

A股代碼：605499. SH
H股代碼：09980. HK



2025年度

可持續發展報告

Sustainability Report



東鵬飲料(集團)股份有限公司
EASTROC BEVERAGE (GROUP) CO.,LTD.

目錄

關於本報告	02
董事長致辭	04
董事會聲明	06
關於東鵬飲料	08
2025 年亮點績效	10
榮譽及獎項	12

可持續發展管治

可持續發展治理架構	14
雙重重要性評估	16

01

與自然共生 與綠色同行

應對氣候變化	20
守護生命之源	31
踐行綠色運營	34
推動循環再生	36
生態環境保護	41

03

以合規為基 與穩健同行

利益相關方權益	96
夯實治理根基	98

02

與價值共鳴 與夥伴同行

共創幸福職場	44
員工健康與安全	49
賦能人才成長	54
打造責任供應鏈	60
研發創新引領	66
堅守匠心品質	78
客戶權益保護	84
共建美好社會	88

附錄

報告標準索引表	103
ESG 績效表	105
釋義索引	112
意見反饋表	113

關於本報告

報告簡介

本報告是東鵬飲料（集團）股份有限公司發佈的第五份可持續發展報告。秉承客觀、規範、透明和全面的原則，本報告詳細披露了 2025 年度東鵬飲料為實現可持續發展採取的實踐舉措以及取得的成效。

報告範圍

時間範圍：本報告的時間範圍是 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。為提高報告的可比性和完整性，部分表述及數據適當追溯和延伸。

組織範圍：如無特別說明，本報告覆蓋東鵬飲料及其子公司（具體詳見東鵬飲料2025年年度報告）。

發佈週期

本報告為可持續發展報告，每年度發佈一次。

編製依據

《上海證券交易所上市公司自律監管指引第 14 號——可持續發展報告（試行）》
《上海證券交易所上市公司自律監管指南第 4 號——可持續發展報告編製》
香港聯合交易所有限公司《主板上市規則》附錄 C2《環境、社會及管治報告守則》
全球報告倡議組織《GRI 可持續發展報告標準（GRI Standards）》
中國企業改革與發展研究會《中國企業可持續發展報告指南（CASS-ESG 6.0）》
氣候相關財務信息披露（TCFD）框架
聯合國可持續發展目標（SDGs）
可持續發展會計準則委員會（SASB）準則

數據來源與說明

報告使用數據來源包括公司實際運行的原始數據、年度財務數據、內部相關統計報表、第三方問卷調查等。本報告的財務數據以人民幣為單位，若有與財務報告不一致之處，以財務報告為準。

釋義說明

為便於表達，「東鵬飲料（集團）股份有限公司」也使用「東鵬飲料」「公司」「我們」等稱謂。

報告獲取與反饋

本報告以中、英文版本發佈，當兩種語言有歧義或衝突時，請以中文版為準。獲取電子版報告請登錄上海證券交易所網站 <http://www.sse.com.cn/> 及東鵬飲料網站 <https://www.szeastroc.com/>。

若對報告有任何意見或建議，請通過以下方式聯繫我們。

聯繫人：東鵬飲料董事會辦公室

地址：廣東省深圳市南山區桃源街道珠光北路 142 號眾冠紅花嶺工業西區 3 棟 1 樓

電話：0755-26980181

電子郵箱：dpesg@szeastroc.com

董事長致辭

商業向善，打造東鵬可持續能量

我們始終相信，企業存在的本質是為社會解決問題；企業發展的最終目標是回饋社會。東鵬飲料以使命為綱，致力於為消費者提供健康功效飲品、為員工搭建事業平台、為股東創造合理回報。作為負責任的企業公民，我們深知，企業的真正價值，不僅體現在經營業績上，更彰顯於對環境的敬畏守護、對社會的責任擔當和對合規治理的堅定踐行。

2025 年，是東鵬飲料厚積薄發、揚帆出海的關鍵之年。我們將 ESG 理念深度融入企業發展戰略與經營全流程，以拼搏激發動能，以責任驅動增長，實現了資本市場與消費市場的雙線突破，堅定從中國能量飲料領軍者向全球領先的綜合性飲料集團穩步邁進。

以治為舵，行穩致遠

我們持續完善現代治理體系，將可持續發展上升至公司戰略核心，構建科學高效、合規透明的治理架構。我們以穩健治理築牢信任根基，以規範運營護航長遠發展，推動東鵬飲料在全球化征程中公司治理更加規範，管理更加科學，行得更穩、走得更遠。

向綠而行，守護生態

我們積極響應國家「雙碳」戰略，堅守綠色低碳發展理念，推進產品全生命週期綠色管理，以技術創新推進節能降碳和資源循環。作為與老百姓日常煙火生活息息相關的消費品牌，東鵬飲料始終敬畏自然、守護生態，讓綠色健康成為企業高質量發展的鮮明底色。

誠信為本，共生共贏

2025 年，東鵬飲料員工已經超過 1.2 萬名，這是公司最寶貴的財富和未來發展的底氣。我們堅持「簡單、誠信、協作、拼搏」的核心價值觀，持續完善人才發展與權益保障體系，以務實舉措守護員工健康，提升員工福祉，讓每一份努力都被看見、讓每一位腳踏實地的奮鬥者都能熠熠生輝，成就自我價值。

自創業至今，我們始終堅持「平等互利、合規經營、誠實守信、共生共贏」的合作原則，嚴守合法合規底線，以商業規則築牢長期合作根基，以契約精神夯實夥伴信任基石，與供應商、經銷商及各界合作夥伴同心聚力、攜手前進，共建健康有序、共生共贏的良性商業生態。

質量為先，健康為本

作為專註為消費者提供健康功效飲品的飲料企業，我們始終將質量和健康視為企業生存和發展的根本。我們以嚴苛標準築牢消費者的食品安全防線，確保每一瓶出廠飲料 100% 合格，讓消費者喝的放心；我們緊跟健康化、低糖化、綠色化的時代發展趨勢，以創新驅動產品疊代升級，不斷滿足國民對健康生活的美好向往，以更健康、更優質的產品回饋消費者對東鵬品牌的長久信賴。

堅守初心，回饋社會

我們始終堅守「讓愛更有能量」的初心，主動融入國家發展大局，積極投身公益慈善、鄉村振興與社會服務等各項事業，以點滴善意彙聚愛心暖流，盡己所能傳遞社會溫暖，用責任與擔當詮釋企業情懷，以赤誠之心回饋社會，助力和諧社會建設。

展望未來，東鵬飲料將繼續堅守初心，以更高標準的要求，更負責任的態度和更落地的行動，踐行民族企業社會責任，把可持續發展理念深度融入企業經營全過程，讓綠色、健康、責任成為企業長期發展的堅實底色。

願我們攜手并肩，以可持續發展為翼，助力東方大鵬飛躍全球，共創綠色健康、美好繁榮的新未來！

東鵬飲料集團董事長兼 CEO

2026 年 3 月



董事會聲明

東鵬飲料（集團）股份有限公司董事會高度重視環境、社會及管治（以下簡稱「ESG」）工作，逐步完善 ESG 管治機製，持續健全 ESG 管治架構，加強董事會在公司 ESG 事宜的監督與參與力度，忠實履行企業社會責任，謀求長期穩健發展。

ESG 管治

作為本公司最高管治機構，董事會對 ESG 事宜承擔全部責任，並授權戰略與可持續發展委員會協助董事會管理及決策 ESG 相關事宜。戰略與可持續發展委員會負責審議公司的 ESG 戰略、目標、政策方針、風險機遇評估等事宜，並向董事會匯報。在董事會戰略與可持續發展委員會領導下，由公司 ESG 管理委員會、ESG 執行小組及專項議題組負責貫徹落實可持續發展各項事宜。有關戰略與可持續發展委員會、ESG 管理委員會及 ESG 執行小組的詳細信息，請參閱本報告「可持續發展治理」小節。

ESG 風險管理

東鵬飲料高度重視 ESG 風險可能對公司產生的重大影響，持續評估相關風險與機遇的可能性及影響程度，並製定了有針對性的應對計劃及措施以管控業務運營所涉及的可持續發展風險。董事會戰略與可持續發展委員會審議評估公司可持續發展的風險與機遇，監督公司的風險管理及內部監控系統的有效運行。

ESG 目標管理

東鵬飲料設定了與業務高度關聯的 ESG 目標，採取切實可行的舉措推進既定目標落實。董事會戰略與可持續發展委員會定期審閱與檢視可持續發展目標的進展情況。



關於東鵬飲料

公司簡介

東鵬飲料，全稱東鵬飲料（集團）股份有限公司，國內 A+H 股兩地上市公司（605499.SH,09980.HK），主營業務為飲料的研發、生產和銷售。公司業務發展迅速，2021 年 -2025 年營收和利潤年複合增長超過 30%，2025 年財務營收突破 200 億，是同時具備規模性與全面可持續發展的飲料行業頭部企業。

作為中國能量飲料先行者，東鵬飲料集團成功塑造了中國能量飲料第一品牌「東鵬特飲」，讓「累了困了喝東鵬特飲」的功能價值與「年輕就要醒著拼」的精神主張深入人心。

公司深刻洞察消費者需求，不斷推陳出新，全力推進「1+6」多品類戰略，致力成為中國領先的飲料集團。公司新推出的補水啦、大咖、焙好茶、果之茶、

上茶、港氏奶茶、海島椰等產品廣受消費者喜愛。

公司總部設在深圳市南山區，並在廣州、東莞、汕尾、滁州、衢州、南寧、重慶、長沙、昆明、天津、中山、海口、成都等地自主建設 14 大生產基地，2025 年建成投產的基地有 10 個，飲料年產量約 579 萬噸。

東鵬飲料集團積極推動數智化變革創新，率先採用一物一碼、瓶箱關聯等技術，打造行業領先的智能營銷解決方案，極大提升渠道和銷售管理效率。截至 2025 年，東鵬飲料擁有累計不重複掃碼用戶 2.9 億。

公司建立起網點多、覆蓋廣、滲透強的全國性銷售網絡渠道，地級城市覆蓋率達到 100%，全國活躍終端網點超 450 萬家，目前正在積極佈局海外市場。

企業文化

願景

讓奮鬥者擁有
拼搏的能量

戰略目標

成為中國能量飲料
第一品牌

使命

為消費者提供健康功效飲品
為員工搭建事業平台
為股東創造合理回報

核心價值觀

簡單：

因為信任，所以簡單；
因為簡單，所以高效；
簡單相處，用心做事

誠信：

贏得最佳誠信僱主；
成為最優誠信夥伴；
成就最好誠信員工

協作：

有人負責，我全力配合；
沒人負責，我主動負責

拼搏：

拼一把，成就自我價值；
搏全力，達成東鵬目標

持續的高質量增長

2021 年 -2025 年營收和
利潤年複合增長超過

30%

領先的行業地位

能量飲料銷售額與銷售量

中國第一

廣泛的市場滲透

2.9 億+
累計不重複掃碼消費者

約 **450** 萬
全國終端銷售網點



2025 年亮點績效

環境績效

清潔電力消費量達

4,130,436 千瓦時



能源消耗密度為

4.09 噸標煤 / 人民幣百萬元營收

溫室氣體排放（範圍一和範圍二）
強度較 2024 年下降

10%

環保投入

23,351,153.76 元

污染物排放達標率

100%

生產基地噸產品水耗較 2024 年下降

8.7%

再生 / 回用水年回收水量達

989,964.40 噸

節水量

723,566.08 噸

再生 / 回用水使用量為

596,046.50 噸

截至報告期末，已有

8 個生產基地

獲得 ISO 14001 環境管理體系認證

中水回用率為

5.02%

公司治理績效

發佈定期公告和臨時公告共計

84 份

投資者溝通活動

335 場

社會績效

研發投入

6,633.84 萬元

2025 年新增授權專利

9 項

截至報告期末有效專利

93 項

其中有效發明專利

21 項

有效實用新型專利

72 項

員工數量

12,376 人

員工培訓覆蓋率

100%

職業健康體檢率

100%

對外捐贈及公益項目總投入超

2,300 萬元人民幣

榮譽及獎項

社會責任

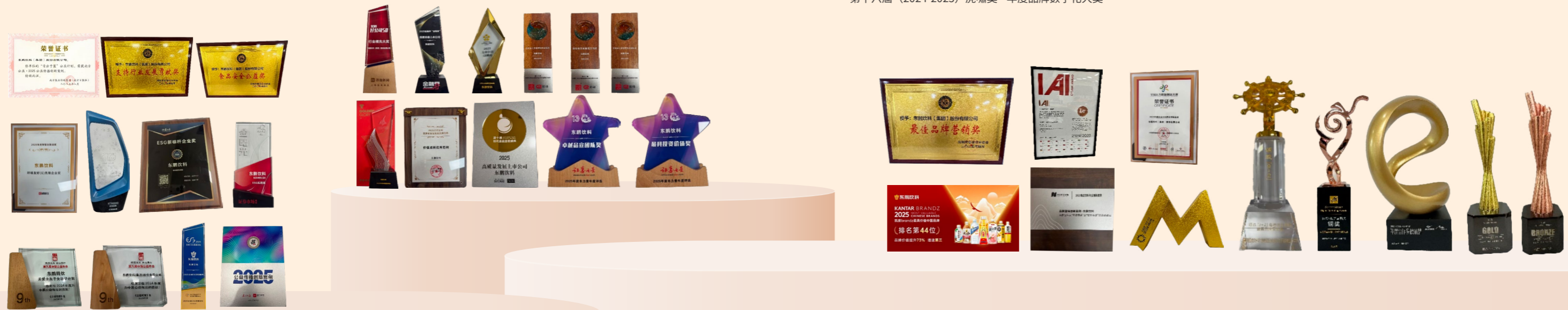
- 新華網「2025 企業 ESG 實踐案例」
- 2025 金曙光 -ESG 實踐獎
- 2024 年度財聯社致遠獎 - 環境友好 (E) 先鋒企業獎
- 食品安全公益獎
- ESG 新標杆企業獎
- 2025 年度履行社會責任優秀企業
- 2025 公益傳播創新案例獎
- 2025 企業 ESG 實踐案例
- 2025 中國年度最佳僱主
- 第九屆中國公益年會「關愛卡友子女助學計劃」
- 2025 年綠動中國包裝技術創新獎
- 支持行業發展貢獻獎

信息披露

- 21 世紀高質量發展研究 (資本市場) 優秀案例 -2025 年度卓越董事會
- 2025 好公司 50- 行業領先大獎
- 2025 金融界「金智獎」- 投資價值上市公司
- 2025 年資本力量年度評選 - 卓越品宣團隊獎
- 2025 年資本力量年度評選 - 最具投資價值獎
- 2025 上市公司高質量發展優秀實踐範例 - 價值成長優秀範例
- 2025 上市公司口碑榜 - 上市公司最佳董事會獎
- 第 10 屆時代金融金桔盛典 -2025 高質量發展上市公司
- 第十六屆中國上市公司投資者關係管理天馬獎 - 投資者關係管理股東回報獎
- 第十六屆中國上市公司投資者關係管理天馬獎 - 投資者關係管理天馬獎
- 第十六屆中國上市公司投資者關係管理天馬獎 - 投資者關係管理優秀團隊獎
- 年度最具影響力企業榜單 - 最具投資價值獎
- 央廣財經 2025 年度「金頂」優秀案例
- 金口碑企業
- 2025 卓越商業實踐

品牌榮譽

- 東鵬飲料連續四年登榜凱度 BrandZ 中國品牌百強榜 (排名大幅躍升 25 位至第 44 名)
- 2024 年度企業文化建設領軍品牌
- 2024 Cool Awards- 年度合作突破品牌
- IAI AWARDS 2025-IAI 體育營銷獎 / 品牌營銷 - 銅獎
- IAI AWARDS 2025- 娛樂營銷 / 劇綜營銷 - 金獎
- IAI 全球設計獎 - 智造獎 -IAI 銅獎 - 視覺傳達與品牌設計 (VIVI 雞尾酒)
- WOWFOOD AWARDS 2025- 最佳跨界營銷獎
- 大灣區創新引領獎
- 最佳品牌營銷獎
- 蒙特金獎 (補水啦)
- 繆斯獎 - 金牌 (補水啦)
- 繆斯獎 - 銀牌 (上茶)
- iSEE 全球食品創新獎 -iSEE 創新品牌百強榜
- iSEE 全球美味獎 (烏龍上茶)
- 2025 食品飲料行業創新案例 - 品牌營銷創新案例
- 領航 [9+2] 粵港澳大灣區最具品牌價值獎
- 2024 年度新銳品牌 - 東鵬補水啦
- 第十六屆 (2024-2025) 虎嘯獎 - 遊戲營銷類 - 銅獎
- 第十六屆 (2024-2025) 虎嘯獎 - 年度品牌數字化大獎
- 2025 中國品牌價值評價強度 861, 品牌價值 97.34 億元
- TBI2025- 年度營銷案例 - 東鵬補水啦
- 第十六屆虎嘯獎 - 體育營銷類 - 優秀獎
- 2025 上海國際廣告獎
- 第十六屆虎嘯獎 - 遊戲營銷類 - 優秀獎
- 2025 第 25 屆 IAI 傳鑒國際廣告獎 公關 / 跨界營銷 - 銅獎
- 2025 第 25 屆 IAI 傳鑒國際廣告獎 年度最具影響力品牌
- 2025 第 25 屆 IAI 傳鑒國際廣告獎 IAI 體育營銷獎 / 品牌營銷 銀獎
- 2025 第 25 屆 IAI 傳鑒國際廣告獎 IAI 體育營銷獎 / 電競營銷 優秀獎
- 2025 第 25 屆 IAI 傳鑒國際廣告獎 IAI 體育營銷獎 / 電競營銷 銀獎



可持續發展管治

可持續發展治理架構

東鵬飲料集團積極響應國家「高質量發展」號召，主動適應全球可持續發展趨勢。2025 年，我們從戰略高度出發，對內部治理架構進行了系統性的變革與升級，正式將 ESG 理念納入公司最高決策流程，以更嚴謹的管治體系護航公司核心競爭力的持續提升。

強化董事會決策引領：

我們完成了管治架構的頂層設計升級，將原董事會下設的「戰略委員會」正式更名為「戰略與可持續發展委員會」。這一舉措標誌著可持續發展議題已從單純的管理事務上升為董事會核心戰略議題，確立了董事會在 ESG 風險管理與目標制定中的最高決策地位。

構建三級聯動組織體系：

為確保戰略落地，我們搭建了「董事會戰略與可持續發展委員會 — ESG 管理委員會 — ESG 執行小組」自上而下的三級治理架構：

- 決策層（戰略與可持續發展委員會）：負責把控 ESG 戰略方向，審議重大議題與規劃；
- 管理層（ESG 管理委員會）：負責統籌協調內外部資源，分解戰略目標，監督執行進度；
- 執行層（ESG 執行小組）：由各職能部門骨幹組成，負責具體議題的落地實施。

厘清權責，提升治理效能：

通過明確決策、管理、執行三大層級的職責分工，我們形成了「層層穿透、縱向到底」的責任落實機制，為公司在未來實現經濟效益與社會效益的協同共進奠定了堅實的製度基礎。

東鵬飲料可持續發展管理架構及職責

決策層 董事會戰略與可持續發展委員會

- 檢討公司可持續發展戰略並提出修改建議，確保公司戰略、重大交易決策過程中充分考慮 ESG 因素；
- 審議可持續發展相關的政策製度；
- 審議年度可持續發展工作計劃；
- 審議與可持續發展相關的風險、機遇和影響；
- 監督核心議題的管理情況及相關目標進展情況；
- 製定 ESG 績效考核機制並納入薪酬政策，並檢討績效考核結果；
- 審議及批准年度可持續發展報告，對年度可持續發展報告準確性、完整性提出建議，持續提升報告質量；
- 董事會授權的其他可持續發展相關事宜。

管理層 ESG 管理委員會

- 指導可持續發展工作的整體規劃、統籌協調和實施落地；
- 組織起草或修訂可持續發展相關的政策製度；
- 製定年度可持續發展工作計劃；
- 審議可持續發展相關的風險、機遇和影響；
- 定期對可持續發展核心議題推進工作進行回顧；
- 推動 ESG 績效考核機制的實施，擬定考核指標體系，並組織開展年度績效評價；
- 建立公司可持續發展管理各個層級的能力建設機制；
- 審核年度可持續發展報告框架，指導年度可持續發展報告編製，並聽取戰略與可持續發展委員會意見進行修改完善；
- 辦理其他與可持續發展相關事宜，定期向戰略與可持續發展委員會匯報可持續發展工作。

執行層 ESG 執行小組

- 組織可持續發展戰略、目標和策略在公司進行具體落實，推動實施可持續發展核心議題改善，協調各部門分工推進項目；
- 推進 ESG 績效考核機制的落地實施，協助製定各部門 / 崗位的 ESG 績效考核指標體系，匯總形成年度績效評估結果，提交 ESG 管委會進行審議；
- 開展利益相關方溝通識別重要性議題，組織可持續發展風險、機遇和影響的識別、評估和管理，聽取 ESG 管委會建議；
- 組織可持續發展報告編製工作，協調各部門提供數據與材料；
- 每季度匯總可持續發展核心議題及相關目標工作進展，並定期向 ESG 管委會匯報工作進展與重大事項。

雙重重要性評估

2025 年，公司依照《上海證券交易所上市公司自律監管指引第 14 號——可持續發展報告（試行）》及《上海證券交易所上市公司自律監管指南第 4 號——可持續發展報告編製》的相關要求，結合所處行業特性和公司經營實際，開展可持續發展議題的重要性評估工作。公司從「影響重要性」和「財務重要性」兩個維度，對相關議題進行系統識別、分析與排序，形成雙重重要性評估結果。

評估過程中，公司參考國內外可持續發展相關標準，綜合分析各項議題對公司財務狀況、經營成果及未

來發展的影響，以及公司在相關議題上的經營活動對經濟、社會和環境可能產生的實際和潛在影響。基於上述分析，公司最終識別出 7 項具備影響重要性的議題和 5 項具備財務重要性的議題，並在本報告中予以重點回應。

重要性議題的識別是公司 ESG 管理體系的重要組成部分，有助於公司聚焦關鍵領域，明確 ESG 戰略方向和工作重點。相關議題的具體識別與分析過程如下所示。

評估流程及方法

了解公司活動和業務關係背景

分析公司內部活動和業務關係，包括價值鏈上下游可持續相關影響；
了解外部客觀環境，包括 2025 年宏觀政策、監管要求與行業熱點，識別對公司存在的潛在影響；
了解主要受影響的重點利益相關方，包括內外部相關方，予以梳理與分類。

建立議題清單

根據戰略重點、行業特點、業務重點，結合相關可持續發展框架、交易所要求、評級機構關注點、國內外政策，並納入外部利益相關方的意見，確定公司 2025 年度重要性議題清單，共計 16 個議題。

議題重要性評估

① 影響重要性評估

公司通過利益相關方問卷調研，系統收集相關方對各項可持續發展議題影響性質（正面或負面）及影響發生情況（實際或潛在）的意見，並從經濟、社會和環境三個維度對相關影響進行分析。評估過程中，公司區分正面與負面、實際與潛在影響，並結合影響規模、影響範圍、可補救性以及發生可能性等因素，對各議題影響的嚴重程度進行綜合判斷。同時，公司與關鍵受影響的利益相關方開展溝通，進一步了解不同議題可能帶來的實際和潛在影響，以校準對影響規模、範圍和可能性的評估結果。在此基礎上，由專家對各項分析結果進行綜合研判，最終識別並確定具有影響重要性的可持續發展議題。

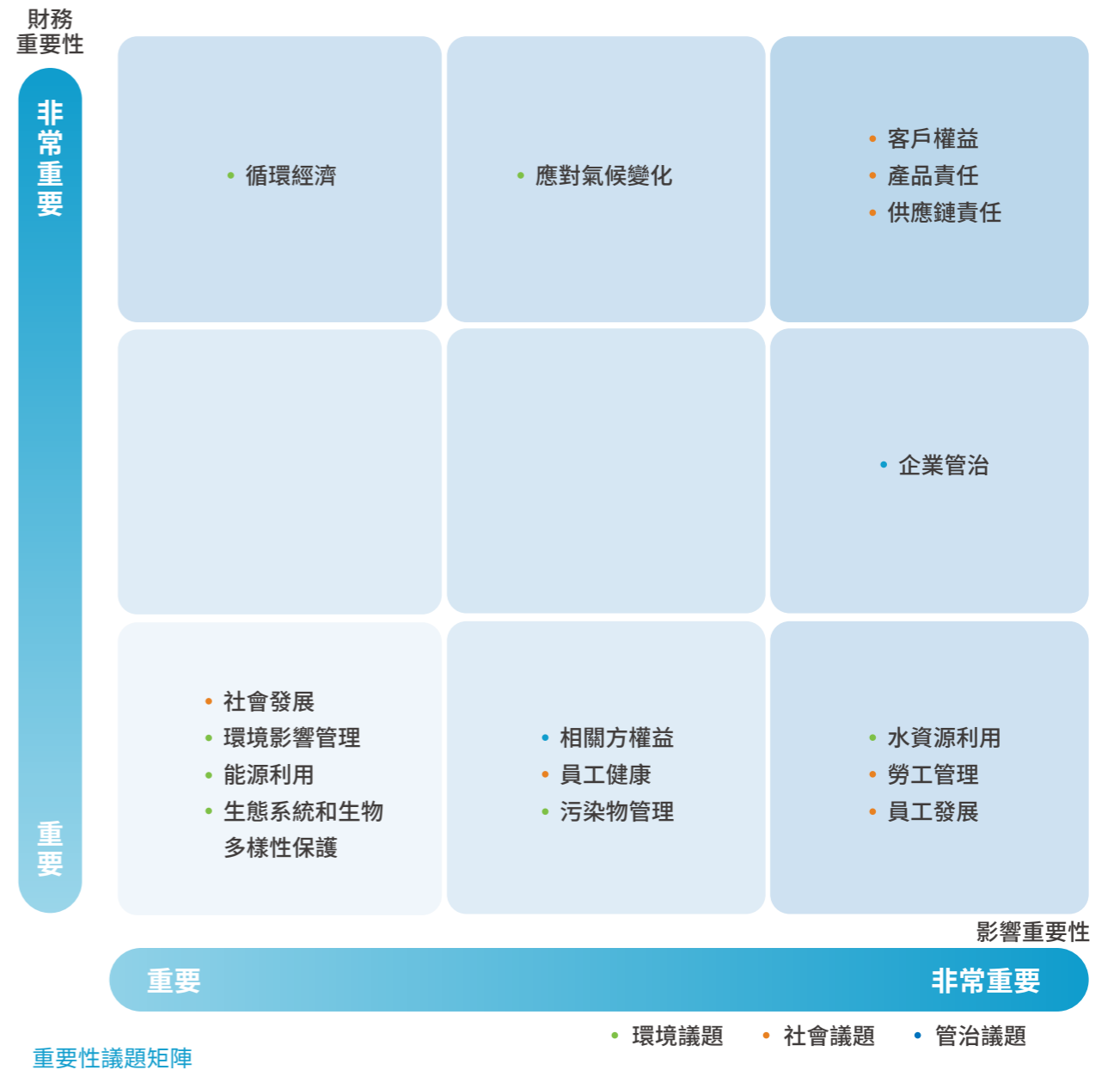
② 財務重要性評估

公司通過與內部相關職能部門及管理層開展溝通，結合外部專家評估，系統識別各項 ESG 議題對公司運營和財務狀況可能產生的潛在影響。在財務重要性評估過程中，公司綜合考慮相關風險和機遇發生的可能性以及潛在財務影響程度，並設置財務重要性判定閾值。基於上述分析結果，並結合專家評分，對各項議題進行綜合研判，最終確定具有財務重要性的可持續發展議題。

