



2022

环境、社会及管治报告

青岛啤酒股份有限公司

关于本报告

报告范围

本报告是青岛啤酒股份有限公司第十五份可持续发展年度报告，本报告数据和信息涵盖青岛啤酒股份有限公司在国内拥有的 57 家全资和控股的啤酒生产企业，及 2 家联营及合营啤酒生产企业，2022 年 1 月 1 日至 2022 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 2022 年。

内容选择

报告内容的选取过程中，青岛啤酒遵循重要性、量化、一致性、平衡、准确性、有效性、可比性等原则，从环境、社会及企业管治等多方面进行陈述，重点报告了青岛啤酒在产品、环境、员工、社区以及商业伙伴等方面的可持续发展责任。

编制原则

本报告根据上海证券交易所《上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》、香港联合交易所有限公司《主板上市规则》附录 27 的《环境、社会及管治报告指引》（以下简称“《ESG 报告指引》”）要求，并参考全球报告倡议组织《GRI 可持续发展报告标准》（GRI Standards）、《山东省企业环境报告书编制指南》及国资委关于发布可持续发展报告的相关要求编制。

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）。

目录

CONTENTS

董事长致辞 / 总裁致辞	04	合规稳健运营	10
关于我们	08	环境、社会及管治管理	11



01

119 年 只为酿造好啤酒

魅力感知质量	16
食品安全与质量控制	18
过程管理	19



02

为了 更美好的世界

可持续用水	30
气候行动	34
包装与废弃物	39
绿色运营	42



03

给奋进者舞台 为成就者喝彩

职业健康与安全生产	46
权益保障	49
赋能员工成长	51
员工关爱	54



04

共创 社会价值

供应链全流程管控	58
全力帮助供应商	59
与经销商共赢	59
关爱社会	60

第三方评价	65
ESG 指标索引	66
您的回馈	69



董事长致辞

奋跃而上开创高质量发展新局面

120 年来，心无旁骛做实业的青岛啤酒，笃定走出了一条高质量可持续发展之路。2023 年，青岛啤酒即将迎来双甲子华诞，历代青啤人一起走过自信自强、守正创新的 120 年，从一隅小厂发展到今天遍布全球 100 多个国家，开创了经营业绩屡创新高的高质量发展新局面。我们深知，百廿青啤追求的“基业长青”，既是每个时代勇立潮头创新引领，更是始终以企业发展实现对社会价值的持续贡献。

以实业为本，夯实可持续发展底座

企业是推动高质量发展的生力军，是振兴实体经济的主体。回望青岛啤酒 120 年的发展之路，一条重要经验就是紧抓实体经济不放松。围绕做优主业，我们始终踔厉奋发、勇毅前行，发挥经济财富的孵化器、就业的容纳器、创新的驱动器作用，120 年只为酿造好啤酒。坚守主业，不仅让青啤这样的百年企业发展的越来越好，也带动了更多产业集群和上下游价值链的高质量发展、可持续发展。

近年来，青岛啤酒以战略执行的坚定性、运营管理的创新性、应对变化的灵活性，让百年制造业焕发生机，连续创造史上最好的业绩。2022 年，青岛啤酒在连续三年经营业绩屡创新高的基础上，以实干实践铸牢高质量发展根基，2022 年公司营业收入、净利润再次攀上历史高峰。面向未来，我们更加坚定实业为本，坚持以“实体企业强起来、产业龙头昂起来、链主作用带出来”，推动质量变革、效率变革、动力变革，做实做强做优实体经济。

以创新为要，激发可持续发展动力

2022 年初，集啤酒、威士忌、葡萄酒、香槟之所长于一体的青岛啤酒一世传奇“粹然”上市，为消费者带来“魅力”惊喜。为满足消费者高端化、多元化、个性化需求，青岛啤酒依托科技创新、数字赋能，用科研创新成果丰富满足细分需求，独创魅力感知质量赋能美好生活，持续性引领啤酒产业高质量发展。

2022 年 6 月，青岛啤酒西海岸精酿啤酒花园携六大业态熔铸“啤酒之都”新地标。紧扣消费者场景化、社交化需求，青岛啤酒快速完成从产品创新到服务改善及消费体验提升，行业首创遍布全国的 200 多家青岛啤酒吧，成为两业融合的典范。

2022 年，我们充分发挥全球首家工业互联网“灯塔工厂”的示范引领作用，在平度、枣庄、西安建设智能制造啤酒生产基地，各个工厂的智能制造、数字化升级全面展开；全供应链的数字化转型有序推进，这将进一步提高运营效率，降低系统成本，提高营销能力。

在每个时代都勇立潮头，守正创新让青岛啤酒历经 120 年依然生机勃勃。面向未来，青岛啤酒锚定高质量发展，坚持高端化、智能化、绿色化发展方向，纵深推进新旧动能转换，不断发挥龙头企业作用，以科技创新走在前、数字化转型走在前、产业升级走在前、两业融合走在前、绿色发展走在前，推动企业高质量可持续发展。

以责任为先，共创可持续发展未来

以责任担当夯实发展底色，青岛啤酒不断强化责任担当引领价值创造。在经济责任上，持续为投资者创造价值；在绿色发展上，2022 年推动具有国际领先水平的啤酒废水价值共享项目；围绕乡村振兴，支援建设西藏日喀则市“鲁藏幸福家园建设工程”，在贵州安顺、甘肃陇南、山东菏泽、平度等地建立对口帮扶机制，积极探索“精准帮扶、产业带动、文化支持”为一体的乡村振兴实践路径，为产业扶贫打造青啤特色；各种灾害的关键时刻，积极捐款捐物；连续多年设立“青啤奖学金”、员工关爱基金……2022 年青岛啤酒入选《国资国企社会责任蓝皮书（2022）》案例；2022 企业 ESG 杰出社会责任实践案例；获评“国有上市公司治理示范企业”。

一瓶啤酒，与时代互动，既赋能生活、创造快乐，也聚合生态、连接世界。2023 年，站在青岛啤酒 120 周年历史坐标的新起点上，我们将围绕制造强国、质量强国建设，不断发挥企业创新主体作用，开启高质量发展新征程，向着更加美好、更加绿色、更加和谐的明天奋跃而上再攀登！

青岛啤酒股份有限公司
董事长

总裁致辞

踔厉奋发启新程 勇毅前行攀高峰

2022 年，面对行业持续下行压力、消费转型升级、成本上涨挑战等多重压力，青岛啤酒在坚守好品质的基础上，积极拓展市场、调整结构、创新驱动、提升品牌、放大责任，助力公司高质量跨越式发展，以实质性的利好为上下游创造更多的共享价值。“传承与创新”是推动百年青啤不断前行的力量，2023 年站在 120 周年的新起点上，青岛啤酒在致力于高质量、可持续发展的同时，也将“与时代共进”作为企业基业长青的驱动力，打造可持续发展的创新引擎。让百年青啤与价值链伙伴同向同行，与时代同频共振。

全面推动高质量发展

企业经营发展一头连着市场保供、一头连着产业链稳定运行。2022 年，青岛啤酒坚持实干导向，谋实策、出实招、求实效，挖潜消费促发展，精准施策稳产畅链，企业发展质量继续乘势而上：战略发展更有定力，产品质量更具魅力，品牌潮流更富活力，科技创新更添动力，生产模式更具智能，两业融合更聚合合力，开辟出了百年企业的新赛道、新空间，经营业绩连年创历史新高。2022 年，青岛啤酒累计实现销量 807.24 万千升，实现营业收入人民币 321.72 亿元，归属于上市公司股东的净利润人民币 37.11 亿元，再次刷新历史纪录。品牌价值 2,182.25 亿元，19 年蝉联中国啤酒行业品牌价值首位。

全面提升创新管理水平

近年来，青岛啤酒在传承与坚守青啤百年匠心、百年企业文化的坚实底座上，实施以科技创新为引擎的全方位、系统性创新，充分发挥行业唯一的啤酒生物发酵工程国家重点实验室，这一高能级研发平台的引领作用，依托海量消费者大数据库，不断推出新产品，持续优化产品结构，快速布局和引领高端和超高端市场。2022 年，一款突破啤酒想象力天花板的颠覆性作品——一世传奇惊艳上市，这款众多啤酒酿造大师倾心创造的新产品，为中国啤酒行业打开了向上发展空间。

两业融合，跨界领航。从单一制造向制造、服务融合发展，培育高质量发展新业态、新场景。近年来，我们积极运用数字技术驱动业务变革，大力推进全业务链流程打通和数据治理，全感知、全链接、全场景、全数据“智慧青啤”建设正在加快落地。2022 年，一座聚合了精酿



工坊、度假酒店等六大时尚业态的青岛啤酒西海岸精酿啤酒花园，成为中国啤酒之都新“会客厅”，携全新生活方式奔涌而来。从酿造舌尖之上的快乐，到创造沉浸式的体验场景，再到北京 2022 冬奥会啤酒与体育的激情碰撞，青岛啤酒与音符联袂、同赛场沸腾，满足了消费者场景化需求。

全面推进数字化转型

我们以信息化数字化智能化转型为抓手，加快提升产业链的现代化水平，打造企业可持续发展新动能。从行业率先推出私人定制到打造智慧供应链，青岛啤酒正积极放大“链主”担当，带动产业链上下游的智能化、绿色化转型，加速推进关键领域的“整体性跨越”，不断夯实现代化产业体系的基底，满足消费者特色化、定制化需求。2022 年，我们以打造“灯塔工厂”样本，引领制造业生产方式的转型升级，青岛啤酒智慧产业园 120 万千升、枣庄 60 万千升啤酒生产基地、西安搬迁新建 60 万千升等项目相继投产，打造先进制造业集群，实现产业链的深度融合。以数字化转型为基础，提炼了“基于数字化端到端解码的魅力感知质量管理模式”，推动青岛啤酒质量管理迈入新时代。

2023 年是青岛啤酒 120 周年华诞，面向未来，我们将以更加坚定的战略自信，踔厉奋发的精神风貌，敢打敢拼的苦干实干，勇毅前行、续写华章。坚定不移推动高质量发展，坚定不移坚持创新驱动，坚定不移推进数字化转型，坚定不移优化产品结构，坚定不移推动绿色发展，以“成为拥有全球影响力品牌的世界一流企业”愿景，实现对社会价值的持续贡献，为生活创造快乐！

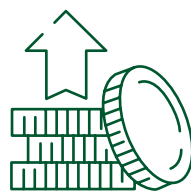
青岛啤酒股份有限公司
总裁



可持续发展指标



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 26 年现金分红

103.93 亿元

销售量

807.24 万千升

归属于母公司股东的净利润

37.11 亿元

营业收入

321.72 亿元

每股收益

2.736 元

每股社会贡献值

10.823 元

环境责任



2022 年公司新增 6 家国家
级绿色工厂，累计达

14 家

可再生能源电力使用量占
总用电量的比例为 62%，
较 2021 年提高

45 个百分点

啤酒生产单位产品耗水量
较 2021 年降低

6%

温室气体排放总量（范围 1+2）
较 2021 年降低

8%

啤酒生产单位产品综合能耗
较 2021 年降低

9%

二氧化硫（SO₂）
较 2021 年降低

55%

氮氧化物（NO_x）
较 2021 年降低

36%

社会责任



员工培训

覆盖率为

100%

员工培训总时长

1,623,604.70
(人·时)

全公司人均培训 51.2 课时，
同比增长 30.6%

员工关爱基金

收到捐款

83.89 万元

救助 24 位重大疾病的员
工，累计支出

109 余万元

支持教育事业

“青岛啤酒 - 青岛大学”
奖学金累计捐助学生

1,888 名

支持残疾人事业

累计进行残疾人事业捐助

226 万元

公益捐赠

捐款

374 万元

捐物折合人民币约

252 余万元



关于我们

公司简介

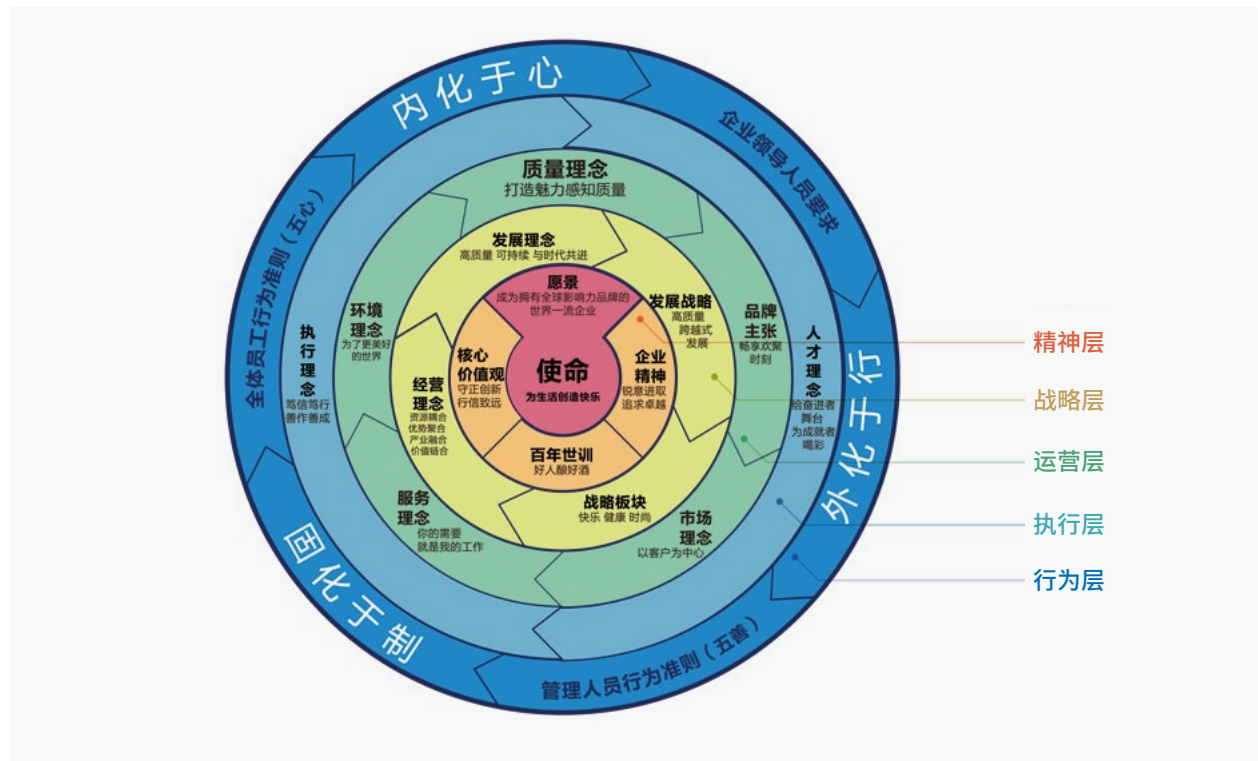
青岛啤酒股份有限公司（以下简称“青岛啤酒”）的前身是 1903 年 8 月由德国商人和英国商人合资在青岛创建的日耳曼啤酒公司青岛股份公司，它是中国历史悠久的啤酒制造厂商。1993 年，青岛啤酒先后在香港、上海上市，成为中国首家在两地同时上市的公司。目前品牌价值 2,182.25 亿元，连续 19 年居中国啤酒行业首位，位列世界品牌 500 强。

