



燕京啤酒
YANJING BEER

2023 燕京啤酒环境、社会及治理报告

Environmental, Social and Governance Report



目录

CONTENTS

关于本报告	03
董事长致辞	04
关于燕京啤酒	06
党建引领	08
未来展望	86
荣誉奖项	87
关键绩效表	89
指标索引	95
第三方评价	97
读者反馈	98

ESG 管理

ESG 策略和方针	11
ESG 治理架构及职能分工	12
ESG 融入经营	12
ESG 管理能力提升	14
利益相关方沟通	15
实质性议题分析	16

稳健运营 铸就基业长青

公司治理体系	18
投资人权益保护	21
卓越管理体系	24
合法合规经营	24
风险与内部控制	27
数字化转型	29
商业道德与反贪污	31

低碳转型 勾绘绿色未来

环境管理体系	35
应对气候变化	37
资源节约与利用	45
污染物及废弃物管理	48

责任笃行 担当应尽之责

产品创新驱动	53
产品质量保障	58
客户服务保障	62
供应链变革管理	65
员工企业共进	69
社会公益促进	81

关于本报告

ABOUT THIS REPORT

时间范围

本报告为年度报告，时间跨度为 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日，为提高报告完整性，部分内容有所延展。

组织范围

本报告内容覆盖北京燕京啤酒股份有限公司及下属公司，在环境、社会及治理方面的表现。

称谓说明

为便于表达和阅读，北京燕京啤酒股份有限公司在报告中简称“燕京啤酒”“燕京”“公司”“我们”等。

参考标准

本报告参照全球报告倡议组织 (GRI)《可持续发展报告编写标准》、国资委《央企控股上市公司 ESG 专项报告参考指标体系》、深圳证券交易所《上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》《上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》编写。

数据说明

本报告所引用的历年数据为最终统计数据，财务数据如与年报有出入，以年报为准；财务数据以人民币为标准，特别说明除外。

语言版本和索取

本报告提供中文版本，以电子版形式提供。您可登录企业官方网站获取更多信息。

董事长致辞



党委书记、董事长 **耿超**

2023 年是“十四五”承上启下的关键之年，面对复杂多变的竞争环境，燕京啤酒积极应对，主动化解多重风险挑战，将可持续发展作为核心价值观，以深化改革为驱动，着力提升企业价值创造能力，努力实现经济价值、社会价值、环境价值的和谐统一。

致力成为可持续价值创造先行者。燕京啤酒作为 ESG 治理的倡导者、传播者，先行先试，示范引领，更加重视自身 ESG 治理架构与执行体系建设。落地 ESG 现代化管理模式，进一步把 ESG 融入公司战略规划和生产经营各个环节，加强 ESG 管治顶层设计，健全 ESG 工作机制，提升 ESG 绩效，ESG 专业治理能力、风险管理能力不断提高。2023 年，实现首次 ESG 评级为 A、首次 QIFF 大规模专项调研，荣获“中国上市公司 ESG 百强”等 7 项殊荣。燕京啤酒秉持“和合共生美美与共”价值主张，争当上市公司 ESG 生态的建设者，加强与 ESG 监管机构、研究机构、中介机构的交流合作，积极参与制定 5 项 ESG 管理体系国家标准和团体标准，为构建具有中国特色、与国际标准接轨兼容的 ESG 管理体系标准贡献国企力量。

深耕核心业务打造经济价值增长体系。我们注重产品结构优化，推进大单品战略，在燕京 U8 基础上加强 V10、鲜啤 2022、新清爽等大单品推广，丰富中高端和个性化产品供给，加速高端化进程。我们发力市场结构焕新，持续推进“百县工程”，强化基地市场建设，增强市场标准化管理能力，建立企业、经销商、终端店利益保障机制，共筑相互成就、共促共荣的价值生态圈。我们着力品牌结构提升，以燕京 U8 产品为牵引，塑造燕京品牌的同时，打造独立高端狮王品牌、狮王餐饮品牌及燕京 9 号门店品牌，品牌势能不断积聚，品牌溢价能力和品牌竞争力持续提升。2023 年，燕京啤酒规模增速持

续三年超过行业平均，经济效益呈现量效齐增且收入增长、利润增长均高于销量增长的良好态势，“十四五”“五战五胜”目标再下一城。

专注价值洼地挖掘社会价值潜力。我们秉承“为生活酿造美好”的初心使命，着力提升成本和质量控制能力，加快推行卓越管理体系建设，重塑燕京生产系统管理体系，系统运用结构化方法和工具，提高品控能力，为广大消费者提供优质产品。我们注重打造高效的资源配置体系，通过组织流程再造、健全人才机制，促进组织效能提升；优化产能布局，推进产销分离，提升工厂整体效率；加强低效 / 闲置资产处置，积极探寻可再利用资产盘活方案，实现资产的社会最大化利用。我们坚持投身社会公益事业，一如既往以公益捐赠、助力乡村振兴、灾害救助、帮扶弱势群体、支持国家文体事业发展、组织志愿者活动等形式回馈社会。持续厚植“有你文化”正能量，深入发掘并延伸“有你文化”内涵，助力年轻一代坚定文化自信。

聚焦绿色低碳空间创造环境价值增长新优势。我们始终践行绿色低碳循环发展理念，全面推进环境体系建设。重视清洁能源和低碳领域突破性技术攻关，

推广相关技术装备产品化应用，创新清洁低碳、安全高效的生产模式。加速布局清洁能源使用，不断提升能源使用效率。转型变革供应链，构建全方位智能化绿色供应链平台，强化与上下游伙伴的协同效应，实现计划、采购、生产制造、物流配送各环节的深度整合，通过优化采购流程、精益化生产和精准市场需求预测，深层次挖掘成本节省空间和效率提升潜力，打造企业第二核心竞争力。加强数字化赋能绿色发展，以数字化技术应用驱动管理创新，按照“统一规划、分批推广、持续优化”的原则，构筑经营分析、生产运营、企业管理、数字赋能、基础设施五大平台，实现业务全在线、流程全贯通、数据可视化。目前，燕京拥有 17 家环境管理体系认证工厂、13 家绿色工厂、6 家绿色供应链管理示范企业。

燕京啤酒体系化、规模化、公众化的 ESG 实践模式为国企高质量发展课题上交了一份创新答卷。未来，我们将继续携手投资者、消费者、员工、合作伙伴等利益相关方，不断深化 ESG 交流合作，深入研究思路方案，不断贡献创新特色实践，助力我国 ESG 事业持续健康发展。

关于燕京啤酒

企业介绍

燕京啤酒 1980 年建厂，1993 年组建集团，1997 年 7 月在深圳证券交易所上市。公司主营业务为啤酒、水、啤酒原料、饮料、酵母、饲料等产品的制造和销售。公司为中国最大啤酒企业集团之一，旗下拥有直接或间接控股子公司 60 家，遍布全国 18 个省市。公司在发展中开创了具有燕京特色的经营模式，形成了以市场优势、产品优势、品牌优势、管理和技术优势为主要内容的核心竞争力，为中国民族啤酒工业的发展做出了贡献。作为民族啤酒工业的领军企业，燕京啤酒在长期的发展过程中始终坚持 - “质量就是生命”，将企业的工匠文化厚植于每一滴啤酒当中，坚持进行产品结构调整，持续扩大中高档酒占比、优化产品结构、增强竞争力，通过强大品牌、夯实渠道、培育客户、深耕市场、精实运营 - 五大发展路径，不断提升公司运营效果，实现产品升级、市场升级和管理升级。“十四五”时期，公司制定并实施了燕京啤酒的“十四五”发展规划，紧扣“高质量发展”这一主题，以“二次创业，复兴燕京”为主基调，秉承“为生活酿造美好”的使命，以供给侧结构性改革为主线，着力发展新质生产力，深化卓越管理体系建设、实施供应链转型升级、加快推进数字化转型、建立全新研发体系、推进绿色低碳发展，实现更高效、更可持续、更和谐的增长。





企业愿景

成为值得信赖的，
具有行业竞争力的民族啤酒品牌。



企业使命

为生活酿造美好

“十四五”发展战略

“十四五”时期是燕京发展的战略重构期，紧扣“高质量发展”主题，以满足人们日益增长的美好生活需要为根本出发点，以“二次创业、复兴燕京”为主基调，以变革为主线，以创新为驱动，以产品、渠道、区域为抓手，以强大品牌、夯实渠道、培育客户、深耕市场、精实运营为发展路径，扎实推进市场体系建设、大单品战略、卓越管理体系、供应链转型升级、数字化转型、立体营销、决战高端、研发创新、人才强企、优化产能布局、培育企业文化、有限多元等战略举措，更加鲜明地强调发展的整体性和系统性，促进企业发展质量更高、经济效益更优、创新能力更强、市场开拓更广、治理水平更好、品牌形象更佳，一年一个台阶，全力实现“十四五”“五战五胜”的目标。

可持续发展理念也是燕京啤酒持续贯彻落实以推动企业高质量发展的根基之一。当前，燕京啤酒从两个方面持续践行可持续发展理念，一是坚定走绿色发展道路。树立“绿水青山就是金山银山”理念，坚持环保这一基本国策，把环境保护和污染物治理工作当作一项关系企业生存发展的重要政治任务。遵循减量化、再利用、资源化的原则，积极履约碳配额，加大绿电使用，推行装备节能技改，发展绿色经济、循环经济、低碳经济，加快打造更多的“绿色制造示范工厂”，为建设美丽中国贡献力量。二是强化生态环境安全风险防控。以首善标准，升级改造污水处理系统，从严能源消耗增长控制，加强节能环保、清洁生产先进技术应用，落实吨酒用水减量目标任务，加大中水回用及深度处理，持续推进再生水利用开发，打造标杆节水节能企业，守住安全生态底线。

党建引领

燕京啤酒注重公司党的建设，通过高质量的党建工作，引领自身高质量发展。为充分发挥党委“把方向、管大局、保落实”的领导作用，燕京啤酒将党建工作要求写入公司章程，明确党委在公司治理结构中的法定地位，并推动所属 40 家企业完成党建入章工作。严格落实《中共北京燕京啤酒股份有限公司委员会前置研究讨论重大事项清单、负面清单及程序》《中共北京燕京啤酒股份有限公司委员会党委会会议议事规则》，推动党的领导融入公司治理，为企业高质量发展提供坚强的政治保障。

为巩固提升党支部标准化规范化建设成果，充分发挥基层党组织的战斗堡垒作用，公司党委修缮京内党员活动阵地 30 处，统一悬挂党旗、誓词、岗位职责、党内生活、党员权利义务等制度，设置党组织架构示意图、荣誉墙、党务公开栏、党员风采展示台等，把活动阵地建成党员学习成长的场所，使党支部活动阵地真正成为党员之家，成为警示教育的基地。



结合行业特点和实际工作，燕京啤酒积极融入新发展格局，通过党建引领，建立以“党建宣传+党员学习+党员管理+组织活动+党员激励”为主的“燕京红燕”党建品牌，创新推动燕京党建工作和业务板块融合发展。



发挥优势、治理融合

燕京啤酒遵循市场经济规律，将党建优势与现代公司治理有机融合，形成了以党委会领导为核心，股东会、董事会、监事会和经理层依法行使职权，职工群众有序参与，不同治理主体各司其职、相互配合的模式，为企业建设提质增效。

同时，燕京啤酒实行“双向进入、交叉任职”领导体制，推行企业董事长兼任党委书记、党员总经理兼任副书记，党员领导同志“一岗双责”的领导体制。特别设立专职党委副书记，抓党建、强党建，推动党建工作与公司生产经营深度融合，充分发挥党建对各项工作的政治引领、决策导向、思想引导、组织把关等作用。

燕京啤酒务虚会召开，强化党建引领

2024 年 1 月 10 日 -14 日，燕京啤酒召开务虚会暨 2024 年重点工作部署，党建工作是会议的重要内容之一。会议强调了党建工作在企业发展中的核心作用，对 2023 年的党建工作进行了总结，并对未来一年的党建工作进行全面部署。

会议强调了通过强化党建工作，可以更好地实施公司的发展战略，确保企业目标的统一和行动的一致性，从而形成推动企业发展的强大合力。

会议展现了燕京啤酒对党建工作的高度重视，通过强化党建工作，燕京啤酒可以更好地提升企业的整体竞争力，助力实现企业高质量发展目标。



党建 + 服务、筑牢根基

燕京啤酒坚持党建引领，以职工需求为导向，以“燕京红燕”为阵地，线上线下双向联动，开启服务企业新模式。线上开展系列职工活动，举办“学习党的二十大 凝心聚力启新程”知识挑战赛、“我在岗，我光荣”五一劳动之星照片征集活动、“用心声 践行使命”线上朗读比赛，线下开展“热爱有你 运动有我”2023 年燕京啤酒健康跑及健步走活动，形式丰富的党建创新实践活动，有效引导党员争先进、扛红旗，激发党员干部群众的执行力、战斗力、创造力。



1

ESG 管理

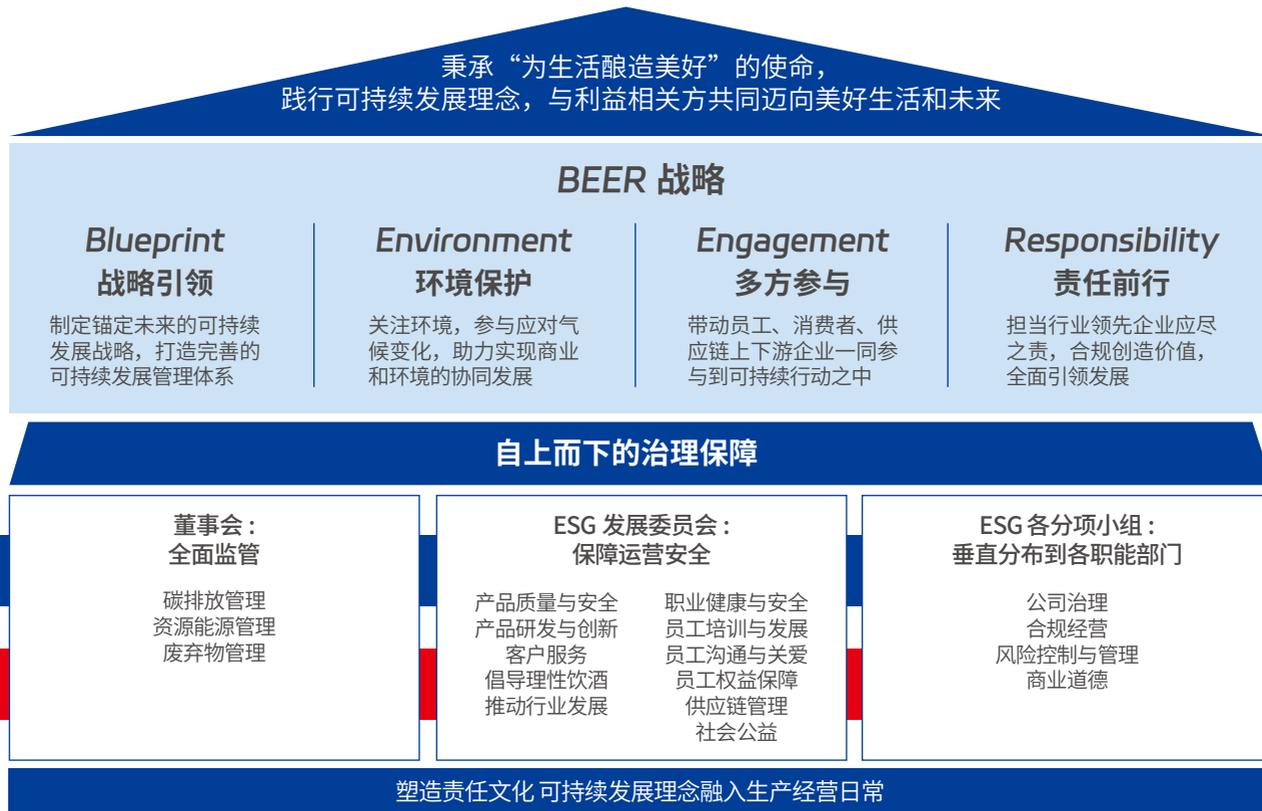
燕京啤酒始终关注企业在环境、社会、治理等层面的影响。通过制定 ESG 战略规划、梳理公司 ESG 治理架构、自上而下地推进公司 ESG 工作落到实处等方式，践行可持续发展理念。实现“为生活酿造美好”的企业使命，携手众多利益相关方共创美好未来。

ESG 策略和方针

2022 年，燕京啤酒审议通过了《北京燕京啤酒股份有限公司环境、社会及公司治理 (ESG) 五年战略规划》（下称 ESG 五年战略规划），为公司 ESG 策略及方针提供指引。2023 年，燕京啤酒遵照《ESG 五年战略规划》指引，继续强化 ESG 管治，不断提升公司 ESG 水平。

燕京啤酒关注国家及行业政策，并对最新政策要求进行研判，及时对标公司 ESG 策略及方针，确保其与社会需求及国家发展方向紧密链接，系统化推进 ESG 工作，让公司以更加可持续、对社会和环境更加友好的方式实现长期、稳健增长，兼顾长期目标和短期目标，更好实现企业的高质量发展。

在做好自身 ESG 实践的同时，燕京啤酒积极参与 ESG 国标及团标制定工作，为企业规范化、标准化治理探索出新的路径，为行业及社会做出燕京贡献。



ESG 治理架构及职能分工

燕京啤酒建立了完善的 ESG 治理架构，搭建了由董事会以及环境、社会及公司治理 (ESG) 发展委员会和各分项小组组成的 ESG 治理架构，确保公司 ESG 工作由公司管理层领导，各业务部门紧密配合，总部和基层单位纵向联动。在高效的治理架构保障下，深入贯彻落实 ESG 五年战略规划、ESG 发展委员会工作细则，确保 ESG 工作“能开展、能落地、有实效”。

2023 年度，燕京啤酒进一步深化各层级职责，将应对气候变化议题加入专委会工作细则，并明确公司责任部门，全面将应对气候变化纳入公司 ESG 发展工作。



层级及主体	职责
第一层 董事会：全面监管	是制订、实施公司 ESG 战略的最高决策机构，审议、批准公司 ESG 规划与目标，并监督 ESG 战略的执行。
第二层 环境、社会及公司治理 (ESG) 发展委员会：保障运营安全	主要负责对公司长远发展战略进行研究预测，协助董事会制订公司发展战略计划，对公司 ESG 相关政策进行研究并提出建议，监督公司 ESG 各项事宜；领导 ESG 各分项小组日常工作。
第三层 ESG 各分项小组 (环境小组、社会小组、公司治理小组)：垂直分布到各职能部门	主要协调各执行机构；制定符合公司战略及 ESG 目标的 ESG 事宜相关政策及行动计划；管理公司日常运营过程的 ESG 相关风险及事宜；负责与公司子公司的沟通，协调推进 ESG 相关事宜落地执行；收集、整理、编制年度 ESG 报告；其他 ESG 相关事宜。

ESG 融入经营

燕京啤酒的 ESG 策略方针及组织架构，均与企业高度关注的发展战略相契合，ESG 工作也深度融入公司生产经营的各个方面，燕京啤酒通过多种举措推动 ESG 与企业经营的深度融合。

同时，我们在面向未来的发展投资决策中，纳入对 ESG 的考量。在绿色制造体系建设层面，公司积极遵循 ESG 理念，从设备投入角度推动并引导工厂建设绿色工厂，通过引入光伏、信息化设备，为公司“双碳”目标达成和绿色发展提供有力保障。

打造燕京 ESG 专属文化

通过培训与宣贯，把 ESG 理念贯彻到业务的全流程，以实现 ESG 在燕京的全范围、全过程、全体人员的认知，从而推动每一位燕京人主动识别、主动开展 ESG 工作。



ESG 管理制度化和流程化

结合境内外、上市地监管法律法规要求、啤酒行业特点、公司经营管理实际，我们将进行 ESG 管理制度的全面设计和动态完善，通过“一套指标手册”“一套数据填报工具”“一套填报审核流程”实现公司 ESG 管理制度化、制度流程化、流程表单化。

探索 ESG 管理长效机制

燕京啤酒以 ESG 为抓手，推动企业绿色低碳转型，从 ESG 的战略、管理、信息披露、影响力建设等维度出发，创建 ESG 治理长效机制和具有燕京啤酒特色的 ESG 工作体系，开创公司高质量发展新局面。

持续提升 ESG 信息披露质量

ESG 信息披露情况会直接影响到投资人对公司的估值。燕京啤酒在构建符合标准的 ESG 信息披露框架的基础上，注重行业特点和企业差异性，通过周密有序部署工作、持续优化信息披露内容，不断完善自身 ESG 管理实践及行动，逐步量化和丰富披露内容，提升 ESG 信息披露质量。

精准提升 ESG 各模块工作

燕京啤酒将通过积极参与国内外 ESG 评级工作，识别当前工作中的不足，对相关工作进行精准提升，进一步推动企业高质量、可持续发展。

ESG 管理能力提升

ESG 工作的跨越式发展离不开 ESG 管理能力的提升。燕京啤酒重视公司 ESG 管理水平，并积极组织大股东、董事、高管参与深圳证券交易所、中国上市公司协会、北京上市公司协会组织的 ESG 专题培训，培训课程包含“董事会 ESG 表现提升 - 以 MSCI 评级为参照”、“境内外 ESG 投资的发展趋势”等，有效丰富董事会和公司管理层在 ESG 方面的知识、技能和经验。

