编制，并听取战略与可持续发展委员会意见进行修改完善；
- 办理其他与可持续发展相关事宜，定期向战略与可持续发展委员会汇报可持续发展工作。

执行层 ESG 执行小组

- 组织可持续发展战略、目标和策略在公司进行具体落实，推动实施可持续发展核心议题改善，协调各部门分工推进项目；
- 推进 ESG 绩效考核机制的落地实施，协助制定各部门 / 岗位的 ESG 绩效考核指标体系，汇总形成年度绩效评估结果，提交 ESG 管委会进行审议；
- 开展利益相关方沟通识别重要性议题，组织可持续发展风险、机遇和影响的识别、评估和管理，听取 ESG 管委会建议；
- 组织可持续发展报告编制工作，协调各部门提供数据与材料；
- 每季度汇总可持续发展核心议题及相关目标工作进展，并定期向 ESG 管委会汇报工作进展与重大事项。

双重重要性评估

2025 年，公司依照《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》及《上海证券交易所上市公司自律监管指南第 4 号——可持续发展报告编制》的相关要求，结合所处行业特性和公司经营实际，开展可持续发展议题的重要性评估工作。公司从“影响重要性”和“财务重要性”两个维度，对相关议题进行系统识别、分析与排序，形成双重重要性评估结果。

评估过程中，公司参考国内外可持续发展相关标准，综合分析各项议题对公司财务状况、经营成果及未

来发展的影响，以及公司在相关议题上的经营活动对经济、社会和环境可能产生的实际和潜在影响。基于上述分析，公司最终识别出 7 项具备影响重要性的议题和 5 项具备财务重要性的议题，并在本报告中予以重点回应。

重要性议题的识别是公司 ESG 管理体系的重要组成部分，有助于公司聚焦关键领域，明确 ESG 战略方向和工作重点。相关议题的具体识别与分析过程如下所示。

评估流程及方法

了解公司业务和关系背景

分析公司内部活动和业务关系，包括价值链上下游可持续相关影响；
了解外部客观环境，包括 2025 年宏观政策、监管要求与行业热点，识别对公司存在的潜在影响；
了解主要受影响的重点利益相关方，包括内外部相关方，予以梳理与分类。

建立议题清单

根据战略重点、行业特点、业务重点，结合相关可持续发展框架、交易所要求、评级机构关注点、国内外政策，并纳入外部利益相关方的意见，确定公司 2025 年度重要性议题清单，共计 16 个议题。

议题重要性评估

① 影响重要性评估

公司通过利益相关方问卷调研，系统收集相关方对各项可持续发展议题影响性质（正面或负面）及影响发生情况（实际或潜在）的意见，并从经济、社会和环境三个维度对相关影响进行分析。评估过程中，公司区分正面与负面、实际与潜在影响，并结合影响规模、影响范围、可补救性以及发生可能性等因素，对各议题影响的严重程度进行综合判断。同时，公司与关键受影响的利益相关方开展沟通，进一步了解不同议题可能带来的实际和潜在影响，以校准对影响规模、范围和可能性的评估结果。在此基础上，由专家对各项分析结果进行综合研判，最终识别并确定具有影响重要性的可持续发展议题。

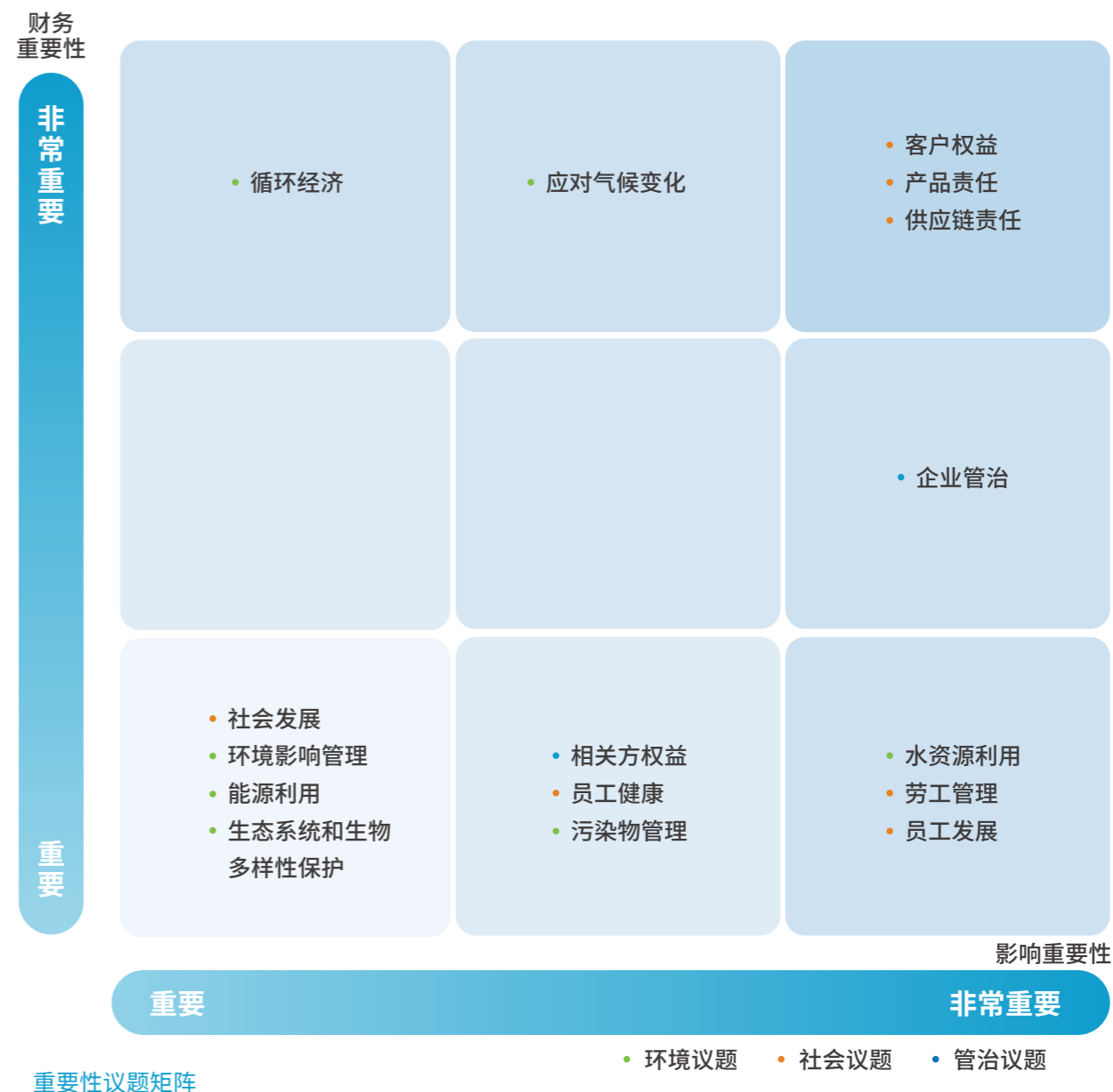
② 财务重要性评估

公司通过与内部相关职能部门及管理层层开展沟通，结合外部专家评估，系统识别各项 ESG 议题对公司运营和财务状况可能产生的潜在影响。在财务重要性评估过程中，公司综合考虑相关风险和机遇发生的可能性以及潜在财务影响程度，并设置财务重要性判定阈值。基于上述分析结果，并结合专家评分，对各项议题进行综合研判，最终确定具有财务重要性的可持续发展议题。

议题审核与确认

公司最终识别出的影响重要性和财务重要性议题清单经公司董事会战略与可持续发展委员会审核确认，就 2025 年度识别出来的高重要性议题的管理情况于报告中重点披露。

重要性议题识别结果



结合评估结果显示，“客户权益”“产品责任”“供应链责任”等 3 项议题为财务重要性和影响重要性水平均为“高”的双高议题，“应对气候变化”“循环经济”等 2 项议题为财务重要性水平为“高”的议题。

与自然共生 与绿色同行

01

我们的理念

东鹏饮料积极践行绿色发展理念，将生态文明建设融入企业运营全过程。我们开展应对气候变化行动，不断强化水资源利用与污染物防控，持续完善环境保护体系与推进循环经济建设，致力于推动企业与自然环境协同共生、可持续发展。

我们的行动

- ▶ 围绕绿色发展目标，系统推进应对气候变化相关行动。
- ▶ 将生态文明理念持续融入生产经营与管理实践。
- ▶ 加强能源与水资源管理，提升资源利用效率。
- ▶ 强化污染防治与环境风险管控，持续完善环境管理体系。
- ▶ 推进循环经济实践，促进资源减量化、再利用与再循环。

包含的可持续发展议题

- ▶ 应对气候变化
- ▶ 水资源利用
- ▶ 污染物与环境影响管理
- ▶ 循环经济
- ▶ 生态系统和生物多样性保护

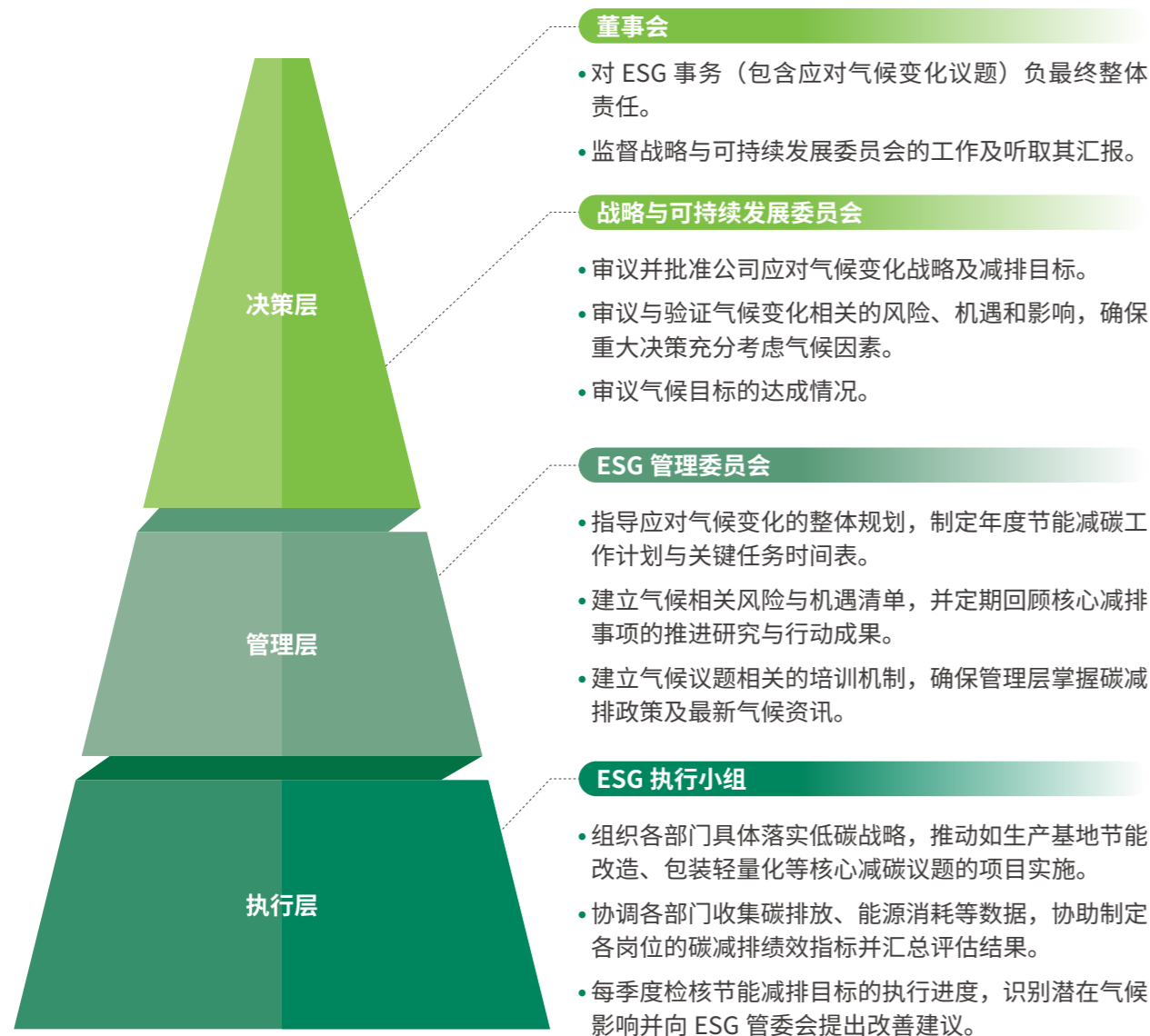
SDGs 响应



应对气候变化

治理

东鹏饮料将气候变化管理职责全面融入可持续发展治理架构，构建了职责清晰的“董事会战略与可持续发展委员会 — ESG 管理委员会 — ESG 执行小组”三级治理体系，确保气候相关议题在战略决策、管理执行与落地实施各层面得到有效统筹与协同推进。



东鹏饮料气候变化议题管治架构及职责

策略

2025 年，东鹏饮料基于国际组织最新发布的气候相关指引与基准，系统开展气候变化风险与机遇的全面评估，科学梳理关键气候风险和机遇及其潜在影响，并制定针对性的应对措施，持续完善气候治理机制与风险响应能力，全面提升气候适应力与可持续发展竞争力。

气候情景分析

东鹏饮料系统开展气候情景分析工作，将 2025 年、2030 年及 2050 年作为短期、中期、长期的时间范围划分维度，分阶段评估气候变化对企业发展的潜在影响。

情景名称	情景选择	情景说明	时间维度
绿色情景	<ul style="list-style-type: none"> 实体风险：联合国政府间气候变化专门委员会—共享社会经济路径 (SSP1-2.6) 转型风险：央行与监管机构绿色金融网络 (NGFS-2050 净零排放) 	<ul style="list-style-type: none"> 物理影响：全球社会经济朝着更绿色、更包容的方向转型，通过提高能源效率和快速转向低碳能源，使温室气体排放在本世纪中叶左右达到净零，并将升温控制在 2° C 以内。 社会经济影响：全球气候政策表现出极高的协同性与前瞻性，碳价格在政策驱动下显著上升。化石能源在能源结构中的占比迅速下降，资本流向绿色低碳领域。虽然初期面临较高的碳成本支出，但从长远看，通过技术创新与能源转型，可以有效规避物理风险带来的巨额损失，实现宏观经济的平稳过渡。 	中期： 2030 年
棕色情景	<ul style="list-style-type: none"> 实体风险：联合国政府间气候变化专门委员会—共享社会经济路径 (SSP5-8.5) 转型风险：央行与监管机构绿色金融网络 (NGFS- Current Policies) 	<ul style="list-style-type: none"> 物理影响：代表了最极端的高排放预测，假设全球社会继续高度依赖煤炭、石油和天然气，缺乏有效的气候政策干预。到本世纪末，全球平均升温极有可能超过 4° C。 社会经济影响：全球气候政策未见进一步强化，维持现有的碎片化状态。世界保持资源密集型增长模式，能源转型迟滞，清洁能源的可获得性无法得到保障。随着物理风险（如极端天气、海平面上升）的频率与强度激增，全球供应链将面临结构性冲击，导致农业减产、资产减值及通货膨胀加剧，长期宏观经济增长将面临严重的负面干扰。 	长期： 2050 年

东鹏饮料气候情景选择

影响、风险和机遇管理

东鹏饮料系统开展气候风险和机遇分析工作，识别出实体风险（包括台风、暴雨洪涝、高温热浪、极端低温在内的急性风险和平均气温上升、干旱 / 水资源压力、海平面上升在内的慢性风险）、转型风险（覆盖政策与法律、市场、技术、声誉风险）和机遇（包含能源来源、市场机遇），科学评估其潜在影响，并据此制定差异化的应对策略与行动路径，持续提升气候韧性。

气候风险和机遇

风险类别	影响价值链	潜在影响	应对措施
实体风险			
急性风险	上游物流	沿海甘蔗产区或糖厂遭遇台风，导致原料运输船运 / 陆运受阻。	供应链多元化：针对华南核心基地集群，建立跨区域的产能调配机制，确保单一产区受灾时可由华中、西南基地快速补位。
	生产	沿海台风多发区的生产基地（如广州、东莞基地）遭受强风袭击，导致： • 关键原材料供应中断，引发短期生产停滞，增加紧急调货的物流成本； • 厂房受损、库存产成品被水浸泡报废，造成直接资产损失和维修费用增加。	预防措施： • 持续收集自然灾害及气象预警信息，公布并更新应急联系名单。 • 定期对厂区、重点区域和薄弱环节开展安全隐患排查；加固重点设施，疏通和维护排水系统。 • 储备并台账化管理应急物资。 • 制定应急预案及分级响应；明确不同预警等级下的职责分工。 • 每年制定并实施应急演练计划。 应急措施： • 按灾害类型和预警等级启动分级响应机制；厂部统一调度。 • 切断水、电、气等高风险源，组织人员疏散；对重点区域实施防护。 • 各部门协调分工、联络与支持。 • 灾后第一时间开展巡查评估；在时限内上报灾情与处置情况；组织清理修复；评审应急效果并完善预案。
	暴雨洪涝	下游交付	暴雨导致高速封路或城市内涝，使得成品无法按时送达经销商或终端。

风险类别	影响价值链	潜在影响	应对措施	
实体风险				
急性风险	暴雨洪涝	采购	白糖主要产区遭遇洪涝，导致甘蔗减产或含糖量下降，造成： • 订单违约风险，因绕路或等待导致运输成本上升，销售旺季缺货损失收入； • 原材料价格因供需失衡而飙升，直接压缩公司毛利率。	• 建立完善的极端天气监测预警机制，常态化开展应急演练，并结合购置商业保险、强化物理防灾设施、培训种植户等措施。 • 考虑对极端降水事件进行提前预判并合理管理、避免。
	高温热浪	生产	工厂制冷系统及员工防暑降温需求激增，且可能面临电网限电（有序用电），导致： • 电力成本激增，若遭遇限电停产，将直接冲击旺季产能，造成巨额营收损失。	• 预防措施：发布预警与培训，储备防暑物资，排查维护降温及高温设备。 • 应急措施：当高温红色预警生效时，即刻停止室外作业，准备医疗备用金与车辆，安排专人值班，明确应急组织架构。制定针对轻中度中暑和重度 / 多人中暑的措施，落实应急指挥、值班、资金、车辆保障及信息上报机制。
		终端	消费者即饮需求在高温季节上升。销量存在增长机会，但若产销协同不足可能出现断货或错失旺季销售窗口。	• 对终端冰柜进行节能改造，推广使用环保制冷剂，降低高温下的能耗支出。
极端低温	生产	生产设备管道或消防水管在极端低温下冻裂，导致： • 物流效率下降，车辆维护及保险理赔成本增加； • 设备维修导致非计划停机，增加维修资本开支。	• 对北方基地室外管道执行标准化保温包扎并储备关键易损件，对低温运输车体视气温状况使用聚苯板、棉被等材料进行防护。	
慢性风险	平均气温上升	终端	长期气温升高导致全渠道终端冰柜的全年运行能耗基准线提升。	• 采用优化恒温、制冷系统技术，提升制冷效率。
	干旱 / 水资源压力	采购	上游制糖业因缺水导致甘蔗减产： • 被迫限制产量或停产；水价上涨导致生产成本直接增加。 • 原材料短缺推高采购价格，甚至需要寻找昂贵的替代货源。	• 提升水处理技术水平，提高产线用水效率，同时建立先进的水资源管理系统，优化整体水资源利用。
	海平面上升	选址	位于低海拔沿海地区的工厂或仓库面临海水倒灌或地基下沉风险。基础设施加固、搬迁与保险成本上升，长期影响区域仓配稳定性。	• 新项目选址、规划及设计需考虑海平面上升。

风险类别	影响价值链	潜在影响	应对措施
转型风险			
政策与法律 	碳排放管控 / 碳定价	包装 上游石化产业链受碳价影响，叠加潜在的包装材料税费（塑料税），导致核心包材成本结构性上涨。	<ul style="list-style-type: none"> 实时监控运营所在地在碳定价机制（如全国碳市场）、塑料污染治理及包装环境税方面的政策与法律法规要求。 依据监管机构的规则及汇报指引，高质量公开披露能耗、碳排放强度及包装材料环境影响数据。 制定涵盖碳资产管理、减少包装环境影响的风险管控计划与方案。
	市场 	原材料价格上涨	采购 石油价格因碳税上涨，传导至 PET 粒子（石油衍生物）价格上涨。
技术 	低碳技术转型	生产 生产线需进行节能改造。	<ul style="list-style-type: none"> 优先在绿电资源丰富的基地开展试点。
		物流	自有或外包物流车队需从燃油车逐步替换为新能源货车。物流运力更新换代成本高昂，或导致物流供应商涨价。
声誉 	漂绿 / 信息披露合规	营销 在营销中过度宣称“环保”但缺乏数据支持，从而损害品牌形象。	<ul style="list-style-type: none"> 对营销文案执行合规复核，避免过度宣称导致“漂绿”风险。
	融资成本	财务	银行对于“高碳”或“高水耗”且无减排计划的企业收紧贷款审批。

东鹏饮料气候风险清单

机遇类别	影响价值链	潜在影响	应对措施
能源来源	使用低碳能源	运营 在全国各生产基地屋顶铺设分布式光伏发电系统。降低对大电网的依赖，减少用电成本，甚至可通过余电上网获利。	<ul style="list-style-type: none"> 在符合条件的基地屋顶全面铺设分布式光伏系统，实现“自发自用，余电上网”，对冲电价上涨压力。
	绿色消费	研发 推出“无标签”瓶装水或使用 100% 可回收材料包装的产品，吸引年轻环保客群。	<ul style="list-style-type: none"> 开展消费者调查趋势研究，了解市场对绿色包装的倾向，辅助产品开发决策。 构建“智能回收+积分激励”系统，并积极申请政府补贴或税收优惠。
市场	营销	开展空瓶回收积分活动，打造循环经济闭环。提升复购率，同时响应“生产者责任延伸制度”（EPR），获得政府补贴或税收优惠。	

东鹏饮料气候机遇清单

风险评估

东鹏饮料基于 TCFD 框架，聚焦风险影响程度与企业应对能力两大核心维度，开展系统性评估，精准识别出可能对业务产生重大影响的高优先级气候风险。

实体风险评估

基于全面的气候风险评估，东鹏饮料各生产基地在不同气候情景下的风险暴露水平呈现出明显的差异化特征。未来，公司将持续完善气候风险监测体系，结合科学的情景分析，强化对极端气候事件的预判能力，持续迭代适应性应对方案，推动气候风险管理从被动响应向主动防御转变。