議題審核與確認

公司最終識別出的影響重要性和財務重要性議題清單經公司董事會戰略與可持續發展委員會審核確認，就 2025 年度識別出來的高重要性議題的管理情況於報告中進行重點披露。

重要性議題識別結果



結合評估結果顯示，「客戶權益」「產品責任」「供應鏈責任」等 3 項議題為財務重要性和影響重要性水平均為「高」的雙高議題，「應對氣候變化」「循環經濟」等 2 項議題為財務重要性水平為「高」的議題。

與自然共生 與綠色同行

01

我們的理念

東鵬飲料積極踐行綠色發展理念，將生態文明建設融入企業運營全過程。我們開展應對氣候變化行動，不斷強化水資源利用與污染物防控，持續完善環境保護體系與推進循環經濟建設，致力於推動企業與自然環境協同共生、可持續發展。

我們的行動

- ▶ 圍繞綠色發展目標，系統推進應對氣候變化相關行動。
- ▶ 將生態文明理念持續融入生產經營與管理實踐。
- ▶ 加強能源與水資源管理，提升資源利用效率。
- ▶ 強化污染防治與環境風險管控，持續完善環境管理體系。
- ▶ 推進循環經濟實踐，促進資源減量化、再利用與再循環。

包含的可持續發展議題

- ▶ 應對氣候變化
- ▶ 水資源利用
- ▶ 污染物與環境影響管理
- ▶ 循環經濟
- ▶ 生態系統和生物多樣性保護

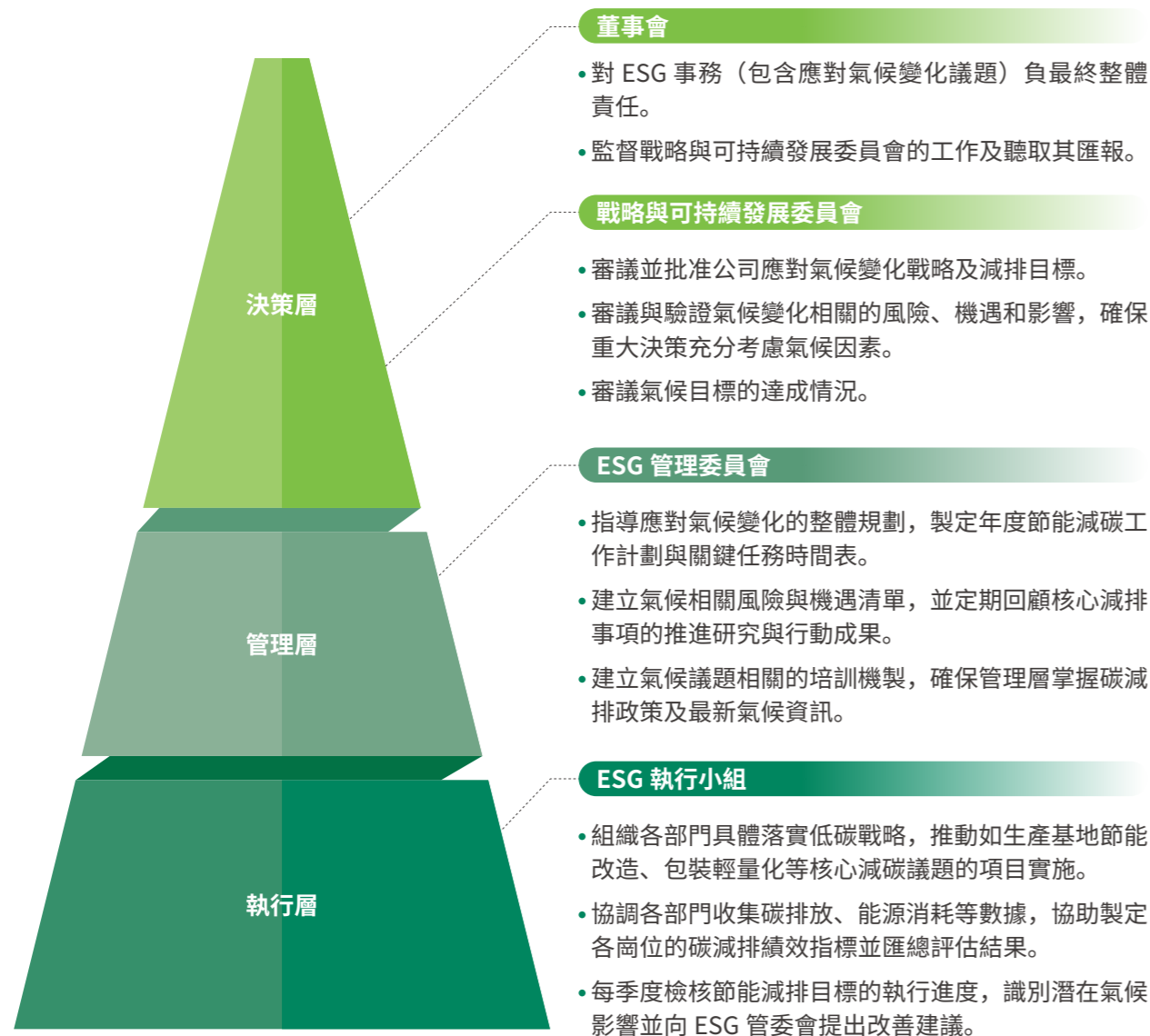
SDGs 響應



應對氣候變化

治理

東鵬飲料將氣候變化管理職責全面融入可持續發展治理架構，構建了職責清晰的「董事會戰略與可持續發展委員會 — ESG 管理委員會 — ESG 執行小組」三級治理體系，確保氣候相關議題在戰略決策、管理執行與落地實施各層面得到有效統籌與協同推進。



東鵬飲料氣候變化議題管治架構及職責

策略

2025 年，東鵬飲料基於國際組織最新發佈的氣候相關指引與基準，系統開展氣候變化風險與機遇的全面評估，科學梳理關鍵氣候風險和機遇及其潛在影響，並製定針對性的應對措施，持續完善氣候治理機製與風險響應能力，全面提升氣候適應力與可持續發展競爭力。

氣候情景分析

東鵬飲料系統開展氣候情景分析工作，將 2025 年、2030 年及 2050 年作為短期、中期、長期的時間範圍劃分維度，分階段評估氣候變化對企業發展的潛在影響。

情景名稱	情景選擇	情景說明	時間維度
綠色情景	<ul style="list-style-type: none"> 實體風險：聯合國政府間氣候變化專門委員會—共享社會經濟路徑 (SSP1-2.6) 轉型風險：央行與監管機構綠色金融網絡 (NGFS-2050 淨零排放) 	<ul style="list-style-type: none"> 物理影響：全球社會經濟朝著更綠色、更包容的方向轉型，通過提高能源效率和快速轉向低碳能源，使溫室氣體排放在本世紀中葉左右達到淨零，並將升溫控制在 2°C 以內。 社會經濟影響：全球氣候政策表現出極高的協同性與前瞻性，碳價格在政策驅動下顯著上升。化石能源在能源結構中的佔比迅速下降，資本流向綠色低碳領域。雖然初期面臨較高的碳成本支出，但從長遠看，通過技術創新與能源轉型，可以有效規避物理風險帶來的巨額損失，實現宏觀經濟的平穩過渡。 	中期： 2030 年
棕色情景	<ul style="list-style-type: none"> 實體風險：聯合國政府間氣候變化專門委員會—共享社會經濟路徑 (SSP5-8.5) 轉型風險：央行與監管機構綠色金融網絡 (NGFS-Current Policies) 	<ul style="list-style-type: none"> 物理影響：代表了最極端的高排放預測，假設全球社會繼續高度依賴煤炭、石油和天然氣，缺乏有效的氣候政策干預。到本世紀末，全球平均升溫極有可能超過 4°C。 社會經濟影響：全球氣候政策未見進一步強化，維持現有的碎片化狀態。世界保持資源密集型增長模式，能源轉型遲滯，清潔能源的可獲得性無法得到保障。隨著物理風險（如極端天氣、海平面上升）的頻率與強度激增，全球供應鏈將面臨結構性衝擊，導致農業減產、資產減值及通貨膨脹加劇，長期宏觀經濟增長將面臨嚴重的負面干擾。 	長期： 2050 年

東鵬飲料氣候情景選擇

影響、風險和機遇管理

東鵬飲料系統開展氣候風險和機遇分析工作，識別出實體風險（包括台風、暴雨洪澇、高溫熱浪、極端低溫在內的急性風險和平均氣溫上升、乾旱 / 水資源壓力、海平面上升在內的慢性風險）、轉型風險（覆蓋政策與法律、市場、技術、聲譽風險）和機遇（包含能源來源、市場機遇），科學評估其潛在影響，並據此制定差異化的應對策略與行動路徑，持續提升氣候韌性。

氣候風險和機遇

風險類別	影響價值鏈	潛在影響	應對措施
實體風險			
急性風險	上游 物流	沿海甘蔗產區或糖廠遭遇台風，導致原料運輸船運 / 陸運受阻。	供應鏈多元化：針對華南核心基地集群，建立跨區域的產能調配機製，確保單一產區受災時可由華中、西南基地快速補位。
	生產	沿海台風多發區的生產基地（如廣州、東莞基地）遭受強風襲擊，導致： • 關鍵原材料供應中斷，引發短期生產停滯，增加緊急調貨的物流成本； • 廠房受損、庫存產成品被水浸泡報廢，造成直接資產損失和維修費用增加。	預防措施： • 持續收集自然災害及氣象預警信息，公布並更新應急聯繫名單。 • 定期對廠區、重點區域和薄弱環節開展安全隱患排查；加固重點設施，疏通和維護排水系統。 • 儲備並台賬化管理應急物資。 • 製定應急預案及分級響應；明確不同預警等級下的職責分工。 • 每年製定並實施應急演練計劃。 應急措施： • 按災害類型和預警等級啟動分級響應機製；廠部統一調度。 • 切斷水、電、氣等高風險源，組織人員疏散；對重點區域實施防護。 • 各部門協調分工、聯絡與支持。 • 災後第一時間開展巡查評估；在時限內上報災情與處置情況；組織清理修復；評審應急效果並完善預案。
	暴雨 洪澇	下游 交付	暴雨導致高速封路或城市內澇，使得成品無法按時送達經銷商或終端。

風險類別	影響價值鏈	潛在影響	應對措施
實體風險			
急性風險	暴雨 洪澇	採購	白糖主要產區遭遇洪澇，導致甘蔗減產或含糖量下降，造成： • 訂單違約風險，因繞路或等待導致運輸成本上升，銷售旺季缺貨損失收入； • 原材料價格因供需失衡而飆升，直接壓縮公司毛利率。 • 建立完善的極端天氣監測預警機製，常態化開展應急演練，並結合購置商業保險、強化物理防災設施、培訓種植戶等措施。 • 考慮對極端降水事件進行提前預判並合理管理、避險。
	高溫 熱浪	生產	工廠製冷系統及員工防暑降溫需求激增，且可能面臨電網限電（有序用電），導致： • 電力成本激增，若遭遇限電停產，將直接衝擊旺季產能，造成巨額營收損失。 • 預防措施：發佈預警與培訓，儲備防暑物資，排查維護降溫及高溫設備。 • 應急措施：當高溫紅色預警生效時，即刻停止室外作業，準備醫療備用金與車輛，安排專人值班，明確應急組織架構。製定針對輕中度中暑和重度 / 多人中暑的措施，落實應急指揮、值班、資金、車輛保障及信息上報機製。
		終端	消費者即飲需求在高溫季節上升。銷量存在增長機會，但若產銷協同不足可能出現斷貨或錯失旺季銷售窗口。 • 對終端冰櫃進行節能改造，推廣使用環保製冷劑，降低高溫下的能耗支出。
慢性風險	極端 低溫	生產	生產設備管道或消防水管在極端低溫下凍裂，導致： • 物流效率下降，車輛維護及保險理賠成本增加； • 設備維修導致非計劃停機，增加維修資本開支。 • 對北方基地室外管道執行標準化保溫包裝並儲備關鍵易損件，對低溫運輸車體視氣溫狀況使用聚苯板、棉被等材料進行防護。
	平均 氣溫 上升	終端	長期氣溫升高導致全渠道終端冰櫃的全年運行能耗基準線提升。 • 採用優化恆溫、製冷系統技術，提升製冷效率。
	乾旱 / 水 資源 壓力	採購	上游製糖業因缺水導致甘蔗減產： • 被迫限製產量或停產；水價上漲導致生產成本直接增加。 • 原材料短缺推高採購價格，甚至需要尋找昂貴的替代貨源。 • 提升水處理技術水平，提高產線用水效率，同時建立先進的水資源管理系統，優化整體水資源利用。
	海平 面上 升	選址	位於低海拔沿海地區的工廠或倉庫面臨海水倒灌或地地下沉風險。基礎設施加固、搬遷與保險成本上升，長期影響區域倉配穩定性。 • 新項目選址、規劃及設計需考慮海平面上升。

風險類別	影響價值鏈	潛在影響	應對措施
轉型風險			
政策與法律 	碳排放管 控 / 碳定 價	包裝 上游石化產業鏈受碳價影響，疊 加潛在的包裝材料稅費（塑料稅）， 導致核心包材成本結構性上漲。	<ul style="list-style-type: none"> • 實時監控運營所在地在碳定價機製（如全國碳市場）、塑料污染治理及包裝環境稅方面的政策與法律法規要求。 • 依據監管機構的規則及匯報指引，高質量公開披露能耗、碳排放強度及包裝材料環境影響數據。 • 製定涵蓋碳資產管理、減少包裝環境影響的風險管控計劃與方案。
	市場 	原材 料價 格上 漲	採購 石油價格因碳稅上漲，傳導至 PET 粒子（石油衍生物）價格上漲。
技術 	低 碳 技 術 轉 型	生產 生產線需進行節能改造。	<ul style="list-style-type: none"> • 優先在綠電資源豐富的基地開展試點。
	物 流	自有或外包物流車隊需從燃油車 逐步替換為新能源貨車。物流運 力更新換代成本高昂，或導致物 流供應商漲價。	<ul style="list-style-type: none"> • 分階段推進新能源貨車替代工作，提 升鐵路運輸量，與外包物流商建立「綠 色運輸」合作。
聲譽 	漂 綠 / 信 息 披 露 合 規	營銷 在營銷中過度宣稱「環保」但缺 乏數據支持，從而損害品牌形象。	<ul style="list-style-type: none"> • 對營銷文案執行合規複核，避免過度 宣稱導致「漂綠」風險。
	融 資 成 本	財 務 銀行對於「高碳」或「高水耗」 且無減排計劃的企業收緊貸款 審批。	<ul style="list-style-type: none"> • 持續與投資者進行溝通與交流，及時 披露包含碳排放在內的 ESG 信息，提 高可持續信息披露透明度。

東鵬飲料氣候風險清單

機遇類別	影響價值鏈	潛在影響	應對措施
能源來源	使用 低 碳 能 源	運 營 在全國各生產基地屋頂鋪設分佈式光 伏發電系統。降低對大電網的依賴， 減少用電成本，甚至可通過餘電上網 獲利。	<ul style="list-style-type: none"> • 在符合條件的基地屋頂全 面鋪設分佈式光伏系統， 實現「自發自用，餘電上 網」，對衝電價上漲壓力。
	綠色 消 費	研 發 推 出「無標籤」瓶裝水或使用 100% 可回收材料包裝的產品，吸引年輕環 保客群。	<ul style="list-style-type: none"> • 開展消費者調查趨勢研究， 了解市場對綠色包裝的傾 向，輔助產品開發決策。 • 構建「智能回收+積分激勵」 系統，並積極申請政府補 貼或稅收優惠。
市場	營 銷	開 展 空 瓶 回 收 積 分 活 動，打 造 循 環 經 濟 閉 環。提 升 複 購 率， 同 時 響 應「 生 產 者 責 任 延 伸 製 度」 (EPR)， 獲 得 政 府 補 貼 或 稅 收 優 惠。	

東鵬飲料氣候機遇清單

風險評估

東鵬飲料基於 TCFD 框架，聚焦風險影響程度與企業應對能力兩大核心維度，開展系統性評估，精準識別出可能對業務產生重大影響的高優先級氣候風險。

實體風險評估

基於全面的氣候風險評估，東鵬飲料各生產基地在不同氣候情景下的風險暴露水平呈現出明顯的差異化特征。未來，公司將持續完善氣候風險監測體系，結合科學的情景分析，強化對極端氣候事件的預判能力，持續迭代適應性應對方案，推動氣候風險管理從被動響應向主動防禦轉變。

實體風險	SSP1-2.6			SSP5-8.5		
	短期 (2025- 2026 年)	中期 (2027- 2030 年)	長期 (2031- 2050 年)	短期 (2025- 2026 年)	中期 (2027- 2030 年)	長期 (2031- 2050 年)
台風	中風險	中風險	中風險	中風險	中風險	中風險
暴雨洪澇	低風險	低風險	低風險	低風險	低風險	低風險
高溫熱浪	中風險	中風險	中風險	中風險	中風險	中風險
極端低溫	低風險	低風險	低風險	低風險	低風險	低風險
乾旱 / 水壓力	低風險	低風險	低風險	低風險	低風險	低風險

■ 低風險 ■ 中風險 ■ 高風險

東鵬飲料實體風險等級

區域	SSP1-2.6			SSP5-8.5		
	短期 (2025-2026 年)	中期 (2027-2030 年)	長期 (2031-2050 年)	短期 (2025-2026 年)	中期 (2027-2030 年)	長期 (2031-2050 年)
華東	高溫熱浪； 水壓力	高溫熱浪； 水壓力	台風風險； 高溫熱浪； 水壓力	高溫熱浪； 水壓力	高溫熱浪； 水壓力	台風風險； 高溫熱浪； 水壓力
西南	高溫熱浪	高溫熱浪	高溫熱浪	高溫熱浪	高溫熱浪	高溫熱浪
華南	台風風險； 高溫熱浪	台風風險； 高溫熱浪	台風風險； 高溫熱浪	/	台風風險	台風風險； 高溫熱浪
華北	台風風險； 暴雨洪澇； 高溫熱浪； 極端低溫； 水壓力	台風風險； 高溫熱浪； 極端低溫； 水壓力	台風風險； 暴雨洪澇； 高溫熱浪； 極端低溫； 水壓力	台風風險； 高溫熱浪； 極端低溫； 水壓力	台風風險； 高溫熱浪； 極端低溫； 水壓力	台風風險； 高溫熱浪； 極端低溫； 水壓力
華中	台風風險； 高溫熱浪	台風風險； 高溫熱浪	高溫熱浪	高溫熱浪	高溫熱浪	台風風險； 高溫熱浪

東鵬飲料生產基地面臨的較顯著的實體風險

轉型風險評估

東鵬飲料圍繞政策與法律、市場、技術及聲譽等關鍵因素，結合公司當前在低碳轉型方面的實踐和進展，開展轉型風險的影響重要性評估。未來，公司將持續構建動態的風險監測機制，強化對政策導向、消費行為演變及行業技術突破的響應能力，推動戰略規劃與綠色轉型深度融合，全面提升氣候發展韌性。

轉型風險	風險等級
政策與法律	碳排放管控 / 碳定價
市場	原材料價格上漲
技術	低碳技術轉型
聲譽	漂綠 / 信息披露合規
	融資成本

■ 低風險 ■ 中風險 ■ 高風險

東鵬飲料轉型風險等級

風險管理

東鵬飲料將氣候相關風險融入公司風險管理體系，建立常態化氣候風險監測機制，定期開展風險識別、評估分析及應對策略制定等工作，並基於評估結果持續優化調整應對氣候變化風險的策略和計劃，持續增強業務韌性與可持續發展能力。在實體風險方面，公司根據氣候風險的影響程度與應對能力，精準識別高風險區域並實施差異化防控。針對轉型風險，公司從政策法規變化、技術革新及市場偏好轉變等維度出發，評估風險的緊迫性和風險意識，指導戰略調整與投資決策。

未來，公司將持續深化氣候風險管理體系，通過構建更具適應性的治理機制與跨部門協同體系，推動氣候議題深度融入業務決策全流程。公司將加大在綠色技術應用、碳核算體系建設及員工能力培養等方面的投入，不斷完善信息披露機制，主動回應利益相關方關切，全面提升氣候治理水平。

指標與目標

東鵬飲料以綠色發展為導向，通過設定具體目標，評估並持續推動氣候行動的實施成效。

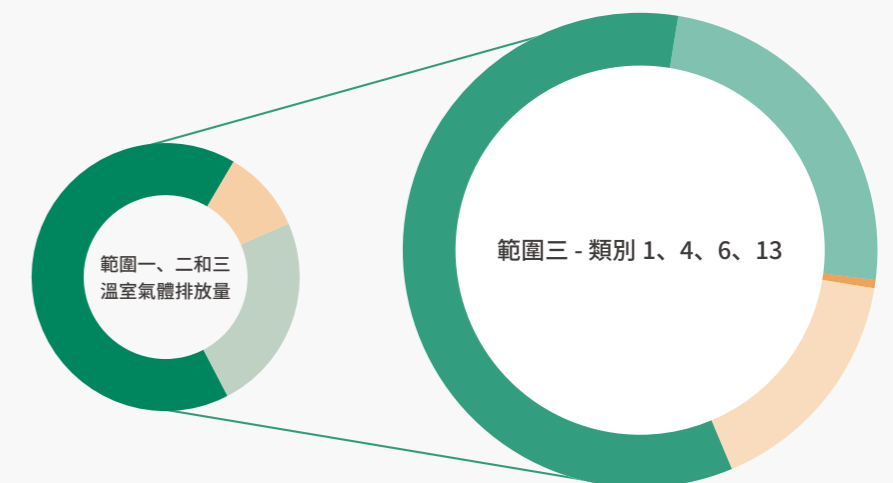
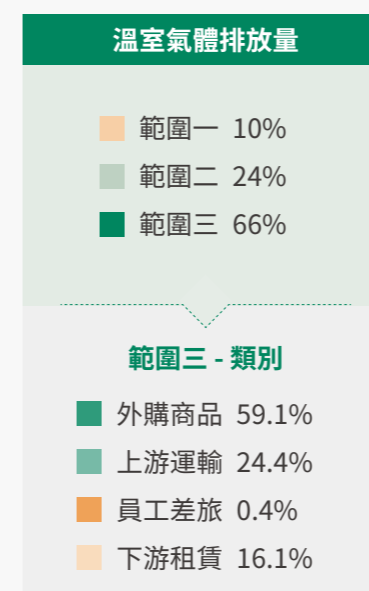
溫室氣體排放目標

- 在 2030 年溫室氣體排放（範圍一和範圍二）強度較 2024 年下降 **15-20%**

溫室氣體排放目標進展

- 2025 年，溫室氣體排放（範圍一和範圍二）強度為 10.91 噸 / 人民幣百萬元營收，較 2024 年下降 **10%**

東鵬飲料氣候變化指標與目標



指標	單位	2023 年	2024 年	2025 年
溫室氣體排放量 (範圍一)	噸二氧化碳當量	47,935.05	62,279.04	67,445.60
溫室氣體排放量 (範圍二 - 基於位置)	噸二氧化碳當量	88,988.87	129,795.91	160,375.33
溫室氣體排放量 (範圍二 - 基於市場)	噸二氧化碳當量	101,781.76	148,456.05	183,298.66

備註：基於持續完善環境管理體系的需要，公司今年擴大了碳核算覆蓋面，並同步重述了 2023 年和 2024 年數據以保證同比口徑一致。

能源與溫室氣體排放管理

東鵬飲料將深化能源管理作為應對氣候變化戰略的核心環節，通過構建系統化、全鏈條的能源管理體系，持續提升能源使用效率，優化能源結構，以實現低碳轉型和氣候韌性的雙向增強。

