

2020

环境、社会及管治报告

青島啤酒股份有限公司





目录 CONTENTS

关于本报告

青岛啤酒的可持续发展指标	2
董事长致辞	4
关于我们	6

报告范围

本报告是青岛啤酒股份有限公司第十三份可持续发展年度报告。报告数据和信息涵盖青岛啤酒股份有限公司 60 家全资和控股的啤酒生产企业以及 2 家联营及合营啤酒生产企业，2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间各项可持续发展实践。基于报告的延续性和对比性，部分数据和信息不局限于 2020 年。

编制原则

本报告根据香港联交所《环境、社会及管治报告指引》要求，并参考《全球报告倡议组织（GRI）G4》、《山东省企业环境报告书编制指南》、上海证券交易所《上市公司环境信息披露指引》、国资委关于发布可持续发展报告的相关要求编制。

内容选择

报告内容的选取过程中，青岛啤酒遵循《环境、社会及管治报告（ESG）指引》重要性、量化、一致性原则以及《全球报告倡议组织（GRI）G4》指南的准确性、有效性、重要性、可比性等原则，从环境和社会等多方面进行陈述，重点报告了青岛啤酒在产品、环境、社区、员工以及商业伙伴等方面的可持续发展责任。本报告的数据和信息收集工作按公司现有工作流程进行。

指代说明

报告中青岛啤酒股份有限公司简称为“青岛啤酒”或“公司”或“我们”，本报告版权归青岛啤酒股份有限公司所有。

发布方式

报告以网络版和印刷版形式发布。网络版可在本公司网站查阅（网址：www.tsingtao.com.cn）。

18 / 117 年
只为酿造好啤酒

26 / 绿色
酿造

39 / 关爱
社会

46 / 和谐
价值链

青岛啤酒的 可持续发展指标



2020 年，青岛啤酒克服疫情带来的不利影响，以披荆斩棘的奋斗精神，勇做时代的攀登者，夺取了疫情防控和企业高质量发展“双胜利”：实现了从产品到场景的延伸、从行业到生态的拓展、从单赛道到多赛道的跨越、从传统制造业到

工业互联网的转型。

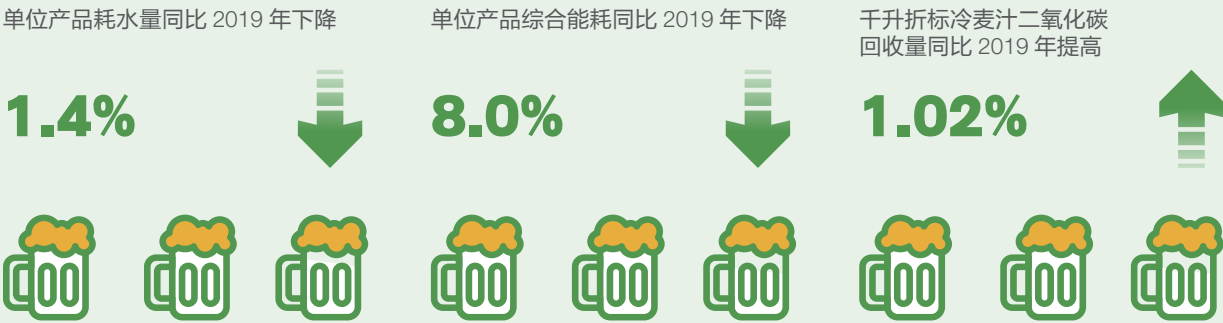
青岛啤酒将继续把握可持续发展机遇，用更高层次的创新为消费者创造价值，以更多维度的发展展现责任担当，创造美好生活。

经济责任

公司历来重视对投资者的回报，自 1993 年上市以来，
累计 24 年现金分红 **79** 亿元。

销售量 / 万千升	782
营业收入 / 亿元	277.60
归属于母公司股东的净利润 / 亿元	22.01
每股收益 / 元	1.629

环境责任



社会责任

2020 年支持新冠肺炎疫情防控	员工“关爱基金”救助大病员工
1081 万元现金 303 万元物资	17 人累计 63 万余元



董事长致辞



2020 年，是青岛啤酒顶住疫情压力，创下业绩新高之年；青岛啤酒圆满实现十三五规划期间各项工作任务，在高质量发展道路上步履稳健，阔步前行。

2021 年，站在“十四五”规划开局的历史节点，青岛啤酒满怀信心，开启高质量发展新征程，将坚定不移地实施“高质量跨越式发展战略”，持续为消费者、员工、投资者、价值链伙伴、社会各界和社会创造更多价值。



开启高质量发展新征程

坚定高质量方向 可持续发展韧劲更足

2020 年初，疫情给啤酒行业带来了冲击，线下主要消费渠道突然陷入“休克”。青岛啤酒敢出征、快出手、善出招、多出活，打出“线下三板斧”、“线上三重奏”系列创新组合拳，不断开拓全新营销模式。以消费者为中心，加大产品研发力度，创新消费场景；遵循绿色、可持续发展，“投资十箭发”，持续优化存量，布局增量，多家工厂升级扩建，新旧动能转换蹄疾步稳；疫情下，迈出机制改革重要一步，14 年股权激励承诺终启动，与高质量发展目标深度捆绑，实现核心人才与企业利益共享、风险共担。

我们坚定高质量发展方向，取得了疫情防控和企业高质量发展的“双胜利”。疫情之下，青岛啤酒累计实现产品销量 782.3 万千升，实现营业收入人民币 277.6 亿元，归属于上市公司股东的净利润人民币 22 亿元，刷新历史记录。品牌价值达 1792.85 亿元，连续 17 年蝉联中国啤酒行业首位。

我们深刻体悟到，坚定高质量发展为主题，企业可持续发展的韧劲更足。

站在新征程的起点，青岛啤酒将坚定不移实施“高质量跨越式发展战略”，追求更加可持续的高质量发展。

为生活创造快乐 让消费者受益

青岛啤酒始终以满足消费者需求为驱动力。2020 年 7 月，推出“百年之旅”、“琥珀拉格”等系列艺术酿造新品，满足消费升级需求。2020 年 12 月，推出“北京 2022 年冬奥会冰雪罐”，融啤酒激情与奥运精神于一体。

2020 年，青岛啤酒还在全国开出 200 多家 TSINGTAO1903 青岛啤酒吧，以高端化、特色化、时尚化的产品与消费者互动交流，向先进制造业与现代服务业相融合的新发展之路前进。

我们深刻理解，企业的发展必须牢牢把握消费者的基本需求、准确把握消费者的变化需求、深刻洞察消费者的潜在需求。

我们将持续发挥国家级重点实验室创新研发实力，以“基础质量 + 特色质量”向“魅力质量”跃升为突破口，为消费者创造价值。

发挥“链主”新担当 与产业链共同成长

2020 年，青岛啤酒加速推进工业互联网平台建设，“整合平台资源实现高质量跨越式发展”战略砥砺前行、磅礴发力，不仅带动企业自身高质量发展，更加快提升产业链的现代化水平。

青岛啤酒将持续以创新驱动为抓手推动效率变革，以供给侧结构性改革为主线推动质量变革，整合平台资源，向产业链横向拓展，纵向延伸，多业态互补发展；加速推进工业互联网平台建设，推动产业链上下游持续转型升级与健康可持续发展，实现多方共赢。

以责任为使命 为社会创造价值

2020 年，我们以责任担当筑牢未来。在全国上下共克时艰抗击新型冠状病毒感染肺炎疫情的关键时刻，捐赠现金 1081 万元和价值 303 万元的物资，用于疫情防控工作；开展对口扶贫工作，倡导大众理性饮酒，关爱环境，设立奖学金，关爱社会，传递温暖。

2021 年，站在“十四五”规划开局之年，在体悟与践行发展实体经济、建设制造强国、构建新发展格局等一系列国家战略的征程中，我们满怀信心，开启高质量发展新征程，向着更加绿色、更加美好、更加和谐的未来持续前进。