实体风险	SSP1-2.6			SSP5-8.5		
	短期 (2025-2026 年)	中期 (2027-2030 年)	长期 (2031-2050 年)	短期 (2025-2026 年)	中期 (2027-2030 年)	长期 (2031-2050 年)
台风	低风险	低风险	低风险	低风险	中风险	高风险
暴雨洪涝	低风险	低风险	低风险	低风险	低风险	低风险
高温热浪	中风险	中风险	中风险	中风险	中风险	中风险
极端低温	低风险	低风险	低风险	低风险	低风险	低风险
干旱 / 水压力	低风险	低风险	低风险	低风险	低风险	低风险

东鹏饮料实体风险等级 ■ 低风险 ■ 中风险 ■ 高风险

区域	SSP1-2.6			SSP5-8.5		
	短期 (2025-2026 年)	中期 (2027-2030 年)	长期 (2031-2050 年)	短期 (2025-2026 年)	中期 (2027-2030 年)	长期 (2031-2050 年)
华东	高温热浪; 水压力	高温热浪; 水压力	台风风险; 高温热浪; 水压力	高温热浪; 水压力	高温热浪; 水压力	台风风险; 高温热浪; 水压力
西南	高温热浪	高温热浪	高温热浪	高温热浪	高温热浪	高温热浪
华南	台风风险; 高温热浪	台风风险; 高温热浪	台风风险; 高温热浪	/	台风风险	台风风险; 高温热浪
华北	台风风险; 暴雨洪涝; 高温热浪; 极端低温; 水压力	台风风险; 高温热浪; 极端低温; 水压力	台风风险; 暴雨洪涝; 高温热浪; 极端低温; 水压力	台风风险; 高温热浪; 极端低温; 水压力	台风风险; 高温热浪; 极端低温; 水压力	台风风险; 高温热浪; 极端低温; 水压力
华中	台风风险; 高温热浪	台风风险; 高温热浪	高温热浪	高温热浪	高温热浪	台风风险; 高温热浪

东鹏饮料生产基地面临的较显著的实体风险

转型风险评估

东鹏饮料围绕政策与法律、市场、技术及声誉等关键因素，结合公司当前在低碳转型方面的实践和进展，开展转型风险的影响重要性评估。未来，公司将持续构建动态的风险监测机制，强化对政策导向、消费行为演变及行业技术突破的响应能力，推动战略规划与绿色转型深度融合，全面提升气候发展韧性。

转型风险	风险等级
政策与法律	碳排放管控 / 碳定价
市场	原材料价格上涨
技术	低碳技术转型
声誉	漂绿 / 信息披露合规
	融资成本

低风险 中风险 高风险

东鹏饮料转型风险等级

风险管理

东鹏饮料将气候相关风险融入公司风险管理体系，建立常态化气候风险监测机制，定期开展风险识别、评估分析及应对策略制定等工作，并基于评估结果持续优化调整应对气候变化风险的策略和计划，持续增强业务韧性与可持续发展能力。在实体风险方面，公司根据气候风险的影响程度与应对能力，精准识别高风险区域并实施差异化防控。针对转型风险，公司从政策法规变化、技术革新及市场偏好转变等维度出发，评估风险的紧迫性和风险意识，指导战略调整与投资决策。

未来，公司将持续深化气候风险管理体系，通过构建更具适应性的治理机制与跨部门协同体系，推动气候议题深度融入业务决策全流程。公司将加大在绿色技术应用、碳核算体系建设及员工能力培养等方面的投入，不断完善信息披露机制，主动回应利益相关方关切，全面提升气候治理水平。

指标与目标

东鹏饮料以绿色发展为导向，通过设定具体目标，评估并持续推动气候行动的实施成效。

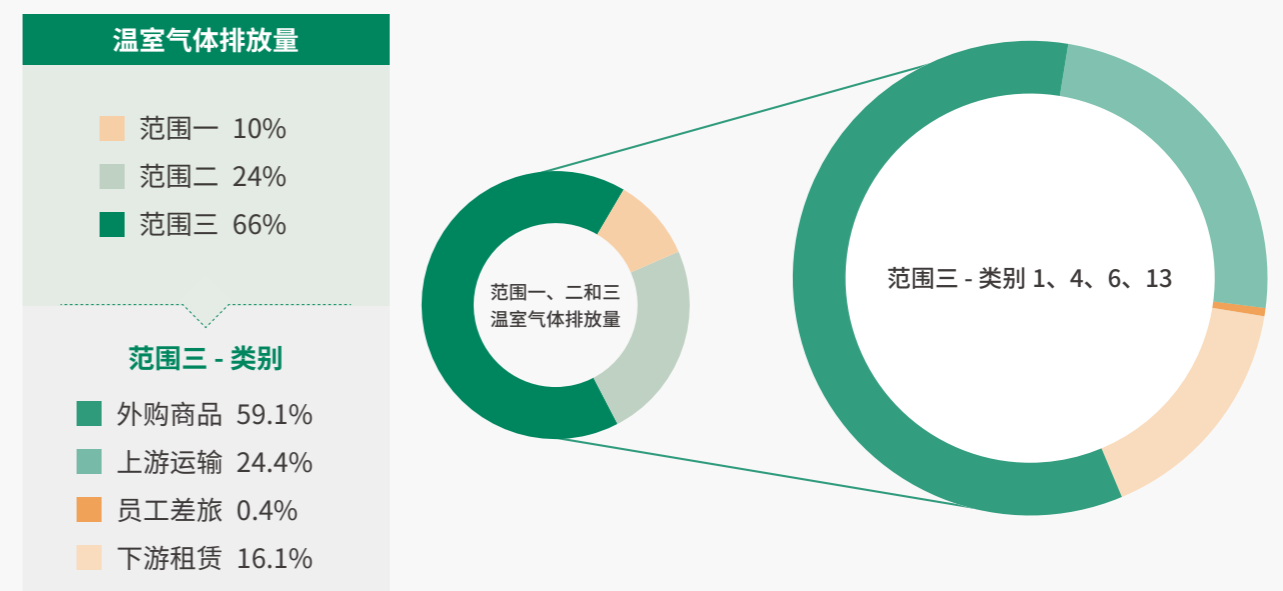
温室气体排放目标

- 在 2030 年温室气体排放（范围一和范围二）强度较 2024 年下降 **15-20%**

温室气体排放目标进展

- 2025 年，温室气体排放（范围一和范围二）强度为 10.91 吨 / 人民币百万元营收，较 2024 年下降 **10%**

东鹏饮料气候变化指标与目标



指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
温室气体排放量 (范围一)	吨二氧化碳当量	47,935.05	62,279.04	67,445.60
温室气体排放量 (范围二 - 基于位置)	吨二氧化碳当量	88,988.87	129,795.91	160,375.33
温室气体排放量 (范围二 - 基于市场)	吨二氧化碳当量	101,781.76	148,456.05	183,298.66

备注：基于持续完善环境管理体系的需要，公司今年扩大了碳核算覆盖面，并同步重述了 2023 年和 2024 年数据以保证同比口径一致。

能源与温室气体排放管理

东鹏饮料将深化能源管理作为应对气候变化战略的核心环节，通过构建系统化、全链条的能源管理体系，持续提升能源使用效率，优化能源结构，以实现低碳转型和气候韧性的双向增强。

能源管理体系

公司严格遵守《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国可再生能源法》等相关法律法规，建立由公司总部统筹规划策略，各个生产基地严格执行的能源分级管理体系，明确各层级的职责与分工，保障能源管理工作系统化、规范化推进。为确保能源使用的科学性与高效性，公司制定并实施《能源管理制度》《能源资源控制程序》与《温室气体排放管理办法》等一系列制度，对能源采购、消耗、回收利用等各环节进行全过程管理。

在管理架构上，总部供应链营运中心作为能源管理的统筹监督部门，负责制定各基地能耗考核目标，并定期收集能源消耗数据，评估能源使用状况。各生产基地作为能源管理执行主体，负责将公司的能源管理要求贯彻到日常运营中，开展能源消耗数据的统计与记录、能源设备运维、节能措施落地等工作，并定期向供应链营运中心报送能源数据及管理进展，依据公司考核目标持续提升本基地的能源利用效率。

能源效率提升

我们在各生产基地开展系统化的设备升级与能效提升工作。在技术改造方面，东莞基地开展锅炉自动排污及热回收改造，并对高压空压机系统进行淘汰换新；广州基地通过持续提升水泵效率、优化喷淋机设备降低能耗；海丰基地则重点优化了高低压空压机使用运行管理，并完成氧气发生器干燥机改造，有效减少了电力消耗。

为实现更精细化的能源管控，各基地均已建立覆盖水、电、蒸汽等关键能源消耗统计与监控机制。依托 MES 系统定期统计能源用量数据，我们对用量异常情况进行及时分析与排查，推动能源管理向全程化、数字化、精细化持续完善，提升能源使用效率。

重庆基地高压气转低压回收使用项目 亮点案例

为持续优化生产环节的能源利用效率，重庆生产基地探索并实施了高压气体回收循环利用的创新项目，推动生产活动向更高效、更节能发展。

通过技术评估与系统规划，重庆生产基地创新性地将吹瓶环节产生的高压气体回收并转换为低压气体，成功应用于后续的包装流程。项目通过安装专用回收管道和配套控制系统，在保障运行安全的前提下，实现了能源的闭环利用。

项目完成后，气体回收效率大幅提升，每年可节约电力约 **52** 万度。通过技术改进，项目切实提升了能源利用效率，降低了运营成本，为公司推进节能减碳目标提供了具体实践和可量化的成效支持。

设备节能改造

- 华鹏基地对多台空压机进行集中控制与精细管理，年节约电量 **153,000Kwh**。
- 徽鹏基地增加 UHT 杀菌装置管道保温设施，降低热能浪费，节约 **3,619.04** 吨蒸汽。
- 庆鹏基地对配料净化空调启用全新风模式，年节约电量 **244,800Kwh**。
- 庆鹏基地开展高压气回收项目，回收的气量可节省低压压缩机 **45%** 的开机时间。
- 浙鹏基地开展吹瓶机加温灯改善项目，日节约用电量 **5,208Kwh**。
- 浙鹏基地开展膜包机改善项目，年节约电量 **252,000Kwh**。
- 湘鹏基地开展无菌水机改造，年节约天然气 **26,831** 立方米。

能源循环利用

- 华鹏基地开展缩标炉冷凝水热能回收，年节约天然气使用量约 **5.93** 万立方米。
- 华鹏基地在冰水机组压缩机中增加热回收器，年节约天然气使用量约 **17.28** 万立方米。
- 华鹏基地将喷淋机塔水热量与二楼制水间 RO 水做间接二次交换，每日可回收热量的对应水处理量为 **1,200** 吨。
- 莞鹏基地开展锅炉排污热能回收利用，年节约天然气使用量约 **15** 万立方米。
- 莞鹏基地开展高压机冷却水热能回收，年节约 UHT 蒸汽使用量约 **19.6** 万立方米。
- 湘鹏基地开展冷凝水回收罐蒸汽回收，年回收热量 **3,706,608MJ**。
- 湘鹏基地开展低压机热回收，节约用电 **13,970Kwh**。
- 湘鹏基地开展屋面塔水热回收，日节约天然气使用量约 **2,392.25** 立方米。

东鹏饮料 2025 年能效提升项目概览



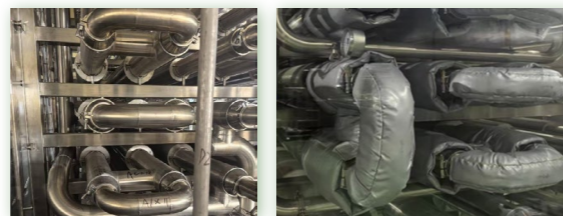
华鹏收缩炉蒸汽排放回收和蒸汽冷凝水热量回收设备



湘鹏闪蒸汽回收设备



浙鹏膜包机能耗改善



徽鹏 UHT 管道保温设施

能源结构转型

我们持续优化能源结构，通过建设分布式光伏发电系统与扩大绿色电力采购规模，系统推进能源结构向低碳、可再生方向转型。目前，我们已在多个生产基地布局分布式光伏发电项目，采用“自发自用、余电上网”模式，有效提升清洁能源自给率。同时，我们高度重视市场机制在优化能源结构转型中的作用，公司通过参与绿电交易市场，与可再生能源发电企业直接交易，或探索“绿电集采”等模式，主动采购绿色电力，规模化地提升低碳电力在公司能源消费中的比重。上述措施将有效降低东鹏饮料范围二温室气体排放，并为实现更深层次的碳减排目标奠定基础。

- 生产基地光伏发电量 **27,153.13** 兆瓦时
- 生产基地光伏消纳电量 **26,210.91** 兆瓦时
- 光伏消纳率 **96.53%**

东鹏饮料光伏发电方面关键绩效

亮点绩效

- 截至报告期末，东鹏饮料已有 **8** 个生产基地安装分布式光伏发电装置。
- 2025 年，东鹏饮料绿电电力采购量占比达 **1.36%**。

守护生命之源

东鹏饮料严格遵守《中华人民共和国水法》等相关法律法规，制定《东鹏饮料水资源管理政策》，为全公司水资源管理提供顶层指导，确保各生产基地水资源利用合法合规。我们通过构建“源头减量—过程控制—末端回用”的用水管理体系，实现生产用水的精细化和智能化管理，持续提升水资源利用效率。公司设定“2030 年水消耗强度（单位产品耗水量）较 2024 年降低 **10%**”的中长期目标，并配套编制《节水五年行动规划》，为水资源管理工作的推进提供明确方向和实施路径。

水资源管理体系

董事会战略与可持续发展委员会作为最高监督机构，负责对公司可持续水管理事宜进行监督指导，审议水资源管理战略及政策。公司设立 ESG 执行组，下设水资源管理专项工作组，由副总裁牵头，各生产基地厂长及 ESG 专员组成，统筹制定水资源管理年度目标、政策制度及行动计划，并定期向管理层汇报进展。各生产基地在公司统一总则框架下，结合自身运营实际制定节水管理细则，形成覆盖水资源取用、使用、处理和回用全过程的分层制度体系，构建“公司有总则、基地有细则”的管理架构。同时，各生产基地成立节水工作领导小组，配套建立水耗绩效考核机制，并在公司统筹下形成总部统筹、专项协调、基地执行、部门协同的水资源管理机制。

节水行动措施

东鹏饮料各生产基地依据《节水五年行动规划》建立系统化节水机制，每周组织专业人员对供水管网、生产设备、办公及园区用水设施进行全面排查，及时修复漏损。我们在生产、办公、生活等关键区域安装专用水表，实现分类统计与精准管控。另外，我们通过培训、宣传等多种形式强化员工节水意识，营造全员参与的节水文化。

亮点绩效

- 2025 年，
 - 通过工艺优化、技术改造及管理强化等系列举措，各基地水资源利用效率显著提升。生产基地吨产品水耗较 2024 年下降 **8.7%**，节水量 **723,566.08** 吨。
 - 再生 / 回用水年回收水量达 **989,964.40** 吨，再生 / 回用水使用量为 **596,046.50** 吨，中水回用率为 **5.02%**。
 - 公司下属基地中：桂鹏、莞鹏、增鹏、徽鹏、华鹏、庆鹏 **6** 个基地均获得中国饮料工业协会颁发的“**节水优秀企业**”证书。

公司在全国所有生产基地及主要运营场所系统性推进生产工艺优化行动，聚焦核心生产环节，持续实施节水改进措施。

- 重庆基地** 将无菌水冲瓶口喷头改小、喷头数量减少，降低无菌水流量，从而减少工序用水损耗。在制水设备中添加阻垢剂，延长 RO 膜冲洗周期，提高产水率，同时减少冲洗用水消耗。
- 南宁基地** 推进输送润滑节水环节优化，通过工艺调整，降低非产品工艺用水消耗。
- 浙江基地** 在满足产品质量要求的前提下，降低灌装机冲瓶口水流量，回收灌装机蒸汽降温后的 RO 水，实现工艺用水循环利用。
- 安徽基地** 优化清洗工艺，由 5 步法调整为 3 步法，在保障清洗效果的前提下，减少能源消耗。
- 东莞基地** 淘汰传统高耗水器具，办公区统一安装节水型龙头、感应式洗手装置，卫生间采用低冲量马桶，减少生活办公用水浪费。

生产基地围绕水资源循环利用，持续拓展回用场景并完善水资源回用体系。

- 广州基地** 共计有 4 套砂炭缸反冲洗水，同时回收生产环节产生的二次浓水，用于车间清洁、卫生间冲洗及管网补给，年回收水量超 1.6 万吨。
- 重庆基地** 通过海绵城市系统建设雨水收集池，收集雨水用于厂区绿化灌溉及污水站兑药；将生产浓水收集至专用水箱，定向用于绿化灌溉。
- 南宁基地** 回收制水系统排放的中水用于绿化灌溉，将物料泵机封使用的 RO 水循环冷却后回收至冷却塔补充用水。
- 浙江基地** 将换热后的冷凝水用于补充冷却塔用水，回收部分机封水补充塔水，利用中水补充厂区鱼塘。
- 东莞基地** 回收车间反渗透系统产出的浓水重新用于生产，将末道冲洗水回收用于首道冲洗工序，形成工序内水循环。

莞鹏
获“节水优秀企业”奖

桂鹏
获“节水优秀企业”奖

徽鹏
获“节水优秀企业”奖

华鹏
获“节水优秀企业”奖

庆鹏
获“节水优秀企业”奖

增鹏
获“节水优秀企业”奖

广州基地砂炭缸反冲洗水回收项目 亮点案例

为提升水资源循环利用率，广州基地于 2025 年 3 月启动砂炭缸反冲洗水回收项目，通过优化流程、配套回收管网与水质监测设施，实现了 4 套砂炭缸反冲洗水的有效回收。

项目每年可节水约 1 万吨，结合二次浓水回收，基地年总节水量达 1.6 万吨，显著减少了新鲜水消耗与废水排放，实现了节水与环境效益的双重提升，为行业提供了可复制的实践案例。

践行绿色运营

环境影响管理

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国大气污染防治法》等环境相关法律法规，并制定了《环境因素识别与控制程序》《环境监测控制程序》《合规性评价程序》等内部管理制度，明确环境因素识别、污染物监测、合规性评价、危险化学品处置等关键环节的管理标准与操作要求，确保生产过程的环境合规性。同时，公司建立环境法律法规动态更新机制，形成由总部统筹、基地执行的环境管理体系，并通过定期巡查和监督，推动各生产基地环境管理体系的有效运行。在此基础上，公司积极推进清洁生产管理，成立清洁生产管理领导小组，统筹相关工作的组织实施，优先采用资源利用效率高、污染物产生量低的清洁生产技术、工艺和设备，并通过激励机制鼓励员工在节能降耗、污染防治和现场环境改善等方面持续改进，降低生产运营活动对环境的影响。本年度，公司各生产基地在废弃物、废水及废气排放方面均合规运营，未发生超标或违规行为，亦未受到相关行政处罚、官方通告及负面舆论报道。

亮点绩效

- | | |
|---|--|
| 截至报告期末， | 2025年， |
| <ul style="list-style-type: none"> 东鹏饮料已有 8 个生产基地 获得 ISO 14001 环境管理体系认证。 | <ul style="list-style-type: none"> 公司环保投入 23,351,153.76 元。 |

废弃物管理

在废弃物管理方面，我们严格遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《危险废物贮存污染控制标准》等法律法规，制定《废弃物分类收集与处置管理办法》《危险废物管理细则》等内部制度，明确各类废弃物的分类标准、收集流程、贮存规范及处置责任，为实现废弃物的规范管理和资源化处置奠定制度基础。

在分类贮存环节，公司严格执行分类要求，从源头避免混合堆放，为后续资源化利用创造有利条件；在处置环节，公司与合规的再生资源利用单位合作，推动废弃物转化为可再生资源，提升资源循环效率。通过建立全流程台账制度并实施月度数据汇总，公司已实现对废弃物从产生到处置的全程可追溯管理。

废弃物类型	具体类别	处置办法
一般固废	<ul style="list-style-type: none"> 办公区废纸、废塑料、生活垃圾 生产区废包装材料、不合格产品、茶渣等 	<ul style="list-style-type: none"> 分类收集后，办公及生活垃圾交由市政环卫部门清运处理。 生产区可回收固废委托有资质的回收企业资源化利用，不可回收部分按规范无害化处置。
危险废弃物	<ul style="list-style-type: none"> 生产设备维护产生的废机油、废矿物油、含油抹布 实验室废液、废化学品包装容器、废活性炭等 	<ul style="list-style-type: none"> 设立专用危废仓库分类存放，张贴危险废物标识，严格执行危险废物转移联单制度，委托具备危废处理资质的第三方专业机构合规处置。
其他废弃物	<ul style="list-style-type: none"> 生产废水处理产生的污泥、废反渗透膜等 	<ul style="list-style-type: none"> 污泥经脱水处理后委托合规单位资源化利用。 废反渗透膜统一收集后由供应商回收处理。

废弃物处置办法

废气排放管理

公司生产运营过程中产生的废气主要有挥发性有机化合物（VOCs）、二氧化硫、氮氧化物。为实现废气精准管控，各生产基地配套建设了完善的污染防治设施，包括二级活性炭吸附装置、UV 光氧处理设备、碱式喷淋塔、酸雾净化塔、生物滤池、油烟净化装置等，所有废气经深度处理后通过专用排气筒高空排放，确保排放指标符合相关标准。

公司设定废气排放达标率 **100%** 的核心目标，针对不同类型废气制定差异化减排策略：

废气类型	减排策略
VOCs、非甲烷总烃等有机废气	采用源头管控、末端治理的模式进行减排，优先选用低 VOCs 含量原辅材料、优化生产工艺，其次通过整室负压收集、集气罩精准收集等方式提升收集效率，最后经二级活性炭吸附、UV 光氧处理等工艺净化。
锅炉废气	配备低氮燃烧器，采用炉内低氮燃烧技术，燃烧尾气经管道收集后由 20m 排气筒高空排放，从而有效降低二氧化硫、氮氧化物排放水平。
污水站臭气	通过生物滤池除臭法处理，收集效率高达 90% 以上，大幅提升氨气、硫化氢等污染物去除效率。

废水排放管理

东鹏饮料严格执行《中华人民共和国水污染防治法》《污水综合排放标准》等国家及地方水环境保护相关法律法规要求，配套建设标准化废水处理设施，采用适配生产需求的先进废水处理工艺，持续提升排放废水水质，降低对环境的影响。

公司生产过程产生的废水主要分为生产废水和生活废水两类，核心污染物包括化学需氧量（COD）、氨氮、总磷、总氮、悬浮物（SS）及 pH 值等。针对生产废水，各生产基地均建成配套污水处理站，

