



2025 年度 燕京啤酒可持续发展报告

为生活酿造美好 与世界和谐共生



目录

关于本报告	02	未来展望	125
董事长致辞	03	荣誉奖项	126
关于燕京啤酒	04	关键绩效表	128
		指标索引表	137
		审验报告与温室气体核查声明	142
		读者反馈	144



治理篇

夯实治理根基 护航稳健经营

01

深化党建引领	08
践行可持续发展	10
稳健企业治理	22
保障投资人权益	27
防范内控风险	32
坚守商业道德	41



环境篇

践行绿色发展 守护绿水青山

02

强化环境合规管理	46
应对气候变化	49
高效资源利用	60
规范污废排放	70
守护生态系统与生物多样性	74



社会篇

创新赋能发展 责任彰显担当

03

深耕研发创新	77
坚守质量底线	84
打造卓越服务	88
共建可持续供应链	93
严守数据安全	97
保障员工权益	99
心系员工福祉	102
助力职业成长	106
守护健康安全	113
厚植社会责任	121

关于本报告

时间范围



本报告为年度报告，时间跨度为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，为提高报告完整性，部分内容有所延展。

组织范围



本报告内容覆盖北京燕京啤酒股份有限公司及下属公司在环境、社会及治理方面的表现。

称谓说明



为便于表达和阅读，北京燕京啤酒股份有限公司在报告中简称“燕京啤酒”“燕京”“公司”“我们”等。

参考标准



本报告参照全球报告倡议组织（GRI）发布的《可持续发展报告编写标准》、深圳证券交易所《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》、香港证券交易所《环境、社会及管治报告守则》《香港交易所环境、社会及管治框架下气候信息披露的实施指引》、国资委《央企控股上市公司 ESG 专项报告编制研究》、中国酒业协会《酒类企业 ESG 披露指南》等国内外标准及指引编写。

数据说明



本报告所引用的历年数据为最终统计数据，财务数据如与年报有出入的以年报为准；财务数据以人民币为标准，特别说明除外。

语言版本和索取



本报告提供中、英文版本，以电子版形式提供。您可登录深圳证券交易所、巨潮资讯及公司官网获取更多信息。

董事长致辞



燕京啤酒党委书记、董事长

耿超

2025 年，是燕京啤酒圆满收官“十四五”的决胜之年。面对啤酒行业存量竞争下的价值重构与绿色转型浪潮，全体燕京人坚守“为生活酿造美好”的初心使命，将 ESG 理念从“体系化构建”推向“深度化落地”，融入战略决策、生产运营、产业链协同的每一个环节，实现了经营业绩与可持续价值的双向跃升——营业收入与利润总额再创历史新高，用实打实的成果诠释了“二次创业、复兴燕京”的战略定力与责任担当。

这一年，我们以治理升级筑牢 ESG 发展根基，让规范透明成为企业发展的鲜明底色。

我们持续优化公司治理架构，修订《可持续发展（ESG）管理制度》，构建起“董事会决策、委员会统筹、执行层落地”的三级协同治理体系；完善独立董事制度，提升治理专业化水平，董事会及各专门委员会规范运作，定期召开会议审议关键议案，以科学决策护航战略落地。我们坚守合规底线，通过反贿赂管理体系认证，合规培训实现全员覆盖，持续构建“法治、合规、风险、内控”四位一体管理体系，荣获“中国上市公司内部控制最佳实践案例”“上市公司董事会最佳实践案例”，信息披露工作获得监管机构 A 级评级。更以实际行动回馈股东信任，首次实施年度内“双分红”，入选上市公司现金分红榜单，公司 2025 年度利润分配累计每 10 股派发现金红利 3.00 元（含税），现金分红金额总计 8.46 亿元。截至 2025 年 12 月 31 日，公司自上市以来已累计现金分红近 48 亿元，用诚信与责任搭建起与股东共赢的桥梁。

这一年，我们以绿色转型激活可持续发展动能，让生态友好成为产业升级的核心引擎。

我们将绿色低碳贯穿生产全链路，持续扩充绿色工厂矩阵，多家工厂获评国家级、省级绿色工厂，环境管理体系认证覆盖范围进一步扩大；推进分布式光伏项目布局，加大绿电采购力度，可再生能源应用占比稳步提升，碳减排成效显著；实现全厂区二氧化碳回收系统覆盖，持续推进设备改造与工艺优化，减少外购二氧化碳消耗，碳配额管理成效突出；单位产品水耗、电耗、蒸汽耗均实现稳步下降，水资源循环利用与资源综合利用效率持续提升。我们积极应对气候变化，系统识别气候相关风险与机遇，开展碳足迹核算工作，推动全价值链减碳，相关实践入选美丽中国建设实践案例，气候与水安全相关评级稳步提升，用实际行动回应“双碳”目标的时代要求。

这一年，我们以价值共创践行社会责任担当，让共生共赢成为生态构建的核心逻辑。

我们坚守品质初心，深耕研发创新，始终以消费者需求为导向，持续推进产品迭代升级，核心大单品保持高速增长态势，高端新品成功面世，多款产品斩获行业权威奖项，构建起覆盖传统啤酒、精酿、健康化饮品的多元产品矩阵，以高品质供给满足消费者多元需求。我们秉持产业链协同共赢理念，赋能上下游合作伙伴，将 ESG 要求融入供应商管理全流程，开展供应商专项审计与准入评估，推动供应链协同可持续发展；搭建数字化采购管理平台，实现全流程闭环管控，提升供应链效率与韧性，让行业发展红利惠及更多群体。我们视员工为核心资产，始终关注员工发展与权益保障，推出多项专项培训计划，搭建多维度职业晋升通道，打造有温度、有担当的企业内部生态。我们主动担当社会责任，积极助力乡村振兴，组建志愿服务队伍，用点滴行动传递民族品牌的温度与担当。

这一年，我们以行业引领拓宽 ESG 实践边界，让标准共建成产业升级的共同追求。

我们积极参与行业规则制定，主导或参与多项国家、行业及团体标准编制，将自身实践经验转化为行业共同语言，主动分享绿色生产、数字化运营、ESG 治理等实践经验。公司 ESG 绩效获得广泛认可，多项权威评级实现稳步提升，MSCI 评级由 B 调升至 BB，Wind 评级达 AA 级，入选“中国 ESG 上市公司国企先锋 100”“上市公司可持续发展最佳实践案例”，荣获中华环保联合会《美丽中国建设实践案例》等多项荣誉，以标杆力量推动啤酒行业向绿色化、高端化、高质量化转型。

企业的高质量发展，从来都是与环境共生、与社会同行、与所有利益相关方共赢的发展。

燕京啤酒的每一步成长，都离不开各位股东、消费者、合作伙伴、员工及社会各界的信任与支持。面向“十五五”，我们将继续坚守民族品牌初心，秉持长期主义，以 ESG 赋能企业高质量发展，努力成为治理高效、环境友好、社会尽责的行业标杆，与所有利益相关方携手，共赴可持续发展的美好未来，让民族品牌绽放更有温度、更有价值的光彩！

关于燕京啤酒

公司介绍

燕京啤酒 1980 年建厂，1993 年组建集团，1997 年 7 月在深圳证券交易所上市。公司主营业务为啤酒、水、啤酒原料、饮料、酵母、饲料等产品的制造和销售。公司为中国最大啤酒企业集团之一，旗下拥有直接或间接控股子公司 61 家，遍布全国 19 个省市。公司在发展中开创了具有燕京特色的经营模式，形成了以市场优势、产品优势、品牌优势、管理和技术优势为主要内容的核心竞争力，为中国民族啤酒工业的发展做出了贡献。作为民族啤酒工业的领军企业，燕京啤酒在长期的发展过程中始终坚持“质量就是生命”，将企业的工匠文化厚植于每一滴啤酒当中，坚持进行产品结构调整，持续扩大中高档酒占比、优化产品结构、增强竞争力，通过强大品牌、夯实渠道、培育客户、深耕市场、精实运营五大发展路径，不断提升公司运营效果，实现产品升级、市场升级和管理升级。“十四五”时期，公司制定并实施了燕京啤酒的“十四五”发展规划，紧扣“高质量发展”这一主题，以“二次创业，复兴燕京”为主基调，秉承“为生活酿造美好”的使命，以供给侧结构性改革为主线，着力发展新质生产力，深化卓越管理体系建设、实施供应链转型升级、加快推进数字化转型、建立全新研发体系、推进绿色低碳发展，实现更高效、更可持续、更和谐的增长。



企业文化

“热爱有你、燕京有我”是新时期燕京企业文化与价值观的传承与升级，是“十四五”时期企业文化追求的高度凝练，是燕京与消费者沟通、互动的情感诉求，是统一思想、凝聚共识、决战决胜的坚定信心，是驱动燕京企业文化建设与价值观重塑的精神主轴，是推进“二次创业、复兴燕京”，推动高质量发展的文化支撑。“热爱有你、燕京有我”简称“有你文化”，@you 是“有你文化”的专属符号。“你就是我、我就是你”是“有你文化”的融合目标。

“有你文化”的内涵：客户至上的经营理念是“有你文化”的核心思想，包容并蓄的开放心态是“有你文化”的基本态度，唱响主旋律弘扬正能量是“有你文化”的精神主线，有你有我是“有你文化”的责任使命和品质服务的庄重承诺。

燕京啤酒 有你文化

热爱有你 燕京有我

@YOU

幸福有你 @you

运动有你 @you

有你文化

是推进“二次创业、复兴燕京”、推动高质量发展的文化支撑。

“热爱有你、燕京有我”是新时期燕京企业文化与价值观的传承与升级，是“十四五”时期企业文化追求的高度凝练，是燕京与消费者沟通、互动的情感诉求，是统一思想、凝聚共识、决战决胜的坚定信心，是驱动燕京企业文化建设与价值观重塑的精神主轴。

核心思想

客户至上的经营理念是“有你文化”的核心思想。

燕京啤酒要积极落实国企深化供给侧结构性改革的要求和责任担当，不断优化产品结构，着力提高产品质量，积极创新细分品类，不断为客户创造价值。“有你文化”代表着燕京人对产品精益求精的目标追求，忠实地为消费者提供高品质的产品、高质量的服务，不断满足人民群众对生活的美好向往。

基本态度

包容并蓄的开放心态是“有你文化”的基本态度。

燕京要以开放包容的心态兼收并蓄、博采众长、创新实践，链接千千万万个不同地域、不同年龄、不同兴趣爱好、不同人生状态、不同价值主张的你，共同表达对美好生活的不懈追求。“热爱有你”“奉献有你”“奋斗有你”“追梦有你”“幸福有你”“决战有你”……全面塑造符合燕京特色的、开放的、互动的、包容的“有你文化”系列。

精神主线

唱响主旋律弘扬正能量是“有你文化”的精神主线。

新时期燕京人要坚定理想，不忘初心，肩负起振兴民族啤酒工业的责任和使命，弘扬社会主义核心价值观，传播社会正能量，引领新时代燕京人坚定信心，奋发向上。因为有了你的奉献、坚定和力量，燕京明天更美好更闪亮，为每一名努力奋斗的燕京人自豪和骄傲，前进路上“有你的燕京”、“你的世界”。

庄重承诺

有你有我是“有你文化”的责任使命和品质服务的庄重承诺。

有你文化是新时期凝聚我们燕京人信心和力量，唤醒焕发新时期燕京人新精神新状态，增强燕京人突破自我，不断向上的使命感、责任感，并且把这种精神和文化不断凝练升华成燕京人、燕京品牌、燕京文化的新内涵。千千万万个“你”为了美好生活而奋发有为，千千万万个“我”为了酿造出好啤酒而努力向前，全力达成成为生活酿造美好的企业愿景。

融合目标

“你就是我、我就是你”是“有你文化”的融合目标。

你是千千万万个你，你中有我，我中有你，燕京造就你，你造就燕京，你守护我，我守护你，我们就是彼此，乘众人之智，用众人之力，有你有我，攻必克战必胜，携手同行，不断向前，迈进有你的新时代。

“有你文化”专属 LOGO

形成了“有你文化”品牌

形成定制化 LOGO，形成统一的品牌文化标识，在潜在用户群中形成特异化的认知，强化传播效果。



使命

为生活酿造美好

愿景

成为值得信赖的具
有行业竞争力的民
族啤酒品牌

价值观

客户至上 改革图强
自我批判 价值兴业

有你文化的内涵



有你文化的意义

传承与升级

新时期燕京企业文化与价值观

高度凝炼

“十四五”时期企业文化追求

文化支撑

推进“二次创业 复兴燕京”推动高质量发展

坚定信心

统一思想 凝聚共识
决战决胜

精神主轴

驱动燕京企业文化
建设与价值观重塑

情感诉求

燕京与消费者
沟通互动

为生活酿造美好 与世界和谐共生

治理篇

夯实治理根基 护航稳健经营

08

深化党建引领

10

践行可持续发展

22

稳健企业治理

27

保障投资人权益

32

防范内控风险

41

坚守商业道德

燕京啤酒始终坚持党的全面领导，持续完善现代企业制度与可持续发展治理体系，通过规范治理运作、强化内控合规、保障投资者权益、严守商业道德，不断夯实治理根基、提升治理效能，为企业高质量稳健经营与长期可持续发展提供坚强保障。



深化党建引领

燕京啤酒以“燕京红燕”党建品牌为引领，聚焦政治建设、思想教育、组织建设、党风廉政建设、宣传引导、统战群团、文化建设等方面精准发力，坚持围绕发展抓党建、抓好党建促发展，持续推动党建工作与生产经营深度融合，以高质量党建引领企业高质量发展。

公司构建标准化党建体系，实现党建工作从源头到末梢的全链条规范，有效提升舆情监测预警、阵地排查管控、内容审核把关的系统化与专业化水平，切实将制度优势转化为治理效能，为公司发展营造清朗稳定、安全可控的意识形态环境。

2025 年，公司围绕党建融入公司治理、强化思想教育、坚持党管人才、实行“揭榜挂帅”等重点工作持续发力，通过落实党委前置研究讨论程序、搭建三级理论学习体系、组建“燕京红燕”宣讲团、推行“揭榜挂帅”机制、强化党风廉政教育，同步抓实统战群团、宣传引导、文化建设与职工服务等工作，进一步筑牢政治根基、凝聚发展合力。

党建亮点举措

完善“燕京红燕”党建品牌建设

- 落实党委前置研究讨论程序，全年召开党委会 24 次、研究讨论议题 280 余个，强化对“三重一大”事项的集体研究与科学决策。
- 扎实推进 61 家子公司党建入章规范化更新工作，进一步明确党组织在公司治理结构中的法定地位，夯实党建引领治理的制度基础。
- 构建三级理论学习体系，创新打造“燕京红燕”党建公众号线上宣传阵地、“红燕讲堂”线下学习平台，依托宣讲团开展分层分类宣讲，推动党的创新理论入脑入心，凝聚全员改革发展共识。
- 推行“揭榜挂帅”攻坚模式，充分发挥党员先锋模范带头作用与党建引领作用，推动企业改革变革重点项目按期落地、高效推进。
- 构建“1+N”党建品牌矩阵，指导各基层党组织结合实际探索创立党建子品牌，梳理打造优秀典型案例，推动基层党建提质增效。

强化党务工作者队伍建设

- 实行持证上岗原则，构建“推荐—审查—考核—持证”闭环选用体系，严把党务工作者入口关，全年共完成 14 名预备党员接收、17 名预备党员转正工作，夯实基层党组织队伍根基。
- 实施考核激励机制，组织开展党务技能大比武和党务工作者基本功大赛，评选表彰“优秀党务工作者”，营造“比学赶超”的浓厚氛围，切实提升整体党建工作水平。
- 组织实施“党员轮训”计划，累计覆盖 1,500 人次；开展“红色引擎”专题培训，围绕全面从严治党、党建品牌建设、“有你文化”及 AI 赋能等核心内容开展专题授课，提升党务队伍专业素养。
- 开展“党员作风建设年”活动，组织集中学习、专题讨论和公开承诺，919 名党员确立 997 项承诺事项；评选 293 名“党员先锋岗”，推选 2 名顺义区“国企创新之星”，树立先锋标杆、弘扬优良作风。

落实“红色引擎 创新驱动”活动

- 开展专题培训、讨论交流、选树典型等系列活动，引导党员领导干部、党员骨干在优化创新、技术攻坚、降本增效、绿色发展等关键领域打头阵、当先锋，以党建赋能业务创新与生态建设。

燕京啤酒举办“红色引擎”2025 年度党务专题培训班

案例

为提升党务人员整体素养，2025 年 9 月，公司在顺义区委党校举办“红色引擎”党务专题培训班，79 名党务工作者参与培训。培训涵盖全面从严治党、党建品牌建设、AI 赋能等内容，邀请专家授课，组织学员参观抗日战争纪念馆、开展“电影党课”，并与燕京漓泉公司党委等分享“燕京红燕”党建经验。通过开展结构化研讨和党务技能大赛，党务干部的理论与实践能力得到有效提升，推动党建与业务深度融合，为公司高质量发展注入动力。



燕京啤酒各级党组织积极开展“七一”系列主题活动

案例

2025 年 7 月，在庆祝中国共产党成立 104 周年之际，公司各级党组织广泛开展丰富多彩的“七一”系列主题活动，激励广大党员干部永葆政治本色、勇担时代使命与环保责任。公司总部举办“庆七一·燕京好风气”职工宣讲活动，以身边人讲身边事凝聚发展合力与绿色发展共识；下属各分子公司组织召开七一表彰暨半年总结大会、走访慰问老党员、参观红色教育基地、开展环保志愿活动等主题党日，引导党员干部从党史中汲取奋进力量，强化理想信念、党性修养与生态环保意识，为企业发展凝聚强大精神动力。



本年度，公司在党建文化塑造、品牌建设、宣传推广等方面取得显著成效。“有你文化”成果获第十六届全国企业文化成果一等，“燕京红燕”党建品牌荣获北控集团优秀党建创新项目奖并入选第二届北京企业党建优秀案例，工会作品《让纳豆回家》获北京市总工会 2025 年度“网聚职工正能量 争做中国好网民”主题活动网络正能量微视频一等奖，相关经验文章在《北京支部生活》《劳动午报》《工会博览》等多家权威媒体平台宣传推广。



“有你文化”成果获第十六届全国企业文化成果一等



工会作品《让纳豆回家》获 2025 年度“网聚职工正能量 争做中国好网民”主题活动网络正能量微视频一等奖

践行可持续发展

燕京啤酒坚持将可持续发展理念深度融入整体发展战略，持续健全可持续发展战略规划与顶层设计，构建“四梁八柱”系统性支撑体系，推动企业可持续发展工作从被动合规向主动引领转型升级，确保各项工作规范有序、有据可依，与各利益相关方携手共进、协同发展。

治理

为保障公司可持续发展目标深度融入日常运营、推动理念与行动系统落地，燕京啤酒构建了完备的可持续发展治理架构，清晰界定各议题职能分工，目前已完成 28 项可持续发展议题的全面认领与责任落地。公司建立决策层、管理层、执行层三级协同治理体系，由董事会负责重大事项决策，可持续发展（ESG）委员会统筹推进，各主责部门专项落实，形成权责清晰、高效协同的可持续发展管理机制。

2025 年，公司新制定《可持续发展（ESG）管理制度》，将原《环境、社会及公司治理（ESG）发展委员会工作细则》升级为《可持续发展（ESG）委员会工作细则》并修订部分条款，使公司的可持续发展工作有据可依，与时俱进。



燕京啤酒可持续发展治理架构



本年度，公司董事会及可持续发展 (ESG) 委员会均积极履行职责，参与相关工作的审议、批准及推进等工作。董事会审议通过《2024 年度可持续发展报告》《关于修改〈可持续发展 (ESG) 管理制度〉》议案。可持续发展 (ESG) 委员会召开 5 次会议，审议并通过《2024 年度可持续发展报告》《可持续发展 (ESG) 管理制度》《燕京啤酒的减碳转型实践探索》《2025 年绿色行动报告》等 7 项与公司可持续发展相关的议案。

战略

立足“十四五”圆满收官与“十五五”布局起步的关键节点，公司在既有 ESG 战略基础上制定公司“十五五”可持续发展战略，将可持续发展理念深度融入企业顶层设计与全价值链运营，以“可持续发展”为牵引，致力于在企业高质量发展与环境、社会、治理等关键议题之间实现更均衡、更高效、更长期的协同促进。

燕京啤酒可持续发展愿景

以卓越引领可持续未来

燕京啤酒可持续发展使命

为生活酿造美好 与世界和谐共生

愿景

以卓越引领可持续未来

使命

为生活酿造美好 与世界和谐共生

战略支柱

变革引领发展

- 公司治理
- 可持续发展管理
- 反商业贿赂和反贪污
- 商业道德和反不正当竞争
- 投资人权益保护
- 风险与内控
- 稳健经营及税收

创新共筑美好

- 产品研发与创新
- 产品质量与安全
- 优质客户服务
- 供应链管理
- 数据安全与隐私保护

绿色播种希望

- 环境合规管理
- 应对气候变化
- 能源管理
- 水资源利用
- 原材料及包装物管理
- 污染物排放
- 废弃物处理
- 循环经济
- 生态系统及生物多样性保护

协同创造未来

- 平等雇佣
- 员工发展与培训
- 职业健康与安全
- 员工关爱

责任彰显价值

- 参与社会贡献
- 助力乡村振兴
- 负责任营销与倡导理性饮酒

核心议题

SDGs



开展尽职调查并锚定重要性议题

2025 年度，经对外部环境及企业发展阶段的系统研判，燕京啤酒延续 2024 年企业重要性议题的识别结果，保持 28 个与燕京啤酒相关的可持续发展议题。围绕这 28 个议题、以双重重要性评估为指引，由公司各利益相关方及外部专家共同打分，进行系统识别。

环境

- 环境合规管理
- 应对气候变化
- 能源管理
- 水资源利用
- 原材料及包装物管理
- 污染物排放
- 废弃物处理
- 循环经济
- 生态系统及生物多样性保护

社会

- 产品质量与安全
- 产品研发与创新
- 优质客户服务
- 负责任营销和倡导理性饮酒
- 供应链管理
- 数据安全与隐私保护
- 平等雇佣
- 员工发展及培训
- 职业健康与安全
- 员工关爱
- 助力乡村振兴
- 参与社会贡献

治理

- 公司治理
- 可持续发展管理
- 反商业贿赂和反贪污
- 商业道德和反不正当竞争
- 投资人权益保护
- 风险与内控
- 稳健经营及税收

重要性议题判定过程

步骤 1：背景分析与议题清单建立

基于公司 ESG 管理水平，依据《指引》、全球报告倡议组织可持续发展报告标准（GRI Standards）等国内外主流 ESG 标准与规则，参考主流 ESG 评级要求，结合优秀同业对标分析结果，识别出 28 项重要性议题，组建题库。

步骤 2：重要性分析

2-1 影响重要性评估

按照正面或负面、实际或潜在两个维度对议题进行影响类型判断，以确定不同议题的评估维度。

通过专家评分的方式对影响发生的可能性、影响范围和影响的不可补救性进行评估，通过利益相关方对公司的影响程度进行打分。

2-2 财务重要性评估

公司内部高级管理者、财务部门专家与 ESG 专家围绕风险和机遇发生的财务影响程度进行评估。

步骤 3：双重重要性评估分析

对影响重要性与财务重要性评估结果进行量化分析，通过矩阵形式呈现各议题整体的重要性优先级，得分在 5 分以上的被视为具有重要性。

燕京啤酒共识别出 19 个具有重要性的议题，其中，18 个对企业有影响重要性，7 个对公司有财务重要性，6 个对公司兼具影响重要性和财务重要性，对于有财务重要性的议题，公司着重管理，开展具体的治理、战略、指标和目标管理，对于暂时未被纳入双重重要性的议题，公司在日常工作中也将持续关注。

2025 年度双重重要性议题矩阵

● 环境议题 ● 社会议题 ● 治理议题



进行重要性议题影响、风险和机遇识别

针对财务重要性议题，公司开展了影响、风险和机遇识别，并在对应行动中融入相关影响、风险和机遇的应对。

财务重要性议题影响、风险与机遇表（1/3）

议题		环境合规管理	应对气候变化
影响分析	影响类型	潜在负面	实际负面 潜在负面
	影响描述	公司严格遵循环境相关法律法规要求，制定公司环境管理制度，指导公司环境管理工作，尽量有效减少公司生产运营对周边环境的影响	公司化石能源使用排放的温室气体如果不加管控，可能会加剧气候变化 公司通过有效的能源管理、能源替代、节能减排技术研发等，可以减少对气候的影响 公司带动价值链一起行动，可能减缓气候变化
	影响范围	企业运营 价值链下游	价值链上游 企业运营 价值链下游
风险与 / 或 机遇分析	类型及描述	风险 公司不积极开展环境合规管理，可能会面临罚款	风险 + 机遇 公司不积极开展应对气候变化行动，长期可能无法满足行业标准及监管要求，造成直接经济损失 公司积极开展应对气候变化行动，探索新能源使用、开发新产品，可能获得新的发展机遇
	影响周期	短期 中期 长期	短期 中期 长期

财务重要性议题影响、风险与机遇表 (2/3)

议题		产品研发与创新	产品质量与安全	职业健康与安全
影响分析	影响类型	实际正面	实际正面 潜在负面	实际正面 潜在负面
	影响描述	公司根据市场需求开发新产品，可以满足消费者多元需求，并带动行业发展	公司通过质量管控等措施，销售高质量、安全的产品，可以保障消费者健康安全 不健康的产品流向市场，可能会给消费者带来健康安全风险	公司关注员工及承包商等合作伙伴的健康安全，通过开展健康安全风险评估、健康安全文化打造等方式，可以保证所有人员的健康安全 如公司未有效管控健康安全风险，可能会造成包含员工及承包商在内的工作人员健康安全的伤害
	影响范围	价值链上游 企业运营 价值链下游	企业运营 价值链下游	价值链上游 企业运营
风险与 / 或 机遇分析	类型及描述	机遇 公司积极开发符合消费者需求的产品，可以吸引更多消费者，不断提升营收	风险 + 机遇 公司提供健康安全、高质量的产品可以获得消费者信任，增强消费者黏性 公司出现产品质量安全事件可能损害公司形象，导致公司产品滞销	风险 员工及承包商健康安全事件可能会导致直接经济损失，并进一步导致公司舆情和股价下跌等情况
	影响周期	短期 中期 长期	短期 中期 长期	短期 中期 长期

财务重要性议题影响、风险与机遇表 (3/3)

议题		可持续发展管理	投资人权益保护
影响分析	影响类型	实际正面	潜在正面 潜在负面
	影响描述	公司推行可持续发展战略，可以推动企业和社会的良性共进	公司尊重投资人权益，积极履行管理及信息披露义务，可以确保公司合规稳健运营，为投资者创造更多收益 公司发生相关的不正当行为可能会对股价造成影响，给投资人造成损失
	影响范围	价值链上游 企业运营 价值链下游	企业运营 价值链下游
风险与 / 或 机遇分析	类型及描述	机遇 企业积极开展可持续发展管理，可以让企业提前布局，增强抗风险能力，获得中长期发展机遇	风险 + 机遇 公司积极开展投资人权益保护工作，可以获得更多投资 公司产生损害投资人权益的行为可能导致股价下跌
	影响周期	短期 中期 长期	短期 中期 长期

影响、风险和机遇管理

公司对重要议题实行专项部门负责制，由专属团队统筹推进与闭环跟进，并为相关责任部门提供配套学习资源与能力建设支持，持续提升 ESG 专业管理水平。同时，公司积极与各利益相关方开展常态化沟通，主动传递 ESG 实践成效，广泛倾听诉求与建议，及时识别并防范潜在风险，实现稳健运营与价值共创。

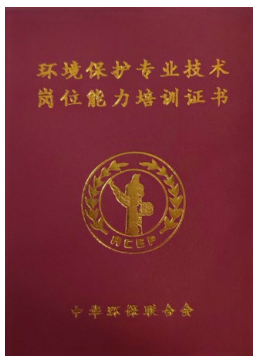


培育 ESG 文化

公司注重 ESG 专业化能力体系构建，推动治理体系从“框架搭建”向“能力深化”进阶。公司构建“线上+线下”培训矩阵，线下组织高管及职能小组集中学习，强化履责能力；线上通过“燕京商学院”平台上线 ESG 专题课程，覆盖 ESG 概念、气候应对、信息披露等主题。同时，开展绿色出行倡议、碳管理主题赛等活动，推动“人人参与 ESG”的文化渗透。

顶层管理人员培训

- 公司可持续发展（ESG）委员会核心成员徐月香女士于 2024 年获得全国工商联人才交流服务中心颁发的“高级注册 ESG 分析师认证”证书，2025 年 10 月再次获得中华环保联合会颁发的环境保护专业技术岗位能力培训证书，同时具备 ESG 议题的统筹管理及环境风险隐患排查及处置岗位能力。



ESG 直接执行层培训

- 董事会办公室相关成员积极参与中国上市公司协会、行业专业咨询公司组织的 ESG 专题培训，涵盖披露合规、应对气候变化、ESG 评级等多项议题。
- 其他环境、社会、治理小组成员定期参与可持续发展专题培训，本年度涵盖应对气候变化、ESG 政策趋势等相关主题。

全员培训

- 公司面向全员开展 ESG 通识性培训，且相关课程上线线上学习平台，供全体员工随时观看学习。

燕京啤酒开展“热爱有你，ESG 有我”优秀团队及个人评选活动

案例

2025 年度，公司组织开展“热爱有你，ESG 有我”优秀团队及个人评选活动，评选方向涵盖 ESG 领域节能减排举措、社会责任、公司治理机制优化等项目；评审委员会严格遵照创新性、实践成效等五大评分标准进行综合评分，最终评选出 2025 年度 ESG 卓越贡献团队、ESG 实践先锋。借由本次评选，公司号召全体员工以先进为榜样，主动担当、积极作为，以更大热情参与 ESG 工作，以实际行动助力公司可持续发展。

关键绩效	单位	2025 年
董事接受持续专业发展培训（企业治理及 ESG 主题）的总时长	小时	14
董事人均接受持续专业发展培训（企业治理及 ESG 主题）时长	小时	2
董事、高级管理层接受 ESG 培训次数	次	5
董事、高级管理层 ESG 培训覆盖率	%	100

开展利益相关方沟通

燕京啤酒始终高度重视与各利益相关方的良性互动，构建多维度、常态化的沟通机制。公司结合不同利益相关方的核心关切，灵活运用专题研讨、意见反馈、线上互动平台等多元渠道，精准对接各方期待，广泛吸纳意见建议。同时通过线上线下相结合的方式，实现信息及时、高效、透明传递，形成开放包容、双向互动的利益相关方沟通体系，为可持续发展提供坚实支撑。

主要利益相关方	关注议题	沟通方式及渠道
 <p>政府部门及监管机构</p>	环境合规管理 应对气候变化 能源管理 水资源利用 原材料及包装物管理 产品质量与安全 稳健经营及税收 参与社会贡献 助力乡村振兴	领导及主管部门视察 合规巡查及检查 论坛、会议及研讨会 日常政策宣贯与执行
 <p>股东和投资者</p>	公司治理 可持续发展管理 风险与内控 投资人权益保护 商业道德 产品研发与创新	股东会 投资者交流会 网上业绩说明会 深交所互动易问答 投资者热线 公司调研 电话咨询 电子邮件 定期报告及官网信息披露

主要利益相关方	关注议题	沟通方式及渠道
 <p>客户</p>	产品质量与安全 优质客户服务 负责任营销和倡导理性饮酒 产品研发与创新 数据安全与隐私保护 生态系统及生物多样性保护	客户满意度调查 邮件与日常电话沟通 客户邮箱 回应客户投诉 客户拜访
 <p>合作伙伴</p>	产品质量与安全 供应链管理 反商业贿赂和反贪污 商业道德和反不正当竞争	现场审计 采购流程 绩效评估 与业务伙伴定期沟通（如电邮、会议）
 <p>员工</p>	平等雇佣 员工发展与培训 职业健康与安全 员工关爱	培训及入职培训 电子邮件及意见箱 定期会议 员工表现评估 员工活动
 <p>社区及公众</p>	污染物排放 废弃物处理 生态系统及生物多样性保护 参与社会贡献 助力乡村振兴 负责任营销和倡导理性饮酒	电子邮件 电话 公司公告 社交网络平台 公司网站 社交媒体 慈善捐赠 志愿服务 社区活动

通过全链条 ESG 治理实践，公司实现了环境绩效、社会价值、治理能力与经济效益的系统性提升，并荣获多个奖项及评级认可。

Wind	AA	
华证	A	
商道融绿	A	
MSCI	BB	
CDP 评分	气候变化 B	水安全 B

奖项（部分）

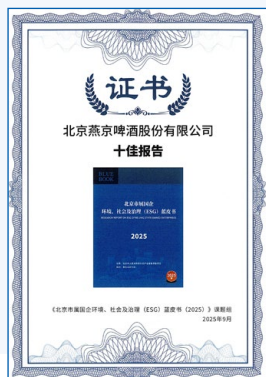
生态环境部 入选 2025 年企业 ESG 案例征集活动潜力案例名单	北京市国资委、天津市国资委、河北省国资委及有关单位 北京市属国有控股上市公司十佳报告	中央广播电视总台 中国 ESG 上市公司国企先锋 100
中国上市公司协会 2025 上市公司可持续发展最佳实践案例	中国酒业协会 2024 年度酒业 ESG 榜单——公司治理突出案例	中华环保联合会 2025 年《美丽中国建设实践案例》（第一批）—美丽工厂实践案例
商道融绿 入选《行稳致远：中国企业 ESG 领先者报告 2025》	第六届品牌创新发展大会 (BIDC2025) 海诺奖 -2025ESG 实践榜样	
观察者网 最佳 ESG 实践奖	思盟企业社会责任促进中心 520 社会责任日优秀案例	



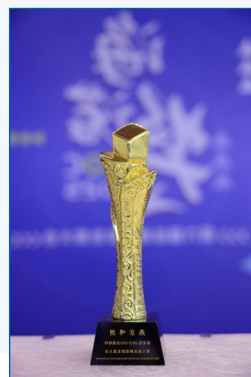
中国上市公司协会 2025 年上市公司可持续发展最佳实践案例



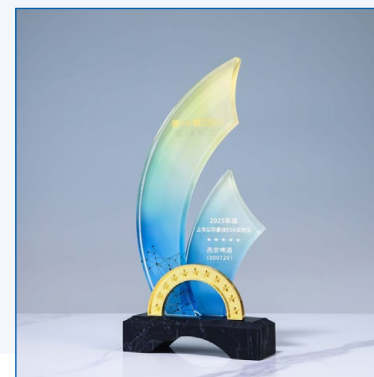
《北京市属国企环境、社会及治理 (ESG) 蓝皮书 (2025)》
课题组 - 十佳报告