青岛啤酒股份有限公司 董事长

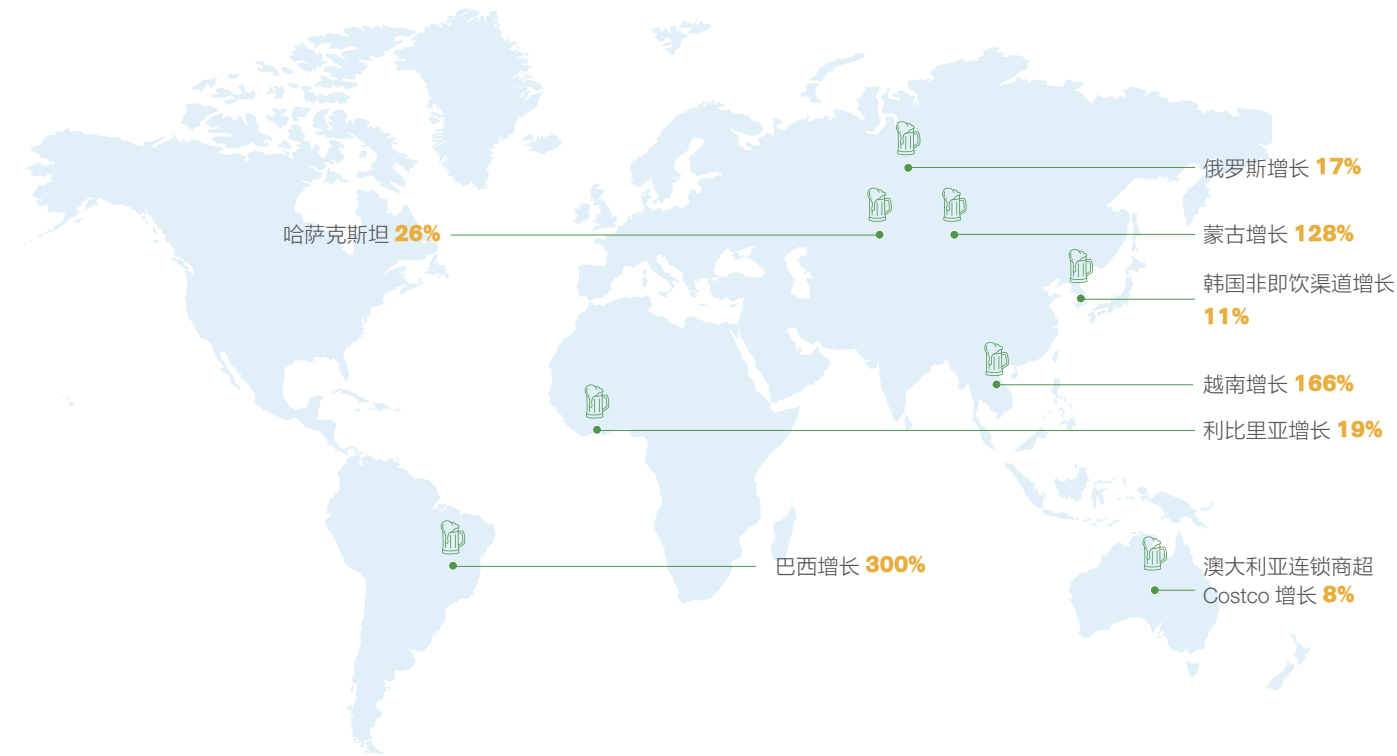
关于我们

我们的公司

青岛啤酒股份有限公司（以下简称“青岛啤酒”）的前身是 1903 年 8 月由德国商人和英国商人合资在青岛创建的日耳曼啤酒公司，它是中国历史悠久的啤酒制造企业。世界品牌实验室发布的 2020 年“中国 500 最具价值品牌”排行榜，青岛啤酒以 1792.85 亿元的品牌价值，连续 17 年领军中国啤酒行业。

1993 年青岛啤酒先后在香港、上海上市，成为中国首家在两地同时上市的公司。

截至 2020 年底，公司在中国 20 个省、直辖市、自治区拥有 60 家全资和控股的啤酒生产企业以及 2 家联营及合营啤酒生产企业，公司规模和市场份额居国内啤酒行业领先地位。



青岛啤酒作为国际市场上最具知名度的中国啤酒品牌，产品销售遍布 100 多个国家，畅销美国、加拿大、英国、法国、德国、意大利、澳大利亚、韩国、日本、俄罗斯等地。

2020 年，面对海外市场餐饮渠道受到各国疫情管控政策的重大冲击，根据外部形势的不断变化，青岛啤酒迅速调整策略，倾斜资源于非即饮渠道的建设与扩张，实现了上合、东盟区域逆势增长：其中上合区域增长 25%、东盟区域增长 46%；越南、蒙古、巴西等 11 个市场销量翻番。



公司治理

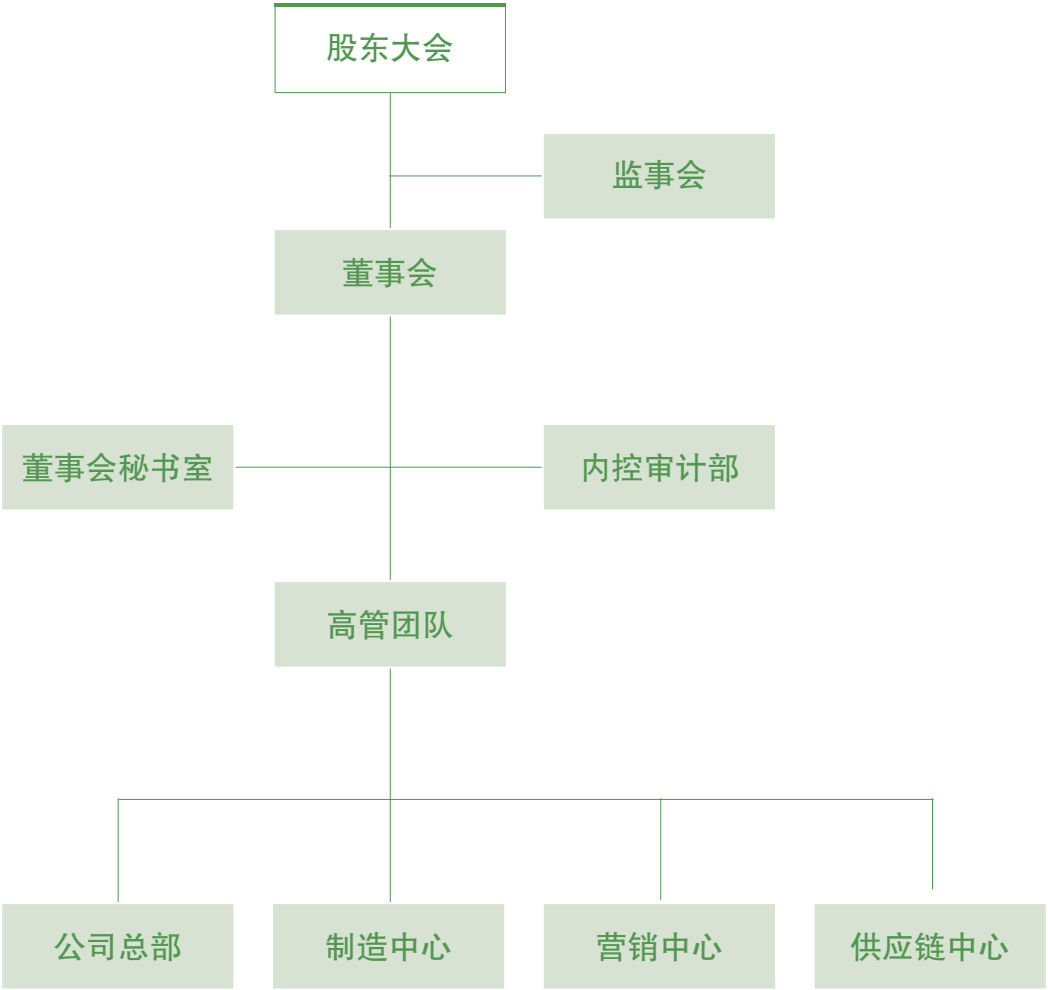
于 2020 年 12 月 31 日，青岛啤酒股份有限公司第九届董事会共有董事 8 人，其中执行董事 3 人，非执行董事 1 人，独立董事 4 人；第九届监事会共有监事 7 人，其中股东监事 4 人，职工监事 3 人。公司在国内上市公司中率先建立了外部董事和外部监事占多数的董事会和监事会架构。公司现任独立董事有不同的专业背景，并具有丰富的法律、财务会计及金融投资等方面的专业经验。

公司自上市以来，积极探索和实施与国际接轨的公司法人治理结构，不断完善法人治理机制，及时、准确披露公司经营状况和重大事项等信息。

公司高度重视并积极筹划与推进投资者关系管理工作，在境内外两地上市的背景下，以国际惯例和两地上市监管要求相结合，稳步扎实的做好境内外投资者的沟通交流；构建及维护了公司管理层与广大境内外股东和潜在投资者之间顺畅的沟通渠道，树立及巩固了公司在资本市场诚信、开放、透明的形象。

公司加大投资者关系工作力度，让投资者看得见、看得清。在疫情影响不能进行路演的情况下，加强和境内外投资者的电话会议沟通交流；积极响应参加辖区上市公司投资者教育和保护集体活动，成立了主要高管人员组成的投资者关系工作领导小组团队，组织参与公司重大投资者交流活动。

2020 年公司把握时机、及时推出股权激励计划，实现了公司上市 27 年以来，在资本市场的重大历史性突破。



获得的资本市场荣誉

- ▶▶ 公司信息披露工作连续七年获得上交所的认可：持续保持 A 级
- ▶▶ 资本市场以及社会各界对青岛啤酒投资价值以及公司治理、信息披露、投资者关系等方面工作给予了充分肯定，展现出了企业卓越的可持续发展能力。

风险控制及管理

2020 年，突如其来的新冠疫情，给公司的生产经营带来较大的困难和风险，公司各级组织及时评估疫情给公司生产经营带来的风险，采取有力应对措施将损失降到最低。

在重点防控疫情、快速恢复生产的同时，公司继续坚持以风险控制为导向，持续完善内部控制体系。在加强制度体系建设的同时，针对制度和流程在执行上存在的问题，各部门加大审计、查核力度，取得了显著的效果。

商业道德与合规

公司严格遵守和执行党和国家有关防止贿赂、勒索、欺诈以及洗黑钱方面的法律法规。严格执行《中国共产党廉洁自律准则》《中国共产党纪律处分条例》以及中华人民共和国《宪法》《监察法》《刑法》，并落实《反不正当竞争法》《关于严格禁止利用职务上的便利谋取不正当利益的若干规定》中关于贿赂、勒索、欺诈有关规定，以及《中华人民共和国反洗钱法》关于洗黑钱的有关规定。

- 2020 年，制定发布了《青啤公司落实全面从严治党主体责任清单》《青啤公司领导干部及员工廉洁从业管理规定》《青啤公司对外业务往来管理规定》，进一步规范权力运行。
- 印发《监督建议函》《厉行勤俭节约倡议书》《公司党委前置研究讨论事项负面清单》，组织党员领导干部述责述廉，推动政治监督落到实处。
- 围绕重点领域、重点岗位、重点人员，做实做细日常监督，巡察 6 家单位，纠正问题 93 项，改进管理 45 项，开展警示教育 4 次、编写警示教育课件 13 部、组织观看警示教育片 3 部，推进全面从严治党向基层延伸。
- 对腐败问题保持零容忍。发布《主动运用“第一种形态”清单》，抓早抓小，防微杜渐，将问题消灭在萌芽状态。组织召开“落实全面从严治党主体责任提醒谈话”专题会议，围绕明责、履责、督责等内容对党员领导干部进行提醒谈话。同时，把握好“三个区分开来”，激励广大干部干事创业，为公司的健康发展保驾护航。



落实全面从严治党主体责任提醒谈话专题会议



全面从严治党述职及述责述廉会议



开展第四轮巡察监督



举办第五期纪检监察干部业务培训班

知识产权

公司不断推出一系列具有鲜明特色、符合市场需求的新产品，同时高度尊重并致力维护知识产权，对新产品进行全方位的知识产权保护。公司严格遵守中华人民共和国知识产权相关法律法规，包括但不限于《商标法》、《专利法》、《著作权法》及相关司法解释等，并持

