



2024年度

可持续发展报告

SUSTAINABILITY REPORT



东鹏饮料(集团)股份有限公司

股票代码 605499

东鹏饮料(集团)股份有限公司
EASTROC BEVERAGE(GROUP)CO.,LTD.

CONTENT

目录

关于本报告 01

报告简介	01
报告范围	01
发布周期	01
编制依据	01
数据来源与说明	01
释义说明	02
报告获取与反馈	02

董事长致辞 03

展望未来 93 附录 95

指标索引表	95
其他环境信息	97
意见反馈表	99

01 关于东鹏饮料 05

（一）公司简介	05
（二）企业文化	06
（三）聚焦2024	07
（四）数说2024	13

02 可持续发展管理 15

（一）可持续发展工作机制	15
（二）可持续发展目标	15
（三）利益相关方沟通	17
（四）重要性议题管理	18

03 用守正诠释信任 21

（一）规范公司治理	23
（二）维护投资者权益	27
（三）坚守商业道德	28
（四）释放党建效能	30

04 用行动诠释绿色 31

（一）应对气候变化	33
（二）环境合规管理	36
（三）资源管理	41

05 用品质诠释价值 47

（一）创新驱动	49
（二）产品与服务质量安全	57
（三）可持续供应链	62
（四）数据安全与隐私保护	67

06 用爱心诠释担当 69

（一）职业健康与安全	71
（二）打造和谐职场	78
（三）员工培训与发展	83
（四）汇聚温暖力量	87



关于本报告

报告简介

本报告是东鹏饮料(集团)股份有限公司发布的第四份可持续发展报告。秉承客观、规范、透明和全面的原则,报告详细披露了2024年度东鹏饮料为实现可持续发展采取的实践举措以及取得的成效。

报告范围

时间范围:报告的时间范围是2024年1月1日至2024年12月31日。为提高报告的可比性和完整性,部分表述及数据适当追溯和延伸。

组织范围:如无特别说明,本报告覆盖东鹏饮料及其子公司(具体详见东鹏饮料2024年年度报告)。

发布周期

本报告为可持续发展报告,每年度发布一次。

编制依据

- 《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告(试行)》
- 全球报告倡议组织《GRI可持续发展报告标准(GRI Standards)》
- 中国企业改革与发展研究会《中国企业可持续发展报告指南(CASS-ESG 6.0)》
- 气候相关财务信息披露(TCFD)框架
- 联合国可持续发展目标(SDGs)
- 可持续发展会计准则委员会SASB准则

数据来源与说明

报告使用数据来源包括公司实际运行的原始数据、年度财务数据、内部相关统计报表、第三方问卷调查等。本报告的财务数据以人民币为单位,若与财务报告不一致之处,以财务报告为准。

释义说明

为便于表达,“东鹏饮料(集团)股份有限公司”也使用“东鹏饮料”“集团”“公司”“我们”等称谓表示,公司下属单位称谓使用详见释义。

释义项	释义内容
海鹏	东鹏饮料(集团)股份有限公司海丰云莲天然水厂
增鹏	广州市东鹏食品饮料有限公司
徽鹏	安徽东鹏食品饮料有限公司
莞鹏	广东东鹏维他命饮料有限公司
华鹏	广东东鹏饮料有限公司
桂鹏	南宁东鹏食品饮料有限公司
庆鹏	重庆东鹏维他命饮料有限公司
湘鹏	长沙东鹏维他命饮料有限公司
浙鹏	浙江东鹏维他命饮料有限公司

报告获取与反馈

本报告以中、英文版本发布,当两种语言有歧义或冲突时,请以中文版为准。获取电子版报告请登录上海证券交易所网站<http://www.sse.com.cn/>及东鹏饮料网站<https://www.szeastroc.com/>。若对报告有任何意见或建议,请通过以下方式联系我们。

联系人:东鹏饮料董事会办公室

地址:广东省深圳市南山区桃源街道珠光北路142号众冠红花岭工业西区3栋1楼

电话:0755-26980181

电子邮箱:boardoffice@szeastroc.com



董事长致辞

续写可持续发展华章 传递民族品牌无限能量

2024年是充满变革与机遇的一年。面对波谲云诡的全球经济形势、持续变化的消费市场环境，东鹏饮料秉持初心，坚守长期主义，将可持续发展理念深植于企业运营的每一处脉络，在向着中国能量饮料领军者与多品类综合饮料集团大步迈进的征程中，与股东、客户、员工、供应商及合作伙伴等各利益相关方紧密携手，为构建人类命运共同体添砖加瓦。

经营突破：多点开花，驱动品牌能量跃升

业绩腾飞，领跑行业

2024年，东鹏饮料紧紧锚定产品力、品牌力、渠道力三大核心竞争力，实现了经营业绩与市场表现的双重飞跃。公司实现营业收入同比增长40.63%，归属上市公司股东的净利润同比增长63.09%。根据弗若斯特沙利文报告，按销量计，我们在中国功能饮料市场自2021年起连续4年排名第一，领先地位持续夯实，市场份额从2021年的15.0%增长到2024年的26.3%。在竞争激烈的能量饮料市场，东鹏特饮持续稳固优势地位，市场份额进一步提升，以卓越的产品品质与品牌影响力，成为消费者的首选。

多品发力，成效显著

我们紧紧抓住消费复苏与健康化升级的双重契机，坚定不移推进多品类战略，以创新驱动、渠道深耕、产销协同为发展引擎，实现了规模与效益的全面突破。多品类协同效应显著，不仅满足了消费者多样化的需求，更为企业长远、稳健发展注入源源不断的动力。

营销升级，强化认知

我们持续创新营销模式，通过线上线下全方位、多维度的整合营销活动，精准触达不同消费群体，强化品牌在消费者心中的认知与好感。积极投身各类体育赛事、文化活动，借助热点事件提升品牌曝光度，以强大的品牌力驱动产品销量持续上扬，让东鹏品牌深入人心。

渠道深耕，网络拓展

我们进一步深化全国化战略布局，精细化渠道管理，持续提升渠道运营能力。报告期内，合作经销商数量稳步增加，终端网点不断拓展，持续稳定增长至近400万家，广泛覆盖城乡各地，有效提升全品项产品的市场曝光率，有力拉动终端动销。

治理进阶：合规至上，筑牢稳健发展根基

2024年，东鹏饮料持续优化长效运营机制，将合规经营理念深度融入企业文化的每一个细节。严格遵守商业道德规范，携手同行共同营造廉洁自律、合法合规的商业环境。不断完善内部控制体系，强化风险管理，通过定期开展内部审计工作，对生产、经营各环节进行全面风险排查，及时识别潜在风险点，制定针对性防控措施，推动企业治理水平持续迈向新高度，为公司稳健发展保驾护航。

环境担当：绿色发展，共赴美好生态之约

我们深刻认识到企业发展与环境保护的紧密联系，在2024年进一步将ESG理念全方位融入业务运营。大力推进绿色生产、绿色包装、绿色仓储、绿色物流及绿色办公等一系列可持续发展实践，积极探索企业绿色转型新路径。持续加大在节能减排、资源循环利用等方面的投入，各生产基地通过技术改造、设备升级、光伏发电等措施，减少温室气体排放20,490.19吨二氧化碳当量；在包装环节，持续推广使用环保材料，优化包装设计，减少包装废弃物对环境的影响，以实际行动为守护地球家园贡献力量。

社会贡献：责任在肩，彰显品牌价值魅力

品质坚守，创新引领

我们持续完善质量管理体系，从原材料采购、生产加工、仓储物流到产品销售，全流程严格把控产品质量与安全，确保每一瓶东鹏饮料都符合高品质标准。同时，加大研发投入，深入开展市场调研，精准把握消费者需求变化趋势，不断推出满足市场多元化需求的创新产品，以优质产品回馈消费者信任。

员工关怀，共促成长

我们始终将员工视为企业最宝贵的财富，高度重视员工权益保护与职业发展。营造公平、公正、包容的工作环境，完善员工沟通反馈机制，鼓励员工积极参与企业管理。持续优化人才培养体系，开展各类丰富多样的培训项目与技能提升活动。2024年，我们开展22个专项人才培养项目，共计58场，直接覆盖人数3,048人，课时数量33,000多小时。此外，公司各部门每月通过转训、自主开展业务技能培训，总课时超过10万小时，助力员工实现个人价值与职业成长，打造企业与员工共同成长、相互成就的良好发展局面。

产业帮扶，携手共进

我们积极践行企业社会责任，以助力乡村振兴为己任，深度参与农业产业帮扶。立足广东特色水果产业，如荔枝、龙眼、油柑等，通过创新产品研发，将特色水果转化为深受消费者喜爱的果汁饮料，有效拓展果农销售渠道，提升农产品附加值。同时，加强与农业科研机构、高校合作，开展技术创新与项目合作，推动农业产业现代化发展，实现企业与农业产业互利共赢。

公益善举，传递大爱

我们秉持“让爱更有能量”的公益理念，积极投身社会公益事业。在教育扶贫、医疗救助、救灾赈灾等领域持续发力，为贫困地区学校捐赠教学物资，改善教学条件；支持偏远地区医疗义诊活动，助力提升基层医疗服务水平；在面对自然灾害时，迅速响应，积极捐赠物资，帮助受灾群众渡过难关，用实际行动诠释企业的社会责任与担当，传递东鹏的温暖与爱心。

回顾2024年，我们在可持续发展道路上砥砺前行，收获满满。凭借在社会责任履行、绿色发展实践等方面的突出表现，荣获“2024中国制造业上市公司社会责任五星金奖”等多项殊荣。这些荣誉既是对我们过往工作的高度认可，更是激励我们不断奋进的强大动力。展望2025年，东鹏饮料将继续坚守“为消费者提供健康功效饮品、为员工搭建事业平台、为股东创造合理回报”的企业使命，深化可持续发展战略，持续提升企业核心竞争力，积极履行社会责任，向着“打造中国领先的饮料集团”这一宏伟目标奋勇前行，为推动经济发展、社会进步与环境保护贡献更多东鹏力量。

东鹏饮料集团 董事长



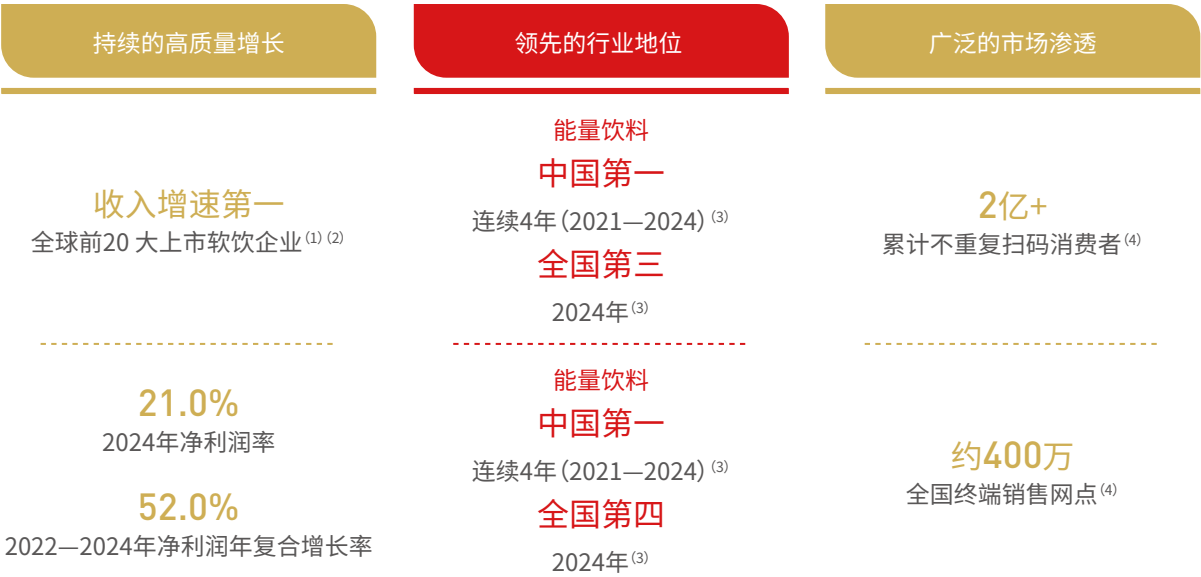
关于东鹏饮料

公司简介

东鹏饮料(集团)股份有限公司于2021年5月27日在上海证券交易所主板上市,股票代码:605499,股票简称:东鹏饮料。

公司主营业务为饮料的研发、生产和销售,旗下拥有东鹏特饮、东鹏补水啦、鹏友上茶、果之茶、多喝多润、东鹏大咖、海岛椰、油柑汁等品牌。公司在能量饮料领域持续深耕,以消费者需求为导向,已初步构建起以能量饮料为主线,以电解质饮料、茶(类)饮料、咖啡(类)饮料、植物蛋白饮料和果蔬汁饮料等新的品类领域作为战略协同的多元产品矩阵,持续发展多品类市场布局与品牌认知,逐步从单一品类向多品类的综合性饮料集团稳步发展。

东鹏饮料加速生产基地建设,布局全国12个生产基地,包括广东、广西、安徽、重庆、浙江、湖南、天津、云南等。同时,公司建立起网点众多、覆盖面广、渗透力强的全国性销售渠道,全国地级城市覆盖率达100%,为多品类发展以及产能全国化布局提供有力支撑。



注:
(1)根据弗若斯特沙利文报告,前20大排名基于2024年全球销量
(2)收入增速基于最新可得财务资料的过去12个月收入同比增速
(3)根据弗若斯特沙利文报告,按销量记
(4)截至2024年12月31日

企业文化

东鹏饮料愿景
让奋斗者拥有拼搏的能量

东鹏饮料战略目标
成为中国能量饮料第一品牌

东鹏饮料使命
为消费者提供健康功效饮品
为员工搭建事业平台
为股东创造合理回报

东鹏饮料核心价值观

简单:因为信任,所以简单;因为简单,所以高效;简单相处,用心做事
诚信:赢得最佳诚信雇主;成为最优诚信伙伴;成就最好诚信员工
协作:有人负责,我全力配合;没人负责,我主动负责
拼搏:拼一把,成就自我价值;博全力,达成东鹏目标



荣誉图片

07

多元化产品品类

东鹏饮料不断探索和拓展饮料新品类,已形成能量饮料和电解质饮料业务“双引擎”,同时涵盖茶饮料、植物蛋白类饮料、咖啡饮料、果蔬汁类饮料系列,形成全面且均衡发展的多品类产品矩阵。其中,电解质饮料“东鹏补水啦”自2023年上市即引爆市场,凭借精准的“快速补充电解质”定位,2024年全年销售额同比激增280.37%,形成与原有能量饮料产品协同发展的“双子星”矩阵。



全链路销售渠道

公司持续强化渠道管理与全球化通路建设。在巩固商超、便利店等线下场景优势基础上,全面布局天猫、京东、拼多多等传统电商及抖音、小红书、有赞微商城等新兴社交媒体平台,创新开展直播带货等新零售模式,深度融合传统经销体系与数字化能力,实现消费场景全域触达。

2024年3月长沙基地投产与天津基地开工标志着全国12大生产基地网络成型,覆盖广东、广西、安徽、重庆等核心区域,为国内市场精耕与国际市场开拓提供产能保障,奠定品牌全球化发展的战略基石。

2024年,公司经销商数量3,193家,地级城市覆盖率达到100%,全国活跃终端网点数目持续稳定增长至近400万家,已投产基地设计产能超480万吨/年,累计不重复触达终端消费者超2.1亿。



大声量品牌宣传

公司紧紧围绕“为国争光，东鹏能量”的品牌主张，凭借“精准定位+高效触达”策略，持续强化消费者心中累困时刻首要联想的品牌符号。2024年，以巴黎奥运会为契机，公司携手央视总台，将“东鹏能量”与奥运精神紧密结合，成功入选央视强国品牌，并荣获“中央广播电视总台巴黎奥运会营销顶级合作伙伴”称号。

报告期内，公司实施全方位、多维度营销策略，持续围绕“8群20类”重点人群开展线上线下整合营销传播，为每一份拼搏提供能量支持；在运动人群的精准营销上不断突破创新，把握世羽联世界巡回赛总决赛、汤尤杯、斯诺克世锦赛、中国街头田径赛等热点顶级体育赛事、赞助多地马拉松深度影响运动人群，深度植入HHI街舞锦标赛引爆商圈人潮。



同时，公司实施年轻化战略，与多种IP联动，公司连续三年赞助王者荣耀顶级职业联赛，首次联动《欢乐斗地主》，并与古风武侠手游《逆水寒》推出“鹏友上茶”主题合作，强化品牌与年轻群体的情感联结。在影视综艺内容植入方面，公司冠名天津卫视春节相声春晚及《我在横店打篮球》网络综艺，在《我的阿勒泰》《玫瑰的故事》《狐妖小红娘》《墨雨云间》《大梦归离》《城中之城》《猎罪图鉴2》《唐人街探案2》《鸣龙少年》等热门影视剧进行深度植入及赞助，全面形成传播矩阵。



数说2024



经济绩效

营业收入

158.39亿元

净利润

33.27亿元

基本每股收益

6.40元/股

资产总额

226.76亿元



环境绩效

环保投入

2,153.41万元

环保培训

30次

三废排放达标率

100%

单位产量温室气体排放量较去年同比下降

9.59%

单位产量耗电量较去年同比下降

0.46%

单位产量天然气耗用量较去年同比下降

10.05%

单位产量耗水量较去年同比下降

7.45%

中水回用量

45.57万吨



公司治理绩效

发布定期报告和临时公告共计

104份

投资者交流活动

140+场

派发2023年度现金红利

100,002.50万元

拟分配2024年度现金红利

130,003.25万元



社会绩效

研发投入

6,267.13万元

2024年新增授权专利

23项

累计获得授权专利

104项

员工数量

10,985人

员工直接培训人数

3,048人

培训课时

33,000+小时

职业健康体检率

100%

对外捐赠及公益项目总投入

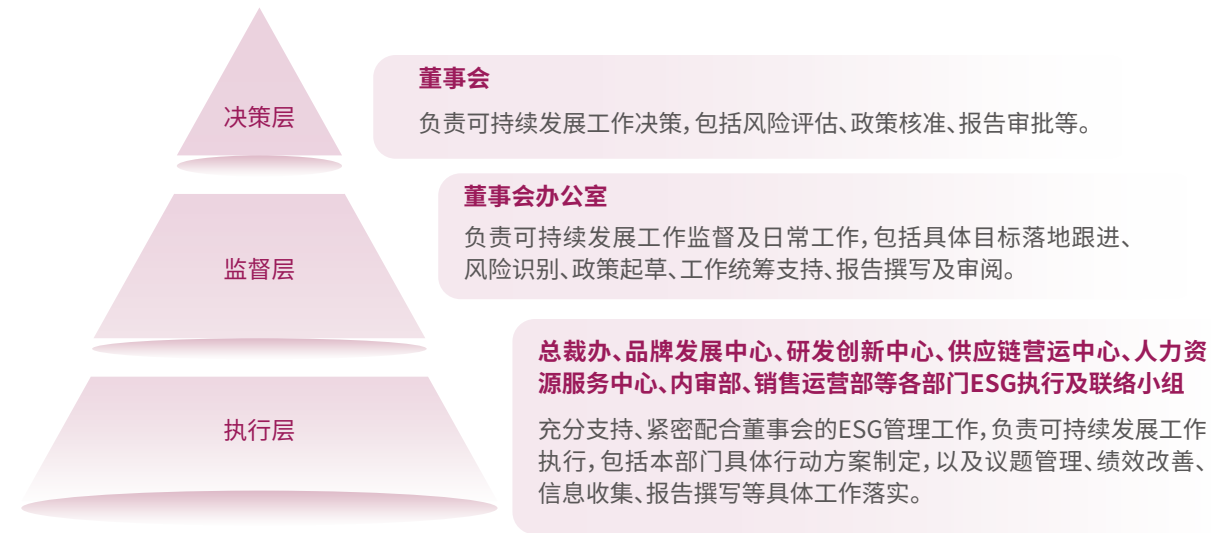
3,835.86万元

可持续发展管理

可持续发展工作机制

治理架构

公司构建了职权清晰、分层管理的“决策层-监督层-执行层”三级架构,持续加强董事会在公司可持续发展事务中的监督与参与力度,积极主动将可持续发展因素融入公司发展战略、重大决策与生产经营。董事会作为可持续发展管理的决策层,审议和监督所有可能对公司业务或运营产生影响,对股东和其他利益相关方的利益产生影响的可持续发展相关事宜;各专业委员会协助开展相关工作,使可持续发展工作与公司业务发展协同推进。报告期内,公司积极投身可持续发展实践,持续开展ESG规划与设计,以此强化公司治理层对可持续发展工作的全面参与和责任落实。



