

证券代码：000729

证券简称：燕京啤酒

公告编号：2021-14

北京燕京啤酒股份有限公司

2020 年度社会责任报告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

前言

报告编制说明

本报告书是公司根据《深圳证券交易所主板上市公司规范运作指引》、《主板信息披露业务备忘录第 1 号——定期报告披露相关事宜》等相关规定，结合公司在履行社会责任方面的具体情况编制的。

本报告书真实、客观地阐述了公司的社会责任理念与战略，以及公司 2020 年度在履行社会责任方面做出的具体工作。

本报告整体涵盖了公司 2020 年度履行的社会责任情况，在公司发展的同时，基于社会责任履行的长期性与持续性，公司勇于承担社会责任。在注重发展的同时，公司不断完善法人治理结构，秉承“以情做人、以诚做事、以信经商”的经营理念，关注股东、债权人、职工、供应商、客户、消费者等利益相关方的权益保护。与此同时公司关注环境保护、节能减排以及社会公益事业，深入开展节能减排工作，积极参与社会公益事业，不断建立健全社会责任制度，促进公司与社会的全面、自然、协调发展。

公司通过定期发布社会责任报告，阐述本年度公司践行社会责任的情况，加强与社会各界的交流和流通，促进投资者、消费者、供应商、客户以及债权人等对公司的了解和认知，帮助公司内部和外部进一步认识履行社会责任的意义。同时欢迎社会各界对公司进行监督，为公司更好履行社会责任建言献策。

报告期间

2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，并包含必要历史数据。

报告年份

公司社会责任报告为年度报告，本报告是公司自 2008 年度以来发布的第 13 份社会责任报告。

报告数据说明

本报告所引用财务数据与公司 2020 年年度报告数据一致，如有出入则以公司 2020 年年度报告数据为准。

本报告中所涉及的货币金额以人民币为计量币种。

编制标准

本报告在编制过程中贯彻落实《公司法》、《证券法》以及深圳证券交易所《主板上市公司规范运作指引》、全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南第四版（G4）》等相关法律法规的规定，结合公司在履行社会责任方面的具体情况编制而成，并注重突出所处行业特点和公司自身特点，是对公司在 2020 年度履行社会责任相关工作的总结。

编制单位

北京燕京啤酒股份有限公司

报告内部审议

本报告已经过公司第八届董事会第五次会议审议通过。

指代说明

《北京燕京啤酒股份有限公司 2020 年度社会责任报告》简称为“报告”、“本报告”、“本报告书”。北京燕京啤酒股份有限公司简称为“燕京啤酒”、“燕京”或“公司”。

报告获取

本报告以电子版形式发布，可登陆深圳证券交易所网站（www.szse.cn）在线浏览或下载。

联系方式

地址：北京市顺义区双河路九号

电话：010-89490729

传真：010-89495569

目 录

第一章 综述	4
一、公司概况	4
二、公司履行社会责任的宗旨和理念	5
三、公司社会责任制度建设及组织安排情况	6
四、公司履行社会责任的思路、规划	7
五、公司履行社会责任的重要活动、工作及成效.....	8
六、公司获得的奖励及荣誉称号	8
第二章 社会责任履行情况.....	9
一、股东和债权人权益保护	9
二、职工权益保护.....	14
三、供应商、客户和消费者权益保护	18
四、环境保护与可持续发展	19
五、公共关系与社会公益	30
六、精准扶贫情况.....	32
第三章 公司在履行社会责任方面存在的问题	33
第四章 公司产品质量管理体系、售后服务体系建设及执行情况	34
一、质量管理体系认证.....	34
二、食品安全控制体系认证	34
三、环境管理体系认证.....	35
四、售后服务体系.....	35
第五章 未来展望.....	35

第一章 综述

一、公司概况

公司的前身为成立于 1980 年的顺义县啤酒厂。1997 年 5 月，北京燕京啤酒集团公司完成股份制改造，以股权置换方式参加了由北京市人民政府统一运作的、集中北京市八家企业在香港“北京控股”的红筹股上市，而后采取社会公开募集方式设立了北京燕京啤酒股份有限公司（以下简称“公司”），并于 1997 年 6 月成功发行 A 股，于 7 月 16 日在深交所上市，因此，公司具备“A 股身份，红筹背景”的独特股权结构模式。截至到 2020 年 12 月 31 日，公司总股本为 2,818,539,341 股。

公司主要从事制造啤酒、露酒、矿泉水、啤酒原料、饲料、酵母及塑料箱等业务。公司是中国最大的啤酒企业集团之一，多年来稳居中国啤酒行业第一梯队。“燕京”品牌已创立 30 余年，燕京啤酒是中国名牌产品，“燕京”商标是中国驰名商标。

公司目前拥有直接或间接控股的子公司 50 余个，遍布全国 18 个省（直辖市），销售区域可辐射全国。2020 年，公司在北京、广西、内蒙等基地市场占有率继续保持绝对优势，在四川、河北等新兴市场保持稳定发展。

燕京坚持“发展民族啤酒工业，争创国际知名品牌”的信念，积极推行“1+3”品牌战略，坚持体育营销，并采取多种举措，通过图片专题、新闻报道、双微直播等多样化形式积极宣传推广燕京品牌，燕京品牌影响力不断扩大。在第 17 届“世界品牌大会暨中国 500 最具价值品牌发布会”中，燕京啤酒以 1325.82 亿元的品牌价值上榜《中国 500 最具价值品牌》，较上年相比增长 108.95 亿元，同比增长 8.9%。旗下漓泉啤酒品牌以 209.26 亿元、惠泉啤酒品牌 158.19 亿元、九龙斋品牌 157.29 亿元、雪鹿啤酒品牌 86.65 亿元同时上榜。燕京啤酒及其子品牌价值达到 1937.21 亿元。

在发展中，燕京啤酒秉承企业公民理念，积极履行社会责任。为消费者提供高品质、多样化的绿色产品，满足人们日益增长的物质文化需求，为社会创造就业岗位，解决就业 4 万余人。公司积极赞助社会公益事业，如：成为北京 2008 奥运会赞助商；先后赞助中国水军、中国乒乓球队和北京女排；独家冠名 2014 至 2022

年中国足协杯；赞助 2016 年北京控股足球俱乐部；冠名北京北控燕京队；赞助 2016 年中国乒乓球队；成为 2019 年中国世界杯篮球赛赞助商；成为中国探月工程官方合作伙伴；成为北京 2022 年冬奥会和冬残奥会赞助商。

燕京啤酒坚持天然、绿色、健康、环保的经营理念，积极贯彻实施可持续发展战略，大力开展循环经济建设，促进节能减排。

未来，公司将重点聚焦产品、渠道、区域三个重要抓手，以“强大品牌、夯实渠道、深耕市场、精实运营”四大关键举措作为战略转型的重要布局。产品上，大力投入研发新产品，加速高质量中高端产品的推陈出新；渠道上，完善全国性的渠道建设，以多样化的渠道满足消费者个性化需求，深耕电商渠道，推进与第三方电商平台的战略合作，构建并不断拓展“互联网+”渠道体系；区域上，在稳固现有消费市场的同时，继续拓展和提升区域领导地位，优化产品结构，提高中档产品份额。公司将不断提升公司竞争力，实现可持续、高质量的发展。

二、公司履行社会责任的宗旨和理念

经营理念：以情做人、以诚做事、以信经商

燕京精神：尽心尽力的奉献精神、艰苦奋斗的创业精神、敢打硬仗的拼搏精神、顾全大局的协作精神、为厂分忧的主人翁精神

企业方针：改革是根本出路、管理是永恒主题、创新是企业灵魂、顾客是衣食父母

质量宗旨：以全优的质量取信于民、以独特的风味取悦于民、以诚挚的态度服务于民

人才战略：以事业留人、以感情留人、以机制留人、

工作作风：严、细、紧

环境方针：遵纪守法，清洁生产

合理酿造，防治污染

节能降耗，保护资源

绿色管理，持续改进

清爽燕京，怡人甘泉

共同创造，美好家园

三、公司社会责任制度建设及组织安排情况

（一）明晰社会责任工作方向

公司参照深圳证券交易所《主板上市公司规范运作指引》、《主板信息披露业务备忘录第1号 定期报告披露相关事宜》，结合公司的发展历程，公司总结出了公司社会责任的主要利益相关方、主要关注点及对应的措施：

本公司利益相关方认定表

利益相关方	主要关注点	公司对应措施
股 东 债权人	√ 公司治理； √ 股东（特别是中小股东）权益保护； √ 债权人权益保护	√ 完善公司治理结构； √ 规范股东大会召开、信息披露； √ 加强投资者关系管理； √ 持续稳定分红，回报投资者； √ 重视债权人的合法权益
员 工	√ 薪酬体系； √ 工作环境； √ 福利待遇； √ 与公司共同成长	√ 用法律法规范企业行为； √ 为员工提供职场舞台； √ 重视安全生产，提供健康体检； √ 加强员工培训； √ 完善福利体系
供应商 客 户 消费者	√ 公平采购；互利共赢； √ 食品质量安全； √ 多元化需求	√ 诚实守信、如约交付，反对商业贿赂； √ 注重产品质量和安全控制到位 √ 产品创新
环境	√ 节能减排、技术创新	√ 加大环保力度； √ 发展循环经济
社会	√ 促进社会经济文化发展；推动社区和谐发展	√ 合规经营，依法纳税； √ 创造就业机会、吸纳本地就业； √ 热心公益事业，感恩回报社会； √ 响应政策，投资中西部