能源管理體系

公司嚴格遵守《中華人民共和國節約能源法》《中華人民共和國可再生能源法》等相關法律法規，建立由公司總部統籌規劃策略，各個生產基地嚴格執行的能源分級管理體系，明確各層級的職責與分工，保障能源管理工作系統化、規範化推進。為確保能源使用的科學性與高效性，公司製定並實施《能源管理製度》《能源資源控制程序》與《溫室氣體排放管理辦法》等一系列製度，對能源採購、消耗、回收利用等各環節進行全過程管理。

在管理架構上，總部供應鏈營運中心作為能源管理的統籌監督部門，負責製定各基地能耗考核目標，並定期收集能源消耗數據，評估能源使用狀況。各生產基地作為能源管理執行主體，負責將公司的能源管理要求貫徹到日常運營中，開展能源消耗數據的統計與記錄、能源設備運維、節能措施落地等工作，並定期向供應鏈營運中心報送能源數據及管理進展，依據公司考核目標持續提升本基地的能源利用效率。

能源效率提升

我們在各生產基地開展系統化的設備升級與能效提升工作。在技術改造方面，東莞基地開展鍋爐自動排污及熱回收改造，並對高壓空壓機系統進行淘汰換新；廣州基地通過持續提升水泵效率、優化噴淋機設備降低能耗；海豐基地則重點優化了高低壓空壓機使用運行管理，並完成氧氣發生器乾燥機改造，有效減少了電力消耗。

為實現更精細化的能源管控，各基地均已建立覆蓋水、電、蒸汽等關鍵能源消耗統計與監控機製。依托 MES 系統定期統計能源用量數據，我們對用量異常情況進行及時分析與排查，推動能源管理向全程化、數字化、精細化持續完善，提升能源使用效率。

重慶基地高壓氣轉低壓回收使用項目 亮點案例

為持續優化生產環節的能源利用效率，重慶生產基地探索並實施了高壓氣體回收循環利用的創新項目，推動生產活動向更高效、更節能發展。

通過技術評估與系統規劃，重慶生產基地創新性地將吹瓶環節產生的高壓氣體回收並轉換為低壓氣體，成功應用於後續的包裝流程。項目通過安裝專用回收管道和配套控制系統，在保障運行安全的前提下，實現了能源的閉環利用。

項目完成後，氣體回收效率大幅提升，每年可節約電力約 **52** 萬度。通過技術改進，項目切實提升了能源利用效率，降低了運營成本，為公司推進節能減碳目標提供了具體實踐和可量化的成效支持。

設備 節能改造

- 華鵬基地對多台空壓機進行集中控制與精細管理，年節約電量 **153,000Kwh**。
- 徽鵬基地增加 UHT 殺菌裝置管道保溫設施，降低熱能浪費，節約 **3,619.04** 噸蒸汽。
- 慶鵬基地對配料淨化空調啟用全新風模式，年節約電量 **244,800Kwh**。
- 慶鵬基地開展高壓氣回收項目，回收的氣量可節省低壓壓縮機 **45%** 的開機時間。
- 浙鵬基地開展吹瓶機加溫燈改善項目，日節約用電量 **5,208Kwh**。
- 浙鵬基地開展膜包機改善項目，年節約電量 **252,000Kwh**。
- 湘鵬基地開展無菌水機改造，年節約天然氣 **26,831** 立方米。

能源 循環利用

- 華鵬基地開展縮標爐冷凝水熱能回收，年節約天然氣使用量約 **5.93** 萬立方米。
- 華鵬基地在冰水機組壓縮機中增加熱回收器，年節約天然氣使用量約 **17.28** 萬立方米。
- 華鵬基地將噴淋機塔水熱量與二樓製水間 RO 水做間接二次交換，每日可回收熱量的對應水處理量為 **1,200** 噸。
- 莞鵬基地開展鍋爐排污熱能回收利用，年節約天然氣使用量約 **15** 萬立方米。
- 莞鵬基地開展高壓機冷卻水熱能回收，年節約 UHT 蒸汽使用量約 **19.6** 萬立方米。
- 湘鵬基地開展冷凝水回收罐蒸汽回收，年回收熱量 **3,706,608MJ**。
- 湘鵬基地開展低壓機熱回收，節約用電 **13,970Kwh**。
- 湘鵬基地開展屋面塔水熱回收，日節約天然氣使用量約 **2,392.25** 立方米。

東鵬飲料 2025 年能效提升項目概覽

守護生命之源

東鵬飲料嚴格遵守《中華人民共和國水法》等相關法律法規，製定《東鵬飲料水資源管理政策》，為全公司水資源管理提供頂層指導，確保各生產基地水資源利用合法合規。我們通過構建「源頭減量—過程控制—末端回用」的用水管理體系，實現生產用水的精細化和智能化管理，持續提升水資源利用效率。公司設定「2030年水消耗強度（單位產品耗水量）較2024年降低10%」的中長期目標，並配套編製《節水五年行動規劃》，為水資源管理工作的推進提供明確方向和實施路徑。

水資源管理體系

董事會戰略與可持續發展委員會作為最高監督機構，負責對公司可持續水管理事宜進行監督指導，審議水資源管理戰略及政策。公司設立 ESG 執行組，下設水資源管理專項工作組，由副總裁牽頭，各生產基地廠長及 ESG 專員組成，統籌製定水資源管理年度目標、政策製度及行動計劃，並定期向管理層匯報進展。各生產基地在公司統一總則框架下，結合自身運營實際製定節水管理細則，形成覆蓋水資源取用、使用、處理和回用全過程的分層製度體系，構建「公司有總則、基地有細則」的管理架構。同時，各生產基地成立節水工作領導小組，配套建立水耗績效考核機製，並在公司統籌下形成總部統籌、專項協調、基地執行、部門協同的水資源管理機製。

節水行動措施

東鵬飲料各生產基地依據《節水五年行動規劃》建立系統化節水機製，每週組織專業人員對供水管網、生產設備、辦公及園區用水設施進行全面排查，及時修復漏損。我們在生產、辦公、生活等關鍵區域安裝專用水表，實現分類統計與精準管控。另外，我們通過培訓、宣傳等多種形式強化員工節水意識，營造全員參與的節水文化。

亮點績效

- 2025年，
- 通過工藝優化、技術改造及管理強化等系列舉措，各基地水資源利用效率顯著提升。生產基地噸產品水耗較2024年下降**8.7%**，節水量**723,566.08**噸。
 - 再生/回用水年回收水量達**989,964.40**噸，再生/回用水使用量為**596,046.50**噸，中水回用率為**5.02%**。
 - 公司下屬基地中：桂鵬、莞鵬、增鵬、徽鵬、華鵬、慶鵬**6**個基地均獲得中國飲料工業協會頒發的「**節水優秀企業**」證書。



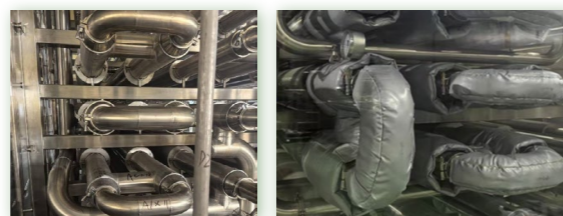
華鵬收縮爐蒸汽排放回收和蒸汽冷凝水熱量回收設備



湘鵬閃蒸汽回收設備



浙鵬膜包機能耗改善



徽鵬 UHT 管道保溫設施

能源結構轉型

我們持續優化能源結構，通過建設分佈式光伏發電系統與擴大綠色電力採購規模，系統推進能源結構向低碳、可再生方向轉型。目前，我們已在多個生產基地佈局分佈式光伏發電項目，採用「自發自用、餘電上網」模式，有效提升清潔能源自給率。同時，我們高度重視市場機製在優化能源結構轉型中的作用，公司通過參與綠電交易市場，與可再生能源發電企業直接交易，或探索「綠電集採」等模式，主動採購綠色電力，規模化地提升低碳電力在公司能源消費中的比重。上述措施將有效降低東鵬飲料範圍二溫室氣體排放，並為實現更深層次的碳減排目標奠定基礎。

亮點績效

- 生產基地光伏發電量 **27,153.13** 兆瓦時
- 生產基地光伏消納電量 **26,210.91** 兆瓦時
- 光伏消納率 **96.53%**

東鵬飲料光伏發電方面關鍵績效

- 截至報告期末，東鵬飲料已有 **8** 個生產基地安裝分佈式光伏發電裝置。
- 2025年，東鵬飲料綠電電力採購量佔比達 **1.36%**。

公司在全國所有生產基地及主要運營場所系統性推進生產工藝優化行動，聚焦核心生產環節，持續實施節水改進措施。

- 重慶基地** 將無菌水衝瓶口噴頭改小、噴頭數量減少，降低無菌水流量，從而減少工序用水損耗。在製水設備中添加阻垢劑，延長 RO 膜衝洗週期，提高產水率，同時減少衝洗用水消耗。
- 南寧基地** 推進輸送潤滑節水環節優化，通過工藝調整，降低非產品工藝用水消耗。
- 浙江基地** 在滿足產品質量要求的前提下，降低灌裝機衝瓶口水流量，回收灌裝機蒸汽降溫後的 RO 水，實現工藝用水循環利用。
- 安徽基地** 優化清洗工藝，由 5 步法調整為 3 步法，在保障清洗效果的前提下，減少能源消耗。
- 東莞基地** 淘汰傳統高耗水器具，辦公區統一安裝節水型龍頭、感應式洗手裝置，衛生間採用低衝量馬桶，減少生活辦公用水浪費。

生產基地圍繞水資源循環利用，持續拓展回用場景並完善水資源回用體系。

- 廣州基地** 共計有 4 套砂炭缸反衝洗水，同時回收生產環節產生的二次濃水，用於車間清潔、衛生間衝洗及管網補給，年回收水量超 1.6 萬噸。
- 重慶基地** 通過海綿城市系統建設雨水收集池，收集雨水用於廠區綠化灌溉及污水站兌藥；將生產濃水收集至專用水箱，定向用於綠化灌溉。
- 南寧基地** 回收製水系統排放的中水用於綠化灌溉，將物料泵機封使用的 RO 水循環冷卻後回收至冷卻塔補充用水。
- 浙江基地** 將換熱後的冷凝水用於補充冷卻塔用水，回收部分機封水補充塔水，利用中水補充廠區魚塘。
- 東莞基地** 回收車間反滲透系統產出的濃水重新用於生產，將末道衝洗水回收用於首道衝洗工序，形成工序內水循環。



廣州基地砂炭缸反衝洗水回收項目 亮點案例

為提升水資源循環利用率，廣州基地於 2025 年 3 月啟動砂炭缸反衝洗水回收項目，通過優化流程、配套回收管網與水質監測設施，實現了 4 套砂炭缸反衝洗水的有效回收。

項目每年可節約水約 1 萬噸，結合二次濃水回收，基地年總節水量達 1.6 萬噸，顯著減少了新鮮水消耗與廢水排放，實現了節水與環境效益的雙重提升，為行業提供了可複製的實踐案例。

踐行綠色運營

環境影響管理

公司嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國大氣污染防治法》等環境相關法律法規，並製定了《環境因素識別與控制程序》《環境監測控制程序》《合規性評價程序》等內部管理製度，明確環境因素識別、污染物監測、合規性評價、危險化學品處置等關鍵環節的管理標準與操作要求，確保生產過程的環境合規性。同時，公司建立環境法律法規動態更新機制，形成由總部統籌、基地執行的環境管理體系，並通過定期巡查和監督，推動各生產基地環境管理體系的有效運行。在此基礎上，公司積極推進清潔生產管理，成立清潔生產管理領導小組，統籌相關工作的組織實施，優先採用資源利用效率高、污染物產生量低的清潔生產技術、工藝和設備，並通過激勵機制鼓勵員工在節能降耗、污染防治和現場環境改善等方面持續改進，降低生產運營活動對環境的影響。本年度，公司各生產基地在廢棄物、廢水及廢氣排放方面均合規運營，未發生超標或違規行為，亦未受到相關行政處罰、官方通告及負面輿論報道。

亮點績效

- | | |
|---|--|
| 截至報告期末， | 2025年， |
| <ul style="list-style-type: none"> 東鵬飲料已有 8 個生產基地獲得 ISO 14001 環境管理體系認證。 | <ul style="list-style-type: none"> 公司環保投入 23,351,153.76 元。 |

廢棄物管理

在廢棄物管理方面，我們嚴格遵守《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《危險廢物貯存污染控制標準》等法律法規，製定《廢棄物分類收集與處置管理辦法》《危險廢棄物管理細則》等內部製度，明確各類廢棄物的分類標準、收集流程、貯存規範及處置責任，為實現廢棄物的規範管理和資源化處置奠定製度基礎。

在分類貯存環節，公司嚴格執行分類要求，從源頭避免混合堆放，為後續資源化利用創造有利條件；在處置環節，公司與合規的再生資源利用單位合作，推動廢棄物轉化為可再生資源，提升資源循環效率。通過建立全流程台賬製度並實施月度數據匯總，公司已實現對廢棄物從產生到處置的全程可追溯管理。

廢棄物類型	具體類別	處置辦法
一般固廢	<ul style="list-style-type: none"> 辦公區廢紙、廢塑料、生活垃圾 生產區廢包裝材料、不合格產品、茶渣等 	<ul style="list-style-type: none"> 分類收集後，辦公及生活垃圾交由市政環衛部門清運處理。 生產區可回收固廢委託有資質的回收企業資源化利用，不可回收部分按規範無害化處置。
危險廢棄物	<ul style="list-style-type: none"> 生產設備維護產生的廢機油、廢礦物油、含油抹布 實驗室廢液、廢化學品包裝容器、廢活性炭等 	<ul style="list-style-type: none"> 設立專用危廢倉庫分類存放，張貼危險廢物標識，嚴格執行危險廢物轉移聯單製度，委託具備危廢處理資質的第三方專業機構合規處置。
其他廢棄物	<ul style="list-style-type: none"> 生產廢水處理產生的污泥、廢反滲透膜等 	<ul style="list-style-type: none"> 污泥經脫水處理後委託合規單位資源化利用。 廢反滲透膜統一收集後由供應商回收處理。

廢棄物處置辦法

廢氣排放管理

公司生產運營過程中產生的廢氣主要有揮發性有機化合物（VOCs）、二氧化硫、氮氧化物。為實現廢氣精準管控，各生產基地配套建設了完善的污染防治設施，包括二級活性炭吸附裝置、UV 光氧處理設備、城式噴淋塔、酸霧淨化塔、生物濾池、油煙淨化裝置等，所有廢氣經深度處理後通過專用排氣筒高空排放，確保排放指標符合相關標準。

公司設定廢氣排放達標率 **100%** 的核心目標，針對不同類型廢氣製定差異化減排策略：

廢氣類型	減排策略
VOCs、非甲烷總烴等有機廢氣	採用源頭管控、末端治理的模式進行減排，優先選用低 VOCs 含量原輔材料、優化生產工藝，其次通過整室負壓收集、集氣罩精準收集等方式提升收集效率，最後經二級活性炭吸附、UV 光氧處理等工藝淨化。
鍋爐廢氣	配備低氮燃燒器，採用爐內低氮燃燒技術，燃燒尾氣經管道收集後由 20m 排氣筒高空排放，從而有效降低二氧化硫、氮氧化物排放水平。
污水站臭氣	通過生物濾池除臭法處理，收集效率高達 90% 以上，大幅提升氨氣、硫化氫等污染物去除效率。

廢水排放管理

東鵬飲料嚴格執行《中華人民共和國水污染防治法》《污水綜合排放標準》等國家及地方水環境保護相關法律法規要求，配套建設標準化廢水處理設施，採用適配生產需求的先進廢水處理工藝，持續提升排放廢水水質，降低對環境的影響。

公司生產過程產生的廢水主要分為生產廢水和生活廢水兩類，核心污染物包括化學需氧量（COD）、氨氮、總磷、總氮、懸浮物（SS）及 pH 值等。針對生產廢水，各生產基地均建成配套污水處理站，

採用「格柵+氣浮機+缺氧池+接觸氧化池+沉澱池」「生物法」等成熟處理工藝，配備水質在線監測系統，對生產廢水進行集中處理。針對生活污水，公司將生活污水經隔油池與三級化糞池預處理後，接入市政污水管網或污水處理站做進一步深度處理。此外，公司專設污水處理員崗位，負責全程水質監測與設施運維，確保外排廢水各項指標合規，從源頭落實水環境保護責任。

亮點績效

- 2025 年，
- 公司固體廢物和危險廢物安全處置率 **100%**。
- 大氣污染物、水污染物排放指標達標率 **100%**。

推動循環再生

東鵬飲料深刻意識到，在資源約束與可持續發展的全球共識下，向循環經濟轉型已成為企業實現長遠發展的必然選擇。作為飲料製造與銷售企業，包裝材料使用和運營廢棄物管理是我們在循環經濟實踐中的關鍵環節。因此，我們將循環經濟理念全面融入運營體系，著力構建從產品設計到廢棄物資源化的閉環管理系統，以實現資源的高效循環利用。

治理

東鵬飲料將循環經濟視為公司可持續發展的核心議題之一，已將其全面融入公司 ESG 治理架構。在董事會及戰略與可持續發展委員會的頂層指引下，由 ESG 管理委員會統籌負責，建立起涵蓋研發、供應鏈、生產及品牌等多部門的跨職能協同機製。我們通過明確的責權分工，以及定期跟蹤關鍵指標進展與合規情況，確保循環經濟戰略從決策端到執行端的有效落地與閉環管理。

為系統化管理包裝材料的環境影響，公司建立了以輕量化、可循環、低影響為核心的可持續包裝策略，並以《東鵬飲料包裝材料管理政策》為指導，構建涵蓋包裝設計、材料採購、生產使用、回收再生的全生命週期管理體系。

策略

世界經濟論壇（WEF）《全球風險報告》指出，資源短缺已經成為影響全球發展的長期系統性風險之一。基於對外部環境變化的研判，我們識別到公司在包裝材料資源依賴和資源循環效率方面面臨相應風險與挑戰，因此，我們確立了「源頭減量、過程循環、末端資源化」的整體策略，以系統化提升資源利用效率及降低相關風險。



- 我們以負責任的方式管理包裝材料，並在保障產品安全的前提下，最大限度減少資源消耗與環境足跡。公司持續推進包裝材料的輕量化與可回收性管理。





- 我們開展系統的包裝可回收性評估，針對 PET 瓶、瓶蓋、標籤、紙箱及薄膜等主要包材逐項製定替代與改造路線。通過優化結構設計與減少單位產品包材重量，從根源上降低對環境的負面影響。



- 我們積極探索消費端的回收利用模式，依托現有銷售渠道與價值鏈合作夥伴，推動供應商回收體系協同，探索建立包裝回收的循環機製。

影響、風險和機遇管理

東鵬飲料在產品全生命週期推進循環經濟管理，通過源頭減量和資源循環利用，應對廢棄物合規與排放風險，並挖掘資源化利用帶來的潛在經濟與發展機遇。

類型	業務場景	風險 / 機遇描述	潛在財務影響
風險 	產品研發 / 運營	企業推進包裝可持續轉型，包括綠色包裝替代、包裝減量化設計等，可能增加研發設計及材料採買的投入。若包裝減量化、材料可回收性及廢棄物資源化水平提升不足，可能增加包裝合規和處置壓力，影響生產運營的靈活性。	在短期內可能推高包裝材料採購和廢棄物處置成本，並對部分市場和渠道的產品准入形成約束。
機遇 	產品研發 / 運營	通過推進瓶身輕量化、包裝減量設計及包裝材料循環利用，企業可以提升包裝的可持續性，契合飲料消費市場對環保與責任品牌的關注趨勢。	在中長期有助於緩解原材料成本波動壓力，並在部分產品和消費場景中增強品牌吸引力，支持銷量穩定和產品結構優化。

應對策略

東鵬飲料堅持包裝全生命週期管理策略，通過深化包裝輕量化與材料替代、推廣全鏈路循環周轉及構建綠色物流體系，在有效化解短期轉型成本壓力與合規風險的同時，持續提升產品的綠色競爭力與長期品牌價值。

可持續包裝

東鵬飲料持續推進可持續包裝實踐，通過包裝創新、循環周轉、材料替代及結構優化等方式，降低包裝材料使用強度和廢棄物產生量，並逐步提升包裝資源的循環利用水平。

包裝創新

公司始終將包裝創新作為產品升級與可持續發展的核心抓手，緊密追蹤全球包材行業前沿技術與發展趨勢，高度重視產業鏈協同發展，持續深化與供應鏈夥伴的交流協作、資源互通與價值共創，堅定不移推動產品包裝材料向健康化、綠色化、低碳化疊代升級。

東鵬飲料舉辦第三屆包裝創新日活動

亮點案例

東鵬飲料連續三年開展包裝創新日活動。2025 年 7 月，公司以 ESG 創新共鑒為主題，成功舉辦第三屆包裝創新日活動。本次活動特邀多家行業頭部供應商齊聚，圍繞 ESG 戰略落地、綠色包裝實踐、低碳材料應用等關鍵議題，深度分享各自領域的先進經驗與優秀案例。與會各方聚焦環保新材料研發、減碳工藝優化、可循環包裝落地等核心方向，共同探討包裝材料技術新突破與可行性解決方案，在思想碰撞與經驗互鑒中凝聚行業共識，為東鵬飲料持續推進綠色包裝創新、構建可持續包裝生態體系積累了寶貴實踐成果。

循環周轉

在生產運營環節，各基地積極推行循環包裝替代方案，例如以可重複使用的塑料箱和鐵籠分別替換一次性紙箱和瓶坯包裝，顯著降低一次性包裝物消耗。我們進一步強化了物流載具的循環管理，建立了木質托盤的回收複用機製。以東鵬飲料東莞生產基地為例，2025 年 5 月至 12 月期間，共計回收並循環利用木質托盤超 50 萬塊，極大延長了物流載具的使用壽命，減少了木材資源的消耗。

此外，長沙基地通過推行廢棄包材回收計劃及開展廢 PET 瓶回收再利用試點，積極探索消費後廢棄物的閉環管理路徑。

東鵬飲料華南生產基地循環經濟實踐

亮點案例

為積極響應國家循環經濟政策及包裝材料綠色轉型導向，東鵬飲料在華南基地重點推進包裝材料的循環替代與廢棄物源頭減量工作，通過兩項關鍵舉措有效提升了資源利用效率並降低環境負荷：

- 產品外帽包材行業慣例是通過一次性紙箱進行儲運，為踐行循環利用理念，我們將傳統一次性紙箱替換為可重複使用的塑料箱。該類塑料箱具備優良的耐用性能，可循環使用，減少一次性紙箱的消耗及相關廢棄物產生。
- 在瓶坯內部轉運環節，我們引入鐵籠作為承載容器，以替代原有紙箱包裝。鐵籠結構穩固、可多次循環使用，不僅提高了包裝資源的利用率，也從源頭降低了包裝廢棄物的生成量。

減量替代

我們通過系統化推進包裝材料的減量化與結構優化，不僅在源頭降低材料的使用量，也可減少運輸環節的能源消耗與碳排放負荷。目前，我們已對多款產品的瓶胚、外帽、標籤等關鍵包裝組件進行輕量化改進。

2025 年，我們持續推進包裝輕量化工作，通過對東鵬特飲小金瓶、555 毫升裝補水啦、1L 裝補水啦等產品瓶胚減重，全年節省 PET 用量 1,218 噸；通過東鵬特飲大金瓶外帽減重項目，全年節省 PP 用量 135 噸；通過標籤減薄項目，全年節省標籤原材料 PETG 227 噸。針對東鵬特飲禮品裝包裝，我們進行了全面的改造升級，使用可再生原材料汰換原有的泡沫內襯，全年減少使用 17 噸泡沫材料。

東鵬特飲大金瓶禮盒裝包裝材料升級

亮點案例

針對銷量連年攀升的東鵬特飲大金瓶 P10 禮盒裝，我們於2025年協同多家供應商攻克技術難點，成功研發出符合 P10 結構的紙質內襯替代原有泡沫承托，實現了包材的綠色可再生。該項目同步完成包裝生產線的自動化改造，有效解決了旺季人工包裝產能不足的瓶頸。通過該項創新實踐，我們顯著減少泡沫材料使用，有效推動禮品包裝向低碳、可持續的綠色包裝方向轉型升級。

針對二次包裝環節的塑料薄膜使用，各生產基地通過技術改良實現了顯著減量：

- 浙江生產基地通過降低收縮膜的厚度與寬度，預計年節約塑料膜約 51.8 噸；
- 湖南生產基地優化包裝膜寬幅尺寸，改善後單箱膜使用量減少 2.65%，有效提升了包裝效率與環保性。

亮點績效

- 2025 年
- 在輔助包裝材料的使用量上，公司實現紙箱減重共計 **926** 噸。
- 瓶坯減重共計 **7,673** 噸。

資源利用

在材料選擇和回收利用方面，公司優先選用可回收、可再生材料，並積極推進包裝材料統一化，PETG 與瓶身 PET 同屬聚酯類別，具備更好的回收兼容性，可實現一體化再生，顯著提升包裝整體的回收效率與再生價值，已經實現產品標籤材質從傳統 PVC 全部切換為 PETG。我們積極探索消費後再生材料的處理方式，積極參與「瓶到瓶」閉環回收體系的建設，推動包裝從設計、使用到再生的完整循環。

在生產廢棄物資源化方面，公司對茶飲產品生產過程中產生的茶葉渣、菊花渣等植物性廢料交由專業機構資源化利用。此外，部分生產基地將二次濃水、雨水回收用於廠區綠化與清潔，進一步提升資源循環效率。

開展「煥活新生環保計劃」，探索空瓶回收實踐

亮點案例

公司將環保理念融入賽事和綜藝內容，通過具體機製設計推動公眾參與。我們在「補水啦·星耀未來」羽毛球賽事中，發起「煥活新生環保計劃」，圍繞空瓶與舊羽毛球回收開展再利用實踐，將環保教育轉化為青少年可參與的行動。在綜藝節目《假期中的她們》中，補水啦設置「空瓶兌換假期經費」互動環節，並由嘉賓示範參與，將環保行為自然融入文旅場景，探索環保倡導與內容傳播的結合方式。