采用“格栅+气浮机+缺氧池+接触氧化池+沉淀池”“生物法”等成熟处理工艺，配备水质在线监测系统，对生产废水进行集中处理。针对生活污水，公司将生活污水经隔油池与三级化粪池预处理后，接入市政污水管网或污水处理站做进一步深度处理。此外，公司专设污水处理员岗位，负责全程水质监测与设施运维，确保外排废水各项指标合规，从源头落实水环境保护责任。

亮点绩效

- 2025 年，
- 公司固体废弃物和危险废弃物安全处置率 **100%**。
- 大气污染物、水污染物排放指标达标率 **100%**。

推动循环再生

东鹏饮料深刻意识到，在资源约束与可持续发展的全球共识下，向循环经济转型已成为企业实现长远发展的必然选择。作为饮料制造与销售企业，包装材料使用和运营废弃物管理是我们在循环经济实践中的关键环节。因此，我们将循环经济理念全面融入运营体系，着力构建从产品设计到废弃物资源化的闭环管理系统，以实现资源的高效循环利用。

治理

东鹏饮料将循环经济视为公司可持续发展的核心议题之一，已将其全面融入公司 ESG 治理架构。在董事会及战略与可持续发展委员会的顶层指引下，由 ESG 管理委员会统筹负责，建立起涵盖研发、供应链、生产及品牌等多部门的跨职能协同机制。我们通过明确的责权分工，以及定期跟踪关键指标进展与合规情况，确保循环经济战略从决策端到执行端的有效落地与闭环管理。

为系统化管理包装材料的环境影响，公司建立了以轻量化、可循环、低影响为核心的可持续包装策略，并以《东鹏饮料包装材料管理政策》为指导，构建涵盖包装设计、材料采购、生产使用、回收再生的全生命周期管理体系。

策略

世界经济论坛（WEF）《全球风险报告》指出，资源短缺已经成为影响全球发展的长期系统性风险之一。基于对外部环境变化的研判，我们识别到公司在包装材料资源依赖和资源循环效率方面面临相应风险与挑战，因此，我们确立了“源头减量、过程循环、末端资源化”的整体策略，以系统化提升资源利用效率及降低相关风险。



• 我们以负责任的方式管理包装材料，并在保障产品安全的前提下，最大限度减少资源消耗与环境足迹。公司持续推进包装材料的轻量化与可回收性管理。



• 我们开展系统的包装可回收性评估，针对 PET 瓶、瓶盖、标签、纸箱及薄膜等主要包材逐项制定替代与改造路线。通过优化结构与减少单位产品包材重量，从根源上降低对环境的负面影响。



• 我们积极探索消费端的回收利用模式，依托现有销售渠道与价值链合作伙伴，推动供应商回收体系协同，探索建立包装回收的循环机制。

影响、风险和机遇管理

东鹏饮料在产品全生命周期推进循环经济管理，通过源头减量和资源循环利用，应对废弃物合规与排放风险，并挖掘资源化利用带来的潜在经济与发展机遇。

类型	业务场景	风险 / 机遇描述	潜在财务影响
风险 	产品研发 / 运营	企业推进包装可持续转型，包括绿色包装替代、包装减量化设计等，可能增加研发设计及材料采买的投入。若包装减量化、材料可回收性及废弃物资源化水平提升不足，可能增加包装合规和处置压力，影响生产运营的灵活性。	在短期内可能推高包装材料采购和废弃物处置成本，并对部分市场和渠道的产品准入形成约束。
机遇 	产品研发 / 运营	通过推进瓶身轻量化、包装减量设计及包装材料循环利用，企业可以提升包装的可持续性，契合饮料消费市场环保与责任品牌的关注趋势。	在中长期有助于缓解原材料成本波动压力，并在部分产品和消费场景中增强品牌吸引力，支持销量稳定和产品结构优化。

应对策略

东鹏饮料坚持包装全生命周期管理策略，通过深化包装轻量化与材料替代、推广全链路循环周转及构建绿色物流体系，在有效化解短期转型成本压力与合规风险的同时，持续提升产品的绿色竞争力与长期品牌价值。

可持续包装

东鹏饮料持续推进可持续包装实践，通过包装创新、循环周转、材料替代及结构优化等方式，降低包装材料使用强度和废弃物产生量，并逐步提升包装资源的循环利用水平。

包装创新

公司始终将包装创新作为产品升级与可持续发展的核心抓手，紧密追踪全球包材行业前沿技术与发展趋势，高度重视产业链协同发展，持续深化与供应链伙伴的交流协作、资源互通与价值共创，坚定不移推动产品包装材料向健康化、绿色化、低碳化迭代升级。

东鹏饮料举办第三届包装创新日活动

亮点案例

东鹏饮料连续三年开展包装创新日活动。2025 年 7 月，公司以 ESG 创新共鉴为主题，成功举办第三届包装创新日活动。本次活动特邀多家行业头部供应商齐聚，围绕 ESG 战略落地、绿色包装实践、低碳材料应用等关键议题，深度分享各自领域的先进经验与优秀案例。与会各方聚焦环保新材料研发、减碳工艺优化、可循环包装落地等核心方向，共同探讨包装材料技术新突破与可行性解决方案，在思想碰撞与经验互鉴中凝聚行业共识，为东鹏饮料持续推进绿色包装创新、构建可持续包装生态体系积累了宝贵实践成果。

循环周转

在生产运营环节，各基地积极推行循环包装替代方案，例如以可重复使用的塑料箱和铁笼分别替换一次性纸箱和瓶坯包装，显著降低一次性包装物消耗。我们进一步强化了物流载具的循环管理，建立了木质托盘的回收复用机制。以东鹏饮料东莞生产基地为例，2025 年 5 月至 12 月期间，共计回收并循环利用木质托盘超 50 万块，极大延长了物流载具的使用寿命，减少了木材资源的消耗。

此外，长沙基地通过推行废弃包材回收计划及开展废 PET 瓶回收再利用试点，积极探索消费后废弃物的闭环管理路径。

东鹏饮料华南生产基地循环经济实践

亮点案例

为积极响应国家循环经济政策及包装材料绿色转型导向，东鹏饮料在华南基地重点推进包装材料的循环替代与废弃物源头减量工作，通过两项关键举措有效提升了资源利用效率并降低环境负荷：

- 产品外帽包材行业惯例是通过一次性纸箱进行储运，为践行循环利用理念，我们将传统一次性纸箱替换为可重复使用的塑料箱。该类塑料箱具备优良的耐用性能，可循环使用，减少一次性纸箱的消耗及相关废弃物产生。
- 在瓶坯内部转运环节，我们引入铁笼作为承载容器，以替代原有纸箱包装。铁笼结构稳固、可多次循环使用，不仅提高了包装资源的利用率，也从源头降低了包装废弃物的生成量。

减量替代

我们通过系统化推进包装材料的减量化与结构优化，不仅在源头降低材料的使用量，也可减少运输环节的能源消耗与碳排放负荷。目前，我们已对多款产品的瓶胚、外帽、标签等关键包装组件进行轻量化改进。

2025 年，我们持续推进包装轻量化工作，通过对东鹏特饮小金瓶、555 毫升装补水啦、1L 装补水啦等产品瓶胚减重，全年节省 PET 用量 1,218 吨；通过东鹏特饮大金瓶外帽减重项目，全年节省 PP 用量 135 吨；通过标签减薄项目，全年节省标签原材料 PETG 227 吨。针对东鹏特饮礼品装包装，我们进行了全面的改造升级，使用可再生原材料汰换原有的泡沫内衬，全年减少使用 17 吨泡沫材料。

东鹏特饮大金瓶礼盒装包装材料升级

亮点案例

针对销量连年攀升的东鹏特饮大金瓶 P10 礼盒装，我们于2025年协同多家供应商攻克技术难点，成功研发出符合 P10 结构的纸质内衬替代原有泡沫承托，实现了包材的绿色可再生。该项目同步完成包装生产线的自动化改造，有效解决了旺季人工包装产能不足的瓶颈。通过该项创新实践，我们显著减少泡沫材料使用，有效推动礼品包装向低碳、可持续的绿色包装方向转型升级。

针对二次包装环节的塑料薄膜使用，各生产基地通过技术改良实现了显著减量：

- 浙江生产基地通过降低收缩膜的厚度与宽度，预计年节约塑料膜约 51.8 吨；
- 湖南生产基地优化包装膜宽幅尺寸，改善后单箱膜使用量减少 2.65%，有效提升了包装效率与环保性。

亮点绩效

- 2025 年
- 在辅助包装材料的使用量上，公司实现纸箱减重共计 **926 吨**。
- 瓶坯减重共计 **7,673 吨**。

资源利用

在材料选择和回收利用方面，公司优先选用可回收、可再生材料，并积极推进包装材料统一化，PETG 与瓶身 PET 同属聚酯类别，具备更好的回收兼容性，可实现一体化再生，显著提升包装整体的回收效率与再生价值，已经实现产品标签材质从传统 PVC 全部切换为 PETG。我们积极探索消费后再生材料的处理方式，积极参与“瓶到瓶”闭环回收体系的建设，推动包装从设计、使用到再生的完整循环。

在生产废弃物资源化方面，公司对茶饮产品生产过程中产生的茶叶渣、菊花渣等植物性废料交由专业机构资源化利用。此外，部分生产基地将二次浓水、雨水回收用于厂区绿化与清洁，进一步提升资源循环效率。

开展“焕活新生环保计划”，探索空瓶回收实践

亮点案例

公司将环保理念融入赛事和综艺内容，通过具体机制设计推动公众参与。我们在“补水啦·星耀未来”羽毛球赛事中，发起“焕活新生环保计划”，围绕空瓶与旧羽毛球回收开展再利用实践，将环保教育转化为青少年可参与的行动。在综艺节目《假期中的她们》中，补水啦设置“空瓶兑换假期经费”互动环节，并由嘉宾示范参与，将环保行为自然融入文旅场景，探索环保倡导与内容传播的结合方式。



“补水啦·星耀未来”赛事活动现场

指标与目标

可持续包材目标

- 2030 年，可再生材料在公司整体包装中的占比提升到至少 **29%**；
- 2030 年，公司将不可回收或难回收塑料用量较 2024 年减少至少 **10%**；
- 2030 年前，纸箱和产品 PET 包装中的再生材料和可再生材料占比达到 **28%** 以上；
- 2030 年，实现全部相关包装 **100%** 可回收、可重复使用或可堆肥。

可持续包材目标进展

- 2025 年，可再生材料在公司整体包装中的占比提升至 **28%**；
- 2025 年，公司不可回收或难回收塑料用量为 **0%**；
- 纸箱和产品 PET 包装中的再生材料和可再生材料占比达到 **34%**；
- 全部相关包装中，已实现 **100%** 可回收、可重复使用或可堆肥。

绿色物流

东鹏饮料积极探索物流环节的绿色转型，通过推广新型运输模式、优化调度策略及使用清洁能源车辆，致力于降低产品交付过程中的碳足迹。

推广高效运输模式

公司大力推广“带板运输”模式，减少货物倒盘次数，提升装卸效率与物流周转率。2025 年，公司产品带板运输量达 **130** 万吨，占总发运量的 **22.4%**。同时，我们引入“推拉器”装车技术，减少了传统托盘的使用并降低了人员劳动强度，2025 年使用推拉器发货量超 **64** 万吨。

优化运输结构与线路

我们因地制宜优化运输结构，在安徽生产基地积极探索“公路 + 铁路”的多式联运模式，充分利用铁路运输运量大、能耗低的优势。在公路运输方面，公司每年根据销售与生产计划，遵循“就近发运、运费最优”原则制定配送线路，并针对大体积产品制定专属装车方案，最大化提升车辆满载率，减少空驶与无效运输。

倡导清洁运输

公司鼓励并优先选用国六排放标准或新能源货车进行市内配送和短途运输，并依托数字化物流预约系统记录新能源车辆使用情况，持续推动物流运输工具的清洁化升级。

生态环境保护

我们十分重视生态系统与生物多样性保护，严格遵守生态保护相关法律法规，始终将生态环境保护作为开展运营的基础准则。我们依据《中华人民共和国环境影响评价法》等法律法规要求，规范所有项目的规划、建设与运营行为，恪守生态功能保障基线、环境质量安全底线和自然资源利用上限，全面落实生态环境准入清单要求，确保经营活动合法合规，系统防范生态保护相关风险。

我们建立了覆盖全流程的生态保护管理体系，将生态考量融入运营各环节。在项目选址、开发及建设阶段，我们全面评估包括生物多样性在内的环境影响因素，并制定针对性的防控方案。针对生态保护红线及生态环境敏感区域，我们严格执行国家规定，不开展任何可能干扰区域生态平衡的生产活动，切实保护野生动植物栖息地环境，致力于通过科学选址与合规运营，协同推进生产经营与自然栖息地的和谐共生。

此外，公司从源头工艺优化、生产运营管控和价值链协同三个层面，系统推进生态保护与环境改善工作：

推进绿色设计与持续优化

通过瓶胚和瓶盖轻量化设计，从源头减少塑料使用；持续优化清洗等关键生产工艺，降低生产过程中的水资源消耗，从设计与技术层面减轻运营活动对生态环境的影响。

强化环境治理与资源循环

各生产基地持续完善清污分流、废气集中处理和固体废弃物分类回收体系，确保污染物排放稳定达标；同时优化水资源循环利用，将生产废水回用于厂区绿化、地面清洗等环节，减少对自然资源的取用。

加强价值链生态协同管理

在《供应商环境调查表》和《可持续采购政策》中明确要求供应商遵守环境保护法律法规，落实生态保护责任，重点关注甘蔗、咖啡、茶叶等核心原料供应商在生物多样性保护方面的实践，推动生态保护理念在价值链中的传导与落实。



与价值共鸣 与伙伴同行

我们的理念

东鹏饮料秉承“为消费者提供健康功效饮品、为员工搭建事业平台、为股东创造合理回报”的企业使命，始终以员工与消费者为核心，在创造经济价值的同时，持续回应相关方关切，积极履行社会责任，以负责任的经营方式推动企业稳健发展，持续夯实企业长期发展根基。

我们的行动

- ▶ 完善员工管理与员工沟通机制，健全薪酬福利体系，加强员工能力培养与职业健康安全保障，营造安全、稳定、可持续的工作环境。
- ▶ 坚持“质量为先”，强化产品质量管控与研发创新，规范市场经营行为，切实维护消费者与客户权益。
- ▶ 投身公益慈善与社会发展实践，聚焦乡村振兴与公益慈善等重点领域。
- ▶ 将可持续发展理念融入合作与供应链管理，与合作伙伴携手推进互利共赢、共同成长。

包含的可持续发展议题

- ▶ 劳工管理
- ▶ 员工健康
- ▶ 员工发展
- ▶ 供应链责任
- ▶ 产品责任
- ▶ 客户权益
- ▶ 社会发展

SDGs 响应



共创幸福职场

东鹏饮料坚持以人为本，倡导平等雇佣与多元包容，切实保障员工权益，致力于为员工提供公平、尊重与机会均等的工作环境。公司持续完善用工管理机制与人才发展机制，通过健全的薪酬福利体系和多元化职业发展通道，提升员工凝聚力与稳定性，促进人才留存与公司的长期发展。

平等雇佣

公司严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，结合企业实际，制定并持续完善《员工手册》《招聘与录用管理制度》等内部规章制度。我们坚持保障员工的平等权利，尊重全球各地员工的文化信仰和习惯，不因民族、宗教、性别、年龄、国籍等差异区别对待，持续营造多元、包容的职场环境。员工如遇歧视或骚扰事件，可通过邮箱、电话等方式进行反映，公司将依法依规调查处理，切实保障员工合法权益。同时，公司通过建立人力资源监督检查机制，对招聘与用工全过程开展合规管理与定期核查，持续防范童工和强制劳动风险。

在招聘录用过程中，我们始终秉持公开公平透明机制，明确禁止设置民族、性别、年龄、学历等与岗位无关的歧视性条件，保障应聘者的平等就业权利，严格按照既定招聘流程开展员工选拔与录用，保证招聘信息公开透明。此外，公司设立专门部门受理雇佣歧视相关投诉，并建立多元化举报渠道。

2025 年，我们荣膺包括“年度最佳雇主”、全国人力资源创新大赛“领军品牌”、《培训》杂志“人才发展优秀企业”在内的多项权威大奖。这标志着社会各界对我们雇主品牌魅力与组织管理水平的深度认可。



2025 年荣获雇主奖项图



《培训》杂志“人才发展优秀企业”“品牌学习项目”“创新方法论”大奖

全国人力资源发展“领军品牌”

人才引进

公司围绕企业发展需求，持续拓宽人才引进渠道，通过多元化、创新化方式吸引优秀人才加入，在保障公平就业的基础上，将可持续理念融入人才引进实践，为企业高质量发展注入持续动力。

本年度，公司在员工招聘中重点关注“社会”与“治理”维度，通过体系化招聘管理和实践举措持续强化雇主品牌形象。在招聘过程中，公司积极推进低碳招聘模式，全面推行电子化简历与远程视频面试，有效减少招聘流程中的资源消耗。同时，公司在招聘信息中明确薪酬区间、晋升路径及福利体系，持续提升招聘透明度。此外，公司持续深化政企校协同，联合地方人社部门参与公益招聘活动，通过“直播带岗”、现场面试等多元形式扩大招聘触达范围。

我们有效传递“多元、公平、可持续”的雇主价值主张，进一步提升雇主品牌认可度。

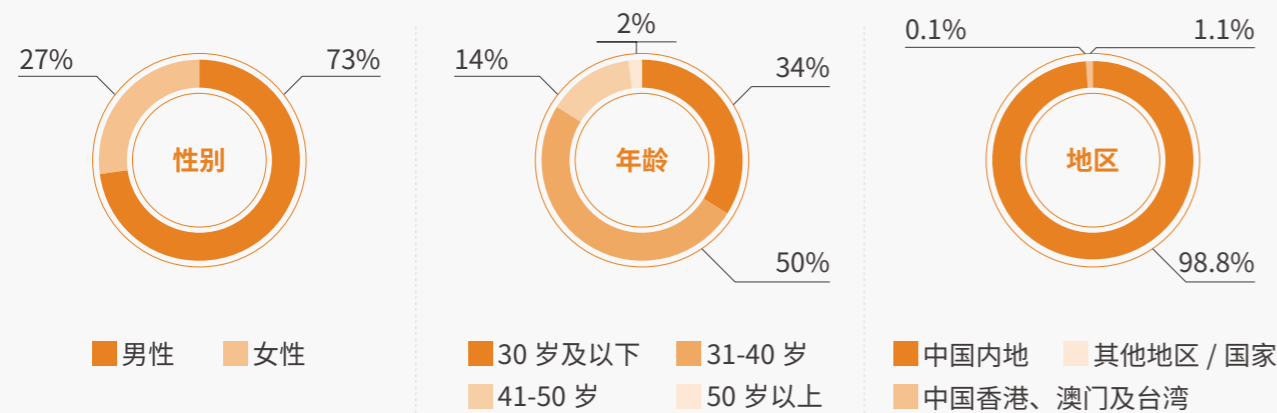


员工招聘现场

亮点绩效

2025 年，

- 共开展 **2,665** 场招聘活动，其中包括 **90** 场校园招聘，**1,212** 场社会招聘，**1,363** 场线上招聘，共引进新员工 **4,828** 人。



员工构成

薪酬福利管理

公司制定《薪酬管理制度》《福利管理制度》等制度，倡导以人才激励为核心，持续构建公平、规范且具有市场竞争力的薪酬体系。公司坚持按岗定薪原则，通过岗位评价、绩效评估等方式，综合考虑岗位价值、员工能力及实际贡献，合理确定员工薪酬等级和薪酬水平，确保薪酬与岗位责任和个人绩效相匹配。公司定期开展内外部薪酬调研，持续关注行业及区域薪酬水平变化，并结合公司战略定位与经营状况，动态优化薪酬策略。针对不同岗位序列、管理层级及贡献度差异，公司实行差异化薪酬激励措施，在保障内部公平性的同时，增强薪酬体系对人才的吸引力与激励作用，支持企业长期稳健发展。

公司持续完善绩效管理体系，通过数字化绩效管理系统，将员工个人绩效与公司整体经营目标紧密衔接，形成覆盖绩效目标设定、目标审核、指标配置、结果评估及绩效复盘的全流程管理机制。在绩效实施过程中，公司坚持过程管理与结果导向相结合，绩效评定完成后，由各级管理者与员工开展一对一绩效面谈，对工作表现、改进方向和能力提升进行充分沟通。同时，公司设置绩效结果确认及申诉流程，保障员工对绩效结果的知情权和申诉权，确保绩效管理过程公开、公平、透明，促进绩效结果的有效运用和持续改进。

劳工权益与多元包容

公司遵循《中华人民共和国妇女权益保障法》《中华人民共和国残疾人保障法》《中华人民共和国就业促进法》《中国工会章程》《中华人民共和国工会法》等相关法律法规，尊重员工多元背景，通过制度化管理和沟通机制，推动多元、包容的职场环境建设。

多元包容

我们为残疾员工提供灵活的工作安排，尊重少数民族员工的生活习俗，在节假日安排上予以合理保障。我们重视女性员工权益保障，依法落实产假、陪产假及相关待遇，确保女性员工在生育期间的经济收入不受影响。针对返岗员工，公司结合实际情况合理安排岗位与工作任务，帮助其顺利回归工作状态。

亮点绩效

2025 年，

- 公司管理人员中女性人数比例 **37%**；享受产假员工数 **117** 人，产假返岗率 **100%**；享受陪产假员工人数 **270** 人，陪产假返岗率 **99.6%**。

员工沟通

公司建立多元化员工沟通渠道，包括职工代表大会、工会组织等，保障员工意见表达与申诉渠道畅通，确保处理过程的公正性与保密性。

公司职工代表大会与工会组织的员工代表由民主选举产生，通过定期会议机制，对涉及员工权益和福利的重要制度事项开展审议与协商，依法保障员工参与企业民主管理的权利。

此外，我们通过“集团咨询”“《鹏·博》内刊”以及“小创新，大改善”等员工沟通平台，结合线上线下渠道，以图文、视频等多种形式，及时、直观地向员工传递公司发展战略、经营动态与企业文化相关信息。

员工福利

公司高度重视员工福利体系建设，在依法落实社会保险和住房公积金等法定福利的基础上，结合员工实际需求，持续丰富福利内容。我们为员工提供宿舍和食堂等生活保障设施，定期组织员工体检，并在重要节假日开展关怀活动，发放节日和生日福利。同时，公司通过慰问困难员工等方式，传递组织关怀，增强员工的归属感与凝聚力。

