



2025 | 環境、社會和公司治理報告  
青島啤酒股份有限公司

# 關於本報告

## 報告範圍

本報告是青島啤酒股份有限公司第十八份可持續發展年度報告，本報告數據和信息涵蓋青島啤酒股份有限公司在國內擁有的56家全資和控股的啤酒生產企業及2家聯營及合營啤酒生產企業，2025年1月1日至2025年12月31日期間各項可持續發展實踐。基於報告的延續性和對比性，部分數據和信息不局限於2025年。

## 編製依據

本報告依據上海證券交易所《上市公司自律監管指引第14號——可持續發展報告(試行)》和《上市公司自律監管指南第4號——可持續發展報告編製》、香港聯交所《主板上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告守則》，並參考全球可持續發展標準委員會(GSSB)《GRI可持續發展報告標準》(GRIStandards)，國務院國資委下發的《央企控股上市公司ESG專項報告參考指標體系》，中國酒業協會《中國酒類企業ESG披露指南》等相關要求編製。

## 編製原則

報告內容的選取過程中，青島啤酒遵循重要性、量化、一致性、平衡性、準確性、可鑒證性、可比性、清晰性、時效性原則，從環境、社會和公司治理等多方面進行陳述，重點報告了青島啤酒在產品、環境、員工、社區以及商業夥伴等各方面的可持續發展責任。

### 重要性

公司識別出主要利益相關方及其關注的可持續發展議題，並根據其關注議題的重要性程度，在報告中做有針對性的披露。

### 量化、可比性、一致性

本報告披露關鍵數據績效指標，部分重點披露數據涉及三年歷史數據。本報告對指標的統計及披露方式保持一致，以利益相關方進行分析，評估公司ESG績效水平發展趨勢。

### 平衡性、準確性、可鑒證性

本報告內容反映客觀事實，其中重點數據聘請第三方鑒定單位進行進一步的核算，以保證披露信息的內容不會對信息使用者造成誤導性影響。報告內容經董事會審議通過，不存在虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏。

### 清晰性

本報告發布版本包括簡體中文、繁體及英文版本，便於各投資者群體閱讀了解。本報告中包含表格、圖形等信息，便於利益相關方更好地理解報告中文字內容。為便於利益相關方更快獲取信息，本報告提供目錄及ESG指標索引表。

### 時效性

本報告為年度報告，與公司年度財務報告一同發布，為利益相關方決策提供及時的信息參考。

## 指代說明

報告中青島啤酒股份有限公司簡稱為「青島啤酒」或「公司」或「我們」，本報告版權歸青島啤酒股份有限公司所有。

## 發布方式

本報告以中文、英文兩個語言版本發布。若內容理解不一致，請以中文版本為準。報告可在本公司網站查閱(網址：www.tsingtao.com.cn)。

# 目錄

董事長致辭	2	公司治理	7
可持續發展指標	4	ESG治理	10
關於我們	6		

## 01 品質築基——122年只為釀造好啤酒

食品安全與質量	16	應對氣候變化	34
產品全過程管理	21	水資源利用	46
科技引領 創新驅動	25	能源管理與高效利用	47

## 03 以人為本——給奮進者舞台 為成就者喝彩

職業健康與安全	60	可持續供應鏈	72
權益與保障	62	關愛社會	76
員工成長與發展	65		
員工關愛	68		

2025年青島啤酒榮譽(部分)	81	ESG指標索引	84
第三方評價	82	您的反饋	89

## 02 向綠而行——為了更美好的世界

環境合規管理	49	綠色行動	53
--------	----	------	----

## 04 責任擔當——創造可分享的社會價值

## 董事長致辭

2025 年，啤酒行業消費升級與產業轉型深度交織，市場需求更趨多元。青島啤酒立足釀造主業、堅守實業初心，以幹字當頭、穩中求進的實幹作風，不斷夯實可持續發展韌性、加速培育新質動能。公司始終堅持與時代同頻、與社會共生、與自然相融，統籌經濟效益、生態效益、社會效益協同發展，持續為消費者、員工、投資者、合作夥伴及行業、社會創造可持續價值，走出了一條兼具行業特色與時代內涵的發展之路。



青島啤酒股份有限公司

黨委書記、董事長、總裁

## 責任鑄底色 創新促發展

### 向新提質，鍛造發展新引擎

2025 年，我們全力推動新產品、新渠道、新場景、新人群、新需求「五新」戰略落地生根，激活增量引擎。在科技創新上，依託高能級科研創新平台與四獲國家科學技術進步二等獎的硬核實力，圍繞「啤酒 + 生物」戰略開展前瞻性技術研發，推動生物製造項目產業化落地，生鮮啤酒保鮮與副產物高值化技術等兩項科技成果，獲國際領先鑒定；在質量管理創新上，建立覆蓋產品全生命周期的食品安全管理體系、全鏈條的食品安全管控體系、風險物質檢測方法數據庫並使之達到國際先進水平；深耕產品創新，2025 年研發推出輕干型啤酒、櫻花味茉莉花味白啤、高端精釀、風味果啤等 20 餘款新品，精準響應多元細分消費需求；加快新渠道拓展，搭建公域 + 私域 + 內容一體化體系建設，全面推廣 7 天精品原漿「新鮮直送」模式，覆蓋全國 38 個城市超 1100 家門店，實現模式行業領先；深耕消費場景，聯動中超賽事、澳網公開賽等 IP 開展推廣，「青島啤酒交易所」等火爆出圈，持續引領消費新潮流；布局新賽道，圍繞「啤酒 + 」搭建消費新生態，深化現代製造業與時尚文旅、智慧物流、數字科技的跨界「兩業」融合，不斷提升產業能級與核心競爭力。

### 生態底色，繪就產業新圖景

2025 年，秉持「為了更美好的世界」的環境觀，我們以全球行業首座「可持續燈塔工廠」為標桿，穩步推進青啤二廠、濰坊公司、青啤五廠等高端化、智能化、綠色化生產基地建設；用覆蓋全價值鏈的「含綠量」換來了高質量發展的「含金量」。定點梳理、精準減排啤酒生產過程中的碳足跡，一是調整用能結構，持續加大

清潔能源應用力度，推廣光伏、生物質能等綠色能源，可再生能源電力使用佔比達 91%；二是創新實施二氧化碳回收、熱能中心及熱泵技術等管理優化和節能新技術，形成了一攬子節能低碳「打法包」，「十四五」以來公司碳排放降低 60%，2025 年新增 7 家國家級綠色工廠，累計 30 家居行業首位。作為產業鏈「鏈主」企業，聯動上下游協同減碳、綠色升級，打造生態產業集群，探索傳統製造業循環發展的全新路徑。

### 責任築基，厚植價值新內涵

百餘年來，堅守「好人釀好酒」的百年世訓，青島啤酒將「質量為基」牢牢鑄在企業發展的底座上，每一瓶高質量的產品，是我們向社會傳遞責任的「第一份答卷」。2025 年，秉持「為生活創造快樂」的使命，我們將社會責任深度融入經營發展的每一個環節：在穩健經營中提質增效，為投資者創造長期價值，切實履行經濟責任；持續推進鄉村振興幫扶項目，建設酒花、大麥特色產業基地帶動農戶增收；常態化開展公益助學、應急救災、生態環保志願行動，用愛心回饋社會；建立供應商分級管理與綠色准入機制，與供應商、經銷商攜手共贏，構建價值共享的產業生態，築牢百年品牌的信任根基。

百廿新程，步履不停。我們以向新而行的活力、向綠而興的定力、向善而為的初心，在可持續發展之路上步履更穩。面對行業發展新機遇與新挑戰，以可持續發展的堅韌韌性應對變局、開拓新局。與價值鏈夥伴、社會各界同心同行、攜手共進，向着「擁有全球影響力品牌的世界一流企業」篤定前行，用實幹實績書寫企業可持續發展的嶄新篇章！

## 可持續發展指標

### 經濟責任

公司歷年來重視對投資者的回報，累計 29 年現金分紅 (自 1993 年上市以來至 2024 年)

**185.78** 億元

2025 年銷售量

**764.82** 萬千升

2025 年營業收入

**324.73** 億元

2025 年歸屬於母公司股東的淨利潤

**45.88** 億元

2025 年每股收益

**3.363** 元

2025 年每股社會貢獻值

**11.942** 元

### 環境責任

國家級綠色工廠數量  
居啤酒行業 **首位**

2025 年新增國家級  
綠色工廠數量

**7** 家

累計國家級綠色工廠數量

**30** 家

累計碳中和工廠數量

**4** 家

2025 年使用可再生  
能源電力工廠數量

**57** 家

2025 年 100% 可再生  
能源電力使用工廠數量

**36** 家

2025 年可再生能源  
電力使用佔比

**91%**

累計廢水價值項目推  
廣簽約工廠數量

**37** 家

2025 年溫室氣體排放總量  
(範圍 1+2) 較 2024 年降低

**13.8%**

2025 年溫室氣體排放總量  
(範圍 1+2+3) 較 2024 年降低

**5.3%**

2025 年啤酒生產單位產品耗水量  
較 2024 年降低

**1.5%**

2025 年溫室氣體排放密度  
(範圍 1+2) 較 2024 年降低

**13.5%**

2025 年溫室氣體排放密度  
(範圍 1+2+3) 較 2024 年降低

**5.1%**

2025 年啤酒生產單位產品綜  
合能耗密度較 2024 年降低

**3.1%**

### 社會責任

2025 年研發費用金額

**1.2** 億元

累計青啤獎學金捐贈金額

**650** 萬元

累計青啤獎學金捐助學生人數

**2,128** 人

2025 年員工培訓支出金額

**2,888.2** 萬元

2025 年員工培訓覆蓋率

**100%**

2025 年員工人均培訓時長

**61** 課時

累計支持殘疾人事業捐助

**258** 萬元

2025 年救助重大疾病員工支出數額

**66.9** 萬元

2025 年員工關愛基金捐款數額

**60.66** 萬元

2025 年救助重大疾病員工人數

**19** 人



## 關於我們

青島啤酒始建於 1903 年，是中國歷史悠久的啤酒製造廠商。於 1993 年在上海和香港兩地上市，是中國內地第一家在香港上市的企業，在國內擁有 56 家全資和控股的啤酒生產企業，及 2 家聯營及合營啤酒生產企業，規模和市場份額居國內啤酒行業領先地位。產品遠銷 120 多個國家和地區，是國際市場上最具知名度的中國品牌之一，2008 年北京奧運會與北京 2022 年冬奧會官方贊助商。

建黨 100 周年之際，青島啤酒公司黨委榮獲「全國先進基層黨組織」榮譽稱號；兩次榮獲國家質量獎，中國質量獎提名獎，榮獲啤酒行業僅有的 4 項國家科學技術進步獎二等獎；青島啤酒廠獲評全球首家啤酒飲料行業工業互聯網「燈塔工廠」、全球首家食品飲料行業「可持

續燈塔工廠」；產品屢獲歐洲啤酒之星大獎、世界啤酒錦標賽金獎、布魯塞爾啤酒挑戰賽金獎、亞洲國際啤酒大賽金獎。2025 年公司上榜首批「中國消費名品」、黨建成果榮獲「第七屆基層黨建創新案例」獎、2025 年企業黨建十大突破性課題、榮獲上市公司董事會最佳實踐案例、ESG 案例入選國務院國資委《國資國企社會責任藍皮書》、榮獲第十屆亞洲質量改進與創新案例大賽一等獎、入選 Kantar、Google、Forbes 等多個中國全球化品牌榜單，獲得 Transform Awards Asia 亞洲品牌金獎、蟬聯 Brand Finance 全球啤酒品牌力冠軍。

青島啤酒以「為生活創造快樂」為使命，秉承「好人釀好酒」的百年世訓，守正創新、行信致遠，致力於打造「成為擁有全球影響力品牌的世界一流企業」。

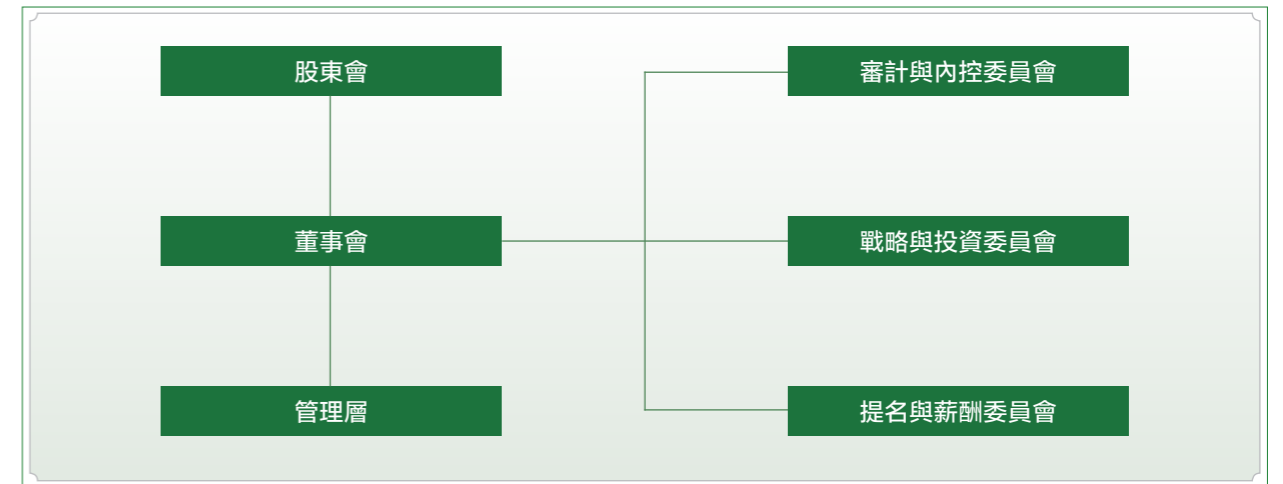


## 公司治理

青島啤酒建立了完善的公司治理架構，在國內上市公司中率先建立了外部董事佔多數的董事會架構，明晰各層級管治責任，並建立暢通的信息溝通機制和持續加強的全面風險管理體系，全面推進合規經營，促進公司持續健康發展。

### 治理體系

公司嚴格遵守《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國證券法》等法律法規和監管要求，制定一系列管理制度，建立科學高效的決策機制，形成了各司其職、協調運轉、有效制衡的治理體系，公司董事會設立了審計與內控委員會、戰略與投資委員會和提名與薪酬委員會三個由獨立非執行董事為主構成的專業委員會，促進了公司治理結構的有效運作，充分保障公司高效、科學經營。



◆ 公司治理架構



◆ 青島啤酒公司第十一屆董事會成員

## 董事會有效性

公司定期召開董事會會議，推進戰略決策制定，確保運營合規高效。2025 年根據境內外證券監管法律法規和交易所上市規則的要求，結合公司治理實踐，年內依法合規組織召開公司董事會及專門委員會、監事會及股東會會議，合規提報及審議相關議案，並及時履行信息披露義務，共召開股東會 1 次、董事會 9 次、監事會 3 次、董事會審計與內控委員會會議 7 次、董事會提名與薪酬委員會 4 次、董事會戰略與投資委員會 5 次，審議批准了公司年報、利潤分配預案、年度內部控制評價報告、半年報、季報以及與年報相關的議案等，充分發揮了董事會的科學決策作用和監事會的依法監督作用。

2025 年 5 月 20 日，公司召開 2024 年年度股東會，審議通過關於重選及選舉第十一屆董事會執行董事、獨立董事的議案，並接續召開新一屆董事會的第一次會議，審議通過選舉董事長、選舉董事會下設專門委員會組成人員及聘任新一屆高管團隊等議案，公司董事會換屆這一治理核心節點順利完成。5 月 22 日，公司召開了第六屆第六次職工代表大會，選舉出公司第十一屆董事會職工董事，與股東會選舉產生的 8 名董事共同組成公司第十一屆董事會。

根據《公司法》及中國證監會規定，公司於 2025 年 5 月 20 日召開股東會取消設置監事會，由董事會審計與內控委員會行使《公司法》規定的監事會的職權，並同步修訂《青島啤酒股份有限公司章程》《青島啤酒股份有限公司股東會議事規則》《青島啤酒股份有限公司董事會議事規則》，廢止《青島啤酒股份有限公司監事會議事規則》。

## 董事會獨立性及多元化建設

公司新一屆董事會由 3 名執行董事、1 名職工董事和 5 名獨立董事組成，均符合中國證監會和香港聯交所要求的獨立性。其中獨立董事由具有經濟、法律、會計、營銷等專業領域背景的專家和學者組成，為公司的戰略決策、經營發展及公司治理等重大事項提供獨立、專業的決策意見。

公司董事會成員中包括 3 名女性，滿足香港聯交所上市規則有關董事會成員多元化的性別組成要求。

## 信息透明

根據上交所和港交所兩地上市規則要求，依法合規編製、審議及披露公司定期報告和其他臨時性公告，保持了信息披露合規無差錯。年內，在上交所網站和香港聯交所網站共發布公告 215 份。

公司嚴格遵守境內外監管規定和上市規則的要求，不斷完善、提升公司治理水平並致力於規範運作，獲得了一系列的獎項：

- 中國上市公司協會頒發的「2025 年度上市公司董事會最佳實踐案例」「董辦最佳實踐案例」及「年報業績說明會優秀實踐」
- 上海證券交易所信息披露 A 級評級
- 中國證券報「2024 年度金信披獎」和「2025 年度公司永續經營獎」
- 證券時報第十六屆「天馬獎」投資者關係管理獎項
- 全景網第六屆投資者關係評選「傑出 IR 團隊」和「傑出機構關注獎」
- 青島轄區第十六屆「2025 年度投資者保護工作先進單位」

## 風險控制與管理

公司嚴格依照中國證監會、上海證券交易所、香港聯交所及《公司法》《公司章程》《證券法》等法律法規體系的要求，持續完善風險管理體系，保證公司戰略目標的實現，提升公司內部控制管理水平。相繼發布了《內部控制指引》《風險管理制度》和《風險評估管理程序》等制度，明確公司及所屬單位風險管理職責和權限，每年按照計劃組織公司全面風險評估和專項風險評估。制定了《內部控制評價管理規定》及《內部控制評價實施辦法》，組織建立了三級內控評價體系，即建立總部獨立內控評價、總部職能部門內控評價和(子)公司自我內控評價相結合的三級內控監督機制，通過實施內控評價，跟蹤內控整改，合理地保障了內控制度執行的有效性，防範經營管理風險。另外，公司還聘請了第三方對公司進行內控審計，促進公司內控管理水平的提升。

## 商業道德與合規

公司嚴格執行《中華人民共和國憲法》《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國監察法實施條例》，並落實《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國反洗錢法》中關於禁止賄賂、勒索、欺詐、洗黑錢的有關規定。公司嚴格遵守《中華人民共和國反壟斷法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等法律法規要求，已制定並遵守《青島啤酒反壟斷合規專項指引》，嚴格禁止橫縱向壟斷協議、濫用市場支配地位等不當行為，保障銷售環節合法合規。報告期內，公司未發生因壟斷或不正當競爭被監管部門處罰的事件。2025 年公司共計開展了 30 餘次公平競爭合規培訓，全部覆蓋營銷職能及下屬單位。

## 知識產權保護

公司遵守《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國著作權法》等知識產權相關法律法規，2025 年修訂《知識產權合規管理手冊》等內部制度，

公司識別對可持續發展有重大影響的 ESG 風險和機遇，並將風險應對策略和控制措施納入日常經營管理。持續優化《風險管理制度》和《風險評估流程》等相關制度和流程，制定了風險分類框架，框架涉及 14 大類 64 小類風險，涵蓋生產經營的主要方面，還結合 ESG 風險評估的結果，制定 ESG 戰略和管理優先事項，以應對內外部的 ESG 風險和機遇，確保戰略和實踐與企業的長期目標保持一致。相關職能部門加強溝通與協同，共享 ESG 相關的數據和信息，評估 ESG 風險的變化趨勢和潛在影響。內控主管部門及相關職能部門每年度至少組織一次 ESG 風險評估或專項風險評估，對 ESG 風險管理體系的有效性進行評價，以確保該體系的穩健運行。

公司持續完善合規管理體系，優化合規管理組織架構，構建分級分類的合規管理制度體系，建立事前預防、事中控制、事後考評多層級的合規風險防範機制。為持续提升全員合規意識與技能，公司積極營造合規文化氛圍，開展豐富多樣的合規文化宣貫活動，其中「合規講堂」已累計開展 48 期，取得了良好成效。

