



燕京啤酒
YANJING BEER

2024年度
可持续发展报告
SUSTAINABILITY REPORT



SUSTAINABILITY REPORT
为生活酿造美好
与世界和谐共生

CONTENTS

目录

变革引领发展

关于本报告	02
董事长致辞	03
关于燕京啤酒	04
未来展望	130
荣誉奖项	131
关键绩效表	136
指标索引表	142
报告鉴证	144
读者反馈	145

党建领航新征程	09
以稳治企强根基	10
可持续发展管理	17
严守内控防风险	28
紧守道德基准线	35
严防税务风险	36

绿色播种希望

环境综合管理	39
应对气候变化	44
资源能源高效管理	64
严格污废管理	69
生态系统与生物多样性保护	72

创新共筑美好

研发创新产品	75
保障产品质量	79
优质客户服务	86
塑造可持续供应链	93
严护数据安全	100

协同创造未来

保障员工权益	103
携手员工成长	106
守护员工健康	113
给予员工关爱	118

责任彰显价值

助力乡村振兴	123
促进社区发展	125

关于本报告

» 时间范围

本报告为年度报告，时间跨度为 2024 年 1 月 1 日至 2024 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

本报告参照可持续发展标准委员会 (GSSB) 发布的《可持续发展报告标准 (GRIStandards(2021 版))》、深圳证券交易所《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)》、中国酒业协会 T/CBJ 1106-2024《中国酒类企业 ESG 披露指南》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的以年报为准；财务数据以人民币为标准，特别说明除外。

» 语言版本和索取

本报告仅提供中文版本，以电子版形式提供。您可登录深圳证券交易所、巨潮资讯获取更多信息。

董事长致辞



燕京啤酒党委书记、董事长

耿超

2024 年是实现“十四五”规划目标任务的关键一年。面对外部环境不确定性的挑战和新旧动能转换的压力，全体燕京人携手奋进、笃定前行，深化九大变革，全力攻坚创新。我们将 ESG 理念全方位融入企业的发展战略与运营活动之中，助推公司业绩持续向好，各项主要经济指标全面增长，且增速居于行业领先地位，彰显出了强大的增长韧性。

在践行可持续发展的道路上，**我们将 ESG 理念作为衡量企业可持续高质量发展的重要指引。**充分听取来自内外利益相关方的诉求和期望，建立多元化的沟通方式和渠道，积极回应来自各利益相关方的意见和建议，构建 ESG 实质性议题分析矩阵，明确了以“产品质量与安全”为首的 28 个重大性议题，以可持续发展视角寻找可延伸的价值链和可拓展的增长空间。

我们将 ESG 理念作为企业践行长期主义的硬准则。在投资决策中将 ESG 理念融入可行性研究框架体系，通过流程再造将 ESG 风险评估前移至立项审批阶段，核准评估项目对环境和社会等可能产生的外部影响，建立负面清单，从源头上提高投资项目前期工作质量，有效规避潜在风险，引导企业资源合理配置。

我们将 ESG 理念作为企业长期增长和价值创造的关键驱动力。推动开展全面变革与转型，将 ESG 要求贯穿经营与治理的各领域各环节，识别出推进卓越管理体系、夯实市场渠道建设、加快供应链转型和数字化建设等价值

创造路径，为培育发展新质生产力注入持续动力。2024 年我们收集汇总产品全生命周期数据，首次发布碳足迹白皮书，系统内绿色工厂已增至 17 家。

我们将 ESG 理念作为培育品牌责任文化基因的核心要素。积极践行绿色酿造，遵循“减量化、再利用、再循环”的原则，提高资源使用效率，改善用能结构，实施光伏发电项目，推行减碳降塑革新，连年获得政府碳配额政策奖励，连续三年发布 ESG 报告，主动披露公司 ESG 绩效。2024 年获得中国贸促会低碳品牌 100 佳、北京市企业社会责任优秀案例和上市公司可持续发展最佳实践案例等多项荣誉。

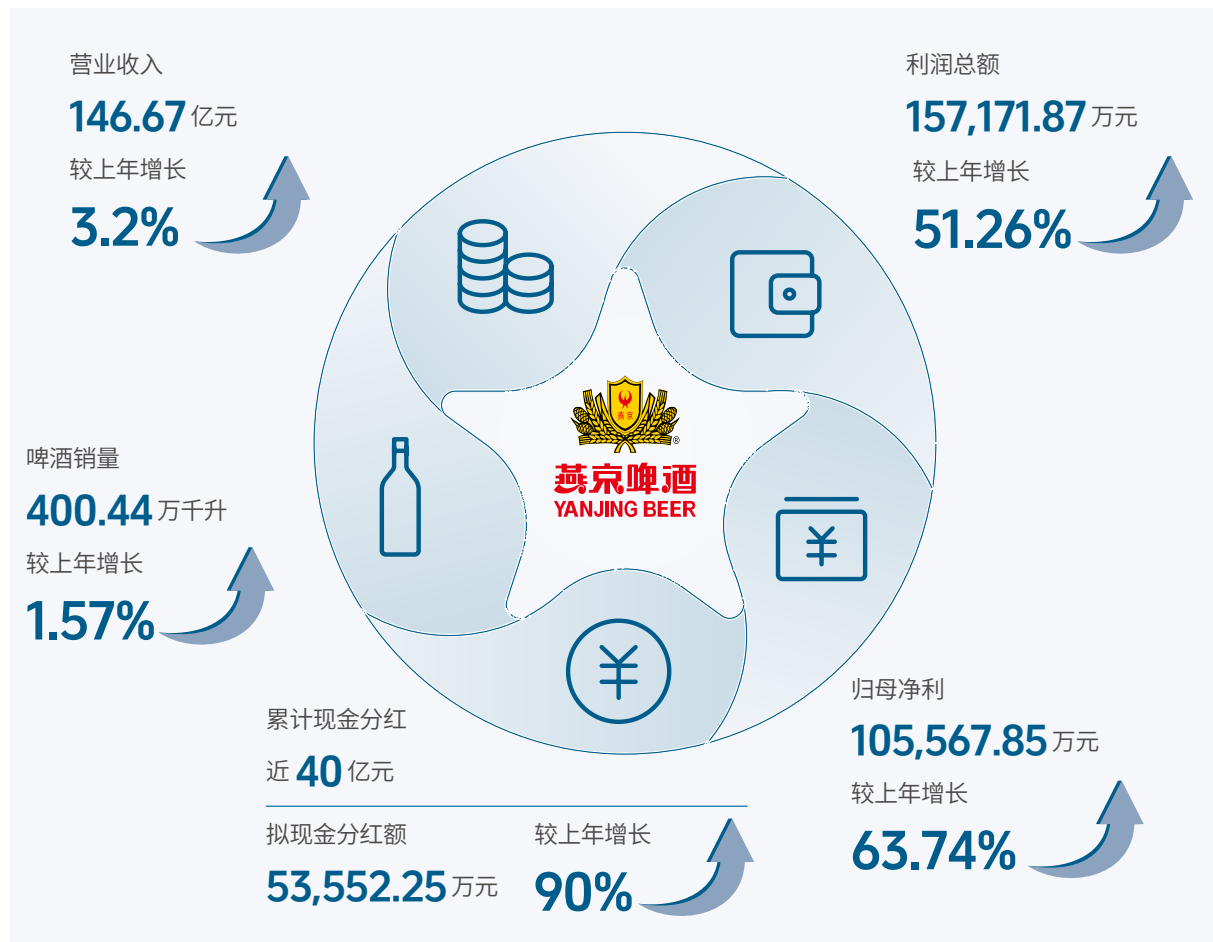
我们将 ESG 理念作为促进行业可持续发展的共同语言。以 ESG 理念和管理方法为战略支撑，通过“三步十法”和 PDCA 管理模式，成功构建 ESG 管理体系，成为中国第一家基于最新 ESG 认证标准，建立 ESG 管理体系并通过 ESG 管理体系认证的企业。我们与同行分享经验、交流成果，积极参与 ESG 相关国家标准和团体管理标准的制定，为共建行业生态语言、推动行业绿色发展贡献燕京智慧。

ESG 建设是一个复杂的长期系统工程，需要企业长期投入与深耕。未来我们仍将以更加积极主动的姿态去拥抱和践行 ESG 理念，将 ESG 作为改进公司的治理水平、运营效率和创新质量的重要抓手，深化 ESG 评价体系标准应用，为美好生活贡献更大价值增量！

关于燕京啤酒

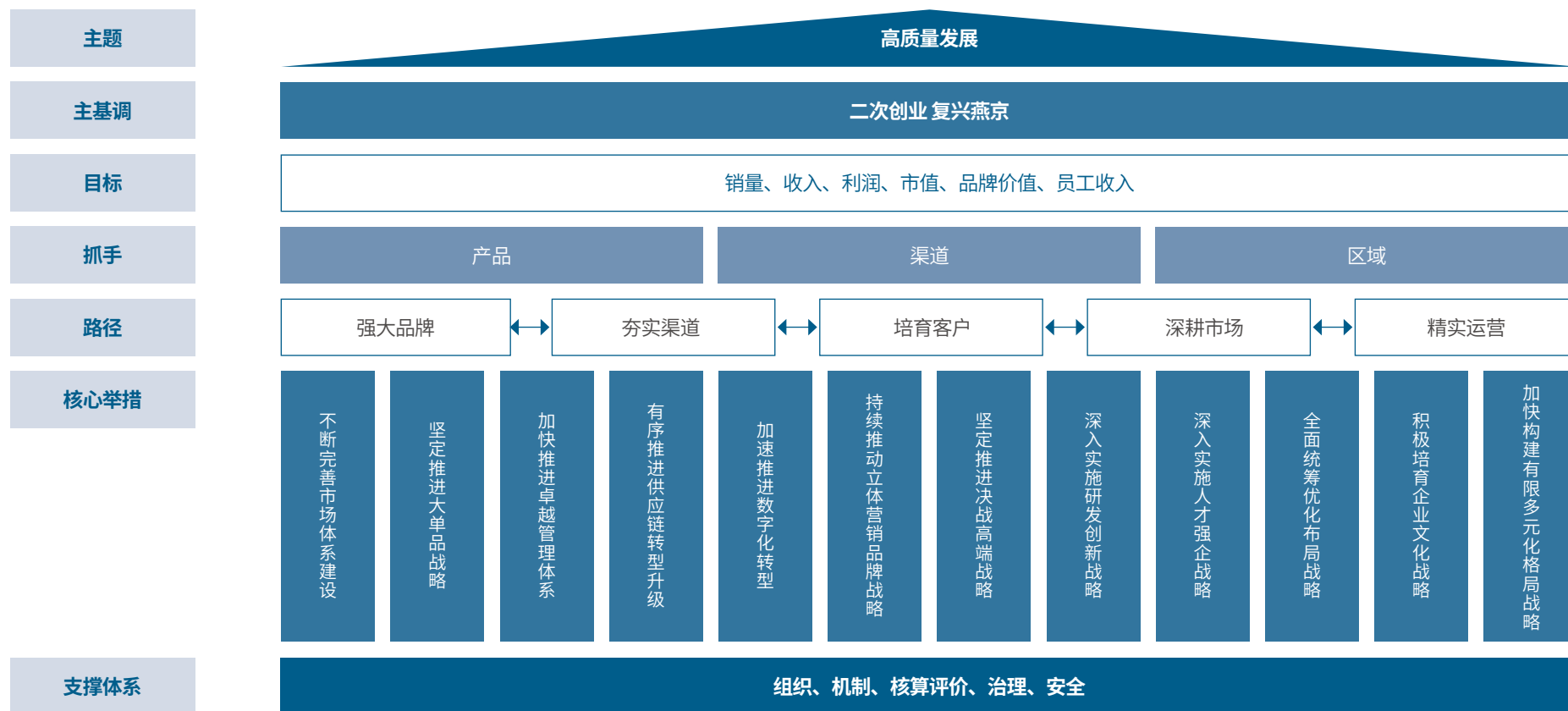
公司介绍

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。



燕京啤酒“十四五”发展战略规划

为确保公司战略及目标符合公司现状，燕京啤酒开展了公司“十四五”战略规划中期评估与调整。2024 年，燕京啤酒“十四五”战略规划报董事会审批决议通过，正式开始实行，通过战略规划的调整，可以进一步优化资源配置，提升运营效率，指导公司在“十四五”后半程稳健前行，实现跨越式发展。



总体来看，在业务布局优化上，公司着力发展新质生产力，包括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。在公司治理提升上，落地 ESG 治理体系，将环境保护、社会责任、公司治理等方面指标纳入全部业务范畴，强化公司治理现代化体系建设。

企业文化

“热爱有你、燕京有我”是新时期燕京企业文化与价值观的传承与升级，是“十四五”时期企业文化追求的高度凝练，是燕京与消费者沟通、互动的情感诉求，是统一思想、凝聚共识、决战决胜的坚定信心，是驱动燕京企业文化建设与价值观重塑的精神主轴，是推进“二次创业、复兴燕京”，推动高质量发展的文化支撑。“热爱有你、燕京有我”简称“有你文化”，@you 是“有你文化”的专属符号。“你就是我、我就是你”是“有你文化”的融合目标。

燕京啤酒 有你文化

热爱有你 燕京有我







有你文化	核心思想	基本态度	精神主线	庄重承诺	融合目标
<p>是推进“二次创业、复兴燕京”、推动高质量发展的文化支撑。</p> <p>“热爱有你、燕京有我”是新时期燕京企业文化与价值观的传承与升级，是“十四五”时期企业文化追求的高度凝练，是燕京与消费者沟通、互动的情感诉求，是统一思想、凝聚共识、决战决胜的坚定信心，是驱动燕京企业文化建设与价值观重塑的精神主轴。</p>	<p>客户至上的经营理念是“有你文化”的核心思想。</p> <p>燕京啤酒要积极落实国企深化供给侧结构性改革的要求和责任担当，不断优化产品结构，着力提高产品质量，积极创新细分品类，不断为客户创造价值。</p> <p>“有你文化”代表着燕京人对产品精益求精的目标追求，忠实地为消费者提供高品质的产品、高质量的服务，不断满足人民群众对生活的美好向往。</p>	<p>包容并蓄的开放心态是“有你文化”的基本态度。</p> <p>燕京要以开放包容的心态兼收并蓄、博采众长、创新实践，链接千千万万个不同地域、不同年龄、不同兴趣爱好、不同人生状态、不同价值主张的你，共同表达对美好生活的不懈追求。</p> <p>“热爱有你”“奉献有你”“奋斗有你”“追梦有你”“幸福有你”“决战有你”……全面塑造符合燕京特色的、开放的、互动的、包容的“有你文化”系列。</p>	<p>唱响主旋律弘扬正能量是“有你文化”的精神主线。</p> <p>新时期燕京人要坚定理想，不忘初心，肩负起振兴民族啤酒工业的责任和使命，弘扬社会主义核心价值观，传播社会正能量，引领新时代燕京人坚定信心，奋发向上。因为有你的奉献、坚定和力量，燕京明天更美好更闪耀，为每一名努力奋斗的燕京人自豪和骄傲，前进路上“有你的燕京”、“有你的世界”。</p>	<p>有你我是“有你文化”的责任使命和品质服务的庄重承诺。</p> <p>有你文化是新时期凝聚我们燕京人信心和力量，唤醒焕发新时期燕京人新精神新状态，增强燕京人突破自我，不断向上的使命感、责任感，并且把这种精神和文化不断凝练升华成燕京人、燕京品牌、燕京文化的新内涵。千千万万个“你”为了美好生活而奋发有为，千千万万个“我”为了酿造出好啤酒而努力向前，全力达成成为生活酿造美好的企业愿景。</p>	<p>“你就是我、我就是你”是“有你文化”的融合目标。</p> <p>你是千千万万个你，你中有我，我中有你，燕京造就你，你造就燕京，你守护我，我守护你，我们就是彼此，乘众人之智，用众人之力，有你有我，攻必克战必胜，携手同行，不断向前，迈进有你的新时代。</p>

※ 燕京啤酒有你文化

变革 引领 发展

“二次创业，复兴燕京”，拥抱变革是燕京啤酒近年发展的首要关键词。2024年度，燕京啤酒继续系统性创新变革，顺利通过 ISO56002 创新管理体系认证。在公司治理模块，坚持党建引领，与各利益相关方一起，走稳健之道路、守变革之姿态、聚创新之力量、守合规之底线、创共赢之未来。



党建领航新征程

燕京啤酒注重加强党的建设，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，并推动所属企业完成党建入章工作。

燕京啤酒推动党建和业务工作的深度融合。推行党组织书记“揭榜挂帅”机制，发挥党组织战斗堡垒作用，形成 43 项针对性强、时间紧迫、影响较大的突出重点难点问题榜单任务，按期跟进完成。开展“党员先锋岗”评选活动，共选出 297 个“党员先锋岗”，使党员牢固树立“一个党员就是一面旗帜，一个岗位就是一份责任”的意识，推动全体党员争做先进、争创一流。



燕京啤酒立足行业，以红色引擎驱动高质量发展，持续构建以“教育宣讲凝心聚力、揭榜挂帅攻坚项目、志愿服务彰显担当”为主的“燕京红燕”党建品牌，通过“党建融入治理、强化思想引领、夯实组织基础、聚焦队伍建设、着力载体创新”五大核心举措，实现党建工作与经营主业的双向赋能和融合发展。

同时，燕京啤酒也注重对党的接班人的动员及培养。公司紧紧围绕燕京高质量发展体系，着力引领凝聚青年、组织动员青年、联系服务青年，全面深化改革、全面从严治团，团结带领燕京啤酒广大团员青年为“二次创业，复兴燕京”贡献青春力量。

2024 年度，公司党委围绕学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想、党的二十届三中全会等内容，持续开展理论教育。以“学先进、敢担当、创佳绩”主题活动为抓手，着力培养党的创新理论的坚定信仰者和忠实实践者。



以稳治企强根基

燕京啤酒搭建了稳健的治理体系，持续完善三会管理，确保决策科学有效。在稳健治理架构之下，公司注重投资人权益保护，通过信息披露、严格决策程序等举措，维护投资人知情权、收益权等，促进公司与投资人利益协同，助力公司长远稳健发展。

公司治理体系

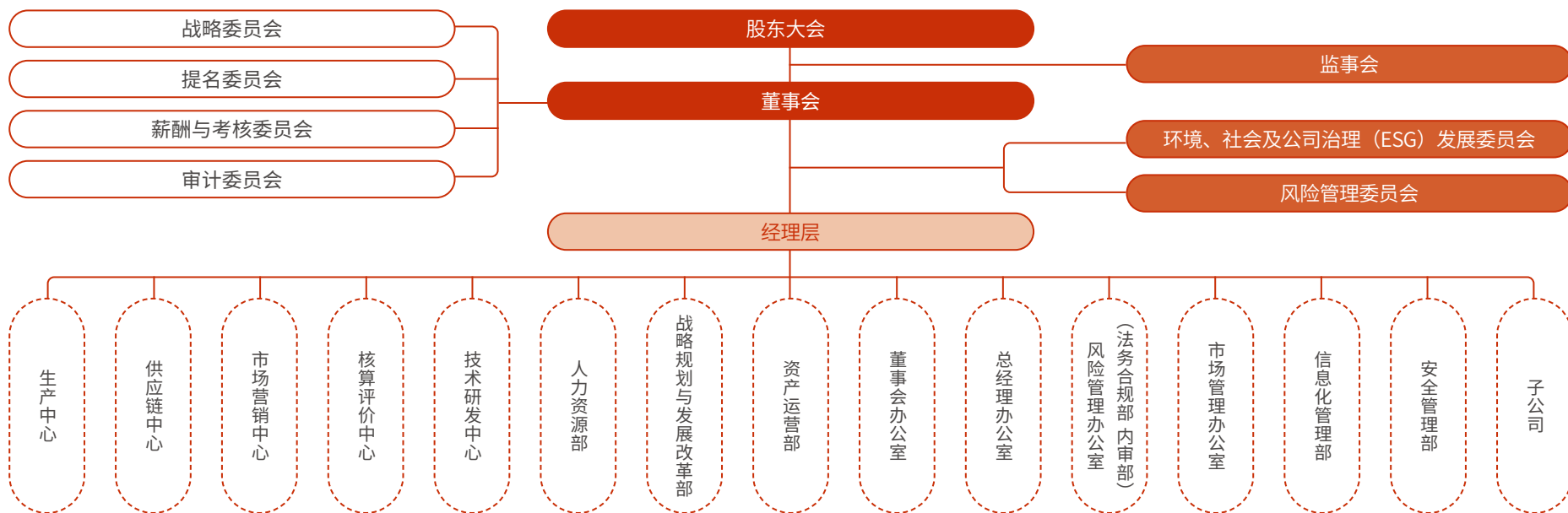
制度体系的建立与完善是企业合规运行的基础，是董事会科学决策、高效运转的前提。燕京啤酒持续优化公司治理体系，依据不同层级和类别，有序推进公司治理的制度化进程。公司严格遵循相关法律法规及各项制度文件的要求，持续完善“1+M+N”的董事会制度体系文件。

公司以《公司章程》为核心“1”，以“三会一层”议事规则、各专门委员会工作细则为“M”，涉及董事会决策事项的《关联交易决策制度》《对外担保管理制度》

《重大投资管理制度》等相关制度为“N”，突出董事会的决策地位。各制度互相衔接、相辅相成，构建完善的董事会制度体系，为董事会科学决策提供行之有效的制度依据，促进公司合规运行、持续发展。

在遵循相关法律法规及规章制度的要求的基础上，燕京啤酒精心构建了公司治理体系，不断完善公司治理架构。紧密结合公司自身实际状况，健全公司内部控制制度，进一步规范公司运营管理，持续提升公司治理水平。

公司治理架构



股东大会作为权力核心，赋予董事会决策权。董事会下分设战略、提名等多个专业委员会，它们各司其职又相互协作，能精准制定战略、选拔人才、把控薪酬考核与审计监督，保障决策的科学性与专业性。监事会独立于其他部门，有效监督公司运营，防范违规风险。环境、社会及公司治理（ESG）发展委员会的设立，彰显了公司紧跟时代趋势，重视可持续发展；风险管理委员会则为公司运营保驾护航，降低潜在风险。

经理层下辖生产中心、供应链中心等众多职能部门，各部门分工清晰，从生产到市场，从技术研发到人力资源管理，涵盖公司运营全流程。这种架构既能保证各部门专注于自身领域的深度发展，又能实现部门间的高效协同，让信息与资源快速流通，从而提升整体运营效率，助力公司在市场竞争中稳健前行。

合规、创新、社会责任（ESG）新三体系，构筑可持续发展矩阵



燕京啤酒在公司治理领域积极总结经验，持续寻求创新突破。近两年，燕京啤酒先后通过 ISO37301 合规管理体系、ISO56002 创新管理体系认证。2024 年 12 月，公司通过 ESG 管理体系认证，成为中国第一家基于 CTS CQM/S-RZ-ZY-58-001《ESG 管理体系 要求及使用指南》认证的企业，这一证书不仅代表公司在关键领域的承诺和努力，在体现公司的社会责任和品牌形象的同时，也是为消费者和投资者提供更加透明和可靠信息的能力证明。

随着 ESG 管理体系认证的通过，公司陆续获得合规、创新、社会责任（ESG）新三体系证书，标志着公司的治理管理能力达到了崭新的高度。这一成果不仅体现了公司治理能力的全面升级，更通过管理体系的协同效应，为企业高质量发展注入持续动能。未来，燕京啤酒将以新三体系为抓手，向内挖掘、向外延伸，深化管理创新，拓展可持续发展实践维度，为行业绿色转型与社会责任履行树立新典范。



三会管理

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并成立了由董事会成员和高管成员共同组成的风险管理委员会和环境、社会及公司治理（ESG）发展委员会，负责公司的整体治理、监督和定期检讨，确保公司决策科学、严谨、高效。

董事会、监事会和管理层设置

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。

规范三会运作

2024 年，公司严格遵照《深交所股票上市规则》《上市公司章程指引》《上市公司规范运作指引》等法律法规，高效完成《公司章程》《审计委员会工作细则》《提名委员会工作细则》《薪酬与考核委员会工作细则》《独立董事工作制度》的修订，并制定了《会计师事务所选聘制度》《董事会向经理层授权管理办法》《独立董事专门会议工作制度》。

2024 年度，公司共圆满召开 8 次董事会会议、6 次监事会会议、1 次股东大会，共审议近 60 项议案，会议中公司董事、监事、高管针对议案充分发表意见和建议，各项议案均审议通过。

除公司总部外，燕京啤酒持续规范子公司三会运作，通过开展法规培训、审核修改子公司三会材料等方式开展子公司相关人员信息披露规则培训。公司严格执行内部信息报送制度，对子公司报送信息定期整理、汇总。本年度内，公司总部协助子公司修改公司章程、调整公司架构、变更董监高、完成年度分红等工作近 50 次。

战略、审计、薪酬与考核、提名、风险管理、ESG 发展委员会会议次数

18次

支持独立董事履职

为进一步提升公司治理专业化运作、监督约束水平，公司不断促进独立董事深入参与战略发展、业务推进和风险防控全过程，在独立董事履职支持工作方面不断探索新路径、激发新效能，充分发挥外脑“智囊团”作用。

公司通过持续支持、配合独立董事工作，充分发挥了独立董事专业、公正、独立的优势，在董事会及其下设的各项专业委员会中发挥监督制衡作用。利用独立董事专业知识和经验为公司发展提供有建设性的建议，提高公司决策水平、经营绩效。基于独立董事坚持客观的评价标准、监督约束，提升了公司的治理水平和市场竞争力，为公司的高质量发展奠定了坚实的基础。