海诺奖 - 2025 ESG 实践榜样



价值在线 2025 年度上市公司最佳 ESG 实践奖



指标与目标

华证 ESG 评级认可



520 社会责任日优秀案例



公司治理制度



目标

根据法律法规、监管政策更新，及时修订完善公司治理制度，确保治理运作合规有效。

2025 年完成情况

已完成

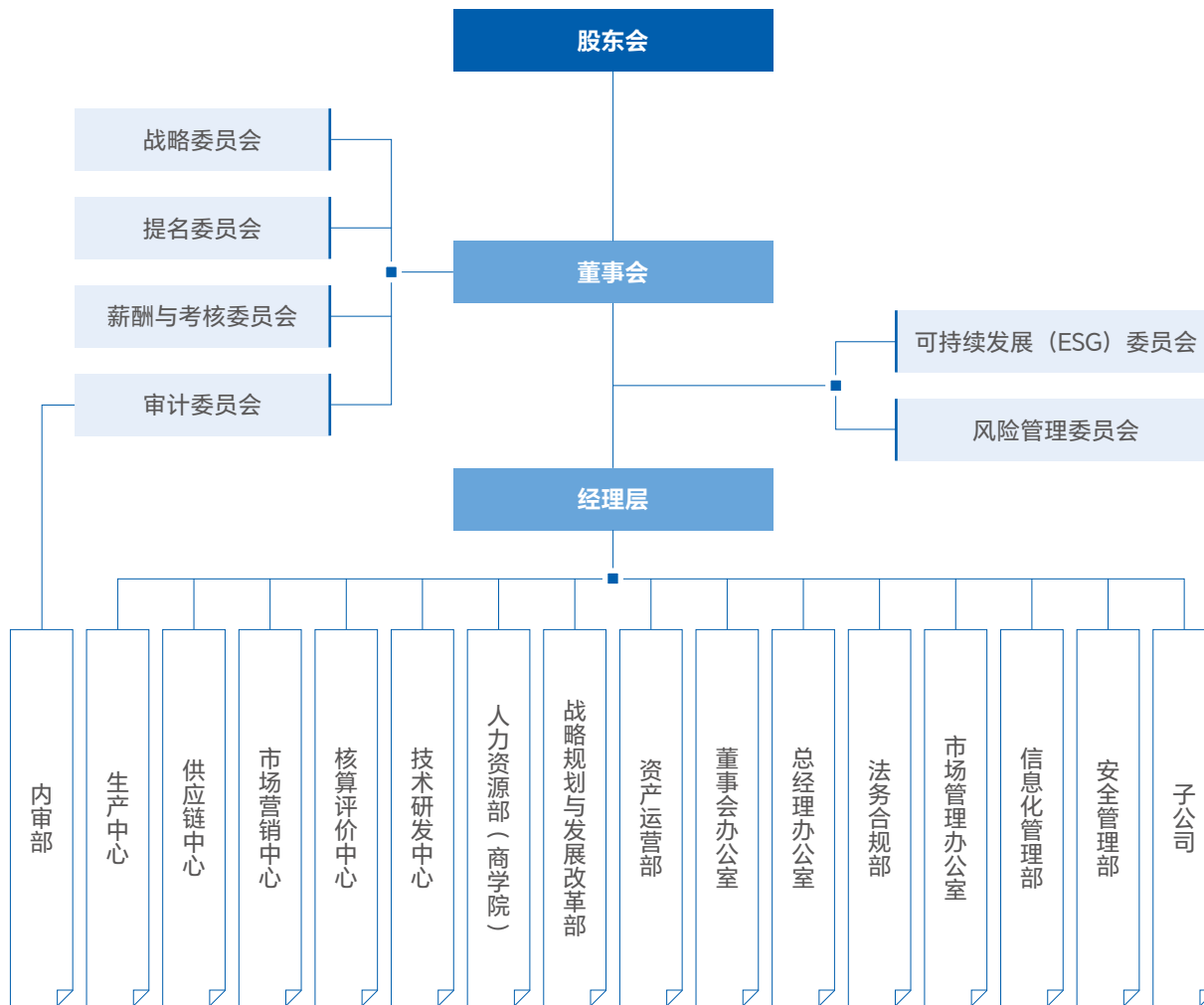
稳健企业治理


燕京啤酒持续完善现代企业治理机制，从组织架构、决策运行、团队建设、绿色合规等方面系统提升治理效能，明晰各治理主体权责边界，推动治理运行更规范、更高效、更科学，兼顾经营发展与生态保护，为企业持续健康发展提供坚实保障。

治理体系

燕京啤酒依据《中华人民共和国公司法》《关于新〈公司法〉配套制度规则实施相关过渡安排》《上市公司章程指引》等法规制度，持续健全“1+M+N”制度体系，构建以党组织为领导核心，股东会为最高权力机构，董事会科学决策，经理层依法合规经营，审计委员会行使监督职能，各专门委员会协同支撑决策的现代公司治理结构。


2025 年，公司持续优化治理架构，根据最新法律法规及公司发展实际，审议通过《关于调整专门委员会组成人员的议案》，完成内部治理机构与任职人员调整：将原“环境、社会及公司治理（ESG）发展委员会”更名为“可持续发展（ESG）委员会”；深化监事会改革工作，相关职权由董事会审计委员会行使，同步废止相关制度，推动治理结构更加精简高效、权责清晰。






股东会

- 公司最高权力机构，依法行使职权，赋予董事会经营决策权



董事会

- 负责公司经营决策，下设战略、提名、薪酬与考核、审计等专门委员会；
- 各委员会分工明确、协同联动，为战略制定、人才选用、薪酬考核、风险防控及可持续发展提供专业支撑



经理层

- 统筹生产中心、供应链中心等职能部门，覆盖研发、生产、市场、人力等全运营流程，实现专业化分工与高效协同

专门委员会	核心职责	人员构成
战略委员会	研究拟定中长期发展战略；审核重大投资、并购、资本运作项目	耿超、郭晓川、谢广军、刘翔宇、周建
审计委员会	监督财务报告、内控与审计；审核关联交易、合规风控	刘景伟、周建、郭晓川
薪酬与考核委员会	制定董事及高管薪酬与考核方案；组织考核并提出建议	周建、郭晓川、刘景伟
提名委员会	拟定董事、高管选任标准与程序；推荐董事、高管人选	郭晓川、周建、谢广军
可持续发展（ESG）委员会	制定 ESG 战略与目标；审核 ESG 报告、督导 ESG 风险合规	耿超、谢广军、郭晓川、徐月香、周建
风险管理委员会	统筹、指导风险管理工作；对风险管理状况及效果进行监督和评价	耿超、谢广军、严峻、徐月香、郭晓川



凭借规范高效的治理实践，2025 年公司荣获中国上市公司协会“上市公司董事会最佳实践案例”“2025 上市公司董事会办公室最佳实践”、证券时报“第十九届主板上市公司价值百强”等多项荣誉。

燕京啤酒获

“2025 年度上市公司董事会最佳实践案例”



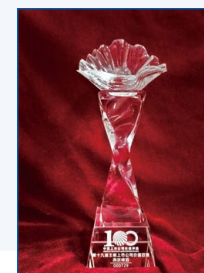
燕京啤酒获

“2025 年度上市公司董事会办公室最佳实践”



燕京啤酒获

“第十九届主板上市公司价值百强”



燕京啤酒入围

金圆桌奖

公司入围名单 (按股票代码排序)	
股票代码	公司名称
000001	平安银行
000715	中兴商业
600775	东 方
000729	燕京啤酒
000731	四川美丰
000748	中航西飞
603513	鼎泰生物

数据来源：深圳价值在线

徐月香女士获

“第十九届中国上市公司阳光董秘”



徐月香女士获

“2025 年上市公司董事会秘书履职评价 5A 评级”



规范运作

燕京啤酒严格遵循法律法规与监管要求，持续完善现代企业制度，不断提升治理规范化、科学化与专业化水平，为公司高质量发展提供坚实保障。公司定期开展董事会整体有效性评估，持续优化治理结构、提高决策质量，保障长期稳健运营。

人员遴选

公司建立了规范透明的选拔与聘任机制，持续优化治理结构，并严格遵循任免程序。董事（不含职工董事）由董事会提名、股东会选举产生，职工董事由职工代表大会选举产生；总经理及其他高管由董事长提名，经董事会审议后聘任。

在董事及高级管理人员的提名与遴选过程中，公司充分听取股东及利益相关方的意见，综合考虑人员多样性、独立性和专业胜任能力，要求候选人完整填报相关声明及履历材料，独立董事候选人须经深圳证券交易所审核通过后，方提交董事会和股东会审议，确保选聘过程规范透明。

董事会建设运行管理

燕京啤酒持续强化董事会独立性建设，严格依据《中华人民共和国证券法》《上市公司独立董事管理办法》《深圳证券交易所股票上市规则》等监管要求，修订完善《独立董事工作制度》《独立董事年报工作制度》《独立董事专门会议工作制度》等相关制度，进一步规范独立董事履职流程与运行机制。独立董事在享有一般职权的基础上，依法独立行使特别职权，如聘请中介机构、提议召开董事会及股东会、发表独立意见等。公司通过专门会议机制、保障知情权、提供工作条件和承担履职费用，确保独立董事高效履职。

董事会人数

7人

独立董事占比

57.14%

为持续推进公司治理规范化建设，公司进一步强化董事会的规范运作及各专门委员会的履职效能。年内公司共召开董事会6次、股东会2次，重点审议公司战略规划、重大业务决策、风险管理、内部控制及可持续发展等关键事项，所有议案均依规审议通过，各次会议组织规范、程序完备、审议高效。战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会全年共召开会议11次，各委员会各司其职、规范运行，有效提升公司决策科学性与治理水平。

关键绩效	单位	2025年
董事会召开次数	次	6
董事会审议议案	项	91
董事董事会出席率	%	100
股东会召开次数	次	2
股东会审议议案	项	25
股东会会议参加人数	人	1,183
战略委员会会议次数	次	1
审计委员会会议次数	次	6
薪酬与考核委员会会议次数	次	2
提名委员会会议次数	次	2

董事会多元化建设

公司持续推进董事会多元化建设，着力构建背景多元、经验互补、视角广泛的决策团队。董事年龄结构合理，覆盖 30-50 岁及 50 岁以上各年龄段；专业背景涵盖风险管理、财务、法律、工商管理等领域，整体结构均衡、专业互补，为科学决策提供坚实支撑。

31-50 岁董事比例 51 岁及以上董事比例

14.29% **85.71%**

董事会有效性评估

燕京啤酒董事会及各委员会每年开展一次有效性自我评估，根据《董事会议事规则》《公司章程》等对成员的专业背景、性别多元化、任职年限、董事会及各委员会会议的出席与参与情况等开展评估，并对独立董事开展独立性评估。

关键绩效	单位	2025 年
董事会成员的平均任期	年	4.7
独立董事任期超过 6 年的人数	人	0
独立董事任期超过 9 年的人数	人	0
审计委员会独立董事占比	%	100
薪酬与考核委员会独立董事占比	%	100
提名委员会独立董事占比	%	66.67

薪酬管理

燕京啤酒建立差异化的董事及高级管理人员薪酬体系，薪酬结构包括基本年薪、绩效年薪及福利性收入，通过长效激励机制引导管理层聚焦企业长期价值创造。董事及高管薪酬事项由股东会采用现场表决与网络投票相结合的方式审议决策。公司建立薪酬追回与约束机制，对因履职不当造成重大损失、声誉损害或存在违法违规违纪行为的相关责任人，按规定扣减或追索绩效薪酬，强化责任约束。同时，公司将环境保护、安全生产等 ESG 关键指标纳入管理层绩效考核并与薪酬直接挂钩，推动可持续发展战略落地见效。

股权变动管理

公司根据《中华人民共和国证券法》《上市公司股东减持股份管理暂行办法》《上市公司董事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等规章制度，制定《董事、高级管理人员所持公司股份及其变动管理制度》，规范董事和高级管理人员的持股变动行为，防范内幕交易与绕道减持行为等违规风险，进一步提升公司治理透明度。

股票质押比例

0%

总股本

281,853.93 万股

高管持股份数

2.40 万股



保障投资人权益

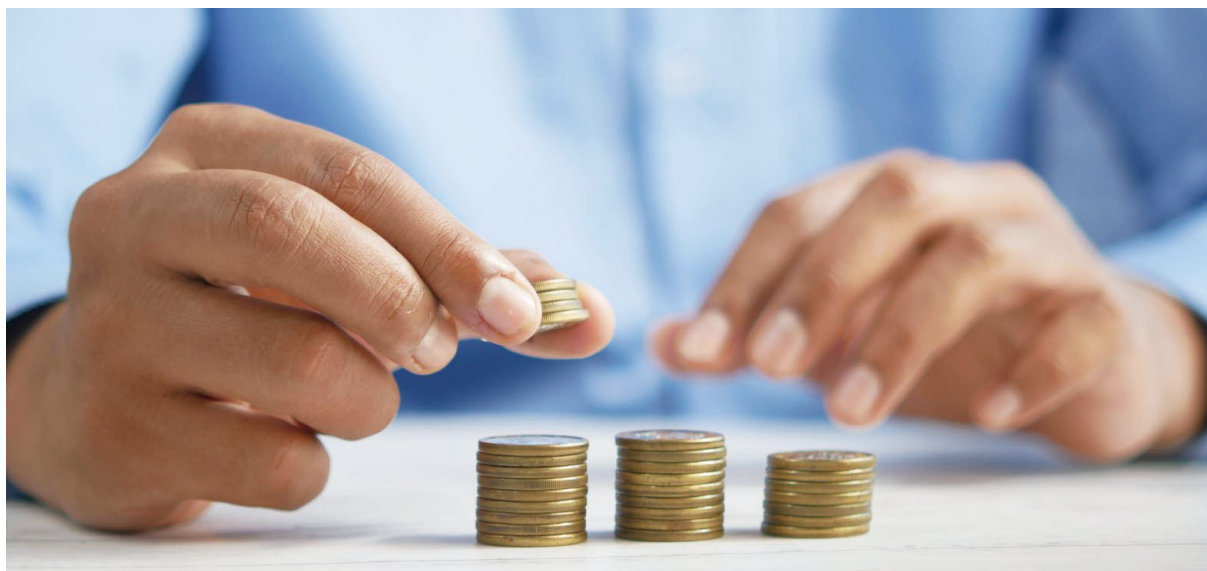
投资者权益保护是上市公司稳健发展的重要基石。燕京啤酒严格遵守资本市场法律法规，以保障投资者知情权、参与权、收益权为核心，构建制度完善、沟通顺畅、披露规范的投资者关系管理体系，持续优化投资者服务，强化权益保护与风险防控，树立了良好的资本市场形象。

治理

燕京啤酒严格依据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司投资者关系管理工作指引》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规要求，制定《投资者关系管理制度》《股东会议事规则》，遵循合规、平等、诚实守信、高效低耗的原则，规范与投资者、媒体及监管机构的沟通交流，从内部决策程序与外部沟通机制两个层面，为股东权利行使提供坚实的制度保障。

公司明确各主体在投资者关系管理中的职责分工，确保沟通渠道畅通、工作落实到位，切实保护投资人权益。

责任主体	核心职责
董事长	作为第一责任人，督促提升公司投资价值的制度完善与工作落实
董事会秘书	作为主要负责人，统筹协调投资者关系管理和信息披露相关工作，畅通沟通渠道
董事和高级管理人员	积极参加各类投资者关系活动，加强与投资者的沟通交流，依法保障全体股东（尤其是中小投资者）的知情权、参与权、决策权与收益权
董事会办公室	作为投资者关系管理职能部门，承担日常投资者关系管理事务



战略

燕京啤酒高度重视投资者关系管理与权益保障工作，精准识别权益保护过程中的潜在风险与发展机遇，结合公司实际经营与管理举措，制定针对性应对策略，实现公司与投资者共赢。

风险 / 机遇类型	描述	影响时间范围	应对策略
风险	公司积极开展投资人权益保护工作，可以获得更多投资	短期	<ul style="list-style-type: none">坚持以投资者需求为导向，构建多维度、全流程的投资者沟通与权益保障体系，切实维护投资者合法权益，加强对中小投资者的保护，传递公司发展价值，增强投资者信任度。畅通沟通渠道，通过线上线下多方式常态化开展投资者互动交流，保障投资者沟通诉求顺畅落地。
		中期	
		长期	
机遇	公司产生损害投资人权益行为可能导致股价下跌	短期	<ul style="list-style-type: none">严格落实信息披露责任，坚持真实、准确、完整、及时、公平的披露原则，提升信息披露质量与可读性。强化股东回报，优化现金分红机制，开展持续稳定的现金分红，切实回报投资者。积极开展投资者教育宣传活动，倡导良性投资文化，同时持续提升投资者关系管理水平，兼顾风险防范与机遇把握。
		中期	
		长期	

影响、风险和机遇管理

燕京啤酒始终坚持以投资者需求为导向，构建多维度、全流程的投资者沟通体系。通过规范信息披露、畅通沟通渠道、强化股东回报及开展投资者关系活动等举措，公司切实维护投资者权益，传递发展价值，增强投资者信任。

投资者关系管理

公司设置了专门的投资者沟通团队，并搭建多元化投资者沟通渠道，无论投资者大小，公司均会积极通过公司网站、互动易平台、IR 电话热线、传真、电子邮箱与线下调研等方式，常态化开展投资者互动交流，并按规定编制《投资者关系活动记录表》，全方位保障投资者沟通诉求顺畅落地。

2025 年，公司通过深交所互动易平台回复投资者提问 180 条，发布《投资者调研活动记录表》18 篇，持续畅通沟通渠道。



投资者沟通渠道

- 定期公告和临时公告
- 股东会
- 投资者调研、证券分析师会议或说明会
- 一对一或者一对多沟通
- 公司网站、深圳证券交易所网站
- 广告、媒体采访、媒体报道、新媒体平台
- 邮寄资料、现场参观、电话咨询、传真、电子邮件
- 路演、接待来访、座谈交流等
- 深圳证券交易所投资者关系互动平台
- 投资者教育基地、投资者说明会等其他方式

公司有序开展各类投资者关系活动，强化投资者权益保护宣传，倡导良性投资文化。

公司开展的投资者关系活动



- 2025 年 5 月 15 日 2024 年度业绩说明会**

以线上文字直播形式举行，公司管理层和证券分析师与投资者开展实时交流，传递公司经营情况
- 2025 年 5 月 “5.15 投资者保护宣传日” 活动、2025 年防范非法证券期货宣传月活动**

通过线下投教活动、线上平台传播相结合的方式，加大宣传保护投资者权益，倡导良性投资文化，形成关心、关爱、关注投资者的良好氛围
- 2025 年 6 月 5 日 2025 年度分析师及投资者交流会**

以“践行变革的力量 - 出彩 2024” 为主题，80 余家机构、财经媒体和个人投资者共计 100 余人参会，增进市场认知



燕京啤酒召开 2024 年度业绩说明会

案例

燕京啤酒举办 2025 年度分析师及投资者交流会

为持续加强与资本市场的沟通，燕京啤酒于 2025 年 6 月举办第三届分析师及投资者交流会，吸引 80 余家机构、100 余位代表参会。董事长耿超携高管团队围绕“十五五”战略、人效提升、U8 大单品、数字化转型和 ESG 治理等核心议题，与投资者深入交流，并就五大发展规划、供应链优化及“啤酒 + 饮料”策略等关切问题逐一回应。通过坦诚、系统、前瞻的沟通，公司充分展现深化变革和持续增长的潜力，提振投资者信心，巩固在资本市场的良好形象。



本年度，公司荣获“2025 年度上市公司卓越投关建设奖”“上市公司 2024 年报业绩说明会优秀实践”等投资者关系奖项。



燕京啤酒获“2025 年度上市公司卓越投关建设奖”

燕京啤酒获中国上市公司协会
“上市公司 2024 年报业绩说明会优秀实践”

信息披露管理

燕京啤酒依法依规进行信息披露，确保信息披露真实、准确、完整、及时和公平，积极维护投资者的合法权益。公司严格按照《上市公司信息披露管理办法》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 5 号——信息披露事务管理》等法律法规，在《中国证券报》《证券时报》《证券日报》《上海证券报》和巨潮资讯网进行信息披露，及时发布年度、半年度、季度等定期报告及多条临时性公告，同时主动披露半年度业绩预告、可持续发展报告等自愿性披露公告。公司同步通过官方微信公众号发布业绩长图、一图读懂可持续发展报告等解读材料，提升信息可读性与可理解性。

关键绩效

2025 年

公司累计披露公告

167 条



股东回报与分红

燕京啤酒高度重视股东回报，开展持续稳定的现金分红，切实保障投资者权益。截至报告期末，公司已累计实施现金分红近 48 亿元，以持续稳定的股东回报切实履行上市公司责任，为稳市场、稳信心不断贡献力量。2025 年内，公司实施完成两次现金分红，持续优化投资者回报机制，分红政策保持稳定、透明、可持续。

本年度，公司成功入围中国上市公司协会“2025 年上市公司现金分红榜单”，并荣获《证券市场周刊》水晶球“年度股东回报奖”，彰显资本市场对公司股东回报工作的高度认可。



燕京啤酒入选中国上市公司协会“2025 年上市公司现金分红榜单”

指标与目标

投资者诉讼事件数



目标

投资者诉讼事件 0 件

2025 年完成情况

0 件，已完成 ✓

投资者交流活动中重大信息泄露次数



目标

投资者交流活动中不出现重大信息泄露事故

2025 年完成情况

0 次，已完成 ✓

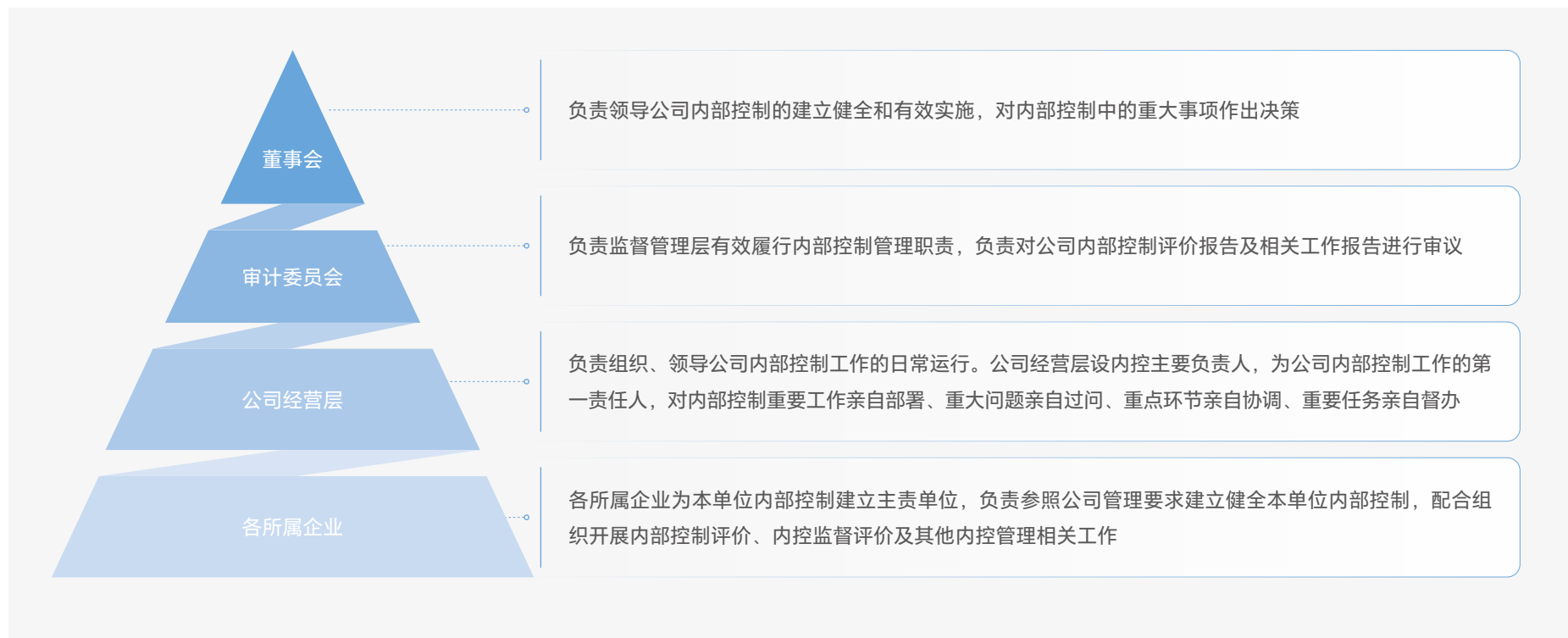


防范内控风险

燕京啤酒以法律、合规、风险、内控“四位一体”管理体系建设为核心抓手，全面推进合规风控与法律支撑体系建设，为公司稳健经营与高质量发展提供坚实保障。

内部控制

燕京啤酒构建以董事会为决策核心、审计委员会为监督枢纽、经营层为执行主体、各所属企业为落实单元的内控管理架构，形成决策、监督、执行、落实环环相扣的组织体系，确保内控工作权责清晰、层层推进。



本年度，公司聚焦主责主业、坚持问题导向，扎实推进内控制度体系建设，补齐制度短板，确保内控体系与时俱进。公司系统梳理内控流程节点，编制完成《内部控制管理手册》及 18 个内控分册，确保业务流程与内控要求精准对接；发布《第六册内控制度汇编》《制度管理要求》等 60 余项制度，涵盖治理和经营层面的责任追究、人力资源、资产管理等多个方面。

同时，公司持续助力下属子公司规范内控制度体系建设，完成全公司自评工作并编制《内控体系工作报告》，通过系统排查并落实改进措施，加强公司整体内控管理，不断完善内控体系。

2025 年，公司持续推动内控管理工具升级，发布标准化《评标委员会工作表单》，并优化“三重一大”等核心决策标准和表单，整合完成《决策类、合同类表单汇编》，提升内控流程执行效率与合规支持。

公司获评中国上市公司协会“2025 年上市公司内部控制最佳实践案例”和“2025 年北京市企业社会责任优秀案例”，并荣获第三十九届北京市企业管理现代化创新成果一等奖两项、二等奖两项，充分彰显公司在啤酒行业内控建设方面的典范地位。



合法合规

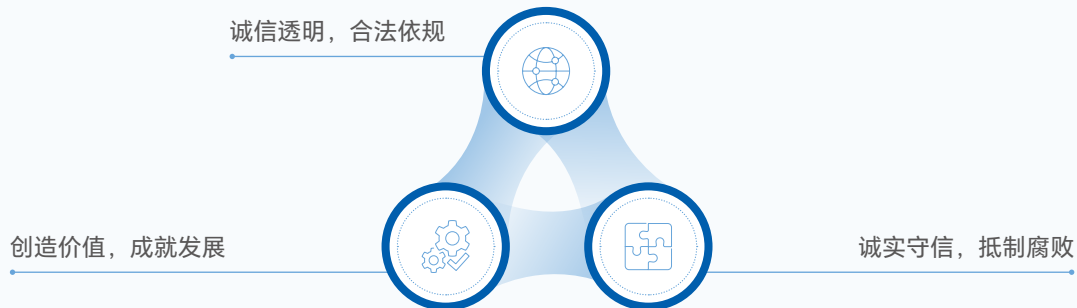
诚信合规是企业生存和发展的基石，也是行稳致远的前提。燕京啤酒坚持依法治企、合规经营，持续健全合规管理体系，强化关键领域风险防控，深化合规文化建设与全员培训，构建全流程、全覆盖、全参与的合规管理格局，为企业健康有序发展筑牢坚实法治保障。

合规管理体系

2025 年，燕京啤酒严格遵循《中央企业合规管理办法》《合规管理体系 - 要求及使用指南》等规章制度要求，发布《合规与反贿赂管理手册（试行）》（2.0 版），以“良好治理、适用性、完整性、透明性、问责制和可持续性”为原则，搭建完善的合规管理体系，明确公司合规方针与目标。公司设立由首席合规官领导、法务合规部牵头的合规团队，为合规管理工作的落地提供组织保障。

公司采用“策划 - 实施 - 检查 - 改进”的 PDCA 合规管理模式，规范风险评估、培训、沟通、监督问责等核心流程，推动全员全域合规意识与执行能力持续提升。同时不断优化完善决策管理机制，全面落实分类分级管理与三级审批权限，实现每一类事项有标准、每一级审批有依据、每一次决策有监督，推动业务流程向标准化、合规化稳步迈进。

合规方针



合规目标

决策合规

重大决策风险管控覆盖率 $\geq 98\%$ /年

违规事件有效处置率 $\geq 98\%$ /年

全员合规

全员年度履职考评合格率 $\geq 90\%$

合规培训达成率 100%

管理合规

全年无重大违规事件

全年无重大安全生产事故

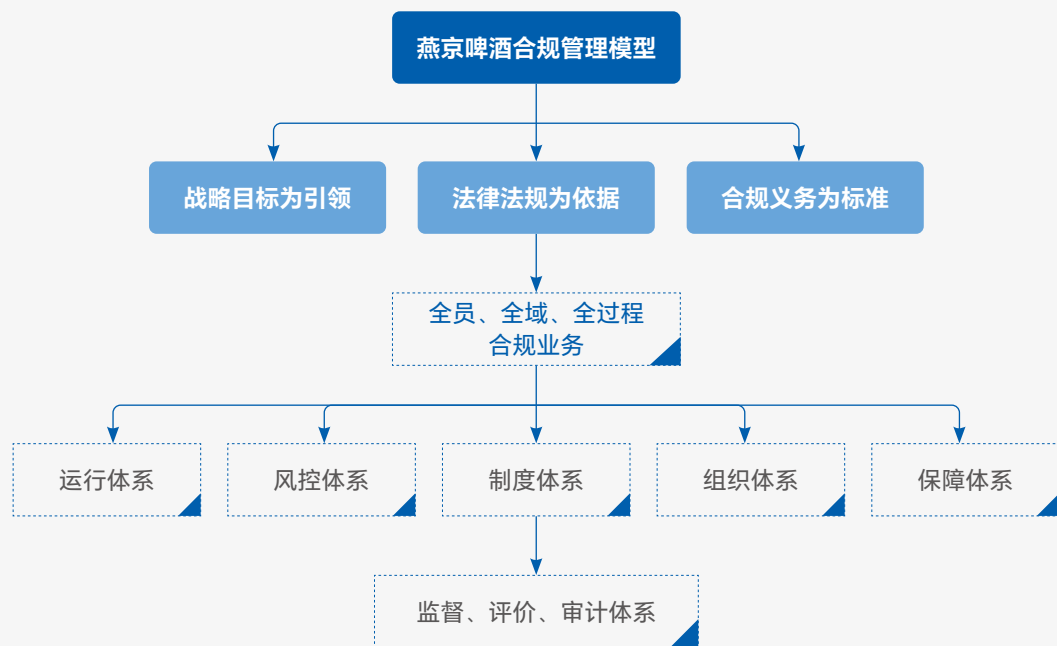
全年无重大环保事故

全年无重大食品安全事故

2025 年完成情况

已完成

合规管理模型



合规专项检查

公司注重合规审核，通过覆盖重大决策、重大项目、大额资金、重要人事任免等全领域的审核机制，筑牢决策合规的风险防线。2025 年，公司累计开展上会前合规资料审核 740 余次。

此外，公司持续关注现有企业一线合规痛点，2025 年度，公司对北京工厂开展专项督导检查，覆盖战略落地、内控执行等关键领域，通过人员访谈、穿行测试等多种方式评估管理实效，抽样审核招标项目 12 个、合同 34 份，覆盖多个核心部门，全面检验相关管理机制运行成效。针对发现的问题，公司共提出 12 项整改措施，目前已全部整改完毕，有效提升了基层合规意识与操作规范性。



合规培训与文化建设

在公司内部合规文化打造上，燕京啤酒依托《燕京报》《燕京红燕》等载体，构建多层次、多维度的法治文化宣传矩阵，发布《一句话讲合规》系列内容和相关讲话，常态化开展合规文化宣传，营造全员合规的浓厚氛围。

围绕合同管理和合规风控等核心需求，公司以问题为导向，开展一系列合规宣传和培训活动。根据合同监督检查中发现的问题及日常业务痛点，公司有针对性地准备培训资料，重点宣贯《合同管理要求》内容，并解答实际业务中的高频、易忽视问题，从而提升全员合同合规管理水平。

合规培训的次数

4次

合规培训的培训合格率

100%



2025年5月公司开展“北企云帆法治讲堂”普法活动

燕京啤酒举办人力资源战略规划与合规管理实战培训班

案例

为进一步强化人力资源工作的合规管理，2025年8月，公司人力资源战略规划与合规管理实战培训班在北京顺义成功举办，来自总部与各分子公司的75名人力资源管理者参加培训。针对合规用工，公司特别邀请外部老师讲授《国企劳动用工合规与可持续发展》课程，进一步加强员工合规底线意识。



“破局·立规·增效”燕京啤酒人力资源战略规划与合规管理实战培训班

市管企业合规经营与风险防控能力提升专题研讨班走进燕京啤酒

案例

为促进合规管理经验交流，提升合规经营水平，2025年6月，北京合规经营与风险防控能力提升研讨班学员及北京大学老师一行到公司调研。调研团队参观现代化生产线与纳豆文化长廊，品鉴健康产品和精酿啤酒，直观展示公司在合规管理下的创新成果。座谈交流中，各公司分享合规管理建设经验，为企业合规发展注入新动能。



风险管理

全面风险管理是企业稳健运营、抵御内外部风险挑战的保障。燕京啤酒坚持底线思维与前瞻管控相结合，严格遵循法律法规及监管要求，持续健全全面风险管理体系，完善风险预防与处置机制，强化全员风险意识与法律风险防控能力，为公司经营发展筑牢安全防线。

完善风险管理体系

燕京啤酒根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》以及深圳证券交易所、香港联交所的相关规定，制定《全面风险管理制度》《内部风险管理实施细则》，按照“统一领导，分工负责，全员参与”的组织原则，建立全面的风险管理组织体系，明确各层级核心职责，确立战略导向、全面性、制衡性、重要性、适应性、成本效益六大风险管理工作原则。

风险管理组织体系

董事会

董事会是公司全面风险管理的最高决策机构，在公司章程和授权董事会范围内履行职责

总经理

总经理就全面风险管理工作的有效性对董事会负责，主持全面风险管理工作。根据职责向董事会报告风险管理工作，具有风险管理方案、风险管理事项的决策权，可将部分职权授予风险分管领导负责

风险管理主责部门

风险管理主责部门负责全面风险管理体系的建设以及风险管理工作的组织协调，为重大风险决策提供专业意见

总部职能部门和各下属企业

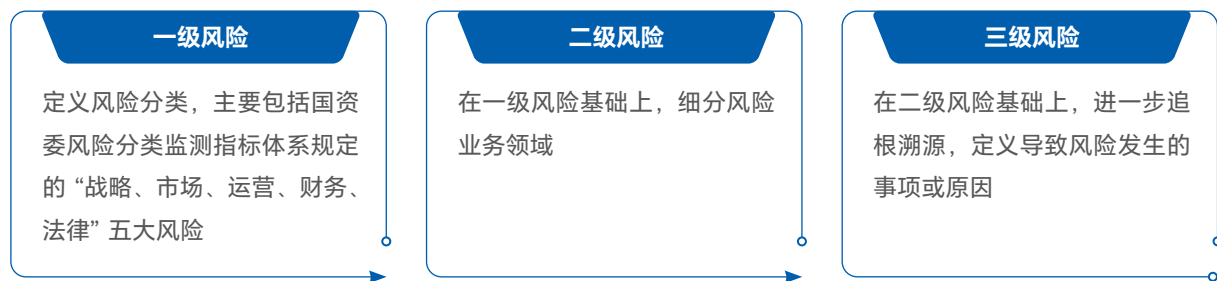
总部职能部门和各下属企业负责具体风险的管理，接受公司风险主责部门的组织、协调、指导及考核。总部各部门负责人和各下属企业负责人是业务范围内的风险管理负责人

内部审计机构

内部审计机构负责对公司的业务活动、风险管理、内部控制、财务信息等事项进行监督检查。内审审计机构在审查过程中如发现内部控制存在重大缺陷或者重大风险，应当及时向董事会或者审计委员会报告

风险管控流程

公司将风险划分为战略、财务、市场、运营、法律合规五大类，通过建立风险数据库，形成“一级 - 二级 - 三级”层级化风险分类体系，健全风险识别、评估、应对、监督改进等全流程工作机制，完善重大风险事件报告、重大项目专项风险评估、风险指标管理等专项制度，并加强风险管理文化建设与培训。



公司不断完善风险责任传导、预警监测及数据更新机制，编制《风险防控工作计划》与《风险管理手册》，开展年度风险评估并建立动态监测体系，实现风险早发现、早预警、早处置，全面提升风险防范与控制水平，保障公司战略顺利实施、资产安全完整及经营管理高效合规。

法律风险防范

燕京啤酒持续优化法律事务管理，强化法律风险全流程防控。公司完善诉讼案件台账体系，实现诉讼案件精细化、规范化管控；围绕业务全周期提供法律支持，全年完成合同审核指导不少于 2,700 次，为公司生产经营提供全方位法律咨询服务并出具法律意见书；同时以纠纷案件为镜鉴，梳理管理漏洞、反馈改进建议，防范潜在法律风险。

