

重庆啤酒股份有限公司

(600132.SH)

2022 年环境、社会和公司治理报告



关于本报告

本报告是重庆啤酒股份有限公司发布的首份环境、社会和公司治理（ESG）报告。本报告重点展示了重庆啤酒股份有限公司在环境、社会和公司治理方面的相关政策、管理实践与绩效，帮助各利益相关方更直观地了解公司的 ESG 表现。

时间范围

本报告涵盖二零二二年一月一日至二零二二年十二月三十一日（“2022 年”“报告期间”“本年度”），基于报告的延续性和对比性，部分数据和信息适当追溯或延伸到其他重要年份。

组织范围

如无特殊说明，本报告以“重庆啤酒股份有限公司”（股票代码：600132）为主体，报告披露口径与年报保持一致。

编制依据

本报告参考了《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》《上海证券交易所上市公司环境、社会和公司治理信息披露指引》，并结合联合国可持续发展目标（SDGs）之建议进行编写。

资料说明

本报告引用的全部信息资料均来自于重庆啤酒股份有限公司的正式文件、统计报告与财

务报告，目的仅供本公司环境、社会和公司治理情况披露使用，不用于商业用途。

报告称谓说明

为便于表达与阅读，报告中“重啤股份”“公司”和“我们”均表示重庆啤酒股份有限公司，“集团”和“嘉士伯集团”表示嘉士伯有限公司（Carlsberg A/S）。

免责声明

本报告的部分内容具有前瞻性，包括关于未来发展的计划、目标等。该部分内容是基于管理层当前的期望，可能受到不确定因素的影响导致其与实际结果产生重大差异，公司不承担更新本报告中任何前瞻性声明的义务。

报告获取

本报告提供简体中文及英文两个版本供读者参阅。内容上如有细微出入，请以报告中文版为准。报告电子版可在公司官方网站（<https://www.carlsbergchina.com.cn>）获取。



目录

关于本报告	01	重点关注领域	42
		排放管理	43
总裁致辞	02	产品与服务	46
		多元、平等与包容	50
关于我们	03	负责任采购	59
公司简介	03	社区参与	60
公司荣誉	04	合规管理	61
ESG 计划	06		
ESG 亮点	07	附录	65
ESG 治理	09	第三方评价	65
利益相关方沟通	10	上海证券交易所 ESG 制表索引	66
重大性议题矩阵	11	联合国可持续发展目标（SDGs）对应	67
		ESG 关键指标绩效	72
六个零目标	12		
零碳足迹	13		
零农业足迹	20		
零包装浪费	23		
零水浪费	26		
零非理性饮酒	31		
零事故文化	36		

总裁致辞



李志刚
总裁

TOGETHER
TOWARDS
共同迈向并超越零目标
ZERO &
BEYOND

Carlsberg
CHINA

感谢您打开重庆啤酒股份有限公司的 2022 年环境、社会和公司治理报告，也是我们的第一份 ESG 报告。

重啤股份在 1997 年上市，大家已经习惯通过财务报告来了解公司的业绩表现。从今天开始，我们又有了一个让大家了解公司 ESG 表现的渠道。因为我们相信，业绩表现和 ESG 表现是相辅相成、缺一不可的。我们在实现短期财务回报的同时，也要确保业务的长期可持续，才能践行公司的宗旨：酿造更美好的现在和未来。

这一点，已经被过去几年的实践所验证。

从 2014 年起，中国啤酒市场容量持续下滑。然而，在这样的行业趋势下，公司切实执行面向 2022 年的“扬帆 22”战略，通过满足消费者对高品质啤酒不断增长的需求，走上了高质量发展的道路，并已成长为中国第四大啤酒公司。尤其是在极端困难的最近三年，我们是唯一持续实现销量、营收、利润全面增长的中国啤酒公司，用令人骄傲的业绩表现，实现了“扬帆 22”战略的圆满收官。

与业绩表现齐头并进，我们的 ESG 表现也鼓舞人心。自 2016 年起，我们在中国落

地 TTZ (Together Towards ZERO, 共同迈向零目标) 可持续发展计划。与“扬帆 22”战略一样，TTZ 计划也是面向 2022 年，围绕“零碳足迹”“零水浪费”“零事故文化”“零非理性饮酒”，设定了一系列可衡量的科学指标。至 2022 年底，我们都已圆满、超额完成。例如，通过 100% 使用可再生电力和提升热电综合能效等措施，酒厂酿造每百升啤酒的二氧化碳排放量对比 2015 年减少了 75%，相当于超过 8 万辆汽车停开一年。同时，酒厂酿造每百升啤酒的水耗对比 2015 年下降 42%，位于重庆的大竹林酒厂水耗更低至全球领先的 1.77hl/hl。

我们相信，正是对 ESG 的承诺和持续投入，让我们拥有了更大的韧性，在风高浪急的市场环境中，仍然扬帆破浪、踔厉前行。相应的，强劲的业绩表现也让我们有能力采取进一步的行动，追求更好的 ESG 表现，为应对人类所共同面临的可持续发展挑战，做出我们的贡献。

2022 年既是“扬帆 22”战略和 TTZ 计划的收官之年，也开启了面向 2027 年的“扬帆 27”战略。作为其中的重要组成部分，名为 TTZAB (Together Towards ZERO and Beyond, 共同迈向并超越零目标) 的 ESG

计划也随之启动，在全面升级既有四大“零目标”的基础上，增加了“零包装浪费”和“零农业足迹”，制定出解决重要 ESG 议题的路线图，并设立了 2030 年和 2040 年的里程碑。

正如您随后将在这份报告里看到的，TTZAB 计划的各项指标极具挑战，例如，我们要在 2040 年实现全价值链的净零排放，即二氧化碳排放量和移除量达到平衡。放眼全球啤酒行业，这也是最具雄心的减碳指标之一。但是，我们非常有信心，通过实施 TTZAB 计划，我们不仅将进一步提升公司在环境保护、社会责任和公司治理等方面的水平，也必将助力公司开启“扬帆 27”的高质量发展新征程！

为此，我们决定推出重啤股份的 ESG 报告，定期向您系统地介绍我们在 ESG 方面的计划、目标和进展。感谢您的关注，期待您的反馈！

关于我们

公司简介

重庆啤酒股份有限公司（600132.SH）是全球三大啤酒公司之一——嘉士伯集团在中国的运营平台。嘉士伯集团创建于1847年，总部位于丹麦首都哥本哈根，旗下140多个品牌畅销于全球150多个市场。

重啤股份是中国第四大啤酒公司，运营着由26个酒厂组成的生产供应网络和覆盖全国

的市场销售网络。公司积极应对市场变化，近年来连续取得明显优于行业水平的业绩表现，实现销量、营收和利润等三大指标的全面、持续增长。2022年，公司啤酒销量为285.66万千升，营业总收入为140.39亿元，归属于上市公司股东的净利润为12.64亿元。

目前，中国已经是集团在全球最大的市场。在集团面向2027年的“扬帆27”战略中，“继续在中国取得成功”被列为战略重点之一。公司致力于在中国成为成功、专业和具有吸引力的啤酒公司，同时，也承诺通过实施“共同迈向并超越零目标”ESG计划，应

对不平等、气候变化和水资源短缺等全球挑战，实现“零碳足迹”“零水浪费”“零农业足迹”“零包装浪费”“零非理性饮酒”“零事故文化”等一系列目标，践行“酿造更美好的现在和未来”的宗旨。

我们的产品体系：



本地强势品牌 + 国际强势品牌



2022 年公司荣誉

- 公司再次上榜“**重庆企业 100 强**”“**制造业企业 100 强**”，位列食品饮料行业排名第一
- 嘉士伯(中国)啤酒工贸有限公司在“**云南省非公企业 100 强**”和“**云南省非公企业制造业 20 强**”中分列第 7 位和第 5 位，较去年分别提升 5 位和 2 位
- 嘉士伯(中国)啤酒工贸有限公司连续五年荣获**云南省绿色食品“10 强企业”**
- 嘉士伯(中国)啤酒工贸有限公司获得**国家级“水效领跑者”称号**
- 宁夏西夏嘉酿啤酒有限公司荣获**宁夏回族自治区“健康企业”称号**
- 大竹林酒厂、梁平酒厂获颁**重庆市“水效领跑者”称号**
- 天目湖酒厂获评**首批江苏省“绿色发展领军企业”**
- 天目湖酒厂连续三年获评**溧阳市“四星企业”**
- 华狮酒厂荣获**云南滇中新区“突出贡献企业”称号**
- 安徽酒厂获颁**天长市“综合实力十强”称号**
- 宜宾酒厂入选**宜宾市“100 强民企”**
- 公司位列“**中国上市公司市值 500 强**”榜单第 310 名，较去年末上升 18 位，在啤酒企业中排名第 4
- 公司荣获第十三届中国上市公司投资者关系天马奖“**中国上市公司投资者关系最佳董事会奖**”“**中国上市公司最佳投资者关系奖**”
- 公司荣获第十六届中国上市公司价值评选“**中国上市公司年度卓越管理团队**”奖和“**主板上市公司价值 100 强**”奖
- “**嘉士伯集团中国业务与重啤股份战略重组**”入选中国上市公司协会“**中国资本市场跨境并购经典案例**”
- 嘉士伯(中国)啤酒工贸有限公司上榜农民日报社“**2022 中国农业企业 500 强**”
- 公司再次入选**胡润中国“食品行业百强”**
- 公司获得前程无忧 2022 年“**中国典范雇主 100 强 & 人才吸引和保留典范**”
- 公司获得智联招聘 2022 年“**广州最佳雇主 50 强**”
- 公司荣获**2022 中国酒业金樽奖“年度 ESG 特别奖”**
- 2022 年春节创意传播企划“**虎虎生辉启顺年**”获得**第十届 TopDigital 创新营销奖“年度专项奖”**
- “**乌苏徐工硬核庆功宴**”案例获得**2022 大中华区艾菲奖“季节营销产品类奖项”**
- “**乌苏徐工硬核庆功宴**”案例获得**第九届 TMA 营销大奖“跨界营销类金奖”**
- “**风花雪月小酒箱**”案例获得**第 22 届 IAI 传鉴国际广告奖“新消费营销金奖”**
- 夏日纷黑莓味酒荣获**中国新闻周刊 2022 年度“有意思品牌”**

在“中国国际啤酒挑战赛”上,公司连续第二年获奖最多,乐堡啤酒、重庆纯生、布鲁克林拉格、乌苏楼兰秘酿等 11 款啤酒产品荣获“天禄奖”。

在全国酒类新品奖“青酌奖”评选中,格林堡金色艾尔、布鲁克林石墙 IPA 和乐堡 MIX 特调蔓越莓青柠味啤酒等 3 款产品入选。



ESG 计划

2016年3月，集团发布了面向2022年的“扬帆22”战略，并制定了TTZ（Together Towards ZERO，即“共同迈向零目标”）可持续发展计划。此后，重啤股份持续推动TTZ计划在中国的落地，并取得显著进展。

2022年，集团在“扬帆22”战略基础上提出面向2027年的“扬帆27”战略，并发布了全面升级的TTZAB（Together Towards ZERO and Beyond，即“共同迈向并超越零目标”）ESG计划。TTZAB计划在原“零碳足迹”“零水浪费”“零非理性饮酒”“零事故文化”等四大“零目标”基础上，新增了“零农业足迹”“零包装浪费”两项“零目标”，把可持续发展愿景拓展到新的重点领域，制定了解决重要ESG议题的路线图，并设立了2030年和2040年的目标里程碑，包括到2040年实现全价值链的净零排放，即二氧化碳排放量和移除量达到平衡。同时，在节水、理性饮酒、以人为本、社区参与和多元、平等与包容等其他议题上升级并明确了目标。

重啤股份积极推进TTZAB计划，并适时发布相关进展。我们将与供应商、客户、消费者和社区等利益相关方加强合作，负责任地管理我们的业务影响，并采取对社会有积极贡献的行动，致力于实现集团的宗旨——酿造更美好的现在和未来。

宗旨

酿造更美好的现在和未来

“扬帆27”战略重点

- 我们的组合选择
- 我们的地理重点
- 我们的卓越执行
- 我们的必赢文化
- “资”援我们的征程
- 为利益相关方创造价值

可持续发展战略

共同迈向并超越零目标（TTZAB）

 零碳足迹	2030年目标 <ul style="list-style-type: none"> 所有酒厂零碳排放 全价值链碳排放减少30% 	2040年目标 <ul style="list-style-type: none"> 所有可再生能源需求来自新的资产（如，通过电力直购协议） 全价值链净零排放
 零农业足迹	2030年目标 <ul style="list-style-type: none"> 30% 原材料从可再生农业和可持续资源中采购 	2040年目标 <ul style="list-style-type: none"> 100% 原材料从可再生农业和可持续资源中采购
 零包装浪费	2030年目标 <ul style="list-style-type: none"> 100% 包装可回收、可再利用、可再生 啤酒瓶和易拉罐的收集回收率提升到90% 	<ul style="list-style-type: none"> 减少50% 原生化石基塑料使用 啤酒瓶和易拉罐使用50% 再生成分
 零水浪费	2030年目标 <ul style="list-style-type: none"> 公司范围内水效达到2.0 hl/hl，高水风险地区啤酒厂的水效达到1.7 hl/hl 	<ul style="list-style-type: none"> 高水风险地区啤酒厂实现100% 水回馈 减少50% 酒厂总水耗
 零非理性饮酒	2030年目标 <ul style="list-style-type: none"> 通过包装和品牌活动实现100% 理性饮酒信息覆盖 100% 市场建立合作伙伴关系，以支持理性饮酒 	<ul style="list-style-type: none"> 100% 市场推出无醇啤酒 产品组合中35% 是啤酒低醇或无醇啤酒
 零事故文化	2030年目标 <ul style="list-style-type: none"> 零损失工时事故 	
 多元、平等与包容	专注于持续改进并实施政策、合作伙伴关系和其他计划，以实现员工、运营、价值链和社会的影响	
 根据指南行事	制定更多可量化的短期目标，2024年，女性在中层及以上管理岗位占比提升4%；到2027年达到三分之一	
 以人为本	不断推行合规管理，并通过健全的合规计划营造诚信文化；以负责任采购为长期目标，在价值链上以人为本，并负责任地参与社区活动	
 负责任采购		
 社区参与		

ESG 亮点

零碳足迹

-75% 与 2015 年相比, 2022 年单位碳排放

-32% 与 2015 年相比, 2022 年综合能耗

100% 绿电使用



零非理性饮酒

0.0% 推出重庆无醇啤酒和雪花雪月柠檬味低醇啤酒

450W+ 继续推动面向消费者的理性饮酒活动覆盖消费者



零包装浪费

-10% 全年嘉士伯、乐堡、凯旋 1664 品牌所使用的一次性玻璃瓶重量

3,800 吨 每年纸箱减重项目减少纸张用量



零水浪费

-42% 与 2015 年相比, 2022 年单位用水量

207 万千升 2015-2022 年, 节约总耗水量

1.77 hl/hl 2022 年公司旗下酒厂的最低水耗, 领先全球



零事故文化

100% 酒厂获得 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证

-92% 与 2018 年相比, 2022 年损失工时事故数

零工亡 2022 年员工与承包商零工亡



零农业足迹

100% 主要辅料实现本地化采购

190 千吨 全年回收利用湿酒糟, 供畜牧业使用



ESG 亮点

产品与服务

100%

2018-2022年，公司及旗下酒厂全部通过年度质量COM符合性审核、ISO 9001质量管理体系认证和HACCP认证

无产品召回

2018-2022年，未发生因产品质量问题而召回产品的事件

100%

对24家酒厂生产的啤酒产品实行季度抽样检查，全年共抽检91批次，产品执行标准合格率100%

98.2%

生产员工质量和食品安全培训共计2.1万小时，涉及1.8万人次，员工覆盖率达98.2%

社区参与

346万元

自2004年，在宜宾市发起爱心助学活动，连续助学19年，累计捐款346万元，帮助近1,800名学生

10万

2022年，“重啤奖学金”为10个重庆市优秀团学工作品牌项目配套提供经费，有约10万余名大学生受益

多元、平等与包容

96%

在每两年一次的员工敬业度调查中，96%的员工愿意推荐他人入职重啤股份

+2.1%

与2021年相比，2022年中层以上管理岗位中女性员工占比提升2.1%

公司治理

500余场

2022年，共召开4次公开的业绩说明会，参加投资者交流会议约500余场，开展酒厂参观、特色品鉴活动共2场

23人次

2022年，组织董监高参加公司治理相关培训23人次

负责任采购

100%

2022年，100%材料供应商通过ISO 14001认证

100%

2022年，100%直接合作供应商通过ISO 9001或相同资质认证

根据指南行事

6,000+

2022年，开展道德与行为准则、反贿赂反腐败、竞争法合规等主题的合规培训，共计6千余人次参加

Speak up 畅言热线

建立举报平台“Speak up 畅言热线”，维护举报人权益

100%

2022年，供应商商业道德条款签订率达100%，供应商廉洁协议签订率达100%

ESG 治理

公司将 ESG 管理落实到日常运营中。我们明确了由总裁、TTZAB 目标牵头人及 ESG 执行负责人为核心的三级 ESG 管理体系，共同负责公司的 ESG 战略规划、统筹协调以及工作落实。同时，公司通过设定和拆解目标 KPI 并持续追踪进展情况，推动公司 ESG 及战略的落地，实现 ESG 的高效管理。



利益相关方沟通

2022年，我们通过多种渠道积极与各利益相关方进行沟通，与重要相关方保持紧密联系，积极了解和回应内外部相关方的期望和要求，不断提高企业信息透明度，为各利益相关方创造可持续价值。

利益相关方	沟通方式	利益相关方关注点	我们的回应
 员工	<ul style="list-style-type: none"> • 问卷调研 • 线上与线下的员工活动 • 邮件沟通 • 部门会议 	<ul style="list-style-type: none"> • 员工待遇 • 员工发展与培训 • 员工权益与关怀 • 员工健康与安全 	<ul style="list-style-type: none"> • 鼓励员工就如何推动创新和高绩效畅所欲言，注重员工的成长、身心健康以及相关权益，建立多元化的员工沟通渠道，倾听员工心声，致力把公司打造成一个多元、平等与包容的企业
 投资人与股东	<ul style="list-style-type: none"> • 定期报告与临时公告 • 业绩说明会 • 券商举办的策略会 • 投资者线上路演与反路演 • 酒厂参观 	<ul style="list-style-type: none"> • 风险管理 • 投资回报 • 公司治理 • 信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> • 回复投资者的 ESG 相关问题，并说明 TTZAB 计划 • 本年度举办股东大会 4 次 • 在 MSCI 等评级中的高分表明公司业务对投资者的风险较低 • 本年度完成 4 个定期报告及 48 个临时公告的披露工作
 客户与消费者	<ul style="list-style-type: none"> • 消费者满意度调查 • 投诉热线 • 零售店意见反馈渠道 • 市场营销活动 	<ul style="list-style-type: none"> • 高质量产品 • 多元化产品 • 完善的客户服务 • 畅通的沟通渠道 	<ul style="list-style-type: none"> • 积极响应和处理消费者投诉信息 • 开展负责任营销，落实理性饮酒倡议
 供应商	<ul style="list-style-type: none"> • 供应商信息反馈渠道 • 定期沟通交流 • 审核与评估 • 信息共享 	<ul style="list-style-type: none"> • 公平、公开、公正采购 • 供应商扶持 	<ul style="list-style-type: none"> • 建立完整规范的供应商管理体系，推行责任采购 • 积极开展供应商培训与沟通
 媒体	<ul style="list-style-type: none"> • 定期与不定期媒体拜访 • 公司最新情况及时沟通 • 媒体品鉴会 • 酒厂参观 • 总裁专访 	<ul style="list-style-type: none"> • 公司业绩 • 可持续发展表现 • 公司未来发展策略 	<ul style="list-style-type: none"> • 定期报告发布后，主动和媒体沟通相关情况 • 主动和媒体沟通公司在可持续发展上的进展 • 举行 1 次媒体品鉴会 • 在大理举行 1 次酒厂参观活动 • 邀请媒体进行总裁专访 5 次
 政府及监管机构	<ul style="list-style-type: none"> • 定期拜访与专题汇报 • 参与政府组织的调研、评选活动 • 参与政策法规的制定和修订 	<ul style="list-style-type: none"> • 合规经营 • 依法纳税 • 带动区域经济发展 	<ul style="list-style-type: none"> • 确保遵守所有适用法律 • 主动报告每年的经济贡献，创造的就业机会，带动区域经济 • 推进 TTZAB 计划，积极落实食品安全、环境治理等方面的管理 • 积极参与绿色工厂、水效领跑者等国家示范试点项目
 行业协会	<ul style="list-style-type: none"> • 加入行业协会 • 参与行业标准制定 • 参与行业内活动 	<ul style="list-style-type: none"> • 产品质量 • 行业合作和发展 	<ul style="list-style-type: none"> • 积极建立合作伙伴关系，遵守行业协会准则 • 影响行业协会倡议，加强 ESG 管理，参与全国理性饮酒宣传周等活动
 产学研合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> • 开展项目课题及产学研等合作 	<ul style="list-style-type: none"> • 产品研发创新 • 人才培养 • 实现共赢 	<ul style="list-style-type: none"> • 与重庆工商大学、重庆机电职业技术大学等高校合作，开设“重啤班”，通过啤酒品鉴、岗位轮训等培训，进行定制化人才培养