人才留存

公司持续关注员工的敬业度与满意度，我们广泛收集员工在经营发展、企业文化建设和团队协作等方面的意见和建议，了解员工对组织管理和工作环境的真实感受，持续关注员工诉求并根据调查结果制定和落实改进措施，不断优化管理实践，提升员工留任意愿，不断提升员工的参与感、归属感和幸福感。



员工健康与安全

东鹏饮料建立健全覆盖研发、生产、仓储、物流、销售、办公等全场景的职业健康与安全管理体系，全面落实安全生产责任制，持续强化风险识别与隐患排查治理，打造健康安全的工作环境。

安全生产

东鹏饮料严格遵循《中华人民共和国职业病防治法》《中华人民共和国安全生产法》等相关法律法规要求，建立并实施覆盖全公司的《东鹏饮料职业健康与安全管理政策》《外协施工安全管理规定》等政策制度，并且在生产基地设有《环境及职业健康安全综合管理手册》《EHS 职业健康安全运行程序》《工伤事故应急救援预案》《职业病预防管理制度》《EHS 相关方管理程序》等制度，对员工、供应商、分包方、工程承包方、外协施工单位等的职业健康安全进行管理。

本年度，公司全员签署《安全生产责任书》，徽鹏、庆鹏、莞鹏、华鹏、增鹏、浙鹏、湘鹏、桂鹏等 8 个生产基地均通过 ISO 45001 职业健康安全管理认证。

安全治理架构

公司董事会战略与可持续发展委员会是公司职业健康与安全的最高决策机构，负责统筹公司职业健康与安全战略制定、风险管理、目标审议及绩效评估。公司 CEO 负责监督职业健康与安全战略，副总裁监督和管理健康安全相关事宜。

安全管理体系

本年度，各生产基地全面推行“1+N”安全管理组模式，建立职业健康安全 (EHS) 委员会，形成“委员会主任—委员会执行主任—安全、职业卫生管理负责人—安全检查小组、科室安全员”四级安全管理架构，各 EHS 委员会向公司副总裁进行汇报。由基地厂长担任组长、分管安全副厂长担任副组长，配备持证专职安全员，并由各科室负责人兼任安全管理职责，构建起“全员参与、层层负责”的安全责任体系。通过将安全职责嵌入各层级管理岗位，公司实现了安全责任从管理层到一线岗位的有效传导。公司将职业健康安全绩效纳入高管人员年度考核体系，与绩效评估、薪酬激励挂钩，推动 EHS 管理从制度落实向责任落地持续深化。公司 CEO 薪酬与健康安全关键绩效相挂钩。

此外，我们对在公司范围内活动的供应商、分包方、工程承包方等相关方的职业健康安全管理做出规范要求，内容包括外来施工单位资质审查、施工现场安全管理、采购物品的健康安全风险识别、人员车辆进出管理等，以保证相关方提供的产品、服务等符合公司职业健康安全管理要求。

风险识别和管理

公司围绕生产流程、作业活动和设备设施开展系统性职业健康与安全风险识别。通过确定生产流程与设备清单，识别潜在危险源，开展风险评估并制定针对性控制措施，对重大风险实施重点管控。在风险控制执行过程中，公司定期对危险源进行更新和再评估，并对控制措施进行补充和优化，形成“识别—评估—管控—复评”的闭环管理机制。同时，公司委托第三方机构开展职业病危害因素检测与评价，持续提升风险防控的科学性与有效性。我们定期开展体系审计与监督检查，确保管理持续改进。

职业病预防

各生产基地根据作业岗位接触的职业病危害因素，为员工配备相应的个人防护用品，并对职业病防护设施实施定期维护和管理，确保设施正常运行。公司依据不同岗位面临的职业病危害因素，科学设置员工职业健康体检项目，持续关注员工身体健康状况。

安全管理措施

数字化管理

各生产基地通过机房动环监测与视频智能监控系统，对关键设施运行状态和重点作业场景进行实时监测与预警，及时识别并处置潜在安全风险，提升安全生产管理的智能化和规范化水平。

常态化检查

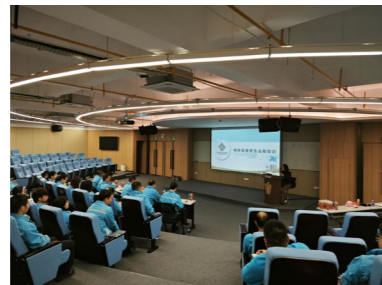
各生产基地统筹开展月度安全专项检查，并实现 100% 整改闭环。基地安全员每日下沉生产一线，通过现场巡查和视频核查等方式，及时发现并纠正违规操作和潜在风险。对违反安全操作规程的行为，开展针对性培训和现场纠偏，并对安全责任落实不到位的情形依法依规处理，将风险控制在萌芽状态。

生产安全培训

按照三级安全培训要求，各生产基地系统开展厂级、部门级及岗位级培训，结合生产检修等关键时期，组织全员安全回炉再培训，并通过班前会警示教育、安全案例宣讲和宣传视频等形式，持续强化员工安全意识。



环境卫生与职业健康培训



特种设备安全



安徽基地消防安全全员培训



安全普法专题培训



职业健康与安全培训



安徽基地仓储科外包劳务进厂三级安全培训

安全应急演练

各生产基地开展消防、救护等应急演练，覆盖有限空间作业、火灾及自然灾害等重点风险场景。



消防演习

安全文化建设

通过技能比武、安全竞赛等活动，公司积极引导员工主动参与安全管理，逐步营造“人人重安全、事事讲安全”的安全文化氛围。



安全宣传



董事长思想荟萃—安全教育

职业健康保障

各生产基地每年组织开展职业病危害因素检测，并对涉险岗位员工落实岗前、在岗及离岗体检安排。此外，公司为员工缴纳工伤保险和雇主责任险。

公司基于员工安全保障和风险控制需要，已在部分生产基地引入安全生产责任保险，同时结合不同生产基地的实际情况，持续评估并逐步推进相关保险安排的适用与完善。



职业健康培训

健康和安全管理目标

2030 年，公司总可记录事故率（TRIR）或损失工时事事故率（LTIR）维持至 **1** 以下，并覆盖全体员工和承包商员工。

健康和安全管理目标进展

指标	2023 年	2024 年	2025 年
总可记录事故率（TRIR） ¹	0.3	0.3	0.4

亮点绩效

2025 年，

- 公司安全生产投入金额 **8,104,030.59** 元。
- 全年累计开展安全检查超过 **121** 次，排查各类安全隐患 **4,445** 余项。
- 工伤保险年度总投入为 **5,248,102.54** 元，正式员工覆盖率达 **100%**。
- 共举办职业健康与安全相关培训 **519** 场，员工参与总计 **12,376** 人，安全培训总时长 **18,000** 小时，累计 **100%** 覆盖。新员工入职安全培训和考核通过率均达到 **100%**。

¹ 总可记录事故率（TRIR）=（可记录事故总数 × 200,000）÷ 总工时。

员工关爱

公司坚持以员工为本，围绕“健康工作、幸福生活”的理念，持续推进员工关爱举措，关注员工身心健康和多样化需求，努力营造具有归属感和凝聚力的工作环境。



日常活动和团建活动

日常员工福利

公司为员工提供年度健康体检，并通过福利平台在节假日向员工发放关怀福利。结合不同岗位和员工群体特点，持续开展文体活动和员工社团建设，鼓励员工参与运动健身和文化交流，增强团队凝聚力。

家庭关怀

公司围绕节假日节点组织开展形式多样的员工关爱活动，并开展员工家庭主题参观与游学活动，邀请一线业务人员及家属走进公司文化展厅和生产线，增强员工及家庭成员对企业的认同感。

亮点绩效

2025 年，

520 爱心互助金项目累计帮扶金额达 **213.78** 万元，已帮扶 **22** 个困难员工家庭。

专项关爱项目

公司由工会牵头发起“520 爱心互助日”活动，秉持“不让一场疾病压垮一个家庭”的理念，通过员工自愿捐赠一天工资并结合公司捐赠，为身患疾病的员工及其直系家属提供支持，帮助困难家庭缓解实际压力。



爱心互助帮扶

特殊保障

针对特定员工群体，公司提供有针对性的支持措施。对于外派员工，公司提供租房补贴和探亲假等福利安排，帮助其平衡工作与家庭需求。通过持续完善关爱举措，公司不断提升员工幸福感和组织认同度。

退休员工关怀

公司开展退休员工关怀活动，向员工的长期付出致以感谢，传递企业关怀与尊重。

赋能人才成长

东鹏饮料以“为员工搭建事业平台”为使命，持续推进人才培养与职业发展体系建设，通过系统化培训和多通道成长路径，支持员工能力提升与职业成长，激发组织活力。

员工能力发展

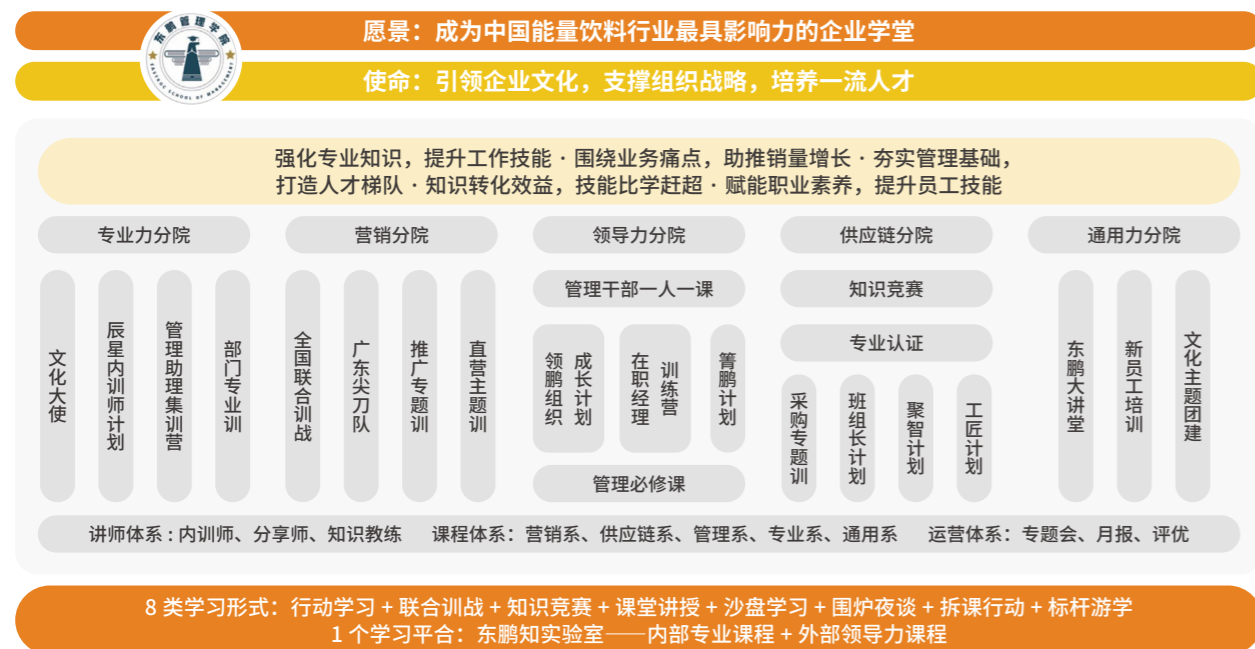
公司的人才培养以“引领企业文化，支撑组织战略，培养一流人才”为使命，围绕“激活组织、激活人，为多品类发展提供人才”的核心目标，持续完善员工能力发展体系建设，逐步形成支撑组织战略实施和人才持续成长的发展机制。公司制定并实施《培训管理办法》，持续完善培训管理相关制度安排。本年度，我们在讲师管理、培训组织运行及相关管理要求等方面对制度进行优化和完善，进一步提升培训管理的规范性和运行效率。

公司坚持“同岗同训、能力共建”的原则，确保培训资源公平覆盖。各类人才培养项目不仅面向正式员工，也覆盖兼职、承包商及临聘人员，相关人员均需按要求参加入职培训、岗位培训、安全培训及部分专项培训，推动全体员工在同一能力标准下协同发展。

培训体系

公司以“东鹏管理学堂”为平台，统筹员工能力发展工作，构建起高层牵引、业务主导、HR 专业支撑的培训管理架构。在核心统筹层面，董事长担任院长，公司副总裁（VP）组成指导小组，由 HRVP 担任执行院长，负责明确培训战略方向并推动与组

织目标对齐。同时，公司推行“分院制”培训管理模式，由各业务部门负责人担任分院长，负责培训需求识别与方向把控，并配备人力资源专职人员作为分院助理，负责培训项目的专业实施与落地，确保培训内容紧密贴合业务发展需要。



东鹏管理学堂培训体系

在此基础上，公司持续选拔与培养岗位专家和管理人员，逐步建立起一支覆盖各业务条线、规模达 150 余人的内训师队伍，年度教学任务完成率保持 100%，内部课程占比提升至约 80%。公司将使用频率高、质量优的课程进行数字化转化，依托“知室”平台推动公司范围内的知识共享与经验沉淀。

本年度，公司在培训内容、方式和形式上持续推进创新，通过开展“对话一线”“萃取打法”等实践型学习项目，累计推出 27 篇一线专访，促进实战经验的系统沉淀与内部共享。同时，公司在管理类课程中引入趣味化学习设计，通过知识竞赛等方式帮助学员巩固关键知识，并评选年度“最强学习力组织”，激发组织学习活力。此外，公司在部门学习项目中融入标杆企业及人文地理游学等内容，拓宽学员视野，丰富学习体验。

能力建设

公司以营销、供应链、专业力、领导力和通用力五大培训体系为主线，持续优化和打造精品人才培养项目。本年度，公司在既有框架内进一步强化分层分类培养设计，围绕干部能力提升、新员工加速成长以及核心岗位专业能力强化等重点方向，系统推进人才梯队建设。我们推动员工在不同发展阶段获得与岗位匹配的能力支持。相关项目覆盖新员工、骨干员工及各级管理人员，形成由基层到中高层的分层分类培养格局，为组织持续发展提供稳定的人才储备。

领导力体系

以“领鹏班”等项目为主的领导力培养体系，通过在课程中融入团队融合与人文素养内容，强化管理干部的综合领导力与团队协同能力，逐步完善分层分类的梯队人才培养机制。



“领鹏班”培训活动现场

营销体系

以“东鹏饮料尖刀队”等项目为主的营销人才培养体系，将培训场景前移至市场一线，通过训战结合的方式提升实战能力，实现人才培养与业务发展的深度融合，构建持续赋能组织的人才生态系统。



“尖刀队”项目



“尖刀队”第五期培训毕业典礼

供应链体系

以“供应链知识竞赛”等项目为主的供应链能力培养体系，通过引入智能机器人等创新比拼形式，强化专业知识与操作规范，推动一线岗位实现“知识”和“技能”的系统覆盖。



供应链筑盾计划



供应链风险管控训练营



供应链知识竞赛

专业力体系

以“晨星内训师计划”等项目为主的职能团队培养体系，提升职能团队专业能力。



专业力文化大使



专业力内训师集训



专业力档案管理培训

通用力体系

以新人培养项目及部门学习活动为主的通用能力培养体系，强化学习能力、创新意识和团队协作能力。



通用力文化主题拓展



通用力新劳动法培训



通用力廉洁保密培训

专业提升

公司鼓励员工持续提升学历与职业能力，围绕关键技术岗位和专业序列提供有针对性的支持措施。在供应链等技术岗位，公司提供学历提升项目，对取得相应证书的员工给予学费全额支持。在职业能力提升方面，公司对员工参加的与岗位能力标准相关的外部职业资格认证的培训及考试费用予以保障。同时，公司建立内部认证体系，在精益管理、设备管理等领域联合行业专家开展辅导与认证，持续提升员工专业能力。

亮点绩效

2025 年，

- 公司开展 **25** 个专项人才培养项目，共计 **52** 场，直接覆盖人数 **5,156** 人，课时超 **32,000** 小时，满意度 **96.8** 分。
- 公司各部门每月通过转训、自主开展业务技能培训，总课时超过 **17** 万小时。
- 员工培训支出金额共计 **13,320,061** 元。

“大会战”综合能力提升项目

亮点案例

2025年，公司以业务实战为导向，持续深化“大会战”项目。我们将培训场景前移至市场一线，通过真实业务问题驱动学习与能力提升。项目有效提升了干部现场决策能力，加快新员工成长速度，通过与经销商协同作战，在新品铺市与动销增长方面取得显著成果，实现“以战代训、训战结合”。



“大会战”项目开展情况

员工职业发展

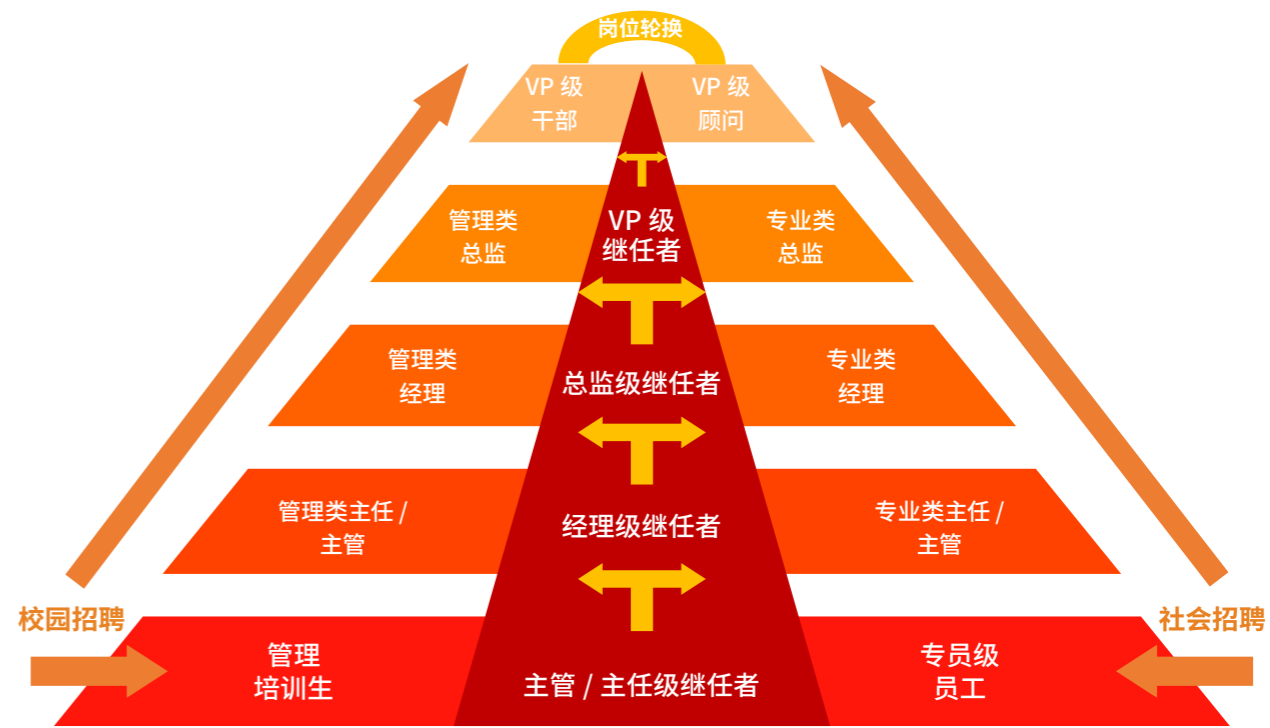
公司建立了以岗位价值与能力发展并重的职业发展体系，制定并持续优化《集团组织层级与职务职级体系管理制度》《员工晋升与降职管理制度》《轮岗管理制度》等制度文件。本年度，公司进一步明确职务职级管理原则，优化营销系统绩效考核规则，并完善各系统轮岗实施细则，确保员工职业发展路径有章可循。

公司设置管理类（M类）、职能类（F类）、技术类（P类）、操作支持类（O类）等多序列发展通道，满足不同岗位员工的成长需求。在保持整体框架稳定的基础上，公司对部分规则进行优化，例如允许同一管理岗位跨职级设置，增强职业发展通道的灵活性与包容性。相关调整通过制度公示和入职培训等方式向员工充分传达，确保员工清晰了解自身发展路径与晋升标准。

职业晋升路径

公司将绩效管理与职业发展深度联动，坚持以业绩和能力为导向的晋升原则。在职能部门，月度绩效表现直接影响年度晋升资格。在营销系统，绩效结果是员工晋升或调整的重要依据。通过明确绩效等级与晋升结果之间的对应关系，形成“能上能下、优绩优升”的良性机制，激发员工持续创造价值。

公司职业发展体系覆盖正式员工、兼职、承包商及临聘人员。在岗位空缺情况下，优先为绩效表现优秀的非正式用工人员提供转正和发展机会，促进人才内部流动与长期留任。



员工个人职业发展规划

打造责任供应链

东鹏饮料将可持续发展理念系统融入供应链管理全过程，通过完善治理机制、强化制度建设、推进数字化管理和分级管控，持续提升供应链的合规性、稳定性与韧性，携手合作伙伴共同构建高效、透明、可持续的供应链体系。

治理

东鹏饮料严格遵循《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律法规，结合行业监管要求，持续完善内部制度体系，规范采购与供应商管理行为。公司已建立包括《供应商管理制度》《供应商绩效考核与分级管理制度》《廉洁协议》等在内的制度文件，并将 ESG 合规要求明确纳入其中，为可持续供应链管理提供系统化保障。

为保障制度体系的有效实施，公司构建了系统化的供应链治理架构与执行机制。我们确立了以东鹏饮料总部为管控中心的管理模式，由采购与资金效率中心等核心职能部门协同推进，确保各项供应链管理要求在集团总部与各生产基地之间实现有效衔接。我们明确了供应链管理的责任分工，确保决策层、管理层与执行层职责清晰、执行到位，从而持续提升供应链治理的规范性与透明度。

策略

东鹏饮料深刻认识到，供应链的可持续性保障业务连续性与长期价值创造的关键。我们采用系统化的供应链管理方法，致力于通过提升供应链 ESG 风险管理、践行可持续采购、优化供应商全生命周期管理流程以及推动供应商 ESG 能力建设等核心举措，构建一个高效、透明且富有韧性的责任供应链体系。

供应商全生命周期管理

公司建立并持续完善供应链管理体系，推进采购数字化与智能化建设，通过供应商协同平台（SRM 系统）整合采购流程、供应商信息及数据分析功能，提升采购效率和风险识别能力。依托信息化平台，公司逐步实现采购过程的在线化、透明化和标准化，为供应商全生命周期管理提供数据支撑。围绕供应商准入、评估、考核、分级与退出等关键环节，公司制定《供应商质量控制管理流程》，形成覆盖供应商全生命周期的管理机制。