（二）完善社会责任工作组织架构

公司积极履行社会责任，结合生产经营实际，建立并完善了社会责任工作的组织架构，公司设立了以董事长为组长的社会责任领导小组，成员包括总部副总经理、子公司总经理、董事会秘书以及各部门负责人。该小组主要负责树立和深化企业社会责任意识，加强社会责任管理体系建设，推进实施公司社会责任工作的决策部署，组织开展履行社会责任活动，开展与利益相关方的沟通与合作，规划社会责任未来工作，统一领导公司社会责任工作。

（三）建立健全制度保障

公司重视现代企业制度建设，重视保障股东权益，关注企业社会效益，依照社会责任理念涉及的范畴，建立健全了公司管理运营制度，规范了公司治理，为利益相关方的权益保护提供了制度保障。

1、2020年，公司建立健全了《公司章程》和《股东大会议事规则》，严格按照法律法规，公司不断完善公司治理，规范公司运作，建立健全了内部管理和控制制度，有效提高了公司的治理水平。

2、为了更好地保证公司财务制度的执行，公司建立健全了《内部审计制度》、《财务管理制度》、《资金预算管理制度》等资产管理和资金使用制度，加强资金安全和财务风险控制，保障债权人利益。

3、为了切实保证职工在生产中的安全和健康，保证安全生产，预防安全事故特别是重大安全事故的发生，根据国家有关法律、国务院安全管理条例以及强制性标准，公司制订了《生产管理制度》、《安全管理制度》、《筹建管理制度》、《岗位标准制度》等安全生产管理制度，保障员工权益。

4、公司严格按照《企业内部控制基本规范》及相关配套指引、《上市公司内部控制指引》等法律法规和规范性文件的要求，制订并根据法律多次补充《信息披露管理制度》、《重大信息内部报告制度》和《内幕信息知情人登记管理制度》内容，持续梳理和完善以公司《内部控制制度》为纲要、以环境控制制度、业务控制制度、会计系统控制制度、信息系统控制制度、信息传递控制制度、内部审计控制制度为基础的内部控制制度体系，为公司经营管理合法合规、资产安全、财务报告及相关信息真实完整提供了合理保证，满足了各利益相关方对公司严控风险、规范治理的利益诉求。做到依法经营，诚实守信、节约资源，保护环境，创建以人为本的企业表率。

四、公司履行社会责任的思路、规划

我们对啤酒行业的发展前景充满信心。公司将继续坚持“以情做人，以诚做事，以信经商”的经营理念，继续按照“六个创新”和“四个做强”战略方针，把社会责任理念和要求全面融入企业发展战略、企业生产经营和企业文化，创新发展理念，转变发展方式，激发创造活力，提升品牌形象，提高职工素质，增强企业凝聚力。坚持以人为本、科学发展，在追求经济效益的同时，对利益相关者和环境负责，实现企业发展与社会、环境的协调统一。

五、公司履行社会责任的重要活动、工作及成效

作为民族啤酒工业的领军企业,燕京啤酒集团在 40 年的发展中始终坚持着“发展民族啤酒工业, 争创国际知名品牌”的信念, 努力创造更高的社会效益, 积极践行社会责任, 坚持公益回报社会, 展现了民族啤酒企业强烈的社会责任感。2020 年初, 新冠肺炎疫情突发, 燕京啤酒积极响应号召, 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, 在做好自身防疫复工的同时, 积极支援防疫最前线, 第一时间分别通过北京市红十字会、北京市顺义区红十字会、湖北省宜城市红十字会、湖北省仙桃市红十字会等途径向抗击疫情前线捐款、捐物共计 1350 万元。

2020 年, 在公司社会责任领导小组的带领下, 继续坚持可持续发展理念, 持续建立健全治理规范, 切实保障股东和债权人、职工、供应商、客户和消费者权益, 采用新技术推进节能减排, 不断提高资源利用效率, 构建企业与自然的和谐共处, 促进企业与社会和谐进步, 从各个方面诠释了公司对企业社会责任的认识和理解, 在履行企业社会责任的道路上迈出了坚实的步伐。

2020 年度, 公司环保支出金额为 4012.13 万元。

2020 年度, 公司社会公益捐赠 1747.07 万元。

2020 年度, 公司发布年度报告等各类公告共 96 份, 通过深交所互动易平台回复投资者问题 76 次, 同时积极通过现场接待、电话交流等多种方式与投资者交流沟通。

2020 年度, 公司投资于职工个人知识和技能提高以提升职工职业发展能力的投入达 621.88 万元。

公司最近三年累计现金分红金额占最近年均净利润的比例达 94.78%。

六、公司获得的奖励及荣誉称号

2020 年 5 月, 在由证券时报主办的“第 11 届天马奖·中国上市公司投资者关系评选活动”中, 公司荣获“最佳投资者关系公司奖”

2020 年 8 月 5 日, 第 17 届“世界品牌大会暨中国 500 最具价值品牌发布会”在北京揭晓。燕京啤酒以 1325.82 亿元的品牌价值上榜, 燕京被评为 2020 年(第十七届)中国 500 最具价值品牌。

2020 年 9 月, 被世界品牌实验室、世界企业家集团评为 2020 年亚洲品牌 500

强。

2020 年 9 月，被中国质量检验协会评为全国百佳质量检验诚信标杆企业、全国质量诚信标杆企业。

2020 年 9 月，入选中国投资协会、华盛绿色工业基金会、中国国际绿色食品产业创新联盟、欧洲对华关系促进协会中国委员会和标准排名公布的“2020 中国酒企绿色信用指数 TOP30 榜单”，排名第 10 名。

2020 年 9 月，在 2020 世界啤酒大奖赛中，燕京啤酒荣登榜单斩获四项大奖，原浆白啤荣获德式小麦组“国家最佳”奖、太液秋风生姜赛松荣获增味香料组“铜奖”、卢沟晓月琥珀爱尔荣获美式棕色艾尔组“铜奖”、金台夕照树莓小麦荣获增味果啤组“铜奖”。

2020 年 10 月 29 日至 11 月 2 日，第十五届中国国际酒业博览会举办，燕京 U8、西山晴雪世涛、卢沟晓月琥珀爱尔、燕京 10 度足协杯定制拉格、玉泉趵突派对 IPA、燕京 10 度足协杯定制白啤等六款产品荣获“青酌奖”。

2020 年 11 月，由国家市场监督管理总局主管的中国质量报刊社(中国质量新闻网)及人民网舆情数据中心联合主办的“2020 中国质量合势峰会暨高质量驱动双循环经济发展论坛”举办，燕京啤酒 荣获“2020 年度产品创新典范企业”殊荣。

2020 年 11 月，在中国证券报主办的“2020 上市公司高质量发展论坛暨第 22 届上市公司金牛奖颁奖典礼”上，公司荣获“2019 年度投资者关系管理奖”

2020 年 11 月，燕京八景精酿啤酒中的“金台夕照”树莓小麦荣获 2020 年中国国际啤酒挑战赛（CBC）最高奖项四星天禄奖。

2020 年 12 月 21 日，第六届中国食品企业社会责任年会暨企业家精神论坛召开，燕京啤酒被中国食品企业社会责任年会组委会授予“社会责任贡献奖”和“食品安全示范企业奖”两项大奖。

2020 年 12 月，被中国质量合势峰会组委会评为 2020 年度产品创新典范企业。

2020 年，由中国旅游协会、四川省文化和旅游厅、乐山市人民政府共同举办 2020 中国特色旅游商品大赛中，燕京啤酒·燕京八景精酿啤酒系列斩获金奖。

第二章 社会责任履行情况

一、股东和债权人权益保护

公司的良性发展离不开股东的认可和支持，保障股东权益、公平对待所有股东是公司的义务和职责，燕京一直将保障股东特别是中小股东的利益、维护债权人的合法权益视为公司最基本的社会责任。公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律法规，不断完善公司治理，形成了以股东大会、董事会、监事会及管理层为主体结构的决策与经营体系，强化董事的职能、监事会的职能，保证公司在决策时兼顾和保障利益相关者的利益。完善企业信息披露制度，保证利益相关者对切身利益的知情权和对公司经营的真实状况了解，以助于利益相关者做出最合理的决定，不被不实的报道和消息所蒙蔽，损害相关者的利益。公司重视股东和债权人提出的各类意见和建议，结合公司实际完善各项工作。保证公布的有关公司重大事件、人员调整、财会报表等信息及时、准确、完整，既对股东和债权人负责，又对公众和自身负责。坚持党对一切工作的领导，明确党组织在治理结构当中的法定地位，充分发挥企业党组织的政治核心作用，把党的领导融入公司治理，切实保障全体股东及债权人的权益。

（一）公司治理结构健全规范

公司严格遵循《公司法》、《证券法》等相关法律法规规定，制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》及各个《专业委员会工作细则》等规章制度，明确了股东大会、董事会、监事会和经理层之间各负其责、规范运作、相互制衡的公司治理结构，公司法人治理结构健全，管理运作科学规范。

公司设立中国共产党的组织，党组织发挥领导核心和政治核心作用，把方向、管大局、保落实。公司建立党的工作机构，开展党的活动。

公司于2020年8月26日召开职工代表大会，于2020年9月16日召开2020年第一次临时股东大会，于2020年9月16日召开第八届董事会第一次会议、第八届监事会第一次会议，审议通过了董事会、监事会和高级管理人员换届选举的相关议案，完成了董事会、监事会和高级管理人员换届选举工作。

公司董事会目前有15人组成，其中非独立董事10人，独立董事5人。

董事会下设战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会等四个专门委员会，各专门委员会成员均由董事组成，其中审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会中独立董事占多数并担任召集人，审计委员会中有一名独立董事是会计专业人士。各专门委员会对董事会负责，各专门委员会的提案提交董