2023 年度，公司共计组织或参与内外部 ESG 相关培训 9 次，参与培训人员包含 7 名董事、3 名监事、9 名高管。

ESG 成果

评级类

2023 年 6 月 • 万得 (Wind) ESG 评级

A

2023 年 9 月 • 中诚信绿金 ESG 等级

A+



奖项类

2023 年 9 月 • 中国上市公司 ESG 百强奖项并纳入中证证券时报 ESG 百强指数



证券时报、阿拉善盟行政公署

2023 年 10 月 • 可持续发展年度最佳奖项 2023 杰出企业



安永

北京市属国有上市公司 ESG 优秀案例并入选北京市属国有控股上市公司 ESG·先锋 30 指数

北京市国资委、责任云研究院

2023 年 11 月 • 上市公司 ESG 优秀实践案例



中国上市公司协会

2022 年度公司治理优秀案例

中国酒业协会

2023 年 12 月 • 2023 中国企业 ESG 优秀案例



中国企业改革与发展研究会、中央企业 ESG 联盟、半月谈杂志社

2023 上市公司 ESG 先锋践行者案例

证券日报、国新咨询

利益相关方沟通

燕京啤酒始终关注和众多利益相关方展开沟通交流，持续开展多渠道、高频次的公司信息同步。针对不同利益相关方及其关注议题，燕京啤酒探索了多元化的沟通方式和渠道，收集利益相关方对公司发展的期待、及时回应利益相关方诉求。



主要利益相关方	关注议题	沟通方式及渠道
政府部门及监管机构	<ul style="list-style-type: none"> 碳排放管理 废弃物管理 产品质量与安全 商业道德 	<ul style="list-style-type: none"> 领导及主管部门视察 合规巡查及检查 论坛、会议及研讨会 日常政策执行
股东和投资者	<ul style="list-style-type: none"> 公司治理 合规经营 风险控制与管理 商业道德 产品研发与创新 	<ul style="list-style-type: none"> 股东大会 投资者交流会 网上业绩说明会 深交所互动易问答 投资者热线 公司调研 电话咨询 电子邮件 定期报告及官网信息披露

主要利益相关方	关注议题	沟通方式及渠道
客户	<ul style="list-style-type: none"> 产品质量与安全 客户服务 倡导理性饮酒 产品研发与创新 	<ul style="list-style-type: none"> 客户满意度调查 邮件与日常电话沟通 客户邮箱 回应客户投诉 客户拜访
合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> 推动行业发展 供应链管理 	<ul style="list-style-type: none"> 甄选评估 采购流程 绩效评估 与业务伙伴定期沟通（如电邮、会议）
员工	<ul style="list-style-type: none"> 职业健康与安全 员工沟通与关爱 员工培训与发展 员工权益保障 	<ul style="list-style-type: none"> 培训及入职培训 电子邮件及意见箱 定期会议 员工表现评估 员工活动
社区及公众	<ul style="list-style-type: none"> 社会公益 倡导理性饮酒 	<ul style="list-style-type: none"> 电子邮件 电话 公司公告 社交网络平台 公司网站 社交媒体 慈善捐赠 志愿服务 社区活动

实质性议题分析

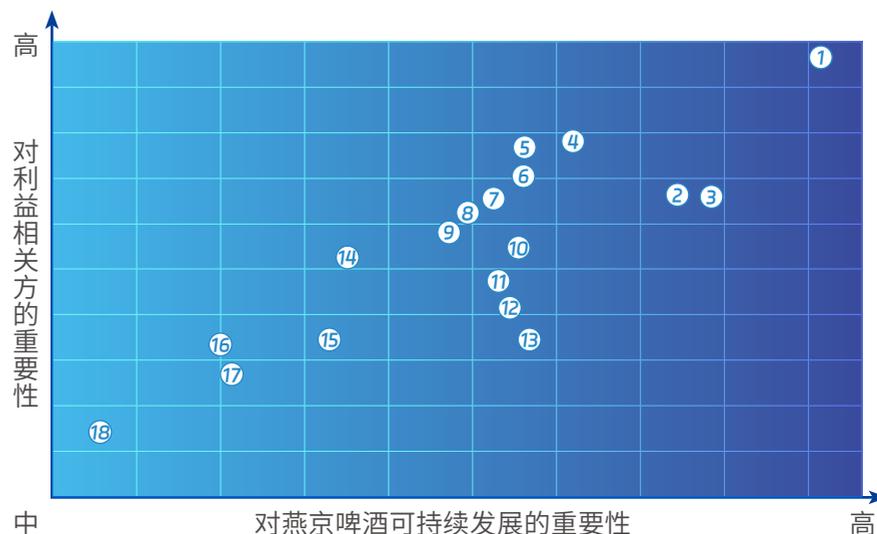
2022 年，燕京啤酒通过与各类利益相关方不同形式的沟通与交流，了解内外部利益相关方对 ESG 议题的重视程度，得出燕京啤酒 ESG 实质性议题矩阵。2023 年，公司定期结合行业发展趋势及自身业务运营特点，进一步审阅重要性议题内容，确保重要性议题的时效性与合理性，本年度，燕京啤酒实质性议题无变化。

燕京啤酒实质性议题列表

环境	社会		治理
碳排放管理	产品质量与安全	产品研发与创新	公司治理
资源能源管理	客户服务	供应链管理	合规经营
废弃物管理	职业健康与安全 员工沟通与关爱 推动行业发展 社会公益	员工培训与发展 员工权益保障 倡导理性饮酒	风险控制与管理 商业道德

燕京啤酒实质性议题重要性排序

燕京啤酒 ESG 实质性议题分析矩阵



- | | |
|------------|-------------|
| 1. 产品质量与安全 | 10. 废弃物管理 |
| 2. 职业健康与安全 | 11. 员工沟通与关爱 |
| 3. 员工权益保障 | 12. 资源能源管理 |
| 4. 合规经营 | 13. 员工培训与发展 |
| 5. 客户服务 | 14. 供应链管理 |
| 6. 产品研发与创新 | 15. 碳排放管理 |
| 7. 商业道德 | 16. 倡导理性饮酒 |
| 8. 公司治理 | 17. 推动行业发展 |
| 9. 风险控制与管理 | 18. 社会公益 |



治理篇

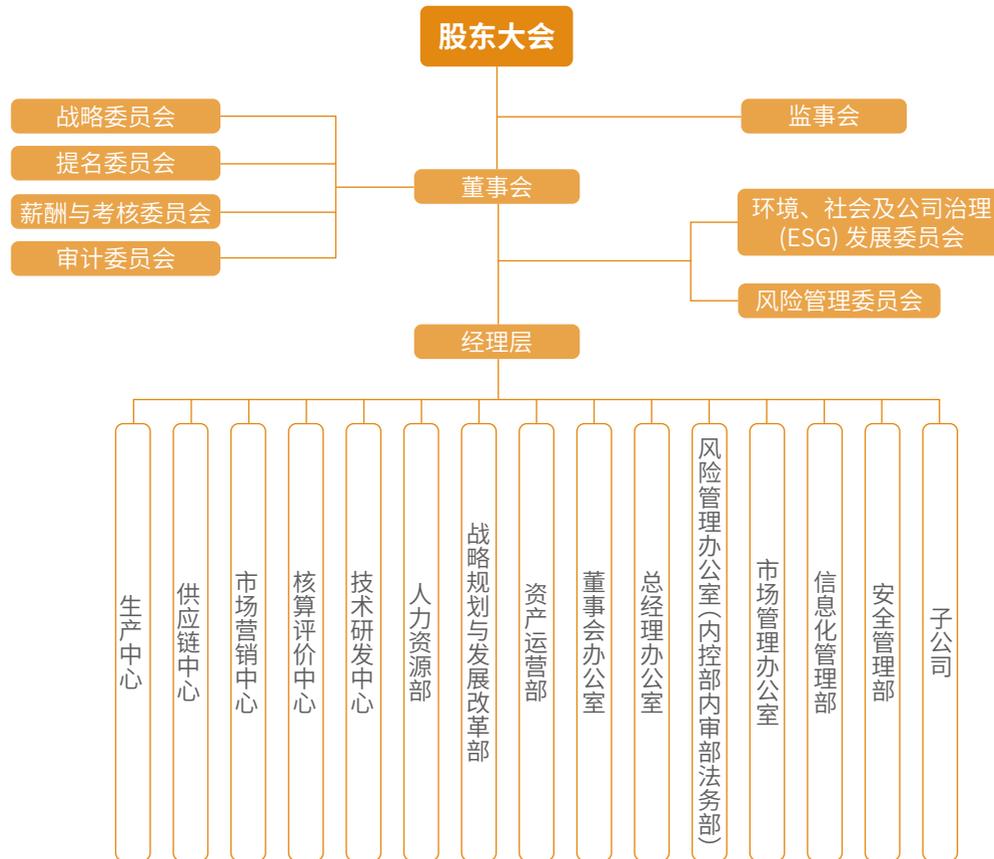
稳健运营 铸就基业长青

稳健的治理和运营是公司长期高质量发展的基石。燕京啤酒恪守合规底线、信守商业道德、严禁贪污腐败行为，定期识别运营风险、通过卓越管理体系，铸就企业基业长青。

公司治理体系

燕京啤酒创新公司治理体系，分层分类推动公司治理制度化，健全以公司章程为核心的企业制度体系，充分发挥公司章程在企业治理中的基础作用，进一步完善国有企业法人治理结构，助推党的领导融入公司治理体系，明确界定各治理主体权责。

同时，燕京啤酒严格遵照相关法律规章要求，制定公司治理体系，完善公司治理架构，结合公司实际情况，健全公司内部控制制度，进一步规范公司运作，努力做好信息披露工作及投资者关系管理，持续提高公司治理水平。



燕京啤酒按照《公司十四五战略规划》推进各项生产经营工作，每年定期披露《董事会报告》总结董事会年度工作情况。燕京啤酒公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会。

类别	关键绩效指标	单位	2021 年	2022 年	2023 年
公司治理	公司董事会成员的平均任期	年	1.27	1.77	2.77
	公司董事、监事及高级管理人员的离职率	%	0	28	5.56
	独立董事占比	%	33.33	57.14	57.14
	女性董事占比	%	13.33	14.29	14.29
	董事会召开次数	次 / 年	6	7	5
	战略委员会、审计委员会、薪酬委员会、提名委员会会议次数	次 / 年	10	9	11
	前十大股东持股比例合计	%	69.81	67.79	68.19
	高管持股比例	%	0.00305	0.00085	0.00085
	股票质押比例	%	0	0	0

董事会、监事会和管理层设置

提名、遴选和任命程序

燕京啤酒公司董事（不包括职工董事）、监事（不包括职工监事）由董事会、监事会提名，先经董事会、监事会形成决议后再经股东大会选举通过后产生；公司职工董事和职工监事经职工代表大会选举产生。公司管理层公司总经理经董事长提名，并经董事会审议后任命；其他高管由总经理提名，并经董事会审议后任命。

燕京啤酒董事、监事、高级管理人员（下称董监高）在提名和遴选过程中，充分考虑利益相关方（包括股东）的意见，同时在选择过程中兼顾多样性、独立性、胜任能力。在相关程序中，要求候选人填报董监高声明与承诺、独立董事的提名人声明、候选人声明、独立董事履历表等证明材料；独立董事候选人任职资格和独立性需经深圳证券交易所审核通过后，方可提交股东大会表决。

独立董事履责保障

2023 年 8 月，中国证监会发布《上市公司独立董事管理办法》，为更好地配合独立董事履职，以便其开展各项工作，公司设立独立董事工作室并为独立董事配备专门对接人员，确保独立董事与其他董事、高级管理人员及其他相关人员之间的信息畅通，确保独立董事履行职责时能够获得足够的资源和必要的专业意见，切实保障了独立董事履行职责。

案例：独立董事深入工厂开展调研

2023 年 11 月，公司组织独立董事考察子公司燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司，会上漓泉公司汇报了高质量发展成果，与会人员就 ESG 体系建设、数字化建设等情况进行了深入交流。



多元化构成情况



董事会薪酬及考核

燕京啤酒董事会下设薪酬和考核委员会，全部由独立董事构成，保证了监督管理层薪酬的独立性和客观性。公司每年在年度报告中定期披露董事会成员的薪酬情况，确保董事会成员薪酬保持高度透明。

董事会议事决议

为确保公司的股东大会通过公正、公开的方式作出决议，公司严格按照《股东大会议事规则》等制度规定做好各项工作安排，为便于更多股东参与股

东大会决议，公司采用现场表决与网络投票相结合的方式，通过深圳证券交易所交易系统和互联网投票系统 (<http://wltp.cninfo.com.cn>) 向全体股东提供网络形式的投票平台，公司股东可以在网络投票时间内通过上述系统行使表决权，也可以在现场会议采取现场投票的方式行使表决权，2023 年，公司召开股东大会中董事出席率为 100%。

投资人权益保护

投资人是上市公司持续经营的重要保障，是提升并实现公司价值的重要途径。燕京啤酒积极搭建投资人沟通渠道，丰富投资人沟通内容，加强投资者关系管理部门建设，为传递公司价值、保护投资人权益架桥铺路。

同时，燕京啤酒注重自身管理，以公司合法稳健运营为目标，切实保障投资人权益，截至报告期末，北京燕京啤酒股份有限公司及下述分子公司无任何征信异常，信贷方面无不良信用记录，不存在严重失信或者失信人情况。

投资者关系管理团队建设

燕京啤酒积极建设投资者关系管理团队，致力于打造服务投资者、尊重投资者的企业文化。公司持续加强董办队伍建设，创新工作思路，规范业务操作流程，进一步提高信息披露质量，提升投资者关系管理水平，助力公司高质量发展。本年度，燕京啤酒董事会办公室团队 100% 参与学习了董事会秘书培训课程，并通过培训考试。

投资人沟通

燕京啤酒在与投资者沟通交流过程中, 严格按照《上市公司信息披露管理办法》《深圳证券交易所股票上市规则》《信息披露管理制度》等法律法规和制度规定, 规范自身对外信息披露行为, 严守公平披露原则。

公司注重依法依规进行信息披露, 保证信息披露真实、准确、完整、及时、公平, 切实维护中小投资者合法权益, 保持与深交所及其他证券监管机构之间的及时沟通和联络, 积极配合相关工作。多年来, 燕京啤酒信息披露工作获得监管部门、投资者和股东的一致认可, 信息披露工作连续多年被深交所评为“A”级。



燕京啤酒信息披露工作连续十年被深交所评为
“A”级

公司通过法定信息披露渠道及股东大会、网上业绩说明会、深交所互动易问答、公司调研、电话咨询、电子邮件等交流方式与公司战略股东、机构投资者和中小投资者深入交流, 构建新型、立体的多层次资本市场沟通体系, 积极回应投资者关切。

- ◆ 2023 年 2 月, 公司顺利举办机构投资者交流会, 共有 187 家机构 261 位投资者参加, 公司董事长携负责公司生产经营及主要业务的高级管理人员出席会议, 与广大投资者面对面交流, 反响热烈。
- ◆ 2023 年 5 月, 董事会办公室协助董事长、总经理、独立董事及董秘顺利完成 2022 年度业绩说明会, 在线回复投资者 33 条有关公司业绩经营、战略发展、市值、公司治理及社会责任 /ESG 等问题。
- ◆ 2023 年 9 月, 董事会办公室协助董事长、总经理、独立董事及董秘顺利完成 2023 年半年度业绩说明会, 在线回复投资者 23 条问题。

截至 2023 年底, 燕京啤酒通过交易所互动平台回答投资者问题 135 条, 圆满完成 236 家机构 345 人次的调研, 完成 20 份投资者调研活动记录。

积极参与投资者权益保护活动

燕京啤酒积极参加证监局、行业协会组织的各类投资者权益保护活动, 宣传金融知识, 加强投资风险提示。

2023 年, 燕京啤酒组织开展了 2023 年全民国家安全教育日普法宣传活动、第五届“5·15 全国投资者保护宣传日”活动、“2023 年防范非法证券期货宣传月”以及《股东来了》2023 投资者权益知识竞赛、参与宣传“2023 年世界投资者周”活动。此外, 公司还组织投资者参加 2023 年度投资者知权、行权、维权现状调查等多项投资者保护宣传活动, 进一步倡导理性投资文化, 切实维护广大投资者合法权益。

案例：组织“股东来了”系列活动，倡导良性投资文化

2023 年 5 月，燕京啤酒通过线上线下方式开展宣传并参与《股东来了》投资者权益知识竞赛活动。线上，公司通过官方订阅号发布推文，开展防范非法证券期货宣传，同时号召广大投资者和员工参与《股东来了》投资者权益知识竞赛活动。线下，公司参与上市公司现场展位展示活动，在现场对投资者进行宣传，普及投资者权益知识。积极践行上市公司主体责任，加大宣传保护投资者权益，倡导良性投资文化，形成关心、关爱、关注投资者的良好氛围。

北京燕京啤酒股份有限公司号召积极参与《股东来了》活动

《股东来了》2023 北京片区正式启动啦



燕京啤酒官方订阅号

北京燕京啤酒股份有限公司开展 2023 年防范非法证券期货宣传月...

2023 年防范非法证券期货宣传月活动来啦



燕京啤酒官方订阅号



燕京啤酒治理及投资者关系获奖情况

2023 年 5 月

证券时报、国信证券
中国上市公司投资者关系
天马奖

2023 年 5 月

全景投资者金奖
“杰出 IR 公司”
“杰出 IR 团队”
“最佳中小投资者互动奖”
“最佳机构沟通奖”

2023 年 11 月

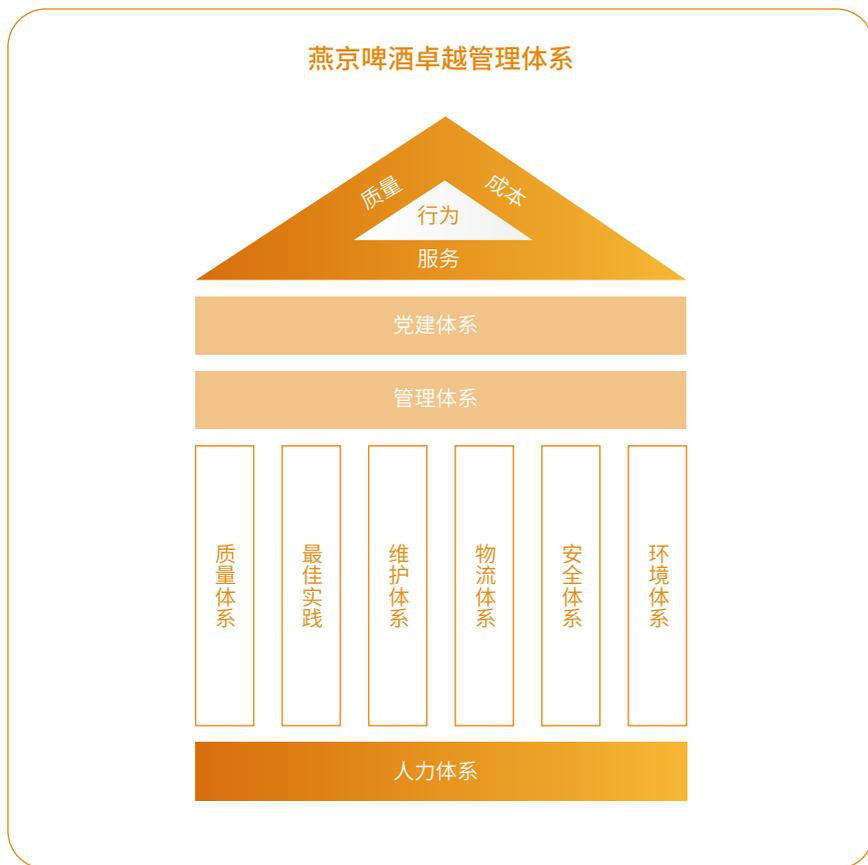
中国上市公司协会
董事会“最佳实践案例”

2023 年 12 月

中国上市公司协会
董办最佳实践案例

卓越管理体系

卓越管理体系是燕京啤酒谋求高质量发展而进行的内部变革，围绕当前企业发展中的重点热点难点问题，全方位推进企业改革和管理创新战略选择。2023 年度，燕京啤酒继续以新发展理念推进卓越管理体系建设，助力企业高质量发展。以卓越管理体系为抓手，以卓越管理文化打造为基础，燕京啤酒管理效能不断提升。



合法合规经营

法律法规、制度章程是企业治理的根本，是公司负责任经营的基础。燕京啤酒秉承“以情做人、以诚做事、以信经商”的理念，严谨制定合规经营制度体系，严格规范合规审查流程，积极开展合规管理培训，致力于让合规意识成为企业文化的一部分，让合规操作成为各项业务开展中的基本功。

制度体系建设

燕京啤酒根据《中央企业合规管理办法》和国家相关标准建立了合规管理制度体系、组织体系、运行体系和保障体系等在内部的合规管理体系，逐步形成了风险、法律、内控、合规、审计一体化的全面合规体系，通过全面合规体系保障公司稳健运行、安全发展，创造公司价值。此外，公司还建立了以党建为引领的国企制度体系，成立以董事长为组长，内控分管副总为执行组长的制度建设专项工作组助推公司合规制度体系建设。



截至 2023 年末，制度建设专项工作组围绕重点核心领域、关键控制环节，搭建分级分类的制度体系，建立健全管理制度 150 余个，建成包括合规手册、程序文件在内的合规体系文件，为公司合规提供了抓手。

2023 年 12 月 11 日，燕京啤酒获得了由方圆标准认证集团颁发的合规管理体系认证证书，证明公司管理体系符合 GB/T35770-2022/ISO37301:2021，燕京啤酒成为国内啤酒行业首批通过该体系认证的企业。