燕京啤酒受邀参加第十八届中国上市公司法律合规风险管理高峰论坛

案例

2025 年 8 月，公司应邀出席第十八届中国上市公司法律合规风险管理高峰论坛，深入探讨法律合规在企业运营中的关键作用与应对策略，进一步拓展与同行交流的渠道，汲取行业先进的风控经验，推动风险管理体系优化，为公司的健康、稳定和可持续发展提供坚实保障。

2025 年关键绩效

年度风险识别次数

2 次

风险管理培训的次数

4 次

风险管理培训的参与人次

3,791 人次

风险管理培训的培训合格率

100%

发生的本级及法人代表严重违法失信行为数量

0 件

违反国家法律或当地法规的事件的次数

0 次

内部审计

2025 年，公司根据《中华人民共和国审计法》《审计署关于内部审计工作的规定》等国家法律法规，制定《内部审计章程》，规范内审机构设置、人员管理、职责权限、工作程序、结果运用及档案管理等全流程要求。同时，公司配套出台审计整改、离任审计等 7 项相关制度，构建覆盖审计计划、实施、整改、考核的全体系制度框架，为公司内部审计工作规范化开展提供制度保障。

深化审计监督与整改

2025 年作为三年轮审收官之年，公司持续推进审计监督全覆盖，聚焦“三重一大”决策、重大项目、大额资金、人事任免等关键领域，已全面完成对下属 38 家分子公司的常规审计与专项审计。扎实推进经营管理、经济责任、内控监督评价三年轮审工作，重点核查经营合规、市场销售、财务指标、中央八项规定精神落实等情况。同时，围绕资金支付、结构性存款、招投标管理等重大风险领域开展专项审计，强化预算执行、资金安全与效益、采购流程及合同执行监督。

在整改方面，公司秉持“数据驱动、根源导向、系统治理”的核心思路，严格落实审计整改，建立整改台账并实施销号管理。通过多部门协作，强化联合监督，确保整改措施落实到位，推动审计工作全覆盖、整改落实全闭环。

完善审计队伍建设

本年度，公司持续加强审计队伍建设，着力提升审计团队专业素养与履职能力。通过优化岗位职责分工、统筹开展线上线下培训，进一步强化团队协同效能。同时，各分子公司均配备配强专职或兼职审计人员，与总部内审部门联动，明确内部审计作为合规管理与风险防控第三道防线的定位，持续夯实审计监督基础。



税务管理

燕京啤酒始终秉持“遵守税收法规、依法诚信合理纳税”的税务管理宗旨，依据《中华人民共和国税收征收管理法》《中华人民共和国企业所得税法实施条例》等国家法律法规，结合《企业内部控制基本规范》《大企业税务风险管理指引（试行）》等内部文件，制定《税务管理制度》，为公司税务工作的规范化和标准化提供了明确的制度指引和保障。

公司在总部财务管理部门设立独立税务管理岗位，配备专职税务管理人员，同时倡导各成员单位结合自身经营实际，合理配备税务管理相关人员，构建上下联动、协同高效的税务管理体系，保障集团整体税务工作有序推进。本年度，公司未发生任何税务争议，税务合规水平持续提升。

为进一步夯实税务管理基础，强化全员税务合规意识与专业能力，公司各相关部门围绕税务合规与能力提升，针对性开展多层次、差异化税务专项培训，覆盖集团财务人员及合作经销商。

资金管理部

开展税务专项培训，推动公司财务标准化 SOP 落地，覆盖全集团财务人员，夯实财务人员税务专业基础

预算管理与绩效 评价部

在集团年度财务工作会议中，开展啤酒企业全税种税收风险防范及税务稽查应对专题培训，助力财务团队提升税务风险应对能力

销售财务部

在“金税四期”税务监管趋严的背景下，为经销商开展专属税务专项培训，重点宣讲虚开发票影响、一般与小规模纳税人区别、纳税人身份登记后果及专票抵扣相关规则，提升经销商税务合规意识与实操能力

燕京啤酒举办 2025 年“财智计划”财务管理体系建设第三期培训会

案例

为应对财务挑战并提升税务合规与风险防控能力，2025 年公司举办“财智计划”财务管理体系建设第三期培训会，邀请外部专家通过案例解析与深度研讨，帮助财务人员提升税务政策理解与实操能力，强化风险防范意识。此次培训将税务合规纳入财务人才培养重点，提升财务团队的风险识别与应对能力，为集团稳健发展奠定坚实基础。

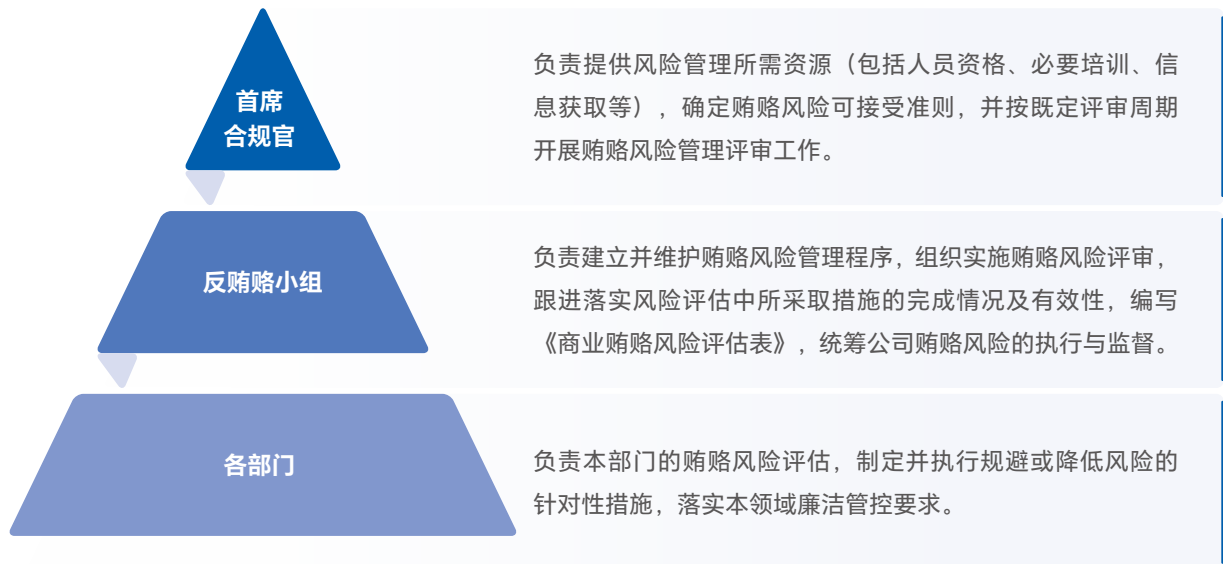


坚守商业道德

燕京啤酒坚持合规经营底线思维，以反贿赂反腐败为核心抓手，构建制度完善、管控闭环、监督有力的商业道德管理体系。公司严格遵循国家法律法规及国际标准要求，健全反贿赂管理机制与廉洁教育体系，强化供应链廉洁合作；同时坚守公平竞争原则，规范市场经营行为，持续提升全员职业道德水平。

反贿赂与反贪污

本年度，公司以“零容忍”为反贿赂基本原则，建立由首席合规官统筹、反贿赂工作小组牵头、各部门协同执行的三级贿赂风险管理组织体系，并在《合规与反贿赂管理手册（试行）》中明确反贿赂方针与核心目标，构建覆盖组织职责、风险识别评估、尽职调查、财务与非财务控制、商业伙伴管理、举报调查问责、培训文化建设及绩效改进的全流程反贿赂管控机制，系统性防范人力资源、商务活动、采购等关键领域的商业贿赂风险。



反贿赂目标



目标

- 确定的贿赂事件次数：0 次 / 年
- 贿赂汇报处理及时率：100%
- 反贿赂培训达成率：100%

2025 年完成情况

已完成



贿赂风险管理工作程序



本年度，公司成功通过 ISO 37001 反贿赂管理体系认证，标志着公司在反腐败反贿赂领域的制度化、标准化建设取得实质性进展，进一步巩固合规经营的体系保障。



反贿赂体系认证证书

廉洁文化建设

公司持续强化廉洁教育与作风建设，筑牢全员思想防线。通过召开“以案为鉴、以案促改”暨深入贯彻中央八项规定精神学习教育警示教育大会，同时，依托廉洁教育专栏《党风廉政建设学习资料》，推送 12 期、110 余宗典型案例，深化警示教育。公司还通过“燕京红燕”微信公众号转发廉政知识 10 期，推动“不想腐”成为全体员工的共识和行动自觉。

本年度，公司开展 2 次反贿赂体系培训，系统宣贯公司廉洁政策与行为准则，明确商业交往中的禁令与合规要求，培训覆盖 400 人次，覆盖率达到 100%。全年公司未发生任何商业贿赂或贪污行为引起的诉讼案件。



燕京啤酒开展反贿赂管理培训

案例

为提高员工的反贿赂管理能力和道德责任意识，燕京啤酒于 2025 年 6 月召开了反贿赂管理体系培训会议。此次培训覆盖总部各部门负责人、法务合规人员及各成员单位相关人员，旨在提升各级管理人员的合规管理水平，进一步强化全员的廉洁自律意识。



此外，公司高度重视供应链廉洁管理，要求合作方签订《廉洁协议书》，明确双方廉洁经营、公平竞争义务，严格规范业务人员廉洁从业行为，严禁索取收受财物、违规接受宴请、利益输送等违纪行为，并明确举报与追责机制，筑牢廉洁合作风险防线。

举报投诉和举报人保护

2025 年 8 月，公司修订《举报投诉和举报人保护制度》，进一步建立健全反贿赂举报与追责机制，明确投诉、举报事项范围，并完善投诉举报人保护措施等。公司畅通并公开举报渠道，鼓励全体员工对违反要求的行为进行举报。相关部门建立违规举报机制，对举报事项依法依规开展独立调查，确保公平公正合法。公司对违规责任人严肃追责问责，对涉嫌犯罪者移送司法机关处理，并根据调查结果及时完善反贿赂管理体系。

举报渠道

党群工作部：

受理各类违规经营投资方面的投诉举报

纪检部：

受理党员及监察对象的问题线索

总经理办公室：

承接 12345 热线的投诉举报

供应链中心 - 物流部：

受理各类产品质量和公司内部员工的投诉举报，举报热线：4000100566

尽职调查

公司对中高风险交易、项目、商业伙伴及特定岗位员工开展反腐败尽职调查，动态评估贿赂风险并及时更新信息。

员工尽职调查

面试时沟通反贿赂方针与政策，验证应聘者能力真实性，向前任雇主获取推荐信，核查是否涉及贿赂事件，识别与公职人员关联关系等

项目 / 交易尽职调查

评估交易结构、支付安排、相关方与公职人员关系、地域风险、客户声誉等核心要素，分析项目可控性与可见性

商业伙伴尽职调查

核实商业伙伴合法资质、反贿赂管理体系实施情况及贿赂相关不良记录，识别股东及高管与公职人员关联，按风险等级差异化实施调查，通过问卷、网络检索、政府资源核查、第三方咨询等方式收集信息，结合业务类型确定调查深度，形成尽职调查报告作为合作决策依据

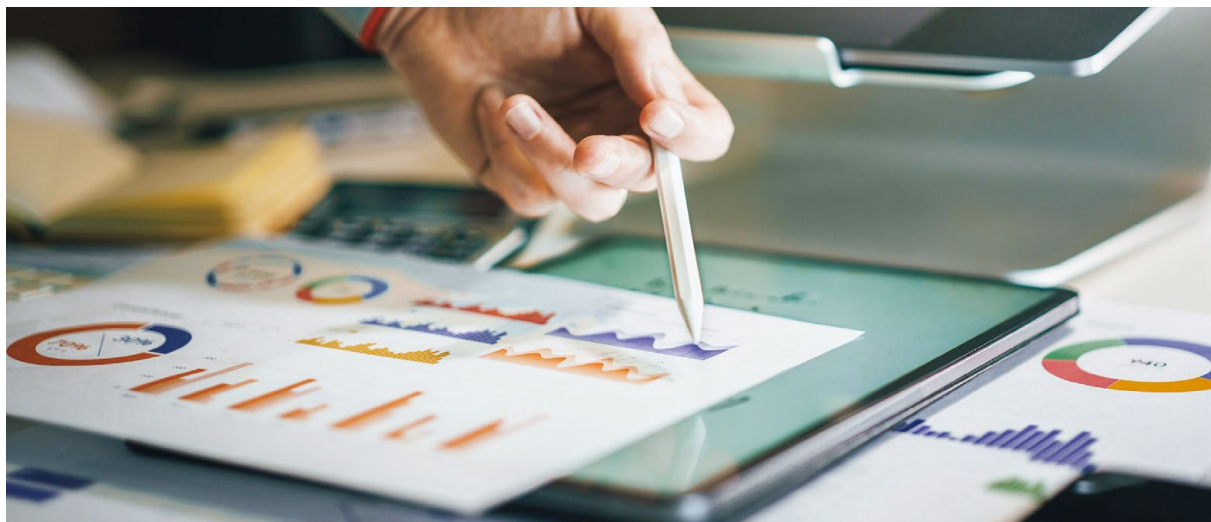
反垄断与反不正当竞争

燕京啤酒严格恪守《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反洗钱法》等法律法规，严守商业行为准则，坚决抵制垄断、不正当竞争、洗钱等违法违规行为。

公司设置以市场管理办公室为领导的反垄断与反不正当竞争管理机制，在市场经营中坚持公平公正参与竞争，严禁垄断、滥用市场支配地位等行为。此外，公司将商业道德要求延伸至供应链管理，制定《北京燕京啤酒股份有限公司关于窜货管理考核的相关规定（修订版）》，全面规范市场销售行为，维护健康有序的市场经营秩序。

公司严格遵循相关管理要求，系统推进商业道德管理与专项评估工作落地。2025 年，针对商业道德、反舞弊、公平竞争等核心管理维度，完成对 11 家分子公司的专项核查与评估，且已完成 2023-2025 年分子公司全范围审计覆盖，以常态化、全方位的管理监督，持续筑牢合规经营与公平竞争的坚实防线。

公司高度重视公平竞争与反垄断合规工作，及时组织全体员工对深交所下发的公平竞争政策宣传学习材料开展专题学习，进一步增强全员反垄断合规意识，提升依法合规经营水平，切实维护公平竞争的市场秩序。2025 年，公司开展商业道德与反不正当竞争培训 1 次，时长为 3 小时，共计 100 人次参与培训。



为生活酿造美好 与世界和谐共生

环境篇

践行绿色发展 守护绿水青山

46

强化环境合规管理

49

应对气候变化

60

高效资源利用

70

规范污废排放

74

守护生态系统与生物多样性

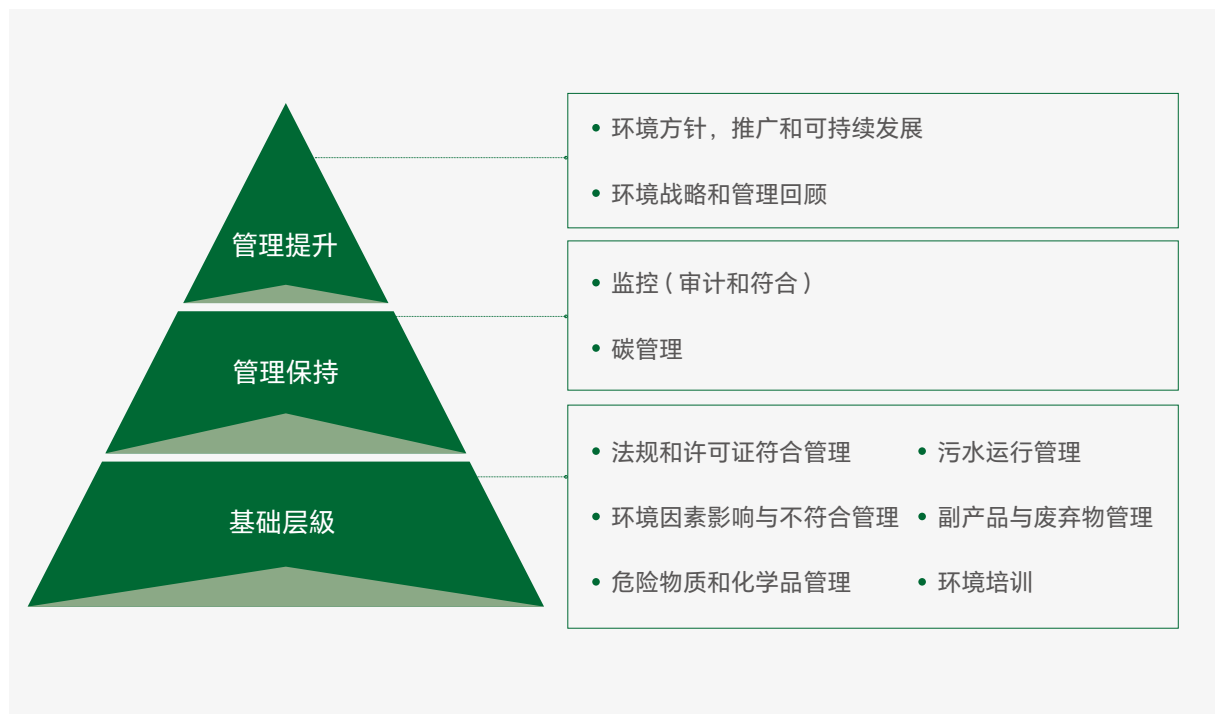
燕京啤酒坚守生态环保底线，恪守各项环保法律法规，以系统化环境合规管理为抓手，统筹推进气候应对、资源高效利用、污废规范处置、生态与生物多样性保护等重点工作，把绿色低碳理念深度融入生产经营、供应链协同、企业文化建设全流程，多措并举夯实绿色发展根基，全力推进企业低碳转型与高质量可持续发展，切实履行民族品牌的生态社会责任。



强化环境合规管理

开展规范、系统的环境合规管理，是燕京啤酒坚守法治底线、防范环境风险、保障生产经营行稳致远的核心保障，燕京啤酒始终坚守环保合规底线，持续深化绿色低碳转型，以合规管理赋能可持续发展，以生态实践彰显企业责任担当。

燕京啤酒环境管理模块



关键绩效	单位	2025 年
因违反环境保护法律法规而受到处罚的事件数	件	0
因环境事件受到重大行政处罚的处罚金额	万元人民币	0

治理

2025 年，燕京啤酒各工厂正式成立环境委员会，统筹协调各部门联动开展节能减排、清洁生产、资源循环利用及生态环境保护等各项工作。环境委员会实行三级管理机制，由各生产工厂厂长担任组长，牵头环保工作全面领导与重大决策；安全环保部经理担任副组长，协助组长推进环境工作具体实施与全程监督；环境管理相关专员、经理负责各项环保工作的日常落地与常态化推进，构建起权责清晰、运转高效的环境管理组织体系。

为压实环保责任、激发全员参与积极性，公司将环境绩效目标纳入相关部门员工个人绩效评估与激励机制，专项设立“环境可持续发展先锋奖”评选活动，以可持续发展 KPI 完成情况、环境日活动成效作为核心评奖依据。同步明确严苛参选资质，要求参评主体年度内不得发生较大及以上等级环境事件，一旦出现违规情形即刻取消参选资格，依托刚性管控举措倒逼环保责任全面落地。

公司每年定期开展环境管理体系审计工作，实行每半年一次线上交叉审计，一年一次线下审计，重点围绕环境相关法规与许可证执行、环境风险因素落实、环境整体战略与方针管理回顾等模块内容开展审计。通过持续改进的环境管理体系，截至 2025 年底，公司共有 22 家工厂通过 ISO 14001 环境管理体系认证，环境合规管控能力持续提升。

战略

为推动环境管理的优化升级，燕京啤酒确立“法规符合、污染防治、综合利用、持续改进”的环境管理方针，持续迭代环境管理工作，推动企业环保水平稳步提升。

风险 / 机遇类型	描述	影响周期	应对策略
风险	公司不积极开展环境合规管理，可能会面临罚款	短期 中期 长期	<ul style="list-style-type: none">管控环境风险，制定详细的《突发环境事件应急预案》，通过培训等方式确保环境文化落实，确保公司管理合规，应急事件得到有效处置。

影响、风险与机遇管理

燕京啤酒制定《环境因素与影响评估表》，作为评估日常生产活动中的环境风险的依据，针对性制定相关预防与应急措施，全力降低环境风险。通过“评估准备-评估实施-结果改进”三个阶段，公司识别出潜在的环境风险以及带来的影响，并针对识别结果制定行动改进计划。对于工程建设项目，公司严格落实环境影响评估流程，在基础设施项目建设前实行100% 应评尽评，从源头规避环境风险。本年度，公司因环境事件受到的重大行政处罚金额为 0 元。

环境风险事件应急管理

为应对可能发生的污染物排放事故，燕京啤酒制定了详细的《突发环境事件应急预案》，明确污水超标排放、天然气泄漏等各类事故的应急响应流程、责任分工及应急资源调配方案，确保突发环境事件能够快速、高效处置，最大限度降低事故环境影响。

公司定期组织应急演练，常态化开展应急技能培训，帮助员工熟悉应急预案的操作流程，提升应急响应处置能力。培训内容覆盖污染物排放异常识别、初步应急处置措施等核心要点，确保全员在应急状态下能够迅速响应、规范处置。

同时，公司也提前制定了事故后恢复与改进措施预案，明确污染物清理、环境设施修复、事故原因复盘、管理体系优化等全流程举措，严防同类事故重复发生。2025 年，公司开展环境事件污水污染物超标应急演练，演练后全面复盘流程执行情况，针对污水数值异常上报不及时等问题梳理整改清单，制定专项演练改进计划，持续提升应急实战能力。



燕京玻璃瓶厂开展氨水泄漏应急演练

绿色工厂建设

燕京啤酒全力推进绿色制造体系建设，下属多家子公司斩获绿色工厂、绿色供应链认证，绿色制造成效显著。截至目前，公司累计已有 15 家工厂获评国家级绿色工厂称号，3 家企业获评省级绿色工厂称号，7 家企业获评省级绿色供应链称号，持续扩充绿色制造矩阵。

累计已有工厂获评国家级绿色工厂称号

15家

公司名称	获得绿色工厂供应链认证级别
燕京啤酒（贵州）有限公司	省级绿色供应链
燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司	省级绿色供应链
燕京啤酒内蒙古金川有限公司	省级绿色供应链
燕京啤酒（包头雪鹿）股份有限公司	省级绿色供应链
四川燕京啤酒有限公司	省级绿色供应链
燕京啤酒（呼和浩特）有限公司	省级绿色供应链
山西燕京啤酒有限公司	省级绿色供应链

公司名称	获得绿色工厂认证级别
北京燕京啤酒股份有限公司总部	国家级绿色工厂
燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司	国家级绿色工厂
燕京啤酒内蒙古金川有限公司	国家级绿色工厂
燕京啤酒（包头雪鹿）股份有限公司	国家级绿色工厂
四川燕京啤酒有限公司	国家级绿色工厂
北京燕京啤酒股份有限公司一分公司	国家级绿色工厂
福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司	国家级绿色工厂
燕京啤酒（呼和浩特）有限公司	国家级绿色工厂
燕京啤酒（玉林）有限公司	国家级绿色工厂
沈阳燕京啤酒有限公司	国家级绿色工厂
江西燕京啤酒有限责任公司	国家级绿色工厂
河北燕京啤酒有限公司	国家级绿色工厂
燕京啤酒（贵州）有限公司	国家级绿色工厂
燕京啤酒（衡阳）有限公司	国家级绿色工厂
燕京啤酒（赤峰）有限责任公司	国家级绿色工厂
燕京啤酒（中京）有限责任公司	省级绿色工厂
燕京啤酒（昆明）有限公司	省级绿色工厂
广东燕京啤酒有限公司	省级绿色工厂

公司同时推进绿色办公建设，大力推行无纸化办公，普及电子文档、线上审批流程，最大限度减少纸张消耗。公司也积极倡导低碳通勤，鼓励员工乘坐公共交通、骑行或拼车，用环保装修材料，减少环境影响。

此外，公司深耕绿色产品发展，重视有机食品认证，下属中发生物公司的有机纳豆、有机羊奶粉产品均成功获得有机食品认证，以绿色产品赋能环境保护。

环境保护文化营造

2025 年，公司共开展环保相关培训 18 场，时长累计 36 小时，覆盖全体安环部经理、环境主管 / 专员。培训内容涵盖污染物、废弃物排放基础知识、相关新规内容、能耗管理、碳排放管理等内容。

指标和目标

环境领域违法违规处罚事件发生次数



目标

环境领域违法违规处罚事件 0 发生

2025 年完成情况

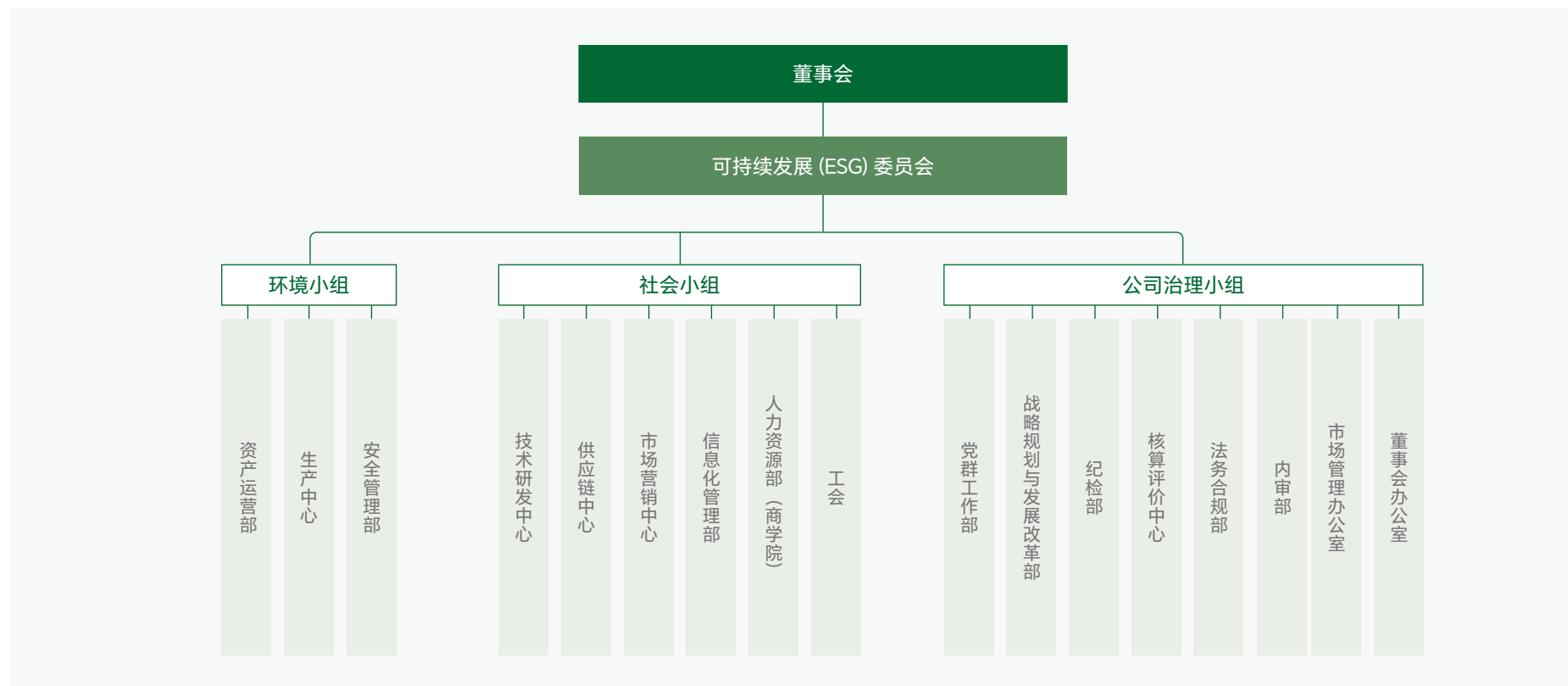
0 件，已完成

应对气候变化

气候变化是全球可持续发展的关键议题，燕京啤酒深刻认识到其对公司战略和行业未来的影响。公司将气候变化应对作为长期发展战略的重要组成部分，积极推动绿色转型，优化能源结构，并与各界携手共同推进碳减排目标，助力实现国家“双碳”目标。

治理

燕京啤酒积极响应国家“双碳”目标，致力于推动低碳转型与可持续发展。公司制定《可持续发展（ESG）管理制度》，构建“决策—管理—执行”三层级管理架构，确保气候变化相关事务得到有效落实。通过明确各层级职责，推动气候变化战略的顺利实施与目标达成，为公司的可持续发展提供了坚实的组织保障。





董事会、可持续发展 (ESG) 委员会及各分项小组具备气候变化议题的执行与监督能力，且公司在组建时严格挑选具备深厚行业背景、丰富管理经验及财务专业知识的董事和高层管理人员，确保治理架构的完善与高效运作。为确保决策的科学性与有效性，公司在董事会和可持续发展 (ESG) 委员会层面建立了明确的议事规则。每年度，董事会定期听取气候相关工作的进展，审查各项气候目标的科学性与合理性；可持续发展 (ESG) 委员会每年向董事会汇报工作进度，并制定后续行动计划；各分项小组也定期汇报气候相关数据，确保信息透明，推动持续改进。

2025 年，公司开展一次应对气候变化相关培训，培训时长为 1.5 小时，覆盖了可持续发展 (ESG) 委员会成员、董事会办公室、生产部门及其他 ESG 执行小组，旨在进一步提升各部门对气候变化议题的理解和应对能力。

战略

基于自身业务特点和运营特性，燕京啤酒主动识别和探索气候变化带来的风险与机遇，致力于提升应对气候变化的适应能力，以有效减少气候变化对业务运营的负面影响。公司采用情景分析方法，评估业务中可能面临的物理和转型风险与机遇，并将评估结果融入公司战略和规划的决策过程中。

气候相关风险和机遇分析

燕京啤酒根据内外部环境设定短、中、长期时间范围，根据不同时间范围进行气候风险与机遇评估。公司以啤酒业务板块为试点，重点评估这一核心业务的气候相关影响，并根据评估结果调整应对策略。



气候风险和机遇清单

识别气候变化相关风险与机遇，是开展气候风险管理工作的核心。燕京啤酒围绕国家“3060 双碳目标”相关政策要求，参照行业标准和国际准则，结合部门调研，识别出 8 项物理风险、7 项转型风险和 5 项机遇，共计 20 项气候相关风险与机遇，形成 2025 年气候风险与机遇清单。

类别	影响时间范围	
物理风险	急性风险	
	极端降水	短期 中期 长期
	极热天气	短期 中期 长期
	极寒天气	短期 中期
	干旱	短期 中期 长期
	风暴	短期 中期 长期
慢性风险	海平面上升	长期
	水资源减少	长期
	土壤生产力下降	长期

类别		影响时间范围	
转型风险	政策与法规风险	能源结构低碳化	短期 中期 长期
		碳定价机制	短期 中期 长期
		强化报道义务	短期 中期 长期
		面临诉讼风险	短期 中期
	技术风险	低碳转型风险	短期 中期 长期
	市场风险	消费者行为的变化	中期 长期
	声誉风险	高排放、漂绿带来的声誉风险	中期 长期
机遇	低碳物流运输	短期 中期 长期	
	循环经济	短期 中期 长期	
	提高能源效率	短期 中期 长期	
	可再生能源使用	短期 中期 长期	
	开拓新的产品和服务	中期 长期	



气候情景分析

为全面评估气候变化相关风险与机遇，燕京啤酒结合业务实际，从联合国政府间气候变化专门委员会（IPCC）、国际能源署（IEA）等机构发布的国际主流气候情景中，选取适配自身情况的典型情景开展气候风险与机遇评估。

分析模块	发布机构	情景名称	情景描述	预估世纪末升温
物理风险	联合国政府间气候变化专门委员会 (IPCC)	SSP1-2.6	该情景是低温室气体排放情景，有着严格的气候变化政策干预，实现了可持续发展。预计到 2070 年左右，二氧化碳将达到净零排放，随后实现负值排放。	~2°C
		SSP2-4.5	该情景是中度温室气体排放情景，气候变化政策干预处于中等强度，二氧化碳排放量在本世纪中叶之前一直保持在目前的水平。	~2.7°C
		SSP5-8.5	该情景是高温温室气体排放情景，没有气候变化政策干预，严重依赖化石燃料驱动，到 2075 年二氧化碳排放量将增加三倍。	~4.4°C
转型风险 机遇	国际能源署 (IEA)	2050 年净零排放情景 (NZE)	难度最大但技术上可行的情景，即到 2050 年实现净零排放，符合将全球升温控制在 1.5°C 的目标。	~1.5°C
		承诺目标情景 (APS)	考虑了各国政府的所有气候承诺，并假设这些承诺全部按时得到履行。	~1.8°C
		既定政策情景 (STEPS)	假设没有新政策发布，仅基于现行政策的未来能源发展预测结果。	~2.5°C

物理风险影响评估

为进一步聚焦重点、提升气候风险管理实效，公司基于分布在全国 16 个省份的啤酒生产工厂、酒瓶生产工厂、办公场地等关键资产，结合国内外权威数据库与公司资产分布情况，对物理风险开展初步重要性评估与筛选，最终选取对公司运营整体影响较大的核心物理风险（极端降水、极热天气、极寒天气、水资源减少），开展气候情景分析。

风险类别	SSP1-2.6	SSP2-4.5	SSP5-8.5	财务影响	燕京应对举措以及计划
极端降水	<ul style="list-style-type: none"> 极端降水以短时、局部发生为主，偶发内涝仅对生产设施造成轻微受潮，能源供应短暂波动，未对核心生产环节造成影响； 物流及水源地风险可控，原材料价格波动幅度较小，整体运营影响可控 	<ul style="list-style-type: none"> 极端降水频次显著提升，区域性内涝成为常态，生产设施浸水、能源供应中断现象频发，设备维护与抢修成本明显增加； 员工通勤安全防控常态化，运营支出持续上升； 交通中断时长延长、水源地水质波动加剧，直接导致产品送货延迟、原材料成本上升，对运营效率形成明显制约 	<ul style="list-style-type: none"> 强降雨事件高频、高强度发生，大范围内涝及次生灾害直接导致生产设施严重损毁、能源供应长期中断，生产活动面临阶段性停滞； 员工安全风险急剧攀升，防控成本大幅增加； 供应链多条线路中断、水源地严重污染，原材料短缺与价格暴涨并存，运营支出急剧攀升，对公司经营造成重大冲击 	<ul style="list-style-type: none"> 生产及设备损失 人力资产受损 原材料成本上涨 	<ul style="list-style-type: none"> 建立完善的环境管理体系和应急响应程序，分布式工厂布局，降低单一区域性风险对运营的影响 建立详尽的应急计划：进一步制定计划，涵盖紧急情况下的启动标准、紧急联络网络和具体的响应步骤 加强预防性应急准备：通过预先规划和预防措施、组织模拟演练、执行常规检查以及及时纠正发现的问题，提升对突发环境事件的快速反应能力 定期维护排水系统：对排水管网进行周期性检查，确保其在暴雨期间能够正常运作，防止积水和内涝 保障应急水源：确保在紧急情况下能够提供足够的应急用水，以维持公司生产活动的正常进行和水资源的稳定供应
极热天气	<ul style="list-style-type: none"> 极热天气对大麦种植影响有限，仅出现小幅歉收，原材料价格温和波动； 生产环节制冷需求阶段性上升，能耗成本小幅增加； 员工健康风险轻微提升，通过常规防暑措施即可有效管控，未对生产效率造成明显影响 	<ul style="list-style-type: none"> 夏季高温期显著延长，极热天气常态化，大麦产区受热浪影响出现明显歉收，原材料供应稳定性下降、价格大幅上涨； 生产车间制冷负荷激增，能源消耗成本显著上升； 员工中暑及健康风险加剧，需增加防暑福利与医疗投入，同时高温政策导致生产力下降，间接影响营收水平 	<ul style="list-style-type: none"> 持续性极端热浪席卷多区域，大麦主产区出现大面积歉收，原材料供应面临中断风险，价格暴涨导致运营成本急剧增加； 生产设备受高温影响故障率大幅上升，维护成本飙升，同时制冷能耗激增； 员工健康安全面临严重威胁，防控成本与缺勤损失大幅增加，生产与供应链稳定性遭受严重冲击 	<ul style="list-style-type: none"> 原材料成本上涨 能源消耗成本上涨 人力资产受损 	<ul style="list-style-type: none"> 推广清洁能源的使用，加快绿色生产技术改造 制定高温应对规划：在重点工厂建立气象监测系统，实现对高温天气的实时预警和精准预测；增加运营点内湿地、绿地、水体面积以缓解高温 提高员工福利：对劳动者可采取发放高温补贴、增加轮休假期、强化防暑医疗等措施 优化生产环境：优化风扇和排气系统以增加气流并减少热量积聚，采用绿色环保降温材料和隔热新技术等