重大性议题矩阵

本年度，公司聘请第三方对内外部利益相关方开展问卷调研，收集各利益相关方意见，并遵循重要性议题分析流程及方法对议题进行优先顺序排序。本次调研结果也将为公司 ESG 管理及 TTZAB 计划的落地提供参考，帮助公司更好地回应利益相关方的期望和诉求。

高度重要议题	中度重要议题
● 产品质量安全	● 供应链管理
● 水资源管理	● 能源管理
● 商业道德	● 可持续包装
● 员工健康安全	● 理性饮酒倡导
● 公司治理	● 数据安全及隐私
	● 废弃物管理
	● 负责任营销
	● 多元、平等与包容
	● 员工发展
	● 应对气候变化
	● 可持续农业
	● 客户服务
	● 社区贡献与影响

● 环境议题
● 社会议题
● 公司治理议题

重啤股份 2022 年 ESG 重大性议题矩阵



六个零目标

TTZAB 计划是我们主动应对气候变化和水资源短缺等全球挑战的行动表现，也是对健康福祉、消除不平等社会大众关注议题的回应。公司响应集团设定的“零碳足迹”“零农业足迹”“零包装浪费”“零水浪费”“零非理性饮酒”和“零事故文化”目标，积极践行和实现“酿造更美好的现在和未来”的企业宗旨。

TOGETHER TOWARDS ZERO & BEYOND 共同迈向并超越零目标



零碳足迹
ZERO
Carbon
Footprint



零农业足迹
ZERO
Farming
Footprint



零包装浪费
ZERO
Packaging
Waste



零水浪费
ZERO
Water
Waste



零非理性饮酒
ZERO
Irresponsible
Drinking



零事故文化
ZERO
Accidents
Culture

负责任采购
Responsible
Sourcing

多元、平等和包容
Diversity, Equity
& Inclusion

以人为本
Human
Rights

根据指南行事
Living By
Our Compass

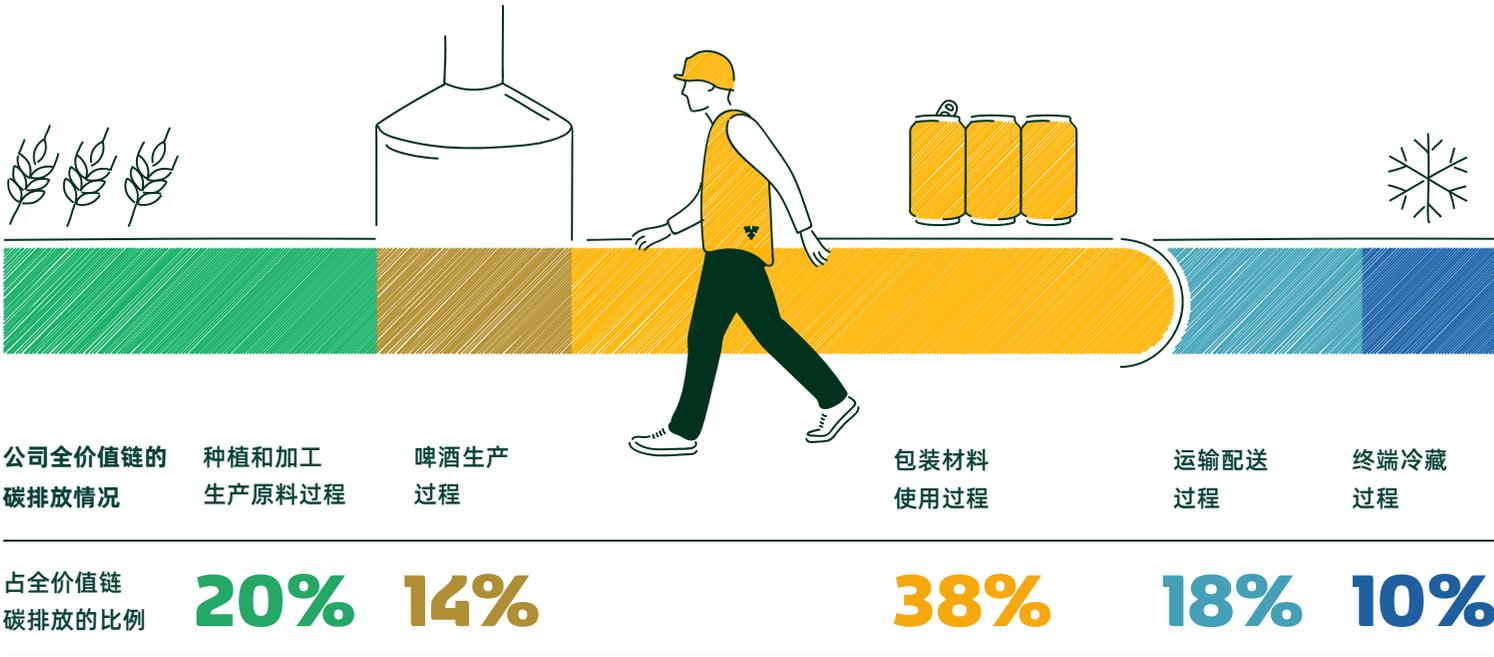
社区参与
Community
Engagement

- 零碳足迹 13
- 零农业足迹 20
- 零包装浪费 23
- 零水浪费 26
- 零非理性饮酒 31
- 零事故文化 36

零碳足迹

气候变化是人类二十一世纪共同面临的挑战。同时，气候变化也会对公司啤酒产品生产所依赖的水资源、能源、农产品带来影响。联合国气候变化大会第 26 次缔约方会议（COP26）和政府间气候变化专门委员会（IPCC）最新报告明确了人类需要采取行动来应对气候危机的迫切需要。

为应对气候变化对公司业务带来的影响和挑战，公司积极推进“零碳足迹”目标行动，承诺到 2030 年实现酒厂的零碳排放，到 2040 年实现全价值链的净零排放。我们开展了覆盖啤酒全价值链的减碳行动，实现从原材料种植、生产、包装、物流运输和冷却储存环节的低碳运营。



减少产品碳足迹

公司重视产品全价值链的碳排放情况，在集团的指导下开展了产品碳足迹评估，并在原材料种植、酿造生产、包装回收、运输配送、终端冷藏五大价值链主要环节积极推行绿色低碳举措，以减少产品碳足迹。

集团根据世界资源研究所（WRI）和世界

可持续发展工商理事会（WBCSD）编制《温室气体核算体系》（GHG protocol）中规定的范围 1、2、3 排放，参照欧盟委员会制定的产品环境足迹（Product Environmental Footprint, PEF）指南（包括啤酒类别规则）以及饮料行业温室气体排放部门指南，定期开展产品碳足迹评估。通

过开展碳足迹评估，对碳排放的具体来源进行量化，制定针对性的节能减排计划，从而实现企业碳足迹的有效管理。

为了评估目标进展，我们配合集团每三年开展一次产品碳足迹评估。2020 年评估结果显示，相较于 2015 年的基线，我们的

产品碳足迹下降 15%。我们将在 2023 年基于 2022 年的数据，开展下一次详细的产品碳足迹分析，以评估 2022 年的目标进展情况。

种植和加工生产原料环节的减碳行动

公司充分认识到，啤酒原材料在种植和加工生产过程中会产生大量的温室气体排放，并对周边生态环境产生负面影响。集团的“零农业足迹”目标聚焦啤酒原材料种植和加工生产环节，承诺积极影响价值链上游供应商，共同采取行动，减少原材料种植和加工生产环节的碳排放，将业务生产对生态环境的干扰和影响降到最低。我们针对种植和加工原材料环节的节能减排具体行动详见本报告“零农业足迹”章节。

啤酒生产环节的减碳行动

为降低啤酒生产环节的碳排放，我们在各地酒厂积极开展节能减排行动，持续加大对生产工艺的节能技改以及能源结构优化的投入力度。

提高工艺效率：我们通过绩效标杆管理、良好实践应用以及精益生产，持续提升能源使用效率，降低酒厂生产环节的碳排放。同时，我们积极开展节能技改项目，包括低压动态煮沸工艺应用、热能综合利用、锅炉效率提升、洗瓶机和杀菌机节能改造等项目。

各地酒厂部分节能减排项目介绍：



在重庆，马王乡、石柱、合川、梁平酒厂实施包装热能综合利用，有效地提升了洗瓶机和杀菌机的热能利用效率。2022年，石柱酒厂应用了该项目，相比2021年，石柱酒厂包装部热能消耗降低了7%。



在新疆，乌鲁木齐酒厂积极推动节能减排项目实施，包括升级设备保温、锅炉效率提升、换热器升级等。2018年到2022年，乌鲁木齐酒厂热能耗降低38%。

能源结构优化：我们积极探索清洁能源替代方案，尝试利用沼气等新能源替代传统化石能源。此外，公司致力于提升酿造环节可再生电力使用比例。本年度，我们已实现100%绿电使用，共计使用绿电157,142 MWh，实现碳减排量达97,741.7吨。2022年，公司酿造每百升啤酒的碳排放较2015年减少超过75%，共减少了23万吨二氧化碳，相当于植树9,300亩，或8万辆小汽车停开一年。

相比 2015 年，公司 2022 年的
综合能耗降低了

32%



实现

100%

绿电使用



共计使用绿电

157,142 MWh

实现碳减排量达

97,741.7 吨

酿造每百升啤酒的碳排放较
2015 年减少超过

75%

共减少 23 万吨二氧化碳，
相当于植树

9,300 亩



大理酒厂积极应用可再生能源



作为可再生能源利用技术，沼气发电集节能和环保于一体，有着巨大的环境和社会效益。长期以来，公司积极探索开发沼气供热等可再生能源创新解决方案，致力于为啤酒行业的绿色生产模式开启新篇章。

大理酒厂通过沼气锅炉制备蒸汽的方式，降低能源消耗的同时也减少了对环境的污染。本年度，大理酒厂使用沼气热能 1,318.9MWh，实现碳减排量达 266.4 吨。同时，大理酒厂积极部署光伏发电，在屋顶安装了超 8,000 块太阳能电池板，

实现年度光伏发电量 1,931.0MWh，满足超过 13% 的电力需求，全年减少碳排放 1,201.1 吨。

热能相关数据

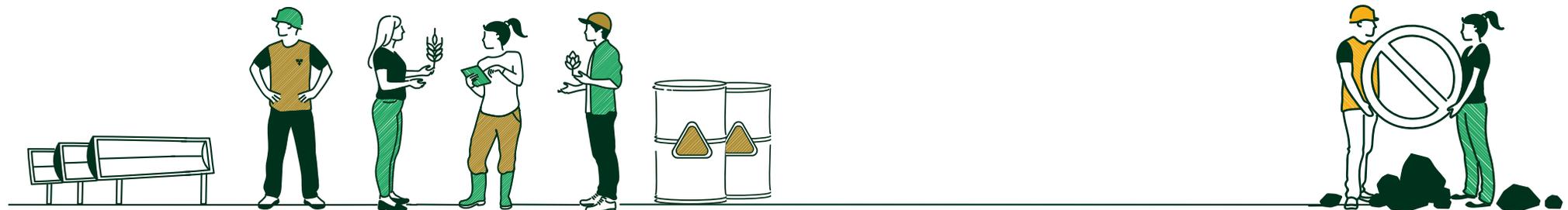
	单位	2022年	2021年	2020年	2019年	2018年
摄于轻燃料油的总能量值	MWh	2,514.4	/	/	/	/
摄于重质燃料的能量值	MWh	/	/	/	/	58.3
摄于天然气的能量值	MWh	387,254.1	396,071.7	324,766.3	350,204.7	321,316.4
污水处理厂产生的沼气的能量值	MWh	1,318.9	1,367.1	1,136.0	931.0	803.6
煤的能量值	MWh	/	/	/	22,120.8	67,716.3
生物质燃料的能量值	MWh	10,167.5	28,966.4	62,223.2	60,954.5	53,013.2
区域供热（来自标准供热系统）热量值	MWh	77,829.6	66,877.9	57,111.4	61,353.0	66,721.3
厂区所用总热量值	MWh	479,084.4	493,283.1	445,237.0	495,563.9	509,629.2

能源消耗情况



2022年细分能源消耗情况

细分能源	单位	2022年数据
可再生电力百分比	%	100%
天然气	Nm ³	41,883,659.6
柴油	升	266,025.6



包装材料使用环节的减碳行动

包装材料使用环节的碳排放大约占啤酒产品碳足迹的 38%，是全价值链的第一大碳排放源。在集团“零包装浪费”目标的指引下，我们联合上游包装材料供应商积极开展各类针对包装材料使用环节的节能减排行动，具体详见本报告“[零包装浪费](#)”章节。

物流运输环节的减碳行动

在生产啤酒的过程中，酿酒厂、仓库、酒吧、餐馆和零售商之间的运输碳排放占啤酒产品碳足迹的 18%，是全价值链的第三大碳排放源。为了减少物流运输环节的碳排放，公司在各酒厂改用电叉车代替柴油叉车，相较于 2021 年，有效减少碳排放量 2.24 吨。我们在大力推广物流车队电气化的同时，持续推进叉车电池更换项目，利用更环境友好的锂离子电池取代传统铅酸电池。此外，我们与物流供应商合作，严格监测物流环节燃料的使用情况，并对司机开展燃料效率相关培训，提升供应商的节能意识与环境表现。

冷却储存环节的减碳行动

在生产啤酒的过程中，啤酒冷却储存环节的碳排放大约占啤酒产品碳足迹的 10%，在全价值链中碳排放最少，但也是我们减碳行动中不可或缺的一环。我们积极推动集团提出的“购买的任何新冰箱必须使用 LED 照明以及环境友好的制冷剂”的理念，采购使用环境友好制冷剂的新冰箱。此外，公司通过使用不含氟利昂的制冷剂和节能冰柜，每年降低 10% 终端能耗¹，同时，有效减少制冷剂产生的温室气体排放。我们从 2021 年开始开展节能冰柜项目，每年采购约 18,000 台节能冰柜。

在各酒厂改用电叉车代替柴油叉车，相较于 2021 年，有效减少碳排放量

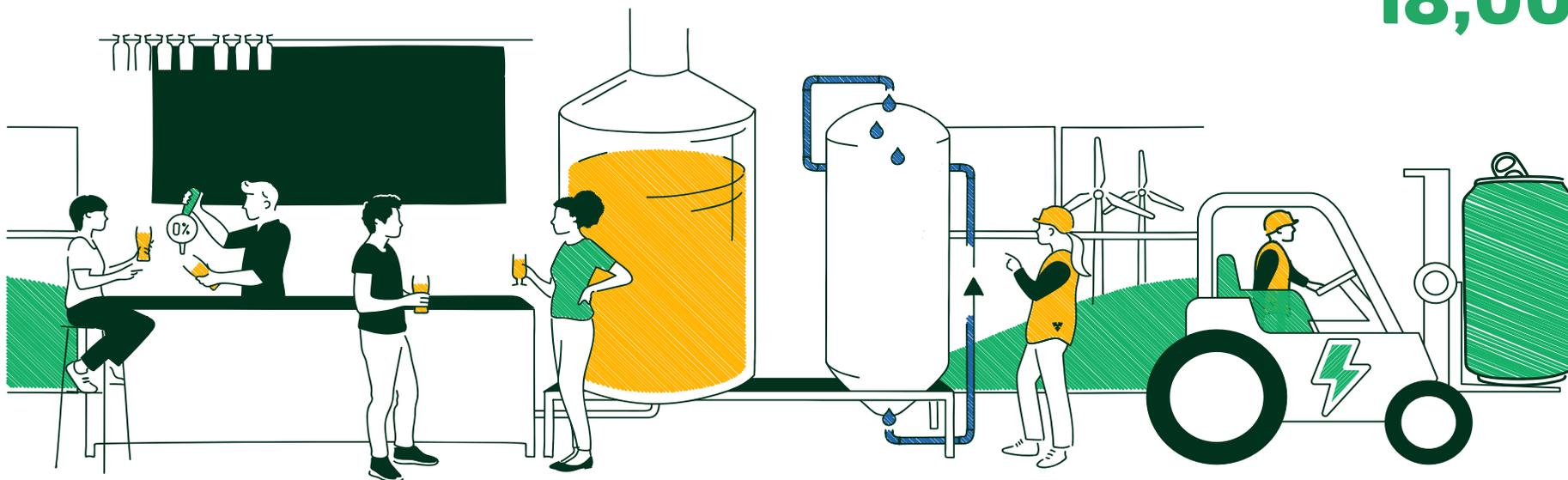
2.24 吨

使用不含氟利昂的制冷剂和节能冰柜，每年降低

10% 终端能耗

开展节能冰柜项目，每年采购约

18,000 台节能冰柜



¹ 能源消费有两种形式：一种是一次性直接消费，又称终端消费；另一种是加工转换消费，又称中间消费。终端消费是对中间消费而言，是指能源不用于中间加工转换，而是直接投入到各种加热、动力等设备，用于生产和非生产活动的消费。

运营环节的减碳行动

此外，我们加强公司内部节能减排的意识宣贯，覆盖采购、制造到销售等运营活动，规范公司能源使用管理。我们还设置月度绩效奖励机制，鼓励员工提出“减碳金点子”，激励全体员工共同推进公司的低碳运营。

温室气体排放情况

指标	单位	2022年	2021年	2020年	2019年	2018年
使用轻燃料油排放的二氧化碳	吨二氧化碳	670.7	/	/	/	/
使用重燃料油排放的二氧化碳	吨二氧化碳	/	/	/	/	16.3
使用天然气排放的二氧化碳	吨二氧化碳	78,209.8	79,990.6	65,589.8	70,727.3	64,893.1
使用煤所排放的二氧化碳	吨二氧化碳	/	/	/	7,533.5	23,061.5
区域供热排放的二氧化碳（来自标准供热系统）	吨二氧化碳	22,881.9	19,662.1	16,790.8	18,037.8	19,616.1
所用热能产生的二氧化碳排放量	吨二氧化碳	101,762.5	99,652.8	82,380.6	96,298.6	107,586.8
用电排放的二氧化碳	吨二氧化碳	/	/	/	39,594.5	84,311.1
酒厂总二氧化碳排放量	吨二氧化碳	101,762.5	99,652.8	82,380.6	135,893.1	191,897.9
制冷剂的二氧化碳排放量	吨二氧化碳	3,773.2	3,728.9	6,951.8	10,753.7	1,646.1
温室气体排放量（范围1） ²	吨二氧化碳	82,653.8	83,719.5	72,541.6	89,014.5	89,616.9
温室气体排放量（范围2） ³	吨二氧化碳	22,881.9	19,662.1	16,790.8	57,632.3	103,927.2
温室气体排放总量（范围1+2）	吨二氧化碳	105,535.7	103,381.6	89,332.3	146,646.8	193,544.0