在供应商准入阶段，当涉及新供应商、新生产商、新物料、新产线或模具号等关键因素变更时，公司将根据物料潜在质量风险情况，开展相应的质量评审工作，并采用书面审核、样品测试及现场审核等方式进行准入评估，确保供应商在进入合作前即符合公司质量与管理要求。

针对不同质量等级的供应商，公司实施差异化管理措施。对质量表现优良的供应商，优先配置合作资源，并通过质量赋能等方式深化协同合作；对存在一定风险的供应商，开展整改跟踪与改进辅导，推动其持续提升管理与质量水平；对连续考评不达标或存在重大合规风险的供应商，公司将依法依规中止或终止合作，及时防范潜在供应链风险。

合作过程中，公司对供应商实施常态化考核管理。通过季度质量考评机制，综合评估供应商在质量合格率、质量异常情况、质量管理水平、质量配合度及基地满意度等方面的表现，持续跟踪其履约能力和质量稳定性。基于考评结果，公司对供应商进行分级管理，并将其划分为 A、B、C、D 四个等级。

在供应商退出管理方面，如发现供应商提供无效或虚假的必要资质资料、其产品被公司或政府抽检发现存在非法添加违禁物质或不符合国家食品安全标准，或经现场审核及质量考评被评定为 D 级并在整改后仍未通过验证的，公司将立即将其移出合格供应商清单，确保供应链整体质量与安全水平。

影响、风险和机遇管理

公司持续加强供应链风险与机遇管理，主动识别并评估常规供应链风险、相关 ESG 风险与发展机遇，并通过供应商管理流程，对供应商开展风险识别、风险评估、持续监测和分级应对，形成“识别—评估—监测—管理”的闭环机制。

类型	业务场景	风险 / 机遇描述	潜在财务影响
风险	采购	采购过程中 ESG 风险管理不当，企业可能受供应商劳工权益管理不足、排放超标等负面事件造成声誉风险，进而影响品牌形象。	品牌价值下跌：因宣传承诺与实际执行严重脱节、采购行为缺乏可验证依据，导致公众、消费者、投资者及媒体对企业“环保承诺”的信任度崩塌，进而引发市场对企业长期价值的重新评估，最终表现为企业市值下降。

应对策略

我们在风险识别阶段深入收集供应商信息并追溯原材料来源，采用定性定量相结合的方法综合评估风险等级。同时，我们在常规的风险评估基础上，将劳工权益、环境保护等 ESG 相关关键指标纳入供应商准入与考核体系。此外，我们依托先进技术手段实时监测供应链动态，确保信息的及时反馈与快速响应。

在风险管理与应对上，我们通过建立备用供应商体系减少对单一来源的依赖，并持续深化与现有伙伴的紧密合作，从而实现了对供应链风险的高效管控与稳定运行。

供应商 ESG 管理

东鹏饮料制定并向合作伙伴发布了“节能降耗、绿色环保、风险管控、健康安全、遵守法规、持续改进”的指导方针，明确要求供应商在商业合作中不仅要保障产品质量，更需积极履行环境保护与员工职业健康安全的社会责任。

在供应商准入与管理环节，公司严格实施 EHS 尽职调查与合规性评估。通过下发《供应商安全环境管理调查表》，我们对供应商进行全方位的 ESG 绩效摸底，重点审核其是否通过 ISO 14001/45001 体系认证、污染物排放是否合规、是否建立环境管理专职机构等关键指标。同时，我们密切关注供应商的风险管控能力，细致考察其针对化学品储存、消防演练及泄漏应急培训的落实情况，确保其具备完善的风险预防机制。

为强化责任落实，公司要求供应商签署《安全环境管理承诺书》，签署方须做出严格的“安全承诺”与“环境承诺”：在安全方面，承诺建立健全安全管理体系，定期维护设施并加强员工培训；在环境方面，承诺严格遵守环保法规，采取有效措施确保污染物达标排放，并积极推动环保新技术与新材料，提升资源利用效率。

此外，我们注重提升采购团队的专业能力建设，推动采购管理向国际化、专业化方向发展。



亮点绩效

2025 年，公司共有 **12** 名采购管理人员取得 CIPS (Chartered Institute of Purchasing and Supply) 国际采购与供应管理认证，占采购管理人员总数的 **28%**。

供应商廉洁管理

公司完善采购治理与廉洁管理要求，与所有合作供应商签订《廉洁协议》，明确反舞弊、反腐败和合规经营要求，确保采购活动公开、公平、透明。

亮点绩效

2025 年，东鹏饮料签署《廉洁协议》供应商覆盖率达 **100%**。

供应商能力建设

东鹏饮料注重通过交流与赋能提升供应商整体管理与质量水平。报告期内，公司围绕质量改进与技术提升，组织开展供应商质量改进专项活动与技术交流项目，包括质量改进项目、安全质量技术交流活动及专题培训等。通过分享优秀质量管理经验、推动问题协同整改，公司持续提升供应链整体运行质量与稳定性。

供应商质量赋能，改善包材混版问题

亮点案例

针对个别供应商长期存在的混版问题，东鹏饮料启动“授人以渔、对症下药”专项质量帮扶行动。我们通过派驻专项小组深入供应商现场，系统推进“诊断—设计—执行—固化”全流程改善，识别关键风险环节，制定标准化、可视化作业规程，加强过程管控与现场执行。经过持续辅导与流程优化，供应商质量意识与操作规范性显著提升，混版频次从前期 3 个月累计 **10** 次降至后续 9 个月内仅 **1** 次，有效保障了产线效率与产品品质稳定。

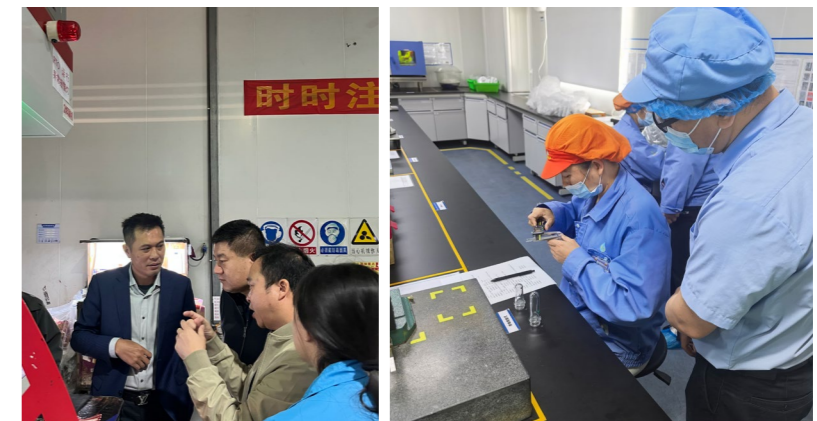


供应商现场驻点进行质量赋能

推进质量前置检验，提升供应链效率

亮点案例

2025 年，东鹏饮料对 **18** 家包材供应商开展过程控制能力与检验能力评估与考核，推动质量管控前移至供方端。通过复核确认供应商检验原始数据，实现关键质量信息可追溯、可验证，有效减少来料检验工作量。实施后，包材来料检验量下降 **30%**，整体检验周期缩短 **2** 小时。



质量前置检验

开展原辅料质量风险评估，推动质量管控从“被动应对”向“主动预防”转型 亮点案例

2025 年，东鹏饮料系统完成原辅料风险评估专项工作，系统性识别原料从特性、储运到生产、合规的全流程风险，精准定位高风险原料与供应商。我们通过量化风险等级，推动管控资源精准聚焦，并落实强化检验、供应商监控等针对性措施，有效降低了因原料问题引发的停线及召回风险，推动质量管控从事后处置向事前预防转型。



《原辅料风险评估与管控报告》

质量技术交流，推动供应商全链条质量提升 亮点案例

为提升余甘子产品质量稳定性，东鹏饮料技术团队赴揭阳供应商处开展现场技术交流，识别出其在原料采收、生产过程与成品检验等环节的管理不足。技术团队针对性提出系统性改进方案并实施赋能：在原料端明确采收标准，保障原料一致性；优化生产过程的清洁管理与关键点控制；规范成品检验流程与设备管理。我们通过“诊断-指导-跟踪”闭环支持，有效提升了供应商质量管理能力，从源头夯实了原料质量基础。



揭阳农益社质量技术交流现场

指标与目标

公司通过设置系统化的供应链管理指标，对可持续供应链建设成效进行持续跟踪与评估。

可持续供应链目标

- 构建长期的供应商认证体系，定期对供应商开展风险评估。
- 通过系统化、标准化的管理方法，对供应商开展全生命周期质量管理。

可持续供应链目标进展

2025 年，我们已实现对供应商开展全生命周期质量管理，对供应商审查率已达 **100%**。

关键指标	单位	2024 年	2025 年
供应商情况			
供应商总数	家	245	211
合格供应商总数	家	245	211
供应商审查			
拥有质量管理体系认证的供应商数目	家	180+	163
拥有职业健康安全管理体系认证的供应商数目	家	90+	102
拥有环境管理体系认证的供应商数目	家	50+	122
因不合规被中止合作的供应商数目	家	0	0
因不合规被否决的潜在供应商数目	家	0	0

研发创新引领

东鹏饮料积极响应《健康中国行动（2019-2030 年）》《国民营养计划（2017-2030 年）》等国家政策号召，主动融入“健康中国”战略实施，致力成为健康功能化饮品的开拓者与引领者。

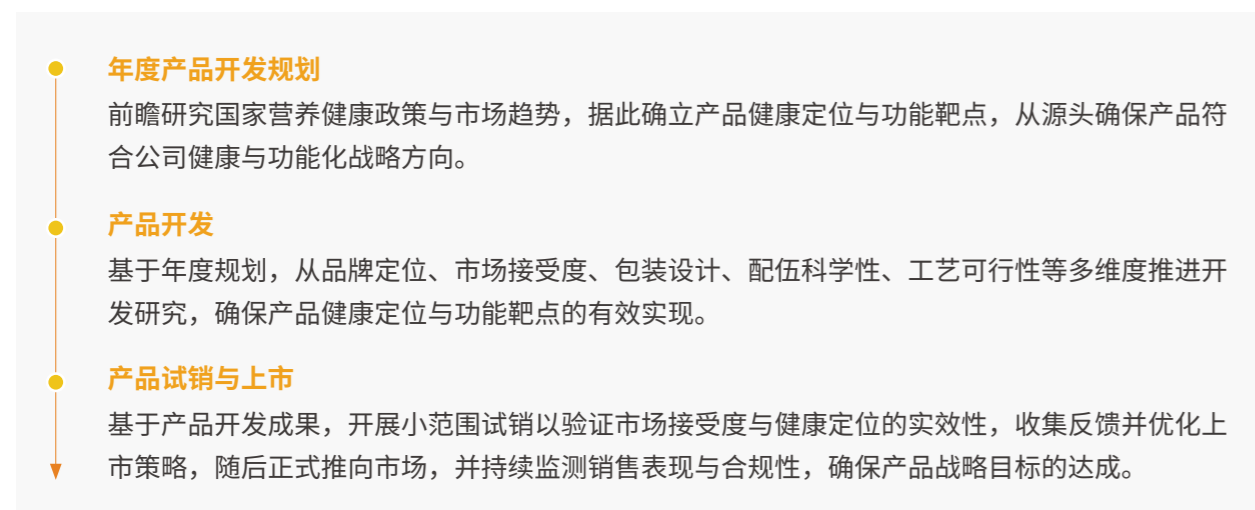
公司确立了以“健康属性”和“功能精准”为导向的产品研发战略，明确“夯实基础、精进技术、深研原料、研发出会走路的产品”的研发方针，坚持“健康”与“功能”深度融合的发展路径。围绕营养健康与科学功能化创新方向，公司持续深化核心营养成分研究与创新应用，不断拓展产品的健康内涵与功能边界，为消费者提供兼具健康价值与明确功能体验的产品，传递“科学健康，功效赋能”的产品理念。

同时，东鹏饮料通过建立科学研发管理体系，深化产学研协同创新，持续推动产品健康化、功能化迭代升级，以高品质、多元化的产品供给，不断满足消费者对健康生活的更高追求。



规范研发管理

公司制定《产品研发流程》《研发管理办法》《新品开发调研及定义流程》等内部制度，建立覆盖产品全生命周期的研发管理体系，实现从产品规划、研发设计、试产验证、上市等各环节的规范化管理。



公司建立了由研发创新中心、品牌发展中心牵头，集合研发、品牌、法规、市场、职能人员组成的研发项目管理委员会，并在产品开发流程中嵌入研发项目管理委员会评审机制，针对每一款新品的功能定位科学性、配方合理性及健康效益进行专业咨询与评审，确保从概念到上市的每一环节都贯穿“健康与功能”的产品基因，有效推动功能性健康产品的创新与成果转化。



多元产品研发

科学营养理念

公司将健康研究与功能化突破置于产品开发的首要位置，聚焦运动营养补充、能量补给、抗疲劳等核心方向，持续开展天然咖啡因、B 族维生素、氨基酸、电解质、膳食纤维等功能性营养成分的研究和应用，坚定推进低糖、零糖的健康发展方向。公司以核心原料创新与配方技术升级为抓手，在优化产品口感体验的同时，持续践行减糖策略与清洁标签理念，全方位提升产品的健康属性与功能价值。确保产品开发全过程以健康科学为指引，让每一项功能诉求都建立在坚实的科学依据之上。

报告期内，东鹏饮料深入践行“健康与功能化”产品战略。在配方清洁化方面，我们的无糖 / 低糖、无钠 / 低钠及无脂 / 无反式脂肪酸系列产品的销售占比已提升至 **28%** 以上。

在功能化升级方面，公司精准对接特定消费场景需求，成功推出了多款营养强化型产品，例如添加多种电解质与维生素的能量补充类、运动营养类产品。得益于消费者对高价值健康属性的认可，此类功能性产品的销售收入占比已达到 **70%**。这一成果充分彰显了公司精准把握营养健康市场机遇、将战略部署转化为核心竞争力的强大执行力。

健康产品矩阵

公司紧密围绕消费者对健康的升级需求及功能细分的场景趋势，致力于构建一个覆盖多元健康维度、服务丰富消费场景的“健康功能型产品矩阵”，进一步强化在健康功能化饮品领域的核心优势。



东鹏饮料健康功能型产品矩阵

东鹏特饮系列

东鹏特饮作为东鹏饮料旗下的核心品牌，已从单一的能量饮料发展成为一个覆盖多种功能需求、构建科学抗疲劳与能量支持体系的多元化产品矩阵。其产品线不仅包括经典的保健功能饮料，还通过持续创新，推出了针对不同消费场景和健康需求的细分产品，形成了强大的市场竞争力。以下是对其核心系列产品的详细介绍：



东鹏特饮

原卫生部批准的保健食品，通过牛磺酸、赖氨酸、咖啡因、烟酸及多种 B 族维生素的协同作用，构筑科学高效的抗疲劳体系。

东鹏特饮® 牛磺酸 B 族维生素饮料

保健食品，延续东鹏特饮的科学抗疲劳功效体系，在实现减糖 25% 的同时，确保风味与功效不减。



东鹏特饮运动营养食品（耐力类）

专为耐力运动人群研制，通过牛磺酸、咖啡因、烟酸及维生素 B1、维生素 B2、维生素 B6 的协同作用，构筑科学有效的耐力提升体系。

无糖型东鹏特饮能量饮料

精准回应消费者对“控糖”与“能量补充”的双重需求。产品主打“0 糖 0 脂”健康标签，创新添加国家卫健委 2024 年批准的新食品原料——L-α-甘氨酸胆碱，有助于缓解脑疲劳；同时科学复配人参粉、牛磺酸、烟酸及多种 B 族维生素，构建复合能量支持体系，深度聚焦脑力工作者、健身人群及轻健康生活方式群体。



东鹏补水啦系列

已形成覆盖全场景的规格矩阵，包括 300ml 和 380ml “小补水”、555ml 常规装及 1L 家庭装，口味涵盖西柚、柠檬、白桃、荔枝、薄荷等多种选择。其中，2025 年 2 月推出的 380ml “小补水”系列，精准锁定通勤、办公等碎片化场景渗透率不足 15% 的市场缺口，以“小包侧袋友好型”设计，成功将消费场景从运动场延伸至生活全链路。



东鹏大咖系列

主打“低糖健康 + 便捷提神”双卖点，精准切入即饮咖啡市场，满足职场人群对健康提神与便捷获取的双重需求，覆盖都市白领、大学生等群体的职场、课间及备考场景。产品提供经典拿铁与生椰拿铁两种口味：经典拿铁以阿拉比卡与罗布斯塔双豆黄金配比，经精细工艺保留纯粹香醇；生椰拿铁精选东南亚进口椰浆，采用生榨锁鲜工艺，保持自然椰乳香味，还原鲜椰口感。



上茶系列

以“0 糖、0 脂肪、0 香精”为核心卖点，致力于为消费者提供健康纯粹的无糖茶饮体验。系列秉持“上好原料上好茶”的甄选理念，从源头确保茶叶品质的高标准：

乌龙上茶

精选福建闽北产区特级水仙茶叶，源自“中国好茶看闽北”的优质茶区。



茉莉上茶

甄选“茉莉之都”广西横县优质茉莉花，花香与茶香交织相融。



普洱上茶

采摘海拔 1700 米特级高山普洱，茶香浓郁，醇厚回甘。



英红上茶

精选广东英德红茶与玫瑰红茶，以英德红茶的甜润顺滑著称。



果之茶系列

秉持“真茶萃取，果之茶香”的理念，精选真果汁与优质茶叶，通过高温萃取工艺高度还原现泡茶香与果香。系列涵盖 1L 分享装与 300ml 随身瓶，满足从个人日常畅饮到家庭欢聚、朋友分享的多元场景需求。



柠檬红茶

精选广东英德红茶，茶香浓郁，酸甜适中，复刻港式茶餐厅经典风味，酸爽不腻。



蜜桃乌龙

甄选潮州凤凰单丛“鸭屎香”乌龙茶为底，融入清甜蜜桃汁，茶韵悠长，果香清爽，乌龙茶香与蜜桃甜美巧妙融合。



茉莉西柚

以一级茉莉花茶为基底，加入西柚汁，花香与果香交织，口感清爽解腻，茉莉芬芳与西柚酸甜达成美妙平衡。

多喝多润系列



柚子蜜茶

0 脂肪、极低钠的轻负担配方，精选福建绿茶为基底，融入西柚汁的清冽与陕西洋槐蜂蜜的甘润。酸、甜、涩在舌尖构成精妙的味觉三角，彼此交织又相互制衡，风味平衡立体，余韵悠长。

茉莉蜜茶

甄选横州双瓣茉莉、绿茶茶坯与精纯蜂蜜，以“好花、好茶、好蜜”奠定品质基石。经由“鲜萃 + 窖制”工艺匠心雕琢，三香完美交融，花香浓郁、茶味醇厚、甜润清爽。



多喝多润系列



冬瓜蜜

采用科学低糖配方，佐以天然洋槐蜂蜜调味，清甜不腻，每一口都是恰到好处的温柔甜意，特别融入冬瓜汁，带来水润清透的独特口感，宛如夏日清晨的露珠般清爽怡人，以极致性价比呈现高品质饮品体验，让健康美味触手可及。

蜂蜜绿茶

以高山绿茶为底，奠定清澈茶汤与鲜爽滋味；融自然成熟蜂蜜入饮，注入清甜纯正蜜香。低糖、0 脂肪，轻饮无负担，茶与蜜彼此成就，回味甘润悠长。



菊花蜜

0 脂肪、低糖、不含钠的轻润配方，甄选桐乡杭白菊为底，融汇黄冰糖与蜂蜜的自然甘甜，经“鲜萃 + 调配”工艺锁住初绽菊香。入口清润，回甘悠长，以极简配方诠释菊香本真。

海岛椰



主打生榨椰浆，精准契合现代消费者对健康、天然、高品质饮品的消费需求。产品甄选东南亚优质椰子，结合生榨锁鲜工艺，充分保留椰汁的天然清甜与细腻口感。在品牌传播上，以“家有喜事，喝海岛椰”为主题，推出带有“喜”字标识的礼盒装，成功切入春节、婚庆等礼品消费市场。

港氏奶茶



严选印度阿萨姆与云南滇红双茶拼配，奠定醇厚茶底；融汇宁夏塞上牧场高乳脂奶源，凝练丝滑口感。以低糖、0 反式脂肪定义健康新主张，茶香萦绕舌尖，奶味绵密入喉，于轻盈之中抵达深度满足。

研发投入支撑

公司持续加大研发投入力度，近三年研发费用保持稳定投入水平，研发投入占营业收入比例保持在合理区间。我们的研发团队结构不断优化，研发人员专业背景涵盖食品工程、营养健康及工艺技术等多个领域，为公司多品类产品创新提供专业支撑。



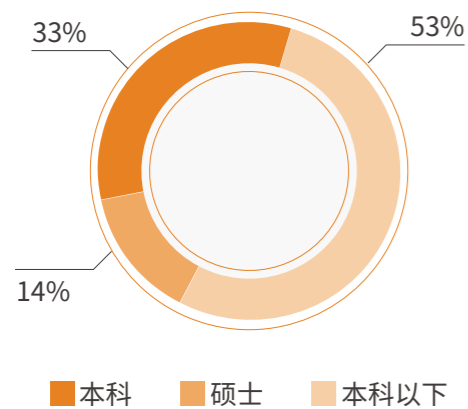
关键绩效

东鹏饮料近三年研发投入情况（万元）

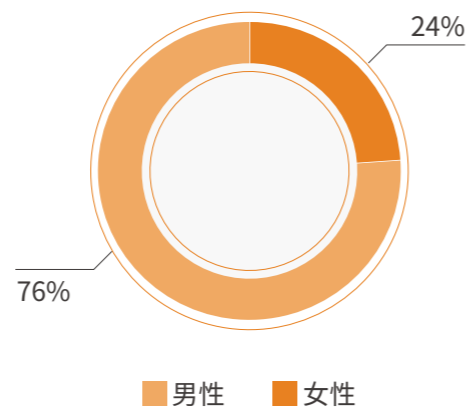
绩效指标	单位	2025 年	2024 年	2023 年
研发投入金额	万元	6,633.84	6,267.13	5,439.07
研发投入总额占营业收入比例	%	0.32	0.40	0.48