风险类别	SSP1-2.6	SSP2-4.5	SSP5-8.5	财务影响	燕京应对举措以及计划
极寒天气	<ul style="list-style-type: none"> 极寒天气间歇性发生，对大麦生长影响微弱，仅出现小幅歉收，原材料供应及价格波动温和； 生产设备轻微受损，糖化、发酵等核心工艺无需大幅调整，生产效率基本保持稳定 	<ul style="list-style-type: none"> 极寒天气频次明显增加，区域性低温对大麦产区造成一定冻害，导致原材料供应不稳、价格明显上涨； 供暖能耗大幅增加，运营支出显著上升； 消费者户外饮用需求下降，啤酒销量短期承压，销售收入有所减少 	<ul style="list-style-type: none"> 强极寒事件常态化，跨区域低温灾害导致大麦主产区出现大面积冻害，原材料供应中断风险突出，价格暴涨； 生产设备遭受结构性损伤，核心工艺需全面改造适配低温，研发与设备维护成本大幅攀升； 供暖能耗飙升，运营支出急剧增加； 消费者啤酒购买需求显著萎缩，销售收入大幅下滑，对公司经营业绩造成严重影响 	<ul style="list-style-type: none"> 原材料成本上涨 固定资产受损 研发成本的上涨 能源消耗成本上涨 产品销售量下降 	<ul style="list-style-type: none"> 回收和利用生产过程中的热能，减少了对外部能源的依赖。同时，公司开展建筑绿色升级，使用低导热的屋面及外墙材料，有效减少热量散失，以应对极寒天气可能造成的设备运行受阻和能源成本上升的风险 防冻措施：对生产设备、管道进行全面的防寒防冻检查，对易冻部位采取保温、伴热措施 防冻预警系统：由专人密切关注气象部门预警信息，当气温降至 0℃及以下，或预报有寒流、气温急剧下降时，立即启动防冻预警系统 应急响应分级：根据极寒天气的严重程度和对企业生产运营的影响范围及程度，将应急响应分为不同级别，并采取相应措施
水资源减少	<ul style="list-style-type: none"> 水资源供应整体稳定，仅局部出现轻微短缺，水质基本保持稳定，未对产品风味造成影响，无需额外投入研发力量保障产品风味； 大麦种植受水资源影响微弱，无明显歉收现象，原材料价格稳定，整体影响可控 	<ul style="list-style-type: none"> 水资源短缺现象逐渐常态化，局部区域水质出现波动，可能导致产品风味下降；为保障产品风味稳定，公司需投入更多研发力量优化工艺、降低水质下降的影响，产品研发成本增加； 水资源减少导致大麦产区灌溉不足，出现一定程度歉收，拉高大麦价格，进一步增加原材料成本 	<ul style="list-style-type: none"> 水资源短缺问题突出，供水不足且水质明显下降，对产品风味造成显著影响； 为维持产品品质、保障风味稳定，公司需大幅增加研发投入，优化生产工艺以适配水质变化，研发成本急剧上升； 水资源严重匮乏导致大麦大面积歉收，市场供应紧张，大麦价格暴涨，原材料成本大幅增加，对公司运营造成重大影响 	<ul style="list-style-type: none"> 研发成本的增加 原材料成本上涨 	<ul style="list-style-type: none"> 推行节水技术，制定并落实吨酒用水减量目标任务 协同研发节水作物：与原材料供应商合作，共同投入研发资源，培育和开发节水型的大麦、大米、啤酒花等关键原料 社区水资源管理合作：与当地社区合作，保护和管理水源地，确保水资源的可持续利用

转型风险 / 机遇影响评估

本年度，公司以啤酒生产工厂、酒瓶生产工厂、办公场地等关键资产为评估范围，对识别出来的气候转型相关风险与机遇开展分析。

风险 / 机遇类型	2050 年净零排放情景 (NZE)	承诺目标情景 (APS)	既定政策情景 (STEPS)	应对举措	
转型风险					
政策与法规 风险	能源结构低 碳化	<ul style="list-style-type: none"> 大规模零碳设备投入，资产成本大幅上升 供应商低碳成本显著传导 	<ul style="list-style-type: none"> 能源转型设施设备投入明显增加 供应商成本转移压力加大；能源成本显著下降 	<ul style="list-style-type: none"> 清洁能源设备投入温和上升 供应商成本小幅传导 	<ul style="list-style-type: none"> 推动分布式光伏项目建设 以天然气等相对清洁的能源替代煤炭
	碳定价机制	<ul style="list-style-type: none"> 购买绿电、碳排放权成本大幅刚性上涨，成为核心成本项 	<ul style="list-style-type: none"> 随着绿电配额的要求提升、碳市场配额的收紧、碳税政策的落地，企业购买绿电、碳排放权成本将持续增加 	<ul style="list-style-type: none"> 绿电、碳配额成本小幅增加 	<ul style="list-style-type: none"> 通过节能减排，减少碳排放，节约碳配额
	高排放、漂 绿带来的声 誉风险	<ul style="list-style-type: none"> 合规处罚成本高； 投融资受阻； 消费者流失、收入显著下滑 	<ul style="list-style-type: none"> 处罚成本上升；可持续投融资受限；品牌与销量受影响 	<ul style="list-style-type: none"> 低排放情景下，高排放、漂绿将影响消费者信任，进而影响品牌形象，减少产品销量以及企业收入 	<ul style="list-style-type: none"> 增强内审内控，降低漂绿风险 严格遵守相关法律法规，避免排放物超标带来的声誉风险
转型机遇					
提高能源效率	<ul style="list-style-type: none"> 绿电全覆盖，碳收益最大化； 享受碳交易溢价收益 	<ul style="list-style-type: none"> 降本效果明显，碳成本节约显著 	<ul style="list-style-type: none"> 通过生产制造环节节能降碳，直接减少电力、煤炭 / 天然气采购成本，提升酿造环节毛利率 能效提升减少碳排放，在碳定价情景下可减少碳配额购买或碳税支出，规避未来碳成本上涨风险 	<ul style="list-style-type: none"> 进行绿色建筑节能改造，提升能源利用效率 	
可再生能源使用	<ul style="list-style-type: none"> 高碳价情景下收益更显著，享受碳交易溢价收益 	<ul style="list-style-type: none"> 碳减排收益明显，节约较多碳配额 	<ul style="list-style-type: none"> 绿电替代火电大幅减少碳排放，在全国碳市场扩容后，可节约碳配额或享受碳交易收益，碳减排收益有限 	<ul style="list-style-type: none"> 推动分布式光伏项目建设 	
开拓新的产品和服务	<ul style="list-style-type: none"> 低碳产品成为主流，营收与市场份额显著提升 	<ul style="list-style-type: none"> 低碳认证产品销量提升，营收稳步增长 	<ul style="list-style-type: none"> 推出低碳认证啤酒、轻量化包装产品，契合消费者绿色消费偏好，低碳产品小幅拉动营收 	<ul style="list-style-type: none"> 推出绿色产品，在生产过程中进行层层把关，保证产品的低碳属性 	

影响、风险与机遇管理

燕京啤酒积极识别、评估并管理气候变化相关风险，将气候风险与机遇管理全面纳入公司整体风险管理体系，持续优化“风险识别—风险评估—风险优先排序—财务影响分析—风险应对”的全流程管理机制，提升气候韧性和可持续发展能力。

气候风险管理流程

管理流程



- 收集内外部利益相关方关注的气候变化议题，结合实际情况筛选出燕京啤酒在短期、中期、长期面临的气候相关实体风险、转型风险与机遇。



- 采取定性与定量相结合的方法对识别的气候风险类别进行评估，综合考量风险和机遇的可能性和影响程度，分析燕京啤酒资产受到气候风险与机遇影响的比例与程度，判定需关注的重大气候风险与机遇。



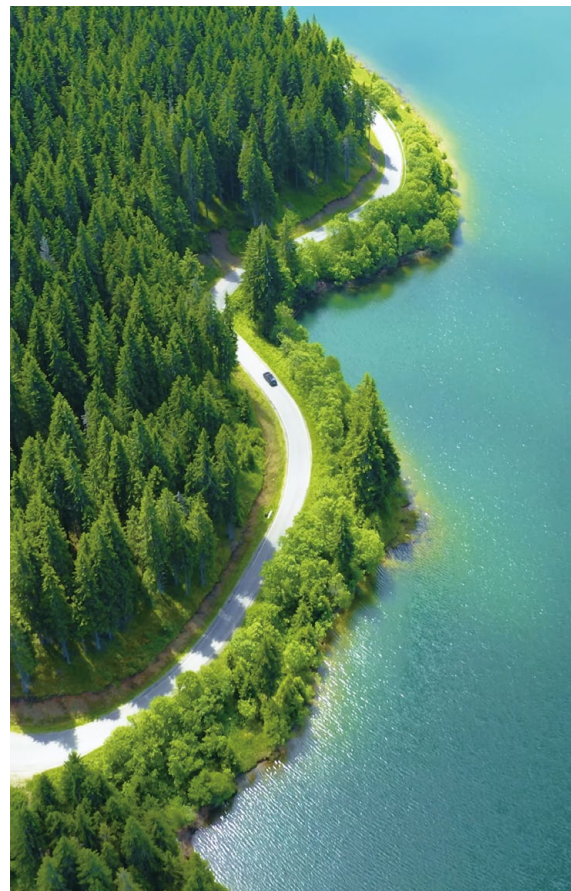
- 依据燕京啤酒气候风险与机遇列表，从时间范围、价值链影响环节、发生概率、影响程度四个维度对各个风险和机遇的影响进行评估，确定气候风险与机遇优先级排序和矩阵。



- 通过与各部门共同识别、探讨，评估各项重要气候风险与机遇对公司潜在的业务影响和财务影响，以及风险与机遇的管理现状，结合业务实际开展情景分析与财务影响分析。



- 针对已识别出的关键气候风险，公司设定相应的气候变化相关管理指标和目标以衡量这些风险的管理效果，并定期跟踪这些指标和目标的实施情况，以此作为评估气候变化管理绩效的依据。



减碳管理

燕京啤酒将气候变化的应对措施纳入日常运营，并通过技术创新、管理优化等多维度举措，推动温室气体减排工作，致力于实现绿色低碳发展目标。

碳排放核算管理

- 公司持续完善碳排放核算管理体系，严格遵循国际与国内碳核算标准，不断优化统计口径与核算方法，确保碳排放数据的精准计量、分类统计与动态管理，为科学设定减排目标、评估减排成效及规范信息披露提供了坚实的数据支撑。

温室气体回收利用

- 公司所有啤酒工厂已 100% 安装二氧化碳回收系统，对啤酒发酵过程中产生的二氧化碳进行回收，经净化处理后重新用于包装生产环节，有效减少了二氧化碳排放。
- 为进一步提升回收效能，公司持续推进设备升级与技术改造，累计投资 4,446 万元，完成 15 家工厂的二氧化碳回收设备改造，并推动 17 家工厂优化回收工艺。通过针对性技术改造，公司二氧化碳回收效率得到显著提升。襄阳工厂二氧化碳回收量提升 108.32%，沈阳工厂提升 136.51%，赤峰工厂提升 121.17%。目前，已有 5 家工厂实现生产用液态二氧化碳“零采购”，累计减少二氧化碳采购量 3,647 吨，有效降低了碳排放。

沼气回收利用

- 公司积极推进沼气的收集、提纯与梯级利用，通过优化工艺和设备，沼气回收量同比提升 103 万立方米，相应减少碳排放 1,093 吨。

此外，公司也将供应链纳入管理范畴，与供应商建立了长期稳定的合作关系，共同开展节能减排项目，推广可持续农业实践，优化生产流程，减少原材料与包装材料生产过程中的碳排放。通过共享碳足迹数据、协同研发低碳农艺、投资清洁能源改造及优化绿色物流体系，燕京啤酒将减碳目标全面融入从田间到酿造到包装的全环节。

产品碳足迹

燕京啤酒已启动核心产品 U8 系列的碳足迹评估。以瓶装和听装 U8 系列产品为试点，结合 2023 年度数据，评估该产品在原材料获取、生产和分销等生命周期阶段的碳足迹，为公司单位产品节能降碳工作提供依据。2025 年度，公司进一步扩大燕京 U8 碳足迹核算范围，拓展到了 7 家工厂。



碳配额管理

2025 年，公司已顺利完成北京市生态环境局年度碳排放数据按月核算、系统填报及审核工作，获得碳排放配额 13.40 万吨，实际履约 12.90 万吨，节约配额 5,018 吨。截至 2025 年末，公司累计节约二氧化碳配额 13.43 万吨，有效强化碳排放全过程管控，推动节能降碳措施落地，持续减少温室气体排放总量。

指标与目标

范围 1 二氧化碳排放总量（绝对值）



目标（啤酒企业）

- 到 2025 年，二氧化碳排放量 57.1 万吨，其中，范围 1 排放 208,776 吨，范围 2 排放 269,511 吨

2025 年完成情况

范围一

193,397.78 吨二氧化碳当量

范围 2 二氧化碳排放总量（绝对值）



- 到 2030 年，啤酒生产企业综合单位产品综合能耗降幅 28%、吨酒碳排放量降幅 20%（基准年：2025 年）

范围二

203,812.91 吨二氧化碳当量



高效资源利用

燕京啤酒始终致力于集约化、高效能的资源管理，积极优化能源、水资源、包装材料和原材料的使用，减少资源浪费，降低环境负担。为规范资源使用并减少浪费，公司制定《能源节约管理制度》，明确了对电力、天然气、煤炭、水、原料及纸张等各类资源消耗的管理要求。针对啤酒生产领域，公司还制定涵盖水、电、蒸汽消耗等方面的三年规划目标，以进一步提升资源利用效率。

关键指标	目标	2025 年完成情况	较 2024 年降低
集团水耗	3.72kl/kl	3.43kl/kl	9.74%
集团电耗	71.36kwh/kl	69.04kwh/kl	4.51%
集团蒸汽耗	330.49kg/kl	302.4kg/kl	12.40%

能源管理

燕京啤酒秉持“绿色发展、节能减排”的理念，严格遵循《中华人民共和国节约能源法》《能源管理体系要求》（GB/T23331—2012）及《能源管理体系实施指南》（GB/T29456—2012）等相关法律法规。公司及各分子公司已建立完善的能源管理制度和运行标准，持续优化能源管理体系，推动能源使用效率的提升。



河北燕京啤酒有限公司制定《能源管理制度》，建立“四级管理架构”来确保节能工作落实到位：

- 节能领导小组：统筹能源管理战略规划，审定年度能耗指标、节能技改计划及重大奖惩事宜，定期召开节能工作例会，部署、检查、总结全公司节能工作；
- 节能主管部门：作为日常办事机构，负责能源普查、能量平衡测试、节能规划编制，监督政策法规执行，推广节能新技术与合理化建议，按月度、季度、年度汇总能耗数据并开展分析；
- 车间节能小组：落实本车间能源消耗统计与原始记录管理，制定符合节能要求的操作规程，监督耗能设备运行状态，堵塞能源浪费漏洞；
- 班组节能员：负责岗位能源正确使用、设备与计量仪表维护，及时记录能源消耗数据，制止违规用能行为，协助开展节能宣传与建议征集。

此外，燕京啤酒通过分析年度能耗数据，有效识别能源结构改进方向，逐步提升能源使用效率，减少浪费，助力公司实现可持续发展的目标。

优化生产环节能源管理

燕京啤酒持续完善各工厂的能源消耗统计体系，精准监控动力、酿造、包装等核心能耗环节，确保各项能源数据的及时跟踪和分析。公司在设备节能与工艺升级方面持续发力，通过多项措施有效降低能源消耗，并提高生产效率。

节能设备改造

- **变工况设备变频节电**：在制冷机、空压机、蒸发冷减速机变工况设备上增加变频器，使之可在 30-50Hz 区间进行调节，当负荷率较小时，通过降低电机频率，减少设备耗电；同时持续开展高耗能设备更换，通过工厂更换高耗能电机 22 台，驻马店工厂采用磁悬浮风机替代传统设备，进一步降低电力消耗。
- **工厂锅炉压力控制**：工厂锅炉采取压力控制方式，按生产工况设置不同压力参数，利用压力控制进行锅炉的开启与停止，减少锅炉的空转待机时间，进一步降低锅炉的能耗情况。
- **省煤器安装**：加装省煤器装置，吸收低温烟气热量、降低排烟温度、减少排烟损失、节省天然气消耗量及天然气燃烧过程产生的二氧化碳排放。
- **天然气锅炉改造**：将生物质燃料锅炉、燃煤锅炉改造为天然气锅炉，同时强化沼气回收利用，为能源结构优化提供支撑。
- **电力系统优化**：推进配电系统升级与照明管控，北京工厂通过系统优化节电 13,303.31MWh，赤峰工厂用太阳能灯替换传统路灯，减少常规电力使用，全方位提升电力利用效率。

节能技术升级

- **采用新型节能煮沸技术**：酿造采用低压动态煮沸等新型节能煮沸技术，相比于传统的高功率加热方式，低压沸腾技术可以在更低的功率下实现加热，从而大幅度减少能源的浪费；同时进一步优化工艺，桂林漓泉工厂将酿造脱氧水改为冷法制取，各工厂优化糖化开班次数，减少无效能源消耗。
- **加强热能回收**：重点推进煮沸锅二次蒸汽、冷凝水余热、中水余热、洗瓶机和杀菌机等点位的余热回收。包头雪鹿工厂回收率从 32% 提升至 51%，衡阳工厂推动酿造部二次蒸汽回收、冷凝水制备热水，沈阳工厂实现糖化二次煮沸余热与包装杀菌机换热，达成 0 蒸汽使用，单厂年节约蒸汽最高达 9,011 吨。
- **保温与热损失控制**：推进管道设备保温优化，北京工厂、昆明工厂全面修复异常管道保温层，昆明工厂采用防水胶带封口保温材料，并建立保温点检标准，有效减少热力损耗，降低蒸汽补充需求。

为进一步优化能源管理，燕京啤酒将在 2026 年搭建集团能源 EMS 系统，逐步实现 50% 工厂的能源数据自动采集，生成 KPI 和 PI 报表，精准分析各工厂的能源消耗差距，快速制定改进措施。此外，公司正在进行高耗能低效能设备的迭代更新，2026 年计划完成 10% 的设备更新，进一步提升生产环节的能源效率。

通辽公司锅炉煤改气项目

案例

为提升能源效率，燕京啤酒（通辽）有限责任公司于 2025 年 3 月启动了锅炉“煤改气”项目。该项目引入超低氮燃烧技术的新型燃气锅炉，使锅炉热效率提升至 99%，比传统燃煤锅炉提高约 20%。通过智能预警系统和自动化运行优化了燃气供给与燃烧强度，确保根据生产需求精准调节。项目投产后，不仅显著提高了能源利用效率，还有效减少了锅炉能耗，为公司向低能耗、高效率的绿色制造体系转型奠定了基础。



关键绩效	单位	2025 年
天然气用量	立方米	95,768,673.86
液化石油气用量	吨	2.50
汽油消耗量	升	654,845.36
柴油消耗量	升	1,095,070.76
燃煤消耗量	吨	14,023.57
化石能源消耗总量	吨标准煤	139,463.38
外购蒸汽用量	吨	339,081.49
外购电力用量	兆瓦时	302,564.57
直接能源用量	吨标准煤	141,419.82
间接能源使用量	吨标准煤	69,874.19
综合能源消耗量	吨标准煤	211,294.01
综合节能率	%	19.75

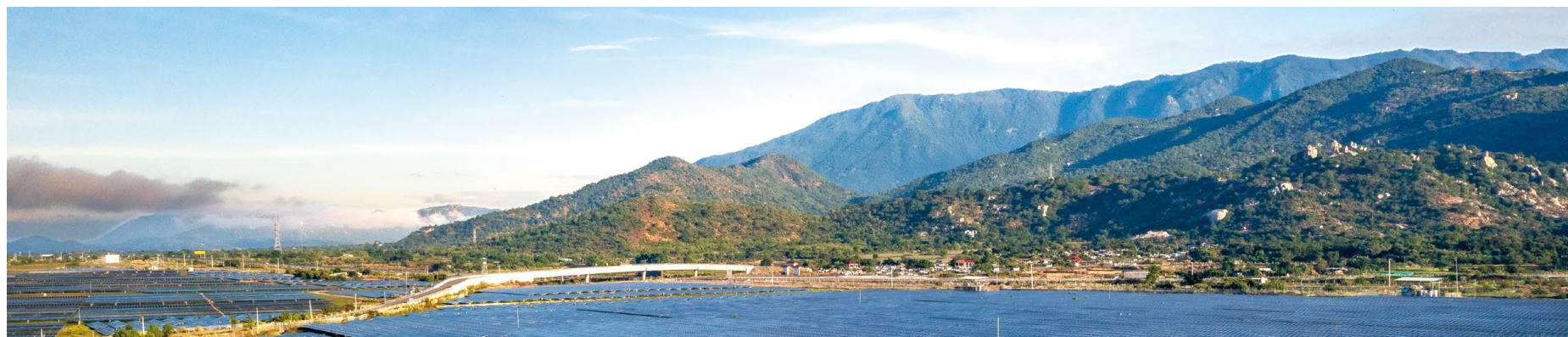
推进可再生能源应用

燕京啤酒持续加强可再生能源的布局和应用，积极推动能源结构的绿色转型，以降低化石能源的依赖和碳排放强度。2025 年，集团顺利完成 9 家工厂的分布式光伏项目布局，总装机容量达 27.75 兆瓦。通过系列光伏项目，公司进一步推动生产环节绿色变革，显著降低化石能源的使用。

2025 年

自产可再生能源用量

15,907.55 兆瓦时



分布式光伏发电项目建设



漓泉工厂



贵州工厂



河北工厂



江西工厂

此外，燕京啤酒积极推进太阳能热水器、光伏路灯建设，减少热力和电力的消耗，赤峰工厂进一步扩大太阳能灯应用范围，全面替代传统路灯。

为进一步促进绿色能源的应用，燕京啤酒在 2025 年加大绿电采购力度，全年采购绿电 67,294.60 兆瓦时，占集团总外购电力的 22.24%，通过落实绿电和绿证采购等举措，稳步提升公司绿色电力在能源结构中的比重。



玉林工厂



浙江丽水



浙江仙都

加强运输阶段节能减碳

公司积极推进环保车辆替代传统燃油车，通过引入新能源物流车，有效降低尾气排放，为碳减排作出积极贡献。同时，公司强化托盘全生命周期管理，对托盘使用、回收与循环利用实施精细化管控，并探索托盘租赁模式，缓解旺季短缺、淡季闲置问题，减少资源浪费，间接降低托盘生产与处置过程中的碳排放。此外，公司科学优化产品码垛标准，提升车辆装载效率、减少运输车次，从多维度降低物流环节碳排放总量，全面助力绿色物流建设。



推动配送中心 / 门店运营节能

“燕京社区酒號”作为燕京啤酒公司原浆品类产品销售推广项目，坚持绿色发展战略，由分子公司、经销商对门店产品销售及日常门店经营进行管理，由总部对项目发展进行运营赋能，通过对门店标准化发展进行支持，不断提升项目影响力，目前已成为燕京啤酒全国性战略发展项目。公司在“燕京社区酒號”的建设和运营过程中，全面贯彻节能减排理念，力求实现绿色运营目标。

门店建设阶段

- **燕京社区酒號项目在全国招商过程中倡导新建设门店在装修时对照明系统优化：**门店可使用 LED 光源，在提高照明效果的同时，大幅降低能耗和光污染。LED 灯具的使用不仅提高了门店的能源效率，还提升了整体照明质量，减少了维护成本。

门店运营阶段

- **制冷设备管理：**公司在管理过程中倡导门店使用节能环保型冰箱和冰柜，配备温度自动调节系统。
- **行为规范：**公司倡导门店进行能效管理规定，要求在每日营业结束前关闭所有非必要设备，避免夜间设备空转消耗过多以及安全隐患管控。

门店配送阶段

- **新能源车辆使用：**公司在配送阶段积极推动新能源车辆使用，减少配送环节碳排放。

建设绿色节能文化

燕京啤酒持续推进节能降碳文化建设，通过多样化的培训和活动提升员工节能意识，鼓励全员参与绿色行动。2025 年，燕京啤酒围绕环境可持续发展开展环境日活动，通过主题活动强化管理人员及员工对“双碳”管理的理解，激发员工从生产流程优化、资源循环利用等方面深挖减碳潜力，助力集团推进可持续发展。报告期内，公司通过横幅、海报、培训、知识竞赛等形式向全公司员工开展宣贯，开展了 72 场视觉宣传活动，36 场专题培训，有效提升员工环保意识和参与度。公司也将环保文化辐射至当地社区，开展了 236 场外部环保活动，覆盖社区服务、植树造林、校园宣传等多个领域。

公司下属工厂继续开展绿色出行倡议、碳管理主题赛等活动，深化节能文化，推动公司向低碳未来迈进。公司加强节能教育与设备管理，推广节能经验，严格落实节电措施，确保照明与电器的合理使用，减少待机能耗。同时，公司优化空调使用，确保春秋季节不启用空调，并合理调控温度，进一步提升能源利用效率，推动节能目标的全面实现。

燕京啤酒节能降耗系列专项培训

案例

2025 年，燕京啤酒围绕节能降耗与碳管理主题，组织开展专项培训 10 场，累计培训时长 20 小时，覆盖全体安环部经理、环境主管及专员。培训内容涵盖综合能耗计算规则、碳管理体系、碳足迹分析、减碳案例、环境主管在能耗管理及可持续发展中的职责等，系统提升员工在碳数据管理、节能技改方面的专业能力，为公司持续推进节能降耗与低碳转型提供支撑。



水资源管理

燕京啤酒始终严格落实《中华人民共和国水法》及各地水资源管理法规，积极践行国家节水型社会建设的倡导，严守水资源合规使用底线，切实保障水资源的合规使用。

水资源管理体系

燕京啤酒高度重视水资源管理工作，建立了完善、高效的水资源管理组织架构，为节水工作有序推进提供坚实组织保障。公司明确生产中心负责人作为水资源管理直接责任人，全面统筹协调各生产工厂水资源规划、管控、优化等各项工作，直接向公司董事长汇报水资源管理整体情况、工作推进成效及存在的重点问题，确保水资源管理工作上下贯通、权责清晰、指令畅通。

水资源风险管理

在水资源战略规划层面，公司将水源地地理位置、水资源本地条件以及动态变化趋势纳入综合评估体系，确保生产用水供应的稳定性与可靠性。公司对各类水源进行多维度风险评估，包括物理性风险（如干旱、洪水）、监管性风险（如水价政策、排污标准）及声誉性风险（如社区关系）等，并积极开展风险应对工作。

公司每年开展水风险管理工作，针对啤酒企业所有运营点进行水风险评估。2025 年，公司根据 WWF Water Risk Filter 进行一一比对，最终确认有 8 家工厂位于水资源高压力区域，啤酒企业在高压力区域取水量为 2,151,583 吨，占啤酒企业总取水量的 16.6%。公司正在积极进行转型，将水资源节约纳入工厂考核，通过效率的提高，不断减少取水量。目前尚未识别出由极端气候事件或降水匮乏等因素引发的水资源供应风险。

在工厂选址决策过程中，公司将水资源条件纳入工厂选址核心指标。在项目规划过程中，公司会对工厂目的地水资源进行为期 3 至 5 年的中期前瞻性评估，确保公司获得长期稳定的水资源。在工厂建设后，公司通过合理取水、管控废水排放、河道清理等方式，保护取水地水源。

生产用水方面，公司构建了自采水（地表水、地下水）与市政自来水并行的双水源保障模式，从源头分散供水风险，有效避免因单一水源短缺造成生产用水供应中断。

水资源管理目标

公司每年制定《水耗目标设定与下达》文件，设定水资源管理目标，并逐年进行更新，同时结合各工厂情况设定挑战目标。各生产工厂对目标进行拆解，积极落实相关目标。经过持续的改进工作，公司在水资源管理方面的目标在逐年降低，2025 年水耗整体较 2024 年下降 9.74%。

2025 年公司耗水量目标

啤酒生产单位耗水量 3.72 千升 / 千升

实际值

3.43 千升 / 千升

较 2024 年减少

9.74%

燕京啤酒持续推进水资源精细化管理

案例

2025 年，燕京啤酒以目标引领与实践推广相结合，系统推进水资源节约工作。公司为各工厂设定具有挑战性的水耗下降目标，梳理并推广节水最佳实践，较 2024 年新增 9 条。此外，公司推动各厂实施清洗最后一道冲洗水回收利用，并将洗瓶机最后一道喷淋水管管径从 2.5mm 优化至 1.8mm，实现生产水耗下降。



减少水资源消耗

公司啤酒企业积极探索减少水资源消耗的最佳实践。本年度公司共梳理形成 39 条最佳节水实践，并在各生产工厂积极进行复制推广，持续跟踪推广效果。同时，公司坚持以技术创新赋能节水工作，将新技术深度融入节水实践探索，推动水资源高效利用。

2025 年，公司多措并举推进各工厂节水降耗，重点开展三方面工作：一是推进用水相关设备更新引进，全面梳理生产线全流程用水点位，搭建用水实时监控体系；二是建立部门水资源消耗 KPI 考核机制，明确各监控点位管理责任人，压实节水责任；三是制定用水停机管控、日常用水检查等专项工作标准化管理机制，实现水管控的规范化、精细化。

燕京啤酒节水工作

加强用水管理机制

用水停机管理：建立生产线整线停产状态下各机台用水关停 / 断开水路矩阵清单，明确各点位关停 / 断开水路的具体控制点与标准化操作方法，杜绝停产期间无效用水。

漏水检查管理：制定生产线各机台用水跑冒滴漏专项排查清单，生产期间每日对现场机台用水情况开展全覆盖巡查，发现跑冒滴漏问题第一时间登记备案、报修处置。为清洁卫生软管统一配备小流量 / 高压喷嘴，并加装独立阀门开关，明确要求使用完毕后务必关闭阀门，确保软管无滴漏现象，严禁使用未安装限流器的开口式软管。

水资源回收利用

推动各工厂开展生产线清洗工序末道冲洗水的回收再利用工作，提升水资源循环利用率，减少新鲜水取用。



中发冻干机化霜回收利用设备

推动设备节水

推动各工厂优化洗瓶机设备参数，将末道喷淋水管管径由 0.25mm 缩减至 0.18mm，在保障清洗效果的前提下，精准降低喷淋用水量。

燕京啤酒开展集团冷凝水回收率提升项目

案例

公司针对 28 家啤酒工厂冷凝水管理现状开展专项调研，发现关键节点监测薄弱、管网覆盖不足、基础管理缺失等共性问题。此外，20 家工厂回收率低于 80%，节能潜力未充分释放。

为此，公司系统性推进冷凝水回收率提升工作，将冷凝水回收率纳入核心能耗 KPI，设定 $\geq 90\%$ 目标；建立《冷凝水系统运维 SOP》，明确巡检频次与记录规范；对低回收率工厂开展专项节能诊断，限期整改直排管网；全面评估管道腐蚀情况，按投资回报率制定更新计划；推广水质检测标准与设备电子档案管理，实现数据可追溯与远程监控，有效减少锅炉补水与能源消耗，降低碳排放与水资源浪费，助力企业实现绿色低碳运营，为行业水循环高效利用提供实践范本。

公司持续开展水资源使用相关培训活动，组织各生产工厂全体员工参与，聚焦节水目标分解、实操技能提升开展专题授课，针对日常工作中可能遇到的节水难题进行现场答疑、落地指导，全面提升全员节水实操能力。

开展水资源管理专项培训，推动节水措施有效落地

案例

2025 年，燕京啤酒开展水资源管理专项培训，围绕水耗目标分解与节水措施落地等内容，组织 28 家工厂参加，累计培训 2 小时，并在日常工作中结合实际运行问题开展持续指导与答疑，推动节水措施有效实施。



关键绩效	单位	2025 年
总耗水量（按取水量减排水量计）	吨	2,024,106.03
耗水强度（按取水量减排水量计）（单位营业收入）	吨 / 万元人民币	1.32
总取水量	吨	13,220,495.50
总排水量	吨	11,196,389.47
循环用水总量	吨	28,580,137.56
水资源节约总量	吨	1,392,985.84

原材料及包装物管理

公司以绿色发展为导向，立足食品行业相关业务特点，建立全方位、多维度的资源节约体系。为提升原材料与包装物利用效率，减少全环节资源浪费，公司构建从源头创新到回收利用的全流程绿色原材料及包装管理体系。

原材料与包装管理体系

燕京啤酒由供应链中心统筹管理原材料与包装物管理事宜，牵头编制《物料管理制度》等配套实施细则，统一公司对物料实行全生命周期管理办法，明确各单位的主体责任，对原材料从采购到回收进行全流程管控。

原材料关键绩效	单位	2025 年
有毒有害物料消耗量	吨	0



包装轻量化

燕京啤酒积极开展包装轻量化探索，通过降低单件产品包装材料的使用重量，减少资源消耗，提升原材料利用率，降低全价值链碳排放。

本年度公司积极推进 CDL 盖（轻量化铝制易拉盖）使用试点工作，CDL 盖代替传统 B64 盖（啤酒罐专用适配 640mL 规格的标准化铝质易拉盖），在保障产品质量的前提下，单只减薄盖较普通盖克重降低 10%，有效减少铝材消耗。2025 年，公司累计采购减薄盖 1,169 万个，可减少铝材耗用 3.6 吨，预计减少碳排放 46 吨。未来，公司将持续扩大 CDL 盖推广范围，以推动试点工作覆盖更多工厂为目标，进一步开展绿色包装实践。

公司同步推广轻量瓶应用，轻量瓶包装重量较传统普通瓶降低约 30%，下一步，公司将重点在玻璃瓶回瓶率偏低区域、全国 KA（具备连锁经营属性的零售、餐饮及特通类大客户）和电商等特殊渠道加大轻量瓶推广力度，进一步减少包装环节的资源消耗，提升资源利用效率。

包装材料关键绩效

2025 年

包装材料总量

2,378,133 吨

玻璃瓶

2,231,400 吨

铝瓶

35,674 吨

纸箱

111,058 吨

包装物回收利用

在包装物循环使用方面，公司持续提升玻璃瓶、纸箱、瓶盖等包装材料的回收复用水平，避免包装废弃物直接进入垃圾填埋场，减少环境污染，最大化提升资源利用效率。针对全国销售可回收瓶的区域，公司继续完善以经销商为主、瓶商为辅的回收网络，不断优化玻璃瓶回收管控机制，深化执行《玻璃瓶管理制度》，重点建立玻璃瓶回收分级机制，有效提升整体回收效率。公司本年度设定绿色包装专项目标，要求玻璃瓶回瓶率达到 80% 以上。2025 年，全年玻璃瓶回瓶率 80.53%，已顺利达成目标。

关键绩效

2025 年

玻璃瓶回收瓶重量

1,695,494.78 吨

规范污废排放

燕京啤酒严格遵守《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》等国家相关法律法规，全面管控生产运营全过程产生的污染物与废弃物，全力降低生产经营对生态环境的影响，构建绿色低碳、合规高效的生产运营模式。

污染物管理

公司下属各工厂均制定《废气排放控制程序》《污水排放控制标准制度与程序》，以达标排放为核心管控准则，筑牢生态环保安全防线。2025 年，公司未发生废水、废气超标排放事件。