事会审查决定。公司的制度安排为独立董事、各专门委员会发挥作用提供了充分保障。

监事会由 3 人组成，其中职工代表监事 1 人。监事会成员按照《公司法》、《公司章程》及股东大会的授权履行监督职责。

经理层负责组织实施股东大会、董事会的决议事项，主持公司生产经营管理工作，负责组织领导公司内部控制的日常运作。

（二）公司股东大会程序合法规范

公司坚持公平对待所有股东，切实保障股东特别是中小股东的合法权益。通过股东代表大会提出各项议案，并对议案进行质疑、应答、讨论和表决，公司股东大会召开公开透明、程序规范，依法保障了所有股东享有的知情权、建议权、表决权、监督权等各项权利。近几年来，为方便股东投票，历次股东大会，公司为股东提供网络投票的表决方式，鼓励中小股东积极参加股东大会。

2020 年公司共召开两次股东大会，分别为 2019 年度股东大会和 2020 年第一次临时股东大会，股东大会的提案、召集、召开程序合法有效，保证股东的发言和交流时间，聘请专业律师进行现场监督、发表专项法律意见。会议为股东提供了网络投票的表决方式，在审议影响中小股东利益等重大事项时，对出席会议的中小股东的表决进行了单独计票并公开披露，充分体现公司重视中小投资者的意志和诉求，公司股东特别是中小股东的合法权益得到了充分保障。

（三）公司信息披露合法合规

公司严格按照有关法律法规，根据中国证监会、深交所等的相关规定，持续规范履行信息披露义务，确保信息披露的真实、准确、完整、及时。公司建立健全了《信息披露管理制度》、《重大信息内部报告制度》和《重大事件报告制度》、《内幕信息知情人管理制度》、《董事会秘书工作细则》等制度，为信息披露工作的公开公正、合法合规、股东和投资者的利益维护，提供了强有力的制度保障。根据中国证监会新发布的《中华人民共和国证券法》、《关于上市公司内幕信息知情人登记管理制度的规定》等法律法规，2020 年公司修订了《公司章程》、《信息披露管理制度》以及《内幕信息知情人管理制度》，加强对股东和投资者的利益保障。

公司严格执行公开、公平、公正原则，做到信息披露工作的真实、准确、及时、完整，确保所有股东有平等的机会获得信息，不存在选择性披露信息和内幕

信息知情人泄露信息的情况。2020 年，针对重大事项和决议，公司全年累计发布公告 96 份，并在《中国证券报》、《证券时报》、《证券日报》及巨潮资讯网等媒体上进行公开披露，保证了公司信息披露的及时性和公平性。公司凭借优秀的信息披露工作，在深交所公布上市公司 2019 年度信息披露考核结果中，获得 A 类。

（四）公司利润分配政策持续、稳定

公司实施连续、稳定的利润分配政策，重视投资者的合理投资回报，兼顾公司的可持续发展。公司通过建立健全《现金分红管理制度》，制定《未来三年股东回报规划》，进一步落实了分红回报股东的理念，推动公司建立科学、稳定、可持续的分红机制，从制度上保障了股东的良好收益。

2020 年度内，公司董事会按照股东大会决议及授权，组织实施了公司 2019 年度分红派息方案。实施该次方案的股权登记日为 2020 年 7 月 9 日，以总股本 2,818,539,341 股为基数，公司共分配现金股利 62,007,865.5 元(含税)。

2020 年度公司利润分配预案为：按 2020 年 12 月 31 日总股本 2,818,539,341 股为基数，每 10 股派现金 0.22 元（含税），本年度不进行资本公积金转增股本。

（五）投资者关系管理水平不断提高

根据《公司法》、《证券法》、《上市公司与投资者关系工作指引》、《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律法规和规范性文件，结合日常工作实践，公司制定了《投资者关系管理工作制度》，规范了投资者关系管理工作。

2020 年，公司积极加强投资者关系管理工作，通过实地调研、电话会议等方式，接待券商、私募、QFII 等 37 家机构投资者近五十人次，同时利用 IR 电话、邮箱、深交所和公司投资者关系互动平台等方式与中小投资者进行沟通交流，其中通过交易所互动平台回答投资者问题 76 个。

2020 年 9 月 8 日，公司参加了北京辖区上市公司投资者集体接待日活动，投资者通过登录“全景网”网站 (<http://rs.p5w.net/html/123119.shtml>) 或关注微信公众号全景路演天下的方式同公司的董事长、总经理、总会计师以及董事会秘书就公司治理、发展战略、经营状况、融资计划和可持续发展等投资者关注的问题进行了沟通。

2020 年，公司获得天马奖“中国上市公司投资者关系最佳投资者关系公司奖”、金牛奖“2019 年度投资者关系管理奖”。

（六）公司保障债权人的合法权益

公司在注重对股东权益保护的同时，也严格按照《公司法》和《公司章程》约束股东权利，要求公司股东遵守法律、行政法规和公司章程，不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益，公司高度重视对债权人合法权益的保护。

在合同履行中，公司秉承合作共赢的经营理念，严格按照与债权人签订的合同履行债务。公司与债权人保持长期紧密的合作关系，保持顺畅的沟通渠道，及时通报涉及履行合同的相关信息，公司与所有债权人保持了良好的合作关系，依法保障了债权人的合法权益。

在经营决策过程中，公司严格遵守相关合同及制度，充分考虑债权人的合法权益，及时通报与其权益相关的重大信息，保障债权人的合法权益，未出现损害债权人利益的情形。

在财务决算方面，公司坚持一贯执行的持续、稳健财务政策，保证公司财务安全，从而保障债权人的合法权益。公司制订了《资金管理制度》、《授权委托管理办法》、《岗位回避制度》、《资金活动管理规定》等制度，不断加强内部控制，充分利用信息化手段实现精细化财务管理，提升财务管理水平，不断优化和完善财务监督管理体系，提升财务监督管理效率以及整体水平，确保财务管理工作更规范，进而更有效地防范和控制财务风险，保证资金使用安全，切实保证债权人合法权益。

（七）公司内控体系规范有序

根据深交所《上市公司内部控制指引》及公司《内控规范实施工作方案》的规定和要求，公司建立了有效运行的内部控制体系，成立内部控制评价领导小组，在保证公司正常有序经营、保护资产安全完整、保证会计信息真实准确等方面发挥了重要作用，为公司可持续发展提供了有力保障。

本年度公司持续完善内部控制体系，结合公司管理预期和战略要求，编制了《2020 年度内部控制自我评价报告》，顺利完成内部控制的审计工作。报告期内，公司严格执行《信息披露管理制度》中关于定期报告披露重大差错责任追究制度相关规定，没有发生重大会计差错更正、重大遗漏信息补充及业绩预告修正情况。

自 2007 年起，董事会及专业机构对公司内部控制体系建设是否符合境内监管要求及运行的有效性进行评估，自 2012 年起，公司聘请致同会计师事务所(特殊普通合伙)对公司内部控制进行了专项审计，保证了内控方案的贯彻落实和内控规范工作的有效推进。

二、职工权益保护

公司始终秉承“以人为本”的发展理念，坚持履行社会责任与企业实际相适应，坚持履行社会责任与创建和谐企业相统一，把保障企业安全生产、维护职工合法权益，帮助职工解决实际问题放在重要位置，营造和谐劳动关系，促进职工全面发展，实现企业与职工、企业与社会和谐发展。

公司按照《劳动法》、《劳动合同法》等法律法规的要求建立和完善劳动规章制度，与职工签订并履行劳动合同，坚持按劳分配、同工同酬，建立工资正常增长机制，按时足额缴纳社会保险，尊重职工人格，公平对待职工。公司重视员工培训发展，为职工提供各类职业教育培训，创造平等发展机会，关注员工福利保障，关心职工生活，切实为职工排忧解难。

在日常生产过程中，公司严格落实安全生产责任制，加大安全生产投入，严防重特大安全事故发生，建立健全应急管理体系，不断提高应急管理水平和应对突发事件的能力，为职工提供安全、健康、卫生的工作条件和生活环境，进一步提升了公司的职业卫生管理水平。公司不定期开展职业健康方面的主题培训，加大宣传职业健康的重要性和职业病的防治等内容，保障职工职业健康，为员工营造良好的工作环境，预防和减少职业病和其他疾病对职工的危害。

（一）保障员工基本福利

根据《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》、《中华人民共和国社会保险法》等法律法规，公司建立了由基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险及住房公积金等构成的基本福利保障体系。公司按年度发放采暖补贴、夏季高温补贴，建立健全探亲假相关制度、食堂与住房保障、退休保障等，积极开展困难员工帮扶工作，为符合条件的员工发放生活补贴，充分调动员工的积极性和创造性。

在员工健康方面，公司统一安排入职体检，每年为员工进行常规体检、职业健康体检，发现问题及时复检、就诊，对女员工特别是处于“三期”的女员工实行特别保护，在作息时间、考勤管理上实现特殊待遇。

（二）强化人力资源基础管理工作

公司持续对人力资源业务与职能进行梳理和优化。2020年公司全面提升人力资源基础管理，进一步深化完善用工分配制度改革，全面提升人力资源管理水平。

2020 年，公司根据管培生培养计划，加大招聘力度，通过校园招聘、社会招聘等方式，为大批高校毕业生进入公司服务提供机会，同时也为公司发展注入新鲜血液。公司坚持在实践中培养锻炼技能人才，积极组织一线员工参加职工技能大赛，对比赛中取得优异成绩的员工给予重奖。建立国家级品酒督导员、国家级品酒委员、国家级候补品酒委员专项奖励制度，继续实行重大项目成果奖励机制，实现员工成长与燕京事业发展的有效对接。