东鹏饮料可持续发展管理架构及职责

可持续发展培训

为进一步推动公司可持续发展工作的开展,提升员工对可持续发展理念的认知与实践能力,东鹏饮料邀请外部专家莅临公司开展交流,结合公司实际情况,讲解了公司在可持续发展方面的工作要点与改进方向,为员工们带来了全新的思路与启发,激发员工对可持续发展的责任感与积极性,培育员工主动参与可持续发展行动的意识,形成企业内部全员推动可持续发展的良好氛围,从而为公司可持续发展注入强劲动力。

可持续发展目标

东鹏饮料积极响应联合国可持续发展目标(SDGs),通过对标SDGs,推进公司可持续发展实践,携手利益相关方共创可持续未来。

1 无贫穷

到2030年,在世界各地消除一切形式的贫穷

公司举措

助力贫困患者免费治疗;连续4年捐赠物资扶贫助学

2 零饥饿 消除饥饿,实现粮食安全,改善营养状况和促进可持续农业 公司举措 连续多年进行困难家庭米面捐赠	9 产业、创新和基础设施 建立有复原力的基础设施,促进具有包容性和可持续产业化,促进创新 公司举措 夯实产品研发体系,加强产品营养健康研究;开展产学研合作,共促产业技术创新
3 良好健康与福祉 确保健康的生活方式,促进各年龄段人群的福祉 公司举措 培养品质意识,宣扬食品安全文化;畅通员工沟通渠道,捐献爱心保障员工福祉;持续支持乡村医疗基础设施	10 减少不平等 减少国家内部和国家之间的不平等 公司举措 尊重员工差异化,营造平等、多元、包容的工作环境
4 优质教育 确保包容、公平的优质教育,促进全民享有终身学习机会 公司举措 发起乡村公益,支持体育软硬件配套;依托数字化学习平台,为员工提供多元化的能力发展项目	11 可持续城市和社区 建设包容、安全、有抵御灾害能力和可持续的城市和人类住区 公司举措 重大自然灾害物资捐赠;固体废弃物100%合规处置
5 性别平等 实现性别平等,增强所有妇女和女童的权能 公司举措 坚持男女同工同酬,为女性员工提供多项福利	12 负责任消费和生产 采用可持续的消费和生产模式 公司举措 采用更加环境友好的生产材料,促进负责任生产;践行循环经济理念,推进可持续包装管理,加强可循环利用材料回收
6 清洁饮水和卫生设施 为所有人提供水和环境卫生并对其进行可持续管理 公司举措 加强水资源的全生命周期管理,提高循环水使用比例	13 气候行动 采取紧急行动应对气候变化及其影响 公司举措 开发节能降耗项目,提高非化石能源使用比例;推动低碳运输
7 经济适用的清洁能源 确保人人获得负担得起的、可靠和可持续的现代能源 公司举措 开发应用节能技术,建设应用光伏发电	16 和平、正义与强大机构 创建和平、包容的社会以促进可持续发展,让所有人都能诉诸司法,在各级建立有效、负责和包容的机构 公司举措 强化合规运营,建设诚信文化,保障投资者投资
8 体面工作和经济增长 促进持久、包容和可持续经济增长,促进充分的生产性就业和人人获得体面工作 公司举措 拓宽招聘渠道,完善员工薪酬福利体系	17 促进目标实现的伙伴关系 加强执行手段,恢复可持续发展全球伙伴关系的活力 公司举措 参与标准编制与修订;组织经销商培训

利益相关方沟通

公司建立常态化沟通机制,积极开展多形式沟通,了解各利益相关方对于公司环境、社会及治理相关议题的期望与反馈,从而识别可持续发展风险与机遇。

利益相关方	关注重点	沟通及表现形式
 消费者	安全、健康功效的产品 完善的客户服务	品质领先战略 产品可追溯制度 产品质量安全文化 满足消费者多元化需求 消费者多渠道沟通
 股东与投资者	保障出资人权益,投资回报 规范治理与稳定经营 防范经营风险 投资者保护 创新发展及可持续增长	公司年报、公告等信息披露 组织投资者开放日等 投资者交流活动 产品研发与创新
 政府与监管机构	引领行业发展 守法合规 依法纳税 商业道德	依法合规经营 按时足额纳税 信息披露 完善反腐败机制
 供应商与合作伙伴	遵守商业道德、诚实守信 推动产业链健康发展 互利共赢、共同成长 反腐败	供应商准入及管理制度 廉洁采购政策 推行绿色采购 数字化管理
 员工	福利与权益 员工成长与发展 职业健康与安全	薪酬福利健全 保障合法雇佣、同工同酬 晋升通道,职业培训 生产安全管理 员工关怀及文化建设
 社会公众及媒体	积极回馈社会 扶贫助困,社会关怀 公益慈善 媒体沟通	开展公益慈善 支持医疗卫生事业 助力乡村体育教育 社会救援
 环境	减少污染 资源节约 落实“双碳”目标	完善能源管理体系 水资源循环利用 光伏发电 倡导低碳节能

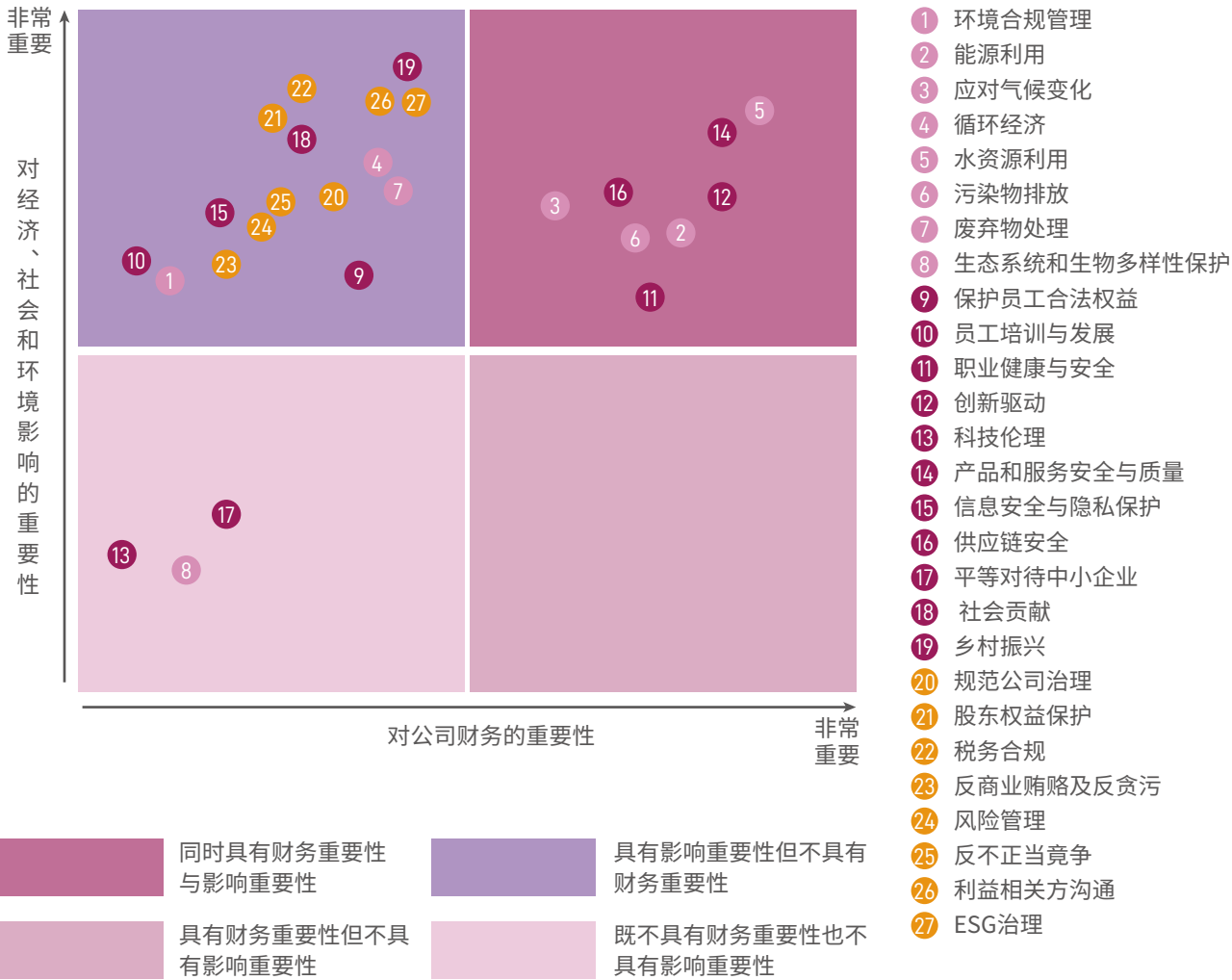
重要性议题管理

评估流程与方法

公司充分参考《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告(试行)》(以下简称“《指引》”),并紧密结合所处行业特性及公司经营实际情况,全面评估公司在各相关议题方面的表现状况,判断其是否会对经济、社会以及环境层面产生重大影响(即影响重要性),同时考量每个议题是否会对公司商业模式、业务运营、发展战略、财务状况、现金流、融资方式及成本、价值链等带来较大影响(即财务重要性)。通过对此双重重要性的考量,同时参照国际主流可持续发展报告标准相关要求,对公司议题库内议题进行重要性分析,具体实施步骤如下:

议题评估流程	分析方法
步骤一:了解公司背景	基于全球大趋势、中国产业发展趋势的宏观环境、所处行业、公司的商业模式进行分析,识别公司的利益相关方与公司面临的影响、风险与机遇。
步骤二:议题初步筛选	使用《指引》中设置的21个议题作为议题清单基础,参考GRI标准以及国内外同行业相关议题,对标联合国可持续发展目标SDGs,建立公司2024年度ESG议题库,共计27个议题。
步骤三:议题重要性评估	①影响重要性评估 梳理各议题对外部环境、社会和经济的潜在或实际的正面或负面影响,通过问卷的形式对利益相关方开展调研分析,回收了75份问卷,结合专家判断,评估出具有影响重要性的议题。 ②财务重要性评估 通过影响、依赖性和其他因素分析,结合专家判断,以及公司各部门风险识别和评估清单,识别和评估相关议题下的风险和机遇,评估出具有财务重要性的议题。
步骤四:议题确认与审批	形成影响重要性和财务重要性议题清单,并确保相关议题透明、平衡且完整地披露于报告中。

重要性议题识别结果



维度	议题	重要性说明
E	环境合规管理	影响重要性
	能源利用	双重重要性
	污染物排放	双重重要性
	循环经济	影响重要性
	水资源利用	双重重要性
	废弃物处理	影响重要性
	应对气候变化	双重重要性
	生态系统和生物多样性保护	既不是财务重要性,也不是影响重要性
	保护员工合法权益	影响重要性
S	职业健康与安全	双重重要性
	员工培训与发展	影响重要性
	创新驱动	双重重要性
	产品和服务安全与质量	双重重要性
	信息安全与隐私保护	影响重要性
	科技伦理	既不是财务重要性,也不是影响重要性
	供应链安全	双重重要性
	社会贡献	影响重要性
	平等对待中小企业	既不是财务重要性,也不是影响重要性
G	乡村振兴	影响重要性
	规范公司治理	影响重要性
	股东权益保护	影响重要性
	税务合规	影响重要性
	反商业贿赂及反贪污	影响重要性
	风险管理	影响重要性
	反不正当竞争	影响重要性
	利益相关方沟通	影响重要性
	ESG治理	影响重要性

03

用守正诠释信任

我们的理念

公司持续完善治理体系,积极开展信息披露,拓宽投资者沟通渠道,推动规范治理水平,实现高效治理;视合规为公司高质量发展的基石,恪守依法经营原则,健全内控监管机制,优化制度流程建设,培育全员合规文化,护航企业行稳致远发展。

我们的行动

坚持党建引领、规范公司治理、深化合规体系建设、加强风险管控、信息披露公开透明、股东权益保护、坚守商业道德

响应的SDGs

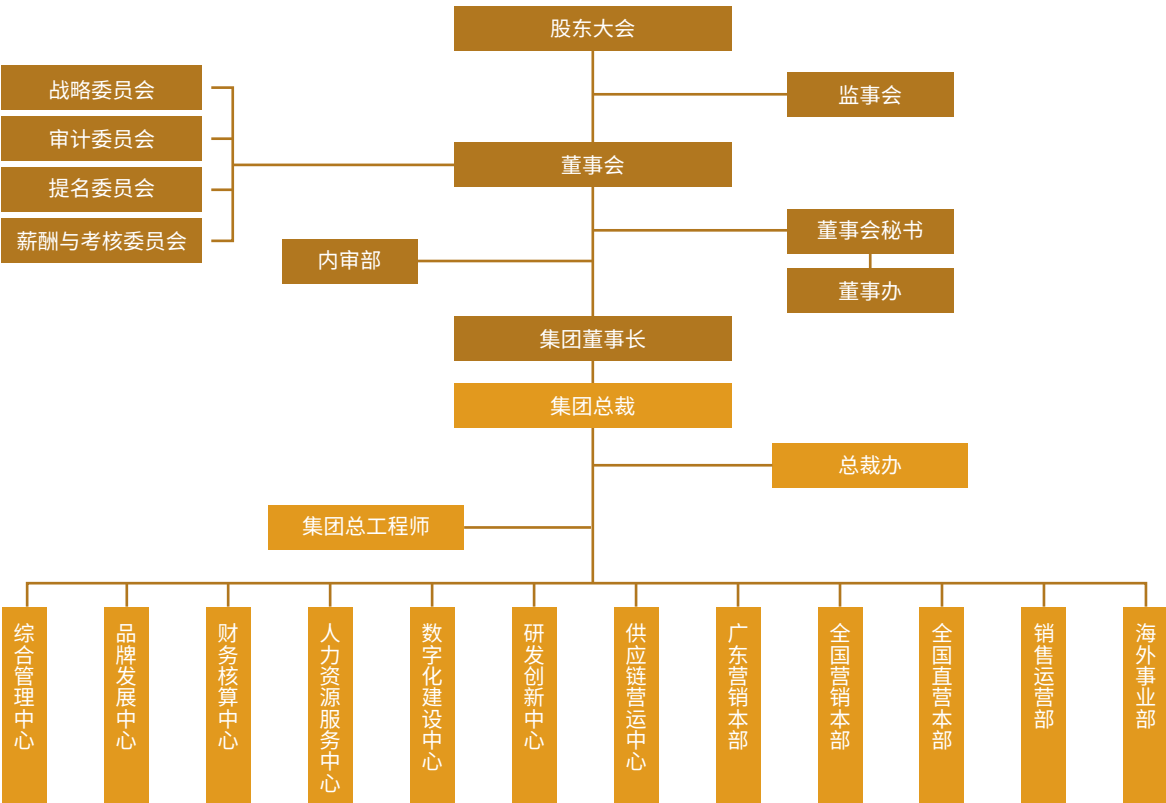


规范公司治理

卓越的公司治理是东鹏饮料稳健发展的核心支柱与坚实保障。公司不断优化治理架构,系统构建内部控制与管理制度,全面提升治理效能,确保运营合规高效,为长远可持续发展奠定坚实基础。

治理架构

公司严格按照《中华人民共和国公司法》(以下简称“《公司法》”)《中华人民共和国证券法》(以下简称“《证券法》”)《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律法规要求,制定了《东鹏饮料(集团)股份有限公司公司章程》(以下简称“《公司章程》”)等内部管理制度,建立健全由股东大会、董事会、监事会构成的治理结构。三者根据《公司章程》各司其职,权责明确、密切协作,形成科学规范、高效运作的治理机制,在报告期内,不断完善管理制度,推动规范治理水平,促进公司持续发展。



东鹏饮料2024年度组织架构图¹

¹注:
(1)2025年,公司股东大会改为股东会;
(2)公司战略委员会于2025年3月更名为战略与可持续发展委员会;
(3)公司监事会于2025年4月取消,由董事会审计委员会来行使监事会职权,已经过股东会审议。

三会运作

股东大会

股东大会是公司的最高权力机构。公司严格按照《公司法》《公司章程》和《股东大会议事规则》等有关规定,规范股东大会召集、召开、表决等程序,确保公司所有股东、特别是中小股东享有且充分地行使法律法规和《公司章程》赋予的权利,从而有效维护股东权益。

董事会

董事会是公司的决策机构,对股东大会负责。董事会严格按照《公司章程》《董事会议事规则》等规定履行职责,董事会会议的召集、召开、表决等程序均符合相关规定的要求。董事会下设战略、审计、提名、薪酬与考核四个专门委员会,各专门委员会严格按照《公司章程》和各专门委员会议事规则的规定履行职责,为董事会议事决策的专业和高效提供充分保障。公司历次董事会会议记录保存安全,内容真实、准确、完整,会议决议做到充分准确且及时披露。

关键绩效

2024年,公司共召开股东大会4次,审议议案21项。

关键绩效

公司召开董事会

会议13次,审议议案62项
董事会出席率100%

战略委员会

召开会议1次
审议议案1项

薪酬与考核委员会

召开会议1次
审议议案2项

召开专门委员会

会议11次
审议议案24项

审计委员会

召开会议7次
审议议案18项

提名委员会

召开会议2次
审议议案3项

◎ 董事会多元化

公司董事会成员的多样社会经济背景,会为公司战略制定带来多样视角,促进董事会高效运行。公司注重董事会在性别、文化、专业技能等方面的多元化建设。2024年,公司有3名女性董事,占董事会成员的比例为1/3。公司现有董事会成员拥有营销、金融、财务、法律等多个领域的行业经验,具备履行职务所需的知识、技能和素质。

◎ 董事会独立性

公司独立董事监督重大事项、提供专业建议、参与董事会决策、发表独立意见,促进董事会有效运行。2024年,公司共有董事会席位9名,其中,独立董事席位3名,占董事会席位的比例为1/3。

监事会

根据《公司章程》的规定,公司监事会由3名监事组成,其中一名为职工代表监事,人数和人员构成符合法律法规的要求。监事对股东大会负责,对公司财务以及公司董事、高级管理人员履行职责的合法性进行监督,维护公司及股东的合法权益。公司监事会会议的召集、召开、表决等程序符合《公司章程》《监事会议事规则》的规定。

关键绩效

2024年,公司共召开监事会会议12次,审议议案36项。

管理层

截至2024年末,公司设有6位高级管理人员,管理层由管理、金融、财务、品牌、营销等领域专家组成,团队拥有丰富的行业背景及经营管理经验,协助公司把握市场机遇、高效经营管理。