营造畅所欲言的 董事会民主议事氛围

- 从服务、信息、沟通、落实等方面，积极支持独立董事在董事会中发挥参与决策、监督制衡、专业咨询的作用。

设立独立董事 工作室

- 公司董事会秘书平时加强与独立董事沟通，及时响应独立董事提出的各项需求；
- 公司董事、高级管理人员为独立董事提供公司的生产经营情况；
- 公司各职能部门根据领导安排为独立董事履职做好各项基础工作，确保独立董事履职，及时掌握公司发展状况和重大决策事项。

健全独立董事 沟通机制

- 公司组织独立董事通过现场走访、座谈、听取工作汇报等方式对公司进行考察，充分了解公司日常经营情况。

提升董监高履职能力

董监高是公司发展的掌舵人，为确保公司可持续发展，引领企业稳健前行，燕京啤酒董事会积极组织董监高参加各项培训学习活动，涵盖法律法规、交易所相关规定、ESG、气候变化等主题，以助力董监高提升履职能力。

本年度公司全体董监高在 2024 年度参加北京上市公司协会组织的董监高专题培训总计 102 次，获得学分总

计 510 学分，远超北京上市公司协会要求上市公司董监高每年度完成 10 学分的学习任务。通过培训，公司董监高履职水平获得持续提升，公司董事会运作效率显著提高，增强了董事会运作的独立性、科学性、有效性。

2024 年 6 月公司获评《董事会》杂志第十九届中国上市公司董事会“金圆桌奖”。



董事会多元化

多元化的董事会对于公司战略决策的科学性、全面性以及公司长远发展至关重要。燕京啤酒高度重视董事会多元化建设，致力于打造一个汇聚不同背景、经验与视角的决策团队，以更好地应对复杂多变的市场环境，履行企业社会责任。

当前，公司董事会成员年龄分布广泛，涵盖了 30-50 岁及 50 岁以上群体，董事可凭借丰富的行业经验和稳

健的决策风格，保障公司决策的科学性与稳定性。除此之外，公司董事会成员具备多元化的专业背景，确保公司决策的专业性。

通过构建多元化的董事会，公司在企业社会责任履行方面取得了显著成效。多元化的视角促使公司在制定战略规划时，充分考虑到经济、社会和环境等多方面因素，推动公司在可持续发展道路上不断前行。未来，

公司将继续坚定不移地推进董事会多元化建设，不断完善多元化机制，为公司实现更高质量发展、履行更多社会责任奠定坚实基础。

董事会人数

7人



独立董事占比

57.14%

投资人权益保护

强化投资者关系管理，提升公司治理水平是赋能公司高质量发展的重要组成部分。公司在依法合规的前提下，落实新发展理念、勇于创新，不断建立健全公司内部的投资者关系管理工作制度、工作体系和工作流程，通过多种渠道与投资者沟通交流，及时听取投资者的意见与诉求，促进投资者各项权益得到充分保障，为证券市场注入活力。

目标	年度	当前完成情况
<ul style="list-style-type: none"> 投资者诉讼事件 0 件 投资者交流活动中不出现重大信息泄露事故 分红比例满足监管机构规定 	2024	<p>✓ 已达成</p>

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，提升投资者关系管理水平，助力公司高质量发展。

2024 年度，公司（总部）投资者关系团队共计 5 人，100% 参与学习了深交所、北京上市公司协会等监管机构投资者保护与投资者关系相关课程。

2024 年度，公司（总部）投资者关系团队共计
5人

依法依规信息披露

公司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，切实维护投资者的合法权益。公司董秘带领董办团队人员按照最新法规和监管要求完善公司各项制度，与交易所及证券监管机构随时保持沟通和联络，积极配合监管部门相关工作，按需要准备和提交深交所要求的文件。针对重大事项和决议，公司及时发布公告，2024 年，公司共披露公告 92 份，保证了公司信息披露的及时性和公平性。

2024 年，公司共披露公告
92份

加强投资者沟通互动

燕京啤酒高度重视与投资者的双向互动，通过多渠道、多平台、多方式开展投资者关系管理，运用线上渠道（新媒体平台、公司网站、互动易平台、IR 电话热线、传真、电子邮箱等）与线下调研相结合的方式与投资者进行互动交流。

2024 年度，燕京啤酒通过交易所互动平台回答投资者问题 86 条，回复率达 100%，接待 263 家机构 346 人次调研，发布《投资者调研活动记录表》16 篇。通过拓展网站、新媒体平台等新兴渠道，燕京啤酒主动组织召开业绩说明会、投资者交流会，加强上市公司与投资者之间的有效沟通，促进上市公司完善治理，切实保护投资者，特别是中小投资者的合法权益。

举办投资者交流会，与投资者面对面



2024年6月6日，燕京啤酒顺利举办以“践行变革的力量”为主题的“燕京啤酒2024年度投资者交流会”，知名券商、基金公司、产业资本、保险、个人股东、主流财经媒体等共计109人参会，公司董事长携主要领导班子成员出席会议，与股东和投资者面对面交流，反响强烈。



倡导理性投资文化

公司积极参加证监局、行业协会组织的各类投资者权益保护活动，宣传金融知识。2024年度，燕京啤酒参加了北京上市公司协会组织的“5·15全国投资者保护宣传日”、“2024年世界投资者周活动”、“股东来了”、“2024年投资者职权、行权、维权现状调查”、“2024年金融教育宣传月”、《中华人民共和国公司法》修订专题培训、北京辖区上市公司市值管理问卷调查、北上协组织的上市公司走进用友、上市公司走进中信建投、上市公司走进燕京啤酒、上市公司中秋团购等活动，通过在活动中的积极交流传递企业声音，进一步倡导理性投资文化，切实维护广大投资者合法权益。



※ 北京上市公司协会走进燕京啤酒

可持续发展管理

可持续发展理念是助力企业长期稳定发展的压舱石。推动可持续发展，践行 ESG 理念已经成为中国企业的“时代命题”和“价值共识”。燕京啤酒制定可持续发展战略体系规划，开展多项可持续发展相关工作，在保障企业自身发展的同时，为实现联合国可持续发展目标贡献更多力量，携手共创更加美好的可持续未来。



重要性议题识别

2024 年度，基于新的时代背景和公司当前发展阶段，燕京啤酒重新开展了企业重要性议题的识别。通过开展国际国内政策分析、国际国内可持续发展相关标准及评级

研究、同行业对标分析等环节，梳理出了 28 个与燕京啤酒相关的可持续发展议题。

环境

- 环境合规管理
- 应对气候变化
- 能源管理
- 水资源利用
- 原材料及包装物管理
- 污染物排放
- 废弃物处理
- 循环经济
- 生态系统及生物多样性保护

社会

- 产品质量与安全
- 产品研发与创新
- 优质客户服务
- 负责任营销和倡导理性饮酒
- 供应链管理
- 数据安全与隐私保护
- 平等雇佣
- 员工发展及培训
- 职业健康与安全
- 员工关爱
- 助力乡村振兴
- 参与社会贡献

治理

- 公司治理
- 可持续发展管理
- 反商业贿赂和反贪污
- 商业道德和反不正当竞争
- 投资人权益保护
- 风险与内控
- 稳健经营及税收

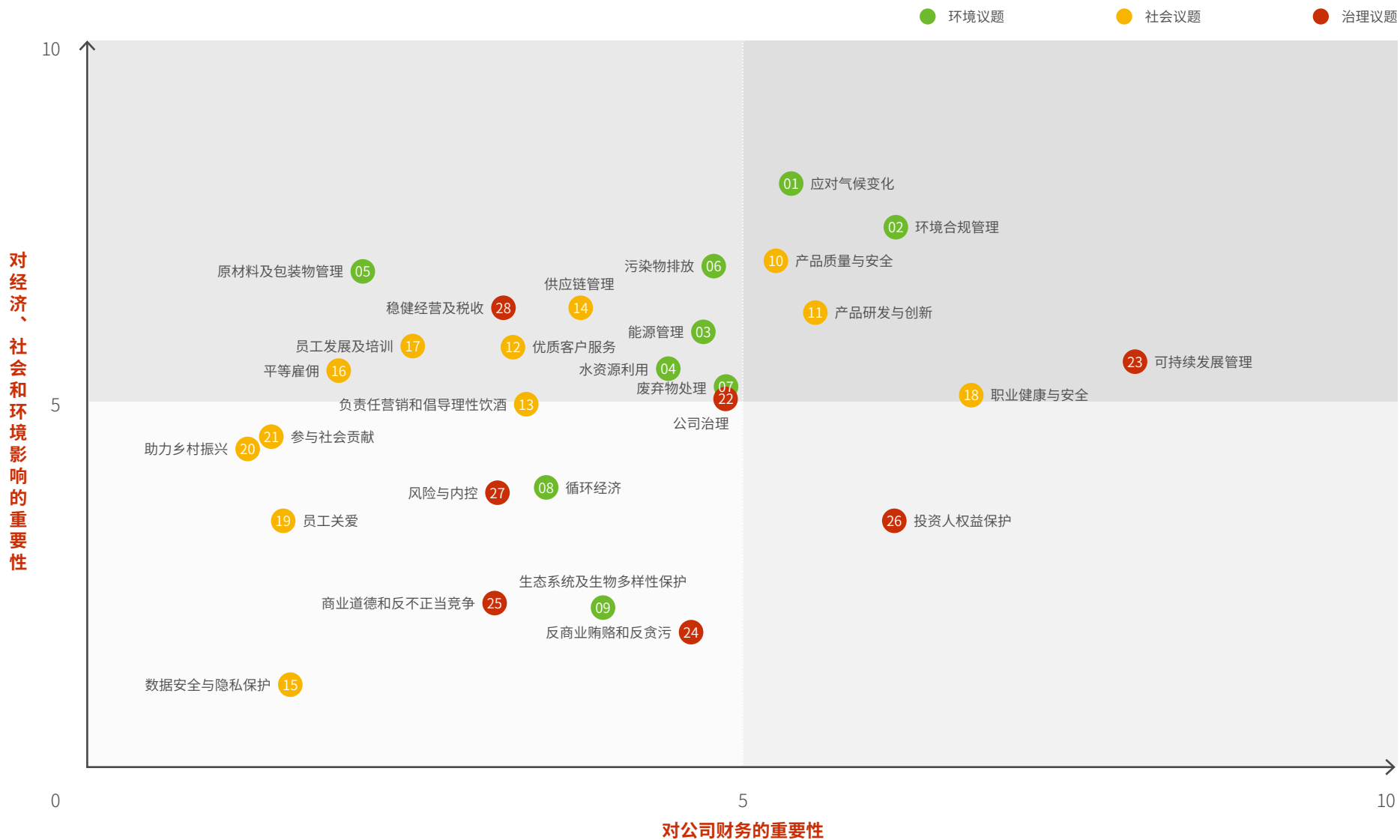
针对这 28 个议题，燕京啤酒针对各利益相关方开展调研，根据如下步骤对议题进行打分，综合得分在 5 分及以上的议题，被视为具有重要性。

步骤 1: 背景分析与 议题清单建立	基于公司 ESG 管理水平，依据《指引》、全球报告倡议组织可持续发展报告标准（GRI）等国内外主流 ESG 标准与规则，参考主流 ESG 评级要求，结合优秀同业对标分析结果，识别出 28 项重要性议题，组建议题库。	
步骤 2: 重要性评估	2-1 影响重要性评估	按照正面或负面、实际或潜在两个维度对议题进行影响类型判断，以确定不同议题的评估维度。 通过专家评分的方式对影响发生的可能性、影响范围和影响的不可补救性进行评估，通过利益相关方对公司的影响程度进行打分。
步骤 3: 双重重要性 评估分析	2-2 财务重要性评估	公司内部高级管理者、财务部门专家与 ESG 专家围绕风险和机遇发生的财务影响程度进行评估。
	对影响重要性与财务重要性评估结果进行量化分析，通过矩阵形式呈现各议题整体的重要性优先级。	

通过前述步骤的开展，我们共识别出 19 项具有重要性的议题，其中，18 个对企业有影响重要性，7 个对企业有财务重要性，6 个对公司既有影响重要性又有财务重要性的议题，对于有财务重要性的议题公司着重管理，开展具体的治理、战略、指标和目标管理，对于暂时未被纳入双重重要性的议题，公司在日常工作中也将持续关注。

维度	议题	影响重要性	财务重要性
环境	环境合规管理	√	√
	应对气候变化	√	√
	能源管理	√	×
	水资源利用	√	×
	原材料及包装物管理	√	×
	污染物排放	√	×
	废弃物处理	√	×
	循环经济	×	×
	生态系统及生物多样性保护	×	×
社会	产品质量与安全	√	√
	产品研发与创新	√	√
	优质客户服务	√	×
	负责任营销和倡导理性饮酒	√	×
	供应链管理	√	×
	数据安全与隐私保护	×	×
	平等雇佣	√	×
	员工发展及培训	√	×
	职业健康与安全	√	√
	员工关爱	×	×
治理	助力乡村振兴	×	×
	参与社会贡献	×	×
	公司治理	√	×
	可持续发展管理	√	√
	反商业贿赂和反贪污	×	×
	商业道德和反不正当竞争	×	×
	投资人权益保护	×	√
	风险与内控	×	×
	稳健经营及税收	√	×

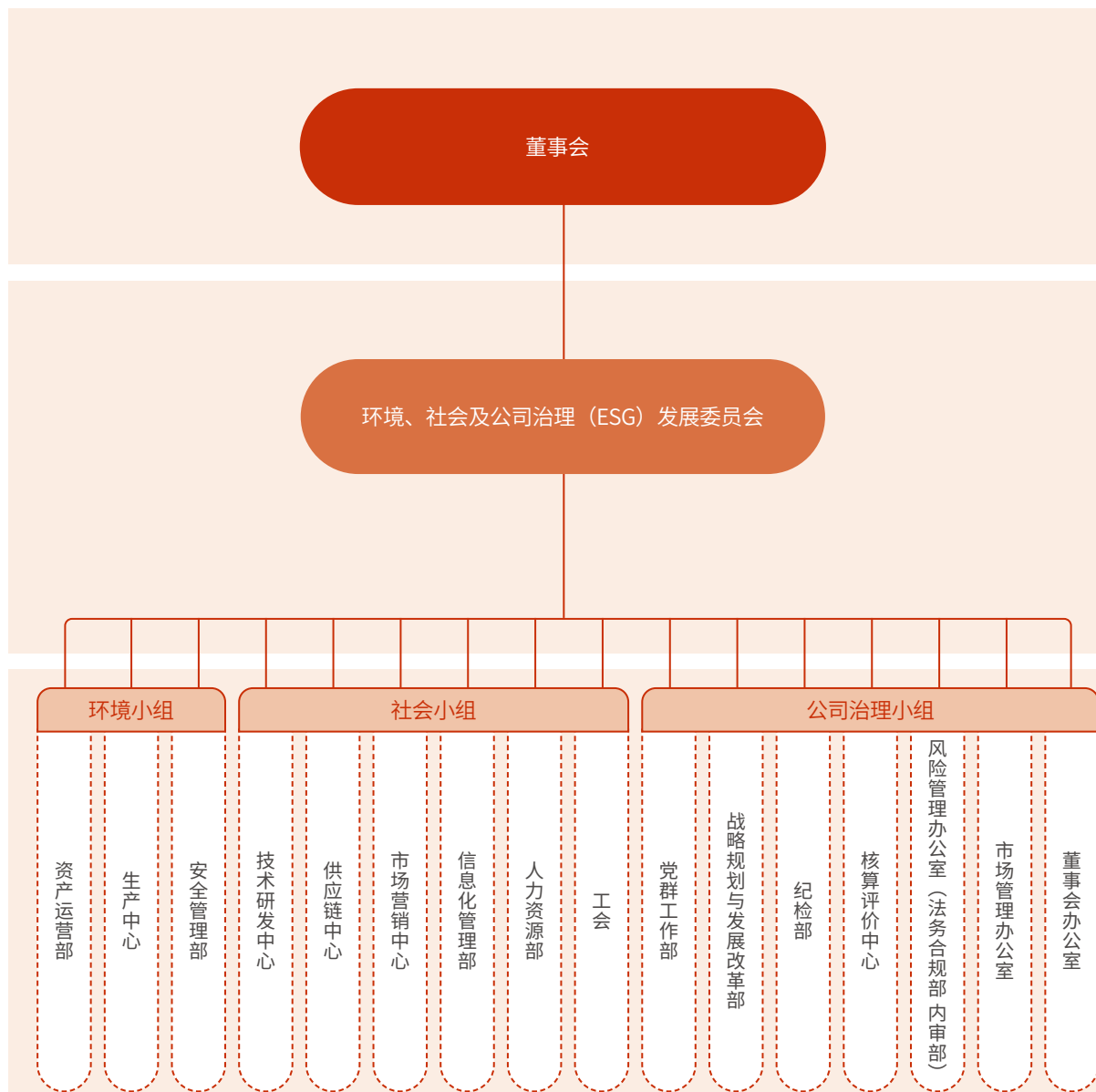
2024 年度双重重要性议题矩阵



可持续发展治理架构及职能分工

为确保公司可持续发展目标顺利融入日常运营管理，确保公司可持续发展理念、目标和行动得到系统性地落实，燕京啤酒搭建了完善的可持续发展治理架构，并明确了相关议题的职能分工，当前，公司识别出的 28 项可持续发展议题已经被全部认领。

在整体架构上，我们保持决策层、管理层、执行层的三层治理架构，所有重要性议题均由董事会进行决策、公司环境、社会及公司治理（ESG）发展委员会进行统筹管理，各议题主责部门进行推进。



决策层
董事会

- 审议、批准公司 ESG 战略、目标、重大议题、管理制度等
- 审议、批准公司 ESG 规划与目标，并监督 ESG 战略的执行
- 定期审查 ESG 治理结构和治理效果

管理层
环境、社会及公司治理
(ESG) 发展委员会

- 研究、评估并制定公司的 ESG 发展战略与目标、重大议题、管理制度等
- 识别、管理与 ESG 日常运营相关影响、风险、机遇
- 指导并监督 ESG 工作的落地
- 建立并完善公司内部 ESG 信息报告机制，明确报告方式和频率
- 组织高管 ESG 培训计划，提升公司各层人员在执行和监督可持续发展相关政策时的专业技能和能力
- 定期对管理层及其他关键人员进行 ESG 相关绩效评估
- 审阅并向董事会提交公司的 ESG 报告

执行层
环境、社会、公司治理小组

- 完善 ESG 工作细则：负责制定和完善 ESG 相关的制度文件、议题框架、阶段性工作计划及具体实施方案，以指导和规范 ESG 工作的开展
- 整理 ESG 信息：负责收集、整理和汇编公司的 ESG 信息
- 对外沟通：负责与咨询机构、评级机构等外部合作伙伴进行沟通，组织开展 ESG 业务培训，跟踪 ESG 政策要求及趋势
- 推动 ESG 工作执行：组织并协调各单位按照公司 ESG 战略和目标开展工作
- 反馈与改进：总结 ESG 工作中的问题和成果，及时向 ESG 发展委员会提供反馈，并提出改进建议
- 其他 ESG 工作任务：承担与 ESG 工作组相关的其他工作职责

燕京啤酒注重打造高水平可持续发展管理团队。在 ESG 管理团队的组建中，公司着重选择具有 ESG 背景及管理能力的负责人对公司相关工作进行统筹。燕京啤酒 ESG 发展委员会核心成员徐月香女士拥有全国工商联人才交流服务中心颁发的“高级注册 ESG 分析师认证”证书，具备对 ESG 议题的统筹及管理能力。

除此之外，燕京啤酒注重对内部 ESG 专属文化的打造。2024 年度，公司着力提升内部 ESG 共识，组织多场线上线下专题培训活动，培训涵盖 ESG 概念辨析、应对气候变化、企业可持续信息披露准则、中国上市公司

ESG 信息披露分析等主题。线下，公司组织公司高管及董事会办公室团队进行集中学习。线上，公司在“燕京商学院”上线 ESG 专题课程 3 节，提升公司内部相关核心人员的 ESG 认知。



可持续发展战略

在可持续发展已经成为全球共识的时代背景下，燕京啤酒积极参与其中。2024 年度，将公司 ESG 战略升级成为可持续发展战略，致力于在企业发展与各项社会议题上找到更加平衡的解法。

燕京啤酒可持续发展愿景

以卓越引领可持续未来

燕京啤酒可持续发展使命

为生活酿造美好 与世界和谐共生

愿景

以卓越引领可持续未来

使命

为生活酿造美好 与世界和谐共生

战略支柱

变革引领发展

创新共筑美好

绿色播种希望

协同创造未来

责任彰显价值

核心议题

- 公司治理
- 可持续发展管理
- 反商业贿赂和反贪污
- 商业道德和反不正当竞争
- 投资人权益保护
- 风险与内控
- 稳健经营及税收

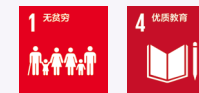
- 产品研发与创新
- 产品质量与安全
- 优质客户服务
- 供应链管理
- 数据安全和隐私保护

- 环境合规管理
- 应对气候变化
- 能源管理
- 水资源利用
- 原材料及包装物管理
- 污染物排放
- 废弃物处理
- 循环经济
- 生态系统及生物多样性保护

- 平等雇佣
- 员工发展与培训
- 职业健康与安全
- 员工关爱

- 参与社会贡献
- 助力乡村振兴
- 负责任营销与倡导理性饮酒

SDGs



针对可持续发展战略，公司制定了相关目标。

目标	年度	当前完成情况
<ul style="list-style-type: none"> 完成可持续发展战略升级 搭建指标体系 	2024	<ul style="list-style-type: none"> 已达成

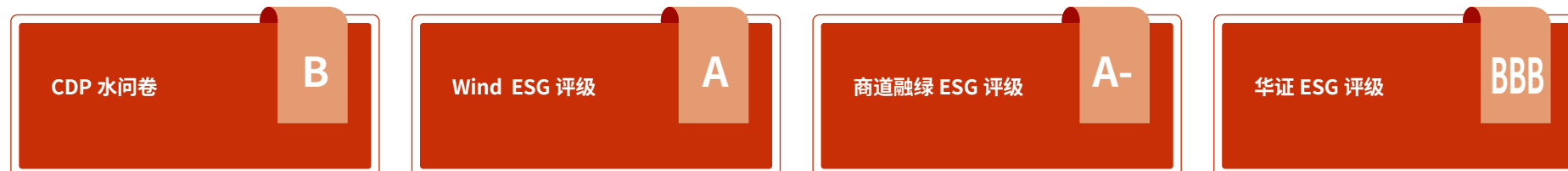
当前，公司的可持续发展战略涵盖了公司所有识别出的重要性议题，针对财务重要性议题，公司开展了影响、风险和机遇识别，并在对应行动中融入相关影响、风险和机遇的应对。

财务重要性议题影响、风险与机遇表

议题		环境合规管理	应对气候变化
影响分析	影响类型	潜在负面	实际负面、潜在负面
	影响描述	<ul style="list-style-type: none"> 公司严格遵循环境相关法律法规要求，制定公司环境管理制度，指导公司环境管理工作，尽量有效减少公司生产运营对周边环境的影响 	<ul style="list-style-type: none"> 公司化石能源使用排放的温室气体如果不加管控，可能会加剧气候变化 公司通过有效的能源管理、能源替代、节能减排技术研发等，可以减少对气候的影响 公司带动价值链一起行动，可能减缓气候变化
	影响范围	企业运营 价值链下游	价值链上游 企业运营 价值链下游
风险与 / 或 机遇分析	类型及描述	风险 <ul style="list-style-type: none"> 公司不积极开展环境合规管理，可能会面临罚款 	风险 + 机遇 <ul style="list-style-type: none"> 公司不积极开展应对气候变化行动，长期可能无法满足行业标准及监管要求，造成直接经济损失 公司积极开展应对气候变化行动，探索新能源使用、开发新产品，可能获得新的发展机遇
	影响周期	短期、中期、长期	短期、中期、长期

议题		产品研发与创新	产品质量与安全	职业健康与安全
影响分析	影响类型	实际正面	实际负面、潜在负面	实际正面、潜在负面
	影响描述	<ul style="list-style-type: none"> 公司根据市场需求开发新产品，可以满足消费者多元需求，并带动行业发展 	<ul style="list-style-type: none"> 公司通过质量管控等措施，销售高质量、安全的产品，可以保障消费者健康安全 不健康的产品流向市场，可能会给消费者带来健康安全 	<ul style="list-style-type: none"> 公司关注员工及承包商等合作伙伴的健康安全，通过开展健康安全风险评估、健康安全文化打造等方式，可以保证所有人员的健康安全 如公司未有效管控健康安全风险，可能会造成包含员工及承包商在内的工作人员健康安全的伤害
	影响范围	价值链上游 企业运营 价值链下游	企业运营 价值链下游	价值链上游 企业运营
风险与/或机遇分析	类型及描述	机遇 <ul style="list-style-type: none"> 公司积极开发符合消费者需求的产品，可以吸引更多消费者，不断提升营收 	风险 + 机遇 <ul style="list-style-type: none"> 公司提供健康安全、高质量的产品可以获得消费者信任，增强消费者黏性 公司出现产品质量安全事件可能损害公司形象，导致公司产品滞销 	风险 <ul style="list-style-type: none"> 产生员工及承包商健康安全事件可能会导致直接经济损失，并进一步导致公司舆情和股价下跌等情况
	影响周期	短期、中期、长期	短期、中期、长期	短期、中期、长期
	议题	可持续发展管理	投资人权益保护	职业健康与安全
影响分析	影响类型	实际正面	潜在正面、潜在负面	实际正面、潜在负面
	影响描述	<ul style="list-style-type: none"> 公司推行可持续发展战略，可以推动企业和社会的良性共进 	<ul style="list-style-type: none"> 公司尊重投资人权益，积极履行管理及信息披露义务，可以确保公司合规稳健运营，为投资者创造更多收益 公司开展相关的不正当行为可能会对股价造成影响，给投资人造成损失 	<ul style="list-style-type: none"> 公司关注员工及承包商等合作伙伴的健康安全，通过开展健康安全风险评估、健康安全文化打造等方式，可以保证所有人员的健康安全 如公司未有效管控健康安全风险，可能会造成包含员工及承包商在内的工作人员健康安全的伤害
	影响范围	价值链上游 企业运营 价值链下游	企业运营 价值链下游	价值链上游 企业运营
风险与/或机遇分析	类型及描述	机遇 <ul style="list-style-type: none"> 企业积极开展可持续发展管理，可以让企业提前布局，增强抗风险能力，获得中长期发展机遇 	风险 + 机遇 <ul style="list-style-type: none"> 公司积极开展投资人权益保护工作，可以获得更多投资 公司产生损害投资人权益的行为可能导致股价下跌 	风险 <ul style="list-style-type: none"> 产生员工及承包商健康安全事件可能会导致直接经济损失，并进一步导致公司舆情和股价下跌等情况
	影响周期	短期、中期、长期	短期、中期、长期	短期、中期、长期