续关注法律法规修订更新情况。

2020 年，公司持续推进与整体战略目标相协调的知识产权管理体系，不断完善知识产权挖掘和评估工作机制，细化知识产权确权保护工作流程，有效助力公司高质量创新发展。

与价值链伙伴合作共赢



利益相关方	我们的责任和承诺
消费者	提供安全的、高品质产品和服务
环境	节能降耗、保护水资源、应对气候变化、发展循环经济
投资方	稳健运营，提供合理可持续的回报，及时准确对经营状况和重大事项信息进行披露
员工	提供安全场所、良好的福利待遇，关注他们的健康和职业发展
商业合作伙伴	以诚信为基础的合作、共同发展
NGO 和社区	为社区和谐发展做出贡献，积极从事各种公益慈善活动
政府	依法纳税、遵纪守法

疫情下勇做攀登者

青岛啤酒不等不靠、积极进取，打出“线下三板斧”“线上三重奏”等一系列创新组合拳，积极抢占线上、社群、社区等新兴渠道。5 天时间上线全国无接触配送地图，5 天时间在全国发动了 10 万个线上分销员，5 天时间在全国多个城市开展社区大酬宾……让外界感受到了“青啤速度”，实现销售与社区、销售与终端消费者的直接互动。



2020 年，青岛啤酒加大线上营销力度，借助“网上超市 + 官方旗舰店 + 授权分销专营店 + 微信商城”的立体式电商渠道体系抢抓电商消费机遇。通过“直播带货”加大品牌传播与销售，构建了“头部网红直播 + 腰部网红直播 + 明星直播 + 店铺自播”相结合的直播带货矩阵。

构建高质量发展新高地



2020 年青岛啤酒快速启动实施重点项目建设，以项目带动企业发展，促进转型升级：启动“青岛啤酒平度智慧产业示范园 100 万千升啤酒扩建项目”；启动“青岛啤酒厂智能制造示范工厂扩建升级项目”，建造先进的啤酒智能制造工厂；启动“青岛啤酒西海岸精酿啤酒厂暨时尚花园新建项目”，打造综合性精酿啤酒主题旅游目的地。此外，先后在枣庄、德州、菏泽、西安、马鞍山、郴州、宝鸡、昆山等全国各地，启动了投资新建、搬迁扩建等多个项目，涵盖了产业集群、智能制造、智慧物流、时尚文旅、高端消费等多个领域，项目总投资超过 30 亿元。



获评全球首家啤酒饮料行业工业互联网“灯塔工厂”

2021 年 3 月 15 日，世界经济论坛在瑞士日内瓦宣布，“全球灯塔网络”迎来新的成员，具有 110 多年历史的青岛啤酒厂成功入选，成为全球首家啤酒饮料行业工业互联网“灯塔工厂”。

“灯塔工厂”被称为“世界上最先进的工厂”，是由达沃斯世界经济论坛和麦肯锡咨询公司共同遴选的“数字化制造”和“全球化 4.0”示范者。世界经济论坛评价认为：鉴于消费者日益需要个性化、差异化和多样化的啤酒产品，拥有 110 多年历史的青岛啤酒在价值链上重新部署了智能化数字技术，以满足消费者需求，将客户订单的交付时间和新产品开发时间降低了 50%。定制化啤酒的份额和营收分别增加了 33% 和 14%。

青岛啤酒工业互联网“灯塔工厂”不仅解决了行业生产周期长、生产预测难等痛点，更填补了啤酒饮料行业的空白，具备了行业引领性，对传统制造业转型更有推广复制的现实意义。



产品升级 更好满足消费需求

百年之旅

青岛啤酒“百年之旅”新品问世，被业界视作青岛啤酒呼应高端化、场景化消费升级的标志性之举：由青岛啤酒国家级酿酒大师领衔的近百人优质研发团队，经过 2 年研发、52 轮次酿造实验、900 多轮次专家品评、417 次国家酿酒大师品鉴；无与伦比的琥珀原色，纯粹华贵的醇金光泽，填补了国内深色啤酒色彩调控技术空白……这款产品有效满足了消费者从使用产品到享受生活，从物质满足到精神愉悦的消费需求。

琥珀拉格

深色拉格啤酒，精选进口大麦及欧洲贵族酒花，具有浓郁的麦香和焦糖香，酒体香醇顺爽；优雅的酒花香与酯香无间融合，协调一致；口感柔和，品味悠长。



冬奥冰雪罐

该系列产品共 15 款，将纷扬的雪点、飞舞雪花等冰雪元素巧妙地与冬季奥林匹克运动会的 15 个官方竞技项目结合，灵动表达于罐身，将啤酒的激情与体育的激情完美结合。



国潮罐焕新

青岛啤酒 1903 国潮罐焕新，将上海滩上世纪三四十年代明星胡蝶为原型而设计的“复古女郎”画面“请”上罐身，复刻了当时时髦女郎喝青岛啤酒的场景，把当时最时髦的潮流穿越时空带到了现代，引领了中国“潮”再度升级。

夜猫子啤酒

紧贴年轻消费者，跨界合作全球著名时尚 IP 品牌，与 KARL LAGERFELD 品牌以“缪斯”作为核心概念，将时尚文化注入到产品中，为年轻人打破固有边界、开拓想象，更多元地享受潮流生活，更勇敢地表达自己，塑造了青岛啤酒潮流、时尚、年轻化的百年国潮品牌形象。

同时青岛啤酒还推出夜猫子潮晚店，成为年轻人新的潮玩聚集地，是一个沉浸式体验的时尚场景，集结了大批年轻潮人一次又一次的灵感碰撞。



青岛纯生焕新

青岛啤酒官宣华晨宇为青岛纯生代言人，同时推出青岛纯生“因乐而生”为主题的全新包装产品，贴合电音的潮流酷感，是一款集音乐属性与潮流属性兼具的啤酒。



打造沉浸式消费体验



助力北京 2022 年冬奥会

2020 年 12 月 18 日，“来我们主场，干杯世界”——青岛啤酒北京 2022 年冬奥会营销战略发布会在张家口云顶滑雪场举行。会上，青岛啤酒首发冬奥主题形象片，推出青岛啤酒冬奥冰雪罐，全面助力北京 2022 年冬奥会。

打造啤酒节城市 IP

从 1991 年举办第一届青岛国际啤酒节，青岛国际啤酒节已是“三十而立”。作为极具特色的节庆生态，青岛啤酒节从青岛走向全国，从海内潮涌海外，扎根于每一座城市。2020 年青岛啤酒节从山东半岛到辽东半岛鞍山、营口；从西北的甘肃定西、平凉，陕西延安、宝鸡，到天府之国四川成都；从黄河之滨山西太原、运城、大同、长治，到京津走廊明珠河北廊坊；从内蒙古呼伦贝尔大草原到浙江建德、江西武功山高原草甸……以酒为媒，形成商贸、旅游、文化、产业深度互动，成为拉动区域经济发展的活力 IP。



开设 200 多家青岛啤酒吧

2020 年，青岛啤酒在全国开设了 200 多家 TSINGTAO1903 青岛啤酒吧，实现了由传统制造业和现代服务业的有机融合、有效延伸，为人们实现美好生活创造了更多打开方式。



作为中国连锁啤酒吧的开拓者和领跑者，“TSINGTAO1903 青岛啤酒吧”成为青岛啤酒着力打造的时尚品牌。家门口的一间“TSINGTAO1903 青岛啤酒吧”，打通与消费者的“最后一公里”，以消费者体验为中心，注重消费的环境、便利、舒适度体验，在不断提升产品新鲜度的前提下，开展多维度特色体验活动，引领啤酒时尚消费新模式。目前已覆盖北京、上海、深圳、珠海、西安、大连、济南、厦门、长沙、哈尔滨等 60 多座城市，延伸当地时尚经济产业链，助力夜经济建设、繁荣夜间消费。



117 年
只为酿造好啤酒



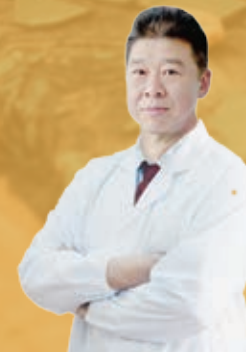
360 度
全价值链质量管理



1800 多个
质量检测点



青岛啤酒资深酿酒师
2020 年度最佳产品质量奖
青岛啤酒厂总酿酒师
张沛



青岛啤酒资深酿酒师
2020 年度最佳产品质量奖
青岛啤酒二厂总酿酒师
梁刚



青岛啤酒资深酿酒师
生产技术管理总部技术总监
郑敏



青岛啤酒资深酿酒师
2020 年度最佳产品质量奖
青岛啤酒（厦门）有限公司总酿酒师
甘水洋



魅力质量引领消费升级



青岛啤酒高级酿酒师
生产技术管理总部技术总监
刘广丰

作为行业领导者，青岛啤酒积极主动引领中国啤酒行业高质量发展，推动供给侧结构性改革，所独创的“三叠加三解码”质量管理模式荣膺中国质量管理奖提名奖。在产品质量上，公司以啤酒市场的高端化、多元化、特色化消费升级需求为导向，酿造具有“基础质量 + 特色质量 + 魅力质量”的差异化产品，持续优化产品结构升级，加快向听装酒和精酿产品为代表的高附加值产品转型升级，保持了在国内啤酒中高端产品市场的竞争优势。



青岛啤酒高级酿酒师
生产技术管理总部技术总监
王可欣

青岛啤酒始终将品评作为质量改进的驱动力，品评人员不断提升自身的技能素养，拓展专业知识，在 2020 年度国家啤酒评酒委员评聘选拔活动中，青岛啤酒共被评聘国家评委 42 名（其中国家终生荣誉评委 8 名，啤酒评委督导员 1 名，啤酒评委品评员 33 名），占国家啤酒评酒委员总数的 42%，持续居于行业领先水平。