关键绩效

2024年,女性高管占管理层人数的比例为16.67%。

薪酬管理

公司基于上市公司治理规范,制订董监高人员的薪酬激励方案。董监高人员的薪酬结构由固定薪酬和年度绩效奖金构成,其中年度绩效奖金根据董事会整体绩效完成情况(如战略目标达成率、集团利润率等)发放浮动奖金。公司在着眼于当前业绩和贡献的同时,也关注了对未来发展和长期价值创造的激励,将高层管理人员和核心员工的利益与公司的长远目标紧密相连。

合法合规经营

公司以符合经营发展需要的合规管理模式,落实各项业务活动及流程,通过建立完整且运行有效的内部控制体系,加强监督监察和评价工作;积极完善内部监察机制,定期开展合规培训,营造全员参与的合规文化氛围,为公司稳健经营和长远发展提供坚实保障。

合规治理

◎ 合规体系

持续深化合规体系建设,覆盖人力资源、社会责任、企业文化、资金活动、募集资金使用和管理、采购业务、资产管理、销售业务、研究与开发、工程项目、财务报告、信息披露管理、预算管理、合同管理、海外业务等各关键业务流程。

◎ 制度规章

公司遵循《公司法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《企业内部控制基本规范》《上海证券交易所上市公司内部控制指引》及其他适用的配套指引等法律法规的要求,持续健全各项规章制度,制定《内部控制与风险管理制度》及其配套管理流程。

◎ 监管部门

内审部:负责公司年度合规审计、日常合规行为调查等。
法务部:负责公司合规事件法务层面的协同处理。

内控体系

公司设置内审部,配备专职审计人员,在董事会审计委员会领导下独立行使职权;作为日常办事机构,按照有利于事前、事中、事后监督的原则,专门负责对公司经营活动和内部控制执行情况的监督和检查,并出具专项审计报告。公司通过日常和定期内控梳理、整改和评价,实现业务运营风险与合规缺陷的及时全面识别和有效整改,降低业务运营风险。

2024年,公司进一步加强内部控制与风险管理体系建设,开展各类内部审计项目11个,识别生产及经营所涉及的业务流程风险49项,并采取相应措施对发现的问题及风险进行控制及整改,整改完成率达100%。

合规培训

为加强员工合规意识,公司组织开展《公司法要点解读》《劳动法律法规与实务培训》《商法投资法律培训》《营销民法实务培训》等多个业务模块的合规培训,确保全体员工在日常工作中能够严格遵守相关法律法规,降低企业运营风险,提升整体合规管理水平。

关键绩效

2024年,公司开展法律法规培训4场,参训人次达207人次,共计18课时。



税务管理

公司严格遵循《中华人民共和国税收征收管理法》《中华人民共和国增值税暂行条例》《中华人民共和国企业所得税法》等国家相关法律法规和政策的规定,制定《税务核算及缴交流程》,不断完善税务管理体系。公司严格按照税务处理流程,积极履行纳税义务。同时,加强内部管理、关注政策变化、持续跟踪税负等防范税务风险,确保税务合规与经营发展的协同共进。



关联交易管理

为规范公司关联交易决策程序,防止关联交易损害公司和非关联股东的利益,公司遵守《公司法》《证券法》等相关法律法规,严格执行关联回避机制。东鹏饮料始终秉持公平、公正、公开的原则与各关联方开展交易,确保公司关联交易行为不损害公司和股东的利益。

维护投资者权益

东鹏饮料持续优化信息披露机制,确保信息传递的及时性、准确性和全面性。同时,公司持续优化投资者关系管理,提升决策透明度,以实际行动维护投资者的合法权益,携手各方共同创造长期价值。

信息披露透明

公司积极开展信息披露,严格按照有关法律法规及公司《信息披露管理制度》的要求履行信息披露义务,通过中国证监会指定披露渠道,真实、准确、完整、及时地披露有关信息,持续提升信息披露质量,促进信息披露公开透明,维护股东知情权,确保所有股东公平、及时了解公司情况。报告期内,公司不存在因信息披露违规受到监管机构批评、谴责或处罚的情况。

关键绩效

2024年,公司对外发布定期报告**4**份,临时公告(含公告编号)**100**份。

投资者关系管理

公司全方位完善投资者关系管理,通过电话、电子邮箱、投资者关系互动平台、公司官方网站“投资者关系”专栏、业绩说明会,多渠道、多层次与投资者进行有效沟通交流,增进投资者对公司的了解和认同。

关键绩效

2024年,公司通过业绩说明会、组织调研参访、参加券商策略会、路演、反路演及电话交流会等多种方式与各级投资者进行深度交流超**140**场,共计交流覆盖境内外投资机构**1,000**余家,同时对“上证e互动”平台的**28**条投资者问题进行了解答。

股东权益保护

公司根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》及《公司章程》有关规定,制定《未来三年(2024-2026年)股东分红回报规划》,在积极回报股东的同时兼顾公司实际经营情况和可持续发展,进一步完善和健全公司科学、持续、稳定的利润分配政策。

2024年5月17日,东鹏饮料2023年年度股东大会作出决议,以400,010,000股普通股为基数,向全体股东分配2023年度利润,每10股派发现金红利25元(含税),共计派发现金红利**100,002.50**万元。

2021年5月27日至2024年12月31日,公司共进行5次利润分配,合计派发现金红利**400,010**万元。

2025年公司拟分配2024年度现金红利**130,003.25**万元。

坚守商业道德

东鹏饮料始终将坚守商业道德与保持清正廉洁视为企业稳健发展的基石。公司持续深化反腐败、反舞弊工作,将廉洁文化融入日常管理、运营及外部合作的每一个环节,为构建良性、可持续的商业社会生态贡献东鹏力量。

诚信文化建设

公司高度重视诚信经营,视诚信为公司核心价值观之一,并建立健全反贪腐制度。新修订并严格执行《员工手册》《纪律处分管理制度》《亲属回避管理办法》《管理干部基本行为准则八条》,严禁职务侵占、商业贿赂等违规违纪行为;明确员工行为准则及公司各项规章制度;定期组织关键岗位员工进行廉洁从业谈话,并签订《员工廉洁承诺书》,组织采购人员进行廉洁宣誓,强化员工的行为规范及诚信意识。此外,公司下发《关于规范礼品管理的通知》并持续进行廉洁宣传,提醒员工拒绝收受各利益相关方的礼品及礼金馈赠。

我们积极在全公司范围开展诚信合规宣贯工作,定期组织反贪腐培训、舞弊事件查处通报等活动;对各职能中心、营销本部、生产基地等关键岗位员工开展廉洁恳谈,提升全员廉洁意识,持续促进公司诚信文化建设。

董监高层面	专门录制线上课程《内部审计知识与实务》，以便董监高人员学习
员工层面	在年度总结及经销商大会上开展反商业贿赂与反贪污方面专业培训，树立廉洁诚信的工作作风
供应商层面	每两年举办供应商大会，通过现场宣导宣誓等形式，与供应商共同打造健康向上的商业环境
全体人员	每年在重要节假日向全公司员工发布不收合作伙伴好处通告，并把“不收下属、合作伙伴任何好处”写进干部行为准则之中。



公司坚持公平竞争、诚信廉洁，恪守并强化正确的商业道德导向，建立健全反舞弊体系。我们秉承“阳光诚信，舞弊零容忍”的工作原则，持续强化内部监察体系，制定了《投诉举报管理办法》，确保公司业务公平、公正、透明。公司已设立专门的举报渠道，鼓励内外部利益相关方对任何有疑似违法、违规或不正当的行为进行举报，并对举报人信息严格保密，视情况对举报人进行奖励。

内审部负责各类合规情况进行审计,联合相关职能部门对举报事件进行调查处理。公开的举报渠道包括邮箱、电话等,内部员工也可通过企业微信举报违反廉洁自律、舞弊等行为。同时,公司具有举报人保护机制,对举报人信息将严格保密,对泄露举报相关信息的人员将严肃处理,对打击报复的情况将追究到底。

 举报信函地址 广东省深圳市南山区珠光北路142号明亮科技园东鹏饮料集团内审部(收)

公司按照风险管理制度管控采购与销售风险,完善采购与销售的反舞弊合规管理。2024年,公司对经销商、供应商开展全面尽职调查工作,及时对存在的问题和风险提出整改建议和意见,对重点经销商、供应商开展现场走访工作。公司与外部合作伙伴签订的合同包含廉洁条款,并签署《商业合作廉洁协议承诺书》《审计承诺函》等,保障双方的合法权益,反对任何商业欺诈。我们在年度供应商大会、经销商大会持续宣贯反舞弊理念,提升合作伙伴合规意识,共筑诚信正直的合作关系。对于出现违反《廉洁协议》规定的合作伙伴,根据违反的严重程度进行处理,直至淘汰,并追究相关责任。

东鹏饮料以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大精神，将党建工作作为引领企业高质量发展的核心引擎。2024年，公司党委持续践行“党建工作抓实了就是生产力、抓细了就是竞争力、抓好了就是凝聚力”的理念，通过推进思想教育学习、优化党建基地建设、开展党建共建活动等举措，将党建与ESG战略深度融合，推动形成“党建+责任治理”的创新模式，有力推动公司各项业务的蓬勃发展。报告期内，公司党支部荣获“四星级党支部”荣誉称号。



04

用行动诠释绿色

我们的理念

东鹏饮料以实际行动践行绿色发展,加强生态文明建设,开展应对气候变化工作,加强环境保护体系建设,强化污染管控与资源高效利用,实现企业与自然和谐共生。

我们的行动

应对气候变化、完善环境管理体系、污染物防控、加强能源与水资源利用、推进循环经济建设

响应的SDGs



应对气候变化

随着全球变暖的加剧, 极端天气的频繁发生, 应对气候变化正成为企业必须面对的课题。东鹏饮料积极应对气候变化可能给公司带来的机遇与挑战, 响应国家“双碳” 目标, 持续探索气候行动方案。

治理

东鹏饮料积极响应国家政策, 建立健全气候风险管理机制和管理体系, 保证公司各部门充分发挥自身职能, 共同推进应对气候变化相关工作。

战略

东鹏饮料依照TCFD (Task Force on Climate Related Financial Disclosure, 气候相关财务信息披露) 的建议, 对气候变化相关的风险和机遇进行评估, 并通过有效措施应对气候变化对公司业务运营和可持续发展带来的影响。

风险/ 机遇类型	风险/ 机遇描述	发生的 可能性 ²	影响时间 范围 ³	预期财务 影响	应对措施	
物理风险	急性 风险	低温、雨雪、暴雨、台风等极端天气可能造成厂房、仓库、运输系统等基础设施损坏	中	短中期	工厂生产及原材料供应都会受到影响,导致生产或服务中断,造成成本上升,收入减少	1、建立健全应急管理机制,制定应急预案 2、对重要设备采取加固、防护等保护措施 3、及时了解原材料的供应情况,建立供应链风险管理机制
	慢性 风险	全球气候变暖引发海平面上升,导致高温、干旱等自然灾害事件发生,从而影响公司生产经营	低	中长期	影响工厂生产效率,导致收入下降	1、制定高温应急预案,实时监控温度及湿度 2、建立并完善冷链运输供应链
转型风险	政策 风险	气候相关信息披露要求日趋严格,对气候相关信息披露的及时性、准确性、透明性等要求将逐步提高	高	短中长期	增加相应的合规成本和运营成本	1、及时关注、严格遵守相关法律法规 2、持续关注监管机构、投资机构等对温室气体排放的披露要求,加强应对气候变化相关的信息披露
	技术 风险	随着国家“双碳”政策的持续推进,产业链向低排放技术过渡,面临减排技术不成熟的风险	高	短中长期	减碳设备与低排放技术转型成本增加	持续推进科技创新,积极开展与科研院校的合作,加强碳减排技术的研究与应用
	市场 风险	消费者需求向绿色低碳变化,市场竞争加剧	高	短中长期	未及时推出绿色产品,导致市场份额下降	1、针对产品包装等方面,加强绿色、低碳产品研发 2、关注消费者需求,研发环境友好产品
机遇	技术 机遇	可再生能源的应用、节能技术的研发,助力企业低碳发展及绿色转型	高	短中长期	降低运营成本	1、积极推动建设分布式光伏项目,加强绿电使用 2、生产过程中采用节能降碳技术,减少温室气体的排放
	产品和 服务	推动绿色包装与绿色产品的研发,有助于企业满足消费者需求,开拓市场	高	短中长期	市场份额扩大,收入增加	加强环境友好产品研发与绿色包装改进

²发生可能性是指风险/机遇发生的频次间隔、发生的可能性, 主要根据历史发生的概率、外部情景、政策实施的进展和专家预测判断。发生可能性从“低”到“高”。

³影响时间范围是指不同的气候相关风险和机遇将在不同时间段对公司产生影响, 公司将影响的时间范畴划分为短期(0-1年)、中期(1-5年)、长期(5年以上)。

影响、风险和机遇管理

东鹏饮料积极开展应对气候变化工作,持续完善气候风险管理流程,参考国内外气候政策标准识别、评估气候变化带来的风险与机遇,并制定科学的气候变化应对方案。

气候变化风险管理流程

风险识别	参考TCFD的建议披露框架,公司依据国家现行的法律法规以及政策要求,关注国内外可持续发展的动态趋势,充分考量公司的实际运营状况,识别出公司在应对气候变化方面面临的风险和机遇。
风险评估	在风险识别的基础上,公司对气候变化风险和机遇发生的可能性、影响周期以及可能造成的主要财务影响进行评估。
风险应对	采取风险应对措施,从而降低或消除气候变化风险对自身运营和财务状况的不利影响。

指标与目标

东鹏饮料秉承绿色发展理念,制定相关目标,更好地评估应对气候变化相关工作落实情况。

指标	目标	达成情况
温室气体排放强度	在2030年较2024年下降15-20%	正在推进

碳排放管理

从2022年下半年开始,公司积极响应国家“双碳”战略,通过光伏发电、技术改造、绿色办公等方式,积极开展温室气体减排工作,践行绿色低碳发展理念。截至2024年,已经实现光伏发电的生产基地有增鹏、华鹏、海鹏、庆鹏、桂鹏、浙鹏、徽鹏、湘鹏八个。

关键绩效

报告期内,公司8个生产基地光伏发电量为**24,957.6**兆瓦时;
减少温室气体排放**20,490.19**吨二氧化碳当量;
单位产量温室气体排放量**0.04**吨二氧化碳当量/吨产品,较2023年同比下降**9.59%**。

指标	单位	2022年	2023年	2024年
温室气体排放量(范围一)	吨二氧化碳当量	41,531.54	46,674.09	60,322.47
温室气体排放量(范围二)	吨二氧化碳当量	71,016.22	93,291.98	121,480.79
温室气体排放总量(范围一和范围二)	吨二氧化碳当量	112,547.76	139,966.07	181,803.26

环境合规管理

东鹏饮料始终秉持着尊重自然、保护环境的理念,将低碳与环保意识深度融入运营的每一个环节,并积极付诸行动。

环境管理

治理

公司严格遵循国家环境相关法律法规和运营所在地要求,坚持环保信息公开,以外部监督促进内部环保提升。公司建立健康、安全与环境(HSE)管理体系,实现对水资源、能源以及三废排放的全面管理,提升整体环境绩效评价。同时,我们以内部《环境因素识别与控制程序》等制度,指引下属各工厂制定符合实际的环保管理制度和应急预案,统筹全公司范围内的环保工作。

公司积极推行清洁生产,成立清洁生产管理领导小组,由总经理任组长,公司生产部副总经理任副组长。公司优先采用资源利用率高和污染物产生量少的清洁生产技术、工艺和设备,对在节约能源、消除污染、清洁卫生等方面表现优秀的员工给予一定奖励。

环境法律法规	公司环境管理制度
《中华人民共和国环境保护法》	《环境因素识别与控制程序》
《中华人民共和国环境影响评价法》	《应急准备和响应控制程序》
《中华人民共和国水法》	《环境监测控制程序》
《中华人民共和国大气污染防治法》	《合规性评价程序》
《中华人民共和国水污染防治法》	《废弃化学品管理细则》
《中华人民共和国环境噪声污染防治法》	《污水处理设施操作保养规范》
《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》	《废气处理设施操作保养规范》
《建设项目环境保护管理条例》	《环境及职业健康安全检查制度》
《建设项目竣工环境保护验收管理办法》	

报告期内,公司未发生重大环保事故和环境领域违法违规事件;公司下属基地当中:桂鹏、莞鹏、增鹏、徽鹏、华鹏五个基地已经完成节水型企业认证;庆鹏、徽鹏、莞鹏、增鹏、华鹏完成环境管理体系ISO14001认证。



庆鹏环境管理体系认证证书



徽鹏环境管理体系认证证书



华鹏环境管理体系认证证书



增鹏环境管理体系认证证书



莞鹏环境管理体系认证证书

关键绩效

2024年,公司环保投入**2,153.41**万元。

关键绩效

2024年,公司共组织开展环保培训**30**次,参与培训**180**人,环保培训时长**206**小时。

战略

东鹏饮料一直将环境管理与污染物防控作为重点工作,积极识别和评估与自身生产运营相关的环境影响,并及时采取改进措施,不断提升自身的环保水平。

风险/ 机遇类型	风险/ 机遇描述	发生的 可能性	影响时间 范围	预期财务 影响	应对措施	
风险	政策 风险	环保法规升级(如碳排放、废水排放标准提高),导致合规成本增加或面临罚款	高	短中期	增加营运成本	1、定期跟踪政策动态 2、提前投资污水处理和碳减排技术 3、申请绿色认证争取政策补贴
	声誉 风险	污染物泄漏或环保违规事件引发公众负面舆论,损害品牌形象,影响市场份额	低	短中长期	消费者流失导致收入下降,公关成本增加	1、建立环境事故应急机制 2、加强与社区及环保组织的透明沟通
机遇	资源 风险	优化生产工艺降低水、能源消耗,减少资源浪费,长期降低成本;通过废弃物分类、回收和再利用,提高资源利用效率,减少资源浪费	高	长期	降低运营成本	1、优化生产流程,引入先进技术与设备以提升资源利用率 2、加强废弃物资源化利用,从各环节挖掘潜力,实现资源高效配置与效益转化

东鹏饮料组织开展ISO14001环境管理体系标准专项培训

2024年,东鹏饮料深化企业环境管理体系建设,组织开展了ISO14001环境管理体系标准专项培训。员工通过系统学习国际标准要求、环境因素识别及合规管理实践,环保意识与风险管控能力得到提升显著。



ISO14001环境管理体系标准专项培训

案例

☆影响、风险和机遇管理

(1) 环境风险管理

东鹏饮料高度重视环境风险管理,通过定期开展内部环保检查、委托第三方机构检测、外部监管机构环保专项检查等方式对公司的环境因素进行识别与评价,制定相应的风险防控措施,实现环境风险的有效管控。

(2) 应急预案

公司根据《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》等法律法规的规定,制定了《突发环境事件应急预案》,公司建立健全应急体系,确保在发生突发环境事件时,各项应急工作能够快速启动,避免和最大限度地减轻突发环境事件对环境造成的损失和危害。

(3) 隐患排查

为持续强化环境管理,东鹏饮料公司严格落实环保责任,各生产基地每月至少开展1次环保专项检查,全面排查环保隐患,确保生产运营符合环保标准,推动绿色可持续发展。

🕒指标与目标

东鹏饮料严格遵循环境管理体系标准,科学制定年度环保目标,对各类污染物及废弃物排放指标实施严密监控,以数据驱动环境管理优化,彰显公司在绿色发展道路上的坚定承诺与责任担当。