² 范围1包括直接燃料排放的二氧化碳和制冷剂产生的二氧化碳。

³ 范围2包括间接燃料排放的二氧化碳。

零碳足迹 我们的进展 & 目标

2022 年计划行动	2022 年进展	2022 年目标	状态	2030 年目标	2040 年目标
在各酒厂积极开展节能技术改造，用可再生能源替代化石燃料等不可再生热能使用	<p>积极开展节能技改项目，包括低动态煮沸工艺应用、热能综合利用、锅炉效率提升等项目</p> <p>2022 年二氧化碳总排放量相比 2015 年下降 22.5 万吨</p> <p>2022 年酿造每百升啤酒的二氧化碳排放量相比 2015 年减少了 75%、总能耗下降 32%</p>	啤酒厂实现碳排放减少 50%	 100% 完成	所有酒厂实现零碳排放 全价值链碳排放减少 30% 所有可再生能源需来自新的资产（如，通过电力直购协议）	全价值链净零排放
在酒厂布设光伏发电装置或购买绿色电力	提升酿造环节可再生电力使用比例，2022 年共计使用绿电 157,142 MWh	100% 使用可再生电力	 100% 完成		
积极影响产业链上游供应商及原材料供应商开展减碳行动 在种植和加工生产原料环节、包装材料使用、运输环节开展减碳行动	持续开展在原料采购、物流运输、终端存储等环节中的减碳工作。 2019 年全价值链碳足迹测算结果显示对比 2015 年下降 15%，拟在 2023 年开展新一轮全价值链碳足迹评估	全价值链中碳排放减少 15%	 100% 完成		
采购使用环境友好制冷剂的新冰箱	使用不含氟利昂的制冷剂和节能冰柜，每年降低 10% 终端能耗	使用低气候影响的制冷系统	 100% 完成		



零农业足迹

我们的生产和运营，需要依赖各种天然原材料和自然资源，如大麦、啤酒花、水资源等。而人口增长、气候变化、过度使用农地等因素给人类赖以生存的农业带来前所未有的挑战和矛盾。在此背景下，我们希望推进可持续发展农业，通过保护耕地、节约高效用水、治理环境污染、修复农业生态等举措，使农业自然资源不断再生利用，以保护土地、作物和人类环境的健康发展，减少农业对自然生态系统的影响。

为此，我们推动集团设立的“零农业足迹”目标，即2030年前实现30%的原材料从再生农业和可持续资源中采购，2040年前实现100%的原材料从再生农业和可持续资源中采购，致力于保护生物多样性、土壤健康的同时，提高农田的自然固碳能力。通过推广再生农业实践，我们在协助提升食品系统韧性的同时，进一步减少农产品种植的碳排放，助力公司在2040年前实现全价值链净零排放的目标。

公司根据酒厂地址，优先选择靠近酒厂的原材料供应商，在进一步缩短运输距离、提高运输效率的同时，降低产品全生命周期的碳足迹。

可持续农业推广

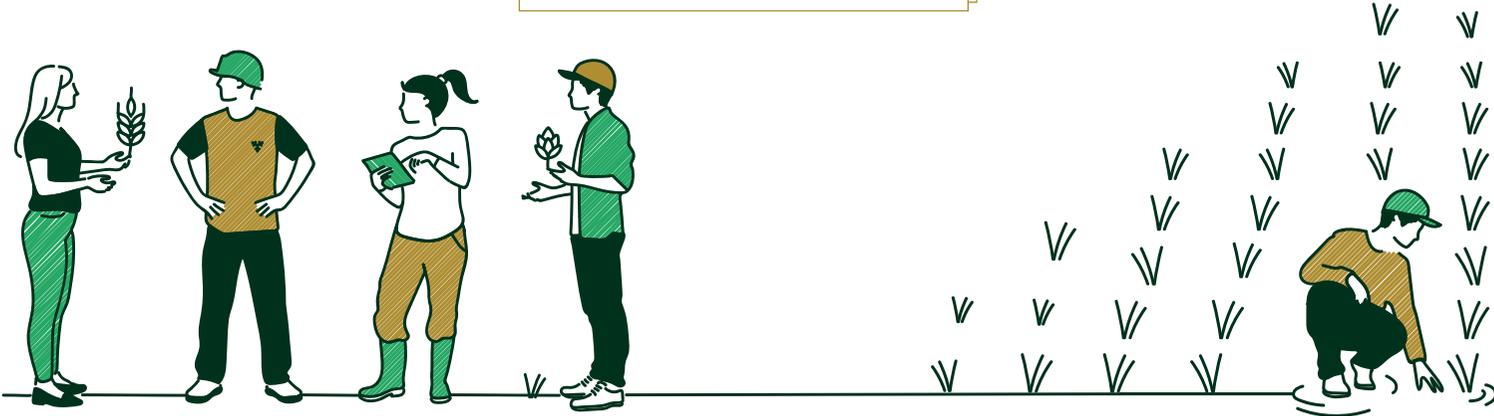
依托集团与全球农业社区建立的长期合作关系，公司积极参与和支持集团在中国的可持续农业实践行动，向农产品原产地当地的农民提供支持，帮助他们承担向再生农业转型的相关风险和成本；提供农业方面的培训，助力农民的可持续转型。我们希望通过未来通过品牌和产品宣传，倡导客户和消费者了解再生农业的好处，以及通过再生农业帮助大众建立更可持续的粮食系统的认识。此外，我们积极配合集团与供应商和合作伙伴共同探索可复制推广、气候友好的再生农业计划，以促进健康的生态系统，建立高质稳定的农业供应链，推动农业发展。

案例 可持续森林保护

森林在缓解全球气候变暖，保障生物多样性等领域具有无可替代的作用。公司支持森林保护相关法规及倡议，致力于在产业链的各个环节最大限度地保护森林资源，以践行我们的可持续发展承诺。我们优先采购经森林管理委员会（Forest Stewardship Council, FSC）或森林认证体系认可计划（Program for the Endorsement of Forest Certification Schemes, PEFC）认证的纸质包装材料，通过利用市场经济体制使森林进入可持续管理，避免过度消费与过度采伐带来的毁林风险。

2030年前实现
30%
的原材料从再生农业和可持续资源中采购

2040年前实现
100%
的原材料从再生农业和可持续资源中采购





啤酒生产中的物料 循环再利用

酿酒企业在生产过程中产生的“废酒糟”“废酵母”等废弃物若直接排放，将对环境造成负面影响。酿酒废弃物能源化、资源化再利用，不仅能够有效解决废弃物的污染，其副产品还能产生显著的经济和社会效益。长期以来，公司高度重视酒糟的循环利用，运用自然生态规律和生态系统方法来充分发掘废酒糟、废酵母的潜力，并将酿酒所产生的副产品循环再用于农业、畜牧业，实现企业与自然之间的和谐发展。

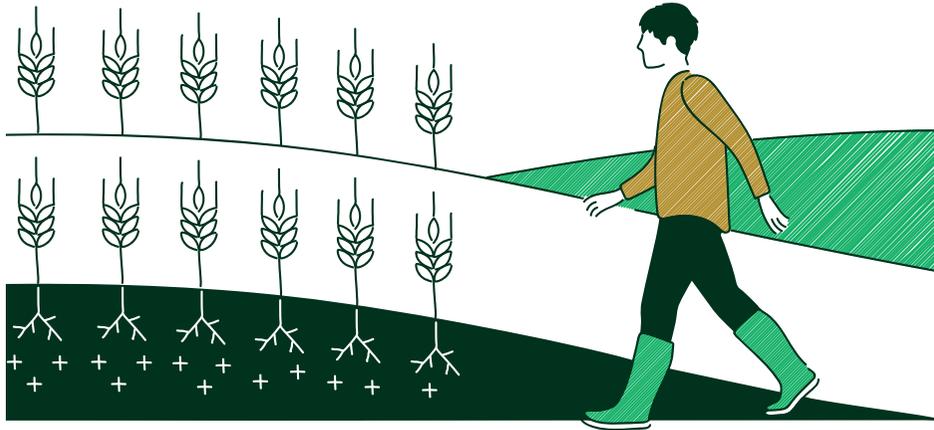
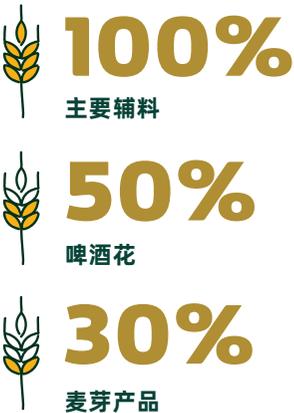
酒糟含有丰富的纤维、粗蛋白、粗脂肪和微量元素，还含有丰富的氨基酸、醇类以及酒类的芳香物质，营养成分极高，是优质的饲料和肥料生产原料。2022年，公司回收利用废湿酒糟约19万吨，废酵母液约166万吨。其中，大部分废酒糟用于牛场饲养，小部分烘干后销售至饲料公司，供畜牧业使用；废酵母烘干后销售至饲料公司，供应畜牧业。此外，采用再生后的废酵母和废酒糟代替饲料和肥料，亦可减少农

业和畜牧业对饲料和肥料的需求，进而减少饲料和肥料生产和使用过程中产生的温室气体排放，有效减少农业碳足迹。

可持续原材料采购管理

为保障原材料的可追溯性，公司严格遵循集团的《直接材料质量要求》《非接触材料供应商质量要求》等政策，以改善供应链对环境的影响。同时，我们持续推进原材料本地化采购进程，为农产品原产地提供就业岗位，帮扶本地经济发展。目前我们的主要辅料实现 100% 本地采购，另有 50% 的啤酒花以及 30% 的麦芽产品实现本地化采购。未来我们也会持续提升本地化采购的比例，减少在远程运输环节对环境的污染。

目前已有约



零农业足迹： 我们的目标

2030 年目标



30% 的原材料从再生农业和可持续资源中采购

2040 年目标



100% 的原材料从再生农业和可持续资源中采购

零包装浪费

包装材料是产品生命周期的重要消耗材料，推进循环包装方式不仅能帮助我们减少对世界有限资源的影响，也能为公司带来长期经济利益。

我们推动“零包装浪费”目标，承诺到2030年之前实现啤酒瓶和易拉罐100%可回收、可重复使用或可再生，其中90%的啤酒瓶和易拉罐在使用后被收集和回收。此外，我们的目标还包括减少至少50%的原生化石基塑料的使用，玻璃酒瓶和易拉罐使用不少于50%的再生成分等。我们将在保障产品质量的前提下，不断探索可持续的包装解决方案，致力于从源头减少一次性包装对环境造成的影响，积极开展回收利用合作研究项目，助力构建绿色低碳的循环经济产业链。

可持续包装

公司致力于打造可持续包装，通过创新改进，持续改善我们的包装组合，减少包装材料对环境的影响。

包装绿色化设计

在包装设计上，我们采用了含有60%再生材料的玻璃瓶，并搭配环保油墨和不含PVC材料的标签和瓶盖，最大程度减少材料对环境的污染。

包装轻量化改进

在采购环节，我们采用了更轻量的玻璃瓶。其中，嘉士伯、乐堡、凯旋1664品牌一次性玻璃瓶减重约10%，年度减少玻璃使用达1万吨，减碳超3,000吨。

此外，我们积极开展纸箱减重项目。自项目开展以来，总减重约4.7%，预计每年可减少纸用量约3,800吨，减少碳排放约3,100吨。目前我们已经在先导试点完成试验，并计划通过分批测试的方式，在未来两年陆续推广至其余酒厂和纸箱供应商。

包装轻量化具体举措

- 减轻酒瓶重量
- 减少瓶盖金属的厚度和衬垫化合物的重量
- 减少瓦楞纸箱的纸张重量
- 减少铝罐材料的厚度
- 减少收缩膜厚度



包装材料种类及相关使用数据

包装材料种类	单位	2022年数据
金属类	吨	25,452
玻璃类	吨	546,641
塑料类	吨	26,514
纸类	吨	113,112

* 该数字为全新玻璃瓶用量，不含回收旧瓶。

采用含有

60% 再生材料的玻璃瓶

嘉士伯、乐堡、凯旋1664品牌一次性玻璃瓶减重约

10%

年度减少玻璃使用达

1 万吨

减碳超

3,000 吨



纸箱减重项目预计可减少纸张用量约

3,800 吨 / 年

减少碳排放约

3,100 吨 / 年





重“塑”未来，嘉士伯品牌与 Rains 跨界诠释可持续理念

照片待更换

公司持续挖掘品牌与潮流时尚、绿色环保的深度链接。2021年起，嘉士伯品牌与丹麦时尚生活方式品牌 Rains 跨界合作，通过利用环保再生聚酯材料，共同打造联名款雨衣、渔夫帽、背包等“环保胶囊系列”，让环保与轻时尚有机共存。

其中，作为轻时尚的流行单品的联名款防水外套，其采用的可再生聚酯纤维回收再利用了约 31 个塑料瓶，不但质地轻盈，具备雨衣防水性能，更能诠释为地球减“轻”负担的环保理念，重“塑”未来。同时，公司也积极遵循环保发

展的理念，将玻璃从碳含量最高的包装形式转变为碳含量最低的包装形式，促进低碳未来的发展，实现零碳足迹。

包装回收利用

我们积极开展产品包装回收项目，在产品包装上添加可回收信息标签，并鼓励供应商和经销商参与回收利用，提升包装材料使用率。我们从数据分析出发，找到回收产品包装瓶（下文简称“回瓶”）的弱势区域，通过与销售区域和经销商分析价值链、宣贯回瓶流程，不断促进经销商和回瓶商回瓶，减少包装和废弃物对环境的污染。2022年，新疆地区外的乌苏啤酒玻璃瓶回瓶率从2021年的不足30%提升至50%。

包装循环利用的具体举措：

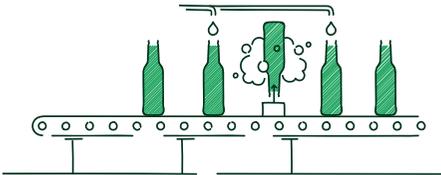
- 收集和出售在生产过程中产生的碎玻璃至啤酒瓶制造商
- 推行塑料托盘的以旧换新
- 向经销商提供更高比例的激励方案来提高回瓶率
- 上调啤酒桶和塑料托盘的押金金额
- 将废纸箱，废塑料箱，废托盘和其他可回收杂物出售给回收供应商进行循环利用

包装材料回收相关数据

指标	单位	2022年数据
已用于包装的可回收玻璃瓶的数量	个	3,202,814,016.0
从市场回收至啤酒厂的玻璃瓶数量	个	2,711,441,249.0
回瓶率	%	71.7%

新疆地区外的乌苏啤酒玻璃瓶回瓶率提升至

50%



零包装浪费 我们的目标

2030年目标



包装 100% 可回收、可再利用、可再生



啤酒瓶和易拉罐的收集回收率提升到 90%



减少 50% 原生化石基塑料使用



啤酒瓶和易拉罐使用 50% 再生成分

零水浪费

水资源是地球万物赖以生存和发展的物质基础。优质的水资源是我们采购的农产品生产所必需，也是我们产品生产的必要原料。因此，水资源对于维系地球生态环境可持续发展而言至关重要。

我们持续完善用水管理和推进高效用水措施，提升工艺水平以及用水效率，在更多酒厂应用废水处理与回用技术，以达成集团2030年实现2.0hl/hl的行业领先水效目标，以及高水风险地区实现1.7hl/hl的水效目标。针对高水风险地区的啤酒厂，我们将与专家、非政府组织和社区共同开展水回馈项目，助力高水风险地区的酒厂于2030年实现100%水回馈的目标，推进水资源的可持续利用。

水资源管理

公司高度重视水资源的合理利用，秉承集团设定的“零水浪费”目标，即到2022年单位产品用水量下降25%、到2030年下降50%。

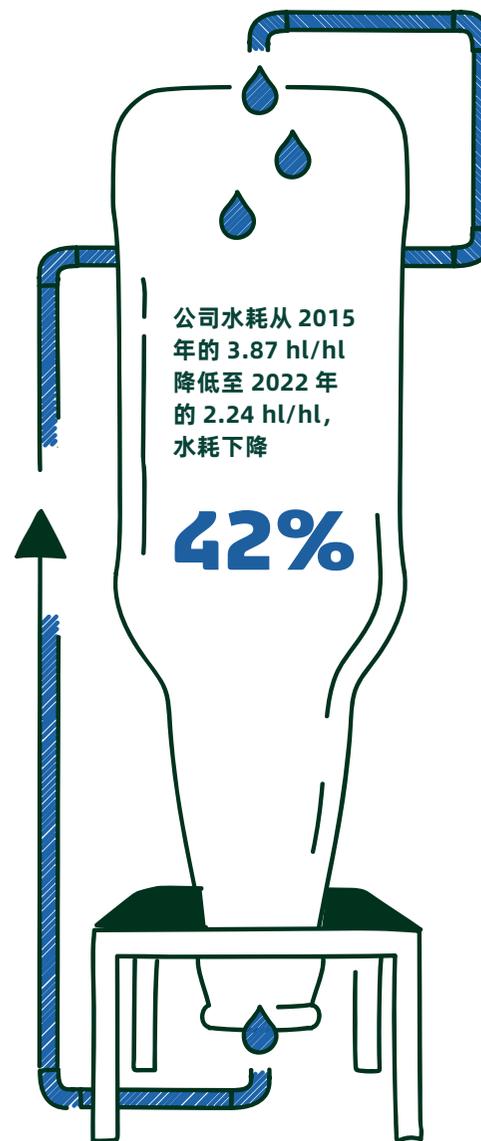
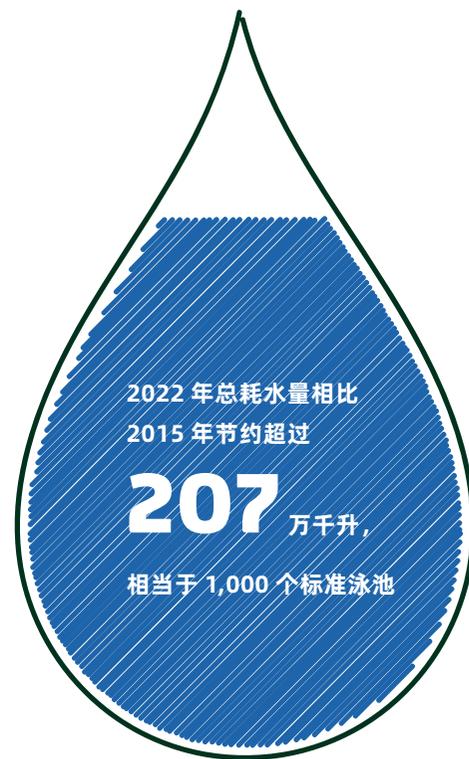
公司严格遵循《中华人民共和国水法》等法律法规，通过采用先进技术、工艺和设备改造，对生产过程中产生的废水进行再生利

用，积极提升水资源利用效率。我们持续推进“零水浪费”目标工作，目前已经提前完成集团设定的2022年节水目标，年平均水耗仅2.24hl/hl，远远领先于中国啤酒行业3.5hl/hl的平均水平。

推进节水项目实施

保护和节约水资源是公司一以贯之坚持的举措。我们通过精益生产管理，实施了一系列节水措施，包括洗瓶机节水改造、包装水回收项目、节水真空泵、中水回用项目等，不断降低单位用水量。公司用水效率从2015年的3.87hl/hl降低至2022年的2.24hl/hl，水耗下降42%。2022年总耗水量相比2015年节约超过207万千升，相当于1,000个标准泳池。

水资源消耗情况



2022年，公司的节水成效获得了多项荣誉：

 大理酒厂获得国家级“水效领跑者”荣誉

 大竹林酒厂、梁平酒厂获颁重庆市“水效领跑者”称号

 大竹林酒厂获评“重庆市级节水型企业”

 惠州酒厂获得“惠州市节水型企业”称号

案例 大竹林酒厂“灯塔”节水项目

位于重庆的大竹林酒厂是公司的节水标杆。大竹林酒厂自2020年3月启动“灯塔”项目以来，设定了降低水耗目标，并通过不断优化运营流程，采用提高罐线生产效率、优化酒厂污水站、整改自来水管网等举措，持续改善水资源消耗，实现生产水耗持续下降。2022年，大竹林酒厂平均水耗仅为1.77hl/hl，已成为集团内的节水冠军。