贯穿整个供应链的产品管理

食品安全方针

青岛啤酒严格遵守国家及地方的法律法规要求，如：《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》、《产品质量法》、《食品生产许可管理办法》、《食品经营许可管理办法》、《食品安全抽样检验管理办法》等，严格遵守国家各项食品安全标准要求，第一时间将国家相关的食品安全标准要求落实到公司内控标准，确保产品指标、生产卫生规范等均符合国家法律法规及食品安全国家标准要求。青岛啤酒的使命是“酿造消费者喜爱的啤酒”。针对原料、生产、包装、贮存、运输等过程进行全面的危害分析和风险评估，识别出啤酒生产过程中的关键控制点进行严格管控，从而保证为消费者提供满意的合格产品。

食品安全战略管理

青岛啤酒运用 HACCP、TACCP、VACCP 等先进的食品安全管理体系，建立了覆盖产品全生命周期的食品安全管理体系，把食品安全控制纳入到战略管理和质量控制的首位，实现了食品安全的闭环式控制过程。同时，建立并完善了食品安全责任追究制度，强化落实食品安全主体责任落实、强调事先预防，防范食品安全问题的发生，充分保障产品质量。



青岛啤酒高级酿酒师
2020 年度最佳产品质量奖
青岛啤酒三厂总酿酒师
殷燕

创新食品安全管理

青岛啤酒坚守“筑牢舌尖上的安全堤坝”的质量安全管理理念，实施全供应链的质量管理，建立了从源头物料、生产过程及物流销售等产品全生命周期的食品安全管理制度，涵盖 GMP、生产过程危害分析、食品安全防护管理等 30 多个管理流程。实施食品安全红黄牌制度，推进食品安全清单式管理，落实食品安全主体责任，促进公司高质量跨越式发展。



青岛啤酒高级酿酒师
青岛啤酒四厂总酿酒师
丁坚

对标国际食品安全标准实施管控：

- 将食品安全监控标准的范围拓展到欧美、日韩等国际先进国家和地区
- 建立风险物质检测方法数据库并使之达到国际先进水平，对啤酒及主要酿造原料进行风险筛查并实施管控



1

源头严防：

建立严格的供方质量资格管理，实施严密的物料风险监测，切实把好质量第一道关

多维度的供方质量管理

严格按照公司供方质量管理流程实施供方准入管理，对于在资质管理、产品监控、现场审计方面出现问题的供方实行“一票否决”机制

严密的监控体系

搭建啤酒食品安全监测平台，制定严格的抽样流程，实施第三方独立抽样检测确认制度，遵循产品和物料监测全覆盖的监控原则，实施靶向性的风险管控，对识别出的风险物料加大监控频次



2020 年度最佳产品质量奖
烟台啤酒青岛朝日有限公司
总酿酒师

尹波兰



2020 年度最佳产品质量奖
青岛啤酒上海松江制造有限公司
总酿酒师

许永

2

过程严管：

所有工厂建立标准化的质量管理体系和模式，有效把关，保证质量和食品安全；建立起质量监控体系，按照原料 - 生产 - 物流 - 终端的顺序，实施产品全生命周期的质量把关

完善管理红线，升级评价管理系统

制定了《酿造辅助材料及加工助剂最低检验频次》等标准文件并严格执行，对每批进厂的原辅料逐批检验验收，产品合格后，方可进入生产环节

制定了半成品、成品内控标准，建立了 433 项检验 SOP（标准化操作规程），按照《青岛啤酒最低检验频次》及 SOP 对生产过程半成品和成品进行检验把关；对每批出厂产品，依据产品执行标准，逐批检验，合格后方可出厂销售

遵循质控“六统一”原则

质控体系遵循“人员、管理、检测方法、仪器、数据系统、质控评价”的“六统一”；在确保质控工作符合性前提下，推进原辅材料前置管理、优化高效检验方法、提高一线自主把关能力、培养质控人员一岗多能，进一步打造高效的质控把关系统，提升 QA 把关效率，持续开展严苛缜密的质量把关，确保产品质量

建立严格有效的全过程品评把关体系

行业首家建立了完善的三级品评体系，聚焦重点，加强原料、生产、物流、终端全过程品评管控；持续加强源头、系统品评风险管控，助力一线工厂提升品评能力，培养高技能品评队伍，推动产品质量持续改进

拓展品类及销售渠道产品监控监测

关注特殊包装、特殊物流形式的监控。拓展对新产品市场表现顾客反馈的持续跟进，优化终端产品的质量管理。建立专项监控模式，针对焦点问题、风险项目制定专项计划深入严查，防范质量风险。

青岛啤酒对市场销售不安全产品，依据国家发布的《食品召回管理办法》实施召回，2020 年青啤公司未出现已售或已运送产品总数中因安全与健康问题而被召回的现象及产品。



数字化让新品研发更精准

在产品创新上，青岛啤酒依托酿酒行业唯一的啤酒生物发酵工程国家重点实验室，聚合全球优质人才以及新工艺、新技术，加快产品研发上市速度，引领行业发展。

2020 年 7 月 16 日，申报项目《麦芽淀粉酶调控关键技术的研究与应用》荣获 2019 年度“中国酒业协会科学技术发明奖”二等奖。9 月，申报项目《上面发酵白啤酒酿造关键技术的研究与应用》荣获青岛市科技进步一等奖。11 月 18 日，青岛啤酒博士后工作站选送项目《“苦爽回甘”皮尔森啤酒的开发及产业化》从来自全球 880 个项目的激烈竞争中脱颖而出，荣获 2020 年博士后创新创业成果大赛金奖，是大赛仅有的两个金奖之一。

公司推出的系列新产品斩获国内外大奖。2020 年 6 月，琥珀拉格啤酒荣获 2019 年中国酒业协会新品类啤酒“青酌奖”。10 月，在 2020 中国国际啤酒挑战赛中，青岛啤酒 1903 荣获天禄四星奖，青岛啤酒白啤荣获天禄一星奖。



2020 年度最佳产品质量奖
时任青岛啤酒（珠海）有限公司
总酿酒师

李焱宝

360 度全价值链 匠心酿造“中国质”

青岛啤酒提出“360 度全价值链”管理，建立全员质量管理理念和管理体系。在青啤人看来，质量控制要向产品的上下游进行延伸，建立从设计研发、原料采购、生产制造、包装物流到产品销售的全员质量管理理念和管理体系，从而提高质量管理的系统性和全面性。

每一瓶青岛啤酒，都经过 1800 多道质量检测点，一粒大麦、一颗酒花、甚至一滴水都在青啤人的手中呵护、优选。质量的坚守，匠心的传承，为青岛啤酒 117 年来的可持续发展提供了源源不断的内生动力。

精选每一种优质原料

- 水：使用的酿造水经过 7 级处理及 100 多项指标的监控
- 百年酵母：使用拥有德国纯正血统的啤酒酵母，定期统一为所有工厂提供酵母菌种
- 大麦：精选体型饱满、色泽光亮的国内外优质大麦，从产地的选取、品种选择、种植、收获到运输、储存各个环节都有严格的检测程序
- 大米：设立专门种植基地及稻谷专库，现场取样，委托第三方进行大米全项检测；对供应商进行全覆盖的现场核查；对种植基地土壤、水、空气等环境以及生长全程进行监控，确保食品安全

1800 个质量检测点

- 国际认证的标准化质量控制体系，啤酒生产质量检测点超过 1800 个
- 统一的质量管理标准，对下属各工厂质量管理情况进行实时跟踪与监控
- 建立针对酿造原料和酒液直接接触材料的第三方食品安全集中监测机制，采购食品安全合规率达到 100%

贯穿始终的品评把控

- 全方位品评体系，贯穿啤酒酿造过程始终
- 所有与酒液直接接触材料，包括啤酒瓶盖垫片、刷瓶水等全部纳入品评范围
- 已出厂、在售的青岛啤酒，按照规定定期抽样品评，保证啤酒在货架期内的质量

严苛的包装过程

- 对经销商仓库产品外包装质量现场查核
- 持续完善产品外包装评价体系，增加 BSC 考核指标
- 在每批灌装啤酒前最后一道管路清洁工序要用啤酒冲洗，防止之前清洗管路的残水进入成品酒液

智慧供应链管理及配送

- 提高从上游采购到下游终端配送整个产业链和供应链的现代化水平，打造端到端一体化供应链，实现订单的可视化及信息共享
- 通过“三化四统一”，“三化”即：订单下达便捷化、生产排程精准化、物流配送准时化。“四统一”即：统一订单提报、统一订单管理、统一生产排程、统一物流配送，保证了产品的新鲜度

领先、完善的服务体系

- 一体化垂直管理的客服管理体系，奉行“四个统一、一个满意”，即：统一管理、统一标准、统一服务、统一理赔和用户满意的宗旨
- 实施“六化管理”：管理体系化、工作制度化、赔偿标准化、服务专业化、行动军事化、贯穿人情化的管理模式
- 利用先进信息管理系统，建立便捷的消费者沟通渠道，有效提高客服工作效率及服务质量
- 建立以客户服务中心、一线业务单位、经销商大客户有机关联的三级客服网络，三方快速协同解决，实现“服务无缝隙”对接
- 青岛啤酒高度重视信息管理、消费者隐私保护，持续完善市场信息保护机制，公司要求相关工作人员遵守国家保密法律法规与《青啤公司保密制度》，并在劳动合同中特别约定保密条款。避免市场信息泄露与丢失，履行保密义务，保障信息安全

雄厚的研发实力

- 拥有酿酒行业唯一的“啤酒生物发酵工程国家重点实验室”，并获首批认定中国轻工业重点实验室
- 2020 年，新产品上市 22 款、储备产品 33 款；开展 24 项提高质量、新工艺、新技术、新包装研究
- 主持参与国家标准 2 项：《啤酒大麦》、《啤酒麦芽》；正式发布牵头制定团体标准 2 项：《白啤酒》、《原浆啤酒》；制定企业标准 4 项；建立并发布公司技术标准 365 项
- 申请发明专利 30 项、授权发明专利 24 项；发表论文 13 篇，其中 SCI 论文 6 篇

绿色 酿造



青岛啤酒秉承“好心有好报”的环境观，以“做啤酒行业绿色发展的楷模”为环保愿景，以“通过实施环境保护、低碳管理和循环经济，促进公司永续发展，实现与大自然的和谐共处”为环保使命，将环境保护、低碳管理、循环经济作为本公司发展战略和实现可持续发展的重要组成部分。