公司定期开展污染物排放内部评估，依托数据分析精准识别潜在环境风险，及时落实针对性管控举措。公司采取以预防为主的策略，搭建污染物排放实时监控体系与全方位预警机制。

废气排放管理

针对废气排放，公司采用“源头防控、末端治理、过程管控”相结合的模式，结合各厂区属地生态环保政策要求，落实自主减排与合规减排并行的管控策略，因地制宜推进大气污染防治工作，严控各类大气污染物，确保达标排放。

燕京啤酒废气管控措施



优化生产工艺，强化末端治理

- 加装脱硫脱氮装置、活性炭吸附箱等高效废气处理设施，精准降解废气中有害污染物；
- 优化锅炉等燃烧设备运行工艺，采用先进低氮燃烧技术，精细化调控燃烧温度、空气配比等关键参数，从源头减少氮氧化物生成。



严控粉尘扩散，杜绝无组织排放

- 针对原料粉碎、物料输送等易产尘工序实施全封闭改造，配套布袋除尘器、旋风除尘器等除尘设备，有效遏制粉尘无组织扩散，彻底解决粉尘污染问题。

2025 年，燕京啤酒紧扣各厂区属地环保政策要求，多措并举推进废气治理工作：

河北燕京	重污染天气预警期间，主动落实自主减排要求，暂停使用国四及以下重型载货车辆（含燃气车辆）开展运输作业，减少移动源尾气污染排放，助力区域空气质量改善。
四川燕京 一分公司 北京燕京	全面完成燃气锅炉超低氮改造工程，其中四川厂区氮氧化物排放限值由 150mg/L 降至 30mg/L，一分公司、北京厂区氮氧化物排放限值由 80mg/L 降至 30mg/L，大幅削减氮氧化物排放总量，减轻区域大气污染负荷。
中京燕京	严格执行锅炉大气污染物特别排放限值，依规落实深度减排要求，将二氧化硫排放浓度由 400mg/m ³ 降至 200mg/m ³ ，氮氧化物排放浓度由 400mg/m ³ 降至 200mg/m ³ ，颗粒物排放浓度由 80mg/m ³ 降至 30mg/m ³ ，严守合规减排底线。
金川燕京	2023 年至今停用 2 台 10 蒸吨燃煤锅炉，全面改用外购蒸汽，从源头杜绝燃煤废气产生，实现锅炉废气中二氧化硫、氮氧化物等污染物零排放，彻底清零燃煤污染隐患。
通辽燕京 昆明燕京	稳步推进锅炉清洁能源替代升级，通辽厂区 2025 年 6 月全面停用燃煤锅炉，改用天然气锅炉供应蒸汽；昆明厂区 2025 年停用两台燃煤锅炉，同步切换为天然气锅炉供汽，持续优化能源结构、削减大气污染物排放。

关键绩效

2025 年

废气排放总量

130,056.82 万立方米

废气排放强度

848.22 立方米 / 万元人民币

废气中氮氧化物 (NO_x) 排放量

136.32 吨

废气中硫氧化物 (SO_x) 排放量

48.81 吨

废气中颗粒物 (PM) 排放量

6.07 吨

废气中挥发性有机物 (VOCs) 排放量

7.05 吨

废气中其他废气污染物排放量

1.48 吨

废气排放达标率

100%

废水排放管理

公司严守废水排放合规底线，常态化开展废水监测与精细化管控，针对不同类型废水实施分类收集、专项处理，确保所有外排废水均符合环保标准。2025 年全年未发生废水排放超标事件，切实守护区域水环境安全。

2025 年，公司聚焦事前防控，将污水在线设备异常情况纳入绩效考核，从严防范超标排放风险。一方面，制定《在线监测合规运行》自评表，梳理国家相关法律法规及技术规范，转化为实操性检查清单，完成 28 家工厂专项培训，并同步归集各工厂排污许可限值；另一方面，组建“自行监测辅导小组”，面向工厂环保及污水站工作人员开展专项培训，由辅导专家定期核查各工厂自行监测频次、信息公开等落实情况，全方位提升废水合规管控水平。

公司坚持“分类施策、达标排放”原则，规范各工厂废水处置工作。仙都工厂废水经厂内处理达标后直排好溪河；赤峰、包头、呼市 3 家工厂与下游污水厂签订直排协议，以优于行业限值的标准输送废水；其余工厂均通过自建污水处理站净化处理后，排入下游污水处理厂，全流程严守废水排放合规要求。



河北燕京厂区开展酵母储罐溢流隐患治理

案例

为持续强化厂区环境风险防控、严守生态环保底线，河北燕京开展废水排放隐患治理工作，经排查发现酵母储罐下方酵母液串流、少量溢流进入雨水管网引发臭气的环境隐患。公司快速响应、专项处置，由技术服务部牵头实施管路挖掘修复工程，彻底整改问题隐患。此次整治从源头杜绝异味污染与水环境风险，补齐厂区废水管控短板，完善废水收集处置全流程闭环，有效提升厂区环境治理与风险防控能力。

关键绩效

2025 年

废水排放总量

11,196,389.47 吨



废水中化学需氧量 (COD) 排放量

981.08 吨

废水中氨氮 (NH₃-N) 排放量

34.85 吨

废水中总磷 (TP) 排放量

14.03 吨

废水中总氮 (TN) 排放量

167.73 吨

废弃物管理

公司搭建完善的废弃物治理架构，建立标准化管理制度体系，制定《危险废弃物及危险物质管理 SOP》《副产品和一般废弃物管理 SOP》等制度，各厂区严格遵照制度落实全流程管理。

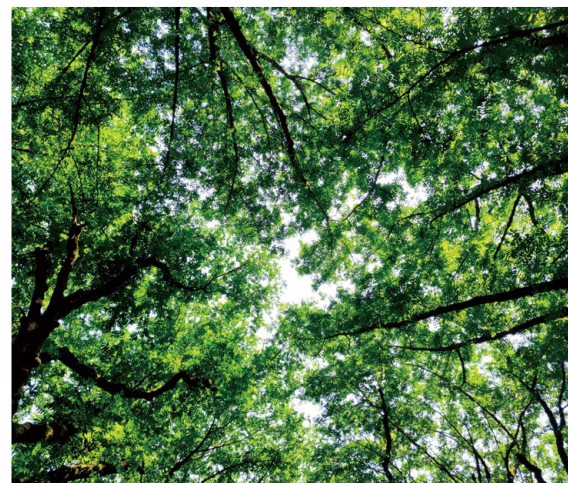
公司推行“分类管控、资源化优先”的处置原则，按月度精准统计各类废弃物产生数量、处置方式及处理量，相关统计标准保持稳定，最大化挖掘废弃物资源价值，降低环境负面影响。

废弃物分类处置模式



关键绩效	单位	2025 年	
无害废弃物处置总量	吨	452,802.76	
无害废弃物强度 (单位营业收入)	吨 / 万元 人民币	0.30	
按类型划分的 废弃物回收利 用率	废纸箱	%	100
	啤酒糟	%	100
	废酵母	%	100
	炉渣	%	100

公司总部定期对各工厂废弃物处理落实情况开展专项检查与绩效考核，确保各项管控举措落地见效。同时，公司专项成立攻坚项目，聚焦提升固废循环回收利用率，设定明确量化目标，实行月度跟进督办机制，持续深化废弃物减量化、资源化、无害化管理。



守护生态系统与生物多样性

燕京啤酒始终坚持绿色发展理念，将生态环境保护融入企业运营的各个环节，以制度化、常态化、全员化的行动守护生态安全，并积极履行社会责任，推动区域生态环境和生物多样性保护。

严守生态红线

公司严格遵循国土空间规划与生态保护相关规定，规范建设项目的用地管理，坚守生态保护红线。在新建、改建或扩建项目中，各工厂坚决规避生态环境敏感区域，积极探索应用对生态影响较小的替代方案，最大限度降低生产经营活动对周边生态环境的负面影响。公司山东新建项目严格履行土地预审、规划许可、用地审批等法定程序，确保项目用地合规率 100%，严守生态保护与土地利用合规底线。

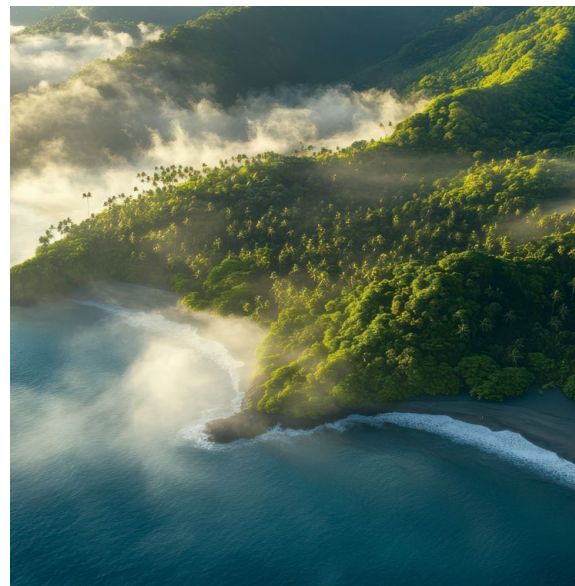
在土壤保护方面，燕京啤酒加强对废油、玻璃渣等污染物和废弃物进入土壤的路径的管控，定期检查地下污水管网，防止污水渗漏污染土壤。为应对可能发生的污染物泄漏事件，公司制定了完善的应急管理预案，确保在第一时间响应并处理，最大限度降低对土壤生态系统的破坏，保护工厂周边的生物多样性。

截至目前，燕京啤酒所有工厂均位于生态保护红线之外，且全年未发生任何违法占用林地、山体等情况。生态系统和生物多样性保护方面未识别到显著风险，也未发生政府处罚事件。

组织生态保护活动

燕京啤酒积极践行生态环境保护责任，常态化开展各类生态环境保护行动。公司在世界环境日、节假日重要节点，组织员工参与环保知识学习、社区服务、植树造林、校园宣传等活动，引领全员树立牢固的生态环保意识，积极营造绿色的良好环保氛围。

2025 年，公司围绕环境可持续发展开展环境日活动，鼓励员工走进社区、贴近自然，有效增强员工和周边社区居民的环保认知与参与度。此外，公司还积极探索与政府部门的协同合作，参与河流、湖泊等水域生态保护活动，切实守护水生态环境与生物多样性。



2025 年世界环境日：带动员工、承包商、社区一同行动

2025 年，公司积极倡导各分子公司开展世界环境日专题活动，全面推进美丽中国建设。本年度，公司共组织开展 263 项活动，吸引员工 27,173 人次、承包商 2,502 人次参与。

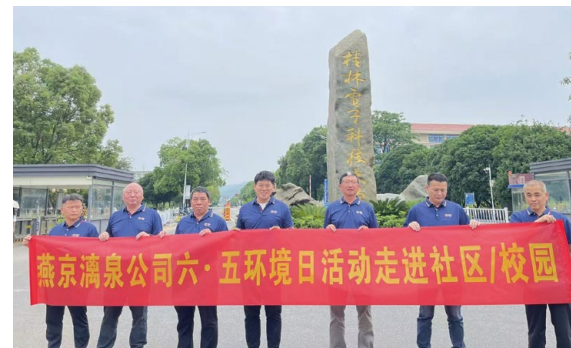
厂区宣传教育	26 家工厂通过张贴海报、悬挂横幅、利用电子屏播放宣传影片等开展环境保护教育，5 家工厂发放环保宣传手册，广泛普及环保理念
主题培训与竞赛	14 家工厂组织环保主题培训、16 家工厂开展环保知识竞赛，强化员工环保认知与专业素养
生物多样性保护实践	8 家工厂开展植物识别挂牌、湿地公园清洁等生物多样性保护活动，9 家工厂组织植树实践活动，以实际行动推动生态环境优化
垃圾清理与分类	10 家工厂组织员工和志愿者开展厂区及周边社区的垃圾清理与分类行动，普及垃圾分类理念，改善区域环境面貌
社企联动环保宣教	2 家工厂开放生产场景，邀请员工家属、社区居民及学生参观了解啤酒生产过程与环保措施，7 家工厂走进社区、学校开展环保宣教，带动社会各界共同参与生态环境保护



四川燕京在厂区内进行环保宣传资料发放



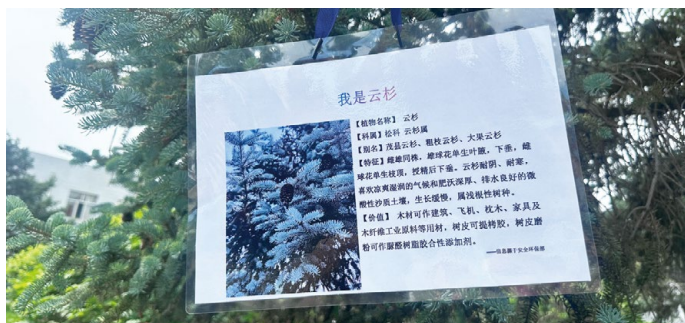
衡阳燕京开展世界环境日知识竞赛



燕京漓泉公司走进桂林电子科技大学开展环保知识宣讲



山西燕京开展垃圾清理和分类活动



燕京包头雪鹿公司进行植物识别挂牌



广东燕京开展植树活动

为生活酿造美好 与世界和谐共生

社会篇

创新赋能发展 责任彰显担当

77

深耕研发创新

84

坚守质量底线

88

打造卓越服务

93

共建可持续供应链

97

严守数据安全

99

保障员工权益

102

心系员工福祉

106

助力职业成长

113

守护健康安全

121

厚植社会责任

创新赋能发展，责任铸就未来。公司以研发创新驱动技术升级与产品迭代，以质量坚守、卓越服务与可持续供应链筑牢运营根基，以数据安全保障合规运营，同时聚焦员工权益保障、职业成长赋能、健康安全守护与员工福祉提升，厚植社会责任，全方位推动企业经济效益与社会价值的协同提升。



深耕研发创新

研发创新是燕京啤酒高质量发展的核心驱动力。公司依托完善的研发治理体系、清晰的创新战略与全流程管理制度，聚焦产品创新与成果转化，持续推进品类迭代升级，强化科研平台建设与知识产权保护，积极参与行业标准制定，不断提升核心技术能力与市场竞争力，以创新赋能企业可持续发展。


治理

燕京啤酒高度重视研发创新，始终将其作为企业发展的核心动力，系统推进研发创新体系的建设。公司制定《研发项目管理制度》《新产品开发管理制度》《核心研发人员管理制度》等一系列规章制度，覆盖项目立项、过程管理、经费使用、成果保护及转化应用等全流程，有效衔接各层级管理，全面规范企业研发创新活动。

为确保研发创新的高效管理，公司采用“1+5+N”的组织模式，总部设立技术研发中心，作为统一归口管理部门。同时，具备研发职能的分子公司设立研发分中心，全方位保障各项研发工作协同落地、高效开展。

战略

燕京啤酒将“高质量发展”作为核心战略目标，以创新为发展基点，通过建立系统化的研发创新管理体系积极应对行业变革机遇，为技术创新提供坚实的制度、平台和人才保障。

风险 / 机遇类型	描述	影响周期	应对策略
机遇 	公司积极开发符合消费者需求的产品，可以吸引更多消费者，不断提升营收	短期 中期 长期	• 将“高质量发展”作为核心战略，综合基础研究成果和创新研发应用，完善研发管理制度、强化国家级创新平台建设及人才梯队培养，系统性提升产品创新能力与转化效率，持续推出满足消费者多元化需求的高品质产品



影响、风险与机遇管理

研发创新是燕京啤酒把握消费升级和多元化需求机遇、推动高质量发展的核心支撑。

研发创新管理

为保障研发创新的持续推进，燕京啤酒注重研发人员的培养，并通过《项目评审及奖励管理办法》和《科技创新成果奖励管理办法》等制度，激发研发人员的创新热情与工作动力。通过强化量化标准、细化评价维度、突出战略协同，建立了新产品与新技术“双轨制”评价体系，设定差异化、价值导向的量化赋权评分标准，精准引导研发资源配置，提升创新成果的质量与转化效率，进一步推动产品力升级、技术领先和市场竞争力的提升。

人才是研发创新的核心支撑，燕京啤酒始终将研发人员培养放在重要位置，紧密围绕研发核心业务，构建系统化专项技能培养体系。2025 年度，公司举办“研发技能提升培训季”活动，围绕啤酒生产酵母菌株操作技能、产品市场口味测试等关键领域开展专项赋能，并成功落地“燕研赋能计划”培训班。培训活动累计超 1,500 课时，覆盖人员 450 余人次，极大提升了科研人员的实战技能与市场洞察力。

依托完善的培养与激励机制，公司人才队伍专业能力持续提升，2025 年，总部技术研发中心有 4 人获得职称晋升，34 人次获得职业技能认证，4 人被评为国家级评酒委员，不仅推动了员工个人专业成长，更为企业研发创新注入了持久人才活力。



公司开展“研发技能提升培训季”活动



2025 年

“燕研赋能培训计划”培训活动累计超

1,500 课时

覆盖人员

450 余人次

2025 年

研发投入金额

40,460.29 万元

研发投入占比

2.64 %

研发人员数量

1,861 人

研发人员占比

9.59 %

科研平台是研发创新的重要载体,燕京啤酒通过统筹规划、明确的责任分工和成果材料的跨平台共享等管理创新机制,提升了公司科研平台的整体管理效能。

燕京啤酒及其分子公司持续推进高新技术研发,维护高新企业认定资质。截至目前,共有公司总部及下属 9 家分子公司获得有效高新技术企业认证。



总部及分子公司高新技术企业证书

2025 年,凭借卓越的创新管理体系和扎实的创新实践,燕京啤酒荣获方圆标志认证集团颁发的创新管理成熟度“完整级”(国内最高等级)认证,标志着燕京啤酒在创新战略规划、组织建设、流程管理及成果转化等核心领域已处于行业领先地位,成为啤酒行业创新管理的典范企业。



清华大学技术创新研究中心创新管理成熟度评价证书

研发创新应用

燕京啤酒以研发成果转化为核心，聚焦产品创新与健康食品打造。公司通过技术突破驱动啤酒品质升级、品类创新及健康食品研发，推动研发成果快速市场化，同步结合消费场景深化应用，构建差异化产品竞争力。

燕京啤酒推动创新产品落地 满足消费者多元化需求

案例

燕京啤酒紧扣消费者对高品质、多元化啤酒的需求，聚焦研发成果转化，推动多款创新产品落地。

- 10.8°P 比利时小麦，采用优质进口麦芽与比利时风格酵母，搭配芫荽子和进口橘皮，提升风味层次
- 12°P 茉莉白啤将精酿，德式白啤与茉莉花茶跨界融合，采用冷萃工艺保留茉莉香气，凸显中式创新特色
- 绿豆风味艾尔则融入绿豆清润口感，打造解暑型创新产品

同时，公司推进往年储备产品的落地，红枣枸杞啤酒采用多包装形式，在精酿基地和漓泉基地规模化生产；狮王精酿糖葫芦酸小麦、燕京 9 号西瓜小麦凭借独特风味，在第 34 届北京国际燕京啤酒文化节跻身热卖 Top5，获得消费者广泛认可，充分体现了研发创新与市场需求的深度结合，彰显了产品的差异化竞争力。燕京 9 号红枣枸杞啤酒和狮王精酿糖葫芦酸小麦分别斩获 2025 中国国际啤酒挑战赛（CBC）四星和三星天禄奖。



燕京中发成立纳豆研究所 助力“大健康+消费”战略落地

案例

为推动发酵食品从实验室走向市场，北京燕京中发生物技术有限公司成立纳豆研究所，于 2025 年 10 月在北控宏创科技园举行揭牌仪式，同步落地燕京纳豆轻食餐厅。研究所聚焦纳豆菌种选育、功能成分研究与产业化应用方向探索，邀请中科院、中国食品发酵工业研究院等科研机构专家围绕相关前沿议题开展交流，为技术转化提供支撑；轻食餐厅则以纳豆为核心，结合研究成果打造健康餐饮产品，实现研发创新与消费场景的落地结合，助力燕京“大健康+消费”战略落地，彰显了企业在健康食品研发领域的创新实践。



知识产权保护

燕京啤酒将知识产权视为企业高质量发展的核心资产。公司通过颁布《知识产权保护管理制度》，实现从创新成果孵化到市场应用的全流程管控，既筑牢企业技术壁垒、激发研发人员创新活力，推动技术成果高效转化为生产力，又通过严密的风险预警与监控机制，有效防范侵权行为，为企业规避法律风险、维护市场竞争优势提供了坚实法治保障。

此外，公司采取“专利 + 商业秘密”组合策略保护知识产权，将审查节点嵌入研发立项、结题及成果发布的关键流程，严格执行“无审批、不发布”原则。公司还推进科研管理数字化，建成首套具有自主知识产权的一体化科研管理平台，确保研发成果得到全方位保护。

聚焦精品 IP，燕京啤酒构建“商标 + 中文网址”知识产权保护体系

案例

作为国内啤酒行业领军企业，面对消费市场迭代及品牌仿冒、恶意抢注等不正当竞争挑战，燕京啤酒将知识产权保护融入发展战略，构建全方位防护体系。

燕京啤酒聚焦“狮王精酿”“燕京酒號”两大核心 IP，注册启用“狮王精酿. 网址、燕京酒號. 网址”，建立“商标 + 中文网址”线下线上协同保护体系，从源头杜绝抢注、仿冒。此举有效守护了自身品牌资产，保障品牌形象，提升品牌价值。



关键绩效指标	单位	2025 年
应用于主营业务的发明专利数量	件	109
年度专利申请数量	件	49
年度专利授权数量	件	95
年度商标获批数量	件	18
年度软件著作权登记数量	件	2
年度授权实用新型专利数量	件	60
年度授权外观设计专利数量	件	8
累计有效发明专利数量	件	122
累计有效实用新型专利数量	件	305
累计有效专利数量	件	575
累计有效软件著作权数	件	2
新产品开发项目数	个	16

引领行业进步

燕京啤酒积极参与制定多项国家、行业及团体标准，推动行业规范的有序建设，持续履行龙头企业的社会责任，全方位引领啤酒行业在品质提升、绿色低碳和数字化转型等方面稳步前行。

标准类型	参与制定标准名称	标准制定意义
国家标准	GB/T 4927-2025《啤酒质量要求》	• 适配行业多元化发展，完善产品定义与分类、统一质量指标，既坚守啤酒麦芽本质属性，又为工坊啤酒等新兴品类提供合规依据，全面规范生产与市场，保障消费者权益。
	GB 32047-2025《啤酒单位产品能源消耗限额》	• 以强制性标准收紧能耗门槛、划分能耗等级，推动企业节能改造与技术升级，助力行业绿色低碳转型，支撑“双碳”目标实现。
	GB/T 7416.2-2025《啤酒原料质量要求 第2部分：啤酒麦芽》	• 细化啤酒麦芽分类与理化指标，补充检测方法，统一原料质量要求，从源头把控啤酒品质，支撑产品风味稳定与行业高质量发展。
行业标准	QB/T 5936-2024《啤酒工业绿色工厂评价要求》	• 填补啤酒行业绿色工厂评价空白，构建系统评价体系，引导企业从单一节能向高效、清洁、低碳、循环的系统绿色转型，提升行业整体绿色竞争力。
团体标准	T/CBJ 3306-2024《啤酒智能酿造与数字化生产管理要求》	• 明确啤酒行业数字化转型准则与智能制造成熟度评估方法，为企业数智化建设提供统一指引，加速生产管理智能化与效率提升。
	T/CAS 1006-2025《温室气体产品碳足迹核算方法与要求 啤酒》	• 统一啤酒产品全生命周期碳足迹核算方法，实现碳排放精准计量与可比，助力企业定位减排环节、推动全产业链降碳，支撑绿色消费与国际绿色贸易。
	T/AIMC 015-2025《啤酒数字标签编码与标识规范》	• 作为我国首个啤酒数字标签专项规范，明确统一编码与标识规则，推动产业全链条信息透明化、管理智能化，为消费者提供便捷产品信息获取渠道。
	T/CIET 959-2024《酿酒高浓度废水资源化利用技术指南》	• 填补酿酒行业高浓度废水资源化利用的技术规范空白，为企业废水减量化、资源化和无害化处理提供技术指引，助力行业绿色低碳转型。
	T/CIET 1247-2025《酒糟渗滤液资源化利用技术指南》	• 规范酒糟渗滤液的资源化利用路径与技术要求，推动副产物高效循环利用，降低环境影响，提升酿酒行业资源综合利用水平。

指标与目标

2025 年，公司因积极参与创新服务、支持科技人才发展及推动行业科技进步，荣获北京市科协创新服务中心表扬信。

表扬信

北京燕京啤酒股份有限公司科协：

新岁肇启，万象更新。值此 2025 年到来之际，北京市科学技术协会创新服务中心向贵单位一年来对中心工作的支持表示衷心的感谢，向贵单位各级领导和科技工作者致以新年的祝福和美好的祝愿！

过去一年，贵单位科协扎实履行“为科技工作者服务、为创新驱动发展服务、为提高全民科学素质服务、为党和政府科学决策服务”的职责使命，把企业科技工作者团结凝聚在党的周围，自觉履行高水平科技自立自强的使命担当，积极将自身科创、人才资源融入市科协科创服务体系，支持“千人进千企”创新服务、工程科技人才培养、科创品牌活动等工作开展，输出科技资源、托举青年人才、营造创新氛围，为企业科技工作者发展搭建平台、融通赋能、凝心聚力。

春山可望万象新，笃行不怠正当时。新的一年，创新服务中心愿与贵单位继续携手奋进，团结和带领首都科技工作者投身科教兴国、人才强国、创新驱动发展的伟大实践，书写服务北京国际科技创新中心建设的崭新篇章。

祝愿贵单位事业蓬勃发展、蒸蒸日上！

北京市科学技术协会创新服务中心



产品创新



基于全方位市场和消费者调研结果，以系统打造燕京品牌、狮王品牌、燕京酒號品牌为目标，持续在高端品类上发力，分别向上开发、转化及上市产品。

已完成

燕京主品牌：完成 1 款主流高端拉格产品研发（26 年上市）。

狮王精酿：完成 12°P 茉莉白啤、10.8°P 比利时小麦研发和上市。

燕京酒號：完成中式风味限定产品“绿豆风味艾尔”研发和上市，红枣枸杞啤酒换装上市。

此外，糖葫芦酸小麦、西瓜小麦等特色产品亮相第 34 届北京国际燕京啤酒文化节。

标准起草



为转化优势技术、引领行业发展，深度参与国行团标的制修订工作，主导或核心参与不少于 2 项标准项目。

已完成

参与起草的 5 项标准公开发布，包括 GB 32047-2025《啤酒单位产品能源消耗限额》、GB/T 7416.2-2025《啤酒原料质量要求 第 2 部分：啤酒麦芽》、T/CBJ 3306-2024《啤酒智能酿造与数字化生产管理要求》、T/CAS 1006-2025《温室气体 产品碳足迹量化方法与要求 啤酒》、T/AIMC 015-2025《啤酒数字标签编码与标识规范》。

坚守质量底线

燕京啤酒始终将质量管理视为核心发展基石，持续完善内部管理，构建全方位质量管控体系。通过全流程管控实现从源头到终端的闭环管理，持续健全应急处置与产品召回机制，筑牢质量安全防线，切实守护消费者权益。

治理

燕京啤酒严格遵守《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国食品安全法》等相关法律法规，从严把控产品质量。公司建立“公司总部与相关责任部门 - 各生产工厂与相关责任部门”的产品质量管理架构，并以制度为抓手，制定《食品安全管理制度》《产品检验管理制度》《产品技术标准管理制度》等内部规范，实现产品质量全流程覆盖、各环节有据可依、全流程可控可溯，以高标准、严要求保障产品质量和消费者权益。



公司高级管理层

- 制定质量战略与食品安全顶层方针
- 审批质量重大投入与资源配置
- 决策重大质量 / 食品安全事项



公司总部生产中心

- 牵头编制全集团质量中长期规划和方向
- 制定实施标准和流程，指导工厂目标分解、监督规划落地
- 统筹重大问题解决方案、验收评审质量项目成果



各生产工厂主要负责人 / 总经理

- 承接集团规划，牵头工厂质量和食品安全目标分解
- 组织推进重点任务，统筹资源配置
- 定期汇报规划落地进度与成效



各生产工厂各部门

- 细化执行方案，落地规划各项要求、全流程监控质量指标
- 保障目标达成、定期反馈执行进展与改进需求



战略

2025 年，根据公司整体战略要求，紧扣“高质量发展”主题，坚决贯彻质量生命战略，有序开展各项质量管理工作。

风险 / 机遇类型	描述	影响时间范围	应对策略
风险 	公司提供健康安全、高质量的产品可以获得消费者信任，增强消费者黏性	短期	<ul style="list-style-type: none">系统性开展产品质量管理，严格产品质量检测，确保产品质量得到有效管控。定期开展产品质量安全风险识别和排查、制定重大责任事故应急预案、开展产品召回应急演练，防患未然。
		中期	
		长期	
机遇 	公司出现产品质量安全事件可能损害公司形象，导致公司产品滞销	短期	<ul style="list-style-type: none">定期开展产品质量主题培训，提升员工质量意识。
		中期	
		长期	

影响风险与机遇管理

燕京啤酒建立健全质量管理体系，明确质量工作目标与要求，通过完善质量检测、风险防控、人员培训等机制，实现全流程质量管控。同时，公司建立规范的产品召回与应急处置机制，强化全过程风险防控能力，全面筑牢产品质量安全防线。

质量体系信息化融合

2025 年，燕京啤酒大力推进信息化建设，以啤酒工厂全模块上线并实现 100% 顺畅运行为目标。公司以实现检验业务流程、超标不合格、质量 KPI、投诉管理等 22 个功能模块的开发并全面开展试运行；完成与生产信息化、SRM、BIP 及 400 工单系统对接，实现各系统间数据共享及信息互通，确保检测业务流程、供应商管理、超标不合格管理及投诉管理的完整性及一体化。通过信息化系统与质量体系各模块深度融合，有效提升质量管理效率，加快数据信息流转，为全流程闭环管理提供有力支撑。

完善的产品质量检验机制

公司依据《内部控制和规范指引》《啤酒企业良好操作规范》《啤酒生产许可证审查细则》等国家法律法规及行业规范，结合公司实际制定《产品检验管理制度》。公司总部及各成员单位严格按照制度要求，强化产品检验全过程识别与管控，确保啤酒生产所用原辅料、清洗剂、消毒剂、加工助剂、添加剂及包装材料等均符合国家法律法规、行业标准及企业内控要求。

产品检验范围

进货检验

原材料检验、包装材料检验、辅助材料检验

过程检验

工序检验，如确认工序、关键工序点的检验

最终检验

对产品进行技术性能指标的试验、外观的检验等

在产品检验过程中，各环节各司其职，总部职能部门制定物料供应商评价标准及产品检验要求，各单位采购部门对供应商进行循环管理，质量管理部门检验人员负责质量指标的检验。为确保从原材料采购到成品出厂的完整质量检定过程，生产中心围绕全链条质量管控制定 PTS（技术规范）文件，明确不同样品类型需监控的指标、指标类型、指标控制范围及接收标准；建立集团级与工厂级最低取样计划文件，涵盖原辅材料、包装材料、动力制冷、糖化、发酵、包装、三方外检等关键流程并明确不同样品的检测指标、取样地点、检测频次、取样人、做样人等信息，为质量检定实施提供精准指引；匹配取样计划执行，建立理化、微生物、品评、仪器设备四大类分析方法操作规程文件，全面规范质量检定操作流程。

食品安全风险识别与排查

燕京啤酒的质量风险识别重点为食品安全风险。针对食品安全风险，总部组织各单位建立《食品安全风险检查清单》，实行日管控、周排查、月汇报的工作机制，保存相应检查记录、会议纪要，全面加强生产各环节食品安全风险管控。一旦发现有食品安全事故潜在风险，各单位食品安全负责人将会提出停止相关食品生产经营活动等否决建议，企业将立即分析研判，采取处置措施，消除风险隐患。

针对市场端食品安全风险反馈，公司建立了市场投诉信息收集通道、记录台账、处理流程，确保存在安全问题或安全隐患的食品不在市场上流通，保证消费者人身安全。

提升实验室检测能力

以质量体系为支撑，燕京啤酒持续强化实验室检测能力，为产品品质与口感稳定性控制提供有力数据。2025 年，公司通过实验室间能力比对、产品月度对标、集团质量监控、控制样过程能力分析等多项举措，持续发现检测结果数据准确性及一致性机会点并闭环改进提升。

质量培训及技能提升培训

公司建立规范化质量培训管理体系，要求各生产工厂制定年度专项培训计划，各部门对培训过程实施全程文档化记录与管理。针对不同岗位人员实施分级分类培训，其中食品安全总监及食品安全员年度培训时长不少于 40 小时；新员工上岗前必须完成卫生管理与清洁操作专项培训；同时组织全员年度食品安全培训，普及食品安全知识，强化全员质量安全意识。同时，公司开展质量体系培训，参与培训人数达 2,118 人，平均培训时长 198 小时，培训内容覆盖质量体系全模块，对工厂相关人员进行全面技能提升。



产品追溯、召回与重大质量事故应急预案

公司制定《食品召回控制程序》《食品安全应急程序》及产品追溯制度，以确保在发生食品安全事件时，能够迅速、有效地控制事态发展，保障消费者健康安全。制度明确各部门在食品安全事故中的职责分工，确保从事件发现、信息报告、应急启动到事后处理的每一个环节都有章可循，形成快速响应与科学处置的闭环管理，最大限度降低食品安全事件对公众健康的影响。

公司总部倡导工厂进行产品追溯和召回实战演练，对演练过程进行全面评估，分析演练响应速度、协作效果和处置措施，形成演练报告。通过演练明确召回制度和职责分工，确保召回的有效性，提高各部门在面对突发事件时的反应能力，有效控制问题产品的扩散，降低食品安全风险，增强员工食品安全意识和责任意识。

为规范超标和不合格产品管理工作，促进公司有效防控超标和不合格产品流出带来的风险，公司建立了《超标和不合格管理制度》，明确各类异常产品的处理程序及要求。

福鼎工厂开展产品追溯演练，夯实公司产品追溯体系

案例

为强化产品全流程追溯能力，燕京啤酒福鼎工厂于 2025 年 7 月开展产品追溯专项演练，以 9 度一麦 330ML 产品模拟口感偏酸投诉为场景，检验各部门协同追溯效能。演练由质量管理部牵头，联合包装、发酵、糖化、物流等多部门参与，快速逆向追溯锁定问题，同时顺向追溯定位成品仓库相关产品，形成完整追溯链条。

本次演练不仅充分展现了各部门快速响应的良好风貌，更为后续完善产品召回追溯演练管理规定、提升制度的完善性、实用性和可操作性提供了实战支撑。



演练协调会



演练中对问题产品进行隔离

2025 年度，公司旗下啤酒企业共计 28 家工厂，24 家取得质量管理体系认证证书且证书持续有效，体系覆盖率达 85.7%，证书有效性 100%。公司未发生产品相关的安全与质量重大责任事故。未发生产品召回事件，未发生因安全和健康理由召回产品事件。

指标与目标

产品相关的安全与质量重大责任事故



目标

产品相关的安全与质量重大责任事故：0 件

2025 年完成情况

0 件，已完成

因安全和健康理由召回产品事件



目标

因安全和健康理由召回产品事件：0 件

2025 年完成情况

0 件，已完成

打造卓越服务

燕京啤酒始终坚守“为生活酿造美好”的初心与使命，坚持以消费者为中心，持续提升服务品质，用心为客户提供优质体验。同时，公司积极践行企业社会责任，大力倡导理性饮酒、健康饮酒的文明理念，引导健康向上的生活方式，用品质与责任为消费者创造更美好的生活体验。

客户服务

燕京啤酒始终将客户服务作为提升品牌竞争力和维系客户关系的核心举措，始终坚持以消费者需求为导向，围绕“售前体验、售中互动、售后保障”优化服务流程。在服务各环节，燕京啤酒将“客户至上、快速响应、信息共享、持续改进”的客户服务基本原则贯穿始终，通过标准化管理、多元化体验和高效化响应，不断提升服务质量，增强客户满意度与品牌忠诚度，从而助力市场的稳步拓展。

