



2025 可持续发展报告

华润饮料(控股)有限公司

目录 CONTENTS

报告导读	01
主席致辞	03
走进华润饮料	05
2025大事记	09
责任故事一	11
“饮”领美好，交出“十四五”答卷	
责任故事二	13
GREEN，从包装开始：华润饮料的可持续包装实践	
责任故事三	15
“供应链”也是“共赢链”，华润饮料以供应链管理赋能可持续高质量发展	
可持续发展管理	17
规范公司治理	29
展望2026	112
附录	113

01

向绿而行

力践“双碳”承诺

应对气候变化	38
落实环境管理	52
推进减排治理	57
保护生态环境	60
传播绿色文化	62

02

匠心品质

滋润美好生活

守护营养健康	66
匠心品质追求	69
赋能创新研发	71
提升服务体验	74

03

信任相伴

共享发展成果

携手伙伴同行	80
强化媒体沟通	80
助力行业发展	81
负责任供应链	82

04

双向奔赴

打造幸福职场

维护员工权益	90
激发人才动力	92
落实员工关怀	95

05

分享美好

带来正向改变

筑牢安全底线	100
聚焦香港发展	103
助力乡村振兴	106
传递向善力量	109

报告导读

本报告是华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司发布的第十三份可持续发展报告，系统披露了华润饮料在环境、社会及管治方面的投入和绩效表现，以回应各利益相关方对于公司可持续发展的关注和期待。除另有说明外，本报告的披露范围与公司 2025 年年报范围保持一致。如欲查阅更多业务相关信息及有关本公司企业管治常规，请参阅本公司的 2025 年年报。

报告承诺

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

报告范围

本报告为年度报告，涉及时间范围为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，为增强报告可比性及前瞻性，部分内容往前后适度延伸。本报告于 2026 年 3 月 26 日获董事会批准通过。

称谓说明

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

数据说明

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

报告原则

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

报告标准

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

编制流程

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

报告获取

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

联系方式

通讯地址：广东省深圳市南山区高新技术产业园北区朗山路 22 号
电话：0755-26983333
网址：<https://www.crbeverage.com>

主席致辞



高立

华润饮料（控股）有限公司董事会主席
可持续发展委员会主席

拥抱长期主义 共创可持续未来



2025 年，是国家“十四五”规划收官与“十五五”规划谋划的关键之年，也是华润饮料登陆资本市场后，开局起步的重要一年。回首过去一年，全球可持续发展浪潮持续高涨，行业竞争加剧，资本市场与监管机构对 ESG 的关注度空前提升。在此背景下，我们以改革深化提升为契机，主动将可持续发展理念深度融入战略与运营全过程，对标世界一流治理，以扎实行动回应时代要求，在坚守长期主义的可持续发展征程上迈出了坚实步伐。

上市首年，我们在 ESG 领域的深耕收获广泛回响。公司获评 Wind ESG AA 级，位列食品饮料行业社会责任发展指数前十、入选央视“中国 ESG 上市公司先锋 100（2025）”榜单。同时，荣获“2025 年‘感动深圳’第二十二届深圳关爱行动年度爱心企业”“21 世纪活力·ESG 公司治理案例”“显卓 ESG 可持续发展企业大奖”“卓越 ESG 企业大奖 - 上市公司（软饮行业）”等多个境内外 ESG 奖项。这份来自资本市场及社会各界的双重认可，是对公司既往治理水平与经营实践的高度肯定，更赋予我们持续创造长期价值的责任与动力。



持续完善现代企业治理体系 筑牢可持续发展的制度根基

我们致力于构建更有效能和韧性的现代企业治理体系，报告期内，公司优化并有效运行以董事会和可持续发展委员会为决策层的三层 ESG 管治架构，明晰权责，确保战略落地。董事会切实履行最高监督与决策职责，并新设“气候变化统筹小组”，强化对 ESG 及气候相关议题的闭环管理。我们紧紧围绕“增强核心功能、提高核心竞争力”的中心任务，聚焦治理机制、用人机制、激励机制等关键领域进行系统性优化与突破，有效激发了组织内生活力与运营效率，锚定“成为世界一流综合饮料企业”愿景奋楫笃行，行稳致远推进高质量发展。

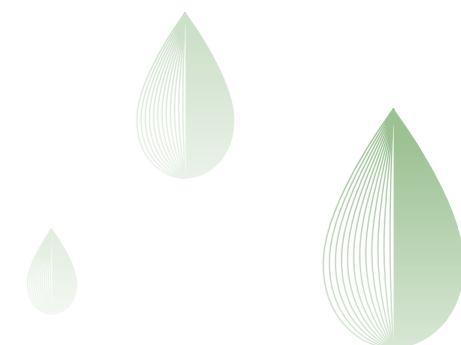
积极响应国家“双碳”战略 全面推进全链条绿色低碳转型

我们持续深化 TCFD 气候相关财务信息披露工作，参与香港品质保证局《审视与披露气候相关财务影响指南和建议》丛书的编写，提升气候风险管理应对能力。聚焦主业，系统构建并推行 GREEN 包装策略，全面升级“怡宝宝贝重塑计划”，完善包装物回收与再生利用体系，探索包装的循环再生与价值延续。同时，我们将绿色理念深植运营，加快培育绿色工厂与智能化工厂，携手伙伴共建可持续供应链，坚定不移地推动全链条向绿色低碳转型，为建设美丽中国贡献华润饮料力量。

深耕公益创造共享价值 持续塑造“美美与共”的负责任品牌形象

我们坚信企业的成长源于社会，报告期内，我们推动 ESG 实践与主营业务、社会需求深度融合。“怡宝百所图书馆计划”十九年初心不改，已落成 251 所乡村公益图书馆，点燃无数乡村孩子的阅读梦想。我们完善“救灾公益快速响应机制”，将应急保障经验转化为可持续的公益创新。作为中国国家队官方合作伙伴，我们持续陪伴国家队 70 余支队伍征战赛场，以实际行动支持体育强国建设。

2026 年，启幕“十五五”宏图，理想照亮前方——唯有主动作为、勇于担当，方能不负时代使命。在长期主义的指引下，我们满怀热忱、坚定信念、脚踏实地，与每一位伙伴携手，共创可持续、高质量发展的崭新篇章！



走进华润饮料

公司概况

华润饮料（控股）有限公司（简称“华润饮料”）是华润（集团）有限公司旗下专注即饮软饮业务的核心业务单元，于香港联合交易所上市（股份代号：02460），位列恒生综合指数成份股，具备稳固的资本市场地位。

华润饮料是 20 世纪 90 年代初国内较早推出专业化生产包装饮用水的企业之一，也是《瓶装饮用纯净水》国家标准的主要发起和起草单位之一，产品覆盖包装饮用水、茶饮料、果汁类饮料、运动饮料、咖啡饮料等品类。2019 年起，成为中国国家队首家合作伙伴，怡宝作为中国国家队官方饮用水，为 70 余支国家运动队提供安全健康的饮用服务。

华润饮料始终以“引领行业发展，为大众提供安全、健康、美好的生活体验”为使命，致力于为每一位消费者带来优质的产品和真诚的服务。展望未来，华润饮料将以消费者、客户为中心，坚持创新发展，贡献商业智慧，给予消费者更多惊喜和体验，持续向“做优，做强，成为世界一流综合饮料企业”目标迈进。

¹ 数据来源：灼识咨询报告



企业文化



▲ 华润饮料“十四五”企业文化理念体系

企业基因

为中华民族伟大复兴而立心 为创造人民幸福生活而立命 为实现国家经济繁荣而立身

使命

引领行业发展，为大众提供安全、健康、美好的生活体验

愿景

做优，做强，成为世界一流综合饮料企业

价值观

诚实守信 业绩导向 以人为本 合作共赢

企业精神

以身许国的奉献精神 敢为人先的创新精神
笃定前行的坚守精神 自强不息的奋斗精神

组织氛围

真诚 团结 开放 进取

“十四五”宣传口号

精耕细作，决胜终端

业务布局

作为一家与大众生活息息相关的企业，华润饮料一直致力于为广大消费者提升生活品质、创造美好生活贡献力量，打造丰富优质的产品与服务，为亿万人送上触手可及的美好。公司旗下拥有“怡宝”“怡宝露”“本优”“至本清润”“佐味茶事”“假日一刻”“蜜水柠檬”“魔力”“愿事之茗”“FEEL”等 9 大品类、12 大品牌、74 个 SKU，覆盖包装饮用水、果汁类饮料、茶饮料、运动饮料、咖啡饮料等品类。业务覆盖中国 22 个省、5 个自治区、4 个直辖市、2 个特别行政区。



辽宁省

华润怡宝饮料（中国）有限公司辽宁分公司



江苏省

华润怡宝饮料（宜兴）有限公司



山东省

华润怡宝饮料（中国）有限公司山东分公司



海南省

华润怡宝饮料（海南）有限公司



安徽省

华润怡宝饮料（六安）有限公司



北京市

华润怡宝饮料（中国）有限公司北京分公司



河北省

华润怡宝饮料（中国）有限公司河北分公司



上海市

华润怡宝饮料（中国）有限公司华东分公司

上海怡宝食品有限公司



福建省

华润怡宝饮料（武夷山）有限公司



江西省

华润怡宝饮料（中国）有限公司江西分公司



浙江省

华润怡宝饮料（温州）有限公司



香港特别行政区

华润怡宝饮料有限公司



湖南省

华润怡宝饮料（中国）有限公司湖南分公司

华润怡宝饮料（长沙）有限公司



广东省

华润饮料（控股）有限公司

华润怡宝饮料（中国）有限公司

华润怡宝饮料（中国）投资有限公司

华润怡宝饮料（中国）有限公司华南分公司

华润食品饮料（深圳）有限公司

华润食品饮料（深圳）有限公司江门分厂

珠海市永隆加林山矿泉水有限公司

珠海市永隆饮品有限公司

华润怡宝饮料（肇庆）有限公司

华润怡宝（河源）万绿湖饮料有限公司

华润怡宝饮料（河源）有限公司



甘肃省

华润怡宝饮料（中国）有限公司甘肃分公司



湖北省

华润怡宝饮料（武汉）有限公司

华润怡宝饮料（丹江口）有限公司



四川省

华润怡宝饮料（中国）有限公司西南分公司

华润怡宝饮料（成都）有限公司



广西壮族自治区

华润怡宝饮料（南宁）有限公司

2025 大事记

2025 年是“十四五”收官之年，也是“十五五”规划谋篇布局之年。面对更趋复杂严峻的外部环境，华润饮料坚定做优做强主业，不懈追求经济、环境、社会的可持续发展，在业务发展、品牌建设、研发创新、责任担当等多方面迸发新活力。

资本市场

成功纳入港股通及恒生综合等重要指数

2025 年，华润饮料 (02460.HK) 成功纳入港股通股票名单，并先后纳入恒生综合指数、恒生综合大中型股指数、恒生综合行业指数 - 必需性消费等 41 项重要指数，彰显了资本市场对其长期投资价值 and 增长前景的认可。年度内，公司港股通持股比例已稳步攀升至 7.91%。2026 年 2 月 11 日，华润饮料被纳入摩根士丹利资本国际 (MSCI) 中国指数。



绿色工厂

获评国家级、省级绿色工厂

2025 年，华润饮料南宁工厂成功获评“国家级绿色工厂”，武汉工厂获评“省级绿色工厂”，标志着华润饮料在绿色转型道路上迈出了关键一步。同时，武汉、南宁、肇庆、万绿湖、河源工厂率先通过 EHSQ 四大体系认证；肇庆、万绿湖、武汉、南宁工厂的主要产品，成功获得粤港澳大湾区碳足迹标识认证；南宁与万绿湖工厂率先投运电动重卡超充站……这些实绩共同勾勒华润饮料向绿而行的清晰图景。



产品家族

加快“上新”多品类系列

华润饮料相继推出焙焙咖啡、焙焙小燃罐、蜜水青提、至本清润炖梨、至本清润 300mL 迷你装系列、“本优”茶伴 5L 装、怡宝口袋装 210mL、怡宝纯净水 (环保纸盒装) 330mL 以及全新升级的“佐味茶事”无糖茶系列、“假日一刻”系列、魔力运动饮料和多个品牌的 1L 装新品，持续打造丰富优质的产品和服务，为亿万人送上触手可及的美好。



创新研发

产学研融合迈上新台阶

华润饮料与浙江大学共建联合研发项目，专注于茶饮料的关键技术突破与产品创新，以科技驱动茶产业升级；与西南大学柑橘所签订产学研合作合同，共同攻克橙汁饮料沉淀的行业难题；同时，与清华大学深圳国际研究生院合作申报广东省普通高校重点实验室，深入探索海洋微生物在健康食品与绿色制造中的应用潜力，为可持续发展寻找创新解决方案。



品牌引领

怡宝入选国务院国资委“中央企业品牌引领行动创建成果”

2025 年 12 月，在华润集团品牌建设年工作会暨首届“华润品牌日”启动仪式上，华润饮料旗下“怡宝”成功入选国务院国资委“中央企业品牌引领行动创建成果”产品品牌，品牌建设再获国家级权威认可。怡宝作为华润饮料旗下的“产品品牌”，连续 14 年居中国纯净水零售额榜首。



体育营销

与中国国家队合作迈入新阶段

2025 年 12 月 23 日，“再携手共筑体育未来”中国国家队与华润饮料合作发布会在北京举行。华润饮料将继续作为中国国家队官方合作伙伴，为中国国家队 70 余支国家运动队提供高品质健康饮品，助力中国体育健儿在国际国内赛场上再创佳绩。



IP 赛事

冠名中超、中甲、中乙联赛

2025 年 2 月，中足联与华润饮料进行了冠名合作签约，华润饮料冠名中超、中甲和中乙，全方位支持足球生态系统的健康发展，也是对中国足球的期待再提升。华润饮料冠名已贯穿中超、中甲、中乙三级职业联赛，中国职业联赛首次实现统一冠名商。



ESG 建设

驱动价值链可持续发展

2025 年 12 月，华润饮料参与编写的《审视与披露气候相关财务影响指南和建议》丛书正式发布，为上市公司及公众责任实体提供符合国际趋势与中国国情的气候相关财务信息披露实践指导。此前，公司亦作为中国供应商 ESG 评级平台首批发起单位之一，参与起草国内首项《企业供应链 ESG 管理要求》团体标准，并加入“微光计划”，推动供应链协同履责。年度内，华润饮料凭借优秀的 ESG 表现，获评 Wind ESG AA 评级，入选央视“中国 ESG 上市公司先锋 100 (2025)”，并累计荣获 20 余项境内外 ESG 奖项。



GREEN 未来

“怡宝宝贝重塑计划”全新升级

2025 年，“怡宝宝贝重塑计划”全新升级，打造“技术闭环”与“社会闭环”双轮驱动的公众参与模式，标志着华润饮料从塑料瓶循环再生议题的倡导者向循环生态系统构建者的角色转变。项目联合智能回收机构发起的全国回收行动，29 天内吸引超 5.2 万人参与，累计回收塑料空瓶 1,630.49 千克，减少碳排放约 3,404.7 千克。2026 年初，项目成功落地香港，开展“宝贝重塑-GREEN 未来”怡宝宝贝重塑 x 润爱同行城市可持续行动。该行动携手本地公益伙伴，持续开展三个月，走进香港多个社区，构建“回收-重塑-新生”的闭环体系，使可持续理念扎根社区。自 2023 年该项目启动以来，已覆盖全国三十余个城市，吸引超 12 万“重塑合伙人”参与。



救灾应急

“救灾公益快速响应机制”全年为灾区及社区捐赠饮用水超 2.4 万箱

2025 年，华润饮料依托“救灾公益快速响应机制”，累计向西藏日喀则、甘肃榆中、湖南桑植、广东云浮、贵州榕江、湖北恩施等各地灾区及社区公益活动捐赠饮用水超 2.4 万箱，与社会各界力量一起帮助灾区群众恢复正常生活。其中，香港大埔发生火灾后，我们仅用 2 小时便将首批万余瓶怡宝水送至救援现场，切实保障受灾群众饮水安全。



责任故事一

“饮”领美好 交出“十四五”答卷

在“十四五”规划收官的历史节点回望，华润饮料坚持“长期主义”发展战略，扎实推进布局优化与结构调整，从守护国民健康、护航国家体育事业，到赋能产业升级、践行公益担当，不断增强核心功能、提升核心竞争力。华润饮料用五年时间，书写了一份兼具商业价值与社会温度的“十四五”答卷。

以“水饮双核”，赋能美好生活

国家“十四五”规划强调以高质量供给引领和创造新需求，华润饮料敏锐把握这一时代需求，将守护国民健康作为核心责任，通过产品创新与矩阵优化，为消费者提供高品质、多元化的健康饮品选择。

包装水拓宽饮用场景

华润饮料强化“好水不分水种”理念，实现从纯净水向矿泉水、天然水等丰富水种的战略延伸，以“怡宝”“本优”为核心品牌，构建起覆盖多元场景的产品体系。



通勤逛街有怡宝口袋装 210mL，小巧贴合手掌，完美适配通勤、逛街等移动场景，让便捷饮水触手可及。

居家、餐饮及露营有“本优”茶伴 5L 包装饮用水，大容量适配泡茶、聚餐等休闲场景，简约设计点亮餐桌美学。

环保发展趋势下，推出怡宝纸盒装 330mL，满足对政企、酒店会议等环保高需求场景。

饮料矩阵多元布局

华润饮料在饮料领域的布局同样多元，持续推出新产品、新口味、新规格，满足消费者的多元化需求和饮用场景。“十四五”期间，饮料销量复合增长率约 36%，第二增长曲线态势强劲。

“至本清润”深耕草本植物饮料细分赛道，打造菊花茶、柠檬茶、酸梅汤、炖梨等经典口味，以中国传统草本智慧倡导现代健康养生理念，通过舞蹈诗剧《只此青绿》IP 联名、《圆桌派》访谈类综艺等，持续深化中式经典形象，携手击剑世界冠军孙一文传播“记忆中的味道”。截至 2024 年底，至本清润已成长为“10 亿元级”品牌。根据灼识咨询报告，按零售额计，2025 年至本清润在中国菊花茶饮料市场排名第一。



“蜜水柠檬”通过与“奶龙”“小黄鸭”等 IP 的趣味联动，在水果饮料市场赢得了坚实的消费基础，新推出的 1L 装更是精准把握了“质价比”消费趋势。



“佐味茶事”无糖茶系列产品坚持 0 糖 0 卡，全面升级品牌和产品，真茶萃取，倡导自在生活，推出 500mL 茉莉玉露、铁观音、岩茶细分茶种的新口味，同时推出 1L 畅饮装，满足都市人群对健康茶饮的追求。



运动饮料“魔力”上市全新产品，主打快速补充电解质和能量，为运动时刻提供快速补给方案，帮助恢复状态。550mL 运动盖和 1L 大包装，为不同运动场景提供个性化选择。



以“长期主义”深耕体育，实现品牌价值与体育事业相融共进

华润饮料自 2019 年成为中国国家队 /TEAM CHINA 第一家合作伙伴以来，始终以专业标准为体育健儿保驾护航。同时，在中超、中甲和中乙联赛中积极开展活动，以多样化体育营销手段活化品牌，并通过深化与马拉松等赛事的合作，始终与大众体育同行，让每一滴水都成为全民健康的助力。



产品创新

提供高品质、专业的产品支持，为各支国家队提供相应饮品和赛事服务，建立“训练-比赛-恢复”全周期饮水支持体系。

资源整合

携手中国国家队联合开展“中国国家队公益服务大行动”“冠军运动大课堂”等系列活动，传播体育精神。

价值共创

深耕青少年体育，支持中国青少年足球联赛、青少年田径运动会等赛事；聚焦全民运动，助力大众体育的积极发展。

案例 | 中国国家队与华润饮料携手开启合作新阶段

2025 年 12 月 23 日，“再携手 共筑体育未来”中国国家队与华润饮料合作发布会在北京举行。中国国家队 /TEAM CHINA 作为国内体育组织最高级别的品牌计划，仅选择少数行业领军企业作为赞助商。2019 年，华润饮料成为其首家合作伙伴，此合作周期内，累计提供 6,500 万瓶饮品，推出了 23 款国家队画面特标产品，依托“怡宝”“魔力”等品牌构建涵盖训练、赛事的全链条服务体系，并携手国家队开展公益活动，惠及超百万青少年。



以全链路能力建设，夯实高质量发展根基

2024 年，华润饮料成功登陆香港资本市场，这不仅是一次重要的跨越，更是发展历程上的新起点。上市后，华润饮料获得了更多的资金支持和市场关注，助力进一步加强渠道建设、扩大生产规模、加强研发投入、提升品牌影响力，为“水饮双核”战略的实施提供更有力的保障。

在渠道建设方面，华润饮料坚持渠道多样化发展，稳步推进渠道精细分类调整，覆盖传统、KA、电商等多渠道，并积极完善线上布局，搭建家庭渠道城市水站线上购买通道，以多渠道协同满足多元消费需求，实现“随时随地可得”。

在供应链建设方面，华润饮料践行“1+N”产能战略，持续推进产能布局优化。依据优质水源地开发及物流枢纽选址标准，“十四五”期间，华润饮料已在全国布局了 15 家已投产的自有工厂及 32 家合作生产伙伴，用于包装饮用水产品及饮料产品的生产。

如今，站在“十四五”与“十五五”的交汇点，华润饮料的“水饮双核”战略格局日渐清晰。水，是基础，更是深度陪伴；饮料，是活力，更是多元触达。面向“十五五”，我们将继续以创新为驱动，以责任为引领，在深耕健康饮品市场的同时，持续聚焦主业，服务国家战略，为社会发展贡献更多力量。

全国布局了 15 家已投产的自有工厂

32 家合作生产伙伴



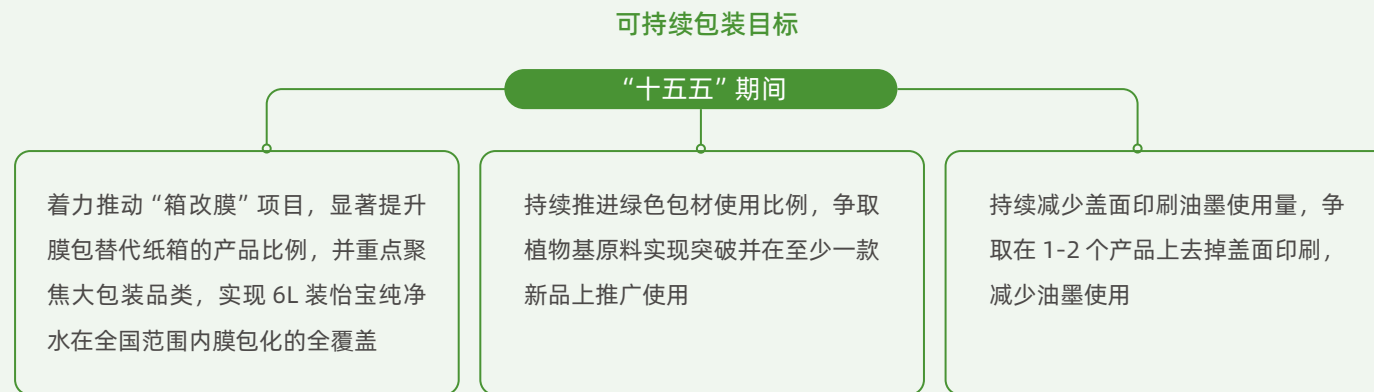
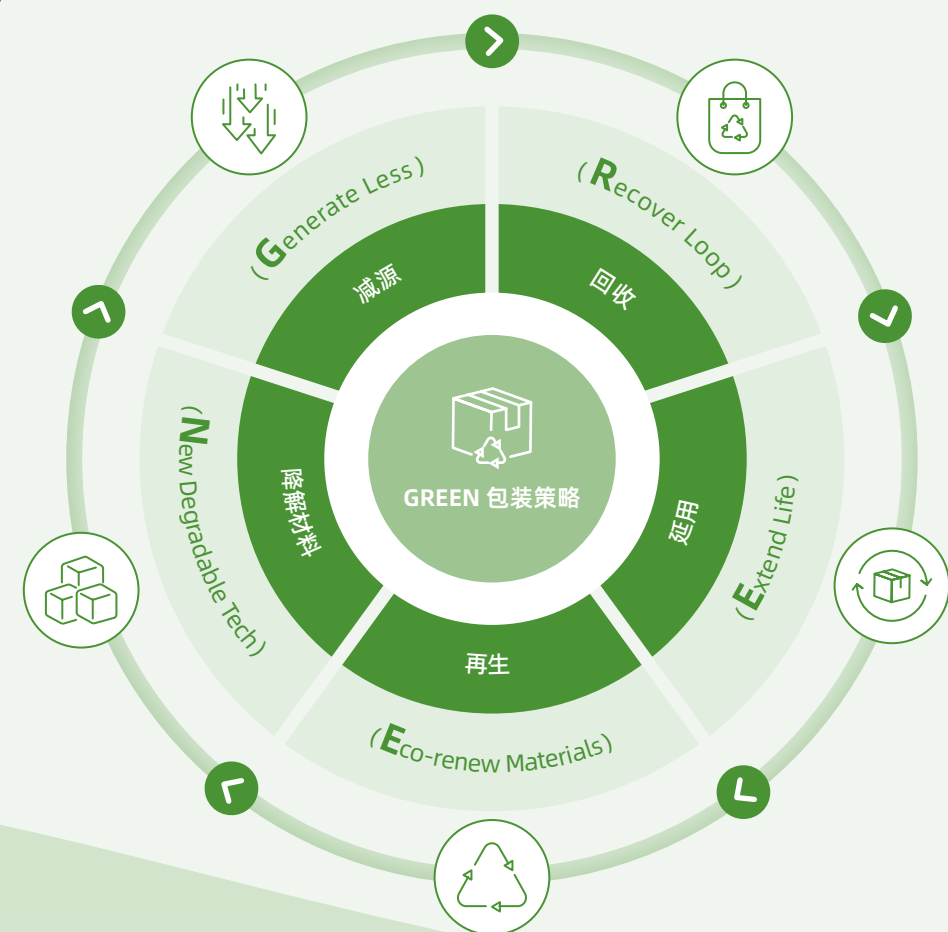
责任故事二

GREEN，从包装开始 华润饮料的可持续包装实践

一瓶饮品，从货架到掌心，包装是它与世界的第一次温柔对话。当环保理念逐渐融入日常，当“双碳”目标成为共同追求，这份“对话”便被赋予了更深沉的责任。2025 年，华润饮料秉持循环经济理念，聚焦主业履责，构建并推行 GREEN 包装策略，设定绿色包装目标与长效推进路径，通过源头减量、循环再生、材料替代与社会协同等多维创新，有效实现了环境效益、经济效益与社会效益的有机统一。

包装减碳，绿色转型的起点

面对全球气候变化与资源压力，食品饮料行业正迎来包装绿色变革的关键窗口。2025 年，华润饮料将绿色包装纳入 ESG 战略框架，系统地构建了“减源 (Generate Less)、回收 (Recover Loop)、延用 (Extend Life)、再生 (Eco-renew Materials)、降解材料 (New Degradable Tech)” GREEN 包装策略，并依托生产中心包材研发职能，将可持续包装目标分解为清晰的行动路径与指标，实现了绿色包装从理念到实践、从总部到工厂的高效贯穿，彰显了以战略定力驱动可持续发展的长远格局。



公司制定《饮用水 PET 瓶标准》《饮用水纸箱标准》，从可持续出发，以设计和材料为抓手，一方面，通过持续的技术革新，在全品类开展“瓶口及瓶身轻量化”项目。2025 年，公司在饮料产品上继续优化瓶坯结构及吹瓶工艺，魔力运动饮料 550mL、无糖茶 500mL 两款产品还重由 28 克降到 27 克；焙焙咖啡 400mL 还重由 25 克降到 24 克。项目自 2022 年开展以来，平均每年可减少 PET 原生料使用达 2.49 万吨，相当于间接减排温室气体 6.65 万吨 / 年，在守护环境的同时，节约年度采购成本超 1.5 亿元。另一方面，积极探索应用可降解材料，从根源减少包装制品对环境的影响。2025 年在香港市场推出怡宝纯净水（环保纸盒装），其包装原材料 62.9% 源自植物基，从源头采用绿色原料，减少碳排放。

此外，在二次包装上，我们大力推进“箱改膜”和“彩膜转白膜”项目，年减少油墨使用 117 吨，印刷能耗下降 15%，减少 VOC 排放 23.4 吨，实现了从产品包装到物流包装的全面“瘦身”。



怡宝纯净水（环保纸盒装），采用植物基聚合物，经碳信托 CARBON TRUST 认证，其碳足迹较常规梦幻盖包装降低

18% ↓

包材使用量		
塑料类	纸类	玻璃类
380,435.9424 吨	175,322.2193 吨	22.17 吨
金属类	其他类	
785.58424 吨	35,128.98 吨	

全链路绿色革命，从源头到终端的系统变革

包装减碳只是起点，华润饮料深知真正的可持续需要贯穿全链路。公司充分发挥产业链主导者作用，将可持续发展理念贯穿于企业生产经营全过程，并推广至全产业链伙伴。在生产环节，我们一方面以绿色工厂建设为抓手，不断推动企业向绿色化、智能化方向加速转型，通过自有工厂屋顶分布式光伏发电项目、采购绿电和绿证等方式扩大可再生能源占比，全年减少碳排放 38,636.69 吨；另一方面，我们积极开展包材回收专项行动，针对可回收的包装类废弃物，统一交由具备资质的专业回收商，自有工厂全年回收率达 100%。在物流环节，一方面通过优化仓储布局和运输路线，减少运输距离和空载率；另一方面加强推进公转铁、公转水运输及电动重卡运输及配套建设，多手段减少运输环节的碳排放量。在销售终端，持续开展“拆箱有礼”活动，以“废旧纸箱、膜包兑换产品”的激励方式，激发广大合作商和终端的参与热情。



2025 年
销售终端回收外包装超
1.6 万吨
相当于减少
22,236.47 吨二氧化碳排放

公众参与，构建绿色生态闭环

2025 年，华润饮料“怡宝宝贝重塑计划”全新升级，打造“技术闭环”与“社会闭环”双轮驱动的公众参与模式，标志着华润饮料从塑料瓶循环再生议题的倡导者向循环生态系统构建者的角色转变。

在“技术闭环”上，通过“回收 - 重塑 - 新生”全链路实践，形成量化的塑料循环解决方案。2025 年，华润饮料联合深圳可持续发展研究所，与专业机构材 M-SEEN 合作，将塑料水瓶研发制成再生纤维、注塑粒子、再生板材等“宝贝重塑”系列再生材料，并基于研发成果，将再生纤维已率先应用于再生帆布袋的制作，每个帆布袋约等于 6.9 个塑料水瓶再生而成。

在“社会闭环”上，项目联动政府、企业、公众等多方力量，将“怡宝宝贝重塑计划”升级为开放的公众参与平台，通过“重塑等式墙”互动科普、全国多城巡展、公益研学等沉浸式体验，把消费者、社区、媒体转化为“重塑合伙人”。

2025 年，联合智能回收机构发起的全国回收行动
29 天内吸引超
5.2 万人参与
累计回收塑料空瓶
1,630.49 千克
减少碳排放约
3,404.7 千克

案例 | “宝贝重塑·GREEN 未来”城市可持续行动正式启动

2026 年 1 月 19 日，华润饮料联合华润隆地在香港共同发起“宝贝重塑 GREEN 未来”城市可持续行动。活动现场搭建了“宝贝重塑”体验区，市民可在“重塑工坊”亲身体验将塑料碎片热压为精美的再生福袋，在“重塑宝贝士多”近距离了解和触摸由塑料空瓶再生而成的衣服、包包等各类时尚文创产品，直观感受资源循环的价值与魅力。

此次落地香港，是该项目在粤港澳大湾区深化可持续行动的重要一步，通过“从社区中来，到社区中去”的闭环模式，让绿色循环理念在香港社区扎根，推动环保行动融入市民日常生活。



▲ 萌娃变身“重塑合伙人”

▲ 怡宝宝贝重塑智能回收机

未来，华润饮料将秉承可持续发展愿景，锚定包装绿色转型目标，吹响中国饮料行业可持续发展集结号，汇聚绿色的包装设计理念、领先的运营方式，以点带面，引领更多企业和行业推进可持续包装绿色事业，持续为建设国家绿色低碳经济体系贡献力量。

责任故事三

“供应链”也是“共赢链” 华润饮料以供应链管理赋能可持续高质量发展

在一瓶水饮的背后，藏着一条看不见却至关重要的“链”——从源头水源到生产制造，从绿色包装到物流配送。这不仅是产品的供应链，更是华润饮料践行责任、创造价值的“共赢链”。作为链主企业，我们将可持续的供应链管理视为核心战略，系统推动管理升级、智慧运营与生态共荣，致力于实现商业成功与社会价值的统一。

体系化管理，筑牢可持续供应链的战略根基

我们从战略高度构建现代化的供应链治理体系，为可持续发展奠定坚实基础。

强化战略引领

2020 年，华润饮料成立由“一把手”挂帅，管理团队组成的采购委员会，聚焦供应链安全风险与生态体系建设，实现政治责任、经济责任、社会责任有机统一。2024 年，随着公司在联交所成功上市，华润饮料深入融合企业愿景与可持续发展理念，构建了以五大支柱和六大责任领域为核心的 ESG 战略模型，将“负责任供应链”作为公司关键议题纳入 ESG 战略框架，实现了从业务驱动向战略引领转型。