研发人员数量（人）：150

研发人员学历分布

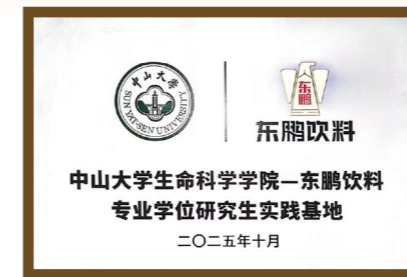


研发人员性别分布



产学研协同创新

公司携手国内外顶尖科研机构，构建覆盖全产业链的研发平台矩阵，以科技赋能饮品创新与品质提升。通过与安徽农业大学联合共建“茶叶深加工与饮品开发联合研究中心”，专注于茶原料种植优化、生产工艺改良及储存技术提升；与广东省农业科学院携手搭建“岭南果蔬饮品加工技术联合研究院”，致力于挖掘岭南特色果蔬资源及饮品加工技术；联手中国热带农业科学院设立“热带果蔬及药食同源资源开发联合研究院”，深入探索热带果蔬与药食同源资源的开发潜力。同时，与中山大学生命科学学院共建“专业学位研究生实践基地”，通过深度校企联动为学生提供优质实践平台，为企业科研力量的发展注入新动能。公司通过专业化平台强强联合、协同发力，为产品创新与多元化发展提供坚实科研支持，助力行业技术革新升级。



东鹏饮料建立联合研究平台

与北京体育大学合作开展运动场景补液研究

亮点案例

聚焦运动饮料的科学化与场景化创新，东鹏饮料联合北京体育大学开展系统性补液研究。我们研究了在不同运动强度、时长及环境条件下，对比清水、电解质饮料等补液方式，通过生化指标评估水合状态、运动表现与疲劳恢复效果，为新一代科学补水运动饮料配方优化及场景化应用提供实证数据支持，并为未来 1-2 年运动补水新品开发提供科学依据。



东鹏与北京体育大学科研创新交流

与安徽农业大学合作推进工业用茶叶原料标准化与品质提升

亮点案例

围绕茶饮料产品线高质量发展需求，东鹏饮料联合安徽农业大学开展茶叶原料全链条研究，系统研究茶叶产区特征、生化成分与品质稳定性，建立原料筛选分级标准，优化工业化拼配、萃取及保鲜工艺。同时，公司积极探索冷萃茶及功能性茶饮开发路径，为茶饮料产品线提供科学数据支持，推动高品质瓶装茶饮新品开发，并完善原料质量控制体系。



研发人员调研栀子花茶原料

与中国热带农业科学研究院合作推进热带果蔬及药食同源资源开发

亮点案例

东鹏饮料联合中国热带农业科学研究院，开展热带果蔬及药食同源资源的开发测试，研究工艺优化与发酵风味调控技术，以支撑 HPP 高端功能性果汁及药食同源饮品开发，拓展天然健康风味。



热科院签约仪式

创新成果与荣誉

报告期内，公司获得高新技术企业认定、“专精特新”相关认证及多项技术奖项。此外，公司多款新产品获得优秀新产品奖项，在功能饮料、茶饮及植物蛋白饮料等领域形成具有市场竞争力的创新成果。



高新技术企业认定



2025 年优秀新产品一等奖
海岛椰椰汁（植物蛋白饮料）



2025 年优秀新产品二等奖
果之茶果味茶饮料



2025 年岭南特色食品
九制陈皮饮品（风味饮料）



2025 年科学技术奖二等奖
一种低温萃取茉莉花茶饮料
配方和生产工艺研究

亮点绩效

公司积极支持国家标准化工作，参加国家标准、行业标准、地方标准、团体标准的编制与修订。截至报告期末，

公司累计参编标准	其中国家标准	行业标准	团体标准
40 项	15 项	2 项	23 项

知识产权保护

我们高度重视知识产权保护工作，严格遵循国家知识产权相关法律法规，制定并实施《知识产权管理流程》《知识产权管理办法》等内部制度，规范知识产权的申请、维护及使用。通过持续开展知识产权意识宣贯与内部培训，公司不断提升员工对技术创新成果保护的重视程度，并定期组织知识产权相关流程制度及基础知识培训，强化知识产权申报知识的学习，提高员工知识产权保护意识与积极性。

此外，我们围绕产品配方、生产工艺及技术创新等领域持续推进专利布局，取得多项专利授权，为研发创新成果提供有效保障，助力企业核心竞争力的持续提升。

亮点绩效

2025 年，	截止报告期末有效专利	
新增授权专利为	9 项	93 项
其中有效发明专利	21 项	72 项
		公司仍处于法律保护期内的软件著作权总量
		34 个

坚守匠心品质

东鹏饮料始终将产品质量视为企业可持续发展的重要基石。公司通过健全治理架构、完善制度体系、优化生产工艺等措施强化产品全过程质量管控，持续为市场提供安全、可靠、符合健康趋势的产品，积极回应消费者对高质量健康功效饮品的期待。

治理

东鹏饮料严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》等法律法规，制定《食品安全管理手册》《产品品评流程》《产品上市管理流程》等内部管理制度，确保质量管理的规范化、制度化。

在产品质量管理机制建设方面，公司建立了覆盖公司总部与各生产基地的产品质量与食品安全治理架构，由质量管理部统筹负责产品质量与食品安全管理工作，推动公司质量目标在各业务单元落地执行。公司通过“总部—基地”两级管理机制，加强对产品质量管理制度执行情况的管理、监督与指导，并推动研发、生产等相关职能部门协同联动，确保产品质量管理职责清晰、责任落实到位。

策略

东鹏饮料坚持“质量为先”的原则，建立健全产品全生命周期质量管控体系，确保出厂产品 100% 合格。

质量管理体系建设

我们持续推进管理体系建设，目前各生产基地均已通过 ISO 9001、ISO 22000、HACCP、FSSC 22000 等管理体系认证。各生产基地质量部门通过日报、专项报告、定期会议及即时沟通渠道，持续向公司质量管理部汇报生产质量运行情况。公司质量管理部则通过质量督察、专题会议和专业支持，推动质量管理要求在各基地贯彻落实。



食品安全管理体系认证证书 (部分)



HACCP 体系认证证书 (部分)



FSSC 体系认证证书 (部分)

质量文化建设

围绕产品质量提升和食品安全风险防控，公司持续推进质量文化建设，将质量要求融入日常管理和业务流程，夯实产品质量管理基础，保障产品安全与稳定。公司通过开展多样化的质量文化活动，结合宣传引导、专题培训和能力提升举措，不断强化员工对质量管理要求的理解与执行，推动质量管理理念在实际工作中有效落实。

质量宣贯活动

- 以消费者权益保护和质量提升为主题，结合“3·15”等重要时间节点，组织开展质量主题宣贯活动，强化员工对产品质量责任和消费者权益保护的认知，推动质量管理理念与企业社会责任协同落实。

质量人才培养

- 持续推进质量人才培养机制，通过“铸盾计划”等专项项目，系统开展质量专业人才梯队建设，为质量管理体系运行和质量文化建设提供稳定的人才支撑，推动质量管理能力的持续提升。

质量知识普及

- 通过质量知识竞赛、应知应会答题等形式，定期组织员工参与质量管理理论、生产操作规范、食品安全法规相关知识学习，促进员工对质量要求的理解和掌握，提升质量管理执行能力。

质量文化赋能

- 在质量月期间组织开展质量专题培训、经验分享、团队评选和文化互动活动，通过表彰优秀团队和个人，激励员工参与质量管理实践，持续营造重视质量、追求卓越的企业文化氛围。

亮点绩效

2025 年，公司开展线上、线下员工质量与安全主题培训超过

281 场

培训总时长 37,406 小时

共计参与 13,296 人次

影响、风险和机遇管理

公司制定《风险机遇识别管控机制》《食品安全防护计划》《应急准备和响应管控机制》等制度，围绕原材料安全、生产过程控制、成品质量稳定性及市场反馈等关键环节，建立覆盖事前识别、事中管控与事后应对的全流程防控。公司将质量风险管理嵌入供应商管理、生产过程监控、成品检测及质量追溯等关键环节，并结合质量督察、专项排查及第三方检测等方式，对食品安全和产品质量过程中可能产生的技术与产品风险开展动态识别、评估与管控，持续提升风险防控的前瞻性与有效性。

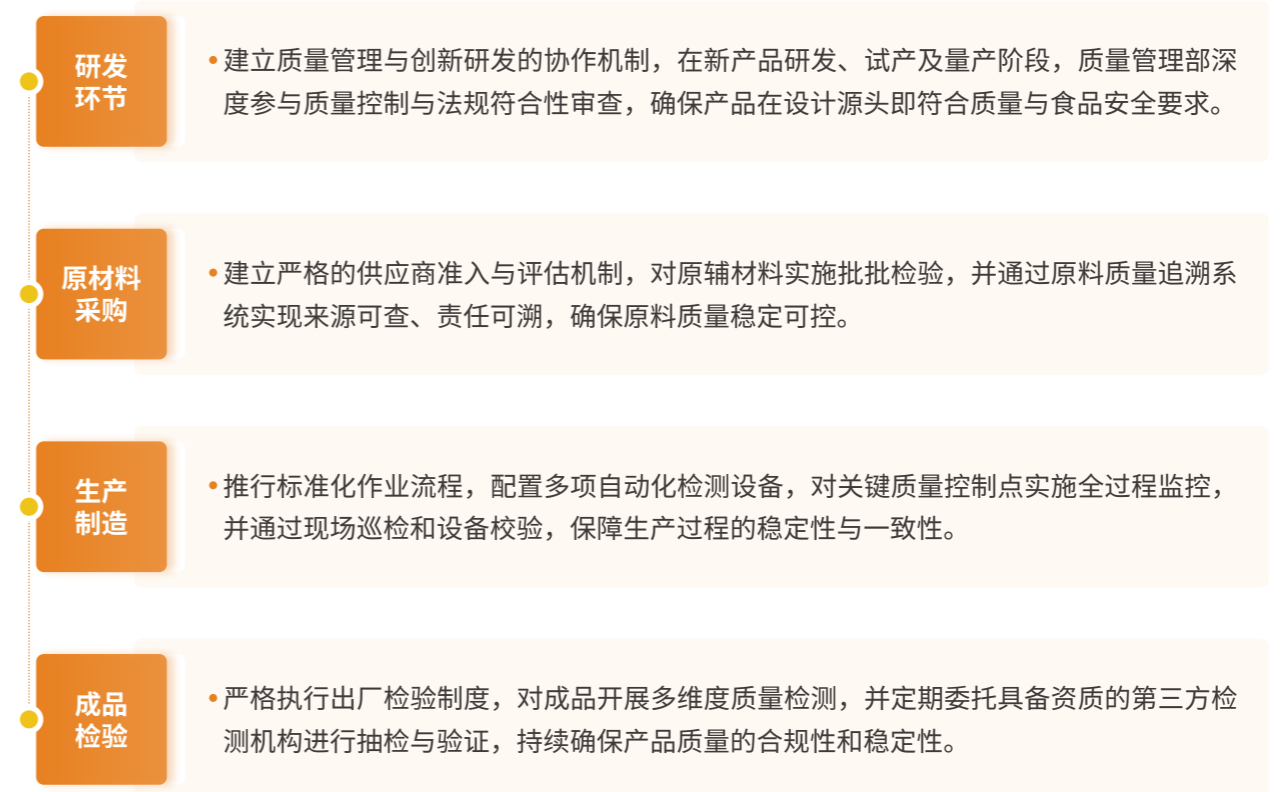
风险	机遇
<p>业务场景：生产制造</p> <p>风险 / 机遇描述</p> <p>生产环节设备老化、关键工艺参数管控失准，可能导致产品出现口感异常、密封失效漏液等质量问题，产品流入市场后引发客户投诉、退货，损害品牌信任。</p> <p>潜在财务影响</p> <p>相关风险可能带来整改投入、合规成本和运营效率压力，并在极端情况下对产品销售和品牌价值造成不利影响。</p>	<p>业务场景：生产制造</p> <p>风险 / 机遇描述</p> <p>建立从原材料端到消费端的全链路追溯体系。应用大数据分析实时掌握市场反馈，实现质量问题的快速精准定位与闭环处理。</p> <p>潜在财务影响</p> <p>优化售后处理成本，通过透明化的质量追溯提升品牌公信力，助力市场占有率稳步增长。</p>

应对策略

东鹏饮料致力于通过标准化、清单化的管理工具，前置识别并精准解决研发、供应及生产端的潜在隐患。2025 年，我们构建了多品类产品风险管控清单、原料风险评估与管控项目、供应链质量风险管控清单以及 8 类产品质量风险清单，并通过定期复盘机制持续优化风险管控成效。

全流程质量管理

公司持续强化产品全生命周期质量管控，覆盖研发、原材料采购、生产制造、成品检验及市场流通等关键环节，实现从源头到终端的每一项食品安全和质量控制点的监测、分析、把控、预防，保证产品质量处于行业内领先水平。



质量管控举措

东鹏饮料已搭建完善的数字化产品追溯体系，通过“一物一码”，保证追溯覆盖 11 个关键工序，实现产品链关键质量追溯信息 100% 覆盖，东鹏饮料所有基地的出厂检测合格率连续三年保持 100%。

亮点绩效

实现产品链关键质量追溯信息覆盖
100%。

东鹏饮料所有基地的出厂检测合格率连续三年保持
100%。

强化质量防控

我们围绕全流程质量管控重点开展了检测能力提升、产线微生物风险排查及质量管理体系优化等重点工作，进一步实现质量风险的前置识别与精准管控，并提升生产过程与产品的稳定性。

华南基地通过 CNAS 认可，检测能力水平显著提升

亮点案例

2025 年，华南基地全面推进国家实验室认可（CNAS）项目。华南基地项目团队围绕认可要求量身定制 66 份体系文件，并通过多轮培训推动相关标准在实际工作中有效落地。同时，我们引入外部专家开展预审，提前识别并整改潜在问题。针对新标准要求，公司提前布局，联合中国质量检验检疫科学研究院测试评价中心完成相关能力验证工作。在正式评审阶段，我们通过高效沟通和矩阵式响应机制，对现场发现的问题实现即时整改和闭环管理，将原计划 3 个月的整改周期压缩至 1 个月，最终提前获得 CNAS 认可证书。相关检测能力已覆盖特饮成品检测项目，显著提升了华南基地的检测技术水平和检测结果的国际公信力。



广东东鹏饮料有限公司
实验室获得 CNAS 认可证书

产线微生物排查及食品安全风险防控

亮点案例

针对饮料生产中微生物污染这一核心风险，公司下属生产基地联合省级微生物研究所开展产线微生物精准排查，运用分子技术实现微生物种属水平鉴定，系统识别优势菌群及潜在污染点位，并结合微生物风险、致病性和腐败性评估结果，持续优化生产工艺。我们同步建设东鹏饮料专属微生物数据库，形成覆盖溯源、防控与数据管理的全流程管控体系，实现微生物风险的精准识别与长效防控。同时，针对部分生产基地环境监测中发现的异常情况，公司特邀外部专家开展专项排查，识别并完成 2 处高风险点和 8 处中风险点的整改，推动产线持续优化，有效防范产品质量风险，保障生产安全与产品品质。

QMS 质量管理智能化升级

亮点案例

东鹏饮料生产基地推进 QMS 质量管理体系数字化改造，针对传统质量管理中信息分散、协同不足的问题，公司对来料检验、生产过程、成品检验及客户投诉等关键质量流程进行系统梳理和统一整合，实现质量数据在同一平台的集中采集、管理与可视化展示。公司将质量管理要求和成熟实践固化至系统流程，推动隐性经验向显性规则转化，并通过必填项设置和逻辑校验等功能强化流程防错，确保关键质量控制环节有效执行。同时，QMS 系统支持从原材料批次到成品的全过程追溯，进一步明确质量管理责任分工，提升质量管理效率与跨部门协同水平。

指标与目标

公司持续跟踪产品合格率、原材料合格率、客户投诉率等关键质量指标，并将相关指标纳入内部考核管理体系。未来，公司将在现有质量管理基础上，持续提升质量管理数字化和精细化水平，推动质量指标稳中向好，保障产品质量长期稳定。

产品责任目标

- 原材料到货不合格批次 ≤ 38 批；
- 客诉次数 ≤ 18 次；
- 产品出厂合格率 100%；
- 重大质量安全事故 0 次；
- 针对中长期目标设置，我们将在上一年的基础上逐年提升一定的幅度，加强产品质量保证。

产品责任目标进展

- 2025 年，
- 原材料到货不合格批次 25 批；
 - 客诉次数 15 次；
 - 产品出厂合格率：100%；
 - 重大质量安全事故 0 次。



客户权益保护

东鹏饮料高度重视客户与消费者权益保护，将其视为提升品牌公信力和推动业务长期稳健发展的重要基础。公司围绕“始终将消费者放在第一位，持续为消费者提供更优价格的高质量饮品”的经营理念，持续完善客户沟通机制、规范营销行为，并通过制度化、数字化和常态化管理，构建覆盖消费者与经销商的客户权益保障体系。

治理

公司严格遵循《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法律法规，持续完善内部消费者服务与投诉管理机制，推动消费者权益保护要求落实到产品销售与服务全过程。公司由专职的职能部门协同推进消费者权益保护、负责任营销与经销商管理等工作。公司设立消费者服务专线，并构建多渠道沟通体系，确保消费者诉求能够被及时听见、有效处理。我们通过完善制度建设、明确职责分工和定期评估机制，确保客户权益相关要求在产品销售、市场推广及渠道合作各环节得到有效落实。

此外，我们坚持依法合规开展市场推广活动，严格遵循《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理办法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，将负责任营销要求融入品牌传播与产品推广全过程。公司制定并执行《推广业务管理手册》《对外传播审核规范》《终端形象建设设计评审流程》《负责任营销政策》等相关制度，并配套形成基础应用标准和产品可视手册，为营销活动提供统一规范。

策略

东鹏饮料坚持把消费者放在第一位，致力于为消费者和客户提供安全、可靠、信息透明的高质量产品与服务。在经营过程中，公司通过规范产品标签标识、强化健康与功能属性合规管理、提升服务响应能力等举措，持续增强消费者对品牌的信任度和满意度，推动企业与客户之间的长期共赢关系。

影响、风险和机遇管理

公司高度重视客户权益相关风险的识别与防范，重点关注产品信息合规、市场宣传规范及客户投诉处理等细节落实，通过建立规范的产品信息审核机制、完善客户反馈与投诉处理流程，识别并回应客户关切，防范因信息不充分或服务不到位引发的合规与声誉风险。

风险	机遇
<p>业务场景：销售</p> <p>风险 / 机遇描述</p> <p>在饮品营销推广中，存在夸大产品功效、隐瞒产品成分（如未标注致敏成分）、使用虚假用户评价等违规行为，可能面临监管部门处罚，同时引发消费者信任危机。</p> <p>潜在财务影响</p> <p>若发生营销合规问题，相关风险可能导致行政处罚、整改成本及合规管理投入上升，并在一定时期内削弱消费者信任，对品牌声誉和产品销售形成负面影响。</p>	<p>业务场景：销售</p> <p>风险 / 机遇描述</p> <p>优化消费者回应与服务体系，建立消费者反馈闭环机制，提升消费者服务体验，增强消费者黏性与复购意愿。</p> <p>潜在财务影响</p> <p>通过完善消费者回应与服务机制，提升服务体验和反馈效率，有助于增强消费者黏性和复购意愿，在中长期支持销售稳定增长，并降低因投诉和纠纷带来的潜在成本。</p>

应对策略

面对营销合规挑战与消费体验升级的机遇，东鹏饮料通过建立全流程营销合规审查机制与数字化客户服务闭环，在严防虚假宣传与声誉风险的同时，持续深化与消费者及经销商的互信关系，将服务力转化为品牌长效增长的核心驱动力。

负责任营销

公司坚持负责任营销原则，将合规、真实与消费者权益保护作为品牌传播和市场推广的重要前提。公司依据《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法律法规，制定并实施《负责任营销政策》，建立并持续完善广告与宣传内容管理制度，明确营销活动在产品功能表述、成分信息披露及使用场景宣传等方面的合规要求，防范夸大宣传、误导性表述及其他不当营销行为。

营销合规审查

公司建立营销物料分级审核流程，所有广告及市场推广内容均需经相关职能部门审核后对外发布，确保宣传信息真实、科学、可核验。针对新品上市、重点营销活动及敏感议题，公司每半年至少开展一次负责任营销专项审查，对宣传内容的合规性、科学性和风险点进行重点核查，及时发现并纠正潜在问题，降低合规风险。

负责任营销培训

公司定期组织全体营销及品牌相关人员开展广告合规与负责任营销培训，强化员工对法律法规和内部规范的理解与执行能力。另外，公司对品牌视觉体系和宣传内容进行年度梳理，并在重要营销节点统一规范宣传物料使用，确保品牌形象的一致性与规范性。通过持续推进产品创新与公众健康教育，公司引导消费者理性选择，传递积极、健康的消费理念，持续提升品牌公信力和消费者信任。

开展负责任营销培训

亮点案例

2025 年，东鹏饮料组织开展负责任营销培训，旨在将企业使命与价值观融入日常营销实践。培训系统阐释了负责任营销的核心内涵，通过深入解读公司内部的《负责任营销政策》及外部相关法律法规，明确广告宣传、渠道管理及社交媒体使用中的合规红线，并重申了公司对消费者健康、市场公平及可持续发展的公开承诺，进一步推动营销活动与企业长期价值目标保持一致。



负责任营销培训现场

消费者权益保障

公司高度重视消费者权益保障，通过完善沟通渠道和规范投诉处理机制，持续提升消费者反馈响应效率与服务质量，增强消费者信任与满意度。

消费者沟通

公司通过官方微信公众号“东鹏特饮”、微信小程序“东鹏饮料+”、腾讯云商、官方网站、抖音及快手等多元化渠道，建立起覆盖线上线下的消费者沟通网络，并面向终端商户上线“东鹏饮料商户”小程序，实现消费者、商户与企业之间的高效互动。同时，引入人工智能技术辅助客服应答，提升常见问题处理效率，进一步缩短响应时长。针对公开平台上的消费者反馈，公司对自媒体信息开展持续监测与检索，主动倾听消费者声音，推动形成双向沟通机制。

客诉处理机制

公司制定并试行《全渠道商客诉管理流程》，并配套《客诉处理管理办法》《投诉举报管理办法》等内部制度，对全渠道消费者投诉和举报事项实行统一管理，并明确归口管理职责，确保投诉受理、流转和处理标准的一致性。

公司对消费者投诉实行分类、分级管理，区分产品质量、服务质量及举报类事项，并根据问题性质设定相应处理路径和时效要求。对涉及产品质量或合规风险的事项，公司通过协同机制开展复核与处置，必要时启动专项投诉举报处理流程，确保问题得到及时、规范解决。针对消费者提出的意见与建议，公司建立闭环管理机制，在完成投诉处理的同时，结合问题成因制定改进措施，并对整改落实情况进行跟踪反馈，推动相关问题持续改进。公司持续加强客服团队建设，通过日常培训和考核机制，不断提升客服人员的专业能力与服务水平，保障消费者反馈得到有效回应。