近 3 年

淘汰燃煤锅炉

7 家工厂

完成燃气锅炉低氮改造

18 家工厂

使用外购蒸汽或天然气

96.6% 工厂

2020 年同比变幅

二氧化硫排放总量

SO₂

同比降低 51%

氮氧化物排放总量



同比降低 36%

温室气体排放总量



同比降低 8.2%



做啤酒行业绿色发展的楷模

优化管理

报告年度内，本公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》、《中华人民共和国水污染防治法》、《中华人民共和国大气污染防治法》、《中华人民共和国环境噪声污染防治法》、《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等所有对本公司有重大影响的环境相关法律法规。公司严格监控生产过程中环保设施运行情况及污染物排放情况，确保污染物稳定达标排放，环保绩效持续提升。

公司设置了独立的安全环保管理部门，实行环保工作专职管理，工厂环保人员内部持证上岗。公司修订完善了各项环保管理制度，发布了相关环保技术标准，围绕公司年度目标和工作方针，在全公司范围内系统排查管理风险，迅速落地环保管理要求，推进落实环保目标责任制和考核机制。



2020 年公司环保技改投入

4300 万元

作为食品生产企业，青岛啤酒在新建工厂项目选址时，严格遵守 GB14881《食品安全国家标准 食品生产通用卫生规范》选址条款要求，本着对环境、社会负责任的态度，积极响应新建工厂当地政府的安全环保政策，我们会对工厂周边的水源水质、生态环境、社区环境进行了充分的调研并将调研结果作为新建工厂选址的重要评价指标。在新建工厂的配套基建中，青岛啤酒充分考虑到啤酒生产过程中的废弃物所带来的环境影响，我们会采取对社会最有利措施积极应对，将废弃物的影响降至最低。

2020 年公司环保技改投入 4300 万元。7 家工厂获得国家及省市环保荣誉，其中二厂、宝鸡获得国家第五批绿色工厂荣誉称号。2021 年将在西安、枣庄公司搬迁新建项目上，实施光伏发电、热能中心、水综合利用、雨水收集利用、二级制冷、CO₂ 循环利用、水处理脱碳工艺及超滤系统等项目，实现综合能耗的行业领先。



用水、污水和水资源管理

水是生命之源，节约用水一直是我们节能降耗工作的重中之重。青岛啤酒严格执行《中华人民共和国水污染防治法》等废水相关法规要求，合规安装废水在线监测设备，每年委托有资质的第三方进行比对和监测，确保满足国家及地方排放标准。

● 公司强化废水源头管控，2020 年修订发布《污水源头控制准则》，借鉴 LEC 法，从冲击概率、预防的可能性、严重程度、修复难度四个维度评估源头物质影响程度，对源头物质分级管理，并制定管控措施。针对工厂污水运行应急处理案例进行总结提炼，建立异常应急处置方案，确保污水稳定运行。

● 修订发布《污水处理内控标准》、《污水处理调节池运行准则》，优化污水关键工序过程参数，更利于提高厌氧污泥活性生长，提升厌氧去除率。



宝鸡公司废水经深度处理后进入厂内湿地，打造花园式污水处理站



揭阳工厂污水深度处理 MST-EMB 超高速离子气浮

加严污水过程管控，每周分析 MES 系统所有工厂污水运行数据，紧盯变化趋势，所有工厂废水全部达标排放。新增厌氧污泥活性跟踪，收集工厂基础数据，横向比对分析。针对疫情期间工厂污水运行情况，发布工厂复工污水运行重点关注事项，指导工厂污水顺利启动。试点应用 MST-EMB 超高速离子气浮、好氧旋混曝气器等新设备、新技术，改善、优化污水运行工艺。

● 识别水污染源在线监测系统 4 项新技术标准，梳理 51 条变化点，邀请生态环境部门专家进行全公司视频培训；与设备厂家沟通在线设备符合新规范的解决方案（软件升级、增加外置质控单元、逐步淘汰旧设备），建立《废水在线站房标准化管理模板》，推进废水在线监测站房设备设施合规。

用水量数据					
	单位	2018 年	2019 年	2020 年	2020 年同比变幅
用水量	千立方米	30613	30266	28309	-6.5%
啤酒生产单位产品耗水量	立方米 / 千升产量	3.86	3.74	3.69	-1.4%

废水排放物种类及相关排放数据					
	单位	2018	2019	2020	2020 年同比变幅
化学需氧量（COD，排入自然水体）	吨	81	64	64	0%
化学需氧量（COD，合计）	吨	1056	1025	937	-9%
氨氮（排入自然水体）	吨	2	2	2	0%
氨氮（合计）	吨	108	107	91	-15%



2020 年青岛啤酒二厂、宝鸡公司被授予第五批国家级绿色工厂荣誉；同时，宝鸡公司还获啤酒行业“水效领跑者”、陕西省“绿色工厂”、啤酒行业“省级节水标杆”等殊荣



甘肃公司获甘肃省工业企业环境保护标准化 A 级殊荣



能源管理与节能技术运用

系统思考、过程控制、提高能源利用效率，打造绿色节能环保企业一直是青啤人的不懈追求。青岛啤酒遵照《中华人民共和国节约能源法》、《中华人民共和国水法》等相关法律法规，制定内部《能源管理制度》、《生产统计管理制度》及相关运行标准，持续推进节能项目改造和节能新技术的应用。2020 年，通过完善能源管理制度、优化设备配置、细化过程管理，取得了显著的节能效果。

节能新技术应用

- 新增 4 家工厂应用煮沸新工艺，降低蒸汽消耗
- 新增 3 家工厂应用酿造新技术，降低水、电、蒸汽消耗

节能项目推广

10 家工厂实施新增小型空压机、用电控制系统、设备更新购置等节电项目。3 家工厂实施更新加热设备、热能平衡利用等节汽项目。5 家工厂完善二氧化碳回收设备配置，提高回收效率。

细化过程管理

建立能源报表分析系统，实现分工序能耗数据的图表化展示，更全面的反应能耗数据异常变化与管理薄弱环节，以实施针对性改进。

持续推进节能项目的实施，细化运行参数，提高运行效果。18 家工厂优化制水冷热平衡，实现电耗、汽耗的双降低，节能效果显著。



能源使用种类及消耗					
能源使用	单位	2018 年	2019 年	2020 年	2020 年同比变幅
煤炭	万吨标准煤	4.24	2.95	2.75	-6.9%
耗电量	千万千瓦时	52.17	52.08	49.41	-5.1%
天然气	千万标准立方	9.43	9.84	8.92	-9.4%
生物质燃料	千吨	0.6	0.0	0.0	0
热力消耗	十亿千焦耳	3826	3857	3082	-20.1%
啤酒生产单位产品综合能耗	每千升产量标准煤	0.044	0.042	0.039	-8.0%



案例

青岛啤酒枣庄公司（在建中）建成后将成为国内啤酒行业的智能化示范基地，设备配置最先进，智能化程度最高的工厂，实现人均效率和综合能耗的行业领先，实施光伏项目、热能中心项目，水处理采用脱碳工艺及超滤系统等。

利用包装车间、成品库屋顶建设分布式光伏发电系统 2.0MW, 年均发电量 220 万 kWh；水处理采用加酸脱碳工艺，减少 RO 水生产量 40m³/h, 节约 20% 的浓水排放；水处理采用超滤系统，多介质罐、碳罐正反洗水进行回收再利用每年可节约大约 90000m³ 水；浓水用于酒机真空泵循环用水；全厂选用一级能效（IE4）节能电机，较以往配置节省约 5%。



案例

青岛啤酒西安公司（搬迁在建）为了解决西安水资源紧张的问题，在建设时候考虑采用中水装置，满足全厂绿化及冲厕用水，预计年回收 2 万立方；反渗透系统调整为三级反渗透，年可回收 3 万立方。在用电方面，主要是制冷系统采用分段降温，提高系统的制冷效率，可节电 10% 以上；通过加大冷媒罐和冰水罐容积，可在谷时制备，降低电的成本；空压系统采用双级压缩机，相较于原来传统压缩机，可节能 15% 以上。

污染物减排及应对气候变化

青岛啤酒本年度根据《排污单位自行监测技术指南酒、饮料制造》的要求，重新修订了环保检测的指标和频次；规范第三方委托检测单位，制定了委托检测协议标准模板，全公司推广使用；统一规范了委托第三方检测单位的检测方法，优先使用国标方法进行检测。定期通过远程查核各工厂环保检测报告，每年对所有生产工厂现场查核环保设施运行状况、验证在线监测设备监测数据。啤酒行业排污许可证 2020 年正式开始实施，青岛啤酒所有工厂均取得新版排污许可证，做到持证排污、依证排污。公司每季度跟踪各工厂排污许可证执行情况，确保各工厂及时准确按要求进行公示。

废气管理

青岛啤酒严格执行《中华人民共和国大气污染防治法》等废气相关法规要求，合规安装烟气在线监测设备，每年委托有资质的第三方进行比对和月度监测，确保满足国家及地方排放标准。

本公司大力推进煤改气使用清洁能源，本年度 2 家工厂淘汰燃煤锅炉，现已在 36 家工厂推广使用燃气锅炉，20 家工厂安装沼气锅炉，减少温室气体排放。

本年度发布《燃气锅炉低氮运行方案》，从日常巡检、定期维护、手工监测关注事项、在线监测关注事项 4 个方面进行全面管控，确保燃气锅炉工厂月度手工监测稳定达标，在线监测时时达标。聚焦重污染天气响应和废气排放口规范化，推广应用《重污染天气响应标准化流程及档案管理要求》和《废气排放口规范化图例》，确保满足法规要求。

废气排放物种类及相关排放数据					
	单位	2018	2019	2020	2020 年同比变幅
二氧化硫（SO ₂ ）	吨	39	37	18	-51%
氮氧化物（NO _x ）	吨	219	199	128	-36%



福州工厂煤改气



揭阳工厂煤改气

温室气体管理

青岛啤酒积极响应国家应对气候变化举措，高度重视碳管理，有效管理温室气体排放。邀请有资质的第三方公司，每年开展全公司企业温室气体盘查，摸清全公司温室气体排放数据，形成青啤公司《碳管理建议书》，建立青啤公司温室气体清单量化模型。