截至 2022 年底，青岛啤酒在全国 20 个省、自治区、直辖市拥有 57 家全资和控股的啤酒生产企业，及 2 家联营及合营啤酒生产企业，规模和市场份额居国内啤酒行业领先地位。目前，青岛啤酒远销全球 100 多个国家。

2021 年庆祝中国共产党成立 100 周年之际，青岛啤酒公司党委获“全国先进基层党组织”。继成为 2008 年北京奥运会官方赞助商之后，青岛啤酒再度携手奥运，成为北京 2022 年冬奥会官方赞助商。2021 年 3 月，青岛啤酒厂获评全球首家啤酒饮料行业工业互联网“灯塔工厂”。

2022 年入选国务院国资委《国资国企社会责任蓝皮书（2022）》案例；2022 企业 ESG 杰出社会责任实践案例；获评“国有企业公司治理示范企业”；2022 年中国改革与发展优秀成果一等奖；第十九届人民匠心奖·匠心品牌奖；十七度上榜“最受赞赏的中国公司”，十九度荣膺“中国受尊敬企业”。

青岛啤酒企业文化战略图



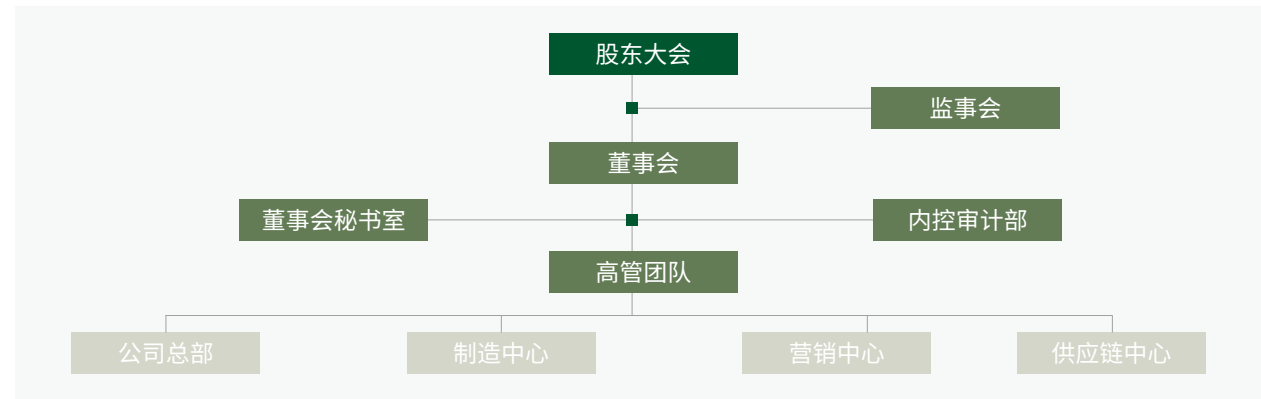
公司治理

公司自上市以来，积极探索和实施与国际接轨的公司治理结构，致力于治理结构的规范运行，及时、准确披露公司经营状况和重大事项等信息。截至 2022 年 12 月 31 日，青岛啤酒股份有限公司第十届董事会共有董事 9 人，其中执行董事 4 人、独立董事 5 人；第十届监事会共有监事 5 人，其中股东监事 2 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、市场营销等方面的专业经验。

公司董事会于 2021 年 6 月修订了下设战略与投资委员会的工作细则，由其代表董事会对公司 ESG 相关事宜进行全面监督并履行相关 ESG 管治职责。

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，稳步扎实地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。2022 年，公司继续召开业绩说明会，公司董事长、财务总监及董事会秘书等主要高管人员参与公司重大投资者交流活动，与投资者进行沟通，以数字化方式提升投资者关系管理。同时，继续加强和境内外投资者的日常电话会议沟通交流；积极响应参加辖区上市公司投资者教育和保护集体活动。



获得的资本市场荣誉



- 1 月 27 日，入选由国务院国资委办公厅印发的国有企业公司治理示范企业名单
- 6 月，荣登中国上市公司协会“上市公司真诚回报榜单”
- 8 月 19 日，连续九年荣获上海证券交易所信息披露评价最高等级 A 级，这也是公司自上交所开展此类评价以来连续九年获此殊荣
- 10 月 31 日，荣登中国上市公司协会“上市公司监事会卓有成效榜”，并入选《上市公司监事会最佳实践优秀案例》，同时也是公司继 2016 年后第二次获得该项殊荣
- 12 月 16 日，由中国上市公司协会主办的“2022 上市公司董办最佳实践”评选结果正式揭晓。青岛啤酒凭借优异表现从 A 股超 5,000 家上市公司中脱颖而出，继去年获奖后，再次荣获此项殊荣



合规稳健运营

风险控制与管理

健全的风险防控体系是企业长期稳定经营的基本保障。青岛啤酒坚持以强化风险管理为主要手段，将风险管理融入到核心管理和业务中，建立“三位一体”风险管理体系¹，推动公司各层面风险管理水平的不断提高。

2022 年，我们在原有风险管理体系的基础之上，建立常态化的风险评估机制，组织开展公司层面风险和核心业

务领域风险评估工作，识别和防范重大风险，助力公司高质量跨越式发展。

此外，青岛啤酒持续完善内部控制体系，组织开展内部控制体系评价，并建立“公司独立评价 - 总部职能部门内控自我评价 - 业务单位内控自我评价”的三级评价体系，合理保证公司内控体系的有效运行。

商业道德与合规

青岛啤酒恪守商业道德、重视合规管理，严格遵守《中华人民共和国反洗钱法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等相关法律法规，完善廉政工作责任制，实现反腐倡廉与业务工作的共同落实，确保公司运营的廉洁高效。2022 年，青岛啤酒没有因贿赂、勒索、欺诈和洗黑钱的重大影响而产生的违法违规案件。

为进一步保障公司合规经营，青岛啤酒定期对反腐败工作情况监管，设立起架构分明、职责清晰的监管机制，确保公司反腐败、反舞弊、反欺诈工作有效落实。我们

通过开展监督检查、合规审查、专项审计、责任追究等工作，防范化解合规风险。此外，我们积极畅通举报渠道，设立公开检举电话、邮箱，并由专责部门专人负责受理处置检举控告。

青岛啤酒通过公司内部 KM 平台系统开展覆盖全体员工的廉洁教育宣贯活动，全面提高员工廉洁自律、遵纪守法意识，确保员工正确履行岗位职责。2022 年，公司对 1,496 名关键岗位人员开展了定制化警示教育，对 6,899 人开展了廉洁风险防控谈话，对 536 名中层领导人员开展了清廉建设述责述廉。

知识产权保护

青岛啤酒严格遵守《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》等法律法规，制定《知识产权管理制度》等内部制度，规范公司商标、专利、著作权等知识产权的确权、维护与使用，并避免侵

犯他人的知识产权，为公司高质量创新发展提供保障。2022 年，青岛啤酒被认定为国家知识产权示范企业。

环境、社会及管治管理

董事会 ESG 声明

青岛啤酒高度认同环境、社会及管治 (ESG) 对公司长久稳健经营的重要性。本公司及董事会遵循中国证监会《上市公司治理准则》及香港联交所《企业管治守则》《环境、社会及管治报告指引》的各项要求，构建了职权清晰、分层管理、权责明确的“决策层 - 监督层 - 执行层”三级 ESG 管治架构，持续加强董事会在公司 ESG 事务中的监督与参与力度，积极主动将 ESG 融入公司发展战略、重大决策与生产经营，建立了有效的 ESG 管理机制和治理机制。

决策层：董事会设立战略与投资委员会，对公司环境、社会和公司治理相关政策和策略进行审阅，确保其符合法律、法规和标准；对公司的环境、社会和公司治理相关风险及机遇进行评估和梳理；审查公司环境、社会和公司治理及内部监控系统，就其适当性和有效性向董事会提出建议；对公司环境、社会和公司治理相关工作的目标和实施情况进行审查和监督，评估工作情况；审阅公司对外披露的环境、社会及管治报告；对公司环境、社会和公司治理管理愿景、目标及策略的制定进行指导。

监督层：青岛啤酒成立环境、社会和公司治理工作领导小组，制定公司的 ESG 管理整体规划、制度、方针、策略及目标；根据整体 ESG 策略和方向研究具体工作；识别 ESG 风险，并进行内外部重要性评估等工作；制定 ESG

工作计划并设定工作目标，统筹、协调与指导 ESG 相关职能部门设定关键绩效指标并持续优化；辨识 ESG 相关数据来源，并制定日后收集有关数据的管理政策等；统筹、协调与指导 ESG 相关职能部门共同推进工作的有效落地；及 ESG 报告整体编制和其他相关工作。

执行层：青岛啤酒 ESG 工作领导小组下设涵盖各部门、各单位的环境、社会和公司治理三个专项工作组，负责公司整体的环境、社会和公司治理领域目标和关键绩效指标；根据目标和关键绩效指标确定举措并开展相关工作，持续优化；对相关工作进行定期回顾和反馈；负责收集、整理外界环境、社会和公司治理等相关信息，并对实际工作的开展提供建议。

¹ “三位一体”风险管理体系，即统一的风险管理文化和语言、统一的风险管理制度和流程、统一的风险管理队伍。

利益相关方沟通

青岛啤酒开展了多种形式的内外部利益相关方沟通，以了解他们对环境、社会及管治相关议题的意见。青岛啤酒核心利益相关方涵盖消费者、环境、股东、员工、商业合作伙伴、社区和 NGO、政府，通过了解他们对青岛啤酒可持续发展的期望与反馈，从而提升企业可持续发展的能力，助力高质量发展。

利益相关方	我们的责任	沟通方式
 消费者	提供安全的、高品质产品 多元化的产品选择 优质、完善的客户服务	产品标签 媒体传播 互动活动 服务热线 公司网站 电商平台 沉浸式体验
 环境	生态环境保护 绿色低碳 发展循环经济	信息公开 环境信息沟通平台 公益环保宣传
 股东	稳健合规运营 资产保值增值 提供合理可持续的回报 重大事项信息及时披露	企业年报和公告 股东大会或专项会议 路演交流活动 公司官方网站及交易所信息平台
 员工	提供安全健康工作场所 提供完善的工资与福利保障 搭建职业发展平台 关注员工工作与生活	安全健康管理 职工代表大会 培训交流、技能大赛 邮件沟通、走访、慰问、合理化建议
 商业合作伙伴	互利共赢 共同成长	供应商大会、经销商大会 帮扶、培训 信息及时分享、沟通
 社区和 NGO	积极参与公益慈善活动 助力社区发展	交流会 社交媒体 现场参观 公司网站 公益活动
 政府	合规运营 依法纳税 贡献地方经济发展 解决就业	政策咨询 专题汇报 信息披露



重要议题识别

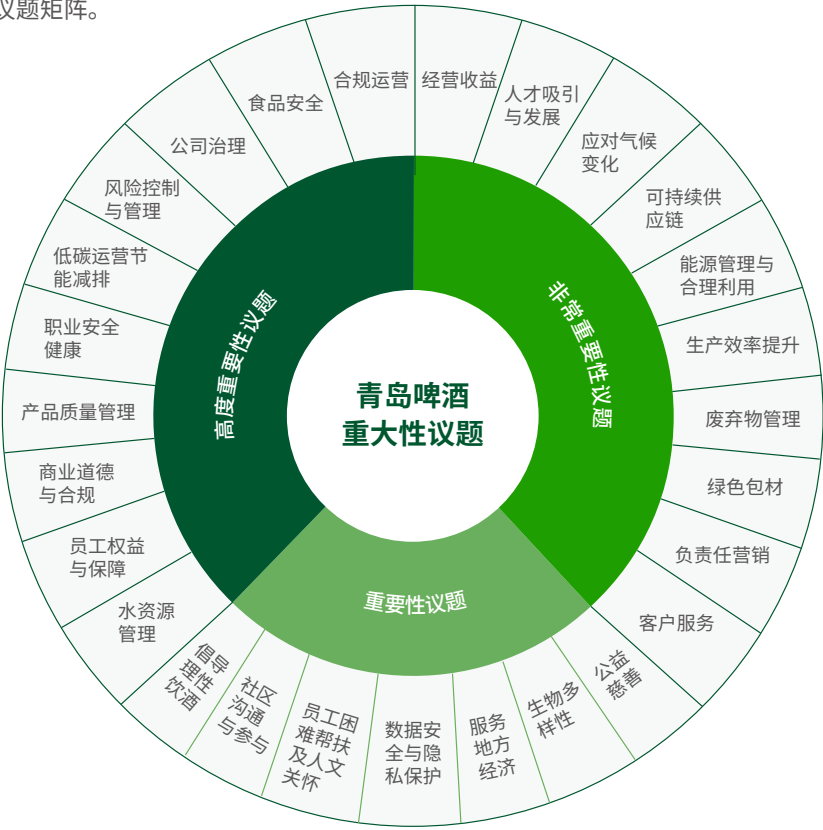
重要性原则：

青岛啤酒通过与各类利益相关方不同形式的沟通与交流，了解内外部利益相关方对 ESG 议题的重视程度，绘制出青岛啤酒 ESG 重大性议题列表。

我们定期结合外部发展趋势及自身业务运营特点,进一步审阅重大性议题内容，按照议题披露程度与边界，确保重大性议题的时效性与合理性，绘制出青岛啤酒 2022 年 ESG 重大议题矩阵。

环境、社会及管治议题筛选流程

议题来源	筛选标准
公司管理层建议 内外部专家分析建议 多媒体信息分析 同业对标研究 ESG 相关标准、指南	对可持续发展的贡献 利益相关方普遍关注 ESG 相关指南重要议题准则 符合公司战略发展需要