健全管控机制

华润饮料全面梳理供应链业务流程，按照“严格准入、量化评价、过失退出、动态管理”的原则，优化考核评价体系，健全激励与监督双重机制。同时，强化过程管控，确保生产性物料的来源可追溯，以及生产过程的可监控。通过建立并完善 SRM 供应商关系管理平台，全面推广应用电子招标采购平台，进一步提高招采规范性及运营效率，营造“守法经营、诚信合规”的供应链生态氛围，促进供应链协同发展。

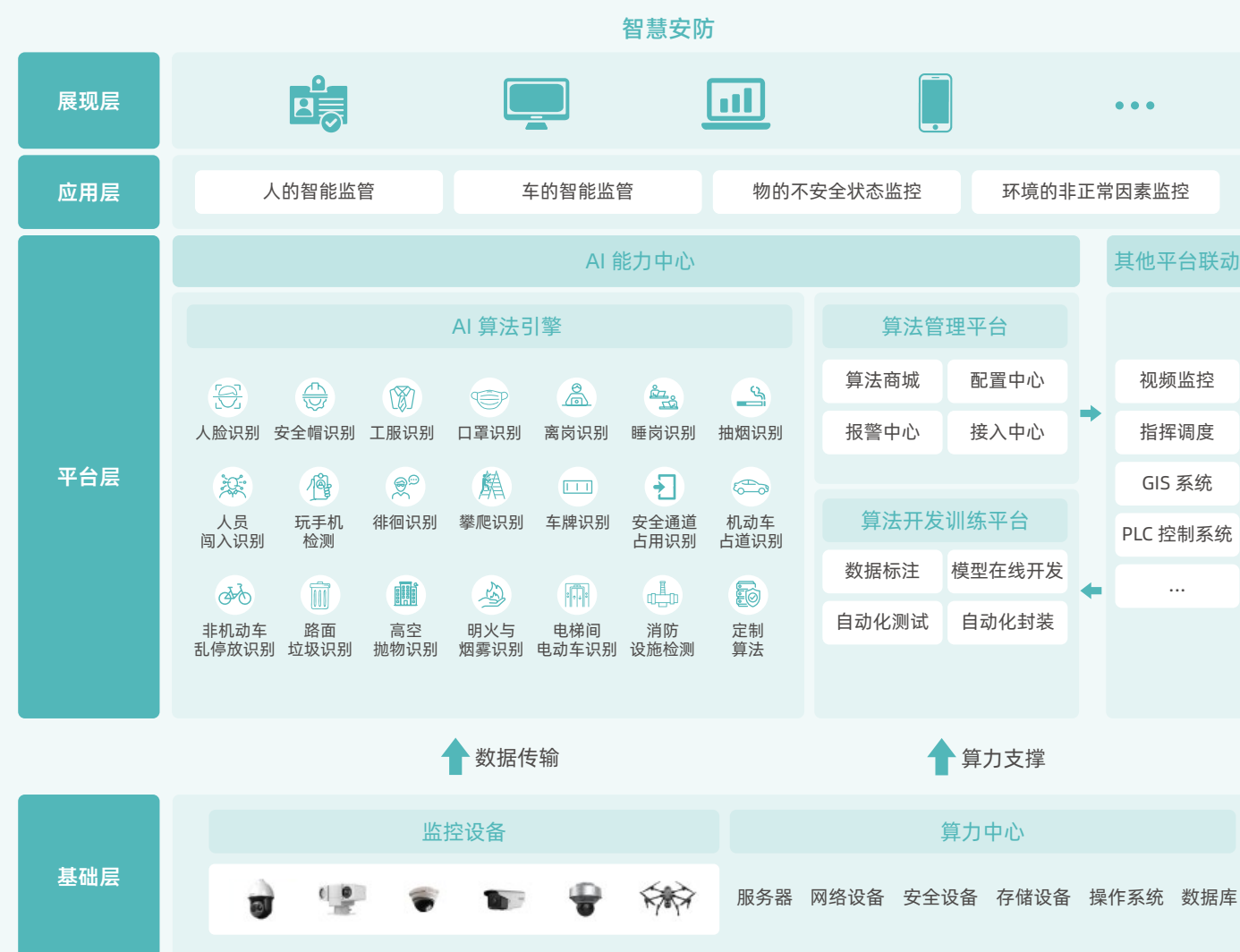


智慧化运营，注入高效敏捷的数字化动能

我们以数字化、智能化技术驱动供应链转型升级，提升其韧性、效率与洞察力。

建设智能化工厂

华润饮料锚定供应链高质量发展目标，将智能工厂建设作为数字化转型的核心抓手，多家工厂进行涵盖智慧安防、设备全生命周期管理、无人化物流等场景的升级，推动生产体系向全面数字化、智能化演进，有效强化风险预警能力与生产协同效率，稳步实现降本、提质、增效。



赋能智慧决策

华润饮料积极引入大数据与大模型新技术，运用 AI 能力，致力于打造“看得清、管得对、打得准”的智慧终端，强化风险预警与生产协同，让供应链拥有更智慧的“大脑”。通过建立供应商数字化服务平台，打通 ERP、QMS、PTS 等系统数据孤岛，实现考核数据自动化采集与分析。引入 RPA 机器人处理重复性工作，每年节约大量工时；运用 AI 技术开发供应商智能推荐与风险预警模型，成功预测并规避潜在断供风险。通过移动数据看板，管理层可实时洞察多项核心指标，决策响应速度大幅提升，推动供应链管理从“经验决策”全面转向“数据驱动”迈进。

生态共赢，让供应链焕发“绿色活力”

我们坚信，供应链的竞争力源于整个生态的繁荣，致力于与合作伙伴共同成长。

推行绿色制造

华润饮料将绿色工厂建设视为供应链升级的核心抓手，贯彻“厂房集约化、原料无害化、生产洁净化、废物资源化、能源低碳化”原则，推动生产过程中的资源高效利用、能源节约、废弃物减排、环境污染降低，实现绿色发展。



协同价值成长

华润饮料作为中国供应商 ESG 评级平台的首批发起单位，积极加入“微光计划”，组织首批 10 家合作供应商通过平台开展 ESG 评级，其中 1 家斩获“ESG 六星评级”，直观验证了协同赋能的实际成效。此外，通过数字化协同平台，我们与上千家合作伙伴在线协同，质量问题线上整改完成率从 60% 提升至 92%，订单对账效率提升 70%，共同构建了新型供应链命运共同体。

树立行业典范

华润饮料深度参与国内首项《企业供应链 ESG 管理要求》团体标准的起草与制定工作，将自身的管理经验凝练为可推广的行业标准。凭借系统化的供应链 ESG 管理，公司先后荣获“中国供应链 ESG 管理示范企业”，入选“供应链 ESG 先锋 50 (2025)”“中国企业供应链 ESG 百强指数（鲸牛指数）”等多项权威榜单。



▲ 成为中国供应商 ESG 评级平台发起单位

▲ 荣获“中国供应链 ESG 管理示范企业”

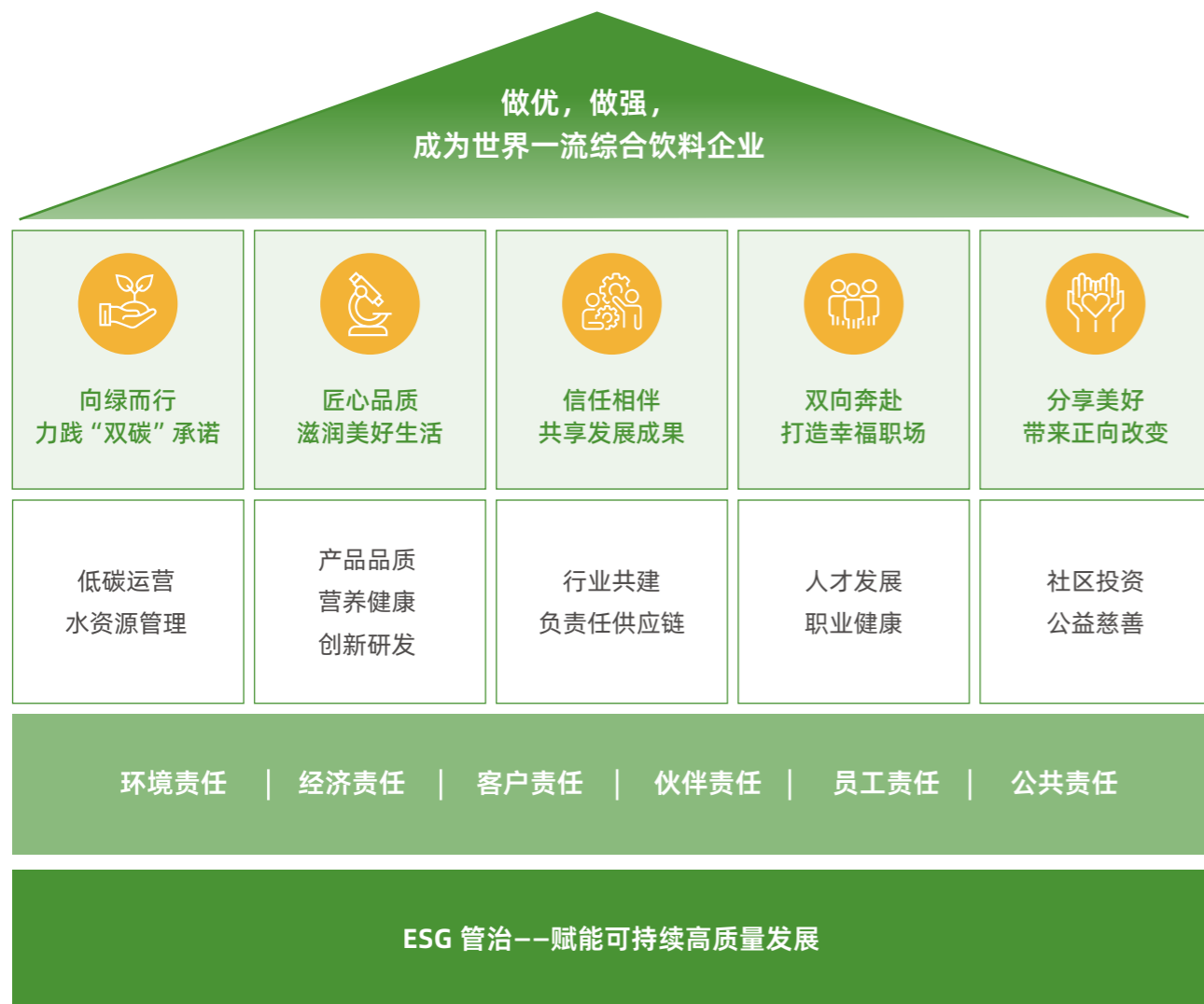
未来，华润饮料将持续深化供应链 ESG 管理与业务的深度融合，坚持安全与效率并重、治理与创新协同并进，为公司高质量发展注入持久动能，携手价值链伙伴，致力于将这条“共赢链”锻造得更坚韧、更智能、更富绿色活力，为行业与社会创造可持续的长期价值。

可持续发展管理

可持续发展战略

华润饮料深入践行可持续发展理念，秉持与华润集团一脉相承的责任文化，积极主动将社会责任与 ESG 融入公司发展战略、重大决策与生产经营。公司从顶层设计出发，制定 ESG 战略，锚定清晰方向，设定明确目标，通过《华润饮料社会责任及 ESG 工作管理办法》，全面兼顾股东、客户、员工、合作伙伴、社区等多元利益相关方的需求，积极开展履责实践，推动公司可持续高质量发展。

公司深入融合企业愿景与可持续发展理念，构建以五大支柱和六大责任领域为核心的 ESG 战略模型，涵盖 12 个关键议题，为企业的长期价值创造和社会积极影响奠定了坚实基础。通过这一战略，公司将持续审视和管理对环境、社会和经济的影响，将 ESG 实践融入企业经营的各个环节，携手股东、员工、客户、合作伙伴、社区等利益相关方构建共创共赢的生态体系，努力创造社会、环境和经济综合价值。



可持续发展目标及绩效回顾

华润饮料建立 ESG 目标管理机制，制定 2025-2026 年及“十五五”期间《ESG 议题管理提升任务清单》，覆盖能源与资源管理、应对水压力、温室气体排放管理、废弃物管理、负责任供应链等多个议题及指标，各项指标均明确了管理部门，每年公司董事会及可持续发展委员会对各项指标的年度进展进行检讨，促进推动公司 ESG 目标达成。

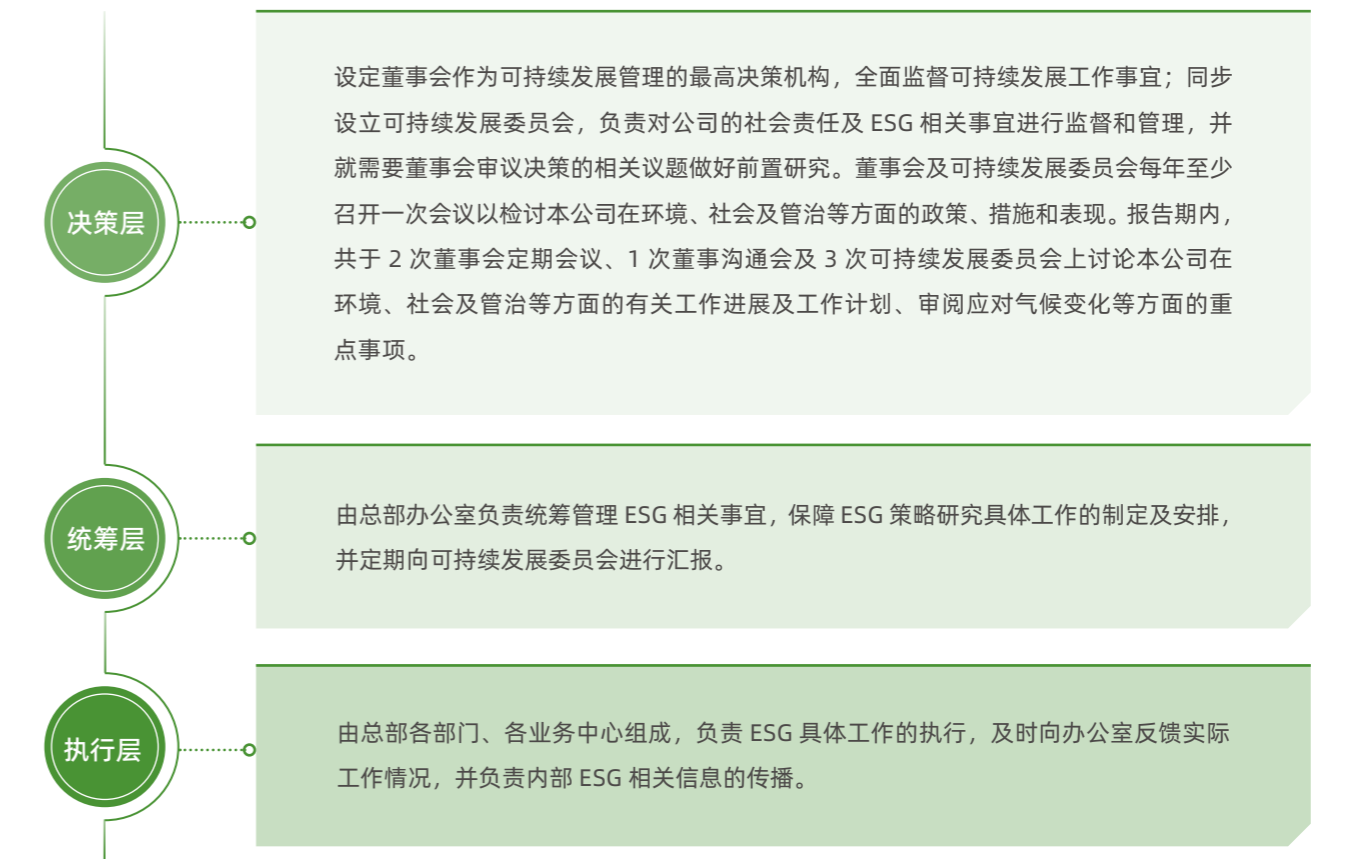
战略支柱	向绿而行，力践“双碳”承诺	匠心品质，滋润美好生活
 指标内容	<ul style="list-style-type: none"> 低碳运营 水资源管理 	<ul style="list-style-type: none"> 产品品质 营养健康 创新研发
 发展目标	<ul style="list-style-type: none"> 建立并提升应对气候变化的能力，加强全链条温室气体排放管理，持续推动绿色工厂和零碳示范工厂创建 加大清洁可再生能源使用，可再生能源使用量占比稳步提升，ISO 14001 环境管理体系 100% 覆盖全部自有工厂 持续推进可持续包装实践，降低对环境的负面影响，承诺水和饮料塑料包装 100% 可回收，同时积极推进包材回收、循环实践，探索可再生、可降解材料应用 持续加强水资源管理、提升用水效率，承诺“十五五”期间饮用水水单耗比“十四五”期间降低 4% 	<ul style="list-style-type: none"> 建立覆盖全链条的卓越品质管理体系，承诺投产一年后的自有工厂及合作工厂全部通过 FSSC 22000/ISO 22000 认证，产品出厂检验合格率稳定保持 100% 关注健康消费需求，打造品种丰富、多元健康的产品矩阵，提升可声称营养健康产品的比重 加强研发队伍建设、精进研发能力，致力于在产品、工艺、设计等多维度实现多重突破
 2025 年 绩效回顾	<ul style="list-style-type: none"> 组建气候变化统筹小组，开展气候变化风险与机遇识别，更新重大性气候变化风险与机遇及其应对措施、策略与目标清单，并将气候风险纳入公司风险管理库进行系统管理 修订《华润饮料碳达峰行动方案》，明确到 2030 年的“双碳”及实现路径；开展范围三核算及披露工作；目前公司已有 1 家工厂获评“国家级绿色工厂”，3 家工厂获评“省级绿色工厂”，5 家工厂通过环境管理体系认证；可再生能源使用占比达 19.53% 推行并构建 GREEN 包装策略，推出怡宝纯净水（环保纸盒装）；研发并推出“宝贝重塑”再生材料；持续开展“怡宝宝贝重塑计划”及“拆箱有礼”活动，推动全链条回收、循环实践 全面推进水足迹全生命周期管理，通过应用最佳节水技术提升废水利用率、降低生产水耗，“十四五”期间饮用水水单耗较“十三五”期间下降 11%；宜兴工厂已率先实现污水“零排放”目标 	<ul style="list-style-type: none"> 公司所有投产一年后的自有工厂及合作工厂均通过 FSSC 22000/ISO 22000 认证，产品出产检验合格率保持 100%，未发生 产品召回事件 公司推出“佐味茶事”系列 3 款无糖产品和“魔力运动饮料”系列 2 款运动类产品；2025 年营养健康产品占饮料营收比例：低或无人工添加成分产品占饮料营收比例 99.92% 低糖含量产品占饮料营收比例 32.26% 低脂肪含量产品占饮料营收比例 91.93% 低钠含量产品占饮料营收比例 99.89% 零热量、低热量或无能量、低能量饮料占饮料营收比例 7.47% 营养强化产品占饮料营收比例 5.54% 公司科研工作人员共计 142 人，研发投入 7,693.4 万元；有效专利数 69 件

战略支柱	信任相伴，共享发展成果	双向奔赴，打造幸福职场	分享美好，带来正向改变
 <p>指标内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> 行业共建 负责任供应链 	<ul style="list-style-type: none"> 人才发展 职业健康 	<ul style="list-style-type: none"> 社区投资 公益慈善
 <p>发展目标</p>	<ul style="list-style-type: none"> 加大相关方合作，促进行业可持续进程 将 ESG 要素纳入供应商管理流程，承诺供应商 100% 签订《廉洁合规承诺书》及《华润饮料相关方 ESG 承诺书》 推动供应商开展外部审核，承诺“十五五”期间积极推进供应商外部 ESG 评级覆盖率显著提升 建立供应商 ESG 创新激励机制，承诺每年培育行业标杆供应商 	<ul style="list-style-type: none"> 将员工领导力纳入人才培养体系 提供平等的职业发展机会，完善管理序列和专业序列晋升“双通道” 持续关注并提升员工满意度 健康与安全培训覆盖所有员工 	<ul style="list-style-type: none"> 深入打造 ESG 品牌，持续开展“怡宝百所图书馆计划”“救灾公益快速响应机制”“怡宝宝贝重塑计划”等品牌公益项目，积极践行社会责任
 <p>2025 年绩效回顾</p>	<ul style="list-style-type: none"> 加入行业协会 30 余个，参与制定行业规范、标准 14 份 在合同模板中增设《华润饮料相关方 ESG 承诺书》，通过合同签署约定的方式有效推动供应商履责，覆盖率 100% 公司已成为中国供应商 ESG 评级平台的首批发起单位之一，并组织推荐 10 家供应商参评。此外，公司已引入第三方机构（如 SGS），对食品安全高风险品类（内容物、重金属及涉水物料）实施独立体系审核，以客观验证合规性并强化风险管控 	<ul style="list-style-type: none"> 公司培训总投入为 688 万元，培训超过 12 万人次，培训覆盖率达 100%，人均培训时长 23 小时 公司推动员工交流轮岗累计 1,400 余人次，员工内部调动或应聘人数达 805 人 首次开展员工满意度调查，调查范围 100% 覆盖总部及各业务中心员工 安全培训覆盖率 100%，相关方培训学时达 21,427.2 人·小时 	<ul style="list-style-type: none"> 已在全国 20 个省、5 个自治区、3 个直辖市捐建 251 所怡宝乡村公益图书馆，惠及儿童超百万人 依托“救灾公益快速响应机制”，华润饮料已参与救灾抢险应急及社会公益支持约 380 次，累计捐赠包装饮用水和饮料近 50 万箱 全年社会贡献总投入 425.74 万元，社会贡献活动参与人数 1,592 人次，社会贡献活动累计参与时长 9,128 小时

可持续发展治理

组织架构

华润饮料结合治理架构和专业委员会设置情况，构建了上下联动的 ESG 工作推进机制。即“以董事会与可持续发展委员会为决策层，以总部办公室为统筹层，以总部各部门、各业务中心为执行层的三层 ESG 管治架构”，有效地从决策、沟通、执行、汇报、考核等方面实现 ESG 工作闭环管理。



华润饮料高度重视可持续高质量发展，将公司经理层薪酬与可持续发展绩效指标考核结果紧密挂钩，包括但不限于节能减排、EHS 事故事件、社会责任管理、合规、内控、科技创新、战略性新兴产业发展任务等方面设置加减分。

制度体系

为规范公司 ESG 管理制度和流程，华润饮料持续完善制度体系建设，制定并发布《华润饮料社会责任及 ESG 工作管理办法》《华润饮料 ESG 信息管理手册》和《华润饮料可持续发展委员会工作细则》，通过明确内部职责分工、优化管理流程和强化执行监督，构建起体系化的 ESG 管理框架，确保制度在企业运营中落地实施。此外，公司还设有环境、社会及管治各类政策，并在公司官网等渠道进行公布。

指标体系

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



董事会声明

本公司及董事会遵循香港联交所《企业管治守则》《环境、社会及管治报告守则》的各项要求，加强董事会在公司 ESG 事务中的监督与参与力度，积极主动将 ESG 融入公司发展战略、重大决策与生产经营。

华润饮料董事会作为可持续发展管理的最高决策机构，审批 ESG 战略，监督 ESG 相关政策、管理及表现，对 ESG 信息披露进行审议与批准，全面监督可持续发展工作事宜，并对其最终负责。可持续发展委员会通过统筹层及气候变化统筹小组实现对 ESG 事宜及气候风险的日常监督及管理。可持续发展委员会参与 ESG 议题重要性及优先顺序的评估及判定，对可能影响公司长期可持续发展的议题提出意见和建议，其结果最终通过董事会定期会议进行审议通过。此外，本公司将 ESG 风险纳入公司整体风险管理体系中进行系统性管理。

报告期内，董事会及可持续发展委员会通过办公室及气候变化统筹小组专项汇报、董事会培训及日常问询等方式，更清晰地了解不断发展的 ESG 全球格局以及相关方对本公司 ESG 表现的反馈，审阅可持续发展报告、气候风险评估与管理工作报告及对公司有重要影响的 ESG 事宜。

可持续发展影响、风险和机遇管理

华润饮料高度重视 ESG 风险与机遇的识别工作，将关键的 ESG 风险纳入公司整体风险管理体系中。通过定期识别与评估各类具有较大影响的 ESG 风险，分级管控等方式，积极应对各项 ESG 风险。公司深入分析环境、社会和治理等多维因素，涵盖气候变化风险、社会责任风险、供应链风险、生产管理风险、产品质量风险、品牌建设与维护风险以及声誉风险等；同时公司密切关注社会需求变化、政策导向调整所带来的市场机遇，如绿色物流与供应链优化、绿色包装及低碳产品开发等，以确保公司在应对 ESG 风险的同时，能够充分把握市场机遇，实现可持续发展。

ESG 能力建设

可持续发展离不开公司董事会及全体员工对可持续发展理念的认识和参与，华润饮料高度关注 ESG 领域最新动向，积极搭建宣贯和赋能平台，开展常态化培训与赋能工作。2025 年，公司面向董事会、可持续发展委员会、中层管理人员及基层员工组织开展 6 场 ESG 专题培训，包括应对气候变化、可持续信息披露、国际 ESG 评级现状与趋势等。



▲ 面向董事会及可持续发展委员会开展应对气候变化培训



▲ 面向基层员工开展 ESG 赋能培训

2025 年
开展 ESG 专题培训
6 场

利益相关方沟通

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

利益相关方	关注要点	沟通渠道	回应措施
 政府及监管机构	<ul style="list-style-type: none"> 守法合规经营 安全环保 依法纳税 创造就业 支持地区发展 贯彻国家政策 	<ul style="list-style-type: none"> 监管考核 调研考察 会议交流 信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> 制定内部制度，持续强化企业合规管理，全年共新增、修订 79 项内部管理制度，覆盖财务管理、采购管理、营销管理、科技创新等方面；持续完善“大监督”体系 全年接待政府、学校、企业等来访代表团 93 个 环保指标满足国家标准；安全生产投入 371.5 万元 依法纳税，纳税总额 8.91 亿元 积极响应国家及地区发展战略，在西藏拉萨、浙江温州等地新增产能布局，支持当地经济发展，提供就业机会
 股东及投资者	<ul style="list-style-type: none"> 公司治理 稳健价值创造 信息透明公开 股东权益保障 ESG 表现 	<ul style="list-style-type: none"> 年报、中期报告及公告 业绩发布会 公司官网 - 投资者关系 股东大会 可持续发展报告及公司官网、微信公众号、微博 	<ul style="list-style-type: none"> 提升公司管治及风险管理水平，召开董事会定期会议 4 次，全年审议通过议案 49 个（含董事会书面决议事项） 定期发布报告，及时披露信息，共刊发披露文件 47 份 公司获评 Wind ESG AA 级，华证 ESG A 级，商道融绿（2025Q3/Q4）A 级（行业最高）
 客户与消费者	<ul style="list-style-type: none"> 食品安全及质量 营养健康 客户 / 消费者满意度 消费者服务热线 消费者互动活动 	<ul style="list-style-type: none"> 满意度调研 服务热线 公众开放日 	<ul style="list-style-type: none"> 修订 SPM（质量安全管理体系统），加强产品质量管理，全过程实施 100% 产品检测，产品出厂合格率 100% 从满足消费者需求出发，推出新产品、新口味、新规格 及时响应与解决消费者诉求，在 20 秒内接通电话比例 97.24%，消费者投诉处理率 100% 组织开展“怡宝宝贝重塑计划”首场公众开放日，组织大湾区 20 组家庭走进万绿湖工厂进行参观与交流
 供应商及商业合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> 重合同守信誉 平等长期合作 互利共赢 商业行为准则与反腐败 	<ul style="list-style-type: none"> 协议合同 供应商入库考察及履约评价机制 日常沟通会议与培训会议 	<ul style="list-style-type: none"> 严格遵守合同要求，100% 签订《廉洁合规承诺书》，落实“阳光采购”，规范供应商管理 建立覆盖所有供应商的商业道德体系，在考核评价中特别设置环境指标、社会指标、治理指标、绿色工厂认证、ESG 工作先进等评价维度，组织供应商参与 ESG 评级 联合专业机构开展质量控制、绿色低碳、廉洁合规等专项培训 10 场，覆盖供应商 640 家次

利益相关方	关注要点	沟通渠道	回应措施
 员工	<ul style="list-style-type: none"> 劳工权益保护 薪酬福利 职业发展、员工成长 职业健康及工作环境 员工关爱 	<ul style="list-style-type: none"> 职工代表大会 员工满意度调查 员工互助基金 员工活动 工会组织 	<ul style="list-style-type: none"> 平等合法雇佣，关爱员工职业健康，优化薪酬福利体系 建立分层分类的课程体系，建立各岗位晋升考察维度及选拔标准 组织定期体检和心理关爱活动，员工体检覆盖率 100% 开展员工满意度调查 员工互助基金累计救助困难员工 23 人，发放互助金约 82.5 万元 依托 7 个文体协会开展球类、瑜伽、合唱等文体活动 305 场
 媒体及非政府组织	<ul style="list-style-type: none"> 信息透明公开 遵守行业规范 促进行业发展 	<ul style="list-style-type: none"> 交流活动 行业论坛、展览 研讨会 信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> 参加香港《明报》《信报》，权威财经媒体《21 世纪经济报道》《第一财经》等主流媒体主办的 ESG 及可持续发展交流活动 及时主动提供宣传资料，多渠道披露信息 与超过 30 个专业行业协会（包括其分会）巩固并深化合作关系，参与行业协会活动（CBST2025 中国国际饮料工业科技展、中国饮料工业协会 2025 中国包装饮用水高质量发展大会等）20 余场 参与包括《食品商业无菌快速检测方法 呼吸信号法》《企业供应链 ESG 管理要求》团体标准等行业标准起草与制定 14 份
 环境与社区	<ul style="list-style-type: none"> 低碳运营 水资源管理 和谐社会 慈善公益 	<ul style="list-style-type: none"> 新闻资讯 公司官网 社交媒体 公众活动 	<ul style="list-style-type: none"> 制定 GREEN 包装策略，以设计和材料为抓手，积极探索应用可降解材料，从根源减少包装制品对环境的影响 开发绿色、低碳产品，在香港市场推出怡宝纯净水（环保纸盒装） 加强水资源管理，连续 15 年获得中国饮料工业协会颁发的“节水节能优秀企业”荣誉 及时发布公司新闻及重要活动，让利益相关方了解公司 ESG 工作开展情况 积极参与社区共建，组织开展志愿者活动 持续开展“怡宝百所图书馆计划”“怡宝宝贝重塑计划”“救灾公益快速响应机制”等品牌公益项目 支持体育公益，助力大众体育健康

双重重要性议题分析

为真实了解并回应利益相关方期望与诉求，同时明确可持续发展实践及信息披露重点，2025 年，华润饮料首次开展双重重要性评估，结合行业发展趋势与资本市场关注，通过开展访谈、发放利益相关方调研问卷等方式，收集来自董事及高管、员工、供应商等内外部相关方对 ESG 议题的影响重要性与财务重要性的评价，综合判断 2025 年影响重要性和财务重要性议题排布情况，进而形成华润饮料 2025 年双重重要性议题矩阵。

双重重要性议题识别流程



荣誉奖项

ESG 评级及指数



2024 年度可持续发展报告
“五星佳”最高评级
中国企业社会责任报告评级专家委员会



公司 ESG 评级 AA
Wind ESG2025



公司 ESG 评级 A
商道融绿 2025Q3/Q4



公司 ESG 评级 A
华证 ESG



公司 ESG 评级 A-
中诚信绿金有限公司

中国 ESG 上市公司先锋 100
(2025)
中央广播电视总台财经节目中心

中国 ESG 上市公司央企先锋 100
(2025)
中央广播电视总台财经节目中心

中国 ESG 上市公司大湾区
先锋 50 (2025)
中央广播电视总台财经节目中心

供应链 ESG 先锋 50 (2025)
中央广播电视总台财经节目中心

中国企业供应链 ESG 百强指数
(鲸牛指数) ESG 治理先锋
中国企业改革与发展研究会等

2025 重点行业社会责任发展指数食
品饮料行业优秀企业代表 (第八位)
《企业社会责任蓝皮书 (2025)》课题组

品牌营销管理

中央企业品牌引领行动第二批创建成果“产品品牌”
国务院国资委

上市公司企业管理



第十五届中国证券金紫荆奖
“卓越上市公司”奖
香港大公文汇传媒集团等



第十二届“港股 100 强 - 年度优秀港股通公司”
第十二届“港股 100 强 - 中型企业 50 强”
第十二届“港股 100 强 - 年度最受关注 IPO 公司”
第十二届“港股 100 强 - 年度消费领军企业”
港股 100 强研究中心



2024 新财富杂志最佳港股
公司“港股最佳 IPO”
新财富杂志

“金鲲鹏”中国财经价值榜
“最佳上市公司”
香港商报

第十届智通财经上市公司评选
“最佳港股通公司”
智通财经

第十一届投资者关系大奖
评选之“优秀嘉许状”
香港投资者关系协会 (HKIRA)