公司要求全體員工、商業夥伴共同恪守商業道德，教育員工誠信經營、廉潔自律，堅決杜絕腐敗行為。公司組建合規、審計、紀檢監察隊伍，開展監督檢查、合規審查、專項審計、責任追究等工作，公司構建「綜合監督」體系，建立違規舉報平台，提供多種舉報渠道，以防範和化解各類風險，保障公司合規經營。

持續運行完善知識產權合規管理體系，規範公司商標、專利、著作權等知識產權的確權、維護與使用，並避免侵犯他人的知識產權，為公司高質量創新發展提供保障。

# ESG 治理

## 董事會 ESG 聲明

青島啤酒高度認同環境、社會和公司治理(ESG)對公司長久穩健經營的重要性。本公司及董事會遵循中國證監會《上市公司治理準則》及上海證券交易所《上市公司自律監管指引第1號——規範運作》《上市公司自律監管指引第14號——可持續發展報告(試行)》、香港聯交所《主板上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告守則》的各項要求，構建了職權清晰、分層管理、權責明確的「決策層 - 監督層 - 執行層」三級ESG管治架構，持續加強董事會在公司 ESG事務中的監督與參與力度，積極主動將ESG融入公司發展戰略、重大決策與生產經營，建立了有效的ESG管理機制和治理機制。

**決策層：**董事會設立戰略與投資委員會，對公司環境、社會和公司治理相關政策和策略進行審閱，確保其符合法律、法規和標準；青島啤酒董事會戰略與投資委員會設召集人一名，由公司黨委書記、董事長擔任，其他三位成員為獨立董事。戰略與投資委員會對公司的環境、社會和公司治理相關風險及機遇進行評估和梳理；審查公司環境、社會和公司治理及內部監控系統，就其適當性和有效性向董事會提出建議；對公司環境、社會和公司治理相關工作的目標和實施情況進行審查和監督，評估工作情況；審閱公司對外披露的環境、社會和公司治理報告；對公司環境、社會和公司治理管理願景、目標及策略的制定進行指導。

**監督層：**青島啤酒成立環境、社會和公司治理工作領導小組，制定公司的 ESG 管理整體規劃、制度、方針、策略及目標；根據整體 ESG 策略和方向研究具體工作；識別 ESG 風險，並進行內外部重要性評估等工作；制定 ESG 工作計劃並設定工作目標，統籌、協調與指導 ESG 相關職能部門設定關鍵績效指標並持續優化；辨識 ESG 相關數據來源，並制定日後收集有關數據的管理政策等；統籌、協調與指導 ESG 相關職能部門共同推進工作的有效落地；及 ESG 報告整體編製和其他相關工作。

**執行層：**青島啤酒 ESG 工作領導小組下設涵蓋各部門、各單位的环境、社會和公司治理三個專項工作組，負責公司整體的環境、社會和公司治理領域目標和關鍵績效指標；根據目標和關鍵績效指標確定舉措並開展相關工作，持續優化；對相關工作進行定期回顧和反饋；負責收集、整理外界環境、社會和公司治理等相關信息，並對實際工作的開展提供建議。



## 利益相關方溝通

我們堅持構建有效的溝通機制，同利益相關方建立緊密聯繫，通過面對面會議、現場調研、信息發布平台、官網、官方微博、微信、服務熱線、新媒體平台、電子郵件、電話會議等多元形式與利益相關方進行更積極、廣泛的交流與溝通，主動收集利益相關方關注的議題，並將之融入到公司有關決策制定當中。通過定期的溝通，有效地向利益相關方全面傳遞公司的高質量發展成果及公司戰略規劃，同時也通過了解他們對青島啤酒可持續發展的期望與反饋，從而提升企業可持續發展的能力，助力公司高質量發展。

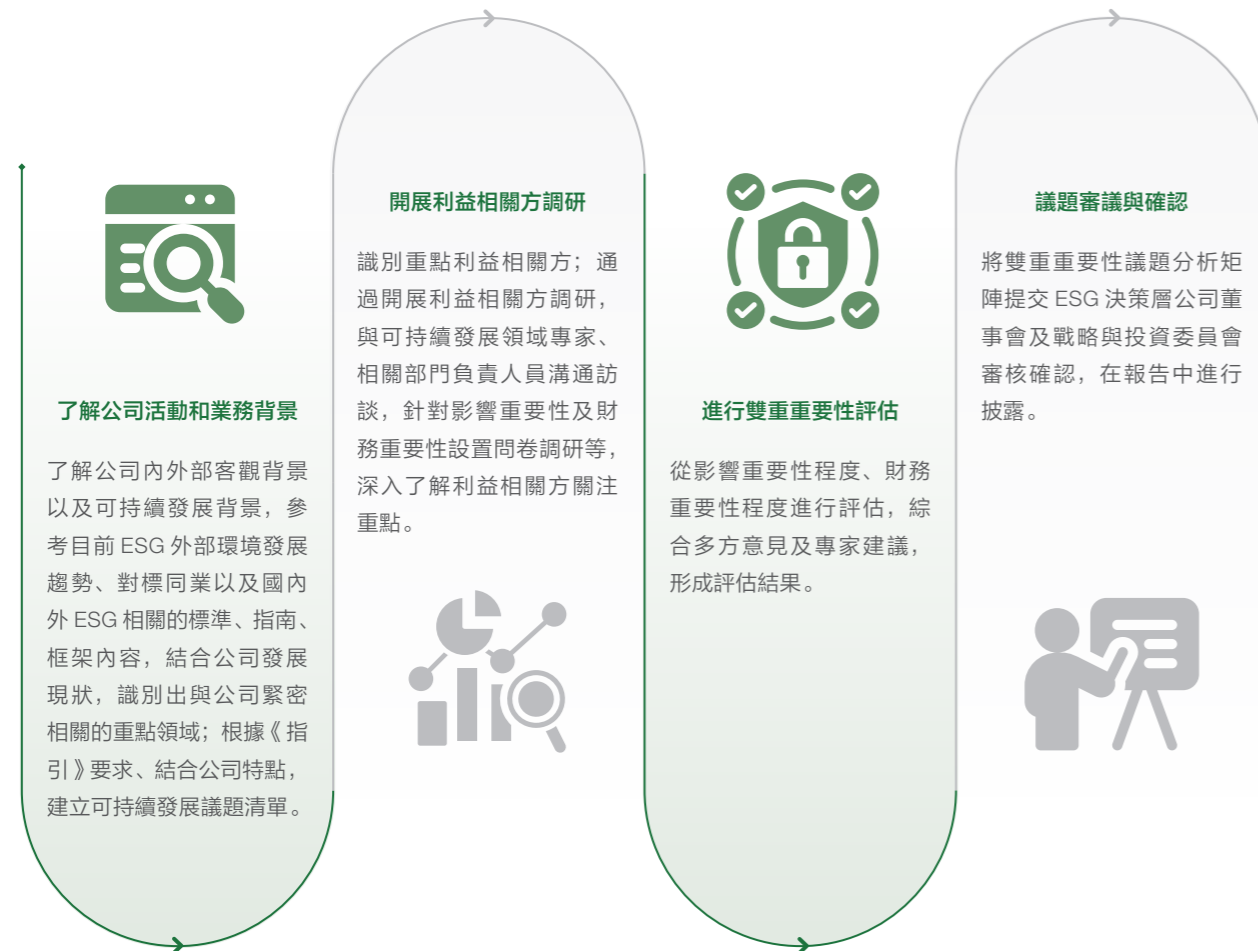
利益相關方	關注內容	溝通及回應方式
消費者	安全、健康、高品質產品 多元化的產品選擇 優質、完善的客戶服務	負責任營銷宣傳 提供沉浸式體驗 服務熱線及多渠道溝通
環境	減少污染 應對氣候變化 綠色低碳發展 發展循環經濟	信息公開 開展生態環保項目 公益環保宣傳
投資者與股東	穩健合規運營 資產保值增值 獲得合理可持續的回報 重大事項信息及時披露 創新可持續發展	股東大會或專項會議 路演交流活動 及時發布企業年報、公告信息
員工	安全健康工作場所 完善的工資與福利保障 職業發展平台	員工滿意度調查 職工代表大會 員工面談 績效考核 公司內部企業文化傳達平台 員工活動與培訓
商業合作夥伴	遵守商業道德、誠實守信 推動產業鏈健康發展 互利共贏、共同成長	供應商大會、經銷商大會、金鷹會、溝通會、 走訪等信息交流、分享、培訓 電話、郵件等各類通信工具 行業會議與展覽
政府與監管機構	引領行業發展 合規運營 依法納稅 貢獻地方經濟發展 解決就業	監管考核 專項會議 專題匯報 信息披露
行業協會	產品質量 行業合作和發展	參與行業協會相關標準制定 加強與協會定期交流 參與協會倡議與活動
社區和 NGO	公益慈善活動 助力社區發展與進步 加強媒體溝通	社交媒體 現場參觀 公益慈善、鄉村振興、啤酒節等 公司網站及相關平台信息披露

## 議題重要性評估

### 雙重重要性分析

公司高度重視可持續發展議題的識別、評估與管理。2025 年，我們基於往年重大性議題矩陣，根據監管要求並結合企業實際情況，通過分析公司業務環境、議題識別、開展利益相關方調研、進行雙重重要性評估、審核確認議題等步驟分析各議題對公司可持續發展的影響程度以及利益相關方的關注程度，綜合判斷 2025 年影響重要性和財務重要性議題排布情況，進而形成公司 2025 年雙重重要性議題矩陣。

### 議題雙重重要性分析流程



## 議題重要性分析結論



# 01

## 品質築基 ——122年只為釀造好啤酒

近年來，青島啤酒聚焦傳統製造智能化、綠色化、融合化轉型，持續提升技術、生產、管理等創新水平，以「為生活創造快樂」為使命，將「打造魅力感知質量」作為公司質量理念，把握消費趨勢，持續激發創新動力，優化服務體系，通過發力「五新」方向，在新產品、新渠道、新場景、新人群、新需求等方面尋求新增長點，不斷滿足消費者多元化、個性化、便捷化、場景化需求。

- ◆ 食品安全與質量
- ◆ 產品全過程管理
- ◆ 科技引領 創新驅動

16  
21  
25



# 食品安全與質量

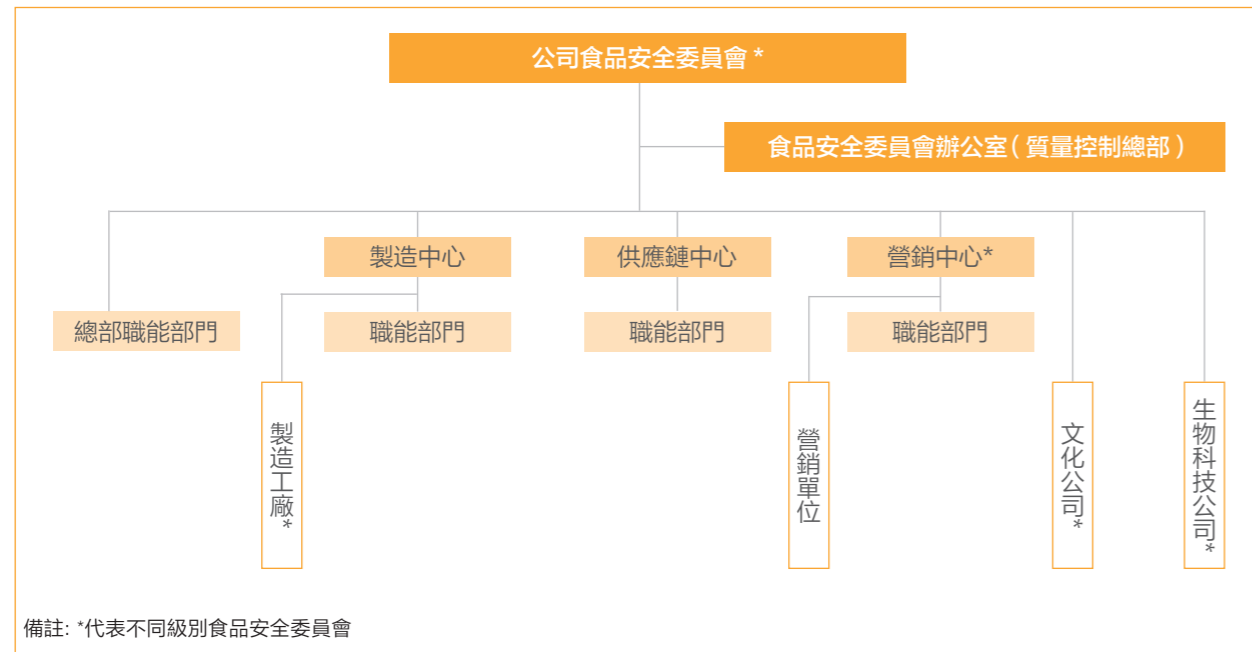
122年來，青島啤酒始終將「質量」築牢在百年發展的根基上，秉持「打造魅力感知質量」的理念，堅守「好人釀好酒」的百年世訓，從原料篩選到釀造工藝的每一個環節都精益求精。

## 治理

公司嚴格遵守《中華人民共和國食品安全法》《中華人民共和國食品安全法實施條例》《中華人民共和國產品質量法》《食品生產經營企業落實食品安全主體責任監督管理規定》《食品生產許可管理辦法》《食品安全抽樣檢驗管理辦法》以及GB14881《食品安全國家標準食品生產通用衛生規範》、GB5749《生活飲用水衛生標準》、GB/T4927《啤酒》等要求，確保產品指標、生產衛生規範等均符合國家法律法規及食品安全國家標準要求。建立了從上至下的質量管理架構，搭建了完善的質量管理體系。2025年青島啤酒更新發布《食品安全手冊》，涵蓋食品安全主體責任制、食品安全前提方案的建立與實施、食品安全風險防控動態管理機制、食品安全績效評價與持續改進；明確了各層級食品安全委員會與各食品生產經營單位的工作規範。

## 管理架構

公司設立以總裁為主任的食品安全委員會，負責研究部署、統籌指導公司食品安全工作，食品安全委員會辦公室設在質量控制總部，負責公司食品安全體系的建設，並對體系運行情況進行評價及持續改進。



◆ 公司食品安全管理架構圖

公司下屬各食品生產經營單位設立本單位食品安全委員會，依法配備食品安全總監與食品安全員。各食品生產經營單位、各職能部門負責人對本單位食品安全工作全面負責，食品安全總監、食品安全員按照崗位職責協助負責人做好食品安全管理工作。

## 質量管理體系

青島啤酒建立標準化的質量管理體系與模式，構建覆蓋全業態、全鏈條、全品種的食品安全與質量管理體系，實施食品安全與質量數智化協同監管機制。遵循GB/T22000/ISO22000《食品安全管理體系\_食品鏈中各類組織的要求》、FSSC22000食品安全體系認證、GB/T19001/ISO9001《質量管理體系要求》等食品安全與質量體系要求，通過了HACCP食品安全管理體系認證、FSSC22000食品安全體系認證，實施TACCP食品安全防護體系，對全供應鍊實施食品安全第三方檢測監控，並實施了VACCP防欺詐管理體系。

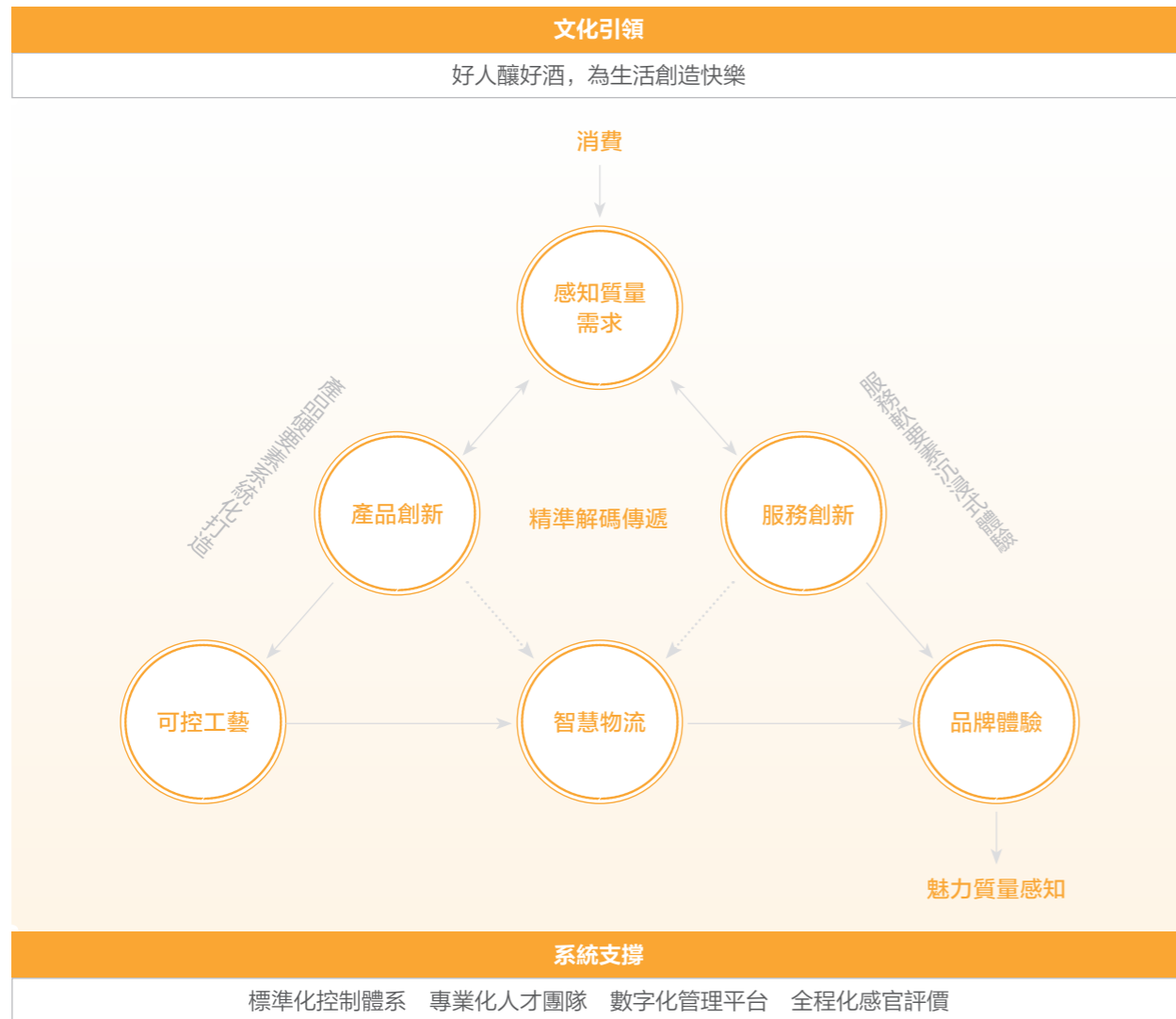
為持續築牢品質根基，青島啤酒建立了貫穿全過程的「檢驗+品評」雙把關的質量保證體系，通過高標準建設與數字化賦能，推進質控體系向標準化、智能化、高效化演進。

踐行「四個最嚴」	預防為主	風險管理	全程控制	全員共治
食品安全管理遵循習近平總書記提出的「最嚴謹的標準、最嚴格的監管、最嚴厲的處罰、最嚴肅的問責」，確保「舌尖上的安全」。	食品安全工作實行預防為主，各項工作關口前移，通過加強食品安全管控，消除隱患，防患於未然。	建立健全食品安全風險防控動態管理機制，做好食品安全風險監測、風險評估、風險措施制定、風險管控等工作。	建立並實施從農田到餐桌的全過程的食品安全管理制度，覆蓋從原料採購到生產過程、產品流通等全流程。	橫到邊縱到底落實食品安全主體責任和管理責任，人人都是食品安全責任人，營造同心共護食品安全良好氛圍。
◆ 青島啤酒食品安全方針				

## 戰略

公司持續關注消費者的「基本需求」與「變化需求」，不斷挖掘「潛在需求」，「基於數字化端到端解碼的魅力感知質量」管理模式在實踐中應運而生，從「產品硬要素系統化打造」與「服務軟要素沉浸式體驗」兩條路徑出發，不斷豐富和深化質量內涵，建立「感知質量需求、產品創新、可控工藝、服務創新、智慧物流、品牌體驗」六大端到端的精準解碼傳遞，為消費者提供高品質產品與服務。

### 「基於數字化端到端解碼的魅力感知質量」管理模式



### 落實食品安全主體責任制與風險防控動態管理機制

青島啤酒把食品安全控制納入到戰略管理和質量控制的首位，以《食品安全手冊》為根本遵循，建立健全食品安全主體責任制和食品安全風險防控動態管理機制，橫到邊縱到底強化落實食品安全主體責任，2025年度各業態自高層管理人員到一線崗位人員共簽訂3萬餘份食品安全目標責任書，將食品安全職責落實到崗位落實到個人。