燕京啤酒致力于将环境、社会和治理（ESG）理念融入企业发展的每一步，经过严密的战略部署和有序的工作推进，燕京啤酒的 ESG 表现也获得了多家评级机构的认可。在自身实践基础之上，公司积极分享公司经验，积极参与多项国家及团体标准制定，为推动行业发展贡献燕京力量。



服务及消费者	《优质服务 原则与模型》	国标	中国标准化研究院
	《消费者担保 / 担保准则》	国标	中国标准化研究院
	《优质服务 设计高品质服务以实现极致顾客体验》	国标	中国标准化研究院
环境	《环境影响及相关环境因素的货币价值评估》	国标	通标中研标准化技术研究院（北京工业合作协会）
	《环境管理 确定环境成本和效益的指南》	国标	通标中研标准化技术研究院（北京工业合作协会）
	《酒糟高 COD 废水资源化利用技术指南》	团标	通标中研标准化技术研究院（北京工业合作协会）
	《酒糟渗滤液资源化利用技术指南》	团标	通标中研标准化技术研究院（北京工业合作协会）
ESG	酒类企业 ESG 披露指南	团标	中国酒业协会发布
	酒类企业 ESG 评价标准	团标	中国酒业协会发布
	北京企业 ESG 管理体系指南	团标	北京企业联合会 北京市企业家协会
	企业 ESG 管理体系建设指南	团标	通标中研标准化技术研究院（北京工业合作协会）
	基于 ESG 评价的企业碳达峰碳中和工作导则	团标	通标中研标准化技术研究院（北京工业合作协会）
	《企业 ESG 工作指南》	团标	中华环保联合会
管理	《信息化和工业化融合管理体系 新型能力体系 第 1 部分：流程型制造》	国标	中国工业合作协会

利益相关方沟通

一直以来，燕京始终将与众多利益相关方的沟通交流置于关键位置，构建起全方位、多层次的信息交互体系。公司坚持借助线上线下多渠道，保持与各利益相关方高频次的信息互通，让公司动态及时、准确地传递至各方。

面对不同类型的利益相关方及其重点关注的议题，我们积极探索多元化的沟通路径，如开展专题研讨会、设立意见反馈专线、搭建线上互动平台等，广泛收集利益相关方对公司发展的期望与建议。

利益相关方	重点关注议题	主要沟通渠道
政府与监管机构 	<ul style="list-style-type: none"> 环境合规管理 应对气候变化 能源管理 水资源利用 原材料及包装物管理 	<ul style="list-style-type: none"> 产品质量与安全 稳健经营及税收 参与社会贡献 助力乡村振兴
股东和投资者 	<ul style="list-style-type: none"> 公司治理 可持续发展管理 风险与内控 	<ul style="list-style-type: none"> 领导及主管部门视察 合规巡查及检查 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
客户 	<ul style="list-style-type: none"> 生态系统及生物多样性保护 产品质量与安全 优质客户服务 负责任营销和倡导理性饮酒 产品研发与创新 数据安全与隐私保护 	<ul style="list-style-type: none"> 论坛、会议及研讨会 日常政策宣贯与执行 公司调研 电话咨询 电子邮件 定期报告及官网信息披露 客户满意度调查 邮件与日常电话沟通 客户信箱 回应客户投诉 客户拜访

利益相关方	重点关注议题	主要沟通渠道
合作伙伴 	<ul style="list-style-type: none"> • 产品质量与安全 • 供应链管理 • 反商业贿赂和反贪污 	<ul style="list-style-type: none"> • 商业道德和反不正当竞争 • 现场审计 • 采购流程
员工 	<ul style="list-style-type: none"> • 平等雇佣 • 员工发展与培训 • 职业健康与安全 	<ul style="list-style-type: none"> • 员工关爱 • 培训及入职培训 • 电子邮件及意见箱 • 定期会议
社区及公众 	<ul style="list-style-type: none"> • 污染物排放 • 废弃物处理 • 生态系统及生物多样性保护 	<ul style="list-style-type: none"> • 参与社会贡献 • 助力乡村振兴 • 负责任营销和倡导理性饮酒 • 电子邮件 • 电话 • 公司公告 • 社交网络平台 • 公司网站

严守内控防风险

燕京啤酒紧密围绕公司发展战略及目标,持续优化法务、合规、风险及内审内控工作流程,全面梳理公司管理体系、制度、流程,推进管理标准化,全力推进公司合法合规经营,抓好重大风险防控管理,为公司稳健运营筑牢防线,实现可持续的价值创造。

合法合规经营

在企业发展的进程中,合规是根基,更是不容逾越的底线与红线。燕京啤酒始终秉持着对合法合规工作的高度重视,积极践行依法治企、诚信经营的理念,严格遵守

各项政策法规,持续完善内部管理体系,逐步构建起了风险、法律、内控、合规、审计一体化的全面合规管理体系,确保企业稳健前行。

完善合规管理体系建设

为深化合规理念，推动合规文化全面渗透。燕京啤酒坚持把合规管理作为依法合规经营的重要保障，设立法律合规部门统筹开展公司合规工作。2023 年度，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。本报告年度，公司继续参照相关标准，规范开展合规管理工作。

开展制度体系建设及宣贯

燕京啤酒坚持合规制度建设与改革协同推进，全面完善顶层设计，推动公司制度体系化、规范化、标准化。公司定期组织深入调研，逐项排查、对标法规及上级单位要求，进行严格的合规性、规范性审查，保证公司制度及相关行动符合国家法律法规及上级单位管控要求，当前公司制度体系已经涵盖所有 ESG 议题。

为确保制度有效运行和贯彻落地，制度下发后，由法务合规部组织开展制度宣贯，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，通过宣贯培训，解决了制度执行过程中出现的困惑和疑问，进一步加强了制度的执行力，切实把制度优势转化为治理效能，确保公司合规经营。

开展制度宣贯，提高制度执行效率



为完善制度体系建设工作，2024 年 10 月，燕京啤酒组织了全面的宣贯和培训活动。培训内容聚焦公司重要制度，通过细致的解读和案例分析，有效解决了制度执行过程中出现的疑惑和问题，从而提高制度执行的精确性和效率，为公司规范运营提供了坚实的保障。



弘扬宪法精神 建设法治国企 —— 燕京开展宪法宣传周系列活动



2024 年 12 月，燕京啤酒围绕“大力弘扬宪法精神，推动进一步全面深化改革”的主题，积极开展了形式多样、内容丰富的国家宪法日宣传系列活动。通过小程序线上宪法知识竞答，“新《中华人民共和国公司法》解读、国有企业股权投资合规及风险防控、科技创新及知识产权保护”研讨学习会议，运用线下宣传栏、自有梯媒、党建公众号等宣传平台广泛宣传，营造宪法学习宣传氛围，传播宪法精神和宪法力量。



开展合规监督培训与审查

2024 年度，燕京啤酒先后组织开展了合规管理体系内审、管理评审及合规监督检查工作。报告期内，公司顺利通过体系运行年度监督审核，对股份公司及下属企业党委会、经理办公会“三重一大”事项的流程合规性审查 1,182 次，提出合规建议并要求相关部门立即整改，有效避免了因合规问题导致的潜在风险，保障了公司管理决策符合内控管理要求。

贯彻合规内审监督

燕京啤酒成立专门的内审部门，按照国家法律法规以及公司《内部审计制度》，根据公司年度重点工作安排，制定年度审计计划，开展审计工作。以事中审计、专项审计、日常监控相结合的审计模式，防范风险、完善管理、提高经济效益，充分发挥内部审计在 ESG 公司治理中的作用。

本年度，公司组织开展了多次大规模合规管理培训，覆盖总部各部门及所有成员单位，使合规管理观念和意识逐步渗透到每个岗位、每个业务环节中，做到人人合规、事事合规、时时合规、处处合规。

2024 年，公司内审主责部门根据审计监督全覆盖原则开展工作，开展了经营管理、经济责任（离任审计）、三重一大、重大风险等审计工作。此外，根据公司审计整改相关制度的要求，落实审计问题整改跟踪，压紧压实整改责任。通过定期梳理整改台账，分类整改问题，制定具体整改措施、举一反三措施、长效机制、跟踪检查措施、确保审计问题的有效整改。

开展合规管理培训， 助力业务合规高效运行



为加强公司合规管理，提升员工合规意识，确保业务合规高效运行。2024 年 4 月 22 日，公司举办了“合规管理体系第一期培训”。培训采用线上线下相结合的方式，邀请国内合规管理领域的资深讲师开展相关培训。培训内容涵盖合规管理政策要求、风险管理内控、体系融合、标准解读、体系建设要点和难点、体系内外审关键点等，总部及下属企业共有 150 余名干部员工参与。



风险管理

为保障公司稳健运营，公司开展了全面风险管理。围绕公司发展战略，完善风险管理组织体系，建立风险管理信息系统和内部控制系统，积极对生产经营环境的风险进行识别与管理，积极培育良好的风险管理文化。

风险管理组织体系

燕京啤酒按照“统一领导，分工负责，全员参与”的原则建立了公司的风险管理组织体系。

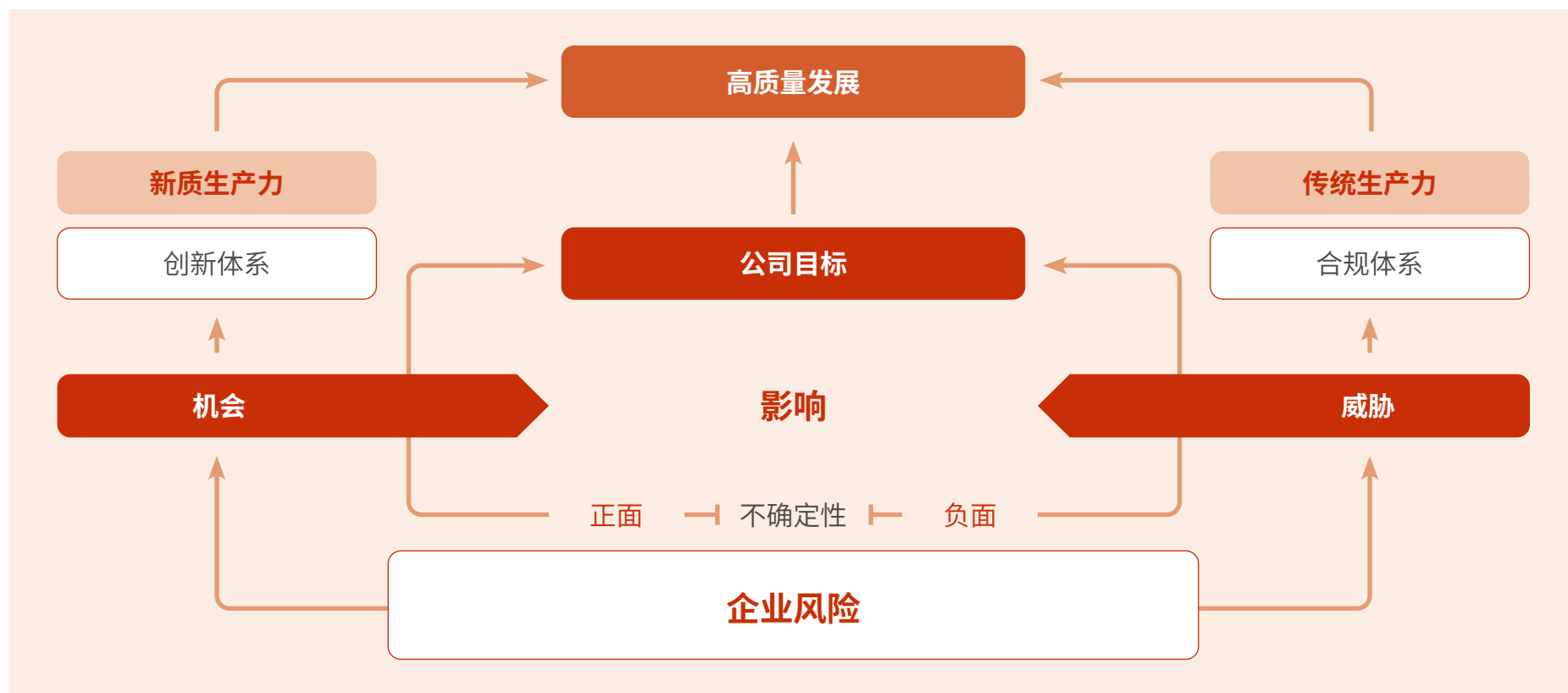


风险管控模型

在风险管理的核心理念指引下，公司构建一套以合规管理为保障、创新管理为驱动的全新的风险防控模式，形成全面、全员、全过程、全体系的风险防控机制。通过风险识别确定治理、经营和管理过程中的风险。从风险防御改为攻防相结合，从保护价值转变为创造价值。

对于管理中的各类威胁，通过合规管理强化制度保障，守住传统经营管理的底线红线，确保企业合规运行。对于未来管理中的机会，通过创新管理助力新质生产力，强化机遇捕捉，机会把握，持续开展九大创新，提高客户和各个相关方的满意度，为持续创造新质生产力建立了方法路径，促进企业发展、收入、盈利能力和竞争力的持续提升。

燕京啤酒风险防控模型



建立风险量化监测预警机制

公司从加强风险管理量化分析角度为切入点，建立风险量化监测预警机制，组织相关部门确定了 23 个业务重大风险指标的预警规则及可量化指标计算公式，将风险转化为可量化可监控的数值。通过周期性风险监测预警，将风险管控关口进一步向事前延伸，提高风险管理效率。

2024 年度，公司组织相关部门结合业务实际开展全面的风险识别评估，确定 2025 年度中高风险清单。重点关注新兴风险，明确风险控制目标、识别风险产生的背景、预测风险产生的影响、制定风险管控措施及管控计划。

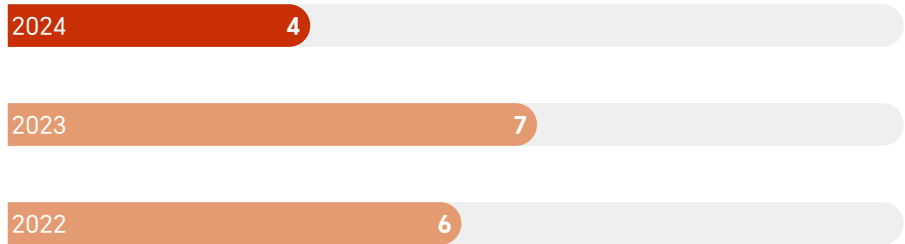
建设风险管理文化

燕京啤酒将风险管理文化建设融入企业文化建设全过程，以增强员工风险管理意识，促进企业建立系统、规范、高效的风险管理机制。

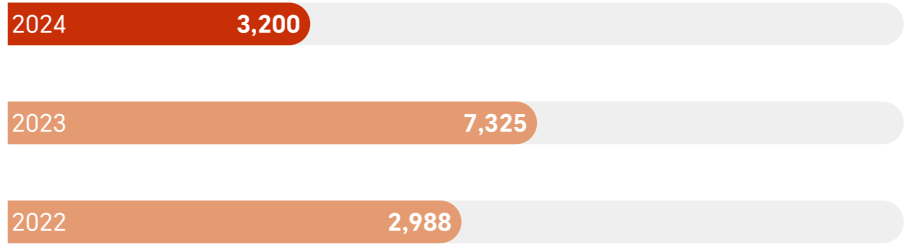
公司通过开展年度风险识别评估与应对、风险自查、签订风险防控责任书、将风险管理纳入经营管理评价考核、开展风险管理培训等日常风险管理工作提升企业员工风险管理意识与能力，塑造企业风险管理文化。

2024 年度，公司组织开展风险管理培训 4 次，培训覆盖总部各职能部门以及分子公司风险管理负责人及相关工作人员，参与人员 3,200 人次，进一步提高相关人员风险识别能力，确保风险管理切实有效。

风险管理培训的次数 次



风险管理培训的参与人次 人次

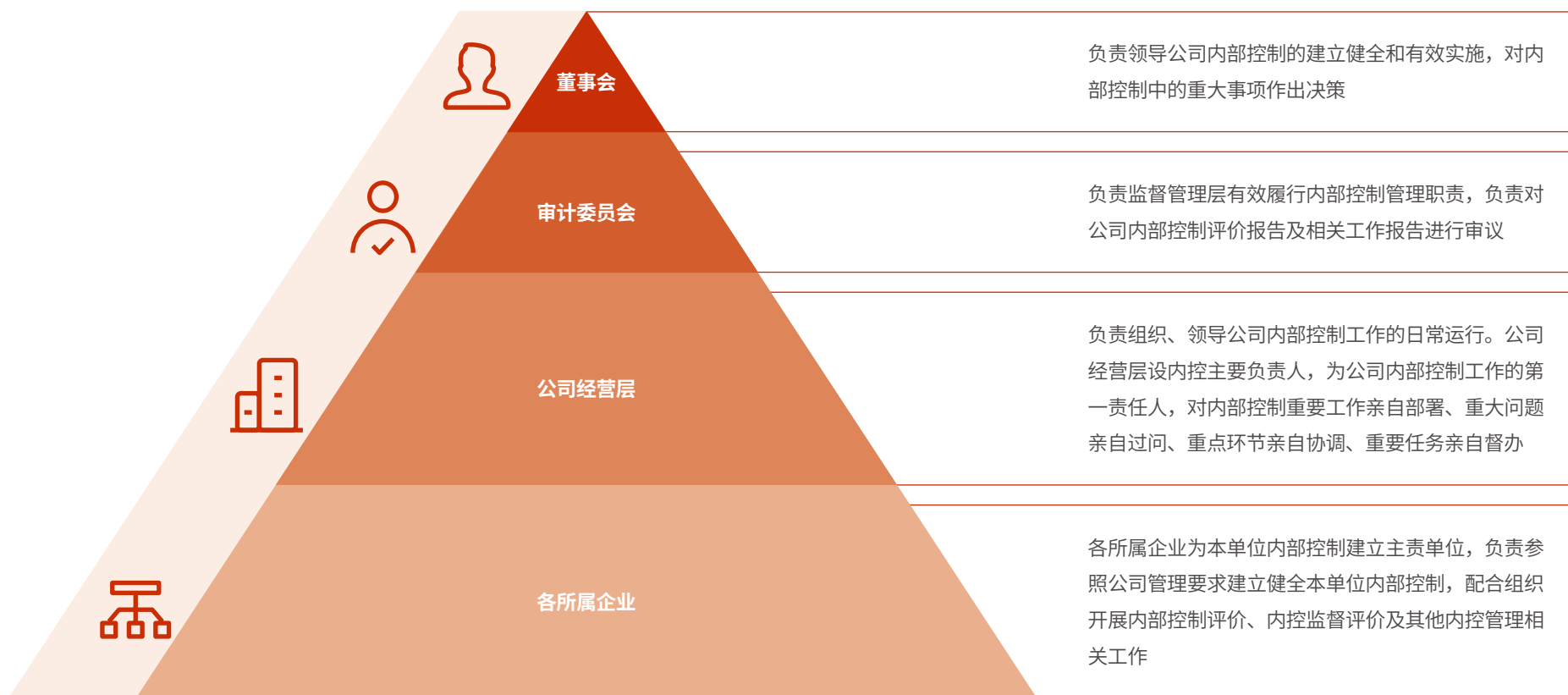


风险管理培训合格率 %



内部控制

燕京啤酒建立了自上而下的内控建设和监督管理组织体系，架构健全完善，由主要领导亲自负责、董事会全面领导、内控部门主责推动、业务职能部门及各下属企业协同配合，保证内控工作有效落实。



2024 年 11 月，公司组织开展内控自评工作，下发通知及相关工作要求，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。相关工作可以揭示公司经营管理风险，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，通过改进方案的制定和推行，促进公司不断完善内控体系，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。

紧守道德基准线

公司严格遵守商业道德，坚决抵制贪污腐败行为，秉持公平公正原则，杜绝不正当竞争行为，以实际行动彰显商业道德底线，助力企业与社会的协同可持续发展。

培育廉政文化

燕京啤酒严格遵守《中国共产党章程》《中国共产党廉洁自律准则》《中国共产党纪律处分条例》《国有企业领导人员廉洁从业若干规定》等党章党纪，持续加强企业内部党风廉政建设和反腐败工作。

公司反贪污及反腐败相关工作以监督控制为主，形成了事前预防、事中控制、事后评估的闭环监督管理流程。2024 年度，公司成立推进“六位一体”监督协同机制建设领导小组。监督小组组长由党委书记担任，成员为分管党群、纪检、人事、审计、财务、董办、风控、法务、营销、生产、供应、信息公开等工作的公司领导，各自履行职责，防范贪污腐败事件的发生。

反商业贿赂和反贪污行动举措

- 全力推动一把手监督工作，为公司稳健发展提供坚实纪律保障
- 强化党员纪律教育，定期组织纪律培训与谈话，提升党员纪律意识
- 开展每月预警机制，持续推进党风廉政建设
- 创新性地将廉洁文化与公司文化有机融合，精心推出廉洁学习表，促进廉洁理念深入人心
- 在重要时间节点，及时对党员干部进行谈话提醒，筑牢思想防线。如：升学季组织家中有高中或初中学生的员工签署承诺书，防范违规行为
- 针对重点岗位开展抽查与专项监督，强化关键环节管控

召开“以案为鉴、以案促改”警示教育会

2024 年 8 月，燕京啤酒召开“以案为鉴、以案促改”警示教育会，公司领导班子成员、各分子公司党支部书记、总部党群工作部、纪检部全体人员参加。通过集中观看警示教育片、通报党员违纪违法典型案例等方式，教育引导员工以案为戒，警钟长鸣。



除此之外，公司还设立了举报人保护机制，设有举报电话、邮箱等渠道，并对相关渠道进行公示，确保员工、供应商等利益相关方均可获得举报渠道，及时反馈相关问题。同时，公司对举报人信息进行严格保密，一旦接到相关投诉，专员专事专办，杜绝相关信息扩散，最大程度保护举报人信息。

此外，燕京啤酒格外重视供应商是否遵守廉洁要求，通过在招标时要求供应商签订《阳光承诺书》，签署《廉政合同》《廉洁协议书》，监督供应商反贪污反贿赂的情况，确保运营合规合法。与此同时，公司要求供应商准入资质的审核人员遵守廉洁守则，总部供应商评价小组每年对工厂供应商评价小组进行监督检查，保持廉洁管理的内外一致性。

2024 年，公司集采合同《廉洁协议书》签署率达 100%。

严防税务风险

为加强公司及成员单位的税务管理，合理控制税务风险，防范税务违法行为，燕京啤酒依据《中华人民共和国税收征收管理法》《中华人民共和国企业所得税法实施条例》等税法文件以及《企业内部控制基本规范》《大企业税务风险管理指引（试行）》等内部风险控制文件制定了公司的《税务管理制度》。

严守商业道德

燕京啤酒严格遵守《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反洗钱法》等法律法规，积极落实商业行为准则，反对任何形式的洗钱、垄断等不正当竞争行为。

在业务拓展与市场运营中，公司坚决杜绝签署垄断协议、滥用市场支配地位等垄断行为，以公平公正的态度参与市场竞争，尊重竞争对手，维护市场秩序。同时，强化内部反洗钱管控体系，对资金流向进行严密监测，保证每一笔交易合法合规，防范金融风险。

商业道德行为准则也被延续到了燕京啤酒的供应链环节中，公司制定出台了《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）》，全面规范各销售公司及所属经销商的销售行为，严厉打击市场窜货行为，减少供应链环节中的混乱销售等不正当竞争行为。

2024 年，公司未发生因不正当竞争导致的诉讼或重大行政处罚

独立的税务管理机构

燕京啤酒在总部财务管理部门设立了单独的税务管理岗位和人员，并倡导成员单位结合自身实际情况量力而行，在财务部门设置专业或者兼职税务管理岗位和人员负责公司的税务相关工作，以确保公司税务工作的稳定。

税务管理人员需要密切关注并贯彻执行国家及所在地区的有关税收政策，结合公司实际情况制定相应的实施管理办法，并负责督促、指导、监督与落实相关工作，确保公司依法纳税。根据掌握的税收政策，相关人员还须为公司的战略制定、关联交易、并购重组等重大决策以及开发、采购、销售、投资等生产经营活动，提供税务专业支持与管理建议。

税务管理宗旨

遵守税收法规、依法诚信合理纳税

严格的税务人员管理

为确保税务专员的专业性，公司所有涉税业务人员均具备必要的专业资质、良好的业务素质和职业操守，遵纪守法。同时，公司定期对涉税业务人员进行培训，不断提高其业务素质和职业道德水平。

2024 年度，公司严格遵守国家相关税收法律法规，规范企业税务管理，严谨核算税费并及时申报、缴纳税款，确保企业履行纳税义务。报告年内，公司未涉及任何税务相关的税收争议事件。