面对新形势新情况，燕京啤酒加快建设和完善充满生机活力的选人用人机制，促进优秀人才脱颖而出，把不同层次的优秀人才集聚到人力资源队伍中来，为企业发展不断注入生机与活力，促进企业推进企业健康有效持续发展。

2020 年人力资源部门人员利用公司已经建立的 SAP 信息化管理平台，持续开展人力资源管理的基础工作，完善了集团统筹配置的人力资源管理体系，加强了总部对下属企业人力资源的垂直管理。

（三）人才选拔、培养与提升

为了促进公司的可持续发展,推动人才梯队建设,规范后备人才选拔、培养、考核与晋升程序,确保后备人才的素质和质量,公司根据人力资源规划和职务分析,建立了公平、公正、公开的选、用、育、留机制，公开选拔岗位和用人标准，进行高校招聘、社会招聘以及企业内部招聘，确保从中挑选出适宜人员予以录用。

在人才培养方面，公司从技能人才引进、搭建人才培养平台、优化人才发展环境等方面着手，加强技能人才队伍建设。为有能力的人打造一个干事创业的公平环境，公司优化硬件设施，注重提升人才发展软环境，把人才放在重点项目和重点岗位进行锻炼，派往急、难、险、阻的工作岗位进行锻炼，有计划地开展了多岗位锻炼，激发他们的工作潜能。公司选择品行兼优的骨干员工进行重点培养，采取在岗培养、轮岗培养、输出培养等多种方式，拓展职业晋升通道。公司通过聘用专业讲师、开展拓展训练、组织集中学习等方式为公司发展储备后备人才。公司不断为员工提供广阔的发展平台，形成了敬业爱岗、公平竞争、尊重知识、尊重人才的良好企业风气，实现了公司发展与员工个人职业发展的共赢。

与此同时，公司还特别发挥各基层党组织的职能和效用，让基层党组织充分发挥分析人才形势、研究人才政策、服务人才需求、营造人才环境这些作用，始终坚持把基层一线作为培养锻炼年轻干部的主阵地，采取一线工作培养、一线岗位锻炼、一线现场提升等方式，让广大年轻人到基层磨练意志、锤炼作风、增长

才干，促进他们尽快成才，更好地为公司发展服务。例如公司每年都积极组织一线员工参加职工技能大赛，对比赛中取得优异成绩的员工给予重奖。建立国家级品酒督导员、国家级品酒委员、国家级候补品酒委员专项奖励制度，继续实行重大项目成果奖励机制，实现员工成长与燕京事业发展的有效对接。2020年，公司继续推进卓越质量管理体系建设工作，通过组织知识竞赛，充分调动员工参与体系建设的积极性，以赛促学，加快体系推进，强化员工的理论基础，增强员工业务能力。

（四）加强安全生产管理工作

2020年，公司认真贯彻落实国家、北京市安全工作要求，认真部署公司安全生产工作，牢固树立“以人为本、安全发展”的工作理念，坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的工作方针，以加强安全管理，强化责任落实为重点，全面完成公司安全生产目标，实现企业安全生产持续稳定。

首先公司健全和完善了安全管理体系，遵照《中华人民共和国安全生产法》、《地方党政领导干部安全生产责任制规定》、《北京市安全生产条例》和北京市安全生产标准化工作要求，公司组建了安全生产管理委员会，梳理领导班子成员岗位安全生产职责，并下设安全管理办公室工作小组。董事长为第一责任人，对安全生产负总责，明确了各级管理人员的安全生产责任，层层签订了安全责任书。对外来施工队伍公司与之签订安全协议，明确双方的义务，责任，完善公司各级部门、各类人员的安全生产责任。

公司全面开展了安全标准化管理体系，落实了安全管理制度和安全生产责任制。公司不断加强安全生产培训力度，通过外聘安全管理专家做专题培训及召开公司安全生产会议等方式，提高企业管理人员和员工的思想认识，同时深刻汲取各类安全生产事故的惨痛教训，提高员工的安全理念、安全意识、安全风险防范能力。公司通过制订《员工安全手册》，并下发到各个分厂、各部门，督促员工树立“安全第一，预防为主、综合治理、以人为本、科学发展、持续改进”意识，加强职工教育提升人员素质，促进现场安全管理水平的提升，整体提升公司安全管理水平。

公司对重大危险源加强管理，要求分公司、各车间、处室对重大危险源进行辨识评估，确定重大危险源，建立重大危险源安全管理制度，建立重大危险源管理档案，编制重大危险源应急救援预案。公司、部门、分厂定期对重大危险源场

所检查，对存在事故隐患和缺陷的限期整改。通过在重大危险源现场设置安全警示标志，危险物质安全告知牌等方式提醒现场人员注意，同时公司对重大危险源实行 24 小时监控，并与市安监局监控中心联网，接受北京市安监局的监督检查。

加强现场管理，确保现场作业安全，公司要求各负责人根据现场存在的风险，进行风险分析，采取预防和控制措施，加强动火、进入受限空间、高处等八大作业过程的监督，做好相关安全措施后方可作业。

公司要求各车间处室根据工作要求不断完善安全生产制度建设，强化有限空间、涉爆粉尘、危险化学品、应急管理 etc 安全管理制度的实用性和可操作性，要求各分子公司实施统一标准建立安全管理规章制度，强调整体安全观。不断加大安全隐患排查力度，落实安全检查制度化、常态化。

（五）增强企业文化建设

燕京在 40 多年的发展过程中形成自身独特的企业文化，随着时代发展和企业发展，企业文化不断创新，公司坚持“以人为本”的发展理念，并在企业经营活动中处处体现出来，同时得到了员工的接受、理解和认同。让员工在企业工作找到了个人的成就感和归属感，企业成为员工之家，企业文化成为了全体员工认可和共有的企业核心价值，并在新老主管交替、新老员工交替过程中得到延续和保持。

燕京企业文化建设始终坚持党建引领，强化国企担当，坚持服务大局、融入大局的发展理念，把企业文化和企业发展融为一体，让企业文化深入到企业的各个层面、各个环节、各种活动。燕京注意吸收员工在实践中创造的特色文化，发现和升华员工在工作中创造的闪光点，从而形成和发展自身企业文化，不断充实企业文化的内容。与此同时公司也通过企业文化约束员工、规范员工、激励员工，使企业文化的发展和企业发展方向、职工教育、员工素质提升紧密结合起来。促进燕京实现有质量、有效益、可持续的发展。

公司以各种形式为载体，丰富员工的团队精神，提高企业凝聚力，同时使新的企业员工很快融入到企业的文化当中，接受、理解企业文化、认同企业文化。

公司以《学习参考资料》、《燕京啤酒报》为平台，大力弘扬燕京精神和优良传统，广泛宣传先进典型和模范事迹，积极推广科学管理方法，大力营造爱岗敬业、拼搏进取、争做贡献的良好氛围，提高员工的思想政治觉悟。充分利用组织资源，创新广大青年活动形式，引导、锻炼、培养、激励优秀青年成长成才。

做好帮扶慰问工作，增强公司员工的归属感和荣誉感。

三、供应商、客户和消费者权益保护

公司始终秉承“以情做人，以诚做事，以信经商”的经营理念，重视发展与供应商、客户及消费者之间的关系，注重与各相关方的沟通。公司时刻秉承着“诚信经营，互利共赢”的理念，把供应商、客户和消费者满意度作为衡量公司各项工作的准绳，与其建立共生共荣的战略合作伙伴关系。公司充分尊重并保护供应商和客户的合法权益，并与之保持长期良好的合作关系。

2020年，公司未发生重大产品质量和安全事故。

（一）加强与供应商沟通合作，实现共赢。

供应商是公司的重要合作伙伴，没有外部合作伙伴的帮助，就没有公司的发展。公司始终遵循自愿、公平、等价有偿、诚实信用的原则，秉承诚信、共赢的商业价值观，遵守社会公德和商业道德，为供应商创造公平竞争环境，以企业文化为纽带与供应商建立诚信共赢、长期稳定的战略合作伙伴关系，携手共同发展。

公司加强供应商客户管理，降低采购风险及成本。在供应商选择过程中，公司对供应商的资质、质量保证能力、工艺管理能力、供货能力、生产过程控制能力等方面进行严格审核；在采购过程中，对供应商的供货质量、交货期、技术支持、售后服务等方面的信息进行收集、跟踪评价，不断完善采购流程与机制，通过对采购系统的监管，保证采购过程公开、公平、公正，为供应商创造良好的竞争环境。

公司严格执行《内部审计制度》等内控制度，设备采购、原材料采购等均推行公开招标和阳光采购，通过与供应商充分交流双方信息、平等谈判协商，约定双方恪守合同、如约交付、严格保护供应商的秘密信息和专有信息，与国内外市场的供应商形成了长期紧密合作的战略伙伴关系，2020年公司与供应商不断推进战略合作，实现了互惠共赢。

（二）重视客户和消费者需求

公司始终坚持“客户至上”原则，高度重视客户关系管理，最大限度的保证供需双方的经济利益，为了广大客户和消费者提供优质、新型、健康、安全的产品。多年来，为研发出好产品，燕京啤酒严格要求产品质量，不懈追求产品创新，对消费者需求积极响应，多次在全国糖酒会中脱颖而出，燕京啤酒在竞争激烈的酒