目前，大竹林酒厂冲厕用水、绿化景观用水、部分地面清洁用水、蒸发冷凝器的补充水，均使用处理达标的中水。经测算，通过使用中水处理系统及包装喷淋水回用系统，预计每年可节约5万吨水。



梁平酒厂成为集团内 水耗最低的纯瓶线酒厂



啤酒生产线主要分为玻璃线和拉罐线两种形式。与有拉罐线的酒厂相比，纯玻璃瓶线的酒厂由于涉及到高耗水的洗瓶环节，存在节水需求更急、难度更大的挑战。

公司梁平酒厂的生产线为纯玻璃瓶生产线，如何降低水耗也成为梁平酒厂的一大难题。2022年，梁平酒厂启动节水专项行动，从啤酒酿造、包装等各个环节入手，找出93个节水潜力点并推动全员日常清洁方式优化、生产环节工艺技术升

级等方面的节水措施实施。为促进员工积极参与节水工作，公司要求酒厂员工根据其自身运营经验，就酒厂节水工作的开展建言献策，并对建议被采纳的员工进行奖励。目前，已有超过80个节水建议被转化为行动。

在酒厂全体员工的共同努力下，2022年第一季度，梁平酒厂平均水耗由2020年的2.76hl/hl下降至1.98hl/hl，成为集团全球第一家实现每百升水耗低于2.0hl/hl的纯玻璃瓶

线酒厂，喜提纯瓶线酒厂“节水第一”称号，并荣获集团2022年亚洲最佳节水酒厂奖。未来，公司将把梁平酒厂的成功经验积极推广到其他酒厂，为城市节约用水贡献一份力量。

案例 中水回用项目

中水回用不仅减轻城市对自然水的需求，也减轻了对水环境的污染负荷，是实现可持续发展的有效途径。啤酒在酿造过程中，使用大量新鲜水的同时，也产生了大量废水。因此，公司致力于在日常运营过程中利用中水回用技术，实现水资源的可持续循环利用。

为减少水资源的浪费，公司在新疆、宁夏、重庆等多个酒厂投资建设中水处理系统，将

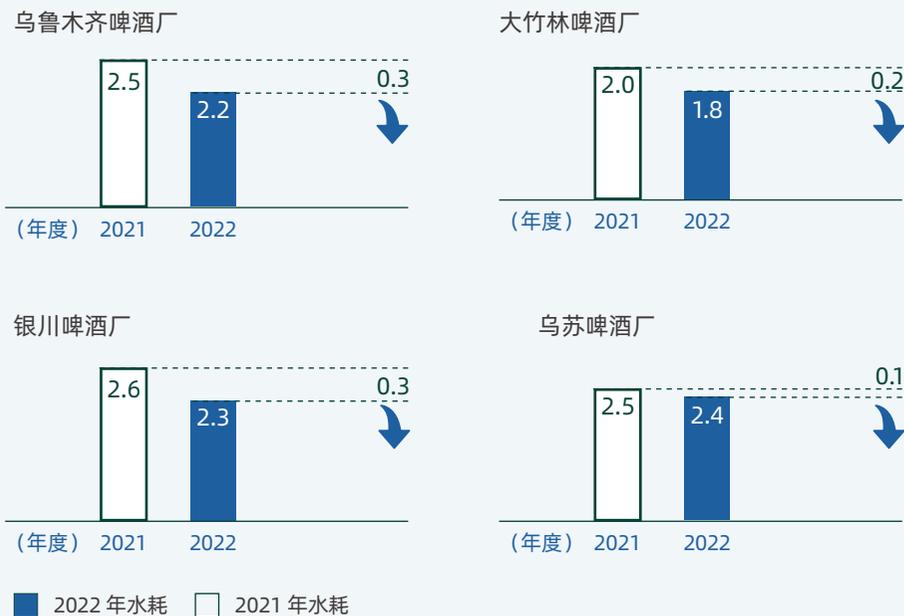
厂区内污水处理站处理后的水，再次经过中水系统处理，达标后用于冷却用水、绿化和冲厕等目的，使废水得到了充分利用，提高水资源利用效率。

2022年，公司中水回用项目共计节约用水130,696吨。2023年，公司还将在更多酒厂实施该项目。



新疆乌苏啤酒有限责任公司中水站

中水回用项目水耗 (hl/hl)



开展水风险评估

我们高度重视在水资源短缺地区运营过程中的水资源管理。2020年集团和世界自然基金会（WWF）合作开展水风险评估工作，已识别17个高水风险地区，其中7个为中国地区。

助力高水风险地区啤酒厂的水效达到

1.7 hl/hl 以下的节水目标

公司高水风险地区清单

- ◆ 常州
- ◆ 重庆
- ◆ 库尔勒
- ◆ 银川
- ◆ 昆明
- ◆ 乌鲁木齐
- ◆ 乌苏

水资源相关数据

指标	单位	2022 年	2021 年	2020 年	2019 年	2018 年
自备井水	立方米	451,203.0	470,627.0	503,297.0	261,898.0	173,488.0
城市自来水用量	立方米	5,459,109.4	5,944,091.6	5,466,992.4	6,215,047.8	6,097,217.2
地表水	立方米	380,982.0	472,525.0	485,496.0	717,632.0	631,715.0
总取水量	立方米	6,291,294.4	6,887,243.6	6,455,785.4	7,194,577.8	6,902,420.2
酒厂总耗水量	立方米	6,221,452.7	6,792,689.5	6,384,578.6	6,958,425.7	6,813,266.1



零水浪费 我们的进展 & 目标

2022 年计划行动	2022 年进展	2022 年目标	状态	2030 年目标
持续提升水资源利用效率，并投资更高效的水处理和洗瓶器	采用先进技术、工艺和设备改造，对生产过程中产生的废水进行再生利用 2022 年用水效率从 2015 年的 3.9hl/hl 下降至 2.2hl/hl，水耗下降 42%	减少 25% 酒厂总水耗	 100% 达成	减少 50% 酒厂总水耗
在高水风险地区建设水循环处理厂	在大竹林酒厂启动“灯塔”节水项目，水耗实现 1.77hl/hl 2022 年总耗水量相比 2015 年节约超过 207 万千升	在高水风险地区探索降低水耗至 2.0 hl/hl 以下	 100% 达成	公司范围内的水效达到 2.0 hl/hl，高水风险地区啤酒厂的水效达到 1.7 hl/hl 高水风险地区啤酒厂实现 100% 水回馈



零非理性饮酒

随着生活水平的提高，消费者日渐趋向健康、良性的消费习惯。作为领先的啤酒公司，我们主动承担企业社会责任，帮助减少和防止消费者有害使用酒精的行为，倡导消费者建立理性饮酒的消费理念，享受健康、适量饮酒的生活，让美酒为美好生活增色添彩。

我们设定零非理性饮酒目标，承诺到 2030 年通过包装和品牌活动实现 100% 理性饮酒信息覆盖、100% 的市场建立理性饮酒的合作伙伴关系，无醇和低醇产品占比提升至 35%。我们向公众持续传递理性饮酒的理念，并围绕拒绝酒驾、预防未成年人饮酒、适量饮酒等方面开展宣传活动，建立健康负责的品牌形象。

倡导负责任行为

我们严格遵照集团发布的《市场沟通政策》，落实并开展以下举措，促进理性、文明、健康的饮酒文化。

倡导员工理性饮酒

为更好地在内部宣贯理性饮酒，我们要求与营销有关的员工在入职时必须完成《市场沟通政策》的学习和培训，并按年度回顾学习。2022 年，我们更新了《嘉士伯企业管理咨询有限公司员工手册》，明确要求总部员工遵守理性饮酒倡议，在工作期间不得饮酒，并须在推广啤酒产品的沟通话术中提倡理性饮酒。

引导安全驾驶

酒驾、醉驾给人民群众生命安全构成了威胁，我们的业务通过众多举措保护公众，倡导安全驾驶和道路安全。我们连续多年与重庆市文明办、重庆市公安局交巡警总队等单位合作开展“拒绝酒驾”相关主题公益宣传活动。同时，天长、银川、盐城等多家酒厂在其年度安全日活动中，开展全员承诺“理性文明，拒绝酒驾”，切实践行安全驾驶行为。此外，我们旗下乌苏啤酒在部分品牌活动展区通过设置“乌苏啤酒·为爱代驾”的标识牌，积极向消费者传递“酒后不驾”的文明饮酒理念。

案例 盐城酒厂开展理性饮酒倡议

盐城酒厂办公区域全面张贴了理性饮酒提示，包括禁止酒后驾车、酒后办公以及 18 岁以下未成年人饮酒等信息。同时，盐城酒厂在接待政府和媒体来访时，将理性饮酒方面的成果纳入汇报内容，让社会各界更好地了解我们的理性饮酒政策。



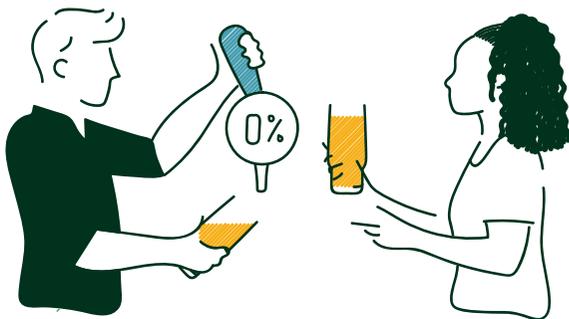
盐城酒厂办公区域张贴标识



当地政府视察盐城酒厂理性饮酒工作

提供无醇、低醇产品

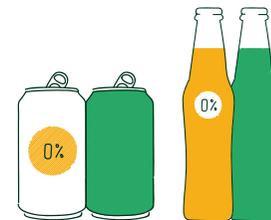
为应对消费者日益追求健康的消费观念和多元消费需求，公司积极丰富产品品类，逐步完善无酒精和低酒精啤酒产品矩阵，满足不同市场需求。



2022年，我们推出重庆0.0%无醇啤酒和风花雪月柠檬味低醇啤酒，实现了集团提出的“到2022年全球

100%

的市场都有无醇啤酒供应”的目标



2022年，我们已量产并销售的无醇和低醇产品如下：

啤酒名称	酒精度	类型	产地
重庆0.0%无醇啤酒	<0.05%vol	无醇啤酒	重庆
风花雪月柠檬味低醇啤酒	0.6-1.5%vol	低醇啤酒	广东惠州
怡乐仙地柠檬味低醇啤酒	0.6-1.5%vol	低醇啤酒	广东惠州



案例 推出重庆0.0%无醇啤酒

2022年，我们推出“重庆无醇啤酒”，采用先进的脱醇工艺，使产品在保留普通啤酒风味的时候，实现酒精含量0.0%，满足消费者对无醇啤酒的需求，也为推广理性饮酒理念提供了产品保证。

我们还参与制定中国酒业协会在2021年新发布的T/CBJ 3108—2021《无醇啤酒》团体标准，为规范品类市场、促进啤酒创新，实现行业高质量发展贡献自身力量。



负责任营销

为更好地让消费者了解公司的产品，并促进理性消费行为，我们承诺向消费者开展负责任营销，为其提供清晰、明确、可靠的产品信息。

成分信息管理

按照集团《市场沟通政策》的相关规定，我们在产品的标签上注明真实的产品成分信息、保质期、酒精度数、产品标准和产品等级，让消费者能够准确知悉我们的产品信息，帮助其做出合理的购买选择。

明确标识提示

为了更多消费者了解理性饮酒的意义和非理性饮酒的危害，我们在所有产品中都标明“过量饮酒，有害健康”的字样及标签，促进消费者进行合理的消费行为。同时，我们积极推广在产品中增加“孕妇和未成年人禁止饮酒”“酒后请勿驾车”等标识，并在线上销售平台的产品介绍页面增设拒

绝酒驾、禁止孕妇和未成年人饮酒相关提示语，落实更负责任的营销行为。

负责任营销培训

我们注重鼓励负责任的饮酒行为和文化。我们要求与营销有关的员工在入职时100%完成《市场沟通政策》的学习和培训，并按年度回顾学习，确保其知悉和准确了解公司对酒品营销话术的标准，我们亦将《市场沟通政策》作为经销商合同的附件材料，要求100%经销商必须严格执行我们的非理性饮酒倡议。

理性饮酒宣传

我们积极组织客户和消费者深入了解理性饮酒倡议，通过啤酒节、音乐节等形式，在现场以告示牌和游戏体验等方式向公众与消费者开展理性饮酒宣传及倡导，提升公众和消费者践行理性饮酒的意识。



案例 乐堡啤酒开展理性饮酒倡议活动

乐堡啤酒在2022年多次开展啤酒嘉年华和音乐节等活动，在摊位设置年轻化、娱乐化、具有巧思的游戏，让公众和消费者更容易加深对理性饮酒倡议的理解，提升理性饮酒意识。



乐堡啤酒乐堡音乐节活动游戏现场



乐堡啤酒嘉年华活动

全国理性饮酒宣传周



2022全国理性饮酒宣传周
2022 National Responsible Drinking Awareness Week

关爱成长 非成勿饮

自 2015 年中国酒业协会设立全国理性饮酒宣传周以来，公司已连续 8 年参与其中，与重庆市文明办、重庆市交巡警总队、重庆市机动车驾驶员协会和重庆市酒类管理协会等单位合作开展合作，大力倡导“未成年人不饮酒”“喝酒不开车”“适量饮酒”等理念，帮助消费者做出负责任消费选择。

在 2022 年 12 月 26 日至 2023 年 1 月 2 日的第八个全国理性饮酒宣传周期间，公司邀请乐堡品牌代言人 GAI 周延、欧阳靖、VAVA，乐堡音乐联盟 Bridge、功夫胖、那奇沃夫，乐堡特调品牌大使 Jinx 周和“吉”时行乐大使姜云升，以及重庆品牌的代言人张颜齐，共同拍摄倡议

视频，倡导“关爱成长，非成勿饮”和“喝酒不开车”等理性饮酒理念。

零非理性饮酒 我们的进展 & 目标

2022 年计划行动	2022 年进展	2022 年目标	状态	2030 年目标
继续在所有醇类及无醇产品包装上添加饮酒年龄限制、营养成分等理性饮酒标签	包装 100% 含有过量饮酒有害健康的理性饮酒标签，未来将进一步增加理性饮酒标签信息丰富度	100% 通过包装和品牌活动传递负责任的饮酒信息	 100% 完成	通过包装和品牌活动实现 100% 理性饮酒信息覆盖
在市场中持续推广和开展理性饮酒宣传合作	与中国酒业协会合作，通过积极参与全国理性饮酒宣传周，积极传播理性饮酒理念	建立合作伙伴关系，支持理性饮酒	 100% 完成	100% 的市场都建立了合作伙伴关系，以支持理性饮酒
持续研发和推出无醇产品	推出重庆 0.0% 无醇啤酒	提供不含酒精的啤酒 (AFBs)	 100% 完成	100% 市场提供无醇啤酒
	已推出 3 款无醇或低醇饮品			产品组合中 35% 是啤酒低醇或无醇啤酒

 完成
  完成 50%
  未完成

零事故文化

保障在各地运营场所内的员工和第三方相关人员的健康与安全是公司的首要任务。我们在整个运营过程中遵循严格的安全标准，旨在确保每个人在啤酒厂、仓库和办公室以及道路上的工作安全。

为此，我们秉承集团设定的“零事故文化”目标，致力于逐年降低事故率，到2030年实现零事故。在所有工作活动中保护员工的健康和安全是我们经营企业的核心价值观。我们确保所有经营所在地涉及的工作人员都在安全健康的环境下工作。

安全生产

公司完善安全管理体系，积极开展多种安全生产实践活动，并持续健全安全意识和应急管理的能力，全面夯实安全管理基础，稳步提升安全管理水平。

安全管理体系

我们严格遵循《中华人民共和国安全生产法》及《中华人民共和国职业病防治法》等相关法律法规，参照集团《嘉士伯操作手册》，制定了《环境健康安全政策》《环境职业健康管理手册》等63项管理制度和程序，持续完善安全管理体系。

管理体系认证

报告期间，公司旗下酒厂100%获得ISO 45001职业健康安全管理体系认证，并对100%的酒厂进行每年一次的内部审查及三年一次的外部审查工作，助力实现“零损失工事故”的目标。



ISO 45001
职业健康安全管理体系证书

开展内部评估

对于健康安全管理，我们统一使用嘉士伯集团的COM (Carlsberg operation manual) 标准，进行集中化、标准化管理，并建立SHAPE评估体系，其中包含EHS成熟度评估系统以及自评整改机制，该体系能够及时发现并修补EHS体系中的缺陷和漏洞，持续更新和完善EHS管理体系，确保其适应企业发展和业务的需要。

SHAPE 评估体系

SHAPE (Safety and Health Assessment Program Excellence) 是重啤股份EHS综合管理系统，其中包含涉及EHS管理、健康安全以及环境的共计63个程序，不断改善各酒厂健康安全管理水平。我们每年根据实际需求对系统进行更新与升级，并每年开展覆盖所有酒厂的系统审核。

SHAPE EHS 成熟度评估系统

我们建立了EHS成熟度评估系统，并分别对EHS管理体系与架构、安全与健康指标、环境指标、文化与意识四大方面进行成熟度评估。其中，针对安全与健康，我们对高风险的作业程序、交通安全、保护措施、职业健康、基础安全、有毒物质等安全指标的管理成熟度进行检查和管控，该评估系统可以有效地发现在EHS制度体系上管理的不足和待提升风险点，指明EHS方面的提升方向。

SHAPE 自评整改机制

我们要求相关员工每年对有关程序和健康安全措施进行COM自我评估。员工通过回顾自身实践、设施设备等是否符合制度要求，识别需整改项目，直到确保所有工作实践都符合我们的职业健康安全管理体系。

为落实零事故文化，我们要求管理层以身作则，并号召所有员工共同参与，至上而下设立了与“零事故文化”相关的绩效指标。我

们将“零损失工事故”指标达成情况作为各层级管理人员薪酬绩效考核指标，树牢安全负责人的意识，降低健康安全风险。

安全生产实践

我们基于职业健康安全管理体系开展诸多职业健康安全管理的措施。

提供劳保用品

我们向有关员工发放劳保用品，其中包含头部防护、手足部防护、呼吸防护、防撞防割等防护用具，切实保障员工生产过程的职业健康安全。

开展安全检查

我们对员工操作规范进行严格的管理。2022年，公司设定的行为安全检查目标为6次/年/人。我们积极开展安全检查工作。报告期间，公司共进行直线经理安全巡线次数54,542次，优化安全措施34,581项，已超额完成全年目标，排查安全隐患整改完成率达95%。

完善设施设备

我们积极推进安全设备整改与升级。2022年，我们重点针对交通风险、氨系统改造、高空坠落三大方面进行设施设备改善和升级，持续降低EHS风险，提升重点领域风险防控水平。

交通风险：

为避免人车混行造成厂内交通事故，我们开展大范围的酒厂人车分流升级改造。通过建立三区划分方案，我们将厂区按功能划分为行人禁行区、车辆禁行区、人车混行区，有效降低了人车混行区的范围，显著降低了交通事故的风险。



氨系统改造：

我们根据氨工艺安全生产要求、制冷站规范等相关要求，对氨站进行了全面系统的风险识别，并对系统安全、硬件设施、人员操作等多方面进行设备改造和管理提升，减少事故发生。

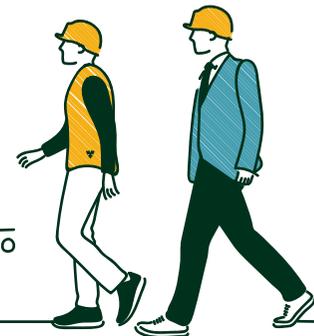


直线经理安全巡线次数

54,542 次

优化安全措施

34,581 项



氨工艺设备改造



高空坠落：

我们在标准平台改造、水平生命线、锚点的设置等方面进行升级改造，同时确保高空作业点的安全带悬挂存在足够强度的锚点，减少了高空作业的不安全因素。



高空作业设备改造



厂区交通安全改造



交通安全在人口密集的酒厂区域存在极大的风险。为减少厂区内交通安全事件的发生，我们设立现场交通风险控制机制，落实各部门职责，避免人流与车流的过度重叠，确保员工不受交通安全风险的侵害。