青啤公司依據國家市場監督管理總局令97號《食品生產經營企業落實食品安全主體責任監督管理規定》，建立基於食品安全風險防控的動態管理機制。強調事先預防，以市場監管總局各品種《食品安全風險管控清單》為基礎，以國家衛生規範要求、HACCP食品安全體系、TACCP食品防護體系、VACCP食品防欺詐體系要求為抓手，結合青島啤酒風險管控實際，建立各業態各品種「區域分級管控+全過程管控」《食品安全風險管控清單》並落地日管控、周排查、月調度，防範食品安全問題的發生，充分保障產品食品安全。

### 實施全鏈條食品安全與質量數智化協同監管機制

<b>物料把關</b>	對所有涉及食品安全指標的物料以及關鍵包材供方進行前置把關。
<b>物料承運</b>	實施原料承運全過程查驗；原料承運數字化管理平台（鴻鵠系統）對「人、車、貨、行」實施數字化監控，聯動提升了原料承運端食品安全保障能力和食品防護水平。
<b>生產過程</b>	完成食品防護配置與管理標準化——製造工廠界定食品防護等級，清晰劃分分級區域，嚴格各區域人員權限管理與行為規範。通過業務流程優化、人員統籌組織、機械替代人工等手段，提升安全水平。重點監控區域視頻監控升級為AI智能人員行為識別系統，實現非權限人員接近即識別報警。  全面引入實驗室信息管理系統(LIMS)——對接啤酒生產全業務流程，實現對所有質量檢驗檢測任務的自動觸發、指標的自動採集和檢驗檢測過程的高效管理。  推動質量保證體系六維度優化管理——在「人、機、料、法、環、測」六個維度的統一優化，持續培養「一崗多能」的複合型檢驗校準人員，並借助LIMS系統，將檢測與校準管理從「後台」推向「前台」，構建了更簡潔、高效、精準的數字化質量保證體系。
<b>市場監管</b>	行業首家實施市場產品第三方獨立抽樣檢測制度，對市場產品進行全覆蓋監控。自主研發生鮮售酒機可移動自動清洗系統及數字化管理平台，實現對設備清潔流程的遠程精準監控。構建覆蓋常規監督、專項品評與重大節點保障的立體化監管模式，形成系統化的市場治理方案，全面推動生鮮渠道運營標準化、管理精細化。
<b>產品物流</b>	運輸管理系統(TMS)覆蓋所有發運訂單，工廠發貨端—經銷商收貨端全過程監管；推進青島智慧融合倉庫模式，保證倉庫存貨質量及產品新鮮度，提升了產品運輸貯存端本質安全。

### 食品防護由公司內部向供應鏈上下游延伸

與上游供應商共同完善並實施覆蓋整個原料供應鏈的食品防護措施。所有原料承運商均完成提前登記，簽署《無不良記錄承諾書》，原料運輸車輛進廠提前預約，嚴格核對查驗相關信息；加強下游成品承運商食品防護管理。運用運輸管理系統TMS、北斗定位、電子簽章等技術手段，加強運輸全過程防護及軌跡管理，並啟動常態化物流質量安全核查等，確保成品物流質量全程可控可追溯。

### 指標與目標

2025年國家監管部門查核青島啤酒公司工廠共94次，無違法違規無行政處罰事項；國家監督抽檢共238批次，產品100%合格。未出現已售或已運送產品因安全與健康問題而被召回的事項及產品。

#### 食品安全與質量管理目標

<p>食品安全零事故</p>	<p>食品安全指標及質量國標項符合率 <b>100%</b></p>	
----------------	------------------------------------	--

## 作為代表企業出席「中國質量大會」

2025年9月16日至17日，以「質量：賦能新質生產力」為主題的第六屆中國質量大會在南京舉行。青島啤酒作為行業唯一受邀企業，出席「中國質量大會」並作發言。青島啤酒黨委書記、董事長姜宗祥以《向「新」而行 以「質」致遠》為主題，分享百年品牌構建創新性質量管理體系推動高質量發展，服務美好生活的生動實踐。

全國質量月期間，青島啤酒還作為飲料行業代表登上央視2025年9·15「中國品質生活」晚會舞台，以堅持技術攻堅、探索品質躍升的故事，引發大家對中國啤酒產業質量變遷的共鳴。



◆ 青島啤酒黨委書記、董事長姜宗祥作主題發言

## 接續舉辦第47屆提高質量紀念日大會

2025年4月10日，青島啤酒舉辦第47屆提高質量紀念日大會，當天，青島啤酒公司領導、總部職能部門負責人、本埠工廠總經理、全國各工廠釀酒師以及青啤魅力感知質量全鏈條上的代表，齊聚青島啤酒的發源地登州路56號，通過主題宣貫、質量宣誓、致敬匠星、質量目標責任書簽署等活動，持續深化全員全鏈品質匠心，持「質」以恒為引領消費新需求再聚新動能。會上，青島啤酒對第十屆職業技能獲獎者代表、職工質量改進與創新案例進行表彰。



◆ 公司魅力感知質量全鏈條上的代表人員進行質量宣誓

## 登榜首批「中國消費名品」

2025年4月，由工業和信息化部聯合多部委評定的首批中國消費名品名單重磅發布。百年品牌青島啤酒以卓越品質與全球品牌影響力，成功入選該名單，成為首批獲此國家級權威「嚴選」的消費品牌之一。

中國消費名品方陣建設從三個維度構建以企業品牌和區域品牌為主體的中國消費名品體系。此次青島啤酒入選首批「中國消費名品」時代優品，該維度注重產品競爭力，是新中國成立以來質量過硬、美譽度高，在人民群眾中影響深遠的優質品牌。

## 產品全過程管理

青島啤酒建立標準化的質量管理體系與模式，實施端到端全過程質量監控，從原料、生產、物流、終端等各環節建立健全質量監控體系，實施產品全過程嚴格把關。

### 甄選優質原料

我們嚴格篩選原輔料供應商，對於在資質管理、產品監控、現場審計方面出現問題的供方實行「一票否決」機制，切實把好質量第一道關。我們甄選釀造風味、性能最優質的原料，對大麥、酒花等原料設置嚴格的篩選標準與處理程序，全面保障原料的安全與品質。

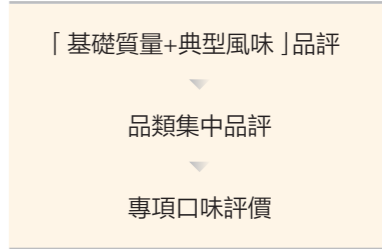
### 1,800多個質量檢測點

秉持「不合格原輔料不使用、不合格產品不出廠」原則，並對每瓶啤酒實施超過1,800多個質量檢測點。建立統一的檢測方法，建立了覆蓋原輔材料、半成品至成品的統一檢測標準體系與377項標準化操作規程(SOP)，並運用ERP質量數據系統實現統計分析，促進質量改進，對質量進行全面監控。

### 實施全方位的品評把控

#### 創新三級品評體系，精準驅動質量提升

行業首創完善的三級品評體系，實現原料、生產、物流、終端全過程品評把關覆蓋。創建原料前置品評把關模式，先行精準識別質量風險，不合格不發貨。建立「基礎質量+典型風味」10分製品評評價標準，持續驅動產品口味優化；建立品類集中品評機制，精準識別細微風味差異，提升同品類口味一致性與不同品類產品的差異性；聚焦新產品、九大系列產品開展專項口味評價，驅動產品創新迭代；助力實現產品基礎質量更穩固，特色質量更鮮明，魅力質量更突出。



#### 建立完善的品鑒標準

建立並完善公司魅力感知質量品鑒標準，首創市場產品口味質量優勢率評價，開展專業評委+目標消費者雙維度魅力質量測評，從外觀、氣味、味道、回味、喜好度等各維度開展分析，精準貼合消費者真實體驗。通過現場品鑒會、線上課堂、直播視頻等多元方式打造場景化體驗，助力青島啤酒魅力質量提升。

## 對標國內、國際先進水平，強化團隊能力建設

持續優化品評體系，建立高技能品評人才庫，實現品評管理高效化、人才識別精準化。在2025年第八屆國家級啤酒評酒委員換屆評聘中，青島啤酒公司再獲佳績：包攬冠軍和季軍，全國前十名佔據七席；總計52人獲聘，佔全國獲聘總人數的48%，蟬聯行業首位。持續輸出「青酌獎」啤酒類新品、中國國際啤酒挑戰賽等國家啤酒賽事裁判。培養全國技術能手5人，國家級首席品酒師12人，省級技術能手5人……公司品評團隊榮獲「全國巾幗文明崗」「山東省女職工建功立業標兵崗」榮譽稱號。



◆ 青島啤酒52人入選第八屆國家級啤酒評酒委員名單，數量蟬聯行業首位

## 智慧物流 新鮮直送

青島啤酒提高從上游採購到下游終端配送整個產業鏈和供應鏈的現代化水平，建立長期產能規劃數字模型，優化供貨網絡，近距離供貨，降低生產及運輸方面的碳排放。目前公司正在逐步研究、推廣部分固定線路的無人貨車運輸方案，提高城市配送服務質量。

### 創新「即買即達即飲」消費體驗

青島啤酒搶抓即時零售「鮮」機，以「7天原漿新鮮直送」業務為支點，打造「新鮮直送」新模式，以生鮮啤酒的新鮮送、及時達，創新「即買即達即飲」的消費體驗，公司已在全國38座城市、超1,100家門店實現「線上下單、30分鐘送達」，引領中國啤酒行業數字化、智能化、個性化的新型消費趨勢，連續第三年榮獲最高榮譽「金閃獎」，並成為唯一同時獲得「年度FAST創新突破獎」的品牌。

## 數據安全與客戶隱私保護

### 數據安全

青島啤酒始終將網絡安全、數據安全及用戶信息保護工作置於企業發展的優先位置，嚴格遵循《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》等國家法律法規要求，2025年未發生網絡安全、數據安全、洩露用戶隱私信息事件。

#### 信息安全與數據保護

公司全面落實ISO27001信息安全管理體系要求，嚴格執行網絡安全等級保護制度，構建覆蓋邊界防護、終端安全、應用安全的立體化技術防護體系，提升安全監測能力、安全攔截能力，保障互聯網業務安全、穩定運行；成立網絡安全與數據安全領導小組，建立完善的安管理制度與應急響應預案，組建專業應急團隊，定期開展員工安全培訓與應急演練。

2025年青島啤酒開展數據安全風險評估工作，發布《青島啤酒數據安全合規指引》文件，針對不同級別的數據採取差異化保護措施；開展全員網絡安全周活動，通過視頻、易拉寶、鼠標墊、書籤、安全培訓、釣魚郵件演練等方式加強安全宣貫。

#### 用戶信息保護

公司持續完善市場信息保護機制，重視信息管理、消費者隱私保護，所有市場信息數據存儲、數據傳遞、數據使用等均合法合規。相關工作人員簽訂《青島啤酒合規承諾書》，開展用戶信息分類分級工作，採用數據加密、脫敏等技術手段，防止數據洩露；通過隱私政策等形式告知消費者公司收集、處理、使用、存儲、保護其個人信息的方式，讓消費者合法維護個人信息權益，確保公司使用的消費者相關信息始終遵循「合法、正當、必要」原則，不超範圍、超目的收集、使用數據。積極響應消費者個人信息行權申請，切實保障信息主體的數據權益。

### 客戶服務

公司重視客戶需求，從「服務軟要素沉浸式體驗」入手，致力於為市場提供多元化服務模式，持續提升服務體驗，以「400」及「800」客戶服務熱線為窗口，2025年首次啟用語音機器人座席，實現24小時服務響應，全渠道信息受理量達18.9萬起，通過數字化信息系統，建立便捷高效的溝通渠道和服務平台，快速響應客戶實時服務需求。

為完善客戶服務體系，公司持續優化《客戶服務管理流程》管理內容，圍繞「區域客服工作人員收到轉辦信息20分鐘內聯繫投訴人、產品質量投訴處結率≥95%、服務質量投訴處結率≥95%、投訴處理時效分級評價」等指標，實現核心服務指標量化並定期查核追溯。2025年累計受理產品與服務質量投訴1,748起，同期下降34.5%，公司通過嚴管產品與服務質量，近三年相關投訴數量持續下降。

為提升客戶滿意度，定期對消費者及經銷商開展回訪及滿意度調研，通過「服務質量」「產品質量」「市場管理」及「服務表現」等綜合服務標準做出客觀評價，監控客服工作狀況，保持各項服務平衡，提升問題解決能力，持續推動客服工作創新，為公司業務拓展與市場競爭力提升奠定堅實基礎。



## 負責任營銷

### 管理機制

公司嚴格遵守國家對產品宣傳、品牌推廣的各項法律、規章要求，建構多維度宣傳用語審核機制，採取多重措施推進負責任營銷，對宣稱內容進行把控，確保上市產品標識、標籤、宣傳等內容的合規性，確保企業對自身的宣傳和推廣負責。

產品包裝形象設計嚴格執行《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國商標法實施條例》《中華人民共和國廣告法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等法律法規，標注的產品文字信息符合GB/T4927《啤酒》和《預包裝食品標籤通則》等國家標準要求，品牌廣告宣傳物料設計執行《中華人民共和國廣告法》《中華人民共和國反不正當競爭法》的要求。持續完善外包裝評價體系，嚴格把控產品外包裝質量。針對新上市產品，公司制定《全新產品開發及上市管理流程》等內部制度，對產品包裝形象及推廣物料設計文件進行法律審查；對於市場拆解進行的二次包裝產品，公司對物料商標、標識、廣告語、外觀設計、形式及包裝質量等都有明確的監督和管控。對合作的經銷商進行資格審查及倉庫產品外包裝質量現場查核，對包裝質量不符合規範的產品進行處理，以保障產品銷售環節的服務規範。

### 相關培訓

2025年，我們持續加強對全體員工的負責任營銷宣傳與培訓，採用內部課程培訓與制度宣貫方式，組織員工開展定期專項培訓及普法教育，保障營銷活動的責任明確與高效執行。此外，我們持續開展廣告宣傳、商標使用、版權保護等主題的負責任營銷專項培訓。2025年，打造線上微課87門，課程內容囊括法律風險與崗位職責，有效提升全員法律風險防範意識。

## 科技引領 創新驅動

公司構建以科技創新為引領，涵蓋產品、渠道、場景、製造、品牌與可持續發展等維度的全局性、系統性創新體系。

### 治理

公司設立創新管理委員會，作為公司創新體系的最高決策與協調機構，負責審定創新戰略、重大技術方向、資源配置及核心激勵政策。構建了由戰略研究層（創新研究院）、技術開發層（六大研究中心）、應用創新層（各生產單位及業務板塊）組成的三級科技創新體系，實現從應用基礎研究到技術攻關，再到產業化應用的閉環。截至2025年底，公司已構建起多層次、全方位的研發支撐體系，共擁有3個國家級科技創新平台（包括國家級企業技術中心、博士後科研工作站等），以及4個省部級科技創新平台（包括山東省重點實驗室、山東省工程技術研究中心、中國輕工業重點實驗室、中國輕工業工程技術研究中心），形成了應用基礎研究、技術開發與產業化應用緊密銜接的創新生態。

### 戰略

公司秉持「創新驅動發展」的戰略理念，圍繞啤酒、飲品及功能性食品原配料三大類產品，系統推進前沿共性技術研究、產品開發、數智化轉型、智能製造與可持續發展等關鍵領域的研發與應用。

公司始終堅持開放協同的創新理念，深度開展產學研合作，與江南大學、山東大學、中國海洋大學、上海交通大學等知名高校及科研機構建立了長期穩定的戰略合作關係。通過共建聯合實驗室、合作開展重大科研項目、共同培養高層次人才等方式，整合外部智力資源與產業實踐優勢，加速前沿技術的突破與成果轉化。

截至2025年底，公司共擁有

3個國家級科技創新平台

4個省部級科技創新平台

## 積極參與各項標準制定

公司積極參與國家、行業及團體標準制定與修訂，2025年正式發布9項，包括國標6項，團標2項，行標1項，持續引領行業規範發展。

## 重大科技獎項與榮譽

2025年公司科技創新成果榮獲山東省技術發明二等獎、中國輕工業聯合會科技進步二等獎、青島市科技進步二等獎等多項重要榮譽。核心科研項目《食品生物製造工業菌種高效選育與優化關鍵技術及應用》成功入選國家「十四五」輕工領域先進科技創新成果，彰顯了公司在行業關鍵技術領域的領先地位。

## 技術產業創新成效

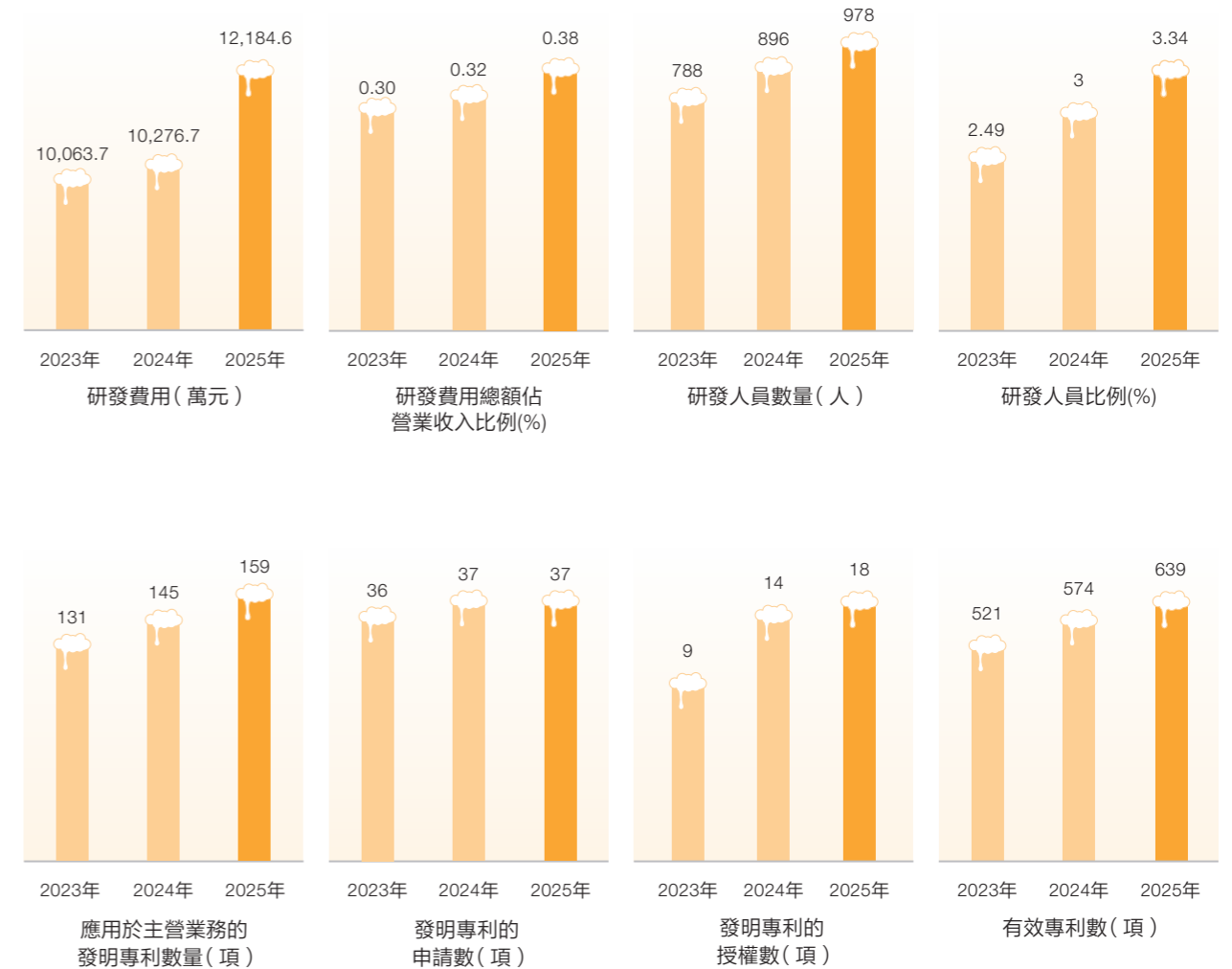
公司堅持以市場需求為導向，推動創新成果高效轉化為產業新動能與增長點。2026年1月9日，中國酒業協會技術委員會組織院士專家對兩項重大科技成果進行鑒定，「生鮮啤酒全生命周期保鮮及一盤貨數字化供應鏈體系創建應用」和「啤酒副產物（糖化餘糧與啤酒酵母）高值化綠色生物製造關鍵技術及產業化」項目總體達到國際領先水平。副產物高值化利用技術成功助力青島啤酒生物科技公司實現了酵母抽提物、大麥麥芽肽等產品的中試研究，支撐了生物科技公司首批市場預訂單，實現了從實驗室技術到市場價值的快速轉化。