2024 年纳税金额

24 亿元

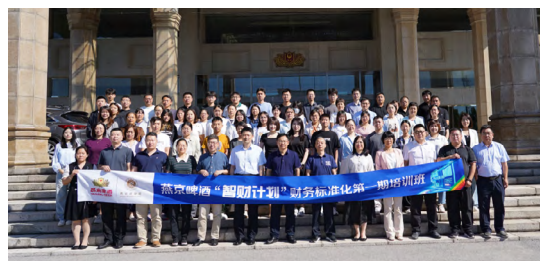


举办燕京啤酒“智财计划”—财务标准化培训，助力集团财务标准化建设



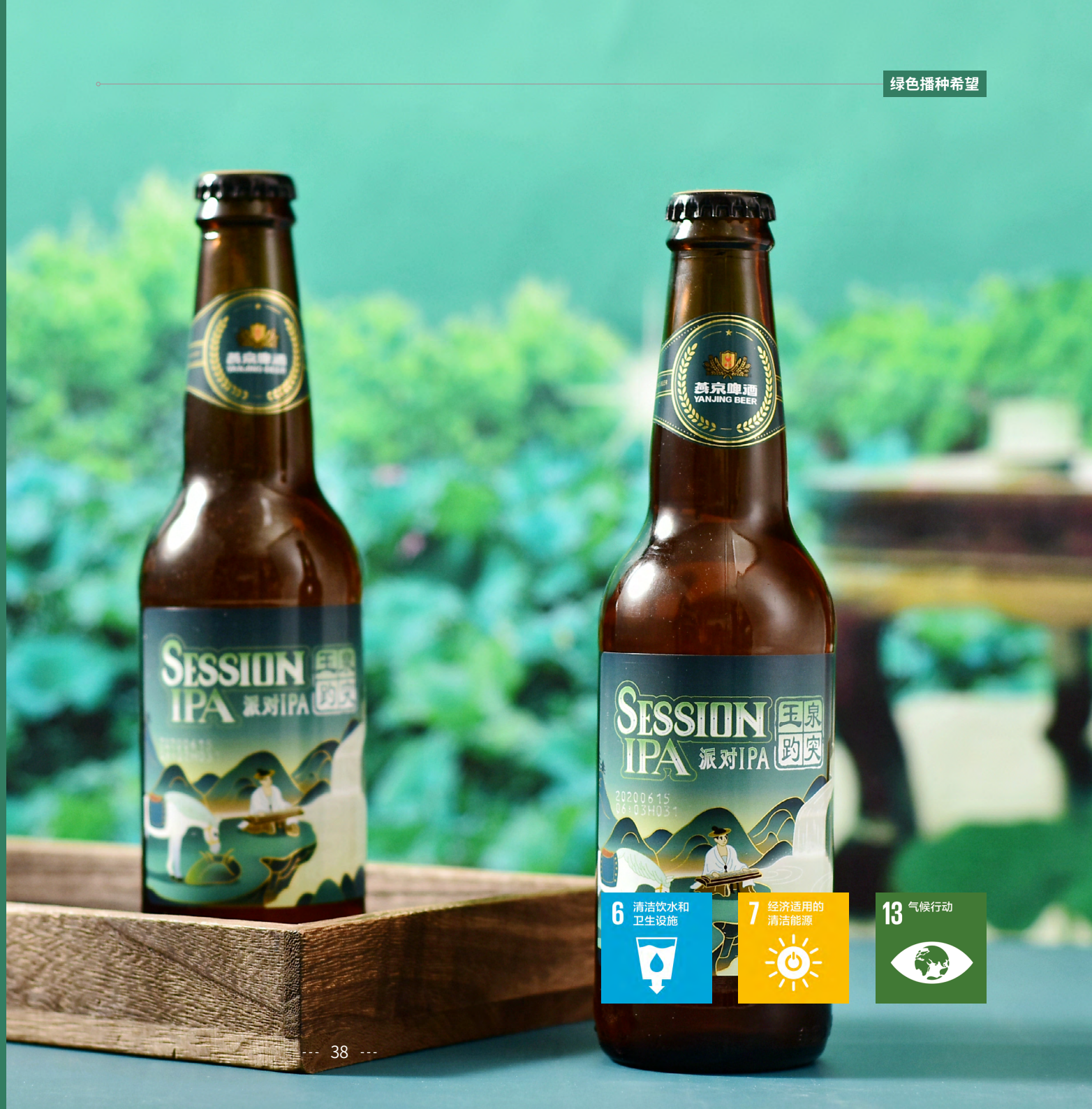
为贯彻落实公司发展战略，学习和推广先进企业经验做法，提高财务标准化、信息化水平，进一步推进业财融合、产销分离有序落地。2024 年燕京啤酒先后开展两期“智财计划”—财务标准化培训班，培训面向全集团财务人员及部分销售人员。

培训聚焦财务标准化工作，采用内部分享、外部专家授课和交流研讨等形式进行，培训内容覆盖经验分享、管理能力暨执行力提升、财经纪律等内容。



绿色播种希望

燕京啤酒持续推动绿色发展，通过完善环境管理体系和加强内部实施，进一步提升了企业的可持续发展水平。通过设立明确的环保目标与评估机制，公司有效地推动了各项环保措施的落地。燕京啤酒秉持可持续、和谐与绿色的发展理念，为环境保护贡献力量。



6 清洁饮水和卫生设施

7 经济适用的清洁能源

13 气候行动

环境综合管理

燕京啤酒深刻认识到环境管理对于企业长远发展和生态保护的重大意义。燕京啤酒积极探索、勇于创新，全力推进环境综合管理工作。通过建立科学的环境管理体系、完善的运行机制，以及开展广泛的环境管理宣贯，不仅实现了自身环境绩效的提升，还为行业树立了绿色发展的标杆。

2024 年，环境治理项目投入

4,343.17 万元

公司的环境管理体系不仅涵盖自身环节，还拓展到了供应链，当前，公司的环境管理体系范围不仅涵盖企业自身的生产运营和商业设施、产品和服务、分销和物流、废物管理等环节，还覆盖到了供应商服务商承包商及其他关键业务伙伴。

生产运营和商业设施

- **厂房建设与布局：**按照“厂房集约化、原料无害化、生产洁净化、废物资源化、能源低碳化”的标准进行厂房建设和布局。
- **生产设备与工艺：**不断优化工艺流程，采用高效的发酵技术和节能设备，减少能源消耗和废水排放。

产品和服务

- **产品设计与研发：**在产品设计和研发过程中，充分考虑产品的环境影响，力求减少产品在整个生命周期内的能源消耗和污染物排放。
- **产品质量与安全：**确保产品符合相关的环境标准和质量要求，保证产品在使用过程中不会对环境造成危害。

分销和物流

- **运输路线优化：**通过优化运输路线和物流安排，减少运输距离和时间，降低运输过程中的碳排放。
- **运输工具选择：**采用低碳或零排放的运输工具，如电动卡车或混合动力车，降低运输过程中的碳排放。
- **运输环节数字化管理：**上线物流信息系统，链接销售、计划、生产、仓储、运输、园区、承运商和经销商，实现业务数据化、流程化、标准化，合理规划并配置运输资源，减少能源浪费。

废物管理

- **废水处理：**对生产过程中产生的废水进行处理，使其达到排放标准后再排放。同时，加强水资源的回收和再利用，减少水资源的消耗和污水的排放。
- **固体废弃物处理：**对生产过程中产生的固体废弃物进行分类收集、处理和处置，实现废物的资源化利用。

供应商、服务提供商和承包商

- **供应商管理：**与经过认证的供应商合作，确保原材料的来源符合环保标准。
- **服务提供商和承包商管理：**对服务提供商和承包商的环境行为进行监督和管理，要求其遵守相关的环境法规和公司的环境管理要求。

其他关键业务伙伴

- **合资伙伴：**与合资伙伴共同开展环境管理工作，确保合资项目的环境影响得到有效控制。
- **被许可方：**对被许可方的生产经营活动进行监督和管理，要求其遵守相关的环境法规和公司的环境管理要求。

尽职调查、并购

- **环境尽职调查：**在进行尽职调查和并购活动时，对目标企业的环境状况进行全面调查和评估，识别潜在的环境风险。
- **环境整合：**在完成并购后，将目标企业的环境管理体系纳入公司的环境管理体系中，实现环境管理的一体化。

环境管理体系

环境体系是燕京啤酒卓越管理体系的重要支柱之一。公司依据国家及地方环境法规和标准，构建了完善的环境体系，制定了《环境保护管理制度》并严格监控其执行。该体系将管理体系、环境培训体系以及具体环境议题管理有机融合，确保各项环保措施得到有效落实并持续优化，为企业的绿色发展奠定了坚实基础。

目标	年度	当前完成情况
<ul style="list-style-type: none"> 环境领域违法违规处罚事件 0 起 	2024	<ul style="list-style-type: none"> 已达成

环境体系更新

2024 年，燕京啤酒持续推进环境体系的优化和更新，对原有 16 个模块进行了精简与调整，优化为 10 个模块，并新增了环境方针、推广与可持续发展模块，制定《可持续发展手册》，提升体系运行效率与适应性。



环境管理体系运行机制

燕京啤酒构建以目标结果为导向的环境管理体系，通过对生产环节进行持续性监控，确保各项目标顺利达成，并依据分析结果及时调整优化改进方案，保障环境管理工作的高效推进。

环境战略及目标管理

为推动公司环境管理的不断优化升级，燕京啤酒制定了年度环境管理战略及目标，并将目标达成情况作为衡量各部门年度绩效的核心指标。

主要目标管理

环境事件预防目标管理：按国际标准和企业实际将环境事件分为四个等级，分别制定应对方案。事件发生时，启动应急响应，排查污染源、评估影响、治理污染并追溯责任

副产品循环回收利用目标管理：对副产品全生命周期各环节严格管控，制定并执行分类、储存、资质审核标准，建立信息管理系统，提高资源回收利用率

其他环境目标管理：将关键环境目标纳入经营计划和绩效考核，运用自动化监控系统实时监控，指标偏离时及时预警并采取调控措施

为确保环境信息及时、准确传达，公司总部借助日常数据记录、生产中心集团会议以及 OA 系统等多渠道，向各生产部门同步目标进度与环保要求的动态变化，确保各部门能够迅速掌握关键信息。针对管理过程中出现的问题与难点，公司及时研讨并制定切实可行的改进方案，推动企业环境管理工作不断优化升级。

环境风险管理

燕京啤酒建立了完善的环境风险评估制度,制定公司级《企业环境风险评价重要环境因素清单》。从法律法规、利益相关方、成本、频率等多个维度,对所有涉及议题进行全面的环境风险评估,评估涵盖生产作业、办公场所、消防

设施等多个环节。为适应不断变化的内外部环境,燕京啤酒每年对影响环境的风险因素进行更新,确保环境风险评估的时效性与准确性,针对可能发生的环境风险事件,公司进行及时预警,防微杜渐,有效防范环境风险。

突发环境事件应急预案

依据《企业事业单位突发环境事件应急预案备案管理办法(试行)》(环发[2015]4号)、《企业突发环境事件风险分级方法》(HJ941-2018)等相关环保法律法规及相关文件要求,燕京啤酒完善了《突发环境事件应急管理制度》,组织公司技术人员,本着“预防为主,防控结合,统一指挥,各负其责,以人为本,科学处置”的原则,制定了公司的突发环境事件应急预案。

公司环境事件应急预案中规定了公司的应急组织体系、机构及相关职责。根据发生的环境事件等级制定相匹配的应急响应程序,并对多发的环境事件进行应急处置措施及流程指导。

报告期内,公司发生重大环境事件

0起

公司因环境事件受到生态环境部等有关部门重大行政处罚或被追究刑事责任的情况

0起

绿色制造体系

燕京啤酒结合“十四五”绿色制造体系规划,持续提升绿色制造专业化水平,致力于构建高效、清洁、低碳、循环的绿色制造体系,力求实现用地集约化、生产洁净化、废物资源化、能源低碳化的绿色工厂发展目标。

绿色工厂

在绿色工厂建设进程中,燕京啤酒建立了清晰的部门职责分工体系,从生产一线贯彻“创新科技、绿色酿造”的绿色发展理念,各部门协同合作,为绿色工厂建设提供了坚实的组织保障。经过多方的协作与努力,燕京啤酒在绿色工厂建设方面成绩斐然。全公司已有13家企业荣获国家级绿色示范工厂称号,4家企业获得省级绿色示范工厂称号,19家工厂获得环境管理体系认证,彰显了燕京啤酒在绿色制造领域的卓越实力。

绿色供应链

燕京啤酒倾力打造绿色供应链,涵盖研发设计、采购、生产、物流运输到回收再利用的产品全生命周期。公司对27家啤酒工厂加大绿色制造政策宣传与贯彻,开展现场培训和关键绩效点剖析指导,最终6家公司获得“省级绿色供应链示范工厂”称号。

绿色工厂名单

国家级绿色示范工厂：13 家

北京燕京啤酒股份有限公司
 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司
 燕京啤酒内蒙古金川有限公司
 北京燕京啤酒股份有限公司一分公司
 燕京啤酒（包头雪鹿）股份有限公司
 四川燕京啤酒有限公司
 燕京啤酒（呼和浩特）有限公司
 燕京啤酒（玉林）有限公司
 江西燕京啤酒有限责任公司
 河北燕京啤酒有限公司
 燕京啤酒（贵州）有限公司
 沈阳燕京啤酒有限公司
 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

省级绿色示范工厂：4 家

燕京啤酒（赤峰）有限责任公司
 燕京啤酒（中京）有限责任公司
 燕京啤酒（衡阳）有限公司
 燕京啤酒（昆明）有限公司

省级绿色供应链示范工厂：6 家

四川燕京啤酒有限公司
 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司
 燕京啤酒内蒙古金川有限公司
 山西燕京啤酒有限公司
 燕京啤酒（呼和浩特）有限公司
 燕京啤酒（包头雪鹿）股份有限公司

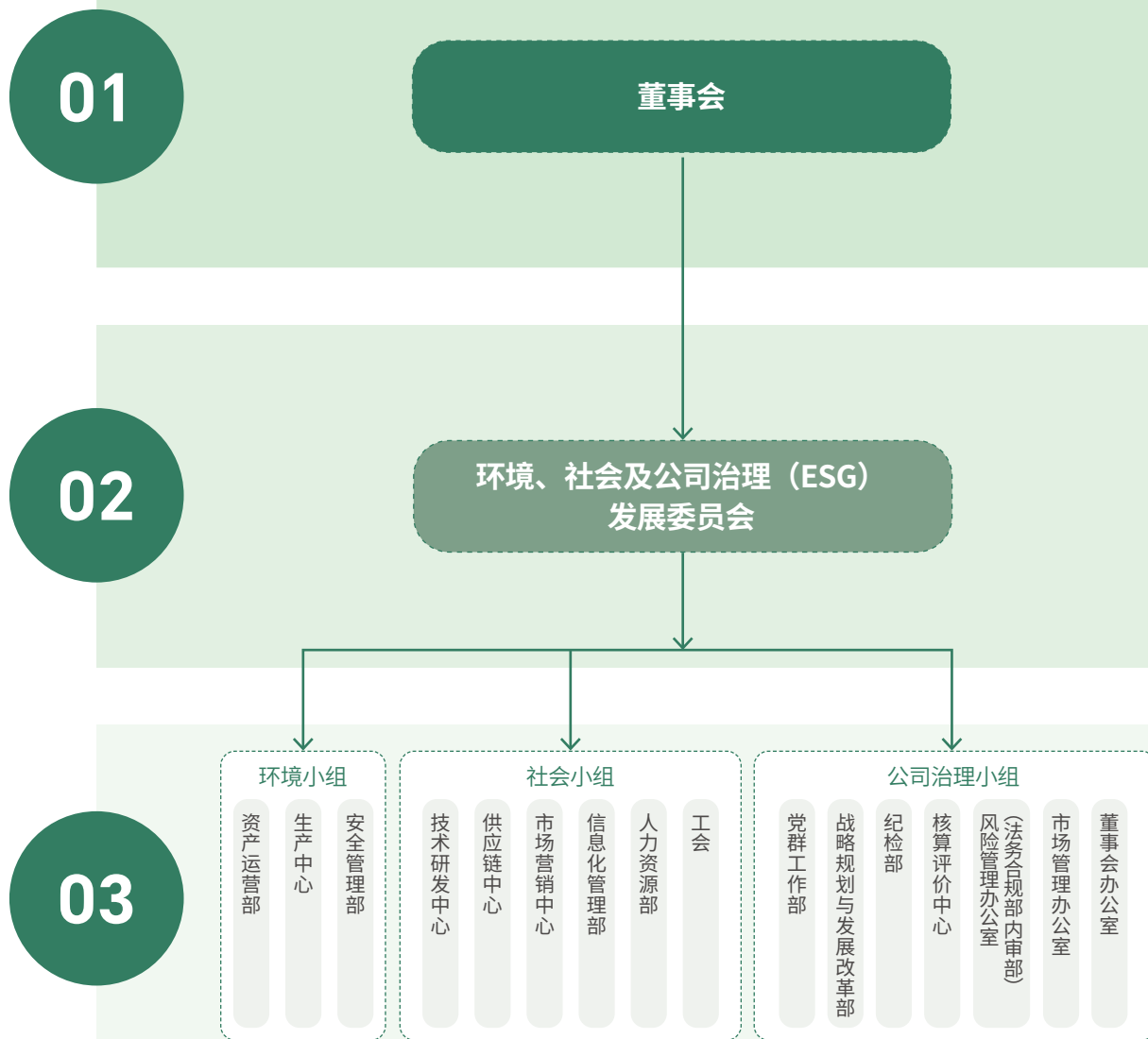
通过绿色制造体系建设及管理，2024 年度，燕京啤酒顺义厂区“燕京 10 度特制啤酒（330ml）”入选“北京市低碳消费品推广名录（第一期）”。



应对气候变化

燕京啤酒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。由董事会进行气候相关影响、风险和机遇的管理审批，董事会下设环境、社会及公司治理（ESG）委员会对气候变化相关行动的监督推动。

为进一步明确各层级职责，推动公司含应对气候变化在内的 ESG 相关治理工作顺畅进行，燕京啤酒编制形成了公司《环境、社会和公司治理（ESG）发展委员会工作细则》，对相关工作进行明确约束。





决策层
董事会

- 审阅、批准公司气候变化相关议题战略
- 审阅、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



管理层
环境、社会及公司治理（ESG）
发展委员会

- 在对公司 ESG 工作负责的同时，对气候变化相关政策进行研究跟进
- 制定并监督审核公司气候变化议题的目标、策略、风险机遇、措施、政策的推动
- 领导气候变化各分项小组日常工作，定期向董事会汇报



执行层
环境、社会、公司治理小组

- 贯彻执行符合公司战略及 ESG 目标的事宜相关政策及行动计划，气候变化议题为其中最重要的职责之一
- 负责与分子公司的沟通，协调推进相关事宜落地执行

综合的组织能力建设

为确保董事会、环境、社会及公司治理（ESG）发展委员会及各分项小组具备执行、监督气候变化相关议题上的专业技能和能力，公司在组建相关治理小组时对人员选拔严格把关，挑选具备深厚行业背景、丰富管理经验和财务等专业知识的董事或公司管理层，组成完善的治理架构。

环境、社会及公司治理（ESG）发展委员会由包含董事、高级管理人员及相关业务负责人的 5 名委员组成，其中

包括 1 名独立董事。委员会委员由董事长提名，并由董事会以全体董事过半数选举产生。委员会成员凭借其在各自领域的出色表现，为公司应对气候变化治理带来了更加多元化的视角。

同时，我们高度重视相关负责人的培养，不定期组织专业培训、研讨会和经验分享会，针对不断变化的外部环境和内部需求，持续提升董事和高级管理人员的前瞻眼光、决策能力与管理水平，确保治理小组具备应对各种

复杂挑战的能力，为公司的应对气候变化工作提供坚实的保障。

2024 年度，燕京啤酒面向董监高共计开展了 9 次 ESG 相关主题培训，其中 TCFD 专题培训 1 次、外部专家机构 ESG 培训 5 次、北京上市公司协会 ESG 专题培训 3 次，均涵盖“应对气候变化”议题。

完善的议事规则

为了进一步保障与气候变化相关决策的科学性与有效性，除了精心组建由具备深厚行业背景和丰富经验的董事及高级管理人员构成的治理组织，以及定期开展针对性培训外，该委员会还会定期召开会议。会议通常会提前确定严谨且全面的议程，由所有相关人员参与探讨与交流，力求每一次会议都能为公司应对气候变化的工作指明方向，助力公司气候变化工作稳步前行。

2024 年度，董事会气候变化相关决议会议次数

1 次

2024 年度，公司 ESG 发展委员会及各分项小组会议次数

6 次

董事会

- 每年度听取气候相关事宜进展，掌握公司气候相关工作开展情况，确保相关目标的科学性、合理性

环境、社会及公司治理（ESG）发展委员会

- 每年度至少召开一次定期会议，按需召开临时气候工作会议
- 每年度至少一次向董事会提出公司气候风险和机遇相关工作计划和建议
- 每年度向董事会汇报气候工作进度；每年度对外披露气候工作事项

ESG 各分项小组

- 每年度进行气候相关数据提报
- 按需召开临时气候工作会议

气候相关影响、风险和机遇分析

时间范围

燕京啤酒根据内外部环境设定了短、中、长期时间范围，以 2024 年—2025 年为短期、2026 年—2030 年为中期、2031 年—2050 年为长期，根据不同时间范围进行气候风险与机遇评估。

短期 2024-2025 年

与国家“十四五”规划、“十四五”节能减排综合工作方案等保持一致，并与公司 ESG 五年战略规划一致，是评估公司气候相关风险和行动效果的关键时间节点。



中期 2026-2030 年

响应国家《2030 年前碳达峰行动方案》，同时与联合国可持续发展目标（SDGs）、巴黎协定下的国家自主贡献（NDCs）等时间框架保持一致，是公司展示中期减排承诺和适应能力的国际化节点。



长期 2031-2050 年

2050 年是多个权威标准（如 IPCC）基于科学评估不同温室气体浓度情景下气候影响的重要时间节点，同时也是全面检视公司绿色转型进展与潜在风险的关键时间基准。

分析边界

根据公司当前发展战略及营收统计，啤酒业务板块为公司当前核心主营业务，本年度公司气候相关影响、风险和机遇分析以啤酒业务板块作为试点。

燕京啤酒主营业务价值链

燕京啤酒认同气候风险和机遇可能对公司战略规划、供应链等方面造成潜在影响。基于行业特性和企业实际，我们识别了以下主要价值链环节并据此开展进一步分析：

价值链环节	定义	燕京啤酒情况
原材料采购	从外部供应商获取生产所需的核心原材料和辅助材料	<ul style="list-style-type: none"> 采购核心原材料，包括麦芽、啤酒花、水源、玻璃瓶和纸箱等 筛选优质供应商，制定采购计划 对原材料进行质量检测，确保符合酿造需求
原材料运输	将采购的原材料从供应商运输至工厂	<ul style="list-style-type: none"> 规划运输方案，确保原材料及时送达生产基地 优化运输成本，提升入库效率，确保供应链畅通
材料的接收与仓储保管	原材料到达仓库时，需要进行收货处理及后续的仓储管理	<ul style="list-style-type: none"> 开展到货材料的检查，包括检查货物数量、质量等 建立高效的仓储管理系统，保持大麦、啤酒花的温湿度条件，避免存储损耗 对物料的流动进行控制，以确保生产过程中物料的及时供应
研发支持	开发新产品及优化生产工艺，以满足消费者需求和行业发展趋势	<ul style="list-style-type: none"> 通过市场数据反馈和产品测试，不断完善技术和产品 开发符合消费者需求的新品种啤酒，如新口味啤酒、无醇啤酒等 工艺优化，如提高效率、降低能耗
生产制造	将原材料通过一系列工艺加工成最终产品，并确保产品质量	<ul style="list-style-type: none"> 生产流程，包含糖化、发酵、过滤、灌装等流程 设备维护，保障高效生产 对酿造过程中的每个步骤进行质量控制
成品物流	将成品从工厂运输至经销商、零售商或直接送达消费者	<ul style="list-style-type: none"> 成品仓储管理 分销渠道的物流规划 运力优化和交货时效管理
市场营销	通过推广活动和销售策略吸引消费者，促进产品销售	<ul style="list-style-type: none"> 进行品牌推广活动，如体育赛事赞助、社交媒体营销、节日促销 渠道拓展，包含线上线下结合 营销活动，包含促销、试饮活动等
售后服务	在产品售出后为客户提供服务支持，提升消费者满意度并收集反馈	<ul style="list-style-type: none"> 客户投诉与问题处理 产品使用建议与消费者教育 收集反馈数据用于产品优化

气候相关影响识别

为了有效识别公司气候相关影响，2024 年度，燕京啤酒将应对气候变化议题纳入公司 ESG 重要性议题库，连同其余议题依据《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）》（下称《指引》）提出的判断标准，对气候变化议题开展重要性评估，以明确公司在应对气候变化议题方面的表现是否会对经济、环境和社会产生重大影响。

分析步骤	具体工作	
步骤一： 公司活动和业务关系背景研究	公司分析	<ul style="list-style-type: none"> 通过分析商业计划、战略、财务报表及主要产品与服务的地理分布，公司绘制了价值链业务关系图，以全面了解业务活动对可持续发展的影响范围。
	外部政策标准研究	<ul style="list-style-type: none"> 梳理于应对气候变化、低碳转型相关的法规政策及标准，确保外部合规。
	行业对标	<ul style="list-style-type: none"> 开展国内外同业分析，了解行业在应对气候变化上的影响情况。
步骤二： 确定气候相关影响方式	利益相关方识别及调研	<ul style="list-style-type: none"> 根据公司价值链识别各个环节的利益相关方。
	细化气候影响路径	<ul style="list-style-type: none"> 根据前期背景研究，识别企业对经济、环境和社会产生的影响，并进一步细化至利益相关方环节。
步骤三： 气候相关影响的评估与确认	影响评估和确认	<ul style="list-style-type: none"> 在考量公司行动给气候变化带来的影响规模、范围、不可补救性、可能性的综合角度下，邀请内外部相关方和专家对气候相关影响评估进行打分，并最终确认影响情况。