量化原则：

青岛啤酒建立了覆盖总部、各生产工厂的标准化 ESG 指标管理工具，对包括 ESG 报告指引中所有“环境”范畴及部分“社会”范畴的量化关键披露指标进行定期统计，并于年内进行汇总，最终形成本报告对外披露。ESG 量化数据详见本报告各章节。

一致性原则：

本报告相对往年可持续发展报告使用一致的披露统计方法,并进一步细化部分联交所 ESG 报告指引对应披露类别。ESG 多年对比数据详见本报告各章节。

01 119年 只为酿造好啤酒

青岛啤酒以“为生活创造快乐”为使命，将“打造魅力感知质量”作为质量理念，以消费者为中心，敏锐把握消费趋势，持续激发创新动力，优化服务体系，以高品质、差异化的产品组合满足消费者个性化、多元化、多层次的需求。

- 魅力感知质量
- 食品安全与质量控制
- 过程管理



“基于数字化端到端
解码的魅力感知质量”管理模式



6 大精准解码传递

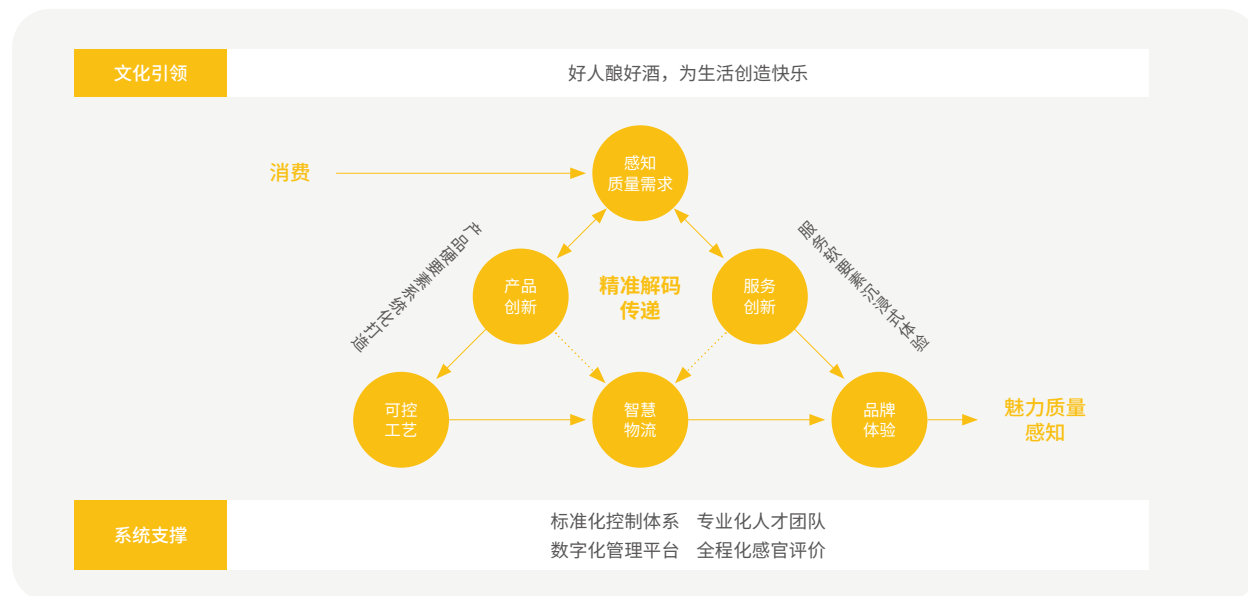


1,800 多个质量检测点



魅力感知质量

百年匠心熔铸质量之魂。在消费者主权的时代，青岛啤酒持续关注消费者的“基本需求”与“变化需求”上，不断挖掘“潜在需求”，在实践中应运而生“基于数字化端到端解码的魅力感知质量”管理模式。



“基于数字化端到端解码的魅力感知质量”管理模式

公司从“产品硬要素系统化打造”与“服务软要素沉浸式体验”两条路径出发，不断丰富和深化质量内涵，建立“感知质量需求、产品创新、可控工艺、服务创新、智慧物流、品牌体验”六大端到端的精准解码传递，为消费者提供高品质产品与服务。

精准需求解码

我们独创消费者需求五渠道调研法，依托海量消费者大数据库，实现由消费者“素描画像”到“精准画像”的变革

精准工艺解码

我们利用多项关键技术，设计新产品的原料配方、工艺参数，搭建从“产品指标”到“工艺标准”的解码矩阵

精准物流解码

我们的“智慧物流”连接产品到舌尖，完好达、及时达、新鲜达

精准产品解码

我们实现 9 大类、79 个产品系列精彩纷呈，从“有一瓶”到“有一套”，满足消费者多元化需求，不断打破啤酒高端产品的“天花板”

精准服务解码

我们推出私人定制服务，满足消费者个性化需求

精准体验解码

我们拥有遍及全国的 200 多家 TSINGTAO1903 青岛啤酒吧，每年 50 多场青岛啤酒节，从而不断创新沉浸式品牌体验新模式，满足消费者场景化需求



第 44 届“提高质量纪念日”主题活动

2022 年 4 月，以“打造魅力感知质量 匠心智造美好生活”为主题的青岛啤酒第 44 届“提高质量纪念日”主题活动举行，“百年青啤匠心文化节”暨“匠心圆梦 技能成才”2022 年系列主题活动同步启动，活动现场发布了青岛啤酒打造魅力感知质量 2022 年“十大攻坚行动”。对青岛啤酒而言，企业是魅力质量的生产者，消费者则是魅力质量的感知者和评价者。青岛啤酒质量理念正从“以产品为中心的质量”向“与消费者互动的感知质量”转变，从研发、采购、生产、物流、品牌、销售、服务、场景营造等各环节全链条同步实现魅力感知质量。

活动上一批荣获齐鲁工匠、青岛大工匠、青岛工匠称号，备受社会赞誉的高技能人才代表及从 11 个工种、2.5 万人中脱颖而出的第八届技能大赛冠军获

得隆重表彰，旨在让“匠心圆梦、技能成才”的鲜明导向砥砺产业工人的精湛技艺，筑牢百年青啤高质量发展发展的技能根基。



青岛啤酒第 44 届“提高质量纪念日”活动开幕现场



青岛啤酒两人获“中国酿酒大师”称号

2023 年 3 月 1 日，代表中国酿酒行业人才最高荣誉的第三届“中国酿酒大师”颁证大会在北京酿酒大师艺术馆隆重举行。啤酒行业“中国酿酒大师”，青岛啤酒独占两席，公司副总裁兼制造总裁、总酿酒师徐楠，研发中心主任尹花荣获“中国酿酒大师”称号，是行业唯一两人入选的中国啤酒企业。

“中国酿酒大师”评选由中国轻工业联合会和中国酒业协会主办，是为推动酿酒事业发展和人才队伍建设而设立的行业人才最高荣誉。“中国酿酒大师”是酿酒技艺传承发展的顶级技艺代表，是工匠精神的缔造者、传承者、引领者。长期以来，中国酿酒

大师工作在生产一线，为推动产业转型升级，推动酿酒行业高质量发展贡献了积极的力量。



中国酿酒大师证书



食品安全与质量控制

青岛啤酒严格遵守《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》《中华人民共和国产品质量法》《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》《食品召回管理办法》等法律法规，遵循《GB14881 食品安全国家标准食品生产通用卫生规范》《GB5749 生活饮用水卫生标准》《GB4927 啤酒》等国家食品安全标准要求，通过青岛啤酒食品安全信息监控平台追踪法律法规与标准变化，不断完善涵盖 GMP、生产过程危害分析、食品安全防护管理等 30 余项产品管理流程。

我们以质量控制六统一原则为核心，建立覆盖产品全周期的质量控制程序，建立完善的质量控制体系，将精益求精的态度贯穿于产品寻源、生产、销售等各环节，为消费者提供匠心酿造的产品。

2022 年，我们共落实食品安全政策法规 3 项、完善食品安全指标 144 项、食品安全热点事项 3 项。



青岛啤酒质量控制六统一原则

2022 年青岛啤酒产品质量绩效：

- ◆ 共对 2,406 批次产品及物料开展食品安全监控，7,025 批次产品及物料开展质量安全监控，全部产品均通过检验
- ◆ 共接收外部监管机构查核工厂 54 次，抽样 301 批次产品，食品安全和质量安全合格率均达到 100%，未发现食品安全事故与不合格国标项目
- ◆ 制定《青啤公司食品安全事故应急预案》《产品撤回管理流程》等内部管理制度，及时、有效撤回存在安全隐患的产品，2022 年未发生产品召回事件

青岛啤酒严格把控产品质量，结合 HACCP、TACCP、VACCP 等先进的食品安全管理体系，建立了从源头物料、生产过程及物流销售等覆盖产品全生命周期的食品安全管理体系。我们把食品安全控制纳入到战略管理和质量

控制的首位，对标国际食品安全标准实施管控，建立完善的责任追究制度，强调事先预防，落实食品安全主体责任，实现食品安全的闭环式控制过程。



过程管理

青岛啤酒建立标准化的质量管理体系与模式，从原料、生产、物流、终端等各环节建立健全质量监控体系，实施产品全过程严格把关，构筑产品质量与食品安全的防线。

精选优质的原料

精选优质的原料，是青岛啤酒质量管控的第一步。我们严格筛选原辅料供应商，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，

切实把好质量第一道关。此外，我们对酿造水、酵母、大麦、大米等原料设置严格的筛选标准与处理程序，全面保障原料的安全与品质。

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查核；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

1,800 多个质量检测点

我们依据《酿造辅助材料及加工助剂最低检验频次》《青岛啤酒理化分析最低检验频次》等质量管理文件，规范半成品与成品内控标准与质量检测流程，截至 2022 年底，已建立检验标准化操作规程 377 项。为保证所有产品符合质量标准，我们建立食品安全监测平台，设置 1,800 多个质量检测项目，应用 ERP 质量数据系统，对产品进行危害分析与风险评估，并对关键控制点进行严格管控，对产品原辅料、半成品与成品以及出厂产品逐批检验。

此外，我们建立智慧管理系统，实现生产全链条数据可视化，以便于对各工厂生产流程的统一管理，并设置专员对关键事项工厂进行现场监控，保障全部出厂产品符合质量标准。

在对产品实行严格的内部质量检验的基础上，青岛啤酒于行业率先实施市场产品第三方独立抽样检测制度，对市场产品进行全覆盖监控，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。

贯穿始终的品评把控

青岛啤酒致力于为消费者提供口味与风味俱佳的产品。经过多年的累积与发展，我们建立了贯穿啤酒酿造全过程的三级品评体系，构建了行业一流的品评团队，不断

完善品评标准，将所有与酒液直接接触的材料，包括啤酒瓶盖垫片、刷瓶水等全部纳入品评范围。



为进一步了解消费者对青岛啤酒品质的评价，我们建立了魅力感知质量品鉴标准。2022 年，我们举办现场品鉴会、线上课堂、直播视频等活动，了解消费者对公司产品

品的喜好度及评价，推进产品的市场认知，为青岛啤酒魅力质量提升提供建议与方向。

青岛啤酒品评 团队建设：

我们应用数字化手段，自主研发品评技能培训测评系统，精准发掘品评人才，构建行业一流的品评团队。为进一步提升品评团队专业能力，2022 年，我们共对 3,000 余名厂级评委、一线评委进行专业培训



中国啤酒品评最高赛事青岛啤酒再夺第一

2022 年，青岛啤酒品评团队参与中国啤酒品评最高赛事——第四届全国啤酒品酒职业技能竞赛，获得优异的成绩，摘得冠军及季军殊荣。

- ◆ 多位团队成员荣获“全国技术能手”“全国轻工行业技术能手”“全国酿酒行业技术能手”荣誉称号；
- ◆ 9 人晋升国家评委，截至目前，公司共有国家级啤酒品评委员 51 人，居行业领先地位。



青岛啤酒参与第四届全国啤酒品酒职业技能竞赛

规范严苛的包装

青岛啤酒严格遵循《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国商标法实施条例》等法律法规，标注产品信息符合《预包装食品标签通则》《GB4927 啤酒》等国家标准，品牌广告宣传物设计执行《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》

的要求，持续完善外包装评价体系，并对包装工艺设置相应的绩效考核指标，严格把控产品外包装质量。针对新上市产品，公司制定《全新产品开发及上市管理流程》等内部制度，对产品包装形象及推广物料设计文件进行法律审查；对于市场拆解进行的二次包装产品，公司制

定了《二次包装产品管理规定》，对物料商标、标识、广告语、外观设计、形式及包装质量等都有明确的监督和管控。对合作的经销商，我们进行资格审查，对

经销商仓库产品外包装质量进行现场查核，对包装质量不符合规范的产品进行处理，以保障产品销售环节的服务规范。

智慧、绿色物流

公司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，实现对消费者需求的掌握和预测，持续打造可覆盖所有消费者的仓储配送体系：建立供应链信息业务中台与移动端订单平台，实现数据集成管理、业务链条订单的可视化及信息共享，实现区域的产、供、销一体化管理；借助配送网络，整合资源，提高物流资源利用效率、城市配送服务质量，减少货车尾气排放、降低城市交通拥堵。2022 年，我们进一步完善《需求计划提报管理流程》等内部管理文件，加强对计划、分仓

的数据分析；持续推进产品赋码，实现产品从生产端到客户端的全程轨迹查询。

2022 年公司继续加大清洁能源车辆使用，采用 LNG 新能源车辆、纯电动厢式货车等运输；调整运输方式，使用带板运输，推动自动化装卸和仓库标准化管理，降低下游运输成本，提升运输效率，2022 年全国带板运输率达到 92%。

完善的服务体系

青岛啤酒关注消费者需求，不断深挖与分析消费者未来需求趋势，以“服务软要素沉浸式体验”入手，致力于为消费者提供多元的服务模式与极致的服务体验。

在持续提供多元服务的基础上，我们不断提升客户服务水平。基于“你的需要就是我们的工作”的理念，我们制定《客户服务管理流程》，建立客户服务中心、一线业务单位、经销商大客户三级客服网络，及时全面地了解客户诉求，一体化管理消费者服务、投诉处理等事宜，全面提升客户服务水平。

我们积极聆听消费者的声音，设置 400 及 800 客户服务热线，并应用信息管理系统，打造“智慧客服”“客服信息反馈端”“满意度调研问卷”等小程序，建立了便捷的沟通渠道。

为及时响应消费者诉求，我们要求客服人员在接收信息 20 分钟内联系客户并全流程跟踪处理投诉事件。同时，我们定期整理与分析客户服务数据，将发现的问题及时反馈至生产、销售等部门，有效预防相关事件的发生。