可持续发展实务



深圳关爱行动年度爱心企业
深圳市关爱行动组委会办公室



显卓 ESG 可持续发展
企业大奖
信报



致远奖-ESG 先锋企业奖
财联社

2025 “绣花精神”新时代榜样
可持续发展先锋案例
羊城晚报报业集团

卓越 ESG 企业大奖 - 上市公司
(软饮行业)
明报

第三届中国企业碳中和表现榜
节能减碳成效奖
第一财经

中国供应商 ESG 评级平台发起单位
中国企业改革与发展研究会及
中国供货商 ESG 评级平台

21 世纪活力 ESG 公司治理案例
21 世纪经济报道

中国供应链 ESG 管理示范企业
中国企业改革与发展研究会及
中国供应商 ESG 评级平台

规范公司治理

健全治理机制

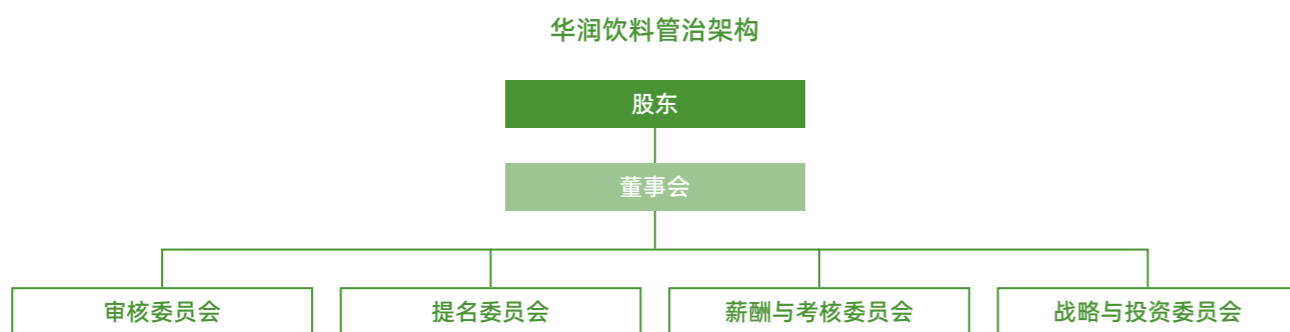
完善治理体系

华润饮料依据法律法规、监管规定和公司章程的有关规定，制定《董事会获得独立观点和意见的机制》等制度文件，持续健全公司治理与 ESG 融合的制度体系，夯实规范运作与可持续发展的制度基础；依托《董事会授权管理制度》《董事会及董事会授权决策事项清单》等文件，持续强化董事会主席、总裁定期向董事会汇报授权事项决策情况的工作机制，落实授权决策跟踪监督，确保科学授权，提升决策质量和效率。

此外，华润饮料遵循“依法合规、全面性、系统性、适应性和适度控制”的管理原则，构建了结构清晰、内容完整、相互衔接、有效协同的制度体系，建立健全制度全生命周期管理和审查机制，持续提升制度的规范性和系统性。截至 2025 年底，公司现行制度 256 项，为进一步提升公司治理能力和管控水平奠定了坚实基础。

董事会及其专门委员会

董事会作为公司经营管理的决策机构，根据公司章程规定的法定职权，有效发挥“定战略、作决策、防风险”的重要作用。董事会下设提名委员会、审核委员会、薪酬与考核委员会、战略与投资委员会共 4 个专门委员会，各专门委员会权责分明，通过专业化分工与常态化运作，为董事会科学决策和风险防控提供有力支撑。



董事会有效性

华润饮料董事会由 12 名董事构成，其中 3 名执行董事，9 名非执行董事（含 4 名独立非执行董事）。董事会人数和人员构成符合法律法规、监管规定和公司章程的有关规定。



选举程序

根据公司章程，董事实行轮值退任制度，每年不少于三分之一董事在股东周年大会上退任，退任董事将继续履职至该次大会结束，并有资格在会上重选连任。

成员任期

根据公司章程，每名董事须至少每三年轮值退任一次，退任董事有资格重选连任。报告期内，董事会成员任期均未超过规定期限。

决策机制

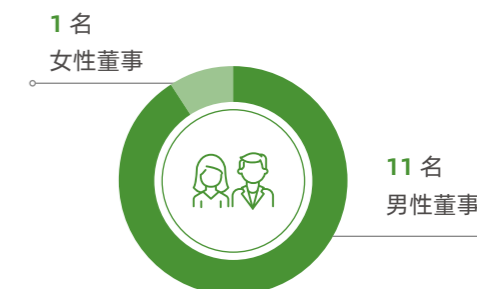
严格遵循《董事会议事规则》及各专门委员会议事规则，重大事项议案由相关专门委员会前置审核，所有上会议案均经会前组织董事充分沟通讨论，并通过董事会集体审议决策，有效提升决策的科学性与审慎性。

董事会独立性

华润饮料董事会设有 4 名独立非执行董事，在财务、法律及战略管理领域具备深厚专业背景和丰富实践经验，占董事会总席位的三分之一，显著提升董事会在专业决策上的能力。独立非执行董事在董事会下设的审核委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会中占多数席位，并由独立非执行董事担任审核委员会、薪酬与考核委员会的主席，确保决策过程的独立性和公正性，进一步提升公司治理的透明度。

董事会多元化

华润饮料根据董事会多元化政策，候选人的选择包括但不限于性别、年龄、文化及教育背景、行业经验、技术能力、专业资格及技能、知识、任职年限及其他相关因素，最终选择根据候选人的长处及候选人为董事会带来的贡献综合考量。董事会由 11 名男性董事及 1 名女性董事组成，在性别、知识及技能（包括但不限于食品及饮料业、商业运营及企业管理、业务拓展、法律经验、审计及金融等领域的知识及经验）方面形成均衡组合。



董事及高管薪酬透明度

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

保护投资者权益

保障股东权益

股东提案权

公司赋予股东提案权，允许持有公司股本中投票权十分之一以上的股东要求召开特别大会或在股东大会程序中加入决议案。



股东发言与参与决策

根据《组织章程大纲及细则》，所有股东（包括为结算所的股东）均有权在股东大会上发言和投票，除非根据《上市规则》规定需要放弃表决。

股东提名董事

《组织章程大纲及细则》规定股东提名董事的程序，允许股东在满足一定条件下提名非董事会推荐的人员参选董事职位。

股东提议罢免董事

根据《组织章程大纲及细则》允许股东通过普通决议案罢免任期未届满的董事，并选出替代人士。

投资者联络

总部及中国主要营业地点：中国广东省深圳市南山区高新技术产业园北区朗山路 22 号
投资者关系网站：<https://tzzgx.crbeverage.com/cn/>
邮箱：yb_ir@crbeverage.com



重视投资者关系管理

华润饮料高度重视投资者关系管理，制定并发布《华润饮料关联交易合规管理办法》《华润饮料须予公布的交易合规管理办法》《华润饮料投资者关系管理工作细则》，建立健全投资者关系管理职能，规范信息披露及投资者关系维护管理工作；建立并持续优化定期报告、非定期报告等信息披露发布流程与质量管理，确保信息披露真实、准确、完整、及时、公平，维护投资者知情权；通过业绩说明会、股东大会、路演、投资者调研会、分析师会议及邮件沟通等线上线下多种沟通渠道，积极与股东及潜在投资者开展沟通交流，持续构建稳定、互信的投资者关系生态。2025 年 3 月，公司成功获纳入港股通标的。截至 2025 年底，公司港股通持股比例已稳步攀升至 7.91%。



华润饮料荣获第十届智通财经上市公司评选“最佳港股通公司”

规范信息披露

华润饮料严格根据《上市规则》及其附录等要求，按照真实、准确、及时、可靠的原则，搭建多种顺畅沟通渠道，对公司重大事件予以披露，以加深投资者对公司的了解和认同。公司编制、刊发相关公告，定期更新官网上的投资者关系管理专栏，及时披露公司信息。

报告期内，公司不存在未根据香港联交所与香港证监会相关法律法规将财务报表、公司报告等信息告知股东、向股东报告信息等行为，未曾因此受到监管部门处罚。

2025 年

发布香港联交所文件共

47 份

其中定期报告

4 份

临时公告

43 份

筑牢合规风控

坚持守法合规



华润饮料在现有合规管理体系基础上，进一步聚焦合规管理重点领域、关键环节，健全合规风险识别预警机制，深化合规管理体系精细化建设，有效提升公司重点领域、关键环节合规经营管理水平。2025 年，公司未发生重大合规风险事件。



华润饮料制定《合规管理制度》《权责运行手册》等，将合规审查嵌入信息化系统及各核心业务流程，实现分级分类合规审查的流程化管控。按照分级分类授权，业务及职能部门对负责领域的合规事项进行合规审查，合规管理部门 / 首席合规官对规章制度、经济合同、重大决策事项等经营管理行为进行合规审查及合规意见落实情况的分级管理和追踪。

加强风险管控

华润饮料成立依法治企、风控与合规管理委员会，不断强化风险管控，完善重大经营风险早发现、早预警、早处置的长效机制，树牢风险底线思维，聚焦重大风险管理，强化重大经营风险评估监测，持续提升风险防控水平。同时结合公司实际，逐步梳理契合公司经营特点的个性监测指标，加强风险管理与业务的黏性。

2025 年，公司通过“自下而上、上下结合”的方式，结合内外部环境变化，围绕发展战略和经营目标，全面识别、预判可能面临的重大风险，并从明确风险防控目标及责任主体、加强风险趋势研判、动态监测风险变化、完善内控管理等方面进行动态防控。2025 年，公司未发生影响经营目标实现的重大风险事件。

推进内控建设

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

落实“两金”压降

华润饮料持续夯实“两金”管控质量，秉承“清存量，控增量”的方法，以风险管控为重点，通过加强日常管控、加大问题账款清理力度、风险提示预警等举措，深入推进“两金”压降工作，将“两金”规模控制在合理水平，2025 年底“两金”规模同比下降 9.1%，长账龄应收账款同比下降 0.7%，进一步提高应收账款管理水平、降低公司债权风险。

深化国企改革

华润饮料坚持“改革深化提升行动”“创建世界一流企业”“双百行动”互促共进，通过聚焦治理机制、用人机制、激励机制等关键领域进行系统性优化与突破，有效激发了组织内生活力与运营效率，持续巩固和拓展改革成效，以改革赋能高质量发展。

2025 年

公司已圆满完成本轮改革深化提升行动的全部任务，完成率达

100%

坚守廉洁底线

完善监督体系

华润饮料建立健全“大监督”工作体系，成立了以管理层为主要成员的“大监督”工作领导小组，负责统筹推进“大监督”工作，部署安排、研究决策重大事项，领导小组下设办公室，作为领导小组的日常办事机构；修订发布《华润饮料“大监督”体系

工作办法》，统筹推动巡察、审计、财务等职能部门履行监督职责，组织召开“大监督”工作会议，层层压实各监督主体责任；制定覆盖供应商的反腐败政策，一体推进“不敢腐、不能腐、不想腐”体制机制建设；聚焦商业销售、招标采购等商业道德风险重点领域，持续加大案件查办力度；同时深化以案促改、以案促治，健全廉洁风险防控体系，切实筑牢合规经营防线。

报告期内

公司

未发生

贪污诉讼案件

提升巡察监督质效

华润饮料扎实推进巡察工作，制定并印发《华润饮料 2025 年巡察监督要点》，有序开展内部巡察，分别对 7 家单位开展常规巡察，巡察期间共发现 77 项问题，向纪检部移交 16 项问题线索，切实发挥巡察监督利剑作用。

加强审计监督

华润饮料持续强化董事会及审核委员会监督管理责任，定期向董事会、审核委员会汇报内部审计重大事项，全面落实提出的工作要求，强化内审机构独立性。同时，制定科学的审计工作规划，每年滚动更新，通过经济责任审计、专项审计等形式，聚焦销售、采购、设备、工程管理等商业道德审计的关键领域。2025 年，开展 8 个经济责任审计，实现五年经责审计全覆盖目标，并开展“十四五”产能改扩建工程全过程跟踪审计、审计整改“回头看”等 2 项专项审计工作。

截至 2025 年底

审计问题到期整改率达

100%

完善举报机制

华润饮料不断完善对举报人的保护机制，制定《举报政策》并经董事会审议通过，举报政策明确规定可举报的行为问题、举报渠道、对举报人的保护以及举报调查的处理程序，确保诉求得到及时有效的处理。

弘扬清风正气

华润饮料扎实推进廉洁文化建设，不断增强领导干部和员工的廉洁意识。2025 年，召开 1 次覆盖全公司所有员工的警示教育大会，充分发挥干部违纪违法典型案例警示震慑作用，引导领导干部受警醒、知敬畏，增强拒腐防变能力。同时，通过廉洁宣讲下基层和廉洁文化宣传海报的形式，对所有销售大区、工厂分层次分领域进行廉洁宣贯。全年累计开展基层廉洁宣讲 30 场，接受反商业贿赂及反贪污培训的董事占比 100%。

清风怡人宣言

- 一、简单、直接、坚持、接地气。
- 二、说了算，定了干，干必成。
- 三、走，到一线去，感知“炮火”，敢打胜仗。
- 四、工作主动，细致准确，及时完成，不本位，不主观，多检查，多总结。
- 五、对同事真诚相待，与伙伴打成一片，向对手虚心学习。
- 六、永远用奋斗定义自己，主动思危、思变、思进。
- 七、拿业绩说话，靠诚信做事。
- 八、坚决反对贪污舞弊，不谋私利，不钻空子。

华润饮料发布《清风怡人宣言》

01 向绿而行

力践“双碳”承诺

本章所回应的 SDGs 议题



治理




华润饮料构建层级清晰、权责明确的环境治理机制，搭建“高级管理层总体把控、各职能部门分项监督、员工严格执行”的三级管治架构，确保环境管理工作自上而下高效落地；成立 EHS 委员会，定期审议环境管理战略、重大环境风险及关键目标进展，协调跨部门资源配置，破解环境管理中的重点难点问题。

战略

华润饮料以“双碳”目标为引领，系统推动绿色发展理念向全价值链运营实践深度转化，通过构建绿色生产体系、强化生态环境保护、开展绿色公益倡导，在原料采购、生产制造、物流运输、产品使用及回收再利用各环节贯穿低碳理念，致力于打造覆盖产业链、协同多利益相关方的可持续生态，以实际行动诠释环境责任，为行业绿色转型与社会可持续发展贡献系统化解决方案。



影响、风险和机遇管理

风险 / 机遇	潜在影响	应对策略
 <p>水资源风险</p>	<ul style="list-style-type: none"> 水资源短缺、取水成本上升，可能导致生产连续性受扰，运营成本增加。 	<ul style="list-style-type: none"> 优化水资源循环利用体系，提升废水回用率，与地方水利部门建立联动机制，提前预判水资源供应情况，拓展多元取水渠道，降低单一水源依赖。
 <p>能源与合规风险</p>	<ul style="list-style-type: none"> 能源价格波动推高能耗成本，环保法规收紧可能导致合规成本增加、生产受限，甚至引发行政处罚与品牌声誉受损。 	<ul style="list-style-type: none"> 加快能源结构转型，提升可再生能源占比，锁定长期能源供应协议稳定成本。
 <p>技术与合作机遇</p>	<ul style="list-style-type: none"> 环保技术创新与产业链协同可挖掘新业务增长点，提升行业影响力。 	<ul style="list-style-type: none"> 深化与科研机构合作，引进先进环保技术并开展自主研发，构建绿色技术体系。

指标与目标

议题	中长期目标	2025 年进展
 <p>应对水压力</p>	<ul style="list-style-type: none"> 构建完善的水资源循环利用体系，大幅提升生产废水回用率，新鲜水取用量持续下降，形成节水型生产模式，有效应对区域水资源短缺压力，实现水资源高效可持续利用。 	<ul style="list-style-type: none"> 优化水资源利用流程，升级节水设施，提升废水回用率；2025 年公司新鲜水用水量 1,366.20 万吨；水资源消耗强度 1.87 吨 / 吨。
 <p>能源与资源管理</p>	<ul style="list-style-type: none"> 深化能源结构转型，单位产品综合能耗、温室气体排放强度持续下降，达到行业先进水平。 	<ul style="list-style-type: none"> 公司始终将节能减排理念贯穿企业经营，2025 年单位产品温室气体排放量（范围一、范围二）较 2020 年下降 13.06%。
 <p>绿色工厂</p>	<ul style="list-style-type: none"> 持续推动绿色工厂创建工作，通过加大投入力度，有条件的工厂做到应创尽创，同时促进老旧工厂绿色低碳转型。 	<ul style="list-style-type: none"> 南宁工厂获评“国家级绿色工厂”、武汉工厂获评“省级绿色工厂”，河源工厂获得河源市高新区“环保示范企业”称号。

应对气候变化

气候变化分析

管治



同时，公司注重决策层及管理团队在风险管理与气候变化等领域的专业能力，通过定期开展气候变化与 ESG 专题培训，并在必要时引入具备相关资质的外部专业人员提供支持，持续强化管理团队在气候变化等 ESG 议题上的专业认知、管理能力与执行效能。2025 年，公司围绕气候风险评估与管理开展一次董事会专题汇报及一次董事会专题培训；并组织气候变化统筹小组开展一次气候专项培训，结合监管机构与资本市场要求及同行优秀实践，阐明开展气候风险管理的必要性，明确气候变化管治架构与职责分工，并进一步说明气候风险管理工作机制，深化各部门对气候变化管理工作的理解，提升整体治理与管理水平。

此外，我们将公司经理层成员薪酬与气候目标紧密挂钩，包括但不限于对绿色新产能建设与管理效率提升两个关键管理主体指标设置权重，在节能减排等方面设置加减分，以强化责任落实与绩效导向，推动气候管理目标在经营决策与日常管理中有效落地。

气候变化管治架构






为应对日益复杂的气候挑战，华润饮料构建了系统化的气候风险管理体系。公司基于多维度气候情景，持续识别并动态评估实体与转型风险，依据风险影响程度与发生概率实施分级排序。在此基础上，我们通过持续优化经营策略，协同推进减排措施与气候适应行动，系统提升业务体系的气候韧性及可持续发展能力。

策略

气候情景选择

华润饮料密切关注并积极响应国家关于节能减排的系列政策及“双碳”目标部署，同时结合饮料行业发展趋势和宏观政策导向，建立了覆盖短期（2025-2030 年）、中期（2030-2035 年）及长期（2035-2055 年）的阶段性评估体系，并对各阶段可能出现的气候风险与机遇进行动态研判。

在情景选择方面，公司借鉴政府间气候变化专门委员会（IPCC）发布的共享社会经济路径（SSP）情景框架，并基于《联合国气候变化框架公约》（UNFCCC）及其历次缔约方会议（COP）所确立的全球温控目标导向，最终确定将 SSP1-2.6（绿色情景）、SSP2-4.5（基准情景）与 SSP5-8.5（棕色情景）² 三类情景作为评估气候风险与适应能力的核心参照。情景分析时采用的情景类型、时间范围等详细信息可见下表：

情景名称	情景选择	情景说明	适用风险
 绿色情景	SSP1-2.6	<ul style="list-style-type: none"> 温室气体排放在本世纪末将下降到较低水平。未来升温将控制在 2°C 以内，社会经济朝着可持续和低碳方向发展。 相关气候与环境政策持续趋严，碳定价机制逐步完善并覆盖更多行业领域，能源结构加速向可再生能源转型，节水、低碳生产、绿色包装及清洁能源应用成为行业发展重点。 	实体风险、转型风险
 基准情景	SSP2-4.5	<ul style="list-style-type: none"> 温室气体排放将在本世纪末趋于稳定，但不会显著下降。未来全球升温预计控制在 3°C 以内，社会经济发展路径呈现相对中性状态。气候相关政策持续推进但执行力度和覆盖范围存在差异，碳价水平整体处于中等区间，能源结构呈现多元化特征，可再生能源占比逐步提升但化石能源仍占一定比重。 	实体风险、转型风险
 棕色情景	SSP5-8.5	<ul style="list-style-type: none"> 全球平均气温将大幅上升，可能超出工业化前水平 4°C，社会经济朝着高度依赖化石能源的高碳排放方向发展。 	实体风险

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

华润饮料气候情景选择

- 分析范围**
 - 华润饮料办公地、自有工厂、合作工厂等所有运营场所
- 理由**
 - 所选资料来源提供的时间范围与我们战略规划的时间范围一致，且符合《联合国气候变化框架公约》
 - 所选情景有助于公司评估气候相关风险水平，并支持我们未来的管理决策
- 假设**
 - 于 2025 年开展分析，预计资产所在地情况将在一段时间内保持不变
 - 气候缓解措施维持不变


气候风险和机遇评估结果

华润饮料围绕气候变化可能对业务运营、价值链及财务表现带来的影响，系统识别了气候相关风险与机遇，涵盖转型风险、实体风险以及潜在机遇。本年度相关识别与评估工作在延续上一年度方法论和评估口径的基础上，结合公司当前业务布局、经营模式及价值链特征，对既有风险与机遇清单进行优化和筛选，并从受影响的价值链环节、财务影响以及短期、中期、长期影响程度等维度开展综合评估。相关结果体现了气候变化对公司经营活动和财务表现的潜在影响，也为后续制定应对措施和战略决策提供了重要依据。

华润饮料气候实体风险清单

风险 / 机遇类别	风险 / 机遇名称	集中区域	受影响的价值链	潜在财务影响
 实体风险	极端高温	实体资产	生产 仓储与运输	<ul style="list-style-type: none"> 基础设施设备损毁损失：因设备高温受损所产生的维修与更换费用、以及电力中断造成的日均停产损失。 仓储货物受损增加：极端高温导致仓储产品品质下降、货品材料受损。
	台风	实体资产	生产 仓储与运输	<ul style="list-style-type: none"> 设备电力供应中断：台风会对电力设施安全运行带来影响，进而导致生产延误或中断；且可能造成公共能源供应中断。 设备维修成本上升：台风可能会对暴露在户外的设备造成破坏性影响，进而导致维修成本上升。 员工安全与生产中断：厂房、砖瓦屋顶在台风天气下容易遭受损坏，易发生人员受伤，且达到红色预警后可能会停工，导致生产中断。
	极端降水	实体资产	生产 仓储与运输	<ul style="list-style-type: none"> 基础设施设备损毁损失：极端降水导致电力中断造成的日均停产损失，以及因设备受损所产生的维修与更换费用增加。 受影响的水源费用增加：极端降水导致水质下降，工厂需采用替代水源，进而增加取水费用。 仓储损失成本增加：极端降水导致仓储货物厂房 / 设备损失。
	水压力	实体资产	采购 生产	<ul style="list-style-type: none"> 原料供应量和成本：水压力可能会导致原材料减产，使原材料采购成本上升。 产水量下降：水资源短缺可能导致水中盐分增加，并造成产水量下降。

华润饮料气候转型风险清单

风险 / 机遇类别	风险 / 机遇名称	集中区域	受影响的价值链	潜在财务影响
 转型风险	碳税 / 碳交易	中国	采购 运输与仓储 生产	<ul style="list-style-type: none"> 原料采购成本上升：若主要供应商被纳入碳交易体系或承担碳税成本，其新增碳成本将通过价格机制向下游传导，导致原材料采购价格上升，进而推高公司整体采购成本。 电力与用水成本上升：随着电力行业逐步纳入碳定价机制，可能导致生产环节的用电成本上升；且水源抽取和处理过程中的用电成本可能上升，第三方水务公司亦可能因碳成本增加而上调供水价格，推高用水成本。 物流运输成本上升：随着碳税或碳交易机制向交通领域延伸，运输环节燃料或碳排放成本上升，可能推高物流服务价格，增加产品运输成本。
	低碳技术转型	中国	生产 运输与仓储 办公	<ul style="list-style-type: none"> 设备升级成本增加：为满足低碳生产和能效提升要求，公司需对生产及运营设备进行升级改造，如引入高效生产设备等，相关设备采购及改造将带来新增资本支出和阶段性运营成本上升。 运输体系转型成本上升：公司推动运输合作伙伴使用新能源运输工具以降低排放，但新能源车辆在购置、维护及配套设施建设方面成本相对较高，可能提高阶段性运输成本。
	绿色消费意识提升	中国	研发 营销	<ul style="list-style-type: none"> 市场份额与营业收入下降：在绿色消费意识提升的大趋势下，消费者对产品的环保属性提出更高要求。若公司未能及时推进绿色低碳产品开发，将环保理念融入品牌推广，满足消费者对可持续产品的需求，提升品牌绿色形象，则将影响企业市场竞争力，导致公司营业收入和市场份额下降。

华润饮料气候机遇清单

风险 / 机遇类别	风险 / 机遇名称	集中区域	受影响的价值链	潜在财务影响
	可再生能源应用	中国	生产 运输与仓储 办公	<ul style="list-style-type: none"> 能源采购成本下降：随着光伏、风电等可再生能源技术成熟和规模化发展，清洁能源用能成本持续下降。公司通过建设分布式光伏或采购绿电 / 绿证，逐步替代部分化石能源用电，有助于降低能源采购成本，优化运营成本结构。
 机遇	资源使用效率	中国	生产 运输与仓储 办公	<ul style="list-style-type: none"> 运营与生产成本下降：公司通过推行无纸化与电子化流程工艺优化与技术改造、能效设备更新、数字化与智能化管理，以及推进包装轻量化等举措，不断提升能源、水资源及包装材料的使用效率，减少资源消耗与相关费用支出，进而推动运营与生产成本下降并提升运营效率。 物流及仓储成本下降：公司可通过提升装载率、优化运输线路与配送频次、推广新能源及高效车辆应用等，减少燃料费用、运输外包费用等相关支出。
	气温升高增加饮料产品需求	中国	研发 营销	<ul style="list-style-type: none"> 市场份额增长：全球变暖加剧，极端高温天气频发，推动消费者对清凉及功能性饮品需求上升。公司精准把握高温场景消费偏好变化，持续优化产品研发与迭代，推出含电解质、维生素等多元饮料，精准契合消费者需求，提升产品吸引力，扩大市场份额。

华润饮料气候实体风险评估结果

风险 / 机遇类别	风险 / 机遇名称	评估结果		
		短期	中期	长期
实体风险	极端高温	低	低	低
	台风	低	低	低
	极端降水	低	中	低
	水压力	低	低	低

华润饮料气候转型风险评估结果

风险 / 机遇类别	风险 / 机遇名称	评估结果		
		短期	中期	长期
转型风险	碳税 / 碳交易	低	低	中
	低碳技术转型	中	低	低
	绿色消费意识提升	低	中	中

华润饮料气候机遇评估结果

风险 / 机遇类别	风险 / 机遇名称	评估结果		
		短期	中期	长期
机遇	可再生能源应用	低	中	中
	资源使用效率	低	中	中
	气温升高增加饮料产品需求	低	低	中



气候风险财务影响

在综合识别并评估各类气候风险的基础上，公司识别出实体风险对经营及财务表现的潜在影响相对较为显著，因此我们将实体风险作为重点对象，进一步评估其在当前及未来经营活动中可能带来的财务影响。

其中，当期影响以报告期内风险实际发生情况为依据，反映相关风险事件对公司造成的实际财务损失。报告期内，公司主要运营地区共发生 9 场极端天气事件（极端降雨 5 场、台风 3 场、极端高温 1 场），这些极端天气事件导致部分工厂的房屋和设备受损，导致营业外支出约 25 万元、制造费用增加约 24 万元。

此外，我们开展实体风险预期财务影响量化分析，在高排放情景下对实体风险可能产生的财务冲击进行前瞻性评估，并将财务量化评估结果与内部财务阈值进行比对分析，综合判断其财务影响程度。该假设结合第三方意见，估算基于历史极端事件数据、气候模型预测及行业可比数据，覆盖直接损失、业务中断及恢复成本等项目，并假定现有防护和适应水平保持不变，以形成科学的财务影响结论。

报告期内

公司主要运营地区共发生

9 场极端天气事件（极端降雨 5 场、台风 3 场、极端高温 1 场）

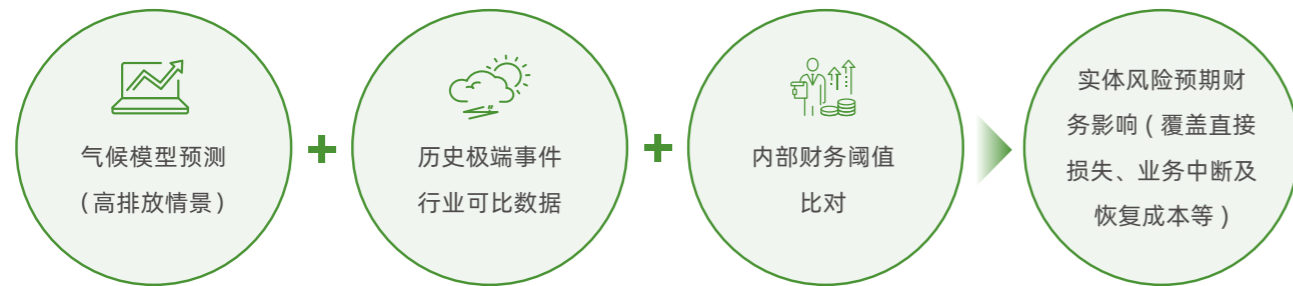
这些极端天气事件导致部分工厂的房屋和设备受损，导致营业外支出约

25 万元

制造费用增加约

24 万元

气候实体风险财务影响量化分析流程



评估结果显示，气候风险对公司财务状况的影响相对有限，且处于可控范围内。但不同类型气候风险在时间维度上呈现出差异化特征：其中，极端降水和台风风险对财务的影响表现为波动趋势，并在中期达到相对峰值；极端高温风险对财务的影响随时间推移呈线性递增；水资源压力相关的财务影响则在短期、中期及长期内整体保持相对稳定。

基于上述趋势分析，公司已对不同类型气候风险的影响形成初步认知：在现有业务结构下，主要气候风险尚未对公司整体财务稳健性构成实质性冲击。未来，公司将持续关注不同气候风险的演变趋势，并结合风险变化情况，动态优化应对策略与资源配置安排，持续提升公司应对气候变化的韧性与适应能力。

气候风险应对

华润饮料高度重视气候风险应对工作，持续强化统筹部署与资源保障。针对已识别的各项风险与机遇，公司系统梳理 2025 年度应对举措及其相应成本，并制定未来应对策略，配套形成资金规划，为措施有序落地和资源合理配置提供支撑。

为提升公司对气候变化相关风险的应对能力，公司计划针对极端降雨、极端高温及台风等实体风险，持续推进厂区防水隔离、高位布置及排水能力强化等系统性改造，并通过数字化手段对环境温度及设备能效进行监测与管理，以提升生产运营的稳定性与运行效率。同时，公司积极应对气候转型风险并把握低碳发展机遇，持续扩大绿色电力应用规模，提高可再生能源占比，并逐步淘汰高能耗设备、推广高效节能装备，以降低能源消耗与温室气体排放强度。未来公司将围绕数字化管理、能效提升与节能技改、清洁能源替代、绿色制造体系建设、循环经济与资源利用、绿色产品开发及绿色供应链等关键方向持续加大投入，预计投入超 12,500 万元，以系统性推进气候应对举措并提升气候韧性。

华润饮料气候风险应对成本

风险 / 机遇类别	风险 / 机遇名称	2025 年应对举措与成本	
		应对举措	应对成本 (单位: 万元)
实体风险	极端降雨	更换受损包装、租赁新仓库。 采取设备高位布置、车间防水隔离、地下设施地面化改造以及应急储存能力提升等综合性防护措施。	100-500
	极端高温	硬件层面，实施制冷及关键设备冷却改造与温控升级；调度层面，优化仓储管理并推行高热工序错峰运行。	10-50
	台风	开展设施设备加固、检修维护等，购买财产保险。	10-50
转型风险 / 机遇	转型风险：碳税 / 碳交易 机遇：可再生能源应用	提高绿电采购比例，推进绿色电力交易。 持续推进光伏项目建设。	2,000-2,500
	转型风险：低碳技术转型 机遇：资源使用效率	数字化监测与管理平台建设。 运行效率提升与节能技术改造。 推进低碳产品研发与规模化应用。 推动绿色工厂建设与能效提升。 开展绿色包装开发与减量化替代。	2,500-3,000