经销商管理

公司高度重视与经销商的长期合作关系，将经销商权益保护与合作规范作为客户权益管理的重要组成部分。公司制定并实施《经销商设立终止变更管理办法》《大流通客户管理办法》《经销商分级管理考核方案》等制度，通过签署经销协议，对经销商准入、日常管理、定价机制、物流配送、退换货及结算流程等事项进行规范，确保合作关系透明、有序、稳定。通过制度规范、数字赋能与持续沟通，公司不断强化经销商关系管理，密切关注经销商在产品交付、供货价格及服务质量等方面的反馈，并通过调查与沟通机制及时响应经销商需求，推动合作关系稳定发展。

数字化建设

我们持续推进营销数字化管理，构建覆盖经销商库存管理、铺货指引、服务支持和销售执行的数字化系统。公司自主开发“东鹏鹏智通”系统、“东鹏饮料配送商”小程序及“东鹏饮料商户”平台，提供电子围栏工具，可视化掌控经营区域与商户分布，实时监测网点覆盖动态，并自动推荐高价值空白网点，精准提升拓展效率；同时系统可全程追踪货物流向，高效定位窜货源头，以数字化能力全方位守护经销商市场秩序与经营权益。

经销商赋能培训

我们定期组织经销商会议和实地走访活动，向经销商及时传达公司战略规划、营销政策和业务要求，并围绕销售策略、产品知识及市场执行开展培训。

亮点绩效

• 2025 年，

公司共组织经销商培训

57 场

累计参与培训

1,971 人次

持续提升经销商专业能力与合作黏性。



指标与目标

公司对客户投诉处理情况、客户反馈响应效率等指标进行持续跟踪，并通过内部管理机制推动问题整改与服务优化。未来，公司将进一步完善客户服务与反馈管理体系，持续提升客户满意度水平，切实维护消费者合法权益。

客户权益目标

- 客户咨询和投诉处理率年度目标值 95%
- 客诉关闭率年度目标值 95%
- 客户对于产品服务的满意度年度目标值 95%
- 客服系统更新的及时性年度目标值 100%

客户权益目标进展

- 2025 年，公司处理消费者咨询及投诉及时响应率和处理及时率均达到 99%，消费者满意度达到 98%。

共建美好社会

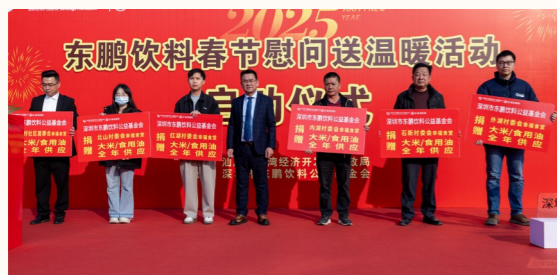
东鹏饮料秉持“让爱更有能量”的公益理念，围绕医疗卫生、教育助学、乡村振兴等领域持续开展公益实践。我们积极参与驰援救灾，通过多种公益形式支持需要关怀的群体，并鼓励员工参与公益行动，推动企业发展成果惠及更广泛的社会群体。

东鹏饮料公益基金会

东鹏饮料公益基金会成立于 2022 年，秉持“让爱更有能量”的公益理念，致力于构建长效慈善公益平台，通过救灾及扶贫助困等方式，持续回应社会需求，践行民族企业的责任与担当。2025 年，深圳市东鹏饮料公益基金会捐赠金额达 944.05 万元。

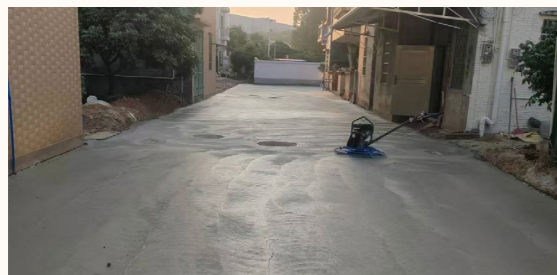
民生保障

通过“春节慰问·送温暖”活动，为困难群众提供生活物资与现金支持，传递关怀，助力基层社区稳定与和谐。东鹏饮料通过基金会渠道参与抗洪救灾行动，向受灾地区紧急调拨饮料物资，支持应急救援与灾后恢复，履行企业在突发公共事件中的社会责任。



基础设施修缮

2025 年，基金会支持了岗尾村道路硬化工程，通过道路建设与配套设施改善，优化村庄出行条件和生产生活环境，提升了居民的生活质量。此外，基金会还捐资为红海湾白沙中学修缮食堂电缆，保障校园电力供应安全稳定，守护师生饮食安全与健康。



教育支持

发起“关爱新业态劳动者——小候鸟东鹏研学项目”，为外出务工的新业态劳动者子女提供研学与陪伴式支持。

向“中山大学管理学院发展基金”提供捐赠，以中长期投入的方式支持学院学科建设、师资培养与科研发展。



基层医疗建设

通过红海湾人民医院医疗捐赠项目，为医院康复科补充康复设备与物资，改善就医条件，提升基层医疗服务能力。



特殊群体关爱

通过“骑妙六一·爱暖南山”慰问项目，为社区老年人及因病致困的新就业形态劳动者提供关怀支持。

开展“能量鹏鹏·心绘美好”东鹏饮料关爱新青年项目，聚焦心智障碍青年群体，通过艺术体验与陪伴活动，传递积极价值。



公益慈善

东鹏饮料热心社会公益活动，积极投身医疗卫生、教育助学等领域，驰援救灾，帮助需要关怀的群体，并鼓励公司员工积极参与公益，共同履行社会责任，传递爱的能量与温度，助力社会更美好。

教育助学

公司连续第二年联合中国职工发展基金会推进“卡友子女助学计划”，2025 年为符合条件的 200 余名卡友子女提供助学支持，帮助其逐梦大学，减轻家庭教育负担。



“白大褂明日之星奖学金”项目通过与南方医科大学合作，设立专项奖学金、签订中长期合作协议，支持医学人才培养，推动教育资源持续投入。



抑郁症干预

公司携手韩红基金会自 2024 年发起“抑郁症干预”公益项目。2025 年，我们持续以抑郁症支持者赋能、精神卫生医务社工体系建设及精神卫生心理健康教育普及为着力方向，通过医务社工培训、联合医院开展试点项目、“情绪急救”课程培训、举办公益画展等，致力于构建以抑郁症患者为核心的精神健康社会支持体系。



社会救灾

2025 年，公司捐赠 1,000 万港元支援香港新界大埔宏福苑重大火灾救灾及重建工作，并积极支援西藏日喀则抗震、湖南 / 贵州 / 北京密云 / 河北 / 甘肃等地抗洪，为前线送去饮料物资，支持救灾工作。



亮点绩效

报告期内，公司对外捐赠及公益项目的总投入为 **2,337.10** 万元¹。

本年度，公司主要核心捐赠项目包含：

- #### 现金捐赠
- 韩红爱心百人援疆，**500** 万
 - 姚基金乡村体育，**200** 万
 - 南方医科大奖学金，**60** 万
 - 卡友子女助学金，**105** 万
 - 香港大埔宏福苑火灾，**1,000** 万港元
 - 捐赠广东中山大学教育发展基金会，**300** 万

- #### 物资捐赠
- 姚基金体育联赛，**3,220** 箱产品
 - 韩基金百人援疆 + 社会救灾，**2,220** 箱产品
 - 职基会关爱职工，**354** 箱产品
 - 物资捐赠公允价值合计约 **266,000** 元

社区投资

东鹏饮料推动社区发展，围绕教育支持、文化传承、体育发展与创新实践等方向，开展多元化社区投入。公司结合自身品牌资源与社会需求，通过长期项目运作与跨界协同，助力提升社区活力，推动企业发展与社会价值的协同共进。

助力青少年健康成长

东鹏饮料冠名打造“补水啦·星耀未来”青少年羽毛球赛，为非专业羽毛球爱好者提供规范化赛事平台。赛事首年覆盖全国 50 城，吸引大量青少年参与，并在新赛季进一步拓展至更多城市及亲子赛形式。在篮球领域，公司支持 NYBO 青少年篮球公开赛、中国高中篮球联赛等赛事。通过赛事支持与校园活动，陪伴青少年在运动中成长。

¹ 东鹏饮料公益基金会独立运作，此金额不包含东鹏饮料公益基金会对外投入。

大众体育赛事支持

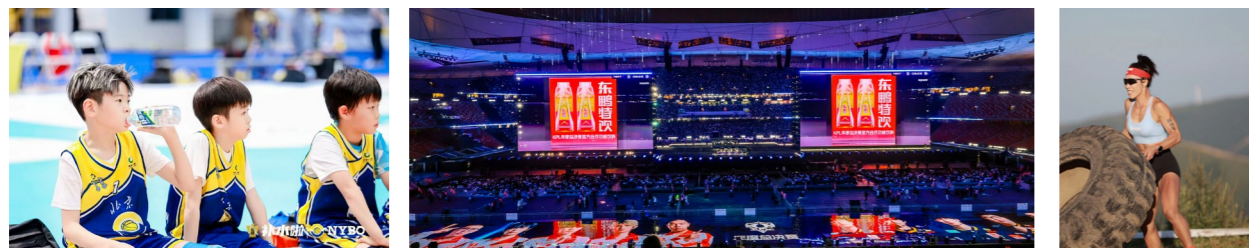
- 围绕大众健身与专业赛事场景，公司与体能、耐力及竞技类赛事合作，倡导积极健康的生活方式。2025 年，公司赞助斯巴达、莱美及 DEKA 等体能赛事；同时为中国网球公开赛、苏迪曼杯羽毛球赛等高关注度赛事提供支持，并在观赛过程中引导科学补水和绿色观赛理念。

新兴赛事支持

- 公司围绕新兴兴趣圈层开展内容共创与赛事支持。在街舞领域，东鹏特饮冠名“国门之巅国际街舞联赛”及 HHI 世界街舞锦标赛中国赛，通过覆盖城市商圈与公共空间的高频赛事，为街舞文化提供展示平台；在电竞领域，公司支持王者荣耀职业联赛（KPL）、和平精英职业联赛（PEL）、亚冠电竞联赛（ACL）等项目，通过赛事资源联动、线下观赛互动和内容植入，持续加强与年轻群体的连接。

多场景关怀式触达

- 在跑步、出行及户外运动等日常场景中，公司通过长期合作项目开展贴近生活的健康提示与环保倡导。公司连续三年与悦动圈合作，通过“补水啦陪跑语音播报”提示跑者科学补水；在滴滴司机端及节假日百度地图导航语音中，向驾驶人提示注意休息与行车安全。同时，公司在徒步、爬山等户外潮流运动活动中，通过定制环保袋及互动设计，引导参与者关注空瓶回收与环境保护。



乡村振兴

公司将乡村振兴作为社会责任实践的重要方向之一，围绕乡村教育、体育发展及公共设施建设持续开展公益投入，助力乡村地区改善基础条件、丰富公共服务供给。

医疗卫生

亮点案例

公司多年长期支持韩红爱心百人医疗援助公益行动，2025 年双方联合为新疆捐建 2 所复明中心，捐赠 20 辆救护车，并沿途开展 10 场义诊，组织医疗资源下沉基层，支持新疆地区医疗卫生体系建设，为当地群众提供医疗服务支持。



乡村体育建设

亮点案例

公司持续多年合作姚基金，每年支持百所乡村小学体育教育，2025 年在山西、新疆等地捐建了公益篮球场。我们通过捐建篮球场、捐赠体育器材、支持支教及集训联赛等方式，结合当地实际需求，改善乡村公共体育基础设施条件，为青少年及居民提供更加完善的运动空间。

相关项目有效提升乡村公共体育资源的可及性，促进了乡村青少年体育参与度和社区凝聚力。通过持续投入与项目落地，公司逐步形成以“设施建设+物资支持”为核心的乡村体育公益实践路径，推动企业社会责任与乡村公共文化和体育事业发展形成良性互动。



助力乡村产业振兴

亮点案例

公司与陆河县建立长期战略合作关系，充分发挥当地在青梅、油柑等特色农产品资源及产业政策优势，结合公司在饮料研发、市场运营、供应链管理及食品产业投资等方面的经验与资源，共同推进特色农业产业协作。

合作项目紧扣乡村振兴战略和“百千万工程”部署，推动青梅、油柑产业在产品开发、市场拓展及产业链整合方面实现升级，提升相关产品的市场竞争力，促进产业与市场高效对接，逐步构建可持续的产业运作体系，为区域经济高质量发展和乡村产业振兴提供支持。



亮点绩效

• 2025 年，

公司乡村振兴投入总额为

8,272,848.80 元¹。

共惠及

118,532 人次。



¹ 东鹏饮料公益基金会独立运作，此金额不包含东鹏饮料公益基金会对外投入。

以合规为基 与稳健同行

03

我们的理念

东鹏饮料不断健全治理体系，坚持依法合规经营，为长远可持续发展奠定坚实基础。我们积极拓宽利益相关方沟通渠道，保护股东权益，携手各方共同创造长期价值。公司不断完善治理结构，健全内控监管机制，优化制度流程建设，恪守商业道德标准，提升信息安全保护，护航企业行稳致远发展。

我们的行动

- ▶ 积极开展利益相关方沟通，建立畅通的信息沟通机制。
- ▶ 维护投资者合法权益，完善利润分配政策，保护中小股东权益。
- ▶ 规范公司治理与合规运营，强化内部控制和风险管理建设。
- ▶ 坚守商业道德，构建多层次监督架构与制度体系，重视廉洁文化宣贯。
- ▶ 持续完善信息安全管理体，提升全流程数据安全能力。

包含的可持续发展议题

- ▶ 利益相关方权益
- ▶ 企业管治

SDGs 响应



利益相关方权益

东鹏饮料始终与各利益相关方保持充分沟通，深入了解并积极回应各方对业务动态及经营发展的关注。同时，我们以实际行动维护利益相关方的合法权益，携手各方共同创造长期价值。

利益相关方沟通

公司通过电话、电子邮件、投资者关系互动平台、官网“投资者关系”专栏、路演以及反路演等多种方式，多渠道、多层次与股东和投资者保持持续沟通。此外，我们还通过问卷调查和座谈会等形式，了解各利益相关方对公司在环境、社会及治理方面的期望与反馈，以评估相关议题的重要性，并据此完善报告内容，提升可持续发展工作。

利益相关方	关注重点	沟通及表现形式
 <p>消费者</p>	<ul style="list-style-type: none"> 安全、健康功效的产品 完善的客户服务 	<ul style="list-style-type: none"> 品质领先战略 产品可追溯制度 产品质量安全文化 满足消费者多元化需求 消费者多渠道沟通
 <p>股东 / 投资者</p>	<ul style="list-style-type: none"> 保障出资人权益，投资回报 规范治理与稳定经营 防范经营风险 投资者保护 创新发展及可持续增长 	<ul style="list-style-type: none"> 公司年报、公告等信息披露 组织投资者开放日等 投资者交流活动 产品研发与创新
 <p>政府 / 监管机构</p>	<ul style="list-style-type: none"> 引领行业发展 守法合规 依法纳税 商业道德 	<ul style="list-style-type: none"> 依法合规经营 按时足额纳税 信息披露 完善反腐败机制
 <p>供应商</p>	<ul style="list-style-type: none"> 遵守商业道德，诚实守信 推动产业链健康发展 互利共赢，共同成长 反腐败 	<ul style="list-style-type: none"> 供应商准入及管理制度 廉洁采购政策 推行绿色采购 数字化管理
 <p>经销商</p>	<ul style="list-style-type: none"> 合法合规经营 品牌规范管理 合作稳定，共赢发展 消费者服务 	<ul style="list-style-type: none"> 经销商管理制度 市场合规指引 经销商赋能培训 数字化渠道管理

利益相关方	关注重点	沟通及表现形式
 <p>员工</p>	<ul style="list-style-type: none"> 福利与权益 员工成长与发展 职业健康与安全 	<ul style="list-style-type: none"> 薪酬福利健全 保障合法雇佣、同工同酬 晋升通道，职业培训 生产安全管理 员工关怀及文化建设
 <p>社区及公众</p>	<ul style="list-style-type: none"> 积极回馈社会 扶贫助困，社会关怀 公益慈善 媒体沟通 	<ul style="list-style-type: none"> 开展公益慈善 支持医疗卫生事业 助力乡村体育教育 社会救援
 <p>环境</p>	<ul style="list-style-type: none"> 减少污染 资源节约 落实“双碳”目标 	<ul style="list-style-type: none"> 完善能源管理体系 水资源循环利用 光伏发电 倡导低碳节能

股东权益保护

公司始终维护投资者及其他利益相关者的合法权益，遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上海证券交易所股票上市规则》及其他有关法律法规，制定《市值管理制度》，规范市值管理行为，积极通过资本运作工具、预期管理、信息披露优化、内部考核评价及监测预警机制实现公司市值与内在价值的动态均衡。

在利润分配方面，公司根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》及《公

司章程》有关规定，制定《未来三年(2024-2026年)股东分红回报规划》，在积极回报股东的同时兼顾公司实际经营情况和可持续发展，进一步完善和健全公司科学、持续、稳定的利润分配政策。

此外，公司切实保障中小投资者的权益，在股东会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决实行单独计票。同时，公司严格规范信息披露，不向特定投资者泄露非公开信息，所有价值分析及经营信息均通过法定渠道公开披露，确保股东权利平等。

亮点绩效

2025年，公司通过业绩说明会、组织调研参访、参加券商策略会、路演、反路演及电话交流会等多种方式与各级投资者进行深度交流。

- 全年组织投资者沟通活动 **335** 场，回复咨询 **23** 条，接听投资者热线 **1,297** 次，构建全方位互动渠道；
- 针对公募、保险等机构组织 **16** 场活动，邀请 **126** 家机构实地考察；
- 针对新品上市等节点开展 **138** 场专项路演，强化价值传递。

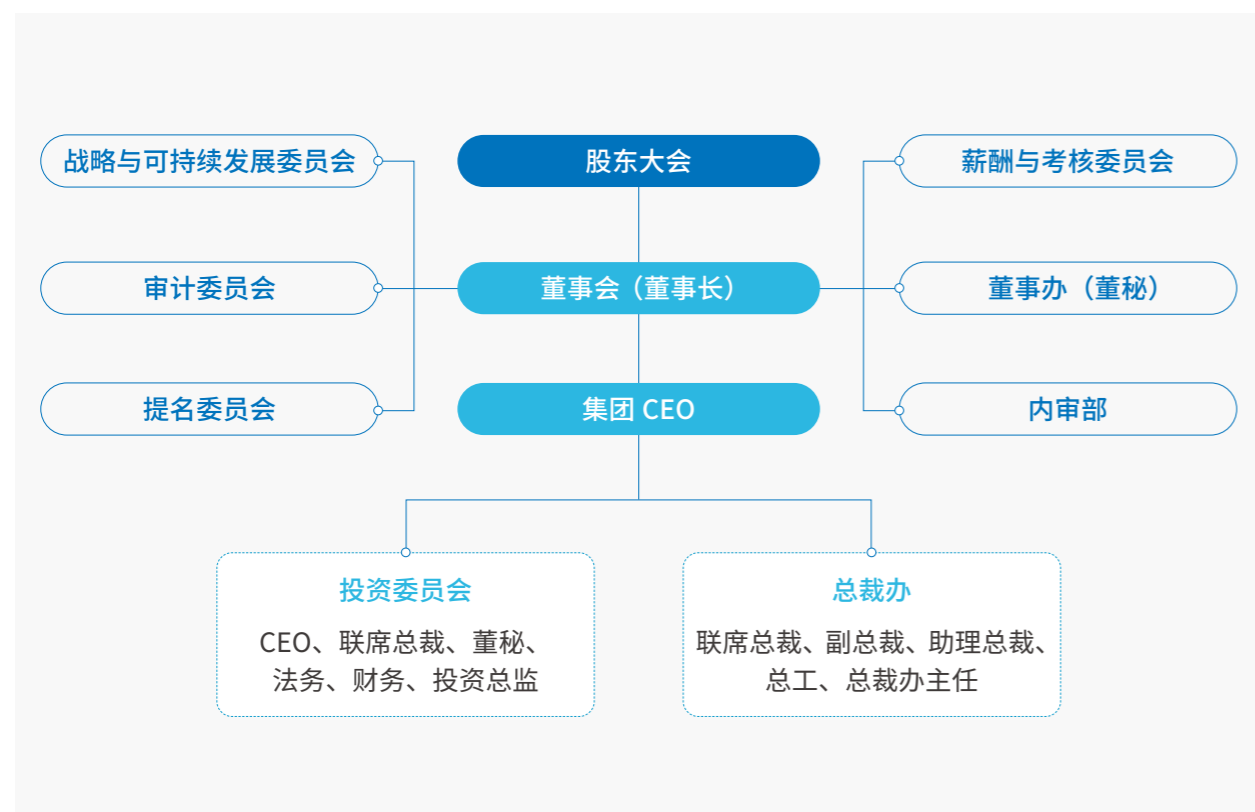
夯实治理根基

东鹏饮料不断优化治理架构，提升治理效能，通过系统化的内部控制与风险管理、严格的商业道德标准以及坚实的信息安全与隐私保护，确保运营合规高效。

合规运营

治理架构

公司严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》《上市公司章程指引》《境内企业境外发行证券和上市管理试行办法》《香港联合交易所有限公司证券上市规则》等相关法律法规要求，制定了《公司章程》等内部管理制度，建立健全由股东会、董事会、监事会构成的治理结构。三者根据《公司章程》各司其职，权责明确、密切协作，形成科学规范、高效运作的治理机制，促进公司持续发展。



东鹏饮料组织架构图

内控体系

公司遵循《中华人民共和国公司法》《企业内部控制基本规范》《上海证券交易所上市公司内部控制指引》等法律法规及其他适用的配套指引的要求，持续健全各项规章制度，制定《内部控制制度》及其配套管理流程。同时，制定《内部审计制度》，规范公司内部审计工作，保障公司财务管理、会计核算和生产经营符合国家各项法律法规要求。

在内部控制和风险管理建设方面，公司构建了以业务单位为一线、内控和法务部门为二线、内审部为三线的风控“三道防线”，为公司稳健经营和

长远发展保驾护航。我们搭建了《内部控制应用指引》，推动各项业务活动及流程规范化，覆盖人力资源、社会责任、企业文化、资金活动、采购业务、资产管理、销售业务、研究与开发、工程项目、担保业务、业务外包、财务报告、全面预算、合同管理、内部信息传递、信息系统等各关键业务流程。