指标	目标	达成情况
固体废物和危险废物安全处置率	100%	已达成
大气污染物、水污染物排放指标达标率	100%	已达成

污染物防控

公司高度重视环境保护及污染防治工作,制定了废水、废气相关管理制度。每个生产基地在设计时都充分考虑周边环境的保护,各个基地在设计和建造过程中都力求减小对周边环境的影响,严格按照环评要求规范设计、建造并配套相应的环保治理设备设施,项目竣工严格按照规定进行调试、验收监测。2024年,增鹏建设项目通过环境验收,并取得了排污许可证。同时,公司按照规定开展自行监测工作,2024年公司污染物排放均达标。

指标	单位	2022年	2023年	2024年
污染物监测合格率	%	100	100	100
环保设施同步运转率	%	100	100	100
建设项目环保“三同时”执行率	%	100	100	100

公司增城生产基地是重点排污单位,在饮料生产环节主要排放污染物为废水、废气和噪声,经环保处理设施处理达标后排放。全资子公司莞鹏、华鹏、桂鹏、徽鹏、庆鹏、浙鹏和湘鹏非重点排污单位,主营业务为饮料生产,徽鹏主要排放污染物为废水和噪声,其他子公司生产环节主要排放的污染物为废水、废气和噪声,经正常运行的环保设施处理达标后排放。

增鹏废水处理采用“一级气浮+A/O+MBR膜过滤”处理工艺,废水处理设施全天候稳定运行,2024年6月,增鹏开展工业废水纳管排放调整试点,将生产废水试点排放到市政污水管网,进入中心城区净水厂进行代处理。增鹏锅炉使用清洁能源天然气为原料,锅炉烟气经烟囱收集后高空排放,二氧化硫、氮氧化物等排放指标稳定达标。针对噪音,增鹏利用隔墙、绿化等方式进行隔音降噪。此外,增鹏自2018年起委托第三方具有检验检测资质的环境检测机构,每季度进行一次三废检测,污染物的排放均达标。

污水处理设备更新

案例

2024年,公司将污水处理主要设备鼓风机从螺杆式升级为空气悬浮式,显著提升了能效,同时大幅降低了运行噪声。



空气悬浮鼓风机

废弃物处理

公司严格遵守法律法规,并按照《一般工业固体废物贮存、处置场污染控制标准》(GB18599-2001)及修改单、《危险废物贮存污染控制标准》(GB18597-2001)及修改单等国家标准,对固体废物进行合规处理、贮存和转移,通过建立台账跟踪、实时记录,确保废弃物100%合规处置。

对一般固体废物:实施垃圾分类

严格实行垃圾分类管理,各基地内专设分类垃圾站,分类收集、定时转送、妥善处理
针对具有可回收价值的物料,如废纸箱、废膜等进行集中回收处理,以最大化资源的使用价值,减少废弃物的产生

对危险固体废物:制定《危险废物管理制度》等规章制度

基地产生的危险废物按照危险废物的管理要求分类贮存于危废贮存间,仓储人员填写进入库台账
所有危险废物都交由具有危险废物处理资质和运输资质的公司处理
各生产基地积极对产生废弃物的环节进行优化,努力减少危险废物的排放

📊关键绩效

2024年,公司一般废弃物处置率100%;危险废物处置率100%。

资源管理

公司深入践行循环经济理念,通过实行节能改造、加强水资源管理、推动可持续包装、开展绿色低碳办公等措施,减少运营活动中的资源使用总量,助力建设资源节约型、环境友好型社会。

资源管理体系

治理

东鹏饮料严格遵循《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国水法》等相关法律法规,制定《清洁生产管理程序》等制度,严格控制资源消耗,提高资源利用效率,促进经济与社会可持续发展。公司作为重点用能单位,以能源管理领导小组为统筹,实行能源三级管理,建立了完善的能源管理架构及能耗统计系统,开展多角度节能改造项目,将节能工作落到实处;在各生产基地,由公司设备科对水资源消耗进行管理。

战略

公司重视资源管理,通过开展能源、水资源风险和机遇的识别与评估工作,为公司制定精准有效的应对策略提供坚实依据,助力公司在可持续发展道路上稳健前行。

能源利用风险与机遇

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生的可能性	影响时间范围	预期财务影响	应对措施
风险	能源价格波动	中	短中期	成本增加	1、与能源供应商签订长期合作协议 2、优化生产流程,提高能源利用效率,降低单位产品能耗
机遇	技术机遇	高	短中长期	成本降低、增加利润空间	1、积极探索和应用新的能源技术和节能措施 2、关注行业内能源技术创新动态,及时引进成熟的先进技术 3、持续推动光伏建设

水资源利用风险与机遇

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生的可能性	影响时间范围	预期财务影响	应对措施
风险	水资源短缺	低	短期	成本增加	加强水资源的全生命周期管理,提高水资源利用效率,降低单位产品水耗
机遇	市场机遇	高	短中长期	市场份额增加、收入上升	通过广告、社交媒体等渠道向消费者传递企业的绿色理念和举措

影响、风险和机遇管理

公司积极收集与能源供应、需求、水量、水质等相关的信息,识别潜在的风险来源,评估风险发生的可能性、影响时间范围和预期财务影响,并针对不同的风险制定相应策略。公司建立能源和水资源的监测网络,定期收集和分析监控指标数据,当风险发生变化时,及时调整风险应对策略。

指标与目标

公司结合自身实际情况,设置合理的节能、节水目标,提高能源和水资源的利用效率,减少浪费,使有限的资源能够创造更多的价值。

指标	目标内容	达成情况
水消耗强度	在2030年较2024年降低5-10%	正在推进

能源利用

公司各基地开展一系列节能降耗措施,减少了吨产品能源消耗量。与2023年相比,2024年各基地吨产品电耗由**58.40**度下降到**58.13**度,下降**0.46**%,节电量约为**889.13**万度;吨产品天然气耗由**7.46**m³下降到**6.71**m³,下降**10.05**%,节约天然气量约为**322.96**万m³,有效减少碳排放。

实施节能技改

东鹏饮料节能降耗项目	
项目名称	采用工艺
节能改造	- 生产线吹干机通过优化吹干机吹嘴装置,可减少吹干机用气点,减少压缩空气使用量 - 开展低压空压机热能回收利用项目,减少蒸汽使用量,提高蒸汽使用率 - 通过提高锅炉供气压力,减少蒸汽传输过程中的热能损失,从而提高天然气利用率 - 通过冷却塔水热量回收,提高原水进水温度,减少蒸汽使用量
建筑节能	科学合理地确定建筑朝向、平面形状、空间布局、外观体型、间距、层高、选用节能型建筑材料、保证建筑外维护结构的保温隔热等,有利于施工和维护全面应用节能技术措施,最大限度减少建筑物能耗量
工艺优化升级	- 中温湿法线优化升级为干法常温无菌线,使得瓶身消毒由气态双氧水消毒代替湿法线的液态过氧乙酸消毒和无菌水冲洗,减少了无菌水的使用量和加热无菌水的蒸汽使用量 - 酸性饮料生产结批时CIP清洗工艺优化,由原来每次的5步法调整为3步法,减少了RO水的使用量和加热RO的蒸汽使用量 - 生产线后段裹包加胶方式由原来的线喷调整为点喷,减少热熔胶使用量

指标	单位	2022年	2023年	2024年
外购电力消耗量	MWh	128,153.60	158,762.69	216,586.30
外购蒸汽消耗量	吨	61,214	87,347	143,184
天然气消耗量	万立方米	1,920.81	2,158.65	2,789.88
单位产量耗电量	度/吨产品	64.79	58.40	58.13
单位产量天然气耗用量	立方米/吨产品	11.82	7.46	6.71

推行低碳运输

东鹏饮料积极推行绿色物流,采用并优化带板运输的方式,增加运输效率,减少碳排放。同时,公司不断优化配送路线和车辆调度,减少了燃油消耗和尾气排放量。

公司建设绿色智能仓储,提升仓储作业效率,实现仓储与运输环节的高效协同,减少货物在仓储和运输衔接过程中的停留时间和能源浪费,进一步降低供应链整体的碳排放。

绿色仓储	- 通过仓储智能化建设、推拉器运用、带板运输等整板装车推进,提升仓储作业效率 - 节约照明时间并采用高效通风设备,有效节约电能 - 叉车电池由铅蓄电池升级为锂电池,由橡胶轮胎升级为环保轮胎,减少环境污染 - 存货载体采用共享托盘模式,借势共享经济,推动绿色物流
------	--

水资源利用

食品饮料行业作为用水密集型产业,水资源的有效管理对于其可持续发展至关重要。公司加强水资源从源头获取、生产使用到废水处理回用的全生命周期管理,降低对外部水资源的依赖,减少环境足迹,提升自身的竞争力,顺应日益严格的环保法规和社会期望。

报告期内,公司采取了多项水资源管理措施,通过技术改造节约生产中的水资源使用,减少废水产生量。各基地吨产品水耗由**2.55**吨下降到**2.36**吨,下降比例为**7.45**%,节水量约**11.96**万吨。

东鹏饮料水资源全生命周期管理	
环节	措施
源头获取	海丰水厂密切关注水源地当地的用水、取水相关政策,以及水量、水质等因素,规范水源地管理与水资源取用流程,加强水源地保护
生产使用	采用节水技术和设备,优化生产工艺,减少水资源浪费
废水处理回用	加强废水的循环利用,处理后的中水用于园区绿化等

东鹏饮料节水技术	
采用工艺	节水效益
针对中温湿法生产线,对洗瓶无菌水压力进行改善,降低产线无菌水洗瓶压力,使得喷嘴流量减少,同时减少洗瓶喷嘴数量,过氧乙酸残留验证合格	改善后单条产线每天可减少无菌水使用2.1吨
中温湿法线优化升级为干法常温无菌线,使得瓶身消毒由气态双氧水消毒代替湿法线的液态过氧乙酸消毒和无菌水冲洗	减少了无菌水的使用量
产线后段产品输送链由湿式润滑优化为干式润滑	减少了自来水的使用量
酸性饮料生产结批时CIP清洗工艺优化,由原来每次的5步法调整为3步法,减少了RO水的使用量和加热RO水的蒸汽使用量	减少了RO水的使用量
配料水泵机封水收集后回用于冷却塔补水,减少冷却塔补水量	减少了RO水的使用量

指标	单位	2022年	2023年	2024年
耗水量	万吨	522.64	736.56	979.70
中水回用量	万吨	42.36	93.32	45.57

中水回用率	%	8.42	12.67	4.65
-------	---	------	-------	------

可持续包装

公司通过采用可持续包装材料、优化包装设计、建立回收体系等措施,减少包材使用,实现资源的循环利用。同时,公司积极参与行业标准制定,推动整个饮料行业包装的可持续发展。报告期内,公司持续优化包装设计,推进重量减少专案,250ml容量产品收缩膜共节约19,000KG,500ml容量产品收缩膜共节约240,000KG,减少的塑料膜使用总量约323,600KG,减少温室气体排放量60吨。另外公司持续在保持产品质量的情况下减少单个瓶坯的克重,目前东鹏特饮500ml瓶坯在2024年10月后全面从26g将为25g,2024年全年预计减少PET用量2.6吨。

包装设计	秉持简约、环保的设计理念,在保证产品安全运输和储存的前提下,尽量简化包装结构,减少包装材料的使用量
采用可持续包装材料	- 积极选用环保可降解的包装材料,公司收缩标签全部从PVC更换为更环保的PET材料,能够有效减少污染 - 与材料供应商共同研发新型环保包装材料,开展产学研合作项目攻克包装技术难题
包装废弃物回收管理	- 在厂区和销售终端设置专门的包装回收点,鼓励消费者将废弃包装进行分类回收 - 回收后的包装材料,一部分直接返回生产环节进行再加工利用,另一部分则通过专业回收企业合作,进行资源化处理,实现包装废弃物的减量化、再利用

2024年各类材料用量		
分类	单位	用量
纸类	吨	120,000
塑料类	吨	300,000
金属类	吨	4,500
胶水类	吨	600

绿色办公

公司始终将绿色发展理念融入日常运营,高度重视绿色办公的实践与推广。通过推行无纸化办公、节能设备使用、垃圾分类管理等措施,公司不仅有效降低了资源消耗和碳排放,更塑造了可持续发展的企业文化,提升了品牌形象和社会影响力。

节约用纸	通过审批等流程的线上化推动无纸化办公,鼓励用双面打印等方式提升纸张利用率,减少资源消耗
节约用水	呼吁员工节约用水,在茶水间、洗手间等用水场所张贴节水标语,用水设备发生故障时及时维修,避免水资源浪费
节约能耗	- 将办公楼的中央空调控制在26°C左右,保障舒适的办公环境并节约用电 - 督促员工在下班时关闭电脑等设备,办公室无人时及时关灯
废弃物管理	- 鼓励员工不使用一次性餐具,改用自带饭盒或公共餐具,减少废弃物产生 - 在办公区域引导员工合理进行垃圾分类投放

05

用品质诠释价值

我们的理念

东鹏饮料始终秉持“质量为先”的理念,坚持为消费者提供健康功效饮品,严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》等相关法律法规,不断完善质量保障体系,持续强化质量管控措施,确保产品的高品质与安全性。在坚守品质的同时,积极推进产品研发与数字化创新,不断开拓市场机会,精准满足消费者日益多元化的需求。此外,我们将可持续发展理念深度融入供应链管理,以“互利共赢”为核心,与供应链合作伙伴携手共进,共同成长。

我们的行动

坚持研发创新、知识产权保护、强化质量管控、维护消费者权益、加强供应链管理、负责任采购、信息安全与隐私保护

响应的SDGs



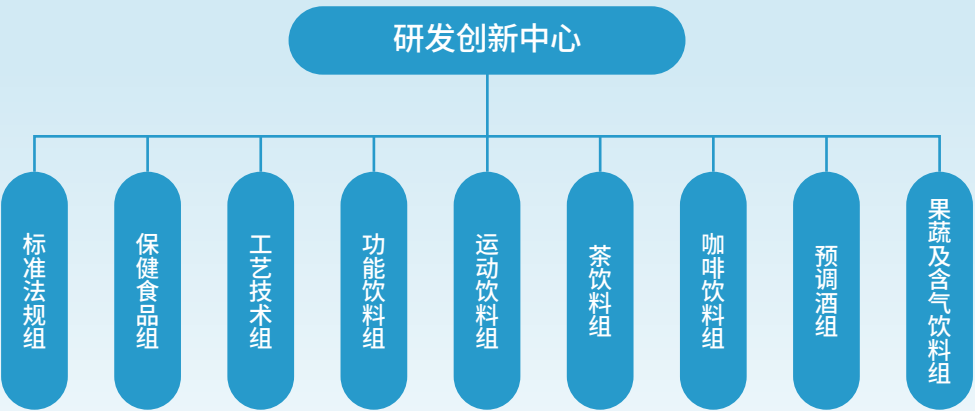
创新驱动

东鹏饮料始终以“科技+健康”双轮驱动发展，以研发创新驱动全产业链价值升级，通过完善研发体系，加强研发团队建设、科研平台交流与合作，为消费者创造更健康、更优质的产品。

创新管理体系

治理

公司已建立一整套完善的研发流程，包括《年度产品开发规划及预算管理流程》《产品研发流程》和《产品上市管理流程》等，实现全产品生命周期覆盖，确保从规划、研发、设计、试产、上市到下市各环节标准化。



研发创新中心组织架构

2夯实

3精进

3研院

6品类

研发“2336”战略

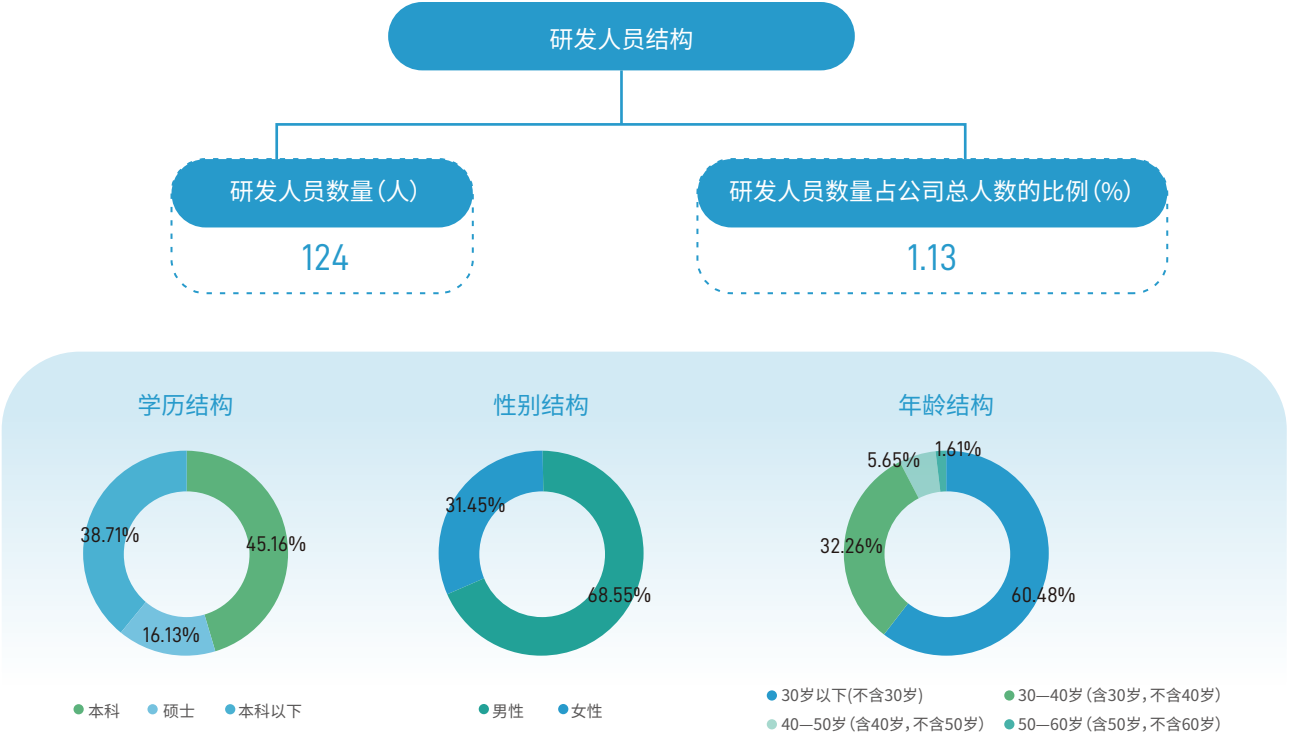
- ★人才梯队
 - ★制度流程
- ★创新能力
 - ★法规研究和危机防控
 - ★工艺研究和转化
- ★茶研究院
 - ★补水研究院
 - ★功能研究院
- ★功能饮料
 - ★运动饮料
 - ★茶饮料
 - ★咖啡饮料
 - ★蛋白饮料
 - ★果蔬及含气饮料

部门方针：夯实基础、精进技术、深研原料、创新产品

东鹏饮料研发创新中心现有1位正高级工程师、2位副高级工程师和6位中级工程师。中心下设9个小组，包括功能饮料组、咖啡饮料组、茶饮料组、运动饮料组、果蔬及含气饮料组、预调酒组、保健食品组、工艺技术组及标准法规组。2024年，公司开展研发培训131次，覆盖全体研发人员⁴。