风险管理

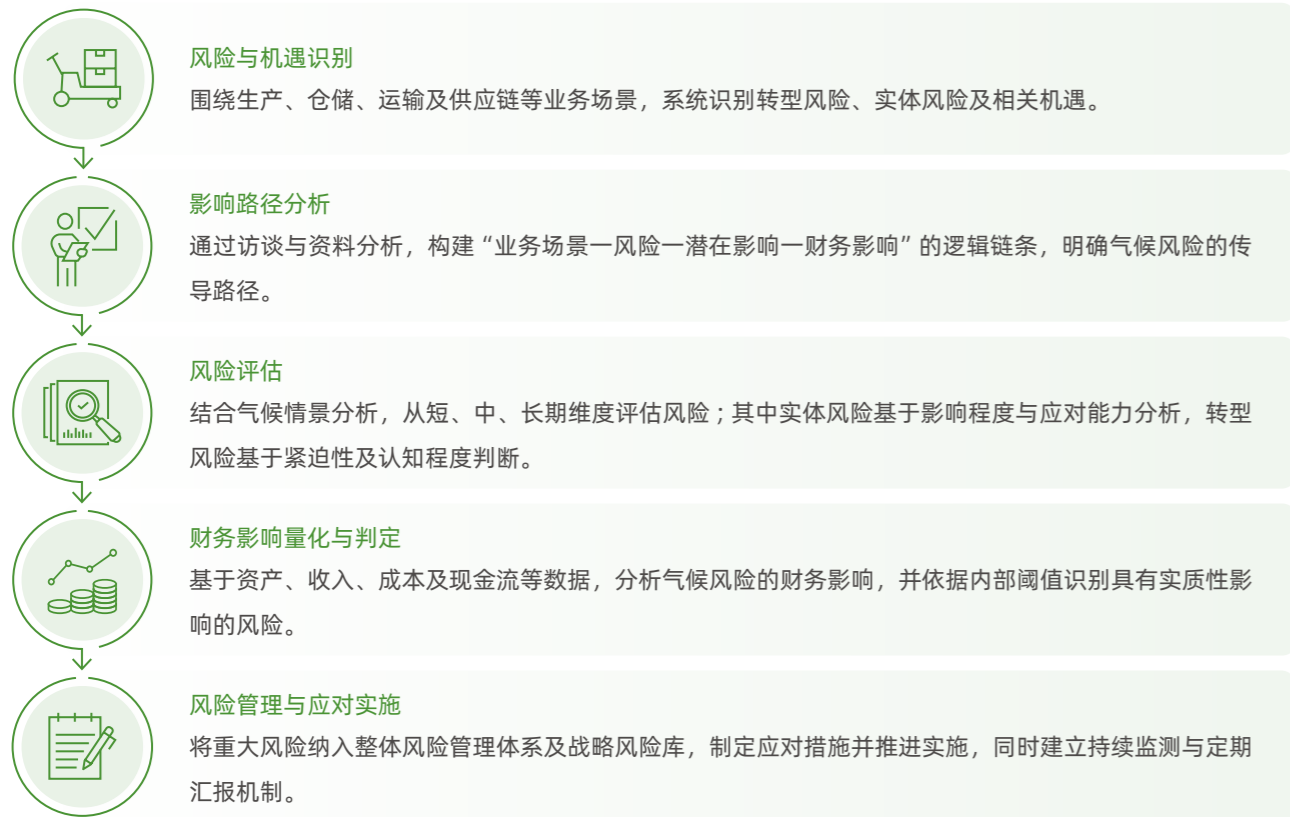
华润饮料围绕自身业务场景和价值链环节，系统识别转型风险、实体风险及相关机遇，并结合生产、仓储、运输和供应链等关键环节，梳理气候变化对公司经营活动的影响路径。公司访谈与资料分析，构建“业务场景-风险-潜在影响-财务影响”的逻辑链条，明确气候相关风险如何逐级传导至经营层面及财务层面。

在风险评估方面，公司结合气候情景分析，从短期、中期和长期三个时间维度，综合评估气候风险韧性。针对实体风险，公司从影响程度（可能性×严重性）与应对能力（敏感性×适应力）两个维度进行分析；针对转型风险，则从风险紧迫性和风险认知程度等维度进行判断。

同时，公司系统收集与风险相关的资产、收入、成本和现金流等财务数据，分析不同情景下气候风险对财务状况和经营成果的潜在影响。当气候风险对关键财务指标的影响达到或超过内部财务阈值时，即被视为对公司具有实质性影响，纳入重点管理范围。

在此基础上，公司将气候风险全面融入整体风险管理体系，识别对经营和财务影响较为显著的重点风险，并将其纳入公司战略风险库，与其他战略风险实行统一管理。针对识别出的关键气候风险，公司明确责任部门，制定有针对性的应对策略和管理举措，并将相关措施纳入年度经营管理和专项工作计划推进落实。同时，公司建立气候风险的持续监测机制，定期跟踪气候变化趋势、政策环境及业务运营变化情况，动态更新风险评估结果，并向管理层和董事会汇报相关进展，确保气候相关风险和机遇在公司整体风险管理体系中得到持续、规范和有效的管理。

气候风险与机遇识别、评估与管理流程图

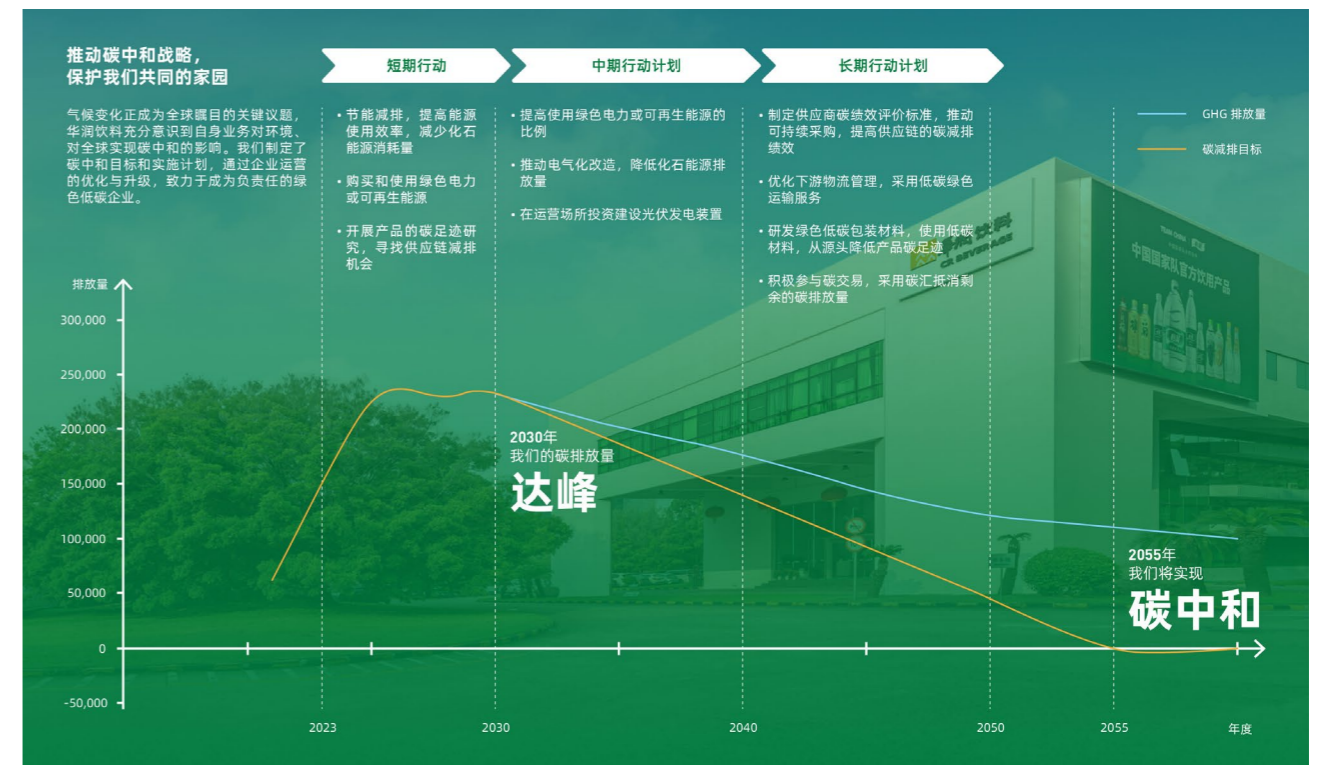


指标与目标

华润饮料高度重视气候变化带来的风险与挑战，公司已将气候相关指标管理纳入长期发展战略，明确碳排放目标与指标体系，逐步评估气候风险对运营与资产的影响范围，并定期跟踪管理各项指标的完成进展。

碳中和目标及其路线图

在温室气体排放目标方面，华润饮料参照世界能源基金会发布的《中国碳中和综合研究报告》，在充分考虑 2°C和 1.5°C两种不同升温情境的预测分析基础上，制定 2020-2060 年的碳中和目标及其实现路径。该目标采用行业脱碳办法作为制定基础，即优先实施技改节能减排，符合国际能源署及中国饮料工业协会等机构倡导的行业脱碳路径。公司以 2021 年为基准年，设定基准年排放量为 62,674.7 吨 CO₂e/ 年的目标，持续完善自身碳排放管理制度，依照碳达峰 5 年管理路线图规划方案，推动改善项目落地执行，并结合公司的发展策略持续评估减碳目标的内容和达成效果。同时，为实现碳中和目标，未来在优先实施深度减排的基础上，将适时、适量地采购碳信用用于抵消难以消除的剩余排放。



碳中和目标及实施路线图

华润饮料碳减排目标

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

同时，我们持续跟进碳中和实现路径的进展，制定了单位产品温室气体排放强度的年度减排目标。2025 年，华润饮料已达成年度减排目标。



气候相关指标

公司已参照国际公认标准，开展覆盖范围一、范围二及部分范围三³的温室气体排放核算工作，范围一、二的温室气体排放请参见本报告“附录 - 数据列表”部分。未来，我们将持续完善碳数据管理体系，深化与价值链伙伴的减排协作，稳步推进各项气候行动，以最终实现碳中和目标。

³ 范围三类别：本次披露的范围三排放类别基于当前与业务关联最为紧密的类别。公司将根据未来业务发展情况，持续完善并增加其他相关类别的披露。

数据范围：华润饮料范围三温室气体排放核算，涵盖了除自身运营（范围一和二）外，整个价值链产生间接排放，具体包括行政办公、自有工厂及合作工厂的上下游排放活动。

排放因子来源（按类别）：

- C1：中国产品全生命周期温室气体排放系数库、美国环保署《NAGS-6 供应链温室气体排放因子 v1.3》
- C2：中国产品全生命周期温室气体排放系数库、美国环保署《NAGS-6 供应链温室气体排放因子 v1.3》
- C3：英国 Department for Business, Energy & Industrial Strategy 《Greenhouse gas reporting: conversion factors 2021》，WTT- UK & overseas electricity
- C5：中国产品全生命周期温室气体排放系数库、《省级温室气体清单编制指南》
- C6：中国产品全生命周期温室气体排放系数库
- C7：中国产品全生命周期温室气体排放系数库
- C12：英国 Department for Business, Energy & Industrial Strategy 《Greenhouse gas reporting: conversion factors 2021》，WTT- UK & overseas electricity

华润饮料 2025 年范围三排放类别及排放量

C1 外购商品服务 1,889,015.92 吨二氧化碳当量	C2 资本货物 11,872.20 吨二氧化碳当量	C3 能源相关 58,596.39 吨二氧化碳当量
C5 废弃物处理 905.92 吨二氧化碳当量	C6 商务差旅 3,821.89 吨二氧化碳当量	
C7 通勤 573.48 吨二氧化碳当量	C12 产品废弃处理 15.78 吨二氧化碳当量	

行业指标

此外，为评估华润饮料对气候变化相关风险的应对能力并跟进可持续转型进展，我们持续监控、统计并披露温室气体排放量及强度、温室气体减排量、绿色能源消耗、水资源利用等关键指标。详细气候变化相关行业指标请参见本报告“附录 - 数据列表”部分。

跨行业指标

华润饮料秉持高度的社会责任感与战略前瞻性，深入开展气候风险评估工作，并全面识别其对业务的潜在影响。在实体风险方面，华润饮料位于沿海及气候敏感区域的部分生产基地与仓储设施，可能面临台风、极端降水、高温等气候事件的影响。公司结合关键资产、生产设施等信息，对棕色情境下，短期范围内可能受实体风险影响的资产比例进行了量化分析。资产暴露测算以固定资产账面价值为主要参考指标，同时结合工厂及关键设施的地理位置，将其与气候风险分区匹配，以识别不同区域对极端天气事件的潜在暴露程度，从而形成更精确的资产覆盖分析结果。

受实体风险影响的资产占比⁴

运营层面实体风险	受影响地区	受影响工厂总资产金额（单位：百万元）	资产占比
极端高温	华南	100-500	1-3%
台风	华东	100-500	1-3%
极端降水	华南、华东	1,000-1,500	7-9%
水压力	华东、西南	1,500-2,000	9-11%

对于转型风险及相关机遇，由于其涉及公司全价值链的所有环节，包括生产、物流、销售及供应商管理等，因此公司全部资产均受到气候转型风险及机遇影响。同时，公司尚未设定内部碳定价机制，未来将根据气候战略和业务发展需要，评估相关措施的可行性和必要性。

加强降碳管理

华润饮料制定《华润饮料碳达峰行动方案》，明确到 2030 年的“双碳”目标及实现路径，持续完善自身碳排放管理制度，推动改善项目落地执行，并结合公司的发展策略持续评估减碳目标的内容和达峰效果。同时，不断完善公司碳管理体系，全面梳理碳排放数据，深圳工厂参与深圳市碳排放核查工作，并在政府系统上完成上一年度碳履约工作，盘查排放量为 6,830 吨，实现 100% 履约。

自 2022 年起，华润饮料扎实推进产品碳足迹核算工作，累计已有 9 款产品通过第三方碳足迹认证，评估系统边界包括原材料获取和预处理、原材料运输阶段、产品生产阶段、分销阶段、生命末期阶段。2025 年，华润饮料肇庆工厂的 1000mL 至本清润菊花茶植物饮料，万绿湖、武汉及南宁工厂生产的 555mL 怡宝纯净水成功取得粤港澳大湾区碳足迹标识认证证书。



555mL 怡宝纯净水、1000mL 至本清润菊花茶植物饮料
获得粤港澳大湾区碳足迹标识认证证书

深圳工厂盘查排放量为

6,830 吨

实现

100% 履约

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

落实环境管理

环境合规管理

环境管理体系

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

2025 年，华润饮料武汉工厂、南宁工厂、肇庆工厂、万绿湖工厂和河源工厂 5 家工厂通过环境管理 (ISO 14001)、能源管理 (ISO 50001) 体系认证。其中，河源工厂获河源市高新区“环保示范企业”称号。

环境风险防控

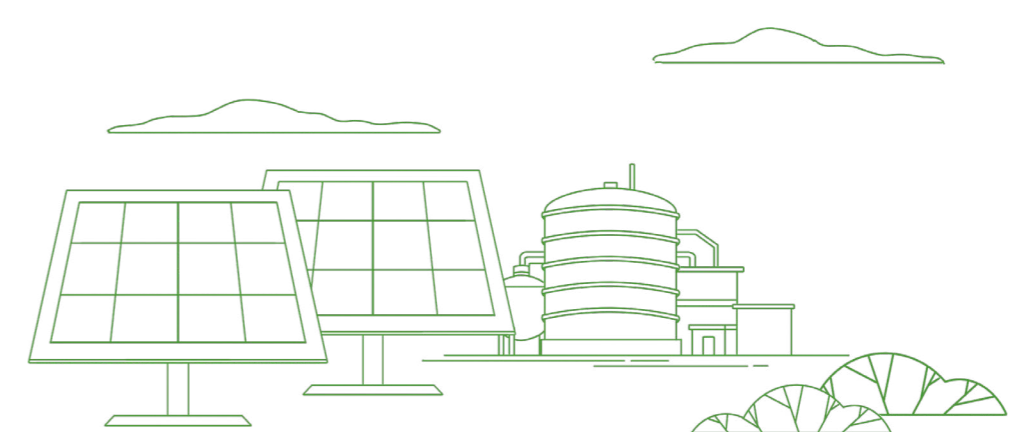
华润饮料不断提高环境风险防控水平，制定《华润饮料突发 EHS 事故事件综合应急预案》《厂内环境紧急事故响应规定》《华润怡宝 EHS 紧急响应计划》《紧急响应处理方案》《食堂天然气泄漏紧急响应方案》等环保应急预案，积极开展 EHS 应急演练活动，做到 EHS 事故事件响应程序标准化、流程化，确保各项演练预案落到基层，具备科学性和可操作性，为公司的安全生产和生态环境保护提供有力支持。

2025 年


公司

未发生

环保违法违规事件及处罚




新建项目环评




项目筹备阶段

系统开展环境风险识别与评估，委托专业机构对建设项目进行全面环境影响评价，综合分析区域生态现状与项目潜在影响，据此编制建设项目环境影响报告表，为建设项目环保设计提供依据。



项目建设阶段

严格执行环保“三同时”制度，依据环评文件及审批意见，全面落实污染防治、生态保护与修复措施，并将环保管理目标纳入合同，持续加强建设期间环境风险防控，确保施工过程符合环境保护规范要求。



项目建成阶段

积极推进植被恢复，通过植树、种草等方式实施裸土复绿，逐步提升建设项目区生态覆盖率。同时，及时组织开展环保竣工验收，核查环保设施运行状态与污染物排放情况，评估环保措施实施效果，减轻建设项目对周边环境的负面影响。

环境绩效评级

华润饮料采用华润集团 EHS 量化指标评价体系对环境保护和碳管理绩效进行分级管理，并对公司和下属基层单位 EHS 指标进行量化评价，通过评价实时了解公司内部 EHS 整体管理水平。2025 年，公司环境保护和碳管理水平平均评价为 A。

优化能源管理

华润饮料严格遵守《中华人民共和国节约能源法》等法律法规，不断完善《能源管理规定》等规章制度，遵循“依法管理、技术进步、降耗增效、有效监督、持续发展”的原则持续加强能源管理体系建设，推进资源的优化配置和可持续生产。2025 年，公司围绕 ISO 50001:2018 标准开展能源管理体系建设工作，同时，全面启用碳排放信息管理系统，通过数字化技术实现碳数据透明化、减排精准化和决策科学化，为碳达峰碳中和目标贡献力量。



能源目标

2025 年度单位产品综合能耗较 2020 年下降

10%

实际达成情况

“十四五”期间，公司全力扩大自有工厂产量、提升饮料业务占比、全力完善产业链布局，规划一批新改扩建项目，导致公司总能耗大幅上升⁵，2025 年，纯净水和饮料生产环节⁶单位产品综合能耗较 2020 年上升 13.51%。为应对规模扩张带来的环境风险，自 2023 年起，华润饮料大力发展分布式光伏项目，力争在综合能耗上升的态势下，增大可再生能源占比，减少温室气体排放。

⁵ “十四五”期间华润饮料新增纯净水生产线 22 条、新增饮料线 4 条、新建自有工厂 4 家、并购 1 家工厂、3 家工厂扩建二期工程。随着华润饮料“十四五”新改扩建项目逐步投产，自有工厂产量大幅上升。同时，公司“十四五”期间全力推动饮料产量增长，较 2020 年实现了 394.00% 的大幅跃升。

⁶ 生产环节包括水处理、灌装、吹灌旋和后段包装，但不包括注胚。

能源使用结构

能源类别	消耗数量	单位	折合兆瓦时	
			数量	占比 (%)
电力 ⁷	32,455.0528	万千瓦时	324,550.5280	84.1009
汽油	26.4447	吨	316.6047	0.0820
柴油	0.0164	吨	0.1944	0.0001
天然气	161.2138	万立方米	17,446.2452	4.5209
热力	157,112.4120	百万千焦	43,592.6220	11.2962
合计			385,906.1944	100

推动节能改造

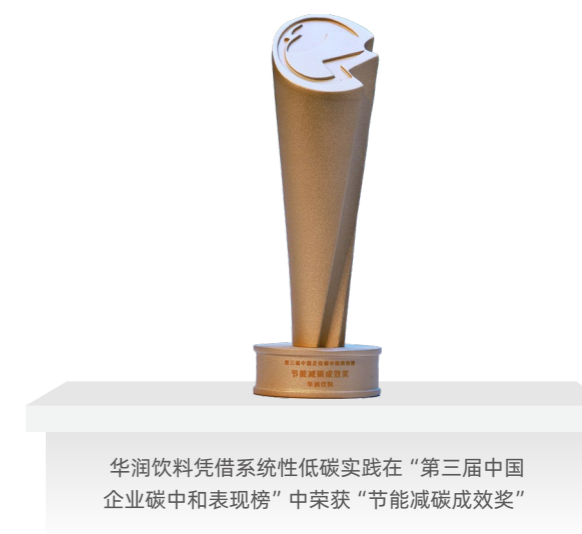
华润饮料始终将节能减排理念深度融入企业生产经营全流程，多措并举推动降本增效与绿色发展。

在制造工艺方面

组织专家和技术团队深度剖析各生产工序，通过优化流程设计、整合调控环节，减少能源损耗与浪费，提升资源转化率

在设备升级方面

引进先进节能设备，同时对老旧设备进行改造优化，有效提升资源利用效率



案例 | 华润饮料多家工厂荣获中国饮料工业协会节水节能优秀企业奖

2025 年 3 月，华润饮料参加以“引领高质量发展，共筑新饮料未来”为主题的中国饮料工业协会年会。会议期间举行了“绿水青山杯”饮料行业节水节能优秀企业表彰仪式，华润饮料旗下上海、六安、长沙、深圳、江门、肇庆、南宁、成都等 8 家工厂荣获 2024 年度饮料行业节水节能优秀企业奖，上海、六安、长沙、江门、南宁、成都、武汉等 7 家工厂荣获 2025 年度饮料行业节水节能优秀企业奖。

⁷ 电力消耗包括外购电力及光伏。

强化水资源管理

华润饮料构建了涵盖“水质保障-效率提升-风险评估”一体化管理体系，实现对水资源从源头到终端全生命周期的系统化治理，系统性提升水资源安全与使用效率，系统性应对水资源压力挑战。

此外，我们进一步推动能源分析平台建设，逐步完善自动数采和电柜监测等功能，持续提升系统效率与稳定性。目前，宜兴工厂已率先实现污水“零排放”目标。

公司将水质管理置于核心地位，严格遵循天然水和市政水的相关标准及管理要求，建立多层级监测机制，每年接受生态环境局委托的第三方对地下矿泉水水源进行专业监测，同时工厂自主开展常态化水质检测，构建内外协同的双重监测机制，并建立完善的产品追溯体系，确保在出现风险时可快速回收与处置问题产品。为全流程水质安全奠定坚实基础。

公司持有所有经营场所的取水许可证、牌照，专门设立环保采矿管理基金，确保在开采等相关活动中，最大程度降低对水源的影响；为天然矿泉水建立专门的水井房和保护屏障，并定期维护，以保护水资源；针对所有运营地点的水风险进行定期评估，包括水质、水量、水源周边环境等；针对可能发生的水土流失情况开展恢复重建工作，并整合各方资源，共同守护水源安全。

水质保障方面

节水管理方面

水源管理方面

公司深入推进水足迹生命周期管理，将年度水资源耗用率目标科学分解至各工厂，目标设定充分考量工厂水平差异及行业对标数据。核心KPI聚焦工厂总用水量、饮用水水单耗、饮料产品水单耗，并细化至过程指标。此外，通过深度分析各环节用水量高值原因识别改进点，推动所有自有工厂开展节水实践并进行最佳实践共享。在此过程中，公司特别将重复用水率（如冲瓶水、冲瓶盖水回收利用）和中水利用率（如反渗透系统应用）列为关键过程指标。2025年，共开展臭氧机冷却水回收改造、提高一级浓水回收、洗盖水回收利用率等10个节水项目，有9个优秀的项目工厂间复制推广。



“十四五”饮用水水单耗目标

相比“十三五”期间，饮用水水单耗下降

2%

目标达成进度

已达成。2025年饮用水水单耗累计 1.77 吨/吨，较2020年1.99吨/吨下降 11%

案例 | 成都工厂臭氧机冷却水回收再利用

2025年，成都工厂积极践行水资源循环利用理念，着力提高生产过程重复用水率。其中，成都工厂二期水处理间在改造前，臭氧机冷却水未得到有效回收，每日最多约50吨RO水直接排放，既造成水资源浪费，也增加了生产用水成本。工厂针对性实施改造，将臭氧机冷却水回流到工艺水缸，重新泵出供臭氧机冷却和外围使用，改造后全年回收用水超过15,000吨，成功实现生产过程的水资源循环利用。

使用清洁能源

华润饮料主动优化能源结构，积极提高可再生能源占比，规划分布式光伏建设项目和绿电采购项目。2023年起，推动12家自有工厂的分布式光伏发电项目，并于2025年8月完成并网工作，旗下自有工厂光伏覆盖率达86%。

2025年

屋顶分布式光伏自发自用电量达

5,062.9652 万千瓦时

二氧化碳排放量减少

30,863.8361 吨

共计使用绿色电力⁸

6,338.0401 万千瓦时

占总用电量的比例达

19.53%



▲ 肇庆工厂绿色电力证书交易凭证

案例 | 华润饮料河源工厂屋顶分布式光伏项目成功并网

2025年10月，华润饮料河源工厂5MWp屋顶分布式光伏项目顺利实现并网发电，正式投入运营。该项目充分利用工厂屋顶空间，预计每年可提供清洁电能600万千瓦时，相当于每年可减少二氧化碳排放3,600吨，兼具显著的环保与经济效益。



⁸ 绿色电力包括光伏、绿电、绿证。

推进减排治理

“三废”管理

华润饮料严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《排污许可管理条例》等相关法律法规，依法严控生产过程的排污行为，健全污染防治机制，推动废弃物的分类管理和资源化利用，力争在污染物排放合法合规的基础上，进一步减少废水、废气、固体废弃物的产生与排放，最大限度减少环境污染。2025 年，公司排放物均符合相关排放标准，未收到公司生产经营影响当地生态功能的事件及影响。

排放物监测周期	
生活污水 每季度一次	厂界环境空气 每半年一次
生产污水 每季度一次	厂界噪声 每年一次
废气 每半年一次	

废水减排

华润饮料严格遵守《中华人民共和国水法》《中华人民共和国水污染防治法》等相关法律法规，不断完善《污水排放管理规定》等内部管理措施，废水治理设施覆盖旗下所有自有工厂，定期开展污水检测，确保排放合法合规。

目标	2025 年目标达成情况
废水达标排放率 100%	已达成
新增废水治理设施	9 套
设备设施全年正常运行	已达成

废气减排

华润饮料严格遵守《中华人民共和国大气污染防治法》，并在《华润怡宝生态保护管理指南》中制定关于生产过程废气管理的相关要求，对生产经营过程中涉及到的主要大气排放物进行有效管控。截至 2025 年底，公司共建成废气处理装置 52 套，覆盖旗下所有工厂，年处理能力超过 174,000 万立方米 / 年。针对厨房油烟这一特殊排放源，公司设立专用排放管道，经由净化处理设备处理以确保达标后再行排放。2025 年，所有工厂主要大气污染物（氮氧化物、硫氧化物、VOCs 等）排放浓度均达到或优于国家标准和地方标准。

废弃物减排

华润饮料严格遵循《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法律法规要求，依据《国家危险废物名录（2025 年版）》界定生产、运输和经营过程中产生的危险废物与无害废弃物的范畴，制定《华润怡宝废弃物管理》，细致划分各部门在废弃物管理工作中的职责，确保从源头到终端，对各类废物施行科学严谨的分类管理，全方位落实环保责任。



2025 年 公司一般工业固体废物产生量	4,294.6821 吨
危险废弃物产生量为	53.1167 吨
处置率达	100%

废弃物分类处理措施



危险废弃物

包括废弃墨瓶、硒鼓、电子设备、灯管、废气处理装置汰换的活性炭等。通过建立危险废弃物仓库进行分类存放，并委托具有回收资质的回收商进行统一处理及弃置，确保有害废弃物合规处置。



一般废弃物

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



可回收废弃物

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

噪声污染

华润饮料严格遵守《中华人民共和国噪声污染防治法》《建筑施工场界环境噪声排放标准》（GB 12523-2011）等法律法规及行业标准，合理调度施工时段尤其是高噪声设备施工作业时间，避免夜间施工，并通过设置隔音屏障、限制夜间施工等措施降低施工噪声污染。2025 年，各工厂均按要求开展生活污水、生产污水、大气污染物、厂界噪声和岗位噪声监测，监测结果均显示符合国家法律法规及地方标准。

案例 | 江门工厂开展动力车间设备及冷却塔噪声治理

江门工厂动力车间内配备有空气压缩机、冷干机、储气罐、冷水机组等生产用运行设备，车间外运行设备有 4 组冷却塔及 10 台离心水泵。由于生产需要，设备均需要 24 小时运行。但车间与厂区外公寓楼距离较近，为减少生产过程对周边居民的影响，系统性改造动力车间内墙，采用由 100mm 空气层、钢结构、龙骨、隔声体、防火玻纤布、成品穿孔吸音板等组成的综合消声墙体，对车间外运行设备加装隔声屏、消声器等设施，有效降低设备运行噪声，致力于实现生产运营与社区环境的和谐共存。

扬尘治理

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



保护生态环境

绿色运输

健全公转铁、公转水运输

华润饮料积极推动绿色物流发展，致力于打造绿色低碳供应链体系，已在所有销售大区和已投产的自有工厂开展了物流端的节能减排工作。加强推进公转铁、公转水运输，在川云、渝贵、京津、沪浙、湖北等地区大力发展铁路运输，充分发挥其大运量、高效率的优势，让货物能够快速周转、畅达各地；从宜兴、上海等工厂发往北京、天津等地区的货物，借助内河、海运航道，同步推进水路运输，有效降低物流成本与能源消耗。2025 年，全国铁路运输量约 798 万箱，水路运输量约 42 万箱，合计 840 万箱；累计减少碳排放近 4,034 吨。

2025 年

全国铁路运输量约

798 万箱

水路运输量约

42 万箱

合计

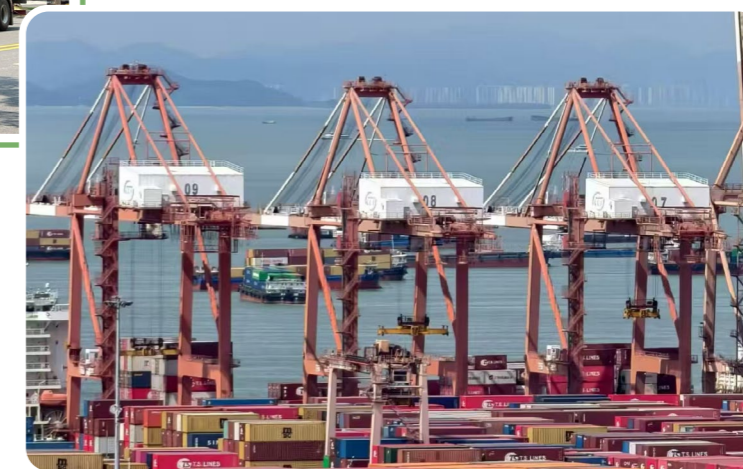
840 万箱

累计减少碳排放近

4,034 吨



▲ 铁路运输



▲ 水路运输

优化带板运输

华润饮料通过优化产品码垛标准、防护标准，规范带板运输，有效提升作业效率、优化仓储利用率、提升装载率、保障产品品质、提升作业安全以及提升客户满意度，有效改善了公司产品形象，降低全系统物流成本。2025 年，全国带板运输比例达到 63%，相较于 2024 年上涨了 7%。



▲ 带板运输

赋能绿色电动重卡

在“双碳”战略引领下，华润饮料与华润燃气深化业务协同，共同推动华润饮料工厂绿色电动重卡及配套设施建设。同时，在项目运营中，首批充电桩项目已于 4 月在南宁工厂和万绿湖工厂正式投运，为两地工厂出入的绿色重卡提供充电服务，截至 12 月，累计使用绿电 17.1 万千瓦时，实现碳减排 134 吨。



▲ 南宁工厂电动重卡项目投入使用

绿色采购

华润饮料积极推行“绿色采购”，严格遵守《华润饮料采购管理制度》，按照质量、环保标准筛选供应商，与供应商签订《华润怡宝相关方 ESG 承诺书》。在设备采购方面，严格执行国家最新能耗标准，集中采购定制化一级能效冰柜。针对大宗物料采购管理，公司全面推行线上集成与数据自动推送模式，取代传统手工填报，确保信息实时同步、准确呈现。在采购品选择上，优先选用带有环保认证、对生态环境影响较低的物料。同时，明确要求主要包材供应商必须通过“环境影响评估认证”，持续推动供应链绿色化、可持续化发展。

保护生物多样性

华润饮料严格遵守《中华人民共和国自然保护纲要》《中华人民共和国野生动物保护法》《中华人民共和国野生植物保护条例》等法律法规，遵守联合国《生物多样性公约》，同时不断完善《华润怡宝生态保护管理指南》，积极开展生态环境保护，主动识别和管理业务活动对生物多样性和生态系统产生的潜在负面影响。在选择新建项目地址时，充分对选址地区周边生态环境的影响进行全面详尽的分析与评估，避开自然保护区、风景名胜区、珍稀濒危野生动植物天然集中分布区等环境敏感区域。2025 年，公司未发生对生物多样性及生态环境有重大直接 / 间接影响的事件。



▲ 志愿者在“宝贝重塑公益课堂”讲授生物多样性知识

传播绿色文化

落实绿色办公

华润饮料持续推进绿色办公实践，通过合理控制照明、采用节水节能器具、办公包材回收、规范空调使用标准及应用办公自动化系统，引导员工将环保理念融入日常工作与生活各环节。2025 年，公司全面推行数字化办公，核心流程线上化率达 99%，减少出差出行 177,701 人次；依托云协同平台，11,316 名员工实现高效协同办公；推行双面打印与废纸回收利用，办公用纸量同比下降 23%；推行职工书屋和图书角，书籍资源共享，年度纸质期刊订阅量减少 2%。



践行环保公益

华润饮料高度重视对生态环境保护理念的传播与践行，深入开展生态保护宣传和培训工作。以全国节能宣传周和全国低碳日为契机，开展主题宣传 112 次，印发宣传材料 403 份，出动宣传人员 66 人，宣传受众人数达 10,300 余人次，营造全员关心关注绿色节能的浓厚氛围；开展“青春奋斗·怡起行”团青主题活动之亲水护水公益实践，组织青年员工赴深圳湾海岸线开展护河净滩行动，凝聚青年力量，践行环保责任，以实际行动为公司绿色发展注入动能。