根据前述步骤，综合内部访谈调研、利益相关方评分及专家识别结果显示，公司当前阶段主要会在原材料采购、原材料运输、研发支持、生产制造、成品物流环节对气候变化产生重大影响，具体表现如下：

影响出现的价值链环节	影响情况	业务活动	气候相关表现	对经济、环境、社会的影响	影响的利益相关方
原材料采购	潜在正面	倡导供应商关注气候变化	减少二氧化碳排放	减缓气候变化	社会公众
原材料运输	实际负面	运输消耗汽油、柴油等燃料	直接排放大量二氧化碳	加剧气候变化	社会公众
研发支持	实际正面	在产品包装研发及产品生产工艺和流程研发中秉持绿色理念，不断减少资源能源使用	减少二氧化碳排放	减缓气候变化	社会公众
生产制造	实际负面	生产环节中使用大量能源	直接 / 间接排放大量二氧化碳	加剧气候变化	社会公众
成品物流	实际负面	运输消耗汽油、柴油等燃料	直接排放大量二氧化碳	加剧气候变化	社会公众

气候风险、机遇识别和管理

燕京啤酒形成了由董事会负责制定顶层设计，环境、社会及公司治理（ESG）发展委员会负责领导，同时风控部门与其他业务部门协同运作。我们遵循“风险识别—

风险评估—风险优次排列—财务影响分析—风险应对”的顺序，对所有已识别的气候风险和机遇制定了相应的管理策略和解决方案。

气候风险管理流程

管理流程

风险识别



- 收集内外部利益相关方关注的气候变化议题，结合实际情况筛选出燕京啤酒在短期、中期、长期面临的气候相关实体风险、转型风险与机遇。

风险评估



- 采取定性与定量相结合的方法对识别的气候风险类别进行评估，综合考量风险和机遇的可能性和影响程度，分析燕京啤酒资产受到气候风险与机遇影响的比例与程度，判定需关注的重大气候风险与机遇。

风险优次
排列



- 依据燕京啤酒气候风险与机遇列表，从时间范围、价值链影响环节、发生概率、影响程度四个维度对各个风险和机遇的影响进行评估，确定气候风险与机遇优先级排序和矩阵。

财务影响
分析



- 通过与各部门共同识别、探讨，评估各项重要气候风险与机遇对公司潜在的业务影响和财务影响，以及风险与机遇的管理现状，结合业务实际开展情景分析与财务影响分析。

风险应对



- 针对已识别出的关键气候风险，公司设定相应的气候变化相关管理指标和目标以衡量这些风险的管理效果，并定期跟踪这些指标和目标的实施情况，以此作为评估气候变化管理绩效的依据。



气候风险和机遇的识别与选择

识别气候变化与机遇是进行气候风险管理的核心。燕京啤酒通过研究“3060 目标”相关政策，综合参照香港联交所发布的《气候信息披露指引》、国际可持续准则理事会发布《国际财务报告可持续披露准则第 2 号—气候相关披露》，对标同行业普遍关注的气候风险和机遇，并结合公司关键部门调研结果，梳理了 15 个风险和 5 个机遇，形成燕京啤酒 2024 年气候风险和机遇清单。

类型		短期	中期	长期		
物理 风险	急性风险	极端降水	√	√	√	
		极热天气	√	√	√	
		极寒天气	√	√		
		干旱	√	√	√	
		风暴	√	√	√	
	慢性风险	海平面上升			√	
		水资源减少			√	
		土壤生产力下降			√	
	转型 风险	政策与法规风险	能源结构低碳化	√	√	√
			碳定价机制	√	√	√
强化报道义务			√	√	√	
面临诉讼风险			√	√		
技术风险		低碳转型风险	√	√	√	
市场风险		消费者行为的变化		√	√	
声誉		高排放、漂绿带来的声誉风险		√	√	
机遇	低碳物流运输	√	√	√		
	循环经济	√	√	√		
	提高能源效率	√	√	√		
	可再生能源使用	√	√	√		
	开拓新的产品和服务		√	√		

气候情景选择

联合国政府间气候变化专门委员会 (IPCC) 第六次评估报告 (AR6) 提供了对气候变化科学的最新和最全面的评估，详细描述了 5 种共享的社会经济路径 (SSP)，探讨了不同全球发展情景下温室气体排放对气候的潜在影响。燕京啤酒选取其中的 SSP1 - 2.6 (低排放情景)、SSP2 - 4.5 (基准排放情景) 和 SSP5 - 8.5 (高排放情景) 三种情景对各项物理风险进行气候情景分析。

选用情景	SSP1-2.6	SSP2-4.5	SSP5-8.5
预估世纪末升温	~2°C	~2.7°C	~4.4°C
情景说明	该情景是低温室气体排放情景，有着严格的气候变化政策干预，实现了可持续发展。预计到 2070 年左右，二氧化碳将达到净零排放，随后实现负值排放。	该情景是中度温室气体排放情景，气候变化政策干预处于中等强度，二氧化碳排放量在本世纪中叶之前一直保持在目前水平。	该情景是高温温室气体排放情景，没有气候变化政策干预，严重依赖化石燃料驱动，到 2075 年二氧化碳排放量将增加三倍。



燕京啤酒根据国际能源署 (IEA) 发布的世界能源展望报告, 选择“2050 年净零排放情景”作为低排放情景, “宣布承诺情景”作为基准排放情景、“既定政策情景”作为高排放情景, 并结合时间范围对各项重大转型风险机遇进行深入分析。

选用情景	2050 年净零排放情景 (NZE)	承诺目标情景 (APS)	既定政策情景 (STEPS)
预估世纪末升温	~1.5°C	~1.8°C	~2.5°C
情景说明	难度最大但技术上可行的情景, 即到 2050 年实现净零排放, 符合将全球升温控制在 1.5°C 的目标。	考虑了各国政府的所有气候承诺, 并假设这些承诺全部按时得到履行。	假设没有新政策发布, 仅基于现行政策的未来能源发展预测结果。
情景影响	该情境下, 由于加速脱碳导致转型风险较高, 实体风险较低。	该情境下, 实体风险与转型风险维持在相对均衡的水平。	该情景下, 温室气体排放量持续增加, 实体风险随着时间推进而越发严峻。

气候风险分析框架

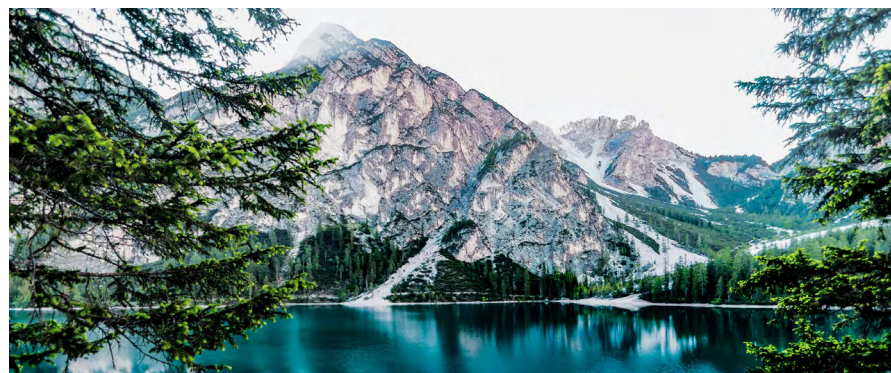
燕京啤酒围绕啤酒、酒瓶和金属包装的生产及销售以及原材料加工等开展业务活动, 运营覆盖 16 个省份 27 家分子公司, 资产类别包括啤酒生产工厂、酒瓶生产工厂、办公场地等。公司采用权威气候模型, 对各个运营点开展独立且全面的气候风险量化评估与应对工作。燕京啤酒从可能性、影响程度两个维度, 将时间范围等纳入考量, 运用矩阵分析法对识别出的风险和机遇进行评估, 以此综合评估气候变化相关风险。公司基于可能性和影响程度的乘积, 将矩阵划分为 5 个等级, 以此对气候风险管理的优先级进行排序。

时间范围

短期	中期	长期
2024-2025 年	2026-2030 年	2031-2050 年

通过对识别的风险和机遇进行全面综合的评估, 燕京啤酒针对不同级别的风险制定了相应的管理策略。公司优先考虑短中期可能带来极高、高和中度影响的风险, 同时对长期影响极低、低等级的风险保持持续的监控和观察。此外, 公司依据当前适应性水平, 制定紧急应对方案、调整战略规划以及采取风险缓解行动, 以增强公司的风险抵御能力, 以增强公司应对气候风险的韧性, 防止可能的重大损害。

燕京啤酒在识别出的 8 个物理风险的基础上, 进行了深入的影响路径分析, 重点关注了受影响的利益相关方、价值链环节、影响路径及财务影响, 物理风险如何影响企业运营、财务状况和市场表现, 以便准确地把握风险的驱动因素和趋势。



物理风险类型		潜在受影响利益相关方	潜在受影响的价值链环节	潜在影响路径	潜在财务影响
急性 风险	极端 降水	<ul style="list-style-type: none"> • 合作伙伴 • 客户 • 员工 	<ul style="list-style-type: none"> • 原材料运输 • 成品物流 • 材料仓储 • 市场营销 • 生产制造 	<ul style="list-style-type: none"> • 极端降水可能造成城市内涝等次生灾害，进一步造成生产设施损失、能源供应中断等情况的发生，对生产造成影响，增加运营支出； • 极端降水可能增加员工通勤途中及工作时的安全风险，对运营支出产生影响； • 极端降水可能会导致道路损坏，进一步导致交通中断，影响产品的运输，导致送货不及时等情况，造成收入减少； • 啤酒、茶饮料、矿泉水的生产都会使用到市政供水，极端降水可能导致市政供水水源地及河流湖泊等取水水源地污染、有水资源风险；原材料受洪水影响价格上涨，导致运营支出的增加。 	<ul style="list-style-type: none"> • 生产及设备损失 • 人力资产受损 • 原材料成本上涨
	极热 天气	<ul style="list-style-type: none"> • 员工 • 客户 	<ul style="list-style-type: none"> • 原材料采购 • 生产制造 • 材料仓储 • 市场营销 	<ul style="list-style-type: none"> • 啤酒生产高度依赖大麦麦芽，极热天气可能导致大麦的歉收，原材料受热浪影响价格上涨，导致运营成本的增加； • 极热天气频发需要企业付出更多的制冷成本来保障员工生产工作的舒适性，同时，极热天气可能会导致政策的变化，高温假等假期可能延长，进一步造成生产力的下降，导致资产及运营成本的上涨和因减产带来的收入下降； • 极热天气下，员工的中暑风险、慢性健康问题、事故风险都会有所增加，对员工健康安全产生较大影响，导致运营风险、运营成本的增加。 	<ul style="list-style-type: none"> • 原材料成本上涨 • 能源消耗成本上涨 • 人力资产受损
	极寒 天气	<ul style="list-style-type: none"> • 合作伙伴 • 客户 • 员工 	<ul style="list-style-type: none"> • 原材料采购 • 生产制造 • 材料仓储 • 市场营销 • 研发支持 	<ul style="list-style-type: none"> • 啤酒生产高度依赖大麦麦芽，极寒天气可能导致大麦的歉收，原材料受影响供应不稳定、价格上涨，导致运营成本的增加； • 极寒天气可能对生产设施设备产生一定的运转伤害；对糖化过程、发酵过程、过滤和澄清过程的条件产生更高挑战，从而导致生产效率的下降； • 极寒天气情况下，可能需要公司提前调整啤酒生产各个环节的工艺参数以适应低温条件，造成研发成本的上涨； • 在极寒天气下，需要使用更多的能源来保障生产环境的温度以及员工工作的舒适度，造成运营支出的增加； • 燕京啤酒 90% 以上的营收来自啤酒销售，极寒天气可能会造成消费者啤酒购买需求的下降，影响到销售收入。 	<ul style="list-style-type: none"> • 原材料成本上涨 • 固定资产受损 • 研发成本的上涨 • 能源消耗成本上涨 • 产品销售量下降

物理风险类型		潜在受影响利益相关方	潜在受影响的价值链环节	潜在影响路径	潜在财务影响
急性 风险	干旱	<ul style="list-style-type: none"> • 合作伙伴 • 客户 	<ul style="list-style-type: none"> • 原材料采购 • 生产制造 • 研发支持 	<ul style="list-style-type: none"> • 啤酒生产高度依赖大麦麦芽，干旱可能导致大麦的歉收、品质下降等，关键原材料供应不稳定、价格上涨，导致运营成本的增加； • 干旱可能导致水源地损害，导致污染物浓度增加，增加原材料采购和处理的成本。 	<ul style="list-style-type: none"> • 原材料成本上涨
	风暴	<ul style="list-style-type: none"> • 合作伙伴 • 客户 • 员工 	<ul style="list-style-type: none"> • 原材料运输 • 成品物流 • 生产制造 • 市场营销 	<ul style="list-style-type: none"> • 风暴可能造成员工通勤途中及工作时的安全风险，增加潜在的运营支出； • 风暴可能会导致公司建筑物、生产设施等固定资产的损失，增加资产损失和资本投入； • 燕京啤酒使用的大麦原产地位于加拿大、阿根廷、法国等海外地区，近些年因气候变化导致的风暴越发频繁，可能导致国际货运受阻，导致原材料成本上涨。 	<ul style="list-style-type: none"> • 人力资产受损 • 固定资产损失 • 原材料成本上涨

物理风险类型		潜在受影响利益相关方	潜在受影响的价值链环节	潜在影响路径	潜在财务影响
慢性 风险	海平面上升	<ul style="list-style-type: none"> • 合作伙伴 • 客户 • 员工 	<ul style="list-style-type: none"> • 材料仓储 • 生产制造 	<ul style="list-style-type: none"> • 随着海平面上升，沿海地区的低洼农田将被海水淹没、破坏土壤结构等，对大麦的生长和产量造成威胁，进而拉高大麦价格，造成原材料成本的上涨； • 海平面的上升长期来看会挤占临海工业用地的空间，造成工业用地的减少。 	<ul style="list-style-type: none"> • 原材料成本上涨
	水资源减少	<ul style="list-style-type: none"> • 合作伙伴 • 客户 	<ul style="list-style-type: none"> • 原材料采购 • 生产制造 • 研发支持 	<ul style="list-style-type: none"> • 水资源的减少可能导致水质变化，导致产品风味下降，如果想保持产品风味，公司可能需要投入更多的研发力量以降低水质下降带来的影响，保障产品风味，造成产品研发成本的增加； • 水资源减少可能导致大麦歉收，拉高大麦价格，造成原材料成本的上涨。 	<ul style="list-style-type: none"> • 研发成本的增加 • 原材料成本上涨
	土壤生产力下降	<ul style="list-style-type: none"> • 合作伙伴 • 客户 	<ul style="list-style-type: none"> • 原材料采购 • 研发支持 	<ul style="list-style-type: none"> • 土壤生产力的降低会导致大麦无法从土壤中获得足够的营养，影响大麦的生长条件，导致大麦歉收，拉高大麦价格，造成原材料成本的上涨。 	<ul style="list-style-type: none"> • 原材料成本上涨

重大物理风险的后续应对策略

燕京啤酒基于准确识别和分析驱动这些路径的因素，对识别为重大物理风险制定风险管理策略和后续应对措施。

风险种类	相关运营地	影响时间	燕京啤酒的应对措施	后续应对措施	
急性 风险	极端 降水	所有运营点	短期 中期 长期	<ul style="list-style-type: none"> 建立完善的环境管理体系和应急响应程序，分布式工厂布局，降低单一区域性风险对运营的影响。 	<ul style="list-style-type: none"> 建立详尽的应急计划：进一步制定计划，涵盖紧急情况下的启动标准、紧急联络网络和具体的响应步骤。 加强预防性应急准备：通过预先规划和预防措施、组织模拟演练、执行常规检查以及及时纠正发现的问题，提升对突发环境事件的快速反应能力。 定期维护排水系统：对排水管网进行周期性检查，确保其在暴雨期间能够正常运作，防止积水和内涝。 保障应急水源：确保在紧急情况下能够提供足够的应急用水，以维持公司生产活动的正常进行和水资源的稳定供应。
	极热 天气	南方运营点	短期 中期 长期	<ul style="list-style-type: none"> 推广清洁能源的使用，加快绿色生产技术改造。 	<ul style="list-style-type: none"> 制定高温应对规划：在重点工厂建立气象监测系统，实现对高温天气的实时预警和精准预测；增加运营点内湿地、绿地、水体面积以缓解高温。 提高员工福利：对劳动者可采取发放高温补贴、增加轮休假期、强化防暑医疗等措施。 优化生产环境：优化风扇和排气系统以增加气流并减少热量积聚，采用绿色环保保温材料和隔热新技术等。
	极寒 天气	北方运营点	短期 中期	<ul style="list-style-type: none"> 回收和利用生产过程中的热能，减少了对外部能源的依赖。同时，公司开展建筑绿色升级，使用低导热的屋面及外墙材料，有效减少热量散失，以应对极寒天气可能造成的设备运行受阻和能源成本上升的风险。 	<ul style="list-style-type: none"> 防冻措施：对生产设备、管道进行全面的防寒防冻检查，对易冻部位采取保温、伴热措施。 防冻预警系统：由专人将气象局发布的，在温度降至 0°C 及以下和天气预报有寒流或温度急剧下降时，立即启动防冻预警系统。 应急响应分级：根据极寒天气的严重程度和对企业生产运营的影响范围及程度，将应急响应分为不同级别，并采取相应措施。
	干旱	所有运营点	中期 长期	<ul style="list-style-type: none"> 制定水资源管理相关制度、采用节水设备、提升员工节水意识等举措。 	<ul style="list-style-type: none"> 干旱灾害风险管理：实施干旱灾害风险管理，通过预测、早期警报、准备、预防等工作，有效降低干旱灾害风险。 提高水资源利用效率：推广节水技术，使用循环水系统等，对高耗水流程进行审查和优化，减少不必要的水资源消耗。 优化水资源结构：储存雨水和废水回收利用，用于水资源要求较低的生产环境，减少对新鲜水资源的依赖。

风险种类	相关运营地	影响时间	燕京啤酒的应对措施	后续应对措施
慢性 风险 减少	水资源 所有运营点	短期 中期 长期	<ul style="list-style-type: none"> 推行节水技术，制定并落实吨酒用水减量目标任务。 	<ul style="list-style-type: none"> 协同研发节水作物：与原材料供应商合作，共同投入研发资源，培育和开发节水型的大麦、大米、啤酒花等关键原料。 社区水资源管理合作：与当地社区合作，保护和管理水源地，确保水资源的可持续利用。

重大转型风险与机遇的后续应对策略

燕京啤酒根据风险与机遇评估的结果，系统性分析每项重大风险和机遇对公司运营地域的影响范围及影响时间，并基于这些分析，制订了相应的后续应对措施。

重大转型风险	相关运营地	影响时间	现有应对措施	后续应对措施
政策和 法规风险	能源结构低碳化	所有运营点	短期 中期 长期 <ul style="list-style-type: none"> 推动分布式光伏项目建设。 以天然气等相对清洁的能源替代煤炭。 	<ul style="list-style-type: none"> 设立能源管理目标，优化公司能源结构。 积极进行技术改造，达到节能降耗效果。 建设绿色工厂，坚持绿色节能高效的生产流程。
	碳定价机制	所有运营点	短期 中期 长期 <ul style="list-style-type: none"> 通过节能减排，减少碳排放，节约碳配额。 	<ul style="list-style-type: none"> 在业务运营中不断推进低碳转型和环境管理，减少自身碳排放。 加强对碳市场的资源投入，并加强相关人员的能力建设。
声誉风险	高排放、漂绿带来的 声誉风险	所有运营点	中期 长期 <ul style="list-style-type: none"> 增强内审内控，降低漂绿风险。 	<ul style="list-style-type: none"> 定期发布环境、社会和治理（ESG）报告，提高公司信息透明度。 严格遵守相关法律法规，避免排放物超标带来的声誉风险。 对外公布的数据交由第三方机构进行审核和验证。

重大转型机遇	相关运营地	影响时间	现有应对措施	后续应对措施
产品及 服务	开拓新的产品和服务	所有运营点	中期 长期 <ul style="list-style-type: none"> 推出绿色产品，在生产过程中进行层层把关，保证产品的低碳属性。 	<ul style="list-style-type: none"> 选择环保的原材料和供应商，优先采购绿色认证的产品。 使用可回收或可降解的包装材料，减少包装废物。
资源能源 利用	提高能源效率	所有运营点	短期 中期 长期 <ul style="list-style-type: none"> 进行绿色建筑节能改造，提升能源利用效率。 	<ul style="list-style-type: none"> 对水箱及管路进行重新设计，提升自由热能的利用效率。 采购 LED 节能灯。
	可再生能源使用	所有运营点	短期 中期 长期 <ul style="list-style-type: none"> 推动分布式光伏项目建设。 	<ul style="list-style-type: none"> 不断扩大公司可再生能源使用范围。

财务影响评估

为助力公司构建气候风险减缓和应对策略，燕京啤酒全面剖析公司物理风险与转型风险，通过针对重大物理风险与转型风险的财务分析，明确不同风险因素对于公司资产、成本、利润等关键财务指标的具体作用，深度评估及预测气候风险对公司的财务影响程度并制定相应的应对措施，助力提升公司气候韧性。

财务分析方法论

燕京啤酒基于气候风险识别与分析，综合参照香港联交所发布的《气候信息披露指引》、国际可持续准则理事会发布《国际财务报告可持续披露准则第 2 号—气候相关披露》的要求开展气候风险财务分析。

燕京啤酒选取了对公司运营整体影响较大的物理风险（极端降水、极热天气、极寒天气、干旱和水资源减少）以及重大转型风险（能源结构低碳化转型、碳定价和高排放与漂绿带来的声誉风险）开展财务风险评估。燕京啤酒通过对主要业务领域进行历史财务数据分析、关键部门访谈、文献研究等方式，全方位评估气候风险对于公司生产、运营、商业战略的影响。

对于当期财务应对成本，公司针对设备设施技术支出、人员设备保险投入、极端天气应对支出等维度展开分析，并重点评估各影响对于公司成本、资产和利润的影响程度。在当期财务应对成本及三年数据变化趋势的基础上，本报告对预期财务影响进行评估和合理推算，深度分析未来短、中、长期气候变化带来的财务影响，为公司制定气候行动提供应对策略参考。根据对公司资产和财务维度的占比推算，决定采用 0.1%、1% 和 10% 作为财务风险评估的梯度单位。

对于预期财务影响，燕京啤酒综合考虑各风险的发生可能性以及财务影响程度，结合市场发展趋势、政策分析、

企业战略以及企业当期气候财务影响，对预期财务影响进行定性的分析。考虑到公司的相关数据收集情况、经营变动以及预期财务影响的高度不确定性，燕京啤酒暂未进行气候财务量化模型的搭建。

考虑到风险情景分析结果，各风险与机遇在选定的三个排放情景下对运营点的影响范围差距较小，故财务影响分析暂不选取具体的排放情景进行分析。

重大物理风险当期财务分析

物理风险财务分析选取了上文识别的重大物理风险（极端降水、极热天气、极寒天气、干旱、水资源减少）进行分析。对于当前应对成本，干旱和水资源减少尚未造成公司的财务影响，故仅于预期财务影响中进行影响预测。

物理风险类型	财务影响驱动因素	年度财务影响（万元）	营业成本总额占比	固定资产总额占比	净利润占比
极热天气	<ul style="list-style-type: none"> 生产场所降温设施设备投入 为预防生产设施极端高温损坏投保费用 人员投保费用，包含安责险 员工防暑降温补助 原材料减产导致采购成本上升 	500-1,500	0.1%-1%	<0.1%	0.1%-1%
极寒天气	<ul style="list-style-type: none"> 生产场所保暖设施设备投入 为预防生产设施极寒天气损坏投保费用 人员投保费用，包含安责险 员工防寒保暖补助，包括资金补助与防寒物资 设备超额折旧或报废的保险理赔收入 	500-1,500	<0.1%	<0.1%	1%-10%
极端降水	<ul style="list-style-type: none"> 防汛安全生产设施投入 为预防设备因极端降水损坏的保险费用 人员投保费用 年度防洪防汛物资费用 库存原材料损失 	500-1,500	<0.1%	<0.1%	0.1%-1%
物理风险总财务影响		>1,500	0.1%-1%	<0.1%	1%-10%

重大转型风险当期财务影响分析

转型风险财务分析选取了上文识别的重大转型风险（能源结构低碳化、碳定价机制和高排放与漂绿带来的声誉风险）进行分析。对于当前应对成本，高排放与漂绿带来的声誉风险尚未造成公司的财务影响，故仅于预期财务影响中进行影响预测。

转型风险类型	财务影响驱动因素	年度财务影响（万元）	营业成本总额占比	固定资产总额占比	净利润占比
碳定价机制	• 因政策要求，公司购买绿电与绿证的费用	<500	<0.1%	—	0.1%-1%
能源结构低碳化	• 公司为应对能源结构低碳化趋势开展的绿色技术研究开发费用 • 公司为应对能源结构低碳化趋势购置的清洁技术与设备的投入	500-1,500	<0.1%	<0.1%	1%-10%
转型风险总财务影响		500-1,500	<0.1%	0.1%-1%	1%-10%

预期财务影响分析

结合对历史财务影响的分析结果，燕京啤酒预期财务影响预测了公司重大物理风险、重大转型风险与机遇对于公司营业收入、成本、现金流量的影响状态。由于燕京啤酒公司的资产和运营点在风险特征受气候情景和时期变化的影响较小，故将公司未来短期、中长期所面临的主要财务影响分为财务影响分析和应对举措成本分析两个层面进行评估。