功能饮料组	负责功能饮料基础研究、产品研发及优化
咖啡饮料组	负责咖啡饮料及植物蛋白饮料基础研究、产品研发及优化
茶饮料组	负责茶饮料基础研究、产品研发及优化
运动饮料组	负责运动饮料基础研究、产品研发及优化
果蔬及含气饮料组	负责果蔬汁及含气饮料基础研究、产品研发及优化
预调酒组	负责预调酒基础研究，产品研发及优化
保健食品组	负责保健食品研发、注册、延续、变更或换证以及保健食品市场分析
工艺技术组	负责新工艺、新技术搜集和测试以及设备开发或引入新技术
标准法规组	负责技术相关新政策、法规、标准分析研究，负责原料、配方、标签及产品合规性审核

⁴全体研发人员包含公司数字化建设中心、研发创新中心、供应链运营中心的所有研发人员。



东鹏饮料已获得高新技术企业认证、“专精特新”企业认证。2025年1月,公司成为中国营养保健食品协会保健食品研发专业委员会第二届委员单位并获得证书。



中国营养保健食品协会保健食品研发专业委员会第二届委员单位

战略

东鹏饮料在业务开展过程中,全面识别和评估潜在风险因素,并采取针对性的有效措施,最大程度降低风险带来的影响。同时,公司敏锐洞察市场动态,积极把握发展机遇,持续开发具有核心竞争力的创新产品,确保产品与客户需求精准匹配,为消费者提供更优质、更贴合需求的饮品体验。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生的可能性	影响时间范围	预期财务影响	应对措施
风险	市场竞争风险	中	短中期	市占率降低、收入减少	1、通过大数据分析用户画像 2、关注竞品动态,进行竞对分析 开展区域性试点销售,动态调整产品定位
	技术风险	中	短中期	研发成本增加、短期收入减少	1、加强技术预研和可行性分析 2、分阶段投入研发资源,确保技术路径可行 3、加强与科研机构和高校的战略合作
机遇	技术机遇	高	中长期	生产效率提升 节省运营成本,增加收入	与工业方案商共建智能工厂,申请政府技改补贴
	市场机遇	高	短中长期	扩大市场份额,增加收入	1、推出无糖乌龙茶、海岛椰椰汁等健康饮品 加大对健康化、功能化饮品的研发

影响、风险和机遇管理

东鹏饮料针对不同的研发创新风险进行识别、评估、监测和管理,通过建立完善的风险管理机制和动态调整策略,确保业务的稳健性和持续性。

风险识别	收集分析市场需求,明确风险识别的目标和范围。
风险评估	对识别出来的风险进行评估,确定风险发生的可能性和影响周期。
风险监测	建立风险监控机制,及时发现并解决潜在问题。
风险管理	密切关注各类风险的影响,及时采取有效措施控制新产品研发的相关风险,不断提升公司创新能力。

指标与目标

东鹏饮料持续践行多品类战略,报告期内目标按预期达成,2025年度目标仍围绕多品类战略开发产品。

东鹏饮料近三年研发投入情况				
绩效指标	单位	2022年	2023年	2024年
研发投入金额	万元	4,375.48	5,439.07	6,267.13
研发投入总额占营业收入比例	%	0.51	0.48	0.40

研发创新举措及成效
科研平台交流与合作

2024年,东鹏饮料进一步加强与科研机构和高校的战略合作,构建开放协同的创新生态。公司与安徽农业大学成立茶叶深加工与饮品开发联合研究中心,从茶基地种植、制茶工艺、品质控制、功效验证方面开展联合研究,开发有原料壁垒、工艺壁垒的茶饮料产品;与广东省农业科学院成立岭南果蔬饮品加工技术联合研究院,联合政府、供应商、农科院开发利用广东岭南当地果蔬资源,如潮汕油柑、湛江菠萝、茂名荔枝、梅州柚子,开发岭南特色产品。未来,我们将继续深化产品创新研究合作,聚焦功能饮料领域的前沿科技与市场需求,打造更多具有核心竞争力的高品质产品。



茶叶深加工与饮品开发联合研究中心



岭南果蔬饮品加工技术联合研究院

新产品研发创新

公司持续开发各品类产品,在稳固能量饮料市场龙头地位的同时,加速拓展电解质饮料、无糖茶饮、大包装饮品等新品类,丰富公司的产品矩阵,推动产品结构优化升级,从而更好地满足消费者多样化的需求。2024年,公司紧跟健康化趋势,在健康饮品领域持续发力,推出了多款创新产品,其中,能量饮料系列在美国、马来西亚、韩国等市场同步推出;电解质饮料系列包括白桃味和荔枝味(0糖);茶饮系列则分为上茶和果之茶两大类,上茶涵盖茉莉上茶、普洱上茶、英红上茶,果之茶则包括柠檬红茶、蜜桃乌龙茶、西柚茉莉茶,融合果香与茶香;椰汁系列则推出了海岛椰椰汁。报告期内,公司新产品研发15个。

此外,公司正在积极布局养生类饮品的研发储备,结合传统中医理念,计划推出草本茶、植物饮料等产品,如菊花茶、枸杞饮料、红枣姜茶等。这些产品将保留传统养生的精髓,同时通过现代工艺和口感创新,满足消费者对健康调理和功能性饮品的需求。

研发成果与进展

标准进展

公司积极支持国家标准化工作,参加国家标准、行业标准、地方标准、团体标准的编制与修订。

关键绩效

截至报告期末,公司累计参编标准32项,其中国家标准20项、行业标准3项、团体标准9项。

荣誉奖项

报告期内,公司获得优秀新产品奖4项、岭南特色食品1项、名牌产品1项及科学成果评价证书1份。

荣誉/奖项名称	奖项等级	项目名称
广东省食品行业科技成果评价证书	/	一种低温萃取茉莉花茶饮料配方开发和生产工艺研究
2024年度广东岭南特色食品	/	生榨油柑汁
2024年度广东省食品行业名牌产品	/	东鹏大咖经典拿铁(低糖)
2024年度广东省食品行业优秀新产品	一等奖	VIVI预调鸡尾酒
2024年度广东省食品行业优秀新产品	一等奖	东鹏大咖生椰拿铁(咖啡饮料)
2024年度广东省食品行业优秀新产品	三等奖	乌龙上茶(茶饮料)
2024年度广东省食品行业优秀新产品	三等奖	茉莉上茶(茶饮料)



知识产权保护
知识产权管理

知识产权保护	知识产权管理与维护	知识产权培训
公司严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》，已建立完整的《知识产权管理流程》和《知识产权管理办法》，全面加强公司新颖配方、独特工艺、设备创新、包装创新等方面知识产权的保护，规范知识产权管理工作，促进科学技术成果的转化应用。	公司对专利、版权、商标等各类型知识产权进行统一管理，各部门分工协作，规范有序地开展知识产权申请与维护工作，通过知识产权管理体系认证，获得知识产权管理体系认证证书。	公司定期组织知识产权相关流程制度及基础知识培训，强化知识产权申报知识的学习，提高员工知识产权保护意识与积极性。

2024年，公司新授权专利**23**项
截至报告期末，
公司授权专利累计**104**项，
其中包括**14**项发明专利和**90**项实用新型专利。



知识产权管理体系认证

专利证书



全球商标知识产权布局

截至报告发布前，公司已初步布局、搭建覆盖美国、欧盟、东南亚等47个国家及地区的全球商标知识产权体系。



東鵬特飲

東鵬飲料



EASTROC

数字化管理

公司从2015年开启数字化变革，耗时近10年从“一物一码”到“五码关联”，构建起营销数字化系统、供应链数字化系统和管理数字化系统三大数字化系统，真实、客观、即时的数据反馈，为决策提供有效依据。

公司打造并完善行业领先的营销数字化平台，积极拥抱全渠道业务场景营销数字化升级。营销数字化平台集成了动销分析、货龄分析、消费者链接、业务员管理、促销员管理、终端服务、防窜溯源等强大功能，充分利用数字化手段提高营销决策准确性和效率。供应链数字化系统贯穿从原材料采购到产品交付的全流程，实现对动销、货龄和库存等数据的实时分析，依据该数据合理安排生产计划，有效避免库存积压或缺货现象。数字化工具让销售人员工作高效化、智能化、简单化，实现精细化运营和管理；数据驾驶舱实时追踪动销信息，为库存管理、供应链优化等决策提供支持。



产品与服务质量安全

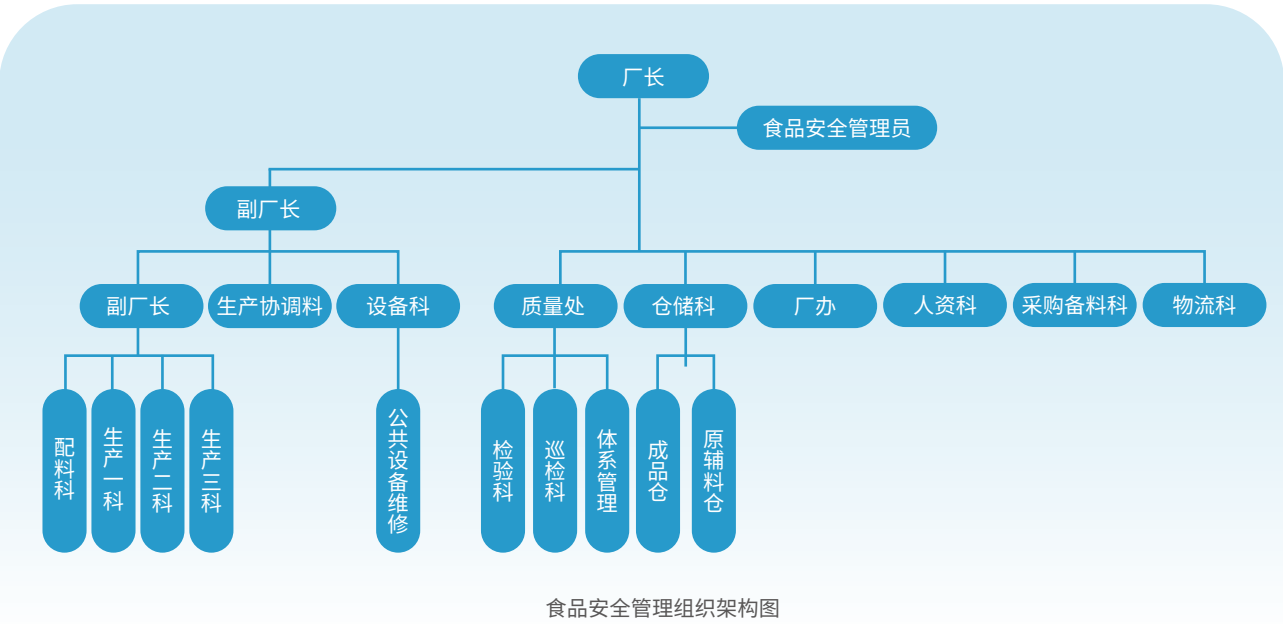
东鹏饮料坚持“洁净、卫生、责任、安全”的食品安全管理方针，致力于为消费者提供健康功效饮品。公司坚持“出厂产品合格率100%”目标，融合HACCP、ISO国际标准，构建从供应商管理到生产终端的全流程质控体系，引入并持续优化AI识别打检设备，全面保障产品质量。

质量安全建设

治理

东鹏饮料严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》等相关法律法规，制定《食品安全管理手册》等制度，根据产品特性规范从原材料验证、验收、过程控制到成品出厂、仓储储存、销售全过程的质量控制要求，建立健全质量保障体系。同时，公司建立质量改进规范性文件，严格按照各项质量改进流程开展质量改进工作，并将质量改进后输出信息形成标准化规范文件输入至基地工厂实施落地。

公司明确食品安全组织架构及职责，设立食品安全小组，不断提升公司的质量管理能力。报告期内，公司未发生与产品或服务相关的安全与质量重大责任事故。



公司严格按照ISO22000食品安全管理体系和HACCP危害分析与关键控制点体系的要求，结合ISO9001过程方法思路，建立全过程食品安全管理体系，以有效控制风险，确保产品出厂100%合格。截至报告期末，各饮料生产基地100%获得ISO22000食品安全管理体系认证认可，100%满足HACCP体系要求。



食品安全管理体系认证证书(部分)

HACCP体系认证证书(部分)

为确保食品安全管理体系的有效运行，公司审计部门定期开展质量审计，及时发现和改进食品安全管理中的不足之处，持续提升食品安全管理水平。同时，各生产基地每年度开展自查工作并聘请第三方认证机构进行质量管理体系的审核，以确保产品质量安全始终处于严格的监控之下。报告期内，公司开展年度质量内审和第三方认证机构的审核，审核结果均为合格。

战略

公司密切关注消费者需求、行业发展趋势以及食品安全法规和标准的变化，及时发现潜在的产品质量风险和提升机遇，从而树立良好的品牌形象和品牌声誉，提高消费者对公司的信任度和忠诚度。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生的可能性	影响时间范围	预期财务影响	应对措施
风险	产品质量和食品安全 随着消费者健康和维权意识的提升，以及互联网信息传播速度的加快，一旦发生产品质量和食品安全事故，可能削弱消费者信心、面临责任索赔、减少需求及导致市场份额流失，进而对公司运营造成负面影响	中	短期	成本增加、收入下降	1、建立完善的质量管理体系 2、上线产品追溯系统 3、严格审核供应商资质以及制定全面的应急计划
机遇	产品和服务 消费者对个性化、健康化的要求不断攀升，若能把握健康饮品市场机遇，成功推出符合消费者需求的新产品，将为公司带来新的收入增长点	高	短中长期	市场份额增加、收入上升	1、与消费者进行有效沟通，了解消费者的需求变化及趋势 2、加大健康饮品的研发投入

☆ 影响、风险和机遇管理

公司制定《风险机遇识别管控机制》《食品安全防护计划》《应急准备和响应管控机制》等制度，对食品安全风险进行事前评估，事中管控，事后危机公关的全流程防控。公司定期对原料和产品进行风险识别与评估，开展风险预防控制措施研讨，包括原料的脆弱性分析、危害性分析、过敏危害分析等。同时，公司建立原料与产品风险预警、风险热点信息共享平台，及时发现风险，减少安全隐患。

🕒 指标与目标

公司设立完善的产品和服务安全质量目标，并将目标完成情况与部门绩效指标挂钩，以此强化监督与考核，提高全员对食品安全质量管理的重视程度，全方位保障产品质量，稳固守护产品质量生命线。

指标	目标内容	达成情况
出厂合格率	100%	已达成
重大质量安全事故	0次	已达成

铸造匠心品质

东鹏饮料加强产品全生命周期管理，实现从源头到终端的每一个食品安全和质量控制点的监测、分析、把控、预防，保证产品质量处于行业内领先水平。公司下属所有工厂建立完善的产品质量验证机制，严格把控新产线、新参数和新环境变化时的质量验证工作，确保产品在内外环境发生变化时仍能够保持稳定、安全和卫生的质量特性，为消费者打造持续、稳定、安全和卫生的饮品。

全生命周期质量管控

公司推进原料、生产过程、仓储物流及产品销售等过程的食品安全质量管控，通过严格的流程控制和多层次多角度的质量把控措施，有效降低质量风险，提升客户满意度。



来料端	● 选择合格的供应商，评估其质量管理体系 ● 定期对供应商进行审核，确保其持续符合质量要求 ● 对原辅料进行检验，确保符合质量标准 ● 聘请第三方检测机构对关键原材料进行检测，确保其符合标准
生产端	● 通过自动化设备和人工巡检相结合的方式，监控生产过程中的关键参数 ● 在生产过程中对半成品进行抽检，确保每个环节的质量 ● 对每批次终端产品进行出厂检验，确保符合出厂标准 ● 每年按照要求对终产品进行型式检验，确保符合公司质量要求
仓储与物流	● 成品入库前进行检验，确保无损坏或质量问题 ● 制定详细的码垛要求，确保储存和运输过程，对产品不造成质量影响 ● 产品出库前再次检验，确保发货质量 ● 建立流通环节产品质量管理机制，确保运输、储存、流通过程中产品的完好性
销售与售后服务	● 建立客户反馈机制，及时收集和处理客户对产品质量的反馈 ● 聘请第三方机构对市场上的产品进行抽检，确保产品质量的持续稳定 ● 在发现重大质量问题时，及时启动产品召回程序，确保消费者安全 ● 建立产品市场流通环节的产品质量调查机制，确保市场销售流通端产品质量稳定

📊 关键绩效

2024年，公司供应商年度审核共25家，包装材料供应商16家，原辅料供应商9家。

全过程质量追溯

东鹏饮料持续完善产品追溯信息链，打造先进的数字化产品追溯体系，保证追溯覆盖11个关键工序，约20个环节，实现产品链关键质量追溯信息100%覆盖。同时，公司建立质量追溯信息化管理系统，通过采购、销售、生产基地三个层级，从策划、承接和执行三个步骤，定期进行产品追溯有效性的三级验证，确保公司产品100%可追溯。

公司结合国家《食品召回管理办法》，建立《产品召（撤）回控制程序》，健全产品召回机制，明确召回启动流程、信息传递、召回实施流程以及后续的分析与改进要求等。2024年，东鹏饮料旗下产品实现出厂合格率100%，不存在任何重大产品召回或重大产品退货情况。

产品检验全覆盖

公司配备有高效液相色谱仪、气相色谱仪、微电脑抗压强度测试仪、无菌工作台、微生物检测室、数显糖度仪等先进的检测设备,对原材料、半成品、成品的理化、微生物、功效成分进行分批、定点、定期自我检测,并按照国家计量检定规程对所有检测仪器进行校准和检定。报告期内,公司产品检测覆盖率100%,集团下属共设置检验室9家,2024年新投入1家检验室。2024年度检测总批次3,799批,原料检测总批次59,477批。

质量文化建设

公司强化产品安全 and 质量责任意识,明确全员产品安全管控和质量管控责任,建立并形成人人都是质量人的企业质量文化。公司建立月度《食品安全信息简报》宣贯机制,定期进行法律法规更新输出和内部文件变更宣贯等。报告期内,公司积极开展食品安全管理体系重点知识培训、食品防护计划等专项培训,不断提升员工的食品安全意识与专业素养,确保为消费者提供安全、优质的产品。

质量文化建设

案例

2024年,为积极响应国家“质量月”活动号召,供应链营运中心正式启动“匠心筑品质,质量赢未来”质量月活动,旨在进一步强化全体员工的质量意识,积极落实质量为本的工作方针。



2024年“质量月”活动

关键绩效

2024年,公司开展质量培训238次,培训总时长488小时,参与人次11,900人次。

负责任营销

作为一家领先的饮料企业,公司严格遵守《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理办法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规,积极践行责任营销,制定《外观设计流程》《广宣品管理流程》等制度以及基础应用标准、产品VI手册等相关规范,以确保相关过程符合要求。公司杜绝夸大宣传和误导性信息,严格推行对于投放广告及营销内容的审核程序,每月进行会议宣导及沟通,并由公司总部统一对各营销中心提供的物料进行审核,确保每一则营销内容真实、科学、有益。公司定期对各营销中心及其他相关部门开展法规及广告宣传等培训,提高员工的责任意识。每年进行品牌及视觉的梳理,并提供特定节点的宣传物料,同时邀请第三方合作机构协同进行市场检核,以规范市场中视觉应用及品牌形象的统一。同时,公司积极倡导健康生活方式,通过产品创新和公众教育,引导消费者理性选择,传递正能量。

维护消费者权益

消费者沟通

公司高度重视消费者的需求和反馈,严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》等国家法律法规,持续完善消费者服务体系建设,通过畅通消费者沟通渠道、高效反馈消费者诉求,全力维护消费者权益。公司已建立消费者服务专线,并通过微信公众号“东鹏特饮”,微信小程序“东鹏饮料+”、鹏讯云商,官方微博、抖音、快手等服务渠道及面向终端的小程序“东鹏饮料商户”,实现与消费者和商户的高效互动。除了专业的客服团队外,公司引入人工智能以快速解答常见问题,提升客服反馈效率。同时,公司还对公众开放平台的自媒体进行检索和监测,认真聆听消费者的声音,实现与客户的高效沟通。