▲ 万绿湖工厂办公区包材回收



▲ 华润饮料举办公益研学活动，邀请亲子家庭走进万绿湖工厂体验“怡宝宝贝重塑计划”



▲ 华润饮料组织青年员工赴深圳湾开展护河净滩行动

02 匠心品质 滋润美好生活

本章所回应的 SDGs 议题



治理




华润饮料以“做优，做强，成为世界一流综合饮料企业”为目标，通过持续优化产品结构、培育产品品牌、完善质量管理体系，不断满足消费者对美好生活的向往和需求。在新品开发方面，公司管理层负责新品和改良项目的立项审批、上市决策等重大事项，并组建涵盖配方技术、产品工艺、微生物、感官研究及科研创新的专业化研发团队；在总结传统质量管理方法的基础上，借鉴全面质量管理（TQM）的精神，建立一个具有怡宝特色的“华润怡宝全价值链食品安全与质量管理体系”；建立研发制度体系，如《华润饮料内部项目管理》《华润饮料新产品开发流程》等，确保研发项目规范、高效推进。

战略




华润饮料秉持“为大众提供安全、健康、美好的生活体验”的企业使命，深度聚焦消费者核心需求，以严谨的质量管理体系和前沿的研发能力为基础，打造丰富多元、优质的产品矩阵与服务体系，持续为消费者创造更健康、更美好的生活体验，致力于建设成让消费者安心的世界一流综合饮料企业。



影响、风险和机遇管理

风险 / 机遇	潜在影响	应对策略
 <p>健康消费机遇</p>	<ul style="list-style-type: none"> 消费者健康意识提升，营养型、功能性饮料需求增长，可拓展高端及细分市场份。 	<ul style="list-style-type: none"> 聚焦茶饮料、运动饮料、果汁饮料等品类，推进产品营养升级与创新，打造健康饮品标杆，契合消费升级趋势。
 <p>产品安全与质量风险</p>	<ul style="list-style-type: none"> 原料污染、生产管控疏漏导致产品质量问题，引发消费者投诉、品牌声誉受损，甚至面临行政处罚。 	<ul style="list-style-type: none"> 完善全流程质量追溯体系，强化原料采购检验、生产过程巡检、成品出厂抽检等关键环节管控，定期开展质量风险排查与应急演练，提升问题处置能力。
 <p>营销合规风险</p>	<ul style="list-style-type: none"> 营销宣传中出现虚假表述、误导消费者等行为，违反法律法规，损害消费者权益与品牌形象。 	<ul style="list-style-type: none"> 建立营销内容合规审核机制，加强营销团队合规培训，坚守负责任营销底线，确保营销内容真实、透明、积极健康。

指标与目标

议题	中长期目标	2025 年进展
 <p>营养与健康</p>	<ul style="list-style-type: none"> 以消费者健康为中心，持续完善“水饮双核”产品矩阵，打造“一超多强”格局，实现健康产品营收占比稳步提升，助力全民健康。 	<ul style="list-style-type: none"> 成功上市 27 个新品 SKU，包装水持续拓宽细分饮用场景布局，饮料板块聚焦茶饮料、运动饮料、果汁饮料品类，强化健康属性，产品市场竞争力稳步提升。
 <p>食品安全及质量</p>	<ul style="list-style-type: none"> 构建行业领先的全流程食品安全管控体系，保持无食品安全重大事故。 	<ul style="list-style-type: none"> 全年未发生重大食品安全事故，产品质量合格率保持 100%。
 <p>负责任营销</p>	<ul style="list-style-type: none"> 建立全覆盖的营销合规管理体系，杜绝虚假宣传、过度营销等行为。 	<ul style="list-style-type: none"> 建立营销内容合规审核流程，全年营销活动无违规行为。

守护营养健康

洞察消费需求

华润饮料深度关注消费需求，致力于大众打造安全、健康、美好的生活体验。在产品开发维度，秉持健康与美味兼具理念，积极布局低糖及无糖产品矩阵，并持续提升产品占比；同时，围绕健康、环保、可持续发展的方向，从产品概念、配方、包装等多维度推进创新，聚焦消费者的健康、营养及功能诉求，持续推出系列优质产品，全方位守护消费者的健康。

布局健康产品

华润饮料重点布局无糖 / 低糖及运动补充等健康类饮料赛道，为消费者提供更贴合健康消费趋势的饮品选择。报告期内，公司推出无糖类产品“佐味茶事 - 岩茶”“佐味茶事 - 铁观音”“佐味茶事 - 茉莉玉露”，运动类产品“魔力 - 柠檬风味运动饮料”“魔力 - 柚子风味运动饮料”，在保持优质口感与产品品质的基础上，进一步强化了以健康为核心的产品定位。2025 年，低或无人工添加成分饮料产品占饮料营收比例超 90%，低脂肪含量产品营收占比大幅提升至 91.93%，同时低糖产品，零热量、低热量或无能量、低能量饮料，营养强化产品⁹等健康品类持续发力，助力大众健康美好生活。

以 2023 年为基准，公司计划到 2030 年持续推进整体产品线健康化升级，推动产品平均含糖量稳步下降，进一步提升健康产品在整体销售中的占比。



⁹ 无人工添加成分产品指未添加或比普通食品产品减少添加人工添加剂，如人工防腐剂、人工色素、阿斯巴甜及其他受争议添加剂的产品；零热量 / 低热量产品、无 / 低糖产品、低脂含量产品、低钠产品指符合 GB 28050-2025《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则》的产品；营养强化产品指符合 GB 14880-2012 规定和要求进行单一或复合营养强化的产品。

华润饮料营养健康产品示例¹⁰



¹⁰ 仅为部分主要产品示意。

匠心品质追求

重视产品质量

华润饮料重视产品质量，构建覆盖运营全流程的质量检验检测体系，通过外观检查、物理和化学检查、微生物测试及重量检查，确保产品符合相关质量标准并遵守适用的法律法规；实施《华润怡宝全价值链食品安全与质量管理体系》（简称 SPM 管理体系），严格依据 SPM 管理体系规定的标准，在原料验收、生产过程质量监控、成品出厂质量检验以及产品放行等环节，执行严谨的检验检测流程，全过程实施 100% 产品检测，确保所选用的原料质量过关，流向市场的所有产品均是合格品。

推进体系认证

华润饮料持续开展食品安全管理体系认证，并严格按 FSSC22000 体系标准要求实施生产过程食品安全管理，坚守食品安全底线。2025 年，正式投产一年后的工厂（含合作工厂），全部通过 FSSC 22000/ISO 22000 体系认证，其中 5 家自有工厂已增加 ISO 9001 体系认证。

规范标签合规

华润饮料严格遵循《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国食品安全法实施条例》及《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》（GB 7718）等法规标准要求，建立健全标签审核管控机制。明确新产品标签制作前，由市场、生产、质量、法规等部门联合审核，生产后定期抽查的工作机制。同时，搭建数字化标签管理系统，实现多部门同步并行审核，依托系统功能精准定位标签差异点，为审核决策提供高效技术支撑。

2025 年，为积极响应国家市场监督管理总局、国家卫生健康委员会关于食品标签的最新要求，切实保障消费者合法权益。华润饮料根据《中华人民共和国食品安全法实施条例》第十三条，从 10 月起即分批次、分阶段推进全系列产品的标签更换工作，提前启用符合新版标准法规的产品标签。

产品召回与应急处置

华润饮料严格执行《中华人民共和国食品安全法》《食品召回管理办法》，迭代优化产品追溯与召回全流程管理体系，明确相关部门及岗位的职责边界。建立常态化应急演练机制，每年至少组织 2 次产品追溯与召回模拟演练，确保在突发食品安全事件时，能够快速启动产品召回程序，最大限度降低对公众健康的潜在危害。一旦发现不符合食品安全标准或者有证据证明可能危害人体健康的，立即停止生产，召回已经上市销售的不安全产品，通知相关生产经营者和消费者，并记录召回和通知情况。召回产品按照相关规定进行处置，同时履行消费者退货和赔偿职责。

2025 年

公司

未发生

产品召回与召回事件

开展质量培训

华润饮料倡导“良心品质，全员共创”的质量文化，培训内容覆盖 SPM 管理体系文件、质量文化宣贯、质量意识强化、文件规范执行及相关法律法规解读等，采用月度常态化培训与年度专项培训相结合的模式，覆盖旗下所有自有工厂及合作工厂，全年累计组织开展质量培训 3,459 场，实现培训 100% 全覆盖。

2025 年，公司立足质量管理现状，通过系统化质量培训、专项能力赋能提升、月度优秀案例分享等多维举措，全面夯实质量管理团队专业能力；同步开发《QC 任务全景及常见异常案例》课件，采用线上线下融合培训模式，累计培训 1,808 人次，培训时长 256.3 小时，考核通过率达 100%。

2025 年

累计培训

1,808 人次

培训时长

256.3 小时

考核通过率达

100%

案例 | 华润饮料开展生产系统 OEE（设备综合效率）提升专项培训

为全面提升生产系统综合效能，华润饮料生产中心组织开展了以“OEE 提升专业赋能”为主题的专项培训。本次培训特邀业内资深专家担任讲师，系统讲解了 OEE 核心理论、行业标杆及改善方法，并结合实际案例解析，帮助学员深入理解效率管理与技术应用的前沿趋势。通过系统化的专业赋能，不仅显著提升了生产团队的专业技能和效率意识，更促进了各工厂之间的经验共享和协同进步。



▲ 华润饮料开展质量经理胜任力模型培训



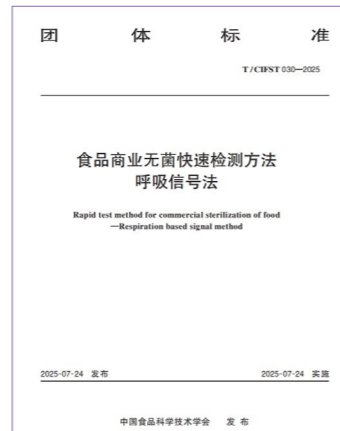
▲ 华润饮料开展 QC 任务全景及常见异常案例培训

赋能创新研发

释放创新潜能

管理创新

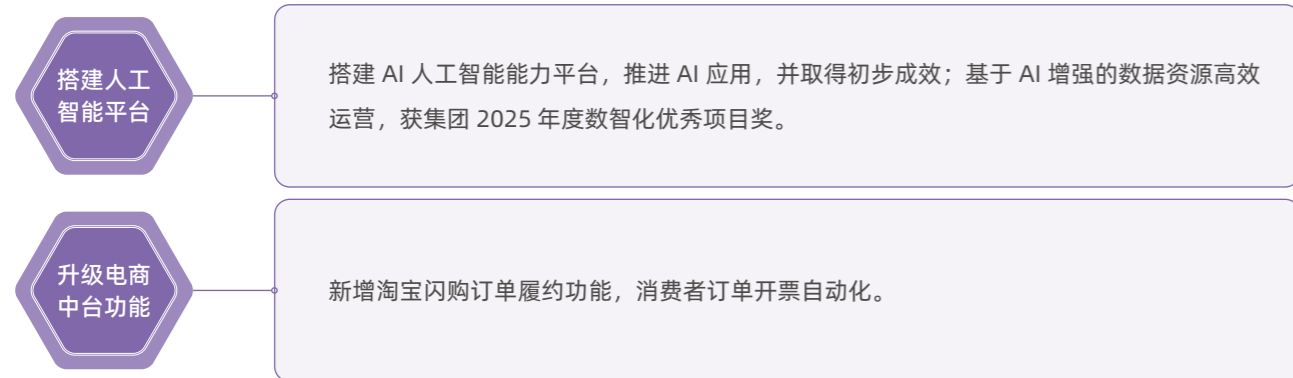
华润饮料发布《华润饮料对外合作科技项目管理细则（试行）》《华润饮料内部项目管理细则》，全面规范对外合作科技项目和新品开发相关的创新品开发项目、技术研究项目管理；持续加大技术投入力度，主要用于新产品 / 新技术研发、产品 / 技术升级改造、数智化等关键领域。



华润饮料作为主要起草单位之一，深度参与《食品商业无菌快速检测方法 呼吸信号法 (T/CIFST 030-2025)》团体标准制定工作



技术创新



营销创新

华润饮料电商通过达人种草、直播互动及 IP 联名等创新营销方式，直接触达消费者并激发其购买兴趣，实现品牌声量与市场销量的协同增长。抖音、小红书、快手等多平台发布超 5 万条达人合作笔记，曝光超 2 亿次；多平台店播超 1 万小时、达播超 3 万场，全年销售额破亿元。

渠道创新



电商渠道

全面布局全域营销，深耕天猫、京东等货架大平台，同时，通过抖音、小红书、快手等多平台联动 200 余家团长、上万名带货达人，5 万+ 优质内容刷屏，带来 2 亿+ 曝光，撬动超千万级成交额，实现流量变现；在微信私域渠道，已成功累计会员超 200 万人，全年举行超 11 场促销活动，为消费者提供了丰富多样的购物体验。



KA 渠道

锁定 4-9 月销售旺季，聚焦饮料重点市场的 30 个省会及直辖市，联合头部 CVS 客户打造饮料整层冰道，月均覆盖门店超 1.2 万家，带动销量同比增长 31%。

案例 | “决胜终端、全员一起 CNY” 怡宝陪你过大年

2025 年，华润饮料延续“过年喝怡宝，一起过大年”主题，陪伴大家迎接乙巳蛇年。公司在春节期间开展系列营销活动：1 月 1 日至 2 月 12 日，聚焦县域 / 乡镇市场及 KA、餐饮、高速服务区头部门店，在 214 个城市、949 个县城打造堆头、端架、割箱等特色陈列，覆盖超 11,000 家门店，实现包装水销量 144 万标箱、饮料销量 57 万标箱；在此基础上，公司进一步强化终端攻坚，于 1 月 21 日起号召总部各部门、业务中心及工厂员工积极响应，组建团队与一线伙伴并肩作战，深入全国 116 个城市的卖场及终端，秉持“巷战精神”开展为期一周的 CNY 驻点促销活动，带动饮料销量同比增长 114%。



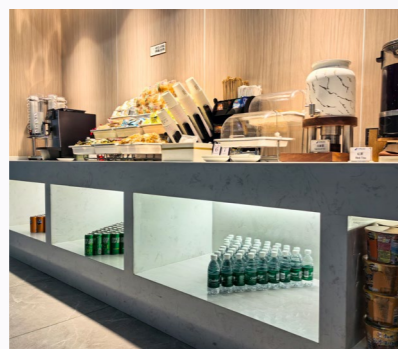


餐饮渠道

积极参与餐饮行业展会、厨师技能大赛、出品大赛，通过与餐饮行业合作，提供餐饮细分赛道产品解决方案，提高与餐饮客户合作价值，提升消费者就餐体验，成为陪伴你我身边不可或缺的生活搭子”。



特殊渠道



依托航空公司等客户，深化业务拓展，全国合作贵宾室达 18 个，实现多场景产品推广；加快酒店渠道拓展，与酒店集团、商旅平台等达成合作，合作网点达 1,991 家，创造销量 162 万箱。



新兴渠道

迎合家庭消费和即时零售的快速发展趋势，快速布建核心城市送货到家网络，初步完成 30 余个城市布局，组建社区网格配送商超 1,000 个，覆盖主城区街道超 1,500 个，订单履约突破百万单；紧抓居家消费发展机遇，推动蜜蜂店无人售货模式发展，已成功覆盖深圳、广州、武汉、成都、重庆、西安、合肥等 10 个城市的核心区域，累计投放运营 800 个优质点位，年销量超 20 万标箱。



创新消费场景

华润饮料积极打造多元消费场景，通过场景化产品植入和试饮品鉴等，持续升级消费体验。2025 年，在不同城市的大型卖场超市、居民小区等开展大包装水促销推广，将大包装产品送进千家万户，为居民家庭饮水安全保障贡献力量；在高校、综合运动场馆开展魔力校园跑，打造魔力能量站，将魔力运动饮料产品概念与运动人员深度链接；与大型舞蹈诗剧《只此青绿》IP 开展联名推广，赞助平遥国际电影展，通过跨界合作提升至本清润品牌知名度，打造产品经典属性。

创新成果转化

华润饮料以满足消费者多元化需求为核心导向，持续推进技术创新与产品创新的成果转化，为消费者带来了一系列个性化新品。2025 年，相继推出焙焙咖啡、焙焙小燃罐、蜜水青提、至本清润炖梨、至本清润 300mL 迷你装系列、“本优”茶伴 5L 装、怡宝口袋装 210mL、怡宝纯净水（环保纸盒装）330mL 以及全新升级的“佐味茶事”无糖茶系列、“假日一刻”系列、魔力运动饮料和多个品牌的 1L 装新品，持续打造丰富优质的产品和服务，为亿万人送上触手可及的美好。

保护知识产权

华润饮料制定《华润饮料知识产权管理办法》《华润饮料商标管理细则》《华润饮料专利管理细则》等相关制度，从尊重他人知识产权和维护自身知识产权出发，规定公司的著作权、商标、专利、维权打假等涉及知识产权类工作的处理流程及管控措施。同时，公司通过培训不断提升知识产权管理人员的管理水平，并将尊重知识产权作为供应商考核要素之一。2025 年，公司组织知识产权管理人员参加境外商标、专利布局、品牌价值提升等培训，提升知识产权管理人员的管理水平。

报告期内

公司通过商标监测和市场巡查发现有其他公司仿冒公司品牌，通过行政投诉途径成功处理了仿冒案件

1 起

提升服务体验

优化客户权益

隐私保护

华润饮料系统推进数据安全与隐私保护规范化建设，发布《华润饮料数据合规管理细则》，加强数据收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开、删除过程中安全可控，同时积极推动下属各级公司全面加强数据合规管理，明确运行机制，规范数据处理活动，防范数据合规风险。

2025 年

公司

未发生 泄露客户隐私事件

负责营销

华润饮料将负责营销贯穿于销售和服务的全流程，进一步完善一线销售活动“执行-追踪-总结”全流程管理体系，围绕库存盘点、投诉核查、广促验收等重点环节开展专项核查，有效防范营销系统运营风险；依据《中华人民共和国广告法》《华润饮料负责营销政策》《华润饮料品牌管理办法》《华润饮料终端制作类物料实施细则》《华润饮料消费者促销活动执行检查实施细则》等相关法律法规及内部政策，建立明确且清晰的广告投放审核机制，在广告及物料投放前，由多部门联合进行内部审核，排查广告、宣传物料等方面的风险，确保所有营销内容符合法律法规和公司标准；投放后也会持续关注相关风险，并定期排查，一旦发现问题，立行立改；定期开展负责营销培训，通过线上线下相结合的方式，围绕产品卖点及话术、售后客诉处理及舆情应对等内容，累计开展 81 场培训，覆盖 5,054 人次，其中新员工培训覆盖率 100%。

主动售后服务

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

应对客户投诉

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



案例 | 区域性防伪差异引质疑，华润饮料高效开展投诉处置



投诉内容

2025 年 2 月 24 日，华润饮料客服热线接到多位广东、四川的消费者来电投诉，其在抖音上看到有博主称正品怡宝桶装水的防伪膜贴背后应该有可以扫码查询的防伪二维码，质疑为什么自己的桶装水产品没有该防伪二维码，担心买到假水，希望华润饮料予以核实并给出合理解释。

调查过程

华润饮料第一时间启动投诉核查流程，经综合研判，确定本次事件的核心根源是“怡宝桶装水区域性防伪设计未向市场明确告知”，导致消费者因信息不对称，误将区域设计差异判定为“产品假冒”，进而引发投诉及舆情关注。



处理过程

华润饮料一方面耐心向消费者、合作客户进行解释安抚，感谢客户的支持与反馈；另一方面组织内部相关部门快速响应消费者关于判断产品真伪的需求，积极推动全国桶装水产品统一采用防伪二维码设计，提升产品防伪水平和品牌统一形象。新包装产品在华南、西南地区新上市后，得到了广大消费者和合作客户的好评。

塑造品牌价值

华润饮料秉承“聚焦资源、集中发力”的战略方针与长期主义理念，持续深耕体育营销。以中国国家队 / TEAM CHINA、中国足球职业联赛、马拉松三大顶级体育 IP 为核心，构建兼具深度与广度的营销体系，让每一瓶产品都成为健康生活的见证者。



华润饮料旗下“怡宝”作为第二批入选国务院国资委“中央企业品牌引领行动创建成果”的产品品牌



“怡宝”品牌包装水获得 Worldpanel 2025 年年度突围品牌

03 信任相伴 共享发展成果

本章所回应的 SDGs 议题

12 负责任
消费和生产



16 和平、正义与
强大机构



17 促进目标实现的
伙伴关系



治理

华润饮料建立由办公室统筹推进，法律部、营销中心、运营中心、生产中心等多部门、业务中心协同落实的行业共建机制和覆盖供应商全生命周期的管理体系，积极参与行业交流与标准共建，推动经验共享与协同提升，引导供应商在合规经营、劳工与人权、环境管理、商业道德等方面持续改进，持续提升供应链韧性与治理效能，助力产业链共创共享与可持续发展。

战略



华润饮料秉持开放协作、共建共享的理念，坚持引领行业发展。一方面持续深化与政府、企业及高校院所等多方协作，积极参与行业交流、标准共建与经验共享，推动行业规范化与高质量发展；另一方面将 ESG 要求嵌入采购策略与供应商管理流程，推动供应商 ESG 管理水平持续提升，打造负责任的供应链，为产业链协同升级与社会价值创造贡献力量。



影响、风险和机遇管理

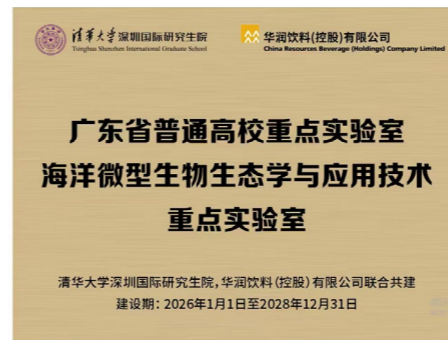
风险 / 机遇	潜在影响	应对策略
 <p>供应中断与成本波动风险</p>	<ul style="list-style-type: none"> 原料价格波动、极端天气、物流受阻等因素可能导致交付延误与成本上升，影响生产计划与旺季保供。 	<ul style="list-style-type: none"> 推动多来源采购与备选供应商体系，建立关键物料安全库存与应急保供预案，优化仓配网络与调拨机制。
 <p>供应链合规风险</p>	<ul style="list-style-type: none"> 供应商或合作伙伴发生商业道德违规、利益输送等行为，可能造成监管处罚、声誉损失与经营风险。 	<ul style="list-style-type: none"> 将廉洁与合规要求嵌入准入、合同与评价流程，强化关键岗位廉洁风险识别与审计监督，建立问题整改与退出机制。
 <p>行业共建协同机遇</p>	<ul style="list-style-type: none"> 通过行业交流与标准共建促进经验共享与协同提升，有助于提升行业规范化与高质量发展水平，提升品牌公信力与行业认可度。 	<ul style="list-style-type: none"> 积极开展合作交流，参与行业标准建设，分享优秀经验，开展联合创新与协同提升项目，推动产业链共创共享与可持续发展。

指标与目标

议题	中长期目标	2025 年进展
 <p>供应商管理</p>	<ul style="list-style-type: none"> 提升核心供应商 ESG 评级覆盖率。 建立供应商 ESG 创新激励机制，每年培育行业标杆供应商。 	<ul style="list-style-type: none"> 新供应商准入完成资质审核 46 个品类、358 家次，现场考察 126 家次，报批入合格库 140 家，ESG 承诺签署率 100%。 联合专业机构开展质量管控、绿色低碳、廉洁合规等专项培训 10 场，覆盖供应商 640 家次。 组织 10 家核心供应商参与中国供应商 ESG 评级，1 家获“ESG 六星评级”，评级参与率及优质率居行业前列。
 <p>推动行业发展</p>	<ul style="list-style-type: none"> 牵头制定饮料行业供应链 ESG 最佳实践指南，推动产业链协同可持续发展。 	<ul style="list-style-type: none"> 参编 4 份国家标准、9 份团体标准和 1 份指南丛书。

携手伙伴同行

华润饮料坚持合作共赢的理念，持续深化与地方政府、优秀企业及高校院所的战略合作，通过资源共享与优势互补，推进产学研平台建设，实现价值共创与成果共赢。2025 年，华润饮料与浙江大学共建联合研发项目，专注于茶饮料的关键技术突破与产品创新，以科技驱动茶产业升级；与西南大学柑橘所签订产学研合作合同，共同攻克橙汁饮料沉淀的行业难题；同时，与清华大学深圳国际研究生院合作申报广东省普通高校重点实验室，深入探索海洋微生物在健康食品与绿色制造中的应用潜力，为可持续发展寻找创新解决方案。



▲ 华润饮料与清华大学深圳国际研究生院合作申报广东省普通高校重点实验室



▲ 华润饮料与浙江大学共建联合研发项目

强化媒体沟通

华润饮料坚持“主动联系、日常维护、及时响应”的媒体沟通原则，依托官网、微信、微博、小红书、抖音等自媒体矩阵，持续向公众传递积极正面信息，展示公司良好形象与企业文化；同时保持与中央及地方主流媒体、财经媒体、专业媒体、自媒体的多渠道沟通与合作，开展系列宣传，提升品牌认知度与美誉度。对于出现的网络客诉，公司均第一时间回应并采取措，持续优化管理，从源头减少负面舆情。



助力行业发展

华润饮料高度重视行业发展，通过参与行业交流、标准建设和经验共享，推动行业规范化、高质量发展。公司持续关注行业发展趋势，加强与行业协会、科研机构及产业伙伴的沟通与交流，助力提升行业整体运营水平与综合竞争力。2025 年，华润饮料积极参与行业标准制定，共参编 4 份国家标准、9 份团体标准和 1 份指南丛书，其中，国家标准《GB/T 18916.65-2024 工业用水定额 第 65 部分：饮料》，团体标准《感官分析 产品感官质量控制通用技术规范》《感知分析 适合项勾选法》以及《食品商业无菌快速检测方法 呼吸信号法》已完成编制并正式发布，为提升行业生产规范、质量控制及检测效率提供了重要支撑，持续为行业长期稳健发展贡献力量。

案例 | 科技融合创新，促进行业生态化转型

2025 年 8 月，华润饮料受邀出席 2025 全国生物技术与食品加工创新及产业发展大会，并在会上分享“Lactobacillus rhamnosus 高效发酵餐厨垃圾水解液生产 L-乳酸的研究”这一科技创新成果。该研究以餐厨废弃物为底物，利用鼠李糖乳杆菌实现了高效 L-乳酸转化，72 小时内产量达 130g/L，充分展现了其在资源化利用与绿色制造方面的应用潜力，拓展了聚乳酸原料的可持续来源，也为食品行业的生态化发展提供了新路径。



《感知分析 适合项勾选法》标准起草证书



《感官分析 产品感官质量控制通用技术规范》标准起草证书



▲ 华润饮料参加 CBST2025 中国国际饮料工业科技展

负责任供应链

坚持诚信经营

华润饮料秉持“廉洁、阳光、公开、透明”的合作理念，构建诚信共赢的供应链生态。公司通过《廉洁合规承诺书》和《供应商管理办法》，规范供需双方廉洁合作边界、明确违规追责机制，并建立不良行为量化评价体系，将诚信表现与合作资格直接挂钩。在供应商准入阶段核查信用记录，合作期间通过电子采购平台保障交易透明，并开展年度诚信合规审计；在供应商交流培训会中开展廉洁教育宣贯，提升供应商诚信合规意识与管理能力；对发生重大不良行为的供应商列入黑名单并限制准入合作，共同打造高效运作、公开透明的营商环境。

完善供应商管理

华润饮料建立“准入严格、过程可控、考核量化、持续优化”的供应链管理体系，严格落实供应链尽职调查要求，确保供应商在道德、安全、健康、劳工、环保等方面与公司理念保持一致。2025 年，公司修订《华润饮料生产性材料合作供应商管理细则》，新增 ESG 专项管理章节，明确环境管理、劳工权益、安全生产等 12 项核心要求，为供应商管理提供了清晰的行动指引与评估基准。

准入审核

公司设置严格的供应商准入门槛，全面审核供应商的资质、信誉、过往合作业绩等基本条件，并新增 ESG 资质审查模块，要求供应商提供环保合规证明和劳动关系备案等相关材料，以选择各方面均符合要求的合格供应商。此外，公司对供应商生产现场进行不定期的内外部检查，涵盖生产现场的安全管理、员工权益保障、环保设施运行等 6 个维度，目前，公司已引入第三方机构（如 SGS），对食品安全高风险品类供应商实施独立体系审核，以客观验证合规性并强化风险管控确保供应商在道德和责任标准方面满足公司要求，推动供应链可持续发展与合规运营。



履约考评

公司将环境指标、社会指标、治理指标、绿色工厂认证、ESG 工作先进等 ESG 表现全面纳入供应商年度综合评价体系，通过系统收集与分析供应商相关数据，以评估其实际表现。制订技术支持与社会责任加减分项，引导供应商积极创新，倡导环境、健康、安全、和谐，并投身公益，如发生负面行为将给予扣分。

为保障评价的有效实施，公司积极开展考核规范的宣贯与培训，旨在提升供应商对考核标准的认知与重视，推动供应链协同高效运转。评价内容涵盖供应商综合实力、交易行为、履约情况及其他管理维度，根据审查评估的结果，将供应商分为优秀、良好、一般、不合格四个等级，对于考评结果优秀的供应商，将获得年度订单增量倾斜，不合格的供应商则全部清退。



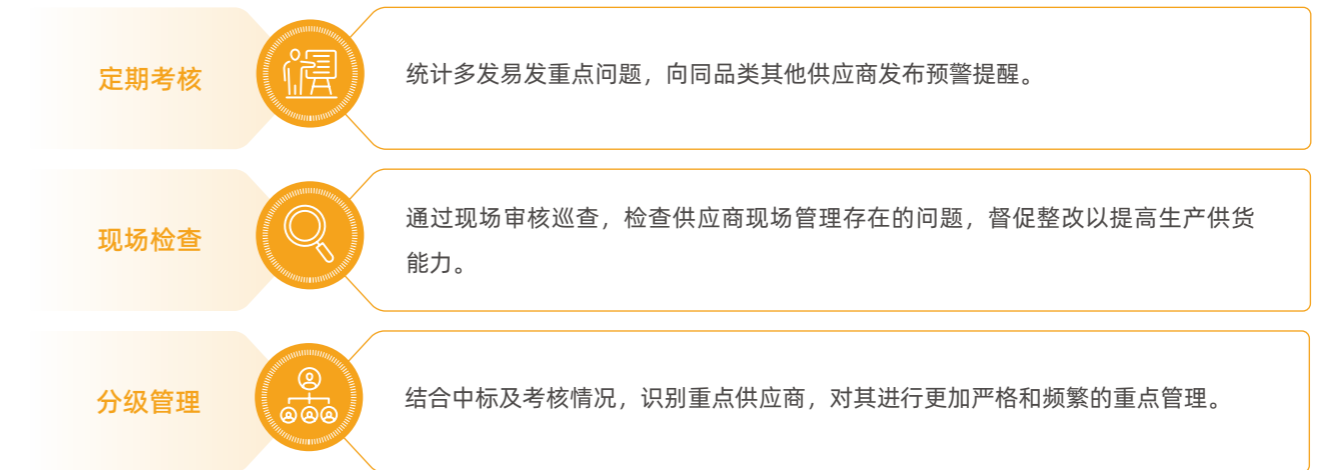
过程管控

公司建立透明的供应链体系，确保原材料和组件的来源可追溯，以及生产过程的监控。2025 年，实现核心原材料来源可追溯率 100%，生产过程关键环节监控覆盖率达 95%；在采购数字化方面，电子采购覆盖率提升至 98%，采购管理平台招采流程合规率达 100%，大幅提升招采规范性及效率；供应商管理全流程接受法务、审计等跨部门监督检查，全年发现违规操作 0 起；通过 SRM 供应商关系管理平台建立供应商异议投诉绿色通道，响应时效不超过 24 小时，处理满意度达 100%，积极构建起公开、高效、互信的供应链合作生态。



风险管控

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



应急保障

为有效保障供应链安全，公司在供应商现场考察标准中明确供应商须制定原材料、产成品的供货保障预案，并在采购方案中制定主辅备的保供方式；同时采用多源采购策略，储备备选生产性物料供应商，保障生产运营稳定；强化供货过程库存管理，设置安全库存量并开展日常库存监测与预警，防范供应中断风险，提升供应链韧性及稳定性。



赋能产业链发展

深化经销商管理

华润饮料持续加强经销商管理体系建设，着力营造廉洁、规范、透明的合作环境，要求经销商在每年签订年度合同时，签署《关联关系声明函》，面向所有新开的经销商客户，进一步强化合作的透明公开性。同时，公司通过多元化举措，协同提升经销商的市场拓展能力和产品动销效率，推动厂商关系长期稳健发展。

经销商沟通

优化《经销商经营能力评估》及数据存档，每年定期上下半年两次，对客户的软硬实力进行指标性评估，搭建沟通桥梁，线下走访客户，了解客户需求，收集市场信息，传递制度规范要求，助力客户更好地发展市场。