2022 年 9 月公司为全面实现客户服务工作的一体化管理，及时有效地处理市场各类投诉，提高投诉处结率，更新《客户服务管理流程》。全年公司受理产品与服务类投诉 3,974 起，投诉处结率超 99%。

为进一步了解消费者的心声，青岛啤酒定期开展产品与服务质量客户满意度调研。根据调查结果，我们提出相应问题的解决方案，以提升客户服务能力。2022 年，公司通过调研问卷形式开展市场服务客户满意度调查，客户满意度高达 100%。

在信息化飞速发展的时代，青岛啤酒高度重视对客户隐私的管理与保护。我们严格遵守《中华人民共和国数据安全法》，制定并不断完善《青岛啤酒保密制度》，规范市场信息数据的存储、传递与使用。为强化涉及客户隐私工作人员的信息安全意识与责任，我们在劳动合同中特别约定保密条款，以避免市场信息的泄露与丢失。报告期内，青岛啤酒未发生侵犯客户隐私以及窃取、外泄或丢失客户资料信息事件。



科技研发

青岛啤酒科研开发中心瞄准国际高技术前沿、针对消费者需求的痛点和行业发展中的难点开展研究，持续解决制约啤酒工业发展的关键技术难题。通过独创的风味图

谱技术，对消费者需求的“解码”实现了从“素描画像”到“精准画像”的深刻转变。

青岛啤酒雄厚的研发实力

- 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
- 具有自主知识产权的六大核心技术、百余项外围技术
- 三获国家科技进步二等奖
- 近年来积极参与国家、行业、团体标准的制定、修订工作，先后参与制定了国际标准 1 项、国家标准 11 项、行业标准 3 项、团体标准 18 项
- 2022 年申请国家发明专利 22 项、国家实用新型专利 6 项；授权国际发明专利 1 项、国家发明专利 21 项、国家实用新型专利 3 项、3 项关键技术评价为国际领先
- 荣获 2021 年度中国酒业协会科学技术一等奖、2022 年山东省科技进步二等奖、青岛市科技进步一等奖等多项荣誉
- 2022 年，研发新产品上市 31 款、储备产品 19 款



智能制造

青岛啤酒全力推进数智化转型，加快推进新旧动能转换，2022 年青岛啤酒智慧产业园 120 万千升项目、枣庄 60 万千升啤酒生产基地项目、西安搬迁新建 60 万千升啤酒项目等相继投产，加快实施一系列数字化、绿色化转型，其中包括国内酒类行业高度最高的智能化立体仓库、智能包材库、智能视觉识别系统等新项目，正带动公司生产装备水平实现跃升，高端产品供应能力、系统生产效率显著增强。

通过数字技术与生产制造融合，120 岁的青岛啤酒厂成品出库效率提高了 50%，生产效率同比提升 20%—30%。青岛啤酒平度智慧产业园，作为“链主”企业，正带动玻璃瓶、易拉罐、纸箱等上下游产业链转型升级，增强产业链集聚度，目前已成为全球最大最全的啤酒产

业集群，先后助力平度市引进 11 家产业链配套企业，本地产业链配套率达到 80%，形成了更加灵活、更具韧性的产业生态体系。



青岛啤酒智慧产业园



青岛啤酒建立首个智能立体化仓库

2022 年，青岛啤酒厂建立国内酒类行业高度最高的智能化无人立体仓库，并进入运营使用。该智能化立体仓库共有货位数 3,480 个，库容 50 余万箱，通过应用智能管理系统，可及时、准确地了解储存数据，大大提升了产品运转效率与管理效率，让工厂产品新鲜度管理再上新台阶，也为公司数字化转型升级树立了典范。



青岛啤酒智能立体化仓库



枣庄公司实现全数字化过程控制

青岛啤酒枣庄公司智能制造数字化建设项目，采用先进的物联网、智能传感、5G 通讯等技术，依托工业互联网平台构架大数据系统，综合运用自动数据采集与集成、多种分析模型与优化技术，全面实现工厂自动化、信息化、网络化的智能管理与控制，工厂的计划、生产、质量、效率、能源等关键指标自动收集、存储、分析，从原料进厂到包装成品出厂实现全数字化控制。



青岛啤酒枣庄公司外景



产品创新

一世传奇

青岛啤酒一世传奇是青岛啤酒超高端艺术典藏新品。突破了传统啤酒的酒度、风味及储藏时间，是集啤酒、威士忌、葡萄酒、香槟各家之所长于一体的艺术酿造集大成之作。传承百年青啤酿造工艺，融汇北美经典威士忌过桶酿法与欧洲古典葡萄酒窖藏方式；丝滑醇厚的神秘琥珀红酒液，入口立体丰富。开启时，绽放出如香槟般灿然的礼花泡沫，氛围感十足，仪式感满满。

一世传奇



老青岛

虎年春节前夕，青岛啤酒上市“老青岛”产品，以老字体与旧元素勾勒时代缩影，满足消费者怀旧心理，重温旧日时光。在包装上，我们高度还原旧时产品，包括使用标志性建筑回澜阁，复刻原版瓶身“青岛啤酒”字体，并采用相同的啤酒瓶容量。在口味上，我们保留老版青岛啤酒的特色，原麦汁浓度 12°，受到各年龄阶段消费者的喜爱。

老青岛



纯生

青岛纯生，鲜活人生。青岛纯生精选国内外优质大麦，采用国际领先的纯净化酿造，无菌膜过滤技术，麦香优雅，色泽金黄剔透，酒体柔和纯净，口感顺滑，富含活性酶，营养丰富，充分展示产品“鲜、活、净”的特点。2022 年，青岛纯生鲜活升级，叶子标现代演绎与新元素的结合，赋予品牌更年轻化形象。

纯生



樱花主题白啤



原浆



青岛啤酒樱花主题白啤

作为一款遵循上发酵古法精酿而成的艾尔啤酒，青岛啤酒白啤 100% 甄选品质上乘的大麦芽、小麦芽为原料，未经过滤，酒体浓厚，含有酵母，呈现自然微白、朦胧浑浊的独有云雾状外观，入口顺滑、丰满细腻，浓醇的麦芽香甜中伴有突出的花香和果香，第一口就与众不同。2022 年，青岛啤酒白啤樱花主题产品浪漫上市，与消费者共同探寻生活美学，感受春日气息。

原浆

让更多的啤酒爱好者品尝以往只有酿酒师才能喝到的啤酒，是我们创造青岛啤酒原浆的初衷。我们坚持传统酿造工艺，遵守“三不”原则。不过滤，酒体自然浑浊；不稀释，麦香更加醇厚；不灭菌，保留酵母活性，口感尽显鲜活，成就艺术大师品鉴级的原浆啤酒。在包装上，我们采用国际专利铝瓶，尽显青岛啤酒特色。

崂山霸福

2022 年 6 月，青岛啤酒旗下崂山啤酒新品——崂山霸福上市。为迎合年轻消费者的喜好，我们从酿造工艺、外观设计两方面着手进行创新。在酿造工艺方面，我们将丁香花、橙子、柑橘风味与芫荽风味进行融合，口感鲜活；在包装设计上，我们以蓝色为主基调，加入“绷带”的街头元素，并配置便捷灵活的拉环盖，深受年轻人喜爱。

青岛啤酒再次问鼎“世界啤酒锦标赛”

2022 年，在“世界啤酒锦标赛”中，青岛啤酒 0.0% 无醇啤酒、海神 IPA、琥珀拉格征服评委味蕾，荣获 2022 年度世界啤酒锦标赛金奖；百年之旅、11°P 白啤、白啤玫瑰红荣获银奖。

青岛啤酒多款啤酒荣获世界啤酒锦标赛奖项





打造沉浸式消费体验

青岛啤酒将产品与多元生活场景相融，聚焦于沉浸式服务体验与数字化营销领域，我们通过构建新兴时尚啤酒消费空间、举办啤酒节等形式，为消费者提供全场景的沉浸式品牌体验空间，满足消费者场景化需求。



青岛啤酒·时光海岸精酿啤酒花园外景图

青岛啤酒·时光海岸精酿啤酒花园开业

2022 年，全球首创、规模最大、业态最全、体验最丰富的沉浸式啤酒与消费生活体验中心青岛啤酒·时光海岸精酿啤酒花园在青岛西海岸啤酒城开业。消费者不仅可以直接感受一流的精酿生产设备和酿造过程，近距离触摸精酿的全生命周期，还可以品尝酒体深沉、麦香浓郁的小麦博客，色如琥珀、个性鲜明的藤椒赛松，厚重酒液、口感丝滑的牛奶世涛等 8 大系列、24 款风味各异的特色精酿。此外除 1903 精酿工坊，青岛啤酒·时光海岸精酿啤酒花园还汇聚度假酒店、威士忌俱乐部、啤酒 SPA、创意烘焙、婚恋服务等时尚业态，将精酿啤酒生产、品鉴、美食、娱乐、演艺、互动、体验、NPC、自助打酒、旅游、婚庆、时尚 IP 等融为一体，让消费沉浸更“深一度”。

同赴冰雪之约 青岛啤酒亮相北京冬奥会

2022 年，在全球瞩目的北京冬奥会上，青岛啤酒 5 款独具中国魅力的产品齐齐亮相，成为首选的赛间休息或庆功用酒，展示中国品牌的魅力。作为享誉世界的中国品牌，青岛啤酒充分发挥啤酒企业在产品、市场品牌等方面的独特优势，将啤酒的激情与体育的激情完美结合，吸引广大民众参与冰雪运动，助力实现北京冬奥会“纯洁的冰雪，激情的约会”的愿景。



青岛啤酒冬奥系列产品

激情畅饮 飘香全国 50 余城

2022 年夏季，青岛啤酒节在全国 53 地联动接力，青岛“活力崂山”啤酒嘉年华、市南首届上街里啤酒节、莱西青岛啤酒节、市北区青岛啤酒街开街、即墨城堡酒店复古嘉年华等多个啤酒主题业态，为消费者带来了不同风格的啤酒狂欢；澳门青岛双城啤酒文化节、首届高铁青岛啤酒节、定西·廊坊·随州、大连、营口、鞍山、章丘、菏泽、济宁、烟台、运城、临汾、大同等青岛啤酒节会场、TSINGTAO1903 青岛啤酒吧……啤酒所带来的激情与快乐在一座座城市间传递，真正做到全方位体验、全城联动、全民狂欢。



消费者体验青岛啤酒节所带来的快乐感受



第三届青岛啤酒球迷大会开幕现场



消费者参与“青岛白啤生活家营地”活动

在体育、音乐中尽情释放自我，房车巡展感受不一样的生活家营地

2022 年，青岛啤酒继续与体育、音乐同行，带领球迷打卡狂欢，让喷涌的啤酒花激活球迷舌尖上的畅快，感受不一样的看球乐趣；我们将啤酒与音乐艺术联结，在三亚国际音乐节、草莓音乐节、电音节、尖叫之夜等音乐活动现场，打造以“因乐而生”为主题的沉浸式消费体验场景，将鲜活、青春、愉悦感传递给消费者；我们举办“青岛啤酒一世传奇艺术之夜交响专场音乐会”，为观众带来一场融合中西方风格，宏大瑰丽的音乐盛宴。

2022 年，青岛啤酒在青岛、西安、哈尔滨、长沙、南京、厦门等全国 10 余座城市打造“白啤生活家营地”房车巡展活动，定制房车、自助休息区、旅行故事角、斟享市集等精致的沉浸式体验场景组成的“白啤生活家营地”，让众多的消费者在繁华的城市中静静品味浪漫精致的休闲时光。

02 为了更美好的世界

青岛啤酒坚定不移地将环境保护、低碳管理、循环经济作为公司发展战略。我们以“做啤酒行业绿色发展的楷模”为环保愿景，紧扣“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”的环保使命，不断完善环境管理体系建设，高度重视资源的合理利用，用精益管理打造领先工厂，积极应对气候变化，力求实现生产效益与生态文明平衡共进。

- 可持续用水
- 气候行动
- 包装与废弃物
- 绿色运营



2022年公司新增6家国家级绿色工厂，累计达

14 家



实现单位产品综合能耗较2019年降低

29%



全公司可再生能源电力使用量
占总用电量的比例为

62%



温室气体排放总量（范围 1+2）较
2019 年下降

20%



青岛啤酒严格遵守《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》等法律法规，不断加大环境管理力度，对内部各项环境管理制度进行及时的更新换代，全方位指导下属工厂合法、合规运行。此外，我们基于行业发展规划及自身运营战略，持续修订年度环境目标，完善环保工作方针，并积极开展覆盖全公司范围内的管理风险系统排查，推进落实环保目标责任制和考核机制，有效提升公司环境管理的全局性和统一性。

我们依托于取得环境管理体系 ISO 14001 认证来不断推进公司环境管理体系建设，并通过年度监督审核保证其认证的时效性。截至 2022 年底，累计 55 家下属工厂获得 ISO 14001 环境管理体系认证，占工厂总数的 96%。

2022 年公司在绿色发展技术改造投资 9,347 万元，同比增长 42%，重点推广实施光伏发电可再生能源利用项目，热能中心、热泵冷热联供等能源效率提升项目，以及污水处理改造等环保项目，助力公司绿色可持续发展。

报告期内，青岛啤酒未出现任何重大环境污染事件与环保处罚。

可持续用水

水是啤酒生产的必要元素，也是关乎国家发展与民生的重要保障。随着全球水资源短缺压力不断增大，青岛啤酒坚持把水资源管理与废水处理工作作为业务运营的重中之重，积极设立科学合理的短期目标，深入探索节水、控排有效措施，全面推进企业可持续用水。

水资源管理

青岛啤酒始终秉承源头削减、过程控制、深度处理、梯级利用的节水理念，严格遵循《中华人民共和国水法》等相关法律法规，积极响应国务院发布的《水污染防治行动计划》，修订并完善《能源管理制度》《脱氧水制备经济运行准则》等内部制度，不断推进水资源的全方位管控。工厂取水主要来源是市政供水 + 地下水，开展了梳理公司能源管理组织架构工作，完善水资源管理。

我们设立合理的节水目标，并于工厂建设前、生产过程中等环节采取多种有效节水措施，最大限度减少生产运营对当地水资源造成的压力，提高全产业链上下游节水意识。

青岛啤酒 2022 年节水目标完成度²



青岛啤酒 2022 年单位产品水单耗较 2019 年约降低 13%，已达标

青岛啤酒短期节水目标

2023 年，公司将通过运行控制优化，提高水处理设备的制水率，减少废水排放量，并对工厂的生产过程进行系统梳理，加大水的回用利用与阶梯使用，实现单位产品水单耗较 2019 年降低 15%