为了确保全公司温室气体排放数据持续削减，各工厂设置单位产品温室气体排放目标，制定了一系列节能降耗举措，“一厂一策”持续降低各项能源消耗。每月监控生产过程中的能源消耗及温室气体排放数据，以计算整个生

产过程中企业产生的温室气体排放，并采取相应的措施降低排放，如使用清洁能源、沼气回收、余热利用等。青岛啤酒温室气体排放来源主要是用电、用热产生的间接能源排放。通过能源管理，持续降低能源消耗。

为了减少生产过程碳排放，公司对发酵过程产生的二氧化碳进行收集净化，再用于生产所需，既做到了循环利用，又减少了温室气体排放。2018-2020 年回收的二氧化碳，以一棵 30 年冷杉树年吸收二氧化碳 111 千克计算，相当于种植了 366 万棵 30 年树龄的冷杉树。

温室气体排放总量及密度				
温室气体总量	单位	2019	2020	2020 年同比变幅
总排放量	吨二氧化碳当量	927797	851407	-8.2%
范围 1	吨二氧化碳当量	310871	264024	-15.1%
范围 2	吨二氧化碳当量	616926	587383	-4.8%
总排放密度	千克二氧化碳当量 / 千升产量	120.15	115.57	-3.8%
排放密度（范围 1）	千克二氧化碳当量 / 千升产量	40.26	35.84	-11.0%
排放密度（范围 2）	千克二氧化碳当量 / 千升产量	79.89	79.73	-0.2%

环保培训

青岛啤酒高度重视环保队伍培养，所有环保从业人员均持证上岗，通过定期邀请环保部门专家进行专业培训，组织实施环保技能大赛，甄选环保专家人才，持续提升从业人员技能和工厂环保管理绩效。

青岛啤酒秉持以赛事推动技能人才培养的宗旨，本年度举办第八届废水处理工职业技能大赛，废水处理工技能大赛采用的是模拟实操形式，考试内容借鉴了国家第一届职业技能大赛“水处理技术”项目的考试科目，并结合工厂实际运行中遇到的常见问题和污泥减量化的目标，以及最新的废水在线运维法律法规要求，提升了工厂人员解决实际问题的能力。



公司组织温室气体盘查视频培训

废弃物及包装品、物料消耗

青岛啤酒秉承“减量化、再利用、资源化”的循环经济 3R 原则，针对国家新颁布的《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》要求，重新修订完善了公司固废管理制度，增加了固废跨省转移备案要求，关注固废处置可追溯性，不断深化固废减量工作；2020 年积极识别国家危废名录，危废较 2019 年减少 12%，且所有危废委托有资质单位进行合法合规处置。通过不断减少污泥产生量、开展垃圾分类等措施，无害废物较 2019 年降低 6%。



产生的可利用废弃物及回收											
单位	2018			2019			2020			2020 年同比变幅	
	产生量	回收量	回收率	产生量	回收量	回收率	产生量	回收量	回收率		
干酒糟	吨	138800	138800	100%	134100	134100	100%	128100	128100	100%	-4%
干酵母	吨	11500	11500	100%	11600	11600	100%	11000.0	11000.0	100%	-5%

产品包装物料消耗数据					
物料	单位	2018	2019	2020	2020 年同比变幅
啤酒新瓶	千吨	1219	1281	1140	-11%
啤酒旧瓶	千吨	3371	3372	3109	-8%
易拉罐	千吨	63	65	70	8%
纸箱	千吨	226	227	215	-5%
塑膜	千吨	12.3	12.8	12.6	-2%

全员护绿大行动

践行绿色理念铸就最美青啤，2020 年青岛啤酒环保志愿者组织开展各类活动 220 次，在环境日期间全公司开展伴行母亲河主题活动，全公司行走步数超过 3000 万步，超过中国七大水系的总长度。与此同时积极开展拒绝一次性筷子、环保走进社区，通过 H5、网络直播、抖音宣传多方式宣传。做美好生活创造者，美丽中国建设者，青岛啤酒将在世界的每个角落，持续创造绿色价值。



马鞍山公司环境日活动



西安公司环境日活动



薛城公司环保志愿者到环蠡龙河多层过滤湿地清理垃圾活动



寿光公司环境日宣传活动



德州公司开展六五环境日现场宣传



日照公司与当地生态环境部门直播互动宣传环保



环境日宣传海报

关爱 社会

作为负责任的企业公民，青岛啤酒在全国上下抗击疫情共克时艰的关键时刻，把广大人民群众与员工的健康和安全放在首位，在做好自身防疫的同时动员各方力量捐款、捐物，以企业的绵薄之力，支援防疫最前线。





青啤公司第一时间捐款捐物



宝鸡公司为周边多家单位捐赠物资



薛城公司积极组织员工献血

同心协力抗击疫情

新冠肺炎疫情牵动着全国人民的心，青岛啤酒在切实落实防控措施，把广大人民群众与员工的健康和安全放在首位的基础上，2020 年 1 月 29 日，青岛啤酒向青岛红十字会捐赠现金 1000 万元及价值 200 万元的物资；公司各单位也积极响应，捐赠 81 万元现金和价值 103 万元的物资，累计捐赠现金 1081 万元和价值 303 万元的物资，用于疫情防控工作。

同时，公司各单位也积极捐款捐物支持当地防控疫情的工作：菏泽公司、宝鸡公司、洛阳公司、彭城公司等单位利用自身生产优势，向当地防疫部门捐赠自制消毒剂；山东省区等单位捐赠防疫物资；湖北销售捐赠患者所需生活用品 600 套和医护人员打底衫 1200 件；随州公司捐赠五台移动式空气消毒机给对口救治医院，用于防疫治疗工作；杭州公司、江苏销售、荣成公司等多家单位还向战斗在疫情防控一线的工作人员送去慰问品，获得了各界的一致赞誉和好评。



石家庄公司员工主动请缨参加疫情防控志愿服务



彭城公司组织员工爱心捐款



营销将士排除万难为消费者送货上门



青岛啤酒厂每日对生产线进行消杀

扶贫、捐赠贡献力量

产业扶贫

山东：产业链集聚，带动地方经济发展

为响应青岛市对口菏泽扶贫攻坚号召，青岛啤酒积极与菏泽当地政府沟通，签约投资 1.8 亿元实施菏泽公司二期扩建，以转型升级、提质增效、打造国内一流精品工厂为目标，在原厂区内新建一条 7.2 万听 / 小时易拉罐生产线和一条 5 万瓶 / 小时瓶装生产线及相关配套设备设施，于 2020 年 8 月听装酒生产线如期试生产。持续增强的产业链集聚效应，拉动啤酒上下游产业链协同发展，实现多元化精准扶贫。目前，菏泽公司生产运营中上游产业供应商 35 家，本地瓶源供应商 980 家，下游产业合作方 1300 余家，带动县域经济形成有效发展，让地方经济“脱贫攻坚”连点成片，取得进一步的突破。



甘肃、贵州：推动文旅产业融合

青岛啤酒结合品牌优势，以青岛国际啤酒节这一深具国际影响力的节庆活动为载体，连续 2 年主办陇南青岛啤酒节、冠名黄果树国际啤酒节暨电音节和黄果树青岛啤酒嘉年华，有效的宣传和推介了当地特色文化旅游资源，推动文旅产业融合，将灿烂的历史文化和优美的自然风光推向全国乃至全世界，扩大陇南、安顺的知名度和招商引资吸引力，助力文化旅游传播和经济社会高质量发展。



第七届安顺黄果树青岛啤酒节

精准扶贫、携手共建

2020 年 6 月，青岛啤酒向甘肃省陇南市西和县晒经乡特困片区挂牌实战村元山村、陈地村、阳坡村对口捐赠帮扶，为特困村脱贫提供助力。

8 月，甘肃部分地区持续降雨，陇南等地暴雨洪涝灾害和泥石流等地质灾害多发，造成严重损失。青岛啤酒对接陇南市武都区教育局，为武都区受灾学校和家庭经济困难学生捐赠救灾物资。

2020 年，公司与青岛市总工会共同举办 2020 年春节送温暖慰问活动，采购“东西协作 消费扶贫陇南农副产品大礼包”，为青岛市困难劳模和困难职工发放。

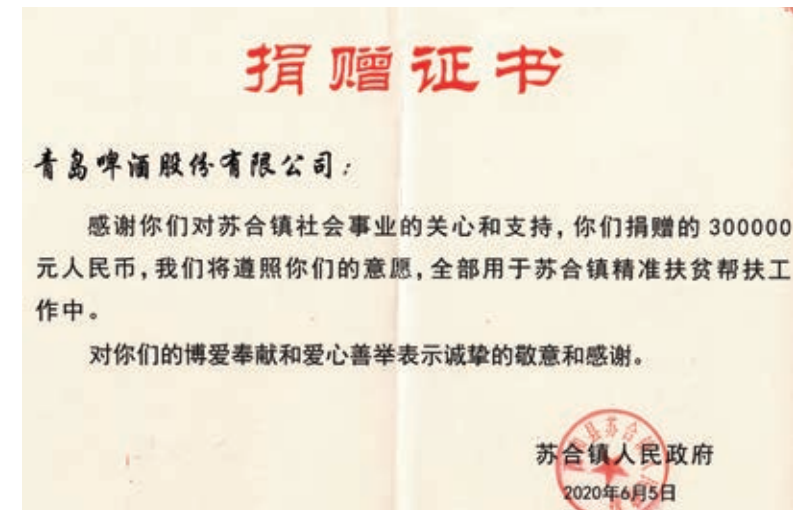
青岛啤酒西安公司自 2018 年开始，持续助力当地脱贫攻坚工作。2020 年，西安公司出资实施帮扶村村道美化改造、帮扶村产业园蔬菜大棚建设、贫困户子女就学生活费资助、“爱心超市”物资资助、贫困户人居环境改善。

2020 年，渭南公司走进经开区东四村开展扶贫慰问活动，与辛市街道东四村民委员会签订党建联合协议书，送去慰问品。通过共建，进一步发挥基层党组织的战斗堡垒作用，助力脱贫攻坚任务全面完成和乡村振兴战略稳步推进。