「補水啦·星耀未來」賽事活動現場

指標與目標

可持續包材目標

- 2030 年，可再生材料在公司整體包裝中的佔比提升到至少 **29%**；
- 2030 年，公司將不可回收或難回收塑料用量較 2024 年減少至少 **10%**；
- 2030 年前，紙箱和產品 PET 包裝中的再生材料和可再生材料佔比達到 **28%** 以上；
- 2030 年，實現全部相關包裝 **100%** 可回收、可重複使用或可堆肥。

可持續包材目標進展

- 2025 年，可再生材料在公司整體包裝中的佔比提升至 **28%**；
- 2025 年，公司不可回收或難回收塑料用量為 **0%**；
- 紙箱和產品 PET 包裝中的再生材料和可再生材料佔比達到 **34%**；
- 全部相關包裝中，已實現 **100%** 可回收、可重複使用或可堆肥。

綠色物流

東鵬飲料積極探索物流環節的綠色轉型，通過推廣新型運輸模式、優化調度策略及使用清潔能源車輛，致力於降低產品交付過程中的碳足跡。

推廣高效運輸模式

公司大力推廣「帶板運輸」模式，減少貨物倒盤次數，提升裝卸效率與物流周轉率。2025 年，公司產品帶板運輸量達 **130** 萬噸，佔總發運量的 **22.4%**。同時，我們引入「推拉器」裝車技術，減少了傳統托盤的使用並降低了人員勞動強度，2025 年使用推拉器發貨量超 **64** 萬噸。

優化運輸結構與線路

我們因地制宜優化運輸結構，在安徽生產基地積極探索「公路 + 鐵路」的多式聯運模式，充分利用鐵路運輸運量大、能耗低的優勢。在公路運輸方面，公司每年根據銷售與生產計劃，遵循「就近發運、運費最優」原則制定配送線路，並針對大體積產品制定專屬裝車方案，最大化提升車輛滿載率，減少空駛與無效運輸。

倡導清潔運輸

公司鼓勵並優先選用國六排放標準或新能源貨車進行市內配送和短途運輸，並依托數字化物流預約系統記錄新能源車輛使用情況，持續推動物流運輸工具的清潔化升級。

生態環境保護

我們十分重視生態系統與生物多樣性保護，嚴格遵守生態保護相關法律法規，始終將生態環境保護作為開展運營的基礎準則。我們依據《中華人民共和國環境影響評價法》等法律法規要求，規範所有項目的規劃、建設與運營行為，恪守生態功能保障基線、環境質量安全底線和自然資源利用上限，全面落實生態環境准入清單要求，確保經營活動合法合規，系統防範生態保護相關風險。

我們建立了覆蓋全流程的生態保護管理體系，將生態考量融入運營各環節。在項目選址、開發及建設階段，我們全面評估包括生物多樣性在內的環境影響因素，並制定針對性的防控方案。針對生態保護紅線及生態環境敏感區域，我們嚴格執行國家規定，不開展任何可能干擾區域生態平衡的生產活動，切實保護野生動植物棲息地環境，致力於通過科學選址與合規運營，協同推進生產經營與自然棲息地的和諧共生。

此外，公司從源頭工藝優化、生產運營管控和價值鏈協同三個層面，系統推進生態保護與環境改善工作：

推進綠色設計與持續優化

通過瓶胚和瓶蓋輕量化設計，從源頭減少塑料使用；持續優化清洗等關鍵生產工藝，降低生產過程中的水資源消耗，從設計與技術層面減輕運營活動對生態環境的影響。

強化環境治理與資源循環

各生產基地持續完善清污分流、廢氣集中處理和固體廢棄物分類回收體系，確保污染物排放穩定達標；同時優化水資源循環利用，將生產廢水回用於廠區綠化、地面清洗等環節，減少對自然水資源的取用。

加強價值鏈生態協同管理

在《供應商環境調查表》和《可持續採購政策》中明確要求供應商遵守環境保護法律法規，落實生態保護責任，重點關注甘蔗、咖啡、茶葉等核心原料供應商在生物多樣性保護方面的實踐，推動生態保護理念在價值鏈中的傳導與落實。



與價值共鳴 與夥伴同行

我們的理念

東鵬飲料秉承「為消費者提供健康功效飲品、為員工搭建事業平台、為股東創造合理回報」的企業使命，始終以員工與消費者為核心，在創造經濟價值的同時，持續回應相關方關切，積極履行社會責任，以負責任的經營方式推動企業穩健發展，持續夯實企業長期發展根基。

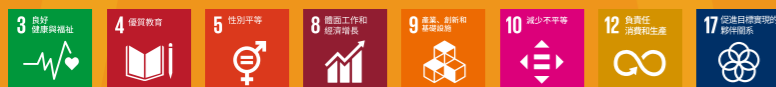
我們的行動

- ▶ 完善員工管理與員工溝通機制，健全薪酬福利體系，加強員工能力培養與職業健康安全保障，營造安全、穩定、可持續的工作環境。
- ▶ 堅持「質量為先」，強化產品質量管控與研發創新，規範市場經營行為，切實維護消費者與客戶權益。
- ▶ 投身公益慈善與社會發展實踐，聚焦鄉村振興與公益慈善等重點領域。
- ▶ 將可持續發展理念融入合作與供應鏈管理，與合作夥伴攜手推進互利共贏、共同成長。

包含的可持續發展議題

- ▶ 勞工管理
- ▶ 員工健康
- ▶ 員工發展
- ▶ 供應鏈責任
- ▶ 產品責任
- ▶ 客戶權益
- ▶ 社會發展

SDGs 響應



共創幸福職場

東鵬飲料堅持以人為本，倡導平等僱傭與多元包容，切實保障員工權益，致力於為員工提供公平、尊重與機會均等的工作環境。公司持續完善用工管理機製與人才發展機製，通過健全的薪酬福利體系和多元化職業發展通道，提升員工凝聚力與穩定性，促進人才留存與公司的長期發展。

平等僱傭

公司嚴格遵循《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等法律法規，結合企業實際，製定並持續完善《員工手冊》《招聘與錄用管理製度》等內部規章製度。我們堅持保障員工的平等權利，尊重全球各地員工的文化信仰和習慣，不因民族、宗教、性別、年齡、國籍等差異區別對待，持續營造多元、包容的職場環境。員工如遇歧視或騷擾事件，可通過郵箱、電話等方式進行反映，公司將依法依規調查處理，切實保障員工合法權益。同時，公司通過建立人力資源監督檢查機製，對招聘與用工全過程開展合規管理與定期核查，持續防範童工和強製勞動風險。

在招聘錄用過程中，我們始終秉持公開公平透明機製，明確禁止設置民族、性別、年齡、學歷等與崗位無關的歧視性條件，保障應聘者的平等就業權利，嚴格按照既定招聘流程開展員工選拔與錄用，保證招聘信息公開透明。此外，公司設立專門部門受理僱傭歧視相關投訴，並建立多元化舉報渠道。

2025 年，我們榮膺包括「年度最佳僱主」、全國人力資源創新大賽「領軍品牌」、《培訓》雜誌「人才發展優秀企業」在內的多項權威大獎。這標誌著社會各界對我們僱主品牌魅力與組織管理水平的深度認可。



2025 年榮獲僱主獎項圖



《培訓》雜誌「人才發展優秀企業」「品牌學習項目」「創新方法論」大獎

全國人力資源發展「領軍品牌」

人才引進

公司圍繞企業發展需求，持續拓寬人才引進渠道，通過多元化、創新化方式吸引優秀人才加入，在保障公平就業的基礎上，將可持續理念融入人才引進實踐，為企業高質量發展注入持續動力。

本年度，公司在員工招聘中重點關注「社會」與「治理」維度，通過體系化招聘管理和實踐舉措持續強化僱主品牌形象。在招聘過程中，公司積極推進低碳招聘模式，全面推行電子化簡歷與遠程視頻面試，有效減少招聘流程中的資源消耗。同時，公司在招聘信息中明確薪酬區間、晉升路徑及福利體系，持續提升招聘透明度。此外，公司持續深化政企校協同，聯合地方人社部門參與公益招聘活動，通過「直播帶崗」、現場面試等多元形式擴大招聘觸達範圍。

我們有效傳遞「多元、公平、可持續」的僱主價值主張，進一步提升僱主品牌認可度。

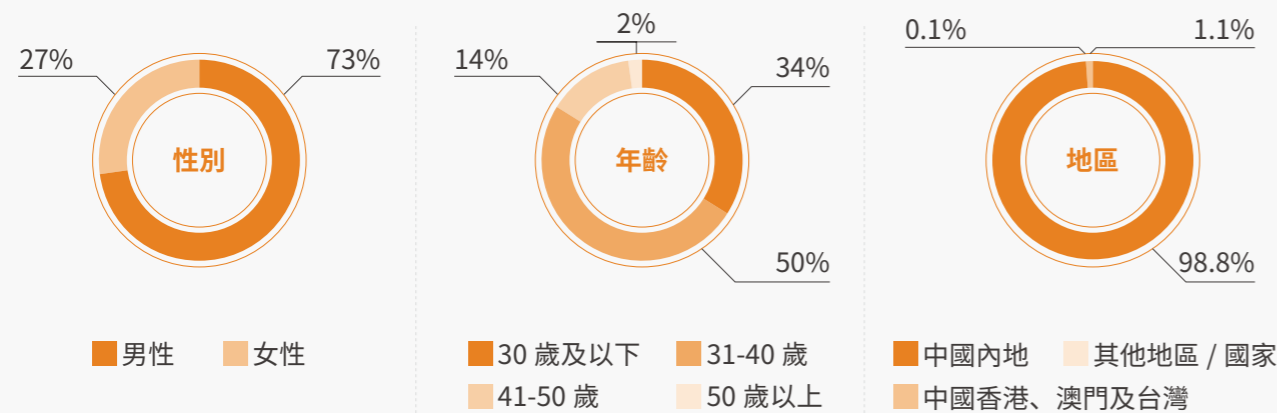


員工招聘現場

亮點績效

2025 年，

- 共開展 **2,665** 場招聘活動，其中包括 **90** 場校園招聘，**1,212** 場社會招聘，**1,363** 場線上招聘，共引進新員工 **4,828** 人。



員工構成

薪酬福利管理

公司製定《薪酬管理製度》《福利管理製度》等製度，倡導以人才激勵為核心，持續構建公平、規範且具有市場競爭力的薪酬體系。公司堅持按崗定薪原則，通過崗位評價、績效評估等方式，綜合考慮崗位價值、員工能力及實際貢獻，合理確定員工薪酬等級和薪酬水平，確保薪酬與崗位責任和個人績效相匹配。公司定期開展內外部薪酬調研，持續關注行業及區域薪酬水平變化，並結合公司戰略定位與經營狀況，動態優化薪酬策略。針對不同崗位序列、管理層級及貢獻度差異，公司實行差異化薪酬激勵措施，在保障內部公平性的同時，增強薪酬體系對人才的吸引力與激勵作用，支持企業長期穩健發展。

公司持續完善績效管理體系，通過數字化績效管理系統，將員工個人績效與公司整體經營目標緊密銜接，形成覆蓋績效目標設定、目標審核、指標配置、結果評估及績效復盤的全流程管理機製。在績效實施過程中，公司堅持過程管理與結果導向相結合，績效評定完成後，由各級管理者與員工開展一對一績效面談，對工作表現、改進方向和能力提升進行充分溝通。同時，公司設置績效結果確認及申訴流程，保障員工對績效結果的知情權和申訴權，確保績效管理過程公開、公平、透明，促進績效結果的有效運用和持續改進。

勞工權益與多元包容

公司遵循《中華人民共和國婦女權益保障法》《中華人民共和國殘疾人保障法》《中華人民共和國就業促進法》《中國工會章程》《中華人民共和國工會法》等相關法律法規，尊重員工多元背景，通過製度化管理和溝通機製，推動多元、包容的職場環境建設。

多元包容

我們為殘疾員工提供靈活的工作安排，尊重少數民族員工的生活習俗，在節假日安排上予以合理保障。我們重視女性員工權益保障，依法落實產假、陪產假及相關待遇，確保女性員工在生育期間的經濟收入不受影響。針對返崗員工，公司結合實際情況合理安排崗位與工作任務，幫助其順利回歸工作狀態。

亮點績效

2025 年，

- 公司管理人員中女性人數比例 **37%**；享受產假員工數 **117** 人，產假返崗率 **100%**；享受陪產假員工數 **270** 人，陪產假返崗率 **99.6%**。

員工溝通

公司建立多元化員工溝通渠道，包括職工代表大會、工會組織等，保障員工意見表達與申訴渠道暢通，確保處理過程的公正性與保密性。

公司職工代表大會與工會組織的員工代表由民主選舉產生，通過定期會議機制，對涉及員工權益和福利的重要製度事項開展審議與協商，依法保障員工參與企業民主管理的權利。

此外，我們通過「集團諮詢」「《鵬·博》內刊」以及「小創新，大改善」等員工溝通平台，結合線上線下渠道，以圖文、視頻等多種形式，及時、直觀地向員工傳遞公司發展戰略、經營動態與企業文化相關信息。

員工福利

公司高度重視員工福利體系建設，在依法落實社會保險和住房公積金等法定福利的基礎上，結合員工實際需求，持續豐富福利內容。我們為員工提供宿舍和食堂等生活保障設施，定期組織員工體檢，並在重要節假日開展關懷活動，發放節日和生日福利。同時，公司通過慰問困難員工等方式，傳遞組織關懷，增強員工的歸屬感與凝聚力。

人才留存

公司持續關注員工的敬業度與滿意度，我們廣泛收集員工在經營發展、企業文化建設和團隊協作等方面的意見和建議，了解員工對組織管理和工作環境的真實感受，持續關注員工訴求並根據調查結果製定和落實改進措施，不斷優化管理實踐，提升員工留任意願，不斷提升員工的參與感、歸屬感和幸福感。



員工健康與安全

東鵬飲料建立健全覆蓋研發、生產、倉儲、物流、銷售、辦公等全場景的職業健康與安全管理體系，全面落实安全生產責任製，持續強化風險識別與隱患排查治理，打造健康安全的工作環境。

安全生產

東鵬飲料嚴格遵循《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國安全生產法》等相關法律法規要求，建立並實施覆蓋全公司的《東鵬飲料職業健康與安全管理政策》《外協施工安全管理規定》等政策製度，並且在生產基地設有《環境及職業健康安全綜合管理手冊》《EHS 職業健康安全運行政序》《工傷事故應急救援預案》《職業病預防管理製度》《EHS 相關方管理程序》等製度，對員工、供應商、分包方、工程承包方、外協施工單位等的職業健康安全進行管理。

本年度，公司全員簽署《安全生產責任書》，徽鵬、慶鵬、莞鵬、華鵬、增鵬、浙鵬、湘鵬、桂鵬等 8 個生產基地均通過 ISO 45001 職業健康安全管理體系認證。

安全治理架構

公司董事會戰略與可持續發展委員會是公司職業健康與安全的最高決策機構，負責統籌公司職業健康與安全戰略製定、風險管理、目標審議及績效評估。公司 CEO 負責監督職業健康與安全戰略，副總裁監督和管理健康安全相關事宜。

安全管理體系

本年度，各生產基地全面推行「1+N」安全管理組模式，建立職業健康安全 (EHS) 委員會，形成「委員會主任—委員會執行主任—安全、職業衛生管理負責人—安全檢查小組、科室安全員」四級安全管理架構，各 EHS 委員會向公司副總裁進行匯報。由基地廠長擔任組長、分管安全副廠長擔任副組長，配備持證專職安全員，並由各科室負責人兼任安全管理職責，構建起「全員參與、層層負責」的安全責任體系。通過將安全職責嵌入各層級管理崗位，公司實現了安全責任從管理層到一線崗位的有效傳導。公司將職業健康安全績效納入高管人員年度考核體系，與績效評估、薪酬激勵掛鉤，推動 EHS 管理從製度落實向責任落地持續深化。公司 CEO 薪酬與健康安全關鍵績效相掛鉤。

此外，我們對在公司範圍內活動的供應商、分包方、工程承包方等相關方的職業健康安全管理做出規範要求，內容包括外來施工單位資質審查、施工現場安全管理、採購物品的健康安全風險識別、人員車輛進出管理等，以保證相關方提供的產品、服務等符合公司職業健康安全管理要求。

風險識別和管理

公司圍繞生產流程、作業活動和設備設施開展系統性職業健康與安全風險識別。通過確定生產流程與設備清單，識別潛在危險源，開展風險評估並製定針對性控制措施，對重大風險實施重點管控。在風險控制執行過程中，公司定期對危險源進行更新和再評估，並對控制措施進行補充和優化，形成「識別—評估—管控—複評」的閉環管理機制。同時，公司委託第三方機構開展職業病危害因素檢測與評價，持續提升風險防控的科學性與有效性。我們定期開展體系審計與監督檢查，確保管理持續改進。

職業病預防

各生產基地根據作業崗位接觸的職業病危害因素，為員工配備相應的個人防護用品，並對職業病防護設施實施定期維護和管理，確保設施正常運行。公司依據不同崗位面臨的職業病危害因素，科學設置員工職業健康體檢項目，持續關注員工身體健康狀況。

安全管理措施

數字化管理

各生產基地通過機房動環監測與視頻智能監控系統，對關鍵設施運行狀態和重點作業場景進行實時監測與預警，及時識別並處置潛在安全風險，提升安全生產管理的智能化和規範化水平。

常態化檢查

各生產基地統籌開展月度安全專項檢查，並實現 100% 整改閉環。基地安全員每日下沉生產一線，通過現場巡查和視頻核査等方式，及時發現並糾正違規操作和潛在風險。對違反安全操作規程的行為，開展針對性培訓和現場糾偏，並對安全責任落實不到位的情形依法依規處理，將風險控制在萌芽狀態。

生產安全培訓

按照三級安全培訓要求，各生產基地系統開展廠級、部門級及崗位級培訓，結合生產檢修等關鍵時期，組織全員安全回爐再培訓，並通過班前會警示教育、安全案例宣講和宣傳視頻等形式，持續強化員工安全意識。



環境衛生與職業健康培訓



特種設備安全



安徽基地消防安全全員培訓



安全普法專題培訓



職業健康與安全培訓



安徽基地倉儲科外包勞務進廠三級安全培訓

安全應急演練

各生產基地開展消防、救護等應急演練，覆蓋有限空間作業、火災及自然災害等重點風險場景。



消防演習

安全文化建設

通過技能比武、安全競賽等活動，公司積極引導員工主動參與安全管理，逐步營造「人人重安全、事事講安全」的安全文化氛圍。



安全宣傳



董事長思想薈萃—安全教育

職業健康保障

各生產基地每年組織開展職業病危害因素檢測，並對涉險崗位員工落實崗前、在崗及離崗體檢安排。此外，公司為員工繳納工傷保險和僱主責任險。

公司基於員工安全保障和風險防控需要，已在部分生產基地引入安全生產責任保險，同時結合不同生產基地的實際情況，持續評估並逐步推進相關保險安排的適用與完善。



職業健康培訓

健康和安全管理目標

2030 年，公司總可記錄事故率（TRIR）或損失工時事故率（LTIR）維持至 **1** 以下，並覆蓋全體員工和承包商員工。

健康和安全管理進展

指標	2023 年	2024 年	2025 年
總可記錄事故率（TRIR） ¹	0.3	0.3	0.4

亮點績效

2025 年，

- 公司安全生產投入金額 **8,104,030.59** 元。
- 全年累計開展安全檢查超過 **121** 次，排查各類安全隱患 **4,445** 餘項。
- 工傷保險年度總投入為 **5,248,102.54** 元，正式員工覆蓋率達 **100%**。
- 共舉辦職業健康與安全相關培訓 **519** 場，員工參與總計 **12,376** 人，安全培訓總時長 **18,000** 小時，累計 **100%** 覆蓋。新員工入職安全培訓和考核通過率均達到 **100%**。

¹ 總可記錄事故率（TRIR）=（可記錄事故總數 × 200,000）÷ 總工時。

員工關愛

公司堅持以員工為本，圍繞「健康工作、幸福生活」的理念，持續推進員工關愛舉措，關注員工身心健康和多樣化需求，努力營造具有歸屬感和凝聚力的工作環境。



日常活動和團建活動

日常員工福利

公司為員工提供年度健康體檢，並通過福利平台在節假日向員工發放關懷福利。結合不同崗位和員工群體特點，持續開展文體活動和員工社團建設，鼓勵員工參與運動健身和文化交流，增強團隊凝聚力。

家庭關懷

公司圍繞節日節點組織開展形式多樣的員工關愛活動，並開展員工家庭主題參觀與遊學活動，邀請一線業務人員及家屬走進公司文化展廳和生產線，增強員工及家庭成員對企業的認同感。

亮點績效

2025 年，

520 愛心互助金項目累計幫扶金額達 **213.78** 萬元，已幫扶 **22** 個困難員工家庭。

專項關愛項目

公司由工會牽頭發起「520 愛心互助日」活動，秉持「不讓一場疾病壓垮一個家庭」的理念，通過員工自願捐贈一天工資並結合公司捐贈，為身患疾病的員工及其直系家屬提供支持，幫助困難家庭緩解實際壓力。



愛心互助幫扶

特殊保障

針對特定員工群體，公司提供有針對性的支持措施。對於外派員工，公司提供租房補貼和探親假等福利安排，幫助其平衡工作與家庭需求。通過持續完善關愛舉措，公司不斷提升員工幸福感和組織認同度。

退休員工關懷

公司開展退休員工關懷活動，向員工的長期付出致以感謝，傳遞企業關懷與尊重。

賦能人才成長

東鵬飲料以「為員工搭建事業平台」為使命，持續推進人才培養與職業發展體系建設，通過系統化培訓和多通道成長路徑，支持員工能力提升與職業成長，激發組織活力。

員工能力發展

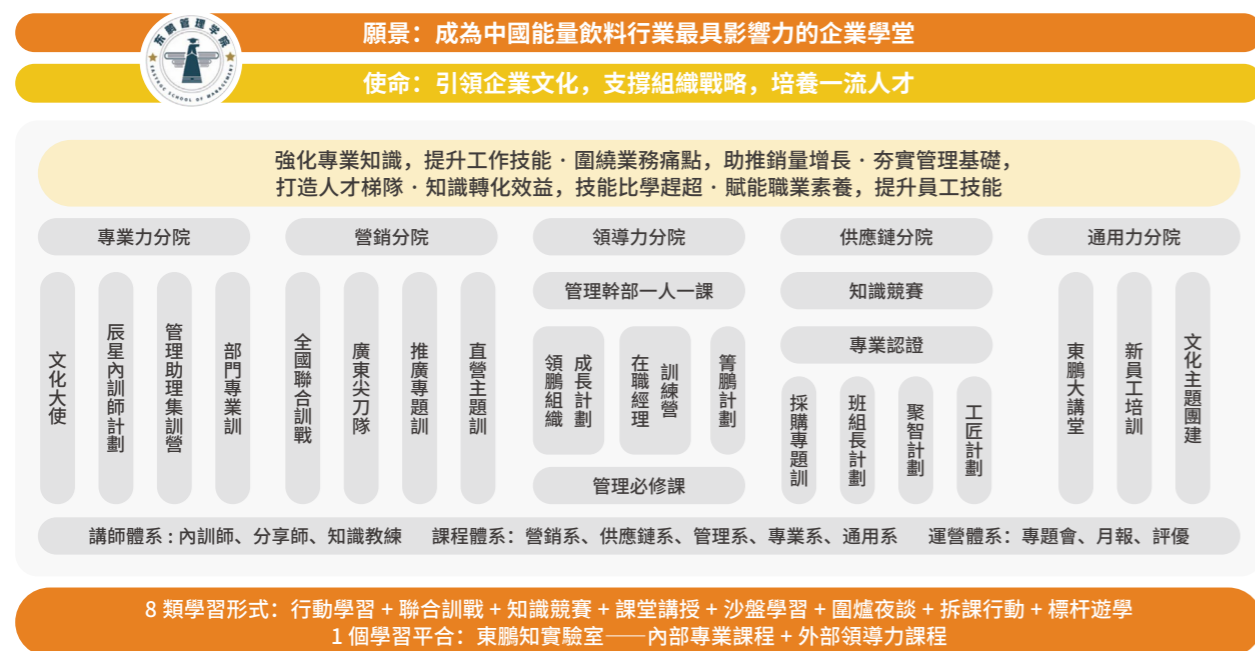
公司的人才培養以「引領企業文化，支撐組織戰略，培養一流人才」為使命，圍繞「激活組織、激活人，為多品類發展提供人才」的核心目標，持續完善員工能力發展體系建設，逐步形成支撐組織戰略實施和人才持續成長的發展機製。公司製定並實施《培訓管理辦法》，持續完善培訓管理相關製度安排。本年度，我們在講師管理、培訓組織運行及相關管理要求等方面對製度進行優化和完善，進一步提升培訓管理的規範性和運行效率。

公司堅持「同崗同訓、能力共建」的原則，確保培訓資源公平覆蓋。各類人才培養項目不僅面向正式員工，也覆蓋兼職、承包商及臨聘人員，相關人員均需按要求參加入職培訓、崗位培訓、安全培訓及部分專項培訓，推動全體員工在同一能力標準下協同發展。

培訓體系

公司以「東鵬管理學堂」為平台，統籌員工能力發展工作，構建起高層牽引、業務主導、HR 專業支撐的培訓管理架構。在核心統籌層面，董事長擔任院長，公司副總裁（VP）組成指導小組，由 HRVP 擔任執行院長，負責明確培訓戰略方向並推動與組

織目標對齊。同時，公司推行「分院製」培訓管理模式，由各業務部門負責人擔任分院長，負責培訓需求識別與方向把控，並配備人力資源專職人員作為分院助理，負責培訓項目的專業實施與落地，確保培訓內容緊密貼合業務發展需要。