用水管理主要举措

新建工厂项目实施前

- 对当地水源、水质进行评估，采取先进的节水设备与技术，避免对当地水源产生过多的影响

啤酒生产运行过程中

- 积极探索循环技术与工艺，依托于对工厂水系统的全面梳理，实现对啤酒生产过程中产生的溢流水、冷凝水、设备冷却水、中水等的循环回收利用，有效提高水资源利用效率
- 持续推进覆盖整个生产过程的水耗标杆管理，采取洗瓶机节水措施、反渗透运行优化、泵冷却水连锁控制等重点节水措施，全面降低水资源消耗

青岛啤酒水资源使用情况

指标名称	单位	2020	2021	2022	2022 年同比变幅
用水量	千立方米	28,309	27,185	26,339	-3%
啤酒生产单位产品耗水量	立方米 / 千升产量	3.69	3.44	3.24	-6%



枣庄新工厂采用超滤设备

2022 年，为更好去除酿造用水中的微粒、胶体、蛋白质及高分子有机物，有效降低水的浊度和 SDI，净化用水，枣庄新工厂采用超滤设备，回收利用水处理砂罐、碳罐反洗水与钠离子树脂再生冲洗水，可实现年节水量 22,500m³。



枣庄公司超滤设备

² 2022 年青岛啤酒节水目标为单位产品水单耗较 2019 年降低 10%。2019 年啤酒生产单位产品耗水量为 3.74 立方米 / 千升产量。[查看详情见 2021 青岛啤酒环境、社会及管治报告（中文版）.pdf \(www.tsingtao.com.cn\)。](#)



废水管理

青岛啤酒严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》《啤酒工业污染物排放标准》等法律法规，修订并完善《水污染防治管理规定》《污染物在线监控设施管理规定》2项管理标准及包括《污水处理内控标准》《废水协商限值排放运行维护准则》在内的 23 项技术标准，通过加强源头控制、污水过程跟踪调整，实现对运营过程产生的各类污、废水的全流程管控，确保废水达标排放。

针对啤酒生产过程中产生的废水，我们主要采用“厌氧 + 好氧”生物法的处理方式，实现废水达标排放。我们研发并引进先进的废水污染防治设施，邀请设备厂家制定废水在线设备整体解决方案，保证环保设施正常、高效、合规运行，同时在废水总排口配备在线监测装置，定期委托具备资质的单位进行外部监测，确保废水稳定达标排放。2022 年内，废水全面实现稳定、达标排放。

青岛啤酒“啤酒废水价值共享项目”是啤酒行业减污降碳资源化利用项目，自 2021 年推行实施，运行稳定、成效显著，被列入山东省生态环境厅绿色低碳典型案例。项目基于《啤酒工业污染物排放标准》的相关规定，制定并发布《废水协商限值排放运行维护准则》，规范啤酒厂与下游污水厂协商限值排放各项要求，并依托于“污水约定限值排放 + 热凝固物综合利用”方式，将啤酒生产废水作为城市污水处理厂碳源的补充，实现全方位降本增效。项目实施后取得较大成果，年节约废水处理费用 1,743 万元，减少污泥 20,223 吨，降低用电量 672 万 kWh，减少碳排放 5,192 吨 CO₂e。依托于该项目的《啤酒高浓废水与市政污水协同处理减污降碳资源化利用关键技术》获得青岛市科技进步二等奖、中国酒业协会科技进步三等奖。

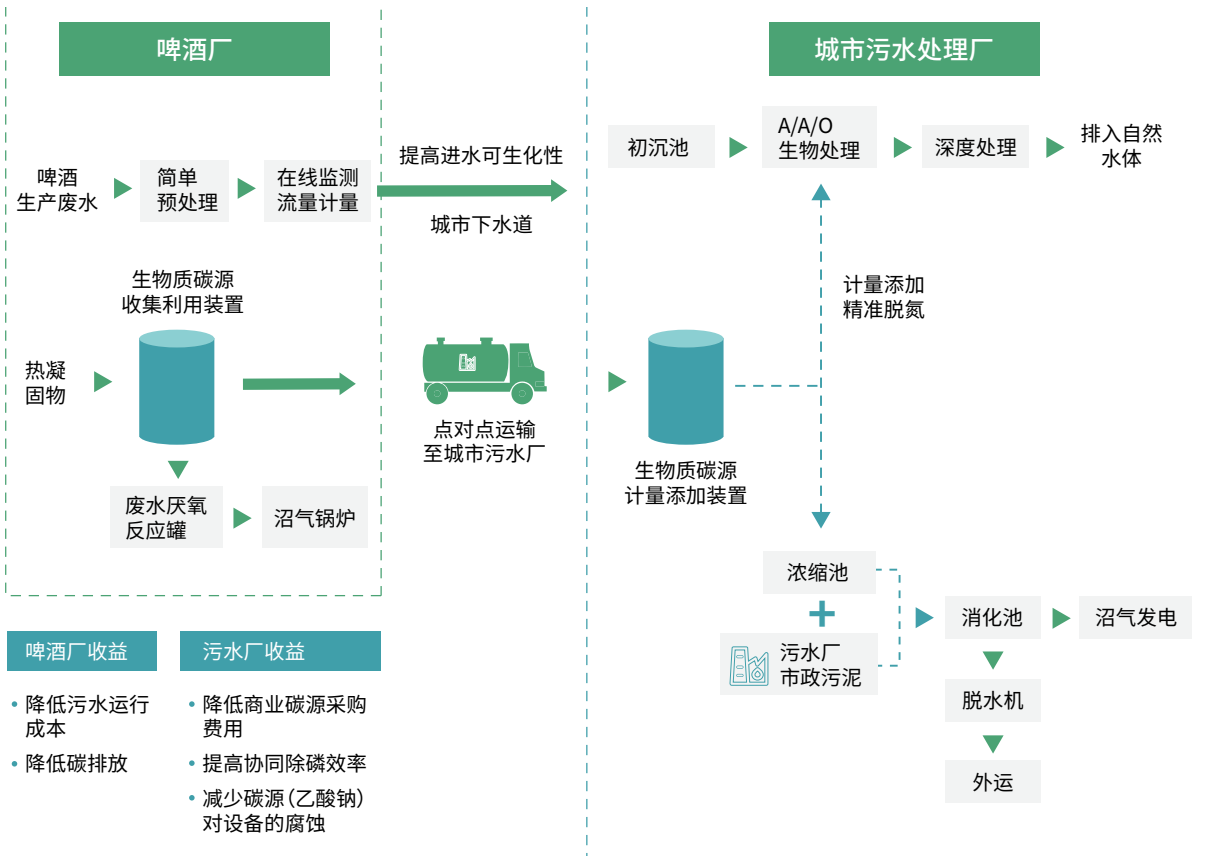
报告期内，公司新增 9 家工厂签约该项目，累计签约总工厂数达到 30 家，其中 4 家工厂在新改扩建项目中，与下游污水处理厂签约，实施废水价值共享项目，大幅降低废水处理设施建设成本。

青岛啤酒废水污染物
减排目标

2023 年单位产品废水污染物排放
相较 2019 年

COD 排放量下降 10%

氨氮排放量下降 18%



“啤酒废水价值共享项目”运营流程

青岛啤酒废水排放情况

指标名称	单位	2020	2021	2022	2022 年同比变幅
废水排放总量	千立方米	21,701	21,172	20,189	-5%
化学需氧量（COD） 排放总量	吨	937	900	848	-6%
其中化学需氧量排入 自然水体	吨	64	55	46	-16%
氨氮排放总量	吨	91	88.6	78.2	-12%
其中氨氮排放总量排 入自然水体	吨	2	1.7	0.8	-53%



气候行动

气候变化已成为全世界高度关注的问题，更是对啤酒产业的发展或将产生一定影响。青岛啤酒贯彻国家“双碳”战略方针，完善气候风险管理，积极制定应对计划，从严管能源资源使用、回收二氧化碳到积极开拓新能源。我们主动担负整个生产运营、产品上下游活动对气候变化的责任，最大限度缓解环境风险压力，促进绿色低碳发展。

气候变化

青岛啤酒充分考虑气候变化对于行业的影响，参照气候相关财务信息披露工作组（TCFD）的框架及建议，持续完善各项工作。我们基于自身业务特点及运营特性，主动识别、探索气候变化带来的风险与机遇，积极提升公司对于气候变化的适应能力，以切实行动将气候变化对公司业务运营带来的负面影响降至最低。

为有效应对气候变化对啤酒原材料、生产过程以及产品销售所产生的影响，青岛啤酒制定围绕全价值链温室气体盘查、持续降低能源消耗、优化用能结构加大绿色电

力使用、打造绿色工厂、无废工厂等方面的“十四五”绿色低碳发展规划，将绿色低碳、气候变化因素纳入公司战略制定的考量范围中。我们基于国家政策、行业特点、公司业务布局及利益相关方诉求等多维度因素，全面推进气候风险识别与应对工作，从实体风险及转型风险两方面初步识别气候变化给公司带来的风险，制定专项应对措施及策略，不断调整业务发展战略和资源配置，以提高公司应对气候变化的能力。



青岛啤酒气候变化风险识别及应对

风险类型	风险类别	风险描述	应对措施
转型风险	政策风险	“双碳”背景促使各行业温室气体限排政策更加严格，刺激行业出台相关标准，减少碳排放 - 碳交易市场体系逐步完善，碳交易价格提升	- 持续关注现有碳交易、碳披露政策，及时调整公司温室气体减排管理模式 - 监控啤酒生产全价值链的碳排放情况，调整能源使用结构，推进综合能源解决方案，减少碳排放
	技术风险	啤酒行业需加大节能减排专项投资，部署应用更节能环保的技术与设施	研发、引进先进的节能降耗技术与设备，开展技术更换的可行性分析
	市场风险	客户在消费 / 购买选择上，增加与绿色、环境保护相关的考虑	研发低碳产品、进行产品碳足迹核算，建立“低碳运营模式”，涵盖技术研发、产品设计、生产制造、销售渠道等全价值链过程
	声誉风险	公司在环保和减碳方面的工作不及投资者预期，可能产生负面影响	及时披露相关信息，结合当下趋势调整积极探索低碳发展路径
实体风险	慢性风险	全球极端气候和灾害频发，对农产品种植和收获造成较大影响，结合长期全球变暖趋势带来粮食作物减产，危及粮食供应和质量，大麦等啤酒主要原料供应紧张，价格上涨	评估气候变化对当地农产品生产的影响，建立适应性强的供应链，持续推进原料全球多产区战略，确保公司原料需求



指标与目标

青岛啤酒十分重视温室气体管理，在 ESG 报告中定期披露年度温室气体排放数据。我们致力于持续减少二氧化碳等温室气体的排放，每年邀请具备专业资质的第三方机构对公司开展温室气体核查，并建立温室气体清单量化模型，全方位摸清碳排放数据，持续寻找减碳点，力争将气候变化对自身运营的影响降至最低。

青岛啤酒温室气体排放情况

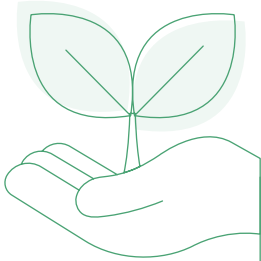
指标名称	单位	2020	2021	2022	2022 年同比变幅
温室气体排放总量（范围 1）	吨二氧化碳当量	264,024	235,455	188,948	-20%
温室气体排放密度（范围 1）	千克二氧化碳当量 / 千升产量	35.84	31.07	24.2	-22%
温室气体排放总量（范围 2）	吨二氧化碳当量	587,383	543,191	555,148	2%
温室气体排放密度（范围 2）	千克二氧化碳当量 / 千升产量	79.73	71.70	71.0	-1%
温室气体排放总量（范围 3）	吨二氧化碳当量	/	/	5,289,280	/
温室气体排放密度（范围 3）	千克二氧化碳当量 / 千升产量	/	/	676.6	/
温室气体排放总量（范围 1+2+3）	吨二氧化碳当量	/	/	6,033,376	/
温室气体排放密度（范围 1+2+3）	千克二氧化碳当量 / 千升产量	/	/	771.7	/

为更好地引领青岛啤酒的低碳发展之路，公司根据自身发展战略、以往环境数据等信息，合理制定环境短期目标。

青岛啤酒碳减排目标

2023 年，公司将开展公司全价值链碳盘查，摸清上下游碳排放数据，推动全价值链减排，实现范围 1+2 单位产品碳排放较 2019 年下降

22%



节能降耗

青岛啤酒持续关注产品碳排放情况，将“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”作为长期的追求目标，严格遵守《中华人民共和国节约能源法》等法律法规，修订并完善《能源管理制度》《生产统计管理制度》，全面实现能源的制度化与系统化管理。2022 年，公司在二厂试点了全价值链层面范围 1、2、3，盘查，通过盘查发现，原料种植、包材生产、原料运输及产品配送过程碳排放占比较大，为此，设定节能目标、细化过程管理、优化用能结构、研究降耗方法、探索节能技术，多措并举、全方位推动公司节能降耗。

青岛啤酒能源消耗情况⁴

指标名称	单位	2020	2021	2022	2022 年同比变幅
煤炭	万吨标准煤	2.75	1.59	0.00	-100%
耗电量	千万千瓦时	49.41	48.37	47.34	-2%
天然气	千万标准立方	8.92	9.22	8.74	-5%
热力消耗	十亿千焦耳	3,082	2,311	2,500	8%
啤酒生产单位产品综合能耗	每千升产量标准吨煤	0.039	0.033	0.030	-9%

青岛啤酒 2022 年节能目标完成度³

青岛啤酒 2022 年单位产品综合能耗较 2019 年约降低 29%，已达标

青岛啤酒短期节能目标

2023 年，公司将继续深入挖潜，持续寻找节能空间，优化生产过程控制，加快节能新技术、新工艺、新设备的推广应用，实现单位产品综合能耗较 2019 年降低 31%

³ 2022 年青岛啤酒节能目标为单位产品综合能耗较 2019 年降低 25%。2019 年啤酒生产单位产品综合能耗为 0.042 每千升产量标准煤。具体详情见 2021 青岛啤酒环境、社会及管治报告（中文版）.pdf (www.tsingtao.com.cn)。