案例：通过完善的制度制定，提升公司审计工作质量

2023 年，燕京啤酒发布实施《制度管理办法》，规范公司规章制度起草、审核、发布、修订和废止程序，推进标准化管理，提高管理效率。在审计工作模块，主责部门参照上级单位制度，新增了《离任审计制度》《北京燕京啤酒股份有限公司内部审计细则》《北京燕京啤酒股份有限公司内部审计基础工作管理办法》《北京燕京啤酒股份有限公司经济责任审计管理办法》《北京燕京啤酒股份有限公司审计整改工作管理办法》《北京燕京啤酒股份有限公司审计整改约谈办法》6 个制度，通过以上制度确保审计工作的规范化和制度化，提高审计工作质量。

为确保公司业务活动符合法律法规和行业规范要求，进一步提高员工合规意识，预防和减少公司法律风险，保障公司业务可持续发展，未来燕京啤酒将持续开展合规管理工作，梳理合规管理体系相关事项，做好合规体系外审专家改进建议的落实工作；以各部门相关业务为基准收集相关的法律法规、国家标准、行业标准，以及其他相关的公司须遵守的各种文件并整理归档；定期收集各部门合规义务识别、风险识别、风险应对措施等。

合规审查流程

合规管理需要有制度体系的轨道，还需要定期的审查以保障轨道运行通畅。

《中央企业合规管理办法》明确了业务及职能部门、合规管理部门和监督部门合规管理“三道防线”职责。燕京啤酒通过设置三道防线，明确各部门在合规审查中的角色，协调配合，确保合规经营管理工作落实到位。

第一道防线设于公司业务的一线。燕京啤酒公司职能部门负责论证评估“三重一大”事项是否与法律法规相抵触，是否与现行政策规定相一致，是否存在法律风险等进行核查，对于涉及合同、诉讼等高法律风险的“三重一大”事项提交合规管理相关部门核查。

合规管理相关部门作为第二道防线，发挥自身的专业技能，在合规管理中发挥牵头作用。燕京啤酒法务部负责合同业务的归口管理，根据公司《合同管理规定》《合同分级标准、流程与表单》等相关制度要求，对合同文本、订立程序、合同执行的完整性、合规性、严谨性进行审核以及针对合同管理中的法律风险开展尽职调查和论证。

案例：流程审核步步为营，合规管理稳扎稳打

2023 年，燕京啤酒对公司及下属企业三重一大事项的流程审核 400 余次，确保了相关表单填写的准确性和合规性。同时，对三重一大事项的流程合规性进行了严谨审核，保障了党委和经理办公会决策的三重一大事项符合《三重一大决策管理规定》。

第三道防线则由公司内部审计部门履行职责。在党委、董事会的领导下，按照国家的法律、法规以及公司《内部审计制度》，以事中审计、专项审计、日常监控相结合的审计模式，通过审计及时纠偏、防微杜渐，补充和完善各项管理流程，充分发挥内部审计在防范风险、完善管理和提高经济效益中的作用。

合规管理培训

燕京啤酒建立了常态化合规培训机制，围绕国家合规标准、中央企业合规管理、国资委和北控合规管理等要求以及公司制度，积极制定年度培训计划，开展培训工作，培养企业合规文化。公司将合规管理作为管理人员、重点岗位人员和新入职人员培训必修内容。

2023 年燕京啤酒共组织参加、开展制度培训、法治培训、合规培训 21 次，全集团参与培训人次约 10,114 人次，涉及人员包括招标采购业务人员、内控及合规管理人员、股份公司及分子公司高中层、股份公司职能部门人员等，开发合规培训课件 10 余个。通过合规管理培训，提升了员工合规意识，规

范了员工在履职过程中的行为，有效防范了合规风险，让合规管理的企业文化在企业中更加浓厚。

**信息公示合规**

2023 年度，燕京啤酒按照规定在国家企业信用信息公示系统向社会公示逾期尚未支付中小企业款项信息，未产生中小企业款项逾期未支付。

类别	关键绩效指标	单位	2022 年	2023 年
合 规 经 营	公司开展合规培训的次数	次	21	21
	公司开展合规培训的参与人次	人	7,185	10,114
	公司开展合规培训的培训合格率	%	100	100

风险与内部控制

为保障公司的可持续发展，燕京啤酒不断完善、更新风险管理制度，加强风险识别、管理和报告等各体系流程的专业性和及时性，并持续关注内部控制系统的建设，构建起风险管理的护城河。

风险管理制度

企业的可持续发展离不开对风险的识别与控制。燕京啤酒参考香港联交所《企业管治守则》、《中央企业全面风险管理指引》、国务院国资委针对中央企业的各年度风险管理工作通知以及北京市国资委、北控集团相关通知文件、公司《全面风险管理制度》等要求，结合公司经营管理特点、管控模式等实际情况，制定了公司内部风险管理实施细则，以及《全面风险管理制度》《信息披露管理制度》《重大信息内部报告制度》《重大事项报告制度》《风险管理委员会工作细则》《重大风险预警管理制度》等相关制度，为公司平稳运营打下基础。

案例：加强风险管理培训，确保制度执行到位

2023 年，为提升相关人员风险管理水平和能力，燕京啤酒通过开展或组织员工参加风险培训，让风险管理制度培训覆盖总部各职能部门以及分子公司相关业务人员、内控负责人，培训人数近 550 人。进一步加强了风险制度的执行力，解决了总部职能部门及分子公司在风险管理过程中出现的困惑和疑问，有效提升了相关人员风险管理水平和能力，确保公司风险管理和防控有效性。



风险识别、管理与报告

燕京啤酒通过风险识别评估工作确定年度中高风险和重大风险清单，并与相应风险防控部门沟通制定风险控制措施，例如与主责部门沟通采购价格波动风险、亏损企业治理风险等情况。通过各项风险管理工作的有效落实，公司

年度重点关注风险均在可控范围内，2023 年全年未发生重大风险事件，公司风险防控能力和水平进一步提升。

在风险管理层面，燕京啤酒专门成立了风险管理办公室，为更有效、高效地开展风险管理工作提供了强有力的组织支撑。办公室收集成员单位及总部部门风险材料，编制形成公司风险数据库、案例库；组织开展风险（隐患）自查工作，编制通知，收集各部门、各单位资料，编写风险（隐患）自查台账，制定风险预防措施。办公室成立以来，加强了风险管理的事前预防、事中控制和事后督查审计，燕京啤酒风险管理工作更加富有成效。

公司运营需要对各利益相关方负责，风险信息披露是保障利益相关方合法权益的重要举措。燕京啤酒每半年、每年度编制风险管理报告，总结风险管理工作开展成效与风险控制措施落实情况，分析经营环境变化及风险影响，制定风险管理工作计划，有效杜绝重大风险发生。

内部控制结构

为加强内部控制建设，保障内部控制体系有效运行，根据上级公司内控体系建设的有关安排，燕京啤酒组织开展年度内部控制评价工作，通过收集信息资料，核查制度执行落地等措施方法，对公司管控情况进行全方位评价，准确揭示公司经营管理风险，完成编写年度内控体系工作报告、年度内控评价报告，客观反映公司内部控制状况，及时发现内部控制设计及运行中的缺陷和不足，提出改进方案，监督完成内控缺陷的整改工作，促进公司不断完善内控体系，促进内控水平提升，提高企业经营管理水平和风险防范能力，确

保公司战略目标实现和可持续发展。

在员工动员层面，燕京啤酒在公司线上办公系统构建了专门针对内控问题答疑的平台。该平台可以更好地解决员工在工作中遇到的各类内控问题，提高工作效率和员工满意度。同时增强企业内部的沟通和协作，促进员工之间的交流和学习。

2023 年，燕京啤酒通过现场检查、线上视频和资料核查的方式完成了对约十家企业的各类检查，并编写报告。检查内容依据公司制度文件以及相关政策要求，包括内控体系建设、企业经营风险的日常管控情况等重点关注内容和重点业务。通过营销专项检查、内控管理检查、内控监督评价，运用内控监督评价结果，不断提高下属企业管理能力和水平，优化内控管理统筹工作方式方法，防范风险事件的发生。

类别	关键绩效指标	单位	2022 年	2023 年
风险管理	报告期内，所涉重大诉讼、仲裁事项等风险事件数量	件	0	0
	报告期内，所涉违规处罚次数及所支付的罚款总金额	万元	0	0
	发生的本级及法人代表严重违法失信行为数量	件	0	0
	公司开展风险管理培训的次数	次	6	7
	公司开展风险管理培训的参与人次	人	2,988	7,325
	公司开展风险管理培训的培训合格率	%	100	100

数字化转型

数字化、智能化是提升产业基础能力和现代化水平，建成具有全球竞争力的世界一流企业的必然选择。为加强未来公司对总部及各分子公司数字化建设的统筹安排，强化数字化对公司发展的支撑，推进公司数字化转型，燕京啤酒制定了《数字化转型工作方案》。

燕京啤酒数字化转型以战略为引领，通过计划牵引，进行目标分解，基于 PDCA 闭环管理循环架构，横向实现业财融合，纵向实现管理循环，以价值为导向，不断强化过程管理的管理变革，以数字技术驱动公司数字化管理创新，实现业务全在线，流程全贯通，数据可视化。通过数字化支撑运营管理的不断循环、改进，从而实现企业精细化运营管控，助力计划目标达成。

案例：业财融合，提质增效

2023 年度，为提高公司数字化进程，公司在原有财务系统开发“账务核算”功能，实现业财融合，该功能可以实现分子公司的经销商收款明细数据、通过模块功能设置定义、生成财务 NC 资金模块委托收款数据等功能，并与原财务系统、销售端业务数据实现一体化打通，提升管理效能。

为确保数字化转型工作有效实施，公司建立了有效地数字化转型治理架构。

数字化委员会	负责在数字化推进过程中对内统一思想、凝聚力量，对外统一声音、坚定信心，确保数字化工作得以整体管控、加速落地，促进形成自我驱动的良好循环
	负责审议公司数字化战略规划
	负责审议公司数字化年度工作计划及调整
数字化推进工作组	负责审议公司相关数字化制度
	负责掌控数字化项目总体方向，并下达工作目标
	负责指导、协调数字化工作建设中所需的各项资源投入
	负责执行数字化项目考核和激励，参加数字化项目重要专题会议和听取项目执行情况汇报，并做出评估、指导和关键问题决策
	负责组织、协调、决策全业务链流程优化
数字化项目办公室	负责数字化项目间关联关系与冲突管理
	负责数字化转型过程管理，保障变革成功
	落实数字化推进工作组安排的项目建设工作
	负责制定公司数字化战略规划、年度工作计划
	负责制定公司数字化相关制度
	负责对数字化项目及相关事项进行研究并提出建议
	负责检查、指导、协调和考核各成员单位数字化工作
负责组织项目例会和临时专题会，不定期报告进展情况，及时提请重大决策事项	
负责监控项目进度、参与重要问题的决策、审核项目成果、制定实施计划、明确实施职责、评估项目风险	

2023 年，燕京啤酒建立了全集团数据标准和系统标准，完成了集团总部及试点单位的系统标准化建设。未来，燕京啤酒将开展数据决策分析平台建设，助力公司科学数据决策，持续系统优化和数据运营工作。

商业道德与反贪污

为确保企业的可持续发展和社会责任的履行，公司在商业运作中需要用高道德标准来要求自己，并依法维护公平竞争。燕京啤酒严格遵守相关法律法规，建立了内部机制来监督和报告违规行为，并积极打造公司廉洁文化，坚决治理公司内部纪律，做市场秩序的守护者。

反贪污反腐败

对商业道德的坚守是企业的立身之本，廉洁建设则是保障企业健康运营的重要一环。燕京啤酒根据《中国共产党纪律检查委员会工作条例》《中国共产党纪律检查机关监督执纪工作规则》《中国共产党章程》和《中华人民共和国监察法》等国家法律法规开展反贪污反腐败治理。

针对贪污、欺诈、腐败等事件，燕京啤酒积极采取预防措施。包括强化重点环节监督，如：严肃开展廉政意见回复工作，注重新任职中层干部廉洁从业教育，开展集体任职廉政谈话等；围绕区域重点开展专项监督，如：接诉即办、意识形态等。公司设有专门的举报邮箱及电话，主责部门严格遵从工作纪律保护举报者的权益，防止泄密。



燕京啤酒也持续注重企业廉洁文化的建设工作，如开展“每月一警示”教育活动，组织党员干部观看警示教育片，编制《党风廉政学习材料》等，并通过微信工作群、微信公众号、印发通知、印发廉洁宣传品等多种方式将反腐败等相关信息传达给员工。

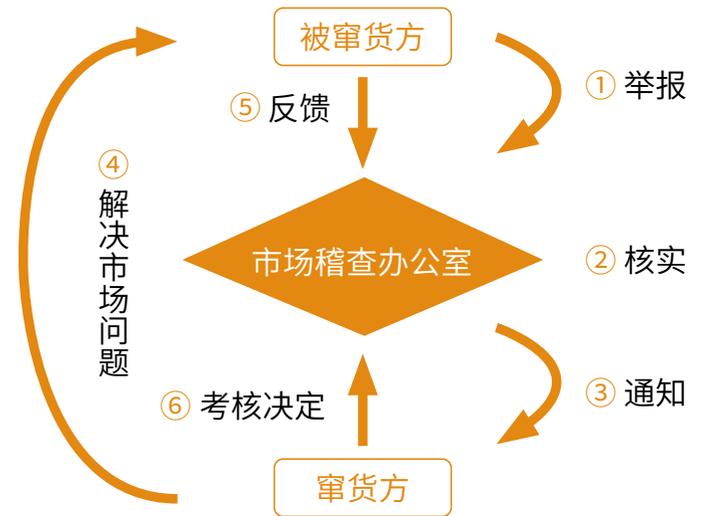
在供应链层面，燕京啤酒也注重对反贪污反腐败的管理。在与供应商确定合作关系，签署合同阶段，燕京啤酒要求所有供应商签署《阳光承诺书》与《廉洁协议书》，杜绝腐败、商业贿赂等行为。同时，根据廉洁协议书，供应商也可向燕京啤酒或上级纪检部门举报公司业务人员的相关行为。

类别	关键绩效指标	单位	2022 年	2023 年
商业道德	年度反贪污培训次数及小时数	次; 小时	14; 9	13; 13
	已接受反腐败培训的董事会、监事会成员的总数和百分比	人; %	10; 100	10; 100
	已接受反腐败培训的员工的总数和百分比	人; %	23,708; 100	21,405; 100
	反腐败政策和程序传达给董事会、监事会成员的总数及百分比	人; %	10; 100	10; 100
	反腐败政策和程序传达给员工的总数及百分比	人; %	23,708; 100	21,405; 100
	反腐败政策和程序传达给业务伙伴的总数及百分比	人; %	6,036; 100	7,243; 100
	经确认的腐败事件的总数	次	0	0
	公司员工由于腐败被开除或受到纪律处分的事件总数	次	0	0

公平竞争

作为中国啤酒行业的重要生产者之一，燕京啤酒严格遵守国家有关市场管理的法律法规，如《反不正当竞争法》《消费者权益保护法》等，积极维护健康的市场秩序。同时结合自身生产销售特点，识别保障体系建设和管理中的注意点，制定针对性的规章制度，持续完善包括举报、核实、通知、解决市场问题、反馈、考核决定六大环节的市场稽查工作流程。

2023 年，市场管理办公室共接收查处窜货事项 428 起，考核 460 人次。



案例：从规章到行动，多维度治理市场窜货行为

2023 年 3 月，公司印发《北京燕京啤酒股份有限公司关于窜货管理考核的相关规定（修订版）》，修订版包括新规定的实施以及原有政策的修订，对市场稽查管理产生了深远的影响。新规定的实施使得市场稽查管理有章可循，更加严格，旨在保护经销商、消费者的权益，促进市场的公平竞争。

2023 年，市场管理办公室对线上平台价格进行了管控，建立了线上平台价格监测机制，定期收集和分析平台价格数据，及时发现和纠正价格异常行为，重点关注涉及窜货引起的线上平台价格走低情况。

未来，燕京啤酒将根据市场实际情况和市场需求，制定合理的稽查计划，明确各阶段稽查的重点和目标。公司将持续优化稽查管理工作，建立窜货预警机制；加强与外埠分公司和企业内部部门之间的信息沟通与协作；建立高效的接诉即办工作流程和投诉满意度调查机制等。





环境篇

低碳转型 勾绘绿色未来

燕京啤酒关注企业和环境的协同向好，将绿色环保理念及实践贯彻到公司生产经营的各个环节。燕京啤酒以应对气候变化，资源节约与利用和污废处理为着力点，扎实推进企业整体环境管理工作。

环境管理体系

环境体系也是燕京啤酒卓越管理体系中的重要支柱之一。燕京啤酒通过识别国家、地方层面的环境法规和标准，制定了公司的环境管理制度，并监控执行。在环境管理制度引导下建立水、气、声、渣等方面的环境监控标准和流程，指导公司合规排放和处置。在环境管理层面，建立应急响应程序，消除或降低事故的严重后果和损失。针对环境事件，制定纠正 / 预防行动，分享事件案例及行动，避免事件重复发生。



绿色工厂建设

燕京啤酒致力于打造具有先进理念和国际一流标准的低碳、智慧、生态现代化工厂，截至 2023 年末，燕京啤酒共有 13 家绿色工厂，17 家获得环境管理体系认证的工厂。报告期内，通过国家级、省级绿色工厂及绿色供应链企业的突出表现，得到了相关部门的资金支持和奖励。

燕京啤酒始终推行清洁生产，从源头替代、过程管控、末端治理全过程的革新改造，实现生产使用清洁原料、过程控制节能减排、生产废物回收再利用的绿色转变，有力通过工厂入口源消减、绿色生产低消耗、循环经济促发展的措施，实现公司“节能、降耗、减污、增效”的清洁生产目标，推动企业高质量绿色发展，实现经济效益与环境效益双丰收，通过多种举措，燕京啤酒获得国家环境友好企业，绿色工厂等多项荣誉称号，2023 年，燕京啤酒通过了北京市清洁生产审核，在 VOCs 排放总量核算方面成为行业首批通过的企业。

9 家 国家级绿色工厂

- | | |
|------------------|----------------|
| 北京燕京啤酒股份有限公司 | 四川燕京啤酒有限公司 |
| 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司 | 燕京啤酒（呼和浩特）有限公司 |
| 燕京啤酒内蒙古金川有限公司 | 燕京啤酒（玉林）有限公司 |
| 北京燕京啤酒股份有限公司一分公司 | 江西燕京啤酒有限责任公司 |
| 燕京啤酒（包头雪鹿）股份有限公司 | |

4 家 省级绿色示范工厂

- | | |
|-----------------|--------------|
| 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司 | 河北燕京啤酒有限公司 |
| 沈阳燕京啤酒有限公司 | 燕京啤酒（贵州）有限公司 |

认证工厂名单

- | | |
|------------------|----------------|
| 燕京啤酒（贵州）有限公司 | 燕京啤酒（呼和浩特）有限公司 |
| 燕京啤酒（衡阳）有限公司 | 燕京啤酒（浙江丽水）有限公司 |
| 燕京啤酒（赤峰）有限责任公司 | |
| 北京燕京啤酒股份有限公司 | |
| 河北燕京啤酒有限公司 | |
| 燕京啤酒内蒙古金川有限公司 | |
| 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司 | |
| 燕京啤酒（玉林）有限公司 | |
| 广东燕京啤酒有限公司 | |
| 燕京啤酒（昆明）有限公司 | |
| 四川燕京啤酒有限公司 | |
| 燕京啤酒（包头雪鹿）股份有限公司 | |
| 沈阳燕京啤酒有限公司 | |
| 燕京啤酒（通辽）有限责任公司 | |
| 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司 | |



将环境绩效纳入考核

为切实降低公司能源消耗，燕京啤酒将能源流体考核纳入各层级绩效考核之中，考核指标包括水耗、电耗、蒸汽耗和 CO₂ 消耗。考核人员范围包括公司总部、工厂生产负责人及各层级相关员工。

2023 年，燕京啤酒旗下啤酒生产企业资源能源消耗指标全部达成。



环保理念倡导

燕京啤酒注重对员工及周边社区居民的环保理念倡导。2023 年，燕京啤酒在“6.5 世界环境日”前后，号召各分子公司在公司内部及周边社区积极推广环保公益活动。活动包括与当地社区合作清理社区垃圾、向当地小学开设垃圾分类小讲堂、河道垃圾清理等主题。通过主题活动，成功地宣传和推广了环保理念，并带动周边利益相关方一起行动，守护环境。

应对气候变化

气候变化是当前人类社会面对的重大挑战，能否有效地应对气候变化关系到全人类的福祉与命运。作为中国最大的啤酒企业集团之一，燕京啤酒拥有庞大的网络和多元的业务，且企业核心产品的制造、运输与销售等诸多环节都与气候变化挑战高度关联。因此，我们重视气候变化对公司运营的影响，通过扎实治理体系、部署减碳措施、改善能源使用等措施积极地应对气候变化。

气候变化治理体系

燕京啤酒对气候变化工作高度重视，设立了体系化的管理方式，从组织搭建、能力建设、风险评估、应对方式等角度加大工作力度，完善燕京啤酒应对气候变化的筹备工作，提升燕京啤酒应对气候变化的组织能力。

提升组织应对能力

公司深知要落实好应对气候变化的诸多目标，需要清晰和完整的组织架构，在明确的目标引导下完善日常工作。为此公司设立了应对气候变化的管理制度，对组织推进气候变化事务进行了明确的部署和解释。

燕京啤酒应对气候变化管理制度及工作遵守了国家、行业 and 地方的相关法律法规和战略方向，同时广泛参考国际准则和要求。应对气候变化的顶层设计和方向战略由公司董事会的审核监督，并融入公司 ESG 工作。