東鵬管理學堂培訓體系

在此基礎上，公司持續選拔與培養崗位專家和管理人員，逐步建立起一支覆蓋各業務條線、規模達 150 餘人的內訓師隊伍，年度教學任務完成率保持 100%，內部課程佔比提升至約 80%。公司將使用頻率高、質量優的課程進行數字化轉化，依托「知室」平台推動公司範圍內的知識共享與經驗沉澱。

本年度，公司在培訓內容、方式和形式上持續推進創新，通過開展「對話一線」「萃取打法」等實踐型學習項目，累計推出 27 篇一線專訪，促進實戰經驗的系統沉澱與內部共享。同時，公司在管理類課程中引入趣味化學習設計，通過知識競賽等方式幫助學員鞏固關鍵知識，並評選年度「最強學習力組織」，激發組織學習活力。此外，公司在部門學習項目中融入標杆企業及人文地理遊學等內容，拓寬學員視野，豐富學習體驗。

能力建設

公司以營銷、供應鏈、專業力、領導力和通用力五大培訓體系為主線，持續優化和打造精品人才培養項目。本年度，公司在既有框架內進一步強化分層分類培養設計，圍繞幹部能力提升、新員工加速成長以及核心崗位專業能力強化等重點方向，系統推進人才梯隊建設。我們推動員工在不同發展階段獲得與崗位匹配的能力支持。相關項目覆蓋新員工、骨幹員工及各級管理人員，形成由基層到中高層的分層分類培養格局，為組織持續發展提供穩定的人才儲備。

領導力體系

以「領鵬班」等項目為主的領導力培養體系，通過在課程中融入團隊融合與人文素養內容，強化管理幹部的綜合領導力與團隊協同能力，逐步完善分層分類的梯隊人才培養機製。



「領鵬班」培訓活動現場

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「辰星内训师计划」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 and 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

專業提升

公司鼓勵員工持續提升學歷與職業能力，圍繞關鍵技術崗位和專業序列提供有針對性的支持措施。在供應鏈等技術崗位，公司提供學歷提升項目，對取得相應證書的員工給予學費全額支持。在職業能力提升方面，公司對員工參加的與崗位能力標準相關的外部職業資格認證的培訓及考試費用予以保障。同時，公司建立內部認證體系，在精益管理、設備管理等領域聯合行業專家開展輔導與認證，持續提升員工專業能力。

亮點績效

2025 年，

- 公司開展 **25** 個專項人才培養項目，共計 **52** 場，直接覆蓋人數 **5,156** 人，課時超 **32,000** 小時，滿意度 **96.8** 分。
- 公司各部門每月通過轉訓、自主開展業務技能培訓，總課時超過 **17** 萬小時。
- 員工培訓支出金額共計 **13,320,061** 元。

「大會戰」綜合能力提升項目

亮點案例

2025年，公司以業務實戰為導向，持續深化「大會戰」項目。我們將培訓場景前移至市場一線，通過真實業務問題驅動學習與能力提升。項目有效提升了幹部現場決策能力，加快新員工成長速度，通過與經銷商協同作戰，在新品鋪市與動銷增長方面取得顯著成果，實現「以戰代訓、訓戰結合」。



「大會戰」項目開展情況

員工職業發展

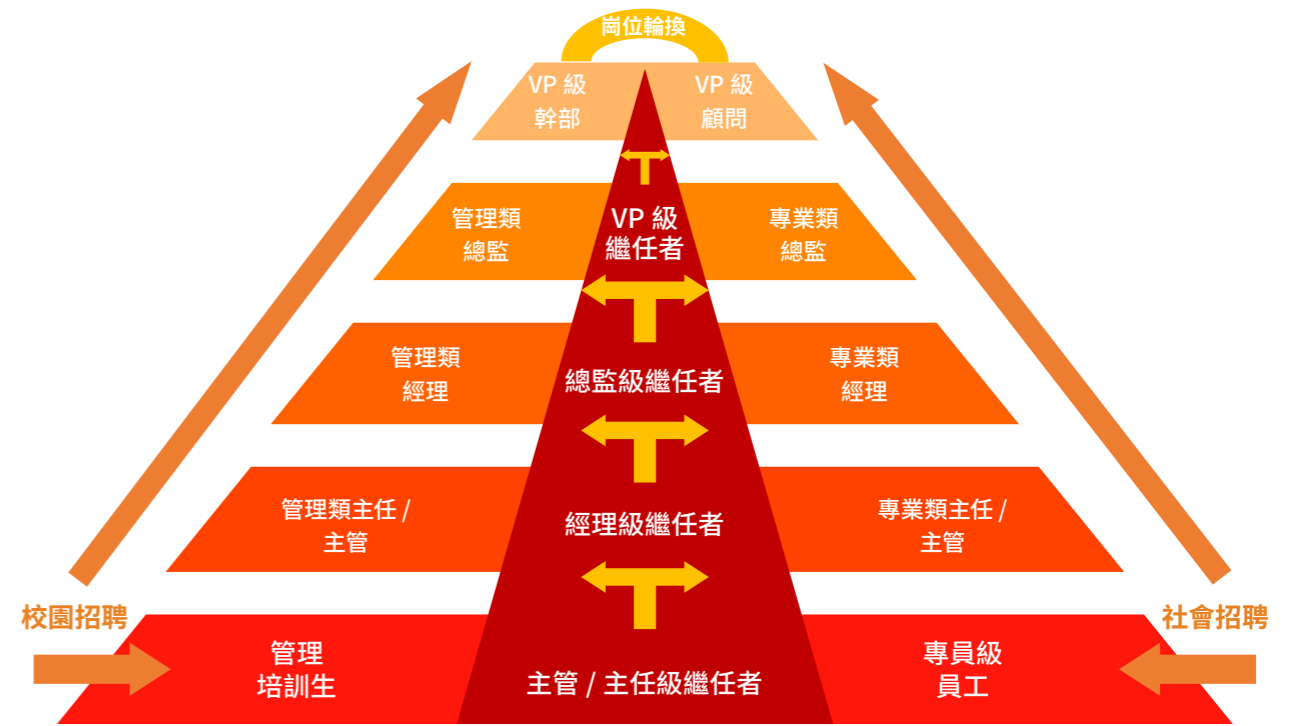
公司建立了以崗位價值與能力發展並重的職業發展體系，製定並持續優化《集團組織層級與職務職級體系管理製度》《員工晉升與降職管理製度》《輪崗管理製度》等製度文件。本年度，公司進一步明確職務職級管理原則，優化營銷系統績效考核規則，並完善各系統輪崗實施細則，確保員工職業發展路徑有章可循。

公司設置管理類（M類）、職能類（F類）、技術類（P類）、操作支持類（O類）等多序列發展通道，滿足不同崗位員工的成長需求。在保持整體框架穩定的基礎上，公司對部分規則進行優化，例如允許同一管理崗位跨職級設置，增強職業發展通道的靈活性與包容性。相關調整通過製度公示和入職培訓等方式向員工充分傳達，確保員工清晰了解自身發展路徑與晉升標準。

職業晉升路徑

公司將績效管理與職業發展深度聯動，堅持以業績和能力為導向的晉升原則。在職能部門，月度績效表現直接影響年度晉升資格。在營銷系統，績效結果是員工晉升或調整的重要依據。通過明確績效等級與晉升結果之間的對應關係，形成「能上能下、優績優升」的良性機製，激發員工持續創造價值。

公司職業發展體系覆蓋正式員工、兼職、承包商及臨聘人員。在崗位空缺情況下，優先為績效表現優秀的非正式用工人員提供轉正和發展機會，促進人才內部流動與長期留任。



員工個人職業發展規劃

打造責任供應鏈

東鵬飲料將可持續發展理念系統融入供應鏈管理全過程，通過完善治理機製、強化製度建設、推進數字化管理和分級管控，持續提升供應鏈的合規性、穩定性與韌性，攜手合作夥伴共同構建高效、透明、可持續的供應鏈體系。

治理

東鵬飲料嚴格遵循《中華人民共和國招標投標法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等相關法律法規，結合行業監管要求，持續完善內部製度體系，規範採購與供應商管理行為。公司已建立包括《供應商管理製度》《供應商績效考核與分級管理製度》《廉潔協議》等在內的製度文件，並將 ESG 合規要求明確納入其中，為可持續供應鏈管理提供系統化保障。

為保障製度體系的有效實施，公司構建了系統化的供應鏈治理架構與執行機製。我們確立了以東鵬飲料總部為管控中心的管理模式，由採購與資金效率中心等核心職能部門協同推進，確保各項供應鏈管理要求在集團總部與各生產基地之間實現有效銜接。我們明確了供應鏈管理的責任分工，確保決策層、管理層與執行層職責清晰、執行到位，從而持續提升供應鏈治理的規範性與透明度。

策略

東鵬飲料深刻認識到，供應鏈的可持續性是保障業務連續性與長期價值創造的關鍵。我們採用系統化的供應鏈管理辦法，致力於通過提升供應鏈 ESG 風險管理、踐行可持續採購、優化供應商全生命週期管理流程以及推動供應商 ESG 能力建設等核心舉措，構建一個高效、透明且富有韌性的責任供應鏈體系。

供應商全生命週期管理

公司建立並持續完善供應鏈管理體系，推進採購數字化與智能化建設，通過供應商協同平台（SRM 系統）整合採購流程、供應商信息及數據分析功能，提升採購效率和風險識別能力。依托信息化平台，公司逐步實現採購過程的在線化、透明化和標準化，為供應商全生命週期管理提供數據支撐。圍繞供應商准入、評估、考核、分級與退出等關鍵環節，公司製定《供應商質量控製管理流程》，形成覆蓋供應商全生命週期的管理機製。

在供應商准入階段，當涉及新供應商、新生產商、新物料、新產線或模具號等關鍵因素變更時，公司將根據物料潛在質量風險情況，開展相應的質量評審工作，並採用書面審核、樣品測試及現場審核等方式進行准入評估，確保供應商在進入合作前即符合公司質量與管理要求。

針對不同質量等級的供應商，公司實施差異化管理措施。對質量表現優良的供應商，優先配置合作資源，並通過質量賦能等方式深化協同合作；對存在一定風險的供應商，開展整改跟蹤與改進輔導，推動其持續提升管理與質量水平；對連續考評不達標或存在重大合規風險的供應商，公司將依法依規中止或終止合作，及時防範潛在供應鏈風險。

合作過程中，公司對供應商實施常態化考核管理。通過季度質量考評機製，綜合評估供應商在質量合格率、質量異常情況、質量管理水平、質量配合度及基地滿意度等方面的表現，持續跟蹤其履約能力和質量穩定性。基於考評結果，公司對供應商進行分級管理，並將其劃分為 A、B、C、D 四個等級。

在供應商退出管理方面，如發現供應商提供無效或虛假的必要資質資料、其產品被公司或政府抽檢發現存在非法添加違禁物質或不符合國家食品安全標準，或經現場審核及質量考評被評定為 D 級並在整改後仍未通過驗證的，公司將立即將其移出合格供應商清單，確保供應鏈整體質量與安全水平。

影響、風險和機遇管理

公司持續加強供應鏈風險與機遇管理，主動識別並評估常規供應鏈風險、相關 ESG 風險與發展機遇，並通過供應商管理流程，對供應商開展風險識別、風險評估、持續監測和分級應對，形成「識別—評估—監測—管理」的閉環機製。

類型	業務場景	風險 / 機遇描述	潛在財務影響
風險	採購	採購過程中 ESG 風險管理不當，企業可能受供應商勞工權益管理不足、排放超標等負面事件造成聲譽風險，進而影響品牌形象。	品牌價值下跌: 因宣傳承諾與實際執行嚴重脫節、採購行為缺乏可驗證依據，導致公眾、消費者、投資者及媒體對企業「環保承諾」的信任度崩塌，進而引發市場對企業長期價值的重新評估，最終表現為企業市值下降。

應對策略

我們在風險識別階段深入收集供應商信息並追溯原材料來源，採用定性與定量相結合的方法綜合評估風險等級。同時，我們在常規的風險評估基礎上，將勞工權益、環境保護等 ESG 相關關鍵指標納入供應商准入與考核體系。此外，我們依托先進技術手段實時監測供應鏈動態，確保信息的及時反饋與快速響應。

在風險管理與應對上，我們通過建立備用供應商體系減少對單一來源的依賴，並持續深化與現有夥伴的緊密合作，從而實現對供應鏈風險的高效管控與穩定運行。

供應商 ESG 管理

東鵬飲料製定並向合作夥伴發佈了「節能降耗、綠色環保、風險管控、健康安全、遵守法規、持續改進」的指導方針，明確要求供應商在商業合作中不僅要保障產品質量，更需積極履行環境保護與員工職業健康安全的社會責任。

在供應商准入與管理環節，公司嚴格實施 EHS 盡職調查與合規性評估。通過下發《供應商安全環境管理調查表》，我們對供應商進行全方位的 ESG 績效摸底，重點審核其是否通過 ISO 14001/45001 體系認證、污染物排放是否合規、是否建立環境管理專職機構等關鍵指標。同時，我們密切關注供應商的風險管控能力，細緻考察其針對化學品儲存、消防演練及洩漏應急培訓的落實情況，確保其具備完善的風險預防機制。

為強化責任落實，公司要求供應商簽署《安全環境管理承諾書》，簽署方須做出嚴格的「安全承諾」與「環境承諾」：在安全方面，承諾建立健全安全管理體系，定期維護設施並加強員工培訓；在環境方面，承諾嚴格遵守環保法規，採取有效措施確保污染物達標排放，並積極推廣環保新技術與新材料，提升資源利用效率。

此外，我們注重提升採購團隊的專業能力建設，推動採購管理向國際化、專業化方向發展。



亮點績效

2025 年，公司共有 **12** 名採購管理人員取得 CIPS（Chartered Institute of Purchasing and Supply）國際採購與供應管理認證，佔採購管理人員總數的 **28%**。

供應商廉潔管理

公司完善採購治理與廉潔管理要求，與所有合作供應商簽訂《廉潔協議》，明確反舞弊、反腐敗和合規經營要求，確保採購活動公開、公平、透明。

亮點績效

2025 年，東鵬飲料簽署《廉潔協議》供應商覆蓋率達 **100%**。

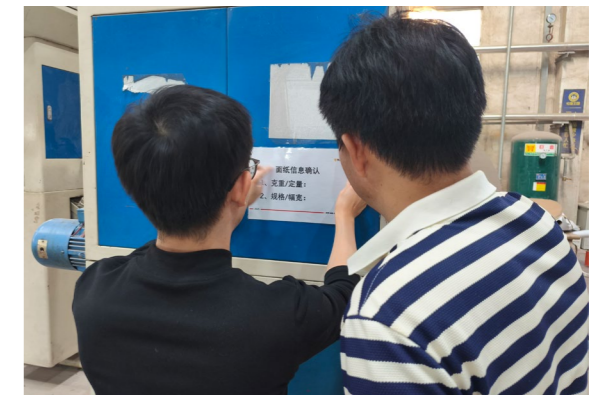
供應商能力建設

東鵬飲料注重通過交流與賦能提升供應商整體管理與質量水平。報告期內，公司圍繞質量改進與技術提升，組織開展供應商質量改進專項活動與技術交流項目，包括質量改進項目、安全質量技術交流活動及專題培訓等。通過分享優秀質量管理經驗、推動問題協同整改，公司持續提升供應鏈整體運行質量與穩定性。

供應商質量賦能，改善包材混版問題

亮點案例

針對個別供應商長期存在的混版問題，東鵬飲料啟動「授人以漁、對癥下藥」專項質量幫扶行動。我們通過派駐專項小組深入供應商現場，系統推進「診斷—設計—執行—固化」全流程改善，識別關鍵風險環節，製定標準化、可視化作業規程，加強過程管控與現場執行。經過持續輔導與流程優化，供應商質量意識與操作規範性顯著提升，混版頻次從前期 3 個月累計 **10** 次降至後續 9 個月內僅 **1** 次，有效保障了產線效率與產品品質穩定。

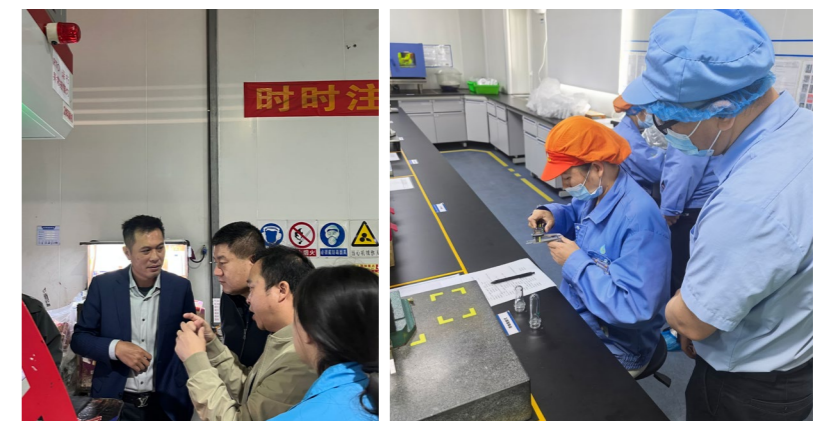


供應商現場駐點進行質量賦能

推進質量前置檢驗，提升供應鏈效率

亮點案例

2025 年，東鵬飲料對 **18** 家包材供應商開展過程控制能力與檢驗能力評估與考核，推動質量管控前移至供方端。通過複核確認供應商檢驗原始數據，實現關鍵質量信息可追溯、可驗證，有效減少來料檢驗工作量。實施後，包材來料檢驗量下降 **30%**，整體檢驗週期縮短 **2** 小時。



質量前置檢驗

指標與目標

公司通過設置系統化的供應鏈管理指標，對可持續供應鏈建設成效進行持續跟蹤與評估。

可持續供應鏈目標

- 構建長期的供應商認證體系，定期對供應商開展風險評估。
- 通過系統化、標準化的管理方法，對供應商開展全生命週期質量管理。

可持續供應鏈目標進展

2025 年，我們已實現對供應商開展全生命週期質量管理，對供應商審查率已達 **100%**。

關鍵指標	單位	2024 年	2025 年
供應商情況			
供應商總數	家	245	211
合格供應商總數	家	245	211
供應商審查			
擁有質量管理體系認證的供應商數目	家	180+	163
擁有職業健康安全管理體系認證的供應商數目	家	90+	102
擁有環境管理體系認證的供應商數目	家	50+	122
因不合規被中止合作的供應商數目	家	0	0
因不合規被否決的潛在供應商數目	家	0	0

開展原輔料質量風險評估，推動質量管控從「被動應對」向「主動預防」轉型 亮點案例

2025 年，東鵬飲料系統完成原輔料風險評估專項工作，系統性識別原料從特性、儲運到生產、合規的全流程風險，精準定位高風險原料與供應商。我們通過量化風險等級，推動管控資源精準聚焦，並落實強化檢驗、供應商監控等針對性措施，有效降低了因原料問題引發的停線及召回風險，推動質量管控從事後處置向事前預防轉型。



《原輔料風險評估與管控報告》

質量技術交流，推動供應商全鏈條質量提升 亮點案例

為提升餘甘子汁產品品質穩定性，東鵬飲料技術團隊赴揭陽供應商處開展現場技術交流，識別出其在原料採收、生產過程與成品檢驗等環節的管理不足。技術團隊針對性提出系統性改進方案並實施賦能：在原料端明確採收標準，保障原料一致性；優化生產過程的清潔管理與關鍵點控制；規範成品檢驗流程與設備管理。我們通過「診斷 - 指導 - 跟蹤」閉環支持，有效提升了供應商質量管理能力，從源頭夯實了原料質量基礎。



揭陽農益社質量技術交流現場

研發創新引領

東鵬飲料積極響應《健康中國行動（2019-2030年）》《國民營養計劃（2017-2030年）》等國家政策號召，主動融入「健康中國」戰略實施，致力成為健康功能化飲品的開拓者與引領者。

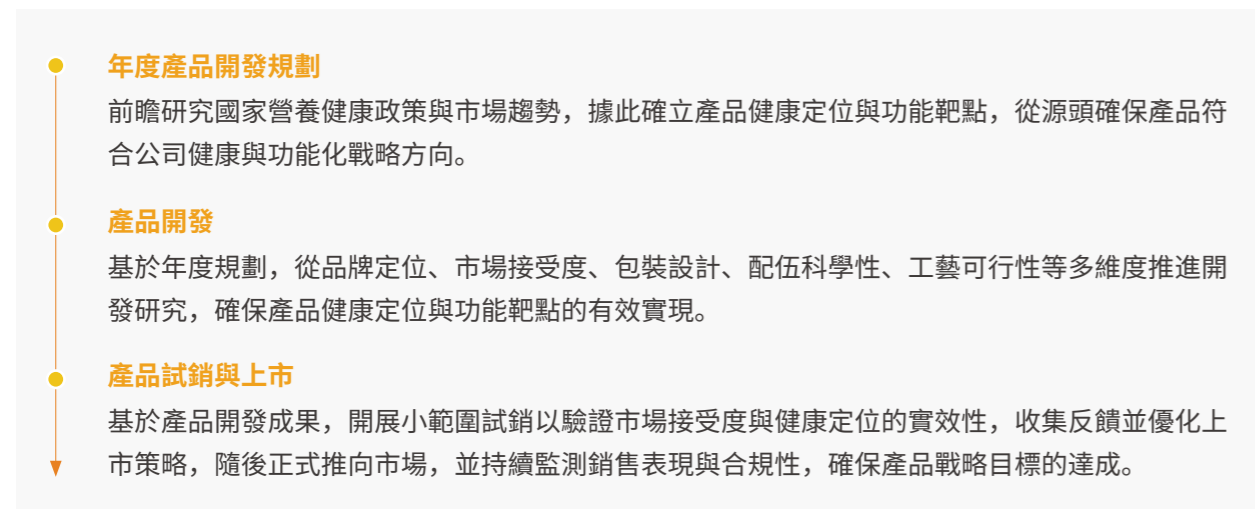
公司確立了以「健康屬性」和「功能精準」為導向的產品研發戰略，明確「夯實基礎、精進技術、深研原料、研發出會走路的產品」的研發方針，堅持「健康」與「功能」深度融合的發展路徑。圍繞營養健康與科學功能化創新方向，公司持續深化核心營養成分研究與創新應用，不斷拓展產品的健康內涵與功能邊界，為消費者提供兼具健康價值與明確功能體驗的產品，傳遞「科學健康，功效賦能」的產品理念。

同時，東鵬飲料通過建立科學研發管理體系，深化產學研協同創新，持續推動產品健康化、功能化迭代升級，以高品質、多元化的產品供給，不斷滿足消費者對健康生活的更高追求。



規範研發管理

公司製定《產品研發流程》《研發管理辦法》《新品開發調研及定義流程》等內部製度，建立覆蓋產品全生命週期的研發管理體系，實現從產品規劃、研發設計、試產驗證、上市等各環節的規範化管理。



公司建立了由研發創新中心、品牌發展中心牽頭，集合研發、品牌、法規、市場、職能人員組成的研發項目管理委員會，並在產品開發流程中嵌入研發項目管理委員會評審機製，針對每一款新品的功能定位科學性、配方合理性及健康效益進行專業諮詢與評審，確保從概念到上市的每一環節都貫穿「健康與功能」的產品基因，有效推動功能性健康產品的創新與成果轉化。



多元產品研發

科學營養理念

公司將健康研究與功能化突破置於產品開發的首要位置，聚焦運動營養補充、能量補給、抗疲勞等核心方向，持續開展天然咖啡因、B族維生素、氨基酸、電解質、膳食纖維等功能性營養成分的研究和應用，堅定推進低糖、零糖的健康發展方向。公司以核心原料創新與配方技術升級為抓手，在優化產品口感體驗的同時，持續踐行減糖策略與清潔標籤理念，全方位提升產品的健康屬性與功能價值。確保產品開發全過程以健康科學為指引，讓每一項功能訴求都建立在堅實的科學依據之上。

報告期內，東鵬飲料深入踐行「健康與功能化」產品戰略。在配方清潔化方面，我們的無糖 / 低糖、無鈉 / 低鈉及無脂 / 無反式脂肪酸系列產品的銷售佔比已提升至 **28%** 以上。

在功能化升級方面，公司精準對接特定消費場景需求，成功推出了多款營養強化型產品，例如添加多種電解質與維生素的能量補充類、運動營養類產品。得益於消費者對高價值健康屬性的認可，此類功能性產品的銷售收入佔比已達到 **70%**。這一成果充分彰顯了公司精準把握營養健康市場機遇、將戰略部署轉化為核心競爭力的強大執行力。

健康產品矩陣

公司緊密圍繞消費者對健康的升級需求及功能細分的場景趨勢，致力於構建一個覆蓋多元健康維度、服務豐富消費場景的「健康功能型產品矩陣」，進一步強化在健康功能化飲品領域的核心優勢。



東鵬飲料健康功能型產品矩陣

東鵬特飲系列

東鵬特飲作為東鵬飲料旗下的核心品牌，已從單一的能量飲料發展成為一個覆蓋多種功能需求、構建科學抗疲勞與能量支持體系的多元化產品矩陣。其產品線不僅包括經典的保健功能飲料，還通過持續創新，推出了針對不同消費場景和健康需求的細分產品，形成了強大的市場競爭力。以下是對其核心系列產品的詳細介紹：



東鵬特飲

原衛生部批准的保健食品，通過牛磺酸、賴氨酸、咖啡因、煙酸及多種 B 族維生素的協同作用，構築科學高效的抗疲勞體系。

東鵬特飲® 牛磺酸 B 族維生素飲料

保健食品，延續東鵬特飲的科學抗疲勞功效體系，在實現減糖 25% 的同時，確保風味與功效不減。



東鵬特飲運動營養食品（耐力類）

專為耐力運動人群研製，通過牛磺酸、咖啡因、煙酸及維生素 B1、維生素 B2、維生素 B6 的協同作用，構築科學有效的耐力提升體系。

無糖型東鵬特飲能量飲料

精準回應消費者對「控糖」與「能量補充」的雙重需求。產品主打「0 糖 0 脂」健康標籤，創新添加國家衛健委 2024 年批准的新食品原料——L-α-甘磷酸膽碱，有助於緩解腦疲勞；同時科學複配人參粉、牛磺酸、煙酸及多種 B 族維生素，構建複合能量支持體系，深度聚焦腦力工作者、健身人群及輕健康生活方式群體。