⁴ 截至目前青岛啤酒已全部淘汰燃煤锅炉，故 2022 年末产生煤炭消耗量。



● 细化运行过程管理

我们于本年度编写并发布《杀菌机经济运行准则》《空压系统经济运行准则》《脱氧水制备经济运行准则》3项动力运行准则，系统规范重点用能设备、用能环节能源使用与回收过程

● 优化用能结构

我们提高可再生能源电力使用占比，2022 年新增 16 家工厂采购可再生能源电力，7 家工厂投入 8 兆瓦分布式光伏，全公司可再生能源电力使用量占总用电量的比例为 62%，减少碳排放 21 万吨，山东区域工厂全部实现可再生能源电力使用

● 探索节能减排方法

我们加快降低能耗新方法的提炼和研究，要求所有制造工厂根据自身运行情况，并结合啤酒生产的工艺、流程和设备特点，制定并采取节能减排改进措施与关键控制点。自 2020 年以来，公司推进落地 52 项核心举措并均取得显著节能效果

公司着力降低生产中的碳排放，持续推进节能项目改造和节能新技术的应用。2022 年，我们通过实施节能降碳项目，有效减少能源使用，降低二氧化碳排放



青岛啤酒用热电气化改造

2022 年，青岛啤酒五厂继续推进用热电气化改造，改善车间职工的工作环境，实现冷热联供。热泵设备采用电力驱动，在 100% 使用可再生能源电力的前提下实现了“零碳热力”的产生，进而降低碳排放。

该系统整体制热 COP 达到 3.5 以上，用热成本远低于天然气锅炉产生的蒸汽，每年可降低碳排放 440 余吨二氧化碳当量，实现了经济效益与环境效益的统一，为降低啤酒生产供热产生的碳排放提供了新途径。



青岛啤酒五厂热泵设备

此外，我们对发酵过程产生的二氧化碳进行收集净化后再用于生产，实现循环利用的同时，大幅降低温室气体排放。青岛啤酒 2020-2022 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 379 万棵 30 年树龄的冷杉树。2022 年，千升折标冷麦汁二氧化碳回收量同比 2021 年提高 1.79%。



包装与废弃物

青岛啤酒始终秉承“减量化、再利用、再循环”的循环经济 3R 原则，持续加强废弃物及包装材料的妥善管理，全面深化减排举措，积极探索循环利用方式，切实推进企业绿色可持续发展。

循环包装

青岛啤酒致力于打造可持续包装，全面推进包装回收再用，并通过创新改进，持续优化包装组合，减少包装材料对环境的影响。我们积极开展减塑活动，严格规范涉及塑料包装的生产工序，研究探索替代塑料使用的材料与产品，全方位降低包装中的塑料成分，推进包装绿色化。2022 年，我们通过减薄、统一尺寸、取消箱内膜包等积极的减塑措施，年降低塑膜消耗约 3,000 吨；通过重新设计侧封箱开启线图纸，充分利用纸箱回瓶，提高回收瓶质量及回收率；推进瓶盖大纸箱项目，由原先 1 万只 / 箱提高至 25 万只 / 箱，节省包装用纸，降低资源消耗。

青岛啤酒产品包装物料消耗情况

指标名称	单位	2020	2021	2022	2022 年同比变幅
啤酒新瓶	千吨	1,140	1,212	1,171	-3%
啤酒旧瓶	千吨	3,109	3,183	3,139	-1%
易拉罐	千吨	70	75	83	11%
纸箱	千吨	215	235	254	8%
塑膜	千吨	12.6	12.7	10.2	-20%
包材总量	千吨	4,579	4,750	4,690	-1%
啤酒生产单位包材量	千吨 / 千升产量	0.0006175	0.0006266	0.0005999	-4%



废弃物管理

青岛啤酒严格遵循《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《危险废物污染防治技术政策》《城市建筑垃圾管理规定》，修订完善《固体废物污染防治管理规定》《废料竞价管理规定》，规范日常生产环节中固体废弃物的收集、储存与处置管理，确保废弃物合规处置率 100%，危险废物合规转移率 100%。我们亦重视废弃物的回收利用，坚持做到“在青岛啤酒，没有废物，只有放错了位置的资源”，确保酒糟、废酵母、碎玻璃等一般工业固废综合利用率达 100%。

青岛啤酒废弃物减排目标

● 针对无害废弃物

单位产品无害减排量 2023 年相对于 2019 年减排 **28%**

● 针对危险废弃物

单位产品危废减排量 2023 年相对于 2019 年减排 **20%**

固体废弃物管理主要举措



一般工业固废

- 持续降低产品外包装损耗，如瓶损、箱损，减少废料产生
- 全面推进废水价值共享项目及污泥含水率控制项目，减少污泥产生
- 深入研究废硅藻土高附加值利用，降低废硅藻土产生，并实现综合利用
- 优化工艺流程与技术手段，提升无害废弃物利用率，推动资源循环使用



危险废物

- 组织梳理最新《国家危险废物名录》，对危废收集范围做进一步明确
- 委托具备专业资质的第三方单位进行合法合规处置
- 采用先进技术实现危险废弃物无害化、资源化处理
- 更换办公含汞灯管为 LED 灯管
- 逐步淘汰旧设备，减少废油产生量

2022 年青岛啤酒废弃物排放情况

指标名称	单位	2020	2021	2022	2022 年同比变幅
无害废弃物					
废干酒糟（以干基计）	吨	125,751	132,139	137,689	4%
废干酵母（以干基计）	吨	11,008	11,380	11,726	3%
废弃玻璃瓶、易拉罐	吨	102,612	71,472	53,529	-25%
办公、生活垃圾	吨	10,389	8,270	6,917	-16%
其他（废塑料、废纸箱、废钢铁、其他）	吨	34,106	44,002	42,126	-4%
污水处理产生的废弃物	吨	75,987	64,766	55,103	-15%
炉渣	吨	2,302	4,534	0	-100%
无害废弃物总量	吨	362,155	336,563	300,173	-11%
无害废弃物密度	吨 / 千升产量	0.0493	0.0444	0.0384	-14%
危险废弃物					
废弃灯泡 / 光管	千克	5,162	553	381	-31%
废电池、硒鼓、墨盒等废弃物	千克	1,749	9,653	11,706	21%
其他	千克	115,809	95,403	98,977	4%
有害废弃物总量	千克	122,720	105,609	111,064	5%
有害废弃物密度	克 / 千升产量	16.72	13.92	13.71	-2%



绿色运营

为全面贯彻落实国家和地方生态环境保护政策要求，青岛啤酒以保护环境为己任，持续推动企业绿色运营，积极布局实施绿色行动计划，切实履行环境责任，积极践行绿色酿造，实现环境绩效的持续改善。

绿色工厂

青岛啤酒始终坚持以绿色发展理念为引领，竭力建设国家级可持续的“绿色工厂”，全面推行绿色制造理念，构建绿色制造体系，实施绿色制造工程，以实际行动助力工业领域实现“碳达峰、碳中和”目标。2022 年，青岛啤酒下属青岛啤酒厂、闵行公司、彭城公司、厦门公司、西安公司、石家庄公司 6 家工厂获得国家级绿色工厂称

号，青岛啤酒二厂等 12 家工厂获得环境管理相关荣誉。此外，青岛啤酒持续推进工业互联网建设，赋能制造业转型升级，坚持为啤酒行业提供智能制造解决方案。青岛啤酒厂获评全球首家啤酒饮料行业工业互联网“灯塔工厂”，是“全球灯塔网络”成员之一。

废气管理

青岛啤酒严格落实《中华人民共和国大气污染防治法》《锅炉大气污染物排放标准》等法律法规，于内部修订完善《大气污染防治管理规定》，设立废气减排目标，持续强化源头治理力度，合规安装并定期维护烟气在线监测设备，并定期委托具备专业资质的第三方对废气排放进行监测，确保废气的及时处理与稳定达标排放。

我们不断采取废气污染防治措施，通过应用先进的生产设备与治理工艺，有效落实绿色生产。截至目前，本公司已全部淘汰燃煤锅炉，并持续优化燃气锅炉运行控制参数，实现低氮高效运行，切实减少废气污染物排放。

青岛啤酒废气排放情况

指标名称	单位	2020	2021	2022	2022 年同比变幅
二氧化硫（SO ₂ ）	吨	18	9.6	4.36	-55%
氮氧化物（NO _x ）	吨	128	109	70	-36%
烟尘	吨	18	13	9.31	-28%

青岛啤酒废气污染物减排目标

2023 年啤酒生产单位相较 2019 年
单位产品氮氧化物排放量下降

66%



护绿行动

青岛啤酒严格遵守《建设项目生态环境保护管理条例》等法律法规，严密监控并妥善管理生产环节对周边环境带来的影响，将对生物多样性、生态保护的考量纳入工厂建设项目的全生命周期。

- 在新建工厂项目选址时，我们严格遵守《食品安全国家标准 食品生产通用卫生规范》选址条款要求，对工厂周边的水源水质、生态环境、社区环境进行充分的评估及调研，并将评估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，我们积极采取环境保护、污染防治、生物多样性保护等措施，确保对周边环境的影响降至最低；

- 在日常生活中，我们号召本埠及下属工厂开展全员环保志愿者活动，包括低碳行走、植树、减塑活动、环保知识竞赛、垃圾分类、节约粮食、河流放生本地鱼类等生物多样性保护活动，并评选出优秀环保志愿者组织，全面提高全员生态保护意识。



昆山公司开展环保志愿者活动



三水公司在北江江边开展环境保护工作



宝鸡公司开展环保志愿者活动



潍坊公司开展保护水源地、保护母亲河环保活动



扬州公司组织志愿者植树护绿、低碳出行，积极宣传公司低碳环保理念

03 给奋进者舞台 为成就者喝彩

青岛啤酒始终秉持“给奋进者舞台，为成就者喝彩”的人才理念，助力每一位员工在一个平等、尊重、多元化的环境中快速成长并创造价值。我们高度重视员工的身心健康，充分保障员工基本权益，全面落实员工关怀政策，通过营造和谐发展的工作氛围，为员工创造快乐、提供关怀，并将青岛啤酒的高品质与快乐传递给全球消费者。

- 职业健康与安全生产
- 权益保障
- 赋能员工成长
- 员工关爱



2022年，公司安全类投资近

3,000 万元



公司员工培训覆盖率为

100%

全公司人均培训

51.2 课时



职业健康与安全生产

青岛啤酒严格遵守《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》《中华人民共和国特种设备安全法》等相关法律法规要求，通过了 ISO 45001 体系认证。我们高度重视员工的安全及健康，制定《行为安全管理流程》《有限空间作业安全管理制度》《安全风险识别评估与分级管控管理制度》《安全生产管理程序》等多项要求，不断细化安全管理架构和制度建设，降低日常运营中存在的安全隐患，为员工营造健康安全的工作环境。

安全生产

青岛啤酒全面落实企业主体责任，成立了安全生产管理专职部门，并要求各业务单位全部成立安委会，实现了安全网络全覆盖的体系建设。公司扎实推进“风险分级管控、隐患排查治理”双重预防体系建设，将具有青岛啤酒特色的安全管理体系日臻完善，全力为各项业务的安全发展保驾护航。

十八字安全工作方针

风险识别

全方位 零几率



安全检查

全覆盖 零死角



隐患治理

全消除 零容忍



2022 年，公司安全类投资近

3,000 万元



2022 年，公司损失工作日天数由 2020 年的 274 天、2021 年的 162 天下降为 36 天，遍布全国的各个啤酒工厂也成为了当地安全管理的模范

青岛啤酒遵循“落实主体责任”和“控风险、除隐患”两条工作主线，通过各项强力举措，全力维护当前稳定的安全生产形势，持续营造良好的安全环境

2022 年青岛啤酒开展的安全管理措施：

- 公司组织召开 4 次安委会，制定公司年度安全目标，实现责任分解
- 持续修订完善 78 项安全文件制度确保满足公司管理要求
- 所有生产经营单位总经理签订了《安全生产责任承诺书》，全体员工监督；安全目标责任书层层分解落实，共签订目标责任书 5,374 份
- 确定年度 4 大重点管理领域，各单位按照风险清单开展隐患排查消除
- 进行标准化、全覆盖的安全检查，总部加强安全检查的力度和频次，各单位进行提级管理
- 针对有限空间、动火等高风险作业实施 JSA(作业前安全分析) 和作业审批，全年进行的 2 万多次高风险作业全部应用 JSA，且未发生安全事故

职业健康

青岛啤酒严格执行《中华人民共和国职业病防治法》等国家相关法规要求，规范治理职业健康管理，持续完善职业健康管理体系，定期对识别的 27 个职业病危害因素进行作业环境检测。2022 年，公司切实保障员工职业健康，组织员工职业健康体检近万人，全年劳动保护费投入约 2,500 万。

公司建立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及安全主题活动。

组织班组参与安全管理标准化建设活动

1,082 ↑



2022 年开展的安全教育培训

- 线上线下相结合，安全培训到全员，全员人均安全培训 44 学时（含安全会议）
- 开展相关岗位的专题培训，进一步落实岗位责任，深化工具方法应用
- 组织 1,082 个班组参与安全管理标准化建设活动，提高班组安全技能和员工安全意识，累计 1.1 万人次网上参与学习答题，60 个班组入围安全优秀班组评选



2022 年 6 月 6 日，三水公司邀请当地化工行业知名安全生产专家对公司中层、管理骨干、班组长等岗位人员进行化学品安全的基础知识培训



2022 年 5 月 30 日上午，四川销售组织召开以“控风险除隐患，我的安全我做主”为主题的安全生产活动

2022 年 10 月 20 日，黑龙江营销分公司开展安全消防宣传活动，筑牢全体员工安全意识，防微杜渐降低风险隐患



权益保障

员工是企业运营过程中的核心驱动力，是创造企业价值的核心支柱。青岛啤酒注重建设平等、尊重、多元的文化环境和工作氛围，通过规范的招聘管理制度、岗位竞聘管理制度和人才管理制度确保每位应聘人员享有平等的就业和发展机会，不因应聘者性别、年龄、地域、民族、种族、宗教信仰、是否残疾等因素在员工雇佣、晋升、学习成长和薪酬待遇上进行歧视或差异化对待。