规范客户管理

根据业务实际需求和变化，优化《经销商合作管理》和《经销商招商指引》，标准化开关户流程及招商流程，新增《关联关系声明函》，确保公平公正的合作环境。

客户渠道赋能

针对市场多样性和销售业务实际需求，实施渠道调整策略，推动经销商扁平化发展，开发专项经销商的经营策略，细分市场拓展业务深度。

厂商联动促动销

季节性设置促销活动，联合客户一起进行铺市推广活动，促进客户产品动销，增强客户的参与感和归属感。

纾困中小企业

华润饮料聚焦纾困中小企业，多措并举保障上下游协同发展。制定合理付款计划并跟进支付进度，确保按时足额支付中小企业应付款项，切实缓解其资金周转压力；充分发挥平台枢纽作用，积极搭建银行与下游客户的融资对接渠道，持续赋能经销商开展供应链融资业务，累计推动 400 余家经销商与 4 家合作银行达成融资合作，提升供应链整体融资服务效能。

2025 年

未发生

公司
中小企业款项逾期未支付情况

助力供应商成长

供应商培训

围绕供应商能力提升与发展，华润饮料持续开展系统化培训与交流赋能。面向生产性物料、物流、市场等供应商，组织多场培训交流活动，内容涵盖新供应商合作引导、考核管理制度、管理系统应用、技术交流、ESG 管理及廉洁反腐等重点领域，帮助供应商深化制度理解、提升合规与管理能力。同时，公司联合专业机构开展 ESG 专题培训，邀请优秀供应商分享实践经验，促进经验互鉴与能力提升，营造良性互动、共同进步的合作生态。

2025 年

公司组织

10

 场培训交流会议

累计覆盖供应商

1,790

 余人次

供应商 ESG 评级

华润饮料深知责任的践行，不仅在于做好自身，更在于带动行业共同进步。2025 年华润饮料成为中国供应商 ESG 评级平台的首批发起单位之一，积极加入“微光计划”，组织首批 10 家合作供应商通过平台开展 ESG 评级，对于 ESG 评级高的供应商予以考评加分，对于评级较低的供应商进行培训辅导，以共同促进 ESG 表现提升。

可持续供应链

华润饮料高度重视上下游产业链的协同与共进，通过制度设计与系统赋能不断提升供应链整体履责水平。公司在 SRM 供应商关系管理平台中引入社会责任评价机制，将绿色低碳实践、公益参与及乡村振兴等要素融入供应商综合评价，推动 ESG 表现与合作管理深度融合；依托产业链赋能计划，系统推广绿色生产、节能降耗等先进经验，引导供应商持续优化管理模式。



04 双向奔赴 打造幸福职场

本章所回应的 SDGs 议题



治理

华润饮料以董事会及管理层治理体系为引领，将人才发展与职业健康纳入公司经营管理与可持续发展工作，构建系统化闭环管理机制。围绕劳动用工合规、薪酬福利与员工关怀、职业健康防护、培训与能力建设等关键事项建立制度体系与管理流程，持续开展风险识别、过程监督与改进提升，确保相关工作全面落实，夯实企业稳健运营的人才基础与安全底盘。



战略

华润饮料坚持以人为本，依法合规落实劳动用工管理，持续完善薪酬福利、员工关怀与沟通机制，关注员工工作体验与权益保障，提升队伍稳定性与组织凝聚力；围绕关键岗位能力需求，构建分层分类的人才培养与培训体系，强化岗位技能、管理能力等核心能力建设，促进员工成长与组织能力同步提升；持续优化职业健康管理，降低职业健康风险事件发生概率，为公司高质量发展提供坚实的人才支撑与安全保障。

2025 华润未来之星华西六营“营超”闭幕礼



影响、风险和机遇管理

风险 / 机遇	潜在影响	应对策略
 <p>职业健康风险</p>	<ul style="list-style-type: none"> 员工在噪声、高温、粉尘及重复性作业等场景下如防护不足，可能造成职业健康损害并增加用工与合规压力。 	<ul style="list-style-type: none"> 开展职业危害识别与健康监测、落实工程与个体防护措施、强化重点岗位管控，持续改善作业环境与健康保障水平。
 <p>人才培训与发展机遇</p>	<ul style="list-style-type: none"> 促进员工技能提升与岗位胜任力增强，可推动精益管理与标准化作业落地，降低损耗与返工率，提升生产效率与质量稳定性，为企业长期竞争力提供支撑。 	<ul style="list-style-type: none"> 围绕业务需求构建培训体系与能力模型，推动线上线下融合学习，完善培训评估与激励机制，促进员工成长与组织能力提升同频共振。

指标与目标

议题	中长期目标	2025 年进展
 <p>薪酬与福利</p>	<ul style="list-style-type: none"> 持续优化薪酬分配机制，稳步提升员工整体薪酬水平与获得感。 健全员工休息休假保障机制，不断增强员工的归属感与幸福感。 	<ul style="list-style-type: none"> 推动薪酬福利向一线、向核心人才倾斜，实现薪酬稳步增长。 保障员工休息休假权利，每年人均带薪休假天数 12 天。
 <p>人才发展</p>	<ul style="list-style-type: none"> 分层分类、系统完备的人才培养体系，全面提升员工专业素养与综合能力。 	<ul style="list-style-type: none"> 员工培训总投入 688 万元，培训覆盖率达 100%。
 <p>职业健康</p>	<ul style="list-style-type: none"> 在“十五五”期间，力争完成 3 家工厂健康企业建设工作，并通过国家认证。 	<ul style="list-style-type: none"> 严格落实职业健康管理，全年未出现员工职业病病例。

维护员工权益

合规雇佣

华润饮料严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国妇女权益保障法》以及《禁止使用童工规定》《中华人民共和国未成年人保护法》等法律法规，全方位关注员工招聘录用和离职处理等流程，切实保障员工合法权益。公司坚持尊重和保障人权，倡导多元化与机会平等，在招聘、用工及管理全过程中平等对待不同国籍、民族、性别、年龄、文化背景和宗教信仰的员工，坚决反对任何形式的歧视、强迫劳动、骚扰虐待及使用童工行为。一旦发现雇佣童工、强制劳动等违规情况时，将依法处理。2025 年，公司未发生重大劳动争议，各用工环节均无歧视。

2025 年

公司

未发生

重大劳动争议

各用工环节均

无歧视

促进就业

华润饮料严格遵守公司制定的《员工入职离职管理办法》，持续规范人才招聘和离职管理，保障员工合法权益。在招聘管理环节，公司对员工个人简历、家庭信息、薪酬信息、健康信息等实行严格保密，确保雇佣程序合规透明。同时，公司持续拓展多元化招聘渠道，线上通过官网、人才网站及政府类招聘平台发布招聘信息，线下积极参与各类专项招聘活动，为高质量吸纳人才夯实基础。在离职管理环节，公司规范办理工作交接、薪酬结算等离职手续，并收集分析离职原因及改进建议，以优化人才保留策略。

公司积极落实本地化雇佣政策，服务地方经济发展，促进本地人才实现充分就业与高质量就业，本地员工占比达 37%。结合生产经营实际，公司通过车间操作、仓储叉车及搬运等业务外包满足灵活用工需求，为劳动者提供更多灵活就业机会，推动当地用工与就业模式更加多元。同时，公司扎实推进退役士兵就业安置工作，主动对接地方政府了解安置计划，提供岗位信息及福利、发展路径等参考；积极践行驻港央企社会责任，响应集团有关香港大学生和港籍青年暑假实习计划，为香港青年提供就业机会、实习岗位和培训交流。

2025 年

公司共招录

2,404 人



薪酬福利

华润饮料严格遵守国家及地方有关薪酬福利、工作时间和休息休假等劳动法律法规，建立并持续完善具有市场竞争力的薪酬与福利体系，依法为员工缴纳社会保险和住房公积金，并提供企业年金、补充商业医疗保险及年度健康体检等多元化福利保障，切实履行雇主责任。

公司持续完善以绩效为导向的全员绩效管理体系，推动价值创造与长期激励相结合，对管理人员实施年度与任期相结合的业绩考核机制，对员工分层分类开展绩效管理，并通过专项激励措施刚性兑现考核结果，强化绩效与回报联动，持续激发员工队伍活力与组织效能。

民主管理

华润饮料延续并深化职代会制度，2025 年，公司召开第一届第三次职工代表大会，与会代表全面覆盖生产、销售、职能等全岗位序列，认真听取《2025 年华润饮料经营情况报告》，集体审议通过《华润怡宝饮料（中国）投资有限公司企业年金方案实施细则》（修订版）。此外，同步畅通职工诉求表达渠道，切实保障员工的知情权、参与权、表达权与监督权。



▲ 召开第一届第三次职工代表大会

申诉机制

为持续巩固员工申诉处理机制的“安全阀”功能，华润饮料工会依托工会会员代表大会、职工代表大会、问卷调查等多元渠道，确保员工申诉渠道的畅通高效。同步优化申诉事项全流程跟踪与闭环反馈机制，切实保障职工诉求实现“表达 - 流转 - 处置 - 反馈”的全闭环管理，推动申诉事项得到公正响应与高效处置。此外，针对员工绩效，华润饮料亦建立了较为完善的员工绩效申诉机制，切实保障员工合法权益。员工如对绩效结果存有异议，可根据制度在规定时间内提出申诉，人力资源部门将及时受理、核查并反馈裁决结果，确保绩效管理过程公平、公正，畅通员工诉求表达渠道，持续促进和谐稳定的劳动关系。2025 年，公司未收到涉及侵犯员工合法权益的投诉案件。

激发人才动力

畅通发展通道

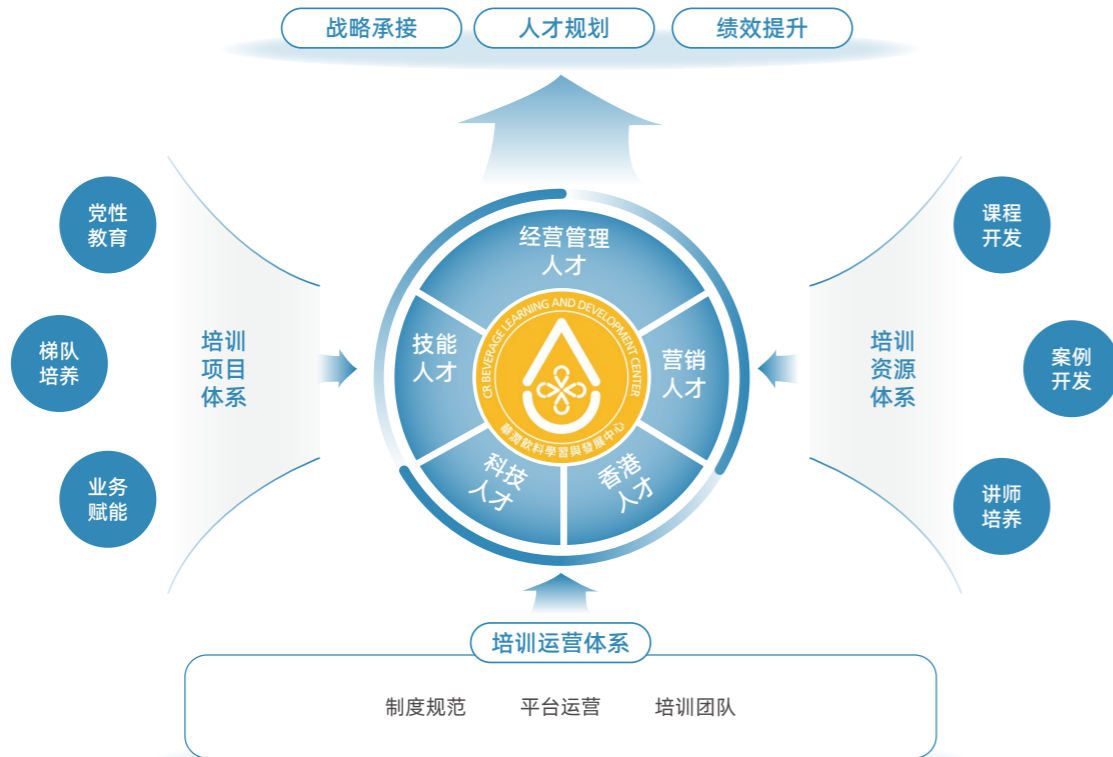
华润饮料建立了较为成熟完善且符合公司发展需要的岗位职级体系，设置了“管理 / 专业”职业发展双通道，定期实施岗位技能等级评价，鼓励员工持续提升专业技术能力，为员工提供多元化成长路径。同时，公司加强人才识别、任用和发展，强化岗位历练与末等调整，动态优化人才队伍结构。

健全培养体系

华润饮料依托培训项目、培训资源、培训运营三大体系聚焦基础建设，完善培训管理机制，推动“业务和人才发展双驱动”，助力公司人才梯队建设和组织能力提升。同时，针对“3+1”支人才队伍实施定向培养，通过“统筹规划、上下联动、分层实施”的组织方式，与业务中心高效协同，迭代华润饮料各条线分层分类培训项目体系，持续提升员工领导力及专业能力，为公司持续培养能征善战的高素质专业化人才队伍。



华润饮料培训体系



华润饮料学习与发展中心 分层分类培训项目体系

人才队伍	香港人才	营销人才	经营管理人才	技能人才	科技人才	职能专业人才				
类别	水 young 系列		水润系列	铸匠系列	智领系列					
全员	坚持党建引领，开展党纪教育、主题教育、廉洁教育、专题党课 “水润·博学坊”能力提升公开课，整合中心“水 young·先锋学习社”“优链学堂”“巧匠学堂”，开展全员主题赋能培训，提升员工核心竞争力									
管理干部	水 young·港才培优计划	水 young·市场营销训练营	水 young·现代王者训练营	水 young·销售管理训练营	落实《干部教育培训规划》，开展干部轮训班、联学培训等项目					
核心骨干					“水润·领航”中层管理训练营		工程师计划·专业技术培养项目	产品研发人才研修班	水 young·创X计划	
					“水润·助航”副职干部（扩大）培训班					人工智能人才专项培养
					“水润·蓄航”优秀年轻干部培训班					
基层员工	“水润·启航”核心骨干培训班		“水润·青春”培训生回炉训练营	“匠·才计划”（4-5级）	组织系统培训班	财务系统培训班* 新任基层党组织书记任职培训				
	“水 young·动力营”后备经理培训班						“班线长”训练营			
	“水 young·一线指挥官”销售组长培训班									
	校招员工 “未来之星”新员工训练营			社招员工 新员工入职培训班						

*注：财务管理训练班含水 young·业务财务训练营、生产财务骨干培训。

案例 | 华润饮料多维赋能人才培养，激发组织发展活力

经营管理人才培养：“水润·启航”核心骨干培训班（一期）

为加强干部梯队建设，华润饮料针对核心骨干推出“水润·启航”人才培养项目，聚焦“塑思想、强核心、促业务”三大主题，以“产供销协同”为核心，通过“集中学习+分班研讨”的方式共享培训资源，共赋能 144 名核心骨干能力提升，实现业务融合创效。



营销人才培养：水 young·一线指挥官项目

华润饮料营销中心始终坚持战略导向、业务导向、问题导向，分层级深化销售人才培养。为一线管理者量身打造“水 young·一线指挥官”项目，采取“营销中心统筹+大区个性化实施”的方式，覆盖终端执行与跟线辅导、饮料销售策略、渠道客户管理及团队管理等多领域。2025 年，累计开展 23 场，实现一线管理者培养 100% 覆盖。



生产人才培养：技能等级标准体系建设与技能人才赋能

华润饮料生产中心围绕“建标准、评能力、育人才、促业务”四大目标，推进技能等级标准体系建设，打通技能人才晋升通道。2025 年，完成机械维修岗技能等级认证，电气岗、吹灌岗、注塑岗技能等级标准开发，评审认定技术人员 123 人；建立“评培结合”与分级培养机制，培养高技能人才担任内训师，累计输出课程 54 门，开发 7 个关键业务课程蓝图，推动技术传承与经验积累。



运营人才培养：“优链学堂”培训项目

华润饮料运营中心紧扣“供应链枢纽”的职能定位设立“优链学堂”，聚焦业务难点、痛点开展赋能培训与党性教育，推进分层分类人才培养工作。2025 年，共组织 4 场“优链学堂”培训，累计覆盖员工 163 人次。其中 3 场聚焦“产销协同、供应链管理、采购管理”等重点工作，提升员工专业能力与综合素养；1 场围绕“学纪明纪守底线”开展廉洁专题党课，促进党建与业务融合。



青年人才培养：2025 年“未来之星”新员工训练营华西六营（饮料营）

2025 年 7-8 月，“未来之星”新员工训练营华西六营（饮料营）以“因为热爱，足 GOAL 精彩”为主题，打造沉浸式“营超”体验，并创新开展“传承红色基因，点亮华润故事”活动。此外，训练营首次启用“怡星足梦”数智系统，实现培训全程可视化、游戏化管理，激发学员拼搏热情与团队活力，在热爱与成长中书写精彩篇章。



落实员工关怀

职业健康

华润饮料严格遵守《华润饮料环境健康和安全管理制度》及相关 EHS 管理规范与技术标准，持续推进职业健康管理体系标准化、规范化建设；落实建设项目职业健康“三同时”要求，动态更新职业健康危险源库，并对职业病危害风险实施分级分类管控；系统化培养职业健康管理人员，强化制度执行与专项检查，提升职业健康管理效能；开展“职业健康企业”评选，树立先进典型，发挥示范引领作用；常态化开展职业健康宣传周，推动改善项目落地并推广优秀案例；搭建员工参与平台，鼓励员工通过“我要安全报隐患”小程序主动报告岗位风险，持续营造安全、健康、舒适的工作环境。



2025 年
 华润饮料南宁工厂、肇庆工厂、河源工厂、万绿湖工厂、武汉工厂 5 家工厂通过
ISO 45001 体系认证



▲ 开展应急救护与心脑血管疾病防治专题培训

员工满意度调查

华润饮料为切实倾听员工心声、了解员工需求，开展全体员工满意度专项调查，围绕企业文化认同、企业社会责任感知、工作环境与条件、团队氛围、职业发展、福利待遇等多维度设计调研问题，全面摸排员工在工作与职业发展中的体验与诉求，并针对调研结果进行深度分析，把调研成果转化为提升员工体验、激发团队活力的实际行动，持续打造更具温度、更有活力的职场环境。

2025 年
 公司员工满意度
84.67%

人文关怀

华润饮料为发扬员工互助友爱精神，持续传递“关爱互助、感恩成长”的价值理念，设立“员工互助基金”为遭受重大疾病、意外事故和自然灾害的员工家庭及时提供帮扶支持。

公司严格遵守《女职工劳动保护特别规定》，保障女性员工的合法权益，依法落实产检假、产假、哺乳假及育儿假，在年度体检中设置女性体检项目，持续完善女性健康关怀体系，营造包容、可持续的工作环境。

2025 年
 员工互助基金累计救助困难员工
23 人
 发放互助金约
82.5 万元

工作生活平衡

华润饮料常态化开展员工生日会、读书分享会，并联合华润体系内兄弟单位开展青年联谊活动，丰富员工的精神与社交生活，强化企业与员工的情感纽带。2025 年，公司延续 7 个文体协会的组织载体，持续开展形式多元、内涵丰富的特色文体活动，鼓励员工参与城市马拉松赛事，引导职工以健康体魄与积极心态投身工作。



▲ 开展青年联谊活动



▲ 参与城市马拉松赛事

05 分享美好 带来正向改变

治理

华润饮料秉持“以责任引领发展、以行动创造美好”的价值追求，围绕公共责任建立系统化管理机制，并将其全面纳入公司可持续发展与社会责任工作体系。公司依托环境健康和全部、办公室、党群工作部、营销中心等多部门和业务中心协同联动，推动安全生产、社区投资、公益慈善等工作规范开展，确保资源投入透明可追溯、项目过程可管控、实施成效可评估，持续提升社会责任管理的系统性与有效性。

战略

华润饮料坚持将公益慈善与社区投资融入企业发展战略，围绕“安全生产、民生关怀、教育支持、乡村振兴、应急救援与志愿服务”等方向，发挥饮料行业贴近公众生活、渠道触达广、资源调配效率高的优势，形成常态化、品牌化、可持续的公益模式，强化社区共融与社会价值共创，同时促进品牌温度与公众信任的持续积累，为社会创造有温度、有质感的公共价值。

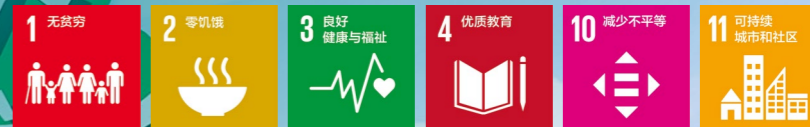
怡起悦读 陪伴成长

悦读发现美好中国



| 怡 | 所 | 图 | 书 | 馆 |



本章所回应的 SDGs 议题



影响、风险和机遇管理

风险 / 机遇	潜在影响	应对策略
 <p>安全生产风险</p>	<ul style="list-style-type: none"> 生产制造与仓储物流作业中如现场管控不到位，可能引发人员伤害、设备停机与生产中断并带来合规与声誉风险。 	<ul style="list-style-type: none"> 完善安全责任体系、强化隐患排查治理、规范关键岗位培训与应急管理，推动安全管理闭环运行。
 <p>应急救援风险</p>	<ul style="list-style-type: none"> 在自然灾害或突发事件中，若响应机制与资源调配不及时，可能影响救援效率与社会观感。 	<ul style="list-style-type: none"> 完善应急响应与物资调配机制，发挥全国供应链与渠道网络优势，建立快速联动与协同机制，提升应急捐赠与公益支援的效率与精准性。
 <p>社区投资机遇</p>	<ul style="list-style-type: none"> 通过长期、稳定的社区投入与共建行动，有助于提升企业社会形象与公众认可度，增强与社区及地方伙伴的互信关系，为企业稳健经营营造良好外部环境。 	<ul style="list-style-type: none"> 聚焦乡村振兴、低碳环保、体育赛事、大湾区发展等重点方向，打造品牌化、常态化社区投资项目，推动“共建共享”从活动参与向长期合作与能力建设延伸。
 <p>公益慈善机遇</p>	<ul style="list-style-type: none"> 公益慈善与志愿服务有助于强化品牌温度与消费者好感，提升渠道合作黏性；同时增强员工参与感与归属感，促进组织凝聚力提升。 	<ul style="list-style-type: none"> 结合企业产品属性与资源优势，持续开展公益赠水、助学助困等项目，鼓励员工参与志愿服务，形成“品牌公益+员工参与”的协同模式，提升公益影响力与可持续性。

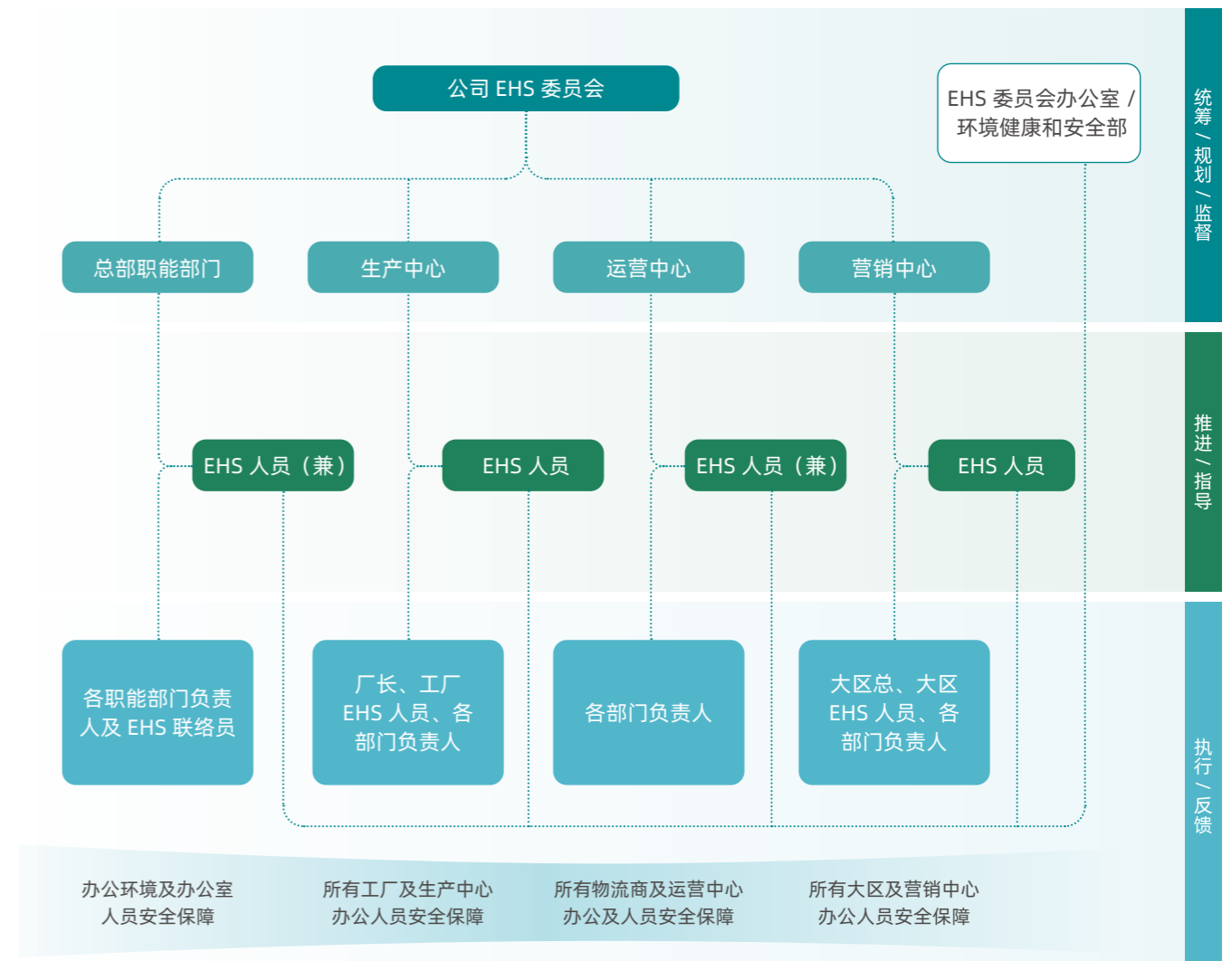
指标与目标

议题	中长期目标	2025 年进展
 <p>安全生产</p>	<ul style="list-style-type: none"> 力争实现“零亡人事故、EHS 零不合规事件”双重承诺，推进本质安全和合规运营。 	<ul style="list-style-type: none"> 全年未发生一般及以上生产安全事故。
 <p>公益捐赠</p>	<ul style="list-style-type: none"> 恪守责任担当，提高捐赠规范，服务社区建设，积极回应公众关注。 	<ul style="list-style-type: none"> 更新修订捐赠管理办法，优化相关审批流程，积极沟通各单位落实捐赠规范，2025 年慈善公益捐赠总额 41.96 万元。 高效发挥“救灾公益快速响应机制”，2025 年向各灾区及社区捐赠超 2.4 万箱饮用水。

筑牢安全底线

| 安全生产管理

华润饮料严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》等国家法律法规，系统构建安全生产管理体系。公司设立 EHS 委员会，建立健全覆盖全员、全过程的安全生产责任体系，制定并更新全员安全生产责任清单与工作任务清单，并针对全员和承包商与第三方人员发布涵盖事故率、舆情管理、集团重点任务、环保双碳、绿色工厂及体系建设五大主题的年度目标，确保责任到岗、落实到人。同时，持续推进 EHS 管理制度与技术标准的完善，修订并发布《华润饮料环境健康和安全管理制度》及相关标准规范，全面提升员工健康与安全管理的标准化、规范化水平。定期召开安全生产专题会议，深入分析安全生产形势，研究部署重点任务，及时解决重大安全问题，切实筑牢企业安全发展根基。2025 年，公司未发生一般及以上安全生产事故。“十五五”期间，华润饮料将力争在 3 家工厂开展健康企业建设，并通过国家认证。



应急能力提升

华润饮料始终坚持“预防为主、预防与应急相结合”的应急管理方针，系统开展突发事件风险识别与评估，持续修订综合应急预案，着力提升预案的适用性与可操作性。同时，公司按需配备专业应急救援人员及关键应急物资，包括救援担架、AED 自动体外除颤仪、正压式空气呼吸器、气体监测仪、消防战斗服等，夯实应急保障能力，确保在突发情况下能够快速、高效、科学地响应与处置，全力保障员工生命安全与生产运营稳定。



▲ 河源工厂叉车事故专项应急演练



隐患排查整治

华润饮料建立健全隐患排查治理长效机制，坚持“全覆盖、零容忍、重实效”原则，每月定期开展系统性安全隐患排查，做到早发现、早处置。2025 年，公司累计识别各类隐患 2,262 条，均如实记录、及时通报，并明确整改责任到岗到人，确保按时闭环整改。在年度 EHS 监督检查中，共发现隐患 583 条，整改关闭率 100%；各基层单位同步自主开展专项安全排查 515 次，发现并彻底整改安全隐患 1,236 条，实现隐患治理闭环管理。同时，公司积极鼓励员工参与安全管理，通过“我要安全报隐患”小程序主动上报隐患 443 条，有效营造“人人讲安全、全员查隐患”的良好氛围，持续夯实企业本质安全基础。



风险识别管控

华润饮料严格落实职业健康安全管理体系要求，通过量化指标评价体系开展风险识别与评估工作，系统构建并持续完善危险源辨识、风险分级管控与隐患排查治理，并配合月度管理要求实现动态监控，源头上防范和控制职业健康安全风险，切实保障员工身心健康与作业安全。



| 安全培训宣贯

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

 <p>职业健康宣传周期间，共开展职业健康警示教育、职业健康专题培训等主题活动 79 次，宣传受众达 11,087 人次。</p>	 <p>安全生产月系列活动中，开展安全主题宣传、知识竞赛、技能比武等活动，受众达 11,000 人次。</p>
 <p>消防宣传月期间，各工厂、销售大区组织消防应急演练活动，累计参加人数超 8,500 人次。</p>	 <p>在集团 EHS 网站和公司内网发布 74 份通讯稿件，多元化宣传 EHS 文化。发布 5 期 EHS 文萃专刊（含 4 期海报、1 份 EHS 应知应会手册），提升员工 EHS 意识。</p>

聚焦香港发展

华润饮料深耕香港市场，依托在港上市优势和“怡心润港”慈善公益平台，重点围绕“服务香港社区”“助力青年发展”等方向，携手香港特别行政区教育局、惜食堂、港九劳工社团联合会等 20 余家机构开展公益行动，全年参与支持社区公益活动 104 场次，提供市场价近 100 万港币的 20 万余支水及饮料服务。通过持续深化在港业务与社会责任实践，公司进一步提升品牌认同与市场影响力，在港业务营收同比增长 49%，再创历史新高。

2025 年

参与支持社区公益活动

104 场次

提供市场价近

100 万港币

的 20 万余支水及饮料服务

| 重视在港业务

华润饮料积极响应粤港澳大湾区发展战略号召，承接集团“立足香港”的战略规划，持续做深做实香港公司本地化业务。2025 年，华润饮料香港团队架构持续优化，通过细化工与高效协作，形成“销售模组前线深耕 + 职能模组专业支撑”的运作模式，团队组织能力与市场战斗力进一步提升。

自 2019 年启动港澳业务以来，华润饮料持续推动怡宝产品在港经营，坚持自有品牌发展策略和丰富港澳市场产品线，持续丰富产品矩阵，扩大怡宝品牌在港影响力，满足消费者多样化需求。“十四五”期间总营业额年复合增长率达 124%，逐渐从“水业务为主”向“水饮协同发展”阶段过渡，夯实公司在港经营基础与品牌影响力。

| 服务香港社区

华润饮料秉持“扎根社区、服务民生”理念，持续深化“怡心润港”品牌建设，面向基层劳工、长者及弱势群体开展多元关怀行动。公司联合润爱同行、港九劳工社团联合会及各区关爱队等，开展暑期关怀、入冬送暖、端午派粽等活动，通过饮品捐赠与物资派发，为基层群体送去清凉与温暖。同时，华润饮料与惜食堂保持月度捐赠合作，并支持社区疫苗接种日、健康生活嘉年华等公益健康活动，助力全民健康，提升社区凝聚力与幸福感。



▲ 香港社区捐赠

▲ “怡宝宝贝重塑计划”走进香港社区

▲ 案例 | 携手润爱同行共建香港社区公益合作机制

2025 年 9 月 10 日，华润饮料与润爱同行在香港签署互促共建活动协议，双方秉持“怡心润港，共创同行”的合作共识，充分整合资源优势，建立健全定期沟通、信息共享、项目合作机制，在公益慈善等多领域深化合作，共同增进香港民生福祉。截至 2025 年底，双方已联合开展覆盖多个地区的社区服务公益活动约 10 场次，持续以实际行动回应社区需求，传递企业温度。



响应灾情险情

华润饮料持续发挥“救灾公益快速响应机制”，与香港警务处、民政事务署、区议员办事处、关爱队等保持密切联动，高效应对各类突发事件。2025 年累计响应大埔宏福苑火灾、桦加沙台风防灾、鲤景湾食水异常、上水社区饮用水污染、马鞍山锦骏苑食水异常等突发险情灾情 6 起，第一时间调配怡宝纯净水等应急饮品，为受灾居民及抢险人员提供饮水安全保障。

案例 | 快速响应，支援香港大埔火灾

2025 年 11 月 26 日，香港大埔发生重大火灾后，华润饮料迅速启动“救灾公益快速响应机制”，第一时间协调港澳业务、当地经销商等内外部资源，快速调配运输 10,080 瓶 555mL 怡宝纯净水，保障受灾居民的基本饮水安全。同时，公司港澳业务安排 2 名青年员工报名参加义工服务队，前往临时庇护中心参加物资分发、生活帮扶等工作，体现了华润饮料在突发事件中快速响应、支援社区的能力及对社会责任的持续践行。