東鵬補水啦系列

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。



東鵬大咖系列

主打「低糖健康 + 便捷提神」雙賣點，精準切入即飲咖啡市場，滿足職場人群對健康提神與便捷獲取的雙重需求，覆蓋都市白領、大學生等群體的職場、課間及備考場景。產品提供經典拿鐵與生椰拿鐵兩種口味：經典拿鐵以阿拉比卡與羅布斯塔雙豆黃金配比，經精細工藝保留純粹香醇；生椰拿鐵精選東南亞進口椰漿，採用生榨鎖鮮工藝，保持自然椰乳香味，還原鮮椰口感。



上茶系列

以「0 糖、0 脂肪、0 香精」為核心賣點，致力於為消費者提供健康純粹的無糖茶飲體驗。系列秉持「上好原料上好茶」的甄選理念，從源頭確保茶葉品質的高標準：

烏龍上茶

精選福建閩北產區特級水仙茶葉，源自「中國好茶看閩北」的優質茶區。



茉莉上茶

甄選「茉莉之都」廣西橫縣優質茉莉花，花香與茶香交織相融。



普洱上茶

採摘海拔 1700 米特級高山普洱，茶香濃郁，醇厚回甘。



英紅上茶

精選廣東英德紅茶與玫瑰紅茶，以英德紅茶的甜潤順滑著稱。



果之茶系列

秉持「真茶萃取，果之茶香」的理念，精選真果汁與優質茶葉，通過高溫萃取工藝高度還原現泡茶香與果香。系列涵蓋 1L 分享裝與 300ml 隨身瓶，滿足從個人日常暢飲到家庭歡聚、朋友分享的多元場景需求。



檸檬紅茶

精選廣東英德紅茶，茶香濃郁，酸甜適中，複刻港式茶餐廳經典風味，酸爽不膩。



蜜桃烏龍

甄選潮州鳳凰單叢「鴨屎香」烏龍茶為底，融入清甜蜜桃汁，茶韻悠長，果香清爽，烏龍茶香與蜜桃甜美巧妙融合。



茉莉西柚

以一級茉莉花茶為基底，加入西柚汁，花香與果香交織，口感清爽解膩，茉莉芬芳與西柚酸甜達成美妙平衡。

多喝多潤系列



柚子蜜茶

0 脂肪、極低鈉的輕負擔配方，精選福建綠茶為基底，融入西柚汁的清冽與陝西洋槐蜂蜜的甘潤。酸、甜、澀在舌尖構成精妙的味覺三角，彼此交織又相互製衡，風味平衡立體，餘韻悠長。

茉莉蜜茶

甄選橫州雙瓣茉莉、綠茶茶坯與精純蜂蜜，以「好花、好茶、好蜜」奠定品質基石。經由「鮮萃 + 窰製」工藝匠心雕琢，三香完美交融，花香濃郁、茶味醇厚、甜潤清爽。



多喝多潤系列



冬瓜蜜

採用科學低糖配方，佐以天然洋槐蜂蜜調味，清甜不膩，每一口都是恰到好處的溫柔甜意，特別融入冬瓜汁，帶來水潤清透的獨特口感，宛如夏日清晨的露珠般清爽怡人，以極致性價比呈現高品質飲品體驗，讓健康美味觸手可及。

蜂蜜綠茶

以高山綠茶為底，奠定清澈茶湯與鮮爽滋味；融自然成熟蜂蜜入飲，注入清甜純正蜜香。低糖、0 脂肪，輕飲無負擔，茶與蜜彼此成就，回味甘潤悠長。



菊花蜜

0 脂肪、低糖、不含鈉的輕潤配方，甄選桐鄉杭白菊為底，融匯黃冰糖與蜂蜜的自然甘甜，經「鮮萃 + 調配」工藝鎖住初綻菊香。入口清潤，回甘悠長，以極簡配方詮釋菊香本真。

海島椰



主打生榨椰漿，精準契合現代消費者對健康、天然、高品質飲品的消費需求。產品甄選東南亞優質椰子，結合生榨鎖鮮工藝，充分保留椰汁的天然清甜與細膩口感。在品牌傳播上，以「家有喜事，喝海島椰」為主題，推出帶有「喜」字標識的禮盒裝，成功切入春節、婚慶等禮品消費市場。

港氏奶茶



嚴選印度阿薩姆與雲南滇紅雙茶拼配，奠定醇厚茶底；融匯寧夏塞上牧場高乳脂奶源，凝練絲滑口感。以低糖、0 反式脂肪定義健康新主張，茶香縈繞舌尖，奶味綿密入喉，於輕盈之中抵達深度滿足。

研發投入支撐

公司持續加大研發投入力度，近三年研發費用保持穩定投入水平，研發投入佔營業收入比例保持在合理區間。我們的研發團隊結構不斷優化，研發人員專業背景涵蓋食品工程、營養健康及工藝技術等多個領域，為公司多品類產品創新提供專業支撐。



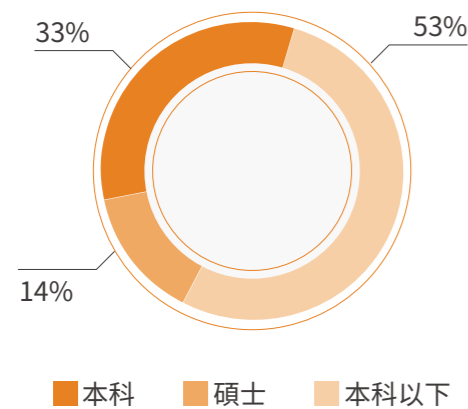
關鍵績效

東鵬飲料近三年研發投入情況（萬元）

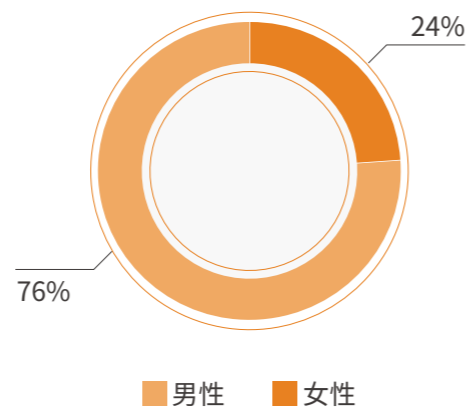
績效指標	單位	2025 年	2024 年	2023 年
研發投入金額	萬元	6,633.84	6,267.13	5,439.07
研發投入總額佔營業收入比例	%	0.32	0.40	0.48

研發人員數量（人）：150

研發人員學歷分佈



研發人員性別分佈



產學研協同創新

公司攜手國內外頂尖科研機構，構建覆蓋全產業鏈的研發平台矩陣，以科技賦能飲品創新與品質提升。通過與安徽農業大學聯合共建「茶葉深加工與飲品開發聯合研究中心」，專註於茶原料種植優化、生產工藝改良及儲存技術提升；與廣東省農業科學院攜手搭建「嶺南果蔬飲品加工技術聯合研究院」，致力於挖掘嶺南特色果蔬資源及飲品加工技術；聯手中國熱帶農業科學院設立「熱帶果蔬及藥食同源資源開發聯合研究院」，深入探索熱帶果蔬與藥食同源資源的開發潛力。同時，與中山大學生命科學學院共建「專業學位研究生實踐基地」，通過深度校企聯動為學生提供優質實踐平台，為企業科研力量的發展注入新動能。公司通過專業化平台強強聯合、協同發力，為產品創新與多元化發展提供堅實科研支持，助力行業技術革新升級。



東鵬飲料建立聯合研究平台

與北京體育大學合作開展運動場景補液研究

亮點案例

聚焦運動飲料的科學化與場景化創新，東鵬飲料聯合北京體育大學開展系統性補液研究。我們研究了在不同運動強度、時長及環境條件下，對比清水、電解質飲料等補液方式，通過生理生化指標評估水合狀態、運動表現與疲勞恢復效果，為新一代科學補水運動飲料配方優化及場景化應用提供實證數據支持，並為未來 1-2 年運動補水新品開發提供科學依據。



東鵬與北京體育大學科研創新交流

與安徽農業大學合作推進工業用茶葉原料標準化與品質提升

亮點案例

圍繞茶飲料產品線高質量發展需求，東鵬飲料聯合安徽農業大學開展茶葉原料全鏈條研究，系統研究茶葉產區特征、生化成分與品質穩定性，建立原料篩選分級標準，優化工業化拼配、萃取及保鮮工藝。同時，公司積極探索冷萃茶及功能性茶飲開發路徑，為茶飲料產品線提供科學數據支持，推動高品質瓶裝茶飲新品開發，並完善原料質量控制體系。



研發人員調研梔子花茶原料

與中國熱帶農業科學研究院合作推進熱帶果蔬及藥食同源資源開發

亮點案例

東鵬飲料聯合中國熱帶農業科學研究院，開展熱帶果蔬及藥食同源資源的開發測試，研究工藝優化與發酵風味調控技術，以支撐 HPP 高端功能性果汁及藥食同源飲品開發，拓展天然健康風味。



熱科院簽約儀式

創新成果與榮譽

報告期內，公司獲得高新技術企業認定、「專精特新」相關認證及多項技術獎項。此外，公司多款新產品獲得優秀新產品獎項，在功能飲料、茶飲及植物蛋白飲料等領域形成具有市場競爭力的創新成果。



高新技術企業認定



2025 年優秀新產品一等獎
海島椰椰汁（植物蛋白飲料）



2025 年優秀新產品二等獎
果之茶果味茶飲料



2025 年嶺南特色食品
九製陳皮飲品（風味飲料）



2025 年科學技術獎二等獎
一種低溫萃取茉莉花茶飲料
配方和生產工藝研究

亮點績效

公司積極支持國家標準化工作，參加國家標準、行業標準、地方標準、團體標準的編製與修訂。截至報告期末，

公司累計參編標準	其中國家標準	行業標準	團體標準
40 項	15 項	2 項	23 項

知識產權保護

我們高度重視知識產權保護工作，嚴格遵循國家知識產權相關法律法規，製定並實施《知識產權管理流程》《知識產權管理辦法》等內部製度，規範知識產權的申請、維護及使用。通過持續開展知識產權意識宣貫與內部培訓，公司不斷提升員工對技術創新成果保護的重視程度，並定期組織知識產權相關流程製度及基礎知識培訓，強化知識產權申報知識的學習，提高員工知識產權保護意識與積極性。

此外，我們圍繞產品配方、生產工藝及技術創新等領域持續推進專利佈局，取得多項專利授權，為研發創新成果提供有效保障，助力企業核心競爭力的持續提升。

亮點績效

2025 年，	截止報告期末有效專利	
新增授權專利為	9 項	93 項
其中有效發明專利	有效實用新型專利	公司仍處於法律保護期內的軟件著作權總量
21 項	72 項	34 個

堅守匠心品質

東鵬飲料始終將產品質量視為企業可持續發展的重要基石。公司通過健全治理架構、完善製度體系、優化生產工藝等措施強化產品全過程質量管控，持續為市場提供安全、可靠、符合健康趨勢的產品，積極回應消費者對高質量健康功效飲品的期待。

治理

東鵬飲料嚴格遵守《中華人民共和國食品安全法》《中華人民共和國產品質量法》等法律法規，製定《食品安全管理手冊》《產品品評流程》《產品上市管理流程》等內部管理製度，確保質量管理的規範化、製度化。

在產品質量管理機製建設方面，公司建立了覆蓋公司總部與各生產基地的產品質量與食品安全治理架構，由質量管理部統籌負責產品質量與食品安全管理工作，推動公司質量目標在各業務單元落地執行。公司通過「總部—基地」兩級管理機製，加強對產品質量管理製度執行情況的管理、監督與指導，並推動研發、生產等相關職能部門協同聯動，確保產品質量管理職責清晰、責任落實到位。

策略

東鵬飲料堅持「質量為先」的原則，建立健全產品全生命週期質量管控體系，確保出廠產品 100% 合格。

質量管理體系建設

我們持續推進管理體系建設，目前各生產基地均已通過 ISO 9001、ISO 22000、HACCP、FSSC 22000 等管理體系認證。各生產基地質量部門通過日報、專項報告、定期會議及即時溝通渠道，持續向公司質量管理部匯報生產質量運行情況。公司質量管理部則通過質量督察、專題會議和專業支持，推動質量管理要求在各地貫徹落實。



食品安全管理體系認證證書 (部分)



HACCP 體系認證證書 (部分)



FSSC 體系認證證書 (部分)

質量文化建設

圍繞產品質量提升和食品安全風險防控，公司持續推進質量文化建設，將質量要求融入日常管理和業務流程，夯實產品質量管理基礎，保障產品安全與穩定。公司通過開展多樣化的質量文化活動，結合宣傳引導、專題培訓和能力提升舉措，不斷強化員工對質量管理要求的理解與執行，推動質量管理理念在實際工作中有效落實。

質量宣貫活動

- 以消費者權益保護和質量提升為主題，結合「3·15」等重要時間節點，組織開展質量主題宣貫活動，強化員工對產品質量責任和消費者權益保護的認知，推動質量理念與企業社會責任協同落實。

質量人才培養

- 持續推進質量人才培養機製，通過「鑄盾計劃」等專項項目，系統開展質量專業人才梯隊建設，為質量管理體系運行和質量文化建設提供穩定的人才支撐，推動質量管理能力的持續提升。

質量知識普及

- 通過質量知識競賽、應知應會答題等形式，定期組織員工參與質量管理理論、生產操作規範、食品安全法規相關知識學習，促進員工對質量要求的理解和掌握，提升質量管理執行能力。

質量文化賦能

- 在質量月期間組織開展質量專題培訓、經驗分享、團隊評選和文化互動活動，通過表彰優秀團隊和個人，激勵員工參與質量管理實踐，持續營造重視質量、追求卓越的企業文化氛圍。

亮點績效

2025 年，公司開展線上、線下員工質量與安全主題培訓超過

281 場

培訓總時長 37,406 小時

共計參與 13,296 人次

影響、風險和機遇管理

公司製定《風險機遇識別管控機製》《食品安全防護計劃》《應急準備和響應管控機製》等製度，圍繞原材料安全、生產過程控制、成品質量穩定性及市場反饋等關鍵環節，建立覆蓋事前識別、事中管控與事後應對的全流程防控。公司將質量風險管理嵌入供應商管理、生產過程監控、成品檢測及質量追溯等關鍵環節，並結合質量督察、專項排查及第三方檢測等方式，對食品安全和產品質量過程中可能產生的技術與產品風險開展動態識別、評估與管控，持續提升風險防控的前瞻性與有效性。

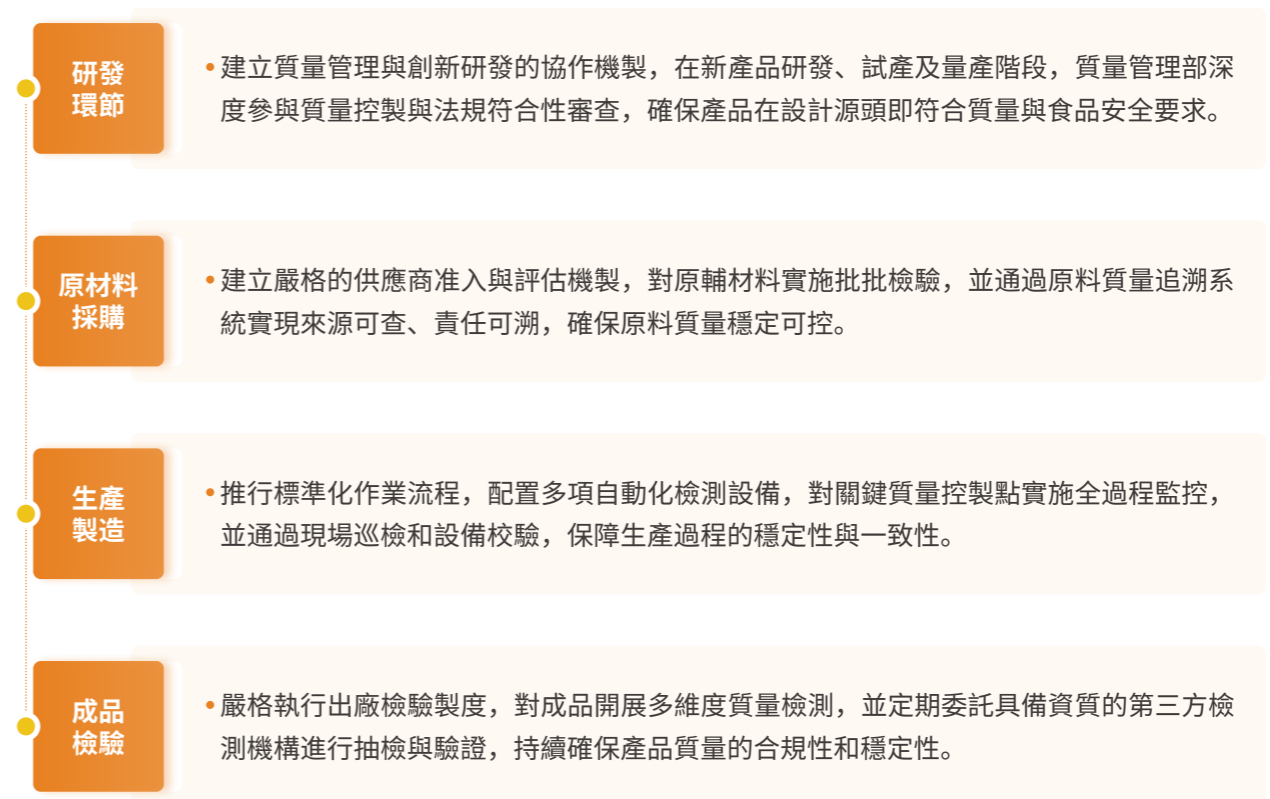
風險	機遇
<p>業務場景：生產製造</p> <p>風險 / 機遇描述</p> <p>生產環節設備老化、關鍵工藝參數失控失準，可能導致產品出現口感異常、密封失效漏液等質量問題，產品流入市場後引發客戶投訴、退貨，損害品牌信任。</p> <p>潛在財務影響</p> <p>相關風險可能帶來整改投入、合規成本和運營效率壓力，並在極端情況下對產品銷售和品牌價值造成不利影響。</p>	<p>業務場景：生產製造</p> <p>風險 / 機遇描述</p> <p>建立從原材料端到消費端的全鏈路追溯體系。應用大數據分析實時掌握市場反饋，實現質量問題的快速精準定位與閉環處理。</p> <p>潛在財務影響</p> <p>優化售後處理成本，通過透明化的質量追溯提升品牌公信力，助力市場佔有率穩步增長。</p>

應對策略

東鵬飲料致力於通過標準化、清單化的管理工具，前置識別並精準解決研發、供應及生產端的潛在隱患。2025 年，我們構建了多品類產品風險管控清單、原料風險評估與管控項目、供應鏈質量風險管控清單以及 8 類產品質量風險清單，並通過定期複盤機製持續優化風險管控成效。

全流程質量管理

公司持續強化產品全生命週期質量管控，覆蓋研發、原材料採購、生產製造、成品檢驗及市場流通等關鍵環節，實現從源頭到終端的每一項食品安全和質量控制點的監測、分析、把控、預防，保證產品質量處於行業內領先水平。



質量管控舉措

東鵬飲料已搭建完善的數字化產品追溯體系，通過「一物一碼」，保證追溯覆蓋 11 個關鍵工序，實現產品鏈關鍵質量追溯信息 100% 覆蓋，東鵬飲料所有基地的出廠檢測合格率連續三年保持 100%。

亮點績效

實現產品鏈關鍵質量追溯信息覆蓋
100%。

東鵬飲料所有基地的出廠檢測合格率連續三年保持
100%。

強化質量防控

我們圍繞全流程質量管控重點開展了檢測能力提升、產線微生物風險排查及質量管理系統優化等重點工作，進一步實現質量風險的前置識別與精準管控，並提升生產過程與產品的穩定性。

華南基地通過 CNAS 認可，檢測能力水平顯著提升

亮點案例

2025 年，華南基地全面推進國家實驗室認可（CNAS）項目。華南基地項目團隊圍繞認可要求量身定製 66 份體系文件，並通過多輪培訓推動相關標準在實際工作中有效落地。同時，我們引入外部專家開展預審，提前識別並整改潛在問題。針對新標準要求，公司提前布局，聯合中國質量檢驗檢測科學研究院測試評價中心完成相關能力驗證工作。在正式評審階段，我們通過高效溝通和矩陣式響應機制，對現場發現的問題實現即時整改和閉環管理，將原計劃 3 個月的整改週期壓縮至 1 個月，最終提前獲得 CNAS 認可證書。相關檢測能力已覆蓋特飲成品檢測項目，顯著提升了華南基地的檢測技術水平和檢測結果的國際公信力。



廣東東鵬飲料有限公司實驗室獲得 CNAS 認可證書

產線微生物排查及食品安全風險防控

亮點案例

針對飲料生產中微生物污染這一核心風險，公司下屬生產基地聯合省級微生物研究所開展產線微生物精準排查，運用分子技術實現微生物種屬水平鑒定，系統識別優勢菌群及潛在污染點位，並結合微生物風險、致病性和腐敗性評估結果，持續優化生產工藝。我們同步建設東鵬飲料專屬微生物數據庫，形成覆蓋溯源、防控與數據管理的全流程管控體系，實現微生物風險的精準識別與長效防控。同時，針對部分生產基地環境監測中發現的異常情況，公司特邀外部專家開展專項排查，識別並完成 2 處高風險點和 8 處中風險點的整改，推動產線持續優化，有效防範產品質量風險，保障生產安全與產品品質。

QMS 質量管理智能化升級

亮點案例

東鵬飲料生產基地推進 QMS 質量管理系統數字化改造，針對傳統質量管理中信息分散、協同不足的問題，公司對來料檢驗、生產過程、成品檢驗及客戶投訴等關鍵質量流程進行系統梳理和統一整合，實現質量數據在同一平台的集中採集、管理與可視化展示。公司將質量管理要求和成熟實踐固化至系統流程，推動隱性經驗向顯性規則轉化，並通過必填項設置和邏輯校驗等功能強化流程防錯，確保關鍵質量控制環節有效執行。同時，QMS 系統支持從原材料批次到成品的全過程追溯，進一步明確質量管理責任分工，提升質量管理效率與跨部門協同水平。

指標與目標

公司持續跟蹤產品合格率、原材料合格率、客戶投訴率等關鍵質量指標，並將相關指標納入內部考核管理體系。未來，公司將在現有質量管理基礎上，持續提升質量管理數字化和精細化水平，推動質量指標穩中向優，保障產品質量長期穩定。

產品責任目標

- 原材料到貨不合格批次 ≤ 38 批；
- 客訴次數 ≤ 18 次；
- 產品出廠合格率 100%；
- 重大質量安全事故 0 次；
- 針對中長期目標設置，我們將在上一年度的基礎上逐年提升一定的幅度，加強產品質量保證。

產品責任目標進展

- 2025 年，
- 原材料到貨不合格批次 25 批；
 - 客訴次數 15 次；
 - 產品出廠合格率：100%；
 - 重大質量安全事故 0 次。



客戶權益保護

東鵬飲料高度重視客戶與消費者權益保護，將其視為提升品牌公信力和推動業務長期穩健發展的重要基礎。公司圍繞「始終將消費者放在第一位，持續為消費者提供更優價格的高質量飲品」的經營理念，持續完善客戶溝通機製、規範營銷行為，並通過製度化、數字化和常態化管理，構建覆蓋消費者與經銷商的客戶權益保障體系。

治理

公司嚴格遵循《中華人民共和國消費者權益保護法》等相關法律法規，持續完善內部消費者服務與投訴管理機製，推動消費者權益保護要求落實到產品銷售與服務全過程。公司由專職的職能部門協同推進消費者權益保護、負責任營銷與經銷商管理等工作。公司設立消費者服務專線，並構建多渠道溝通體系，確保消費者訴求能夠被及時聽見、有效處理。我們通過完善製度建設、明確職責分工和定期評估機製，確保客戶權益相關要求在產品銷售、市場推廣及渠道合作等各環節得到有效落實。

此外，我們堅持依法合規開展市場推廣活動，嚴格遵循《中華人民共和國廣告法》《互聯網廣告管理辦法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等法律法規，將負責任營銷要求融入品牌傳播與產品推廣全過程。公司製定並執行《推廣業務管理手冊》《對外傳播審核規範》《終端形象建設設計評審流程》《負責任營銷政策》等相關製度，並配套形成基礎應用標準和產品可視手冊，為營銷活動提供統一規範。

策略

東鵬飲料堅持把消費者放在第一位，致力於為消費者和客戶提供安全、可靠、信息透明的高質量產品與服務。在經營過程中，公司通過規範產品標籤標識、強化健康與功能屬性合規管理、提升服務響應能力等舉措，持續增強消費者對品牌的信任度和滿意度，推動企業與客戶之間的長期共贏關係。

影響、風險和機遇管理

公司高度重視客戶權益相關風險的識別與防範，重點關注產品信息合規、市場宣傳規範及客戶投訴處理等細節落實，通過建立規範的產品信息審核機製、完善客戶反饋與投訴處理流程，識別並回應客戶關切，防範因信息不充分或服務不到位引發的合規與聲譽風險。