重大风险 / 机遇		营业收入	成本	现金流量	财务影响周期	
物理风险	急性风险	极端降水	-	+	-	短期、中期、长期
		极热天气	-	+	-	短期、中期、长期
		极寒天气	-	+	-	短期、中期
		干旱	-	+	-	中期、长期
	慢性风险	水资源减少	-	+	-	短期、中期、长期

重大风险 / 机遇			营业收入	成本	现金流量	财务影响周期
转型风险	政策和法规风险	能源结构低碳化	+	+	-	短期、中期、长期
		碳定价机制	-	+	-	短期、中期、长期
	声誉风险	高排放、漂绿带来的声誉风险	-	+	-	中期、长期
转型机遇	产品及服务	开拓新的产品和服务	+	+	+	中期、长期
	资源能源利用	提高能源效率	+	+	-	短期、中期、长期
		可再生能源使用	+	-	-	短期、中期、长期

重大转型风险潜在财务影响

燕京啤酒针对识别的重大转型风险财务影响开展深度分析，通过财务历史数据及法规、市场、技术、行业属性、企业战略规划等方面，对转型风险的财务影响程度进行综合评估。

风险	财务影响描述	财务影响程度
能源结构低碳化	<ul style="list-style-type: none"> 能源转型设施设备投入：购置清洁能源发电、储能设施，推动低排放设施设备更换，资产投入成本上升。 供应商成本转移：为推进价值链能源结构转型，燕京啤酒对供应商提出清洁能源占比要求，供应商能源转型成本可能转移至燕京啤酒采购成本中。 能源成本：推动能源结构低碳化有助于提升能源效率并降低能源成本。同时，能源结构低碳化有助于减少因碳定价机制产生的履责成本。 	高
碳定价机制	<ul style="list-style-type: none"> 购买绿电、碳排放权等成本：随着绿电配额的要求提升、碳市场配额的收紧、碳税政策的落地，企业购买绿电、碳排放权成本将持续增加。 	中
高排放、漂绿带来的声誉风险	<ul style="list-style-type: none"> 合规处罚成本：因高排放或者漂绿行为受到监管部门的罚款与整改的成本增加。 可持续投融资风险：漂绿行为将损害公司可持续发展声誉，影响公司可持续发展评级表现与相关投资的资金流入。 声誉受损的收入影响：在未来，尤其是低排放情景下，高排放、漂绿将影响消费者信任，进而影响品牌形象，减少产品销量以及企业收入。 	低

指标和目标

完善的指标目标设置可以为公司应对气候变化的行动提供清晰的指引，助力企业整体战略目标的落地，帮助燕京啤酒从高碳发展模式向着更加绿色低碳、可持续的方向发展，促使企业主动行动，以提前应对全球绿色低碳发展的新要求，助力企业长期的可持续发展。

燕京啤酒聚焦主营业务，在啤酒生产条线设立了具体的指标和目标，指引企业短、中、长期的发展规划。通过指标目标的设立，公司进一步明确在节能减排、可再生能源利用、绿色低碳技术研发等方面的资源投入，合理协调资源；以指标目标为抓手，为公司内部生产条线的绩效考核提供明确标准，衡量企业在应对气候变化方面的工作成效，激励每一位员工参与到应对气候变化的行动之中，形成强大合力。

应对气候变化相关绩效指标及量化目标

应对气候变化行动指标		二氧化碳排放总量（绝对值）
啤酒企业定量目标（绝对值）		
基准年	2023 年	范围 1 排放 318,391 公吨二氧化碳当量 范围 2 排放 337,297 公吨二氧化碳当量
目标年	2025 年	实现范围 1 排放 208,776 公吨二氧化碳当量 实现范围 2 排放 269,511 公吨二氧化碳当量



降碳举措及进度

为达成既定的二氧化碳减排目标，燕京啤酒通过识别能源消耗热点、统筹开展能源节能降耗路径实施等方式，实现资源能源利用高效化、生产供应绿色化，推动环境可持续发展。

根据排查，燕京啤酒能源消耗热点为动力、酿造及包装等业务环节，其中公司 50% 以上的电能主要用于制冷、控压及二氧化碳回收环节，主要热能消耗来源于酿造、包装等环节。针对相关热点，公司通过如下举措减少能源消耗：

节能减排设备改造	变工况设备变频减电	<ul style="list-style-type: none"> 在制冷机、空压机、蒸发冷减速机等变工况设备上增加变频器，使之可在 30 – 50Hz 区间进行调节，当负荷率较小时，通过降低电机频率，减少设备耗电。
	工厂锅炉压力控制	<ul style="list-style-type: none"> 工厂锅炉采取压力控制方式，按生产工况设置不同压力参数，利用压力控制进行锅炉的开启与停止，减少锅炉的空转待机时间，进一步降低锅炉的能耗情况。
	省煤器安装	<ul style="list-style-type: none"> 加装省煤器装置，吸收低温烟气热量、降低排烟温度、减少排烟损失、节省天然气消耗量及天然气燃烧过程产生的二氧化碳排放。
	天然气锅炉改造	<ul style="list-style-type: none"> 将沼气锅炉、生物质燃料锅炉、燃煤锅炉改造为天然气锅炉。
节能技术升级	采用新型节能煮沸技术	<ul style="list-style-type: none"> 酿造采用低压动态煮沸等新型节能煮沸技术，相比于传统的高功率加热方式，低压沸腾技术可以在更低的功率下实现加热，从而大幅度减少能源的浪费。 加强热能回收，包括煮沸锅二次蒸汽、冷凝水余热、中水余热、洗瓶机和杀菌机等点位的余热回收。
可再生能源使用	探索使用清洁能源	<ul style="list-style-type: none"> 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。 同时，各公司积极推进太阳能热水器、光伏路灯建设，减少热力和电力的消耗。 逐步提高绿电占比。
温室气体回收	发酵环节二氧化碳回收	<ul style="list-style-type: none"> 燕京啤酒下属所有啤酒工厂 100% 安装二氧化碳回收项目，该项目可将啤酒发酵过程中产生的二氧化碳进行收集净化后再用于啤酒包装生产，减少二氧化碳排放。

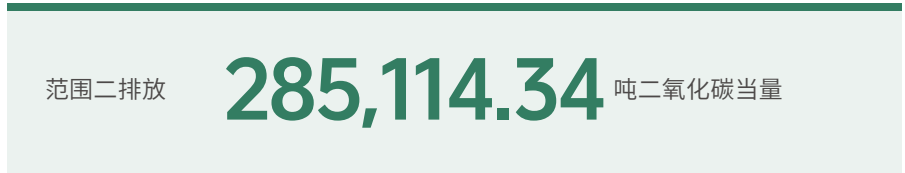
供应链协作 减碳	包装材料减碳	<ul style="list-style-type: none"> 燕京啤酒制定了废酒瓶回收管理制度，大力回收啤酒瓶，在消毒清洗后用于再生产，替代原生玻璃瓶的使用。目前，工厂回瓶率已经达到 78% 以上，减少了大部分原生酒瓶产生的温室气体排放。
	供应商节能降碳 倡导	<ul style="list-style-type: none"> 在选择供应商过程中考量绿色低碳要求。 引导供应商使用能耗更低的设备和技术，开展制冷设备、节能电梯设计等。

经过系列减碳举措的落地，2024 年度，燕京啤酒以 U8 系列产品（瓶装）和 U8 系列产品（听装）两款产品为试点，汇总 2023 年度数据，开展了该项产品从原材料获取、产品生产、产品分销三个阶段的碳足迹评价，最终，一瓶 500ml 的 U8 啤酒在整个生

命周期内的平均碳足迹为 100.04 克二氧化碳当量，公司将相关工作汇总编辑成《一瓶啤酒碳足迹白皮书》，更好地展现与诠释燕京啤酒在可持续发展道路上的每一步。



燕京啤酒下属啤酒工厂实现：



未来，燕京啤酒将跟踪和检测相关指标目标的进程，对各个环节进行精细化管理，逐步降低产品碳足迹，确保企业各项经营活动符合应对气候变化的要求。

资源能源高效管理

燕京啤酒始终坚持集约、高效利用能源、水资源、包装物和原材料，致力于减少资源浪费和环境负担。为了规范资源的使用和减少浪费，公司制定了《能源节约管理制度》，明确了对电力、天然气、煤、水、原料及纸张等各类资源的消耗管理要求。面向啤酒企业，公司制定了涵盖水耗、电耗、蒸汽消耗和二氧化碳排放的三年规划目标。



能源管理

燕京啤酒秉持“绿色发展、节能减排”的理念，严格贯彻执行《中华人民共和国节约能源法》，依据《能源管理体系要求》（GB/T23331—2012）和《能源管理体系实施指南》（GB/T29456—2012）等相关法律法规，公司制定了资源能源管理相关制度及运行标准。这些制度及运行标准为公司的能源管理提供了科学的指导和框架。同时，燕京啤酒建立了标准化碳核算体系，参照国家行业标准完善统计制度，通过年能耗数据分析，有效识别能源结构改进方向。通过制度体系和核算体系的完善锚定改善方向，逐步提升能源使用效率，减少能源浪费，推动企业实现可持续发展目标。

生产节能潜力挖掘

燕京啤酒在各工厂建立了细致的能源消耗统计体系，旨在对生产过程中各环节的能源使用状况进行精准监控与优化。目前，主要能源消耗集中于动力、酿造和包装等环节。为有效降低能源消耗，公司采取了以下节能减排措施：

设备变频

- 公司对制冷机、空压机、蒸发冷减速机等设备进行变频器改造，使其能在 30 - 50Hz 区间调节，在负荷较低时减少电机频率，降低电力消耗。

压力调控

- 工厂锅炉采取压力控制，按生产工况设置不同压力参数，利用压力控制进行锅炉的开启与停止，减少锅炉的空转待机时间，进一步降低锅炉的能耗。

加装省煤器

- 加装省煤器装置，吸收低温烟气热量，降低排烟温度，减少排烟损失，节省天然气消耗，减少天然气燃烧过程产生的二氧化碳排放。

设备更新

- 将沼气锅炉、生物质燃料锅炉、燃煤锅炉改造为天然气锅炉，减少污染物排放。

低压煮沸

- 酿造部门采用低压动态煮沸技术，较传统高功率加热方式，显著降低能源浪费。

热能回收

- 引入热能回收系统，将麦汁煮沸过程中产生的蒸汽进行二次回收，用于加热储能罐水，减少蒸汽消耗。

温室气体回收

- 所有工厂都必须建设二氧化碳回收项目，将啤酒发酵过程中产生的二氧化碳进行收集净化后再用于啤酒包装生产，减少温室气体二氧化碳排放。2024 年度，啤酒生产企业共计回收二氧化碳 5.6 万吨用于啤酒生产。

经过上述举措的开展，2024 年度，公司实现啤酒企业集团生产系统水消耗量同比节约 809,013.7 吨，电消耗量同比节约 11,213,073.2 千瓦时，蒸汽消耗量同比节约 72,920,640.8 千克。

关键绩效指标	单位	2024 年
能源消耗总量	吨标准煤	251,851.94
综合能耗	吨标准煤 / 百万元人民币	17.17
可再生能源使用占比	%	0.43

单位产品电耗同比上一年度下降

5.96%

单位产品蒸汽耗同比上一年度下降

7.28%

可再生能源代替

燕京啤酒积极拓展可再生能源的应用场景，致力于降低对化石能源的依赖程度。公司在多家工厂有序部署太阳能光伏系统、稳步推进太阳能热水器与光伏路灯的建设、将柴油叉车更替为电动叉车，多项举措齐落地，从能源使用的源头减少化石燃料的消耗，有效降低了工厂在热力与电力方面的化石能源消耗，推动了生产环节的绿色变革。



节能减碳文化打造

燕京啤酒积极开展节能培训倡导，通过多样化的培训活动，提升员工节能降碳意识。2024 年度，燕京啤酒下属工厂分别开展了绿色出行倡议、碳管理主题赛、节能减排知识培训等节能降碳活动，进一步深化节能降碳文化，推动公司向绿色、低碳未来迈进。



物流环节节能降碳

在物流环节，公司积极践行绿色发展理念，全力推进一系列行之有效的减碳方案。一方面，大力推动环保车辆替代传统燃油车辆，通过引入新能源物流车，显著降低尾气排放，为减少碳排放做出有力贡献。另一方面，强化托盘管理，对托盘的使用、回收及循环利用进行精细化管控，同时探索托盘租赁业务，减少旺季托盘不足及淡季托盘闲置率问题，避免资源浪费，间接减少因托盘生产与处置带来的碳排放。此外，公司还对产品码垛标准进行了科学调整，通过优化货物码放方式，提高车辆装载率，减少运输车次等方式，从多个维度降低物流运输环节的碳排放总量，助力实现绿色物流目标。

供应链节能协同

燕京啤酒深知减碳工作需多方协同，不仅在自身生产过程中全面落实节能减排措施，还与供应商紧密合作，共同推进减碳目标的实现。公司在供应商筛选环节，优先选择符合绿色低碳标准的合作伙伴，并积极推动供应商采用低能耗设备与先进技术，引导其进行制冷设备、电梯等耗能设施的更新换代，在整个供应链层面掀起绿色减碳的浪潮。

可持续用水

燕京啤酒在水资源利用中，始终严格落实《中华人民共和国水法》以及各地针对水资源颁布的法律法规要求，积极践行国家节水型社会建设的倡导，切实保障水资源的合规使用。

水资源风险评估与应对

在水资源战略规划层面，公司将水源地地理位置、水资源本底条件以及动态变化趋势纳入综合评估体系，确保生产用水供应的稳定性与可靠性。燕京啤酒对各类水源进行多维度风险评估，目前尚未识别出由极端气候事件或降水匮乏等因素引发的水资源供应风险。

在工厂选址决策过程中，水资源要素被列为关键考量指标，在项目规划过程中，公司会对工厂目的地水资源进行为期3至5年的中期前瞻性评估，确保公司获得长期稳定的水资源。

在生产用水方面，公司的水源主要涵盖市政供水、地表水源取水以及地下水源取水。通过构建自采水与自来水并行的双水源供给体系，可以有效规避因水资源短缺而引发的供应风险。

燕京啤酒水资源相关管理工作由生产中心负责人直接管理，向公司董事长进行汇报，公司遵循“源头控制、过程削减、末端治理、循环利用”原则，通过对酿造流程的每一个环节实施精细化用水管理，实现了单位产品耗

减少水资源消耗

为减少水资源消耗，燕京啤酒通过梳理啤酒制造流程发现了多个水资源使用的机会点。针对这些机会点，公司开展了专项攻关项目，成功实施后将改进措施固化并推广至27家啤酒工厂，形成了30条最佳实践条款，显著提升了水资源的使用效率。

为进一步推动水资源节约，公司投入使用了先进的节水设备，积极探索节水型生产技术，并开展了广泛的员工节水培训，全面提升全员的节水意识。

水量的持续降低。在设立了公司整体水耗目标的基础上，依据三年发展规划以及年度经营计划，针对旗下27家啤酒生产工厂分别拟定了个性化水耗目标，以此全面带动整个公司朝着节水目标稳步迈进。

燕京啤酒着力推进水资源循环使用。一方面，燕京啤酒在厂区实施了雨水分流系统和海绵城市设计，利用调节池实现雨水回收，促进了水资源的循环利用。另一方面，公司构建了污水处理与回用系统，废水经过多项处理流程深度处理后转化为中水，可回用于绿化、道路冲洗及部分生产环节。相关举措有效降低了新鲜水取用与排放量。

关键绩效指标	单位	2024 年
取水总量	立方米	17,764,156.40
耗水总量	立方米	5,412,380.94
啤酒生产单位产品耗水量	千升水 / 千升酒	3.80
循环用水量	兆升	4,476.59

燕京啤酒桂林漓泉工厂 CIP 冲洗水与蒸汽冷凝水的高效回用



CIP 是保障酿造设备清洁的重要环节，桂林漓泉工厂关注到 CIP 最后一道冲洗水仍有利用价值，通过合理的管道铺设和工艺设计，将其回收用于预洗水，减少了新鲜水资源的使用，避免浪费，形成水资源利用的良性循环。

与此同时，工厂利用现有设备回收蒸汽冷凝水，将其用于包装车间杀菌机换热、CIP 用水提温和洗瓶机开班用水等环节，项目开展后，全年回收约 12.28 万吨水，有效提高了水资源利用效率。



燕京啤酒贵州工厂探索水资源循环利用机制



燕京啤酒贵州工厂通过创新工艺与技术，对清洗水、反渗透浓水以及中水进行深度处理与回收再利用，实现了水资源的多次循环使用，有效减少了水资源的浪费。如：将生产过程中产生的浓水进行净化处理，回用于厕所、卫生间冲洗以及瓶场理瓶机运行等环节。通过开展相关举措，2024 年，贵州工厂共节约水资源 13,080 吨，为节水事业做出了积极贡献。



原材料及包装物管理

包装作为燕京啤酒生产运营的关键资源，在整个生产经营体系中占据重要地位。为提升原材料与包装物的使用效率，减少相关环节的资源浪费，公司开展了从源头创新到回收利用的全流程管理。

绿色包装创新

在包装设计环节，燕京啤酒持续创新，通过包装轻量化设计、包装材料替代等举措，公司实现了有效的资源节约。通过轻量瓶设计，燕京啤酒成功降低了玻璃瓶的重量，减少了原材料的使用。通过替换部分包装材料，如将塑料材料替换为纸质等可回收材料，公司有效降低了污染物的排放。通过商标设计优化，公司在确保产品外观瓶、标匹配的基础上，合理缩小标签尺寸，降低标签面积，公司有效减少了标签材料的使用。2024 年，燕京啤酒使用轻量瓶 4,729 万只，相较于普通瓶减少消耗玻璃 2,893 吨；全年减少标签纸使用 178,000 平方米，折合 12.3 吨。

公司大力引入可降解材料以及可回收包装，从源头上减少包装材料对环境的负面影响，在追求经济效益的同时，积极践行企业的环境责任。同时，公司积极搭建回收处理体系，致力于提高资源的使用效率，通过科学的回收

流程和处理方式，尽可能降低废弃物的产生与排放，让每一份资源都能得到充分利用。并且公司主动与供应商开展深度合作，共同探索绿色包装之路。

包装物回收利用

燕京啤酒持续加强玻璃瓶、纸箱、瓶盖等包装物的回收和循环利用，并构建了以经销商为主、瓶商为辅的回瓶网络。针对回瓶率较低的企业，公司帮助其引进专业瓶商，确保啤酒瓶回收率。2024 年，集团玻璃瓶

总回收量为 394,431 万只，回瓶率同比增长 2%，相当于多回收旧瓶 7,888 万只，有效降低新瓶消耗，减少资源浪费。

2024 年，集团玻璃瓶总回收量为

394,431 万只

回瓶率同比增长

2%

关键绩效指标	单位	2024 年
包装材料使用总量	吨	2,778,731
包装材料回收率	%	78.36

严格污废管理

在追求可持续发展的进程中，燕京啤酒始终关注污染物、废弃物的管理工作，积极践行环境保护原则，严格遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《危险废物贮存污染控制标准》等相关法律法规，致力于将企业生产运营对生态环境的影响降至最低，构建绿色循环的生产模式。

污染物排放管理

燕京啤酒根据《排污许可管理办法》《排污许可管理条例》等相关法律法规，对照制定了详细的污染物排放监测计划。对于不同类型的污染物（如废气中的二氧化硫、氮氧化物、颗粒物；废水中的化学需氧量、氨氮等），确定监测点位、监测频率和监测方法，确保没有超排现象。



污染物风险管理

燕京啤酒定期对污染物排放情况进行内部评估，结合数据分析，识别潜在的环境风险并及时采取相应的管理措施。公司采取以预防为主策略，通过实时监控污染物排放，建立了全面的预警机制，确保所有排放始终符合环境要求，并实现 100% 的达标排放。例如，有废气排放的企业，定期请第三方手工取样检测，或者在烟囱等排气口安装连续排放监测系统 (CEMS)，实时监测废气中的污染物浓度，并将数据传输给环保部门，确保达标排放。



※ CEMS 监测系统

污染物应急管理机制

为应对可能发生的污染物排放事故，燕京啤酒制定了详细的应急预案。预案内容包括各类事故类型（如污水超标排放、天然气泄漏等）的应急响应流程、责任人和应急资源的调配等。通过这一制度，公司能够快速、有效地响应突发环境事件，最大程度地减少事故带来的环境影响。

同时，公司定期组织应急演练，确保员工熟悉应急预案的操作流程，提升应急响应能力。培训内容包括如何识别污染物排放异常情况、如何采取初步应急措施等，确保全员在应急情况下能够迅速行动。



※ 突发环境事件应急演练

针对可能发生的污染物排放事故，公司也提前制定了事故后恢复与改进措施预案，包括及时采取措施进行恢复、清理污染物、修复受损的环境设施；对事故原因进行深入分析，总结经验教训；对管理体系和污染控制措施进行改进，防止类似事故再次发生等内容。

废气处理

燕京啤酒在废气排放方面严格把控，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。

一方面，公司安装了高效的废气处理设备，如脱硫脱氮装置和低氮燃烧设备，能够有效降低废气中的有害物质含量。另一方面，优化锅炉等燃烧设备的燃烧技术，

采用先进的低氮燃烧技术，精准控制燃烧温度、空气比例等参数，从源头上减少氮氧化物的生成量，减少大气污染。

公司还对生产过程中原料粉碎、输送等易产生粉尘的工序进行了全封闭处理，并配备了高效的布袋除尘器和旋风除尘器等设备，防止粉尘扩散至大气中。

玉林公司系统升级，搭建 CO₂ 系统统一控制平台



燕京啤酒玉林工厂 CO₂ 系统压力容器因投入使用时间较长，设备设施老旧，出现了处理量小、回收效率低、自动化程度低等问题，部分设备出现跑气、无法满足原气回收等问题。公司积极组织现场调研，制定部分设备升级改造，并搭建 CO₂ 系统统一控制平台方案，将各单机台设备通过通讯互联，计算出压缩机、CO₂ 制冷机设备单机效率、维护周期等关键数据，实现实时监控、故障在线预警及处理反馈，根据工艺需求自动控制，实现了数字化、自动化高效管理，改造后能有效提升 CO₂ 设备运行安全性，减少了废气的排放。

废气达标排放率

100%



废水处理

公司严格控制生产过程中产生的废水排放，制定了《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。

公司针对不同类型的废水进行专门收集与处理，确保所有废水排放都符合环保标准。此外，燕京啤酒加强了水资源使用设施的安全检查，定期配合相关部门进行特殊废水的检测，确保废水处理过程的合规性，保障水资源的可持续利用。

废水达标排放率

100%

废弃物处理

在废弃物处理中，燕京啤酒设立了完善的治理架构，并制定了完善的废弃物管理制度和标准，包括《危险废弃物及危险物质管理 SOP》《副产品和一般废弃物管理 SOP》等。这些制度明确了废弃物管理的职责分工、处理流程和监督机制，确保废弃物处理符合国家法律法规和集团内部要求。

废弃物处理策略

燕京啤酒严格遵循“减量化、资源化、无害化”的原则，优先考虑废弃物再利用和回收。

燕京啤酒废弃物处置治理架构

总部层面

设立专门的环境管理团队，负责制定全公司的废弃物管理战略和政策，监督各工厂的执行情况，并提供技术支持和资源协调。

工厂层面

各工厂设立独立的环保部门，负责具体实施废弃物管理措施，包括废弃物的分类、回收、处理。

车间层面

车间设置环保专员，负责日常废弃物的分类收集、记录和初步处理，确保废弃物管理措施落实到生产一线。

公司严格遵照国家及地方在资源利用与废弃物减量方面的法律要求，减少废弃物的产生。对于不得不产生的废弃物，搭建了完备的分类、回收与处理体系。此外，公司总部定期对各工厂的废弃物处理情况进行检查和考核，确保各项措施落实到位。同时，通过内部培训和外部合作，不断提升员工的环保意识和专业能力。

生活垃圾、厨余垃圾减量举措



本年度，公司着重开展了生活垃圾、厨余垃圾的减量化工作，设立垃圾吨酒产生量目标，并逐年进行跟进。各工厂根据公司实际情况，通过对生活垃圾，厨余垃圾进行整车过磅、重新对员工进行副产品和废弃物管理 SOP 培训、回收生活垃圾中的可售卖部分、在食堂张贴光盘行动，节约粮食等宣传标语对就餐人员进行宣传等多样化的方式，有效减少了生活垃圾及厨余垃圾的产生量。



有机废弃物

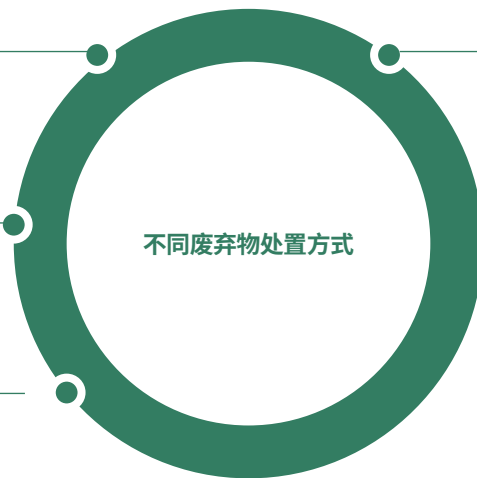
如酒糟、酵母等，用于进一步的提取加工，实现资源的循环利用

一般废弃物

如纸箱、废塑料、听罐等，委托有资质的第三方进行回收资源再利用

危险废弃物

做好《危险废物转移记录》，确保各部门按规定收集、暂存、移交，并定期委托有资质的第三方按要求处置



有机废弃物——啤酒副产品循环利用

燕京啤酒将啤酒酿造过程中产生的啤酒糟有效转化为高质量的饲料，供应给养殖场，进一步提升了资源利用效率，减少了生产过程中的废弃物。废酵母通过提取技术转化为酵母提取物，用于生产浸膏等高附加值产品。这一举措不仅降低了生产废弃物对环境的影响，也为公司创造了额外的经济价值。