水市场中好评如潮。2020 年，因为新冠疫情的爆发，客户和消费者被限制外出，为了满足消费者想喝啤酒的需求，燕京及时转换销售策略，开拓新型销售方式。将实体销售模式调整为“实体+电商”的模式，同时以社区为基础，通过订单需求的形式，提供上门服务。2020 年啤酒消费向年轻化、时尚化、个性化转变愈加明显，燕京啤酒为了满足消费者的需求积极调整产品结构，发力中高端，强势推出燕京 U8、签约全能艺人王一博、试水燕京社区酒號、推出‘燕京八景’精酿系列啤酒；在产品、品牌、营销上联动创新，不断尝试融入年轻消费群体。

作为民族品牌，燕京啤酒坚持‘产品为王’战略，始终坚持“视质量为生命”的价值导向，坚守产品质量，坚持科技创新，弘扬工匠精神，厚植工匠文化，恪尽职业操守，崇尚精益求精，以科技为本、借助创新砥砺前行，公司把“以全优的质量取信于民，以独特的风味取悦于民，以诚挚的态度服务于民的质量宗旨”作为企业的质量宗旨，从生产源头抓起，规范采购流程，生产过程层层把关，在原材料选择上，始终坚守不添加的原则，遵循最纯正的啤酒酿造方法，并对进厂原材料严格检测，在精益求精的理念下，用“工匠”精神追求品质的卓越。

燕京不断进行自我突破，尝试各种营销方式。为了贴合 95 后及 00 后等年轻消费者群体的消费需求和消费习惯，燕京啤酒携手品牌代言人王一博与国内两大电商京东、天猫两大平台开启战略性合作，通过“京东超市超新星计划”、“天猫 510 新国货大赏”的活动推出新品，打造新国货，顺应新国潮，吸引更多千禧一代的年轻消费群体。从采用特色拉盖、时尚包装到跨界破圈打造新国货，燕京不断践行客户至上的理念。

2020 年 6 月，燕京 U8 啤酒、燕京啤酒足协杯限定罐 330ml110 度清爽拉格啤酒、燕京啤酒足协杯限定罐 500ml110 度德式小麦白啤酒、卢沟晓月-琥珀爱尔、玉泉趵突-sessionIPA、西山晴雪-世涛等 6 款啤酒斩获“青酌奖”；9 月，燕京八景精酿系列啤酒在中国特色旅游商品大赛中获得金奖；在 2020 世界啤酒大奖赛中，原浆白啤荣获德式小麦组“国家最佳”奖、太液秋风生姜赛松荣获增味香料组“铜奖”、卢沟晓月琥珀爱尔荣获美式棕色艾尔组“铜奖”、金台夕照树莓小麦荣获增味果啤组“铜奖”；11 月，燕京八景精酿啤酒中的“金台夕照”树莓小麦荣获 2020 年中国国际啤酒挑战赛（CBC）最高奖项四星天禄奖。

四、环境保护与可持续发展

多年来，燕京始终坚持对社会负责，把环境保护、节约能源和加强循环经济建设当成企业发展的重要一环，坚持天然、绿色、健康、环保的经营理念，积极贯彻实施可持续发展战略，把促进经济效益、社会效益和环境效益的协调发展作为企业发展纲要。

近几年公司不断增加环保科技投入，改进工艺流程，降低污染物排放，实施清洁生产，坚持走低投入、低消耗、低排放和高效率的发展道路。公司大力开展循环经济建设，促进节能减排，大力发展水、气、热等能源的循环利用，提高资源综合利用效率。水资源被四次循环利用，啤酒生产过程中副产物如污水处理过程中产生的沼气、糖化车间热能、酒糟、污泥等全部实现了回收利用，并且将自动化技术成功应用于环境保护之中，建立了EMS能源管理系统，最大程度降低消耗。

在充分利用新技术提升资源利用率，降低排放和消耗的同时，公司也对员工进行《中华人民共和国环境保护法》、《清洁生产标准 啤酒制造业》、《啤酒行业工业污染物排放标准》等法律、法规和行业标准的宣讲，增强职工环境保护知识，提升职工环境保护意识。公司将工厂建设成为花园式工厂，被国家环保部认定的“国家环境友好企业”和北京市循环经济试点企业。

2020年，公司未发生重大环保事故，未发生任何环保方面的重大社会安全事件。

（一）重视污染治理

燕京在发展过程中致力于降低能源和原材料消耗，积极推广清洁生产工艺，实施无污染、少污染的生产方式，推进绿色制造。公司通过对环境因素的识别与评价制定了环境保护制度，从物资采购使用、控制、监测、回收等多方面、多节点对环境保护工作进行规范。公司对生产过程中产生的热水、废酵母、湿酒糟、二氧化碳都进行了回收利用，在减轻环境污染的同时，创造大量经济效益，仅湿酒糟的回收就可生产2000多万吨的干饲料，公司还有对残余商标与碎瓶渣废弃料都进行专门的处理。

公司设有环保节能部门负责指导监督各生产部门进行清洁化生产，环保节能部门为各个生产车间制定吨酒耗粮、吨酒耗水、吨酒耗电等一系列经济考核指标，对生产中的污染排放进行监管。公司已通过GB/T24001—2016环境管理体系认证。

公司认真贯彻国家节能减排总体部署，坚持发展绿色经济、低碳经济、循环经济。获得了由国家环保总局颁发给国内环境保护事业上做出突出成绩企业的最

高荣誉——“国家环境友好企业”荣誉称号，总部南厂与漓泉公司被工信部授予“绿色制造示范工厂”称号，被环境教育杂志社评为“中国环境责任优秀企业”，并成为北京市循环经济试点企业。公司高度重视环境保护工作，近年来在环境保护方面投入大量人力、物力，并与有关大学、院所合作进行技术攻关，有关领域获得有效突破。公司及各子公司都设立了环保节能部负责生产、动力、废水处理车间等车间三废的管理。

报告期内，公司严格按照环境保护相关规定对废水、废气和固废等进行处理，重视污染治理的设备投资和资金投入。公司污染治理设施一直稳定运转。打造“绿色工厂、绿色燕京”是公司发展环保工作的理念。

公司及子公司主要污染物的排放情况

公司或子公司名称	主要污染物及特征污染物的名称	排放方式	排放口数量	排放口分布情况	排放浓度 (废水 mg/L 废气 mg/m ³)	执行的污染物排放标准	排放总量	核定的排放总量	超标排放情况
北京燕京啤酒股份有限公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区西侧	COD: 51 氨氮: 2.1 总磷: 6.4	北京市水污染物综合排放标准 (DB11/307-2013)	COD: 148.9 吨 氨氮: 6.12 吨 总磷: 18.82 吨	COD: 1143 吨/年 氨氮: 187 吨/年 总磷: 89 吨/年	未超标排放
北京燕京啤酒股份有限公司一分公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区西南侧	COD: 46.5 氨氮: 0.81 总磷: 4.91 总氮: 12.34	北京市水污染物综合排放标准 (DB11/307-2013)	COD: 13.48 吨 氨氮: 0.68 吨	无	未超标排放
燕京啤酒(丰镇)有限公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区东北侧	COD: 36.5	啤酒工业污染物排放标准 (GB19821-2005)	COD: 0.90 吨 氨氮: 0.08 吨 总磷: 0.03 吨	无	未超标排放
燕京啤酒(阿拉尔)有限公司	废水	处理达标经园区管网排向艾特克污水处理厂	1	厂区西侧	COD: 12.12 氨氮: 3.39	(GB 19821—2005) 预处理标准	COD: 0.7583 吨 氨氮: 0.1442 吨	COD: 35.7 吨/年 氨氮: 3 吨/年	未超标排放
燕京啤酒(赣州)有限责任公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区东侧	——	《啤酒工业污染物排放标准》 (GB19821-2005)	——	无	未超标排放
燕京啤酒(贵州)有限公司	废水	处理达标后排入城镇污水管网	1	厂区东侧	COD: 19.97 氨氮: 0.4 总磷: 1.55	啤酒工业污染物排放标准 (GB19821-2005)	COD: 6.11 吨 氨氮: 0.12 吨 总磷: 0.48 吨	COD: 77.19 吨/年 氨氮: 14.47 吨/年 总磷: 2.7 吨/年	未超标排放
河北燕京啤酒有限公司	废水	处理达标后排入城镇管网	1	厂区西侧	COD: 22.749 氨氮: 0.718 总磷: 1.873	啤酒工业污染物排放标准 (GB19821-2005)	COD: 12.4265 吨 氨氮: 0.4238 吨 总磷: 1.0343 吨	COD: 28 吨/年 氨氮: 4.1 吨/年	未超标排放