服务专线:4006-338-299



官方公众号



东鹏饮料+小程序



官方微博

响应反馈

为提升客诉的流程化、规范化管理,公司制定《客户投诉处理流程》,对客户投诉实行分类、分级管理,明确问题处理的时效要求,切实保障客户服务质量。针对消费者提出的建议和意见,公司相关部门高度重视、制定并落实优化方案、及时追踪回访;同时,通过消费者满意度调查等方式,充分了解公司服务中存在的不足并持续改善提升,回应消费者对于高质量产品的期待。为提高服务水平,公司持续加强客服团队建设,强化日常管理与培训,设置客服管理考核KPI,以不断激励客服人员提升服务意识与服务质量。

2024年度,公司共协助消费者153,913件咨询/投诉,均处理妥当得到客户认可,投诉及时响应率均达到100%,投诉处理及时率均达到100%,满意度达到99%。在整个过程中信息流程高度规范化,使每一位客户的权益得到保障。

可持续供应链

东鹏饮料将可持续发展理念深度融入供应链管理的各个环节,通过多维度举措强化对供应商和经销商的管理,致力于与合作伙伴共同构建绿色、高效、可持续的产业生态体系。

供应链管理体系

治理

东鹏饮料持续完善供应链管理体系,通过供应商协同平台(SRM系统)对供应商进行系统化管理,评选质量合格供应商,并提高其持续提供质量合格、稳定的产品与服务的能力,降低供应链风险,提高整体竞争力。

供应商管理流程	
供应商准入	公司对新供应商、新生产商、新物料、新产线或模具号、其他关键因素变更时进行质量评审, 根据实际物料潜在质量风险情况, 选择进行书面审核、样品测试、现场审核准入程序要求。
供应商考核	公司每季度对供应商开展质量考评, 考评内容覆盖质量合格率、质量异常项、质量管理水平、质量配合度、基地满意度。
供应商管理	依据考评得分将供应商分为A(优秀)、B(良好)、C(合格)、D(不合格)四个等级, 根据不同质量等级的供应商, 适配管理资源, 采取差异化的供应商质量管理措施。
供应商退出	发现以下情形的, 一经核实立即退出质量合格供应商清单: 供应商提供无效或虚假的必要资质资料; 供应商产品被公司或政府抽检发现非法添加违禁药物或超限量, 以及不符合国家食品安全标准; 供应商现场审核或质量考评结果评定为D级, 发出“红牌”警告, 改善后仍无法通过验证。

战略

为保障供应链平稳运作, 东鹏饮料积极识别和评估供应链中存在的风险和机遇, 推动供应链的可持续发展。

风险/机遇类型		风险/机遇描述	发生的可能性	影响时间范围	预期财务影响	应对措施
风险	原材料价格波动	公司核心原材料包括PET制品和白砂糖, 其价格受到多方面影响。如果原材料价格大幅上涨或库存异常波动可能增加公司库存周转压力, 对成本结构和盈利能力造成影响	中	短期	成本增加, 利润下降	1、建立完善的原材料采购管理体系和灵活的库存管理方法 2、考虑替代原材料的使用
机遇	技术风险	通过整合先进信息技术, 使公司供应链管理更加智能化和自动化, 从而提高供应链的响应速度和决策的准确性	高	中长期	降低运营成本	1、通过SRM系统加强采购数字化建设 2、推广使用物联网、大数据等先进技术, 提高供应链智能化进程

影响、风险和机遇管理

东鹏饮料加强供应链风险管理, 主动识别并评估供应链管理中潜在的风险和机遇, 保障供应链稳定健康地运转。

管理流程	管理措施
风险识别	对合格供应商潜在风险进行识别和信息收集, 包括供应商信息、原材料来源等。
风险评估	采用定性和定量的方法, 综合评估供应链存在的风险。
风险监测	加强对供应链的监控, 采用先进技术提高供应链响应及信息更新速度, 针对不同情况及时反馈信息。
风险管理	建立备用供应商, 减少对单一供应商的依赖; 与现有供应商紧密合作, 加强合作稳定性。

指标与目标

东鹏饮料设置科学合理的供应链管理指标体系, 以加强供应链风险防范, 优化供应链管理流程, 提高公司的运营效率与市场竞争力。

指标	目标内容	达成情况
供应商可持续发展风险管理	构建长期的供应商认证体系, 定期对供应商开展风险评估	正在推进
供应商质量管理	通过系统化、标准化的管理方法, 对供应商开展全生命周期质量管理	已达成
供应商审查覆盖率	100%	已达成

供应商情况		
关键指标	单位	2024年
供应商总数	个	245
供应商本地化比例	%	51
供应商审查		
拥有质量管理体系认证的供应商数目	个	180+
拥有环境管理体系认证的供应商数目	个	90+
拥有职业健康安全管理体系认证的供应商数目	个	50+
因不合规被中止合作的供应商数目	个	0
因不合规被否决的潜在供应数目	个	0

供应商质量赋能

东鹏饮料筛选质量考评为A级的供应商中的行业龙头企业,组织各基地质量团队与A级供应商进行技术交流活动,交流内容包括工艺管控、质量制度及案例,探讨异常解决方案并赋能质检专业知识;针对质量考评为C级和D级的供应商进行质量改进,公司根据质量问题严重程度成立质量专项小组及质量赋能小组,与供应商分享优秀同行质量管控措施,对产品检验工作人员进行技能培训,提升供应商质量管理能力。

供应商质量改进专项

案例

2024年,公司针对东莞力山、安徽广源、佛山淼盛、上海德乐、广东华糖等供应商开展质量改进项目,针对各供应商存在的质量问题进行了风险排查并提出质量改进措施建议。



东莞力山质量改进



安徽广源质量改进

清新宏全质量技术交流活动

案例

2024年4月,公司组织各基地质量团队前往清新宏全实地学习瓶坯、瓶盖的生产工艺及制程质量关键控制点,公司与清新宏全分享了供应商质量管理体系和物料变更验证申请要求,以及对瓶坯、瓶盖质量异常原因和改善措施作了详细交流,拓展了质量团队对瓶坯、瓶盖质量缺陷的认知。



清新宏全质量技术交流活动

东鹏-德乐感官研究专项提升培训会

案例

2024年10月,广州二龙协同上海德乐公司感官科学团队,为公司质量管理部检验团队39位学员进行了为期两天的感官评估培训。培训结合实际案例,通过对公司在用的原料香精、主要产品,探讨感官检验理论知识,并现场进行检验和考核,提升学员检验能力,增加物料和成品检验准确性,加快放行效率。



东鹏-德乐感官研究专项提升培训会

关键绩效

报告期内,公司开展供应商培训8次;供应商培训覆盖86人次。

负责任采购

阳光采购

东鹏饮料倡导供应商廉洁治理,与所有合作供应商签订《廉洁协议》,明确要求各供应商及其关联公司严格遵守廉洁自律规定,严禁任何形式的索贿、行贿及受贿行为,确保采购流程的廉洁性,如发现供应商存在违反《廉洁协议》的行为,将立即取消其《合格供应商》资格。报告期内,公司供应商《廉洁协议》签署率100%。

智慧采购

东鹏饮料在通用物料采购流程中,引入电商平台,同时持续完善数据支持决策体系,加速数字化到数智化的升级改造,形成从供应端到消费端的全链路在线化、透明化的数智化运营平台,赋能企业的变革和发展。

技能培养

东鹏饮料注重对公司内部采购人员专业能力和技能的培养。报告期内,公司采购管理部共计有11人获得CIPS (Chartered Institute of Purchasing and Supply) 采购与供应国际证书,占采购管理部人员比例32%。

经销商协作

经销商管理

东鹏饮料与经销商建立紧密的战略合作伙伴关系,制定了《经销商设立终止变更管理办法》《大流通客户管理办法》等制度及政策,通过签署经销协议,对经销商的准入、日常管理、定价机制、物流、退换货机制、存货管理等方面进行了规范。同时,公司每年对经销商进行定期拜访维护及满意度调查,密切关注经销商对于产品交付时间、产品供应价格、产品和服务质量等多方面内容的评价,通过调查及时了解经销商需求,加强经销商管理。

数字化管理

东鹏饮料的营销数字化系统在多个层面发挥了重要作用,包括经销商库存管理、铺货指引、服务支持团队的日常管理、销售活动执行,以及业务代表和区域负责人的绩效管理等。公司自主开发“东鹏鹏讯通”系统、“东鹏饮料配送商”小程序、“东鹏饮料商户”平台,联合数据分析工具“东鹏数据驾驶舱”和“五码关联”数字化技术,构建领先行业水平的营销管理系统,建立起将经销商、配送商和终端客户连接的智能化数字平台,提升链路管理效率。

培训与宣传

公司不定期组织经销商会议,开展经销商走访活动,宣传公司业绩规划、营销策略等。同时公司面向经销商不定期开展线上或线下专项培训。报告期内,公司开展经销商培训1,695场,参与培训31,900人次。



经销商大会培训

信息安全
访问控制

制定《访问控制管理办法》，坚持“除非明确允许，否则一律禁止”的访问控制基本原则，2024年公司为保障信息系统和数据安全开展了信息系统的漏洞扫描和渗透测试工作。

信息安全
专项审计

制定《信息系统安全审计管理办法》，2024年开展了包括信息安全管理体系外部监督审核、堡垒机日志审计、信息系统账号审计等共计6项信息安全审核，并针对结果采取相应纠正措施。

信息安全
培训

开展包括信息安全意识与IT基础系统信息、档案信息安全管理、网络安全意识等培训。2024年集团总部共开展信息安全培训5场，信息安全培训覆盖率达95%。

信息安全
风险管理

制定《信息安全风险管理办法》，建立信息安全风险识别评估表及风险处置计划表，每年对风险进行评估并采取改进措施，公司通过识别资产、威胁和脆弱性，评估安全事件可能性和影响，计算风险值。

客户隐私
保护

在保护客户隐私方面，公司的商户系统、消费者系统制定有隐私协议，明确告知客户他们的个人数据的可能用处。

供应商信息
安全管理

对供应商服务过程中的信息安全提出明确的信息安全要求，并按照公司相关要求进行管理。鼓励供应商完善信息安全制度，以提升供应链信息安全管理水平。

数据安全与隐私保护

信息安全是公司运营中不可或缺的一环，东鹏饮料将信息安全建设和管理融入业务流程中，持续完善信息安全管理体系，不断提升数据安全防护能力，促进公司各项业务安全开展。报告期内，公司未发生数据安全事件及客户隐私泄露事件。

信息安全管理体系

东鹏饮料严格遵守《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国网络安全法》等国家法律法规，制定《信息安全管理手册》《网络安全管理办法》等一系列内部文件，并设立信息化建设委员会负责公司信息安全建设和管理，持续完善信息安全管理体系。报告期内，公司通过ISO27001信息安全管理体系认证。



东鹏饮料信息安全管理体系认证证书



网络安全培训

信息安全事件管理

为了加强和完善网络与信息安全应急管理措施，公司制定有《网络与信息安全应急管理办法》以及信息安全连续性演练计划，定期开展包括应用系统、数据库等的灾备演练，以及及时控制和最大限度地消除网络与信息安全突发事件的危害和影响。在应急处置工作结束后，公司会根据应急过程中发现的问题及调查评估的结果，对预案进行相应的修改和维护，不断改进完善网络安全事件管理。

此外，公司规定公司员工及第三方人员对发现的信息安全事件均有报告义务，设立了信息安全事件的报告、处置流程，以减少信息安全事件对公司可能造成的影响。

常态化安全治理措施

东鹏饮料从多方面完善数据安全与隐私保护工作，并规划对涉及个人信息的商户系统、消费者系统等开展等级保护测评工作，为公司信息安全管理提供坚实保障。

06

用爱心诠释担当

我们的理念

东鹏饮料坚持“以人为本”，重视企业发展与社会责任结合，致力于为员工营造多元、平等、舒适的工作氛围，关注员工合法权益，持续加强人才培养，聚焦乡村振兴与公益慈善领域，实现企业与社会共同发展。

我们的行动

保障职业健康与安全、坚持平等雇佣、完善薪酬福利体系、加强民主管理、重视员工培训与发展、助力乡村振兴、开展公益慈善

响应的SDGs



职业健康与安全

东鹏饮料坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的安全生产方针，致力于建立完善的职业健康与安全管理体系，通过安全培训、应急演练、完善安全设施等行动，努力为员工营造一个安全健康的工作环境，最大限度地降低安全风险。

职业健康与安全管理体系

治理

东鹏饮料严格遵守《中华人民共和国职业病防治法》《中华人民共和国安全生产法》等法律法规，制定《环境及职业健康安全综合管理手册》，成立安全生产委员会，全面负责公司的各项安全生产事务，持续完善职业健康安全管理体系。报告期内，公司全员完成《安全生产责任书》签订，公司及各工厂已通过ISO45001职业健康安全管理体系认证。



华鹏职业健康安全管理体系认证



增鹏职业健康安全管理体系认证



徽鹏职业健康安全管理体系认证



庆鹏职业健康安全管理体系认证



莞鹏职业健康安全管理体系认证

关键绩效

报告期内，公司安全生产投入金额591.67万元。

战略

公司对生产过程中可能存在的风险与机遇进行识别和评估，并及时针对所识别的风险采取相应的应对措施，以提升管理效率，保障员工生命安全。

风险/机遇类型		风险/机遇描述	发生的可能性	影响时间范围	预期财务影响	应对措施
风险	营运风险	发生职业健康或安全生产事故，可能导致公司营运效率下降，严重者还可能导致公司业务中断，需要投入大量资金对事故进行处理	低	短期	增加营运成本/罚款	1、加强应急管理 with 隐患排查工作，加强风险的源头治理 2、持续完善职业健康防护工作，如员工体检及防护用具发放
		通过实施职业健康管理，企业可以更有效预防和控制工作环境中可能存在的危害因素，提高员工的工作效率，减少事故处理时间和成本	高	短中长期	减少费用支出	引进更先进的生产设备、改善工艺流程，同时积极推进数字化建设，加强工厂安全管理

影响、风险和机遇管理

公司制定《危险源识别及风险评价程序》，建立和完善风险管理体系，有效识别、评估、分级管理安全风险。

管理流程	主要措施
日常安全检查	每月定期开展各类安全检查，安全工程师每日检查、每周6s检查、每月综合检查，由安全工程师、6s项目负责人、体系主管等人员，分别对各类型检查进行整改跟进。
隐患排查治理	公司总部2024年开展隐患排查12次，合计发现隐患21个，已完成整改21个，整改率100%。
应急预案	制定应急预案以及《事故事件调查与处理程序》，对公司的危险因素进行全面的分析，并列明相应事故现场的处置方案。
应急演练	每年公司会制定演练计划，结合预案内容，对各项预案开展演练，包括防台风演练、化学品泄露应急演练、消防应急演练等多种主题的应急演练活动，其中每年必须组织开展消防应急演练。2024年，公司共开展应急演练61次。

华鹏2024年春夏季消防疏散应急演练

案例

2024年5月,为检验公司消防安全教育和培训的成果,培养员工消防安全意识,公司开展火灾应急准备和响应演练。本次演练提高了员工应对突发火灾事件的应变能力,锻炼了应急救援队伍,同时检验了应急救援预案的可行性。



演练现场

消防灭火实操演练

案例

2024年11月,为提高员工的消防安全意识,增强应对火灾的自救能力,根据公司“119消防安全宣传月”活动要求,联合园区物业组织灭火实操培训。培训内容包括消防器材使用、初期火灾扑救、火场应急疏散、消防水带连接等。通过本次活动,让员工更深入地了解消防灭火基本常识,真正掌握好消防安全知识,增强消防安全隐患防范意识。



消防设施设备讲解照片



灭火实操照片

指标与目标

为更好地衡量安全生产管理工作成效,明确公司安全生产工作发展方向,东鹏饮料制定职业健康与安全管理目标。

指标	目标内容	达成情况
职业病发生次数	0发生	已达成
火灾、爆炸事故发生次数	0发生	已达成
特种设备事故	0发生	已达成

安全健康管理措施

安全文化建设

安全教育培训

公司制定《2024年EHS年度培训计划》,围绕EHS管理体系的维护、风险识别及合规要求,针对相关岗位员工开展专项培训,并通过内审员资质考试强化体系执行能力。同时,公司每年联合应急管理协会开展“安全生产自律性培训”,每1-3个月组织新员工入厂安全教育培训,持续提升全员安全意识和体系执行水平。



安全教育培训现场

关键绩效

报告期内,

公司安全培训总投入**200**万元;安全培训场次**36**场;

参与安全培训人次**8,000**人;安全培训总时长**16,000**小时;

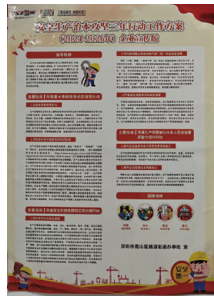
安全培训员工覆盖率**80**%;安全风险防护培训覆盖率**85**%。

安全知识宣传

公司结合生产实际编制“安全应知应会”,通过班前会朗读、安全栏展示及宣传片播放强化全员安全意识。2024年全年以会议室培训、现场实操、班前会学习及应知应会抽查等形式开展安全教育,同步推进治本攻坚宣传活动,多维度提升安全培训实效。2024年,公司总部开展了交通安全培训1次,线下参与人数23人;开展治本攻坚宣传活动1次,线上线下参会人数合计61人。



EHS管理体系宣传栏



治本攻坚三年行动宣传海报

数字化管理平台

机房动环系统

通过在各生产基地机房部署数据采集设备及传感器对机房的门禁、监控、UPS、温湿度、漏水、烟雾等内容进行采集监测,当发生告警时能第一时间将告警信息通过企业微信或短信发送到总部和现场管理人员,达到及时预防安全事故的目的。



视频AI监控系统

利用视频智能AI管理体系,赋能安全生产监测的不同领域,利用视频智能感知技术,提升监控摄像头价值,从“看得见”到“看得懂”。针对“人员睡岗”“人员离岗”“使用手机”“工作帽佩戴”等主要工作场景,实时监测、智能感知、及时触发警报,为及早介入、及早处置、及时消除危险源提供手段和能力,保障安全生产,规范生产。



相关方安全管理

东鹏饮料制定《相关方管理程序》,对在公司范围内活动的供应商、分包方、工程承包方等相关方的职业健康安全管理作出规范要求,内容包括外来施工单位资质审查、施工现场安全管理、采购物品的健康安全风险识别、人员车辆进出管理等,以保证相关方提供的产品、服务等符合公司职业健康安全管理要求。



入厂提示

出厂提示

职业健康防护

职业健康保障

公司严格遵守《中华人民共和国职业病防治法》等相关法律规定,聘请第三方机构出具《职业病危害现状评价报告书》,以明确公司职业病危害因素种类,分析其危害程度及对劳动者健康的影响,评价职业病危害防护措施和职业卫生管理措施的效果,并对未达到职业病危害防护要求的部分进行改进。在职业健康体检方面,公司根据不同岗位接触的职业病危害因素,确定不同员工的体检项目,以保障合理、全面地了解员工身体健康状况。

关键绩效

报告期内,公司特种人员持证上岗率**100%**;工伤保险投入金额**275.62**万元;
工伤保险人员覆盖率**100%**;基地产线员工职业健康体检率**100%**。