## 成立生物科技公司培育傳統產業新質生產力

2025年5月17日，青島啤酒公司與平度市戰略合作協議簽約暨青島啤酒生物科技公司成立揭牌儀式在平度市舉行。青島啤酒將在平度市青島啤酒智慧產業示範園內新建青島啤酒生物科技製造項目，運用全球領先的生物酶解提取技術，依託啤酒生產過程產生的糖化餘糧、增殖酵母等副產物，升級再造成為綠色、健康、具有功能性的酵母抽提物、大麥水解植物蛋白等高附加值產品，並建設行業首家使用非化石能源的零碳生物製造示範工廠。11月21日，項目正式開工，將在現有中試平台基礎上，依託尖端技術和智能化生產線，匯聚研發、中試、生產等要素，實現高效協同創新閉環。



## 創新驅動數據



## 產品創新

2025年，公司產品品類不斷擴充，新上市產品26款，包括6款主流全麥系列新品、3款干啤系列新品、6款主流系列新品、4款精釀系列新品、7款果啤系列新品等多個產品矩陣，滿足消費者多元細分需求。

### 青島啤酒輕干

青島輕干0糖輕卡「輕負擔」。甄選上乘原料，秉承傳統釀造工藝，三重酒花複配，釋放獨特清新果香，盡享輕盈口感體驗。經過特殊發酵工藝，口感乾淨清爽，苦味適中，每100ml熱量僅29kcal。



### 青島啤酒逸品純生

逸品純生是青島啤酒純生品類中的高端產品。2025年新推出的全麥逸品純生麥香更濃郁，口感更順滑，其風味融合了歐洲特色花香型酒花帶來的淡淡茉莉、玫瑰香和麥香，入口清爽與醇厚俱備，細膩與爽滑兼得。



### 青島啤酒國潮

青島啤酒國潮產品採用全球優質釀造原料及膜過濾工藝，酒體新鮮順滑。2025年升級版麥香更濃郁，口感更醇厚。國潮產品的包裝靈感源自品牌百餘年的歷史文化沉澱，用當下最潮流的文化理念與表現手法演繹國貨潮品正當時。



### 青島啤酒風味白啤系列

2025年推出的青島啤酒「醉櫻浮白」櫻花味白啤，產品融入天然關山櫻花風味、釀造工藝完美平衡；青島啤酒「花開茱白」茉莉花味白啤，選用優質茉莉花原料，通過天然萃取技術完美保留茉莉的清新雅致，花香與麥香交織融合。



### 青島白啤211ml迷你罐

青島白啤211ml迷你罐，傳承百年古典艾爾發酵工藝，也回應了「適量微醺、精緻生活」的消費新需求，為消費者提供了一份恰到好處的新選擇。



### 青島啤酒黑啤

青島啤酒黑啤精選進口麥芽，秉承傳統釀造工藝，焦香濃郁，酒體豐潤，殺口力強。2025年升級版全麥黑啤賦予了獨特的焦糖、咖啡與巧克力香氣，香而不膩，濃郁而有層次感。



### 青島啤酒鴻運當頭馬年生肖版

鴻運當頭是青島啤酒高端品類，精選全球優質釀造原料，傳承百年酵母釀制而成，麥香、酒花香濃郁協調，口感醇厚。馬年生肖版以象徵喜慶、歡樂和吉祥色彩的中國紅為底色，同時搭配金色「立馬」造型，傳遞「馬年喝鴻運，馬上啟鴻運」的吉祥寓意。



### 青島啤酒「夜貓子」合作限定系列

2025年青島啤酒再度攜手時尚品牌KARL LAGERFELD推出青島啤酒「夜貓子」第二季合作限定系列，精準錨定當代年輕人夜間社交與潮流消費需求，將夜色靈感融入時尚態度，續寫啤酒的時尚跨界新篇章。



### 青島啤酒精釀系列（比利時小麥、渾濁IPA、甜世濤）

青島啤酒近年來推出了多款風格迥異的精釀系列產品，如經典拉格、艾爾、IPA、世濤等，既有經典工藝的傳承，也有創新風味的突破，2025年上新比利時小麥、渾濁IPA、甜世濤，滿足不同消費者的口味需求。



### 青島啤酒風味果味系列（西柚白茶味、荔枝味、百香果味、RADLER果蔬汁啤酒）

青島啤酒2025年推出西柚白茶味、荔枝味、百香果味果汁啤酒、西柚味果蔬汁啤酒等多個風味果味系列，產品低酒精度、高風味、低苦感。第35屆青島國際啤酒節推出專屬IP定制酒RADLER檸檬味果汁啤酒和混合莓味果蔬汁啤酒，滿足消費者多元口感需求。



### World Beer Cup （啤酒世界盃）金獎

無醇白啤

### World Beer Championships （世界啤酒錦標賽）金獎

老青島 尼卡希白啤

### CBC中國國際啤酒挑戰賽 「天祿獎」（四星天祿）

全麥國潮

### 青酌獎 酒類新品（啤酒）

黑啤 輕干 渾濁IPA

## 沉浸式消費體驗

2025年青島啤酒舉辦各種活動，海上球迷大會、奧古特杯網球嘉年華、音樂節、電音節……各類體育、音樂互動場景，以及遍布全國的青島啤酒節，豐富的青島啤酒博物館、時光海岸精釀啤酒花園、TSINGTAO 1903青島啤酒吧，各類場景讓消費者沉浸其中。

### 時尚消費場景



遍布全國的近160家TSINGTAO 1903青島啤酒吧多點發力，青島啤酒將產品與多元生活場景相融，通過構建新興時尚啤酒消費空間，為消費者提供全場景的沉浸式品牌體驗，滿足消費者場景化需求。



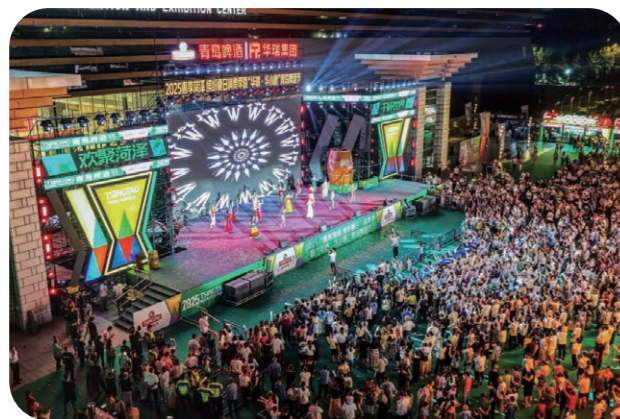
2025年4月27日，第二十屆中國電影華表獎頒獎典禮在青島舉行。作為華表獎戰略合作夥伴，青島啤酒深度融入這場盛宴，與百位影人、影迷代表一同見證了中國電影的歷史性節點。



牽手第二屆里院喜劇節，借由文化契合、場景創新與IP共生，讓百年啤酒文化與新興喜劇IP碰撞出獨屬於青島的快樂火花。

### 青島啤酒節

作為一個具有廣泛影響力的文化IP，青島啤酒節不僅打造了多元化的歡聚、解壓場景，滿足人們對美好生活的嚮往，更是在全國推廣過程中創造了顯著的經濟效益，拉動了當地餐飲、住宿、購物等消費，促進了相關產業的發展，為城市經濟增長注入新動力。2025年全國完成大型啤酒節26場，快閃啤酒節71場，全國業務單位共完成97場啤酒節，覆蓋22個業務單位，活動總面積約88萬平方米，辦結時長達到1,010天，現場參與800萬人次。其中有48場青島啤酒節融合當地政府主題消費季，如鄭州「見鄭美好，青涼一夏」消暑季；深圳坪山仲夏夜、淄博嗨啤一夏等，助力提升當地經濟發展。



### 體育、音樂營銷

青島啤酒與中足聯合作簽約，成為中超聯賽官方合作夥伴，聯手解鎖足球+啤酒「超」多玩法，為中國球迷快樂「續杯」；圍繞「球迷身份+」概念，打造球迷生活服務定制平台，全方位打造球迷文化IP體系，2025年累計落地執行240場賽場活動，LuckyDraw1903抽獎時刻240場、榮譽球迷128場、球迷餐廳400家、觀賽派對400場、運動公園5個、球迷大會1場。通過不同的球迷活動形式，為消費者打造不同的場景體驗新模式。



青島啤酒旗下品牌奧古特成為澳大利亞網球公開賽中國官方合作夥伴，組織澳網愛好者赴墨爾本公園，感受網球的魅力與激情。



七度贊助青島馬拉松，與25,000餘名參賽者在黃海之濱書寫「為熱愛共上場」的奔跑宣言。



冠名亞洲羽毛球混合團體錦標賽，以體育為紐帶，連接全球球迷和消費者，以年輕化、國際化、時尚化的品牌形象，為全民運動注入青春活力。



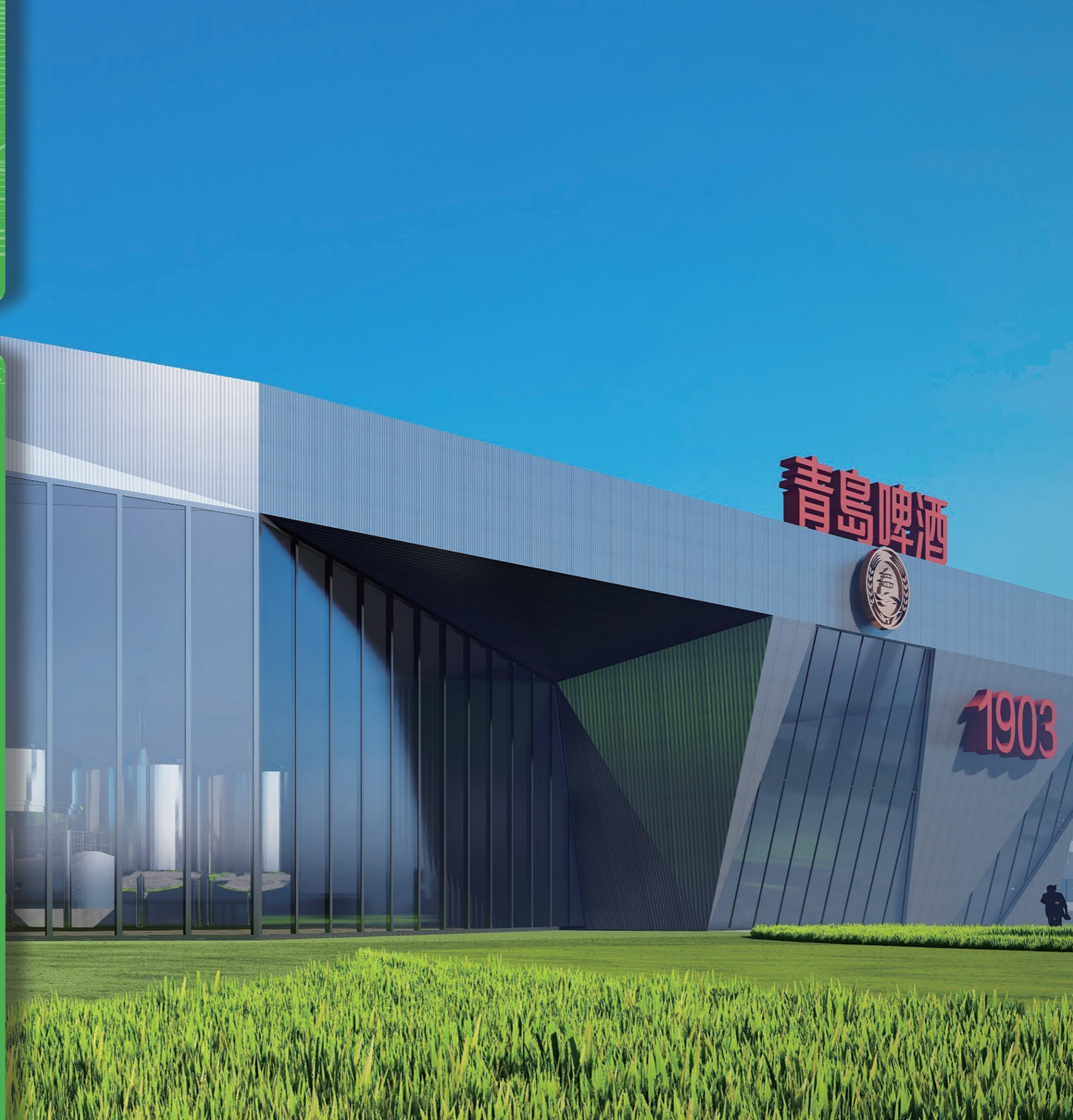
攜手VAC VACATION電音節，在三亞海岸奏響跨年滿血序章；結合線上線下資源，賦予品牌更豐富的內容和內涵。通過時尚潮流的設計與內容豐富的互動體驗，將視覺+體驗雙線聯動，通過國內知名演唱會、音樂節、電音節、藝人巡演完成青島純生與流行文化的綁定，引領年輕群體感受青島純生品牌的活力與激情。

# 02

## 向綠而行 ——為了更美好的世界

青島啤酒以「做啤酒行業綠色發展的楷模」為環保願景，緊扣「通過實施環境保護、低碳管理和循環經濟，促進公司永續發展，實現與大自然的和諧共處」的環保使命，不斷完善環境管理體系建設，高度重視資源的合理利用，用精益管理打造領先工廠，積極應對氣候變化，力求實現生產效益與生態文明平衡共進。

- ◆ 應對氣候變化 34
- ◆ 水資源利用 46
- ◆ 能源管理與高效利用 47
- ◆ 環境合規管理 49
- ◆ 綠色行動 53



# 應對氣候變化

## 治理

青島啤酒不斷強化應對氣候變化的治理根基，通過建立多層級聯動的氣候議題管控機制，實現氣候風險從戰略決策層到業務執行層的全面管理。

## 氣候治理架構

青島啤酒已構建權責分明的「決策層 - 監督層 - 執行層」的三級氣候治理架構。

 <p>決策層</p>	<p><b>董事會</b></p> <p>作為公司氣候治理的最高負責機構，負責監督和指導公司整體的可持續發展與氣候相關戰略、短中長期規劃及目標</p> <p><b>戰略與投資委員會</b></p> <p>負責公司企業管治、環境及社會責任管理工作以及應對氣候變化的披露工作，並向董事會提出有關意見建議</p> <p>監督公司氣候風險及機遇，審議氣候變化風險清單，督促公司管理層落實氣候風險管控責任</p>
 <p>監督層</p>	<p><b>ESG工作領導小組（下設環境組）</b></p> <p>由公司分管副總裁領導</p> <p>制定並推動落實公司氣候整體規劃、方針、目標、管理制度與行動計劃</p> <p>統籌、協調、指導各執行部門的跨部門協作，確保氣候工作融入日常運營</p> <p>監督氣候相關風險與機遇識別、評估工作的開展，審批管理策略與應對預案</p> <p>監督氣候績效數據的收集、核算與報告，牽頭編製年度氣候相關報告</p>
 <p>執行層</p>	<p><b>氣候管理相關執行部門</b></p> <p>由生態環境管理總部、生產技術管理總部、董事會秘書室、財務管理總部、戰略投資管理總部、採購管理總部、物流管理總部等管理執行部門組成</p> <p>在各業務板塊及生產運營層面具體落實公司的氣候戰略與目標要求</p> <p>負責對公司應對氣候變化信息披露及碳中和相關工作進行定期回顧和反饋</p> <p>執行綠色低碳技術改造、可再生能源應用等具體減排項目</p> <p>定期收集與報告能源消耗、溫室氣體排放、水資源使用、節能改造等關鍵氣候績效數據</p> <p>每年開展全價值鏈碳排放數據的收集與核算，持續監測碳中和目標的進展</p>

## 氣候監督機制

青島啤酒通過制度化的監督匯報機制，確保相關議題在戰略規劃、投資決策、運營管理和財務規劃等核心環節得到充分考慮。

### 匯報機制

公司已建立常态化的匯報機制。戰略與投資委員會定期審議上一年度專項工作報告及當年度工作計劃，上報並配合董事會召開相關會議。ESG工作領導小組下設的環境組統籌協調各執行部門定期召開例會，跟蹤目標進展、分析風險並開展具體行動。

### 培訓與薪酬機制

青島啤酒建立了系統化的培訓機制，確保各層級負責人員具備前瞻性的氣候視野與管理能力。公司不定期向全體董事發送境內外監管機構發布的ESG或氣候披露相關要求，以幫助董事及時了解氣候相關的最新要求。針對生產一線及技術團隊，公司持續開展節能降碳技術、環境管理體系等方面的實操性培訓，全面提升公司的整體氣候韌性。

報告期內，公司相關執行董事參加了香港公司治理公會在山西太原舉辦的第84期強化持續專業發展講座，其中授課內容包括ESG與氣候最新趨勢與合規責任。

公司已將碳排放等關鍵氣候績效指標納入公司高級管理層及部門管理人員的年度績效考核體系，並將考核結果與薪酬直接掛鉤。



## 戰略

青島啤酒將應對氣候變化融入公司可持續發展戰略，持續識別潛在氣候風險和機遇，並通過情景分析的方式開展韌性評估，明確戰略重點與適應性舉措，持續提升業務韌性與低碳競爭力。

### 風險和機遇識別

青島啤酒全面識別氣候相關風險和機遇對公司利益相關方以及對自身業務模式和價值鏈的影響並及時調整策略。

#### 重要氣候相關風險和機遇



類別	風險/機遇項	潛在受影響的利益相關方	對業務模式和價值鏈的影響	潛在的財務影響	應對舉措
物理風險	極寒天氣	商業合作夥伴、員工	<p><b>[原材料採購]</b> 極寒天氣可能導致麥芽、啤酒花等原料減產或品質波動，供應穩定性與可獲得性下降，增加原料採購或儲備成本。</p> <p><b>[生產與行政]</b> 極寒天氣可能導致釀造工藝控制難度增加、能耗上升，影響生產效率與成本。</p> <p><b>[銷售與市場]</b> 極寒天氣下啤酒等冷飲需求下降，導致青島啤酒在冬季銷售疲軟，市場表現受到抑制。</p>	生產成本增加、管理費用增加、營業收入減少	<ul style="list-style-type: none"> <li>為員工準備低溫保障物資，極寒天氣下減少員工室外作業；</li> <li>對關鍵農產品原材料建立戰略儲備機制，提升外部供應不穩定時的原料保障能力；</li> <li>優化車間溫控系統，強化保溫與熱能回收。</li> </ul>
	極熱天氣	商業合作夥伴、員工	<p><b>[原材料採購]</b> 水資源短缺和極端高溫頻發/平均溫度上升可能導致大麥、啤酒花等關鍵原料減產與品質下降，推高原材料採購成本。</p>	生產成本增加、管理費用增加、員工福利費用增加、保險費用增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>完善高溫作業健康防護與應急預案，盡量避開高溫時段高耗能作業；</li> <li>優先選取氣候韌性較強的種植區域，與原材料供應商開展可持續農業合作，推廣原料種植端節水抗旱技術；</li> <li>選用節水設備和雨水回收系統等，減少耗水和用水量。</li> </ul>
	水資源短缺	商業合作夥伴、社區	<p><b>[生產與行政]</b> 水資源短缺和極端高溫頻發/平均溫度上升可能導致設備冷卻成本上升、員工健康保障支出增加。</p>		
轉型風險	政策與法規風險-碳定價機制	環境、政府及監管機構	<p><b>[原材料採購]</b> 碳定價機制可能推高原材料、包裝材料、設備及其他相關投入品的採購價格，增加原材料成本。</p> <p><b>[生產與行政]</b> 碳定價機制可能推高能源（電力、天然氣等）採購成本，因綠電配額要求提升、碳市場配額收緊，需購買綠電或碳排放權，增加能源運營支出。</p> <p><b>[分銷物流]</b> 碳定價機制可能推高運輸成本，並增加公司的物流運營支出。</p>	生產成本增加、管理費用增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續收集供應商碳足跡，推動供應商碳足跡透明化；</li> <li>持續通過自建光伏、綠電採購、節能技術改造與能效管理降低碳排放；</li> <li>在具備條件的區域逐步引入低碳物流車隊。</li> </ul>
轉型機遇	使用可再生能源	環境、政府及監管機構	<p><b>[生產與行政]</b> 通過建設分布式光伏等項目擴大可再生能源使用範圍，降低公司能源成本、減少碳排放。</p>	固定資產增加、生產成本下降	推進分布式光伏等可再生能源應用，降低用能成本與碳排放。
	提升能源利用效率	環境、政府及監管機構	<p><b>[生產與行政]</b> 通過對廠房設施進行綠色節能改造、優化熱能回收系統等有效降低生產過程中的能源消耗與碳排放。</p>	生產成本下降	實施廠房節能改造，優化熱能回收與餘熱利用系統，提升能源效率。