为做好客户服务管理，保障消费者合法权益，公司严格遵循《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国产品质量法》等法律法规，制定《经销商客服管理制度》，对客户服务岗位的具体职责、沟通机制、培训计划等做出明确要求。公司同时设置以供应链中心物流部、市场营销中心电商部、生产中心质量管理部为核心的客户服务管理架构。供应链中心与市场营销中心负责客户直接服务与交流，生产中心负责回应客户诉求，针对客户要求开展相关工作的提升改进。

售后服务管理

公司建立完善的售后服务管理制度体系，制定《产品售后服务管理制度》《工厂市场投诉指数》《投诉分析及检查行动》等制度，并于本年度更新修订《投诉缺陷分类和责任部门判定原则》《投诉处理流程》，进一步规范投诉处理流程与产品召回机制。制度明确投诉分类标准、处理流程及产品召回条件，细化酒液、包装、食品安全三类缺陷的责任判定规则，界定各方责任。同时，公司通过市场投诉指数监控投诉风险和质量趋势，规范投诉计数、数据核查与更正流程，确保高效处理投诉、落实整改、提升客户满意度。

为保障消费者诉求畅通可达，公司构建多渠道、全覆盖的投诉受理体系，确保消费者诉求及时响应。

投诉渠道

集团统一招商、服务热线电话：400-010-0566

工厂或销售投诉客诉电话

总部直接反馈

专人对接反馈

新媒体渠道投诉

跨区客户反馈

2025 年，燕京啤酒上线 LIMS 质量信息化管理系统，优化投诉处理各环节要求，实现全流程闭环管理。公司制定清晰规范的投诉处理流程，明确各节点责任主体、处理标准及时限，确保客户投诉高效处置，并每月反馈处理进度，持续提升投诉处理效率和消费者满意度。

流程节点	责任主体	内容
投诉受理	供应链中心	接到客户投诉后，进行信息记录与完善
赔偿处理	销售公司投诉主管	与投诉人联系并协商理赔，重大或食品安全缺陷投诉 2 小时内、非重大投诉 24 小时内处理
原因排查	生产工厂	投诉区域市场主管更新投诉信息表并将样品发送给产品生产工厂，生产工厂质量管理部和投诉产品相关部门开展排查，重大投诉 24 小时内、一般投诉 72 小时内完成排查并输出报告
报告评审	生产中心酿酒师部	投诉发起 96 小时内完成报告汇总和评审，120 小时内完成备案，未通过则退回工厂整改
整改落实	生产工厂包装部、物流部、酿造部	生产工厂质量管理部落实考核方案，相关责任部门制定并执行整改计划

2025 年，公司进一步强化投诉快速响应机制，要求投诉信息 30 分钟内转至一线业务部门，30 分钟内完成与投诉人电话沟通确认，24 小时内实现当面沟通，沟通及时率达 100%。每月组织各工厂开展市场产品外观质量、货架期新鲜度、客户满意度调查及经销商仓库检查，针对排查发现的产品外观问题、新鲜度超标、满意度偏低等情况，24 小时内通知属地销售部门，7 天内制定整改计划，督促完成整改。

本年度，公司电商部重点优化团队培训，共完成全员及经销商客服团队培训 24 次，提升专业服务能力，切实保障渠道服务质量。

报告期内，公司收到的产品质量相关投诉同比下降 53%，沟通及时率 100%，投诉解决率 100%。公司通过常态化质量检查、快速整改和闭环管理，逐步降低消费者投诉，切实保障消费者合法权益。

关键绩效	单位	2025 年
产品质量相关客户投诉数量	件	112
客户投诉解决率	%	100

提升客户消费体验

为全方位升级消费者体验提升客户满意度，燕京啤酒始终以用户需求为核心，创新体验形式、丰富互动场景，搭建品牌与消费者深度沟通的桥梁。通过常态化开展多元化消费者互动活动，以沉浸式、体验式沟通，让消费者直观感受企业实力与产品魅力，拉近品牌与消费者的距离。

燕京啤酒举办“2025 广东市场参观漓泉全生态工厂之旅”

案例

为深化粤琼市场消费者的品牌认同，2025 年 12 月，燕京啤酒漓泉公司组织 700 余名广东、海南消费者赴桂林参观漓泉全生态工厂。活动包括参观酿造车间、智能灌装线、啤酒文化展厅，亲眼见证全链条品质管控，并游览漓江、象鼻山等桂林地标，融合山水生态与“全生态酿造”理念。通过桂粤风味晚宴和鲜啤品鉴等互动环节，活动将消费者从旁观者转变为品牌传播的参与者，进一步强化品牌与消费者的情感连接，持续传播全生态啤酒的独特魅力。



燕京 U8 大篷车焕新出发 打造沉浸式潮流新体验

案例

2025 年盛夏，燕京举办燕京 U8 “线下大篷车” 全国巡回演出活动。活动通过创新设计与互动体验，大幅提升消费者的参与感与娱乐性，打造独特的消费体验。活动融入元宇宙飞船创意造型、原创电竞游戏、拍照打卡等环节，营造科技感、潮流感十足的体验场景，加深消费者与品牌的互动联结，增强品牌吸引力与用户粘性。同时打造“逛、玩、饮、购”全闭环体验，让消费者在休闲娱乐中便捷消费，进一步强化品牌与消费者的情感纽带，助力品牌市场渗透与业绩增长。



燕京啤酒举办第二届燕京啤酒粉丝之夜

案例

2025 年，燕京啤酒举办第二届粉丝之夜，通过创新品牌体验和互动模式，提升消费者的参与感与情感联结。活动以“开放生产链”为亮点，邀请粉丝走进生产工厂，近距离了解啤酒生产流程，直观见证品牌品质管控与智能化生产实力，打破品牌与消费者之间的壁垒。通过新品试饮、文化节打卡等环节，加深粉丝对品牌的认同与情感联结，同时借助粉丝社交平台分享，扩大品牌传播影响力，全方位提升消费体验。



负责任营销与理性饮酒

燕京啤酒始终坚守企业社会责任，将负责任营销与理性饮酒宣传贯穿渠道运营全流程。通过规范服务管理、强化宣传引导、深化全域推广等实践，持续传递健康消费理念，推动啤酒行业有序发展。



负责任营销

燕京啤酒始终高度重视产品的合规宣传，确保在广告与营销过程中，不对产品信息进行夸大、隐瞒、误导宣传，全面强化风险防控，积极倡导理性、文明、健康的饮酒理念。同时，公司不断加强负责任营销的监督与检查，为夯实负责任营销奠定坚实基础。

公司以品牌管理部、产品管理部作为公司产品宣传的核心部门，主导产品广告与包装的合规管理，确保公司产品标签信息与广告营销内容不存在过度营销风险，其他部门配合相关工作，以建立完善的营销信息联合审核机制。

为支撑负责任营销落地，公司持续强化营销队伍能力建设，构建系统化、多层次的营销培训体系，通过分层分类培训，全面提升营销及客服团队专业素养与实战能力。公司通过开发营销标准化执行手册和组织年度营销培训班，构建负责任营销培训体系，培养全体对负责任营销的认知，以及在工作中融入负责任营销意识的习惯。2025 年，公司开展面向营销团队的负责任营销专题培训，涵盖广告法合规要点、品牌传播规范、负责任营销理念和执行等内容，实现营销关键岗位 100% 全覆盖。2025 年，公司未发生营销违规事件。

燕京啤酒负责任营销培训体系



倡导理性饮酒

燕京啤酒将理性饮酒倡导与“三贯穿五纵横”营销战略精准绑定，推动理性饮酒理念广泛触达受众并精准渗透核心消费群体。

理性饮酒推广战略

“三贯穿”

联动央视、北京卫视等国家级权威媒体及全国多城电梯电视，搭建全国性传播矩阵，将理性饮酒标语作为核心元素标准化植入所有广告内容，强化权威背书，为外围销售区域的责任理念传播提供有力支撑。



“五纵横”

秉持“一企一策”原则，整合高铁站、公交车、候车亭、地铁站、商场LED、社区广告五大核心户外载体，聚焦重点城市精准投放，通过“全国媒体保声量+区域媒体做深耕”的布局思路，构建起全域触达网络。

公司制定《预包装标注管理规范》，严格落实理性饮酒责任营销要求，全面开展渠道与宣传物料规范检查。公司在产品标签上标注“过量饮酒有害健康”标语，在TVC、KV、印刷品等官方宣传物料中标注“未成年人禁止饮酒”字样，并成功实现销售渠道店铺页面“未成年人禁止饮酒”“适度饮酒切勿贪杯”等提示文案100%全覆盖，严守合规宣传底线。



燕京 U8 瓶标注明“过量饮酒 有害健康”



燕京 U8 纸箱注明“过量饮酒 有害健康”和“未成年人禁止饮酒”



宣传 KV 注明“未成年人禁止饮酒”



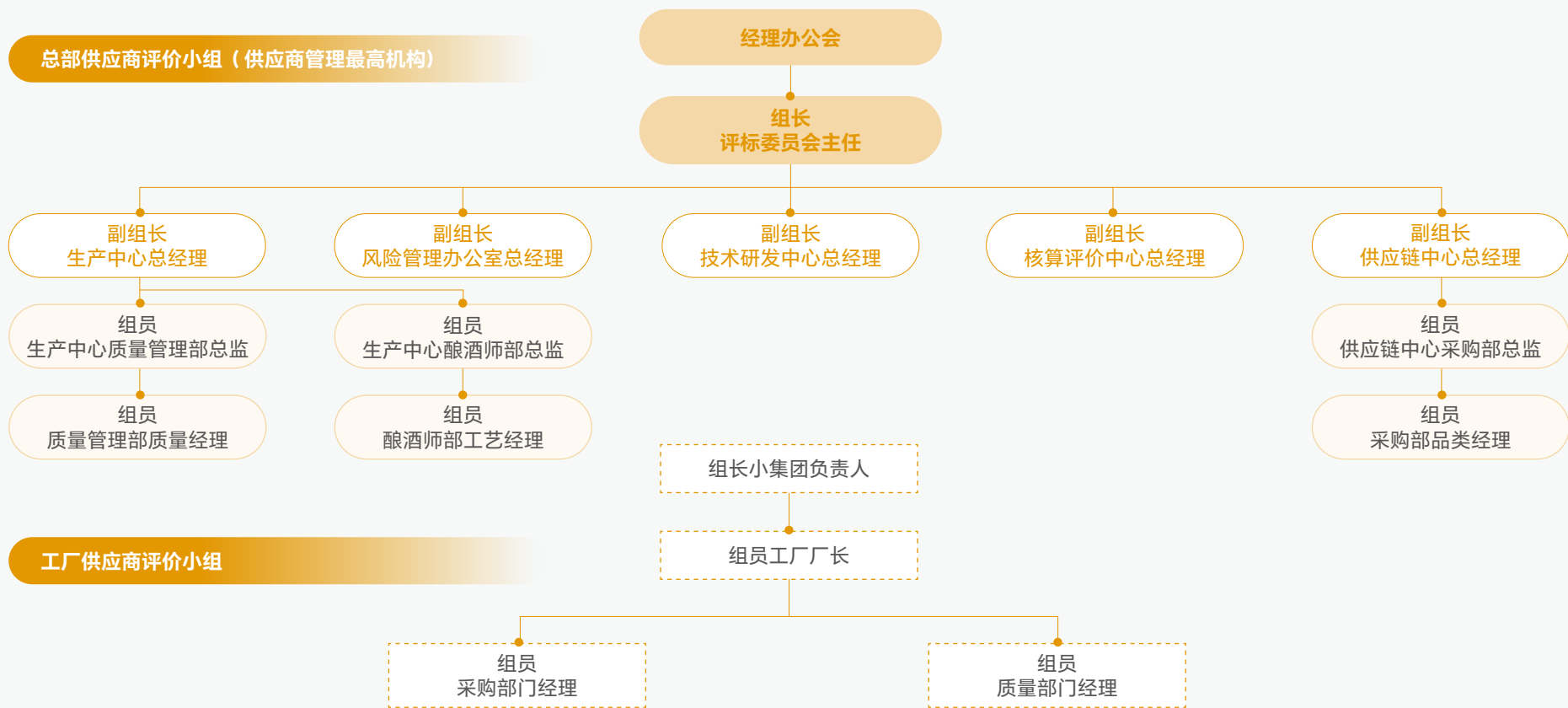
2025 年，公司理性饮酒倡导工作取得显著成效，深度渗透至公众日常出行、餐饮聚会、社区生活等核心场景，有效提升公众对文明饮酒、理性饮酒的认知度与认同感，收获广泛社会正向反馈。

共建可持续供应链

供应链是企业实现可持续发展的重要支撑，燕京啤酒始终将可持续理念贯穿供应链全链条，通过完善管理体系、强化风险管控、规范供应商合作、提升应急能力、嵌入 ESG 管理，推动供应链向合规、高效、绿色、稳定方向发展，与上下游企业协同共赢。

燕京啤酒制定《供应商管理制度》《生产物资供应商管理办法》等多项制度，建立完善的供应链管理组织架构，以供应链中心为统筹核心，联动各业务板块、分子公司协同执行，明确各级管理职责与分工，形成自上而下、权责清晰的管理体系。围绕合规风控、稳定保供、可持续发展三大核心，依托专项制度搭建全流程、标准化的可持续供应链管理新模式，筑牢供应链可持续发展基础。

供应商管理组织架构



供应链风险识别与管控

燕京啤酒全面识别供应链各环节的环境、社会及运营风险，确立“统一标准、动态评价、QCDS 评价并重、评采匹配”四大核心原则，依托现有供应链管理组织架构，搭建“风险识别—监测—整改—优化”全流程管控体系，实现风险管控全覆盖，保障供应链合规、稳定、可持续运行，最大限度降低各类风险影响。



统一标准原则

- 建立统一的合格供应商评价与准入标准，明确供应商资质条件、评审流程及考核要求，确保供应商准入工作规范化、标准化



动态评价原则

- 采用日常评价与年度评价相结合的方式，对供应商开展持续的综合量化考评，实现供应链风险的动态监测与精准管控



QCDS 评价并重原则

- 综合考量供应商质量、成本、交付能力、服务水平及资质信用五大核心维度，全面识别供应链各环节潜在风险



评采匹配原则

- 所有采购活动均在评价合格的供应商名录内规范开展，从源头规避供应链合规风险与质量风险

供应商全周期管理

燕京啤酒建立供应商全周期管理机制，保障可持续供应链生态健康。公司以《供应商管理制度》和《燕京啤酒生产物资供应商管理办法》为核心，建立了覆盖供应商资质审核、绩效监测、淘汰管理及廉洁管控等环节的全方位管理机制。公司对新供应商严格筛查、对既有供应商动态监测，推行集采物资供应商年度考核，根据考核结果对供应商实施分级管理。通过动态维护《潜在供应商目录》《合格供应商目录》《不诚信供应商目录》《淘汰供应商目录》和《供应商黑名单》五类目录，公司实现供应商“考核—评价—处置”的闭环管理。

2025 年，公司推进供应商全生命周期管理，对 97 家生产物料供应商进行现场审计，实现集采物资供应商年度绩效评估 100% 全覆盖。通过对供应商进行年度绩效考核，公司评选出战略供应商 11 家、优秀供应商 33 家。公司在供应商管理过程中实现风险预防，供应商合规履约率保持较高水平，供应链合规生态持续优化。



供应链 ESG 管理

燕京啤酒以可持续发展为导向，将 ESG 理念全面融入供应链管理，推动上下游协同实现环境友好、社会责任和合规治理的协调发展。公司建立供应链 ESG 管控规则，将环境保护、气候变化应对、劳工合规等要求纳入供应商管理准则，将禁止雇佣童工、保障职业健康安全写入标准合同，并依托供应链管理组织架构层层压实责任，确保各项要求落地生效。通过准入评估、合同约定和风险评估等手段，构建全流程的 ESG 管理体系，确保供应链在可持续发展的框架下实现长期稳定和健康发展。

在本年度的供应商准入评估中，燕京啤酒将 ESG 要素作为重要的评价维度，特别是在托盘等供应商的评估中，环保与可持续发展部分占 5 分。这一维度包括：环保合规 1 分、明确的碳减排意向与实施路径 1 分、使用环保材料和绿色生产工艺 1 分，以及啤酒行业荣誉战略供应商 2 分。

通过系统化 ESG 管控举措，公司有效引导供应商提升环保绩效与合规水平，从源头降低供应链环境及社会风险，推动供应链可持续发展能力持续增强。本年度，通过可持续认证的啤酒原料供应商比例为 50%。



供应商赋能发展

燕京啤酒为提升供应商质量与管理水平，夯实供应保障基础，开展供应商赋能工作。通过现场认证、技术培训、经验交流等方式，排查问题并督促整改，推广新技术，促进经验共享，并定期召开沟通会议，从而提升供应商竞争力，保障供应链高质量运作。2025 年，公司集采类生产物资供应商培训比例达 100%。



供应商培训



供应链安全和应急管理

燕京啤酒关注供应链安全，建立多元化储备供应商体系，筛选优质备选供应商、完善供应商分级管理机制，有效规避单一供应商依赖风险，确保原材料供应稳定、生产交付顺畅，切实筑牢企业供应链安全防线，为企业持续健康发展提供坚实支撑。

公司以“保障供应稳定、防范供应中断、提升运营效率”为核心目标，构建全方位、多层次的供应保障体系，不断完善应急处置机制，增强供应链抗风险能力，确保原材料和产成品供应稳定有序，满足市场供货需求。

为保障供应稳定安全，公司建立了多维度保障机制：

• **快速紧急事件响应机制：**若供应商出现信用危机、食品安全问题、资金链危机或重大安全事故，采购部门需第一时间向责任人及供应链中心汇报，确保及时处置，减少影响



• **备用供应商保障机制：**规范维护《潜在供应商目录》和《合格供应商目录》，明确备用供应商筛选标准和切换流程，确保关键环节供应不中断



• **需求动态匹配机制：**推行 8 周滚动预测计划，及时捕捉滚动物料需求，动态调整供应计划，结合工厂产能与库存情况合理安排生产与调拨，精准匹配市场需求



2025 年，燕京啤酒全年未发生原材料或成品供应中断，保障了市场供货需求。公司规范维护潜在供应商、集采合格供应商，备用供应商机制运行顺畅，确保关键供应商的快速响应，供应保障能力进一步得到保障。

供应链数字化转型

燕京啤酒以数字化采购管理平台（SRM）为核心，全面推进供应链数字化转型。2024 年 SRM 系统正式上线，通过搭建供应商全生命周期管理体系，深化采购订单协同与全流程自动化运转，统一生产物料数据标准，搭建非生产物

资电子商城与采购决策驾驶舱，实现了从供应商管理、寻源到合同执行、财务协同的全流程闭环管控，显著提升了供应链管理效率与透明度。



在此基础上，公司于 2025 年启动集团计划系统（一期）建设，目前已进入开发上线阶段，计划 2026 年一季度全面投入使用。该系统将进一步打通供应链各业务模块，推动产销分离模式落地，实现需求计划、供应计划与库存政策的总部统筹管理，为供应链高效协同与高质量发展提供更强有力的数字化支撑。

平等对待中小企业

公司坚持保障中小企业合法权益，与中小企业开展公平、规范化合作，报告期内，公司应付账款余额不超过总资产比重的 50%，未发生逾期未支付中小企业款项的情况。

严守数据安全

燕京啤酒始终坚持数据治理的安全合规、权责清晰、全程可控，将数据安全与客户隐私保护贯穿于内部管理与外部合作全流程，建立健全制度规范、岗位职责、技术防控与监督检查相结合的综合保障机制，全面强化核心数据、信息系统及客户隐私的安全防护能力，切实筑牢企业数字化运营的安全防线。

数据安全治理

燕京啤酒高度重视数据安全管理工作，根据《中华人民共和国数据安全法》《信息安全技术 网络安全等级保护基本要求》等相关标准和法律法规，制定《网络安全检查管理细则》《网络和系统安全管理细则》《信息系统安全等级保护管理制度》等制度文件，全面保障数据安全。此外，公司计划逐步建立明确的数据安全责任体系，构建以董事会下设的风险与审计委员会为核心的信息安全管理架构，确保网络安全战略、风险管控与持续改进得到有效执行。

数据安全治理目标	完成情况
确保数据处理活动合规合法	
保护核心数据资产（如用户个人信息、商业秘密、财务数据、源代码等）的机密性、完整性和可用性	 <ul style="list-style-type: none">• 已落实权限控制措施• 未来将建立一套持续更新、覆盖全业务的数据合规治理体系，包括政策、流程、记录和培训等内容，并逐步完善权限最小化、访问审计、员工培训等工作
在公司内部培育“数据安全人人有责”的文化	

网络与信息系统安全

燕京啤酒聚焦信息系统安全等级保护和网络与系统安全管理，全面夯实安全运营基础。公司明确划分系统管理员与安全管理员职责，强化账户权限管理、安全配置、运维变更、监控审计、漏洞防护与恶意代码防范等多维度管控，规范网络资源使用与运维操作。核心系统如 ERP 仅限集团内网访问，所有核心档案数据须经审批方可创建，各部门员工在获得相应权限后方可查看和使用相关数据。

公司严格遵循国家等级保护标准，对信息系统实行分级定级、建设、测评、备案与整改的全流程管理，落实分级保护主体责任，不断提升网络与信息安全防护能力。此外，公司建立了由信息安全负责人、防病毒管理员、信息系统管理员及终端用户构成的四级责任体系，全面防范计算机病毒风险。通过强化防病毒系统与特征库自动升级，确保服务器与客户端的安全防护，有效降低病毒入侵、数据泄露、损毁与系统崩溃的风险，保障信息系统的稳定与数据安全。

2025 年，公司未发生任何数据安全事件。



网络安全检查

网络安全检查是公司信息数据安全体系的重要监督保障机制，通过常态化、分级分类安全检查，精准排查信息系统与数据安全风险隐患，推动问题整改闭环，确保各项安全管理制度落地见效。

燕京啤酒部门作为网络安全检查工作的管理部门，负责制定检查规范并组织实施，各分公司的信息科技负责人负责本单位信息系统安全检查，并按要求上报结果。公司严格开展合规检查与专项检查，遵循业务影响最小化原则，综合运用自查、第三方测评、监管检查等方式，依托 14 大类检查清单开展全维度核查。检查工作实行项目化闭环管理，对发现问题及时处置、跟踪整改并验证成效，按规定配合监管部门检查，持续提升公司网络安全保障能力。

外部人员访问

公司建立外部人员访问全流程管控机制，对外部人员物理访问与逻辑访问实行统一管理。相关人员访问前须完成相关保密协议签署，严格履行申请、审批、授权程序；访问过程实行登记、标识、专人陪同及受控区域隔离管理；访问结束后及时清理权限、收回相关资产，全过程留存操作记录，有效防范外部非授权访问、信息泄露与篡改风险。

客户隐私保护

燕京啤酒始终将保护客户隐私作为重要经营准则，严格遵守个人信息保护相关法律法规，围绕客户个人信息管理设定明确保护目标，持续规范信息处理行为、完善告知与授权机制，切实保障客户信息权益。

客户隐私保护目标

- 确保所有客户个人信息的处理活动完全合法、合规、合意
- 建立清晰、易懂的沟通机制，充分保障用户对其个人信息的知情权和控制权
- 仅处理为客户提供服务所必需的最少个人信息，并严格限制使用范围
- 对客户个人信息实施全生命周期的安全保护

完成情况

已按合规要求开展客户信息收集与处理工作



关键绩效指标

2025 年

经证实的泄露、盗窃或丢失客户资料的事件数

0 件

数据安全事件涉及的金额

0 万元人民币

客户隐私泄露事件涉及的金额

0 万元人民币

保障员工权益

保障员工权益是企业可持续发展的基石，是以人为本理念的核心体现。作为始终坚守社会责任的企业，燕京啤酒高度重视员工权益保障，通过构建合规用工体系、打造公平包容的就业环境、建立科学规范的薪酬机制、畅通民主沟通渠道等一系列实践，切实维护员工合法权益。

合规雇佣与开放包容

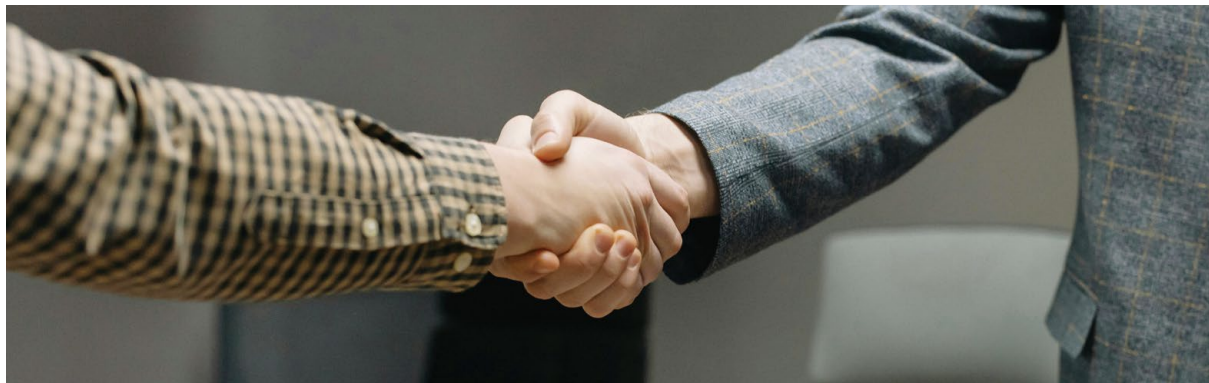
燕京啤酒严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规及属地劳工管理要求，依法规范用工管理，切实保障员工在工作时间、薪酬福利、劳动安全、社会保险等方面的合法权益。公司严格禁止童工与强迫劳动，在招聘录用、薪酬分配、职业发展等全流程坚持公平公正原则，杜绝性别、年龄、民族、残疾等各类歧视，严格落实按劳分配、同工同酬，充分尊重和保障每一位员工的人格尊严与发展权利。

在劳动关系管理方面，公司建立健全劳动争议常态化处理机制。2025年，公司对劳动争议事项做到及时响应、高效处置、闭环反馈，并形成规范台账管理，有效维护和谐稳定的劳动关系。

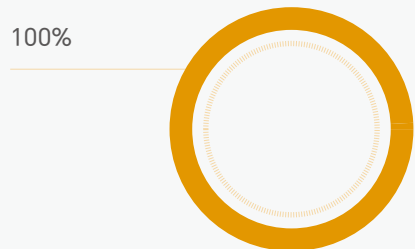
燕京啤酒员工争议解决流程



同时，公司持续推进人才队伍多元化建设，通过校企合作、市场化引才等多种渠道，广泛吸纳不同地域、不同背景的优秀人才，不断优化人才结构，为企业高质量发展注入持久动力。



2025 年度关键绩效



● 劳动合同签订率

员工总人数



19,412人

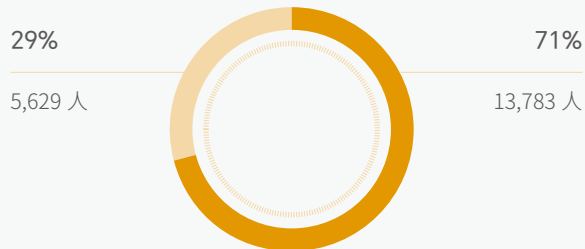
创收类型职位中女性员工人数



178人

STEM 职位中女性员工人数

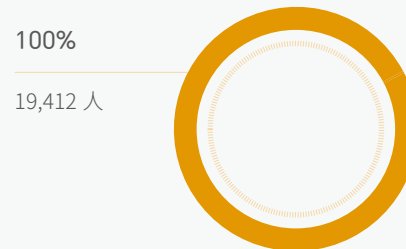
按岗位划分的女性员工人数



● 女性员工

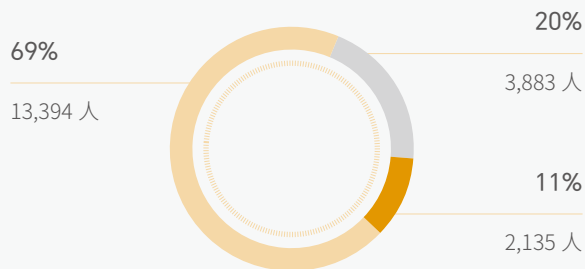
● 男性员工

按性别划分的员工人数及占比



● 在中国内地工作的员工

按区域划分的员工人数及占比

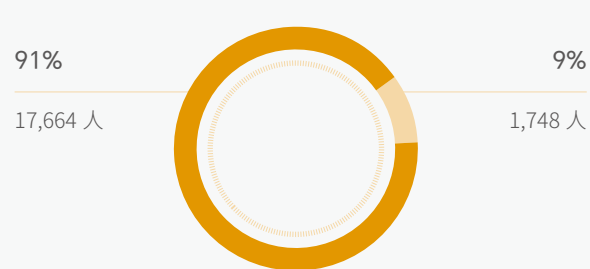


● 30-50 岁员工

● 30 岁以下员工

● 50 岁以上员工

按年龄划分的员工人数及占比



● 汉族员工

● 少数民族员工

按民族划分的员工人数及占比

薪酬结构与民主沟通

为支撑业务发展战略并优化人力资源配置，燕京啤酒于 2023 年正式发布《薪酬管理办法（试行）》，系统明确了薪酬体系的设计依据、管理方法及结构框架。该办法以竞争性、激励性与公平性为核心原则，旨在构建科学规范的薪酬管理机制。在具体实施中，公司坚持同岗同酬的基本准则，确保相同部门或岗位的员工享有统一的薪酬标准；同时，充分考量各区域生产基地在产量规模与运营效率方面的客观差异，实施差异化的区域调节机制。

燕京啤酒秉持“以人为本”理念，保障员工民主参与权，通过开展员工满意度调查、组织职工代表大会及员工座谈会等方式，构建畅通的内部沟通渠道。公司设立专职部门受理员工投诉，确保员工诉求在企业内部高效传达，切实维护并保障员工在各环节的合法权益。

关键绩效指标

2025 年

员工大会召开次数

38 次

员工大会参与人数

2,445 人次

工会入会率

100%

集体协议签订比例

100%

燕京啤酒召开职工代表大会 审议相关工作报告

案例

燕京啤酒建立健全厂务公开与民主管理机制，切实保障员工知情权、参与权、表达权与监督权。2025 年，公司召开第二届职工代表大会，审议企业经营发展、劳动用工、员工福利等相关工作报告，畅通职工意见表达与反馈渠道，充分落实职工民主管理权利，构建和谐稳定的劳资关系。



公司召开第二届第九次职工代表大会



公司召开第二届第十次职工代表大会



公司召开第二届第十一次职工代表大会

燕京啤酒开展员工满意度调查

案例

2025 年，燕京啤酒面向总部员工开展满意度调查，共计 180 人参与，公司总部员工覆盖率达 37.19%。调查结果显示，员工满意度达 99%，整体满意度较高，员工对公司奖罚分明的管理机制及整体运营情况均表示认可。同时，员工围绕补充医疗保障、培训体系多元化、激励力度提升、审批流程优化等方面提出建设性意见与建议。本次调查精准掌握了员工真实需求，公司据此优化完善福利体系，新增入职关怀、退休员工慰问等举措；为进一步吸引与留住优秀人才，颁布《燕京啤酒人才引进管理办法》，对符合条件的人才实施市场化薪酬、租房补贴等政策，强化人才引育留用支撑。

心系员工福祉

燕京啤酒始终秉持“关爱员工、依靠员工、凝聚员工”的核心价值导向，致力于构建兼具温度与韧性的以人为本工作环境。公司深度关注员工工作与生活的平衡协同，全力护航员工实现快乐工作、安心生活的美好愿景。

保障员工福利

燕京啤酒为员工搭建体系化、多元化的福利保障框架，覆盖节日补贴、工作餐、年度健康体检等基础保障内容。同时，公司建立了分层分类的专项奖励机制，通过精准正向激励充分激发员工的内生动力与进取精神，持续夯实企业凝聚力与向心力。

员工福利



货币性福利

- 节日补贴、季节补贴

非货币性福利

- 工作餐、入职关怀、荣誉退休、健康福利、福利假期

其他福利

- 慰问关怀、生日关怀、办公环境、社保福利、送清凉活动、节日福利、通讯补贴等

员工奖励



国家级奖项

- 集体项目：一等奖人均 10,000 元，二等奖人均 8,000 元，三等奖人均 6,000 元
- 个人奖：一等奖 50,000 元，二等奖 30,000 元，三等奖 10,000 元

省市级奖项（国家级行业协会）

- 集体项目：一等奖人均 5,000 元，二等奖人均 3,000 元，三等奖人均 1,500 元
- 个人奖：一等奖 20,000 元，二等奖 10,000 元，三等奖 5,000 元

区级奖项（含北控、省、市级行业协会）

- 集体项目：一等奖人均 2,000 元，二等奖人均 1,000 元，三等奖人均 600 元
- 个人奖：一等奖 5,000 元，二等奖 3,000 元，三等奖 2,000 元

其他荣誉奖励

- 为公司争得荣誉（见义勇为、文体活动等），奖励 1,000 元 - 5,000 元不等

打造“燕京 e 家亲”服务品牌 切实解决职工需求 案例

燕京啤酒大力打造“燕京 e 家亲”服务品牌，围绕职工需求创新开展工作。全年为职工办理医疗报销及保险理赔 133 人次，并为全员足额缴纳保险，筑牢健康防线。通过优化体检慰问、上线“燕京码上办”平台、推出“e 件到家”配送，实现福利发放的个性化与便捷化。相关工作获《工会博览》等媒体专版报道，并在市级评选中荣获视频类一、三等奖，实现了服务职工与宣传品牌的双重提升。

全年为职工办理医疗报销及保险理赔

133 人次



开展员工关怀

员工关怀是企业践行以人为本理念、凝聚发展合力的重要实践。燕京啤酒高度重视员工关怀，以真情关怀暖人心、聚人心、筑同心，持续传递企业温度。

关键绩效指标	单位	2025 年
员工帮扶总金额	万元	41.53
员工帮扶人数	人	445

公司党委开展退休干部慰问系列活动 案例

为弘扬尊老敬老的优良传统，落实对退休老干部的深切关怀，2025 年 1 月期间，公司党委组织开展了退休干部春节慰问活动，领导走访退休老干部，送上慰问品与节日祝福，关心健康并倾听宝贵经验，同时召开座谈会，播放宣传片《出彩 2024》，介绍年度经营成就与改革进展，并听取老干部的宝贵意见。此次活动彰显了公司对员工的深切关怀，增强了退休干部的归属感和幸福感，为企业发展凝聚了精神力量与共识。



慰问退休干部活动

燕京啤酒所属各单位组织开展“夏季送清凉”慰问活动

案例

为保障高温作业一线员工的健康与安全，燕京啤酒联动地方总工会、政府部门及多家分子公司，开展“夏送清凉”系列关爱活动。活动中，地方工会和政府部门慰问了分子公司员工，送上防暑降温物资并督导安全防护措施落实。同时，各分子公司自主发放饮品、防暑药品、西瓜绿豆等，提醒员工做好防暑休息，实现全员覆盖。此次活动有效筑牢了高温作业的健康安全防线，提升了员工的归属感与凝聚力。



福建燕京惠泉啤酒有限公司守护员工幸福 筑起生命防线

案例

福建燕京惠泉公司在某员工突发重病时，迅速启动爱心帮扶行动，以捐款与慰问等实际行动，诠释企业的人文关怀。在员工突发脑干出血、心脏骤停后，工会与车间同事第一时间赶赴医院慰问，并在公司内部发起爱心倡议，3天内筹集善款54,910元，及时用于患者救治，为其争取宝贵的治疗时间。经过全力救治，该员工成功苏醒并转入重症监护室继续治疗，其家属对公司的及时救助与暖心关怀表示感激，并赠送锦旗致谢。