体检现场

健康防护措施

公司制定有《职业病防护设施维护检修制度》及《职业病防护用品管理制度》,根据作业人员接触的职业病危害因素的性质,给各工种配备相应的个人防护用品,如防尘口罩、防毒面罩、防噪耳塞、防护眼镜、防护手套等,同时定期对职业病防护设施进行维护管理,确保其正常运行,并由安环部监督执行防护设施维护、维修、保养记录存档备查工作。

此外,公司制作职业卫生宣传栏,宣传职业病相关要求,并公示每年职业卫生检测情况。



职业卫生公告栏

危害因素检测

公司聘请第三方机构出具《职业病危害现状评价报告书》，以明确公司职业病危害因素种类，分析其危害程度及对劳动者健康的影响，评价职业病危害防护措施和职业卫生管理措施的效果，并对未达到职业病危害防护要求的部分进行改进。同时，公司自身积极识别在管理和生产活动中影响职业健康安全的危险源，评价出重要风险，确定并更新重要危险源，以对其进行有效的管理和控制。



危害辨识风险评价与控制流程图

关键绩效

报告期内，公司职业病危害因素检测率100%；职业病危害因素检测合格率100%。

打造和谐职场

东鹏饮料以“为员工搭建事业平台”为使命，致力为每一位员工提供公平、安全、健康的工作环境。公司通过保障员工的合法权益，不断激发团队的创造力与凝聚力，为企业的可持续发展奠定基础。

合规平等雇佣

尊重员工多元

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国劳动法》等相关法律法规，制定《员工手册》《招聘与录用管理制度》等制度，规范员工招聘、选拔、录用流程，通过招聘不同性别、专业、年龄、学历的员工，实现员工队伍多元化，为公司实施多品类发展战略提供人才。

公司设立海外分公司，开拓国际市场的同时也积极引进外籍员工。公司尊重当地员工的文化信仰和习惯，坚持一视同仁，不因民族、宗教、性别、年龄、国籍等差异区别对待，以一致的流程与标准保障员工的平等权利，营造多元、包容的职场环境。若出现歧视或骚扰事件，员工可通过邮箱、电话等方式进行举报，确保员工的合法权益不受到侵害。在定薪、调薪和各项福利待遇方面，公司坚持男女同工同酬，实施公平的薪酬政策，禁止强迫劳动，招聘中严格审核身份信息，明确禁用童工。报告期内，公司不存在使用童工、强迫劳动的情况，未发生与就业歧视有关的法律诉讼。

女性权益保护

东鹏饮料重视女性权益保护，为女性员工提供充足的产假和陪产假，并在产假期间足额发放工资，确保女性员工在生育期间的经济收入不受影响。同时，当女性员工休完产假重返工作岗位时，公司会根据她们的实际情况，合理安排工作任务，给予一定的适应期，帮助她们顺利回归工作状态。为了丰富女性员工的业余生活，增强女性员工之间的交流与互动，在每年的“三八”国际妇女节期间，公司都会组织丰富多彩的庆祝活动，此外，公司还定期组织女性健康讲座，邀请专业医生为女性员工讲解妇科疾病预防、保健等方面的知识，提高女性员工的健康意识和自我保健能力。



女性健康讲座

关键绩效

2024年，公司管理人员中女性人数比例12%；
享受产假员工数80人，产假返岗率89%；
享受陪产假员工人数281人，陪产假返岗率94%。

优秀人才引进

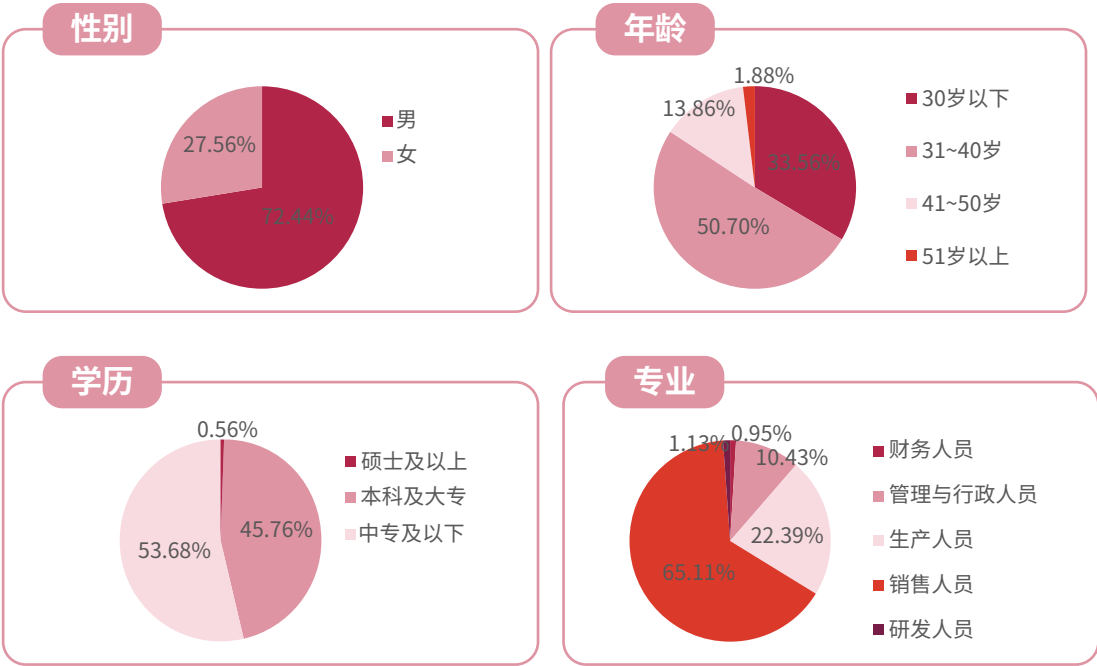
公司积极拓宽招聘渠道,通过线上线下多种方式,汇聚各方人才,为企业发展注入动力。公司严格按照规定签订劳动合同,开展新员工培训,切实维护灵活就业人员的权益。报告期内,公司开展65场招聘活动,其中,校园招聘32场,社会招聘27场,线上直播招聘6场,共引进新员工5,276人。



线下面试招聘现场

线上直播招聘现场

2024年员工构成	
绩效指标	2024年
员工总数(人)	10,985
少数民族员工数(人)	1,089



薪酬福利管理

薪酬体系

东鹏饮料倡导以人才激励为核心,实行按岗定薪,致力于为员工提供完善、具有竞争力的全面薪酬福利体系。公司定期进行内外部薪酬调研,了解市场薪酬水平,根据公司的战略定位和经济实力制定合理的薪酬策略。针对不同岗位、不同层级、不同贡献度的员工,实行差异化的薪酬激励措施;通过岗位评价、绩效评估等方式,确定员工的薪酬等级和薪酬水平,确保薪酬与员工的能力和贡献相匹配。

绩效管理

公司持续完善绩效管理体系,通过数字化绩效管理系统,将员工绩效与公司业绩紧密结合,从绩效目标设定、目标审核、指标配置、结果审核、绩效等级评估及绩效复盘形成全流程数字化管理,绩效评定后,由各级负责人进行一对一的面谈,对员工的工作表现、作业指导等进行绩效反馈。同时,设置绩效评定结果确认环节申诉流程,保障员工对于绩效的想法得到有效反馈和及时回复。

福利体系

公司重视福利体系的建设,除了法定性福利外,公司还为员工提供宿舍和食堂、定期组织全面体检、举办节日活动、发放节日礼金和生日礼金、为困难员工送上慰问等,以此激发员工源源不断的创造力与工作热情,增强员工对企业的归属感与忠诚度。

关键绩效

报告期内,公司社会保险覆盖率**100%**,人均带薪年假天数**4.3**天;
定期接受绩效和职业发展考核的员工比例为**100%**。

聚焦员工心声

东鹏饮料始终坚持开展民主管理工作,依据《中国工会章程》《中华人民共和国工会法》等法律法规,不断完善和实施民主管理制度,通过员工代表的选举及职代会,提升员工对公司事务的关注度和参与度,切实保障广大员工的知情权、参与权、表达权、监督权。公司积极倾听员工声音,建立畅通的沟通机制,设有“集团资讯”“《鹏·博》内刊”“小创新,大改善”三大员工沟通平台,线上线下相结合,以图文、视频等形式,实时、直观的传达公司最新的发展战略和企业文化等信息,广泛听取员工对经营发展、企业文化、团队建设等各方面的建议,了解员工诉求,不断提高员工的归属感和幸福感。

报告期内,公司开展部门满意度调查,广泛收集员工对协作响应、专业能力、协同改进、服务态度、建议和意见等多方面的真实看法与宝贵建议,从而牵引各部门持续改进工作,提高效能并创造价值,共同趋动业务成长,营造“以服务对象为先,争做满意度第一”的工作氛围。本次调查,公司总参与人数1,100人,整体完成率94%;其中经理级(含)以上566人,完成率90%,经理级以下的人员(主管&主任)534人,完成率99%,综合得分相较于2023年平均增加1.32分(百分制)。

落实员工关怀

爱心互助帮扶

东鹏饮料将每一年的5月20日定为“东鹏爱心互助日”。本着“不让一场疾病压垮一个家庭”的爱心愿景，公司成立“东鹏饮料爱心互助金”，倡议每一位东鹏员工自愿“捐出一天的工资”，实现守望相助，保障参与互助的员工(含经销商业代)或其配偶、未成年子女，若不幸发生重大疾病导致家庭经济困难的情况时，有一份基本的爱心保障。520爱心互助活动在公司范围内获得大量关注，2024年参与人数超**4,580**人，共筹得爱心互助款项**142.85**万元，截至2024年底共爱心帮扶**10**人，帮扶金额**133.51**万元。



爱心互助帮扶

退休员工关怀

公司加强与退休员工之间的联系与沟通，积极开展退休员工关怀活动，表达对退休员工的诚挚感谢，让退休员工切实感受到公司的尊重与温暖。此外，公司还注重员工的身心健康，为员工提供了一系列关怀及保障措施，举办丰富和多样化的文化活动，帮助员工在职业与生活中实现平衡，不断增强员工凝聚力和幸福感。



退休员工关怀

平衡工作生活

公司重视员工的身心健康，定期举办丰富多样的员工活动，加强员工之间的沟通与交流，增进彼此的理解和信任。这些活动不仅让员工在忙碌工作之余有了放松的机会，更让大家深切感受到公司对每一位员工的关怀，有力地促进了工作与生活的和谐共生。



篮球活动

羽毛球活动



团建活动

端午节活动



海岛椰活动

产品知识活动

员工培训与发展

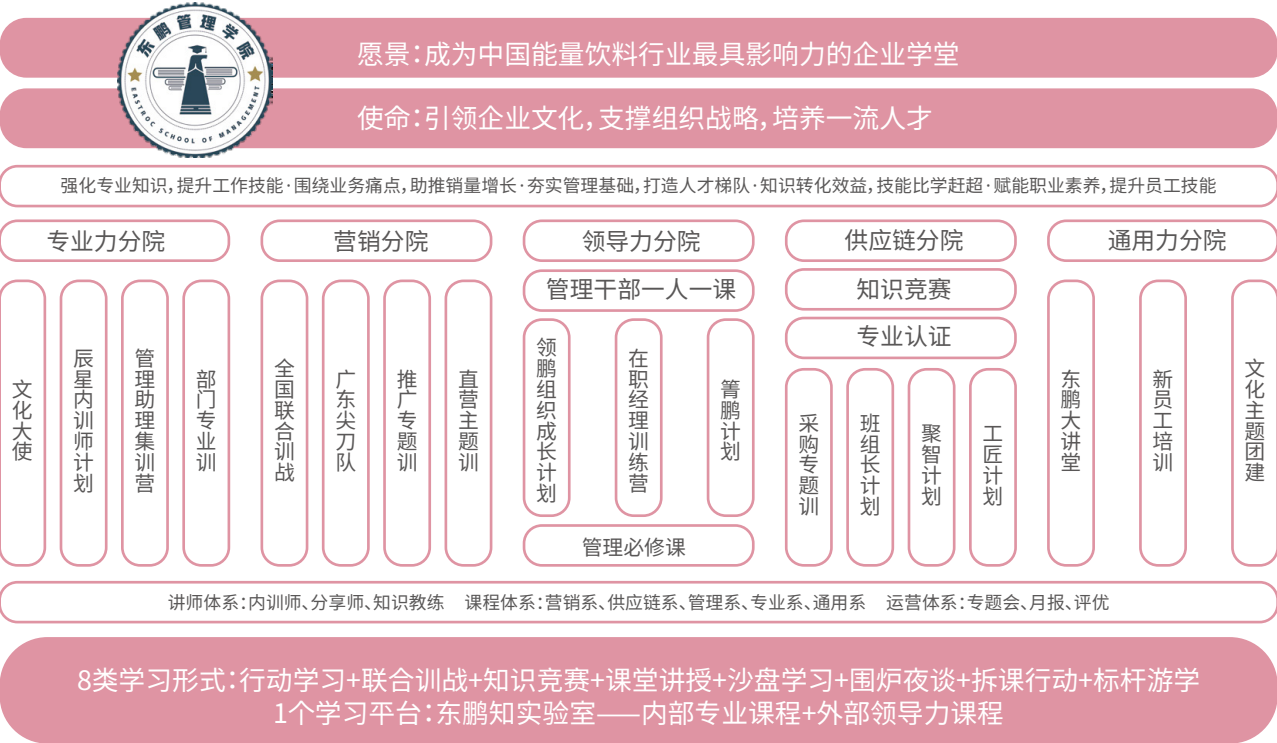
东鹏饮料始终将员工成长视为企业发展的核心动力,为员工量身定制多元化的职业发展路径和持续学习的机会。通过定期的技能培训、领导力提升项目以及跨部门轮岗计划等,帮助员工不断突破自我,在实践中积累经验、增长才干。

员工培训管理

完善培训体系

公司以“引领企业文化,支撑组织战略,培养一流人才”为使命全面升级人才培训计划,以“激活组织激活人,为多品类发展提供人才”为核心目标,制定《培训管理办法》等制度,明确培训工作要求,规范培训工作流程。公司充分整合利用内外部资源,依托“东鹏管理学堂”数字化学习平台,构筑更加系统的企业全员培训体系。

公司以内训师为学习型组织打造核心,持续精进内部讲师队伍,2024年公司共有127名认证讲师,20名特邀讲师、25名线上分享师,各讲师来自营销、供应链、及各职能部门,是跨部门培训的重要师资力量。公司持续建立在线学习平台,目前在学习平台课程数量373门,其中公司内部自建课程197门,引入外部课程176门,线上课程浏览学习量超高10万人次,满足各层级员工的线上学习需求。



东鹏管理学堂培训体系

能力发展项目

在专项人才培养项目中,公司设立营销、供应链、专业力、领导力、通用力五大培训体系,2024年共开展“领鹏组织成长计划”“辰星内训师计划”“营销联合训战”“供应链知识竞赛”“企业文化主题团建”等系统人才培养项目22个。在人才梯队建设方面,公司人才梯队结构清晰,从基层员工到中高层管理者都有明确的晋升路径和培养计划,包括新员工入职培训、在职员工专业技能培训、领导力发展培训、职业技能培训等,确保员工能够在不同阶段获得必要的知识和技能,让每个层级都有足够的人才储备。

领导力体系

开设储备中将训战营(储备总监)、储备少将训战营(储备经理)、新生能量训练营(管理培训生)、菁鹏班(在职新生代),打造完善的梯队人才培养赋能体系。



领导力培训

营销体系

以“联合训战”“推广内训”“尖刀队”“飞鹏班”四大项目精准赋能,覆盖三大营销事业部,三大群体的分层分级的营销培养体系。



联合训战

推广内训

尖刀队培训

供应链体系

以供应链各专业模块能力发展训练为主的打粮食课程体系,帮助所有一线岗位实现“知识”“技能”全覆盖。



供应链体系培训

专业力体系

以财务团队赋能、企业文化大使培育、档案管理、管理助理技能提升、销售运营赋能等项目为主的职能团队培养体系。



专业技能培训

通用力体系

以新人培养、东鹏大讲堂等通用能力培养项目为主的通用知识培养体系，强调培养员工的学习能力、创新思维和团队协作能力。



通用力培训

关键绩效

2024年,公司开展22个专项人才培养项目,共计58场,直接覆盖人数3,048人,课时数量33,000多小时,满意度94分。
此外,公司各部门每月通过转训、自主开展业务技能培训,总课时超过10万小时。

培训亮点案例

供应链“知识竞赛”项目

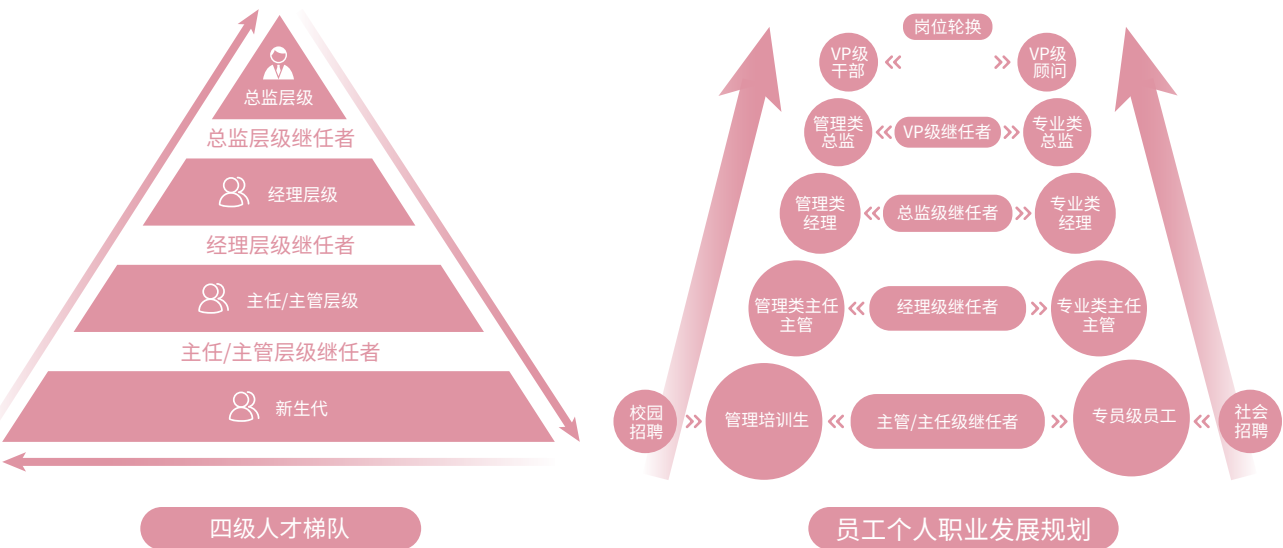
2024年9月23日至10月25日,东鹏管理学堂-供应链分院举办了供应链知识竞赛,活动分为实操竞技、全员竞答和决赛三个阶段,旨在加强供应链员工理论知识学习和技能提升,形成良好全员学习氛围,展现供应链人的专业水平和团队精神,共同为东鹏事业的发展贡献力量。



员工发展通道

公司秉承“以价值创造者为本,以绩优与德能并重”的原则,制定《集团组织层级与职务职级体系管理制度》《员工晋升与降职管理制度》等制度,明确员工职业发展通道,以业绩为导向构建公平、公正、公开的内部竞争机制,形成“能者上、庸者下”的良性人才发展环境。公司持续开展人才梯队建设,按照职务的性质、特点和管理需要,设置四类职务类别:管理类(M类)、职能类(F类)、技术类(P类)、操作支持类(O类),按照任职者所任职务及所在岗位的责任大小、工作难易程度以及任职人员的德才表现、工作实绩和工作经历确定职级。所有岗位的晋升晋级需符合公司文化价值,拟晋升岗位的相应专业技能、工作经验等资格条件,管理类岗位需满足领导力发展要求,技术类岗位需满足相应岗位的职业资格证书要求等。同时,公司推进“数字化人才甄选体系”,建立一线营销/生产岗位人员数字化测评模型,形成全岗位覆盖的数字化人才测评体系,实现人员选用的科学化、精准化。