组织架构	应对气候变化的权责
董事会层级委员会	<ul style="list-style-type: none"> 制订、实施公司气候变化相关议题战略 审议、批准公司气候变化议题相关规划与目标，并监督气候变化战略的执行
环境、社会及公司治理（ESG）发展委员会	<ul style="list-style-type: none"> 在对公司 ESG 工作负责的同时，关注并对公司气候变化相关政策进行研究并提出建议，监督公司气候变化议题相关各项事宜 领导气候变化各分项小组日常工作
ESG 各分项小组 (环境小组、社会小组、公司治理小组)	<ul style="list-style-type: none"> 制定符合公司战略及 ESG 目标的 ESG 事宜相关政策及行动计划，其中也包含气候变化议题 管理公司日常运营过程的相关风险及事宜 负责与公司子公司的沟通，协调推进相关事宜落地执行
风险管理委员会	<ul style="list-style-type: none"> 识别气候变化带来的风险或机遇将如何影响燕京啤酒的各项业务 协助探索应对气候变化的方式

除了组织框架的人力保障，燕京啤酒也提供财力保障，确保各部门具有合理的预算落实公司的应对气候变化战略，助力应对气候变化的目标实现。以生产部门为例，生产部门可根据预算销量及产品存量以销定产，避免造成库存积压等资源浪费，以期减少生产端不必要的能源消耗，从而降低生产及运营环节中对于环境的影响。



评估组织风险机遇

2023 年，公司组织开展了全面科学的气候变化风险与机遇的识别工作，为公司应对气候变化的方向和步骤提供了依据。评估参考了气候相关财务信息披露工作组（TCFD）发布的《气候相关财务信息披露工作组建议报告》，将公司面对气候变化的风险按照“两大类，六小种”进行分类评估，评估结果与拟定的初步应对措施如下：

风险类别	风险种类	评估结果	应对措施
物理风险	急性风险	随着全球气候变暖，极端天气、气候事件和自然灾害发生的频率正在逐年发生，可能会对生产原料、产品质量、食品安全、员工人身安全、财产、基础设施、产业和经济带来风险，造成生产设施破坏、损害价值链和影响正常生产运行的后果。比如，降水量的突然增大，可能会导致农作物歉收，导致原材料价格在短期内的大幅上涨，增加企业的运营成本	公司识别了上述风险，并针对各类风险制定了相应的应急处置预案与措施并落实，一旦发生急性风险，处置预案与措施能够快速有效启动响应，确保风险在可控范围内
	慢性风险	双碳、碳排放达标管理是所有气候风险中受到公司重点关注的风险。当前，双碳管理、碳排放的监管和认可标准越来越严格，如果企业未能遵守国家 and 地方环境法规，可能会面临罚款、停业等后果，碳管理的失误也可能会给企业的品牌形象造成负面影响，消费者也越来越重视企业的可持续性和环保行动，碳管理不当也会导致消费者对企业的信任	<ul style="list-style-type: none"> 针对碳排放管理风险，公司以“服务国家碳达峰、碳中和战略，促进城市可持续发展，让城市更美好”为使命，坚持可持续发展观，强化绿色科技创新引领，深挖节能降碳潜力，加快推进绿色低碳转型升级，进一步开辟双碳业务新赛道、培育新动能 把提升绿色低碳前沿技术创新和应用能力放在更加突出的位置，依托研发、人才、应用场景等优势，加快清洁能源和低碳领域的突破性技术攻关，部署相关技术装备产品化应用 布局双碳新兴领域，拓展业务新增长点。紧跟行业双碳行业政策趋势，部署绿色低碳项目设计与运营、碳咨询、碳资产开发、碳市场交易等双碳相关业务，提前筹备技术资源，加强与行业龙头企业的战略合作，探索开发试点项目，积极寻求绿色金融和政府投资支持，提升绿色低碳项目收益水平

风险类别	风险种类	评估结果	应对措施
转型风险	政策风险	如果未能及时获取、研究和跟进国家或地方政策, 未能有效分析各类政策变化对公司经营产生的影响, 未对影响公司经营的政策变动制定相关应对措施和应对方案等, 将会导致公司业务受负面影响较大, 出现企业受限、竞争力不足、违规处罚、成本增加等问题	面对政策风险公司相应部门对国家或地方政策的进行积极的监测与跟踪, 及时了解政策动态, 掌握政策变化趋势, 拓宽政策信息获取渠道。在掌握政策动态的基础上, 对政策变化进行评估和分析, 并制定落实相应的应对措施
	法律风险	围绕气候变化的法律不断更新, 如果不能及时跟踪法律法规变化并落实相应的应对措施, 可能会面临相关处罚, 给企业带来经济和品牌价值损失	面对法律风险, 公司业务部门积极开展法律法规的识别, 并将其内化为公司内控管理制度, 同时针对各类法律法规, 积极开展普法宣传与培训, 提高企业员工的法律意识, 增强企业法律风险防范水平
	市场风险	当消费者的偏好转向对气候损害较小的产品和服务时, 将会对公司的业务经营造成影响, 这些理念和偏好转变会影响到燕京啤酒各类产品的产品需求、定价等	市场风险是公司关注度最高的风险, 面对市场风险, 公司相应部门积极开展市场调研与分析, 了解消费者对企业的需求、偏好、行为与理念, 并将其与企业文化、经营理念、使命愿景相结合, 打造绿色工厂, 通过启动大单品战略等系列措施, 努力为消费者生产绿色、环保、健康、高品质的啤酒
	声誉风险	如果没有积极践行企业责任, 产生破坏环境、加速气候变化的行动, 会受到一定的声誉影响, 影响企业的商业形象, 各类产品也会受到销量的影响, 甚至很难吸引和留住客户、员工、商业伙伴和投资者	面对声誉风险, 一方面公司重视品牌建设, 积极提升品牌知名度、美誉度, 积极践行保护环境、杜绝污染、节约能源、减少碳排放等企业社会责任, 增强消费者对品牌的忠诚度, 降低市场风险; 另一方面做好舆情处置工作, 建立完善的舆情检测机制, 及时发现和收集有关企业、品牌的舆情信息, 一旦发生对企业、品牌不利的舆情信息, 迅速采取行动, 及时回应公众、消费者的关切和质疑, 减少舆情的负面影响, 提升企业、品牌的形象

部署减碳脱碳措施

除了评估气候变化对公司的风险机遇，燕京啤酒也关注到了自身生产运营对气候变化的影响。为有效减少这一影响，燕京啤酒致力于持续追踪并降低公司的碳足迹，这也是燕京啤酒坚决支持国家“双碳”战略，助力推进美丽中国建设的关键举措。

燕京啤酒逐年设置了碳减排目标，并通过采取全链条的脱碳减碳方式达成减碳目标。环节包括：持续的碳排放识别、目标下放并阶段性地落实减碳措施和减碳进度督察。



2023 年度，燕京啤酒环保专门投入 **3,090.7** 万元

系统摸排排放数据

燕京啤酒持续追踪统计公司的温室气体排放，力求碳排放数据科学且全面。报告期内，我们确认集团主要的温室气体排放来源，种类和数量如下：

温室气体排放总量 (范围 1+ 范围 2)

672,260 吨二氧化碳当量

温室气体排放来源：范围 1- 化石燃料燃烧、工业生产、污水处理；范围 2- 生产设备与日常运营用电

温室气体种类：二氧化碳、甲烷、氧化亚氮

重点推进减碳工作

生产阶段是公司二氧化碳排放的重要来源，也是重点减碳工作部署的方向。报告期内，燕京啤酒的多个子公司和生产工厂均采取了切实有效地减碳措施，通过加速布局清洁能源，替换升级老旧设备，使用电力驱动的生产设备等方式，达成减碳目标，绿色低碳的燕京啤酒生产链条逐步形成。

广东工厂在产品制造方面采用了效率更高，排放更低的技术：生产线使用天然气锅炉取代了生物质燃料的蒸汽锅炉，累计减少二氧化碳排放达 5,299.9 吨。

河北工厂对生产设备进行了升级换代。原来的酿造车间糖化工段二期糖化锅、糊化锅存在结垢现象，一定程度上增加了资源消耗，通过改造，预计每年可以比改造前少排放二氧化碳排放 129.7 吨。



河北工厂设备改造，改造前后

经过全公司范围内的减碳举措，2023 年度，燕京啤酒碳排放绝对减少 80,845 吨二氧化碳当量，温室气体排放强度 0.47 吨二氧化碳当量 / 万元。

提升能源管理能力

能源转型是助力国家实现“双碳”战略,确保企业达成可持续生产的重要抓手。燕京啤酒对照《能源管理体系要求》(GB/T23331--2012)《能源管理体系实施指南》(GB/T29456—2012)等相关制度法规要求,结合公司的自身实际,努力提升能源管理的能力。为企业在生产、办公包装、研发和运输等多个环节的节能高效行动提供制度保障,不断提升公司整体的绿色化程度。

能源流体精细化管理

为实现能源流体的精细化管理,公司实现了能源流体的自动化取数和信息化,并成立专项小组,梳理能源流体管理整体逻辑及管理方案、建立生产过程中各个消耗点的能源网络计量图和各个消耗点的基础消耗标准。

日常,燕京啤酒通过建立各工厂能耗实际三层级日报表,持续跟进所有啤酒生产工厂内化使用,实现了部分工厂的能源日数据管理要求。

当前,项目在北京、河北、四川、桂林和玉林五家工厂率先试点了能源流体精细化管理。随着试点的推进,该模式将不断改进,将相对合理的基础消耗表及标准推广到所有工厂进行使用,以助力燕京啤酒拥有一张节能绿色的生产网络。

设立能源管理目标

燕京啤酒以行业内标杆企业能源水平为导向,合理规划公司能源目标。通过获取标杆数据通过获取标杆数据、对比分析数据和寻找达到标杆的最佳

实践和行业优秀做法,逐步追赶标杆企业的能源管理水平。根据行业标杆水平,公司制定了水耗、电耗、蒸汽耗和二氧化碳消耗在内的三年规划目标。

加速清洁能源布局

公司响应国家关于十四五现代能源体系的规划,积极探索清洁能源的使用场景,用光伏等可再生能源取代传统的化石能源,不断优化能源结构,助力新时代能源高质量发展。自 2021 年以来,燕京啤酒多个工厂充分利用地理气候优势,在阳光充足且日照时间长的地方安装分布式的光伏发电设施,报告期内,新建分布式光伏面积超 3.6 万平方米,平均安装容量约为 4.5MWp,发电量预计达到 300 万度,发电消纳比高于 95%。

未来五年,公司计划利用现有厂房屋顶建设 50 兆瓦分布式光伏项目。

提升能源使用效率

除了实现传统能源到绿色清洁能源的转型,燕京啤酒同样注重提升现有能源使用的效率,减少不必要的能源浪费。通过对生产环节的优化、节能设备和系统改造、绿色建筑改造等方式探索更节能的工艺流程和技术,大幅度提升公司能源使用效率。

能源消耗总量

2023 年较 2022 年下降

25.47%

化石能源消耗总量

2023 年较 2022 年下降

25.76%

案例：呼和浩特工厂热能回收 提高自由热能利用效率

因地域实际情况，为达到生产要求和满足员工的取暖需求，呼市工厂冬季采暖时间长达 6 个月，公司蒸汽使用量较大。此前，包装瓶线生产和糖化投料时会产生一定量的冷凝水，冷凝水所携带的高温热能及降温后的冷凝水未被合理利用。

为解决这一现状，呼和浩特工厂设立专项工作组，对水箱及管路进行重新设计，2022 年 10 月 -2023 年 4 月，累计节省蒸汽 14.7 吨，极大地提高了自由热能的利用效率，减少了不必要的能源浪费。

案例：开展建筑节能改造，提升能源利用效率

燕京啤酒公司致力于生产运营环节的节能减排，通过实施绿色建筑改造等多种形式，有效推动了节能减排目标的实现。

在具体的节能减排行动中，燕京啤酒公司采取了多项措施。首先，公司建立了低导热系数、良好透气性和高燃烧性能的屋面及外墙保温系统，该系统不仅降低了能源消耗，还稳定了室内温度，每年节约能耗 1,709kg 标煤 /100m²，减少 CO₂ 排放量 4,219kg/100m²。其次，公司在建筑物的门窗及钢结构维护系统中采用了断桥型材部件，其热传导系数 K 值低于 3W/m²·K，有效减少了热量散失，实现了节能、隔音、防噪、防尘和防水等多重功能，进一步推动了公司减排目标的实现。

推出绿色产品

燕京啤酒秉承“创新科技、绿色酿造”的绿色发展理念，制定严于国标和行标的企业标准，并且在生产过程中经过多道工序层层把关，保证产品绿色低碳。

公司建立了从原材料采购到产品销售终端整个产业链的食品安全追溯系统，在原料、生产、加工、贮运等各个环节都严格控制。公司“燕京牌 9°P 干啤精品啤酒”、“燕京牌 9°P 干啤山西专供”两款产品于 2022 年 7 月通过绿色食品续展，并于 2023 年完成周期内第一次年审。两款产品生产全过程采用绿色原辅材料以及绿色生产工艺酿造加工而成。



议题	指标	单位	2022	2023
温室气体排放	温室气体排放量 (范围 1+ 范围 2)	吨二氧化碳当量	753,105	672,260
	温室气体排放强度 (范围 1+ 范围 2)	吨二氧化碳当量 / 万元营收	0.57	0.47
	温室气体减排量	吨二氧化碳当量	—	80,845



资源节约与利用

有效的资源管理可以帮助企业提高生产效率，降低成本，助力企业可持续发展。燕京啤酒注重资源管理，落实节约资源基本国策，建设节约型高效型企业，坚持把节约资源贯穿于企业发展全过程、各领域。

从总部到各工厂，燕京啤酒积极动员员工养成节约能源的良好习惯，并采取各种措施来优化资源利用，减少浪费，提高生产效率，重点举措包括加强用水管理，提倡节约使用包装物料等。

为落实国家绿色低碳循环经济发展战略，燕京啤酒开展了众多资源节约研究。近期，“基于啤酒酿造过程的绿色生物酶清洗技术开发及产业化示范应用”项目取得重大科研成果，啤酒酿造过程生物酶清洗工艺，实现了替代强酸、强碱类清洁剂，有效降低能耗，提高设备利用率，发酵罐 CIP 清洗的工艺时间缩短 38%，减少一次水冲洗时间 29%。生物酶清洗剂应用于大罐清洗后，与传统清洗剂相比，在安全、环保、残留、效率等方面具有明显优势，可降低啤酒生产清洗成本，项目成果成功应用于啤酒酿造过程 CIP 清洗，对啤酒行业绿色转型发展具有推动作用，取得了良好的经济及社会效益。



水资源管理

作为食品饮料行业企业，燕京啤酒一直注重对水资源的管理。公司贯彻执行《中华人民共和国水法》及所在地域水资源相关法律法规，响应国家建设节水型社会的号召，合理合法取水，规范水资源使用。

燕京啤酒通过制定水资源管理相关制度、采用节水设备、探索节水生产技术、回收利用水资源、提升员工节水意识等举措，根据“源头控制、过程削减、末端治理”的原则，持续减少单位产品耗水量，全方位提升水资源的利用效率。

在生产端，各生产单位设置专人负责计划、检查、监督、指导和日常管理公司的节水工作，建立节约用水工作责任制，推进各部门、各主要岗位的节水措施落实。为确保水资源管理落到实处，在啤酒生产业务单元，公司将水资源相关指标纳入绩效考核，考核人员包括总部生产中心、各工厂生产负责人、各层级员工，确保水资源管理从顶层设计到落地实施的链条通畅，行动无阻。

除了流畅的水资源管理架构，燕京啤酒每月开展工厂水耗分析，识别高水耗原因并追踪整改。对于有困难的工厂，公司主责部门会为其提供视频或者现场的指导，帮助其实现水耗下降的目标。2023 年，啤酒工厂以 113.8% 的成绩顺利达成水耗目标。未来，公司将持续关注水资源管理，不断降低单位水耗。

节水手段	具体措施
采购节水设备	<ul style="list-style-type: none"> 采用干除槽气力输送系统, 大大降低一次性水耗 采用糖化麦汁煮沸二次蒸汽回收装置, 节能节水
回收利用水资源	<ul style="list-style-type: none"> 糖化、发酵蒸汽冷凝水密闭式回收用于锅炉给水 发酵 CIP 后道清水冲洗回收用于下一个清洗罐的头道冲洗水 中水回用于锅炉脱硫和厂区绿化灌溉
提升员工节水意识	<ul style="list-style-type: none"> 通过宣传窗、悬挂警示标语和开展节水知识等多种形式宣传节水, 增强员工节水意识
探索节水生产技术	<ul style="list-style-type: none"> 采用酵母压缩技术, 分离酒液和酵母

包装材料管理

包装是燕京啤酒生产经营中的另一重要资源。公司生产使用的包装材料包括玻璃瓶、塑料、金属、纸质用品等。针对包装材料, 燕京啤酒一方面通过回收处理, 提升资源的使用效率, 最大程度减少废弃物的排放; 另一方面与供应商合作, 引入可降解材料和可回收包装, 以减少对环境的影响。

绿色包装研发

燕京啤酒坚持绿色可持续发展理念, 积极探索工厂减碳技术方案, 开展啤酒外包装热收缩膜研究, 通过加工工艺优化、原料配方升级, 在保证啤酒包装满足产品储运、消费等场景化质量需求前提下, 实现热收缩膜减薄 0.01mm。该项目推广后预计每年可实现碳减排约 1,667 吨。

针对一片式纸箱, 公司开展结构设计分析, 精细评估纸箱粘边的宽度设计对热熔胶粘合效果、成箱抗压能力、灌装及储运过程与啤酒一级包装物力学互作等内容, 实现单片纸箱的瓦楞纸消耗降低 1.03%, 预估该项目推广后年度碳减排约 154 吨。

在玻璃啤酒瓶层面, 燕京啤酒尝试用轻量瓶代替传统玻璃酒瓶, 轻量瓶重量通常比传统玻璃啤酒瓶轻约 30% 左右, 在生产过程中可以降低玻璃的消耗量、减少熔化温度和加工时间, 从而降低生产过程中的能源消耗和二氧化碳排放。2023 年, 项目已经在金川公司率先试点并投入生产, 未来, 燕京啤酒将持续进行跟踪试点情况。

啤酒瓶回收利用

燕京啤酒致力于推动啤酒瓶的回收和再利用, 减少新瓶需求。燕京啤酒不断完善统筹公司回瓶网络, 建立以经销商为主, 瓶商为辅的回瓶网络。针对回瓶率较低的企业, 帮助其引进专业瓶商, 提高回瓶率, 确保啤酒瓶回收率。燕京啤酒 2023 年回瓶率同比 2022 年提高 1.5%, 共计减少新瓶使用量 9,140 万支。





塑料回收利用

在生产环节，塑料也是重要包装资源，针对塑料，燕京啤酒在妥善处理的同时，也尽最大能力回收利用，废弃塑料托盘、隔板、盖板和塑料膜均通过回收粉碎成颗粒后再生。塑料编织袋和塑料桶都转卖给相关机构，回收转卖后二次使用。

其他资源回收

除啤酒瓶和塑料瓶外，生产及企业经营过程中还会产生大量的废弃纸类资源（包括废纸、废纸桶、废纸袋、废纸箱、废标纸），纸类资源公司通过化浆形式进行再利用，金属资源（包括废瓶盖、废铁、废铜、废钢和废电线电缆）有序回收后进行冶炼。

议题	指标	单位	2022	2023
水资源管理	总耗水量	立方米	18,294,022.84	15,302,314
	总取水量	立方米	18,887,847.87	18,328,718
	总排水量	立方米	13,875,948.67	13,036,556
	水资源消耗强度	立方米 / 万元营收	13.86	9.17
包装材料	玻璃瓶	吨	2,038,600	2,328,791
	铝瓶	吨	34,000	35,446
	纸箱	吨	102,375	109,426
	卡包纸	吨	—	2,669.50
	标签	吨	—	7,882.30
	皇冠盖	吨	—	8,491.36
	拉环盖	吨	—	2,608.02
热缩膜	吨	—	7,500	

污染物及废弃物管理

公司关注生产运营过程中产生的污染物与废弃物对环境和居民的影响。废弃物的主要形式为废水、废气和固体废弃物。

根据《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《一般工业固体废物管理台账制定指南》《固体废物分类目录（征求意见稿）》，公司制定了一套污染物、废弃物管理政策，明确了分类、回收和处理的标准和程序，并为所有分子公司提供必要的支持和培训。

在执行层面，燕京啤酒制定了污染物、废弃物产生 KPI 统计报表，用于跟踪和监测废弃物的产生和处理情况。通过套表，公司可以及时了解污染物、废弃物的产生情况，并采取相应的措施进行管理和改进，助力企业更加有效地减少废弃物的产生。

环境影响因素识别与应急管理

A. 环境影响因素识别

全面梳理生产经营活动对环境可能产生的影响，包括废气、废水、噪声、固废等污染物的排放情况；

识别可能发生突发环境污染的风险点，如危废贮存、地下管网泄露等。

B. 风险评估和隐患排查

对已识别的环境风险点进行评估，分析一旦发生事故可能造成的环境影响程度；

制定管理者检查清单，定期开展环境隐患排查，及时消除各类环境隐患。

C. 应急预案制定

公司制定了《突发氨泄漏环境事件专项应急预案》《突发天然气泄漏环境事件专项应急预案》《突发污水超标排放环境事件专项应急预案》《突发沼气泄漏环境事件专项应急预案》《突发危险化学品事故专项应急预案》等各类现场处置方案，各项要求明确：