我们通过设定大范围的车辆禁区和行人禁区，以确保人车分流。我们在车流和人流并行区域，为员工增加行人护栏，

防止员工进入行车通道，并引导员工使用其他通道通勤，为员工提供充足的保护。此外，我们在园区设置大量的行人侦测系统，在行人通过园区斑马线时向来往车辆发出警报。

我们在人车分流的基础上持续优化园区时间管理。我们在特定时间内将人车并行区域设置为只允许车辆通行或只允许行人通行，并在交通安全高风险位置设置交通引导员，

确保人流和车流秩序正常，在保护人员安全的前提下，有效提高园区交通效率。

安全意识提升

基于法律法规要求和岗位特性，我们建立了全面的安全生产培训体系，构建涵盖危险废弃物管理、化学品处理和储存、机械防护安全在内共计 30 门课程的安全生产培训矩阵，并通过内部培养，认证 TTT 内部培训师⁴，集中开发了 32 个专业课题，确保员工知悉和了解生产全环节的安全管理要求。

为保护员工职业健康和人身安全，我们每年定期开展多次、多类别的应急演练活动和安全月活动。2022 年，我们开展了为期一个月的安全生产宣导，并重点开展了 6 类高安全风险的演练工作，包括污水站盐酸泄漏、原料投料口火灾及粉尘爆炸事故、有限空间作业应急救援、液氨系统泄漏等，极大提升员工在面对紧急情况的应对能力。



案例 连续 12 年开展安全日活动

为践行“零事故文化”，公司在每年 12 月 12 日举办“安全日”活动，并连续 12 年在各酒厂开展相关活动。

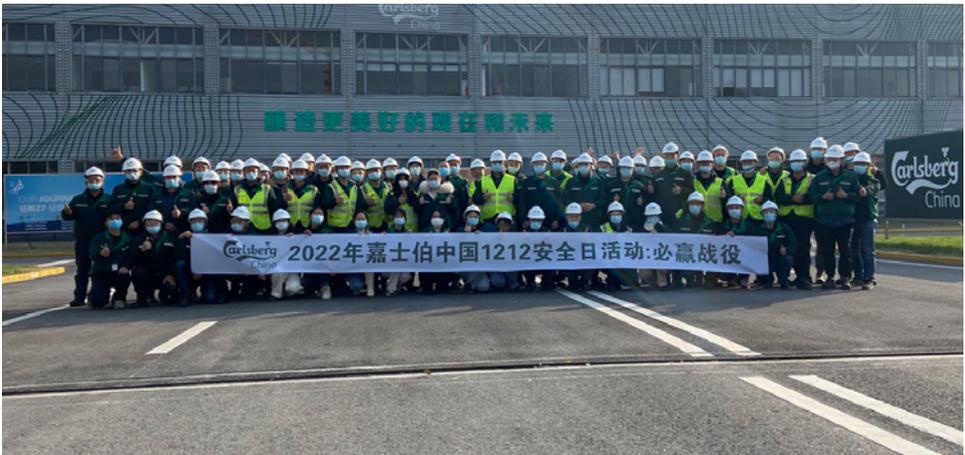
2022 年安全日，由各级管理团队牵头，各酒厂在厂区和办公区，组织全员开展安全视频学习、安全主题活动，组织氨泄露、消防疏

散等主题的应急演练，以提升员工安全意识，营造安全生产氛围。厂区还开展了各层级健康安全必赢战役活动，全员参加 LSR 安全红

线条例意识培训和现场实操训练，加强员工对安全行为的认识。



盐城酒厂安全日氨泄漏处置应急演练



盐城酒厂安全日活动现场

4 TTT: Training the Trainer to Train, 即培训师培养行动。

应急机制健全

我们高度关注在运营场所内发生的工伤事件。针对工伤事件，我们成立专项应急处理机制，在迅速处理伤情后，要求开展事故原因的分析工作并形成职业健康安全管理提升的解决方案，避免同类事故再次发生。

职业健康

我们致力于保障员工的职业健康，制定了《职业健康管理程序》《员工健康与幸福程序》等内部管理制度，守护员工在公司内生产工作的健康。同时，我们制定了职业健康《安全红线条例》，针对生产过程中5大范畴、25种规范、18类禁止事项进行明确的规定，确保员工的职业健康。

我们落实丰富的职业健康安全管理的措施主要包括：

组织健康体检

对接触职业危害岗位的员工按国家相关法规要求进行岗前、岗中、离岗职业健康体检，并对所有员工提供入职体检、年度福利体检。



职业危害监测

加强职业危害因素监测和评价，识别职业危害岗位和危害因素，有效预防职业病。

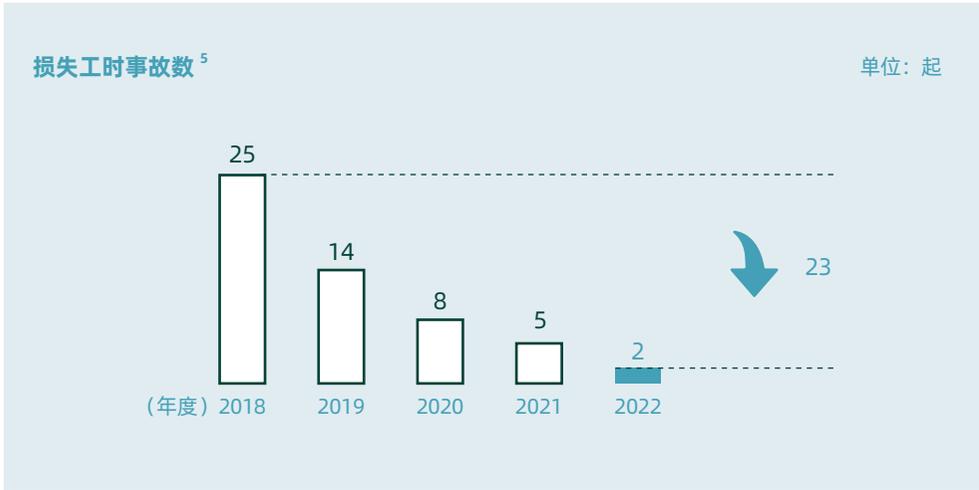


开展健康培训

向员工开展急救、安全基础、季节性疾病预防、身体保养等知识分享，提高健康生活意识。



指标	单位	2022 年数据
员工损失工时事故数	起	1
员工工亡事故数	起	0
承包商损失工时事故数	起	1
承包商工亡事故数	起	0



5 损失工时事故数：包含员工与承包商的损失工时事故数



零事故文化 我们的进展和目标

2022 年计划行动	2022 年进展	2022 年目标	状态	2030 年目标
持续完善职业健康与安全管理体系，定期开展内部及外部审计认证	100% 运营场所获得 ISO 45001 认证			
为员工配备安全防护用具，持续升级安全设施设备	2022 年，损失工时事故数下降至 2 起，较 2018 年降低 92% 员工与承包商零工亡	逐年减少 事故率	 100% 完成	零损失工时事故
为员工提供系统性的安全培训	建立了全面的安全生产培训体系，构建共计 30 门课程的安全生产培训矩阵			
针对安全风险事项开展专项安全整治与提升工作	直线经理安全巡线次数 54,542 次，优化安全措施 34,581 项，已超额完成全年目标，排查安全隐患整改完成率达 95%			

 完成
  完成 50%
  未完成

重点关注领域

我们致力于开展绿色运营，提升产品与服务的质量，保护并关爱我们的员工，促进合作伙伴的成长，确保我们的管理合规且具备独立性，承担企业商业责任。



- 排放管理 43
- 产品与服务 46
- 多元、平等与包容 50
- 负责任采购 59
- 社区参与 60
- 合规管理 61

排放管理

公司始终以保护环境为己任，在管理及运营过程中积极践行环境及资源的可持续发展。我们致力于建立完善的环境管理制度体系，遵守集团发布的《环境政策》⁶，并严格管理废弃物和废气排放，降低噪声影响。2022年，本公司未发生任何重大环境污染事故，旗下酒厂100%获得ISO 14001环境管理标准体系认证。

废水管理

公司遵守国家或地方污水排放标准，严格管控污水排放风险。我们各地酒厂均建有自己的污水处理站，通过厌氧加好氧处理等工艺，确保污水达标排放。此外，各酒厂污水排放均安装自动监测设施，可随时监测各项排放指标。



宜宾酒厂污水处理站

6 《环境政策》： <https://www.carlsbergchina.com.cn/media/37606/environmental-policy.pdf>

案例 污水资源化利用

污水处理行业中，混合待处理污水中“碳源”偏低，不足以满足生化反应需求，需要额外加入“碳源”，而啤酒废水中具有一定的“碳源”，可以作为污水处理的碳源补充。

2020年12月，生态环境部与国家市场监督管理总局联合发布了《啤酒工业污染物排放标准》(GB19821-2005)修改单，明确了“酒类企业废水可为污水处理厂稳定补充优质碳源，协同推进污水处理厂稳定运行，允许酒类制造企业与下游污水处理厂通过签订具有法律效力的书面合同，共同约定水污染物排放浓度限值，并作为环境监督执法的依据。”

在此政策的支持下，公司在各地积极寻找废水资源化利用的机会。2022年12月嘉士伯天目湖啤酒(江苏)有限公司与本地城镇污水厂签署了啤酒生产废水资源化利用协议，每年为公司节约60万元污水运行费，也可让污水处理厂每年节约40万元碳源采购费。2022年，公司已在西昌、攀枝花、涪陵、库尔勒、天目湖等酒厂实施啤酒废水资源化利用项目，打造循环经济的新模式。



嘉士伯天目湖啤酒废水接入埭头生活污水厂签约仪式

废弃物管理

公司严格遵循《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》，依法合规地落实废弃物管理。我们全面保障生产经营过程中危险废弃物与一般废弃物严格分类，并设置临时储存间，规范废弃物的储存和处置。

针对一般废弃物，我们交由有资质的回收单位进行回收处置，并会于当日完成外运。若无法于当日完成外运，我们会将废弃物分类放入一般工业废弃物库存之后统一外运出厂。我们对一般工业废弃物库实行严密的防扬散、防流失、防渗漏或者其他防止污染环境的措施。

针对危险废弃物，各酒厂和单位按照危险废弃物名录，根据其类别，合规化收集、贮存、转运至危险废弃物仓库。此外，我们对库存内部地面进行防渗透处理，并将危险废弃物全部存放于接液托盘上，完善堵截泄漏的二次防漏措施。最后，我们交由有处置危险废弃物资质的单位进行合规处置，并建立危险废弃物产生台账及转移处置台账，确保有效跟进。



危险废弃物储存



旗下酒厂
100%
获得 ISO 14001 环境管理
标准体系认证

本公司**未发生**
任何重大环境污染事故

废水排放物种类及相关排放数据

种类	单位	2022 年数据
氨氮	吨	17.1
总磷	吨	3.2
悬浮物	吨	147.1
每百升产品产生原污水的 COD	千克 / 百升	0.3
每百升产品产生的污水排放量	百升 / 百升	1.1
原污水的平均 COD	克 / 立方米	66,800.9
污水总排放量	立方米	3,052,268.7
经回收处理及再利用的污水	吨	130,696

废气管理

我们严格遵守《中华人民共和国大气污染防治法》等废气相关规定，确保排放满足国家及地方排放标准。本公司产生臭气的地方主要是污水站。为改善环境、避免对周边社区的影响，我们对污水站产生的臭气进行了收集和处置，确保臭气达标处理。

噪声管理

公司高度重视噪声管理，内部制定《噪声控制与听力保护程序》等政策。为减低对环境噪声的影响，我们每年对厂界噪声进行监测，确保噪音管理符合国家及地区规定的标准要求。同时，我们通过设备升级改造、维护保养，从源头减少噪声的产生，并通过隔离防护等措施有效降低了噪声的影响。2022年，针对污水站的老化设备，我们对昆明原罗茨风机进行了更换，有效降低噪音影响。



废气排放物种类及相关排放数据

废气排放总量

885,520,558.0 立方米

黑烟（粉尘）

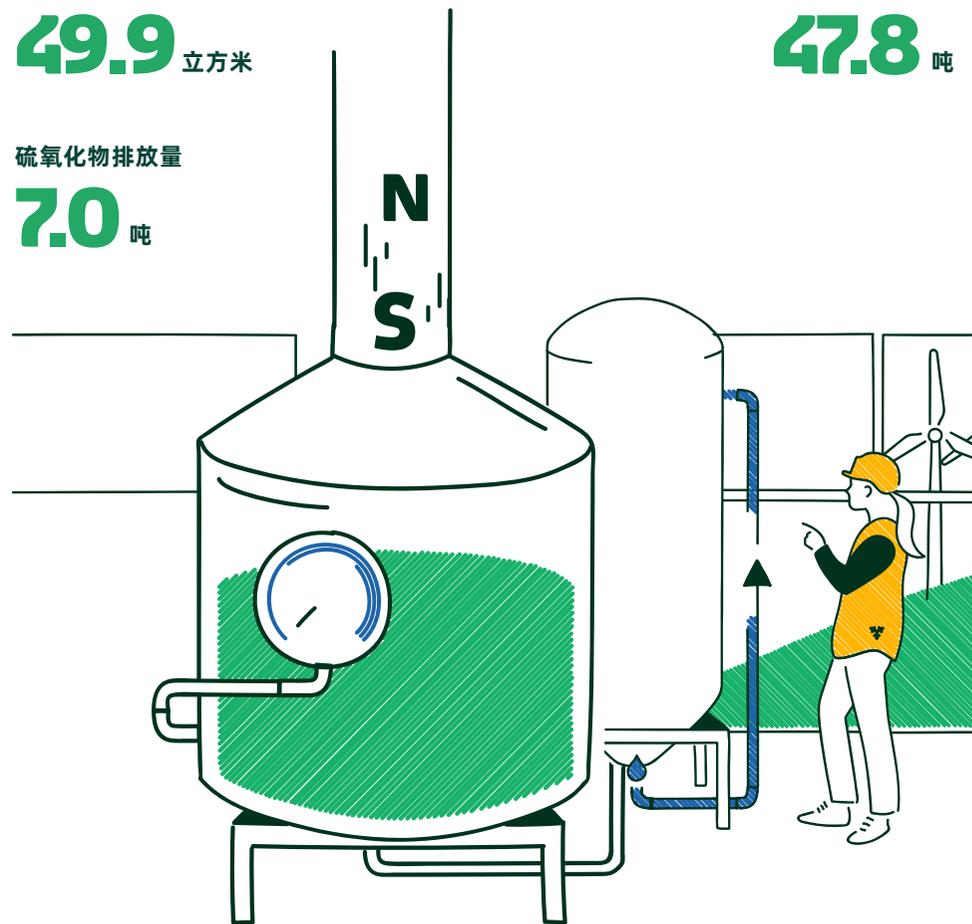
49.9 立方米

氮氧化物排放量

47.8 吨

硫氧化物排放量

7.0 吨



产品与服务

客户的青睐是我们不断前进的动力。公司立足啤酒行业，秉持品质如一的初心，打造高品质产品，提供人性化服务。

产品质量保障

卓越的产品质量和食品安全是公司一直以来不变的追求与坚守的责任。我们遵守由集团参考 FSSC 22000 食品安全体系认证和 HACCP 危害分析与关键控制点体系制定的《质量 COM 手册》，形成了质量管理的质量管理体系标准。在此基础之上，我们制定《质量管理手册》，进一步细化对产品质量的要求，并要求旗下酒厂每年进行质量 COM 符合性审核，确保产品质量的可控性。

2018-2022 年，公司及旗下酒厂均已全部通过年度质量 COM 符合性审核，并均已通过 ISO 9001 质量管理体系认证和 HACCP 认证。

我们已形成全面的质量管理体系，建立起覆盖产品生产、存储、物流、销售、售后的全流程管理，并针对关键环节开展加强管理，满足消费者对高质量追求。



开展产品检测

我们制定《啤酒检验规程标准作业程序》，对进厂的原辅料、生产过程半成品和成品进行检验把关，并生产线各部门按照自检要求对出厂产品进行逐批检测，合格后方可出厂销售。同时，我们开展了酒厂质量监测计划，对产品的理化⁷、包化⁸、微生物、瓶装微生物等风险点进行全面监测，防范质量风险。此外，我们设置中心检测室对 24 家生产酒厂的啤酒产品实行季度抽样检查，全年共抽检 91 批次，产品执行标准合格率 100%。

除开展内部质量检测外，我们要求旗下酒厂开展产品外送检测，通过第三方检测为消费者提供更可靠的高品质产品。本年度，公司旗下各酒厂共进行外送检查 829 批次，接受监管机构现场抽样 52 批次，产品执行标准合格率 100%。

旗下酒厂
100%
通过 2022 年度质量 COM 符合性审核

旗下酒厂
100%
通过 ISO 9001 质量管理体系认证和 HACCP 认证

产品季度内部抽样质量检测中产品执行标准合格率达

100%
产品外送检查及监管机构抽查中产品执行标准合格率达

100%



⁷ 啤酒理化检测：对啤酒的二氧化碳浓度、泡特性、浊度、酒精度进行检测的过程。
⁸ 啤酒包化检测：对瓶身、标签、瓶盖的理化性质及外观进行检测的过程。

组织口味品评

我们不仅专注产品质量安全，更追求为客户提供出品稳定、口味与风味独特的产品。公司品评中心每月组织有资质的品评师对酒厂的产品进行口味品评，2022年共对674个啤酒样品进行了口味品评。

产品召回机制

我们制定了《产品召回（撤回）管理程序》，并要求旗下酒厂定期开展产品召回（撤回）模拟演练，保证产品召回程序的有效性和可行性。2022年，公司未发生因产品质量问题而召回产品的事件。

产品质量培训

公司重视质量安全文化建设，为不同岗位员工开设丰富的质量安全培训课程。

针对质量管理人员，我们在2022年为各酒厂的质量经理和体系主管开展2场FSSC 22000食品安全体系认证标准的培训，助力提升管理能力。

生产员工质量和食品安全培训覆盖率达

98.2%



针对生产员工，我们定期组织质量和食品安全体系、质量COM合规培训。2022年，旗下酒厂共计开展培训21,400.5小时，培训员工17,527人次，培训覆盖率达98.2%。

供应商产品质量表现亦对我们的产品质量有着重要影响。我们每年对供应商开展产品质量审核，并提供质量标准和食品安全要求培训，进一步加强供应商对公司产品质量和食品安全要求的认识，提升产品质量管理水平。

案例 马王乡酒厂开展产品召回（撤回）模拟演练

2022年，公司下属酒厂——马王乡酒厂开展了产品召回（撤回）模拟演练。马王乡酒厂通过ERP（Enterprise Resource Planning）管理体系追查问题产品去向，组织人员截停问题产品并在现场对问题产品的数量及批次进行严格清点和检查，顺利完成产品召回（撤回）模拟演练。



马王乡酒厂产品召回（撤回）模拟演练现场图



优质消费者服务

为消费者提供优质的服务是公司的职责。我们坚持以消费者体验为导向，持续优化服务质量，通过畅通消费者反馈和加强互动，不断提升消费者体验，提高消费者满意度。

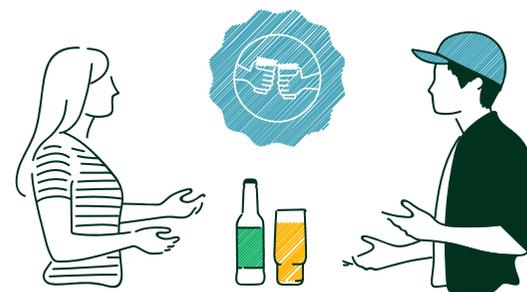
高效响应诉求

我们耐心聆听消费者对产品及服务的反馈。消费者可通过电话、微信、邮件等方式向我们表达意见与建议。同时，我们制定了《客户及消费者投诉处理程序》《工厂 - 投诉处理程序》，对客诉进行界定、分级分类和汇报评估，并派遣相关人员对重要投诉进行电话访谈，务求将准确、清晰的意见传达给公司相关部门，不断完善产品与服务的提升。