## 韌性評估<sup>1</sup>

青島啤酒基於國際主流氣候情景，評估現有管理措施在不同情景下的適應性和有效性，為完善氣候風險管理和提升企業韌性提供決策依據。

### 情景分析

青島啤酒綜合考慮國家「雙碳」戰略目標和公司自身發展規劃，參照IPCC提供的SSP1-2.6、SSP5-8.5情景，及IEA提供的STEPS和NZE情景開展情景分析。公司設定了短期（2026-2030年）、中期（2031-2040年）、長期（2041-2050年），以分析不同時間維度下氣候變化的影響。

### 風險暴露水平評估

青島啤酒利用氣候模型對工廠端及銷售網絡端開展了全面的物理風險評估。識別結果顯示，極熱天氣與水資源短缺風險主要分布於華北、華東、華中及華南等主要運營區域；颱風與極端降水風險則集中於東南沿海、長江中下游及西南部分省份；此外，極寒天氣對北方及西北地區的業務布局構成潛在影響。

情景分析結論表明，物理風險的暴露程度隨排放水平增加而上升：在 SSP1-2.6（低排放）情景下，公司主要面臨極熱天氣、水資源短缺及局部洪澇風險；而在 SSP5-8.5（高排放）情景下，整體氣候物理風險暴露程度明顯高於低排放情景。

## 財務影響評估

公司對風險和機遇的財務影響評估結果表明，氣候相關風險當期末對公司產生重大財務影響，且預計下一財年亦不會產生重大影響。為應對技術風險帶來的當期財務影響，公司2025年在減碳項目上投入1.23億元。

### 青島啤酒氣候風險財務影響分析結果

風險類別	風險項	當期負面財務影響 <sup>2</sup>	預期財務影響 <sup>4</sup>			財務重要性
			短期	中期	長期	
物理風險	極熱天氣	影響較低 <sup>3</sup>	低	低	低	低
	極寒天氣	影響較低 <sup>3</sup>	低	低	低	低
	颱風	基本無影響	低	低	低	低
	極端降水	基本無影響	低	低	低	低
	水資源短缺	基本無影響	中	中	中	中
	洪澇	基本無影響	低	低	低	低
	山火	基本無影響	低	低	低	低
	海平面上升	基本無影響	低	低	低	低
	全球變暖/ 平均溫度上升	基本無影響	低	低	低	低

1 分析結果的不確定性主要來自全球氣候模型的局限性、全球氣候政策演變趨勢的不可預測性，以及技術路徑變革和市場轉型數據的滯後性。

2 影響較低指影響金額處於千萬元量級，基本無影響指影響金額低於千萬元量級。

3 主要為高溫低溫的補貼與勞保。

4 物理風險和轉型風險評估為負面的風險敞口，機遇評估為正面的財務影響。

風險類別	風險項	當期負面財務影響 <sup>2</sup>	預期財務影響 <sup>4</sup>			財務重要性
			短期	中期	長期	
轉型風險	政策與法規風險 - 碳定價機制	基本無影響	低	中	高	高
	政策與法規風險 - 政策監管	基本無影響	低	低	低	低
	市場風險 - 消費者偏好變化	基本無影響	低	低	低	低
	市場風險 - 能源價格波動	基本無影響	低	低	低	低
	融資風險	基本無影響	低	低	低	低
	聲譽風險	基本無影響	低	低	低	低
	技術風險	基本無影響	低	低	低	低
機遇	開展可再生能源項目	/	中	高	高	高
	綠色產品與服務	/	低	低	低	低
	綠色物流成本節約	/	低	低	低	低
	提升能源利用效率	/	低	高	高	高

## 影響、風險和機遇管理

公司已將氣候風險融入整體風險管理體系，在《風險管理制度》將風險劃分為戰略風險、研發風險等14個類別，構建了涵蓋「風險評估計劃 - 風險辨識 - 風險分析 - 風險評價 - 風險管理」的全流程管理機制。在該框架下，氣候風險作為關鍵外部風險因素，被納入「生產風險」類別進行統一識別與管理。

通過將氣候風險融入到公司整體風險管理流程中，公司保障了氣候風險在原輔料供應、生產釀造、下游運輸和市場銷售環節得到充分的評估與響應，進而持續提升應對氣候變化的韌性。

### 氣候風險管理流程

#### 制定風險評估計劃

制定《年度風險評估工作計劃》，並在其中對氣候相關風險如何評估進行規劃與溝通。

#### 開展風險評估

每年至少組織一次全面風險評估，並針對外部環境重大變化、新業務開展等情形（包括發生重大極端天氣造成損失、氣候相關政策監管要求趨嚴等）開展專項風險評估。

#### 風險辨識與分析

對當前所面臨的以及潛在的氣候變化相關風險加以判斷、歸類，並鑒定風險性質；

梳理流程的關鍵控制環節（包含作業過程、管理過程等），並進一步識別梳理每一項關鍵控制環節中關鍵控制點及相關風險。

#### 撰寫風險辨識清單與評估報告

梳理公司識別的氣候變化相關風險分析、評價、風險控制措施等內容，生成《風險辨識清單》，並依據風險評價的結果編寫風險評估報告。

#### 實施風險管理與應對

基於風險辨識清單與風險評估報告，按照風險等級和管理優先級制定風險應對策略和控制措施、確定風險承受度。

## 指標與目標

青島啤酒已建立覆蓋全公司層面的溫室氣體排放盤查體系，並早在2010年即率先在中國釀酒行業開展溫室氣體盤查和產品碳足跡相關工作，成為「中國釀酒工業首家低碳體系(ISO 14064)定點試點單位」。自2019年起，公司依據《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準(2004年)》等權威標準，每年對下屬工廠開展溫室氣體盤查，並委託具備資質的第三方機構進行核查，確保數據的完整性與準確性。公司使用基於市場方法計算範圍2溫室氣體排放，本年度核算溫室氣體的方法、輸入資料和假設未發生變更。

此外，公司持續對工廠和產品開展產品碳足跡盤查與核查，截至報告期末，公司已累計完成36家工廠、36款產品的產品碳足跡核查並出具核查聲明，持續挖掘減碳空間，努力將氣候變化的影響降至最低。

截至報告期末，  
公司已累計完成

36 家工廠、

36 款產品

的產品碳足跡核查並出具核查聲明

### 溫室氣體排放總量及密度

指標名稱	單位	2023年	2024年	2025年	2024年 同比變幅
溫室氣體排放總量 (範圍1)	噸二氧化碳當量	211,748	190,388	177,020	-7.0%
溫室氣體排放總量 (範圍2)	噸二氧化碳當量	241,848	200,093	159,622	-20.2%
溫室氣體排放總量 (範圍1,2)	噸二氧化碳當量	453,596	390,481	336,641	-13.8%
溫室氣體排放密度 (範圍1,2)	千克二氧化碳當量/千升產量	61.2	54.0	46.7	-13.5%
溫室氣體排放總量 (範圍3)	噸二氧化碳當量	4,973,467	4,646,452	4,431,317	-4.6%
溫室氣體排放總量 (範圍1+2+3)	噸二氧化碳當量	5,427,063	5,036,933	4,767,958	-5.3%
溫室氣體排放密度 (範圍1+2+3)	千克二氧化碳當量/千升產量	732.6	696.6	661.1	-5.1%

備註：

溫室氣體核算使用標準：ISO 14064-1:2018溫室氣體 - 第1部分：組織層面溫室氣體排放和移除的量化和報告的要求及指南

溫室氣體核算體系 - 企業核算與報告標準

溫室氣體核算體系 - 企業價值鏈(範圍三)核算與報告標準

企業溫室氣體核算排放量使用運營控制法進行計算。

## 舉措

青島啤酒以系統性舉措推動全價值鏈綠色轉型，持續提升可持續發展韌性與實踐成效。

**綠色生產** 我們圍繞不同層面的排放源制定了系統性規劃，針對生產直接排放，將着力通過工藝革新和生物質燃料替代推動深度脫碳，打造「零碳釀造」標桿。在外購能源間接排放方面，以優化能源結構為重點，大力推廣綠電和節能技術。對於價值鏈上下游，我們將聯動全鏈條夥伴開展協同減排，系統降低全價值鏈碳排放。在重點環節，我們將推進綠色包裝轉型，提升可再生材料使用率，推動包裝全生命周期低碳化。

**推動供應商減碳** 青島啤酒持續推動上游供應商協同減碳，包括部署分布式光伏、採用可再生原料、應用生物質能源，以及建設綠色工廠。

**發展循環農業** 青島啤酒持續在青島大花種植基地推廣生物質鍋爐替代傳統燃煤鍋爐，有效減少碳排放，實現農業廢棄物的高效資源化利用，推動農業循環經濟向縱深發展。通過將啤酒釀造過程中產生的麥芽渣、酒糟等副產物轉化為生物質燃料，公司不僅降低了種植基地對化石能源的依賴，還實現了「從田間到車間」的閉環。同時，青島啤酒持續投入可持續育種技術研發，優選高產、抗逆、低耗水的優質大麥品種，提升原料品質與種植效率，降低環境影響。

**提高物流效率** 青島啤酒建立長期產能規劃數字模型，通過優化物流網絡布局，持續整合運輸路徑、減少中轉環節，有效降低運輸環節的碳排放。2025年，公司鼓勵合作供應商置換新能源車輛，累計110台。同時，我們持續跟進合作承運商採用新能源運輸車輛的情況，全年共計完成運輸7,251趟次，運量8.2萬噸，同比增長32%。

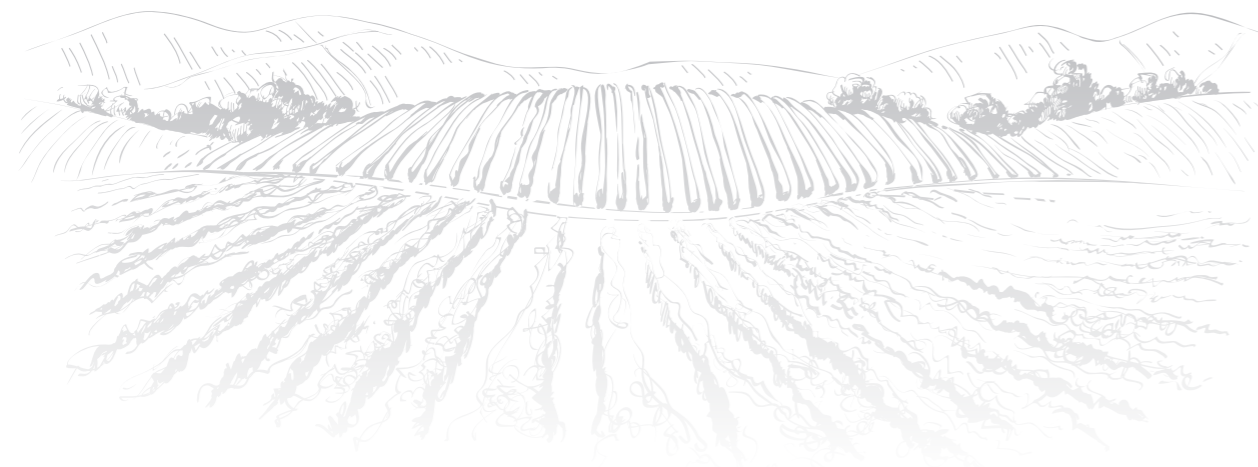
### 案例

2025年，公司針對射陽春蕾麥芽廠及鹽城海越麥芽廠開展碳中和認證專項賦能培訓，圍繞碳中和實施路徑中的關鍵挑戰與可行解決方案進行深入交流與經驗分享，系統提升企業碳管理能力與認證準備水平。2025年9月，射陽春蕾麥芽廠成功通過第三方碳中和認證，正式獲頒碳中和證書，成為公司旗下首家實現碳中和的供應商，為價值鏈低碳轉型樹立標桿。2026年2月，鹽城海越、黃石海越兩家麥芽廠先後通過第三方碳中和認證，成為公司第二家、第三家實現碳中和的供應商。

公司堅持科學應對氣候變化，設定並動態管理覆蓋全鏈條的碳排放指標，聚焦能源優化、能效提升與全價值鏈減碳實踐，通過可量化、可評估的行動路徑，穩步推進碳達峰與碳中和目標。

### 減碳目標

青島啤酒已制定明確的碳減排目標體系，並通過多項行動有效推動價值鏈減排。



### 第三方核查聲明

**核查结论:**  
基于核查工作实施过程和核查发现, 青島啤酒股份有限公司在盘查报告中提供的温室气体排放量数据, 与 ISO 14064-1:2018 温室气体 - 部分1: 组织层面温室气体排放和移除的量化和报告的要求及指南、温室气体核算体系的企业核算与报告标准和企业价值链(范围三)核算与报告标准是相符的。

**独立、公正和胜任能力声明:**  
必维集团是一家拥有190多年历史, 在质量、环境、职业健康安全和社会责任领域提供独立验证服务的机构。必维核查团队与青島啤酒股份有限公司及其管理人员不存在其它的商业关系, 核查团队的核查活动是独立的、公正的, 不存在任何利益冲突。必维集团在整个业务范围内实施商业道德准则, 以确保员工在日常业务活动中保持最高的道德标准。

核查组长: 田品  
编号: EMICN100782A  
版本号: No.1

核查日期: 2026年02月13日  
签发日期: 2026年02月26日

必维认证(北京)有限公司授权代表

## 水資源利用

青島啤酒秉承「源頭削減、過程控制、深度處理、梯級利用」的節水理念，嚴格遵循《中華人民共和國水法》等國家法律法規，並積極響應《水污染防治行動計劃》等政策要求，通過修訂和完善內部管理制度，系統梳理工廠水回用流程，實現對水資源利用的全方位管控。

公司堅持把水資源管理工作作為業務運營的重中之重，積極設立科學合理的目標，深入探索節水、控排有效措施，全面推進企業可持續用水。建立了貫穿「工廠項目立項」至「啤酒生產運行」的全生命周期水資源管理。在項目啟動階段，即系統開展風險評估並制定針對性應對方案；進入生產運營階段後，通過持續監測、行業對標與技術改造實施動態管理，構建「風險識別 - 影響評估 - 方案規劃 - 措施執行 - 效果監測」的閉環管理體系，確保各環節有效銜接，推動環境、安全與績效表現的持續提升。

### 水資源利用數據

指標名稱	單位	2023年	2024年	2025年	2025年 同比變幅
用水量	千立方米	23,053	22,158	21,725	-2.0%
啤酒生產單位產品耗水量	立方米/千升產量	2.99	2.92	2.88	-1.5%

### 源頭預防

在工廠建設前即制定水資源節約方案，採用先進節水設備與技術，力求對當地水源的影響達到最小。

### 循環創新

積極探索循環技術與工藝，通過對水系統的全面梳理和對新技術（如超濾、三級反滲透）的應用，實現對生產過程中各類廢水的循環回收利用。

### 過程優化

在生產過程中，持續推進水耗標桿管理，應用多項重點節水技術（如反滲透優化、冷卻水循環等），系統性降低水耗。

### 外部協同

與周邊社區開展互動，深入宣傳節水的方針政策和法律法規，形成「節約用水光榮，浪費用水可恥」的良好節水風尚。積極參與政府或機構組織的節水診斷活動，開發節水技術並應用。

## 應對措施

### 應用先進技術與設備 | 優化釀造刷洗工藝流程 | 開發利用非常規水源

反滲透運行優化、螺桿真空泵、高效洗罐器、超濾及三級反滲透等

削減新鮮水用量

對介質罐刷洗、活性炭罐刷洗、反滲透濃水、軟化器刷洗、釀造發酵罐、清酒罐刷洗以及管道刷洗水回收

實現梯級用水、循環用水，提高水的重複利用率

再生水、集蓄雨水等

提高水資源綜合利用效率

### 案例

太原工廠通過實施冷凝水系統提升項目，對現有流程進行了深入梳理，優化了「先取熱、再用水」的工藝路線。在此基礎上拓展冷凝水的回用範圍，新增蒸發式冷凝器補水、包裝線開班補水以及鏈條潤滑系統補水在內的多個回用點。經測算，該項目每年可進一步節約生產用水10,000噸。

## 能源管理與高效利用

公司嚴格貫徹執行《中華人民共和國節約能源法》等相關法律法規，完善內部《能源管理制度》《生產統計管理制度》及相關運行標準，持續推進工藝創新、節能改造和節能新技術應用。2025年，公司千升酒綜合能耗同比降低3.08%。

2025年依託國家綠電交易機制，57家工廠使用可再生能源電力，使用佔比91%。其中，全年100%使用可再生能源電力的工廠達36家。未來五年，公司計劃新增20兆瓦分布式光伏裝機容量，持續提升可再生能源應用水平。

2025年，  
公司千升酒綜合能耗同比降低

**3.08%**

使用可再生能源電力工廠

**57** 家

## 指標

### 能源使用種類及消耗量

指標名稱	單位	2023年	2024年	2025年	2025年 同比變幅
電	1,000千瓦時	440,016	440,971	435,454	-1.3%
天然氣	1,000千瓦時	736,172	717,409	702,213	-2.1%
熱力	1,000千瓦時	569,523	523,229	470,672	-10.0%
單位綜合能耗密度	1,000千瓦時/千升產量	0.2271	0.2216	0.2147	-3.1%
直接能源總消耗量	噸標煤	90,428	88,123	86,256	-2.1%
間接能源總消耗量	噸標煤	110,614	103,254	98,648	-4.5%
能源消費總量	噸標煤	201,042	191,377	184,904	-3.4%
其中清潔能源使用量	噸標煤	132,116	134,667	136,068	1.0%
總能耗強度	噸標煤/千升產量	0.028	0.027	0.026	-3.1%

## 舉措

<b>建立卓越目標體系與專項培訓</b>	打破基於過往的能耗目標設定規則，建立標準用能測算模型，以高目標驅動用能優化。區分不同品種的工藝設計與生產流程設立各生產環節標準能耗。
<b>細化過程管理</b>	<p>召開2025年度動力學校，全面講解節能降碳工作戰略規劃，為可持續綠色低碳發展指明方向；全流程多角度剖析碳中和工廠打造方案，為不同工廠提供了碳中和可行性路線；對運行過程中的關鍵點、操作方法、技改方案等進行培訓和交流，提高工廠解決難點問題的能力，提升工廠的用能效率。</p> <p>完善用能過程關鍵控制點異常報警，實時管控能耗，針對重點機台的用能過程關鍵控制點進行監控，實現重點耗能設備精細化管控，推動能源高效使用與回收。</p>
<b>節能新技術利用</b>	針對啤酒生產的工藝、流程和設備特點，量身定制各環節降低能耗的改進措施與關鍵控制應用，試點節能技改新技術，進一步完善工廠關鍵用能設備，提升系統用能效率。
<b>優化用能結構</b>	青啤公司積極推進分布式能源建設，持續推進可再生能源電力使用，2025年新增6家工廠安裝分布式光伏11.36兆瓦。截至2025年全公司累計18家工廠安裝分布式光伏28兆瓦，自建光伏發電量1,655萬千瓦時。
<b>全員參與節能降碳</b>	公司組織開展了專項合理化建議徵集活動，引導員工聚焦生產運營中的能耗與排放痛點，群策群力，為綠色轉型貢獻實用方案。

## 案例

青島啤酒二廠針對二氧化碳回收系統電耗偏高的問題，項目團隊以節電為核心突破口，對全流程進行了系統性診斷與梳理。在此基礎上，確立了「穩運行、提效能、優模式」三大改進方向，通過實施工藝參數優化、關鍵設備升級，並深度融合智能控制策略，實現了多角度協同增效。系列措施效果顯著：噸二氧化碳回收的電耗較之前下降約30%，年節約電費32萬元。此外，項目還同步實現了節水35%、降低蒸汽消耗20%的協同效益。這一改進不僅直接節約了水、電、蒸汽等資源，更通過解決核心能效問題，反向驅動了生產工藝、能源管理、設備維護及現場操作等多個維度的系統性優化與提升，實現了節能降碳與提質增效的雙重目標。