明确应急组织机构及职责分工，确保行之有效的指挥协调；

规定突发事件的分级响应程序，启动条件及先期处置措施；

明确污染物泄漏时的控制、处置和报告程序；

确定应急保障，如应急设施设备、物资储备等。

D. 预防与应对措施

加强环境风险源的日常监控和管理，防患于未然；

开展环境应急培训演练，增强员工环保意识和应变能力；

建立完善的环境监测体系，确保污染物达标排放。

E. 事故调查与评估

当触发公司内部定义的环境事件后，及时开展调查评估，总结经验教训和预防性措施；

年度回顾环境事件，根据分析结果，修订完善应急预案和防范措施。

废水处理

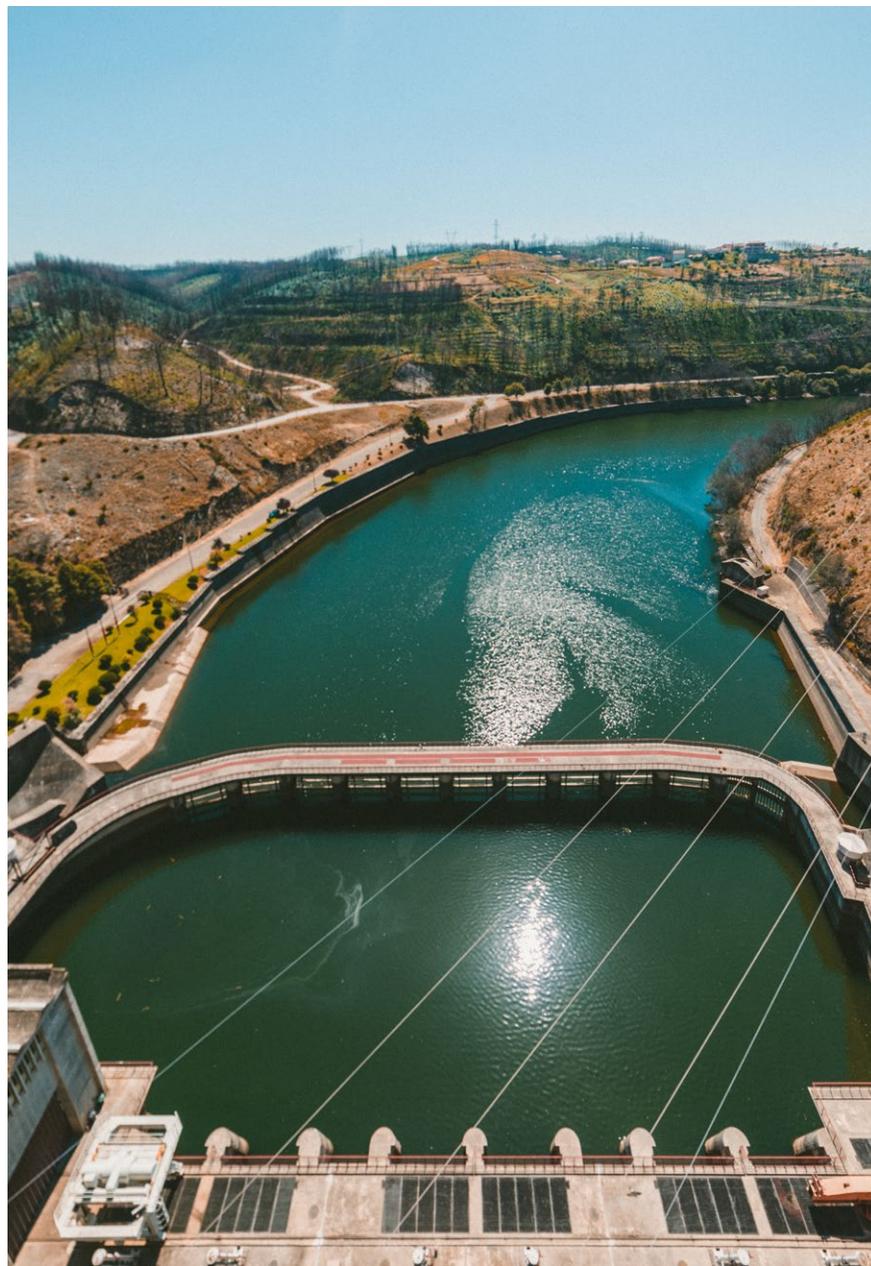
针对废水，燕京啤酒构建污水处理体系，制定《污水排放控制标准》，设定切实的污水处理指标，并持续对污水处理情况进行监测。

在生产过程中，燕京啤酒杜绝使用高污染的清洁用品，优化部分生产线的技术水平，对排水系统进行改造，安装除磷系统，确保污水脱磷。在排放阶段，所有污水均严格按照标准的处理流程处理，特殊处理需按照异常排放流程。

未来，燕京啤酒将继续投入，提升污水处理的自动化程度，并增加污水污泥处理的能力。

本报告期内，燕京污水内检合格率达 100%，污水处理达标率 100%。各指标（化学需氧量、总氮、酸碱度、氨氮、总磷）排放值符合国家规定的 GB19821-2005 《啤酒工业污染物排放标准》排放限值。

议题	指标	单位	2022	2023
废水管理	废水排放量	吨	14,122,344.87	13,551,027.38
	废水达标排放率	%	100	100



废气处理

燕京啤酒废气处理标准参考《啤酒工业污染物排放标准》设置，公司的排放指标要求均高于国家标准。在生产过程中，燕京啤酒对废气排放进行日常监测，并对锅炉尾气、污水站臭气等重点排放点位建立管理维护方案。

在科学完备的废气处理工作下，报告期内，我们各指标排放值都符合国家规定的 GB13271-2014《锅炉大气污染物排放标准》二类区 II 时段标准限值。

案例：昆明工厂烟气处理新规 加强废气处理

2023 年度，燕京啤酒昆明工厂在烟气处理操作流程方面制定了更加全面的规定。规定要求启动除尘泵前，检查除尘泵沉渣池水液位在标识线位置以上，进一步完善了废气处理的步骤，加强了废气处理工作。

议题	指标	单位	2022	2023
废气管理	挥发性有机化合物 (VOCs) 排放量	吨	28.68	17.28
	氮氧化物排放量	吨	201.88	186.43
	硫氧化物排放量	吨	76.76	53.65



固体废物处理

为加强公司固体废物和危险废物管理，防止固废和危废污染环境，保障人身健康，促进绿色制造，根据《中华人民共和国环境保护法》《固体废物污染环境防治法》《国家危险废物名录》等有关法律法规的要求和公司实际情况，燕京啤酒制定了《固体废物和危险废物污染防治管理制度》《危险废物管理制度》《一般废弃物管理标准》等环保管理制度，为公司处理固体废物提出了制度保障。

制度规定公司的固体废物包括酒糟、酵母、废硅藻土、废商标纸、碎瓶渣、灰渣及粉煤灰、废纸箱纸壳、废塑料、污泥、打印机墨盒硒鼓等。固体废物和危险废物的产生部门负责其产生、收集、转移、计量、贮存、登记记录、报表等管理。处理方式包括回收，转运后交由第三方等方式，力争固体废物得到妥善安置处理。

议题	指标	单位	2022	2023
废弃物管理	废弃物总重量	吨	1,408,150.14	1,397,092.22
	回收再利用废弃物总量	吨	1,398,798.77	1,391,514.62
	危险废物处置量	吨	159.22	136.72

固体废物处理现场



纸箱被压缩处理



纸箱转运到第三方机构





社会篇

责任笃行 担当应尽之责

4

燕京啤酒积极践行社会责任，承担企业应尽之责。不断打磨自身，为客户提供优质产品。坚持科技创新，引领行业发展。携手员工及供应链成长，与价值链携手贡献、积极参与社会公益事业，为国家高质量发展添砖加瓦。

产品创新驱动

坚持产品创新，紧跟时代潮流是燕京啤酒品牌历久弥新的关键。燕京啤酒将创新作为发展基点和核心战略，以科技创新驱动产品结构优化，推动品质升级，加速成果落地转化，为公司高质量发展不断注入新动能。同时，公司也坚决保护自身的知识产权，保证自身研发成果不被窃取窃用，为进一步做好创新研发提供支持保障。

公司研发体系

燕京啤酒设立技术研发中心，负责公司的产品与技术研发。研发中心统筹管理博士后科研工作站，进一步促进产学研的深度融合，不断提高企业的科技创新水平和竞争能力。

产品研发创新

燕京啤酒紧扣消费需求，丰富产品战略组合，进行产品创新研发。燕京啤酒坚定推进单品战略，持续推进产品品质升级。秉承“研发一批、上市一批、储备一批”的产品创新模式，2023 年完成新清爽产品研发及上市。依托多维创新平台，精准对位年轻消费群体，深刻洞察消费需求，以狮王精酿品牌产品创新为抓手，持续向市场输出高品质、特色化产品，丰富高端产品矩阵。同时与 HB 德国皇家啤酒深度合作，转化上市精品拉格、深色拉格，促进品牌高端化、国际化提升。

- 🏆 2023 年公司研制并上市 **10** 款新产品，并在国内、外的啤酒挑战赛事上获得 **20** 个奖项，其中国际大奖 **6** 项、国内奖项 **14** 项。
- 🏆 获得中国酒业协会科技进步优秀论文奖 **3** 项。
- 🏆 申请发明专利 **20** 项，实用新型 **35** 项，新增授权发明专利 **13** 项，实用新型专利 **33** 项。
- 🏆 参与发布、制定、修订、反馈国家标准 **3** 项，起草并发布团体标准 **3** 项。



>>> “燕京小麦啤酒功效成分解析及生物活性评价研究”项目达到国际领先水平

“燕京小麦啤酒功效成分解析及生物活性评价研究”项目以人源肝细胞为研究对象，围绕细胞表型、细胞自噬、细胞氧化应激三个维度研究燕京小麦啤酒对细胞活性的影响，发现燕京小麦啤酒一定程度上促进细胞自噬活性和消除氧化应激，保护了肝细胞的存活状态；首次应用 *Apis mellifera* 蜜蜂探究燕京小麦啤酒对肠道健康的影响，建立啤酒对肠道健康的评价体系；明确小麦啤酒中主要抗氧化酚酸物质的组成情况，其中的 14 种酚酸在一定程度上缓解了乙醇诱导的肝细胞氧化应激损伤，以咖啡酸和绿原酸的效果最为显著；用动物实验和体外实验初步验证了小麦啤酒中非淀粉多糖对血糖血脂的调节作用，项目成果达到国际领先水平。



>>> 燕京清爽焕新升级

燕京清爽全面焕新升级，严选全球优质麦芽，独创 1:1 黄金配方，带来升级纯净清爽口感；传承燕京 1980 年清爽经典酵母，呈现独特醇酯香气、清爽口感；全面升级酒花配方、提升芳香酒花成分 58%，花香更清新；升级水质净化工艺，采用五重物理净化，提升口感纯净度、回味甘甜；产品采用绿色低碳工艺，采用低能耗糖化、适温贮酒，生产过程采用清洁能源、生物冷清洗，实现节能减排，清爽更环保。



>>> 狮王精酿开拓燕京发展新赛道

狮王精酿品牌发力中高端市场和品类突围，打造产品高品质、独特口感、种类多样的特点，成功贴合市场年轻化消费社交娱乐属性需求，通过与消费者的情感共鸣，使用产品组合突破抢占市场新的增长点。

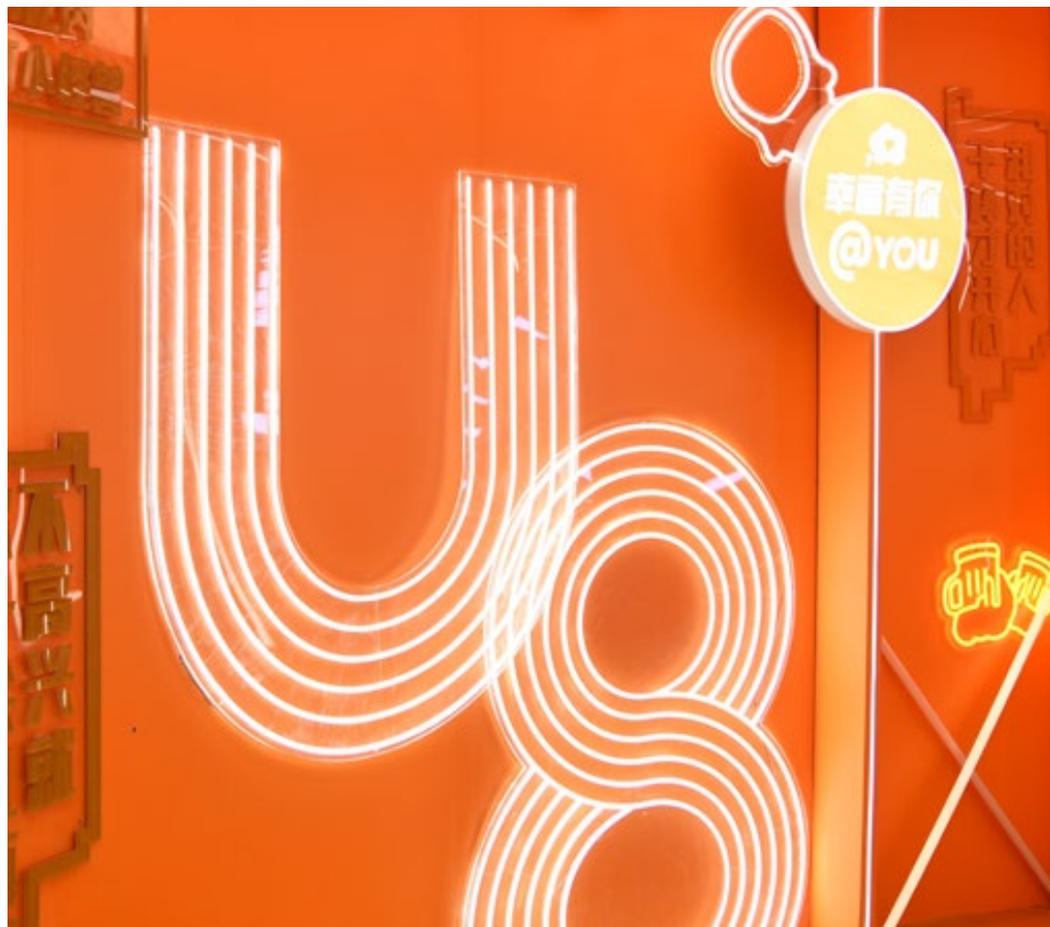
先后推出经典德式白啤、IPA、树莓小麦、比利时小麦产品，以 4 大类经典风格产品快速进入市场。云雾浑浊、麦香饱满的德式白啤，柑橘花香、优雅相知的派对 IPA，酸甜可口、果香浓郁的树莓小麦，清新橘香、甘爽适口的比利时小麦，是培训消费者认知的普及型产品。



持续推出满足国人口味的特色啤酒，国风茶啤酒、浑浊 IPA 啤酒，让精酿不再小众。使用天然绿茶水浸浓缩液、搭配东方清雅茉莉的茉莉白啤，添加阿萨姆红茶浓缩液、甄选异域锡兰红茶的红茶小麦，选用龙井绿茶浓缩液、呈现雨前龙井甘冽的龙井白啤，浸提武夷山大红袍浓缩液、馥郁香氛、温润甘醇的大红袍白啤，带来白啤果香与茶韵幽香的畅饮雅韵新体验。



议题	指标	单位	2022	2023
研发创新	研发投入金额	元	366,668,069.40	395,287,009.44
	研发人员数量	人	2,033	2,205
	研发人员数量占比	%	8.58	10.3



外部认可

颁奖机构	奖项名称
中国轻工业联合会	“2021-2022 年度全国轻工行业标准化工作先进集体” 称号
中国酒业协会 30 周年庆典组委会	中国酒业 30 年文化双创奖
中国电子质量管理协会	2023 年全国用户体验创新典型案例

创新项目	获奖	认证机构
《燕京小麦啤酒功效成分解析及生物活性评价研究》	通过中国酒业协会科技成果鉴定	中国酒业协会
《基于啤酒酿造过程的绿色生物酶清洗技术开发及产业化示范应用》	通过中国酒业协会科技成果鉴定	中国酒业协会
《基于消费者神经科学的啤酒喜好度智能评价技术的开发与应用》	科学技术进步奖二等奖	中国酒业协会
《酵母自溶机理研究及酿造资源深加工体系的建立与应用》	科学技术进步奖二等奖	轻工业联合会
《基于非酿酒酵母的啤酒协同发酵体系开发及机制研究》	科学技术进步奖二等奖	中国食品工业协会
《小麦啤酒品质提升及精准调控关键技术的开发及应用》	第 17 届北京发明创新大赛金奖	北京发明协会

保护知识产权

公司高度重视知识产权保护工作，积极贯彻落实国家 GB/T 29490-2013《企业知识产权管理规范》要求，在公司内部编制并下发《知识产权保护管理制度》，推动和加强对知识产权的管理、保护及利用。公司积极开展高价值专利培育工作，深耕专利挖掘和专利布局，提升员工专利保护意识和创新意识，促进知识产权保护文化的形成和发展策略与评价要求，为技术中心建设提供政策支持。

推动行业发展

燕京啤酒积极推进产学研合作，与啤酒行业全链条分享来自燕京的智慧与能力。并与相关机构开展合作，不断提高企业核心竞争力。

2023年,燕京啤酒与清华大学、天津科技大学、北京工商大学、中国农业大学、江南大学、中粮健康营养研究院、中国食发酵工业研究院等多家科研院所，开展深入交流与合作，在啤酒酵母、风味质量、健康探索等诸多方面借力研发优势，开展项目研究工作。在研发合作之外，燕京啤酒还致力于开展产学研合作。通过建设在校学生实习基地和研究生实践基地，与中国农业大学开展了人才流动与联合培养项目，促进实现企业人才引进和高校高质量人才输出的双驱动目标。

案例：2023年燕京啤酒与中国农业大学合作建立在校学生实习基地



在高校及研究机构技术合作的基础上，燕京啤酒也积极参加对外学术交流会议，开拓视野，提升企业曝光度和知名度。公司积极参加“第十一届工业微生物资源利用与安全控制研讨会”“第九届微生物育种工程与应用评价研讨会”“第六届 (CIBC) 中国国际啤酒技术高峰论坛暨首届 (青岛) 食品生物制造创新国际峰会”“汇冠杯”第 13 届啤酒饮料技术会议，与行业内外专家学习交流，明晰行业内应用基础研究和共性技术问题，为企业降低生产成本、提高生产效率、完善工艺技术、改善产品质量、拓展多元化生产发展积蓄发展新动能。

案例：积极参加第三届全国酿酒标准化技术委员会啤酒分技术委员会 2023 工作会议

2023 年 9 月 11 日 -12 日，燕京啤酒代表参加第三届全国酿酒标准化技术委员会啤酒分技术委员会 2023 工作会议（山东省青岛市）并分别以委员会委员身份发言讨论，公司技术代表就团体标准制定、采标，原浆啤酒团体标准修订等问题进行深入交流；以“浅析中国啤酒高端化市场渠道发现与产品定位”为题，与参会嘉宾分享了对高端化产品发展的建议。最后，大会委员一致认为，行业要围绕发展需求，以产品标准为核心，建立管理标准和方法标准为支撑的标准体系，涵盖啤酒全产业链生产过程。以提升啤酒质量水平，满足监管、健康、消费需求，推动啤酒产业高质量发展。



燕京啤酒作为行业领先企业，多次主导、参与国家标准制定，顺应《国家标准化发展纲要》关于实现标准供给“向政府与市场并重转变”的目标，将研发创新与标准化工作联动，基于自身优势技术成果，积极打造高质量团体标准，助推行业发展。

本报告期内，共参与四项标准的编制工作：包括牵头起草 T/CBJ 3401-2023《啤酒小麦》和 T/CBJ 3402-2023《啤酒小麦芽》、参与起草 T/CNLIC-2023《食品接触用再生铝合金薄板及容器》、GB/T 18916.6-2023《取

水定额 第 6 部分：啤酒》，填补了相关标准空白，为节能降耗优势技术和小麦啤酒品类的发展提供了强有力的支持。

产品质量保障

质量是产品的生命线，产品是企业的生命线。燕京啤酒高度重视产品质量，建立产品质量保障制度，开展质量管理体系认证，将产品质量考核目标纳入员工绩效考核。截至 2023 年末，燕京啤酒共有 24 家分子公司通过 ISO9001 质量管理体系认证。



质量管理体系认证证书

燕京啤酒严格把控产品质量，依据国家《内部控制规范指引》《中华人民共和国产品质量法》《啤酒企业良好操作规范》《啤酒生产许可证审查细则》等法律法规及行业规范制定《超标和不合格产品管理制度》《食品安全管

理制度》《产品检验管理制度》等制度规范，对公司产品质量相关工作进行有序管理。

质量管理

燕京啤酒以卓越管理体系落地为抓手，强化总部赋能管理，聚焦管理统一，坚持结果导向，强化过程管理，质量管理各项工作有序开展。2023 年度，公司未发生产品召回事件。

质量前移管理 强化供应商质量管理

2023 年，燕京啤酒从完善审计标准、现场审计、供应商生产过程 PI 点的过程控制、DMR 目标达成率、供应商评价等方面开展供应商的质量管理工作，将质量控制节点前移，做好入厂物资的把关及使用过程中的管理，推动供应商不断提升供货质量。

重视过程管理 提升质量稳定性和一致性

燕京啤酒重视生产过程中的质量管理，从标准操作、过程监控、分析管理、问题解决等方面进行推进，基于生产工艺管理；U8 单品管理；各工厂糖化、发酵、过滤、包装一致性识别及关键生产点位 SOP 管理，促进产品质量稳定性和一致性的提升。