针对不同类型的投诉，我们设立不同的处置流程，并制定针对性行动方案解决消费者问题。对于产品质量相关问题，我们建立了总部 + 酒厂质量部门联合管控机制，由酒厂层级的质量部门负责开展产品检测并跟进专项改善行动，总部质量部门负责定期汇总收集到的质量问题和改善行动方案，并针对性追踪改善效果，打造让消费者更满意的产品。

提升服务体验

我们加强数字营销体验和推出各类线上线下的消费者活动，与消费者维持和谐融洽关系，不断提升品牌知名度与消费者忠诚度。



拓展线上销售平台

我们与京东超市、美团闪购等知名线上平台达成战略业务合作，拓展渠道营销，帮助提升消费者即时零售购物体验。

完善会员互动体验

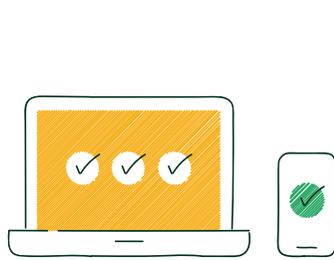
基于“一物一码 + 小程序”，我们搭建了一个能够快速迭代、快速调整的会员中心，通过品牌公众号、线下物料、官方微博等宣发渠道传播品牌营销活动，并配合小程序内的积分奖励 / 红包奖励刺激用户扫码，增强与核心消费者的互动。

打造沉浸式消费体验

以限时开放的沉浸艺术体验馆、快闪店、线下品鉴会等为载体，吸引消费者在现场享受沉浸式互动，为消费者在多元化消费场景下带来丰富的产品体验。

创造惊喜体验

针对与时俱进的消费需求，通过推出节日季限定包装、艺术创新包装等方式，加强消费者对品牌的深刻记忆。





在不断提升消费者体验的同时，我们创新性开拓餐饮零售业务，通过建设新的消费场景，加强与消费者的互动，升级服务体系，被业内视为两业融合（先进制造业和现代服务业深度融合）的一次创新尝试。

我们陆续推出了“京A酒馆”“乌苏森烤”和“酒厂火锅”，通过酒吧、烧烤、火锅等饮酒场景，为消费者提供多元化和沉浸式的品牌体验。



案例 “京A精酿”酒馆

京A啤酒通过寻找有趣的酿造原料，与业界开展合酿，推出季节限定款等方式，不断推陈出新。我们加快“京A精酿”酒馆的布局，为消费者提供深度体验啤酒文化，尝试创新啤酒产品的场景。截止2022年底，我们已成功在北京、深圳开设11家京A酒馆。



“京A精酿”酒馆门店

多元、平等与包容

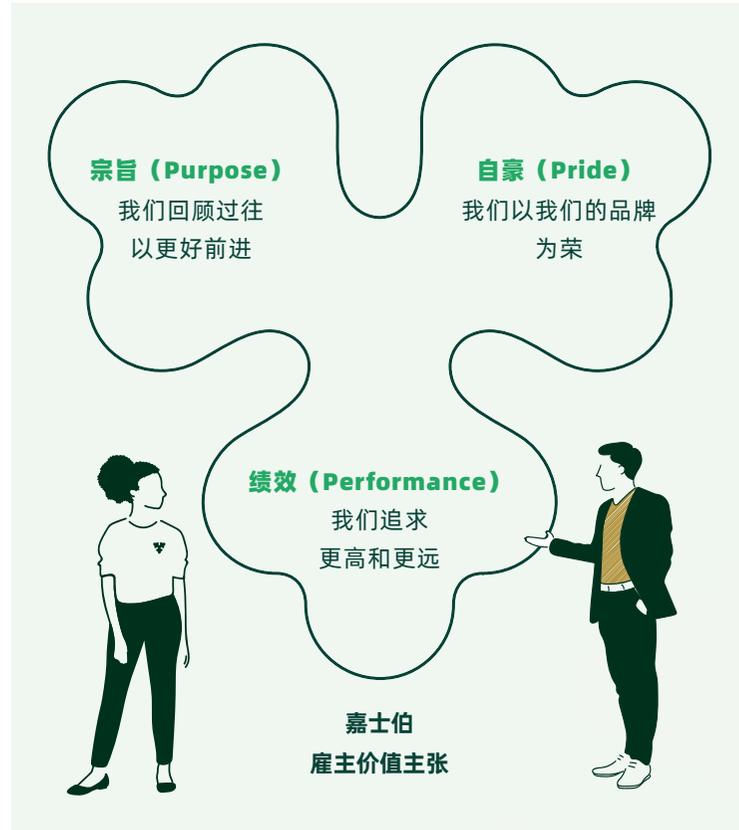
员工是公司最珍重的伙伴。我们致力把公司打造成多元、平等与包容的组织，关爱每一位不同背景的员工，为他们提供良好的培训与发展，帮助他们与公司共同成长。

员工尊重与共融

公司围绕四大支柱——全球思维、多元化人才库、包容性领导、平等机会推进多元化与包容性的企业愿景。我们遵循集团发布的《多元化与包容性政策》，为员工营造多元包容的工作环境。

我们在聘用和选拔员工以工作表现为标准，坚决杜绝因种族、宗教信仰、残疾状况、性别、婚姻状况、年龄、社会地位、国籍或性取向以及其他所有当地法律认定不应考虑的因素而产生的任何形式之偏见、骚扰和歧视。我们尊重和重视每位员工独一无二的特质和特征，致力为所有员工创造及鼓励一个共融互助、公平透明的工作环境。

集团的雇主价值主张为“酿造无限可能”（“Something's Brewing”）。我们向社会输出嘉士伯价值，吸引更多拥有相同观点和价值观的人才来到公司。



多元、平等与包容(DE&I)是公司的管理重点。2022年,我们着重提升“多元招聘”“年轻人才”“性别代表性”“包容型领导力”等四个维度,为员工提供更有趣、更有活力的工作氛围。

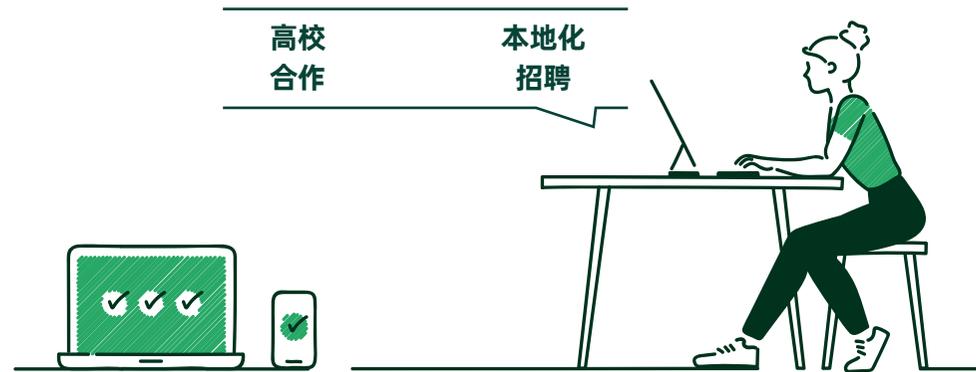
你我—嘉人 君子和而不同
拥抱新生代 包容理解
多元iversity
平等equality
包容inclusion
倾听理解
女性领导力
用人之长
同理心
尊重
DEI
Carlsberg
识别偏见
倾听
五色交辉, 相得益彰
你我一嘉人
用人之长
容人之短
包容
DEI
Carlsberg China

办公区域 DE&I 海报

多元招聘

我们通过与高校合作、本地化招聘等多种渠道推进多元化招聘，加强人才引进。

针对高校学生，我们通过简历指导、冠名活动、共建实习基地等方式，拓宽了高校学生实习实践与就业渠道。针对区域居民，我们旗下各酒厂通过当地招聘网站、政府专场招聘会、当地人才交流中心、专场招聘活动等渠道，为当地居民提供就业岗位，推进本地化招聘。



案例 “外企管培面试官教你用面试官的思维写简历” 系列讲座

“外企管培面试官教你用面试官的思维写简历”系列讲座是我们的特色专项校企合作项目。本年度，公司人力资源部面试官为中南大学和江南大学的学生量身定制简历制作技巧课程，向准备就业的学生提供答疑服务，让学生了解如何通过简历突出自身优势，提升就业能力。



“外企管培面试官教你用面试官的思维写简历”系列讲座现场

案例 “重啤班” 助力公司人才储备

2022年4月13日，我们与重庆机电职业技术大学签订“重啤班”校企合作协议书。23名学生通过为期3个月的集中培养和长达8个月的酒厂车间轮岗带薪实习，实现职场氛围的真实体验。同时，我们安排资深员工作为“重啤班”学生的带教“师傅”，帮助学生更好的融入工作氛围，为公司输送更优质的人才。



“重啤班”教学现场

年轻人才

为加强对新生代员工的吸引，我们围绕“数字化时代职场95后沟通与辅导”“新生代画像及职场需求”“激活新生代”等议题，开展了持续半年的新生代管理系列培训，帮助团队管理者提升对新生代员工的了解，促进包容和谐的工作氛围。

我们开设众多年轻人俱乐部，举办青年联谊、手游比赛等系列年轻人关怀活动，关注年轻人需求，鼓励其为公司注入活力并提供更多创新性想法。

2022年，我们成立了“嘉士伯中国年轻人才赋能者联盟”，并邀请80位年轻人导师加入联盟，定期为年轻员工提供相应的培训或指导。同时，我们为年轻人才制定了5大培训计划，为不同专业培养高水平人才，具体详见“员工培训与发展”章节。



嘉士伯中国年轻人才赋能者联盟 LOGO

性别代表性

公司致力于构建多元、平等与包容的企业文化。我们设定了2027女性在中层及以上管理岗位占比达到三分之一的目标。我们每月针对女性在各层级的百分比数据进行分析和评估，同时聚焦女性用工人数占比、女性晋升人数占比以及女性离职人数

占比等具体指标，针对数据异常状况开展管理提升工作，力争提高性别多元化。

我们尊重来自女性的劳动成果，保护女性在任何一工作岗位工作的诉求，支持更多的女性成为独立、自主的个体。在公司，众多女性

员工通过提升技能，成为相关领域的“专家”；通过相互学习与合作，女性员工不断精进工作，携手应对紧急与困难的局面，不断谱写女性员工的独立成长故事。

到2027年，女性在中层及以上管理岗位占比达到三分之一

案例 女性高管领导力——拓张餐饮零售业务

孙怡是公司餐饮零售业务部总经理，也是公司管理层成员之一。加入公司后，她凭借其丰富的快消和餐饮的复合工作经验，推动公司的餐饮零售业务不断拓张，成为公司发展路上的中坚力量。我们深信，女性领导力是一家优秀企业不可或缺的一部分，其独特的亲和力、共情能力、坚持持续作战的韧性和对细节的关注，将为企业发展发挥重要作用。



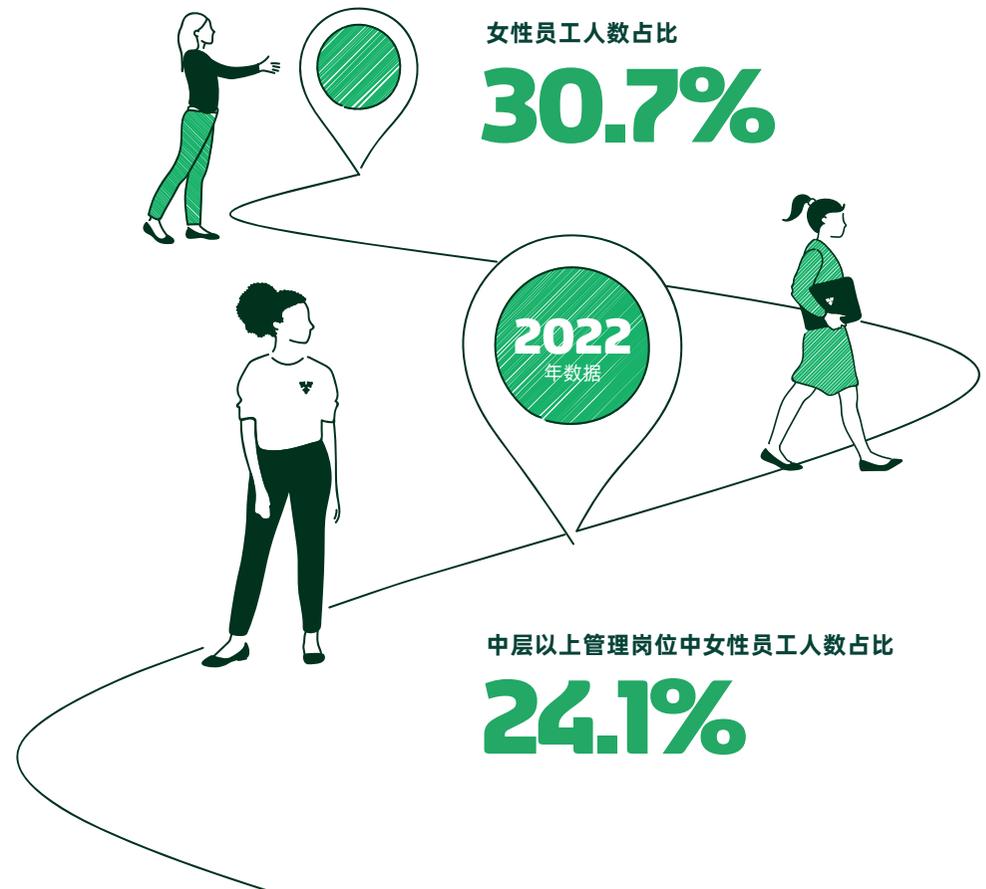
餐饮零售业务部总经理——孙怡

案例 不畏困苦——撑起酒厂半边天

谢远玲，现任万州酒厂质量经理，先后调任4家酒厂。在调任的过程中，谢远玲不断精进自身工作能力，在兼顾酒厂行政事务的同时，仍需开展实验室、售后服务等工作，不断成长为拥有丰富经验的女性经理。她把工作的每次调整比作爬山，“路途中可能有艰险，但到了山顶的豁然开朗，就是工作的成就感，也是工作的意义所在”。



公司万州酒厂质量经理——谢远玲



包容型领导力

为了共建多元、平等与包容文化，2022年，我们进一步探讨包容性与领导力的融合，通过面向团队经理开展多元平等包容问卷调研和组织《嘉士伯中国包容领导力行为指南》共创工作坊，了解管理人员对包容性领导力的期望，分析体现包容型领导力

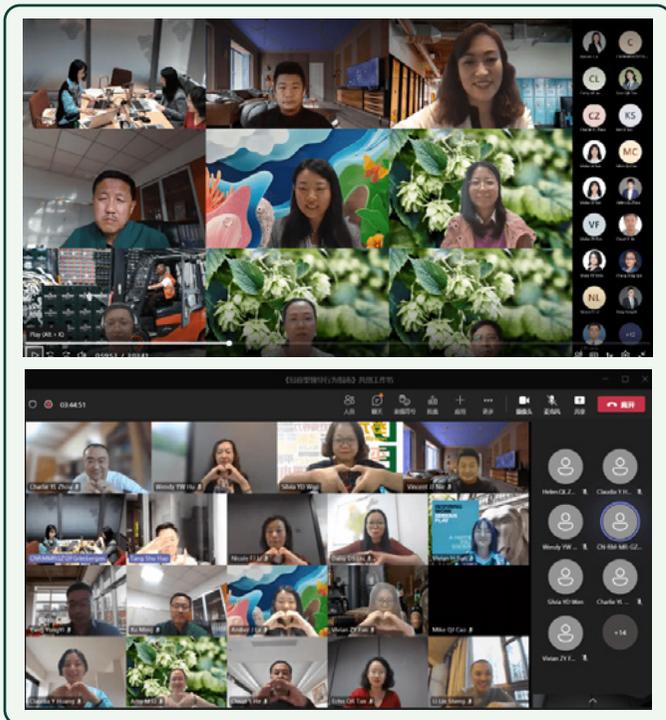
的核心行为，最终收到 40 条修改建议，其中有 25 条被采纳。《嘉士伯中国包容领导力行为指南》已经颁布，正逐步宣传。

针对团队经理容易出现的无意识偏见情况，本年度，我们开展了 6 场无意识偏见及应

对策略培训，通过研讨引导经理们思考如何开展包容沟通、消除偏见，培训覆盖 L3 级别及以上总监及高级经理。

开展

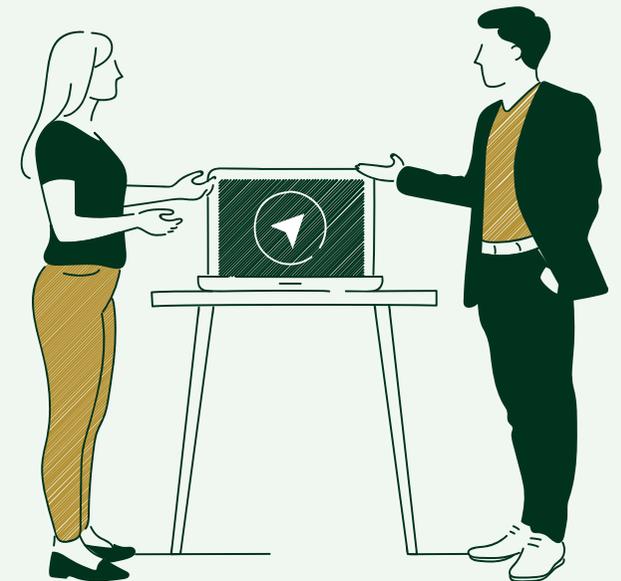
6 场无意识偏见及应对策略培训



《包容型领导行为指南》共创工作坊探讨现场



无意识偏见及应对策略培训现场



员工培训与发展

公司注重员工的成长发展，不断完善人才培养体系，并为员工提供平等晋升机制，为员工供给养分充沛的成长土壤。

职业发展

人才是企业的重要资源。我们为员工制定公正公开的选拔机制，以员工专业能力和绩效表现作为员工晋升的评估依据，并通过人才评估会议，为员工提供晋升机会。此外，我们还通过开展人才盘点、轮岗 / 短期派遣等多种途径，促进公司内部人才的良性流动，并构建个人发展计划（IDP），通过优质人才培养规划，实现空缺岗位的及时调动补给，支撑公司稳健发展。

员工培训

我们重视员工的自我成长，制定了完善的人才培训体系。我们成立嘉士伯中国培训学院，学院下设领导力学院、供应链学院、销售学院、经销商学院、市场学院、财务学院、信息技术学院、合规学院和人力资源学院，培训内容覆盖公司所有日常管理和业务运营的相关内容，为不同类型员工制定针对性的培训课程。同时，我们配备伙伴计划、导师 / 教练计划、挑战性项目、标杆市场学习、短期派遣、轮岗等培训方式，多渠道帮助员工实现自我价值。

年轻人才发展体系

我们为年轻人才制定了符合实际、适合发展的职业发展体系。通过管培生管理模式，我们为年轻人才制定“10-20-70”学习框架和成长跟踪体系，培养课程涵盖商务演讲、项目管理、数据分析、领导力培训等。在职业发展、身心健康、专业能力、自驱自律等方面全面保障年轻人才，助力茁壮成长。

傅的一对一辅导和提交学习心得，并按季度和年度完成学习汇报，切实落实对年轻人才的成长跟踪。同时，导师及岗位师傅会根据年轻人才的发展进度、轮岗计划以及未来发展提出建议，确保有效推进人才培训。

员工培训总时长超过

10 万小时

此外，我们还为年轻人才安排赋能培养人，年轻人才每月接受导师、培养人以及岗位师傅



案例 年轻人才集训营

我们制定了各职能的管理培训生项目以及面向“销售专才”的年轻人才成长计划。2022年超过100位年轻人才入选管理培训生项目和销售专才计划，并在8月参与启航训练营。训练营结束后，我们为年轻人才制定在岗实践计划，并每月跟进年轻人才跟踪体系，帮助年轻人才迅速提升岗位技能与职业素养，实现从学生到职场人的转变。