## 環境合規管理

公司根據《中華人民共和國環境保護法》等相關法律的規定，制訂了《環境事件應急響應管理程序》，各生產企業均已建立了突發環境事件應急預案，定期開展應急演練，不斷加強環保人員技能培訓，提高環保人員的應急反應及處置能力。報告期內未發生突發重大環境事件，未因環境事件受到生態環境等有關部門給予重大行政處罰或被追究刑事責任。

另外，公司未參與全國溫室氣體自願減排項目和核證自願減排量的登記與交易；三環公司、松江公司、深圳公司被納入工廠所在的地方碳市場，報告期內完成清繳，無被要求整改或立案調查的情形。此外，公司尚未實施內部碳定價機制，相關碳管理舉措仍以能效提升、清潔能源替代和碳排放監測為主。

## 廢棄物處理

青島啤酒嚴格遵循《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《危險廢物貯存污染控制標準》，規範日常生產環節中固體廢棄物的收集、儲存與轉移管理，公司建立《固體廢物污染防治管理規定》，確保廢棄物合規處置率100%，危險廢物合規處置率100%。我們亦重視廢棄物的回收利用，堅持做到「在青島啤酒，沒有廢物，只有放錯了位置的資源」，確保酒糟、廢酵母、碎玻璃等一般工業固體廢物綜合利用率達100%。

## 指標

### 無害廢棄物產生總量及密度

指標名稱	單位	2023年	2024年	2025年	2025年 同比變幅
廢酒糟	噸	127,484	125,523	128,218	2.2%
廢酵母	噸	11,113	10,846	10,818	-0.3%
廢棄玻璃瓶、易拉罐	噸	36,982	34,206	32,476	-5.6%
無害廢棄物總量	噸	269,025	252,727	252,655	-0.03%
無害廢棄物密度	噸/千升產量	0.0363	0.0350	0.0350	0

### 有害廢棄物總量及密度

指標名稱	單位	2023年	2024年	2025年	2025年 同比變幅
有害廢棄物總量	千克	110,724	107,387	106,843	-0.5%
有害廢棄物密度	克/千升產量	14.94	14.85	14.81	-0.2%

## 舉措

- 有害廢棄物處理**  
聚焦廢礦油、化學廢液、沾染危廢的廢棄包裝物等佔比較高的有害廢棄物開展減量化，通過梳理製冷站、包裝、廢水在線設備等源頭產生工序，形成有害廢棄物減量重點措施7項。同時跟蹤有害廢棄物產生量較高的工廠，指導工廠制定減量方案，嚴格落實有害廢棄物全流程管控，有害廢棄物處置合規率100%。
- 無害廢棄物處理**  
進一步強化固體廢物合規管理：開展固體廢物合作方資質和處置能力查驗、修訂合同範本、抽查過磅及出廠記錄、跟蹤核實處置去向，實現了從源頭產生到末端處置的全流程監督管理，無害廢棄物處置合法合規。



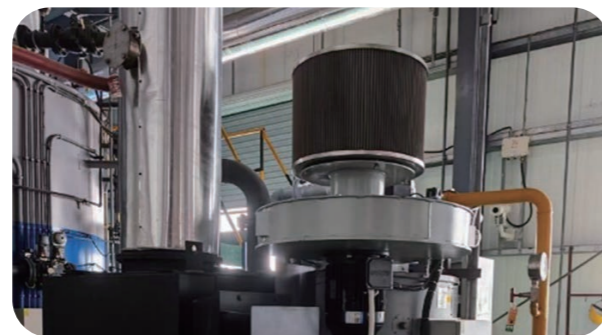
## 污染物合規排放

公司已建立了完善的污染治理設施和運行控制管理制度，設置了嚴於國家排放標準的公司內部控制標準，通過生產運營平台對各生產企業的日常環保設施運行和污染物排放情況進行監控。通過不斷加強污染源頭控制和過程管理，確保了公司環保設施的穩定運行，實現了污染物穩定達標排放。公司現有生產設施選用低噪音設備，還根據工廠具體所處環境位置各類噪聲源採取了不同的消音及隔音措施，通過配置隔音屏，採用各類消音設備等方法來防噪、降噪，廠界噪聲控制在達標範圍內。

本年度污染物排放未對員工、當地社區居民等群體造成影響，未出現因污染物排放受到重大行政處罰或被追究刑事責任的情況。

## 廢氣污染物減排管理

青島啤酒嚴格落實《中華人民共和國大氣污染防治法》《鍋爐大氣污染物排放標準》《大氣污染物綜合排放標準》等法律法規，內部建立《大氣污染防治管理規定》，對所有廢氣污染物進行識別、管控。公司的廢氣污染物主要來自鍋爐燃燒過程、粉塵及異味等，公司按照法律法規要求合規配置、運行廢氣污染防治設施，委託具備專業資質的第三方定期對廢氣排放進行監測，確保廢氣污染物穩定達標排放。



◆ 2025年韶關工廠所有燃氣鍋爐全部完成低氮改造

## 指標

### 廢氣排放物種類及排放數據

污染物種類	單位	2023年	2024年	2025年	2025年 同比變幅	
鍋爐廢氣排放物	氮氧化物	噸	56.5	51.3	47.8	-6.8%
	顆粒物	噸	8.4	7.9	6.2	-21.5%
	二氧化硫	噸	4.4	2.8	2.2	-21.4%

備註：公司的廢氣排放物主要來自鍋爐燃燒過程，包括氮氧化物、顆粒物和二氧化硫。



## 廢水污染物減排管理

公司遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國水污染防治法》《啤酒工業污染物排放標準》等法律法規，內部建立《水污染防治管理規定》《污染物在線監控設施管理規定》2項水污染物相關的管理標準。啤酒生產過程中產生的廢水主要採用「厭氧+好氧」生物法處理，異味治理主要採用生物法或化學法，廢水污染防治設施完備，廢水總排口配備自動監控設施，報告期內廢水污染防治設施運行正常，並定期委託有資質的第三方單位進行水質監測，廢水穩定達標排放。

## 指標

### 廢水排放物種類及排放數據

污染物種類	單位	2023年	2024年	2025年	2025年 同比變幅	
污水排放物	工業廢水總量	立方米	17,944,000	15,534,049	14,352,540	-7.6%
	化學需氧量 (COD)	噸	754	673	621	-7.7%
	氨氮	噸	71	63	58	-7.9%
	總氮	噸	247	220	203	-7.7%
	總磷	噸	7.5	6.7	6.5	-3.0%

案例

青島啤酒(揭陽)有限公司積極響應國家《節約用水條例》中關於開發利用非常規水的要求，集蓄雨水進行綜合利用，2025年累計利用雨水超7,000m<sup>3</sup>，水耗同比降低0.22m<sup>3</sup>/kL。

目標

2026年單位產品COD排放量

較2019年下降 **36%**

單位產品氮氮排放量

較2019年下降 **43%**

廢水價值共享項目

青島啤酒依據《啤酒工業污染物排放標準》(GB 19821-2005)修改單4.2條要求，積極推進啤酒廠與下游污水處理廠簽約廢水價值共享項目。啤酒廢水經簡單預處理後，進入下游污水處理廠作為生物質碳源利用。通過青島啤酒廢水價值共享項目的實施，優化了污水系統工藝流程，降低了投資費用。2025年新增2家工廠簽約該項目，目前公司簽約工廠總數量達到37家。2025年同比節約廢水處理費用260萬元，減少污泥323噸，降低用電量98.1萬kWh，減少碳排放521噸二氧化碳當量。

## 綠色行動

### 循環經濟

青島啤酒始終秉承「減量化、再利用、再循環」的循環經濟3R原則，持續加強廢棄物及包裝材料的妥善管理，全面深化減排舉措，積極探索循環利用方式，切實推進企業綠色可持續發展。

### 指標

指標名稱	單位	2023年	2024年	2025年	2025年 同比變幅
啤酒新瓶	千噸	1,380	1,236	1,125	-9%
啤酒舊瓶	千噸	2,769	2,412	2,307	-4%
易拉罐	千噸	73	75	79	4%
紙箱	千噸	245	198	201	2%
塑膜	千噸	10.7	10.7	10.4	-2%
瓶蓋	千噸	25.35	21.81	20.55	-6%
商標	千噸	9.92	9.03	9.16	2%
包材總量	千噸	4,513	3,964	3,752	-5%
啤酒生產單位包材量	千噸/千升產量	0.0006091	0.0005481	0.0005202	-5%

備註：受產量及品種結構影響，部分物料消耗總重量增長

## 舉措

### ► 強化源頭防控，減少廢棄物產生

**固體廢物源頭減量** 降低玻璃瓶瓶損，減少碎玻璃產生量，全年減少碎玻璃1,709噸；對生產車間產生的廢棄包裝物進行分類管控，廠區內設置專門暫存點分類存放，避免混裝導致的資源浪費。

**廢水源頭防控** 在生產車間設置廢水收集設施，對高濃度釀造廢水進行單獨收集後作為碳源供給下游污水廠使用，降低廢水污染物濃度，減少後續處理難度與能耗。

### ► 完善回收利用體系，推動廢棄物資源化

**固體廢物回收利用** 酒糟、麥糠、廢酵母等，全部回收用於飼料養殖或飼料加工，對碎玻璃、廢舊金屬、廢塑料、廢紙箱等廢棄物，全部交由具備再生資源回收資質的企業進行分類回收再返回上游產業鏈，再生為玻璃原料、金屬製品、塑料製品、包裝物等，實現循環利用；對廢舊設備零件等，進行拆解、分類，應收盡收，無害化處置率達100%，徹底杜絕固廢污染風險。

報告期內，通過上述循環經濟措施的落地實施，公司在資源節約、廢棄物減排、資源化利用等方面均取得階段性成果，廢棄物資源化利用率顯著提升。

### ► 推廣綠色包材

青島啤酒積極貫徹綠色包材理念，持續優化包裝組合設計，全面推動包裝的回收再利用，減少包裝材料對環境的影響。

- ◆ 公司嚴格管控塑料包裝生產環節，持續推進纏繞膜減薄技術應用，減少塑料使用。
- ◆ 與供應鏈上游造紙廠協同，共同創新研發碳中和包裝用紙，通過能源、配方、關鍵工藝等改進，實現用紙「零」碳目標。碳中和認證面紙紙箱使用量佔總紙箱用量的33.5%。
- ◆ 引導紙箱供應商使用碳中和包裝紙，與供應鏈合作夥伴積極探索新的合作模式，開拓新的合作領域，倡導上下游企業共同踐行綠色低碳社會責任。
- ◆ 公司積極開展輕量化設計及應用。在易拉罐生產中，可再生鋁材使用比例達40%（佔總用量約36%），顯著降低原材料開採對環境的影響。在一次性新瓶產品中，輕量化減重瓶佔比達16%，有效減少原材料消耗與運輸碳排放。2025年，公司可回收瓶使用率達到72.9%，較上年提升1.3個百分點，充分體現循環經濟實踐與運營成本管控方面的雙重成效。

## 案例 | 包裝減碳研究推廣應用

**減重瓶**：500mL白啤減重瓶使用1.66億只，減少碳排放9,663噸。218mL、450mL逸品純生減重瓶2025年12月份首批上市。

**減薄皇冠蓋**：鐵材厚度由0.23mm降至0.20mm，累計使用1.88億只，減少碳排放242噸。

**40%回收鋁易拉罐**：累計使用5.2億只，減少碳排放31,603噸。

**減薄易拉罐**：原料鋁材厚度由0.265mm調整為0.260mm，噸鋁落杯數量增加2,500~3,000隻，減少生產過程碳排放，試驗易拉罐已減少碳排放約200噸。

**易開蓋減薄**：鋁材厚度由0.244mm降至0.208mm，累計使用17.24億只，減少碳排放9,034噸。

**維實洛克集束包**：採用增加底部卡扣、優化頂部扣手結構等方式調整包盒尺寸，寬度由原來的196mm調整為186mm。

**減薄拉伸纏繞膜**：厚度由0.024mm降至0.018mm，累計減少重量550噸，減少碳排放1,259噸。

**紙箱可變二維碼升級項目**：噴碼尺寸由20\*20cm替代現行25\*25cm，識別率≥99.9%。



## 綠色投資

### 綠色工廠、碳中和工廠

2025年青島啤酒在綠色發展固定資產方面投入金額19,352萬元，56家工廠通過環境管理體系認證(包括麥芽廠),覆蓋率98.2%。公司始終堅持以綠色發展理念為引領，積極響應《關於開展零碳工廠建設工作的指導意見》，目前已創建30家「國家級綠色工廠」，9家工廠獲得省級綠色工廠。青島啤酒(濟南)有限公司於2024年通過碳中和認證，成為公司首家碳中和工廠。2025年，新增青島啤酒(隨州)有限公司通過碳中和認證。2026年，新增青島啤酒(棗莊)有限公司，青島啤酒(德州)有限公司通過碳中和認證。截至目前公司已累計4家工廠通過碳中和認證，成為碳中和工廠。

### 智能化、綠色化、融合化發展

#### 濰坊新工廠竣工出酒

2025年12月18日，青島啤酒(濰坊)製造有限公司60萬千升啤酒生產項目竣工出酒，新工廠打破了傳統工業生產的邊界，將啤酒智造與時尚文旅深度融合，打造集啤酒生產、觀光休閒、消費者體驗於一體的啤酒「夢工廠」。未來，這裡將成為濰坊市民的打卡新地標——不僅能喝到新鮮出爐的啤酒，還能近距離感受啤酒釀造的奧秘，沉浸式體驗啤酒文化的獨特魅力。

#### 鞍山數智基地「衝刺跑」

青島啤酒(鞍山)有限公司數智化啤酒生產基地(一期)項目將引進全球頂尖啤酒生產設備，集成數字化管理系統、智能釀造工藝、綠色低碳技術於一體，一期項目投產後年產能可達30萬千升。項目規劃建設啤酒文化展示區、生產線觀光通道、鮮啤品鑒中心等配套設施，未來將成為鞍山工業旅遊的新地標，是青島啤酒布局東北市場、實現數字化轉型的關鍵一步，也是鞍山推動先進製造業升級、構建「產業興市」新格局的重要抓手，將成為政企協同、互利共贏的典範。

此外，青島啤酒麥芽廠25萬噸擴建項目、二廠100萬千升純生生產基地項目、五廠高端特色啤酒生產基地項目、智慧供應鏈升級改造項目及多家工廠智能裝備升級項目也在如火如荼地開展中。

## 護綠行動

青島啤酒嚴格遵守《建設項目環境保護管理條例》等法律法規，嚴密控制妥善管理生產運營對周邊環境帶來的影響，將對生物多樣性、生態保護的考量納入工廠建設項目的全生命周期。在新建工廠項目選址時，公司嚴格遵守《食品安全國家標準食品生產通用衛生規範》選址條款要求，對工廠周邊的水源水質、生態環境、社區環境進行充分評估和調研，並將評估結果作為新建工廠選址的重要評價指標。在新建工廠的配套基建中，我們積極採取環境保護、污染防治、生物多樣性保護等措施，確保對周邊環境的影響降至最低。



◆ 西安公司環保志願者們積極開展植樹護綠活動



◆ 福州公司環保志願者在當地海灘開展「以塑換蔬」市民互動活動，參與民眾可以用收集到的塑料瓶兌換新鮮蔬菜，宣傳綠色低碳生活理念

### 環保志願者行動

在日常生活中，我們號召下屬工廠開展全員環境保護活動，包括水源地保護、廢舊物資工藝品展示、低碳行走、植樹、減塑活動、減碳活動、環保知識競賽、垃圾分類、節約糧食、河流放生本地魚類等活動，並評選出優秀環保志願者組織，增強並提升全員生態環境保護意識。



◆ 荷澤公司環保志願者走進七里河濕地公園，開展「淨灘護綠」公益行動



◆ 三水公司環保志願者們積極參與「綠色餐桌，減量有我」餐飲商家調研活動，開展環保內容宣講，引導商家進行環保包裝升級



# 03

## 以人為本 ——給奮進者舞台 為成就者喝彩

青島啤酒始終秉持「給奮進者舞台，為成就者喝彩」的人才理念，助力每一位員工在平等、尊重、多元化的環境中快速成長並創造價值。我們高度重視員工的身心健康，充分保障員工基本權益，全面落實員工關懷政策，通過營造和諧發展的工作氛圍，為員工創造快樂、提供關懷，並將青島啤酒的高品質與快樂傳遞給全球消費者。

- 職業健康與安全 60
- 權益與保障 62
- 員工成長與發展 65
- 員工關愛 68



## 職業健康與安全

青島啤酒公司始終堅持以人為本、安全第一的理念，將安全生產作為頭等大事來抓，嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國消防法》《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國特種設備安全法》等相關法律法規和國家標準要求，早在2002年公司已經按照OHSAS 18001的要求建立了職業安全健康管理體系，截止到目前已經通過了DNV(挪威船級社)、ISO 45001體系認證，安全生產管理體系不斷得到豐富和完善。

公司2025年完成《安全生產風險分級管控管理規定》《差旅安全管理辦法》《安全風險識別評估與分級管控管理制度》《消防設施管理規定》《化學品管理制度》《安全與職業健康應急準備與響應管理制度》《安全生產考核管理制度》《安全培訓管理制度》《大型群體性活動安全管理規定》等21個制度修訂完善，確保安全生產規章制度合法合規。

### 安全生產

#### 舉措

▶ 建立14項462個安全相關的法律法規清單，將符合國家有關的法律、法規的要求作為安全管理的底線和紅線。

▶ 制定了公司職業安全健康方針和職業安全健康目標。

#### 安全願景

讓公司成為員工安全健康快樂工作的場所

#### 安全使命

用我們的真情和恒心，將安全制度化為日常行為習慣，讓安全文化深入人心

#### 安全工作方針

風險識別全方位零幾率；安全檢查全覆蓋零死角；隱患治理全消除零容忍

▶ 聚焦啤酒行業的7大類重大風險，識別評估出員工可能受到傷害的安全風險，指按照風險不同級別確定不同的管控方式，重點問題重點管理。



▶ 建立專門組織機構，制定安全管理方案，落地實施職業安全健康方針及目標。

公司成立高管團隊任組員的安全生產委員會(簡稱安委會)，定期召開專題會議，部署落地安全事項。2025年全年召開安委會4次，跟蹤15項安委會決議事項落實情況，充分發揮安全生產委員會的統一領導、工作議事和綜合協調的作用。

下屬所有業務單位全部按照要求成立安委會，單位一把手任負責人，通過建立安全生產責任制明確並落實了全員安全主體責任。

總部成立專職安全生產管理部門，統一制定年度安全目標，將安全目標和指標分解到每一個下屬單位、部門、班組和每一位員工，2025年各單位分層級簽訂28,731份安全目標責任書，實現安全目標責任分解率100%，安全管理網絡全覆蓋。

▶ 全面開展危險源識別、評價，落實管控措施，健全和完善監管機制，明確各層級的監管職責，有效控制安全風險，預防和減少各類生產安全事故發生。2025年公司開展控風險除隱患行動，累計消除隱患3868項，集中在動力、消防、道路交通、危化品、臨時用電等領域，截至目前整改率達100%。

2025年青島啤酒未發生重傷及死亡以上安全事故，未發生政府處罰安全生產事項，2025年公司發生損失工作日工傷事件3起。

### 安全培訓

總部全年組織開展12次安全專題培訓，涵蓋高風險、維修作業、施工安全、安全聯鎖、門衛、培訓和天氣預警等13項內容，其中高風險作業(高處作業)培訓共計3,712人參加培訓考試，有限空間專題培訓，共有3,542人參加。全公司各級預案演練8,579次，其中廠級應急演練累計829次，班組級現場處置方案演練5,791次，有效提升了相關人員的安全意識和業務水平。

安全培訓覆蓋率

100%

安全培訓

17,746 人次

人均安全培訓學時

48.01 小時

### 職業健康防護

在員工職業健康防護方面，對識別的27個職業病危害因素定期進行作業環境檢測；相關崗位員工全部組織職業健康體檢，員工職業健康體檢近萬人，更新了新款防護鞋和防護手套，全年勞動保護費投入約4,000萬元，切實保障了員工職業健康。

2025年公司未發生職業病事件，職工體檢覆蓋率100%，員工工傷保險支出金額1888.52萬元，工傷保險覆蓋率100%。

## 權益與保障

青島啤酒堅持合法合規底線，嚴格遵守國家法律法規及省市等地方勞動用工有關政策，如《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國就業促進法》《中華人民共和國未成年人保護法》《中華人民共和國社會保險法》《中華人民共和國婦女權益保障法》《中華人民共和國工會法》《工傷保險條例》等，提升用工管理水平。