变革品评工作 提升品评工作效能

2023 年，燕京啤酒对品评工作进行变革，包括品评评价标准、品评打分及描述、品评参与人员及要求、品评异常闭环管理、品评人员评价等，做到以发现问题、提升管理为目标，充分发挥品评员及感官品评工作的价值。变革以来，集团品评得分由 7.1 分提升至 7.3 分。

案例：以赛代训 提升品评技能

2023 年 8 月 7 日，燕京啤酒组织了以“燕京有你 品评有我”为主题的 2023 年度品评技能大赛复赛，来自总部以及分公司初赛评选出的 60 名品评员展开角逐。比赛从发现问题、服务生产的角度出发设计规则，结合日常工作实际在品评方式方法、流程和标准方面做出了突破性的变革，题型涵盖啤酒生产常见缺陷识别、啤酒风味特征品评、实际啤酒质量评价等。比赛在对品评员技能进行综合培训和检验的同时，也促进品评员技能持续提升，为企业发展储备人才力量。



质量目标设定 与员工绩效考核挂钩

2023 年，燕京啤酒总部职能部门员工考核包含 7 项行为考核与 15 项绩效考核，其中，质量相关问题依据每月实际情况纳入考核；工厂考核包含厂级负责人及垂直部门管理考核，从综合质量 KPI 的 9 项指数、行为考核 8 个方面开展。

打造质量文化 全面提升员工质量意识

公司通过组织开展多样化的质量活动，提升员工质量意识。以工厂为阵地开展“食品安全专题活动”“质量月活动”“质量及食品安全”主题培训，累计覆盖 2,080 人次；开展食品安全员模拟考试合计 1.2 万余次，考试通过率 100%。

食品安全管理

燕京啤酒根据《中华人民共和国食品安全法》等法律法规和《内部控制规范》等规章制度，结合公司卓越管理体系推进情况，制定了《食品安全管理制度》。在制度指引之下，燕京啤酒成立食品安全委员会，建立了以 103 名包含工厂负责人、食品安全总监、食品安全管理人员在内的食品安全管理架构，明确职责，落实主体责任；健全标准管理、强化运行落地。

燕京啤酒总部负责组织各分子公司建立《食品安全风险检查清单》，实行日管控、周排查、月汇报的工作机制，保存相应检查记录、会议纪要，全面加强生产各环节食品安全风险管控。



食品安全排查现场

各单位食品安全总监、食品安全员负责食品安全事故潜在风险识别，发现有食品安全事故潜在风险的，应当提出停止相关食品生产经营活动等否决建议，立即分析研判、采取处置措施、消除风险隐患。同时，注重对原辅料进厂验货、生产过程控制、出厂检验等各工序管控。确保所使用原料、添加剂和食品相关产品符合国家有关要求，不将任何危害人体健康和生命安全的物质添加到产品中。

在市场端，公司重视食品安全风险反馈，建立市场投诉信息收集通道、记录台账、处理流程，确保存在安全问题或安全隐患的食品不在市场上流通，保证消费者人身安全。

在产品包装标识设计过程中，燕京啤酒注重产品包装标识对消费者健康安全的损害，在包装中注明产品原料、执行标准、产品保存、联系电话等信息。

食品安全工作方针：质量第一，顾客至上，全员参与，持续改进。

案例：异常产品追溯演练 确保产品质量安全

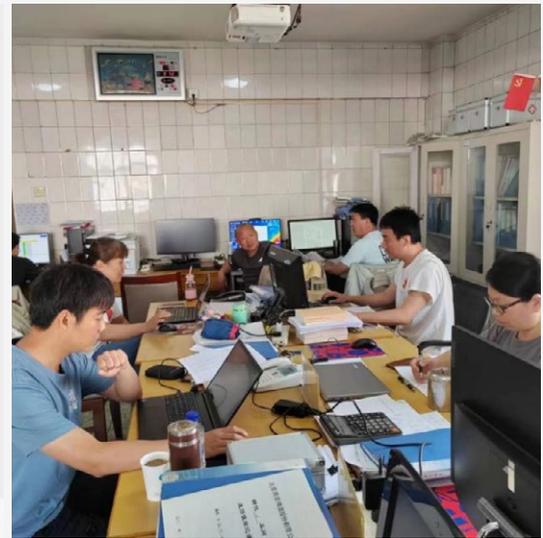
2023 年 7 月 25 日，燕京啤酒首次统一组织各工厂以“产品口感异常”为来源开展追溯演练，4 小时内完成正向、逆向追溯，并记录原料、糖化、发酵、包装各工段的关键信息，演练共计输出 135 项问题点并完成整改。

通过一场产品追溯演练，可以验证工厂面对突发事件时的应急响应能力，从追溯演练整个过程中体现追溯的时效性、实用性、可行性，以及工厂在全环节的组织协调实践能力。



案例：产品召回演练

2023 年 6 月 7 日北京工厂组织开展产品召回模拟演练，范围涵盖质量管理部、包装部、酿造部、物流部、市场部等 5 个职能部门，综合、糖化、发酵、包装生产全工段，模拟触发条件为产品存在食品安全风险，根据法规要求实施二级召回。从演练结果来看，验证了产品的可追溯性、召回管理制度的可执行性，模拟演练结果符合标准要求。



外部认证



中国质量检验协会

- 全国产品和服务质量诚信示范企业
- 全国消费者质量信誉保障产品
- 全国质量诚信标杆企业
- 全国质量检验稳定合格产品
- 全国质量诚信先进企业

指标	单位	2023 年
出厂产品合格率	%	100
产品抽检合格率	%	100
批次检验覆盖率	%	100
已售或已配送产品总数中, 因安全健康问题须回收的比例	%	0
涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	件	0
涉及产品和服务的负面事件	件	0

客户服务保障

燕京啤酒致力于为客户提供优质的产品和服务。为保障客户全方位的合法权益、满足客户多元需求, 确保客户信息安全, 燕京啤酒制定了一系列制度及应对机制, 搭建专业平台, 为客户带来最佳服务体验。

客户需求及满意度调查

为了持续为消费者提供高质量的服务, 燕京啤酒注重对客户需求的了解。通过填写在线问卷的方式, 对客户需求开展收集与分析工作, 积极聆听客户的声音。在调查完成后, 及时分析客户调查结果, 对于消费者的喜好、相关意见或建议进行痛点发掘, 针对用户痛点协调和联系相应的部门做出优化和调整, 为消费者提供更加切实的服务。

为进一步了解客户的心声, 燕京啤酒定期组织开展客户需求与满意度调查, 根据调查结果提出相应问题的解决方案, 以提升客户服务能力。

为了规范流畅, 公司制定了《ZY-BJG-ZL-16.ZLB-Policy-002P 客户满意度调查程序 1.0》与《ZY-BJG-ZL-16.ZLB-REC-001P 北京工厂顾客满意度工作年度抽查计划 1.2》工作文件, 若在问卷中发现问题, 将及时反馈责任部门实时整改。

燕京啤酒每月进行一次满意度调查, 并且认真对待每一份客户调查问卷, 问卷通过扫描二维码填报的方式展开。调查的项目包含答复及时率、送货及时率、产品酒龄管理政策等 8 个方面的内容; 客户满意度调查发现及时问题反馈责任部门、车间实施整改。



客户权益保护

燕京啤酒致力于保护消费者合法权益，开展负责任营销，倡导理性饮酒，提升消费者体验，保障消费者信息安全。

负责任营销

燕京啤酒制定了《品牌管理制度》与《营销管理制度》，以做到全方位规避风险、强化责任品牌认知，对公司营销行为起到规范作用，倡导运用合法合规的营销方式，建立消费者长期的忠诚度，保障消费者权益。

案例：开展负责任营销培训 保障客户合法权益

2023 年，燕京啤酒平均每季度针对一线的经销商、营销员开展一次相关培训，培训主题涵盖电商产品介绍及啤酒相关知识、电商客服基本素养、电商客服分类回复话术指导、客服常见问题等主题的培训活动，确保向客户传递的每一个信息都准确、透明。

案例：第 32 届北京国际燕京啤酒文化节

2023 年，燕京啤酒在顺义奥林匹克水上公园举办了第 32 届北京国际燕京啤酒文化节。本届啤酒节以独特的魅力和精心策划的活动内容，赢得了广泛的社会认可和媒体关注。活动吸引并服务了 101,471 名中外游客，创下近 8 年啤酒节参与人数之最。

活动区域占地 60,000 余平方米，包含喷泉展示广场、啤酒音浪场等多个特色活动区，为游客提供了丰富多彩的文化体验。

拓宽用户消费场景

为不断提升消费者体验，拓宽用户消费场景，提升产品可及性，燕京啤酒积极组织了多样化的营销活动，通过不断创新，优化服务场景，让客户有更好的消费体验。



理性饮酒倡导

作为一家有责任有担当的企业，燕京啤酒铭记倡导理性饮酒的社会责任。公司始终严格遵守《燕京啤酒预包装标注管理规范》，在产品标签上标注“过量饮酒 有害健康”字样；在公司网站入口设置年龄访问提示；在店铺详情页注明文字版消费提醒：“未成年人请勿购买酒类产品”“孕妇请勿饮酒”与“酒后请勿驾车”字样；在 TVC、KV、印刷品等宣传物料中标注“未成年人禁止饮酒”字样，积极参与到中国酒业协会“全国理性饮酒宣传周”活动倡导之中，积极传播、有效引导消费者走出饮酒的误区，形成健康饮酒的生活理念。



宣传 KV 中含有“未成年人禁止饮酒”字样



畅通客户沟通渠道

为了更好地服务消费者，真正把重视每一位客户的投诉落实到行动中，公司将投诉电话统一调整为 400 热线，实行 7×24 小时工作制度，并将热线号码印刷在了每瓶酒标签上，保证客户轻松获取投诉渠道，如经销商及消费者有任何问题，首先拨打此电话，由专业工作人员对接诉求人解决问题；除 400 热线，客户及消费者还可以通过电商各大平台授权销售的店铺客服反馈等多种渠道反馈诉求。

售后服务管理

为了让客户权益保护有规可依，燕京啤酒在售后服务管理方面制定并推行了《产品售后服务管理制度》《工厂客户和消费者投诉指数》和《投诉缺陷分类和责任部门判定标准》，为客户建立安全放心的消费体验。

燕京啤酒以客户为中心，搭建了专业的投诉平台，及时响应客户诉求。规范客户 / 消费者投诉的处理流程，投诉处理的方式方法、时限要求、投诉记录管理、投诉排查分析相关要求等等，一方面确保投诉能够得到妥善解决，另一方面通过工厂内部的排查分析，提升产品和服务质量。同时，每起投诉处理完成后，公司会进行消费者满意度调查，记录消费者的意见及建议，真正做到对消费者负责。

燕京啤酒售后服务管理要求

1. 及时为客户解决在消费产品过程中遇到的问题，提高客户满意度；
2. 掌握售后服务的基本理论知识，增强人员业务技能，塑造公司品牌，维护客户忠诚度；
3. 熟悉国家售后服务相关的法律法规，合理合法处理各类投诉，规避企业管理风险；
4. 掌握优质服务的方法、技巧、礼仪等，达到对燕京形象的宣传和展示，提升燕京品牌形象；
5. 做好市场调研，为生产技术部门提供产品质量信息，促进产品质量提高；
6. 加强与各级媒体、政府监督部门的联系，增强企业信誉，拓展企业在相关领域的话语权，创造和谐的外部环境。

接诉即办工作开展

燕京啤酒成立接诉即办专班，2023 年 1-12 月考核期内（2022 年 12 月 19 日 -2023 年 12 月 18 日），燕京啤酒共受理 12345 市民热线群众诉求 754 件。公司接诉即办专班制定了《接诉即办工作管理办法》《接诉即办工作方案》《接诉即办考评细则》，建立了党委领导，纪委监督，各部、中心、分子公司各负其责，工作专班协调督办的接诉即办工作体系。

重视客户信息安全

燕京啤酒关注客户信息及隐私安全，严格遵照《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规，并且将客户信息保护纳入公司卓越管理体系要求，严格规范规定开展客户信息安全保护工作。2023 年度未发生任何信息泄露事件及投诉。

类别	关键绩效指标	单位	2022 年	2023 年
产品研发与创新	新产品开发项目数	个	12	9
客户服务	客户投诉数量	件	643	754
	与客户隐私有关的投诉数量	件	0	0
	客户投诉解决率	%	100	100
	客户满意度	%	100	100
	客户满意度覆盖率	%	97.5	100

供应链变革管理

强化供应链管理是燕京啤酒促进可持续发展的重要保障之一。为建立健全供应链管理体系，燕京啤酒严格遵守相关法律法规要求，并从安全、合规及供应商赋能发展等方面持续发力，协同价值链上下游创造可持续发展的供应链生态。

截至目前，燕京啤酒共有 6 家省级绿色供应链示范工厂。

6 家 省级绿色供应链示范工厂

燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司
四川燕京啤酒有限公司
燕京啤酒（包头雪鹿）股份有限公司

燕京啤酒内蒙古金川有限公司
燕京啤酒（呼和浩特）有限公司
山西燕京啤酒有限责任公司

供应链管理体系

燕京啤酒重视供应链的安全、稳定发展。公司严格遵守《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国食品安全法》、GB4544-2020《啤酒瓶》、GB/T 9106.1-2019《包装容器两片罐》、GB17820-2018《天然气》等相关法律法规要求，并结合自身业务特点，制定《采购管理制度》，对供应商管理、采购计划与审批、采购实施、资金拨付、入库验收、库存管理、物资出库、监督检查环节进行全流程管理，降低采购风险。

在保障供应质量的基础上，燕京啤酒倾向于与供应商伙伴达成战略合作关

系，助力双方可持续战略合作的高效协同。按照《采购管理制度》，燕京啤酒对供应商实施分级管理，定期对供应商所供商品的质量以及合同期的交付、服务、安全、环境等进行分别考核。分级管理流程如下：

供应商管理分级管理流程

1

建立供应商评估标准，量化供应链中的环境和社会风险：包括质量、可靠性、技术能力、能源使用、废弃物管理、排放控制、劳工权利、工作条件、企业社会责任、风险等方面的要求；

2

制定供应商分级体系：例如战略供应商、核心供应商、常规供应商等；

3

根据评估标准和分级体系对供应商进行分级；

4

制定改进计划：如果供应商在某些方面存在不足，要求其制定改进计划，并与其合作逐步提高其绩效水平；

5

建立反馈机制，定期审查和更新，确保供应商符合国际和当地的环境和社会法规。

供应商审查机制

燕京啤酒关注供应商的合规状况与经营状况。公司从准入、筛选、评估、试用、评价到监督环节对供应商设置了严格的审查机制。燕京啤酒持续优化《供应商资质管理程序》《供应商资质矩阵标准和资质跟踪预警表》，整体提升供应商资质管理的有效性。

燕京注重对供应商的审计和评价，对所有供应商进行日常及年度定期评价，以激励合格供应商和淘汰不合格供应商为原则，对供应商进行业绩评定，有效保障供应链的发展韧性。

2023 年，燕京总部通过编制供应商审计管理 SOP、供应商审计流程和每家供应商审计计划排期，组织 28 家啤酒工厂供应商审计队伍，现场完成了对大米、麦芽、玻璃瓶、纸箱、拉环盖、皇冠盖和麦芽供应商的有效审计评估。审计内容包括生产过程 PI 报表、生产制造过程要点、燕京啤酒质量控制要求等。最终，评价的合格供应商数量占比由去年的 20.93% 提升到 2023 年的 76%。



供应链 ESG 管理

环境及社会风险评估

燕京啤酒持续关注供应商的环境与社会风险状况，公司每年对关键供应商开展可持续性风险评估。据统计，2023 年，在燕京啤酒的供应商中，获得 ISO 9001 质量管理体系认证、ISO 14001 环境管理体系认证、ISO 45001/OHSAS 18001 职业健康安全管理体系认证的供应商数量如下，同比 2022 年，3 项认证数量均有所上升。

2022-2023 年供应商获得环境、社会风险相关认证并开展相关行动的统计对比

供应链管理

	2022 年	2023 年		2022 年	2023 年
ISO9001 认证	390 家	452 家	ISO14001 认证	178 家	260 家
ISO45001/OHSAS18001 认证	100 家	174 家			



绿色物流推动

燕京啤酒注重推动供应链运输环节的低碳转型，通过加强承运商管理、改善厂区装卸叉车、健全装车管理制度、合理规划发运车辆行驶路线等方式，不断降低物流环节的碳排放。

- 不断加强对承运商的管理，提倡承运商使用环保电车、天然气车辆发运，逐步减少使用汽油、柴油车辆比例；
- 健全装车管理制度，加强发运车辆管理，发运车辆待装和装车时，必须关闭油门减少碳排放；
- 规划并监督承运商按照最优行驶路线发运，减少运输运距减少碳排放。

成熟的供应商赋能模式

为了持续提升供应商的可持续发展水平，同时有效改善产品质量并提高生产效率，燕京啤酒专门为供应商开展了定向赋能培训，积极践行携手供应商伙伴共同进步的理念。

供应商评价培训，助力供应链全面提升

2023 年，燕京啤酒面向大米、麦芽、瓶子、盖子、易拉罐、纸箱、商标等供应商的生产部、技术部、质量部及营销部相关人员，就供应商审计标准专业部分、供应商生产过程关键控制点标准和供应商生产 PI 报表（模板）沟通等主题开展了 4 场线上培训。

议题	关键绩效指标	单位	2022 年	2023 年	
供应链管理	供应商总数	家	1,444	1,428	
	按地域分布划分的供应商数量	中国大陆地区供应商	家	1,436	1,427
		海外及港澳台地区供应商	家	8	1
	供应商本地化比例	%	99.45	99.93	
	本地化采购比例	%	99.45	99.99	
	供应商培训比例	%	100	100	

员工企业共进

员工是燕京啤酒持续多年稳步前行的核心保障。作为公司卓越管理体系的八大支柱之一，人力体系也是公司实现高质量发展的有力保障。该体系七大模块从基础层级、保持层级和改善层级这三个层级全面覆盖了员工的所需所求，充分体现了燕京啤酒对员工的重视程度。

员工权益保障

燕京啤酒重视员工合法权益的保护，依法与所有员工签订劳动合同，致力于为员工营造公平、平等的职场环境，确保员工的各项合法权益得到保护。

平等雇佣

燕京啤酒严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法规规章及公司所在地地方劳工管理政策制定燕京啤酒内部用工规章，禁止雇佣童工、禁止强迫劳动。不在员工雇佣、薪酬及晋升等过程中因员工性别、年龄、民族、残疾与否等因素对员工有任何限制。

燕京啤酒重视保护残疾人就业与任职的合法权益，通过建立健全残疾人就业工作机制与残疾人就业服务机制，并积极落实，确保残疾人享有平等的就业机会和权益。据统计，燕京啤酒京内企业共有残疾员工 142 人。

2023 年，燕京啤酒员工劳动合同签订率为 100%，员工总人数为 21,405 人，其中男性员工占比 70%，女性员工占比 30%。

合理的薪酬管理体系

为了进一步明确薪酬管理依据、办法、薪酬设计与结构，有效调动广大员工在工作方面的积极性、主动性与创造性，2023 年，燕京啤酒据公司业务发展与薪酬战略，本着竞争性、激励性与公平性的原则，制定并推行了《薪酬管理办法（试行）》。



议题	关键绩效指标	单位	2022 年	2023 年
员工权益保障	员工中独立工会或集体谈判协议股改百分比	%	100	100
	员工总数	人	23,708	21,405
	新进员工总数	人	2,041	1,311
	员工流动总数	人	2,416	3,403
	员工总流失率	%	10	15.9
	劳动纠纷案件数量	件	24	55
	劳动纠纷解决率	%	100	100

职业健康与安全

燕京啤酒重视员工的健康与安全，公司严格遵守并贯彻落实《中华人民共和国职业病防治法》等国家相关法规要求及公司各项规章制度，建立健全安全健康管理体系，切实保障员工健康权益。

健康安全管理体系

在制度层面，燕京啤酒根据《中华人民共和国职业病防治法》《工作场所职业卫生监督管理规定》《用人单位职业健康监护监督管理办法》等有关法律规定，制定了《职业病危害防治责任制度》《职业病危害警示与告知制度》《职业病危害监测及评价管理制度》等十余个健康安全相关制度。

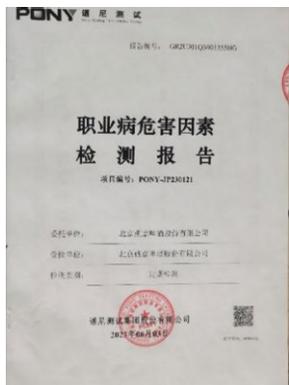
在行动上，燕京啤酒组建职业病防治委员会，组织开展员工职业健康保障工作，从员工健康安全风险因素识别、员工安全风险防控、职业病相关危害落实应急救援与管理、组织员工体检、塑造内部职业健康与安全文化等方面，全方位降低日常运营中存在的安全隐患，提高员工的安全意识，