销售专才启航训练营

员工权益与关怀

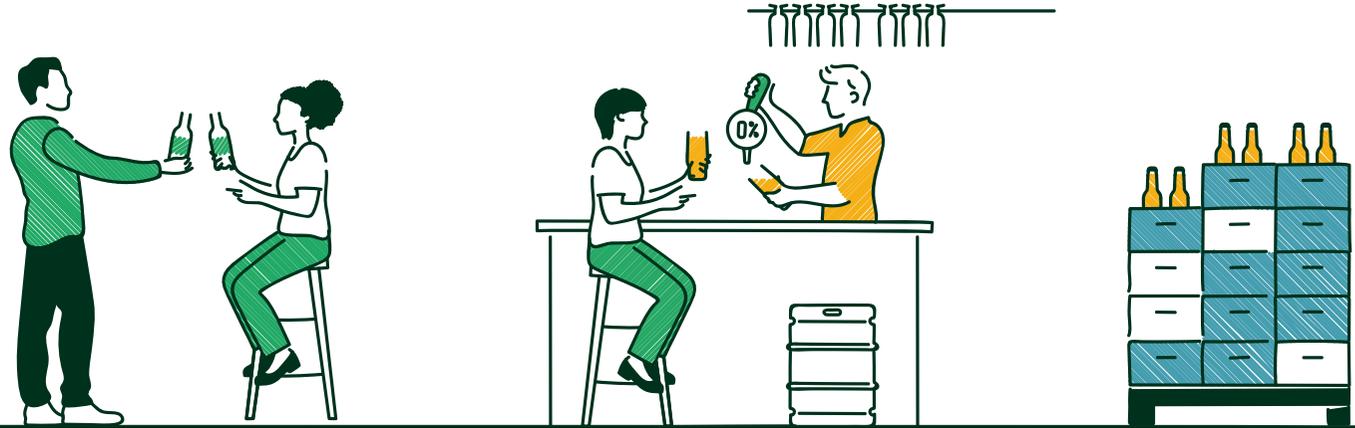
我们相信人才是公司不断前进的动力。我们为员工营造受尊重、被重视的氛围，畅通员工的沟通渠道，为员工提供多元的薪酬与福利，并组织丰富的员工活动，重视员工的体验。

员工权益

我们严格遵守集团发布的《人权政策》，注重来自员工的声音，并为其提供全面的权益保护。我们致力于发现业务中包含歧视、强迫劳动、儿童保护、结社自由和集体谈判、骚扰、工作时间福利和工资、健康与安全等 7 大方面的潜在或实际人权问题及其不利影响，并制定相应的预防与减缓行动。

我们通过给每位员工的《关于嘉士伯用工政策的一封信》，承诺公司在劳务关系期间，不会出现强迫劳动和雇佣童工等违反集团《人权政策》行为。我们开放“Speak Up 畅言热线”系统，当员工自身权益被侵害时，可立即进行上报。关于“Speak Up 畅言热线”，具体详见“[商业道德](#)”章节

本年度，公司在业务运营范围内未发现歧视、强迫劳动、雇佣童工、骚扰的现象。



员工沟通

我们倾听员工的诉求，建立包括总裁面对面战略论坛、HRBP 访谈、直线经理访谈、畅言热线、员工沟通大会在内的多种员工沟通渠道，搭建员工与管理层之间沟通的桥梁，充分保障员工的知情权、参与权、表达权和监督权，也为公司管理层倾听一线员工心声、了解基层情况提供有效路径。

我们持续推进员工满意度与敬业度调研，定期开展一次员工敬业度调研——“心声调研”。2021年5月，我们开展了心声调研工作，共有5,978名员工参与，调研回应率为99.9%。调研结果显示，96%的员工愿意推荐他人入职重啤股份，远高于行业水平。我们以调研结果为依据，不断完善人力资源管理工作。

案例 召开全国员工沟通大会

为加强公司管理层与员工的直接沟通，我们组织季度全国员工沟通大会，公司领导直接与全体员工沟通互动，定期向员工分享公司动态，并倾听来自员工的声音，为员工答疑解惑，关注员工的感受与意见。




2022 年员工沟通大会

员工敬业度调研覆盖

5,978 名员工

调研回应率达

99.9%

员工推荐度为

96%

案例 总裁面对面战略论坛

本年度，我们开展“总裁面对面战略论坛”活动，李志刚总裁在活动现场为全体员工讲述公司发展战略以及团队目标，让员工更了解公司情况，同时为员工提供工作指导，提高员工积极性与士气。



“总裁面对面战略论坛”活动海报

薪酬福利

我们参与调研，并对标快速消费品行业，建立完善的薪酬体系。通过结合市场趋势以及业务发展现状，我们制定了月度/季度/年终奖金、适时奖励、创新奖励等表彰方案，有针对性地对表现优异的团队和个体进行奖励，也根据行业和市场动态，通过员工的薪酬竞争力和业绩结果两个维

度来制定调薪方案，既鼓励高绩效，也考虑支付水平。

与此同时，除严格遵守法定福利（例如社保，公积金，法定年假等）外，我们还为员工提供多样化的福利：



9 以上部分福利因公司属地不同，有可能略有差异。

公司员工福利构成⁹



健康福利

额外商业保险，涵盖差旅，意外，定寿和医疗
体检



实物福利

节日礼金或礼品
福利酒水
工会礼品福利



工作与生活的平衡

额外公司假期
“心嘉”热线
欢乐时光活动
运动俱乐部
膳食（饭堂）福利
啤酒品鉴活动



员工关怀活动

我们重视员工的感受，注重人文关怀。我们在各业务单元建立完善的工会体系，负责开展员工权益保护和员工沟通关怀工作，组织开展丰富多样的员工活动。我们在工作中为员工提供全面关怀，营造良好的职场氛围。此外，我们亦为居家办公的员工组织了丰富的线上关怀活动，帮助员工适应远程办公，提升员工工作与生活的幸福度。

我们亦高度重视员工的心理健康，自2018年起联合专业心理咨询机构推出员工关怀计划——“心嘉计划”。心嘉计划通过形式多样、互动性强的健康活动，并为员工提供日常心理资讯，帮助员工释放压力和焦虑，以更健康的身心状态投入工作。



案例 2022年“心嘉计划”活动

2022年，我们每月为员工开展趣味性的心理学习线上微课，就沟通技巧、假期综合症、情绪稳定等心理知识进行讲解，并通过长图、H5等形式向员工分享更多心理知识。

此外，我们开展“心嘉计划”嘉年华活动，为员工提供绘画分析、推拿按摩等特色活动，进一步帮助员工缓解工作的疲劳和压力。



案例 “嘉爱领航，守护嘉人”的物资关怀项目

“嘉爱领航”是嘉士伯领导力期望中组织健康的重点之一，2022年，我们为在居家办公的员工开展了一系列线上活动，如云健身、云歌会、云碰杯和知识竞赛等，帮助员工减轻心理压力，在居家办公中更好地平衡工作和生活。



负责任采购

公司致力于与供应链建立长期稳定、互利共赢的合作关系。我们将可持续发展理念融入供应链管理的全流程，持续促进与供应商的协同发展，共同打造高质量的可持续发展的责任供应链。

规范供应商管理

我们遵守集团的《直接材料质量要求》《非接触材料供应商质量要求》《供应商和被许可人行为准则》等供应商管理规定，制定了《重庆啤酒股份有限公司采购政策》，完善供应商管理体系。

我们遵循公开、公平、公正的采购原则，对采购流程及供应商选定、评估、勘验、整改和退出进行规范管理。我们希望合作的第三方能够遵守适用的法律法规，并以最高诚信标准行事，并在签订合同前，对所有合作的第三方进行反贿赂及贸易制裁筛查。针对库内供应商，我们采用分级分类的管理方式，并对供应商进行年度绩效评估，覆盖供应商产品质量、服务质量、安全合规等维度。此外，我们每年对供应商进行质量和食品安全审核，对于未通过审核的供应商，我们要求其整改合格后方可重新入库，对于持续绩效不佳的供应商，按照相应规范进行淘汰。

其他

2,086 个



包材类

124 个

设备工程类

124 个

原辅料 / 内容类

87 个

推进责任采购

我们关注采购的可持续性。我们与供应商签订《嘉士伯供应商行为准则》《商务服务安全行为准则》等文件，明确规范供应商在环境可持续发展、劳工和人权、健康和安、商业道德方面的行为准则。同时，我们高度关注供应商的产品质量与食品安全，规定供应商应按ISO 9001要求建立质量管理体系，其中，原材料和包装材料供应商还必须获得全球食品安全倡议（Global Food Safety Initiative, GFSI）认可的食品安全体系的认证。2022年，我们的供应商中通过ISO 14001环境管理体系认证的材料供应商占比及通过ISO 9001质量管理体系认证或相同资质认证的直接合作供应商占比均达到100%。

供应商提升

我们积极加强与供应商的交流合作，并通过有针对性的赋能培训，对供应商在食品安全、质量管理和可持续发展方面进行宣传和培训，携手供应商实现共赢发展。

100%

材料供应商通过 ISO 14001 认证

100%

直接合作供应商通过 ISO 9001 或相同资质认证

案例 供应商质量与食品安全培训

我们每年为参与供应商质量的审核人员和受审供应商提供审核标准的培训，并根据实际需要，对供应商提供相关的质量标准和食品安全要求的培训，帮助供应商充分理解我们对质量和食品安全的要求，促进供应商提升供应质量。



供应商质量与食品安全培训

社区参与

多年来，我们心系社会发展，以实际行动回馈社会，积极参与各项公益事业，并鼓励员工参与社区活动，传递社会正能量。

我们积极响应地方政府发起的官方捐赠倡议，规范公司开展的慈善捐赠行为，同时支持并鼓励各事业单元及员工积极参与慈善捐款活动，更好体现企业公民形象。



支持教育发展

我们心系教育，组织爱心助学活动，资助有困难的大学新生，帮助其实现大学梦。

- 重啤股份宜宾公司联合共青团宜宾市委，自 2004 年发起爱心助学活动，连续助学 19 年，累计捐款 346 万元，帮助宜宾市 1,786 名困难大学新生圆梦大学。



- 2022 年，与重庆团市委合作，“重啤奖学金”为 10 个重庆市优秀团学工作品牌项目配套提供 1 万元支持经费。该项目启动至今，已有约 10 万余名大学生受益，助力大学生成长发展。



传递社区温暖

我们积极参与社区公益活动与建设，向消防队、社区等相关单位开展慰问与捐赠活动，向社会传递善意与温暖。

案例 西夏嘉酿慰问贺兰消防救援大队，致敬“火焰蓝”

2022 年 6 月 14 日，西夏嘉酿酒厂赴贺兰消防救援大队进行慰问，并送去消暑慰问品，向辛劳付出的消防工作人员表达敬意。



西夏嘉酿慰问贺兰消防救援大队

合规管理

公司坚守诚信经营，时刻关注企业的风险管理，坚守商业道德底线，建立健全科学的公司治理架构，持续改善和提升公司治理水平，促进企业持续健康发展，致力于建设并维持合规运营、廉洁守信的营商环境。

公司治理

良好的公司治理是公司持续保持稳健经营的根基。我们搭建了权责明晰的管治架构，持续提升企业信息透明度和风险防范能力，保障企业稳定经营。

董事会有效性

公司现任独立董事有不同的专业背景，并具有丰富的法律、财务会计和市场、管理等方面的专业经验。董事会积极推动公司治理，并积极与投资者沟通，通过召开多次内外部会议，履行管理职责。2022年，我们共召开11次董事会会议，监事会会议5次，4次股东大会，同时，根据《公司章程》，完成了公司第十届董事会、监事会换届选举；共召开4次公开的业绩说明会，参加线上及线下投资者交流会共计约500余场，开展酒庄参观、特色品鉴活动共2场。

董事会高度重视信息披露的及时性和有效性，对公司信息披露工作进行监管，推进公司信息的公开透明。2022年，公司共完成4个定期报告及48个临时公告的披露工作。

同时，我们积极开展多样化的公司管理层培训，提升管理层员工能力，进而提高公司治理效率。2022年，我们针对公司董事、监事及高级管理层等人员，共开展5场公司治理相关培训，参与人次达23人次。2022年7月，公司部分董事参加了上海证券交易所组织的《2022年第三期上市公司独立董事后续培训》，以及由中国上市公司协会组织的《公司治理专题培训》会议，提升了公司管理人员的公司治理水平；12月，部分董事、监事和高管参与由重庆证监局指导、重庆上市公司协会组织的培训会议，以及内部举办的《当前监管形式与重点关注事项》培训，强化了管理人员的合规与信息披露意识。

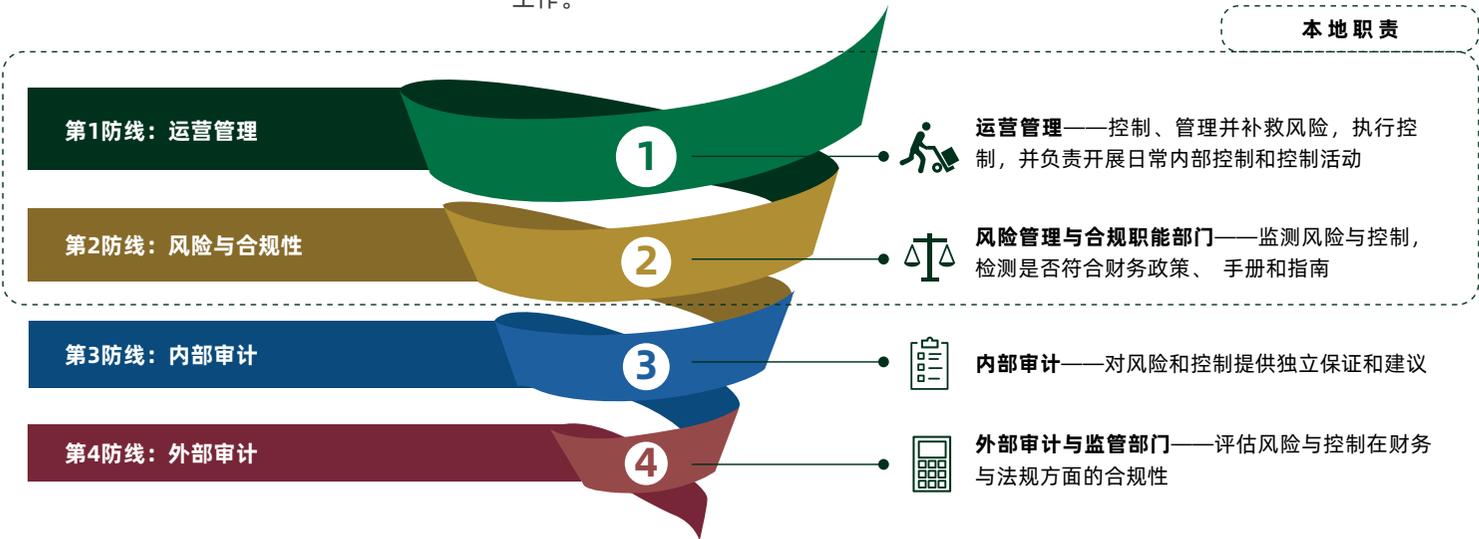
风险管理及控制

风险管理是我们保持稳定经营的重要工作。我们建立了健全有效的常态风险管理机制，持续健全风险管理及内部监控机制，推进全面风险管理。

我们设置风险防控四道防线，由风险责任人每季度审查其负责的风险，解释风险控制活动的现状，并验证风险控制活动完成效果。风险责任人汇总季度风险报告和新识别的高风险并向公司风险管理小组报告。

我们针对公司及下属各业务单元的全体员工制定《风险管理政策》《内部控制自评手册》等内部政策，通过开展风险评估、制定风险清单与开展控制测试等措施，确保风险在可控范围内。此外，我们格外重视运营中可能产生的ESG相关风险，对风险清单中ESG风险进行评估与打分，包括产品质量风险、职业健康安全风险、污染排放风险及公司内控风险，并就相关风险提出整改意见与持续追踪，有效防范ESG风险。

我们向包括高管在内的所有员工提供的风险管理、合规相关培训课程，如新员工入职培训课程、重点风险职能部门专项培训等；同时举行4次员工大会，向全体员工强调合规的重要性，以提升全员风险意识。2022年，我们开展道德与行为准则、反贿赂反腐败、竞争法合规等主题的合规培训，共计6千余人次参加。



商业道德

“根据指南行事”是我们开展业务的核心。公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》等国家法律规定，在满足集团的《道德与行为准则》《反腐败反贿赂制度》《第三方筛查手册》等商业道德规范的基础上，制定了《员工手册》《赠礼宴请和招待手册》《产品经销协议》等系列行为准则和合同模板，明确公司对员工、供应商及经销商等商业道德行为的管理要求，对反腐败和反贿赂、贸易制裁和出口控制、不当竞争、利益冲突、信息保密等行为进行严格的管治。

在公司治理层面，由 CEO 和 CFO 对公司的商业道德事宜进行监管，高级法务总监兼任公司监事会主席负责合规事宜的管理，并定期向 CFO 汇报。同时，我们在各项内部审计中融入对包括反贿赂与腐败等商业道德议题的考察，确保商业道德规范和管理体系落实到位。

反贿赂与腐败

我们严格禁止贿赂与腐败行为，禁止员工以非公开和透明的方式接受来自员工或合作伙伴（如代理商、分销商、顾问或中间人）的任何礼品、餐饮等。同时，我们要求所有新入职员工填报利益冲突申报表，

且一定级别以上及所有采购部门的员工需每年更新申报一次。当员工发生利益冲突时，我们要求员工就任何可能会出现利益冲突的交易或关系向主管、人力资源部或当地的合规负责人申报。2022 年，公司未发生贪污腐败诉讼案件。

推进公平竞争

我们以公平、正当的方式参与市场竞争，遵守运营所在地的法律法规，推进业务的合规管理。我们反对不正当竞争行为，禁止发生损害竞争和消费者的行为。

规范伙伴行为

我们希望业务伙伴也能够践行我们的道德标准。我们的供应商、被许可方和经销商必须遵守《供应商与被许可人行为准则》及适用于当地的法律法规。2022 年，我们开展经销商管理流程审计，抽样检查经销商合同内容，覆盖所有业务单元，未发现任何违规情况。本年度，供应商商业道德条款签订率达 100%，供应商廉洁协议签订率达 100%。

维护举报人权益

我们制定了《畅言热线手册》，为员工及业务相关人员建立邮件、电话、第三方匿名举报平台“Speak up 畅言热线”等举报渠道，鼓励任何员工及业务相关人员对违反我们的道德和行为准则的行为进行举报。我们在接收举报信息后，将由专职调查人员负责收集和分析相关线索，按照严格保密的原则与举报人进行访谈。此外，我们严格保护举报者的个人信息，通过特定程序保障举报人的信息得到严格保密。同时，我们禁止任何形式的报复行为以保护善意举报人。

反贪腐意识提升

我们高度重视员工商业道德意识建设。我们要求所有新入职员工，须在入职后的 30 日内完成道德和行为准则、竞争合规、反贿赂和反腐败的相应培训，同时至少每三年定期学习一次该课程。另外，我们通过讲座、邮件推送、电脑屏幕保护程序、公司内网等方式宣贯“畅言热线”，鼓励员工对发现的违规事件和线索进行举报。2022 年，我们对重点岗位的员工进行有针对性的反贿赂和反腐败培训，保障公司以正直、负责和诚信的方式开展业务。

100%

供应商商业道德条款签订率

100%

供应商廉洁协议签订率



数据安全与隐私保护

公司高度重视信息安全和隐私保护，尊重员工、承包商、供应商、消费者以及其它有业务来往的第三方的隐私，切实保障企业和用户的信息安全。

数据安全管理体系

我们严格遵循《中华人民共和国数据安全法》等法律法规，依据集团《IT资产管理流程》等信息安全管理要求，制定《信息安全及可接受使用政策》《记录管理与个人信息保护指引》等内部政策，搭建信息安全管理构架。