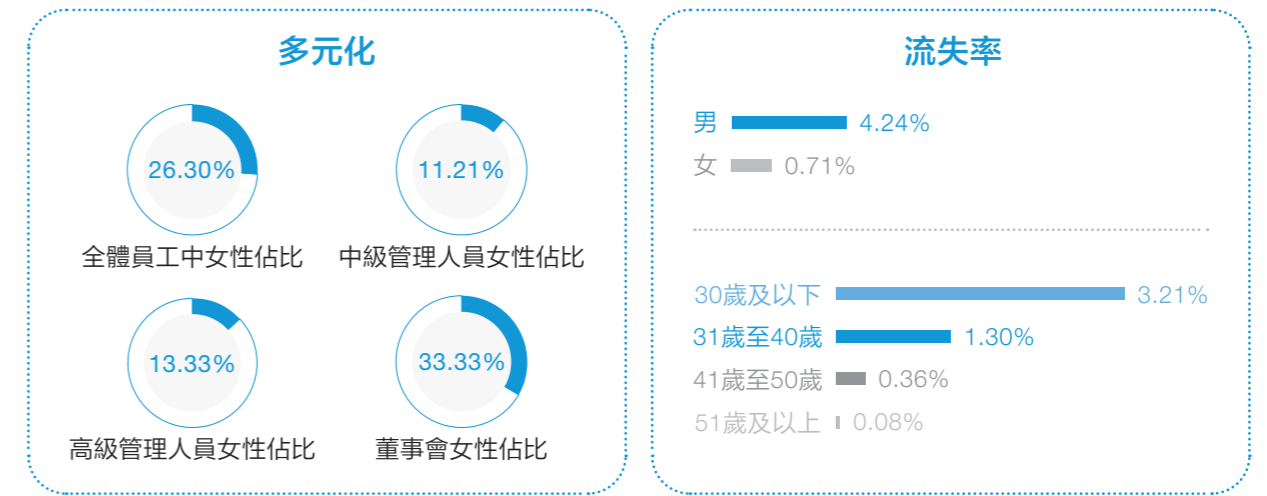
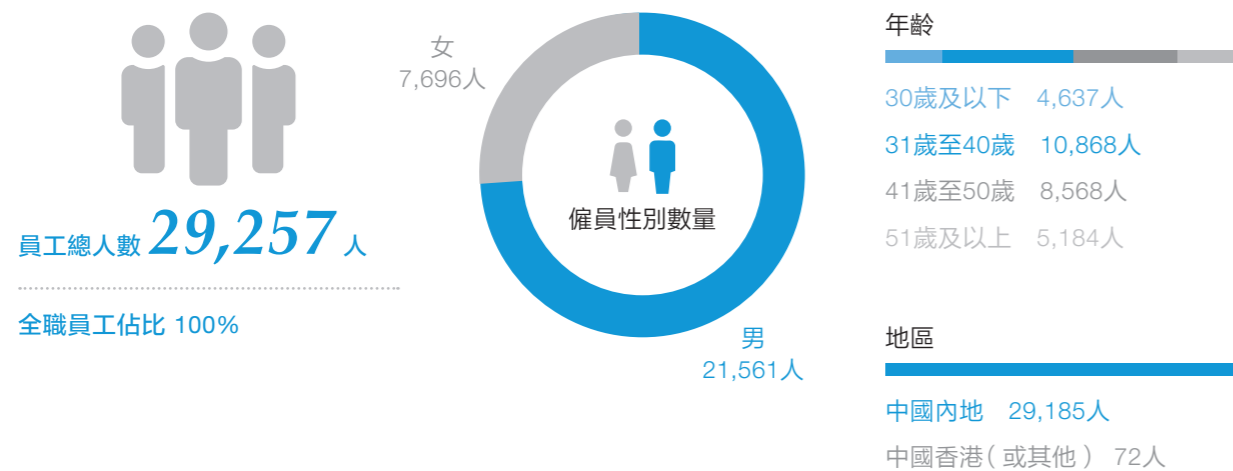
同時公司構建了一套科學完善的內部管理體系，制定各項制度，依法合規開展員工管理工作，如招聘制度：《青啤公司招聘管理制度》《崗位競聘管理規定》等；培訓制度：《新員工培訓管理制度》《培訓計劃管理規定》；人才制度：《人才管理制度》；績效激勵制度：《全員績效管理規定》《組織績效管理規定》等；員工關係：《青島啤酒股份有限公司勞動用工管理專項合規指引》等，切實保障員工合法權益，構建健全的員工治理體系。

### 僱傭平等合規

青島啤酒給予應聘人員享有平等的就業和發展機會，不因性別、年齡、地域、民族、種族、宗教信仰、是否殘疾等差異化對待應聘者，保證招聘過程合法合規。公司嚴格執行法律要求，禁止僱傭童工和強迫或強制勞工，在2025年未發現任何業務存在僱傭童工或使用強迫或強制勞動的重大風險。公司依法依規與員工簽署勞動合同，2025年員工勞動合同簽訂率100%。

公司堅持人才作為第一資源，通過校園招聘、社會招聘及內部招聘等多種方式推動人才隊伍建設與發展，通過高校畢業生、關鍵緊缺人才的外部引進為組織增添新鮮血液，通過內部競聘激活組織人才活力，通過規範的程序確保錄用合法合規。

### 指標與目標



### 員工福利與保障體系

青島啤酒秉持「以員工為中心」的發展理念，立足員工需求，回應員工關切，系統構建涵蓋完善薪酬福利、績效激勵機制及多層次養老保險在內的全方位保障體系，使員工在物質與精神層面獲得雙重提升，切實增強員工獲得感、幸福感與歸屬感。

步提升員工收入水平，為高質量發展提供有力支撐。

2025年，公司堅持以目標為導向，持續完善績效考核與激勵機制，聚焦關鍵指標，強化激勵引導，壓實責任約束，注重執行效率，充分彰顯崗位價值貢獻，通過任期目標與年度目標建立起長短期相結合的績效評價機制；同時，進一步深化薪酬與經營業績的聯動機制，穩

公司依法為員工繳納五險一金，並自主建立企業年金，構築起多層次的養老保障體系，為職工保駕護航。員工不僅享有帶薪年休假、產假、病假、陪产假、育兒假及護理假等法定假期，還可享受陪考假、年度健康體檢、健康講座培訓、節日福利、結婚關懷等具有公司特色的人文福利，全方位保障員工合法權益。公司同時注重落實對女職工勞動權與發展權的平等保障，通過精準關愛舉措，持續提升員工生活品質與職業歸屬感。



## 員工民主管理與溝通

2025年5月22日，青啤公司第六屆職工代表大會第六次會議、第六屆工會會員代表大會第六次會議在青島啤酒二廠召開。各職工（會員）代表、非職工（會員）代表在主會場、視頻分會場等參加會議，經過討論和審議，通過了各項決議。



◆ 職工代表開展分組討論

會上系統回顧了公司2024年生產經營情況，明確了2025年重點工作要求，會議還審議了《2025年職工薪酬預算與管理考核辦法報告》《2024年度青啤集團企業年金運營報告》《第六屆第五次職工代表大會職工代表提案工作報告》等各項報告，並進行了公司第十一屆董事會職工董事投票選舉。本次會議為職工充分了解公司發展，主動參與民主管理、建言獻策提供了平台，統一思想、鼓舞幹勁，進一步增強職工對公司發展的參與感、責任感和使命感。

2025年青島啤酒憑藉卓越的僱主形象以及在員工培養發展、人才管理、數字化建設、社會責任等方面的實踐，在國內多家專業、領先且具有較大影響力的評選機構組織的僱主評審中摘得多項年度僱主大獎。

2025 HRflag多元公平包容大獎

福布斯中國·年度最受員工歡迎僱主

HRoot卓越僱主

2025年智聯招聘中國年度最佳僱主

2025獵聘山東年度非凡僱主

## 員工成長與發展

青島啤酒構建了覆蓋全職業周期的成長發展體系，通過完善晉升通道、健全培訓機制，為員工打造多元化發展平台。2025年青啤e企學平台累計登錄99萬人次，累計1萬+門課程，持續為企業員工提供最前沿、最經典、最先進的理論知識和實踐案例以及最有效的標準化管理提升課程。在此基礎上，我們持續深化幹部管理體系，優化人才培養路徑，加速人才成長與任用，有力支持員工職業發展與專業技能提升，實現企業與員工的共同成長、共贏未來。

2025年  
青啤e企學平台累計登錄

99  
萬人次



◆ 隨州公司員工舒未然作為湖北省唯一一名污水處理工種代表參與全國第三屆職業技能大賽污水處理工種競賽

## 人才隊伍建設

青島啤酒聚力高素質人才隊伍建設，依託青島啤酒管理學院，構建了以「領導力發展、專業力提升、業務力拓展」三力並舉、以「儲備線與勝任線」雙線並行的複合型人才培養體系，陸續孵化了覆蓋各管理層級的特色培訓項目，如TT-EMBA、銀★資格班及一線管理者提升計劃等，並依託專業院校和實訓基地，系統性提升骨幹人才的專業能力。同時，公司積極推進最佳實踐標準化建設與推廣，一批批具備新技能、展現新風采、創造新價值的人才不斷湧現，為公司的持續發展注入了強勁動力。

豐富高層次人才榮譽體系，進一步暢通各類人才職業發展通道，目前已培養國家特支計劃領軍人才1人；泰山產業領軍人才2人；全國技術能手4人。2025年公司獲得省級競賽一等獎2人；2025年公司累計新增26項市級以上技能榮譽，其中省級技能榮譽12項。

公司組建企業提質增效的智囊團——專家工作站，目前已經建立技能專家工作站51個，其中省市級20個；持續推動技能人才攻關，高技能人才佔比27.2%，同比增幅3.1%。

建立技能專家工作站

51  
個

高技能人才佔比

27.2  
%

同比增幅

3.1  
%

### 管理能力提升

2025年，着重加強以統一思想為目的的幹部培訓，系統提升各級幹部的戰略理解、組織執行與文化認同，為企業高質量發展凝聚共識、築牢根基。通過「清風護航築基輪訓」計劃，先後組織新任領導人員41人、大區經理197人、工廠部長104人參加調訓。



◆ 新任領導人員調訓

### 業務專業能力提升

深化業培深度融合的專業能力提升培訓，累計開展魅力感知微講堂161期，小尖刀微講堂11期，直達業務重點、難點、痛點，專業培訓實戰化顯著增強。面向總部及三大中心職能管理人員開展涵蓋廣告宣傳、價格標注、知識產權保護、消費者權益保護、商業競爭、促銷、個人信息及數據保護、網絡直播等八大核心領域的專題培訓，覆蓋率100%。聚焦營銷業務需求，建立並組織了覆蓋廣告監管、合同管理、保密管理等關鍵領域，深度解讀新法規、新業態合規要求及業務疑難問題等在內的營銷專題培訓，並通過轉訓機制有效促進合規知識向業務一線滲透，整體提升營銷體系法律風險防控能力。推進《啤酒知識》《營銷安全管理知識》等課程學習，新入職業務代表學習覆蓋率100%、管理培訓生學習覆蓋率100%；《啤酒工藝與青島啤酒產品介紹》營銷全員學習覆蓋率100%。



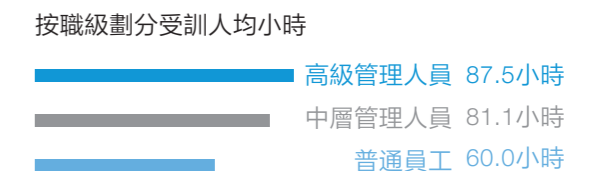
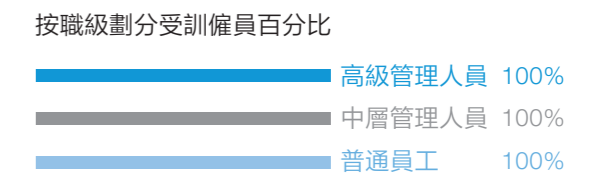
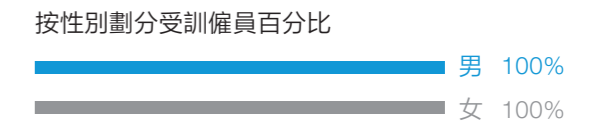
◆ 製造體系銀★培訓



◆ 智能裝備維修電工實操培訓

### 數字化專項賦能

全面推進數字化能力建設，組織核心人才線上專題培訓（先導課程），認證通過率90%；組織總部職能人員看數用數能力培訓，覆蓋經理及以上共計447人，認證完成率96.4%；組織數字化骨幹圍繞不同業務場景開展專項培訓，覆蓋221人；回歸業務場景，解決實際問題，讓數字化能力真正落地到崗位實操中。



## 員工關愛

公司工會堅持「普惠關愛精準化+特色關愛多元化+分類關愛個性化」，構建職工關愛服務體系。

### 普惠關愛

開展春節慰問、夏送清涼、走訪重點項目的一線職工等。升級發布《2025版精準送清涼舉措匯編》；開展「關愛護航成長路，揚帆奮楫青春夢」多元助學活動；針對困難職工建立以「常態幫扶」為基礎、以「關愛基金」和「職工互助保險」為補充的幫扶機制。2025年「關愛基金」共救助大病職工19人，支出66.9萬元，共有51家單位向關愛基金捐款合計60.66萬元，獲得職工互助保險35.8萬元。持續開展「紅心向黨光榮離崗，青啤精神薪火相傳」職工榮休工作。



◆ 揭陽公司開展關愛基金捐助活動



◆ 渭南公司為退休員工舉辦歡送儀式

### 特色關愛

聚焦「三惠」服務。惠健康方面，升級健康小屋，開展中醫把脈、健康理療等，把健康送到職工崗位上。惠生活方面，組織馬拉松歡樂跑；第三屆職工子女勞動技能秀、第四屆職工子女託管班；「金秋會聚良緣，七夕相遇青啤」青年職工聯誼活動等。惠文化方面，舉辦迎新春大集、「元宵佳節共團圓，攜手奮進新征程」元宵節同樂會、「跟黨奮進新征程，巾幗建功新時代」三八婦女節系列活動、「粽」享好時光，同心贏未來」端午節活動、「家國同慶，情滿月圓」中秋國慶活動等，豐富職工文化生活，培養職工高尚情操，增強企業凝聚力。



◆ 公司總部積極開展春節、元宵節、端午、國慶等慶祝活動



◆ 各單位積極開展各項豐富多彩的員工活動

### 分類關愛

聚焦崗位特點，開展營銷一線職工需求調研、針對技能、福利等六大類15項建議形成專項調研報告並逐一推動解決。分兩批組織營銷職工代表及家屬開展「回家看看」主題活動；開展省區職工籃球賽；為一線營銷人員和客服職工訂制「心理健康關懷活動」。針對科研中心搬遷帶來的職工需求，增配通勤車輛、便利服務設施等。針對重點項目工程的員工多線作戰的特點，分批開展專題職工療休養，通過觀摩學習、參與健康項目、開展座談交流等方式緩解壓力、積蓄力量。公司被納入青島市「職工生活幸福型企業」、被確定為青島市女職工關愛服務陣地。



◆ 公司開展一線營銷人員、客服職工「心理健康關懷活動」



---

# 04

## 責任擔當 —— 創造可分享的社會價值

---

青島啤酒攜手價值鏈上下游，以創新的方式投身於行業合作，共同應對新出現的挑戰，打造可持續和負責任的價值鏈；我們以實際行動履行社會責任，圍繞鄉村振興、慈善捐贈、抗災、扶貧、助學等社會公益，踐行企業責任擔當，用實際行動共建和諧美好社會。

- 可持續供應鏈
- 關愛社會

72  
76



## 可持續供應鏈

青島啤酒要求價值鏈合作夥伴遵守公司各項政策，對新建立的合作夥伴進行ESG可持續性風險評估及相關內容的溝通培訓，我們與價值鏈夥伴共同致力於為打造綠色環境做貢獻；每年都會審查與現有合作夥伴簽訂的合同條款和服務協議，篩選並淘汰與公司發展理念相違背的合作夥伴。

### 供應商管理

#### 負責任採購

公司嚴格遵守中華人民共和國的相關法律法規要求，如《中華人民共和國食品安全法》《食品安全國家標準食品添加劑使用標準》《消毒產品生產企業衛生許可規定》等法律法規，同時，制定並遵循《採購管理手冊》《物料採購招標競價管理規定》《青島啤酒供應商進入、合作、退出管理流程》《採購操作守則》等內部管理制度，要求供應商簽署《廉潔承諾書》，確保商業道德合規。

#### 供應商管理與評估

公司根據供應商管理體系框架，建立供應商分級管理制度，每年度基於供應商的商務資質、產品質量、供貨數量、技術能力、管理制度、可持續管理體系等多個維度動態調整分級。

公司對於新引進供應商及供應商合作過程中定期進行考察及審核，通過審核的新供應商予以准入資格。通過查核合作供應商進行管理輸出，推進供應商改進提高。對於供應商資質證件、財務及資信、供貨能力、環保、職業健康、僱傭關係以及供應商質量管理、生產工藝技術、設備配置及食品安全管理等維度進行查核。另外定期通過第三方平台對供方相應風險進行識別。

公司每年對合作供應商實施年度和現場審核綜合評價，包括食品安全、質量、服務、實際供貨完成率等維度，重點關注食品安全、質量控制及環保績效改進。2025年合作供應商全部達到了合格標準，有力地保證了青島啤酒的生產。

公司建立與合同簽署進行關聯的供應商檔案管理機制，所有生產性物料依據法規要求制定《供應商索證清單》並定期更新，按照清單索要所有證件及第三方檢測報告；與酒接觸物料採用合格供應商動態目錄管理，定期抽樣送指定第三方機構檢測，不符合要求的取消合作資格。報告期內，生產性物料我們共引入新供應商17家，優化淘汰供應商9家。

2025年，  
公司納入可合作的供應商數目為

**2,143** 家

### 帶動供應商踐行ESG理念

我們每年不定期分品類召開供應商會議，以及通過拜訪交流、審計等形式向供應商輸出青島啤酒的發展規劃、管理理念和要求，提升其履行社會責任及可持續發展能力，培養供應商與青島啤酒共同發展。公司重視供應商在質量、安全、環保及社會責任等方面的表現，在各個環節增加對供應商ESG風險評估的考量。2025年現場查核審計134家供應商，均符合要求。

公司對供應商在質量、安全、環保及社會責任等方面的表現進行認證，要求供應商按照國家、省、市各項法規合規運營。在尋源新供應商及審計現有供應商中，將ISO9001認證、ISO14001認證、ISO22000認證納入供應商認證範圍。截至2025年底，25家供應商通過國家級綠色工廠認證，11家供方通過省級綠色工廠認證；334家供應商通過ISO9000質量體系認證，112家供應商通過ISO14001環境管理體系認證，212家供應商通過食品安全體系認證，69家供應商通過ISO45001職業健康安全體系認證。65%以上易拉罐供應商配置光伏、50%以上麥芽供方配置光伏。

### 與供應商合作、共同發展

#### 應對氣候變化的多產區採購戰略

##### 多產區原料互補採購策略

依據全球主產區大麥行情和產情，靈活調整採購策略，確保配方需求的滿足。

##### 迭代更新的大麥品種採購名錄

建立與各廠區大麥研究機構信息互享機制，不斷更新各產區大麥採購名錄，對種植面積達到一定規模的新品種定期進行試驗、跟蹤、使用和評價，確保原料的多樣性和穩定性。

##### 堅持國產麥芽支持性採購策略

持續保持對國產麥芽的使用，支持國產麥芽供應商的生產、種植，推動國內農業的可持續發展。

##### 不斷拓展全球大麥新產區的開發

為應對國內大麥供應不足的情況，對部分產區大麥進行適當採購，在保障產區供應穩定性的基礎上，有效補充了國產大麥的供應不足。

生產性物料供應商約為

**836** 家；

非生產性物料供應商為

**1,307** 家。

### 持續支持國產原料發展

青島啤酒積極響應國家政策，持續支持國產原料的發展，特別是在酒花和大麥的種植與採購方面，採取了多項措施：

- ◆ 推進建設首個國產酒花戰略合作基地：公司與國內供應商合作建設國產酒花合作基地，推動青島大花的標準化種植，不斷提升田間作業標準，從源頭控制酒花質量與品質。同時推動香花新品種的擴種，助力國產酒花的品種多樣性發展。
- ◆ 實施鹽鹼地大麥合作計劃：公司充分利用企業地理位置優勢和科研技術優勢，強強聯合，與山東農科院聯合攻堅耐鹽鹼優質啤酒大麥的全產業鏈創新新課題，以大麥為抓手，破局鹽鹼地局限，讓鹽鹼地從「生態短板」變成能賺錢的「經濟增長點」，形成「種得好、釀得好、環境也好」的循環。
- ◆ 合作助力原料品質、收益提升。在合作基地的基礎上升級管理，提升田間作業標準，從源頭控制原料的質量與品質；與種植戶簽訂長期合同，鼓勵擴大農戶種植面積，並通過「優質優價」政策提升原料品質，同時提高合作夥伴和種植者的收益。