为员工营造健康安全的工作环境。

针对职业健康与安全风险，燕京啤酒建立了员工举报流程，搭建了保护员工免受打击报复机制。

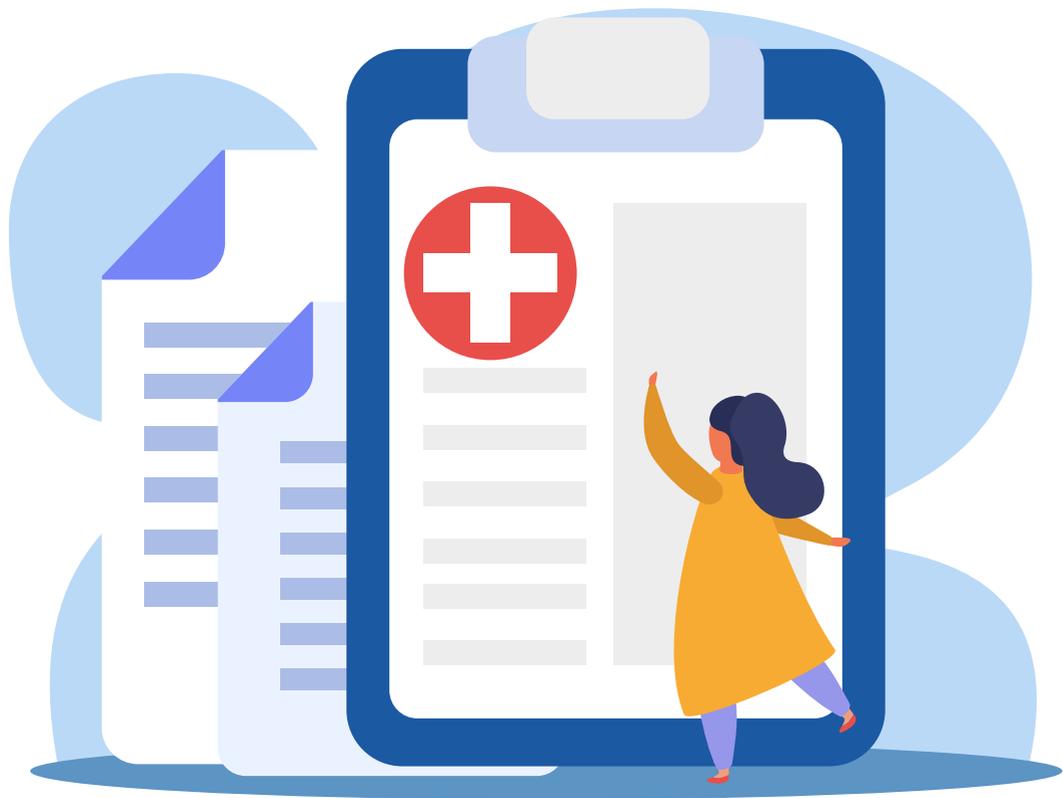
识别健康安全风险

为规范工作场所职业病危害的警示与告知工作，使作业场所职业危害因素的强度或浓度符合国家职业卫生标准，有效预防职业危害事故的发生，切实保障员工健康及其相关权益。2023 年，燕京啤酒就职业病危害因素，邀请第三方专业检测机构对工厂进行了职业病危害因素的识别与分析，最终形成《2023 职业病危害因素检测报告》。科学地识别工作场所中的危害因素，防微杜渐，降低风险隐患。

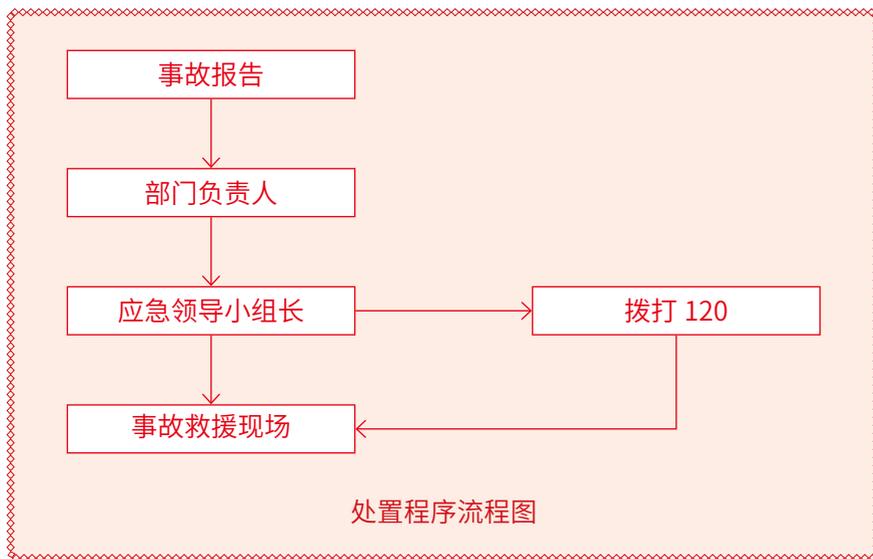


防控健康安全风险

为了防止突发性的重大职业病危害事故发生，并在职业病危害事故发生后有效控制和处理相关状况，燕京啤酒制定了《应急救援管理制度》与《职业病危害事故应急救援预案》，对于职业病危害因素引发的突发事件，文件中明确规定了处置程序流程以及具体的处置措施，为营造安心安全的工作环境保驾护航。



安全生产隐患排查现场



职业病危害因素引发突发事件处置程序流程图

塑造健康安全文化

为了筑牢全体员工的安全意识、提升危害防护能力，保护员工健康，燕京啤酒制定了《职业病防治宣传教育培训制度》，并且采用课堂教学、观看录像、现场教育、参加上级组织的培训、邀请专家等多元化形式，定期开展职业健康宣传教育培训。培训内容全面且结合公司实际，具体包括职业健康法规、知识、操作规程、职业危害防护设备和个人使用的职业危害防护用品的正确使用、维护。





燕京啤酒应急技能比武大赛

2023 年，燕京啤酒员工安全风险防控培训覆盖率 100%，未发生员工安全事故。



议题	关键绩效指标	单位	2022 年	2023 年
职业健康与安全	公司的职业健康与安全管理体系覆盖的员工人数	%	23,708	21,405
	发生重伤或死亡的事故数量	个	0	0
	因公死亡人数	人	0	0
	因工作关系而死亡的员工比率	%	0	0
职业健康与安全	安全培训总小时数	小时	316,936	272,263
	安全培训总人次	人次	155,254	108,368
	安全生产投入	万元	4,242.33	3,813.58
	安全应急演练次数	次	657	462

员工培训与发展

燕京啤酒关注并支持员工的成长和职业发展，除了拥有客观、公正、公开的绩效管理体系，公司还利用平台的资源优势，通过建立专业的人才培训与发展管理，搭建灵活模式的培训平台，打造专业的人才培育基地，以及开展多元化的培训项目及活动，充分挖掘员工潜力，助力其实现自我价值，以保障集团十四五人才战略落地，通过人才培养促进公司的高质量发展，最终实现“二次创业、复兴燕京”的战略目标。

2023 年，公司员工培训覆盖率为 100%，员工培训总时长为 414,316.05 小时，全公司人均培训时长为 19.36 小时。

持续完善的人才培养体系

为了让人才发展紧跟公司发展的主基调，燕京啤酒推出《北京燕京啤酒股份有限公司培训管理制度》，并根据公司实际不断更新与完善；2023 年，公司制定并推行了《关于进一步加强人才工作的意见》，对人才发展给出了更具体的意见与建议，从制度层面保障了员工培训工作有规可依；另外，公司围绕“1+5+N”的组织模式，重新规划了人才库的架构，按照经营管理、生产管理、市场营销、专业技术四类领域构建人才库，对其实施精细化管理，切实做到培养实用型人才。

100%

公司员工培训覆盖率

414,316.05 小时

员工培训总时长

19.36 小时

全公司人均培训时长

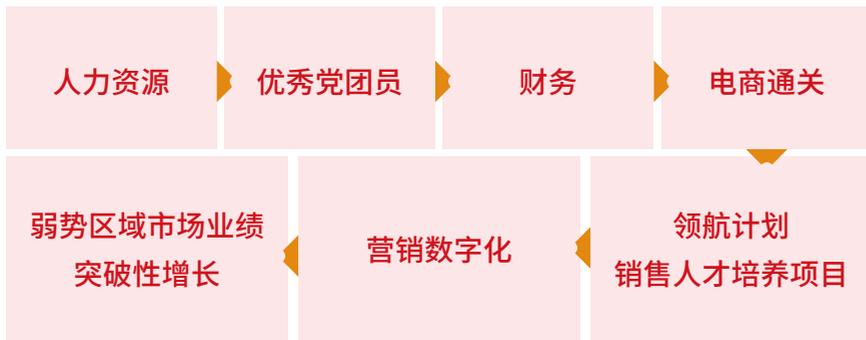


灵活的人才培养模式

为了保证培训范围的广度与深度，燕京啤酒采用了线上结合线下的培训模式。线上，公司搭建“燕京学习平台”，邀请内部优秀讲师开展“燕京讲堂”系列培训，内容丰富多元，包含通用型培训、职业培训师培训、人力资源、供应链、营销、财务等六大模块课程。

线下，公司同时从内部和外部发力，通过对内开展专项培训与对外与多家名校建立校企合作，既培养与提升了专业人员的素质与能力，又为公司吸纳了未来的行业英才，还为品牌文化进行了推广与宣传，成功创造了公司与员工的双赢局面。

2023 年燕京啤酒专题培训课程 (部分)



定制化的人才培育基地

为了全面推动公司人才培养项目及人才工作实施方案的落地，燕京啤酒从形成班级与学员管理制度、组建内部讲师团队、课程开发等维度，基于企业当前发展需要，打造定制化的人才培育基地。

班级与学员管理制度

为进一步提高学员们的积极性，鼓励员工的持续成长，2023 年，燕京啤酒建立了班级管理机制与学院培训管理制度。并通过同步建立《线上学习平台培训班级管理暂行办法 (试行)》与《培训积分管理办法 (试行)》两份工作文件，帮助员工培养可持续学习的良好习惯，一步一个脚印实现自我提升。

规范化的讲师团队

燕京啤酒拥有一支规范且专业的讲师团队。2023 年，讲师团队成员共有 100 余人，其中资深级 6 人、高级 6 人、一级 12 人、二级 37 人、三级 45 人。为了进一步实现讲师管理的标准化、流程化、体系化，2023 年公司发布并推行了《内部讲师管理办法 (试行)》，通过一系列激励制度与认证流程，鼓励员工进行知识技能共享。



2023 年燕京啤酒内部讲师参选人员参加现场认证

完善的课程开发体系

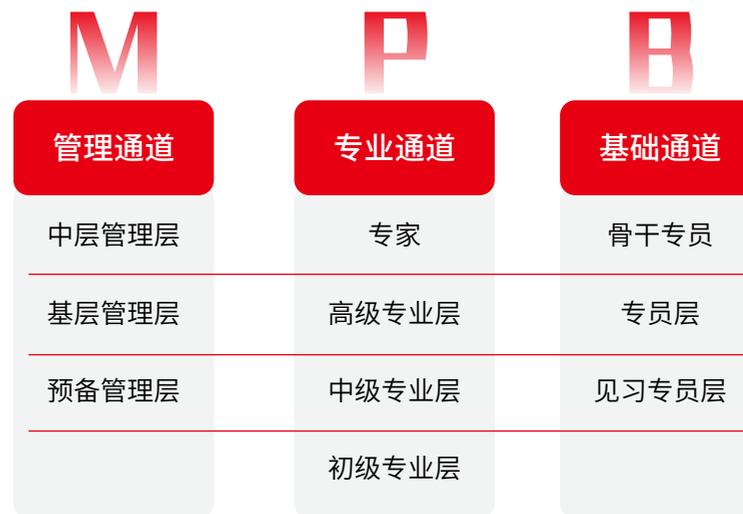
2023 年，燕京啤酒制定并实施了《培训课程开发管理办法 (试行)》，按照“合理定位、突出特色、教研结合、开放共享”的思路，以及“二八原则”（即 20% 外部通用课程结合 80% 集团内部各领域课程开发），建立了健全的课程开发体系。

完善的人才发展通道

燕京啤酒为员工搭建了畅通的职业发展通道，为达到人尽其才、各尽其能的人才建设目的，制定《北京燕京啤酒股份有限公司职级职等管理制度(试行)》，保障员工发展。

2023 年，燕京啤酒继续观察落实管理、专业、基础三类职级体系通道，在三个序列之中，公司支持员工根据个人所长调整序列，切实保障员工发展权益。

良好的目标及结果文化可以让每一位员工更有计划地规划自己的成长路径。燕京制定了严密的《绩效考核管理制度》，建立客观、公正、透明的员工绩效管理、评价机制，营造积极向上的员工成长氛围。通过绩效的评估，管理者可以及时对员工的工作给予反馈，并为下一步工作提供指导和借鉴，助力员工长期发展。



议题	关键绩效指标	单位	2022 年	2023 年
员工培训与发展	员工培训覆盖率	%	100	100
	受训总人次	人次	255,337	252,785
	全体员工受训总时长	小时	453,874.90	414,316.05
	人均受训小时数	小时 / 人	19.14	19.36
	培训投入金额	万元	194.87	497.73
	接受定期绩效和职业发展考核的员工百分比	%	100	100

员工沟通与关爱

燕京啤酒致力于营造以人为本的工作环境, 不仅重视员工的健康与福利需求, 帮扶困难员工, 还心系保障员工工作和生活的平衡, 提升员工的幸福感。

员工沟通

燕京啤酒重视倾听每一位员工的声音, 主张员工在发现和解决问题上培养主人翁意识, 鼓励员工参与民主管理。公司通过开展员工满意度调查、开展职代会、召开员工座谈会、专职部门接受员工投诉等方式确保员工诉求在企业内部得到有效传达。

2023 年, 公司以电子问卷的形式, 向全体员工进行员工满意度调查, 积极跟进调查结果, 并根据反馈意见及时改进。根据统计, 2023 年员工满意度为 92%。



2023 员工满意度调查问卷截图

燕京啤酒员工劳动争议解决流程

- 职工所属单位人力与职工进行沟通, 听取职工诉求, 尽力满足职工诉求
- 公司总部听取当事人的陈述, 了解事件的全貌和核心矛盾, 客观地进行调查
- 公司总部促进双方合理理解和妥善解决矛盾, 就争议达成和解
- 通过处理过程中的总结和评估, 不断完善公司的劳动争议管理, 预防劳动争议的发生, 提高处理效率和公正性



健康关爱

燕京啤酒密切关注员工的健康情况，持续每年为全体员工提供健康体检。同时，公司邀请京顺医院医生以每周一次的频率前往公司，为职工现场进行巡诊，为员工提供充分的医疗保障。除此外，京内公司为全体员工提供了《在职职工综合互助保障活动》保险，并且在此基础上，特别为女性员工提供特殊疾病保险。



2023 燕京啤酒为女性员工开展“关爱女性健康”主题的健康讲座

员工关怀

燕京啤酒倡导员工工作和生活平衡。在日常福利方面，为员工送去法定节日的礼品慰问、发放生日蛋糕券；在文体生活方面，公司通过举办“热爱有你、运动有我”系列主题活动，链接到每一位员工，提升员工的幸福感，进一步扩大燕京啤酒“有你文化”的影响力。

针对困难员工，燕京啤酒及时响应，开展员工救助，对于患大病的员工，公司还以实物的形式进行温暖的慰问，营造了充满爱的公司氛围。2023 年，燕京啤酒对 14 名困难员工发放了帮扶补贴，共计人民币 27,000 元。

案例 1: 2023 夏季送清凉活动

2023 年，燕京啤酒开展夏季送清凉活动，为一线高温职工发放冰棍。



案例 2: 2023 “热爱有你、运动有我” 职工十公里健跑赛

2023 年，为了进一步扩大燕京啤酒“有你文化”的影响力，链接用户与员工，燕京啤酒开展“热爱有你、运动有我”职工十公里健跑赛活动，致力于将每一个“有你”的符号里都注入“有我”与“有我们”。



比赛现场图

案例 3: 2023 燕京啤酒第一届职工运动会

为了进一步向员工传递团结拼搏的精神, 养成积极健康的运动习惯, 2023 年 10 月 28 日, 燕京啤酒在公司体育中心举办了第一届职工运动会。来自总部和北京公司的近 500 名运动员通过篮球、接力跑、拔河等多项运动奋力角逐, 力争上游。



开幕仪式



拔河比赛

案例 4: 2023 “热爱有你、运动有我” 线上职工象棋比赛

为了弘扬中国象棋文化, 同时促进燕京啤酒象棋文化的普及与发展, 2023 年, 公司在全国分子公司范围内组织开展了线上职工象棋赛, 链接到了各地喜爱象棋的燕京员工。



线上象棋比赛截图

燕京啤酒员工沟通与关爱总金额统计

员工帮扶金额

员工帮扶人次

2022 年

2022 年

405,797 元

274 人

2023 年

2023 年

306,305 元

240 人

员工体检覆盖率

2022 年

2023 年

100%

100%

社会公益促进

多年来,追求自身高质量发展的同时,燕京啤酒不忘积极履行企业社会责任。公司持续通过公益捐赠、助力乡村振兴、帮扶弱势群体、支持文体事业发展、组织志愿者活动、周边社区服务等公益实践奉献爱心、回馈社会,致力于与社会公益事业共同发展。

燕京啤酒捐赠总金额统计

公益捐赠总额

2022 年

76.72 万元

2023 年

100.52 万元

乡村振兴总投入

2022 年

351.75 万元

2023 年

251.12 万元

员工志愿服务人次

2022 年

5,780 人次

2023 年

5,437 人次

员工志愿服务时长

2022 年

47,891 小时

2023 年

27,970 小时

捐赠架构与管理

为了规范对外捐赠行为,燕京啤酒严格遵照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国慈善法》《中华人民共和国公益事业捐赠法》及《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规、规范性文件,结合《公司章程》等相关制度与公司实际,制定了《北京燕京啤酒股份有限公司对外捐赠管理办法》工作文件,确保公益捐赠活动合法合规。

同时,针对捐赠金额与项目效能,由公司纪检部门与内审部门严格组织进行监察、审计和评价,违规、违纪问题一经发现,将严肃处置。2023 年 5 月,公司对该文件做了修正与更新,进一步加强对捐赠事项的管理。

共建乡村振兴

燕京啤酒坚决响应国家号召,深入贯彻落实国家乡村振兴战略,依托公司优势,因地制宜,在产业、消费、教育三大块持续加大帮扶力度,为全面推进乡村振兴添砖加瓦。

2023 年,在助力乡村振兴工作中,燕京啤酒通过线上线下购买帮扶产品、向欠发达地区购买原材料、捐赠帮扶资金等形式共计投入 251.12 万元,充分发挥了国有企业的模范带头作用。



帮扶弱势群体

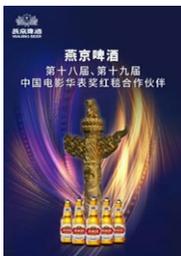
燕京啤酒一如既往地秉持扶弱济困的社会责任感，关注包括智力障碍人群、困境儿童、孤寡老人等群体，响应其核心需求，并为其慷慨解囊，共计捐赠善款近 17.6 万元。

捐赠主体	支持项目 / 方向	捐赠金额
燕京啤酒（赤峰）有限责任公司	智力障碍的困境学生	5,000 元
燕京啤酒（赤峰）有限责任公司	关爱自闭症儿童	3,000 元
四川燕京啤酒有限公司	特殊困难职工救助	20,000 元
燕京啤酒（中京）有限责任公司	“博爱一日捐”	5,000 元
四川燕京啤酒有限公司	嘉陵区慈善总发展教育、扶贫济困项目	20,000 元
燕京啤酒（曲阜三孔）有限责任公司	曲阜市“慈心一日捐”活动	11,480 元
燕京啤酒内蒙古金川有限公司 与临河区工信局	公司党委爱心助学活动	2,000 元
燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司	2023 年慈善事业捐赠项目	100,000 元
燕京啤酒（浙江仙都）有限公司	居家养老中心结对慰问	4,500 元
燕京啤酒（江西）有限公司	帮扶贫困户综治平安保险项目	3,080 元

支持文体事业发展

燕京啤酒大力支持文化与体育事业的发展。在文化事业方面，燕京啤酒通过赞助文艺演出、文化类电视节目、颁奖典礼以及各大音乐节与地方艺术节，有效带动了当地文化氛围的活跃；在体育事业方面，公司通过支持一系列国际、国内的体育赛事，致力于弘扬永不服输、不妥协的体育精神，助推了全民体育运动事业的蓬勃发展。

燕京啤酒成为华表奖红毯合作伙伴



燕京啤酒与中国国家女子足球队签约

5 月 29 日，燕京啤酒与中国国家女子足球队签约仪式在北京举行，燕京啤酒作为中国国家女子足球队官方支持品牌，与中国女足一起推动全民足球发展、提升中国足球实力。



2023 燕京啤酒支持文体事业、促进社会发展活动

支持单位	支持活动	赞助金额
燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司	冠名赞助桂林兴安县政府举办第六届 188 篮球联赛全国总决赛	40 万元
燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司	赞助桂林市秀峰区开展教师节活动	5 万元
燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司	赞助举办桂林市艺术节	5 万元
燕京啤酒（河南月山）有限公司	河南省见义勇为基金会	1 万元

开展灾害救助

燕京啤酒作为国有控股上市公司，在灾害发生之际，迅速响应国家号召，迅速支援、尽我所能，身体力行“热爱有你，燕京有我”的企业文化精神。

2023 年，公司累计就防汛抗汛、抗洪救灾等灾害救助捐赠超 32 万元。

案例：矿泉水援助北京特大暴雨

2023 年 8 月 2 日，一场特大暴雨袭击，使北京多地引发洪涝和地质灾害。公司党委立即响应区委区政府的号召，第一时间成立抗洪物资支援小组，艰难克服天气、交通、突发性、紧急性等众多不利条件，于收到消息的 11 小时内，顺利将 9,600 包矿泉水安全运输到指定地点，这期间党员干部组成志愿者全程参与。



2023 灾害救援捐赠统计

单位名称	灾害事件	捐赠金额
河北燕京啤酒有限公司	防汛抗汛	47,600 元
燕京啤酒 (河南月山) 有限公司	捐赠 (医用口罩)	20,600 元
北京燕京啤酒股份有限公司矿泉水厂	抗洪救灾	160,000 元
北京燕京啤酒股份有限公司矿泉水厂	抗洪救灾	94,000 元