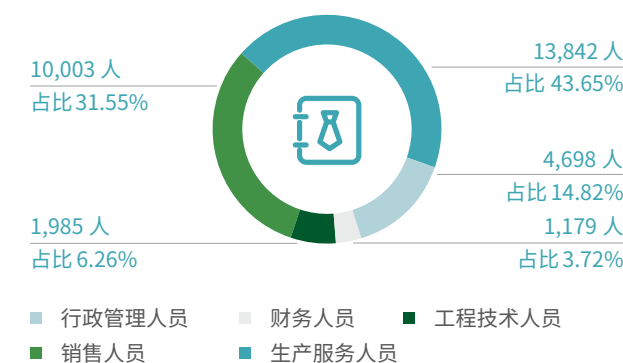
平等雇佣

青岛啤酒严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国就业促进法》《中华人民共和国社会保险法》《中华人民共和国工会法》《工伤保险条例》等国家法律法规及地方劳动用工有关政策，建立《青啤公司劳动合同管理制度》《全员绩效管理制度》《员工带薪年假内控管理规定》《岗位竞聘管理规定》等各项管理规定，保障员工享有合法权益。

公司恪守劳工准则，明令禁止雇佣童工和强迫或强制劳工，2022 年，未发现任何业务存在强制劳动或雇佣童工的重大风险。公司与合作方自愿签订社会责任承诺书，在招聘过程中针对不雇佣童工、不使用强制性劳动、不出现针对性别、年龄、地域、民族、种族、宗教信仰、是否残疾等歧视或差异化对待。

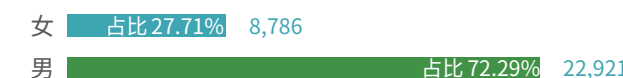
2022 年末在职员工 31,707 人，构成如下：

按岗位比例划分

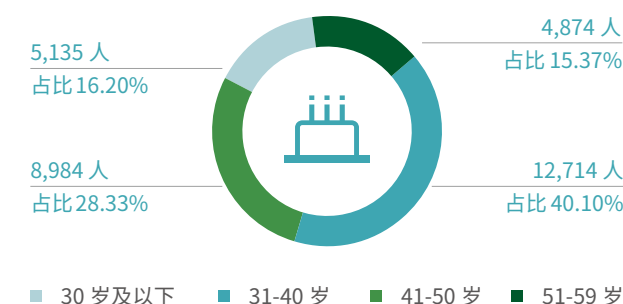


行政管理人员中，女性占比 43.68%

按性别比例划分



按年龄比例划分



2022 年公司离职率情况统计

类别	占比
主动离职率	7.31%
男性主动离职率	6.01%
女性主动离职率	1.30%
30 岁及以下主动离职率	3.52%
31-40 岁主动离职率	3.16%
41-50 岁主动离职率	0.52%
51 岁及以上主动离职率	0.11%



2022 年，青岛啤酒凭借卓越的雇主形象、出色的人才理念、优异的创新实践表现，在国内多家专业、领先的雇主评审活动中摘得多项大奖。

获奖展示



员工福利

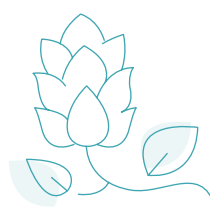
青岛啤酒严格遵守《职工带薪年休假条例》《企业职工带薪年休假实施办法》《国务院关于改革国有企业工资决定机制的意见》等国家和地区的相关规定，依法合规履行与员工签署的劳动合同，按时为员工缴纳社会保险与住房公积金。2022 年，公司员工劳动合同签订率 100%，员工社会保险参保率 100%。

青岛啤酒始终心系员工，以人为本，为员工设有带薪休假、产假、病假、定期体检、健康培训等福利保障。2022 年，公司为家中有中、高考生的青啤员工增设“带薪陪考假”，确保员工有充足的时间为子女做好考前的准备和考中的陪护。本年度，员工的企业幸福感持续提升，员工快乐指数连续两年创下历史新高。



2022 年
公司员工劳动合同签订率

100%



员工社会保险参保率

100%



赋能员工成长

青岛啤酒秉承着“以目标为导向配置资源、以能力为导向选人用人、以业绩为导向激励约束”的指导思想，结合高质量跨越式发展战略，持续优化绩效考核激励机制。公司利用广阔的平台资源优势，为员工成长搭舞台、建机制、创环境、促成长，支持每一位员工发挥自我才能，实现自身价值。公司将内部教育培训看作关系企业可持续发展的战略性和基础性工程。2022 年，公司员工培训覆盖率为 100%，员工培训总时长为 1,623,604.70（人·时），全公司人均培训 51.2 课时，同比增长 30.6%。

按职位划分的人均课时



2022 年，公司以“实战研究盯结果，数字化转型占高地，技能人才树标杆”作为行动目标，加快了培训项目的迭代升级，实战研究业务所需，收获显著。



青岛啤酒加快实战研究工作坊 1.0 模型的落地推广

● 制造工厂

2022 年，公司基于重点指标的共创式实战研究，输出 414 个案例；基于储备人才培养的实战研究“银★2.0 储备人才实训班”，启动了 50 个实战课题研究；基于新扩建项目管理的实战研究 2.0 成功复制到绿兰莎、荣成、麦芽厂、即墨研发中心等项目。

课程学习“五个100”		常规数据“多点开花”	
线上课程23门	100%完课	ORID学习心得	500份
反转直播课2场	100%完课	学习回顾	77份海报
8+1专业课3门	100%完课	学习总时长	1,378课时
SAIL行动作业	100%回顾作业	人均时长	27.6课时
	100份行动作业		

银★2.0 储备人才实训班

● 营销单位

2022 年，公司设立了基地市场专攻班，以“训战一体”模式，针对痛点问题，设计“一地一策”“整合营销”“团队塑造”三大学习板块，创新采用“线下集训”+“实地走访+研讨复盘”+“线上答疑闭环”的混合式行动学习模式，将业务问题打通、打透。



基地市场专攻班



加速培养智能化工匠型技能人员队伍

长期以来，公司持续推动“百年青啤匠心文化”与“技能宝贵、技能成才、技能强企”的深度融合，大力营造劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的浓厚氛围，从思想引领、赋能创效、机制完善、待遇提高等多方面入手，为劳模工匠和高技能人才成长成才营造深厚肥沃的土壤。结合国家职业技能等级变革的新要求，公司2022年修订了《技能人才自主评价手册》，发布了《营销技能人才管理方案》，遵循“站位高、选拔尖、作用强”的原则，落实新时代产业工人建设要求，加速培养智能化工匠型技能队伍，实现学习技能全覆盖。

2022年，青岛啤酒开展了第九届技能大赛，15,188名员工参加，包括智能装备维修电工、啤酒酿造工、销售业务代表、侍酒师等11个工种，持续强化技能

人才培养。公司对29名工匠、高技能人才进行表彰，充分发挥其示范引领和带动作用。



第九届职业技能比赛现场



29名工匠、高技能人才获得表彰



青岛啤酒启动金★e班数字化领导力专题培训

青岛啤酒以数字化培训平台培养数字化时代管理人才，帮助管理骨干掌握数字经济趋势和特征、把握数字化转型模式和策略、提升数字化领导力，将数字化思维和方法应用于当前管理变革和技术创新活动中。



金★e班培训目标

培养数字化管理骨干

培养引领单位/部门数字化转型的中层核心骨干

数字化能力培养

- 管理人才数字化能力提升工程
- 聚焦数字化思维+管理能力拓展

数字化实战研究

- 数字化试点项目
- 数字化项目落地实验基地



一期:50人
可滚动开班



青岛啤酒的多样化学习平台

● 青岛啤酒 e 企学全新改版 & 功能升级

链接了5家国内顶尖学习平台，丰富的内外部资源持续提升学员体验，已汇集4,027门外部课程、4,949门内部课程，平台学时累计110.6万人时。

● 小尖刀微讲堂

通过“小尖刀微讲堂”直播学习平台实现了营销实战打法包快速分享，完成了业务场景下“营销实战锦囊”的品牌打造，2022年实施云端直播12期，19,079人次参训，课题紧密围绕公司战略落地，有效促进了组织成功经验的快速萃取和复制落地，不断助力营销一线实战能力的提升。



管培生通过剧本杀《觉醒的酿酒师》沉浸式体验青啤文化



员工关爱

青岛啤酒为了精准锁定员工的共性需求，通过对员工快乐指数获得的信息进行员工“需求画像”，从个体化的诉求中快速捕捉员工的“急难愁盼”，从健康关爱、困难关爱、生活关爱、工作关爱等多个方面着力解决员工需求。

员工帮扶

为了帮扶困难员工，青岛啤酒设立员工“关爱基金”。2022 年，公司对关爱基金管理办法和实施细则进行修订和完善，降低救助门槛、扩大救助覆盖面、提高救助最高额度，并进一步畅通沟通渠道，力求更快为职工解决燃眉之“急”。下属各单位也积极传承和发扬团结友爱、互助互济的精神，2022 年共有 59 家单位向关爱基金捐款合计 83.89 万元。关爱基金 2022 年救助了 24 位重大疾病的员工，累计支出 109 万余元。其中有 6 位大病员工享受到救助额度最高比例提升带来的最高救助金的增长，有 5 位大病员工享受到个人负担费用救助起付线降低带来的优惠政策。



青啤四厂开展关爱基金捐款活动

多举措关怀员工

青岛啤酒持续关注着员工在生活和工作上的平衡，积极开展员工关怀活动，为员工提供全方位的切实保障，提升员工的幸福感，营造充满爱的企业氛围。

2022 年，公司开展的夏季送清凉工作成效显著，收集梳理了 30 个地区、近百个单位、累计 771 个岗位的高温数据信息，根据各地气温、各岗位工作环境差异，绘制出了青岛啤酒专属的“高温地图”，便于各生产单位、销售单位多维度、创新性、精准性的为职工送去企业关爱。



日照公司夏季送清凉活动



开展工间操活动

2022 年，公司工会精心选择工间操锻炼项目，组织专业教练对员工进行培训，安排专人组织每天分时段开展工间操，推广“每天锻炼十分钟，健康工作每一天”的健康理念，倡导积极健康、劳逸结合的工作模式。



工间操活动



开办爱心托管班

2022 年，公司积极开展爱心托管工作，面对职工暑期“带娃”难题，工会提前筹划，走访调研，精心设计了假期托管方案，并严格审核托管机构师资配置、卫生、用水、餐饮服务商资质、安全等，全方位做好各项后勤服务保障。



爱心托管活动

04 共创 社会价值

青岛啤酒期待与社会各界共同成长，以自身的发展成果普惠大众。我们携手价值链上下游，以创新的方式投身于行业合作，积极参与公益、关注民生、践行企业责任担当，用实际行动共建和谐美好社会。

- 供应链全流程管控
- 全力帮助供应商
- 与经销商共赢
- 关爱社会



2022年公益捐款捐物

626 余万元



支持残疾人事业累计捐助

226 万元



“青岛啤酒·青岛大学”奖学金累计捐赠

668 万元



供应链全流程管控

青岛啤酒严格遵守《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使用标准》《消毒产品生产企业卫生许可规定》等相关法律法规要求，结合业务发展需求，持续完善供应商管理体系，建立与供应商高效的双向沟通渠道，在不断提升自身产品质量和管理水平的同时，积极与供应商分享经验，赋能供应商成长，保障供应链的安全、稳定发展。

为进一步标准化与规范化供应商管理，青岛啤酒修订并完善《采购管理手册》《物料采购招标竞价管理流程》《青岛啤酒供应商进入、合作、退出管理流程》《采购操守守则》等内部制度文件，规范从供应商分类、考察、准入、关系管理、绩效考核到退出环节的全生命周期管理，持续推进供应商管理体系搭建工作，并通过数字化、信息化技术建立起供应商分类管理体系，切实保障采购合规。

截至 2022 年底，本公司纳入可合作的供应商共有 1,600 余家，其中超过 99% 为中国本地供应商。生产性物料供应商（含原辅料、包装物、添加剂等）约为 612 家，非生产性物料供应商为 998 家。



供应商分类

我们依照合格供应商名录，将供应商按照设备物资、技术服务、施工公司等进行横向分类，结合资质信息、产品情况、历史合作情况等方面进行纵向分类，并根据供应商的类别特征实施具有针对性的管理策略，实现对供应商的全方位管理。



供应商准入

我们对供应商资质、技术能力、管理制度、设备水平、可持续管理体系等多维度进行考察及审核，通过审核的供应商予以准入资格，进入公司供应商库。我们亦重视供应商在质量、安全、环保及社会责任等方面的表现，在各个环节增加对供应商 ESG 风险评估的考量。我们在寻源新供应商时将质量管理体系 ISO 9001、环境管理体系 ISO 14001、食品安全管理体系 ISO 22000 等第三方标准认证情况纳入准入考量范围，并要求供应商签署《廉洁承诺书》，确保约定的商业道德准则得到遵守。2022 年，合作供应商通过第三方认证的比例约为 100%；《廉洁承诺书》签订率达 100%。

此外，公司建立与合同签署进行关联的供应商档案管理机制，所有生产性物料依据法规要求制定《供应商索证清单》并定期更新，按照清单索要所有证件及第三方检测报告。



供应商审核与评价

公司每年对合作供应商实施年度和现场审核综合评价，审核范围主要覆盖食品安全、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。2022 年，合作供应商已全部达到合格标准，有力保证了青岛啤酒的生产。

日常工作中，我们重点加强供需双方价值目标的分析与评估，以“动态跟踪”与“定期评价”相结合的方式开展供应商评价工作，动态收集供应商工作数据信息，定期开展供应商评价工作，督促供应商应用高效环保设备，增强供方合作积极性，提升供应商的整体绩效。

我们亦与酒接触物料采用合格供应商动态目录管理，并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，针对生产性物料，我们共引入新供应商 13 家，优化淘汰 16 家。



全力帮助供应商

青岛啤酒重视与供应商的交流与合作，每年不定期分品类召开供应商会议，并依托于拜访交流、审计等形式向供应商输出公司的发展规划、管理理念和要求，致力于与供应商共同成长。2022 年，我们开展多样化的供应商合作互动活动，提升供应商履行社会责任及可持续发展能力，打造高效协同、互利共赢的供应链平台。



持续支持国产原料发展

公司与供应商合作建设青岛大花及香花种植基地，研究品种提纯优化，并与供应商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。2022 年，采购量占国产酒花总量近 50%。



资金支持，实现双赢

2022 年，公司为上游啤酒瓶供应商提供资金 1.71 亿元，支持供应商采购原料，助力供应商解决资金紧张问题，保障生产持续。



多维合作，共同发展

公司与供应商合作积极研究新材料、新技术、新工艺的应用和推广，如纸箱产品箱内纸板取消、塑膜减薄、瓶盖内垫国产粒料的应用、易拉罐 / 盖减薄等，既降低采购成本，又减少原材料的使用，实现绿色可持续发展。