公益捐赠

2020 年公司通过青岛市教育发展基金会向“青岛大学 - 青啤奖学金”项目提供助学金，80 名学生获得青啤奖学金。

10 月，公司向青岛市残疾人福利基金会捐助，这也是自 2004 年以来青岛啤酒连续 17 年向该机构捐助。





倡导理性饮酒

青岛啤酒始终主张并践行理性饮酒的社会责任，倡导“适量饮酒 快乐生活”，主张消费者享受啤酒带来的以健康为基础的快乐，倡导绿色、健康，品质的生活方式。

我们的主张

不宜饮酒人群：未成年人不宜饮酒并进行禁止饮酒教育；孕产妇要避免饮酒母乳喂养不能饮酒；驾驶者要杜绝酒后驾车不乘坐酒后司机驾驶的车辆；病人在医疗期间应避免饮酒；不要无节制地饮酒适量饮用，避免空腹饮酒；

我们的行动

健康饮酒生活：产品标识“过量饮酒，有害健康”；宣传“开车不饮酒”公益口号；开发生产低酒精度、低热量产品；开展倡导理性饮酒知识宣传；公司网站入口设置友情提示；



青啤二厂开展的倡导理性饮酒活动



徐州公司组织街头理性饮酒宣传活动

关爱社会 传递温暖

2020 年公司各单位员工积极开展形式多样的公益活动。



九江公司党员突击队参加抗洪抢险支援工作，加固江堤



洛阳公司关注教育，开展六一助学活动



三水公司志愿者参加云秀社区举办的社区共建活动

和谐 价值链

员工始终是青岛啤酒最宝贵的财富，公司坚持“以机制激活人力资源，营造和谐发展氛围，为员工创造快乐”的人力资源管理使命，致力于创建具有国际影响力的最佳雇主。全面赋能员工，助力员工快乐工作、快乐生活，将青岛啤酒的快乐传递给全球的消费者。

同时，青岛啤酒也不忘以一颗感恩的心对待上下游合作伙伴的鼎力支持，力求与每一位合作伙伴“共创、共享、共赢”。



让员工安全、健康、快乐的工作

青岛啤酒始终以法律法规为底线和不可触碰的红线，严格遵守《中华人民共和国安全生产法》、《中华人民共和国消防法》、《中华人民共和国职业病防治法》等安全法律法规的要求，以“成为员工安全健康快乐工作的场所”为奋斗的目标。

2020 年全面落实各级安全主体责任，严格落地管控措施，发动全员开展安全行为观察（BBS），针对高风险作业实施作业前安全分析（JSA），56 家工厂零损失工作日工伤，获得各项政府表彰共计 39 项，其中省级表彰 2 项，市级表彰 19 项。

多措并举促履职，主体责任更明确

细化职责，明确责任

公司已形成“党政同责、一岗双责、失职追责”的安全生产责任体系，全公司层层签订安全生产目标责任书 4252 份，切实落实安全主体责任；安全管理架构与网络

覆盖所有业务领域；修订《安全生产责任制管理程序》，首次增加三大中心安全职责，细化责任清单，安全职责更加清晰。

多种举措，层层履职

通过安委会促进公司履职：定期召开安委会会议，研究落实安全管理重大事项，并邀请专家进行主体责任落实讲座。

通过管理十件事，促进总经理履职：着重跟踪总经理安全管理十件事完成情况，召开安全专题会 1041 次，安全检查 1420 次，安全公开课 65 次。

通过标杆评选，促进班组履职：全公司 1186 个班组参与安全标杆班组评选，最终评选 12 个公司级优秀班组，以点带面，促进班组安全管理提升。

通过风险地图，促进岗位履职：整合危险源辨识和风险分级管控要求，全面推进风险地图，做到重大风险无遗漏。已排查 46 个岗位，识别 972 个风险点，全部制订控制措施。

推进重点领域，消除安全隐患

根据行业的安全生产特点和公司管理需要，确定了年度 4 大重点管理领域，集中优势力量，聚焦重点，全年安全类投资项目近 3000 万元。

持续开展 JSA 评比活动，全年进行 3 万余次高风险作业，全部应用 JSA，未发生任何安全事故。

强化培训，提升专业管理能力安全文化

公司形成了规范的三级安全教育体系，以法律法规、安全管理流程、制度学习为契机，组织开展多种形式的安全教育培训。

2020 年全员人均培训 43.56 学时；线上创新模式，借助网络，搭建安全培训专业平台，编制专项微课堂学习课件 7 个，开发安全微视频课堂 10 个视频教程，安全管

理人员、岗位员工累计观看学习 13000 余次；线下注重实效，各单位培训重点向班组延伸，占比 58%，更聚焦岗位应知应会、风险点及实操内容。

组织开展总经理安全大学习、大培训、大考试专项活动，不仅提高总经理安全管理能力，强化总经理带头作用，62 家工厂总经理全部参加网络考试，全部达标。

持续开展以“我的安全我做主”为主题的各项安全文化活动

结合公司年度作战方案在全国第十九个安全生产月期间，以“守底线保平安，我的安全我做主”为活动主题，开展了各种形式的安全文化活动，营造浓厚安全氛围，并在活动结束后首次制作了青岛啤酒安全月宣传片。

发动全员开展安全行为观察，全年征集各项安全建议 10.5 万个，对不安全行为进行分析、跟踪，找到根本原因，防止不安全行为重复发生。



松江公司开展安全生产月活动

强化应急管理 更加贴近实战

形成了综合预案、专项预案、现场处置方案三个层级的应急处置体系，全公司各级预案演练 8567 次，演练次数增加的同时，强化了预案演练的过程评估，开展标准化的演练过程评估，发现改进点 200 余项。



青岛啤酒四厂开展消防安全演练

全面排查，合规管理，保障员工职业健康

持续完善职业健康管理体系，对公司职业病危害因素涉及岗位进行全面排查；及时识别和严格落实国家相关法规要求，对识别的职业病危害因素定期进行作业环境检测；组织进行岗前、岗中、离岗职业健康体检，岗位员工约 1.2 万人，全年劳动保护费投入约 2700 万，切实保障员工职业健康。



揭阳公司安全演练竞赛

保障员工权益关注员工健康

雇佣平等合规

青岛啤酒坚持合法合规底线，严格执行国家法律法规及省市等地方有关劳动用工政策，如《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》、《中华人民共和国就业促进法》、《中华人民共和国未成年人保护法》、《中华人民共和国社会保险法》、《工伤保险条例》等。

公司用人始终秉承“合适的人干合适的事”的人才理念，注重人岗相适，面试甄选录用过程采用标准化的审核流程和选拔标准，为每一名应聘人员提供平等的就业机会，同时确保每一位聘用人员符合就业要求和岗位要求。在员工雇佣、晋升及薪酬待遇上，不因民族、宗教、性别、年龄、婚姻状况等差异而有所差别对待。

公司在招聘制度中制订了符合法律要求的用工年龄条件，所有业务禁止雇佣童工和强迫或强制劳工，不允许有童工在任何工作场所工作，2020 年未发现任何业务存在雇佣童工或使用强迫或强制劳动的重大风险。



2020 年中国 100 典范雇主



“2020 中国人才管理机制典范企业”奖项

完善的社会福利与保障体系

青岛啤酒依法依规与员工签订劳动合同和缴纳社会保险、住房公积金，2020 年员工劳动合同签订率 100%，员工社会保险参保率 100%。

公司为员工提供了完善的薪酬福利体系，严格遵守《职工带薪年休假条例》、《企业职工带薪年休假实施办法》、《国务院关于改革国有企业工资决定机制的意见》等国家和省市相关规定，员工享有带薪休假、产假病假休息、定期体检、健康培训等权益；同时优化薪酬与业绩联动机制，让员工充分分享企业发展成果。

2020 年，公司成功推进实施股权激励计划，首期面向执行董事、公司高管、其他核心管理人员、中层管理人员及核心骨干人员 627 人，实现核心人才与企业利益共享、风险共担。

疫情防控 安全复工

面对突如其来的新冠疫情，公司迅速反应，第一时间采购防护物资，完成口罩、酒精、额温枪、一次性手套、消毒液等大批量物资集中采购及下发，保障了员工需求，满足了公司复工复产需要；组织全国超过 45 家工厂支持酒精、口罩、消毒液、医用手套等防疫物资，助力营销，互帮互助、保障安全。

第一时间关注员工健康及劳动政策。自 2020 年 1 月 29 日起密切跟踪，每天无遗漏统计跟进员工疫情防控情况，即时掌握全体员工新冠病毒疫情和当地最新政策变化。

● 结合国家政策及各地政府相关要求，陆续有序安排员工复工。

● 认真学习并贯彻落实国家、省、市人社部门下发的疫情期间关于人力资源社会保障政策性文件、劳动关系政策，做好员工沟通，确保各项涉及员工权益的政策落实到位。



青岛啤酒厂组织医护人员给员工做核酸检测

民主管理，解决职工关心问题

青岛啤酒严格遵守法律法规要求，尊重员工权利和意愿，通过职代会、厂务公开、员工社区、微信公众号、内部刊物、制度保障等多项载体加强与员工的沟通交流。

公司定期召开职代会，职工代表们围绕公司的生产经营、变革、创新发展等工作积极建言献策，提出了一系列提案和意见建议。

公司以职工关心的热点作为厂务公开的切入点，通过公开栏、厂内报刊和墙报、板报等公开形式实施厂务公开，受到了员工的关注与认可。



文体活动凝心聚力

举办职工文艺汇演，表彰抗击疫情过程中涌现出来的先进集体和个人，展现青啤人迎难而上、攻坚克难、创新发展的坚定信念，弘扬拼搏精神；下属各单位纷纷开展形式多样的职工活动：吉林省区、广西省区、浙江省区等十多家营销单位组织了体育对抗赛、篮球赛、羽毛球赛等多种形式的体育活动；郴州公司、长沙公司、揭阳公司等制造工厂组织了包饺子大赛、组织趣味运动会、拓展活动等丰富多彩的活动。