### 合作創新綠色包材

與供應商一起，積極研究新材料、新技術、新工藝的應用和推廣，如纏繞膜減薄、瓶蓋減薄、易拉罐蓋減薄等、啤酒新瓶減重等，既降低了採購成本、雙方獲得收益，同時又減少了原材物料的使用，實現綠色可持續發展。

### 推進原料供應商綠色低碳化運營

- ◆ 麥芽：積極推動麥芽供應商碳中和認證工作，2026年持續推進2家供應商完成碳中和認證工作，實現3家碳中和工廠覆蓋面。
- ◆ 酒花：青島啤酒通過酒花種植基地合作，推廣有機生物肥料。同時，通過推動青島大花種植基地試點生物質鍋爐，帶動供應商端技術革新，探索生物質鍋爐替代傳統的燃煤鍋爐，減少碳排放，實現農業廢棄物的資源化利用，進一步推動了循環經濟的發展。



◆ 青島啤酒公司工作人員考察酒花供應商種植基地

## 攜手經銷商共贏發展

公司秉承「共創、共享、共贏」合作理念，因地制宜加快廠商協作分銷模式變革，持續提升網絡運營力。加速渠道數字化建設，讓經銷商更具成長力和競爭力，為公司高質量發展鑄定網絡根基。

### 廠商協作分銷模式

經銷商實施項目推進，戰略經銷商100%推進。

**直供能力** 終端直供率增長2個百分點；其中，AB類直供率增長2個百分點。

**運營能力** 區域鋪貨率同比增長1個百分點；區域產品組合達標率同比增長6個百分點。

**資源配置** 經銷商增員增長4%；經銷商增車增長3%。

### 網絡結構能力項目

新引進經銷商家數增長7%，預算完成111%。

戰略經銷商總量增長0.4%；經典及以上銷量增長1.5%。



◆ 青島啤酒金鷹會人員合影

## 平等對待中小企業

青島啤酒積極響應國家政策要求，切實維護中小企業合法權益，及時支付中小企業款項，以實際行動為中小企業發展營造良好的營商環境。

## 關愛社會

青島啤酒主動承擔企業社會責任，積極參與各項公益實踐，在鄉村振興、慈善捐贈、支持教育發展、社區公益活動等多個領域中貢獻企業力量。組建公司員工志願者團隊，積極投身社會公益事業，持續增進民生福祉。

公司嚴格遵循《中華人民共和國公益事業捐贈法》《中華人民共和國慈善法》等法律法規，確保公益慈善行動合規透明。2025年，公司根據《青島市市直企業對外捐贈管理辦法》青國資委[2024]4號)文件相關要求，對公司對外公益捐贈管理制度進行了修訂，對預算管理、相關捐贈原則、捐贈流程和分額度審批要求進行了修訂。

## 鄉村振興

青島啤酒積極探索鄉村振興發展新路徑，構建產業支撐、文旅融合的「新引擎」，助力實現鄉村產業興旺、生態宜居、文化繁榮、生活富裕，以企業擔當助力鄉村高質量發展。



### 案例 | 啤酒節拉動當地經濟發展

主辦「薯都盛宴 青島相伴」2025年定西市第六屆青島啤酒節和「山海情深 暢享隴南」2025青島啤酒嘉年華暨文旅音樂季活動，在青島國際啤酒節會場開展隴南市文化旅遊宣傳、農特產品展銷活動，多層次、多視角宣傳展示隴南、定西魅力，對增強定西、隴南文化旅遊產業和休閒消費市場發展活力、加強東西部協作和經貿交流、拉動夏季消費經濟、展現城市魅力、豐富市民文化生活、帶動當地餐飲、住宿、交通、娛樂各行業發展，推動區域經濟高質量發展具有積極作用。



◆ 定西市第六屆青島啤酒節現場



◆ 隴南青島啤酒嘉年華暨文旅音樂季活動現場



### 案例 | 幫扶對口鄉村、社區

2025年青島啤酒扶貧及鄉村振興項目總投入19.67萬元。青島啤酒西安公司結合幫扶村實際需求因地制宜，共投入定點幫扶資金17.67萬元，完成北閭村「村企聯建黨建活動基地」翻修改造，幫扶村節日慰問等項目，取得了良好的幫扶效果。中共渭南市委、渭南市人民政府發來感謝信，北閭村送上錦旗，感謝及肯定了西安公司多年來對幫扶工作的大力支持。



◆ 西安公司員工代表收到北閭村代表贈送的錦旗

2025年，為推動鄉村產業、人才、文化、生態、組織振興，總結宣傳推廣近年來青島市社會各界參與助力鄉村振興的好經驗、好做法，充分展現全面推進鄉村振興的實際成效，由青島市紅十字會、中共青島市委組織部等九單位聯合主辦青島市鄉村振興優秀社會公益項目徵集，青島啤酒節慶賦能消費幫扶項目獲評青島市鄉村振興優秀社會公益項目。



青島啤酒郴州公司被當地政府列為鄉村振興幫扶單位，主要幫扶對象是資興市唐洞街道礦工南路社區。經與駐村工作隊溝通確認，向資興市唐洞街道礦工南路社區進行捐贈，用於社區基礎設施建設項目。

## 熱心公益

青島啤酒關愛弱勢群體、熱心公益事業、關注教育、奉獻愛心傳遞溫暖。2025年公司對外捐贈、公益項目共計投入62萬元。

### 案例 | 捐贈支持心理健康關愛進社區巡講活動

2025年5月，為響應青島紅十字會關於世界紅十字日公益捐贈的號召，體現青啤公司熱心支持社會公益的務實舉措，向青島紅十字會捐贈人民幣20萬元，定向用於冠名支持青島紅十字心理援助服務隊心理健康社區巡講，活動以群眾喜聞樂見的形式提供科學的心理關愛服務，助力健康青島和城市精神文明建設。



◆ 青島紅十字心理關愛進社區巡講活動

### 案例 | 關注殘疾人事業

2025年12月，青啤公司向青島市殘疾人福利基金會捐助12萬元，支持開展「暖陽助語、助聽、助試、助行、助學、啟智、樂業、恤病、濟困、無礙」等公益項目，精準幫扶殘疾人。自2004年開始已累計進行殘疾人捐助共計258萬元。

2025年5月，青島市殘疾人福利基金會向青島啤酒贈予「青島市助殘愛心單位」獎牌，以感謝青島啤酒在支持殘疾人相關工作中的大力支持。

### 案例 | 關注教育事業

自1996年起，設立「青島啤酒 - 青島大學」獎學金，專項用於青島大學獎勵優秀學生、扶助貧困學生、在校學生就業培訓和相關社會實踐體驗等。截至2025年，累計捐助學生2128名，捐贈金額650萬元。其中，2025年捐資30萬元，獎勵學生80名。

## 社區參與及志願者活動

青島啤酒下屬製造體系、營銷體系單位積極開展職工無償獻血活動，積極奉獻愛心，守護人民群眾生命健康；與社區互動，積極參與維權普法宣傳活動，分發宣傳手冊，引導消費者關注產品質量、關注食品安全；與城中社區聯合舉辦公益大集活動，服務社區周圍的居民，實現精細化的民生服務……



◆ 青島啤酒博物館聯合青島市中心聾校，舉辦「聽不見，愛不變」公益科普活動，用愛心點亮聽障學生的世界



◆ 韶關公司積極參與「學雷鋒志願服務一條街」活動，通過便民服務與暖心互動，為群眾送去關懷與幫助



◆ 洛陽公司慰問宜陽縣實驗小學並送去新學習用品



◆ 青啤二廠、青啤三廠、隨州公司、榮成公司、揭陽公司、郴州公司等多家單位積極組織開展無償獻血活動奉獻愛心

## 倡導理性飲酒，為生活創造快樂

青島啤酒始終主張並踐行理性飲酒的社會責任，倡導理性飲酒，為生活創造快樂。我們的產品標注了「過量飲酒，有害健康」標識；我們宣傳「開車不飲酒」公益口號；我們開展倡導理性飲酒知識宣傳系列活動；我們在公司網站入口設置了年齡訪問提示……引導消費者理性飲酒，預防未成年人飲酒。

青島啤酒積極響應中國酒業協會號召，連續多年開展理性飲酒宣傳活動，助推「理性文明，拒絕酒駕」「關愛成長，非成勿飲」和「適量飲酒，快樂生活」的理念深入人心，公司採取線上線下相結合的方式，全方位、多渠道地傳播理性飲酒理念，助力營造和諧、健康的飲酒環境。

2025年，在武漢、西安、石家莊、鄭州、濰坊的多家餐廳和部分景點，青啤的業務人員將一張張「關愛成長，非成勿飲」主題海報，張貼在店內最醒目的位置，將理性飲酒宣傳手冊發放到消費者手中，以實際行動為「快樂」注入了理性與關愛的深厚內涵。



◆ 工作人員在餐飲店面張貼「關愛成長，非成勿飲」理性飲酒宣傳公益海報

### 舉措

#### 青島啤酒重點關懷人群

##### ▶ 未成年人

我們禁止向未成年人出售產品，並開展未成年人禁酒教育。

##### ▶ 孕產婦

我們建議孕產婦在孕期與母乳餵養期避免飲酒。

##### ▶ 駕駛者

我們嚴厲杜絕酒後駕車與乘坐酒後司機駕駛車輛的行為，並開展「開車不飲酒」的宣傳活動。

##### ▶ 患者

我們主張患者在醫療期間應避免飲酒。



◆ 工作人員向消費者發放理性飲酒宣傳手冊

## 2025年青島啤酒榮譽(部分)

公司ESG案例入選國務院國資委 《國資國企社會責任藍皮書(2025)》	入選中國上市公司協會 「上市公司董事會最佳實踐案例」
廊坊公司、張家口公司、哈爾濱公司、昆山公司、 福州公司、濟南公司、三水公司入選 工業和信息化部國家級綠色工廠	青島啤酒上榜工業和信息化部首批 「中國消費名品」
榮獲 2025年度全國消費零售業數智化優秀案例獎	《數智傳承經典工藝數字領航實踐》入選 工業和信息化部數字領航企業(大企業)實踐案例
入選 中國ESG上市公司國企先鋒100榜單(2025)	《縮短3#線品種轉換時間》 《提高西海岸精釀殺口力CO2穩定性》榮獲 亞洲級質量改進與創新案例大賽一等獎
《降低糖化蒸汽單耗》榮獲 中國質量協會國家級質量創新大賽一等獎	《平衡計分卡與數智化流程深度融合敏捷響應的戰略 管理創新》榮獲全國企業管理現代化創新成果二等獎、 山東省企業管理現代化創新成果一等獎
榮獲 第十六屆全國企業文化成果一等獎	《基於計算機輔助配方設計的啤酒原料 高效利用關鍵技術及應用》榮獲 山東省技術發明二等獎
連續三年獲評 福布斯中國最受員工歡迎僱主	蟬聯 Brand Finance 全球啤酒品牌力冠軍
連續三年獲 美團即時零售最高榮譽「金閃獎」	獲京東超市 「卓越冠軍獎」

## 第三方評價

### 報告評價

2025年，在全球產業鏈加速重構、綠色低碳轉型持續深化以及消費場景不斷重塑的背景下，青島啤酒股份有限公司（以下簡稱「青島啤酒」）以「創新驅動+系統化綠色轉型」為主線，對企業可持續發展路徑進行了進一步深化與拓展。本年度報告不僅延續了高質量披露水平，更在綠色製造體系、ESG治理深度、產業鏈協同及新消費模式創新等方面實現了新的突破，體現出企業從「領先實踐」向「體系引領」的躍升。

從《青島啤酒2025年環境、社會和公司治理報告》來看，公司在創新驅動方面呈現出更加系統化布局。一方面，圍繞「啤酒+生物」戰略方向開展前瞻性技術探索，推動製造業與生物科技、數字科技融合發展；另一方面，通過即時零售、直播電商等新業態，打造「7天原漿新鮮直送」模式，形成從產品創新到渠道創新的閉環升級，標誌着企業在消費端數字化轉型方面邁入新階段。

在環境責任方面，青島啤酒實現了從「節能減排」向「系統性綠色生態構建」的跨越。2025年，公司可再生能源電力使用佔比提升至91%，累計創建30家國家級綠色工廠，數量繼續保持行業領先；同時，廢水資源化利用項目已推廣至37家工廠，構建起具有行業示範意義的循環經濟模式。此外，公司作為產業鏈「鏈主」，帶動上下游協同減污降碳，推動綠色從「單廠實踐」向「產業集群協同」升級，體現出更強的行業引領能力。

在社會責任方面，公司進一步從「內部關懷」拓展至「價值共創」。在持續實現員工培訓全覆蓋的基礎上，強化技能提升與人才梯隊建設，並通過獎學金、員工關愛基金等機制完善員工保障體系。同時，公司圍繞鄉村振興與區域發展，探索產業幫扶與生態保護相結合的新模式，從傳統公益向「產業+社會價值」轉型，提升社會責任的長期性與可持續性。

在公司治理方面，青島啤酒2025年實現了重要結構性優化：取消監事會並由董事會審計與內控委員會承接相關職能，進一步提升治理效率與國際化水平。同時，公司持續強化「決策層 - 監督層 - 執行層」三級ESG治理架構，並將ESG風險納入全面風險管理體系，形成覆蓋14大類風險的系統性管理框架，標誌着ESG已從披露要求升級為核心管理工具。

此外，公司在食品安全與質量管理方面持續深化數字化賦能，構建覆蓋原料、生產、物流、終端的全鏈條質量監控體系，建立超過1800個質量檢測點，並實現國家監督抽檢合格率100%，進一步鞏固了行業品質標桿地位。

總體來看，青島啤酒在2025年報告中展現出從「單點提升」向「系統化治理」的躍升，已形成覆蓋產品、環境、員工與產業鏈的綜合可持續發展體系，持續鞏固行業龍頭地位。

### 報告建議

**強化「鏈主企業」綠色引領作用：**2025年公司已在產業鏈協同減碳方面取得初步成效，建議進一步建立可量化的供應鏈碳管理體系，推動原料種植、包裝材料、物流運輸等環節實現全鏈條碳足跡管理，打造行業級綠色供應鏈標準。

**進一步強化ESG與核心業務的深度融合：**建議公司在現有治理基礎上，將碳管理、資源效率與社會價值等關鍵ESG指標更深入嵌入產品研發、產能布局及市場策略之中，推動ESG從管理工具向價值創造引擎轉變。

**深化新消費場景與品牌生態融合創新：**建議進一步拓展「啤酒+文旅」「啤酒+社交」等多元消費場景，結合年輕化消費趨勢，打造更具沉浸感與文化內涵的品牌體驗，提升品牌競爭力。

**推動數字化向「數據驅動決策」升級：**在現有數字化基礎上，建議加強數據整合與智能分析能力建設，構建ESG數據與經營數據融合平台，實現從「數字化管理」向「智能決策支持」轉型。

### 綜合評價與展望

青島啤酒在2025年報告中展現出更加成熟與系統的可持續發展能力，已由行業「實踐領先者」逐步邁向「標準引領者」。特別是在綠色製造體系、ESG治理深化及產業鏈協同方面的突破，為中國啤酒行業提供了可借鑒的發展範式。

展望未來，青島啤酒應繼續以創新為核心驅動力，強化全球化布局與技術融合能力，推動綠色低碳與數字化轉型協同發展。同時，充分發揮龍頭企業的「鏈主」作用，引領行業在高質量發展與可持續發展道路上實現更高水平躍升。



中國酒業協會啤酒分會

# ESG指標索引

## 上交所ESG內容索引

維度	議題	對應條款	對應章節
環境	應對氣候變化	第二十一條至第二十八條	應對氣候變化
	污染物排放	第三十條	污染物合規排放
	廢棄物處理	第三十一條	廢棄物處理
	生態系統和生物多樣性保護	第三十二條	護綠行動
	環境合規管理	第三十三條	環境合規管理
	能源利用	第三十五條	能源管理與高效利用
	水資源利用	第三十六條	水資源利用
	循環經濟	第三十七條	循環經濟
社會	鄉村振興	第三十九條	鄉村振興
	社會貢獻	第四十條	熱心公益、社區參與與志願者活動
	創新驅動	第四十二條	科技引領 創新驅動
	科技倫理	第四十三條	—
	供應鏈安全	第四十五條	可持續供應鏈
	平等對待中小企業	第四十六條	平等對待中小企業
	產品和服務安全與質量	第四十七條	食品安全與質量、產品全過程管理
	數據安全與客戶隱私保護	第四十八條	數據安全與客戶隱私保護
治理	員工	第五十條	職業健康與安全、權益與保障、員工成長與發展、員工關愛
	盡職調查	第五十二條	風險控制與管理
	利益相關方溝通	第五十三條	利益相關方溝通
	反商業賄賂及反貪污	第五十五條	商業道德與合規
	反不正當競爭	第五十六條	商業道德與合規

## 香港聯交所ESG報告守則索引

指標	詳情	在報告中的位置
A 環境		
層面A1:排放物		
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放，向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的 (a) 政策；及 (b) 遵守發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	P49-52
A1.1	排放物種類及相關排放數據	P49-52
A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）	P49
A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）	P49
A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟	P49-52
A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟	P49-50
層面A2:資源使用		
一般披露	有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策	P46-47
A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以每千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）	P47
A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）	P46
A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟	P47-48
A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟	P46
A2.5	製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量	P53
層面A3:環境及天然資源		
一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策	P53-57
A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動	P53-57

指標	詳情	在報告中的位置
B 社會		
層面B1:僱傭		
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	P62-63 68-69
B1.1	按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數	P62
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	P63
層面B2:健康與安全		
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	P60-61
B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率	—
B2.2	因工傷損失工作日數	P61
B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法	P60-61
層面B3:發展及培訓		
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策，描述培訓活動	P65-67
B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比	P67
B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數	P67
層面B4:勞工準則		
一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	P62
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工	P62
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟	P62

指標	詳情	在報告中的位置
層面B5:供應鏈管理		
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策	P72-73
B5.1	按地區劃分的供貨商數目	P72
B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目，以及相關執行及監察方法	P72
B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法	P72-73
B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的管理，以及相關執行及監察方法	P73-74
層面B6:產品責任		
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	P16-19、23-24
B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而回收的百分比	P19
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	P23-24
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例	P9
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序	P16-22
B6.5	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法	P23-24
層面B7:反貪污		
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例	P9
B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果	P9
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法	P9
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓	P9
層面B8:社區投資		
一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策	P76-80

指標	詳情	在報告中的位置
B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)	P76-80
B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)	P76-80

氣候相關披露		在報告中的位置
管治	技能及能力	P34-35
	方式及頻率	P34-35
	董事會的角色及職責	P34-35
	監察進度	P34-35
	管理層的角色及職責	P34-35
策略	氣候相關風險和機遇	P36-37
	業務模式和價值鏈	P36-37
	氣候韌性	P38-40
	財務狀況、財務表現及現金流量	P39-40
	策略和決策	P43
風險管理	風險識別	P41
	風險評估	P41
	風險優次排列	P41
	風險管理	P41
	風險整合	P41
指標及目標	溫室氣體排放	P42
	跨行業指標	P38-39
	內部碳定價	暫未應用內部碳定價
	薪酬	P35
	行業指標	P43
	氣候相關目標	P44

## 您的反饋

尊敬的讀者，您好：

非常感謝您閱讀了《青島啤酒股份有限公司2025環境、社會和公司治理報告》。如果您對本報告有任何建議和意見，您可以填寫下面的意見回饋表，通過電子郵件發給我們。對於您的寶貴意見，我們致以深深的謝意！

姓名：

單位：

聯繫電話：

電子郵件：

您認為哪些章節為您提供了重要信息？

1「前言」部分

2「公司治理」及「ESG治理」部分

3「產品品質」部分

4「環境保護」部分

5「員工」部分

6「價值鏈、社會」部分

7「第三方評價」部分

您如何評價本報告？

	好	一般	不好
可讀性			
中肯性			
排版設計			
總體印象			

您對我們下一年度報告的建議？

請與我們聯繫：

地址：中國山東省青島市市南區香港中路五四廣場青啤大廈702室266071

郵箱：zhutt@tsingtao.com.cn