数据安全管理体系：

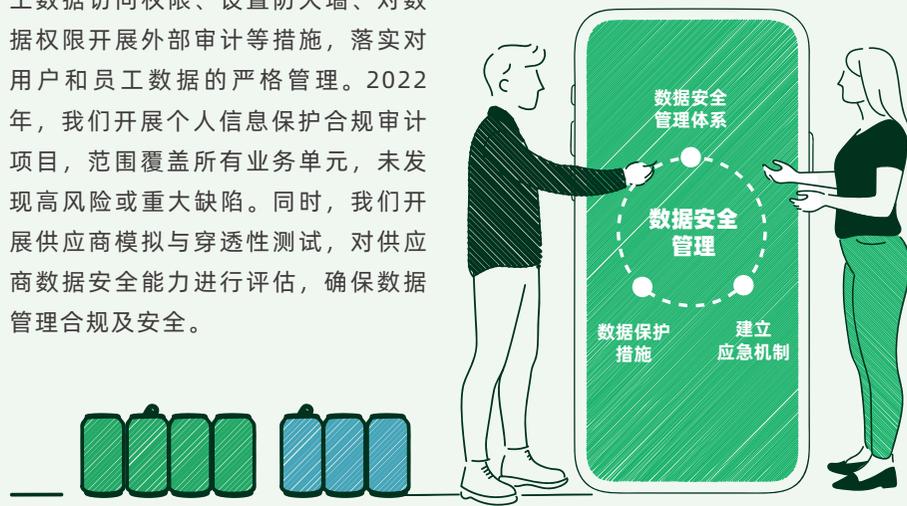
我们规范信息记录管理的原则、分类、处理及保护措施，并规定个人信息保护的具体流程。同时，我们在《员工手册》中对涉及电脑和网络管理、数据安全与隐私保护的工作内容进行明确规定与要求。此外，我们要求全体员工签署《信息安全及可接受使用政策》签收回执，以确保员工遵守《信息安全及可接受使用政策》，共同维护信息安全。

数据保护措施：

我们通过设置公司门禁权限、设置员工数据访问权限、设置防火墙、对数据权限开展外部审计等措施，落实对用户和员工数据的严格管理。2022年，我们开展个人信息保护合规审计项目，范围覆盖所有业务单元，未发现高风险或重大缺陷。同时，我们开展供应商模拟与穿透性测试，对供应商数据安全能力进行评估，确保数据管理合规及安全。

建立应急机制：

我们制定《个人信息安全事件应急预案》，并根据法律法规的变化进行更新，定期进行应急培训和应急演练。若因信息被非授权访问、公开披露、篡改或丢失而发生个人信息安全事件，我们会立即启动应急预案，采取补救措施，并向相关机构报告，以尽可能降低影响。同时我们将向消费者告知安全事件的基本情况和可能的影响等信息，并上报个人信息安全事件的处置情况。2022年，公司未发生数据泄露相关安全事件。



隐私保护

我们深知个人信息对于消费者的重要性，制定《个人信息保护政策》，对官方微信公众号、小程序、APP及平台收集、使用客户个人信息行为进行规范，明确用于广告个性化投放以及信息共享的个人信息获取相关规定，同时提供客服与邮箱等渠道，保障消费者知情权。同时，通过多种方式保障消费者对其个人信息的知情权和控制权，防止个人信息遭到未经授权访问、公开披露、使用、修改、损坏或丢失。

管控小程序的访问操作权限	提供隐私反馈投诉渠道
客户隐私保护措施	
保障敏感信息储存安全	开展供应商数据审查

数据与隐私安全培训

我们重视员工的数据安全与隐私保护意识，要求所有新入职员工在入职后的30日内完成信息安全培训，同时至少每三年定期学习一次该课程。同时，我们定期对相关岗位人员进行信息安全和培训，重点加强关键岗位人员对员工及消费者个人信息的保护意识，提升公司的信息安全管理能力。

知识产权保护

公司高度重视知识产权保护，全面落实知识产权管理工作，并在品牌保护和商标专利方面设立完善的管理制度。我们严格遵循《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》等法律法规，全面加强知识产权保护工作，提升公司市场竞争力。

我们对商标、专利、版权等知识产权的申请、维护、使用、许可和转让、风险防控等流程进行严格规范管理。同时我们积极应对侵权事件，由当地销售团队与外部第三方机构对市场侵权行为进行自发监测。2022年，我们联合内外部相关单位，对市场出现的假冒仿冒侵权产品采取了一系列卓有成效的打击行动，积极维护了公司的合法权益。

经销商管理

公司拥有众多品牌和庞大的销售网络，经销商是企业市场上既传统又中坚的渠道力量。我们重视与经销商之间的沟通，以此保障销售网络的质量与效率，确保消费者接受到优质的服务。

规范管理

我们制定《产品经销协议》，并每年持续更新，对经销商的经销产品质量标准、保质期及包装、品牌及推广、行为准则与商业操守等方面进行明确规定。同时，我们要求所有经销商签订承诺函，保证其遵守《产品经销协议》及关于经销区域及经销渠道（含线上电商销售渠道）的约定或规定，打造公平、公正的销售网络，保障经销商的产品与服务质量。

我们对经销商入库制定评估标准，并对经销商进行分级管理，依据经销商类别制定发展、培养以及合作的计划。我们从经销商的经营表现、业务能力、渠道管理、仓储物流及数据四个维度，对经销商进行季度与年度的综合考核与评估，并将合作过程发生违规与重大恶意行为的经销商列入淘汰清单，实现动态管理。



经销商沟通

我们注重与经销商保持密切沟通，通过组织经销商大会、月度拜访、满意度调查等方式，了解经销商对公司与业务发展的建议，作为调整未来营销策略的依据。此外，我们通过开展声誉调查，了解经销商对公

案例 公司启动“百嘉荟”项目

为进一步赋能业务发展，我们针对经销商与其他业务伙伴启动“百嘉荟”项目，由市场研究团队和内外部销售精英，通过讲座的形式，分享快消领域、啤酒行业、电商与新零售业务的最新趋势，以及在市场开拓、终端管理、电商与新零售转型等方面的成功案例，提升经销商的综合能力。

2022年12月21日，“百嘉荟”项目开展首次直播，围绕人群食品饮料消费洞察、产品驱动因素解析、品类格局变化等方面开展课程分享，本次课程吸引来自全国26省的员工及经销商参与，直播总参与人次达542人，学员互动发言363条，学员对的满意度评分达4.7分（满分5分），得到广大经销商伙伴的一致好评。

司的满意度，并通过专项培训和主题活动等多种方式赋能经销商，与经销商维持稳定良好的合作关系，共同为客户提供优质产品和服务。

案例 新零售团队助力经销商成长

我们旗下国际品牌业务单元新零售团队联合经销商业务代表，举行主题为“建立经销商小程序，助力新增长”的线上培训会，从经销商小程序和社区团购两个维度，指引经销商团队更好地利用新渠道，为经销商赋能。



附录

第三方评价

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，不断通过需求侧管理与供给侧结构性改革，激发高质量发展潜在动力，持续完善中高端产品布局，实现了产业管理能力、盈利能力、竞争能力、服务能力的全面提升，充分彰显了中国啤酒产业高质量发展的后劲，整体呈现“量价齐升”的利好局势。

同时，我们也高兴地看到，中国啤酒行业的高质量发展，不仅体现在强劲的业绩表现，也体现在优异的ESG表现。在国家“3060”目标和绿色低碳转型号召的指引下，中国领军啤酒企业都已经出台了ESG计划，并持续推进相关工作，取得了切实的进展。

重啤股份就是其中的一个典型的案例。在业绩表现方面，重啤股份积极应对市场变化，不断满足消费者对高品质啤酒的需求，实现了销量、营收和利润的连续、全面增长，走上了高质量发展道路。同时，重啤股份持续推进“共同迈向零目标”可持续发展计划，圆满完成了截止2022年的各项指标，并开启“共同迈向并超越零目标”ESG计划的新征程。

环境方面，重啤股份积极响应国家双碳目标号召，实现100%绿电使用、平均水耗2.24hl/hl的好成绩。同时，通过加入“零农业足迹”和“零包装浪费”目标，向2040年实现全价值链净零排放的愿景迈进；社会方面，重啤股份积极参与协会的全国理性饮酒宣传周活动，开展一系列奖学金项目和社区参与项目，回馈社会；在公司治理方面，重啤股

份举办了500余场投资者交流活动，并加强负责任采购，持续提升合规管理，进一步完善公司治理体系。

重啤股份此次发布第一份《环境、社会和公司治理报告》，也标志着重啤股份的ESG相关工作进入了新阶段。报告系统地总结、披露了重啤股份的ESG计划、进展和目标，以及具体的实践案例，不仅有利于进一步提升重啤股份自身的ESG工作，也将对推动中国啤酒行业强化ESG治理、践行ESG理念、提升ESG绩效发挥积极的引领作用。



上海证券交易所 ESG 指标索引

主要范畴及关键绩效指标	披露章节
环境保护	
环境方针和战略	ESG 计划
环境监测情况	排放管理
环保部门要求披露的重点信息	排放管理
污染物情况	排放管理
资源使用	零碳足迹 零包装浪费 零水浪费
温室气体	零碳足迹
生物多样性	零农业足迹
环境风险	排放管理
环境事故	排放管理

主要范畴及关键绩效指标	披露章节
社会责任	
公司责任	零非理性饮酒 社区参与
员工权益保护	零事故文化 多元、平等与包容
产品安全与责任	产品与服务
隐私与信息安全	合规管理
社会公共职责	负责任采购 社区参与
利益相关者反对事项	利益相关方沟通
公司治理	
披露要求	合规管理
治理制度	合规管理
股东大会	合规管理

联合国可持续发展目标 (SDGs) 对应

SDGs	目标	TTZAB 关注领域	对应页面
 <p>2 零饥饿</p>	2.3 到 2030 年, 实现农业生产力翻倍和小规模粮食生产者, 特别是妇女、土著居民、农户、牧民和渔民的收入翻番, 具体做法包括确保平等获得土地、其他生产资源和要素、知识、金融服务、市场以及增值和非农就业机会	零农业足迹	P20
	2.4 到 2030 年, 确保建立可持续粮食生产体系并执行具有抗灾能力的农作方法, 以提高生产力和产量, 帮助维护生态系统, 加强适应气候变化、极端天气、干旱、洪涝和其他灾害的能力, 逐步改善土地和土壤质量	零农业足迹	P20
 <p>3 良好健康与福祉</p>	3.5 加强对滥用药物包括滥用麻醉药品和有害使用酒精的预防和治疗	零非理性饮酒	P31
	3.6 到 2020 年, 全球公路交通事故造成的死伤人数减半	零非理性饮酒 零事故文化	P31、36
	3.9 到 2030 年, 大幅减少危险化学品以及空气、水和土壤污染导致的死亡和患病人数	零碳足迹 零水浪费	P13、26
 <p>5 性别平等</p>	5.5 确保妇女全面有效参与各级政治、经济和公共生活的决策, 并享有进入以上各级决策领导层的平等机会	多元、平等与包容	P50

SDGs	目标	TTZAB 关注领域	对应页面
 <p>6 清洁饮水和卫生设施</p>	6.1 到 2030 年，人人普遍和公平获得安全和负担得起的饮用水	零水浪费	P26
	6.2 到 2030 年，人人享有适当和公平的环境卫生和个人卫生，杜绝露天排便，特别注意满足妇女、女童和弱势群体在此方面的需求	零水浪费	P26
	6.3 到 2030 年，通过以下方式改善水质：减少污染，消除倾倒废物现象，把危险化学品和材料的排放减少到最低限度，将未经处理废水比例减半，大幅增加全球废物回收和安全再利用	零水浪费	P26
	6.4 到 2030 年，所有行业大幅提高用水效率，确保可持续取用和供应淡水，以解决缺水问题，大幅减少缺水人数	零水浪费	P26
	6.5 到 2030 年，在各级进行水资源综合管理，包括酌情开展跨境合作	零水浪费	P26
	6.6 到 2020 年，保护和恢复与水有关的生态系统，包括山地、森林、湿地、河流、地下含水层和湖泊	零水浪费	P26
 <p>7 经济适用的清洁能源</p>	7.2 到 2030 年，大幅增加可再生能源在全球能源结构中的比例	零碳足迹	P13
	7.3 到 2030 年，全球能效改善率提高一倍	零碳足迹	P13
	7.b 到 2030 年，增建基础设施并进行技术升级，以便根据发展中国家，特别是最不发达国家、小岛屿发展中国家和内陆发展中国家各自的支持方案，为所有人提供可持续的现代能源服务	零碳足迹	P13

SDGs	目标	TTZAB 关注领域	对应页面
	8.5 到 2030 年, 所有男女, 包括青年和残疾人实现充分和生产性就业, 有体面工作, 并做到同工同酬	多元、平等与包容 以人为本	P50
	8.7 立即采取有效措施, 根除强制劳动、现代奴隶制和贩卖人口, 禁止和消除最恶劣形式的童工, 包括招募和利用童兵, 到 2025 年终止一切形式的童工	多元、平等与包容 以人为本 负责任采购	P50、59
	8.8 保护劳工权利, 推动为所有工人, 包括移民工人, 特别是女性移民和没有稳定工作的人创造安全和有保障的工作环境	零事故文化 以人为本 负责任采购	P36、50、59
	10.2 到 2030 年, 增强所有人的权能, 促进他们融入社会、经济和政治生活, 而不论其年龄、性别、残疾与否、种族、族裔、出身、宗教信仰、经济地位或其他任何区别	多元、平等与包容 以人为本	P50
	10.3 确保机会均等, 减少结果不平等现象, 包括取消歧视性法律、政策和做法, 推动与上述努力相关的适当立法、政策和行动	多元、平等与包容 以人为本 负责任采购	P50、59

SDGs	目标	TTZAB 关注领域	对应页面
	12.2 到 2030 年, 实现自然资源的可持续管理和高效利用	零碳足迹 零农业足迹 零包装浪费 零水浪费	P13、20、23、26
	12.5 到 2030 年, 通过预防、减排、回收和再利用, 大幅减少废物的产生	零包装浪费	P23
	12.6 鼓励各个公司, 特别是大公司和跨国公司, 采用可持续的做法, 并将可持续性信息纳入各自报告周期	我们通过 TTZAB 计划, 推动并改进公司的可持续 发展事宜, 并每年报告在 TTZAB 方面的重要进展	P6
	12.a 支持发展中国家加强科学和技术能力, 采用更可持续的生产和消费模式	零碳足迹	P13
	13.1 加强各国抵御和适应气候相关的灾害和自然灾害的能力	零碳足迹 零农业足迹 零水浪费	P13、20、26

SDGs	目标	TTZAB 关注领域	对应页面
	14.1 到 2025 年, 预防和大幅减少各类海洋污染, 特别是陆上活动造成的污染, 包括海洋废弃物污染和营养盐污染	零农业足迹 零包装浪费	P20、23
	15.3 到 2030 年, 防治荒漠化, 恢复退化的土地和土壤, 包括受荒漠化、干旱和洪涝影响的土地, 努力建立一个不再出现土地退化的世界 15.5 采取紧急重大行动来减少自然栖息地的退化, 遏制生物多样性的丧失, 到 2020 年, 保护受威胁物种, 防止其灭绝	零农业足迹 零农业足迹 零水浪费	P20 P20、26
	16.5 大幅减少一切形式的腐败和贿赂行为 16.b 推动和实施非歧视性法律和政策以促进可持续发展	根据指南行事 多元、平等与包容 以人为本 负责任采购	P61 P50、59
	17.17 借鉴伙伴关系的经验和筹资战略, 鼓励和推动建立有效的公共、公私和民间社会伙伴关系	零碳足迹 零水浪费 社区参与	P13、26、60

ESG 关键指标绩效

范畴	指标	单位	2022年
环境关键绩效			
温室气体排放	使用轻燃料油排放的二氧化碳	吨二氧化碳	670.7
	使用重燃料油排放的二氧化碳	吨二氧化碳	/
	使用天然气排放的二氧化碳	吨二氧化碳	78,209.8
	使用煤所排放的二氧化碳	吨二氧化碳	/
	区域供热排放的二氧化碳（来自标准供热系统）	吨二氧化碳	22,881.9
	所用热能产生的二氧化碳排放量	吨二氧化碳	101,762.5
	用电排放的二氧化碳	吨二氧化碳	/
	酒厂总二氧化碳排放量	吨二氧化碳	101,762.5
	制冷剂的二氧化碳排放量	吨二氧化碳	3,773.2
	温室气体排放量（范围 1）	吨二氧化碳	82,653.8
	温室气体排放量（范围 2）	吨二氧化碳	22,881.9
	温室气体排放总量（范围 1+2）	吨二氧化碳	105,535.7
	生产能耗	摄于轻燃料油的总能量值	MWh
摄于重质燃料的能量值		MWh	/
摄于天然气的能量值		MWh	387,254.1
污水处理厂产生的沼气的能量值		MWh	1,318.9
煤的能量值		MWh	/
生物质燃料的能量值		MWh	10,167.5

范畴	指标	单位	2022年
生产能耗	区域供热（来自标准供热系统）热量值	MWh	77,829.6
	厂区所用总热量值	MWh	479,084.4
	总电耗	MWh	157,141.6
	总热能消耗	MWh	468,970.1
	可再生电力百分比	%	100%
	天然气	Nm ³	41,883,659.6
	柴油	升	266,025.6
水资源消耗	自备井水	立方米	451,203.0
	城市自来水用量	立方米	5,459,109.4
	地表水	立方米	380,982.0
	总取水量	立方米	6,291,294.4
	酒厂总耗水量	立方米	6,221,452.7
废气排放物	废气排放总量	立方米	885,520,558.0
	黑烟（粉尘）	立方米	49.9
	硫氧化物排放量	吨	7.0
	氮氧化物排放量	吨	47.8
废水排放物	氨氮	吨	17.1
	总磷	吨	3.2
	悬浮物	吨	147.1

范畴	指标	单位	2022年
废水排放物	每百升产品产生原污水的 COD	千克 /百升	0.3
	每百升产品产生的污水排放量	百升 /百升	1.1
	原污水的平均 COD	克 /立方米	66,800.9
	污水总排放量	立方米	3,052,268.7
	经回收处理及再利用的污水	立方米	130,696
包材管理	金属类	吨	25,452
	玻璃类	吨	546,641
	塑料类	吨	26,514
	纸类	吨	113,112
社会关键绩效			
安全生产	员工损失工时事故数	起	1
	员工工亡事故数	起	0
	承包商损失工时事故数	起	1
	承包商工亡事故数	起	0
员工人数	员工总人数	人	6,765
	新进员工总人数	人	928
	男性员工人数	人	4,686
	女性员工人数	人	2,079

范畴	指标	单位	2022年
员工人数	永久员工	人	6,700
	临时员工	人	65
	全职员工	人	6,700
	兼职员工（含实习生）	人	65
	18岁及以下	人	0
	19-29岁	人	1,121
	30-39岁	人	2,561
	40-49岁	人	1,999
	50岁及以上	人	1,084
	高级管理层	人	11
	一般管理层	人	952
	酒厂蓝领	人	1,961
	行政类员工	人	3,849
	员工总流失率	%	13.4
员工流失率 ¹⁰	男性	%	67.8
	女性	%	32.2

¹⁰ 员工总流失率 = 员工流失总人数 / 员工人数；各类别员工流失率 = 各类别员工流失人数 / 员工流失总人数

范畴	指标	单位	2022年
员工流失率	19-29岁	%	28.6
	30-39岁	%	38.9
	40-49岁	%	15.2
	50岁及以上	%	17.3
	高级管理层	%	0.1
	一般管理层	%	9.8
	酒厂蓝领	%	24.0
	行政类员工	%	66.1
员工培训平均时长		小时	4.4
集体谈判员工比例		%	48.8
签订合法劳务关系的在职员工人数		人	6,765

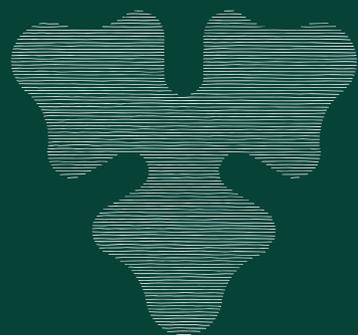
BREWING

FOR A 酿造更美好的现在

BETTER TODAY

和未来 &

TOMORROW



联系地址：广州市天河区珠江新城金穗路 62 号侨鑫国际金融中心 12&13 楼
电话：4001600132

邮箱：CBCSMIR@chongqinggroup.cn
网站：www.carlsbergchina.com.cn