关键绩效指标	单位	2024 年
有害废弃物产生总量	吨	118.27
无害废弃物产生总量	吨	454,534.84

通过全方位、多层次地严格遵守污染物废弃物管理相关法律法规，燕京啤酒不仅显著降低了环境负荷，还创造了良好的经济效益与社会效益。未来，公司将持续探索创新，不断完善法规遵循管理体系，为推动行业绿色发展贡献力量。

生态系统与生物多样性保护

燕京啤酒在生态系统和生物多样性保护方面积极采取行动。在新建、改建或扩建项目中，各工厂主动避免进入生态环境敏感区域，并积极探索和采用对生态影响较小的替代方案，从而减少生产经营活动对周围生态环境的负面影响。

截至目前，燕京啤酒所有工厂均位于生态保护红线之外，生态系统和生物多样性保护方面未识别到显著风险，且未发生政府处罚事件。

土壤生态保护

燕京啤酒重视土壤保护，对废油、玻璃渣等污染物和废弃物进入土壤的路径进行严格管控，定期检查地下污水管网，防止污水渗漏污染土壤。针对可能发生的污染物泄漏事件，制定了完善的应急管理预案，确保在第一时间响应处理，降低对土壤生态系统的破坏，保护工厂周边的生物多样性。

生态保护活动

燕京啤酒积极组织各类生态环境保护行动，在每年的世界环境日、节假日，不定期组织员工参与环保活动、学习环保知识，引领全体员工树立起更为全面的生态环保意识，助力全社会迈向人与自然和谐共生的美好新征程。

2024 年度，公司倡导开展世界环境日专题活动，通过积极组织员工开展植树、周边垃圾清理等活动，助力员工融入社区，有效增强员工和周边社区居民的环保

意识。此外，燕京啤酒还积极探索与政府合作，参与河流、湖泊的保护活动，为维护水域生态平衡贡献力量。

2024 年世界环境日：带动员工、承包商、社区一同行动



2024 年 6 月 5 日前后，燕京啤酒积极倡导分子公司开展世界环境日专题活动，全面推进美丽中国建设，活动在分子公司得到了积极推广，共计组织 182 项活动，共有 12,700 名员工、1,484 名承包商参与到了环境日活动之中。

工厂内环境宣传

25 家工厂通过在线下张贴一系列精美的海报、横幅，运用电子屏播放海报、影片等形式开展环境教育；6 家工厂发放了精心制作的环保宣传手册，以期提高人们对环保问题的认知，鼓励大家采取可持续行动。

组织环保主题培训与竞赛

11 家工厂组织了一系列针对员工的培训活动，培训涉及环境保护的重要性、可持续发展的原则和实践方法，旨在提高员工对环境问题的认识和理解。11 家工厂组织环保知识竞赛，在趣味中提高了员工对环保问题的认知。

绿色出行倡导

14 家工厂通过组织健步走、健康跑等活动激励员工选择绿色出行方式，通过减少汽车使用可以减少尾气排放，为环境保护做出了积极贡献。

垃圾清理及分类

6 家工厂组织员工和志愿者一同开展公司周边及附近社区的垃圾清理，这一行动不仅改善了周边环境，还可以潜移默化地向大家传递减少废弃物、开展垃圾分类行动的重要性。

带动社区行动

6 家工厂开放大门，让员工家属、社区居民、学生近距离了解啤酒生产过程和环保措施，对工厂在环境保护方面的努力有了更深刻的认识；12 家工厂积极走进社区和学校开展环保宣传和教育活动，工厂员工为社区居民和学生分享环保知识，并鼓励他们积极参与环境保护行动。

创新 共筑美好

燕京啤酒专注研发创新，坚守产品质量与安全，保障客户权益，洞察客户需求，倾心打造优质的产品和服务。燕京啤酒以行动诠释责任，通过塑造可持续供应链，严控数据安全，搭建与合作伙伴信任的桥梁，携手共创美好明天。



3 良好
健康与福祉

17 促进目标实现的
伙伴关系

研发创新产品

作为我国啤酒行业的龙头厂商，燕京啤酒积极响应国家产业升级政策，充分把握“变革”的力量，持续加大研发投入与技术创新，围绕创新战略、研发组织、科研项目、成果转化、推动行业发展、知识产权保护等重点工作，推进产品研发体系化建设，促进创新工作的规范化开展。

目标	年度	当前完成情况
<ul style="list-style-type: none"> 上市新产品数量 ≥ 1 	2024	✔ 已达成

研发创新管理

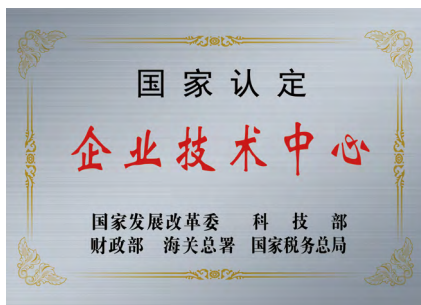
燕京啤酒将“高质量发展”作为目标，以创新为发展基点和核心战略，通过制定管理制度、搭建研发项目的管理机制、设立独立的技术研发中心，为开展研发工作和落地创新战略提供了从制度、管理到实施的全方位保障。

在制度上，为了规范产品研发创新管理，燕京啤酒制定了《研发项目管理制度》和《新产品开发管理制度》；为了提升新产品开发的效率，激发科创人员的创新动力，公司推出了《项目评审及奖励管理办法》及《科技创新成果奖励管理办法》。

在管理机制上，燕京啤酒为研发项目搭建了一套全流程管理程序，保证了一系列项目的规范化。该流程覆盖了策划、立项、执行、验收、后评价全周期，强调成果转化与后评价，形成研发管理闭环。

在实施上，燕京啤酒充分发挥高新技术企业的属性，一方面结合消费需求，负责研发新品、精进现有产品，为市场赋能；另一方面从事基础研究与应用研发，实现技

术升级，为工厂助力；此外，技术研发中心还负责统筹管理博士后科研工作站。目前，该中心已通过了国家级企业技术中心及首批中国轻工业重点实验室认定。



2024 年，产品开发项目
9项



2024 年，技术研发项目
57项

关键绩效指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
研发投入金额	万元	36,666.81	39,528.70	38,095.71
研发投入占比	%	2.78	2.78	2.65
研发人员数量	人	2,033	2,205	2,074
研发人员占比	%	8.58	10.3	10.39

在研发人员培养上，燕京啤酒将研发项目人员需求和团队结构优化深度融合，以“德才兼备”的标准选拔优秀研发人员。在此基础上，以“老带新”与“战代训”的培养模式，提升团队整体效能，为研发项目提供坚实的人才保障。

未来，燕京啤酒将持续在创新战略与发展理念的指引下，围绕产品创新与品质升级，积极开展规范管理，加速研发成果的转化应用，稳步实现高质量发展的目标。

研发创新应用

燕京啤酒重视对研发创新成果的转化与应用。在产品创新层面，为了响应消费者对高品质啤酒产品的需求，燕京啤酒致力于产品功能、风味与品质的不断升级，以科技创新赋能产品创新；在技术创新层面，公司积极探索各生产环节的创新技术，深化科技创新培育企业发展的新质生产力。

倍斯特汽水饮料，为消费者提供更多元化的选择

2024 年度，公司推出首款全国饮料大单品—倍斯特嘉橙味、荔枝味、果味汽水。倍斯特汽水以其独特的口感和丰富的口味，为消费者提供更多元化的选择，口感清爽，水果香气清新自然，畅饮不腻。



啤酒中国风，新年第一杯啤酒



公司推出红枣枸杞啤酒，精选红枣与枸杞，采用上面发酵技术，浓郁的红枣香气搭配枸杞的醇厚口感相互碰撞，对原料的精心挑选亦是对品质的执着坚持，独特的风味带来一场味蕾的探险，让人陶醉其中，无法自拔，在冬季为消费者带来阵阵暖意。



燕京啤酒新专利成功转化推出 狮王精酿酒花酸小麦啤酒



2024 年，燕京啤酒“一种酸小麦啤酒及其酿造方法”成功获得国家知识产权局正式授权，在“混菌酸啤酒酿造技术”上实现突破。基于此发明专利，公司推出创意产品狮王精酿酒花酸小麦，口感酸爽、兼具酒花柑橘香气，为消费者提供了更加个性化的高品质啤酒。



燕京啤酒智能化酿造及品质提升技术获得重大突破



为推动科技创新和产业创新融合发展，响应消费者的需求，燕京啤酒技术研发中心历经五年技术攻关，2024 年成功在“基于消费感知评价的啤酒智能化酿造及品质提升关键技术集成与应用”项目中取得重大成果，创新突破低度酒“口感单薄、麦香弱”瓶颈，打造“小度酒大滋味”差异化产品力，成就行业现象级单品燕京 U8，推动行业发展和技术进步。经鉴定专家组审议，一致认为该项目研究成果达到国际领先水平。燕京将通过深化科技创新培育发展新动能，为行业高质量发展贡献力量。

引领行业进步

燕京啤酒致力于通过参与国家、行业及团体标准的制定，推动行业规范的有序建设。2024 年，公司积极承担龙头企业的社会责任感，参与了产品包装、产品能源消耗、产品酿造及酒类质量测评等多方面的标准制定，为行业发展起到了引领作用。

标准类型	参与制定标准名称	标准制定意义
国家标准	《啤酒单位产品能源消耗限额》	<ul style="list-style-type: none">将推动企业重新审视生产模式，深挖节能潜力，为行业绿色发展明确方向，为可持续发展注入动力。
行业标准	《啤酒工业绿色工厂评价要求》	<ul style="list-style-type: none">确立了啤酒工业绿色工厂的评价总则和评价程序，规定了相应的评价要求、评价报告内容，为啤酒工业绿色工厂的创建与评价提供依据。
团体标准	《铝塑拉环瓶盖质量通则》	<ul style="list-style-type: none">填补了我国拉环盖领域的标准空白，同时促进了铝制拉环盖与啤酒饮料行业的协同进步。
	《温室气体产品碳足迹量化方法与要求啤酒》	<ul style="list-style-type: none">落实“双碳”战略目标，完善啤酒碳足迹核算技术要求。
	《用户体验酒类质量测评指南》	<ul style="list-style-type: none">我国首个酒类质量测评的用户体验标准，从消费者视角对酒类产品品质进行科学评价，规范消费者体验行为，指导行业健康发展，让更多消费者体验美酒风味、感受美酒文化。
	《啤酒智能酿造与数字化生产管理要求》	<ul style="list-style-type: none">为啤酒行业开展智能制造成熟度评价提供方法指引，加快推进啤酒企业数智化转型。

知识产权保护

燕京啤酒重视对知识产权的规范管理与保护。公司通过制定《知识产权保护管理制度》，将系统化管理与法律工具相结合，构建了完善的知识产权保护体系，既保护了创新成果、鼓励发明创造、促进技术创新，也降低了侵权行为发生的概率，防范了法律风险。2024 年公司新增授权发明专利 16 项，实用新型 53 项。目前，公司已累计拥有有效发明专利 100 项，实用新型 258 项，有效专利总数 503 项。

2024 年公司新增授权

发明专利 16 项	实用新型 53 项	
目前，公司已累计拥有		
有效发明专利 100 项	实用新型 258 项	有效专利总数 503 项

保障产品质量

燕京啤酒始终将产品质量与安全放在首位，全力做好产品全生命周期质量与安全的把关，同时追求产品卓越的品质，确保消费者品尝到的产品安全、健康、美味。

目标	年度	当前完成情况
<ul style="list-style-type: none"> 市场抽查样品合格率 100% 重大食品安全事故 0 起 	2024	✓ 已达成

产品质量管理

燕京啤酒重视提升产品质量，严格遵守《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》等国家法律法规与行业规范，制定《超标和不合格产品管理制度》《产品检验管理制度》等制度规范。

为了保证产品质量管理与公司战略保持一致，燕京啤酒将质量管理体系融入环境管理体系及卓越管理体系，同时在公司战略指导下，制定并实施质量生命战略，自上而下推进质量管理，为产品质量提供有力保障。

公司持续鼓励各地工厂参与认证质量管理体系，获得外部认可，提升市场竞争力。2024 年，燕京啤酒共有 26 家工厂取得质量管理体系认证证书，19 家工厂证书持续有效。

关键绩效指标	单位	2024 年
产品出厂合格率	%	100
产品抽检合格率	%	100
产品批次检验覆盖率	%	100



北京燕京啤酒股份有限公司
质量管理体系认证证书



燕京啤酒（中京）有限责任
公司质量管理体系认证证书



江西燕京啤酒有限责任公司
质量管理体系认证证书



燕京啤酒（河南月山）有限责任
公司质量管理体系认证证书

产品质量管理措施

燕京啤酒从多方着手提升产品质量，不仅聚焦自身生产过程中的各关键节点，对供应商也实行了系统化管控，全方位保证为消费者提供合格产品。

» 产品质量目标管理

为了实现对产品质量目标的有效管理，2024 年，燕京啤酒将产品质量的目标转化为考核指标，并将其逐级向下拆解纳入员工绩效，在这一举措的实施下，公司质量 KPI 目标达标率达到了 100%。

» 基层产品质量把关

为了进一步实现生产过程的质量管理，2024 年公司推出《基层员工质量把关激励制度》，在原料入厂及生产过程中，提升基层员工对质量把关的精细度，2024 年共发现 280 个基层质量问题，有效控制了不合格产品流入下一工序及市场。



» 产品质量检测

燕京啤酒各工厂配备了与生产规模相适应的检测设施、设备、人员；检验室具备完善的检测机制，并实行产品留样制度，及时保留样品；定期检定或校准检验仪器，以确保实验数据的准确性。

实验室获中国合格评定国家认可委员会 (CNAS) 实验室认可

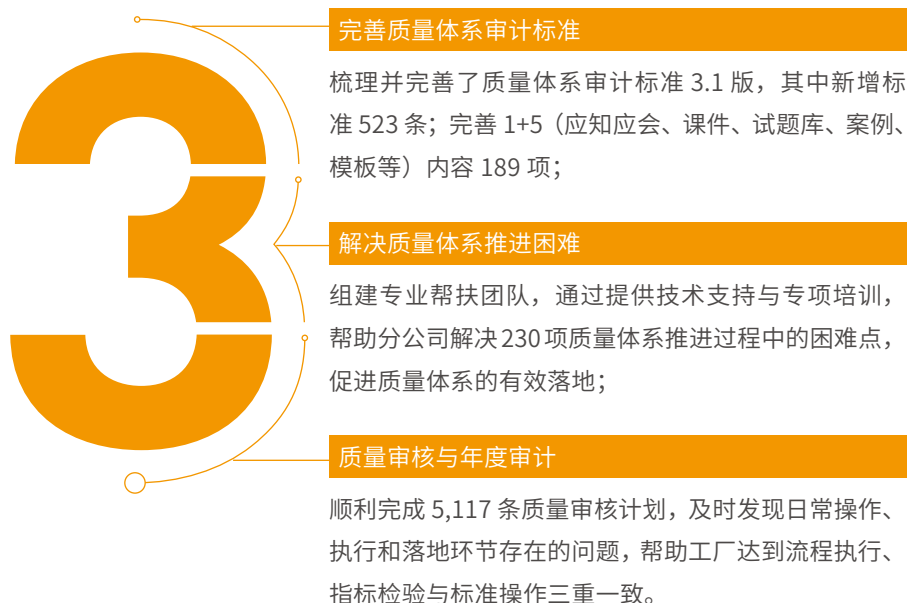


2024 年 11 月 4 日，生产中心质量管理部中心实验室顺利通过中国合格评定国家认可委员会 (CNAS) 实验室的认可，获得了 CNAS 实验室认可证书。这一成就标志着燕京啤酒生产中心实验室的检测能力、管理体系以及专业服务持续获得国家级权威机构的认可。



» 产品质量审计

2024 年，公司持续开展并完善对产品质量的审计工作，通过如下三大举措，达到提升质量管理水平的目的。



» 感官与品评变革

感官质量作为产品质量控制的关键环节，在啤酒高质量发展中发挥着重要作用。2024 年，公司持续推进工厂落实对感官风味特征图谱、品评打分方式、品评评价标准、品评参与人员、品评异常闭环管理、品评人员评价等相关的品评变革工作，并结合线上系统与月度产品质量审核打分差距评价等工具，拉近了公司总部与工厂感官品评的一致性，使工厂品评变革要求落地转化率达 100%。

2024 年品评人员技能培训和考评，强化品评技能，促进质量提升



2024 年 5 月 27 日 -29 日，燕京啤酒总部生产中心质量管理部携手中国食品发酵研究院有限公司开展了 2024 年度燕京啤酒品评人员技能培训和考评。本次培训邀请了国家一级品酒师、中国食品发酵工业研究院酿酒部中心主任助理，从事酿酒科研工作 15 余年的宋涛老师作为讲师。共有来自各分公司 58 名优秀品评人员完成了培训与考评。



※ 2024 年度燕京啤酒品评人员技能培训和考评现场

» 高质量人才梯队建设

培养高质量人才是企业提升产品质量的重要途径。2024 年，燕京啤酒继续采取“向下带教”的策略，发动公司专家培养各层级人员对其岗位技能的熟练程度，同时通过“以战带训”，扩大各层级专家队伍，有效推进高质量文化建设。

2024 年，燕京啤酒新增公司级专家 523 名，工厂级专家 122 人，部门级专家 251 人。

践行质量方针 共筑质量长城



2024 年 8 月 27 日 -28 日，燕京啤酒组织 U8 工厂质量经理开展以《践行质量方针共筑质量长城》为主题的专项培训和交流，旨在提升工厂品评把关技能及管理能力。同时，活动还针对信息化功能逻辑实现及当前建设中存在的问题进行了交流。

本次活动共有 26 人参与，其中包括了生产中心总经理、质量管理部及酿酒师部总监经理、工厂专业品酒师以及 14 家 U8 工厂质量经理。



» 供应商质量管理建设

2024 年，燕京啤酒从源头入手，通过对新供应商引入认证管理、年度审计、入厂及基层质量把关、不合格物资应退尽退、月度质量沟通会议、年度评价运用及沟通等措施，前移了货品质量的管控工作，提升供应商的供货质量。

产品安全管理

燕京啤酒严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《GB/T20942 啤酒企业良好操作规范》《GB 14881 食品安全国家标准》《食品生产通用卫生规范》等国家法律与标准以及市场监管总局要求，依托《内部控制规范》与卓越管理体系，制定了《食品安全管理制度》《食品安全风险检查清单》等制度，逐步规范食品安全管理，预防食品安全事故的发生。

为了保障食品安全管理的顺利推进，燕京啤酒设立了食品安全管理委员会与食品安全办公室，同时各层级配备专门的监管者，从食品安全总监到食品安全员逐级落实，把管理职责落实到了每一位责任人。

2024 年，为了持续提升食品安全监管能力与水平，燕京啤酒进一步完善《食品安全风险检查清单 2.0》《食品安全审计标准》《食品安全专项审核表》和《食品安全应急预案》等制度，对生产过程开展日管控、周排查、月调度，要求工厂定期上报排查结果，有效监督现场各生产工序执行、产品储存、出厂等流程环节，确保送到消费者手中的产品安全放心。

食品安全工作方针



质量第一，顾客至上，全员参与，持续改进。

产品安全管理措施

2024 年，燕京啤酒从多方着手，通过审查与改进、员工宣贯、供应链端的安全管控以及完善产品召回程序，稳步推进产品安全的管理工作，规避产品安全风险，升级对产品的全面防护，充分保障产品的安全。

» 产品安全审计

2024 年，燕京啤酒开展了 18 项专项审计，包括产品安全审计、月度视频会议，总部年度审计，对各车间、岗位量化要求，改进了 4,808 条安全相关的行动。

» 供应链端产品安全管控

公司针对产品供应商实行了严格的准入标准，按照燕京质量安全标准的要求建立了专属加工工艺标准和生产 PI 报表，确保供应商符合审计的标准要求，并且通过过程管控、年度现场审计、第三方检验等多重方式，实施对供应商及其产品的全过程把关，全面保障生产原料的安全与品质。

» 员工产品安全宣贯

2024 年，公司在内部开展了多元化的产品安全宣传与培训，提升员工的安全意识，并促使他们加强对产品质量的管理能力建设。

关键绩效指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
因产品安全和健康问题回收的产品百分比	%	0	0	0



» 产品安全应急处置管理

燕京啤酒建立了完善的产品安全应急处理机制，组建了专门的程序和食品安全工作组。当事故发生，工作组将及时制定应急预案和产品召回处理方案，力争对产品质量事件快速反应。日常，各工厂定期开展产品召回演练，提升对相关事件发生的反应能力，为应对事故时刻准备。

2024 年，公司各工厂组织开展了食品安全追溯及产品安全召回演练，工厂自行制定演练方案并开展实战演练，演练结束后进行全面的评估与分析，并最终形成演练报告。通过全流程的产品召回演练管理，可以真实有效地增强各工厂产品安全应急处置的经验。

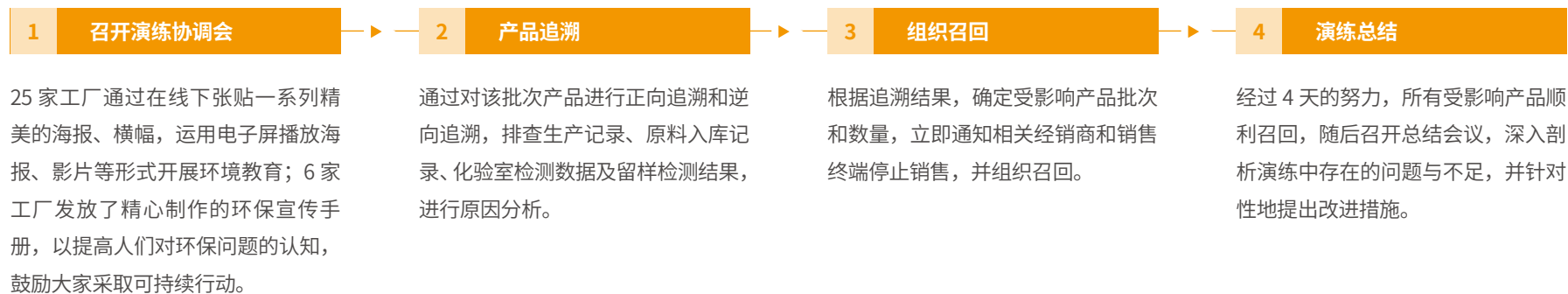
定期组织产品召回演练 提升应急协调水平



2024 年 6 月 20 日，燕京啤酒北京工厂召开了《产品召回、隔离、追溯演练》活动，演练以工厂市场投诉触发质量事件为起源，逆向追溯排查各生产环节直至市场的大规模的应急召回演练全过程。演练模拟了整个突发事件应急响应的时效性、实用性、可行性，以提高各部门的组织协调水平和应急实践能力。

演练假设场景：演练以接收到一起 U8 产品口感偏淡，怀疑为假酒的批量投诉，涉及数量 80 件，触发质量事件，进行演练。

演练过程：



优质客户服务

燕京啤酒始终坚守“为生活酿造美好”的初心与使命，致力于为消费者带来高品质的服务体验。公司精准把握客户需求，不断优化管理服务体系，为客户提供优质的服务；与此同时，燕京啤酒积极承担责任，传递理性的饮酒理念，致力于让每一位消费者享受到燕京啤酒带来的愉悦与美好。

参与者覆盖率至

100%

参与者达

1,500 人次

规范客户服务管理

燕京啤酒重视客户服务管理工作，通过建立规范的管理体系，针对各服务阶段制定规章制度，以及定期开展服务团队的培训考核，保障客户的权益，不断提升客户服务的质量与水平。2024 年，公司面向经销商、餐饮店、超市、夜场等渠道客户开展了专项满意度调查，最终客户满意度达 94.8%。

客户服务基本原则

客户至上 快速响应 信息共享 持续改进

关键绩效指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
客户投诉数量	件	643	754	513
客户投诉解决率	%	100	100	100
客户服务团队人数	人	/	/	50

客户服务管理体系及能力提升

为了保证客户服务的高效、专业，燕京啤酒制定并实行《经销商客服管理制度》，通过明确售前、售中、售后各阶段客服团队的岗位职责和服务标准，实现对客服团队的标准化管理，并定期对客服团队进行培训与服务考核，以更加规范的管理，稳步提升客服团队业务能力。

开展电商部客服培训，提升客户服务水平



2024 年，燕京啤酒电商部围绕法律法规、公司介绍、企业文化、产品知识、营销活动、客服专业素养提升、客服管理要求、接诉即办等主题内容，开展了 30 余次培训，参与者包括电商部工作人员、经销商主要店铺运营及客服负责人等，覆盖率至 100%，参与者达 1,500 人次。

客户服务发生在日常的每一天，为了让服务质量能够更及时地改进，燕京啤酒依据《经销商客服管理制度》建立了客服质量监控体系，旨在定期检查和评估客服团队的各项服务指标，及时发现并纠正问题，以此不断完善服务细节，持续提升客户的满意度。

提升客户消费体验

燕京啤酒持续关注并深刻理解消费者的需求，为了全方位提升客户的体验，2024 年公司采取了多项创新策略，凭借打造体验式消费新场景、深耕体育营销及举办花样品鉴活动等方式，在坚守产品品质的同时，着力触达更多消费者，追求为消费者创造高质量的消费体验。

打造社区体验式消费新场景

燕京啤酒致力于融合城市特色和啤酒文化，通过在社区与工作单位写字楼布局“燕京酒號”小酒馆，满足客户对于体验式消费的社交需求。2024 年，小酒馆已在全国建有 660 家门店，覆盖了包括 24 个省及含直辖市在内的城市共计 136 个。