福建燕京惠泉啤酒有限公司守护员工幸福 筑起生命防线

赤峰公司春节慰问困难职工

案例

为践行人文关怀，燕京啤酒赤峰公司工会于1月15日开展了“新春送温暖”慰问活动，为生活困难的一线职工送上帮扶资金和生活物资。党委书记、总经理王宝恒亲自致以节日问候并发放慰问品，党委副书记、常务副总经理刘朝辉强调工会要全力服务职工，提升归属感和幸福感。此次慰问活动充分体现了燕京啤酒的员工关怀与责任。



赤峰公司春节慰问困难职工



丰富员工生活

燕京啤酒倡导员工健康工作、快乐生活，积极营造轻松和谐、积极向上的职场氛围，不断提升员工归属感与幸福感，促进工作与生活平衡共融。公司常态化开展丰富多彩的文化体育活动，丰富员工业余生活，增强团队凝聚力与向心力，助力员工以更饱满的状态投入工作与生活。



总部核算评价中心召开年度联欢会

燕京啤酒举办第三届运动嘉年华暨家庭日活动

案例

2025年10月24日，燕京啤酒成功举办第三届运动嘉年华暨家庭日活动，吸引1,000余名员工及家属共同参与。活动以“热爱有你 幸福有我”为主题，融合竞技赛事与家庭互动，设有20余项比赛，包括100米跑、4×100米接力、集体拔河等传统项目，并创新增设“燕京红燕”抗战体验、非遗剪纸等文化互动环节。此次活动不仅倡导健康生活、弘扬体育精神，激发员工斗志与团队协作力，还丰富员工业余生活，增强团队凝聚力，为公司“十五五”战略目标实现注入强大动力，充分体现燕京啤酒“以人为本”的企业文化。



北京工厂举办春季运动会 凝聚团队力量

案例

为关注员工健康并丰富业余生活，北京工厂举办“绿韵匠心·活力同行”春季运动会，设置15个竞技与趣味结合的项目，306名员工参与，累计496人次。运动会融合绿色环保理念，设置绿茵九宫格、聚力拔河等项目，满足不同员工需求。通过此次运动会，员工在协作拼搏中增强体质、提升团队凝聚力与归属感，工厂将持续关注员工健康，常态化开展多样化文体活动，助力企业高质量发展。



助力职业成长

燕京啤酒高度重视员工成长与发展，构建畅通的职业发展通道，建立健全人才培养机制与系统化培训体系，全力支持员工提升专业技能、实现职业发展目标。公司采用线上线下相结合的多元化培训模式，确保员工晋升过程公平公正，并大力推动年轻干部的培养与成长，推动实现员工个人成长与企业高质量发展的同频共振。

关键绩效指标	单位	2025 年
员工培训支出金额	万元人民币	775
员工培训次数	次	24,118
员工人均培训费用	元人民币	399.24
接受培训的员工总人次	人次	294,119
按职位划分的接受培训的员工人数：基层员工	人	17,930
按职位划分的接受培训的员工人数：初级管理层	人	1,257
按职位划分的接受培训的员工人数：中级管理层	人	214
按职位划分的接受培训的员工人数：高级管理层	人	11
员工培训覆盖率	%	100
员工接受培训的总时长	小时	334,089
员工接受培训平均时长	小时	17.21

贯彻人才培养战略

燕京啤酒紧密围绕公司整体发展战略，在“1+5+N”组织模式框架下持续深化人才培养体系建设。公司秉持“党管干部、任人唯贤”的核心理念，坚持“德才兼备、择优录用”的人才选拔原则，系统开展人才培养与梯队建设工作。

2025 年，凭借在人才培养和管理体系方面的创新与成效，燕京啤酒撰写的《燕京啤酒人才体系的构建及实践》成功入选“第二十一届中国企业培训创新成果”，并作为精品案例入编《中国企业培训蓝皮书 XVII》。





打造多元培训体系

燕京啤酒始终高度重视内部人才培养与队伍建设。公司制定《培训管理制度》，构建起多元化、系统化的人才培训体系。公司依托“十百千”人才培养工程，精心制定 2025 年专项培训计划，同步打造线上“燕京讲堂”与线下专题培训，全方位赋能员工成长，为企业高质量发展提供坚实人才支撑。

“燕京讲堂”

“燕京讲堂”课程体系全面覆盖供应链管理、生产运营、市场营销、技术研发、人力资源、财务管理、党建工作等业务板块，培训对象以四支人才库为核心，辐射集团中层及以上干部、各业务领域各层级员工，真正实现“全员参与、全域覆盖、全程赋能”。

2025 年，“燕京讲堂”发布线上课程 120 期，课程总时长 276 小时，培训总时长 26,063 小时，参训人员共计 13,085 人次，培训课程学员评估平均满意度 89.7%。

线下专项培训

线下专项培训涵盖五大类核心培训项目，培训内容紧扣生产管理优化、市场营销策略、供应链协同、数字化应用、财务实务、党建实务等关键领域，通过案例解析、现场实操、小组研讨等形式，显著提升了专业人才的岗位胜任能力、业务实操能力与管理统筹能力，为岗位工作高效开展提供有力支撑。

线下五大类核心培训项目



2025 年，公司组织开展线下“专项培训”41 场，其中赋能生产和销售一线 9 场，线下参与人次共 3,276 人次，培训课程时长 980 小时，培训总时长 78,024 小时，培训课程学员评估平均满意度为 98.6%。

工厂级 / 部门级培训

除总部外，公司下属生产工厂根据公司战略发展、业务痛点、个人发展等多维度培训需制定工厂级、部门级培训计划，搭建员工技能培训体系。

下属工厂员工技能培训体系搭建

- 梳理技能清单，以岗位实际关键业务为核心，提炼该岗位所需掌握的通用技能项和专业技能项
- 依据梳理好的技能清单，搭建对应的培训课程体系
- 识别技能要求，结合员工现有技能水平，找出员工实际技能与岗位需求技能之间的差距
- 制定培训计划，根据技能差距，设计员工能力提升方案，明确培训内容、方式、时间等，推动培训落地

“飞鹰计划”系列主管培训班 筑牢生产管理人才根基

案例

燕京啤酒启动“飞鹰计划”系列培训，重点提升生产全链条管理人才能力。该计划由总部人力资源部牵头，生产中心支持，针对质量管理、设备维护、安全环保和生产过程管理四大领域，覆盖全国 28 家以上工厂，培养 277 名核心管理人才。培训结合专题授课、现场教学和虚拟系统演练，提升化验室、设备维护、安全环保、酿造包装等关键岗位的管理水平，并形成最佳实践案例。此举有效夯实生产管理人才梯队，推动绿色生产与管理效能同步提升。



“飞鹰计划”第三期生产工厂化验室主管培训班



“飞鹰计划”第四期生产系统维护主管培训



“飞鹰计划”第五期生产系统安全 & 环境主管培训



“飞鹰计划”第六期生产工厂酿造 & 包装生产主管培训

覆盖全国工厂

28 家以上

培养核心管理人才

277 名



“砺剑计划”系列培训赋能营销体系 驱动市场升级

案例

为提升销售人员的市场操作能力与实战水平，燕京啤酒实施“砺剑计划”系列专项培训，覆盖 210 名销售公司和总部通路管理部的核心骨干。培训分两期，结合内外部课程与理论实战，首期聚焦市场升级标准化，深度解读《市场升级标准化手册（2.0）》并引入 PDCA 循环；第二期围绕《市场升级指导手册 3.0》构建完整作战系统，结合专家案例教学和小组研讨，确保理论与实战结合。该培训有效提升营销人才能力，统一市场升级战略认知，为公司市场拓展奠定坚实基础。



“砺剑计划”百县市场升级训练营



“砺剑计划”市场升级第二期训练营

领导力专项培训

燕京啤酒聚焦人才梯队建设与管理能力提升，统筹开展“领航计划”“引航计划”“雄鹰计划”三大领导力专项培训，分别面向销售管理骨干、营销领军人才、生产储备厂长，通过实战化、多样化教学模式，赋能各类管理人才提升核心领导力与履职素养，为企业战略落地与持续高质量发展筑牢人才根基。

针对特色骨干人才，公司通过挂职锻炼、“蹲苗”等专项培养项目精准赋能，同时制定了《员工参加成人教育和考取专业技术职务、职业（执业）资格管理办法》，鼓励员工提升专业职称与学历层次，并提供相应的费用报销与奖励支持。



“燕京班” 实习计划启动 深化产教融合 培育产业青年人才

案例

为深化产教融合，培养兼具专业技能与职业认同的青年人才，燕京啤酒启动“燕京班”实习计划。该项目由总部生产中心统筹，遴选 12 家工厂作为实习基地，为 2024 级学子提供系统化实践平台，帮助学生深入了解公司文化与生产模式。学生在带教师傅指导下，完成从基础操作到专业技能的全流程学习，生产中心每周跟进，确保技能掌握质量。该计划将理论与产业实践深度融合，为青年人才成长提供坚实支撑，并为公司可持续发展储备力量。未来，公司将持续优化实习培养体系，深化校企协同育人模式，培养更多具备专业能力和职业情怀的青年人才。

2025 级“燕京班”合作招生工作稳步推进，开设燕京酿造班、燕京机电班两个订单班，录取学生 80 人。截至目前，“燕京班”累计培养学生已达 195 人，标志着燕京啤酒在校企合作、产教融合领域迈入高质量发展新阶段。

开展啤酒风味品评专项技能集训 夯实技术团队核心能力

案例

为提升技术团队专业素养与产品创新能力，燕京啤酒技术研发中心组织为期 5 天的啤酒风味品评集训，覆盖 40 余名研发及质量管理人员。通过理论与实战结合的训练模式，邀请行业专家进行风味物质特征讲解及个性化指导，团队在风味识别和酒体风格辨别上取得显著提升。此次集训为产品创新与品质升级奠定了坚实基础，未来将继续加强技术人才培养，推动公司高质量发展。



技术研发中心开展啤酒风味品评专项技能集训

“领航计划”锻造高素质销售管理骨干

案例

为持续提升销售系统管理人员专业能力与管理素养，燕京啤酒启动“领航计划”销售人才培养项目第三期培训，98名销售系统核心管理人员参训。培训围绕市场竞争态势与业务痛点，设置客户关系管理、团队建设管理、市场趋势研判等核心模块课程，并邀请优秀销售总监分享实战案例，课后组织交流答疑，推动学员输出优质行动计划并开展优秀方案分享，实现经验互通与智慧共创。“领航计划”作为公司人才梯队建设重点项目，已为公司输送一批业务扎实、作风过硬的销售骨干。第三期培训传承实战育才理念，结合行业新趋势优化课程，有效提升了学员市场敏感度、应变能力与综合管理素养。



燕京啤酒“领航计划”销售人才培养项目第三期培训班

“领航计划”销售人才培养项目第三期培训班

“雄鹰计划”锻造生产领军人才

案例

为落实公司人才战略，燕京啤酒启动“雄鹰计划”——“领军人才”（生产）专项培训，聚焦储备厂长领导力与生产管理能力提升，于年度内在桂林成功举办第一期培训班，吸引全国各分子公司44名储备厂长参与。培训围绕“工厂厂长履职能力提升”核心主题，通过内部公共课系统讲授履职知识体系，邀请4位内部厂长分享实战管理经验，并在漓泉工厂开展现场研讨与观摩学习，推动理论与实践深度融合，帮助学员拓宽管理视野、内化专业知识。培训有效搭建了跨区域生产管理人才交流平台，标志着公司在生产人才梯队建设上迈出关键一步。



燕京啤酒“雄鹰计划”领军人才（生产）第一期培训班

“引航计划”赋能营销领军人才

案例

为强化营销人才队伍建设，提升销售管理者核心领导力与履职能力，为“十五五”战略落地筑牢营销管理人才根基。2025年5月14日至19日，燕京啤酒启动引航计划“领军人才”（营销）第二期培训，面向全集团销售公司核心管理人才，采用混合式教学模式，以销售管理者核心领导力为主题，融合专题分享、外部授课、分组研讨、现场教学等形式，推动学员理论联系实际，激发内生动力，提升管理素养，共计42位销售管理者参训。本次培训有效提升了销售管理者履职能力，为公司战略开局奠定坚实基础。



燕京啤酒“引航计划”领军人才（营销）第二期培训班

畅通职业发展路径

燕京啤酒高度重视员工职业发展，构建了清晰多元的职业发展规划与晋升通道，助力员工实现个人价值与职业理想。

公司搭建了基础通道、专业通道、管理通道三大晋升体系，涵盖 30 余个层级，层级划分科学合理。其中，M1 至 M6 为基层职级，M7、M8 为中层职级，每个职级又细分为多个小级别，为员工提供了广阔的职业上升空间。

公司设置五项基本原则，作为员工晋升评定的遵循，包括公平公正原则、能力与绩效导向原则、竞争与激励原则、逐级调整与越级调整相结合的原则以及灵活性原则，以年度绩效、部门评价、领导力评估等多项指标为核心进行综合评分。每年，评审委员会结合员工综合得分与岗位需求提报晋升候选名单，经审批后，通过民主推荐、票选、面谈、组织考察等严谨程序，最终确定晋升人选，全方位保障晋升过程的公平性与严谨性。

燕京啤酒员工职级体系



守护健康安全

燕京啤酒始终高度重视员工职业健康与身心健康，构建系统化、全流程的健康管理体系，致力于为全体员工打造安全、健康、舒适的工作环境，提供覆盖全生命周期的健康关怀与支持，保障员工以饱满的身心状态投入工作与企业高质量发展。

治理

公司设立安全生产委员会，作为职业健康与安全管理的核心治理机构，负责公司整体的职业健康与安全工作的统筹管理，建立明确的组织架构、职责分工与汇报机制，构建闭环考核约束体系，推动安全管理责任层层压实、落地见效。

安委会组织架构清晰、权责分明，由公司董事长、副董事长担任组长，副组长及成员涵盖高管、总部相关部门及各分子公司党政主要负责人，形成上下联动、全域覆盖的安全治理格局。安委会工作直接向公司经理会、党委会汇报，相关决策直达最高治理层，确保安全管理高效传导、权威执行。

考核管理方面，公司将职业健康与安全相关指标全面纳入绩效考核体系。同时，公司在任期制契约化管理中设立安全“一票否决”条款，分子公司负责人及总部高管均已完成签约，以刚性考核强化各层级安全责任意识，筑牢安全管理底线。

2025 年，公司旗下 28 家啤酒生产企业中，17 家通过 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证，认证覆盖率达 60.71%。

2025 年

通过 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证

17 家

认证覆盖率达

60.71%



战略

燕京啤酒严格遵循《中华人民共和国职业病防治法》《工作场所职业卫生监督管理规定》等法律法规，结合企业运营实际，构建了覆盖职业病危害防治责任、警示告知、监测评价等维度的科学化、规范化职业健康管理体系，体系适用范围涵盖公司全体员工及承包商等合作单位人员。



2025 年，公司持续完善职业健康与安全政策体系，修订《高空作业标准操作规程》《安全事故事件报告和调查标准操作规程》，新增《承包商安全管理标准操作规程》，三项制度均全面推广至全体员工与承包商，明确了承包商入厂安全审核、作业过程监管、事故事件报送与处置等核心要求。

风险 / 机遇类型	描述	影响周期	应对策略
风险 	员工及承包商健康安全事件可能会导致直接经济损失，并进一步导致公司舆情和股价下跌等情况	短期 中期 长期	<ul style="list-style-type: none"> 公司持续完善职业健康安全管理制度与作业规范，强化对员工及承包商的全流程安全管控。通过压实安全治理责任、健全风险预警与应急机制，从源头防范安全事件发生，保障人员健康与公司经营稳定。

影响、风险与机遇管理

燕京啤酒紧扣职业健康安全管理核心目标，实现隐患闭环排查、应急实战赋能、全周期安全培训、体系化职业健康保障。公司通过分级统筹的隐患排查机制实现全域风险高比例整改，以场景化应急演练夯实关键领域处置能力，依托覆盖全员的培训体系与专项投入强化安全意识，同时持续完善职业健康防护体系并推进管理体系认证落地。全年实现工亡事故为零，工伤严重率同比下降。



职业健康管理

燕京啤酒不断健全职业健康管理体系，为员工提供全面的预防和保护措施，包括入职健康检查、工作场所风险识别与评估、防护用品配备和工作环境改善。

职业健康管理措施

入职健康检查

在新员工入职时，严格执行健康检查制度，要求所有新员工必须通过全面的健康检查并取得健康证后方可正式上岗，从源头上杜绝因员工身体状况不适合岗位工作而引发的健康风险。

工作场所风险识别与评估

定期邀请第三方专业检测机构对工厂进行职业病危害因素的全面检测与分析，精准识别工作场所中可能存在的各类危害因素，如粉尘、噪声、化学物质等，并根据检测结果制定针对性的防控措施。

防护用品配备

针对不同岗位的工作环境和风险因素，为员工配备符合国家标准的防护设备，如为接触粉尘的员工提供高效的防尘口罩、防尘服；为应对噪声危害，为员工配备隔音耳塞、耳罩等。

工作环境改善

在新员工入职时，严格执行健康检查制度，要求所有新员工必须通过全面的健康检查并取得健康证后方可正式上岗，从源头上杜绝因员工身体状况不适合岗位工作而引发的健康风险。

职业风险因素与防范措施

粉尘

运输采用密闭式车辆，装卸使用收集粉尘设施；粉碎环节使用湿粉取代干粉；为工人配备防尘口罩、防尘服；采用封闭设备、通风排尘等除尘措施；合理布局生产设备，定期清理积尘

噪声

采用先进设备和隔音罩；加强个人防护；采用自动化生产设备，减少在岗人员

机械伤害

采用防护设备，使用机械化生产代替人工生产

化学用品

减少人为接触，使用机械代替；加强储存管理；做好应急处理

爆炸

严格控制作业场所点火源，选用防爆型电气设备，禁止吸烟，制定动火管理制度

有害气体

对沼气进行监测并再利用，对沼气中的硫化氢进行脱硫处理后，沼气再经过燃烧排放

关键绩效指标	单位	2025 年
员工工伤人数	人	4
工伤率	%	0.02
工亡数	人	0
工亡率	%	0
因工伤损失的工作日数	天	101
因工亡故承包商人数	人	0
每亿营收因工死亡人数	人 / 亿元人民币	0
职业病发病员工人数	人	0
职业病发病率	%	0
每百万营收因工伤损失工作日数	天 / 百万元人民币	0.01
因工伤损失的工时数	小时	808
安全事故发生次数	次	0

隐患排查

燕京啤酒高度重视安全隐患排查治理工作，构建了多维度、全覆盖的隐患排查体系，切实防范各类安全风险。为确保排查工作有序落地，公司构建了多维度、全覆盖的隐患排查体系，明确生产中心安全环保部牵头统筹、各工厂自主落实的分级管理机制。

2025 年，公司生产中心安全环保部牵头落实全方位安全排查整治工作，统筹开展现场走访、专项排查、安全年审等多项行动，各工厂同步推进隐患自查自纠，实现安全隐患排查 / 整改率 100%，筑牢安全生产防线。



应急管理

公司及下属工厂制定《职业健康与安全生产应急预案》，完善公司安全应急管理体系。针对办公区域的潜在隐患，2025 年生产中心已组织建立办公区域火险疏散应急处置方案，进一步完善应急防控举措，筑牢办公区域安全防线。通过全方位、多层次的隐患排查治理，公司全年未发生重大安全隐患导致的事故，有效降低了安全风险发生率，为员工生产生活提供了坚实的安全保障。

燕京啤酒总部技术研发中心开展消防安全疏散演练

案例

为强化科研人员应急处置意识，夯实科研领域应急管理基础，总部安全管理部与技术研发中心联合开展应急管理专项演练。演练通过“案例教学 + 实战实操”模式，剖析火灾应急风险，讲解应急处置流程、逃生技巧及消防设施实操规范，模拟浓烟环境疏散场景并开展灭火器实操演练，全面提升科研人员的应急响应、逃生自救及初期火灾处置能力。此次演练有效检验了科研领域应急预案的科学性与可操作性，进一步完善了应急管理工作流程。



技术研发中心开展安全疏散演练

北京工厂有限空间作业应急演练

案例

为强化有限空间作业安全管理和应急处置能力，北京工厂组织开展专项应急演练，国资委领导现场指导，50 余名总部及京内分公司人员观摩。演练模拟地下井作业人员突发晕倒情况，三支专业队伍迅速响应，完整演练了作业实施与应急救援流程。此次演练成功检验了应急预案的实用性与可操作性，提升了队伍的响应与协同救援能力，为公司安全生产奠定坚实基础。



北京工厂开展有限空间作业应急演练

安全培训

为提升员工安全防范意识与技能，有效预防、控制和消除职业危害，保障劳动者健康权益，燕京啤酒构建了覆盖新员工入职至在职全周期的多元化培训体系，通过系统化培训持续强化员工安全意识与操作技能，筑牢工作中的健康安全防线。在此基础上，公司制定《职业病防治宣传教育培训制度》，并成立工会劳动保护监督检查委员会，在生产系统一线部门设立劳动保护监督检查小组，推动企业工会劳动保护工作向纵深发展。

员工培训体系



新员工入职培训

新员工入职时接受安全教育，确保掌握操作规程。入职员工需接受三级安全教育，涵盖食品与生产安全知识。



定期培训

为一线员工定期聘请专家进行日常培训、岗前培训，帮助他们了解安全知识和操作技巧；公司主要负责人和职业卫生管理人员也接受相关培训。



特殊岗位培训

特殊岗位员工需持证上岗，保障工作安全。



心理健康培训

不定期举办心理健康讲座，帮助员工缓解工作与生活压力；实施 EAP（员工帮扶计划），聘请专业人员提供诊断、辅导、咨询和培训等心理健康服务。

2025 年，公司生产中心安全环保部围绕员工健康保障与生产安全管理，组织开展健康安全相关培训 16 场，覆盖防暑降温、消防安全、合法合规、重大事故隐患标准解读、安全履职等重点内容，切实提升员工健康安全防护水平与合规操作能力。同期，公司面向 28 家工厂开展安全主管线下专项培训，进一步强化一线安全管理骨干专业素养与履职能力。

2025 年，为全面落实安全生产主体责任，提升全员安全意识与应急处置能力，防范化解各类安全风险，燕京啤酒及下属分子公司围绕“人人讲安全、个个会应急”核心目标，系统性开展健康安全培训与应急演练系列活动，覆盖消防安全、有限空间作业、防灾减灾、急救技能等关键领域，为企业高质量发展筑牢安全根基，累计参与 17,360 人次。



关键绩效指标

员工安全培训支出金额

127.67 万元人民币

参与员工安全培训的员工人数

19,412 人

员工安全培训覆盖率

100%

安全培训总时长

275,068.04 小时

人均安全培训时长

14.17 小时/人

安全培训人次

122,449 人次

参与安全培训的高层管理者人数 | 11 人

参与安全培训的中层管理者人数 | 214 人

参与安全培训的初级管理者人数 | 1,257 人

参与安全培训的基层员工人数 | 17,930 人

高层管理者安全培训覆盖率 | 100%

中层管理者安全培训覆盖率 | 100%

初级管理者安全培训覆盖率 | 100%

基层员工安全培训覆盖率 | 100%

高层管理者安全培训总时长 | 155.87 小时

中层管理者安全培训总时长 | 3,032.38 小时

初级管理者安全培训总时长 | 17,811.69 小时

基层员工安全培训总时长 | 254,068.10 小时

安全培训次数

2,677 次



燕京啤酒总部安全管理部开展安全认知培训 案例

为强化安全生产责任，提升全员安全意识，燕京啤酒总部安全管理部通过“线上+线下”模式，精准推送安全教育内容，邀请行业专家进行专题培训，深入解读安全生产标准与法律，并开展隐患排查实战教学与案例分享。此系列活动形成了“学习—实践—提升”的能力闭环，显著增强员工的安全风险识别与管控能力，为公司高质量发展筑牢了安全防线。



燕京啤酒总部安全管理部开展安全宣传培训



指标与目标

燕京饮料组织防灾减灾主题安全教育活动

案例

为提升职工的安全防范意识 and 应急处置能力，北京燕京饮料有限公司党支部组织了“党建引领护平安，防灾减灾筑防线”主题安全教育活动，共 23 名职工参与。活动围绕消防、雷雨洪涝、地震避险等关键内容，通过视频学习与模拟演练相结合的方式，增强职工的安全知识掌握。党员干部积极带头，负责演练指挥，激励职工全员参与，为企业高质量发展和职工生命安全保驾护航。



饮料公司组织防灾减灾主题安全教育活动

员工体检覆盖率



目标

员工体检覆盖率 100% 覆盖

2025 年完成情况

100%，已完成 ✓

事故工亡



目标

事故工亡 0 起

2025 年完成情况

0，已完成 ✓

员工职业病发生率



目标

员工职业病发生率 0

2025 年完成情况

0，已完成 ✓

重大火灾事故



目标

重大火灾事故 0 起

2025 年完成情况

0，已完成 ✓

厚植社会责任

投身公益是企业履行社会责任、彰显社会价值的重要体现。燕京啤酒始终以助力乡村振兴、推动社区发展为己任，充分发挥自身优势，积极探索企社共赢新模式，实现企业经济效益与社会价值协同提升。

助力乡村振兴

燕京啤酒积极响应国家战略及各级地方政府号召，践行社会责任，通过精准帮扶乡村特色产业、结对共建等举措，全方位助力乡村振兴战略落地。公司以产业带动为核心路径，持续深化多区域乡村振兴帮扶。

本年度，燕京啤酒股份公司继续与燕京啤酒集团一同行动，加强与巴林左旗契丹牧耕集团的合作，整合双方优势资源，选派技术人员挂职帮扶，积极开拓销售市场，推动当地产业的发展。公司在资金、技术和消费等方面持续支持巴林左旗，通过项目合作和资源整合，助力巴林左旗乡村振兴与经济可持续发展，为当地农民增收、产业增效贡献力量。

关键绩效指标

乡村振兴投入金额

212.90 万元人民币



案例 燕京啤酒携手赤峰市巴林左旗推动“燕京·小京同学”项目，共同助力乡村振兴

燕京啤酒积极响应国家京蒙协作战略，以产业协作赋能乡村振兴，2025年11月与赤峰市巴林左旗政企代表共同召开“燕京·小京同学”合作专项推进会议，携手契丹牧耕、京顺赋农等本地企业深化合作，依托巴林左旗黄芪等特色农牧资源，合作推出联名饮品提升农产品附加值。合作中，燕京啤酒集团开放品牌背书、渠道网络与技术资源，燕京啤酒股份有限公司亦参与其中，通过专属宣传机制为项目赋能，巴林左旗政府则将该项目列为对口帮扶重点，统筹政策资源予以倾斜支持。契丹牧耕作为本地特色农牧资源整合者，为项目提供优质原料保障并深度融入供应链体系建设，多方协同构建高效产业生态，推动当地农牧资源变资产，实现产业增效与群众增收的双重目标，有效带动巴林左旗农业产业发展，以政企协同、产研融合的合作模式，为京蒙协作下的乡村全面振兴贡献了强大力量。



携手酿琼浆，共筑发展梦——燕京啤酒助力囊谦县开启黑青稞啤酒产业发展新篇章

案例

燕京啤酒深入贯彻落实习近平总书记关于东西部协作的指示，积极响应乡村振兴战略。2025年5月，青海省玉树州囊谦县党政代表团回访总部，双方就帮扶成果及后续合作展开交流。公司利用技术研发和品牌营销优势，全方位支持囊谦县黑青稞啤酒厂，包括原料采购、啤酒品质提升、新产品开发、技术人才培养及营销赋能。今年，囊谦黑青稞啤酒成功上线京东平台，助力当地巩固脱贫攻坚成果并推动乡村振兴。公司以实际行动践行社会责任，为东西部协作和共同富裕提供了可复制的实践范本。



燕京啤酒以文旅盛宴激活乡村夜经济，赋能乡村振兴

案例

燕京啤酒以文旅融合新模式赋能乡村振兴，2025年5月1日至3日，在内蒙古和林格尔台格斗村打造“燕京啤酒五一狂欢节”沉浸式文旅盛宴，以“啤酒+狂欢+音乐+派对”为核心打造多元消费场景，融合啤酒烧烤、啤酒盲品挑战赛、团队接力赛等互动体验，搭配电子音乐节、激光烟花秀等特色环节，打造昼夜联动的假日消费体验。此次活动落地乡村，不仅有效盘活了当地闲置空间，更以差异化的文旅体验激活乡村夜经济，满足了居民与游客的多元消费需求，践行“节城共融”理念，推动品牌价值向乡村经济价值转化，以“啤酒+”文旅新模式为县域经济发展注入新动能，同时提升了乡村文旅知名度与吸引力，为乡村振兴注入夜间经济新活力。



促进社区发展

燕京啤酒始终秉持社会责任与企业发展同频共振的发展理念，深耕志愿服务，推动社区建设，全方位落实社会责任，诠释国有企业的使命与担当。

公益志愿服务

燕京啤酒始终积极履行社会责任，高度重视社区共建与民生福祉，通过公益捐赠、应急救援、志愿服务、教育助学等多种形式反哺社会，持续深化社会价值共创。本年度，公司制定《对外捐赠管理办法》，进一步完善公益慈善管理体系，规范公益活动开展流程，提升公益行动透明度与规范性。

2025 年，公司通过公益慈善、爱心捐款、专人实地帮扶等形式，向对口帮扶对象、学校、职工及各类公益组织提供实物及现金捐赠，以实际行动落实公益帮扶与爱心支援。

公司大力推进志愿服务体系建设，组建党员志愿服务队、阳光志愿服务队与“青燕”志愿服务团队三支志愿服务队伍。公司志愿服务领域广泛，涵盖社区服务、大型活动保障、环保公益等多个方面，通过系统化管理与专业化培训，持续以志愿行动践行企业担当，传递社会正能量。

同时，公司积极推进志愿者礼遇计划，鼓励员工广泛参与志愿服务。2025 年，公益项目志愿者参与总人次达 6,797 人次，总志愿服务时长累计 18,574 小时。

凭借规范完善的志愿服务体系与扎实的实践成效，燕京“青燕”志愿服务队在 2024 年度首都志愿服务“四个 100”先进典型评选中荣获“首都最佳志愿服务组织”称号，“青燕”志愿服务项目也斩获顺义区第五届新时代文明实践志愿服务项目大赛“后沙峪杯”三等奖，充分彰显了公司在公益志愿服务领域的突出成效与责任担当。

公益项目志愿者参与总人次达

6,797 人次

总志愿服务时长累计

18,574 小时



二、首都最佳志愿服务组织

顺美青年志愿服务队
燕京“青燕”志愿服务队
顺义区光明街道裕龙六区“裕见爱”党员七日志愿服务站
顺义物业集团锋业小分队

燕京“青燕”志愿服务队获评首都最佳志愿服务组织



燕京“青燕”志愿服务项目获“后沙峪杯”顺义区第五届新时代文明实践志愿服务项目大赛三等奖



燕京啤酒获“北京市模范集体”称号

燕京啤酒举行 2025 年度员工无偿献血活动

案例

2025 年 11 月，为响应顺义区卫健委、区国资委关于开展团体无偿献血的号召，公司组织举办“热爱有你 奉献有我”2025 年度员工无偿献血活动。共 187 名员工参与，累计献血 53,800 毫升。献血有效支援了冬季临床用血需求，充分展现公司员工关爱社会、乐于奉献的精神风貌。



2025 年 11 月

员工参与共

187 名

累计献血

53,800 毫升



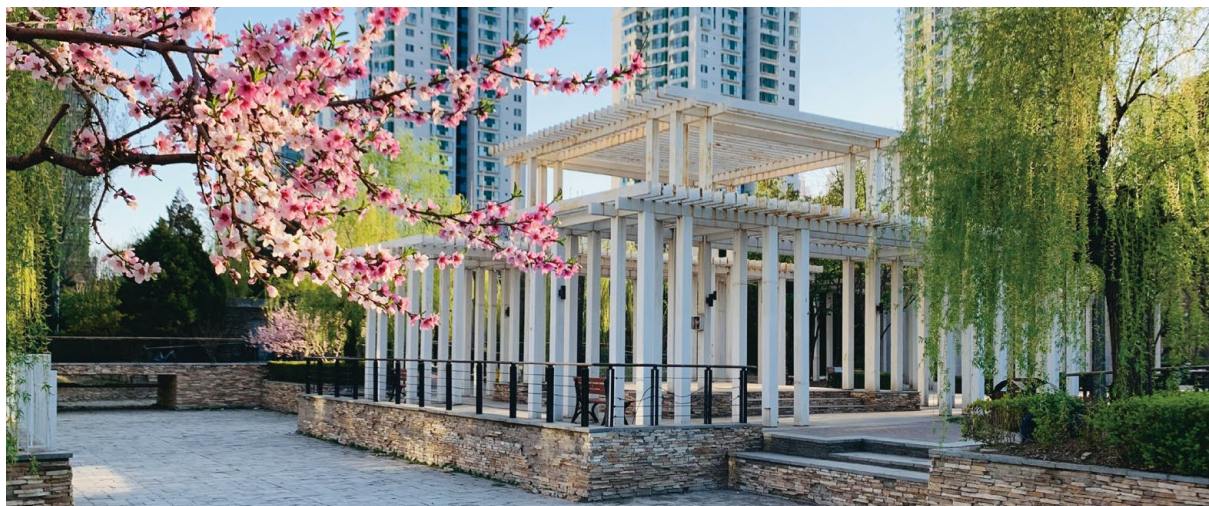
社区融合共建

燕京啤酒立足社区发展，充分联动内外部力量，以多元实践深度融入地方建设，将社区发展与生态保护紧密结合，切实彰显企业与地方共生共荣的可持续发展理念。公司积极开展统战工作、动员群团力量，投身“顺义好风气”建设与文明城市创建工作，依托“新时代文明实践周”等活动，常态化开展环境整治、文明劝导等社区服务，切实将组织优势转化为服务企业改革、履行社会责任的实际成效。2025 年，公司在全国各地共提供 1,000 余个就业岗位，以稳就业的实际行动助力地方民生发展，为社区繁荣稳定注入企业力量。

2025 年

公司在全国各地共提供就业岗位

1,000 余个



未来展望

2025 年是燕京啤酒深化变革、巩固成果、迈向高质量发展的关键之年。面对消费升级浪潮与行业绿色转型的深化要求，公司将继续锚定“二次创业、复兴燕京”战略定力，以国家“双碳”目标为核心引领，持续完善 ESG 治理架构，在高质量发展赛道上彰显强劲韧性与责任担当。

我们坚信，企业的可持续发展源于与社会、环境的共生共荣。燕京啤酒将进一步夯实职业健康与安全治理体系，依托安全生产委员会强化全链条管控，提升 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证覆盖率，以刚性考核压实安全责任，守护员工与合作伙伴的健康福祉；同时深化“1+5+N”人才培养模式，推进“十百千工程”落地，畅通职业发展通道，打造高素质人才梯队，为企业发展注入不竭动力。

面向未来，燕京啤酒将坚守创新、绿色、责任的发展理念，加速数字化供应链建设，推进绿色工厂转型，优化产品结构以满足消费者健康多元需求；深化产业链协同，带动上下游企业共同践行绿色发展；聚焦乡村振兴与社区共建，以实际行动促进社会和谐发展。公司将致力于打造治理高效、创新驱动、勇担使命的可持续发展标杆，在时代浪潮中稳步前行，为消费者、环境和社会创造更大价值。