風險	機遇
<p>業務場景：銷售</p> <p>風險 / 機遇描述</p> <p>在飲品營銷推廣中，存在誇大產品功效、隱瞞產品成分（如未標注致敏成分）、使用虛假用戶評價等違規行為，可能面臨監管部門處罰，同時引發消費者信任危機。</p> <p>潛在財務影響</p> <p>若發生營銷合規問題，相關風險可能導致行政處罰、整改成本及合規管理投入上升，並在一定時期內削弱消費者信任，對品牌聲譽和產品銷售形成負面影響。</p>	<p>業務場景：銷售</p> <p>風險 / 機遇描述</p> <p>優化消費者回應與服務體系，建立消費者反饋閉環機製，提升消費者服務體驗，增強消費者黏性與複購意願。</p> <p>潛在財務影響</p> <p>通過完善消費者回應與服務機製，提升服務體驗和反饋效率，有助於增強消費者黏性和複購意願，在中長期支持銷售穩定增長，並降低因投訴和糾紛帶來的潛在成本。</p>

應對策略

面對營銷合規挑戰與消費體驗升級的機遇，東鵬飲料通過建立全流程營銷合規審查機製與數字化客戶服務閉環，在嚴防虛假宣傳與聲譽風險的同時，持續深化與消費者及經銷商的互信關係，將服務力轉化為品牌長效增長的核心驅動力。

負責任營銷

公司堅持負責任營銷原則，將合規、真實與消費者權益保護作為品牌傳播和市場推廣的重要前提。公司依據《中華人民共和國廣告法》《中華人民共和國消費者權益保護法》等相關法律法規，製定並實施《負責任營銷政策》，建立並持續完善廣告與宣傳內容管理製度，明確營銷活動在產品功能錶述、成分信息披露及使用場景宣傳等方面的合規要求，防範誇大宣傳、誤導性表述及其他不當營銷行為。

營銷合規審查

公司建立營銷物料分級審核流程，所有廣告及市場推廣內容均需經相關職能部門審核後方可對外發佈，確保宣傳信息真實、科學、可核驗。針對新品上市、重點營銷活動及敏感議題，公司每半年至少開展一次負責任營銷專項審查，對宣傳內容的合規性、科學性和風險點進行重點核查，及時發現並糾正潛在問題，降低合規風險。

負責任營銷培訓

公司定期組織全體營銷及品牌相關人員開展廣告合規與負責任營銷培訓，強化員工對法律法規和內部規範的理解與執行能力。另外，公司對品牌視覺體系和宣傳內容進行年度梳理，並在重要營銷節點統一規範宣傳物料使用，確保品牌形象的一致性與規範性。通過持續推進產品創新與公眾健康教育，公司引導消費者理性選擇，傳遞積極、健康的消費理念，持續提升品牌公信力和消費者信任。

開展負責任營銷培訓

亮點案例

2025 年，東鵬飲料組織開展負責任營銷培訓，旨在將企業使命與價值觀融入日常營銷實踐。培訓系統闡釋了負責任營銷的核心內涵，通過深入解讀公司內部的《負責任營銷政策》及外部相關法律法規，明確廣告宣傳、渠道管理及社交媒體使用中的合規紅線，並重申了公司對消費者健康、市場公平及可持續發展的公開承諾，進一步推動營銷活動與企業長期價值目標保持一致。



負責任營銷培訓現場

消費者權益保障

公司高度重視消費者權益保障，通過完善溝通渠道和規範投訴處理機製，持續提升消費者反饋響應效率與服務質量，增強消費者信任與滿意度。

消費者溝通

公司通過官方微信公眾號「東鵬特飲」、微信小程序「東鵬飲料+」、騰訊雲商、官方網站、抖音及快手等多元化渠道，建立起覆蓋線上線下的消費者溝通網絡，並面向終端商戶上線「東鵬飲料商戶」小程序，實現消費者、商戶與企業之間的高效互動。同時，引入人工智能技術輔助客服應答，提升常見問題處理效率，進一步縮短響應時長。針對公開平台上的消費者反饋，公司對自媒體信息開展持續監測與檢索，主動傾聽消費者聲音，推動形成雙向溝通機製。

客訴處理機製

公司製定並試行《全渠道商客訴管理流程》，並配套《客訴處理管理辦法》《投訴舉報管理辦法》等內部製度，對全渠道消費者投訴和舉報事項實行統一管理，並明確歸口管理職責，確保投訴受理、流轉和處理標準的一致性。

公司對消費者投訴實行分類、分級管理，區分產品質量、服務質量及舉報類事項，並根據問題性質設定相應處理路徑和時效要求。對涉及產品質量或合規風險的事項，公司通過協同機製開展複核與處置，必要時啟動專項投訴舉報處理流程，確保問題得到及時、規範解決。針對消費者提出的意見與建議，公司建立閉環管理機製，在完成投訴處理的同時，結合問題成因製定改進措施，並對整改落實情況進行跟蹤反饋，推動相關問題持續改進。公司持續加強客服團隊建設，通過日常培訓和考核機製，不斷提升客服人員的專業能力與服務水平，保障消費者反饋得到有效回應。

經銷商管理

公司高度重視與經銷商的長期合作關係，將經銷商權益保護與合作規範作為客戶權益管理的重要組成部分。公司製定並實施《經銷商設立終止變更管理辦法》《大流通客戶管理辦法》《經銷商分級管理考核方案》等製度，通過簽署經銷協議，對經銷商准入、日常管理、定價機製、物流配送、退換貨及結算流程等事項進行規範，確保合作關係透明、有序、穩定。通過製度規範、數字賦能與持續溝通，公司不斷強化經銷商關係管理，密切關注經銷商在產品交付、供貨價格及服務質量等方面的反饋，並通過調查與溝通機製及時響應經銷商需求，推動合作關係穩定發展。

數字化建設

我們持續推進營銷數字化管理，構建覆蓋經銷商庫存管理、鋪貨指引、服務支持和銷售執行的數字化系統。公司自主開發「東鵬智通」系統、「東鵬飲料配送商」小程序及「東鵬飲料商戶」平台，提供電子圍欄工具，可視化掌控經營區域與商戶分佈，實時監測網點覆蓋動態，並自動推薦高價值空白網點，精準提升拓展效率；同時系統可全程追蹤貨物流向，高效定位竄貨源頭，以數字化能力全方位守護經銷商市場秩序與經營權益。

經銷商賦能培訓

我們定期組織經銷商會議和實地走訪活動，向經銷商及時傳達公司戰略規劃、營銷政策和業務要求，並圍繞銷售策略、產品知識及市場執行開展培訓。

亮點績效

• 2025 年，

公司共組織經銷商培訓

57 場

累計參與培訓

1,971 人次

持續提升經銷商專業能力與合作黏性。



指標與目標

公司對客戶投訴處理情況、客戶反饋響應效率等指標進行持續跟蹤，並通過內部管理機製推動問題整改與服務優化。未來，公司將進一步完善客戶服務與反饋管理體系，持續提升客戶滿意度水平，切實維護消費者合法權益。

客戶權益目標

- 客戶諮詢和投訴處理率年度目標值 95%
- 客訴關閉率年度目標值 95%
- 客戶對於產品服務的滿意度年度目標值 95%
- 客服系統更新的及時性年度目標值 100%

客戶權益目標進展

- 2025 年，公司處理消費者諮詢及投訴及時響應率和處理及時率均達到 99%，消費者滿意度達到 98%。

共建美好社會

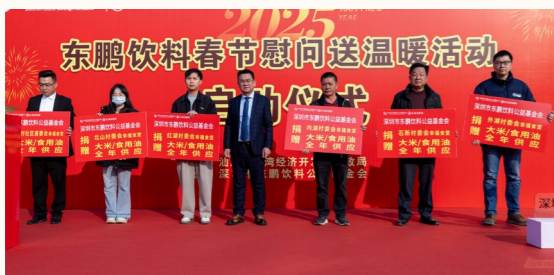
東鵬飲料秉持「讓愛更有能量」的公益理念，圍繞醫療衛生、教育助學、鄉村振興等領域持續開展公益實踐。我們積極參與馳援救災，通過多種公益形式支持需要關懷的群體，並鼓勵員工參與公益行動，推動企業發展成果惠及更廣泛的社會群體。

東鵬飲料公益基金會

東鵬飲料公益基金會成立於 2022 年，秉持「讓愛更有能量」的公益理念，致力於構建長效慈善公益平台，通過救災及扶貧助困等方式，持續回應社會需求，踐行民族企業的責任與擔當。2025 年，深圳市東鵬飲料公益基金會捐贈金額達 944.05 萬元。

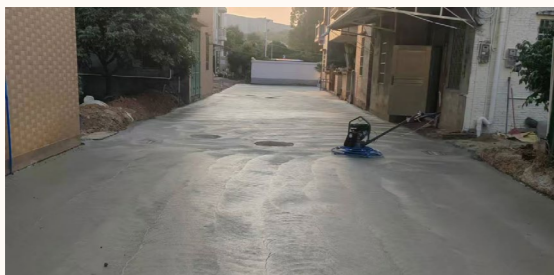
民生保障

通過「春節慰問·送溫暖」活動，為困難群眾提供生活物資與現金支持，傳遞關懷，助力基層社區穩定與和諧。東鵬飲料通過基金會渠道參與抗洪救災行動，向受災地區緊急調撥飲料物資，支持應急救援與災後恢復，履行企業在突發公共事件中的社會責任。



基礎設施修繕

2025 年，基金會支持了崗尾村道路硬化工程，通過道路建設與配套設施改善，優化村莊出行條件和生產生活環境，提升了居民的生活質量。此外，基金會還捐資為紅海灣白沙中學修繕食堂電纜，保障校園電力供應安全穩定，守護師生飲食安全與健康。



教育支持

發起「關愛新業態勞動者——小候鳥東鵬研學項目」，為外出務工的新業態勞動者子女提供研學與陪伴式支持。

向「中山大學管理學院發展基金」提供捐贈，以中長期投入的方式支持學院學科建設、師資培養與科研發展。



基層醫療建設

通過紅海灣人民醫院醫療捐贈項目，為醫院康復科補充康復設備與物資，改善就醫條件，提升基層醫療服務能力。



特殊群體關愛

通過「騎妙六一·愛暖南山」慰問項目，為社區老年人及因病致困的新就業形態勞動者提供關懷支持。

開展「能量鵬鵬·心繪美好」東鵬飲料關愛新青年項目，聚焦心智障礙青年群體，通過藝術體驗與陪伴活動，傳遞積極價值。



公益慈善

東鵬飲料熱心社會公益活動，積極投身醫療衛生、教育助學等領域，馳援救災，幫助需要關懷的群體，並鼓勵公司員工積極參與公益，共同履行社會責任，傳遞愛的能量與溫度，助力社會更美好。

教育助學

公司連續第二年聯合中國職工發展基金會推進「卡友子女助學計劃」，2025 年為符合條件的 200 餘名卡友子女提供助學支持，幫助其逐夢大學，減輕家庭教育負擔。



「白大褂明日之星獎學金」項目通過與南方醫科大學合作，設立專項獎學金、簽訂中長期合作協議，支持醫學人才培養，推動教育資源持續投入。



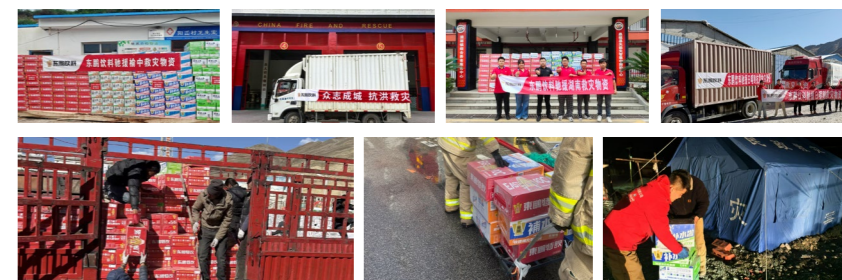
抑鬱癥干預

公司攜手韓紅基金會自 2024 年發起「抑鬱癥干預」公益項目。2025 年，我們持續以抑鬱癥支持者賦能、精神衛生醫務社工體系建設及精神衛生心理健康教育普及為著力方向，通過醫務社工培訓、聯合醫院開展試點項目、「情緒急救」課程培訓、舉辦公益畫展等，致力於構建以抑鬱癥患者為核心的精神健康社會支持體系。



社會救災

2025 年，公司捐贈 1,000 萬港元支援香港新界大埔宏福苑重大火災救災及重建工作，並積極支援西藏日喀則抗震、湖南 / 貴州 / 北京密雲 / 河北 / 甘肅等地抗洪，為前線送去飲料物資，支持救災工作。



亮點績效

• 報告期內，
公司對外捐贈及公益項目的總投入為 **2,337.10** 萬元¹。
• 本年度，公司主要核心捐贈項目包含：

現金捐贈

- 韓紅愛心百人援疆，**500** 萬
- 姚基金鄉村體育，**200** 萬
- 南方醫科大獎學金，**60** 萬
- 卡友子女助學金，**105** 萬
- 香港大埔宏福苑火災，**1,000** 萬港元
- 捐贈廣東中山大學教育發展基金會，**300** 萬

物資捐贈

- 姚基金體育聯賽，**3,220** 箱產品
- 韓基金百人援疆 + 社會救災，**2,220** 箱產品
- 職基會關愛職工，**354** 箱產品
- 物資捐贈公允價值合計約 **266,000** 元

社區投資

東鵬飲料推動社區發展，圍繞教育支持、文化傳承、體育發展與創新實踐等方向，開展多元化社區投入。公司結合自身品牌資源與社會需求，通過長期項目運作與跨界協同，助力提升社區活力，推動企業發展與社會價值的協同共進。

助力青少年健康成長

• 東鵬飲料冠名打造「補水啦·星耀未來」青少年羽毛球賽，為非專業羽毛球愛好者提供規範化賽事平台。賽事首年覆蓋全國 50 城，吸引大量青少年參與，並在新賽季進一步拓展至更多城市及親子賽形式。在籃球領域，公司支持 NYBO 青少年籃球公開賽、中國高中籃球聯賽等賽事。通過賽事支持與校園活動，陪伴青少年在運動中成長。

¹ 東鵬飲料公益基金會獨立運作，此金額不包含東鵬飲料公益基金會對外投入。

大眾體育賽事支持

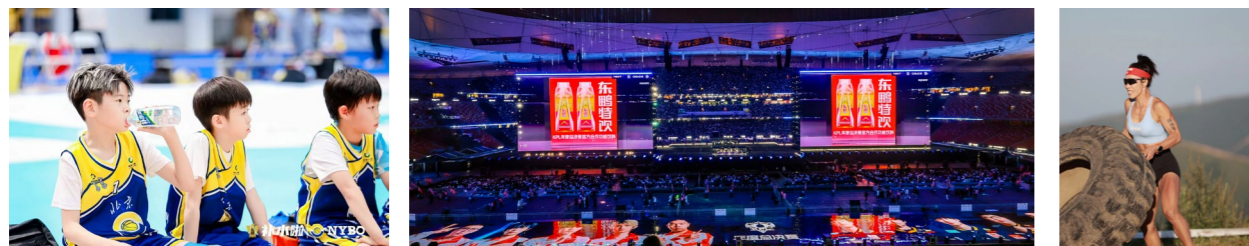
- 圍繞大眾健身與專業賽事場景，公司與體能、耐力及競技類賽事合作，倡導積極健康的生活方式。2025 年，公司贊助斯巴達、萊美及 DEKA 等體能賽事；同時為中國網球公開賽、蘇迪曼杯羽毛球賽等關注重度賽事提供支持，並在觀賽過程中引導科學補水和綠色觀賽理念。

新興賽事支持

- 公司圍繞新興興趣圈層開展內容共創與賽事支持。在街舞領域，東鵬特飲冠名「國門之巔國際街舞聯賽」及 HHI 世界街舞錦標賽中國賽，通過覆蓋城市商圈與公共空間的高頻賽事，為街舞文化提供展示平台；在電競領域，公司支持王者榮耀職業聯賽 (KPL)、和平精英職業聯賽 (PEL)、亞冠電競聯賽 (ACL) 等項目，通過賽事資源聯動、線下觀賽互動和內容植入，持續加強與年輕群體的連接。

多場景關懷式觸達

- 在跑步、出行及戶外運動等日常場景中，公司通過長期合作項目開展貼近生活的健康提示與環保倡導。公司連續三年與悅動圈合作，通過「補水啦陪跑語音播報」提示跑者科學補水；在滴滴司機端及節假日百度地圖導航語音中，向駕駛人群提示注意休息與行車安全。同時，公司在徒步、爬山等戶外潮流運動活動中，通過定製環保袋及互動設計，引導參與者關注空瓶回收與環境保護。



鄉村振興

公司將鄉村振興作為社會責任實踐的重要方向之一，圍繞鄉村教育、體育發展及公共設施建設持續開展公益投入，助力鄉村地區改善基礎條件、豐富公共服務供給。

醫療衛生

亮點案例

公司多年長期支持韓紅愛心百人醫療援助公益行動，2025 年雙方聯合為新疆捐建 2 所複明中心，捐贈 20 輛救護車，並沿途開展 10 場義診，組織醫療資源下沉基層，支持新疆地區醫療衛生體系建設，為當地群眾提供醫療服務支持。



鄉村體育建設

亮點案例

公司持續多年合作姚基金，每年支持百所鄉村小學體育教育，2025 年在山西、新疆等地捐建了公益籃球場。我們通過捐建籃球場、捐贈體育器材、支持支教及集訓聯賽等方式，結合當地實際需求，改善鄉村公共體育基礎設施條件，為青少年及居民提供更加完善的運動空間。

相關項目有效提升鄉村公共體育資源的可及性，促進了鄉村青少年體育參與度和社區凝聚力。通過持續投入與項目落地，公司逐步形成以「設施建設 + 物資支持」為核心的鄉村體育公益實踐路徑，推動企業社會責任與鄉村公共文化和體育事業發展形成良性互動。



助力鄉村產業振興

亮點案例

公司與陸河縣建立長期戰略合作關係，充分發揮當地在青梅、油柑等特色農產品資源及產業政策優勢，結合公司在飲料研發、市場運營、供應鏈管理及食品產業投資等方面的經驗與資源，共同推進特色農業產業協作。

合作項目緊扣鄉村振興戰略和「百千萬工程」部署，推動青梅、油柑產業在產品開發、市場拓展及產業鏈整合方面實現升級，提升相關產品的市場競爭力，促進產業與市場高效對接，逐步構建可持續的產業運作體系，為區域經濟高質量發展和鄉村產業振興提供支持。



亮點績效

- 2025 年，

公司鄉村振興投入總額為

8,272,848.80 元¹。

共惠及

118,532 人次。



¹ 東鵬飲料公益基金會獨立運作，此金額不包含東鵬飲料公益基金會對外投入。

以合規為基 與穩健同行

03

我們的理念

東鵬飲料不斷健全治理體系，堅持依法合規經營，為長遠可持續發展奠定堅實基礎。我們積極拓寬利益相關方溝通渠道，保護股東權益，攜手各方共同創造長期價值。公司不斷完善治理結構，健全內控監管機製，優化製度流程建設，恪守商業道德標準，提升信息安全保護，護航企業行穩致遠發展。

我們的行動

- ▶ 積極開展利益相關方溝通，建立暢通的信息溝通機製。
- ▶ 維護投資者合法權益，完善利潤分配政策，保護中小股東權益。
- ▶ 規範公司治理與合規運營，強化內部控制和風險管理體系建設。
- ▶ 堅守商業道德，構建多層級監督架構與製度體系，重視廉潔文化宣貫。
- ▶ 持續完善信息安全管理體系，提升全流程數據安全管理能力。

包含的可持續發展議題

- ▶ 利益相關方權益
- ▶ 企業管治

SDGs 響應



利益相關方權益

東鵬飲料始終與各利益相關方保持充分溝通，深入了解並積極回應各方對業務動態及經營發展的關注。同時，我們以實際行動維護利益相關方的合法權益，攜手各方共同創造長期價值。

利益相關方溝通

公司通過電話、電子郵件、投資者關係互動平台、官網「投資者關係」專欄、路演以及反路演等多種方式，多渠道、多層次與股東和投資者保持持續溝通。此外，我們還通過問卷調查和座談會等形式，了解各利益相關方對公司在環境、社會及治理方面的期望與反饋，以評估相關議題的重要性，並據此完善報告內容，提升可持續發展工作。

利益相關方	關注重點	溝通及表現形式
 <p>消費者</p>	<ul style="list-style-type: none"> 安全、健康功效的產品 完善的客戶服務 	<ul style="list-style-type: none"> 品質領先戰略 產品可追溯製度 產品質量安全文化 滿足消費者多元化需求 消費者多渠道溝通
 <p>股東 / 投資者</p>	<ul style="list-style-type: none"> 保障出資人權益，投資回報 規範治理與穩定經營 防範經營風險 投資者保護 創新發展及可持續增長 	<ul style="list-style-type: none"> 公司年報、公告等信息披露 組織投資者開放日等 投資者交流活動 產品研發與創新
 <p>政府 / 監管機構</p>	<ul style="list-style-type: none"> 引領行業發展 守法合規 依法納稅 商業道德 	<ul style="list-style-type: none"> 依法合規經營 按時足額納稅 信息披露 完善反腐敗機製
 <p>供應商</p>	<ul style="list-style-type: none"> 遵守商業道德，誠實守信 推動產業鏈健康發展 互利共贏，共同成長 反腐敗 	<ul style="list-style-type: none"> 供應商准入及管理製度 廉潔採購政策 推行綠色採購 數字化管理
 <p>經銷商</p>	<ul style="list-style-type: none"> 合法合規經營 品牌規範管理 合作穩定，共贏發展 消費者服務 	<ul style="list-style-type: none"> 經銷商管理製度 市場合規指引 經銷商賦能培訓 數字化渠道管理

利益相關方	關注重點	溝通及表現形式
 <p>員工</p>	<ul style="list-style-type: none"> 福利與權益 員工成長與發展 職業健康與安全 	<ul style="list-style-type: none"> 薪酬福利健全 保障合法僱傭、同工同酬 晉升通道，職業培訓 生產安全管理 員工關懷及文化建設
 <p>社區及公眾</p>	<ul style="list-style-type: none"> 積極回饋社會 扶貧助困，社會關懷 公益慈善 媒體溝通 	<ul style="list-style-type: none"> 開展公益慈善 支持醫療衛生事業 助力鄉村體育教育 社會救援
 <p>環境</p>	<ul style="list-style-type: none"> 減少污染 資源節約 落實「雙碳」目標 	<ul style="list-style-type: none"> 完善能源管理體系 水資源循環利用 光伏發電 倡導低碳節能

股東權益保護

公司始終維護投資者及其他利益相關者的合法權益，遵守《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國證券法》《上海證券交易所股票上市規則》及其他有關法律法規，製定《市值管理製度》，規範市值管理行為，積極通過資本運作工具、預期管理、信息披露優化、內部考核評價及監測預警機製實現公司市值與內在價值的動態均衡。

在利潤分配方面，公司根據中國證監會《關於進一步落實上市公司現金分紅有關事項的通知》《上市公司監管指引第3號——上市公司現金分紅》及《公

司章程》有關規定，製定《未來三年（2024-2026年）股東分紅回報規劃》，在積極回報股東的同時兼顧公司實際經營情況和可持續發展，進一步完善和健全公司科學、持續、穩定的利潤分配政策。

此外，公司切實保障中小投資者的權益，在股東會審議影響中小投資者利益的重大事項時，對中小投資者表決實行單獨計票。同時，公司嚴格規範信息披露，不向特定投資者洩露非公開信息，所有價值分析及經營信息均通過法定渠道公開披露，確保股東權利平等。

亮點績效

2025年，公司通過業績說明會、組織調研參訪、參加券商策略會、路演、反路演及電話交流會等多種方式與各級投資者進行深度交流。

- 全年組織投資者溝通活動 **335** 場，回覆諮詢 **23** 條，接聽投資者熱線 **1,297** 次，構建全方位互動渠道；
- 針對公募、保險等機構組織 **16** 場活動，邀請 **126** 家機構實地考察；
- 針對新品上市等節點開展 **138** 場專項路演，強化價值傳遞。

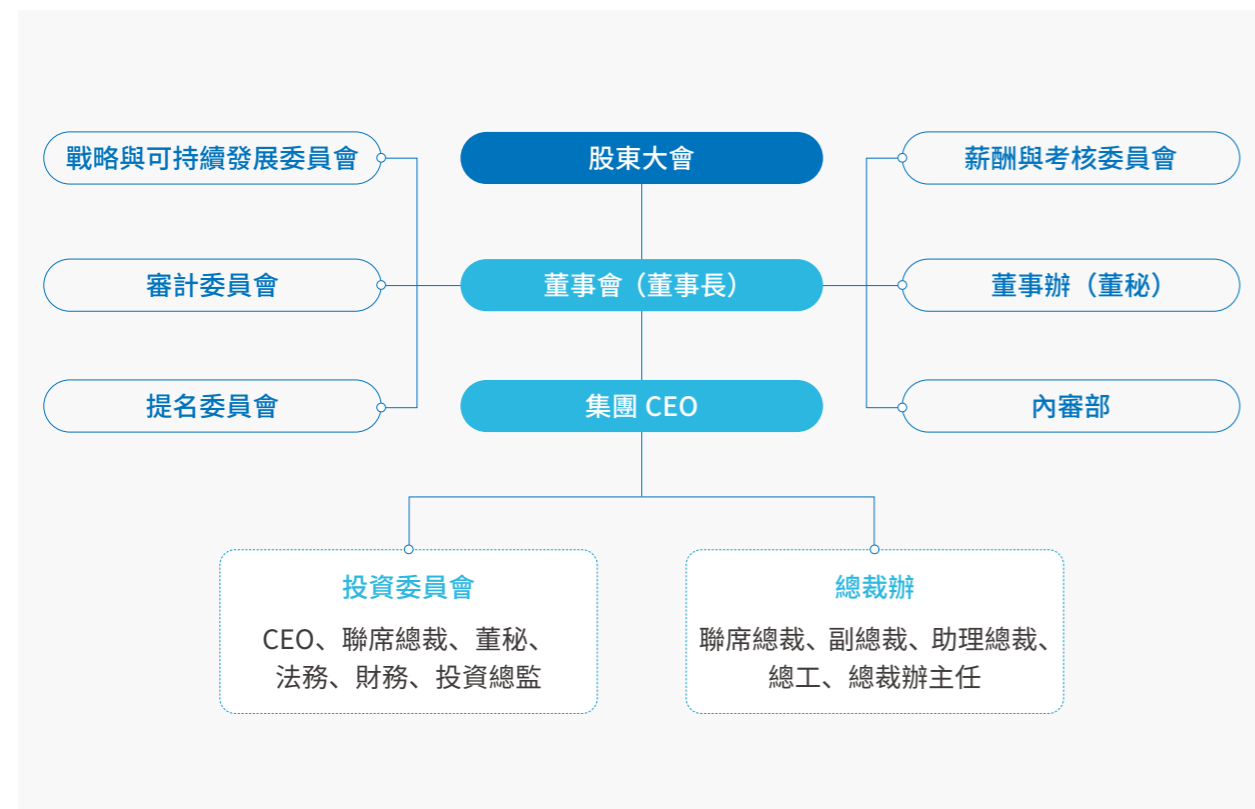
夯實治理根基

東鵬飲料不斷優化治理架構，提升治理效能，通過系統化的內部控制與風險管理、嚴格的商業道德標準以及堅實的信息安全與隱私保護，確保運營合規高效。

合規運營

治理架構

公司嚴格按照《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國證券法》《上市公司治理準則》《上海證券交易所股票上市規則》《上市公司章程指引》《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》等相關法律法規要求，製定了《公司章程》等內部管理製度，建立健全由股東會、董事會、監事會構成的治理結構。三者根據《公司章程》各司其職，權責明確、密切協作，形成科學規範、高效運作的治理機制，促進公司持續發展。