多措并举关爱员工

公司积极对困难职工实施关爱救助。2020 年青岛啤酒员工关爱基金共救助 15 家单位的因大病致困员工 17 人，累计支出 63 万余元；根据市总工会安排，积极开展困难职工精准帮扶工作，2020 年共帮扶因个人或亲属生病造成暂时困难的职工 212 人次。



赋能员工助成长

2020 年面对突发疫情，全体员工众志成城，克服重重困难，在确保疫情防控政策落地和保障员工身体健康安全的前提下，突破舒适圈，练中学、学中做，白天作战，晚上充电，开启了突破转型、管理创新、业务赋能的全员学习之旅。数字化培训工具全面推广，直播、在线自学、微信学习社群、钉钉学习社群……各种在线学习模式混合运用，探索出新的赋能模式。

快速转变赋能模式：

疫情严重影响了线下培训计划，公司及时转变培训模式，实时采集需求与业务链接，针对性设计赋能项目，从社群营销到数字化经营，从直播培训到项目管理，从打卡通关到在线工作坊。2020 年员工培训总时长为 195.2 万（人·时）。

专业认证夯实基础：

各大专业学校齐发力，以直播课 + 线上考试的形式推进专业骨干能力提升培训，2020 年共组织专业认证 6200 人次。

总部职能拓视野：

总部职能赋能项目“Tsingtao 书院”主推数字化与创新专题，启发创新思维，共开设 16 期，4100 多人次参加学习。

营销一线信息直达：

启动直播培训，快速拆解技能传递到战斗一线。“小尖刀微讲堂”、“大区经理学习社群”等在线学习项目，覆盖所有一线营销经理；《社群营销》系列课程直播8期，收看量3.2万人次，学员互动评论4300余条。小尖刀微讲堂系列共直播23期，各单位直播培训179期。

部长共创计划

为提升二级中层综合能力，搭建的中层管理者问题讨论和交流的平台，通过彼此“共创”的方式碰撞、分享新思路 and 成果，促进管理模式和方法创新，实现“共赢”。开设“新晋基层管理者培养方案”“一岗多能培养模式”等热点主题讨论，汇集优秀案例 125 个，累计学习 4125 人次，丰富了公司案例库，也给工厂一线管理者提供了解决问题的打法和思路。

2020 年末在职员工 35678 人。其中男员工 25427，占比 71.27%；女员工 10251，占 28.73%。

年龄分布	30 岁及以下	7092 人	占比 19.88%
	31-40 岁	14032 人	占比 39.33%
	41-50 岁	10145 人	占比 28.43%
	51-59 岁	4409 人	占比 12.36%
大专以上学历占比约为 50%			

专业构成	行政管理人员	4812 人	占比 13.49%
	财务人员	1310 人	占比 3.67%
	工程技术人员	2336 人	占比 6.55%
	销售人员	11491 人	占比 32.21%
	生产服务人员	15729 人	占比 44.09%
职能管理人员中，女性占比 45.6%			

与商业伙伴共创、共享、共赢

青岛啤酒倡导“合作共赢，义中取利”的供应链管理理念，力求与合作伙伴共同实现基业长青。

全力帮助供应商

本公司严格遵守中华人民共和国的相关法律法规要求，如《中华人民共和国食品安全法》、《食品安全国家标准食品添加剂标准》、《消毒产品生产企业卫生许可规定》等法律法规，同时，制定并遵循《青岛啤酒竞价监督监察管理制度》、《青岛啤酒竞价管理流程》、《青岛啤酒供应商进入、合作、退出管理流程》、《采购操守守则》等内部管理制度，要求供应商签署[廉洁服务承诺书]，确保约定的商业道德准则得到遵守。不定期分品类召开供应商会议，向供应商输出青岛啤酒的发展规划、管理理念和要求，提升其履行社会责任及可持续发展能力，培养供应商与青岛啤酒共同发展。

本公司对供应商在质量、安全、环保及社会责任等方面的表现进行认证，要求供应商按照国家、省、市各项

法规合规运营。在寻源新供应商及审计现有供应商中，将 ISO9001 认证、ISO14001 认证、ISO22000 认证纳入供应商认证范围。

所有生产性物料依据法规要求制定《供应商索证清单》，按照清单索要所有证件及第三方检测报告；与酒接触物料采用合格供应商动态目录管理，定期抽样送指定第三方机构检测，不符合要求的取消合作资格。报告期内，我们共引入新供应商 29 家，淘汰供应商 14 家。

本公司每年对合作供应商实施年度和现场审核综合评价，包括食品安全、质量、服务、实际供货完成率等维度，重点关注食品安全、质量控制及环保绩效改进。

非生产性物料供应商 **1140 家**

生产性物料供应商（含原辅料、包装物、添加剂等）约为 **646 家**

2020 年，本公司纳入可合作的供应商数目为 **1786 家** 其中超过 **99%** 为中国本地供应商。

- 面对疫情公司指导供应商配置防疫物资，制定物资消杀、人员防护等防控措施，对口罩、消毒剂等防控物资提供支持，引导供方有序复工复产，并主动承担物流成本上涨，生产得到有效保证。
- 公司把扶持国产啤麦及酒花产业发展作为公司重要原料战略，从资金、选种育种、研发检测、制麦技术等方面持续与农垦集团全方位深入合作，有力支持国产原料的发展。
- 公司积极探索与供应商合作，建设青岛大花及香花种植基地，合作研究品种提纯优化；签订长期合同鼓励种植，实施优质优价提升品质，提高合作伙伴及种植者收益。



考察酒花生产基地

2020 年召开供应商会议，通过线上进行培训。

与供应商共同推进国际大麦多产区采购，保证原料安全供应。

真心扶持经销商

青岛啤酒拥有遍布全世界的销售网络，公司充分尊重和认可每一家经销商，希望和经销商朋友一起，携手共创，共赢梦想！



- 2020 年，发布 5 套指引和标准打法包，从“变革优化、协作分销、过程管理、激励机制”四维度，实施项目制跟进，指导经销商伙伴跟上行业发展趋势，推进渠道模式变革，实现协作共赢。
- 疫情期间发布 6 套工作指引，创新性开展实施开展“无接触配配送、直播带货、无人售卖、百万社区大酬宾”等市场应对新举措，帮扶经销商尽快恢复市场运作。

第三方评价

报告评价

2020 年伊始，新冠肺炎疫情给啤酒业带来了冲击。啤酒企业复工复产受阻，主要消费渠道停滞，导致一季度啤酒消费量出现断崖式下跌。自二季度以来，疫情得到有效防控，啤酒行业复工复产有序推进和减税降费等举措助力营商环境持续优化。啤酒企业在危机中育新机、于变局中开新局，不断开拓全营销模式，加快促进抑制、被冻结的啤酒消费不断释放。在满足消费者多品种、便捷高效的购买需求的同时，加大新产品研发力度和数字化产业结构转型，加快推动产业高质量发展，并取得了积极成效。

从《青岛啤酒股份有限公司 2020 环境、社会及管治报告》可以看出，在面对突如其来的新冠肺炎疫情，青岛啤酒积极响应，募集款项物资支援新型肺

炎防控一线，用实际行动彰显企业的责任和担当；同时积极开展复工复产，不断克服疫情带来的不利影响，坚定不移实施“高质量跨越式发展战略”，夺取了疫情防控和企业高质量发展“双胜利”，同步实现了从产品到场景的延伸、从行业到生态的拓展、从单赛道到多赛道的跨越、从传统制造业到工业互联网的转型。

长期以来，青岛啤酒坚持注重安全酿造、绿色酿造，将食品安全控制纳入到战略管理和质量控制的首位，实现了食品安全的闭环式控制过程；通过实施环境保护、低碳管理和循环经济，促进公司永续发展；不忘初心，始终坚持开展对口扶贫、助学工作，倡导大众理性饮酒，输出行业正能量，持续为社会创造价值。

报告建议

近几年，随着啤酒产业结构的持续优化，行业迎来了关键窗口期和机遇期。在加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局背景下，企业应牢牢把握消费需求主线，通过供给侧结构性改革，持续开发国内有效需求，为消费者提供更好的供给，特别是高端、超高端产品及细分消费场景、渠道方面的不断创新与引导。同时，进一步加快实现转型升级和创新发展步伐。继续推进实施数字化转型，赋能企业数字化、智能化升级。

当前国际环境复杂严峻，随着啤酒行业原料对外依赖度不断高企，啤酒原料产业链风险也逐渐加大。应重视啤酒原料产业链安全问题，打通产业链堵点，

从育种体系、大麦生产加工各环节等方面与国内啤酒原料种植研究机构深入合作，建立利益共享机制，大力支持国内啤酒原料产业发展。

青岛啤酒作为啤酒行业的领先企业，应高度重视可持续发展，制定可持续发展战略，全面推动能源变革，践行绿色、低碳、循环、可持续的生产生活方式。作为具有 117 年历史的民族品牌，通过创新引领、质量驱动，培育世界一流企业，持续打造具有全球竞争力的企业品牌，为振兴民族品牌贡献力量。



附录：《环境、社会及管治报告指标》内容索引

环境、社会及管治指标索引			披露页码
环境			
A1：排放物	一般披露	有关废气及温室气体排放、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。	26-31/ 34-35
	A1.1	排放物种类及相关排放数据。	27/31/ 34/35
	A1.2	温室气体总排放量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	35
	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）。	36
	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）。	36
	A1.5	描述减低排放量的措施及所得成果。	28-37
A2：资源使用	A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法、减低产生量的措施及所得成果。	36
	一般披露	有效使用资源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	28-33
	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）。	3/33
	A2.2	总耗水量及密度（如以每产量单位、每项设施计算）	31
	A2.3	描述能源使用效益计划及所得成果。	30-33
A3：环境及天然资源	A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题，以及提升用水效益计划及所得成果。	30-31
	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。	36
	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。	26-37
	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。	26-37
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。	50-51/53
	B1.1	按性别、雇佣类型、年龄组别及地区划分的雇员总数。	53
	B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	-
B2：健康与安全	一般披露	有关提供安全工作环境及保障员工避免职业性危害的： (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。	48-49
	B2.1	因工作关系而死亡的人数及比率。	-
	B2.2	因工伤损失工作日数。	48
	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。	48-49