荣誉奖项

领域	奖项名称	授予单位
可持续发展与品牌建设	万得 (Wind) ESG 由 A 调升至 AA 级, 位列饮料行业前列	万得 (Wind) ESG 评级 (万得信息技术股份有限公司)
	华证 ESG 评级为 A 级	上海华证指数信息服务有限公司
	“2025 年 A 股上市公司 ESG 评级最佳进步 TOP100” “2025 年 A 股上市公司主要消费行业 ESG 绩效 TOP20”	上海华证指数信息服务有限公司
	MSCI (明晟) ESG 评级由 B 调升至 BB	MSCI
	CDP 气候变化评分由 C 提升至 B 级, 水安全评分维持 B 级别	CDP (Carbon Disclosure Project, 碳披露项目)
	入选 2025 年企业 ESG 案例征集活动潜力案例名单	生态环境部
	中国 ESG 上市公司国企先锋 100	中央广播电视总台
	北京市属国有控股上市公司 ESG·先锋 30 指数、北京市属国有控股上市公司十佳报告	北京市国资委、天津市国资委、河北省国资委及有关单位
	2025 上市公司可持续发展最佳实践案例	中国上市公司协会
	2024 年度酒业 ESG 榜单—公司治理突出案例	中国酒业协会
	入选《美丽中国建设实践案例》(第一批)—美丽工厂实践案例	中华环保联合会
	荣获“2024 中国工商管理国际最佳案例奖”二等奖	中欧国际工商学院
	入选《行稳致远: 中国企业 ESG 领先者报告 2025》	商道融绿
	入选“重塑 (Redesign Plastic) 议题”优秀案例	商道纵横
	海诺奖 -2025ESG 实践榜样	第六届品牌创新发展大会 (BIDC2025)
	最佳 ESG 实践奖	观察者网
	最具国潮品牌力公司	《新财富》杂志
	2025 年度上市公司最佳 ESG 实践奖	价值在线
	520 社会责任日优秀案例	思盟企业社会责任促进中心

领域	奖项名称	授予单位
公司治理与内控合规	入选中国上市公司协会 2025 年上市公司现金分红榜单	中国上市公司协会
	2025 上市公司董事会最佳实践案例	中国上市公司协会
	上市公司内部控制最佳实践案例	中国上市公司协会
	信息披露工作评级为 A 级	深圳证券交易所
	主板上市公司价值 100 强	证券时报
	北京市模范集体	北京市委市政府
	反贿赂管理体系认证证书	方圆标志认证集团有限公司
	水晶球“年度信息披露奖”“年度投资者关系奖”“年度股东回报奖”	《证券市场周刊》
产品与技术创新研发	创新管理成熟度评价证书	方圆标志认证集团有限公司
	创新管理体系认证证书（换证）	方圆标志认证集团有限公司
	2025（CBC）中国国际啤酒挑战赛二星天禄奖 - 过桶啤酒	中国国际啤酒挑战赛组委会、中国国际啤酒挑战赛评委会
	2025（CBC）中国国际啤酒挑战赛三星天禄奖 - 糖葫芦酸小麦	中国国际啤酒挑战赛组委会、中国国际啤酒挑战赛评委会
	2025（CBC）中国国际啤酒挑战赛四星天禄奖 - 红枣枸杞啤酒	中国国际啤酒挑战赛组委会、中国国际啤酒挑战赛评委会
	2025（CBC）中国国际啤酒挑战赛一星天禄奖 - 苹果酒	中国国际啤酒挑战赛组委会、中国国际啤酒挑战赛评委会
	实用新型专利（一种带有温度检测机构的大米粉碎机出料管路）	国家知识产权局
	实用新型专利（一种用于过滤槽滤板钉拆卸的 T 字型工具）	国家知识产权局
	实用新型专利（变送器核查工具）	国家知识产权局
	实用新型专利（不锈钢拉环卷曲的制作装置）	国家知识产权局
其他	《酒糟渗滤液资源化利用技术指南》团标感谢奖牌	中国国际经济技术合作促进会标准化工作委员会
	2025 企业新质生产力标杆案例	《中国企业报》集团
	《燕京啤酒人才体系的构建及实践》，入选“第二十一届中国企业培训创新成果，并作为精品案例入编《中国企业培训蓝皮书 XVII》	中国企业评价协会

关键绩效表

环境

议题	披露项	单位	2023 年	2024 年	2025 年
环境合规管理	因违反环境保护法律法规而受到处罚的事件数	件	—	—	0
	报告期内因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚的处罚金额	万元人民币	—	—	0
应对气候变化 ¹	范围一温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	334,963.14	303,554.04	273,999.73
	范围二温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	337,296.79	306,129.57	231,795.09
	温室气体排放总量（范围一 + 范围二）	吨二氧化碳当量	672,259.93	609,683.61	505,794.82
	温室气体排放强度（范围一 + 范围二）（单位营业收入）	吨二氧化碳当量 / 百万元人民币	47	42	32.99
	范围三温室气体排放量	吨二氧化碳当量	—	—	1,758,206.29
	减排措施直接减少的温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	—	—	154,232.35
能源管理	综合能源消耗量	吨标准煤	259,094.44	251,851.94	211,294.01
	综合能源消耗强度（单位营业收入）	吨标准煤 / 万元人民币	0.18	0.17	0.14
	直接能源用量	吨标准煤	—	—	141,419.82
	天然气用量	立方米	118,652,050	117,039,900	95,768,673.86
	液化石油气用量	吨	—	—	2.50
	汽油消耗量	升	557,041.12	928,660.84	654,845.36
	柴油消耗量	升	1,454,998.98	2,078,395.60	1,095,070.76
	燃煤消耗量	吨	27,189.48	19,592.16	14,023.57
	间接能源使用量	吨标准煤	—	—	69,874.19
	外购蒸汽用量	吨	387,108.27	363,942.82	339,081.49

¹ 范围一、二、三温室气体排放核算核算均参考《温室气体核算体系》(GHG Protocol)，范围三覆盖类别 1（外购商品与服务）、类别 6（商务差旅）、类别 7（员工通勤）。范围一二排放的相关排放因子主要参考《省级温室气体清单编制指南（2025）》、GB/T 2589-2020《综合能耗计算通则》、GB/T 32151.25-2024《温室气体排放核算与报告要求 第 25 部分：食品、烟草及酒、饮料和精制茶企业》；范围三排放的相关排放因子主要参考 Ecoinvent 数据库、中国产品全生命周期温室气体排放系数库（CPCD）以及零碳实验室发布的《中国典型差旅出行与住宿活动排放因子》等数据来源。

议题	披露项	单位	2023 年	2024 年	2025 年	
能源管理	外购电力用量	总量	兆瓦时	339,143.89	349,607.34	302,564.57
		可再生能源	兆瓦时	—	—	67,294.60
	化石能源消耗总量	吨标准煤	258,079.64	250,775.05	139,463.38	
	可再生能源用量	兆瓦时	1,014.80	1,076.89	83,202.15	
	可再生能源使用比例	%	0.39	0.43	4.84	
	自产可再生能源用量	兆瓦时	—	—	15,907.55	
	能源节约总量	吨标准煤	—	—	280,402.87	
	按类型划分的能源节约量	外购电力	兆瓦时	—	20,088,417	472,220.34
		汽油	升	—	34,830.61	41,328.41
		柴油	升	—	124,185.96	123,911.95
天然气		立方米	—	7,344,789.66	11,219,632.76	
水资源利用	总耗水量 ²	吨	5,292,162	5,412,380.94	2,024,106.03	
	耗水强度 (单位营业收入)	吨 / 万元人民币	3.72	3.69	1.32	
	总取水量 ³	吨	18,328,718	17,764,156.40	13,220,495.50	
	总排水量	吨	13,036,556	12,351,775.46	11,196,389.47	
	啤酒生产单位水耗	千升 / 千升	—	3.80	3.43	
	废水排放总量	吨	13,551,027.38	12,366,428.46	11,196,389.47	
污染物排放	每百万营收废水排放量	吨 / 百万元人民币	953.43	843.15	730.22	
	废水污染物排放量	化学需氧量 (COD)	吨	848.31	819.81	981.08
		氨氮 (NH ₃ -N)	吨	88.22	32.29	34.85
		总磷 (TP)	吨	42.75	27.40	14.03
		总氮 (TN)	吨	287.10	172.08	167.73
		其他废水污染物	吨	—	—	2.10

² 本年度统计范围有所调整，故耗水量在自身节水实践的基础上进一步下降。

³ 本年度统计范围有所调整，故取水量在自身节水实践的基础上进一步下降。

议题	披露项	单位	2023 年	2024 年	2025 年	
污染物排放	每百万营收氨氮排放量	吨 / 百万元人民币	0.01	0.002	0.002	
	每百万营收排放的化学需氧量	吨 / 百万元人民币	0.06	0.06	0.06	
	废水排放强度 (啤酒企业)	吨 / 千升	3.45	3.17	2.78	
	废水排放达标率	%	100	100	100	
	废气排放总量	万立方米	—	—	130,056.82	
	废气排放强度	立方米 / 万元人民币	—	—	848.22	
	废气污染物排放量	氮氧化物 (NO _x)	吨	186.43	159	136.32
		硫氧化物 (SO _x)	吨	53.65	53.11	48.81
		颗粒物 (PM)	吨	17.63	22.10	6.07
		挥发性有机物 (VOCs)	吨	17.28	7.74	7.05
		废气中其他污染物	吨	—	—	1.48
	废气排放达标率	%	100	100	100	
	废弃物处理	无害废弃物产生总量	吨	—	454,534.84	452,802.76
有害废弃物总量		吨	—	118.27	121.86	
有害废弃物强度 (单位营业收入)		吨 / 万元人民币	—	0.00008	0.00008	
无害废弃物强度 (单位营业收入)		吨 / 万元人民币	—	0.31	0.30	
回收再利用废弃物总量		吨	—	464,242.36	394,500.09	
每百万营收废弃物回收利用总量		吨 / 百万元人民币	—	31.65	25.73	
原材料及包装物管理	包装材料组成: 玻璃瓶用量	吨	2,328,791	2,594,736	2,231,400	
	包装材料组成: 铝瓶用量	吨	35,446	36,228	35,674	
	包装材料组成: 纸箱用量	吨	109,426	118,629	111,058	
	有毒有害物料消耗量	吨	0	0	0	

议题	披露项	单位	2023 年	2024 年	2025 年		
平等雇佣	员工总人数	人	21,405	19,965	19,412		
	按性别划分的员工人数及占比	男性	人	14,984	13,838	13,783	
			%	70	69.31	71	
		女性	人	6,421	6,127	5,629	
			%	30	30.69	29	
	按雇佣性质划分的员工人数及占比	全职	人	21,405	19,965	19,412	
			%	100	100	100	
		劳务派遣	人	0	0	0	
			%	0	0	0	
		兼职	人	0	0	0	
			%	0	0	0	
	按年龄划分的员工人数及占比	30 岁以下	人	—	2,074	2,135	
			%	—	10.39	11	
		30 岁至 50 岁	人	—	13,779	13,394	
			%	—	69.02	69	
		50 岁以上	人	—	4,112	3,883	
			%	—	20.60	20	
		按区域划分的员工人数及占比	中国内地	人	21,405	19,965	19,412
				%	100	100	100
	港澳台及海外		人	0	0	0	
			%	0	0	0	
	少数民族员工	人数	人	—	1,660	1,748	
		占比	%	—	8.31	9	
创收类型职位中女性员工人数	人	—	3,254	3,002			
STEM 职位中女性员工人数	人	—	174	178			
新员工雇佣总数	人		1,311	1,030	1,401		

议题	披露项	单位	2023 年	2024 年	2025 年	
平等雇佣	签订劳动合同的员工数量	人	21,405	19,965	19,412	
	员工劳动合同签订率	%	100	100	100	
	企业加入工会员工人数	人	—	—	19,412	
	工会入会率	%	—	—	100	
	员工大会召开次数	次	—	4	38	
	员工大会参与人数	人次	—	410	2,445	
	集体协议签订比例	%	100	100	100	
	员工劳动纠纷解决率	%	—	100	100	
	员工流失人数	人	3,403	1,570	1,428	
	员工流失率	%	15.90	7.86	7.36	
	因违反员工雇佣及劳工法律法规而受到处罚的事件总数	次	0	0	0	
	参加社会保险的员工比例	%	100	100	100	
员工关爱	员工帮扶总金额	万元人民币	30.63	35.56	41.53	
	员工培训次数 ⁴	次	—	3,848	24,118	
	员工培训总支出	万元人民币	497.73	726	775	
	员工人均培训费用	元人民币	232.53	363.64	399.24	
	接受培训的员工总人次	人次	252,785	314,874	294,119	
员工发展及培训	按性别划分的接受培训的员工人次	男性	人次	—	218,243	208,832
		女性	人次	—	96,631	85,287
	员工培训覆盖率	%	100	100	100	
	员工接受培训的总时长	小时	414,316	471,487	334,089	
	按性别划分的接受培训的总时长	男性	小时	—	326,794	237,211
		女性	小时	—	144,693	96,878
	员工接受培训平均时长	小时	19.36	24	17.21	
	接受定期绩效和职业发展考核的员工总数	人	21,405	19,965	19,412	
	内部调动或内部应聘的员工数量	人	—	—	120	
员工内部调动率	%	—	—	0.62		

⁴ 本年度统计范围较去年扩大，故培训次数显著增长。

议题	披露项	单位	2023 年	2024 年	2025 年
职业健康与安全	工伤保险覆盖员工人数	人	21,405	19,965	19,412
	员工工伤保险覆盖率	%	100	100	100
	员工工伤保险投入金额	万元人民币	—	—	1,008.34
	因工伤损失的工作日数	天	2,396	629	101
	每百万营收因工伤损失工作日数	天 / 百万元人民币	0.17	0.04	0.01
	工亡数	人	0	0	0
	工亡率	%	0	0	0
	每亿营收因工死亡人数	人 / 亿元人民币	0	0	0
	承包商工亡数	人	—	—	0
	职业病发病员工人数	人	—	—	0
	职业病发病率	%	—	—	0
	百万工时工伤事故率	%	—	—	0.10
	安全事故发生次数	次	0	0	0
	重大及以上事故数	次	—	0	0
	安全隐患排查 / 整改率	%	100	100	100
	安全生产投入总金额	万元人民币	3,813.58	4,405.74	4,705.77
	安全生产投入占营业收入比例	%	0.27	0.30	0.31
	员工体检覆盖率	%	100	100	100
	员工安全培训支出金额	万元人民币	—	97.70	127.67
	参与员工安全培训的员工人数	人	21,405	19,965	19,412
	员工安全培训覆盖率	%	100	100	100
	安全培训次数	次	—	4,381	2,677
	安全培训总时长	小时	—	—	275,068.04
	人均安全培训时长	小时 / 人	—	—	14.17
	安全培训参与人次	人次	108,368	124,125	122,449

议题	披露项	单位	2023 年	2024 年	2025 年
创新驱动	研发投入金额	万元人民币	39,528.70	38,809.57	40,460.29
	研发投入金额占主营业务收入比例	%	2.78	2.65	2.64
	研发人员数量	人	2,205	2,074	1,861
	研发人员占比	%	10.30	10.39	9.59
	应用于主营业务的发明专利数量	件	—	—	109
	年度专利申请数量	件	—	56	49
	累计有效专利数量	件	—	503	575
	每百万元营收有效专利数	件 / 百万人民币	—	0.03	0.04
	累计有效发明专利数量	件	—	100	122
产品和服务安全 与质量	已售或已运送产品中因安全与健康理由而须回收的比例（按销售额计）	%	0	0	0
	产品出厂合格率	%	100	100	100
	产品抽检合格率	%	100	100	100
	产品批次检验覆盖率	%	100	100	100
数据安全与客户 隐私保护	客户投诉解决率	%	100	100	100
	经证实的泄露、盗窃或丢失客户资料的事件数	件	0	0	0
	数据安全事件涉及的金额	万元人民币	0	0	0
负责任营销和倡 导理性饮酒	客户隐私泄露事件涉及的金额	万元人民币	0	0	0
	员工负责任营销培训次数	次	—	3	3
	负责任营销关键岗位培训覆盖率	%	—	100	100

议题	披露项	单位	2023 年	2024 年	2025 年	
供应链管理	供应商总数	家	1,428	1,219	1,028	
	按地区划分的供应商数量	中国大陆	家	1,427	1,219	1,028
		港澳台及海外	家	1	0	0
	供应商本地化比例	%	99.93	100	100	
	供应商年度审核比例	%	—	100	100	
	供应链风险事件数量	件	—	0	0	
	订单满足率	%	100	98.62	99.82	
助力乡村振兴	采购物资总合格率	%	100	99.30	99.92	
	乡村振兴投入金额	万元人民币	251.12	214	212.90	
参与社会贡献	慈善捐赠金额	万元人民币	100.52	49.63	12.90	
	员工志愿服务参与人数	人次	1,426	9,541	6,797	
	员工志愿服务总时长	小时	27,970	27,444	18,574	
	员工志愿服务人均时长	小时	—	—	0.96	
公司治理	董事会成员人数	人	7	7	7	
	独立董事占比	%	57.14	57.14	57.14	
	董事会会议召开次数	次	5	8	6	
	董事会成员出席率	%	100	100	100	
	参与少于 75% 会议的董事人数	人	0	0	0	
	高级管理层人数	人	—	9	9	
	按性别划分的高级管理层人数及占比	女性	人	—	2	2
			%	—	22.22	22.22
	男性	人	—	7	7	
		%	—	77.78	77.78	

关键绩效表

议题	披露项	单位	2023 年	2024 年	2025 年
可持续发展管理	董事会、高级管理层 ESG 培训覆盖比例	%	100	100	100
	董事会、高级管理层 ESG 培训开展次数	次	—	9	5
反商业贿赂及反贪污	反商业贿赂及反贪污培训次数	次	13	13	14
	反商业贿赂和反贪污培训小时数	小时	13	13	40
	反商业贿赂和反贪污诉讼案件涉案金额	万元人民币	0	0	0
	由于商业贿赂和贪污有关的违规事件，与业务伙伴的合同终止或未续订事件的总数	件	0	0	0
	报告期内对发行人或其员工提出并已审结的贪污诉讼案件数	件	0	0	0
	报告期内因公司不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的涉案金额	万元人民币	0	0	0
商业道德和反不正当竞争	商业道德和反不正当培训开展次数	次	—	0	1
	商业道德和反不正当培训开展小时数	小时	—	0	3
	接受商业道德和反不正当培训人次	人次	—	0	100
合规与风控	年度风险识别次数	次	—	—	2
	风险管理培训的次数	次	7	4	4
	风险管理培训的参与人次	人次	7,325	3,200	3,791
	风险管理培训的培训合格率	%	100	100	100
	合规培训的次数	次	21	3	4
	合规培训的参与人次	人次	10,114	2,280	8,507
	合规培训的培训合格率	%	100	100	100
	违反国家法律或当地法规的事件的次数	次	—	—	0
涉违规处罚次数及所支付的罚款总金额	万元人民币	—	—	0	

指标索引表

深圳证券交易所《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》索引

维度	序号	议题	对应条款	报告章节
环境	1	应对气候变化	第二十一条至第二十八条	应对气候变化
	2	污染物排放	第三十条	规范污废排放
	3	废弃物处理	第三十一条	规范污废排放
	4	生态系统和生物多样性保护	第三十二条	守护生态系统与生物多样性
	5	环境合规管理	第三十三条	强化环境合规管理
	6	能源利用	第三十五条	高效资源利用
	7	水资源利用	第三十六条	高效资源利用
	8	循环经济	第三十七条	高效资源利用
社会	9	乡村振兴	第三十九条	厚植社会责任
	10	社会贡献	第四十条	厚植社会责任
	11	创新驱动	第四十二条	深耕研发创新
	12	科技伦理	第四十三条	燕京啤酒主营啤酒酿造，不涉及生命科学或人工智能等科技伦理敏感领域

维度	序号	议题	对应条款	报告章节
社会	13	供应链安全	第四十五条	共建可持续供应链
	14	平等对待中小企业	第四十六条	共建可持续供应链
	15	产品和服务安全与质量	第四十七条	坚守质量底线 打造卓越服务
	16	数据安全与客户隐私保护	第四十八条	严守数据安全
	17	员工	第五十条	保障员工权益 心系员工福祉 助力职业成长 守护健康安全
	18	尽职调查	第五十二条	坚守商业道德 共建可持续供应链 践行可持续发展
可持续发展 相关治理	19	利益相关方沟通	第五十三条	践行可持续发展
	20	反商业贿赂及反贪污	第五十五条	坚守商业道德
	21	反不正当竞争	第五十六条	坚守商业道德

GRI 内容索引

使用说明	公司参照 GRI 标准报告了在此份 GRI 内容索引中引用的信息，汇报期为在 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。
使用的 GRI1	GRI 1: 基础 2021

GRI 标准	披露项	位置
GRI 2: 一般披露 2021	2-1 组织详细情况	关于燕京啤酒
	2-2 纳入组织可持续发展报告的实体	关于本报告
	2-3 报告期、报告频率和联系人	关于本报告 读者反馈
	2-4 信息重述	无
	2-5 外部鉴证	审验报告与温室气体核查声明
	2-6 活动、价值链和其他业务关系	关于本报告 关于燕京啤酒 打造卓越服务 共建可持续供应链
	2-7 员工	保障员工权益 心系员工福祉 助力职业成长 守护健康安全
	2-8 员工之外的工作者	共建可持续供应链 守护健康安全
	2-9 管治架构和组成	稳健企业治理
	2-10 最高管治机构的提名和遴选	稳健企业治理
	2-11 最高管治机构的主席	稳健企业治理
	2-12 在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	践行可持续发展 稳健企业治理
	2-13 为管理影响的责任授权	践行可持续发展 稳健企业治理
	2-14 最高管治机构在可持续发展报告中的作用	关于本报告 践行可持续发展

GRI 标准	披露项	位置
GRI 2: 一般披露 2021	2-15 利益冲突	保障投资人权益
	2-16 重要关切问题的沟通	践行可持续发展
	2-17 最高管治机构的共同知识	践行可持续发展
	2-18 对最高管治机构的绩效评估	践行可持续发展
	2-19 薪酬政策	稳健企业治理
	2-20 确定薪酬的程序	稳健企业治理
	2-21 年度总薪酬比率	基于信息保密需求，暂不对外披露
	2-22 关于可持续发展战略的声明	践行可持续发展
	2-23 政策承诺	践行可持续发展 坚守商业道德 保障员工权益
	2-24 融合政策承诺	坚守商业道德 共建可持续供应链 保障员工权益
	2-25 补救负面影响的程序	坚守商业道德 守护生态系统与生物多样性 坚守质量底线 打造卓越服务
	2-26 寻求建议和提出关切的机制	坚守商业道德 打造卓越服务 保障员工权益
	2-27 遵守法律法规	详见报告各章节
	2-28 协会的成员资格	防范内控风险 深耕研发创新
	2-29 利益相关方参与的方法	践行可持续发展
	2-30 集体谈判协议	保障员工权益

GRI 标准	披露项	位置
GRI 3: 实质性议题 2021	3-1 确定实质性议题的过程	践行可持续发展
	3-2 实质性议题清单	践行可持续发展
	3-3 实质性议题的管理	践行可持续发展
GRI 201: 经济绩效 2016	201-1 直接产生和分配的经济价值	关于燕京啤酒
	201-2 气候变化带来的财务影响和其他风险和机遇	应对气候变化
	201-3 固定福利计划义务和其他退休计划	心系员工福祉
	201-4 政府给予的财政补贴	基于信息保密需求, 暂不对外披露
GRI 202: 市场表现 2016	202-1 按性别标准起薪水平工资与当地最低工资之比	基于信息保密需求, 暂不对外披露
	202-2 义务性固定福利计划和其他退休计划	心系员工福祉
GRI 203: 间接经济影响 2016	203-1 基础设施投资和支持性服务	厚植社会责任
	203-2 重大间接经济影响	厚植社会责任
GRI 204: 采购实践 2016	204-1 向当地供应商采购支出的比例	关键绩效表
GRI 205: 反腐败 2016	205-1 已进行腐败风险评估的运营点	坚守商业道德
	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	坚守商业道德
	205-3 经确认的腐败事件和采取的行动	坚守商业道德
GRI 206: 不正当竞争行为 2016	206-1 针对不正当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	坚守商业道德
GRI 207: 税收 2019	207-1 税务方针	防范内控风险
	207-2 税务治理、管控与风险管理	防范内控风险
	207-3 与税务关切相关的利益相关方参与及管理	践行可持续发展
	207-4 国别报告	见年报

GRI 标准	披露项	位置
GRI 301: 物料 2016	301-1 所用物料的重量或体积	高效资源利用
	301-2 所使用的回收进料	高效资源利用
	301-3 回收产品及其包装材料	高效资源利用
GRI 302: 能源 2016	302-1 组织内部的能源消耗量	应对气候变化 高效资源利用
	302-2 组织外部的能源消耗量	应对气候变化 高效资源利用
GRI 303: 水资源和污水 2018	302-3 能源强度	应对气候变化 高效资源利用 关键绩效表
	302-4 减少能源消耗量	高效资源利用 关键绩效表
	302-5 降低产品和服务的能源需求	高效资源利用 关键绩效表
GRI 303: 水资源和污水 2018	303-1 组织与水作为共有资源的相互影响	高效资源利用
	303-2 管理与排水相关的影响	高效资源利用 规范污水排放
	303-3 取水	高效资源利用 关键绩效表
	303-4 排水	高效资源利用 关键绩效表
	303-5 耗水	高效资源利用 关键绩效表

GRI 标准	披露项	位置
GRI 304: 生物多样性 2016	304-1 组织所拥有、租赁、在位于或邻近于保护区和保护区外生物多样性丰富区域管理的运营点	无
	304-2 活动、产品和服务对生物多样性的重大影响	守护生态系统与生物多样性
	304-3 受保护或经修复的栖息地	无
	304-4 受运营影响的栖息地中已被列入 IUCN 红色名录及国家保护名册的物种	无
GRI 305: 排放 2016	305-1 直接（范畴 1）温室气体排放	高效资源利用 关键绩效表
	305-2 能源间接（范畴 2）温室气体排放	高效资源利用 关键绩效表
	305-3 其他间接（范畴 3）温室气体排放	高效资源利用 关键绩效表
	305-4 温室气体排放强度	高效资源利用 关键绩效表
	305-5 温室气体减排量	高效资源利用 关键绩效表
	305-6 臭氧消耗物质（ODS）的排放	无
	305-7 氮氧化物（NO _x ）、硫氧化物（SO _x ）和其他重大气体排放	规范污废排放 关键绩效表
GRI 306: 废弃物 2020	306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	规范污废排放
	306-2 废弃物相关重大影响的管理	规范污废排放
	306-3 产生的废弃物	规范污废排放 关键绩效表
	306-4 从处置中转移的废弃物	规范污废排放
	306-5 进入处置的废弃物	规范污废排放
GRI 308: 供应商环境评估 2016	308-1 使用环境标准筛选的新供应商	共建可持续供应链
	308-2 供应链对环境的负面影响以及采取的行动	共建可持续供应链

GRI 标准	披露项	位置	
GRI 401: 雇佣 2016	401-1 新进员工和员工流动率	关键绩效表	
	401-2 提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	心系员工福祉	
	401-3 育儿假	心系员工福祉	
GRI 402: 劳资关系 2016	402-1 有关运营变更的最短通知期	基于信息保密需求，暂不对外披露	
	403-1 职业健康安全管理体系	守护健康安全	
	403-2 危害识别、风险评估和事故调查	守护健康安全	
	403-3 职业健康服务	守护健康安全	
	403-4 职业健康安全事务：工作者的参与、意见征询和沟通	守护健康安全	
	403-5 工作者职业健康安全培训	守护健康安全	
	403-6 促进工作者健康	守护健康安全	
	403-7 预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响	守护健康安全	
	403-8 职业健康安全管理体系覆盖的工作者	守护健康安全	
	403-9 工伤	守护健康安全	
GRI 403: 职业健康与安全 2018	403-10 工作相关的健康问题	守护健康安全	
	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	助力职业成长	
	404-2 员工技能提升方案和过渡协助方案	助力职业成长	
	404-3 定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	助力职业成长	
	GRI 405: 多元化与平等机会 2016	405-1 管治机构与员工的多元化	保障员工权益
		405-2 男女基本工资和报酬的比例	基于信息保密需求，暂不对外披露
	GRI 406: 反歧视 2016	406-1 歧视事件及采取的纠正行动	保障员工权益

GRI 标准	披露项	位置
GRI 407: 结社自由和集体协商 2016	407-1 结社自由与集体谈判权利可能面临风险的运营点和供应商	保障员工权益
GRI 408: 童工 2016	408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供应商	保障员工权益
GRI 409: 强迫或强制劳工 2016	409-1 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	保障员工权益 守护健康安全 共建可持续供应链
GRI 411: 原住民权利 2016	411-1 涉及侵犯原住民权利的事件	无
GRI 413: 当地社区 2016	413-1 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	厚植社会责任
	413-2 对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点	无
GRI 414: 供应商社会评估 2016	414-1 使用社会标准筛选的新供应商	共建可持续供应链
	414-2 供应链对社会的负面影响以及采取的行动	共建可持续供应链

GRI 标准	披露项	位置
GRI 415: 公共政策 2016	415-1 政治捐赠	无
GRI 416: 客户健康与安全 2016	416-1 对产品和服务类别的健康与安全影响的评估	坚守质量底线 打造卓越服务
	416-2 涉及产品和服务的健康与安全的违规事件	坚守质量底线 打造卓越服务
	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	坚守质量底线 打造卓越服务
GRI 417: 营销与标识 2016	417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件	坚守质量底线 打造卓越服务
	417-3 涉及市场营销的违规事件	坚守质量底线 打造卓越服务
	GRI 418: 客户隐私 2016	418-1 与侵犯客户隐私和丢失客户资料有关的经证实的投诉

审验报告与温室气体核查声明



商道融绿
Syntek Green Finance

审验声明：燕京啤酒 2025 年度可持续发展报告

对北京燕京啤酒股份有限公司 2025 年度可持续发展报告的独立审验声明

致北京燕京啤酒股份有限公司的管理层及利益相关方：
北京商道融绿咨询有限公司（以下简称“商道融绿”）受北京燕京啤酒股份有限公司（以下简称“燕京啤酒”）的委托，对其《北京燕京啤酒股份有限公司 2025 年度可持续发展报告》（以下简称“《可持续发展报告》”）披露的有关信息进行独立的第三方审验。商道融绿的审验情况如下。

审验范围

1. 时间范围

本次审验时间范围限于《可持续发展报告》披露的 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日期间的信息，报告期之外的任何相关信息均不在本次审验范围之内。

2. 信息范围

本次审验的范围限于《可持续发展报告》涵盖的燕京啤酒的信息，不包括燕京啤酒的供应商等其他第三方的信息。对于《可持续发展报告》中披露的已经通过独立第三方机构审计或审验的信息和数据，本次不再重复审验。

3. 审验范围

本次审验范围包括两方面：一为评估《可持续发展报告》是否有不符合 AA1000AP (2018) 中包容性、实质性、回应性和影响性原则的情况；二为评估选定《可持续发展报告》中的五项特定绩效信息的可靠性和质量，特定绩效信息包括：

- 总取水量
- 啤酒企业在高压力区域取水量
- 玻璃瓶回瓶率
- 循环水总量
- 可再生能源用量

责任

燕京啤酒的管理层对《可持续发展报告》的编制和内容负全部责任，并保证《可持续发展报告》的内容以及提供给商道融绿的资料信息的完整性和真实性，不存在重大错误陈述。
商道融绿的责任是根据燕京啤酒提供的资料信息，依据 AA1000 审验标准 v3 (AA1000AS v3) 出具独立的审验声明。

标准

商道融绿使用 AA1000AS v3 作为审验服务参照的标准。AA1000AS v3 是指由 AccountAbility 创建的审验标准。本次审验类型和深度为“类型二、中度审验”。
商道融绿依据《商道融绿非财务报告审验方法》编制本审验声明。
商道融绿同时参考的标准、原则及倡议还包括：全球报告倡议组织 (GRI)《可持续发展报告标准》/香港联交所《环境、社会及管治报告守则》/沪深北三大交易所《上市公司可持续发展报告指引》/气候相关财务信息披露工作组 (TCFD) 框架/国际可持续准则理事会 (ISSB)《国际财务报告可持续披露准则第 1 号——可持续相关财务信息披露一般要求》、《国际财务报告可持续披露准则第 2 号——气候相关披露》/欧盟《企业可持续发展报告指令》(CSRD) /温室气体核算体系 (GHG Protocol) 等。



商道融绿
Syntek Green Finance

审验声明：燕京啤酒 2025 年度可持续发展报告

审验方法

1. 制定审验计划

商道融绿在审验计划中记录关键的资源需求、需收集的证据、任务、活动、可交付成果和时间表，形成审验计划书。

2. 收集信息

商道融绿依据准确性、平衡性、完整性、时效性的原则，评估所收集信息的质量。

3. 进行审验

- 开展访谈，访谈人员包括董事会办公室负责可持续发展相关工作的人员。
- 审验燕京啤酒所提供的相关文件资料。
- 审验《可持续发展报告》的信息是否符合 AA1000AP (2018) 中包容性、实质性、回应性及影响性原则。
- 审验选定《可持续发展报告》中的特定绩效信息的可靠性和质量。
- 审验《可持续发展报告》是否根据深圳证券交易所《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》编制。

4. 商道融绿认为其他必要的工作

独立性和能力

1. 独立性

商道融绿声明，与燕京啤酒为完全相互独立的公司，对该公司不存在偏见和利益冲突。

2. 能力

商道融绿专注于为客户提供环境、社会和公司治理 (ESG) 评级、绿色金融战略规划、环境和社会风险管理 (ESRM)、绿色金融产品创新、绿色金融与责任投资研究、绿色债券评估认证、绿色信贷和责任投资能力建设等可持续金融方面的专业咨询、研究和培训等服务。
商道融绿已获得使用 AA1000AS v3 的许可。该许可授权商道融绿使用和遵守 AccountAbility 的 AA1000AS v3，以及使用与此类可持续性审验服务相关的 AA1000AS v3 标志。
商道融绿审验团队人员拥有 AA1000 认证可持续发展审验师 (CSAP) 证书、ISO14001 内审员资质、CFA-ESG 证书、EFFAS-CESGA 证书、GRI 培训证书、碳资产管理师等可持续发展领域的资质，团队由拥有丰富可持续发展领域经验的专业人士构成，其对 AA1000AS v3 标准有全面的理解。

局限性

商道融绿在本次《可持续发展报告》审验中，所需的信息和数据完全依赖燕京啤酒提供的相关信息和数据，未从其他外部渠道搜集信息，亦未对外部利益相关方进行访谈。

审验内容

1. AA1000AP (2018) 原则审验

包容性：燕京啤酒识别了主要利益相关方，通过不同的方式持续与主要利益相关方沟通，并对外展示沟通情况。燕京啤酒为利益相关方参与提供了必要的能力建设。
实质性：燕京啤酒收集了主要利益相关方的意见，识别出了与公司高度相关的 ESG 议题，并有明确的方法来确定实质性议题的优先度。
回应性：燕京啤酒对其主要利益相关方关注的实质性议题做出了回应，重视 ESG 相关风险的管控，且在能力建设和资源



读者反馈

尊敬的读者：

您好！感谢您在百忙之中阅读《燕京啤酒2025 年度可持续发展报告》。为了不断改进报告编制工作，提升燕京啤酒履责能力和水平，我们诚挚邀请您对本报告提出宝贵的意见和建议，帮助我们不断改进，您可以将相关信息，通过邮寄或者表单填写的形式反馈给我们。

邮寄：北京市顺义区双河路9号
010-89490729

电子邮箱：zqb@yanjing.com.cn

扫描二维码告诉我们您的宝贵意见



1. 对于燕京啤酒来说，您所属的利益相关方类别是

政府 客户 员工 合作伙伴 环保相关组织 社区与公众 其他 - ()

2. 您对本报告的总体印象

很好 好 较好 一般 较差 差 很差

3. 您认为本报告结构安排

很合理 较合理 一般 较差 很差

4. 您认为本报告版式设计

很合理 较合理 一般 较差 很差

5. 您认为本报告版式可读性

很好 较好 一般 较差 很差

6. 您认为本报告是否能反映公司对经济、环境、社会的重大影响

能 一般 不了解

7. 您认为本报告所披露信息、数据、指标的清晰、准确、完整程度如何

高 较高 一般 较低 低

8. 您认为公司在服务客户、保护利益相关方方面做得如何

好 一般 很差 不了解

9. 对于报告编制或履责实践，您还有哪些宝贵意见或建议？



燕京啤酒
YANJING BEER

联系地址：北京市顺义区双河路9号

电话：010-89490729

传真：010-89495569

电子信箱：zqb@yanjing.com.cn