公司持续强化内控审计监督，通过日常和定期内控梳理、整改和评价，实现业务运营风险与合规缺陷的及时全面识别和有效整改，降低业务运营风险，为公司稳健发展提供坚实保障。

亮点绩效

- 2025 年，
- 公司开展各类内部审计项目 **11** 个，识别生产及经营所涉及的业务流程风险 **56** 项，并采取相应措施对发现的问题及风险进行控制和整改，整改完成率达 **100%**。

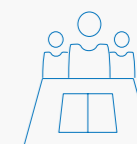


合规培训

为加强员工合规意识，公司组织开展《公司法要点解读》《劳动法律法规与实务培训》《商法投资法律培训》《营销民法实务培训》等多个业务模块的合规培训，确保全体员工在日常工作中能够严格遵守相关法律法规，降低企业运营风险，提升整体合规管理水平。

亮点绩效

- 2025 年，
- 公司开展法律法规培训 **16** 场，参训人次达 **1,193** 人次，共计 **76,352** 课时。



商业道德管理

东鹏饮料始终将廉洁诚信作为企业核心价值观的重要组成部分，我们制定并实施《东鹏饮料商业道德政策》，并通过构建多层次监督架构与制度体系，持续强化商业道德治理能力。

商业道德管理体系

我们构建了“决策层 - 监督层 - 执行层”三级管理架构，明确权责分工，确保政策有效落地，形成覆盖全价值链的廉洁风险防控网络。

决策层面，董事会作为核心决策机构，统筹商业道德管理战略规划与重大事项审批，其下设的战略与可持续发展委员会负责商业道德相关战略制定、目标设定及政策修订审核。监督层面，董事会审计委员会行使商业道德监督职权，指导内审部开展商业道德专项审计与合规检查；内审部作为日常办事机构，独立开展商业道德合规审计工作。执行层面，各职能中心、生产基地及营销本部设立 ESG 执行及联络小组，负责商业道德政策的落地执行、风险识别及问题上报，确保政策贯穿经营全流程。

公司已制定《反腐败反舞弊管理制度》，明确界定舞弊、腐败及商业贿赂等违规行为的认定标准，建立涵盖举报受理、调查取证、责任追究的全流程管理机制。本年度，公司修订了《员工手册》《纪律处分管理制度》，进一步细化纪律处分条款，防范职务侵占、商业贿赂等违规违纪行为，明确员工行为准则及公司各项规章制度。

投诉举报管理

我们制定了《投诉举报管理办法》，明确了投诉举报范围、渠道、要求及处理流程。公司已设立专门的举报渠道，鼓励内外部利益相关方对任何有疑似违法、违规或不正当的行为进行举报，由内审部负责对各类合规情况进行审计，联合相关职能部门对举报事件进行调查处理。同时，公司已在《投诉举报管理办法》中设立了举报人保护相关条款，对举报人信息将严格保密，对泄露举报相关信息的人员将严肃处理。

为方便全体员工及外部相关方反馈商业贿赂、贪污等违规线索，本公司设立了多渠道投诉举报途径，包括邮箱、电话、微信公众号等。公司鼓励实名举报，对提供有效线索者给予物质奖励与职业保护，同时允许匿名举报，但需提供具体事实依据。

 **举报电话号码** 13249891939

 **举报邮箱地址** ywtfkrx@163.com

 **微信公众号** 廉洁东鹏饮料

 **举报信函地址**

广东省深圳市南山区珠光北路 88 号
明亮科技园东鹏饮料集团内审部（收）

廉洁文化宣贯

我们重视廉洁文化宣贯，已制定并要求员工签署《员工廉洁承诺书》，促使员工了解并严格执行诚信廉洁责任，加强履职中的廉洁建设，防止发生各种谋取不正当利益的违法违纪行为。同时，公司还要求与建立合作关系的第三方合作伙伴签署《廉洁及商业道德协议书》，向合作方宣贯公司的廉洁合规管理政策，鼓励合作方对舞弊行为积极举报，共同约束双方行为，形成廉洁自律意识。

本年度，公司围绕“强化合规文化、筑牢廉洁防线”目标，针对饮料行业商业贿赂、利益输送等高发风险，系统性开展廉洁宣教活动。2025 年，我们共举办 6 场专项廉洁宣讲大会，覆盖经销商、供应商及关键岗位员工数千人次，宣教内容聚焦法律法规、行业案例及公司合规政策，有效推动廉洁意识深入业务全链条。

信息安全与隐私保护

东鹏饮料严格遵守《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国网络安全法》等国家法律法规，持续完善信息安全管理体系统，设立信息化建设委员会作为公司信息安全和管理的决策机构，并在需要时由信息化建设委员会授权成立信息安全专项工作小组，完成信息安全技术研究工作并解决专项信息安全问题。

我们高度重视公司及各利益相关方的数据和信息安全，不断提升数据安全管理能力，促进公司各项业务安全开展。我们制定和修订了包括《全流程数据安全管理制度》《信息安全管理手册》《网络安全管理办法》《人力资源安全管理办法》《业务连续性管理办法》《供应商信息安全管理办法》《信息安全风险管理办法》等 30 项信息安全管理制度文件，相关内容覆盖了数据收集、存储和备份、使用和加工、提供和委托处理、销毁及删除的全生命周期，确保数据在流动中的每一个环节均受到严格管控，确保公司业务持续稳定运行，保障公司的数据安全。

数据安全管理体系

我们严格遵循 GB/T 22080 / ISO/IEC 27001 信息安全管理体系标准，建立了以“全员参与、控制风险、积极预防、持续改进”为核心的信息安全方针。我们通过设立信息安全管理方针与目标，确立了业务系统及应用系统可用率不低于 99% 及重大数据泄露事故零发生等核心指标。在运行保障方面，公司每年开展涵盖全组织范围的资产识别与风险评估，并依托 PDCA（规划 - 实施 - 检查 - 处置）模型实施全生命周期的风险管控。此外，我们高度重视安全文化建设，通过定期开展针对全员的信息安全意识培训、内外部审计以及严格的奖惩考核制度，全方位筑牢信息安全防线，确保业务连续性与利益相关方的数据资产安全。

数据安全管理举措

我们持续从多方面完善数据安全与隐私保护工作，为公司信息安全管理提供坚实保障。

<p>信息安全访问控制</p> <p>制定《访问控制管理办法》，明确规定仅对访问公司信息资源的用户授予其开展业务活动必要的访问权限，坚持“除非明确允许，否则一律禁止”的访问控制基本原则。</p>	<p>信息安全专项审计</p> <p>制定《信息系统安全审计管理办法》及《信息安全符合性管理办法》，本年度已针对公司信息安全体系开展内部审计，覆盖所有管理活动和技术活动，共发现 1 个不符合项，并已针对结果采取相应纠正措施。</p>	
<p>信息安全宣传与培训</p> <p>本年度，公司制作并发布了以信息与数据安全、会议安全、生产基地参访注意事项、软件正版化管理为主题的 4 个宣传视频，通过在基地电视机播放和会议方式进行培训，提升员工信息安全保护意识。</p>	<p>信息安全风险管理</p> <p>制定《信息安全风险管理办法》，建立信息安全风险识别评估表及风险处置计划表，每年对风险进行评估并采取改进措施，通过识别资产、威胁和脆弱性，评估安全事件可能性和影响，计算风险值。</p>	<p>客户隐私保护</p> <p>在保护客户隐私方面，严格遵守隐私相关的法律标准，商户系统、消费者系统制定有隐私协议，明确告知客户个人数据的可能用处，并已于 2025 年获得三级等级保护证书。</p>
<p>网络与信息安全应急管理</p> <p>制定《业务连续性管理办法》《网络与信息安全应急管理办法》及演练计划，定期开展应用系统、数据库等的灾备演练；规定公司员工及第三方人员对发现的信息安全事件均有报告义务，并设立了信息安全事件的报告、处置流程。</p>	<p>供应商信息安全</p> <p>制定《供应商信息安全管理办法》，要求供应商签订《保密条款》及《个人信息保护条款》，并要求其保护业务过程中涉及处理的个人信息，保障供应商服务过程中的信息安全。</p>	

亮点绩效

2025 年，

- 公司未发生数据安全事件及客户隐私泄露事件。
- 公司已通过 **ISO 27001** 信息安全管理体系认证，并对信息系统开展等级保护测评工作，涉及个人信息的商户系统、消费者系统、预约系统已获得三级等级保护证书，OA 系统及 EHR 系统获得 **二级** 等级保护证书。

附录

报告标准索引表

报告框架	香港联交所《环境、社会及管治报告守则》	《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》
关于本报告	B 部分	第三条
董事长致辞		
董事会声明	B 部分	
关于东鹏饮料		
2025 年亮点绩效		
荣誉及奖项		
可持续发展管治		
可持续发展治理架构	B 部分	第十二条
双重重要性评估	B 部分	第十四至第十八条
与自然共生，与绿色同行		
应对气候变化	A2.3 D 部分	第二十一条至第二十八条，第三十五条
守护生命之源	A2.4	第三十六条
践行绿色运营	A1.3, A1.4, A1.5, A1.6	第三十条，第三十一条，第三十三条
推动循环再生	A2.5	第三十七条
生态环境保护	A3.1	第三十二条
与价值共鸣，与伙伴同行		
共创幸福职场	B1.1, B4.1, B4.2	第五十条
员工健康与安全	B2.3	第五十条

ESG 绩效表

环境关键绩效指标表

报告框架	香港联交所《环境、社会及管治报告守则》	《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》
赋能人才成长		第五十条
打造责任供应链	B5.2, B5.3, B5.4	第四十五条, 第五十二条
研发创新引领		第四十二条
坚守匠心品质	B6.2, B6.3, B6.4	第四十七条
客户权益保护	B6.5	
共建美好社会	B8.1, B8.2	第三十九条, 第四十条
以合规为基, 与稳健同行		
利益相关方权益		第五十三条
夯实治理根基	B7.1, B7.2, B7.3	第四十八条, 第五十五条, 第五十六条
附录		
ESG 绩效表	A1.1, A1.3, A1.4, A2.1, A2.2, A2.5, B1.1, B1.2, B2.1, B2.2, B3.1, B3.2, B5.1, B6.1, B7.3, B8.1, B8.2	第二十一至第二十八条 第三十至第五十六条
备注:		
(1) 报告期内, 东鹏饮料未发生违反科技伦理行为, 未有逾期未支付中小企业款项情况。	D 部分, 34	第四十三条, 第四十六条
(2) 公司暂未在决策中应用碳定价。		

指标	单位	2024	2025
A1. 排放物			
A1.1;SH30: 排放物种类及数据			
大气污染物排放量			
氮氧化物排放量	吨	41.03	48.99
硫氧化物排放量	吨	0.37	0.39
颗粒物排放量	吨	2.01	2.92
废水及污染物排放量			
废水总产生量	立方米	1,411,552.04	1,787,791.02
废水总处理量	立方米	1,205,276.44	1,548,476.32
COD 排放量	千克	163,435.49	193,095.00
氨氮排放浓度	mg/l	1.37	2.64
A1.2;SH24: 温室气体排放量			
范围 1 排放量	吨二氧化碳当量	62,279.04	67,445.60
范围 2 排放量 - 基于位置	吨二氧化碳当量	129,795.91	160,375.33
范围 2 排放量 - 基于市场	吨二氧化碳当量	148,456.05	183,298.66
范围 3 排放量	吨二氧化碳当量	/	440,559.87
范围 3- 类别 1 外购商品	吨二氧化碳当量	/	260,491.64
范围 3- 类别 4 上游运输	吨二氧化碳当量	/	107,453.73
范围 3- 类别 6 员工差旅	吨二氧化碳当量	/	1,867.97
范围 3- 类别 13 下游租赁	吨二氧化碳当量	/	70,746.53
温室气体排放 (范围 1 和范围 2) 强度	吨二氧化碳当量 / 人民币百万元营收	12.13	10.91

指标	单位	2024	2025
A1.3;SH31: 所产生有害废弃物总量及密度			
危险废弃物总产生量	吨	34.63	43.67
危险废弃物产生密度	吨 / 人民币百万元营收	0.002	0.002
A1.4;SH31: 所产生无害废弃物总量及密度			
无害废弃物总产生量	吨	1,887.24	4,763.07
无害废弃物产生密度	吨 / 人民币百万元营收	0.119	0.228
A2. 资源使用			
A2.1;SH35: 能源总耗量及密度			
能源总耗量	吨标煤	73,421.53	85,465.70
能源消耗密度	吨标煤 / 人民币百万元营收	4.64	4.09
汽油	公升	40,569.04	37,440.22
柴油	公升	518.92	494.52
天然气	立方米	28,178,591.67	30,548,513.09
煤气	立方米	1,248.00	1,248.00
外购电力	千瓦时	244,488,979.40	302,790,729.73
外购蒸汽	GJ	278,855.46	338,596.82
A2.2;SH36: 总耗水量及密度			
总耗水量	吨	9,882,706.91	11,874,651.50
用水密度	吨 / 人民币百万元营收	623.95	568.84
A2.5: 制成品所用包装材料的总量（以吨计算）及每生产单位占量			
塑料类 PP	吨	33,289.00	34,091.00
塑料类 PE	吨	25,961.94	32,348.87
塑料类 PET	吨	209,139.00	264,496.00
塑料类 PETG	吨	14,568.00	18,422.00

指标	单位	2024	2025
塑料类 EVA（胶水类）	吨	600.00	770.00
塑料类 EPS	吨	132.22	122.22
纸张类	吨	120,000.00	137,081.00
金属类	吨	4,500.00	4,082.32
其他	吨	122.00	377.00
使用的包装材料密度	吨 / 人民币百万元营收	25.78	23.56

注:

- 本年度，东鹏饮料依据相关标准开展了温室气体盘查工作，核算组织边界涵盖东鹏饮料集团总部、各下属生产基地、海外公司及其他主要运营实体。基于持续完善环境管理体系的需要，公司今年扩大了碳核算覆盖面，并同步重述了过往年份温室气体排放（范围一、范围二）数据，以保证同比口径一致。
 - 范围 1（直接温室气体排放）：
 - 源于东鹏饮料运营及生产过程中固定源与移动源的化石燃料燃烧（如天然气、汽油、柴油、煤气）、制冷剂与灭火器填充逸散、以及化粪池（废水处理）产生的直接排放。
 - 化石燃料燃烧：排放量计算公式为：燃料消耗量 × 低位发热量 × 单位热值含碳量 × 燃料碳氧化率 × 44/12。
 - 逸散排放：制冷剂及灭火器逸散参照香港联交所发布的《环境、社会及管治报告守则》相关计算方法进行核算，全球变暖潜数值（GWP）选取政府间气候变化专门委员会（IPCC）第六次评估报告（AR6）数值；化粪池排放依据员工人数、年平均工作日数进行估算。
 - 范围 2（间接温室气体排放）：
 - 源于东鹏饮料运营及生产过程消耗的外购电力及外购蒸汽产生的间接排放。本年度采用“基于位置（Location-based）”与“基于市场（Market-based）”双重方法进行核算：
 - 基于位置（Location-based）：国内运营主体：2024 年度外购电力排放因子采用生态环境部于 2025 年 12 月 31 日发布的《关于发布 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》中全国电力平均二氧化碳排放因子（0.5306 tCO₂/MWh）；海外运营主体：采用当地最新的电网平均排放因子进行计算（参考当地政府发布数据或 IEA 国际能源署数据）。
 - 基于市场（Market-based）：对于已持有可再生能源证书或绿电合约的电力部分，其排放因子按 0 计算。
 - 范围 3（价值链其他间接温室气体排放）：
 - 本年度核算的范围三类别主要包括外购商品与服务、上游运输和配送、商务差旅及下游租赁资产。我们采用“基于实物量”与“基于支出金额”相结合的核算方法。依据采购重量、物流周转量、差旅距离或租赁能耗等实物数据，以及部分类别的财务支出金额，匹配国内外权威通用的生命周期数据库及相关行业排放系数集进行计算。
- 能源总耗量：综合能源消费量涵盖汽油、柴油、天然气、外购电力及外购蒸汽的实际消耗量，折算方法及折标系数参照国家标准《综合能耗计算通则》（GB/T 2589-2020）。
- 资源使用数据：因本年度扩大环境数据统计范围并优化了计量统计方式，公司对 2024 年天然气、外购电力、外购蒸汽、总耗水量等历史数据进行了追溯调整。

社会关键绩效指标表

指标	单位	2024	2025
B1.;SH.50. 雇佣			
B1.1: 按性别、雇佣类型、年龄组别及地区划分的员工总数			
员工总数	人	10,985	12,376
按性别划分的员工总数			
男性	人	7,958	9,081
女性	人	3,027	3,295
按雇佣类型划分的员工总数¹			
全职	人	10,985	12,376
兼职	人	776	907
按年龄划分的员工总数			
30 岁及以下	人	3,687	4,172
31-40 岁	人	5,569	6,175
41-50 岁	人	1,522	1,786
50 岁以上	人	207	243
按地区划分的员工总数			
中国内地	人	10,963	12,228
中国香港、澳门及台湾	人	2	8
其他地区 / 国家	人	20	140
B1.2: 按性别、年龄组别及地区划分的员工流失比率			
员工流失率	%	33.36	27.80
按性别划分的员工流失比率			
男性员工流失率	%	35.91	29.88
女性员工流失率	%	26.66	22.06

¹ 全职员工计为员工总数，兼职员工（含实习生和协产人员等）不纳入员工总数进行统计。

指标	单位	2024	2025	
按年龄划分的员工流失比率				
30 岁及以下员工流失率	%	52.89	41.30	
31-40 岁员工流失率	%	25.23	23.60	
41-50 岁员工流失率	%	18.46	13.27	
50 岁以上员工流失率	%	14.01	9.47	
按地区划分的员工流失比率				
中国内地员工流失率	%	33.54	27.29	
中国香港、澳门及台湾员工流失率	%	0.00	0.00	
其他地区 / 国家员工流失率	%	73.33	83.21	
B2.;SH.50. 健康与安全				
B2.1: 过去三年因工亡故人数及比率		2023	2024	2025
因工亡故人数	人	0	1	0
B2.2: 因工伤损失工作日数				
工伤损失工作日数	天	1,916	2,380	
B3.;SH.50. 培训与发展				
B3.1: 按性别及雇员类别划分的受训员工百分比				
受训员工百分比	%	100	100	
按性别划分的受训员工百分比				
男性	%	72.44	73.38	
女性	%	27.56	26.62	
按雇员类别划分的受训员工百分比				
财务人员	%	0.94	1.02	
管理与行政人员	%	10.43	10.55	

指标	单位	2024	2025
生产人员	%	22.39	21.72
销售人员	%	65.11	65.50
研发人员	%	1.13	1.21
B3.2: 按性别及雇员类别划分, 每名员工完成受训的平均时数			
员工人均受训时长	小时	17.04	19.89
按性别划分的人均受训时长			
男性	小时	17.60	20.20
女性	小时	16.49	19.58
按雇员类别划分的人均受训时长			
财务人员	小时	14.01	17.91
管理与行政人员	小时	16.12	18.84
生产人员	小时	18.25	20.76
销售人员	小时	19.37	21.97
研发人员	小时	17.45	20.00
B5. 供应链管理			
B5.1: 按地区划分的供应商数目			
供应商总数	家	245	211
中国内地供应商数量	家	245	211
B6.;SH.47. 产品责任			
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			
产品召回次数	次	0	0
B6.2: 接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法			
客户投诉完结数	件	3,768	6,078
客户投诉完结率	%	99%	99%

指标	单位	2024	2025
B7.;SH55. 反贪污			
B7.1: 贪污诉讼案件			
已审结的发生诉讼的数量	宗	0	0
B7.3: 反贪污培训			
反商业贿赂及反贪污培训人数	人	10,985	12,376
B8.;SH40. 社区投资			
捐赠金额	万元人民币	3,835.86	2,337.10
志愿者活动时间	小时	776	936
志愿者活动人数	人	44	94
SH42. 创新驱动			
研发投入	元	62,671,297.90	66,338,402.68
研发人员数量	人	124	150
SH50. 吸纳就业、创造灵活就业			
灵活就业岗位	个	6	6

注: 东鹏饮料公益基金会独立运作, 捐赠金额不包含东鹏饮料公益基金会对外投入。

释义索引

释义项	释义内容
增鹏、增城基地	广州市东鹏食品饮料有限公司
徽鹏、安徽基地	安徽东鹏食品饮料有限公司
莞鹏、东莞基地	广东东鹏维他命饮料有限公司
华鹏、华南基地	广东东鹏饮料有限公司
桂鹏、南宁基地	南宁东鹏食品饮料有限公司
庆鹏、重庆基地	重庆东鹏维他命饮料有限公司
湘鹏、长沙基地	长沙东鹏维他命饮料有限公司
浙鹏、浙江基地	浙江东鹏维他命饮料有限公司
津鹏、天津基地	天津东鹏维他命饮料有限公司
椰鹏、海南基地	海南东鹏食品饮料有限公司
海鹏、海丰基地	东鹏饮料（集团）股份有限公司海丰云莲天然水厂
通泰丰源	通泰丰源食品饮料（深圳）有限公司
中山基地	中山市东鹏维他命饮料有限公司
昆明基地	昆明东鹏维他命饮料有限公司
美国工厂	PITTSTON CO-PACKERS CORP.

意见反馈表

感谢您阅读《东鹏饮料（集团）股份有限公司 2025 年度可持续发展报告》。为改进东鹏饮料在环境、社会和公司治理等方面的工作，进一步提升公司可持续发展的能力和水平，加强与社会各界的沟通交流，我们衷心地希望您能够在百忙之中对我们的工作和报告提出宝贵的意见和建议。

您的信息

姓名：..... 联系电话：.....

单位：..... 电子邮箱：.....

选择题（请在相应位置打“√”）

- 您对东鹏饮料 2025 年度可持续发展报告的总体评价：

好 一般 待提高 不了解
- 您认为东鹏饮料在客户服务方面做得如何？

好 一般 待提高 不了解
- 您认为东鹏饮料在科技创新方面做得如何？

好 一般 待提高 不了解
- 您认为东鹏饮料在公司治理方面做得如何？

好 一般 待提高 不了解
- 您认为东鹏饮料在员工队伍建设方面做得如何？

好 一般 待提高 不了解
- 您认为东鹏饮料在社会公益方面做得如何？

好 一般 待提高 不了解
- 您认为东鹏饮料在环境保护方面做得如何？

好 一般 待提高 不了解
- 您认为东鹏饮料在可持续供应链方面做得如何？

好 一般 待提高 不了解
- 您对东鹏饮料在可持续发展工作方面的其他意见？

.....