增强文化认同

围绕中华人民共和国成立 76 周年、香港回归 28 周年等重要节点，华润饮料积极联动爱国团体、区议会及同乡社团，开展多元化爱国主题活动，支持“大埔贺国庆 76 周年活动·国庆嘉年华暨同乡市集”“庆祝香港回归主题社区观影活动”等，并通过饮品捐赠为活动提供保障，与市民共同营造爱国爱港的浓厚氛围，厚植家国情怀。在文化传承方面，公司积极助力“2025 木兰文化节”“第六届湖湘文化及美食节”“屯门龙舟竞渡”等活动，支持非遗文化展示与传统民俗展演，推动潮汕文化、湖湘文化等中华优秀传统文化在港传播，增强市民文化认同感与归属感。

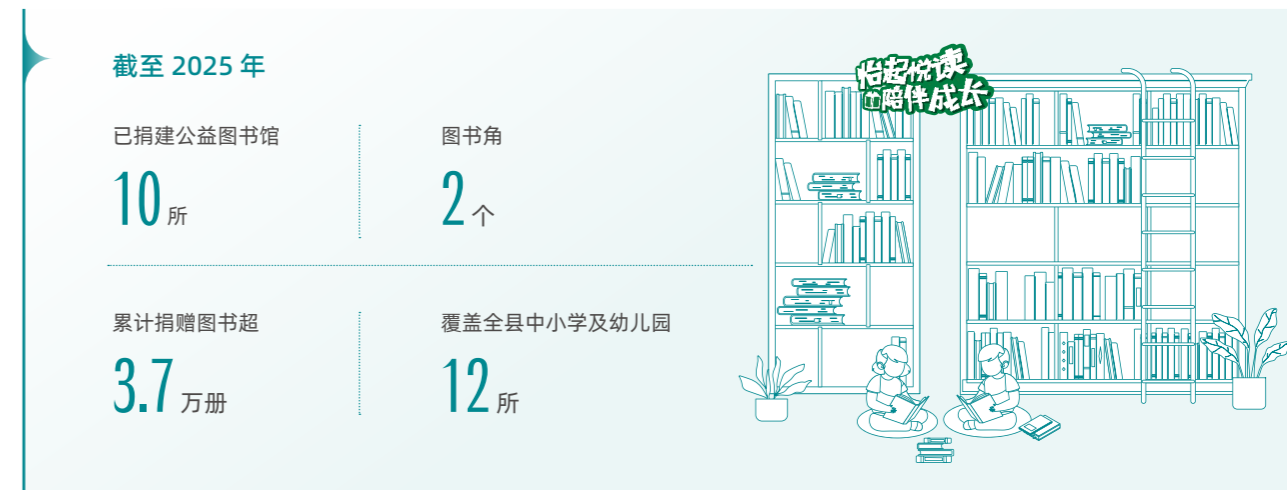
助力青年发展

华润饮料深化与体育团体、校园组织的合作，全方位支持青少年成长成才。2025 年，公司协同中国香港空手道总会、九龙城区体育会、中国香港伤残人士体育协会等机构，支持“全港空手道大赛”“全港中小學生劍擊邀請賽”等各类体育赛事约 20 场，为参赛选手、义工及工作人员提供饮品支持，助力青年强健体魄、锤炼意志。同时，落实集团“四业”工作要求，走进沙田公立学校等校园，开展“润爱互联网安全主题宣讲及再生电脑捐赠活动”“趣味公益课堂”等，延续“水环保”等特色主题，关注青年学业进步与价值观塑造，助力青年加速融入国家发展大局。

助力乡村振兴

接续定点帮扶

华润饮料积极落实华润集团定点帮扶工作要求，持续深化对江西省广昌县的帮扶支持，围绕教育帮扶、产业振兴与民生改善等重点领域精准发力。2025 年，公司选派第 5 任华润挂职干部赴广昌县担任县委常委、副县长，开展为期两年的定点帮扶工作，助力广昌县人居环境提升、教育条件改善及文旅产业发展，服务乡村振兴与县域高质量发展；自 2010 年起，公司在广昌持续实施“百图计划”，截至 2025 年已捐建公益图书馆 10 所、图书角 2 个，累计捐赠图书超 3.7 万册，覆盖全县 12 所中小学及幼儿园，进一步完善基层教育条件、助力文化振兴；连续三年捐赠水饮支持“华润·广昌乡村振兴杯”青少年足球邀请赛，丰富青少年体育活动，提升社区参与度与品牌影响力。



▲ 华润饮料选派的广昌县挂职干部参加第 248 所乡村公益图书馆——广昌甘竹镇中心小学图书馆开馆仪式



▲ 甘竹镇中心小学的孩子们在图书馆认真阅读

推进小镇建设

华润饮料持续深化对南江华润希望小镇的帮扶支持，助力小镇提升治理效能和可持续发展能力。2025 年，公司选派年轻骨干担任南江小镇第二任轮值镇长，推动乡村振兴举措落地。此外，依托自身业务优势与品牌调性，华润饮料积极探索以南江大叶茶为原料的饮料产品开发，并连续两年赞助怡宝水支持南江“羊 BA”篮球擂台赛，打造农文旅体融合发展的特色帮扶实践，持续丰富小镇文化生活、提升内生发展动能。



▲ 华润饮料全程支持南江“羊 BA”篮球擂台赛

续写“百图计划”

华润饮料聚焦“智志双扶”，以“怡宝百所图书馆计划”为抓手，持续优化文化教育帮扶模式。自项目启动以来，公司已连续开展 19 年，累计投入逾 6,000 万元，覆盖全国 20 个省、5 个自治区和 3 个直辖市，捐建落成 251 所乡村公益图书馆，捐赠书籍逾百万册，惠及儿童超百万人。2025 年，公司在江西广昌、福建清流、宁夏海原等华润集团定点帮扶县和对口支援县，以及陆丰华润希望小镇，新建 4 所图书馆，并定期开展爱心回访与公益课堂，进一步完善可持续教育帮扶生态。

累计投入逾
6,000 万元



案例 | “百图计划”第 250 所公益图书馆落地宁夏海原

2025 年 11 月 18 日，华润饮料“百图计划”捐建的第 250 所公益图书馆在海原县甘城乡九年一贯制学校正式开馆。开馆当天，公司特别策划“开馆第一课”，邀请中国科学院物理研究所研究员、科普作家罗会仟老师为孩子们带来《读唐诗学物理》主题悦读分享课，激发孩子们的阅读兴趣与探索精神，帮助其在沉浸式课堂中拓宽视野、提升学习动力。



“百图计划”在阅读课堂的基础上，持续延伸帮扶模式，打造乡村振兴音乐教室。2025 年，公司一对一结对帮扶四川省凉山彝族自治州雷波县汶水镇阿依合唱团，组织其参加华润集团 2025 年荣誉盛典，演唱与怡宝合唱团共创曲目《时间的答案》；同时开展在港研学活动，带领孩子们走进香港故宫文化博物馆、科技馆及维多利亚港等地参观学习，拓宽视野、激发求知热情，助力其在多元体验中成长，为未来发展播下梦想与责任的种子。



▲ 华润饮料组织合唱团参加华润集团 2025 年荣誉盛典

传递向善力量

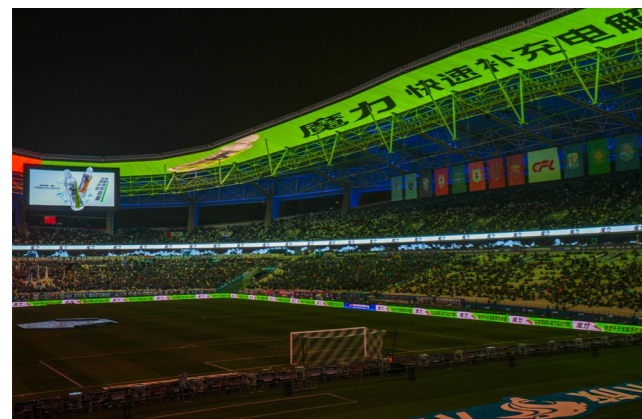
支持体育事业

华润饮料坚持长期主义，持续支持中国体育事业发展，围绕中国国家队 /TEAM CHINA、中国足球职业联赛与马拉松三大重点领域，为赛事组织与运动参与提供稳定的饮用水保障与支持。2025 年，公司再度成为中国国家队官方合作伙伴，为 70 余支国家运动队提供饮用产品服务，助力国家队备战与参赛需求；冠名中超、中甲、中乙三级职业联赛，实现中国职业联赛首次统一冠名商，并赞助 U 系列联赛支持青少年足球，形成覆盖“塔尖至塔基”的足球生态支持体系；持续 13 年陪伴中国马拉松运动，累计合作赛事超 1,300 场，通过赛事服务与跑者互动活动，持续倡导健康生活方式，共筑中国体育事业发展的坚实未来。

【拓展阅读】



扫一扫，看怡宝足球宣传片《因为热爱》



▲ 冠名中超联赛



▲ 助力马拉松赛事

重视文化传承

华润饮料积极推动中华优秀传统文化的传承与创新表达，将文化内涵融入产品设计与品牌实践，持续提升消费者对传统文化的认同与共鸣。2025 年，怡宝露以东方美学为灵感推出“诗话密码”典藏款礼盒装，将传统文化意象与现代艺术表达相结合，并采用瓶身贴金工艺，展现中式审美与匠心品质。此外，至本清润再度联名舞蹈诗剧《只此青绿》，联合赞助《圆桌派》，通过文化 IP 合作持续深化中式经典品牌形象，拓展文化传播场景，助力传统文化在当代语境中的传播与焕新。



▲ 至本清润 × 《只此青绿》联名 KV

倾情社区公益

华润饮料持续规范慈善捐赠工作，第二次修订完善《华润饮料对外捐赠管理办法》，优化流程机制，提升公益行动的规范性与响应效率，鼓励和支持员工扎根社区、心系家园，广泛开展慈善捐赠与志愿服务等公益活动。2025 年，公司在亲水护水志愿活动中向深圳市南山区志愿者联合会捐赠怡宝纯净水，保障一线志愿者外勤饮水需求；组织青年员工参与集团公益献血启动仪式，以热血传递生命希望；开展高考公益赠水，为考生提供更加全面、细致的暖心服务；启动“城市降温计划”，为户外劳动者送去清凉关爱，提供便捷补水支持，持续助力构建更有温度、和谐共生的社区环境。



▲ 华润饮料开展亲水护水志愿活动



▲ 华润饮料组织员工参加“青春献热血 志愿向未来”中国华润团委第三届公益献血活动



案例 | 华润饮料再启“城市降温计划”，致敬高温下的坚守

2025 年，华润饮料再次启动“城市降温计划”，面向环卫工人、交警、快递员、建筑工人、电力工作者等户外劳动者传递清凉与关爱，将饮用水送到高温作业一线。同时，公司联合各地公益组织在城市街头巷尾设置“爱心取水点”，为高温下坚守岗位的劳动者提供随时补水的便利站，以点滴行动传递基层关怀，助力营造更有温度的城市公共服务环境。



驰援抢险救灾

华润饮料坚持与时俱进，结合救灾实践中的问题反馈，持续优化完善“救灾公益快速响应机制”指引，提升应急处置效率与协同能力。当发生地震、山火、暴雨、洪涝等自然灾害，以及火灾、水污染等事故灾难及公共卫生事件时，华润饮料依托自身完善的销售网络，快速地驰援灾区，第一时间调配并送达大量饮用纯净水及帐篷等救灾物资。

截至 2025 年底

华润饮料参与救灾抢险应急及社会公益支持约

380 次

累计捐赠包装饮用水和饮料近

50 万箱

案例 | 华润饮料紧急驰援逾 6 万瓶怡宝水送抵粤北灾区

2025 年 6 月 15 日，台风“蝴蝶”过境广东，清远、云浮、肇庆多地受到严重的灾害影响，饮用水保障需求紧迫。华润饮料密切跟进灾情，秉持“从近从快”的原则，高效整合资源，紧急调拨逾 6 万瓶怡宝水驰援粤北灾区，全力保障受灾群众和一线救灾人员的饮水安全。



相关方感言

“看着受灾地区群众和满身泥泞的一线救灾工作者终于能喝上安全的饮水，那一刻，所有的奔波都值得了。”

——员工志愿者胡捷



▲ 驰援四川珙县、兴文县洪灾



▲ 驰援西藏日喀则地震灾区

展望 2026

与时代同频，与未来同行。2026 年，是“十五五”壮阔新篇的开启之年，也是华润饮料迈向高质量发展、加快战略落地与能力跃升的全新起点。华润饮料将基于既有的坚定共识，围绕“蓄力发展”“优质产品”“绿色低碳”“携手共赢”四大着力点，主动融入国家高质量发展的脉搏，努力将时代机遇转化为企业更可持续、更富温度的增长动能，在与国家同频的进发中创造更具韧性价值的未来。

蓄力发展

我们将持续完善公司治理与风险管理体系，强化合规运营与信息披露质量，提升经营透明度与管理效能，切实保护投资者合法权益；坚持深化国企改革，以创新驱动发展，推进数字化能力建设与运营效率提升，拓展新渠道、新场景与新动能，为企业长期稳健增长注入持续动力。

携手共赢

我们将继续践行央企责任担当，携手合作伙伴共建共赢，推动责任价值在产业链协同中落地见效；持续完善员工发展与关怀保障体系，激发组织活力与人才动能；积极支持体育赛事与文化遗产，多点发力开展慈善公益，推动乡村振兴走深走实，不断深化在港业务布局与责任实践，促进企业与伙伴、员工、社会的共同成长。

优质产品

我们将坚持以消费者为中心，紧扣健康化、多元化、品质化消费趋势，以严谨的质量管理体系为保障、以前沿研发创新能力为支撑，持续强化食品安全与全流程质量管控，打造更丰富多元、优质可靠的产品矩阵；同时，以更高标准的服务回应市场与社会期待，不断提升品牌口碑与用户信任，稳步迈向世界一流综合饮料企业目标。

绿色低碳

我们将积极响应国家“双碳”战略，持续推进节能降耗与减排提效，推动各工厂向更高能效、更低排放方向升级；提升能源管理和清洁能源使用水平，优化包装减量与材料选择，探索循环利用路径，降低产品全生命周期环境影响；积极开展绿色公益倡导，以更具体系化、可复制的实践路径助力行业绿色转型。



附录

| ESG 政策列表

ESG 指标	2025 年内部政策名称	2025 年遵守法律及规例名称	
A. 环境	A1 排放物	《华润饮料废水管理政策》 《污水排放管理规定》	《中华人民共和国环境保护法》 《中华人民共和国水污染防治法》 《中华人民共和国水法》 《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》 《排污许可管理条例》 《排污许可管理办法》 《国家危险废物名录》
	A2 资源使用	《华润饮料水资源管理政策》 《华润饮料包材管理政策》 《饮用水 PET 瓶标准》 《饮用水纸箱标准》 《环境监测与测量管理规定》	《中华人民共和国环境保护法》 《中华人民共和国节约能源法》 《固定资产投资项目管理节能审查办法》 《节约用水条例》 《中华人民共和国食品安全法》 《食品安全国家标准 食品接触材料及制品用添加剂使用标准》 《定量包装商品计量监督管理办法》
	A3 环境及 天然资源	《华润饮料能源管理政策》 《华润饮料生物多样性保护政策》 《华润怡宝生态保护管理指南》	《中华人民共和国节约能源法》 《中华人民共和国可再生能源法》 《中华人民共和国环境保护法》 《中华人民共和国森林法》 《中华人民共和国自然保护纲要》 《中华人民共和国环境影响评价法》 《建设项目环境保护管理条例》 《建设项目环境影响评价登记备案管理办法》 《中央企业节约能源与生态环境保护监督管理办法》
B. 社会	B1 雇佣	《劳动合同及用工管理办法》 《员工入职离职管理办法》	《中华人民共和国劳动法》 《中华人民共和国劳动合同法》 《工资支付条例》
	B2 健康与安全	《华润饮料健康与安全政策》 《华润怡宝质量、环境健康和安全管理规定》	《中华人民共和国安全生产法》 《中华人民共和国职业病防治法》 《中华人民共和国消防法》
	B3 发展及培训	《员工培训管理办法》	《中华人民共和国劳动法》

ESG 指标	2025 年内部政策名称	2025 年遵守法律及规例名称	
B. 社会	B4 劳工准则	《劳动合同及用工管理办法》 《考勤与休假管理办法》 《薪酬福利管理办法》	《中华人民共和国劳动法》 《中华人民共和国劳动合同法》 《中华人民共和国妇女权益保障法》 《中华人民共和国未成年人保护法》 《禁止使用童工规定》
	B5 供应链管理	《华润饮料可持续采购政策》 《华润饮料供应商行为准则》 《华润饮料采购管理制度》 《华润饮料供应商管理办法》 《华润饮料生产性材料合作供应商管理细则》	《中华人民共和国招标投标法》 《中华人民共和国招标投标法实施条例（2019 修正）》 《中华人民共和国政府采购法》 《中央预算单位政府集中采购目录及标准（2020 年版）》
	B6 产品责任	《华润饮料负责任营销政策》 《华润饮料消费者促销活动执行检查实施细则》 《华润饮料终端制作类物料实施细则》 《华润饮料产品管理评估办法》 《华润饮料品牌管理办法》 《华润饮料内部项目管理》 《华润饮料新产品开发流程》	《中华人民共和国广告法》 《中华人民共和国商标法》 《中华人民共和国消费者权益保护法》 《中华人民共和国个人信息保护法》
	B7 反贪污	《华润饮料商业道德准则》 《华润饮料反腐败政策》 《防止利益冲突管理办法》 《海外投资反商业贿赂合规管理指引》 《采购人员廉洁自律及规范关联交易承诺书》 《阳光宣言》	《中华人民共和国公司法》 《中华人民共和国刑法》 《中华人民共和国反洗钱法》 《中华人民共和国反不正当竞争法》 《中华人民共和国反垄断法》 《华润集团商业行为守则》
B8 社区投资	《华润饮料对外捐赠管理办法（2025 年版）》	《中华人民共和国公益事业捐赠法》 《中华人民共和国慈善法》	

数据列表

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
经济责任				
资产总额	亿元	130.02	186.94	153.89
净资产	亿元	73.73	118.61	113.13
权益回报率	%	20.1	17.3	8.7
利润总额	亿元	18.7843	22.2369	12.1608
总资产回报率	%	11.3	10.5	5.9
纳税总额	亿元	10.8	11.42	8.91
廉洁警示教育培训次数	次	> 40	> 40	> 30
廉洁警示教育培训人次	人次	> 3,000	> 3,000	> 3,000
接受反商业贿赂及反贪污培训的董事人数	人	-	12	16 ¹
接受反商业贿赂及反贪污培训的董事占比	%	-	100	100
接受反商业贿赂及反贪污培训的管理层人员人数	人	107	108	105
接受反商业贿赂及反贪污培训的管理层人员占比	%	100	100	100
接受反商业贿赂及反贪污培训的员工人数	人	> 3,000	> 3,000	> 3,000
接受反商业贿赂及反贪污培训的员工占比	%	> 27.3	> 26.8	> 26.3
提出或已审结的贪污诉讼案件数目	件	-	0	0
员工责任				
员工总人数	人	10,970	11,194	11,374
男性员工数量	人	6,969	7,227	7,310
女性员工数量	人	4,001	3,967	4,064
管理人员数量	人	107	108	105
普通人员数量	人	10,863	11,086	11,269
全职员工数量	人	10,970	11,194	11,374
兼职员工数量	人	0	0	0
30 岁以下员工数量	人	1,655	1,615	1,619
30-50 岁员工数量	人	9,062	9,289	9,384
50 岁以上员工数量	人	253	290	371
中国大陆地区员工数量	人	10,957	11,173	11,344
中国港澳台地区员工数量	人	13	21	30
海外地区员工数量	人	0	0	0
少数民族员工数量	人	-	-	696
研究生学历员工数量	人	143	156	168
本科学历员工数量	人	1,878	2,063	2,273
大专及以上学历员工数量	人	8,949	8,975	8,933

¹ 2025 年，公司存在董事新任、离任等正常人员更迭，接受反商业贿赂及反贪污培训的董事共 16 人。

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
吸纳就业人数	人	2,207	2,210	2,404
雇佣农民工人数	人	1,366	1,385	1,517
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
参与工会的员工比例	%	100	100	100
体检覆盖率	%	100	100	100
每年人均带薪休假天数	天	11.5	12.3	12
女性管理者比例	%	22	20	21
员工内部调动或内部应聘的数量	人	615	921	805
员工培训次数	次	-	856	1,439
员工培训总人次	人次	64,042	70,570	120,573
员工培训总投入	万元	681	418.8	688
员工培训覆盖率	%	95	97.3	100
男性员工培训覆盖率	%	-	97.5	100
女性员工培训覆盖率	%	-	87.9	100
管理人员培训覆盖率	%	-	100	100
普通人员培训覆盖率	%	-	97.2	100
30 岁以下员工培训覆盖率	%	-	98	100
30-50 岁员工培训覆盖率	%	-	97.1	100
50 岁以上员工培训覆盖率	%	-	98.2	100
人均培训时长	小时	11.3	17.8	23
男性员工人均培训时长	小时	-	18.6	24.4
女性员工人均培训时长	小时	-	17	20.6
管理人员人均培训时长	小时	-	70.5	142.7
普通人员人均培训时长	小时	-	17.2	21.9
30 岁以下员工人均培训时长	小时	-	17.6	28
30-50 岁员工人均培训时长	小时	-	17.8	21.4
50 岁以上员工人均培训时长	小时	-	17.9	47.8
救助困难员工	人	20	24	23
走访慰问困难员工家庭	户	-	-	2
救助患病员工	人次	-	-	13
困难员工救助投入	万元	65	69.5	82.5

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
员工满意度	%	-	-	84.67
员工流失率	%	19.50	17.58	19.51
男性员工流失率	%	22.66	20.51	22.85
女性员工流失率	%	14	12.34	13.4
30 岁以下员工流失率	%	46.37	46.23	47.15
30-50 岁员工流失率	%	14.56	12.45	14.61
50 岁以上员工流失率	%	8.81	11.47	16.19
中国大陆地区员工流失率	%	19.47	17.56	19.46
中国港澳台地区员工流失率	%	40	30	38.46
劳动纠纷案件的数量	件	9	19	14
客户责任				
发生泄露客户信息事件数量	件	0	0	0
产品标签不合规数量	个	0	0	0
客户投诉数量	单	3,727	3,229	3,046
客户投诉反馈处理数占投诉数比重	%	100	100	100
营销诉讼损失	万元	0	0	0
产品出厂检验合格率	%	100	100	100
健康与安全原因须撤回和召回的产品数量百分比	%	0	0	0
研发投入	万元	6,151	5,335.4	7,693.4
研发投入占主营业务收入	%	0.46	0.39	0.70
科研工作人员数量	人	103	140	142
科研工作人员所占比例	%	0.9	1.25	1.25
应用于主营业务的发明专利数量	件	4	6	6
新增专利数	件	7	21	19
持有专利及专利申请数	件	80	72	90
著作权申请数和授权数	件	3	11	10
有效专利数	件	53	51	69
环境责任				
环保总投入	万元	600	3,011	189.7
节能减排技术改造投入	万元	520	2,353	42
可再生能源消耗量 ²	兆瓦时	4,420.20	30,199.05	63,380.40

² 公司在生产经营过程中所消耗的来源于单独签约或自发自用的可再生能源电量。

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
购买电力 ³	兆瓦时	138,242.93	274,646.53	273,920.88
直接能源消耗量	兆瓦时	10,635.37	35,314.29	68,392.70
间接能源消耗量	兆瓦时	157,604.16	309,941.32	317,513.50
综合能源消费量 ⁴	兆瓦时	168,239.53	345,255.60	385,906.19
水资源消耗强度 ⁵	吨 / 吨	1.78	1.76	1.87
年度新鲜水用水量	万吨	799.20	1,298.03	1,366.20
重复用水量	万吨	128.89	276.31	181.99
废水排放量	万吨	111.83	156.14	234.67
废水污染物排放量	吨	10.13	16.15	24.64 ⁶
废水污染物排放浓度 ⁷	毫克 / 吨	9,060.09	10,344.56	10,499.42
废气污染物排放量	吨	1.29	1.57	1.12
废气污染物排放浓度 ⁸	毫克 / 立方米	113.512	0.717	0.624
一般工业固体废物产生量	吨	1,420.71	4,147.32	4,294.68
危险废弃物产生量	吨	7.60	23.83	53.12
危险废弃物排放密度 ⁹	吨 / 万元	0.0000056	0.0000176	0.0000482
一般工业固体废物排放密度 ¹⁰	吨 / 万元	0.001051	0.003067	0.003896
SO ₂ 排放量 ¹¹	千克	0.55	0.58	0.53
COD 排放量 ¹²	吨	9.44	14.34	23.60
氮氧化物排放量	吨	0.11	0.19	0.120
氨氮排放量 ¹³	吨	0.69	1.81	1.04

³ 公司在生产经营过程中从外部购买的总电量。

⁴ 综合能耗以《综合能耗计算通则》(GB/T 2589-2020)为计算依据, 2025 年电力 32,455.0528 万千瓦时(换算系数 0.1229kgce/kWh), 天然气 161.2138 万立方米(换算系数 1.33kgce/m³), 柴油 0.0164 吨(换算系数 1.457kgce/kg), 汽油 26.4447 吨(换算系数 1.4714kgce/kg), 外购热力 157,112.4120 百万千焦(换算系数 0.0341kgce/MJ)。

⁵ 计算公式为: 水资源消耗强度 = 年度新鲜水用水量 / 年自有工厂合格产品产量。受饮料产品销售占比提升影响, 报告期内整体用水强度较上年有所上浮。

⁶ 2025 年华润饮料成都工厂新增饮料线, 生产过程废水 COD 排放量增加, 导致废水污染物排放量增加。

⁷ 计算公式为: 废水污染物排放浓度 = 废水污染物排放量(氨氮、COD) / 废水排放量。

⁸ 计算公式为: 废气污染物排放浓度 = 废气污染物排放量(VOCs、SO₂、NO₂) / 废气处理装置处理的废气量。

⁹ 每万元收入产生的危险废弃物重量。计算公式为: 危险废弃物排放密度 = 危险废弃物产生量 / 年收入金额。

¹⁰ 每万元收入产生的一般工业固体废弃物的重量。计算公式为: 一般工业固体废物排放密度 = 一般工业固体废物产生量 / 年收入金额。

¹¹ 公司的 SO₂主要来自公务用车的排放。

¹² 公司在生产经营过程中直接排放到自然水体的废水中含化学需氧量与排放到市政管网的废水中含化学需氧量之和。2025 年华润饮料成都工厂新增饮料线, 生产过程 COD 排放量增加。

¹³ 公司在生产经营过程中直接排放到自然水体的废水中含氨氮量与排放到市政管网的废水中含氨氮量之和。

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
危险废弃物处置量	吨	6.97	27.39	53.12
包材消耗总量	吨	471,023.84	566,556.46	591,694.90
一般工业固体废弃物综合利用率	%	30.16	100	100
范围一温室气体排放量 ¹⁴ (直接温室气体排放)	二氧化碳当量 (吨)	2,167.1	2,946.1	3,608.08
范围二温室气体排放量 ¹⁵ (间接温室气体排放)	二氧化碳当量 (吨)	83,994.9	169,339.7	176,491.7
温室气体排放量 (范围一、范围二)	二氧化碳当量 (吨)	86,162.0	172,285.8	180,099.8
单位产品温室气体排放量 (范围一、范围二) ¹⁶	二氧化碳当量 (吨) / 吨	0.0193	0.0234	0.0246
单位营收温室气体排放量 (范围一、范围二) ¹⁷	吨二氧化碳当量 / 万元	0.0638	0.1274	0.1634
范围一温室气体减排量	二氧化碳当量 (吨)	0	0	0
范围二温室气体减排量	二氧化碳当量 (吨)	2,520.83	17,684.57	38,636.69
温室气体减排量 (范围一、范围二)	二氧化碳当量 (吨)	2,520.83	17,684.57	38,636.69
范围三温室气体排放量	二氧化碳当量 (吨)	-	-	1,964,801.58
运营影响栖息地濒危物种数量	种	0	0	0
环保培训总时长	小时	8,988	10,884	10,486
环保培训参与人次	万人次	8.9	7.3	7.5
环境领域违法违规事件	件	0	0	0
伙伴责任				
合作供应商数量	家	1,260	1,054	2,317
中国大陆地区供应商数量	家	1,252	1,047	2,300
中国港澳台地区供应商数量	家	7	7	16
海外地区供应商数量	家	1	0	1
考核评价的供应商数量	家	272	312	360
因不合规被中止合作的供应商数量	家	2	4	10
因不合规被否决的潜在供应商数量	家	0	0	0
受到经济、社会或环境方面处罚的供应商数量	家	23	12	11
ESG 培训覆盖供应商数量	家	-	238	270
参与编制并发布行业规范、标准	份	1	8	14

¹⁴ 公司生产经营所消耗能源 (柴油、汽油、天然气) 直接产生的排放量, 单位为二氧化碳当量 (吨)。温室气体排放计算参考《温室气体核算体系: 企业核算与报告标准》, 所采用的系数主要依据为《2006 年 IPCC 国家温室气体清单指南 2019 修订版》。

¹⁵ 公司生产经营过程中所消耗外购电力和外购热力间接产生的排放量, 单位为二氧化碳当量 (吨)。温室气体排放计算参考《温室气体核算体系: 企业核算与报告标准》, 所采用的系数为生态环境部发布的《关于发布 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》中提到的全国电力平均二氧化碳排放因子 0.6096kgCO₂/kWh。

¹⁶ 计算公式为: 单位产品温室气体排放量 = 年度温室气体排放总量 / 年自有工厂合格产品产量。

¹⁷ 每万元收入的温室气体排放量。计算公式为: 单位营收温室气体排放量 = 年度温室气体排放总量 / 年收入金额。

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
公共责任				
工伤保险投入额	万元	403.3	537.2	684.4
安全生产责任险投入额	万元	2.6709	2.3317	10.85
安全生产投入	万元	384	447	371.5
安全培训覆盖率	%	100	100	100
安全培训人次	万人次	34.35	33.91	35.10
安全培训累计学时 ¹⁸	人·小时	378,988	381,860	344,649.03
相关方培训学时	人·小时	16,113.52	15,564.7	21,427.2
安全应急演练次数	次	83	127	199
安全应急演练参与人次	人次	5,220	5,042	5,905
专职安全管理人员数量	人	29	46	64
安全生产事故数	起	0	0	0
工伤率	%	0.0547	0.0536	0.0351
因工亡事故数 ¹⁹	起	0	0	0
千人死亡率	‰	0	0	0
事故死亡数	人	0	0	0
一般及以上事故发生数	起	0	0	0
因工伤损失工作日数	天	550	529	343
百万工时伤害率	%	0.2734	0.2436	0.1638
职业病事故	起	0	0	0
乡村振兴总投入金额	万元	-	309	229
社会贡献投入金额	万元	-	687.5	425.74
慈善公益捐赠金额	万元	13.67	158.07	41.96
社会贡献活动参与人次	人次	-	1,037	1,592
社会贡献活动累计参与时长	小时	-	11,279	9,128

¹⁸ 特指员工安全培训学时。

¹⁹ 公司生产经营过程中发生安全生产死亡事故数, 因工伤死亡的判定依据《工伤保险条例》中的相关规定。

指标索引

香港联交所 ESG 指标索引

环境、社会及管治范畴与一般披露及关键绩效指标 (KPI)		回应
环境		
A1: 排放物	一般披露 有关废气排放、向水及土地的排污、有害及无害废弃物的产生等的：a) 政策；及 b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	第一章 附录 ESG 政策列表
	A1.1 排放物种类及相关排放数据。	第一章 附录数据列表
	A1.3 所产生有害废弃物总量(以吨计算)及(如适用)密度(如以每产量单位、每项设施计算)。	附录数据列表
	A1.4 所产生无害废弃物总量(以吨计算)及(如适用)密度(如以每产量单位、每项设施计算)。	附录数据列表
	A1.5 描述所订立的排放量目标及为达到这些目标所采取的步骤。	第一章
	A1.6 描述处理有害及无害废弃物的方法，及描述所订立的减废目标及为达到这些目标所采取的步骤。	第一章
A2: 资源使用	一般披露 有效使用资源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	第一章 附录 ESG 政策列表
	A2.1 按类型划分的直接及/或间接能源(如电、气或油)总耗量(以千个千瓦时计算)及密度(如以每产量单位、每项设施计算)。	第一章
	A2.2 总耗水量及密度(如以每产量单位、每项设施计算)。	附录数据列表
	A2.3 描述所订立的能源使用效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。	第一章
	A2.4 描述求取适用水源上可有任何问题，以及所订立的用水效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。	第一章
	A2.5 制成品所用包装材料的总量(以吨计算)及(如适用)每生产单位占量。	责任故事二
A3: 环境及天然资源	一般披露 减低发行人对环境及天然资源造成重大影响的政策。	第一章 附录 ESG 政策列表
	A3.1 描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。	第一章
社会		
B1: 雇佣	一般披露 有关薪酬及解雇、招聘及晋升、工作时数、假期、平等机会、多元化、反歧视以及其他待遇及福利的：a) 政策；及 b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	第四章 附录 ESG 政策列表
	B1.1 按性别、雇佣类型(如全职或兼职)、年龄组别及地区划分的雇员总数。	附录数据列表
	B1.2 按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	附录数据列表
B2: 健康与安全	一般披露 有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的：a) 政策；及 b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	第四章 附录 ESG 政策列表
	B2.1 过去三年(包括汇报年度)每年因工亡故的人数及比率。	附录数据列表
	B2.2 因工伤损失工作日数。	附录数据列表
	B2.3 描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法。	第四章