与经销商共赢

青岛啤酒拥有广泛的销售网络，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，共赢未来！

渠道模式变革 TM 项目

2022 年 12 月，通过 2 年的系统推进（目标模型、变革模型、步骤指引模型、持续改进模型），渠道模式变革取得成效，7 家单位达成变革，并总结提炼 7 种符合各个市场类型的变革模式。

- 全面落地，效率提升：推进大区，较 2021 年提升 71%；推进经销商，较 2021 年提升 162%；推进区域人均销量，较同期提升 12%。
- 快速推进，销量提升：推进经销商，实现总量较同期提升 1%，预算完成率 100%；经典及以上销量较同期提升 5%，预算完成率 100%。
- 持续发力，坚决进攻：直供率较同期提升 4 个百分点；AB 类直供率较同期提升 5 个百分点；托盘化运输率高于公司整体 5 个百分点。



关爱社会

青岛啤酒始终用实际行动奉献爱心、回馈社会，持续致力于与社会公益事业共同发展，组建公司员工志愿团队，鼓励并组织员工积极投身社会公益事业，持续增进民生福祉。2022 年，公司慈善及其他用途捐款约为 374.2 万元，捐物折合约 252.2 万元。

乡村振兴

青岛啤酒将支持乡村振兴发展视为企业重要的社会责任，依托公司优势，因地制宜开展调研，探索乡村振兴发展新路径，构建产业支撑、文旅融合的“新引擎”，助力实现乡村产业兴旺、文化繁荣、经济发展，取得了很好的成效。



2022 定西青岛啤酒节活动

6 月 19 日—6 月 25 日期间，以“点亮陇西堂·相约康养都”为主题的 2022 定西市第三届青岛啤酒节·陇西县分会场（陇西县第一届啤酒节）、“山海情深·当归岷州”2022 定西市第三届青岛啤酒节·岷县分会场（岷县首届青岛啤酒节）、“欢聚定西·干杯青岛”2022 定西市第三届青岛啤酒节盛大启幕。整个啤酒节期间举办啤酒畅饮、美食盛宴、主题演艺、娱乐荟萃、非遗文创展示、游戏互动等主题活动，助力定西当地文化、旅游、农副产品、夜经济等发展，不断扩大城市特色和影响力，有力促进定西青岛经贸文化旅游合作。



青岛啤酒在定西举办“青岛啤酒节”

西安公司连续 5 年开展定点帮扶协作。2022 年结合帮扶村实际需求，西安公司投入定点帮扶资金完成北阎村美丽乡村文化宣传、送物资下乡、村部门头及宣传标语制作安装、节日慰问等项目。



西安公司开展乡村振兴活动

2022 年 1 月，青岛啤酒积极响应号召，对接陇南市祥宇油橄榄开发有限责任公司，采购价值 42.56 万元的陇南橄榄油产品，支持当地企业发展。

慈善捐助

青岛啤酒关爱弱势群体、热心公益事业、关注教育、奉献爱心传递温暖。

- 2022 年 11 月，公司积极响应青岛市见义勇为基金会的倡议，支持见义勇为事业发展，向青岛市见义勇为基金会捐赠人民币 100 万元，以实际行动积极履行社会责任，推动新时代见义勇为事业发展。
- 连续 27 年设立“青岛啤酒 - 青岛大学”奖学金，专项用于青岛大学奖励优秀学生、扶助贫困学生、在校学生就业培训和相关社会实践体验等。截至 2022 年，累计捐助学生 1,888 名，捐赠金额 370 万元，奖励教师 298 万元，合计 668 万元。
- 2022 年，青岛啤酒一如既往地秉持扶弱济困的社会责任感关注残疾人事业，继续向青岛市残疾人福利基金会捐助 10 万元。自 2004 年开始已累计进行残疾人事业捐助共计 226 万元。



青岛市残疾人福利基金会向青岛啤酒颁发的捐赠证书



为表扬先进，弘扬正气，青岛市红十字会表扬了支持红十字事业发展的突出贡献集体和突出贡献个人，授予青岛啤酒股份有限公司新时代青岛市红十字工作“突出贡献集体”称号



三水公司参与社区志愿服务



随州公司选拔第一批 15 名青年员工参加了随州市红十字会举行的 2022 年第一期救护员培训学习



菏泽公司党员、团员志愿者来到菏泽高新区吕陵镇敬老院开展志愿慰问活动

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，倡导健康，品质的生活方式。

我们的产品标识“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系列活动；公司网站入口设置年龄访问提示 引导消费者理性饮酒，预防未成年人饮酒。

青岛啤酒重点关怀人群

未成年人	我们禁止向未成年人群出售产品，并开展未成年人群禁酒教育
孕产妇	我们建议孕产妇在孕期与母乳喂养期避免饮酒
驾驶者	我们严厉杜绝酒后驾车与乘坐酒后司机驾驶车辆的行为，并开展“开车不饮酒”的宣传活动
患者	我们主张患者在医疗期间应避免饮酒



青岛啤酒在多地开展理性饮酒宣传活动

青岛啤酒积极参与 2022 全国理性饮酒宣传周活动，重点聚焦未成年人群饮酒问题，以多元化的形式，开展以“关爱成长，非成勿饮”为主题的理性饮酒宣传活动。

● 发放与张贴理性饮酒宣传单

在武汉、西安等多座城市，我们的工作人员走上街头，走进餐馆，向市民发放理性饮酒宣传单，并在餐饮场所张贴“关爱成长 非成勿饮”的宣传海报，向大众普及健康的饮酒方式与生活方式，时刻提醒消费者与工作人员关注未成年人的饮酒行为。

● 在酒吧向顾客普及理性饮酒知识

在青岛，我们鼓励青岛啤酒所属酒吧员工在售酒的同时，关注消费者的身心健康，以温馨的方式，现场提醒消费者理性饮酒，并普及未成年人不得饮酒的常识，让“关爱成长，非成勿饮”的声音走进每一位顾客的心底。

● 参与“万店承诺不向未成年人售酒”活动

青岛啤酒参与全国理性饮酒周“万店承诺不向未成年人售酒”活动，以线上或线下的形式，倡导理性饮酒，以企业之力呼吁社会关爱未成年人成长，起到表率作用。



服务人员向顾客普及理性饮酒知识



2022 年 青岛啤酒荣誉展示

- 全国商标品牌建设优秀案例
- 中国受尊敬企业（19 度荣膺）
- 最受赞赏的中国公司（17 度荣膺）
- 2022 企业 ESG 杰出社会责任实践案例
- 2022 ESG 绿色公司之星
- 2022 年度上市公司董办最佳实践案例
- 2022 山东社会责任企业
- 2022 年度世界啤酒锦标赛金奖
- 2022 中国国际啤酒挑战赛七项大奖
- 第四届全国啤酒品酒职业技能竞赛冠军
- 2022 年大中华区卓越雇主
- 中国年度最佳雇主
- 中国典范雇主
- 中国大学生最喜爱雇主
- 新时代青岛市红十字会工作“突出贡献集体”

- 国有企业公司治理示范企业
- 第十九届人民匠心奖·匠心品牌奖
- 中央党校全国优秀理论成果特等奖
- 2022 年中国改革与发展优秀成果一等奖
- 《国资国企社会责任蓝皮书（2022）》案例



第三方评价

报告评价

2022 年是啤酒行业高质量发展极为重要的一年。在国内外经济环境深度调整、消费逻辑重塑的背景下，啤酒产业充分发挥了产业的韧性与魅力，深入实施创新驱动发展战略，不断通过供给侧结构性改革，激发高质量发展潜在动力，持续完善中高端产品布局，加强产品渠道体系创新支撑，强化可持续发展目标，最终实现了产业管理能力、盈利能力、竞争能力、服务能力、可持续发展能力的全面提升，充分彰显了中国啤酒产业永续发展的后劲。

从《青岛啤酒股份有限公司 2022 环境、社会及管治报告》可以看出，青岛啤酒一直坚持以“为生活创造快乐”为使命，将“打造魅力感知质量”作为质量理念，在科技创新上，青岛啤酒拥有酿酒领域唯一的“啤酒生物发酵工程国家重点实验室”，是啤酒技术创新的最强有力阵地。依托该平台，青岛啤酒坚持以消费者需求为导向，加强行业共性基础技术研究、前沿技术研究、行业公益性技术研究、关键核心技术攻关等，促进基础研究与应用研究、成果转化融通发展。进一步推进包装材料的减量、减塑、可循环、可降解以及酿造技术的绿色低碳等领域开展研究，推动产业高端化、智能化、绿色化转型；在文化创新上，作为具有 120 年历史的民族品牌，青岛啤酒重视传统文化的传承、推广和品牌赋能。积极寻找传统文化、传统技艺与现代创新的融合点，通过创造性转化和创新性发展，准确把握“守”和“变”的关系，重新赋予民族品牌消费场景和文化意义，赋予新的时代内涵；在数字化产业升级上，青岛啤酒作为啤酒行业的龙头企业，持续推进实施数字化转型，利用数字化技术对啤酒产业各领域进行全方位、多角度、全链条改造，提升生产力，培育世界一流企业，持续打造具有全球竞争力的制造企业和知名品牌，为恢复和扩大消费、振兴民族品牌贡献力量。

同时，青岛啤酒坚定不移地将环境保护、低碳管理、循环经济作为公司发展战略，紧扣“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”的使命，重视资源的合理利用，积极应对气候变化，力求实现生产效益与生态文明平衡共进。

今年是全面贯彻落实党的二十大精神的开局之年，是实施“十四五”规划承上启下的关键之年。这就要求产业要始终坚定不移地走创新道路，完成产业转型升级和高质量发展。青岛啤酒作为拥有 120 年历史的百年实业，应继续坚持高质量发展的路径，发挥好制造强国、质量强国建设的创新主体作用，围绕高端化、智能化、绿色化发展方向，加快建设世界一流企业，加快推进高质量发展，在全球化市场竞争中创造更多共享价值，贡献中国品牌力量。



ESG 指标索引

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		在报告中的位置
由董事会发出的声明，当中载有下列内容： 1. 披露董事会对环境、社会及管治事宜的监管； 2. 董事会的环境、社会及管治管理方针及策略，包括评估、优次排列及管理重要的环境、社会及管治相关事宜（包括对发行人业务的风险）的过程；及 3. 董事会如何按环境、社会及管治相关目标检讨进度，并解释它们如何与发行人业务有关联。		P11
描述或解释在编备环境、社会及管治报告时如何应用汇报原则（重要性、量化、一致性）。		P13
解释环境、社会及管治报告的汇报范围，及描述挑选哪些实体或业务纳入环境、社会及管治报告的过程。若汇报范围有所改变，发行人应解释不同之处及变动原因。		P2
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政策及遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P30
A1.1	排放物种类及相关排放数据。	P33、P41-P42
A1.2	直接（范围 1）及能源间接（范围 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）。	P36
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）。	P41
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）。	P41
A1.5	描述所订立的排放量目标及为达到这些目标所采取的步骤。	P32、P40、P42
A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法，及描述所订立的减废目标及为达到这些目标所采取的步骤。	P40
一般披露	有效使用资源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	P30、P37
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）。	P37
A2.2	总耗水量及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	P31
A2.3	描述所订立的能源使用效益目标及为达到这些目标采取的步骤。	P37
A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题，以及所订立的用水效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。	P30
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。	P39

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		在报告中的位置
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。	P42-P43
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。	P42-P43
一般披露	识别及应对已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事宜的政策。	P34
A4.1	描述已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事宜，及应对行动。	P35
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政策及遵守对发行有重大影响的相关法律及规例的资料。	P49
B1.1	按性别、雇佣类型（如全职或兼职）、年龄组别及地区划分的雇员总数。	P49
B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	P49
一般披露	有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的政策及遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P46-P47
B2.1	过去三年（包括汇报年度）因工亡故的人数及比率。	/
B2.2	因工伤损失工作日数。	P46
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。	P46-P48
一般披露	有关提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策。描述培训活动。	P51-P53
B3.1	按性别及雇员类别（如高级管理层、中级管理层等）划分的受训雇员百分比。	P51
B3.2	按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数。	P51
一般披露	有关防止童工或强制劳工的政策及遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P49
B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	P49
B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	P49
一般披露	管理供应链的环境及社会风险政策。	P58
B5.1	按地区划分的供货商数目。	P58

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		在报告中的位置
B5.2	描述有关聘用供货商的惯例，向其执行有关惯例的供货商数目，以及有关惯例的执行及监察方法。	P58
B5.3	描述有关识别供应商每个环节的环境及社会风险的惯例，以及相关执行及监察方法。	P58
B5.4	描述在挑选供应商时促使多用环保产品及服务的惯例，以及相关执行及监察方法。	P58
一般披露	有关所提供产品和服务的健康与安全、广告、标签及私隐事宜以及补救方法的政策及遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P63
B6.1	已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。	P18
B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	P21
B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	P10
B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。	P18-P19
B6.5	描述消费者数据保障及私隐政策，以及相关执行及监察方法。	P21
一般披露	有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的政策及遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	P10
B7.1	于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	P10
B7.2	描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。	P10
B7.3	描述向董事及员工提供的反贪污培训。	P10
一般披露	有关以社区参与来了解营运所在社区需要和确保其业务活动会考虑社区利益的政策。	P60-P62
B8.1	专注贡献范畴（如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育）。	P60-P62
B8.2	在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。	P60-P62

您的回馈

尊敬的读者，您好：

非常感谢您阅读了《青岛啤酒股份有限公司 2022 年环境、社会及管治报告》。如果您对本报告有任何建议和意见，请您填写下面的意见回馈表，通过邮寄、传真或电子邮件发给我们。对于您的宝贵意见，我们致以深深的谢意！

姓名：

单位：

联系电话：

电子邮箱：

您认为哪些章节为您提供了重要信息？

- 1 “前言” 部分

2 “环境、社会及管治管理” 部分

3 “合规稳健运营” 部分

4 “119 年只为酿造好啤酒” 部分

5 “为了更美好的世界” 部分

6 “给奋进者舞台 为成就者喝彩” 部分

7 “共创社会价值” 部分

您如何评价本报告？

	好	一般	不好
可读性	☐	☐	☐
中肯性	☐	☐	☐
排版设计	☐	☐	☐
总体印象	☐	☐	☐

您对我们下一年度报告的建议？

请与我们联系：

地址：中国山东省青岛市市南区香港中路五四广场青啤大厦公共关系管理总部 266071

电话：0532-85785641