燕京啤酒（衡阳）有限公司	废水	处理达标后排入湘江	1	厂区西北角	COD: 20.7 氨氮: 1.89 总磷: 0.49 总氮: 15.52	啤酒工业污染物排放标准 (GB19821-2005)	COD: 12.54 吨 氨氮: 1.24 吨 总磷: 0.33 吨 总氮: 9.52 吨	COD: 73.5 吨/年 氨氮: 5 吨/年	未超标排放
北京燕京啤酒（晋中）有限公司	废水	处理达标后排入东观污水处理厂	1	厂区东北	COD: 30.48 氨氮: 0.35	啤酒工业污染物排放标准 (GB19821-2005)	COD: 2.6 吨 氨氮: 0.03 吨	COD: 28.15 吨/年 氨氮: 3.07 吨/年	未超标排放
燕京啤酒（浙江丽水）有限公司	废水	处理达标后排入城镇管网	1	厂区东侧	COD: 112.9 氨氮: 14.1	污水综合排放标准 (GB8978-1996) 表中三级排放标准要求	COD: 5.24 吨 氨氮: 0.72 吨	COD: 10 吨/年 氨氮: 1 吨/年	未超标排放
燕京啤酒内蒙古金川有限公司	废水	处理达标后经市污水管网最终排入东城区污水处理厂	1	厂区东侧	COD: 62.01 氨氮: 8.92 总磷: 4.14 总氮: 26.98	污水排入城镇下水道水质标准 GB/T31962-2015	COD: 10.03 吨 氨氮: 1.44 吨 总磷: 2.4 吨 总氮: 4.36 吨	无	未超标排放
燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区中部	COD: 37.1 氨氮: 0.42 悬浮物: 14.8 总磷: 1.27 总氮: 10.9	《啤酒工业污染物排放标准》 GB19821-2005	COD: 79.7 吨 氨氮: 0.91 吨 总磷: 2.73 吨 总氮: 23.4 吨	COD: 97.4 吨/年 氨氮: 249 吨/年 总磷: 44.3 吨/年 总氮: 387.4 吨/年	未超标排放
山西燕京啤酒有限公司	废水	处理达标后排入神头第二发电厂再利用，不外排	1	厂区西北侧	COD: 22.96 氨氮: 0.56 总磷: 0.51	啤酒工业污染物排放标准 (19821-2005)	COD: 2.42 吨 氨氮: 0.06 吨 总磷: 0.05 吨	无	未超标排放
沈阳燕京啤酒有限公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区东南侧	COD: 58 氨氮: 12.62 总磷: 0.74 总氮: 18.1	辽宁省污水综合排放标准 (DB21/1627-2008)	COD: 9.9 吨 氨氮: 2.16 吨 总磷: 0.13 吨 总氮: 3.16 吨	COD: 245.7 吨/年 氨氮: 16.38 吨/年 总磷: 2.73 吨/年 总氮: 27.3 吨/年	未超标排放

四川燕京啤酒有限公司	废水	处理达标后经市政管网排入南充市污水治理厂	1	厂区南侧	COD: 42.18 氨氮: 2.81 总磷: 1.62 总氮: 8.46	《啤酒工业污染物排放标准》 GB19821-2005表1中 啤酒企业预处理标准	COD: 28.764 吨 氨氮: 2.243 吨 总磷: 1.266 吨 总氮: 5.461 吨	COD: 1225 吨/年 氨氮: 110.25 吨/年 总磷: 19.6 吨/年 总氮: 171.5 吨/年	未超标排放
江西燕京啤酒有限责任公司遂川分公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区东侧	——	啤酒工业污染物排放标准 (GB19821-2005)	——	无	未超标排放
燕京啤酒(通辽)有限责任公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区西侧	COD: 36 氨氮: 0.1	啤酒工业污染物排放标准 (GB19821-2005)	COD: 25.53 吨 氨氮: 4.25 吨	无	未超标排放
燕京啤酒(山东无名)股份有限公司	废水	处理达标后经市政管网排入邹城市第一污水处理厂	1	厂区西南角	——	《污水排入城镇下水道水质标准》 GB/T31962-2015	——	无	未超标排放
燕京啤酒(浙江仙都)有限公司	废水	处理达标后排入好溪	1	厂区东侧	COD: 69 氨氮: 10.6 BOD5: 2.8 悬浮物: 29.6	啤酒工业污染物综合排放标准 (GB19821-2005)	COD: 29.71 吨 氨氮: 4.53 吨 BOD5: 1.83 吨 悬浮物: 12.62 吨	COD: 60.0 吨/年 氨氮: 11.3 吨/年	未超标排放
燕京啤酒(仙桃)有限公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区西南侧	COD: 34 氨氮: 7.19 总磷: 2.51	《污水综合排放标准》(GB8978-1996) 表4三级标准限值要求	COD: 15.59 吨 氨氮: 1.93 吨 总磷: 0.96 吨	COD: 75 吨/年 氨氮: 8.625 吨/年	未超标排放
燕京啤酒(湘潭)有限公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区西侧	COD: 21.75	《啤酒工业污染物排放标准》 (GB19821-2005)	COD: 3.15 吨	COD: 46.4 吨/年 氨氮: 10.8 吨/年 总磷: 5.6 吨/年 总氮: 49 吨/年	未超标排放

燕京啤酒（襄阳）有限公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区东侧	COD: 27.85 氨氮: 0.97 总磷: 3.25	污水综合排放标准 GB8978-1996	COD: 82.5 吨 氨氮: 7.4 吨 总磷: 1.32 吨	无	未超标排放
燕京啤酒（昆明）有限公司	废水	处理达标后排入园区污水处理厂	1	厂区北侧	COD: 30.23 氨氮: 0.95	污水综合排放标准 三级标准 (GB8978-1996) 污水排入城镇下水道水质标准 (GB343-2010)	COD: 9.01 吨 氨氮: 0.26 吨	COD: 65.512 吨/年 氨氮: 6.248 吨/年	未超标排放
新疆燕京啤酒有限公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区西侧	COD: 24 氨氮: 1.57 总磷: 1.41 总氮: 26.7	《啤酒工业污染物排放标准》 Gb19821-2005	COD: 5.07 吨 氨氮: 0.912 吨 总磷: 0.05 吨 总氮: 2.38 吨	COD: 84.39 吨/年 氨氮: 6.3 吨/年 总磷: 1.296 吨/年 总氮: 73.84 吨/年	未超标排放
燕京啤酒（邢台）有限公司	废水	处理达标后通过市政管网排入南和县污水厂	1	厂区西北角	——	《啤酒工业污染物排放标准》 (GB19821-2005)	——	COD: 28.272 吨/年 氨氮: 5.301 吨/年	未超标排放
燕京啤酒（玉林）有限公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区北侧	COD: 32 氨氮: 1.2 总磷: 1.1 总氮: 1.2	《啤酒工业污染物排放标准》 (GB19821-2005)	COD: 23.91 吨 氨氮: 0.71 吨 总磷: 0.49 吨 总氮: 11.465 吨	COD: 105 吨/年 氨氮: 42 吨/年 总磷: 8.4 吨/年 总氮: 70 吨/年	未超标排放
燕京啤酒（河南月山）有限公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区南侧	COD: 17.9 总磷: 1.57 总氮: 20.81	《河南省啤酒工业水污染物排放标准 (DB41/681-2011) 表 2 预处理标准 A)	COD: 5.43 吨 总磷: 0.52 吨 总氮: 6.188 吨	COD: 150 吨/年 氨氮: 25 吨/年 总磷: 3 吨/年 总氮: 40 吨/年	未超标排放
燕京啤酒（中京）有限责任公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区西北角	COD: 60.88 氨氮: 1.1	《啤酒工业污染物排放标准》 (GB19821-2005) 预处理标准	COD: 13.82 吨 氨氮: 0.249 吨	无	未超标排放

燕京啤酒（呼和浩特）有限公司	废水	处理达标后排入园区丰华生物质热电有限公司	1	厂区东北侧	COD: 35.75 氨氮: 0.7 总磷: 0.67 悬浮物: 7.67	《城镇污水处理厂污染物排放标准》(GB18918-2002)表1级B标准限值要求	COD: 4.95 吨 氨氮: 0.09 吨 总磷: 0.09 吨 悬浮物: 1.06	COD: 22.5 吨/年 氨氮: 3 吨/年	未超标排放
福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司	废水	处理达标后通过市政污水管网排入惠安县城市污水处理厂	1	污水处理站 WS-21013	COD: 35.52 氨氮: 1.690 BOD: 13.4 SS: 14.5 总磷: 1.046 总氮: 8.246 PH: 7.874	《啤酒工业污染物排放标准》GB19821-2005;《污水排入城镇下水道水质标准》GB/T 31962-2015	废水: 376604m ³ COD: 13.377 吨 氨氮: 0.636 吨	COD: 77.2 吨/年 氨氮: 7.72 吨/年	未超标排放
燕京啤酒(驻马店)有限公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区东侧	COD: 32.4 氨氮: 0.64 总磷: 1.72 总氮: 14.23	河南省啤酒行业污染物排放标准表2预处理A标准	COD: 5.42 吨 氨氮: 0.62 吨 总磷: 0.32 吨 总氮: 2.54 吨	无	未超标排放
燕京啤酒（包头雪鹿）股份有限公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区西北角	COD: 26.62 氨氮: 0.32 BOD5: 9.33 悬浮物: 20.25 总磷: 1.13	《啤酒工业污染物排放标准》(GB19821-2005)	COD: 8.02 吨 氨氮: 0.09 吨 BOD5: 2.64 吨 悬浮物: 5.72 吨 总磷: 0.32 吨	COD: 292 吨/年 氨氮: 54.75 吨/年	未超标排放
燕京惠泉啤酒（抚州）有限公司	废水	处理达标后通过市政污水管网排入抚州市城镇污水处理厂	1	污水处理站 WS-807050	COD: 22 氨氮: 0.68 BOD5: 4.9; 悬浮物: 8 PH: 8.02	《啤酒工业污染物排放标准》GB19821-2005;并满足抚州市城镇污水处理厂接管标准	COD: 4.97 吨/年 氨氮: 0.15 吨/年	COD: 70 吨/年 氨氮: 31.5 吨/年	未超标排放
广东燕京啤酒有限公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区北侧	COD: 26.59 氨氮: 0.41 总磷: 0.52 总氮: 16.53	执行《啤酒工业污水物排放标准》(GB19821-2005)及《水污水物排放限值》(DB44/26-2001)	COD: 8.55 吨 氨氮: 0.13 吨 总磷: 0.167 吨 总氮: 5.31 吨	COD: 60.34 吨/年 氨氮: 0.16 吨/年	未超标排放