环境、社会及管治范畴与一般披露及关键绩效指标 (KPI)		回应
B3: 发展及培训	一般披露 有关提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策。描述培训活动。	第四章 附录 ESG 政策列表
	B3.1 按性别及雇员类别(如高级管理层、中级管理层)划分的受训雇员百分比。	附录数据列表
	B3.2 按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数。	附录数据列表
B4: 劳工准则	一般披露 有关防止童工或强制劳工的：a) 政策；及 b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	第四章 附录 ESG 政策列表
	B4.1 描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	第四章
	B4.2 描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	第四章
B5: 供应链管理	一般披露 管理供应链的环境及社会风险政策。	第三章 附录 ESG 政策列表
	B5.1 按地区划分的供应商数目。	附录数据列表
	B5.2 描述有关聘用供应商的惯例，向其执行有关惯例的供应商数目、以及相关执行及监察方法。	第三章
	B5.3 描述有关识别供应链每个环节的环境及社会风险的惯例，以及相关执行及监察方法。	第三章
	B5.4 描述在拣选供应商时促使多用环保产品及服务的惯例，以及相关执行及监察方法。	第三章
B6: 产品责任	一般披露 有关所提供产品和服务的健康与安全、广告、标签及隐私事宜以及补救方法的：a) 政策；及 b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	第二章 附录 ESG 政策列表
	B6.1 已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。	第二章
	B6.2 接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	第二章
	B6.3 描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	第二章
	B6.4 描述质量检定过程及产品回收程序。	第二章
	B6.5 描述消费者资料保障及隐私政策，以及相关执行及监察方法。	第二章
B7: 反贪污	一般披露 有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的：a) 政策；及 b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	前言 - 规范公司治理 附录 ESG 政策列表
	B7.1 于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	前言 - 规范公司治理
	B7.2 描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。	前言 - 规范公司治理
	B7.3 描述向董事会及员工提供的反贪污培训。	前言 - 规范公司治理
B8: 社区投资	一般披露 有关以社区参与来了解营运所在社区需要和确保其业务活动会考虑社区利益的政策。	第五章 附录 ESG 政策列表
	B8.1 专注贡献范畴(如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育)。	第五章
	B8.2 在专注范畴所动用资源(如金钱或时间)。	第五章

气候相关披露	回应
(I) 管治	
19.(a) 负责监督气候相关风险和机遇的治理机构（可包括董事会、委员会或其他同等治理机构）或个人的资讯。	第一章（气候变化分析 - 管治）
(i) 该机构或个人如何厘定当前或将来是否有适当的技能和胜任能力来监督应对气候相关风险和机遇的策略；	第一章（气候变化分析 - 管治）
(ii) 该机构或个人获悉气候相关风险和机遇的方式和频率；	第一章（气候变化分析 - 管治）
(iii) 该机构或个人在监督发行人的策略、重大交易决策和风险管理程序及相关政策的过程中，如何考虑气候相关风险和机遇，包括该机构或个人是否有考虑与该等气候相关风险和机遇相关的权衡评估；	第一章（气候变化分析 - 管治）
(iv) 该机构或个人如何监督有关气候相关风险和机遇的目标制定并监察达标进度，（见第 37 段至第 40 段）包括是否将相关绩效指标纳入薪酬政策以及如何纳入（见第 35 段）；及	第一章（气候变化分析 - 管治）
19.(b) 管理层在用以监察、管理及监督气候相关风险和机遇的管治流程、监控措施及程序中的角色，包括以下资讯：	第一章（气候变化分析 - 管治）
（i）该角色是否被委托给特定的管理层人员或管理层委员会以及如何对该人员或委员会进行监督；及	第一章（气候变化分析 - 管治）
（ii）管理层可有使用监控措施及程序协助监督气候相关风险和机遇；如有，这些监控措施及程序如何与其他内部职能部门进行整合。	第一章（气候变化分析 - 管治）
(II) 策略	
气候相关风险和机遇	
20.(a) 描述合理预期可能在短期、中期或长期影响发行人的现金流量、融资渠道或资本成本的气候相关风险和机遇；	第一章（气候变化分析 - 策略）
20.(b) 就发行人已识别的每项气候相关风险，解释发行人是否认为该风险是与气候相关物理风险或与气候相关转型风险；	第一章（气候变化分析 - 策略）
20.(c) 就发行人已识别的每项气候相关风险和机遇，具体说明其合理预期可能影响发行人的时间范围（短期、中期或长期）；及	第一章（气候变化分析 - 策略）
20.(d) 解释发行人如何定义短期、中期及长期，以及这些定义如何与其策略决定规划范围挂钩。	第一章（气候变化分析 - 策略）
业务模式和价值链	
21.(a) 描述气候相关风险和机遇对发行人的业务模式和价值链的当前和预期影响；及	第一章（气候变化分析 - 策略）
21.(b) 描述在发行人的业务模式和价值链中，气候相关风险和机遇集中的地方（例如，地理区域、设施及资产类型）。	第一章（气候变化分析 - 策略）
策略和决策	
22.(a) 有关发行人已经及将来计划在其策略和决策中如何应对气候相关风险和机遇的资讯，包括发行人计划如何实现任何其所设定的气候相关目标，以及任何法律或法规要求达到的目标。	第一章（气候变化分析 - 策略）
（i）因应气候相关风险和机遇而在当前及预期将来对发行人业务模式（包括资源配置）作出的变动；	第一章（气候变化分析 - 策略）
（ii）已经或预期将进行的任何适应或减缓工作（直接或间接）；	第一章（气候变化分析 - 策略）
（iii）发行人任何与气候相关转型计划（包括制定转型计划时使用的主要假设的资讯，以及该计划所依赖的因素），或若发行人并未有这样的计划，则作适当的否定声明；	第一章（气候变化分析 - 策略）
（iv）发行人计划如何实现第 37 至 40 段所述的任何气候相关目标（包括任何温室气体排放目标（如有））；及	第一章（气候变化分析 - 策略）
22.(b) 有关发行人当前及将来计划如何为根据第 22(a) 段披露的行动提供资源。	第一章（气候变化分析 - 策略）
23. 发行人须披露先前各汇报期内按照第 22(a) 段所披露计划的进度。	第一章（气候变化分析 - 策略）

气候相关披露	回应
财务状况、财务表现及现金流量	
当前财务影响	
24.(a) 气候相关风险和机遇如何影响发行人在汇报期的财务状况、财务表现及现金流量；及	第一章（气候变化分析 - 策略）
24.(b) 当存在将导致下一汇报年度相关财务报表中的资产和负债账面价值发生重要调整的重大风险时，关于第 24(a) 段中识别的气候相关风险和机遇的资讯。	第一章（气候变化分析 - 策略）
预期财务影响	
25.(a) 发行人经考虑其管理气候相关风险和机遇的策略后，并考虑到以下各项，预期其财务表现在短期、中期及长期内将如何变化：	第一章（气候变化分析 - 策略）
（i）其投资及处置计划；及	第一章（气候变化分析 - 策略）
（ii）其为实施策略所需的资金的计划资金来源；及	第一章（气候变化分析 - 策略）
25.(b) 基于发行人管理气候相关风险和机遇的策略，其预计其财务业绩及现金流量在短期、中期及长期的变化。	第一章（气候变化分析 - 策略）
气候韧性	
26.(a) 发行人截至汇报日对其气候韧性的评估，其有助于了解：	第一章（气候变化分析 - 策略）
（i）发行人的分析结果对其策略和业务模式的影响（如有），包括发行人需要如何应对气候相关情景分析中确定的影响；	第一章（气候变化分析 - 策略）
（ii）发行人对气候韧性的评估中考虑的重大不确定因素的范畴；	第一章（气候变化分析 - 策略）
（iii）发行人根据气候发展调整其短期、中期和长期策略和业务模式的能力。	第一章（气候变化分析 - 策略）
26.(b) 如何及何时进行气候相关情景分析，包括：	第一章（气候变化分析 - 策略）
使用的输入数据，包括：	第一章（气候变化分析 - 策略）
（1）发行人在分析中使用的气候相关情景及其来源；	第一章（气候变化分析 - 策略）
（2）分析是否涵盖多种不同的气候相关情景；	第一章（气候变化分析 - 策略）
（3）分析所使用的气候相关情景是否与气候相关转型风险或气候相关物理风险有关；	第一章（气候变化分析 - 策略）
（i）（4）发行人在其情景中是否使用了与最新气候变化国际协议相一致的情景；	第一章（气候变化分析 - 策略）
（5）发行人为何认为所选择的气候相关情景与评估其气候相关变化、发展或不确定性的韧性相关；	第一章（气候变化分析 - 策略）
（6）发行人在分析中所使用的时间范围；	第一章（气候变化分析 - 策略）
（7）发行人分析所涵盖的营运范围（例如分析所涵盖的营运地点及业务单位）。	第一章（气候变化分析 - 策略）
（ii）发行人在分析中所作的关键假设；及	第一章（气候变化分析 - 策略）
（iii）进行气候相关情景分析的汇报期。	第一章（气候变化分析 - 策略）
(III) 风险管理	
27.(a) 发行人用于识别、评估气候相关风险，以及厘定当中轻重缓急并保持监察的流程及相关政策，包括有关以下方面的资讯：	第一章（气候变化分析 - 风险管理） 附录 ESG 政策列表
（i）发行人使用的输入资料及参数（例如资料来源及程序所涵盖的业务范围）；	第一章（气候变化分析 - 风险管理）
（ii）发行人可有及如何使用气候相关情景分析来识别气候相关风险；	第一章（气候变化分析 - 风险管理）
（iii）发行人如何评估有关风险的影响的性质、可能性及程度（例如发行人可有考虑定性因素、量化门槛或其他所用标准）；	第一章（气候变化分析 - 风险管理）
（iv）发行人可有及如何就气候相关风险相对于其他类型风险的优先排列；	第一章（气候变化分析 - 风险管理）
（v）发行人如何监察其气候相关风险；	第一章（气候变化分析 - 风险管理）

气候相关披露	回应
(vi) 与上一个汇报期相比, 发行人可有及如何改变其使用的流程;	第一章 (气候变化分析 - 风险管理)
27.(b) 发行人用于识别、评估气候相关机遇, 以及厘定当中轻重缓急并保持监察的流程 (包括发行人可有及如何使用气候相关情景分析来确定气候相关机遇的资讯); 及	第一章 (气候变化分析 - 风险管理)
27.(c) 气候相关风险和机遇的识别、评估、优先排列和监察流程, 是如何融入发行人的整体风险管理流程, 以及融入的程度如何。	第一章 (气候变化分析 - 风险管理)
(IV) 指标及目标	
温室气体排放	
28. 发行人须披露汇报期内的温室气体绝对总排放量 (以公吨二氧化碳当量表示), 并分为:	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
28.(a) 范围 1 温室气体排放;	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
28.(b) 范围 2 温室气体排放; 及	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
28.(c) 范围 3 温室气体排放。	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
29.(a) 除非管辖机关或发行人上市之另一交易所另有要求, 否则发行人须根据《温室气体核算体系: 企业核算与报告标准 (2004 年)》计量其温室气体排放;	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
29.(b) 披露其用于计量温室气体排放的方法, 包括:	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
(i) 发行人用于计量其温室气体排放的计量方法、输入资料及假设;	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
(ii) 发行人为何选择该计量方法、输入资料及假设计量温室气体排放; 及	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
(iii) 发行人在汇报期对计量方法、输入资料及假设进行的任何变更以及变更原因;	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
29.(c) 就根据第 28(b) 段披露的范围 2 温室气体排放, 披露其以地域为基准的范围 2 温室气体排放, 并提供有助于了解该排放的任何所需合约文书的资讯; 及	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
29.(d) 就根据第 28(c) 段披露的范围 3 温室气体排放, 根据《温室气体核算体系: 企业价值链 (范围 3) 核算与报告标准 (2011 年)》所述的范围 3 类别披露发行人计量范围 3 温室气体排放中包含的类别。	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
气候相关转型风险	
30. 发行人须披露容易受气候相关转型风险影响的资产或业务活动的金额及百分比。	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
气候相关物理风险	
31. 发行人须披露容易受气候相关物理风险影响的资产或业务活动的金额及百分比。	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
气候相关机遇	
32. 发行人须披露涉及气候相关机遇的资产或业务活动的金额及百分比。	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
资本运用	
33. 发行人须披露用于气候相关风险和机遇的资本开支、融资或投资的金额。	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
内部碳定价	
34.(a) 阐释发行人可有及如何在决策中应用碳定价 (例如投资决策、转移定价及情景分析); 及	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
34.(b) 发行人用于评估其温室气体排放成本的每吨温室气体排放量定价; 或适当的否定声明, 确认发行人没有在决策中应用碳定价。	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
薪酬	
35. 发行人须披露气候相关考虑因素可有及如何纳入薪酬政策, 或提供适当的否定声明。这可能构成根据第 19(a)(iv) 段作出的披露的一部分。	第一章 (气候变化分析 - 管治)

气候相关披露	回应
行业指标	
36. 本交易所鼓励发行人披露与一项或多项特定的业务模式和活动有关的行业指标, 或与参与有关行业常见特征有关的行业指标。在决定披露哪些行业指标时, 本交易所鼓励发行人参考《〈国际财务报告可持续披露准则 S2 号〉行业披露指南》和其他国际环境、社会及管治报告框架规定的行业披露要求所述的与披露主题相关的行业指标, 并考虑其是否适用。	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
气候相关目标	
37. 发行人须披露 (a) 其为监察实现其策略目标的进展而设定的与气候相关的定性及量化目标; 及 (b) 法律或法规要求发行人达到的任何目标, 包括任何温室气体排放目标。发行人须就每个目标逐一披露:	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
37.(a) 用以设定目标的指标;	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
37.(b) 目标的目的 (例如减缓、适应或以科学为基础的举措);	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
37.(c) 目标的适用范围 (例如目标是适用于发行人整个集团还是部分 (如仅适用于某个业务单位或地理区域));	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
37.(d) 目标的适用期间;	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
37.(e) 衡量进度的基准期间;	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
37.(f) 阶段性目标或中期目标 (如有);	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
37.(g) 如属量化目标, 其属绝对目标还是强度目标; 及	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
37.(h) 最新气候变化国际协议 (包括该协议产生的司法承诺) 如何帮助发行人设定目标。	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
38. 发行人须披露其设定及审核每项目标的方法, 以及其如何监察达标进度, 包括:	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
38.(a) 目标本身及设定目标的方法是否经第三方验证;	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
38.(b) 发行人审核目标的程序;	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
38.(c) 用于监察达标进度的指标; 及	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
38.(d) 任何修订目标的内容及原因。	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
39. 发行人须披露有关每项气候相关目标的绩效的资讯以及对发行人绩效的趋势或变化分析。	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
40. 就按第 37 至 39 段披露的每一项温室气体排放目标, 发行人须披露:	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
40.(a) 目标涵盖哪些温室气体;	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
40.(b) 目标是否涵盖范围 1、范围 2 或范围 3 温室气体排放;	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
40.(c) 此目标是温室气体排放总量目标还是温室气体排放净额目标。如为温室气体排放净额目标, 发行人须另外披露相关的温室气体排放总量目标;	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
40.(d) 目标是否是采用行业脱碳方法得出的;	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
40.(e) 发行人计划使用碳信用抵销温室气体排放以实现任何温室气体排放净额目标。关于使用碳信用的计划, 发行人须披露:	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
(i) 依赖使用碳信用以实现任何温室气体排放净额目标的程度及方式;	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
(ii) 该碳信用将由哪些第三方计划验证或认证;	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
(iii) 碳信用的类型, 包括相关抵消是否是基于自然还是基于科技的碳消除, 以及相关抵消是通过减碳还是碳消除实现; 及	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
(iv) 为让人了解发行人计划使用的碳信用的可信度和完整性所必需的任何其他重要因素 (例如, 对碳抵消效果的假设)。	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)
跨行业指标及行业指标的适用性	
41. 在编制披露内容以符合第 21 至 26 及 37 至 38 段的规定时, 发行人须参考 (i) 跨行业指标 (见第 28 至 35 段) 及 (ii) 行业指标 (见第 36 段) 并考虑其是否适用。	第一章 (气候变化分析 - 指标与目标)

报告评级

一图读懂

《华润饮料（控股）有限公司 2025 年度可持续发展报告》评级报告

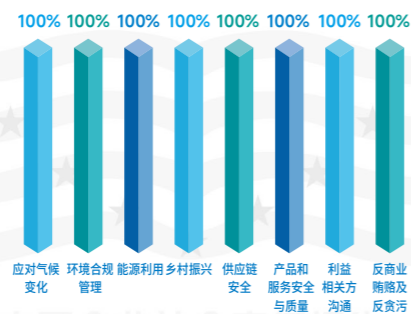
一、评级结果



《华润饮料（控股）有限公司 2025 年度可持续发展报告》（以下简称《报告》）为**五星佳级**，是可持续发展报告中的**典范**。

综合评级	评级图示	发展水平
五星佳	★★★★★+	典范
五星级	★★★★★	卓越
四星半级	★★★★☆	领先
四星级	★★★★	优秀
三星级	★★★	良好
二星级	★★	发展
一星级	★	起步

二、亮点绩效



《报告》的过程性、实质性、完整性、平衡性、可比性、可读性及创新性均达到五星级。

《报告》系统披露了酒、饮料和精制茶制造业核心指标的 93.90%，其中环境维度下应对气候变化、环境合规管理、能源利用，社会维度下乡村振兴、供应链安全、产品和服务安全与质量，治理维度下利益相关方沟通、反商业贿赂及反贪污等议题的核心指标覆盖率最高，均达 100%。

《报告》详细披露了 135 个关键指标连续 3 年的对比数据，其中社会维度下员工权益保障、环境维度下应对气候变化、治理维度下反商业贿赂及反贪污议题连续 3 年的可比数据披露最为充分。

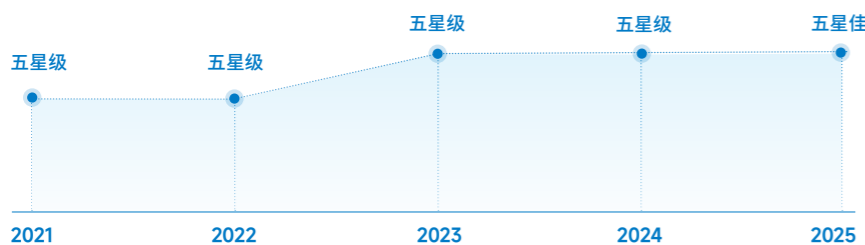
三、改进建议

增加行业核心指标的披露，提高报告的完整性。

四、评级勋章

华润饮料（控股）有限公司连续 10 年参与报告评级，连续 6 年获得五星级、连续 3 年获得五星佳级最高评价，获黄金级勋章。

近五年报告评级趋势



《华润饮料（控股）有限公司 2025 年度可持续发展报告》评级报告

受华润饮料（控股）有限公司连续第 10 年委托，“中国企业社会责任报告评级专家委员会”抽选专家组成评级小组，对《华润饮料（控股）有限公司 2025 年度可持续发展报告》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

- 《企业可持续披露准则—基本准则（试行）》
- 《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG 6.0）之酒、饮料和精制茶制造业》
- 《中国企业可持续发展报告评级标准（2026）》
- 《环境、社会及管治报告守则》

二、评级分析

过程性（★★★★★）

公司董事会作为可持续发展管理的最高决策机构，全面监督可持续发展工作事宜，同步设立可持续发展委员会，负责可持续发展及 ESG 相关事宜的监督管理；围绕报告编制开展前期研究，构建并持续完善 ESG 指标体系，提高可持续发展管理水平；编制报告资料收集清单，下发开展报告编制工作的专项通知，召开报告编制启动会，对关键部门进行深度访谈和调研，收集大量一手资料，确保报告内容全面、准确；计划通过官方网站发布报告，并将以中英文报告（纸质版和电子版）、长图报告、视频报告等多种形式呈现报告，过程性表现卓越。

实质性（★★★★★）

《报告》系统披露了“应对气候变化”“水资源利用”“产品和服务安全与质量”“产品标签合规、广告宣传合规”“健康与营养”“职业健康与安全生产”等酒、饮料和精制茶制造业关键性议题，其中“应对气候变化”“可持续治理机制”“可持续供应链”三项议题相关内容篇幅最多，分别为 14 页、12 页、8 页，具有卓越的实质性表现。

完整性（★★★★★）

《报告》主体内容从“向绿而行，力践‘双碳’承诺”“匠心品质，滋润美好生活”“信任相伴，共享发展成果”“双向奔赴，打造幸福职场”“分享美好，带来正向改变”等角度系统披露了酒、饮料和精制茶制造业核心指标的 93.90%，其中环境维度下应对气候变化、环境合规管理、能源利用，社会维度下乡村振兴、供应链安全、产品和服务安全与质量，治理维度下利益相关方沟通、反商业贿赂及反贪污等议题的核心指标覆盖率最高，均达 100%，具有卓越的完整性表现。

平衡性（★★★★★）

《报告》披露了“员工流失率”“安全生产事故数”“因工亡事故数”“一般及以上事故发生数”“职业病事故”“环境领域违法违规事件”等负面数据信息，并详细描述区域性防伪差异引起质疑和投诉的应对措施，平衡性表现卓越。

可比性（★★★★★）

《报告》披露了“资产总额”“纳税总额”“女性管理者比例”“研发投入”“节能减排技术改造投入”“水资源消耗强度”“安全应急演练次数”等 135 个关键指标连续 3 年的对比数据，其中社会维度下员工权益保障、环境维度下应对气候变化、治理维度下反商业贿赂及反贪污议题连续 3 年可比数据披露最为充分，分别为 16、12、7 组；通过“2012-2025 年，公司连续十四年在中国饮用纯净水市场保持排名第一”“2025 年至本清润在中国菊花茶饮料市场排名第一”等进行横向比较，可比性表现卓越。

可读性（★★★★★）

《报告》以“分享信任”为主题，采用议题型框架，系统展示了企业的履责理念、实践与成效，诠释了企业对履行可持续发展的深刻理解；设置“2025 大事记”，集中展示企业年度履责重点实践，回应利益相关方期望；封面

设计采用实景照片风格，字景相融的书法字体嵌入主营业务元素，章节跨页设计采用具有企业特点的高清大图，增强企业辨识度；设置“利益相关方感言”佐证企业履责成效，嵌入二维码延伸阅读报告内容，强化了报告的传播性和沟通力，具有卓越的可读性表现。

创新性（★★★★★）

《报告》设置 3 篇责任故事，聚焦企业履责重点，彰显了企业的责任引领；章节开篇页设置“治理，战略，影响，风险和机遇管理，目标”四支柱框架，便于读者把握管理机制、战略目标、行动措施等关键信息；聘请第三方机构对《报告》进行鉴证，提升非财务信息规范化及可比性，增强企业可持续发展报告的可信度，创新性表现卓越。

三、综合评级 ★★★★★+

经评级小组评价，《华润饮料（控股）有限公司 2025 年度可持续发展报告》的过程性、实质性、完整性、平衡性、可比性、可读性及创新性均达到五星级，综合为“五星佳”级，是企业可持续发展报告中的典范。

综合评级	评级图示	发展水平
五星佳	★★★★★+	典范
五星级	★★★★★	卓越
四星半级	★★★★☆	领先
四星级	★★★★	优秀
三星级	★★★	良好
二星级	★★	发展
一星级	★	起步

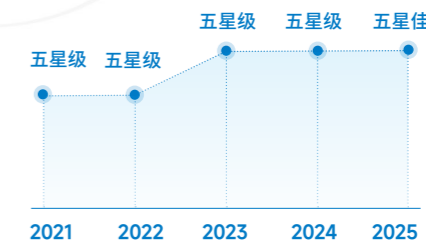
四、改进建议

增加行业核心指标的披露，提高报告的完整性。

五、评级勋章

华润饮料（控股）有限公司连续 10 年参与报告评级，连续 6 年获得五星级、连续 3 年获得五星佳级最高评价，获黄金级勋章。

近五年报告评级趋势



扫码查看评级档案

钟天武 魏秀丽
评级小组组长 评级小组专家

出具时间：
2026 年 4 月 22 日

| 独立有限保证鉴证报告

Deloitte.

德勤

德勤华永会计师事务所(特殊普通合伙)
上海市延安东路222号
外滩中心30楼
邮政编码: 200002

独立有限保证鉴证报告

DTT(26)BAR00013

华润饮料（控股）有限公司董事会：

我们接受委托，对华润饮料（控股）有限公司（以下简称“华润饮料”）编制的《华润饮料（控股）有限公司 2025 年可持续发展报告》（以下简称“可持续发展报告”）中选定的 2025 年度关键绩效指标执行了有限保证的鉴证业务。

一、鉴证对象信息

本次鉴证业务的鉴证对象信息包括以下载于可持续发展报告附录——数据列表中的选定的 2025 年度关键绩效指标：

- 员工总人数
- 女性员工数量
- 购买电力
- 直接能源消耗量
- 间接能源消耗量
- 可再生能源消耗量
- 水资源消耗强度
- 年度新鲜水用水量
- 重复用水量
- 危险废弃物处置量
- SO₂ 排放量
- COD 排放量
- 氮氧化物排放量
- 氨氮排放量
- 温室气体排放量（范围一、范围二）
- 单位产品温室气体排放量（范围一、范围二）
- 范围一温室气体排放量（直接温室气体排放）
- 范围二温室气体排放量（间接温室气体排放）
- 因工亡事故数
- 职业病事故

我们的鉴证工作仅限于以上 2025 年可持续发展报告中选定的 2025 年度关键绩效指标，不涵盖其他在 2025 年可持续发展报告中披露，但未包含列示于“一、鉴证对象信息”中的信息，以及 2024 年及以前年度关键绩效指标以及其他信息。

二、鉴证对象信息的编制标准

华润饮料可持续发展报告中选定的 2025 年度关键绩效指标按照本报告后附的关键绩效指标编制标准（以下简称“编制标准”）编制。

三、治理层和管理层的责任

确定适当的编制标准，并按照编制标准编制可持续发展报告中选定的 2025 年度关键绩效指标是华润饮料管理层的责任。这种责任包括设计、执行和维护与关键绩效指标相关的内部控制，以使其不存在由于舞弊或错误而导致的重大错报。

华润饮料治理层负责监督华润饮料的 2025 年可持续发展报告的编制过程。

四、编制标准的固有限制

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

五、我们的独立性与质量管理

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

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

六、我们的责任

我们的责任是根据《国际鉴证业务准则第 3000 号（修订版）——历史财务信息审计或审阅以外的鉴证业务》的规定执行鉴证工作，在执行鉴证工作的基础上对 2025 年可持续发展报告中选定的 2025 年度关键绩效指标是否在所有重大方面按照编制标准编制发表有限保证的鉴证结论。我们相信，我们获取的证据是充分、适当的，为发表有限保证的鉴证意见提供了基础。

七、实施的鉴证工作

有限保证鉴证业务所实施的程序的性质和时间与合理保证鉴证业务有所不同，且范围小于合理保证鉴证业务。因此，有限保证鉴证业务获取的保证程度远低于合理保证鉴证业务。我们不会就可持续发展报告中选定的 2025 年度关键绩效指标是否在所有重大方面按照编制标准编制发表合理保证的意见。我们的鉴证工作包括识别可持续发展报告中选定的 2025 年度关键绩效指标可能存在重大错报的领域，设计和执行鉴证程序以应对这些识别出的领域，并获取相应的证据。我们执行的鉴证程序取决于我们的专业判断以及对鉴证业务风险的评估。

我们所执行的具体鉴证程序包括：

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

八、有限保证鉴证结论

基于已实施的程序及获取的证据，我们没有注意到任何事项使我们相信可持续发展报告中选定的 2025 年度关键绩效指标未能在所有重大方面按照编制标准编制。

九、本报告的使用范围

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

德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）

中国·上海

2026 年 4 月 24 日



附：选定的关键绩效指标编制标准

1. 员工总人数：截至 2025 年 12 月 31 日与华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司直接签署劳动合同的在岗职工总人数。
2. 女性员工数量：截至 2025 年 12 月 31 日与华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司直接签署劳动合同的在岗女性职工人数。
3. 购买电力：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中从外部购买的总电量，单位为兆瓦时。
4. 直接能源消耗量：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中直接能源（柴油、汽油、天然气、自发自用可再生能源）消耗量，单位为兆瓦时。能源系数折算主要参考《综合能耗计算通则》（GB/T 2589-2020）为计算依据，包括天然气（换算系数 1.33kgce/m³）、柴油（换算系数 1.457kgce/kg），及汽油（换算系数 1.4714 kgce/kg）。
5. 间接能源消耗量：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中间接能源（电力、热力）消耗量，单位为兆瓦时。能源系数折算主要参考《综合能耗计算通则》（GB/T 2589-2020）为计算依据，包括电力（换算系数 0.1229 kgce/kWh）及外购热力（换算系数 0.0341kgce/MJ）。
6. 可再生能源消耗量：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司在生产经营过程中所消耗的来源于单独签约或自发自用的可再生能源电量，单位为兆瓦时。
7. 水资源消耗强度：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中每合格单位产品产量所消耗的水资源量，计算公式为：年度新鲜水用水量 / 2025 年自有工厂合格产品产量，单位为吨/吨。
8. 年度新鲜水用水量：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中从各种水源直接提取或者从市场购买的用于厂区、办公区内的用水数量，单位为万吨。
9. 重复用水量：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中重复利用的水量，单位为万吨。
10. 危险废弃物处置量：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中处理或消纳的危险废弃物数量，单位为吨。
11. SO₂ 排放量：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营活动中公务车辆所排放的二氧化硫气体总量，单位为千克。
12. COD 排放量：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中直接排放到自然水体的废水中含化学需氧量与排放到市政管网的废水中含化学需氧量之和，单位为吨。
13. 氮氧化物排放量：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中所排放的氮氧化物气体总量，单位为吨。
14. 氨氮排放量：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中直接排放到自然水体的废水中含氨氮量与排放到市政管网的废水中含氨氮量之和，单位为吨。

15. 温室气体排放量（范围一、范围二）：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司所拥有或控制的业务在生产经营中产生的范围一、范围二温室气体排放总量，温室气体计算参考《温室气体核算体系：企业核算与报告标准》，系数折算主要参照《2006 年 IPCC 国家温室气体清单指南 2019 修订版》标准以及生态环境部发布的《关于发布 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》中的相关规定确定了合理的折算系数/排放因子，单位为二氧化碳当量（吨）。
16. 单位产品温室气体排放量（范围一、范围二）：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中单位产品总量的温室气体排放密度，计算公式为：温室气体排放总量除以 2025 年自有工厂合格产品产量，单位为二氧化碳当量（吨）/吨。
17. 范围一温室气体排放量（直接温室气体排放）：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营所消耗能源（柴油、汽油、天然气）直接产生的排放量，单位为二氧化碳当量（吨）。温室气体排放计算参考《温室气体核算体系：企业核算与报告标准》，所采用的系数主要依据为《2006 年 IPCC 国家温室气体清单指南 2019 修订版》。
18. 范围二温室气体排放量（间接温室气体排放）：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中所消耗外购电力和外购热力间接产生的排放量，单位为二氧化碳当量（吨）。温室气体排放计算参考《温室气体核算体系：企业核算与报告标准》，所采用的系数为生态环境部发布的《关于发布 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》中提到的全国电力平均二氧化碳排放因子 0.6096 kgCO₂/kWh。
19. 因工亡事故数：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司生产经营过程中发生安全生产死亡事故数，因工伤死亡的判定依据《工伤保险条例》中的相关规定。
20. 职业病事故：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，华润饮料（控股）有限公司连同其附属公司受职业病危害因素影响的在岗职工发生疑似职业病或确诊职业病人数量。

编写人员名单

华润饮料 2025 年度可持续发展报告编写人员名单

主 编：高 立

副 主 编：彭凯闻

执行主编：卢舒倩 周 睿

责任编辑：胡哲敏	郑丹玲	王雪薇	庄新伟
段旭劼	汤 伟	陶慧慧	黎圆圆
陈一悦	王雷鸣	杨凡星	王如意
陈奕彤	叶国舟	翁吓琛	蔡晓璇
胡建旗	黄星扬	刘雄辉	郑 嘉
戴云川	丁 玲	祖媛媛	王 庆
黄艳慧	周雪情	吴楚红	曾尹薇

（排名不分先后）

| 意见反馈

尊敬的读者：

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

1. 您属于哪一类利益相关方？

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

2. 您对公司可持续发展报告的总体评价：

- 好 较好 一般 差 不了解

3. 您认为本报告是否能反映公司对经济、社会和环境的重大影响？

- 能 一般 不了解

4. 您认为本报告所披露信息、数据、指标的清晰、准确、完整度如何？

- 高 较高 一般 较低 低

5. 您认为公司在服务客户、保护相关方利益方面做得如何？

- 好 较好 一般 差 不了解

6. 您对公司可持续发展工作和本报告的其他意见和建议，欢迎在此提出：

再次感谢您的大力支持与配合！

扫码参与
线上意见反馈