此外,公司制定《轮岗管理制度》,建立完善的轮岗机制,通过轮岗管理,拓宽员工思维,培养员工多维度能力,为公司培养复合型人才奠定基础。



数字化人才测评系统



东鹏饮料以“让爱更有能量”为公益理念,将社会责任作为企业发展的重要组成部分。多年来,持续关注医疗卫生、体育教育、捐资助学等方面,以实际行动支持灾害救助、帮扶困难群体,沉淀出具备东鹏特色的公益运营体系。2024年3月,东鹏饮料凭借在履行企业社会责任方面的突出表现,以及多年来助力公益事业的良好口碑,获评“年度公益企业”“年度慈善榜样”等荣誉称号。

此外,公司始终秉持着强烈的社会责任意识,致力于推动农业发展、促进乡村振兴,通过发展果蔬汁饮料,如生榨油柑汁等,推动联农带农、助农增收,为乡村振兴注入源源不断的活力。

报告期内,公司对外捐赠及公益项目的总投入为**3,835.86**万元。其中,公司通过深圳市东鹏饮料公益基金会捐赠**2,550**万元,将在未来几年里持续投入,为社会提供支持和帮助。

汇聚温暖力量



年度责任践行公益活动

年度慈善榜样



公益创新案例

2023年度公益企业

现金捐赠
37,50.60万元

- ★通过深圳市东鹏饮料公益基金会捐赠**2,550**万元
- ★“韩红爱心·百人援吉”公益活动,捐赠**500**万元
- ★韩红爱心·抑郁症干预项目,捐赠**300**万元
- ★姚基金“青出于篮”公益计划,捐赠**200**万元
- ★东鹏特饮·卡友子女助学计划,捐赠**105**万元
- ★南方医科大学“白大褂明日之星”奖学金计划,捐赠**50**万元
- ★为增城区长寿寺千手观音壹尊工程捐赠**31.6**万元
- ★通过广东省华南农业大学教育发展基金会捐赠**5**万元
- ★为乡村振兴帮扶捐款**5**万元
- ★为天津市西青区精武镇人民政府捐款**2**万元
- ★为道滘镇广东扶贫济困捐款**2**万元

物资捐赠价值85.26万元

- ★为湖南华容、平江、湘潭等地区抗洪捐赠价值**55.91**万元产品
- ★为河南南阳灾后重建捐赠价值**14.98**万元产品
- ★为海南“摩羯”台风赈灾救灾捐赠价值**14.37**万元产品

医疗卫生

支持“韩红爱心·百人援吉”，助力基层医疗卫生建设

作为长期战略公益合作伙伴，东鹏饮料早在2017年便与韩红基金会在提振乡村医疗水平等方面展开合作，目前已经五次支持“百人医疗援助”公益行动，累计为宁夏、云南、陕西、黑龙江、吉林捐赠10所爱心急救室、11所复明中心、80辆救护车，致力于为边远地区提供专业有效的医疗援助，守护老百姓的健康大门。

2024年8月，东鹏饮料支持“韩红爱心·百人援吉”大型义诊公益行动，联合为吉林省捐赠20辆救护车、捐建2所复明中心，并沿途开展10场义诊，普查地方疑难杂症、免费发放药品等。企业员工也以志愿者的身份加入团队，发挥青年志愿服务精神，把爱的能量传递给更多人。



发起“抑郁症干预”项目，构建精神健康社会支持体系

东鹏饮料与韩红基金会在2024年达成关于抑郁症干预项目的合作，并在武汉启动首期医务社工培训，连接政府、医院、高校、社会机构等多方力量，构建以抑郁症患者为核心的精神健康社会支持体系，2024年共有31名医务社工加入抑郁症专职领域。



教育助学

“青出于篮”公益计划，支持乡村小学体育教育

东鹏饮料深知体育教育对于青少年健康成长的重要性，持续携手姚基金开展“青出于篮”公益计划，项目自2022年启动至今，东鹏饮料联合姚基金累计支持300余所乡村小学体育教育，并在贵州、江西、四川、湖北、湖南、云南等地建设公益篮球场，累计惠及超30万人次乡村青少年，让更多欠发达地区的孩子享受篮球运动快乐，追逐体育梦想，为乡村体育教育的发展注入了新的活力。报告期内，东鹏饮料·姚基金“青出于篮”公益计划，再次荣获“最佳体育公益”奖。

2024年，公司向过百所乡村小学捐赠篮架、篮球、球服等硬件设施，以及支持大学生志愿者支教、篮球集训和联赛，覆盖14万乡村青少年。



“卡友子女助学计划”，助力下一代逐梦高校

东鹏饮料在2024年首次联合中国职工发展基金会发起“东鹏特饮·卡友子女助学计划”，支持165名2024年考上本科类院校、家庭存在一定困难的货车司机子女，为他们提供助学金，以实际行动减轻货车司机的家庭负担，提升其职业幸福感和荣誉感，并鼓励下一代子女勇敢追梦、奔赴未来。2024年，“东鹏特饮·卡友子女助学计划”入选2024年度“暖途·货车司机、出租汽车司机职业发展与保障行动”。



“白大褂明日之星”奖学金,鼓励医学后浪筑梦前行

“白大褂明日之星”奖学金计划由东鹏饮料与南方医科大学自2020年共同发起,至今已持续五年累计捐赠250万元,专项用于奖励当年考上南方医科大学本硕博连读八年制的优秀学子,旨在激励年轻人在医学道路上努力拼搏、不断前行,积极投身于医疗卫生事业,为人民健康福祉贡献力量。



社会救灾

面对社会紧急救灾,东鹏饮料积极行动义不容辞。2024年累计捐赠3,840箱产品支援湖南华容、平江、湘潭等地区抗洪,支援河南南阳洪涝灾后重建、海南“摩羯”台风赈灾救灾,为持续奋战在一线的救援人员及民众提供力所能及的帮助,用实际行动践行“让爱更有能量”的企业担当和社会责任。

东鹏饮料支援华容救灾

案例

2024年7月,受持续强降雨影响,湖南岳阳市华容县团洲垸洞庭湖一线堤防发生决口。为支援华容县防汛救灾,东鹏饮料迅速调动华中事业部湖北大区及当地经销商力量,向前线的消防队伍、武警官兵及受灾民众等捐赠首批物资24,000瓶饮品,为工作人员和民众提供能量支持和后勤保障。



关爱新业态劳动者

东鹏饮料一直关注着新业态劳动者的需求与困境,持续多年关爱快递小哥、外卖小哥、货车司机等群体,为他们提供丰富多样的实物支持,并连续两年举办“小候鸟广深游学”公益活动,向社会传递美好与温暖。报告期内,深圳市东鹏饮料公益基金会联合桃源街道妇联、团工委、关工委,开展“六一”儿童节系列公益活动,通过环保手工课、慰问走访困境儿童、参访东鹏华南基地等,为困境儿童、骑手家庭子女送去暖心关怀,并通过实际行动,捐赠8.4万元现金用于慰问桃源街道辖区的42名困境儿童,共同促进儿童身心健康发展。



展望未来

在可持续发展理念日益成为全球企业发展核心议题的背景下,东鹏饮料作为国内功能饮料龙头企业,在保持业绩增长的同时,会将低碳转型、社会责任和治理优化融入企业基因,通过技术创新、透明管理和产业协同,实现经济效益与社会价值的双重提升。

强化治理透明度,推动企业可持续发展

在未来,公司将积极提升ESG信息披露质量,优化股东回报机制,加强内部控制和风险管理,完善可持续发展治理长效机制,确保可持续发展战略与业务战略同步推进。

深化环境维度低碳转型,构建绿色生产体系

公司将持续优化生产基地的能源结构,扩大光伏发电等清洁能源使用比例,推进工艺技术升级,提高水、电等资源利用效率,深化绿色包装设计,进一步减少塑料使用并提升可回收材料占比,从源头降低环境足迹。同时,公司将继续推动供应链全链条低碳化,通过全国化生产基地布局降低区域运输碳排放,实现规模效益与绿色发展的平衡,形成绿色产业协同效应。

提升社会责任履行,增强社会价值创造

针对消费者对健康饮品的需求,公司将继续加速产品配方升级,加强质量管控体系,巩固品牌信任度。在员工管理方面,公司将完善员工健康与安全管理机制,并建立透明的员工关怀与沟通渠道,助力员工个人能力培养与发展。此外,在未来公司将聚焦教育、健康等民生领域,增加公益项目投入,提升企业社会形象。

附录
指标索引表

报告章节		《全球可持续发展报告标准》 (GRI Standards)	《中国企业可持续发展报告指南 (CASS-ESG 6.0)》	《上市公司自律监管指引第14号 —可持续发展报告(试行)》
关于本报告		2-2/2-3	P1.1/P1.2	第四条 第六条
董事长致辞		/	P2.1	/
关于 东鹏饮料	公司简介	2-1	P3.1/P3.3	/
	企业文化	/	P3.2	/
	聚焦2024	201-1	P3.3/P3.4	/
	数说2024	201-1	A2	/
可持续 发展管理	可持续发展工作机制	2-14/2-17	G1.1.1/G1.1.3/G1.1.6	第十二条
	可持续发展目标	/	G1.1.11	/
	利益相关方沟通	2-16/2-29	G1.3.2	第九条 第五十三条
	重要性议题管理	2-29/3-1/3-2/3-3	G1.1.9	第五条
用守正 诠释信任	释放党建效能	/	/	/
	规范公司治理	2-9/2-10/2-11/2-12/2-13/2-15/ 2-18/2-19/2-25/2-27/207-2	/	/
	维护投资者权益	2-16/2-27	/	第五十三条
	坚守商业道德	2-25/2-27/205-2	G2.1.1/G2.1.2/G2.1.3	第五十四条 第五十五条
用行动 诠释绿色	应对 气候变化	201-2/305-1/305-2/305-4/305-5	E1.1.2/E1.1.3/E1.1.4/E1.1. 5/E1.1.6/E1.1.7/E1.1.8/E1. 1.16/E1.1.19	第十一条 第二十条 第二十一条 第二十二条 第二十三条 第二十四条 第二十七条
	环境 合规管理	303-2/306-2	E2.1.1/E2.1.3/E2.1.6/E2.1. 8/E2.1.9/E2.2.5/E2.2.6/E2. 4.1/E2.4.2/E2.4.3/E2.4.4	第十一条 第二十九条 第三十条 第三十一条 第三十三条
	资源 管理	302-1/302-3/302-4/303-5	E3.1.2/E3.1.4/E3.1.5/E3.2. 1/E3.2.3/E3.2.4/E3.3.1/E3. 3.2/E3.3.4	第十一条 第三十四条 第三十五条 第三十六条 第三十七条

报告章节		《全球可持续发展报告标准》 (GRI Standards)	《中国企业可持续发展报告指南 (CASS-ESG 6.0)》	《上市公司自律监管指引第14号 —可持续发展报告(试行)》
用品质 诠释价值	创新驱动	416-1	S2.1.1/S2.1.2/S2.1.3/S2.1.4/S2. .1.5/S2.1.6/S2.1.7/S2.1.8/S2.1. 10/S2.1.11/S2.1.12/S2.1.13	第十一条 第四十二条
	产品与服务质量安全	416-1/416-2	S3.3.1/S3.3.2/S3.3.3/S3. 3.4/S3.3.5/S3.3.6	第十一条 第四十七条 第五十六条
	可持续供应链	2-6/204-1/308-1/308-2/414-1/414-2	S3.1.1/S3.1.2/S3.1.3	第十一条 第四十五条
	数据安全与隐私保护	418-1	S3.4.1/S3.4.2/S3.4.3/S3.4.4	第四十八条
用爱心 诠释担当	职业健康与安全	403-1/403-2/403-3/403-4/403-5/ 403-6/403-7/403-8/403-10	S4.2.1/S4.2.2/S4.2.3/S4.2.4/S4.2.5	第十一条 第四十九条 第五十条
	打造和谐职场	2-7/201-3/401-2/401-3/404-3/ 405-1/406-1/408-1/409-1	S4.1.1/S4.1.2/S4.1.3/S4.1.4/S4.1.5 /S4.1.6/S4.1.7/S4.1.8/ S4.1.9/S4.1.10/S4.1.11/S4.1.12	第四十九条 第五十条
	员工培训与发展	404-2	S4.3.1/S4.3.2/S4.3.3/S4.3.4	第四十九条 第五十条
	汇聚温暖力量	203-1/203-2	S1.1.2/S1.1.4/S1.2.1/ S1.2.2/S1.2.5/S1.2.6	第三十八条 第三十九条 第四十条
展望未来		/	A1	/
附录	指标索引表	/	A3	第五十七条
	其他环境信息	303-2/303-4/305-7	E2.1.3/E2.1.5	第三十条
	意见反馈表	/	A6	/

其他环境信息

2024年增鹏排污信息

类别	主要污染物名称	排放浓度	环保设施	处理能力	处理效果
废水	化学需氧量	32mg/L	污水处理站	600吨/天	达标
	氨氮	0.498mg/L			
废气	非甲烷总烃	1.52mg/m³	集中高空排放	-	达标
	二氧化硫	ND			
	氮氧化物	23mg/m³			
噪声	噪声	昼间<60dB(A)	隔墙、绿化	-	达标
		夜间<50dB(A)			

注：
1、增鹏指广州市东鹏食品饮料有限公司，为东鹏饮料子公司，是公司唯一的重点排污单位。
2、报告期间，增鹏拥有正常运行的环保设施，污染物排放情况达标。增鹏废水处理采用“一级气浮+A/O+MBR膜过滤”处理工艺，废水处理设施全天候稳定运行，2024年6月开始增鹏经得增城区环保局和水务局批准开展工业废水纳管排放调整试点，将生产废水试点排放到市政污水管网，进入中心城区净水厂进行代处理；锅炉使用清洁能源天然气为原料，锅炉烟气经烟囱收集后高空排放，二氧化硫、氮氧化物等排放指标稳定达标，废气排放方式为集中高空排放。
3、公司拥有污水检测设备，能实时监测并记录污染物的排放指标情况，增鹏自2018年起委托具有检验检测机构资质的第三方环境检测机构每季度进行一次三废检测。
4、增鹏已获得节水型企业认证。
5、公司《突发环境事件应急预案》于2021年11月24日备案成功，备案编号：341172-2021-005-L。

除增鹏外，2024年其他主要生产基地(非重点排污单位) 污染物排放情况

	类别	污染物	排放浓度	环保设施	处理能力	处理效果
莞鹏	废水	化学需氧量	26mg/l	污水处理站	500吨/天	达标
		氨氮	0.476mg/l			
	废气	二氧化硫	ND	集中高空排放	-	达标
		氮氧化物	33mg/m³			
		颗粒物	4mg/m³			
		非甲烷总烃	1.68mg/m³			
	噪声	噪声	昼间<65dB(A)	隔墙、绿化带	-	达标
			夜间<55dB(A)			
华鹏	废水	化学需氧量	13mg/l	污水处理站	1200吨/天	达标
		氨氮	0.213mg/l			
	废气	二氧化硫	ND	集中高空排放	-	达标
		氮氧化物	33mg/m³			
		颗粒物	3.8mg/m³			
		非甲烷总烃	7.88 mg/m³			
	噪声	噪声	昼间<60dB(A)	隔墙、绿化带	-	达标
			夜间<50dB(A)			
桂鹏	废水	化学需氧量	41mg/l	污水处理站	390吨/天	达标
		氨氮	0.519mg/l			
	废气	二氧化硫	4	集中高空排放	-	达标
		氮氧化物	118mg/m³			
		颗粒物	ND			
	噪声	噪声	昼间<60dB(A)	隔墙、绿化带	-	达标
			夜间<50dB(A)			
徽鹏	废水	化学需氧量	196mg/l	污水处理站	1500吨/天	达标
		氨氮	33.4mg/l			
	废气	非甲烷总烃	0.82mg/m³	集中高空排放	-	达标
庆鹏	废水	化学需氧量	143mg/l	污水处理站	1000吨/天	达标
		氨氮	1.55mg/l			
	废气	二氧化硫	ND	集中高空排放	-	达标
		氮氧化物	32mg/m³			
		颗粒物	4.1 mg/m³			
	噪声	噪声	昼间<60dB(A)	隔墙、绿化带	-	达标
			夜间<50dB(A)			
浙鹏	废水	化学需氧量	453mg/l	污水处理站	1800吨/天	达标
		氨氮	5.76mg/l			
	废气	非甲烷总烃	3.95mg/m³	集中高空排放	-	达标
湘鹏	废水	化学需氧量	192mg/l	污水处理站	1800吨/天	达标
		氨氮	3.16mg/l			
	废气	二氧化硫	ND	集中高空排放	-	达标
		氮氧化物	21mg/m³			
		颗粒物	7.5mg/m³			
		非甲烷总烃	1.38mg/m³			
	噪声	噪声	昼间<60dB(A)	隔墙、绿化带	-	达标

注：
1、上述各基地全称如下：莞鹏指广东东鹏维他命饮料有限公司；华鹏指广东东鹏饮料有限公司；桂鹏指南宁东鹏食品饮料有限公司；徽鹏指安徽东鹏食品饮料有限公司；庆鹏指重庆东鹏维他命饮料有限公司；浙鹏指浙江东鹏维他命饮料有限公司；湘鹏指长沙东鹏维他命饮料有限公司。
2、上述各基地均无超标排放情况，废水、废气的排放方式均为集中排放，环保设施均正常运行。
3、桂鹏、莞鹏、徽鹏、华鹏已完成节水型企业认证。

意见反馈表

感谢您阅读《东鹏饮料(集团)股份有限公司2024年度可持续发展报告》。为改进东鹏饮料在环境、社会和公司治理等方面的工作,进一步提升公司可持续发展的能力和水平,加强与社会各界的沟通交流,我们衷心地希望您能够在百忙之中对我们的工作和报告提出宝贵的意见和建议。

您的信息

姓 名：联系电话：_____

单 位：电子邮箱：_____

选择题(请在相应位置打√)

1. 您对东鹏饮料2024年度可持续发展报告的总体评价：

☐ 好 ☐ 一般 ☐ 待提高 ☐ 不了解

2. 您认为东鹏饮料在客户服务方面做得如何？

☐ 好 ☐ 一般 ☐ 待提高 ☐ 不了解

3. 您认为东鹏饮料在科技创新方面做得如何？

☐ 好 ☐ 一般 ☐ 待提高 ☐ 不了解

4. 您认为东鹏饮料在公司治理方面做得如何？

☐ 好 ☐ 一般 ☐ 待提高 ☐ 不了解

5. 您认为东鹏饮料在员工队伍建设方面做得如何？

☐ 好 ☐ 一般 ☐ 待提高 ☐ 不了解

6. 您认为东鹏饮料在社会公益方面做得如何？

☐ 好 ☐ 一般 ☐ 待提高 ☐ 不了解

7. 您认为东鹏饮料在环境保护方面做得如何？

☐ 好 ☐ 一般 ☐ 待提高 ☐ 不了解

8. 您认为东鹏饮料在可持续供应链方面做得如何？

☐ 好 ☐ 一般 ☐ 待提高 ☐ 不了解

9. 您对东鹏饮料在可持续发展工作方面的其他意见？