江西燕京啤酒有限责任公司	废水	处理达标后排入凤凰园区市政管网	1	厂区西北角	COD: 22.55 氨氮: 1.74	《城镇污水处理厂污染物排放标准》(GB118918-2002) 中一级 B 标准	COD: 5.55 吨 氨氮: 0.46 吨	COD: 42.77 吨/年 氨氮: 6.01 吨/年	未超标排放
河北燕京玻璃制品有限公司	废气	有组织	3	厂区东侧	颗粒物: 6 二氧化硫: 29 氮氧化物: 210	河北省地方标准《工业炉窑大气污染物排放标准》DB13/1640-2012 表 1	颗粒物: 1.98 吨 SO2: 10.31 吨 氮氧化物: 75.92 吨	SO2: 99.84 吨/年 氮氧化物: 256.01 吨/年	未超标排放
燕京啤酒(赤峰)有限责任公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区东北侧	COD: 42.2 氨氮: 1.867 总磷: 0.531	啤酒工业污染物排放标准 (GB19821-2005) 预处理标准	COD: 11.808 吨 氨氮: 4.408 吨 总磷: 1.274 吨	无	未超标排放
福建燕京啤酒有限公司	废水	处理达标后排入市政管网	1	厂区东侧	——	啤酒工业污染物排放标准 (GB19281-2005)	——	无	未超标排放
福建燕京惠泉啤酒福鼎有限公司	废水	处理达标后通过市政污水管网排入福鼎市三联污水处理有限公司	1	污水处理站 WS-0200 25	COD: 34 氨氮: 0.39	《污水排入城镇下水道水质标准》GB/T31962-2015; 《污水综合排放标准》GB8978-1996; 《啤酒工业污染物排放标准》GB19821-2005	COD: 1.429 吨 氨氮: 0.01639 吨	COD: 105 吨/年 氨氮: 9.45 吨/年	未超标排放

注: 2020 年 4 月 8 日, 河北燕京玻璃制品有限公司收到沧州市环境保护局献县分局行政处罚决定书(献环罚[2020]7002 号), 对该公司溶制工序的传送和上料口未安装污染治理设施, 减少和控制粉尘污染物排放事项罚款 5 万元。

建设项目环境影响评价及其他环境保护行政许可情况

公司所有建设项目均按照国家环境保护法律法规的要求履行了环境影响评价及其他环境保护行政许可手续。

2020 年是“十三五”规划收官之年，也是打好污染防治攻坚战的关键之年，根据市委要求，公司以改善生态环境质量为核心，全面落实责任，细化工作措施，认真完成年度目标任务。

公司为了加强环境保护，完善细化了《北京燕京啤酒股份有限公司突发环境事件应急预案》、《北京燕京啤酒股份有限公司突发环境事件专项应急预案》、《北京燕京啤酒股份有限公司突发环境事件现场处置预案》、《北京燕京啤酒股份有限公司（南厂）2018 年空气重污染应急工作预案》。接受北京市环保局的监督检查，加强员工关于空气污染、水污染、噪声污染等环境保护的法律、法规学习，提升员工环保意识。

公司委托第三方对公司废水污染物、锅炉废气污染物、厂界噪声进行定期检测，其中废水总排口安装总磷、COD、氨氮、pH、流量自动监控系统，公司每天使用自测设备对废水进行检测，所有监测数据基本达标，按期接受环保局监督检查。

公司已经在国家重点监控企业自行监测及信息公开系统、北京市企业事业单位环境信息公开平台和北京燕京啤酒股份有限公司环保监测结果数据公示平台等平台进行环境信息发布。

公司严格遵守国家环境保护相关的法律、法规和地方环境保护有关规定，公司不存在重大环保或其他重大社会安全问题。

（二）节能减排措施不断升级

2020 年公司加大技术投入，深入推进节能降耗，践行创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，治理生产过程中产生的“三废”（即废水、废气、噪声），向绿色经济要效益。

近年来，公司多次改进防治污染设施及工艺，不断根据国家及北京市环保政策，结合公司的实际生产运营情况以及环保设施的实际使用效果，提升设备使用效能。在废水处理方面，公司严格控制废水进厌氧罐的温度和流速、好氧池风量大小，并根据公司各车间废水排放特性，如糖化车间废水 pH 值低和包装车间废水 pH 值高的特点对两种废水进行混合使 pH 值达到标准，减少了酸碱的使用。在废气

处理方面，公司提升生产效率，提升资源有效配置，安装废气在线检测设备，及时掌控废气排放数据，利用公司优势，减少污染物排放。

1、对沼气的利用

公司及子公司利用好氧和厌氧技术处理后的污水中会产生大量沼气，公司将沼气全部回收，用于酒糟烘干。公司响应北京市提倡节约能源的号召，对沼气发生装置及点火装置进行了技术改造，攻克了沼气回收利用中的安全技术性问题，用沼气代替部分蒸汽烘干湿麦糟。

2、对水的利用

多年来，燕京不断追加投入，积极进行节水技术改造取得显著效果，逐步形成了六大重复利用循环系统，构筑成完整的节水循环网络。这六大循环系统一是制冷机及空压机间接冷却水循环系统，二是二次水循环系统，三是中水回用系统，四是蒸汽冷凝水回收系统，五是除尘脱硫水自循环系统，六是各车间重复利用的小循环系统。制麦环节用水占生产用水总量的1/3左右。为了节约宝贵的水资源，公司开展了设备改造，将制麦工艺水资源利用率提高到了95%，每年可节约用水10万吨以上。水资源利用率的提升使得公司吨酒耗水持续下降。

3、对二氧化碳的利用

公司通过建设二氧化碳回收装置，增加对二氧化碳回收再利用，将啤酒发酵后产生的二氧化碳进行充分回收，用于啤酒灌装备压，既提高了啤酒的质量又减少了CO₂的排放。

4、对废酵母的利用

这些年燕京先后与中国科学院、中国发酵研究所等科研院所建立了密切的合作关系，成立了专门的研发队伍，对酵母的综合利用进行深度开发。公司深度开发酵母，从湿酵母中提取酒精供公司制冷车间使用，剩余的酵母可进一步加工成酵母粉销售。现在废酵母的开发利用已成为燕京新的利润增长点。

（三）推行高效绿色办公模式

2020 年公司大力推广网络办公形式，利用电话会议、网络会议、视频会议进行沟通交流，彻底改变领导及员工通过飞机、火车、汽车、轮船等交通工具赶赴会议现场的方式，大大减少了差旅次数，从根源上降低交通工具废气排放，真正打造了“绿色办公”环境。利用网络办公模式不但节约时间、资源和费用，而且提高了工作效率，改善了运营模式，目前公司会议已经多数采用视频会议、电话

会议的形式进行，这一举措是公司推行绿色办公的具体体现。

在日常管理过程中，公司严格控制各部门的日常办公用品的申报，通过部门每月进行办公费用申报审核来严格控制，对所有部门公司进行该项目的绩效考核，对超标的部门公司进行处罚。公司同时不断完善办公环境管理政策，对办公区域水电进行管控，控制照明时间、设置空调运行温度，开展水、电、汽油消耗量定期统计工作。公司还不断进行相关教育和宣导，提高员工的环保意识，从节约每度电、每滴水、每张纸开始尽量降低对能源的消耗，践行与环境和谐可持续发展战略。

（四）绿色环境拉动地区旅游发展

燕京啤酒作为被国家旅游局评为的全国工业旅游定点企业，获得了由国家环保总局颁发给国内环境保护事业上做出突出成绩企业的最高荣誉“国家环境友好企业”荣誉称号。

公司及各子公司按照“生态、经济、美观”的原则，不断优化厂区绿化布局，提高厂区绿化生态效果，规范绿化养护标准，不断调整和完善厂区内道路、生产区、办公区各自绿化安排及标准，确保不给生态环境增加负担。公司总部南厂作为全国工业旅游示范点，集啤酒生产、观光、品鉴等功能于一体，每年接待大量的旅游者，参观人员对燕京厂区的整洁有序、绿草成片、绿树成荫给予了高度赞扬，称燕京为“花园式工厂”，同时工业旅游也拉动了顺义旅游产业的发展。

五、公共关系与社会公益

在发展中，燕京啤酒秉承企业公民理念，积极履行社会责任，树立良好的社会品牌形象。公司在完成企业跨越式发展的同时，还一直积极构建和维护公共关系，努力创造更高的社会效益及时回馈社会。公司将“改革是根本出路，管理是永恒主题，创新是企业灵魂，顾客是衣食父母”作为企业方针，始终坚持“发展民族工业、争创民族品牌”，注重企业的社会价值实现，积极支持社会公益和慈善事业，从认养绿地、投资小学到公益捐赠、向雪灾地区、地震灾区、困难职工捐助善款，燕京啤酒一直走在慈善捐赠和公益事业的前沿，把社会公益作为自己应尽的职责，追求最大限度地厚报股东、回报社会，尽到企业应尽的责任，促进企业与社会和谐发展。

（一）公共关系

在生产经营过程中，燕京啤酒有意识、有计划地与社会公众进行信息双向交流及行为互动，以增进社会公众的理解、信任和支持，达到企业与社会协调发展的目的。公司主动接受并积极配合政府部门和监管部门的监督和检查，并加强和政府机关联系，建立良好的沟通关系。

企业的发展离不开国家和社会的支持，作为经济建设的主体，公司守法经营，诚信纳税，积极为国家财政税收作贡献，有力促进公司所在地区的发展，为社会和谐稳定做出贡献，体现企业价值及社会责任。同时国家根据行业、企业发展态势，也不断对企业实施优惠政策，促进企业新技术的开发和使用，提升企业技术创新能力。

公司作为上市公司，通过深交所互动易等网络平台加强与股民的直接交流和沟通，为股民答疑解惑，通过《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》及巨潮资讯网发布公司最新信息。通过上述方式增加股东和股民对公司最新状况的了解。