東鵬飲料組織架構圖

內控體系

公司遵循《中華人民共和國公司法》《企業內部控制基本規範》《上海證券交易所上市公司內部控制指引》等法律法規及其他適用的配套指引的要求，持續健全各項規章製度，製定《內部控制製度》及其配套管理流程。同時，製定《內部審計製度》，規範公司內部審計工作，保障公司財務管理、會計核算和生產經營符合國家各項法律法規要求。

在內部控制和風險管理體系建設方面，公司構建了以業務單位為一線、內控和法務部門為二線、內審部為三線的風控「三道防線」，為公司穩健經營和

長遠發展保駕護航。我們搭建了《內部控制應用指引》，推動各項業務活動及流程規範化，覆蓋人力資源、社會責任、企業文化、資金活動、採購業務、資產管理、銷售業務、研究與開發、工程項目、擔保業務、業務外包、財務報告、全面預算、合同管理、內部信息傳遞、信息系統等各關鍵業務流程。

公司持續強化內控審計監督，通過日常和定期內控梳理、整改和評價，實現業務運營風險與合規缺陷的及時全面識別和有效整改，降低業務運營風險，為公司穩健發展提供堅實保障。

亮點績效

2025 年，

- 公司開展各類內部審計項目 **11** 個，識別生產及經營所涉及的業務流程風險 **56** 項，並採取相應措施對發現的問題及風險進行控制和整改，整改完成率達 **100%**。



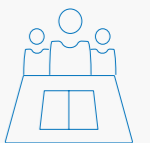
合規培訓

為加強員工合規意識，公司組織開展《公司法要點解讀》《勞動法律法規與實務培訓》《商法投資法律培訓》《營銷民法實務培訓》等多個業務模塊的合規培訓，確保全體員工在日常工作中能夠嚴格遵守相關法律法規，降低企業運營風險，提升整體合規管理水平。

亮點績效

2025 年，

- 公司開展法律法規培訓 **16** 場，參訓人次達 **1,193** 人次，共計 **76,352** 課時。



商業道德管理

東鵬飲料始終將廉潔誠信作為企業核心價值觀的重要組成部分，我們製定並實施《東鵬飲料商業道德政策》，並通過構建多層級監督架構與製度體系，持續強化商業道德治理能力。

商業道德管理體系

我們構建了「決策層 - 監督層 - 執行層」三級管理架構，明確權責分工，確保政策有效落地，形成覆蓋全價值鏈的廉潔風險防控網絡。

決策層面，董事會作為核心決策機構，統籌商業道德管理戰略規劃與重大事項審批，其下設的戰略與可持續發展委員會負責商業道德相關戰略製定、目標設定及政策修訂審核。監督層面，董事會審計委員會行使商業道德監督職權，指導內審部開展商業道德專項審計與合規檢查；內審部作為日常辦事機構，獨立開展商業道德合規審計工作。執行層面，各職能中心、生產基地及營銷本部設立 ESG 執行及聯絡小組，負責商業道德政策的落地執行、風險識別及問題上報，確保政策貫穿經營全流程。

公司已製定《反腐敗反舞弊管理製度》，明確界定舞弊、腐敗及商業賄賂等違規行為的認定標準，建立涵蓋舉報受理、調查取證、責任追究的全流程管理機製。本年度，公司修訂了《員工手冊》《紀律處分管理製度》，進一步細化紀律處分條款，防範職務侵佔、商業賄賂等違規違紀行為，明確員工行為準則及公司各項規章製度。

投訴舉報管理

我們製定了《投訴舉報管理辦法》，明確了投訴舉報範圍、渠道、要求及處理流程。公司已設立專門的舉報渠道，鼓勵內外利益相關方對任何有疑似違法、違規或不正當的行為進行舉報，由內審部負責對各類合規情況進行審計，聯合相關職能部門對舉報事件進行調查處理。同時，公司已在《投訴舉報管理辦法》中設立了舉報人保護相關條款，對舉報人信息將嚴格保密，對洩露舉報相關信息的人員將嚴肅處理。

為方便全體員工及外部相關方反饋商業賄賂、貪污等違規線索，本公司設立了多渠道投訴舉報途徑，包括郵箱、電話、微信公眾號等。公司鼓勵實名舉報，對提供有效線索者給予物質獎勵與職業保護，同時允許匿名舉報，但需提供具體事實依據。

 舉報電話號碼	13249891939	 舉報信函地址	廣東省深圳市南山區珠光北路 88 號 明亮科技園東鵬飲料集團內審部（收）
 舉報郵箱地址	ywtfkrx@163.com		
 微信公眾號	廉潔東鵬飲料		

廉潔文化宣貫

我們重視廉潔文化宣貫，已製定並要求員工簽署《員工廉潔承諾書》，促使員工了解並嚴格執行誠信廉潔責任，加強履職中的廉潔建設，防止發生各種謀取不正當利益的違法違紀行為。同時，公司還要求與建立合作關係的第三方合作夥伴簽署《廉潔及商業道德協議書》，向合作方宣貫公司的廉潔合規管理政策，鼓勵合作方對舞弊行為積極舉報，共同約束雙方行為，形成廉潔自律意識。

本年度，公司圍繞「強化合規文化、築牢廉潔防線」目標，針對飲料行業商業賄賂、利益輸送等高發風險，系統性開展廉潔宣教活動。2025 年，我們共舉辦 6 場專項廉潔宣講大會，覆蓋經銷商、供應商及關鍵崗位員工數千人次，宣教內容聚焦法律法規、行業案例及公司合規政策，有效推動廉潔意識深入業務全鏈條。

信息安全與隱私保護

東鵬飲料嚴格遵守《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國網絡安全法》等國家法律法規，持續完善信息安全管理體系，設立信息化建設委員會作為公司信息安全和管理的決策機構，並在需要時由信息化建設委員會授權成立信息安全專項工作小組，完成信息安全技術研究工作並解決專項信息安全問題。

我們高度重視公司及各利益相關方的數據和信息安全，不斷提升數據安全管理能力，促進公司各項業務安全開展。我們製定和修訂了包括《全流程數據安全管理製度》《信息安全管理手冊》《網絡安全管理辦法》《人力資源安全管理辦法》《業務連續性管理辦法》《供應商信息安全管理辦法》《信息安全風險管理辦法》等 30 項信息安全管理製度文件，相關內容覆蓋了數據收集、存儲和備份、使用和加工、提供和委託處理、銷毀及刪除的全生命週期，確保數據在流動中的每一個環節均受到嚴格管控，確保公司業務持續穩定運行，保障公司的數據安全。

數據安全管理體系

我們嚴格遵循 GB/T 22080 / ISO/IEC 27001 信息安全管理體系標準，建立了以「全員參與、控制風險、積極預防、持續改進」為核心的信息安全方針。我們通過設立信息安全管理方針與目標，確立了業務系統及應用系統可用率不低於 99% 及重大數據洩露事故零發生等核心指標。在運行保障方面，公司每年開展涵蓋全組織範圍的資產識別與風險評估，並依托 PDCA（規劃 - 實施 - 檢查 - 處置）模型實施全生命週期的風險管控。此外，我們高度重視安全文化建設，通過定期開展針對全員的信息安全意識培訓、內外部審計以及嚴格的獎懲考核製度，全方位築牢信息安全防線，確保業務連續性與利益相關方的數據資產安全。

數據安全管理舉措

我們持續從多方面完善數據安全與隱私保護工作，為公司信息安全管理提供堅實保障。

<p>信息安全訪問控制</p> <p>製定《訪問控制管理辦法》，明確規定僅對訪問公司信息資源的用戶授予其開展業務活動必要的訪問權限，堅持「除非明確允許，否則一律禁止」的訪問控制基本原則。</p>	<p>信息安全專項審計</p> <p>製定《信息系統安全審計管理辦法》及《信息安全符合性管理辦法》，本年度已針對公司信息安全體系開展內部審核，覆蓋所有管理活動和技術活動，共發現 1 個不符合項，並已針對結果採取相應糾正措施。</p>	
<p>信息安全宣傳與培訓</p> <p>本年度，公司製作並發佈了以信息與數據安全、會議安全、生產基地參訪注意事項、軟件正版化管理為主題的 4 個宣傳視頻，通過在基地電視機播放和會議方式進行培訓，提升員工信息安全保護意識。</p>	<p>信息安全風險管理</p> <p>製定《信息安全風險管理辦法》，建立信息安全風險識別評估表及風險處置計劃表，每年對風險進行評估並採取改進措施，通過識別資產、威脅和脆弱性，評估安全事件可能性和影響，計算風險值。</p>	<p>客戶隱私保護</p> <p>在保護客戶隱私方面，嚴格遵守隱私相關的法律標準，商戶系統、消費者系統製定有隱私協議，明確告知客戶個人數據的可能用處，並已於 2025 年獲得三級等級保護證書。</p>
<p>網絡與信息安全應急管理</p> <p>製定《業務連續性管理辦法》《網絡與信息安全應急管理辦法》及演練計劃，定期開展應用系統、數據庫等的災備演練；規定公司員工及第三方人員對發現的信息安全事件均有報告義務，並設立了信息安全事件的報告、處置流程。</p>	<p>供應商信息安全</p> <p>製定《供應商信息安全管理辦法》，要求供應商簽訂《保密條款》及《個人信息保護條款》，並要求其保護業務過程中涉及處理的個人信息，保障供應商服務過程中的信息安全。</p>	

亮點績效

2025 年，

- 公司未發生數據安全事件及客戶隱私洩露事件。
- 公司已通過 **ISO 27001** 信息安全管理體系認證，並對信息系統開展等級保護測評工作，涉及個人信息的商戶系統、消費者系統、預約系統已獲得三級等級保護證書，OA 系統及 EHR 系統獲得 **二級** 等級保護證書。

附錄

報告標準索引表

報告框架	香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》	《上海證券交易所上市公司自律監管指引第 14 號——可持續發展報告（試行）》
關於本報告	B 部分	第三條
董事長致辭		
董事會聲明	B 部分	
關於東鵬飲料		
2025 年亮點績效		
榮譽及獎項		
可持續發展管治		
可持續發展治理架構	B 部分	第十二條
雙重重要性評估	B 部分	第十四至第十八條
與自然共生，與綠色同行		
應對氣候變化	A2.3 D 部分	第二十一條至第二十八條，第三十五條
守護生命之源	A2.4	第三十六條
踐行綠色運營	A1.3, A1.4, A1.5, A1.6	第三十條，第三十一條，第三十三條
推動循環再生	A2.5	第三十七條
生態環境保護	A3.1	第三十二條
與價值共鳴，與夥伴同行		
共創幸福職場	B1.1, B4.1, B4.2	第五十條
員工健康與安全	B2.3	第五十條

ESG 績效表

環境關鍵績效指標表

報告框架	香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》	《上海證券交易所上市公司自律監管指引第 14 號——可持續發展報告（試行）》
賦能人才成長		第五十條
打造責任供應鏈	B5.2, B5.3, B5.4	第四十五條, 第五十二條
研發創新引領		第四十二條
堅守匠心品質	B6.2, B6.3, B6.4	第四十七條
客戶權益保護	B6.5	
共建美好社會	B8.1, B8.2	第三十九條, 第四十條
以合規為基，與穩健同行		
利益相關方權益		第五十三條
夯實治理根基	B7.1, B7.2, B7.3	第四十八條, 第五十五條, 第五十六條
附錄		
ESG 績效表	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條 第三十至第五十六條
備註： (1) 報告期內，東鵬飲料未發生違反科技倫理行為，未有逾期未支付中小企業款項情況。 (2) 公司暫未在決策中應用碳定價。	D 部分, 34	第四十三條, 第四十六條

指標	單位	2024	2025
A1. 排放物			
A1.1;SH30: 排放物種類及數據			
大氣污染物排放量			
氮氧化物排放量	噸	41.03	48.99
硫氧化物排放量	噸	0.37	0.39
顆粒物排放量	噸	2.01	2.92
廢水及污染物排放量			
廢水總產生量	立方米	1,411,552.04	1,787,791.02
廢水總處理量	立方米	1,205,276.44	1,548,476.32
COD 排放量	千克	163,435.49	193,095.00
氨氮排放濃度	mg/l	1.37	2.64
A1.2;SH24: 溫室氣體排放量			
範圍 1 排放量	噸二氧化碳當量	62,279.04	67,445.60
範圍 2 排放量 - 基於位置	噸二氧化碳當量	129,795.91	160,375.33
範圍 2 排放量 - 基於市場	噸二氧化碳當量	148,456.05	183,298.66
範圍 3 排放量	噸二氧化碳當量	/	440,559.87
範圍 3- 類別 1 外購商品	噸二氧化碳當量	/	260,491.64
範圍 3- 類別 4 上游運輸	噸二氧化碳當量	/	107,453.73
範圍 3- 類別 6 員工差旅	噸二氧化碳當量	/	1,867.97
範圍 3- 類別 13 下游租賃	噸二氧化碳當量	/	70,746.53
溫室氣體排放 (範圍 1 和範圍 2) 強度	噸二氧化碳當量 / 人民幣百萬元營收	12.13	10.91

指標	單位	2024	2025
A1.3;SH31: 所產生有害廢棄物總量及密度			
危險廢棄物總產生量	噸	34.63	43.67
危險廢棄物產生密度	噸 / 人民幣百萬元營收	0.002	0.002
A1.4;SH31: 所產生無害廢棄物總量及密度			
無害廢棄物總產生量	噸	1,887.24	4,763.07
無害廢棄物產生密度	噸 / 人民幣百萬元營收	0.119	0.228
A2. 資源使用			
A2.1;SH35: 能源總耗量及密度			
能源總耗量	噸標煤	73,421.53	85,465.70
能源消耗密度	噸標煤 / 人民幣百萬元營收	4.64	4.09
汽油	公升	40,569.04	37,440.22
柴油	公升	518.92	494.52
天然氣	立方米	28,178,591.67	30,548,513.09
煤氣	立方米	1,248.00	1,248.00
外購電力	千瓦時	244,488,979.40	302,790,729.73
外購蒸汽	GJ	278,855.46	338,596.82
A2.2;SH36: 總耗水量及密度			
總耗水量	噸	9,882,706.91	11,874,651.50
用水密度	噸 / 人民幣百萬元營收	623.95	568.84
A2.5: 製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及每生產單位佔量			
塑料類 PP	噸	33,289.00	34,091.00
塑料類 PE	噸	25,961.94	32,348.87
塑料類 PET	噸	209,139.00	264,496.00
塑料類 PETG	噸	14,568.00	18,422.00

指標	單位	2024	2025
塑料類 EVA（膠水類）	噸	600.00	770.00
塑料類 EPS	噸	132.22	122.22
紙張類	噸	120,000.00	137,081.00
金屬類	噸	4,500.00	4,082.32
其他	噸	122.00	377.00
使用的包裝材料密度	噸 / 人民幣百萬元營收	25.78	23.56

注:

- 本年度，東鵬飲料依據相關標準開展了溫室氣體盤查工作，核算組織邊界涵蓋東鵬飲料集團總部、各下屬生產基地、海外公司及其他主要運營實體。基於持續完善環境管理體系的需要，公司今年擴大了碳核算覆蓋面，並同步重述了過往年份溫室氣體排放（範圍一、範圍二）數據，以保證同比口徑一致。
 - 範圍 1（直接溫室氣體排放）：

源於東鵬飲料運營及生產過程中固定源與移動源的化石燃料燃燒（如天然氣、汽油、柴油、煤氣）、製冷劑與滅火器填充逸散、以及化糞池（廢水處理）產生的直接排放。

 - 化石燃料燃燒：排放量計算公式為：燃料消耗量 × 低位發熱量 × 單位熱值含碳量 × 燃料碳氧化率 × 44/12。
 - 逸散排放：製冷劑及滅火器逸散參照香港聯交所發佈的《環境、社會及管治報告守則》相關計算方法進行核算，全球變暖潛能值（GWP）選取政府間氣候變化專門委員會（IPCC）第六次評估報告（AR6）數值；化糞池排放依據員工人數、年平均工作日數進行估算。
 - 範圍 2（間接溫室氣體排放）：

源於東鵬飲料運營及生產過程消耗的外購電力及外購蒸汽產生的間接排放。本年度採用「基於位置（Location-based）」與「基於市場（Market-based）」雙重方法進行核算：

 - 基於位置（Location-based）：國內運營主體：2024 年度外購電力排放因子採用生態環境部於 2025 年 12 月 31 日發佈的《關於發佈 2023 年電力二氧化碳排放因子的公告》中全國電力平均二氧化碳排放因子（0.5306 tCO₂/MWh）；海外運營主體：採用當地最新的電網平均排放因子進行計算（參考當地政府發佈數據或 IEA 國際能源署數據）。
 - 基於市場（Market-based）：對於已持有可再生能源證書或綠電合約的電力部分，其排放因子按 0 計算。
- 範圍 3（價值鏈其他間接溫室氣體排放）：

本年度核算的範圍三類別主要包括外購商品與服務、上游運輸和配送、商務差旅及下游租賃資產。我們採用「基於實物量」與「基於支出金額」相結合的核算方法。依據採購重量、物流周轉量、差旅距離或租賃能耗等實物數據，以及部分類別的財務支出金額，匹配國內外權威通用的生命週期數據庫及相關行業排放系數集進行計算。
- 能源總耗量：綜合能源消費量涵蓋汽油、柴油、天然氣、外購電力及外購蒸汽的實際消耗量，折算方法及折標系數參照國家標準《綜合能耗計算通則》（GB/T 2589-2020）。
- 資源使用數據：因本年度擴大環境數據統計範圍並優化了計量統計方式，公司對 2024 年天然氣、外購電力、外購蒸汽、總耗水量等歷史數據進行了追溯調整。

社會關鍵績效指標表

指標	單位	2024	2025
B1.;SH.50. 僱傭			
B1.1: 按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的員工總數			
員工總數	人	10,985	12,376
按性別劃分的員工總數			
男性	人	7,958	9,081
女性	人	3,027	3,295
按僱傭類型劃分的員工總數¹			
全職	人	10,985	12,376
兼職	人	776	907
按年齡劃分的員工總數			
30 歲及以下	人	3,687	4,172
31-40 歲	人	5,569	6,175
41-50 歲	人	1,522	1,786
50 歲以上	人	207	243
按地區劃分的員工總數			
中國內地	人	10,963	12,228
中國香港、澳門及台灣	人	2	8
其他地區 / 國家	人	20	140
B1.2: 按性別、年齡組別及地區劃分的員工流失比率			
員工流失率	%	33.36	27.80
按性別劃分的員工流失比率			
男性員工流失率	%	35.91	29.88
女性員工流失率	%	26.66	22.06

¹ 全職員工計為員工總數，兼職員工（含實習生和協產人員等）不納入員工總數進行統計。

指標	單位	2024	2025	
按年齡劃分的員工流失比率				
30 歲及以下員工流失率	%	52.89	41.30	
31-40 歲員工流失率	%	25.23	23.60	
41-50 歲員工流失率	%	18.46	13.27	
50 歲以上員工流失率	%	14.01	9.47	
按地區劃分的員工流失比率				
中國內地員工流失率	%	33.54	27.29	
中國香港、澳門及台灣員工流失率	%	0.00	0.00	
其他地區 / 國家員工流失率	%	73.33	83.21	
B2.;SH.50. 健康與安全				
B2.1: 過去三年因工亡故人數及比率		2023	2024	2025
因工亡故人數	人	0	1	0
B2.2: 因工傷損失工作日數				
工傷損失工作日數	天	1,916	2,380	
B3.;SH.50. 培訓與發展				
B3.1: 按性別及僱員類別劃分的受訓員工百分比				
受訓員工百分比	%	100	100	
按性別劃分的受訓員工百分比				
男性	%	72.44	73.38	
女性	%	27.56	26.62	
按僱員類別劃分的受訓員工百分比				
財務人員	%	0.94	1.02	
管理與行政人員	%	10.43	10.55	

指標	單位	2024	2025
生產人員	%	22.39	21.72
銷售人員	%	65.11	65.50
研發人員	%	1.13	1.21
B3.2: 按性別及僱員類別劃分, 每名員工完成受訓的平均時數			
員工人均受訓時長	小時	17.04	19.89
按性別劃分的人均受訓時長			
男性	小時	17.60	20.20
女性	小時	16.49	19.58
按僱員類別劃分的人均受訓時長			
財務人員	小時	14.01	17.91
管理與行政人員	小時	16.12	18.84
生產人員	小時	18.25	20.76
銷售人員	小時	19.37	21.97
研發人員	小時	17.45	20.00
B5. 供應鏈管理			
B5.1: 按地區劃分的供應商數目			
供應商總數	家	245	211
中國內地供應商數量	家	245	211
B6.;SH.47. 產品責任			
B6.1: 已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比			
產品召回次數	次	0	0
B6.2: 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法			
客戶投訴完結數	件	3,768	6,078
客戶投訴完結率	%	99%	99%

指標	單位	2024	2025
B7.;SH55. 反貪污			
B7.1: 貪污訴訟案件			
已審結的發生訴訟的數量	宗	0	0
B7.3: 反貪污培訓			
反商業賄賂及反貪污培訓人數	人	10,985	12,376
B8.;SH40. 社區投資			
捐贈金額	萬元人民幣	3,835.86	2,337.10
志願者活動時間	小時	776	936
志願者活動人數	人	44	94
SH42. 創新驅動			
研發投入	元	62,671,297.90	66,338,402.68
研發人員數量	人	124	150
SH50. 吸納就業、創造靈活就業			
靈活就業崗位	個	6	6

注：東鵬飲料公益基金會獨立運作，捐贈金額不包含東鵬飲料公益基金會對外投入。

釋義索引

釋義項	釋義內容
增鵬、增城基地	廣州市東鵬食品飲料有限公司
徽鵬、安徽基地	安徽東鵬食品飲料有限公司
莞鵬、東莞基地	廣東東鵬維他命飲料有限公司
華鵬、華南基地	廣東東鵬飲料有限公司
桂鵬、南寧基地	南寧東鵬食品飲料有限公司
慶鵬、重慶基地	重慶東鵬維他命飲料有限公司
湘鵬、長沙基地	長沙東鵬維他命飲料有限公司
浙鵬、浙江基地	浙江東鵬維他命飲料有限公司
津鵬、天津基地	天津東鵬維他命飲料有限公司
椰鵬、海南基地	海南東鵬食品飲料有限公司
海鵬、海豐基地	東鵬飲料（集團）股份有限公司海豐雲蓮天然水廠
通泰豐源	通泰豐源食品飲料（深圳）有限公司
中山基地	中山市東鵬維他命飲料有限公司
昆明基地	昆明東鵬維他命飲料有限公司
美國工廠	PITTSTON CO-PACKERS CORP.

意見反饋表

感謝您閱讀《東鵬飲料（集團）股份有限公司 2025 年度可持續發展報告》。為改進東鵬飲料在環境、社會和公司治理等方面的工作，進一步提升公司可持續發展的能力和水平，加強與社會各界的溝通交流，我們衷心地希望您能夠在百忙之中對我們的工作和報告提出寶貴的意見和建議。

您的信息

姓名：..... 聯繫電話：.....

單位：..... 電子郵件：.....

選擇題（請在相應位置打「√」）

- 您對東鵬飲料 2025 年度可持續發展報告的總體評價：

好 一般 待提高 不了解
- 您認為東鵬飲料在客戶服務方面做得如何？

好 一般 待提高 不了解
- 您認為東鵬飲料在科技創新方面做得如何？

好 一般 待提高 不了解
- 您認為東鵬飲料在公司治理方面做得如何？

好 一般 待提高 不了解
- 您認為東鵬飲料在員工隊伍建設方面做得如何？

好 一般 待提高 不了解
- 您認為東鵬飲料在社會公益方面做得如何？

好 一般 待提高 不了解
- 您認為東鵬飲料在環境保護方面做得如何？

好 一般 待提高 不了解
- 您認為東鵬飲料在可持續供應鏈方面做得如何？

好 一般 待提高 不了解
- 您對東鵬飲料在可持續發展工作方面的其他意見？

.....