员工志愿者在行动

为了深入学习贯彻党的二十大和习近平总书记关于志愿服务的系列重要指示,大力弘扬“奉献、友爱、互助、进步”的志愿服务精神,燕京啤酒组建了公司员工志愿团队——阳光志愿者服务队,鼓励并组织员工积极投身社会公益事业。

12.5 国际志愿者日 员工身体力行参与多项公益议题倡导

宣传“文明养犬”

响应国家对于公民“文明养犬”的号召呼吁,公司组织阳光志愿者服务队成员走出公司,走入社区,向行人宣传文明养犬标语。

“礼让行人”志愿活动

燕京啤酒组织员工在道路路口站岗,主动提醒、制止路人不文明的交通行为,倡导居民文明出行。

垃圾捡拾 & 垃圾分类宣传

燕京啤酒阳光志愿者服务队以及党员们举行垃圾捡拾活动,并向居民宣传垃圾分类,以强化居民垃圾分类意识,减少资源浪费和成本浪费。

社区服务

为了与周边社区建立良好的邻里关系，燕京啤酒将社区服务与党建共建、文明城市创建及社区治理等工作相结合，通过重阳节、国际志愿者日等节点，积极发动在职党员及员工志愿者前往周边社区，为其提供一系列志愿服务。

案例：重阳节“党员双报到，情暖重阳节”主题活动

2023 年 10 月 20 日，燕京啤酒 20 余名在职党员与燕京社区居委会联合开展了“党员双报到，情暖重阳节”主题活动，为社区提供志愿服务。

这次拜访，党员们同时为社区环境和老年居民提供了志愿服务。在服务社区环境方面，党员们通过清理杂物、倒垃圾，还原社区一个清洁整洁的样貌；在服务老年居民方面，他们既为老人带去了反诈知识的科普宣传、为其举办了庆生会，并且还为其 75 岁以上老人发放了重阳礼物。



主题活动合影



党员通过捡拾清理社区环境

议题	关键绩效指标	单位	2022 年	2023 年
社会公益	公益项目投入总时间	小时	1,420	1,525
	公益项目投入总人次	人次	1,465	1,426



未来展望

回首 2023 年，环境整体回升向好，消费焕发新的生机。燕京啤酒在市场的风云变幻中，稳健掌舵，乘风破浪，坚持深化改革、提升价值创造能力，实现企业的可持续发展。

展望 2024 年，燕京啤酒将牢牢把握时代脉搏，继续响应高质量发展的主旋律，坚持以科技创新为驱动力，因地制宜发展新质生产力，打造具有高效能、高质量特征的国民啤酒产品。

我们将不断优化公司治理，升级产品核心竞争力，挖掘企业社会价值潜力，打造绿色低碳优势，将经济、环境和社会效益的协调发展落到实处。不忘“为生活酿造美好”的初心使命，秉持“和合共生美美与共”价值主张，打造让投资者、消费者、员工、合作伙伴互惠共赢的可持续生态圈。

荣誉奖项

奖项认证	获奖主体 / 产品 / 项目	颁发单位
公司荣誉		
中国上市公司 ESG 百强奖项并纳入中证证券时报 ESG 百强指数	北京燕京啤酒股份有限公司	证券时报、阿拉善盟行政公署
可持续发展年度最佳奖项 2023 杰出企业	北京燕京啤酒股份有限公司	安永会计师事务所
北京市属国有上市公司 ESG 优秀案例并入选北京市属国有控股上市公司 ESG·先锋 30 指数	北京燕京啤酒股份有限公司	北京市国资委、责任云研究院
上市公司 ESG 优秀实践案例	北京燕京啤酒股份有限公司	中国上市公司协会
2022 年度公司治理优秀案例	北京燕京啤酒股份有限公司	中国酒业协会
2023 中国企业 ESG 优秀案例	北京燕京啤酒股份有限公司	中国企业改革与发展研究会、中央企业 ESG 联盟、半月谈杂志社
2023 上市公司 ESG 先锋践行者案例	北京燕京啤酒股份有限公司	证券日报、国新咨询
中国上市公司投资者关系天马奖	北京燕京啤酒股份有限公司	证券时报、国信证券
“杰出 IR 公司” “杰出 IR 团队” “最佳中小投资者互动奖” “最佳机构沟通奖”	北京燕京啤酒股份有限公司	全景投资者金奖
董事会 “最佳实践案例”	北京燕京啤酒股份有限公司	中国上市公司协会
董办最佳实践案例	北京燕京啤酒股份有限公司	中国上市公司协会
“2021-2022 年度全国轻工行业标准化工作先进集体” 称号	北京燕京啤酒股份有限公司	中国轻工业联合会
中国酒业 30 年文化双创奖	北京燕京啤酒股份有限公司	中国酒业协会 30 周年庆典组委会
2023 年全国用户体验创新典型案例	北京燕京啤酒股份有限公司	中国电子质量管理协会

奖项认证	获奖主体 / 产品 / 项目	颁发单位
产品荣誉		
通过中国酒业协会科技成果鉴定	《燕京小麦啤酒功效成分解析及生物活性评价研究》	中国酒业协会
通过中国酒业协会科技成果鉴定	《基于啤酒酿造过程的绿色生物酶清洗技术开发及产业化示范应用》	中国酒业协会
科学技术进步奖二等奖	《基于消费者神经科学的啤酒喜好度智能评价技术的开发与应用》	中国酒业协会
科学技术进步奖二等奖	《酵母自溶机理研究及酿造资源深加工体系的建立与应用》	轻工业联合会
科学技术进步奖二等奖	《基于非酿酒酵母的啤酒协同发酵体系开发及机制研究》	中国食品工业协会
第 17 届北京发明创新大赛金奖	《小麦啤酒品质提升及精准调控关键技术的开发及应用》	北京发明协会
相关认证		
ESG 评级 A	北京燕京啤酒股份有限公司	万得 (Wind) ESG 评级
ESG 评级 A+	北京燕京啤酒股份有限公司	中诚信绿金 ESG 等级
信息披露评价 “A” 级	北京燕京啤酒股份有限公司	深圳证券交易所
合规管理体系认证	北京燕京啤酒股份有限公司	方圆标准认证集团
全国产品和服务质量诚信示范企业	北京燕京啤酒股份有限公司	中国质量检验协会
全国质量诚信标杆企业	北京燕京啤酒股份有限公司	中国质量检验协会
全国质量诚信先进企业	北京燕京啤酒股份有限公司	中国质量检验协会
全国消费者质量信誉保障产品	北京燕京啤酒股份有限公司	中国质量检验协会
全国质量检验稳定合格产品	北京燕京啤酒股份有限公司	中国质量检验协会

关键绩效表

统计指标		指标单位	2022 年	2023 年
碳排放管理				
温室气体排放总量 (范围 1、2 总和)		吨二氧化碳当量	753,105	672,260
温室气体减排量		吨二氧化碳当量	—	80,845
环境领域违法违规事件		件	0	0
资源能源管理				
总耗水量		立方米	18,294,022.84	15,302,314.00
总取水量		立方米	18,887,847.87	18,328,718.00
包装材料	玻璃瓶	吨	2,038,600.00	2,328,791.00
	铝瓶	吨	34,000.00	35,446.00
	纸箱	吨	102,375.00	109,426.00
	卡包纸	吨	—	2,669.50
	标签	吨	—	7,882.30
	皇冠盖	吨	—	8,491.36
	拉环盖	吨	—	2,608.02
	热缩膜	吨	—	7,500.00
有毒有害物料消耗量		吨	0	0
啤酒糟回收利用率 (啤酒企业)		%	100	100
天然气使用量		万标准立方米	11,987.90	11,865.21
煤炭使用量		吨	33,037.86	27,189.48
废弃物管理				
环保专门投入		万元	2,704.28	3,090.7

统计指标		指标单位	2022 年	2023 年
无害废弃物	废玻璃产生量	吨	50,030.77	48,165.73
	废麦糟产生量	吨	352,086.15	458,162.99
	废酵母产生量	吨	912,588.65	809,236.82
	废纸产生量	吨	23,815.11	24,600.56
	废铝产生量	吨	89.15	112.24
	废金属产生量	吨	1,750.35	1,615.35
	废塑料产生量	吨	20,991.00	16,735.00
	安全处理处置后的污泥	吨	31,803.91	26,667.10
	硅藻土产生量	吨	4,521.23	4,249.91
废水排放量	吨	14,122,344.87	13,551,027.38	
废水达标排放率	%	100	100	
废气达标排放率	%	100	100	
废弃物循环利用率	%	99.34	99.6	
危险废物处置量	吨	159.22	136.72	
危险固体废物合规合法处置率	%	100	100	
噪音达标率	%	100	100	
产品质量与安全				
已售或已配送产品总数中，因安全健康问题须回收的比例	%	0	0	
出厂产品合格率	%	—	100	
产品抽检合格率	%	—	100	
批次检验覆盖率	%	—	100	
涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	件	0	0	
涉及产品和服务的负面事件	件	0	0	
产品研发与创新				
公司研发投入金额	元	366,668,069.40	395,287,009.44	
公司研发人员数量	个	2,033	2,205	

统计指标		指标单位	2022 年	2023 年
客户服务				
投诉总量		件	643	754
与客户隐私有关的投诉数量		件	0	0
客户投诉解决率		%	100	100
客户满意度覆盖率		%	97.5	100
信息安全漏洞或其他网络安全事件数量		件	0	0
涉及客户信息的安全漏洞总数		件	0	0
受公司数据泄露影响的客户和员工总数		人	0	0
与信息安全漏洞或其他网络事件有关的罚款金额		万元	0	0
因 IT 基础架构事件造成的财务影响		万元	0	0
职业健康与安全				
公司的职业健康与安全管理体系覆盖的员工人数		人	23,708	21,405
发生重伤或死亡的事故数量		个	0	0
因公死亡人数		人	0	0
因工作关系而死亡的比率		%	0	0
承包商中发生重伤及死亡的事故数量		个	0	0
承包商中发生重伤及死亡的人数		人	0	0
安全培训总小时数		小时	316,936	272,263
安全培训总人次		人次	155,254	108,368
安全培训覆盖率		%	100	100
针对供应商的安全培训	覆盖的供应商数量	家	197	173
	覆盖的生产相关供应商比例	%	100	100
安全生产投入		万元	4,242.33	3,813.58
安全应急演练次数		次	657	462

统计指标		指标单位	2022 年	2023 年
员工沟通与关爱				
员工帮扶金额		元	405,797	306,305.00
员工帮扶人次		人次	274	240
员工体检覆盖率		%	100	100
员工培训与发展				
受训总人次		人次	255,337	252,785
按雇员类型划分的受训雇员数量	高层管理者	人次	673	3,022
	中层管理者	人次	7,079	14,170
	初级管理者	人次	34,693	129,818
	基层员工	人次	212,892	105,776
全体员工受训总时长		小时	453,875	414,316
人均受训小时数		小时 / 人	19.14	19.36
培训投入金额		万元	195	497.73
按雇员类型划分的雇员总受训时数	高层管理者	小时	2,208	1,641.80
	中层管理者	小时	22,287	21,136.59
	初级管理者	小时	69,441	62,983.43
	基层员工	小时	359,939	328,554.23
员工接受定期绩效和职业发展考核的员工总数百分比		%	100	100
员工权益保障				
员工总数		人	23,708	21,405
按性别划分的员工占比	男性员工	%	70	70
	女性员工	%	30	30
按雇佣类型划分的员工占比	正式员工	%	100	100
	劳务派遣	%	0	0
按地域类型划分的员工占比	中国大陆占比	%	100	100
	海外及港澳台占比	%	0	0
管理层员工总数		人	2,980	1,359

统计指标		指标单位	2022 年	2023 年
按性别划分的管理层员工占比	男性员工占比	%	84.33	87.49
	女性员工占比	%	15.67	12.51
按年龄划分的管理层员工占比	30 岁以下占比	%	14.4	12.1
	30-50 岁占比	%	63.7	76.6
	50 岁以上	%	21.9	11.3
员工流失总数		人	2,416	3,403
按性别划分的员工流失比例	男员工流失率	%	7.3	11.5
	女员工流失率	%	2.7	4.4
按年龄划分的员工流失比例	30 岁以下员工流失率	%	2.8	2.9
	30-50 岁员工流失率	%	6.7	10.9
	50 岁以上员工流失率	%	0.5	2.1
员工中独立工会或集体谈判协议股改百分比		%	100	100
参保员工比例		%	100	100
劳动纠纷案件数量		件	24	55
员工劳动纠纷解决率		%	100	100
供应链管理				
供应商总数		家	1,444	1,428
社会公益				
公益捐赠总额		万元	76.72	100.52
乡村振兴总投入		万元	351.75	251.12
公益项目投入总时间		小时	1,420	1,525
公益项目投入总人次		人次	1,465	1,426
员工志愿服务人次		人次	5,780	5,437
员工志愿服务时长		小时	47,891	27,970

统计指标	指标单位	2022 年	2023 年
合规经营			
公司开展合规培训的次数	次	21	21
公司开展合规培训的参与人次	人	7,185	10,114
公司开展合规培训的培训合格率	%	100	100
公司出现违反国家法律或当地法规的事件的次数	次	0	0
风险控制与管理			
公司开展风险管理培训的次数	次	6	7
公司开展风险管理培训的参与人次	人	2,988	7,325
公司开展风险管理培训的培训合格率	%	100	100
商业道德			
贪污诉讼案件的数目	件	0	0
年度反贪污培训次数	次	14	13
公司由举报程序产生的报告数量	件	0	0
贪污腐败事件数量	件	0	0
公司员工由于腐败而被开除或受到纪律处分的事件总数	件	0	0
公司由于与腐败有关的违规事件，与业务合作伙伴的合同被终止或未续订的事件总数	件	0	0

指标索引

报告章节		全球可持续发展报告 标准 (GRI Standards 2021)	深圳证券交易所上市 公司自律监管指引第 1 号—主板上市公司规范 运作	深圳证券交易所上市 公司自律监管指引第 17 号— 可持续发展报告 (试行)	央企控股上市公司 ESG 专项报告参考指标体系
关于本报告		2-2、2-3、2-4	8.1、8.4、8.13	第四条、第六条	—
董事长致辞		—	8.1、8.3	—	—
关于燕京啤酒		2-1、2-6、201-1	8.1、8.3	—	—
ESG 管理	ESG 策略和方针	2-22、2-23、2-24	8.1、8.3、8.6	第二条、第十五条	—
	ESG 治理架构及职能分工	2-9、2-10、2-13、2-14	8.3	第十二条	G1.2
	ESG 融入经营	—	8.1、8.3	第二条	G1.1
	ESG 管理能力提升	—	—	—	G1.1
	利益相关方沟通	2-16、2-17、2-29、207-3	8.1、8.4、8.9	第九条、第五十三条	G31.1、G3.2
	实质性议题分析	1-3、3-1、3-2、3-3	—	第五条	—
治理篇	公司治理体系	2-9、2-10、2-11、2-12、2-15、2-18、2-19、2-20、2-27、405-1	8.1、8.5	第二条、第五十一条	G1.1、G1.2、G1.3
	投资人权益保护	—	8.1	第五十三条	G3.1、G3.2、G4.1、G4.2
	卓越管理体系	—	8.3	第五十一条至五十三条	G1.1
	合法合规经营	2-27	8.2、8.6	第五十五条	G5.1、G5.2
	风险与内部控制	2-25、207-1	8.6	—	G2.1
	数字化转型	—	—	—	—
	商业道德与反贪污	2-27、205-2、206-1	8.2	第五十四条至五十六条	G2.2、G2.3

报告章节		《全球可持续发展报告标准》(GRI Standards)	《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号—主板上市公司规范运作》	《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告(试行) (征求意见稿)》	央企控股上市公司 ESG 专项报告参考指标体系
环境篇	环境管理体系	2-27	8.1、8.6、8.8	第二十九条	E.5.1、E.5.2、E.5.3、E.5.4、E.5.5
	应对气候变化	2-23、201-2、302-1、302-2、302-3、302-4、302-5、305-1、305-2、305-4、305-5	8.6	第十三至第十八条、第二十一条至第二十八条、第三十五条、第五十二条	E.3.1、E.3.2、E.3.4
	资源节约与利用	301-1、301-2、301-3、303-3、303-4、303-5	8.1、8.6	第三十四条、第三十六条、第三十七条	E.1.1、E.1.3、E.1.4
	污染物及废弃物管理	305-7、306-2、306-3、306-4、306-5	8.1、8.6、8.7	第三十条、第三十一条	E.2.1、E.2.2、E.2.3
社会篇	产品创新驱动	2-28、417-1	—	第四十二条	S2.3
	产品质量保障	2-27、416-1、416-2	8.1、8.10、8.13	第四十七条	S2.1
	客户服务保障	418-1	8.1	第四十四条、第四十七条	S2.2
	供应链变革管理	2-6、204-1、308-1、308-2、414-1	8.1、8.6	第四十四条、第四十五条	S3.1、S3.2
	员工企业共进	2-7、2-19、2-26、2-27、201-3、401-1、401-2、403-1、403-2、403-3、403-5、403-6、403-7、403-9、404-1、404-2、404-3、405-1、405-2	8.1、8.5、8.11	第四十九条、第五十条	S1.1、S1.2、S1.3、S1.4、S1.5
	社会公益促进	413-1、203-1、203-2	8.1、8.3、8.4	第三十八条至第四十条	S4.2、S4.3、S4.4

第三方评价

受北京燕京啤酒股份有限公司委托，证券时报旗下智库中国资本市场研究院对《北京燕京啤酒股份有限公司 2023 年环境、社会及治理 (ESG) 报告》(以下简称《报告》) 进行评价，具体结论如下：

利益相关方的包容性：公司重视和众多利益相关方展开沟通交流，持续开展多渠道、高频次的信息同步。针对不同利益相关方及其关注议题，公司探索了多元化沟通方式和渠道，收集利益相关方对公司发展的期待，并及时回应利益相关方诉求，利益相关方的包容性表现优秀。

可持续发展背景：公司基于自身优势技术成果，将研发创新与标准化工作联动，多次主导参与国家标准制定，打造高质量团体标准；积极推进产学研合作，与啤酒行业全链条分享来自燕京的智慧与能力，助推行业发展，可持续发展背景表现优秀。

实质性：公司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 议题的关注重点，在此基础上建立 ESG 实质性议题矩阵，并定期结合行业发展趋势及自身业务运营特点，进一步审阅重要性议题内容，以确保其时效性与合理性，为公司 ESG 信息披露提供重要参考，实质性表现优秀。

完整性：《报告》全面展示了公司 2023 年践行 ESG 理念所作出的努力及取得的绩效；第 6 页中的“组织范围”“时间范围”说明了内容涵盖的界限和时间跨度，披露的实体范围为公司及其下属公司，

时间跨度为 2023 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，完整性表现良好。

准确性：公司参照 GRI、国资委和深交所信披要求，开展 ESG 信息披露工作，通过亮点案例、专栏、图片等方式，展现公司在治理、环境、社会等方面的实践以及 ESG 管理与绩效等内容，文字准确精炼，准确性表现良好。

平衡性：《报告》披露了“客户投诉量”“员工总流失率”“劳动纠纷案件数量”等负面数据，并详细描述了加强废水、废气、固体废弃物管理和食品安全管理、健康安全管理等方面的措施，平衡性表现优秀。

清晰性：《报告》从 ESG 管理、公司治理、环境责任、社会责任等维度展现了利益相关方关切的关键议题年度进展与成效，并结合大量案例进行分析，框架结构清晰；《报告》除在文中多个议题下披露相应关键绩效表外，还在多个章节中列示了温室气体排放、水资源管理、包装材料管理等多个数据表，利于读者快速把握关键信息，清晰性表现优秀。

可比性：《报告》披露了年度反贪污培训次数及小时数、包装材料使用总量、供应商本地化比例、员工帮扶次数等多个关键指标连续 2 年的对比数据，并通过“行业领先企业”“项目成果达到国际领先水平”等进行横向比较，可比性表现卓越。

可靠性：公司在构建符合标准的 ESG 信息披露框

架的基础上，注重行业特点和企业差异性，通过周密有序部署工作、持续优化信息披露内容，提升 ESG 信息披露质量；搭建了由董事会以及 ESG 发展委员会和各分项小组组成的 ESG 治理架构，各主体各司其责，完成 ESG 报告的编制和审核工作，可靠性表现良好。

时效性：公司在正常财务年度披露 ESG 报告，时效性表现卓越。

读者反馈

尊敬的读者：

您好！感谢您在百忙之中阅读《燕京啤酒 2023 年环境、社会及治理报告》。为了不断改进报告编制工作，提升燕京啤酒履责能力和水平，我们诚挚邀请您对本报告提出宝贵的意见和建议，帮助我们不断改进，您可以将相关信息，通过邮寄或者表单填写的形式反馈给我们。

邮寄：北京市顺义区双河路 9 号 010-89490729

电子邮箱：zqb@yanjing.com.cn



扫描二维码告诉我们您的宝贵意见

1. 对于燕京啤酒来说，您所属的利益相关方类别是

政府 客户 员工 合作伙伴 环保相关组织 社区与公众 其他 - ()

2. 您对本报告的总体印象

好 较好 一般

3. 您认为本报告所披露信息、数据、指标的清晰、准确、完整程度如何

好 较好 一般

4. 您认为本报告最让您满意的方面是什么？

5. 对于报告编制或履责实践，您还有哪些宝贵意见或建议？

6. 您希望进一步了解哪些信息？



燕京啤酒
YANJING BEER

联系地址：北京市顺义区双河路 9 号

电 话：010-89490729

传 真：010-89495569

电子信箱：zqb@yanjing.com.cn