公司秉承“就业是民生之本”的理念，2020 年面对就业市场一片惨淡的情况，公司加大人员招聘力度，面向社会及高校提供多个实习、就业岗位，通过各种招聘形式积极引进各类人才，为解决社会就业做出自己的贡献。

（二）社会公益

公司作为全国首批“最具社会责任感企业”，多年来积极赞助社会公益事业。公司采取多种形式回报社会，积极履行社会责任，如向特殊教育学校学生献爱心，向山区贫困户送温暖等。

2020 年，为支持抗击新冠肺炎疫情，公司分别通过北京市红十字会、北京市顺义区红十字会、湖北省宜城市红十字会、湖北省仙桃市红十字会等途径向抗击疫情前线捐款捐物共计 1350 万元，其中：以现金形式捐款 1200 万元，以现金及医疗物资、饮用水等实物混合形式向北京地坛医院捐助 150 万元。公司协助社区防疫工作、配强社区群防群控力量，抽调 85 名在职职工组建志愿队伍，配合顺义区光明街道，开展社区疫情防控；组建了一支 85 人的志愿者预备队伍，随时准备投入社区防疫最前线。第一时间发布《关于发挥“双报到”机制作用组织在职党员积极投身社区（村）疫情防控的通知》，基层党组织和全体在职党员主动到所在社区（村）报道，积极投身于疫情防控工作之中。同时，公司充分发挥自身优势，将自行生产的氧化电位水、酒精等消毒用品支援中国燃气公司、北京控股及

乡镇等单位。

2020 年底，顺义地区突发疫情，公司抽调员工直接参与封闭小区的人员保障和物资供应，号召全公司党员回社区服务，直接参与各个小区的防疫检查工作。

多年来，公司一直支持公益事业，例如：成为北京 2008 奥运会赞助商；赞助中国水军、中国乒乓球队和北京女排；独家冠名 2014 至 2022 年中国足协杯；冠名北京北控燕京队；赞助 2016 年中国乒乓球队；成为 2019 中国世界杯篮球赛赞助商，成为中国探月工程官方合作伙伴等。近几年燕京啤酒还开展了“燕京啤酒种子计划”公益活动，让足球文化进入校园，截至目前公司已累计捐赠 45000 多颗足球。

（三）政策响应

公司积极响应国家开发中西部的号召，持续不断加大对中西部投资力度，为中西部地区的经济发展做出了贡献。

公司建立国内原料基地，支持西部大麦、酒花种植业发展。公司与甘肃、新疆的麦芽厂、酒花农场、大麦农场合作，建立合作伙伴的关系。为推进公司在西部农业的发展，企业领导带队去新疆、甘肃原料基地考查，与相关方沟通，了解原料的种植、市场状况，提出产品质量和价格方面的建议，为签订采购合同打基础。为当地农民提高种植技术，稳定大麦、酒花原料的价格，保障农民稳定收入做出努力。

六、精准扶贫情况

（1）精准扶贫规划

公司以习近平总书记提出的科学扶贫、精准扶贫指示精神为指导，以全面建成小康社会为目标，严格执行国家、市、区关于精准帮扶工作的安排部署，结合自身实际，与对口帮扶单位建立长效帮扶关系，有序开展各项适用于帮扶对象的项目，切实履行整治责任和社会责任，狠抓工作落实，不断提高帮扶实效，确保扶贫工作成果真正落地生根、开花结果。

（2）年度精准扶贫概要

在资金项目方面，2020 年，燕京啤酒为内蒙古巴林左旗地区提供 40 万元帮扶资金用于集中产业帮扶项目；提供 11.8 万元用于农业相关方向发展；购买扶贫农副产品及消费扶贫产品共计 422.8 万元。公司子公司河北燕京玻璃制品有限公司

购买贫困地区生产主要原材料共计 859.34 万元。

在人才支持方面，公司派驻一名中层干部到巴林左旗扶贫办挂职、一名干部到拉萨市尼木县挂职，为脱贫攻坚作出贡献，同时也作为燕京与帮扶村的沟通桥梁。

（3）精准扶贫成效

指标	计量单位	数量/开展情况
一、总体情况	——	——
其中： 1.资金	万元	1333.94
2.物资折款	万元	
3.帮助建档立卡贫困人口脱贫数	人	
二、分项投入	——	——
8.社会扶贫	——	——
其中： 8.1 东西部扶贫协作投入金额	万元	1282.14
8.2 定点扶贫工作投入金额	万元	40
8.3 扶贫公益基金投入金额	万元	
9.其他项目	——	——
其中： 9.1.项目个数	个	2
9.2.投入金额	万元	11.8
9.3.帮助建档立卡贫困人口脱贫数	人	
三、所获奖项（内容、级别）	——	——

（4）后续精准扶贫计划

公司将根据“十四五”时期规划，坚决贯彻落实中央、市、区关于实施精准扶贫工作的各项决策部署，积极响应国家脱贫攻坚的号召，主动承担社会责任，制定年度扶贫计划，有序开展各项扶贫项目，助力精准扶贫，巩固好脱贫攻坚的成果。

第三章 公司在履行社会责任方面存在的问题

2020 年，公司认真遵守国家法律法规要求和标准，在股东与债权人权益、职工权益、供应商、客户及消费者权益保护及环保、社会公益等方面做了一系列积极的工作，在履行社会责任方面，公司取得了一定成绩，但在企业自身发展的同

时对消费者,企业职工,生态环境还应该承担更多的社会责任,在社会责任履行上还有很大的进步空间,还应建立一套完整的社会责任履行机制,才能让企业更好的履行社会责任,从而促进稳定,和谐,健康,可持续发展。公司还需长期自觉坚持履行社会责任的理念和义务,在生产经营过程中不断加强和创新社会责任的履行方式,更好地履行社会责任。

2020 年,公司未出现重大环保问题和安全责任事故。

第四章 公司产品质量管理体系、售后服务体系建设及执行情况

公司时刻牢记管理与责任的重要性,在发展的过程中,通过行之有效的企业管理体系,加强企业整体的民族责任感,为燕京啤酒的腾飞之路保驾护航。公司通过建立原辅料、成品酒、酿造水质量监管流程,进行质量管理持续改进,以确保满足顾客要求。公司先后通过 ISO9001 质量管理体系认证,2002 年通过了 ISO14001 环境管理体系认证,2003 年通过了食品安全控制体系 HACCP 认证。报告期内,公司进一步推进卓越质量管理体系构建工作,持续改进内在质量控制水平。

一、质量管理体系认证

公司是全行业首批通过 ISO9001 质量体系认证的公司之一。

多年来,燕京一直将为消费者提供安全、绿色、健康的产品为目标,公司始终坚持“以全优的质量取信于人民,以独特的风味取悦于人民,以诚挚的态度服务于人民”的质量宗旨,坚持匠心打造精品,夯实质量核心工作,通过严格的管理确保燕京啤酒的质量领先地位。在内部管理体制上,燕京啤酒从生产源头抓起,规范采购流程,生产过程层层把关,把好每一个生产环节,真正做到了人人重视环境、人人重视产品质量、人人重视食品安全的良好氛围。在全公司树立统一而明确的产品质量观,做好全方位基础管理工作,为企业科学高质运营提供坚实保障。

二、食品安全控制体系认证

公司通过了食品安全控制体系认证、HACCP 认证，标志着燕京食品安全管理与国际接轨，获得了进入国际市场的“绿色护照”。公司紧紧围绕“提质增益”总体战略目标，着力构建燕京卓越质量管理体系。

公司在生产过程中，认真落实企业对产品质量安全的主体责任，从原料采购、生产管理、技术工艺等环节严加控制，有序推进各项质量提升工作，全力打造消费者放心、绿色、安全、健康的产品。

公司首创“6 σ 工艺”体系，推出的新产品燕京 U8，成功开创“小度酒”新品类，体现了燕京对品质的精益求精与不懈追求。在每一个啤酒酿造环节上，公司始终坚持用户至上、品质为尊的理念。

三、环境管理体系认证

公司是全行业首家顺利通过 ISO14001 环境管理体系认证的企业，这是燕京啤酒对社会责任感的一个重要体现，也是走向国际的绿色通行证。

燕京啤酒坚持“遵纪守法，清洁生产；合理酿造，防治污染；节能降耗，保护资源；绿色管理，持续改进；清爽燕京，怡人甘泉；共同创造，美好家园。”的环境方针，将绿色发展理念贯穿于产品生命周期中。响应政府及相关监管部门的号召，将环境管理体系贯彻到公司实际，把绿色发展社会责任提升到企业战略的高度，为祖国的绿水青山和生态文明建设贡献力量。

四、售后服务体系

在售后服务方面，公司真正做到了人人重视环境、人人重视产品质量、人人重视食品安全的良好氛围，不断在服务方式和服务技巧上创新，始终站在客户的角度去发现问题、思考问题、解决问题，进而预防问题，公司设立了专职的售后服务部门，负责收集经销商、消费者对公司产品的反馈信息和要求等工作。公司制订了产品召回制度，并严格按照该制度执行。2020 年，公司未发生产品质量重大责任事故。

第五章 未来展望

2021 年，公司将不忘初心，牢记使命，在持续推动公司稳健、健康向前发展

的同时，积极主动承担更多社会责任和义务。在为实现利益相关者利益最大化的同时，不断加强与供应商、客户等合作伙伴的战略合作，实现互利共赢，不断满足消费者多元化的需求；全方位加强公司企业文化建设，提高员工满意度；进一步积极保护股东、债权人、职工的合法权益，诚信对待合作方，积极参与社会公益事业。

北京燕京啤酒股份有限公司

二〇二一年四月二十六日