2024 年，小酒馆已在全国建有门店

660 家

深耕体育营销

燕京啤酒的品牌基因已与体育元素深度融合。2024 年，燕京啤酒持续深耕体育营销，携手运动赛事，积极促进品牌高端化、年轻化的转型，也将拼搏与热爱的体育精神传递给更多体育爱好者。

2024 燕京啤酒中网联合 logo 产品上市，热情传递体育精神

2024 年 9 月 23 日至 10 月 6 日，2024 中国网球公开赛在北京国家网球中心举行。燕京啤酒作为此次比赛的独家合作伙伴，进一步加深合作，推出了燕京 U8、狮王精酿、燕京 9 號中网联合 logo 产品。



燕京啤酒的品牌基因与体育元素密不可分。公司将拼搏与热爱的体育精神传递给更多体育爱好者。2024 年夏天巴黎奥运会及欧洲杯期间，燕京啤酒还登陆了法国餐厅和商超，成功让世界看见“中国人自己的啤酒”，让更多海外消费者领略到中国啤酒的特色风味和香醇味道。



举办花样品鉴活动

2024 年燕京 9 號举办多场品鉴活动。一方面通过线上抽奖扩大活动影响力、吸引大量潜在消费者关注；同时借助线下品鉴，让消费者与新品直接接触，形成深度体验，并收集市场反馈，既有效推广了新品，又倾听了客户的真实声音。

据统计，品鉴活动一共研发测试了 12 款酒，成功转化 5 款，其中包括巧克力黑啤、橙汁 IPA、芒果甜艾尔、热带水果酸艾尔、红枣小麦啤酒。最终，活动曝光量达 1,551,020 次，活动参与人数 2,072 人。

此外，燕京啤酒倾力打造“呼朋唤友来试酒”品鉴测试平台，触达消费者 9 千余人次，助力新品转化上市，有效提升研发产品消费者满意度。

活动曝光量达

1,551,020 次

活动参与人数

2,072 人



弘扬中国啤酒文化

燕京啤酒坚持弘扬中国啤酒文化，通过连续举办啤酒文化节、积极参与行业博览会、加强与国际品牌交流等方式，让更多人认识中国啤酒文化的魅力，了解中国啤酒品质，进而推动中国啤酒行业的发展。

第 33 届北京国际燕京啤酒文化节以“啤酒+”创新跨界



2024 年 7 月 12 日 -21 日，第 33 届北京国际燕京啤酒文化节在中国国际展览中心（顺义馆）盛大举行。今年的文化节采用跨界创新理念，将主题定为了“啤酒+”，在新国展及全国 282 个燕京啤酒花园实现了全国联动，消费者的触达规模空前之大，其中，主会场累计接待市民超 12 万人次。

自 1992 年第一届燕京啤酒节举办以来，33 年来从未间断。未来，燕京国际啤酒节将更加多元，将啤酒节打造成城市名片，助力国际消费中心城市建设。



※ 第 33 届北京国际燕京啤酒文化节现场

燕京啤酒出席第二十一届中国国际酒业博览会，加深与国际品牌沟通



2024 年 10 月 10 日 -12 日，燕京啤酒出席了由中国酒业协会主办的第二十一届中国国际酒业博览会。酒博会在国家会展中心（上海）举行，本届延续“世界名酒共享荣耀”的主题，聚焦酒业高质量发展，汇聚全球品牌，展示世界名酒。

本次，燕京啤酒以酒博会为窗口，展现中国啤酒的创新活力与品牌风采，加深与国际品牌间的沟通合作，共谋行业高质量发展。未来，燕京啤酒会持续大力开展产品创新、营销创新，为中国人、世界人民的生活酿造更多美好。



※ 第二十一届中国国际酒业博览会

燕京啤酒亮相哈尔滨国际啤酒节，民族品牌谱写啤酒文化新华章



2024年7月6日，燕京啤酒出席了以“举杯邀世界 醉美哈尔滨”为主题的第二十二届中国哈尔滨国际啤酒节。中国哈尔滨国际啤酒节在冰雪大世界园区举办，汇聚了来自全球的啤酒品牌与产品，啤酒节的举办能够进一步促进中外啤酒文化的交流与融合，共同推动世界啤酒文化的繁荣发展。



※ 第二十二届中国哈尔滨国际啤酒节

标准客户售后服务

售后服务是客户完成消费体验的最后一环，售后服务水平对高质量服务的完整性起到关键作用。燕京啤酒通过制定实行《售后服务中心管理制度》《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》对售后服务开展规范化管理，将售后服务流程标准化，使售后服务水平专业化，做到认真倾听并及时响应消费者的反馈与诉求，积极维护消费者的合法权益。

投诉处理机制

良好应对并处理客户投诉，是售后服务中最重要的环节之一。燕京啤酒从客户的真实需求出发，通过创建多元化的投诉渠道，组建专门的接诉即办团队，以及实行7×24小时工作制度，竭力降低投诉门槛、及时响应投诉事件，保证投诉事件能被及时、妥善地处理完成，为消费者提供切实的高质量服务。

客户投诉渠道

1. 投诉电话：400 热线
2. 电商各大平台授权销售的店铺客服通道

客户投诉时间

7×24 小时

投诉事件响应团队

1. 接诉即办专班
2. 客服团队

秉持责任营销理念

作为一家负责任的企业，燕京啤酒致力于遵守营销规范，保护消费者的合法权益，注重消费者的健康，积极倡导理性饮酒观念，坚决杜绝过度饮酒、未成年人饮酒等不当行为。



负责任营销管理

2024 年，燕京啤酒持续实行《品牌管理制度》与《营销管理制度》，遵守营销规范，强化品牌认知，并在此基础上围绕日常工作，通过开发营销标准化执行手册和组织年度营销培训班，构建负责任营销培训体系，培养全体对负责任营销的认知，以及在工作中融入负责任营销意识的习惯。

当前公司的负责任营销管理培训对象不仅包括内部营销团队，还涵盖外部合作伙伴，确保责任理念在外部传播中贯彻。



倡导理性饮酒

2024 年，燕京啤酒持续倡导适度、理性饮酒的健康理念，在标准化执行手册中明确规定禁止任何对未成年人的饮酒宣传，并将其贯穿在了品牌传播、产品开发和员工宣贯中。

» 无醇 & 低度产品推广

为了进一步倡导适度饮酒，2024 年燕京啤酒着力推广无醇啤酒和低度酒产品，例如 U8 小度酒与特别添加酒花系列，用行动践行理性饮酒理念。



» 传统节日营销倡导

在春节等传统节日期间，燕京啤酒通过结合节日营销，主动向公众传递适度、健康饮酒的理念。

» 多渠道重复提示

燕京啤酒坚持在产品包装、公司网站、网店店铺和宣传物料上，对禁止酗酒、酒驾、孕妇及未成年人饮酒等行为进行标注提示。

产品包装标签

- 过量饮酒 有害健康



公司网站入口

- 设置年龄访问提示

公司网店店铺
详情页

- 未成年人请勿购买酒类产品
- 孕妇请勿饮酒
- 酒后请勿驾车

TVC、KV、印刷品
等宣传物料

- 未成年人禁止饮酒



⊗ 未成年人禁止饮酒

※ 宣传 KV 标注禁止未成年人饮酒



※ 展会宣传禁止未成年人饮酒

燕京啤酒延续参与全国理性饮酒宣传周，荣获示范企业名称



2024 年 10 月 9 日，燕京啤酒延续参与中国酒业协会举办的全国饮酒宣传周，并于 2024 全国理性饮酒宣传周主会场启动仪式暨第二届中国酒业 ESG 论坛荣获“2023 中国酒业 ESG 示范企业”的称号。



塑造可持续供应链

塑造可持续供应链是企业稳健运营的基石之一。燕京啤酒高度重视供应链的风险管理，致力于通过加强供应链透明度、优化供应商管理等措施，不断提升供应链的可持续性和稳定性。公司与供应商伙伴紧密协作，携手成长，共同构建共赢的价值链生态。

供应链风险管理

燕京啤酒遵循《采购管理制度》《供应商管理制度（试行）》，针对生产物资供应商特别制定《燕京啤酒生产物资供应商管理办法》，并且组建总部供应商评价与供应商认证两个工作小组对供应链实施全生命周期的风险管理，保证采购物资符合质量标准，建立稳定、可控、安全的供应渠道，有效促进供应链健康、可持续发展。

其中，针对重要供应商，燕京啤酒明确要求在筛选过程中考虑环境、社会、治理的业务相关性方面，以及特定国家、特定部门以及特定商品的风险，降低关键运营环节出现问题的概率，确保公司供应链运行平稳、长效。



关键绩效指标	单位	2024 年
员工负责任营销培训覆盖率	%	100

供应链风险识别与评估

燕京啤酒每年定期对供应链进行风险识别与评估。针对供应产品，通过每月定期研究原材料的市场行情报告，对各类影响市场供应的因素进行追踪，提升公司市场需求的持续响应能力。2024 年公司对 3 种原材料及产品包装的评估结果如下：

原材料品类	风险评估结果
易拉罐	低风险
纸箱	低风险
麦芽	中风险：原材料产地供应不稳定

对于识别出的风险，燕京啤酒妥善采取风向应对策略。在采购端，通过对供应商合同量和储备量进行滚动跟踪，保证了原材料的供应和供应链的整体稳定。在研发端，公司进一步完善原料供给风险应对的协同机制、替代品种认证和配方开发的技术规程。

原材料风险应对 - 风险原料品种寻求替代原料品种或替代原料配方

应对加麦、澳麦品种快速更替，及时对种植面积增长较快的品种开发制麦工艺、制定麦芽质量标准 and 开发应用配方

重新评估国内大麦品种的酿造性能，寻找适合生产战略原料麦芽的国麦品种，并开发相应的制麦工艺和原料配方

针对用量占产量比例较大的风险酒花品种，筛选理化指标和香气、口味特点具有一定相似度的替代酒花品种，并建立新的酒花配方

供应链稳定保障

燕京啤酒关注供应商的合规情况与经营状况，通过对新供应商设置严格的准入管理机制、对现有供应商施行分级管理，结合赋能发展，携手供应商维持供货的高品质，保障公司供应链高质量发展。

供应商准入与监督

燕京啤酒持续实行标准化的供应商管理制度，在新供应商准入阶段，通过资质审核与认证审核两种形式，对所有供应商进行严格筛选、严谨管理，确保公司供应链稳定运行。

1

第一步
资质审核

- 线上审核

2

第二步
认证审核

- 现场认证 / 线上认证
- 测试认证：小试、中试与大试

3

第三步
评定结果

- 审核通过：纳入合格供应商目录
- 认证审核不合格：给予 6 个月内的整改期限，整改完成后可重新申请二次认证，二次认证审核仍不合格，一年内不再接受认证审核申请
- 淘汰供应商：因供应商转型、注销等内部原因，连续三年不合作
- 黑名单供应商：不诚信供应商，连续五年不合作

关键绩效指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
供应商总数	家	1,444	1,428	1,219
按地域分布划分的供应商数量	中国大陆地区供应商	1,436	1,427	1,219
	中国港澳台地区及海外供应商	8	1	0

供应链赋能发展

燕京啤酒对外部供应商与内部成员开展质量和管理的赋能培训，持续提升供应商的质量和管理水平。

线上：公司对全部生产物料供应商进行了数字化采购管理系统（SRM）应用培训，对关键品类进行了质量管理标准和程序应用、质量案例分析共享培训；与此同时，公司也对内部采购人员开展了数字化采购管理系统（SRM）应用培训。

线下：燕京啤酒组织了第一期供应链系统培训，并召开了捷克酒花交流会，为加强员工全业务链的能力建设，加深对外部供应链伙伴的了解提供了宝贵的机会。

“链通全域” 公司供应链系统第一期培训，解锁全域新未来



2024 年 3 月 26 日 -29 日，燕京啤酒在石家庄开展了为期四天的集团供应链系统第一期培训班。本次培训的参与者包括公司党委副书记兰善锋等高层领导以及总部和全国各分子公司供应链经理级以上的成员，共计 130 余人。

本次培训主题涵盖了计划、采购、物流、玻瓶管理全业务链，采取公共课、专题讲座、内部分享、交流研讨、考试检验和实战演练等多种形式，对参与者供应链相关能力从理论到实践进行了综合的锻炼。



燕京召开捷克酒花交流会，探索双方合作新模式



2024 年 11 月 6 日，捷克酒花种植者协会董事会主席、波希米亚酒花公司董事会主席 Zdenek Rosa、波希米亚酒花公司生产中心总监、销售总监等一行到访燕京总部，召开捷克酒花交流会。双方交流探讨了捷克酒花 2024 年度种植信息与历年产品趋势、捷克酒花质量标准与全生产周期溯源链条等内容。

未来，双方将继续加强技术交流与合作，探索新模式、新产品的合作可行性，共同推动燕京啤酒持续提升产品品质，助力燕京实现高质量发展。



供应链 ESG 管理

塑造可持续供应链与提升供应链 ESG 管理能力息息相关。燕京啤酒从多维度、多方向提升对供应商 ESG 方面的要求，加强其 ESG 能力建设；同时公司通过对供应链进行数字化建设，达到供应链管理提质增效的目标，携手供应商共建稳定、高效、高质量的产业供应链。

供应链 ESG 建设

为了加强供应链 ESG 建设，燕京啤酒采取了多项有力措施。在与供应商的合作中，除了持续关注供应商的 ESG 风险状况，公司坚持严于律己，通过使用公开竞标平台，从供应链管理的源头环节保证了合规透明，为供应链的可持续发展奠定了坚实稳固的基础。

供应链 ESG 建设措施

- 1 持续使用公开竞标平台，通过公开供应商招投标信息，保持招投标的透明合规
- 2 持续将 ESG 指标纳入供应商准入要求
- 3 从生产端、供货包装、材料回收、车辆管理等多方面倡导供应商减碳
- 4 积极使用本地供应商，赋能地区发展等多重行动

据统计，2024 年在燕京啤酒的供应商中，获得 ISO9001 质量管理体系认证的共有 495 家，ISO14001 环境管理体系认证的有 312 家，ISO45001/OHSAS18001 职业健康安全管理体系认证的有 248 家。同比 2022 年与 2023 年，3 项认证的数量持续增加。

2022-2024 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：

关键绩效指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
ISO9001 质量管理体系认证	家	390	452	495
ISO14001 环境管理体系认证	家	178	260	312
ISO45001/OHSAS18001 职业健康安全管理体系认证	家	100	174	248

供应商分级管理

燕京啤酒对供应商制定并实行分级管理制度和管理程序，把供应商分为三个等级：战略供应商、优秀供应商与一般供应商。公司依据标准的考核指标，定期对供应商开展月度与年度的考核，保障供应链的发展韧性。

在供应商考核评分中，燕京啤酒同时考量技术分与商务分。经过考核，超过 90 分者成为战略供应商，低于 60 分则成为淘汰供应商或重新认证，分数居于中间则评定为优秀供应商或者一般供应商。年底，公司将按照不同等级，对供应商采取奖惩措施。

2024 年，公司对供应商分级管理进行了优化，在原来规模、质量、服务基础上，进一步设置了基本条件和必要条件，包括合作期间无违法、违规、违约记录，无围标、串标等不良记录、供应商年度现场认证审核得分、年度评价得分等 11 项。

供应商分级评分制度

评价条件	供应商分级				
	≥ 90 分	≥ 85 分	≥ 60 分	<60 分	
必要条件	年度得分	≥ 90 分	≥ 85 分	≥ 60 分	<60 分
	合格供应商目录内同品类规模排名	前 20%	前 50%	/	/
	连续合作年限	5 年以上	3 年以上	/	/
	合作期间未发生违法、违规、拒单、市场行情变化消极供货	符合	符合	符合	/
	不存在针对性应标等干扰招标程序行为，未涉及串标、围标或企图利益垄断等违规行为嫌疑	符合	符合	符合	/
	生产厂家 / 第一资源	符合	/	/	/
基本条件	占燕京啤酒该类物资年度采购总金额 5%(优秀供应商 3%)及以上				
	占燕京啤酒该类物资年度采购总金额 5%(优秀供应商 3%)及以上				
	供应燕京啤酒产品占其年销售额 30%(优秀供应商 20%)及以上				
	积极配合开展成本控制、供应链管理、货源供应保障	至少符合 3 项	至少符合 2 项	/	/
	定期开展技术咨询、信息沟通、业务交流、提供行业信息、新品打样等				
	供应商年度现场认证审核得分 ≥ 80 分 (优秀供应商 ≥ 70 分)				
供应商建立成熟的生产 PI 报表管理，同时供货燕京工厂批次提供生产过程 PI 数据					
评价结果	战略供应商	优秀供应商	一般供应商	评审是否淘汰	

供应链数字化建设

燕京啤酒利用数字化采购管理平台（下称 SRM），持续强化供应商的 ESG 风险数字化管理。2024 年，SRM 系统全面投入应用，有效推动公司采购管理工作实现全面数字化，其中：

- 在项目实施过程中，供应链中心采购部利用平台建立为推手，以 SRM 系统为工具，搭建了供应商全生命周期管理体系；
- 深化采购订单协同，实现从采购需求到财务对账的全流程自动化运转；

- 统一全公司的生产物料标准化工作，输出了公司《生产物料标准化命名规则》和《标准化生产物料清单》，确保了物料数据规范统一；
- 搭建了非生产物资电子商城，实现非生产物资高效、透明、便捷采购，提升了采购响应速度、售后服务保障水平和物资库存管理水平；
- 搭建采购决策驾驶舱，为业务决策提供可视化的精准数据支撑。

SRM 的全面应用，实现了公司采购工作从供应商管理、寻源、合同与采购执行协同及财务协同等全流程全周期升级，让日常的供应链管理效率得到大幅提升，在企业供应链数字化建设、实现高质量发展的道路上迈出举足轻重的一大步。





招标专区

更多 >

[招标公告](#) | [变更公告](#) | [结果公告](#) | [开标日程公告](#)

燕京啤酒(玉林)有限公司制冷系统安全及自动化改造项...	工程	正在报名	2025-04-16
北京燕京啤酒股份有限公司一分公司燃气锅炉燃烧器低...	工程	正在报名	2025-04-11
北京燕京啤酒股份有限公司大楼空调设备改造项目招标...	工程	正在报名	2025-04-11
燕京呼市2025年电动叉车招标项目公告	其他	报名结束	2025-04-09
沈阳燕京2025年洗瓶剂(无磷)、洗瓶助剂(无磷)项...	货物	报名结束	2025-04-07
沈阳燕京2025年链道润滑剂、塑料润滑剂招标公告	货物	报名结束	2025-04-07

电子商城专区



[吉泰易盛] 吉泰易盛干粉灭火...

[立白] 立白食品级除味去油去...

[雕牌] 雕牌超能皂226g*6块深...

登录/注册入口



非招标专区

更多 >

[采购公告](#) | [变更公告](#) | [结果公告](#) | [网上竞价日程公告](#)

燕京啤酒河北工厂液碱采购公告	货物	报名结束	2025-04-15
漓泉工厂 皇冠盖内外二维码盖采购询价公告	货物	报名结束	2025-04-07
燕京啤酒2025年一分公司托舟亚塑询价公告	货物	报名结束	2025-04-03

闲废物资专区

更多 >

[闲废物资公告](#) | [内部调拨公告](#)

2025年5-12月燕京啤酒 湖北十堰精酿工厂湿...	2025-04-03
2025年燕京啤酒 玻璃渣竞价出售公告	2024-10-21
2025年燕京啤酒 酵母粉(含细胞壁) 竞价出...	2024-10-21

通知公告

北京燕京啤酒股份有限公司...
北京燕京啤酒股份有限公司...
北京燕京啤酒股份有限公司...
北京燕京啤酒股份有限公司...

※ 数字化采购管理平台 (SRM) 示意图

严护数据安全

燕京啤酒严守数据安全，通过搭建并落实数据与隐私安全相关制度，实施数据安全相关的保障举措，督促信息安全管理工作开展与不断完善，对客户的信息安全负责。



数据与隐私安全管理

数据与隐私安全是公司防范金融风险、稳健合规运营和维护良好声誉的重要基础。燕京啤酒严格遵守《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》等法规要求，将客户信息保护纳入了公司卓越管理体系，制定并推行了《信息系统运维管理方案》《网络与信息

安全管理制度》《网络与信息安全事故应急处置预案》，围绕信息系统运营与维护、网络与信息安全 and 人才队伍建设三大方面，搭建了一系列严密的信息安全保护机制，打造数据与隐私安全管理防线。

数据与隐私安全管理“防火墙”



信息系统运行与维护

信息系统运行维护体系：

实现作业标准化、操作流程化、管理规范。保障信息系统安全运行

信息资源管理机制：

规范信息内容管理，严格发布流程

信息系统测试和测评机制：

规范联网设备安装、使用的管理



网络与信息安全保护

健全网络与信息安全保障体系：

将网络与信息安全纳入公司安全生产体系，实现网络与信息安全可控、能控、在控

安全等级保护机制：

加强信息安全基础设施建设

应急预案体系与突发事件信息报

告和快速反应机制：

切实提高事故处理能力



人才队伍建设与培训

信息人才队伍体系：

采取有效措施，形成激励机制，加强信息化队伍建设

信息化培训机制和信息技术交流机制：

加强与外部的技术交流与合作，以及信息技术和业务应用培训

保护数据与隐私安全举措

为了进一步落实数据与隐私安全管理制度，让信息安全工作常态化与规范化，2024 年，燕京啤酒聚焦软件正版化问题，自上而下推进全公司软件使用的整改，培养员工版权保护与正版意识，并通过加强日常监督，防止各类隐私信息泄露，保障公司与客户的数据与隐私安全。



燕京啤酒扎实推进软件正版化 筑牢信息安全防线

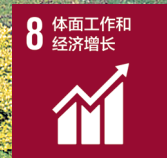


2024 年，燕京啤酒正版化工作领导小组组织召开了 2024 年软件正版化工作推进会，在会议上通过学习区委宣传部文件《关于印发〈2024 年顺义区软件正版化工作考核标准〉的通知》，重点细化了软件正版化考核工作的各项要求和重点任务，并明确分工，确保相关工作的有效执行，辅助了公司信息安全工作的有效开展。



协同创造未来

人力体系作为燕京啤酒卓越管理体系的八大支柱之一，通过推进七大模块，从基础层级、保持层级和改善层级全面覆盖员工所需所求，优化人力资源政策、机制与流程，推动业务发展。持续激励员工并提升员工能力，不仅是公司实现高质量发展的有力保障，更是公司多年稳步前行的核心保障。



保障员工权益

燕京啤酒始终将员工视为企业发展的核心力量，高度重视员工权益保障，致力于营造公平、平等、多元的工作环境，让每一位员工都能在公司中充分展现自身价值，实现与企业的共同成长。

平等雇佣与多元化

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，在日常运营过程中，从劳动法规所涵盖的工作时长、薪资待遇、劳动安全等基础层面，到社会保障相关的各类福利政策，均一丝不苟地落实到位。

公司制定了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，坚持按劳分配、同工同酬，尊重职工人格，公平对待职工。

公司积极为残疾人提供多元化就业机会，目前燕京啤酒京内企业残疾人员工约 130 人，占员工总数的 2.3%。

公司大力推动人才多元化战略，通过与各大高校、职业院校合作，以及积极参与各类人才招聘会等举措，广泛

吸引不同地区、背景的人才，不断丰富员工队伍的多样性，为企业注入源源不断的创新活力。

2024 年度，公司员工劳动合同签订率

100%

按性别划分的员工人数及占比



按年龄划分的员工人数及占比



按区域划分的员工人数及占比



按民族划分的员工人数及占比



完善的薪酬管理体系

燕京啤酒基于公司业务发展与薪酬战略规划，为进一步明晰薪酬管理依据、方法以及薪酬设计与结构，秉持竞争性、激励性和公平性原则，2023 年，公司制定并施行《薪酬管理办法（试行）》。在薪酬设置方面，遵循同部门或岗位薪酬一致的基础原则，同时考虑到不同地区产量与效率存在差异，进行相应的区域性调整，以此切实激发广大员工工作的积极性、主动性与创造性。

民主沟通

燕京啤酒秉持以人为本理念，用心倾听员工声音，支持员工参与民主管理。公司高度重视沟通渠道的畅通性，通过开展员工满意度调查、组织职代会、召开员工座谈会、

设立专职部门接受员工投诉等方式，确保员工诉求在企业内部有效传达，推动员工的合法权益在各个环节都能得到切实维护与保障。

召开职工代表大会

2024 年，公司以召开半年工作总结大会以及年终工作总结表彰大会为载体，就公司生产经营管理及“三重一大”执行情况，向广大职工通报。并于之后召开职工代表大会，审议相关工作报告。公司始终将厂务公开民主管理工作作为实施人本管理思想的基本要求和首要任务，有效保障了企业良性增长的发展态势。

开展员工满意度调查

公司通过电子问卷形式开展员工满意度调查，随机抽取总部三分之一人员填写问卷。调查显示员工普遍满意度高，认可公司奖惩分明，对公司整体情况满意，同时在补充医疗、培训多元化等方面提出建设性意见。

基于调查结果，公司了解员工真实需求，新增入职关怀、退休员工慰问等福利；为吸引优秀人才，颁布人才引进管理办法，对符合要求的员工提供市场化薪酬、租房补贴等。

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沟通，听取诉求，尽力满足

公司总部听取当事人陈述，客观调查

公司总部促进双方和解

总结评估，完善劳动争议管理，预防争议，提高处理效率和公正性



携手员工成长

燕京啤酒注重员工成长，通过建立畅通的职业发展通道、完善的人才培养机制和培训体系，支持员工提升技能和实现职业目标。公司提供线上线下培训，确保晋升过程公正，并推动年轻干部成长，以此促进员工和企业的共同发展。

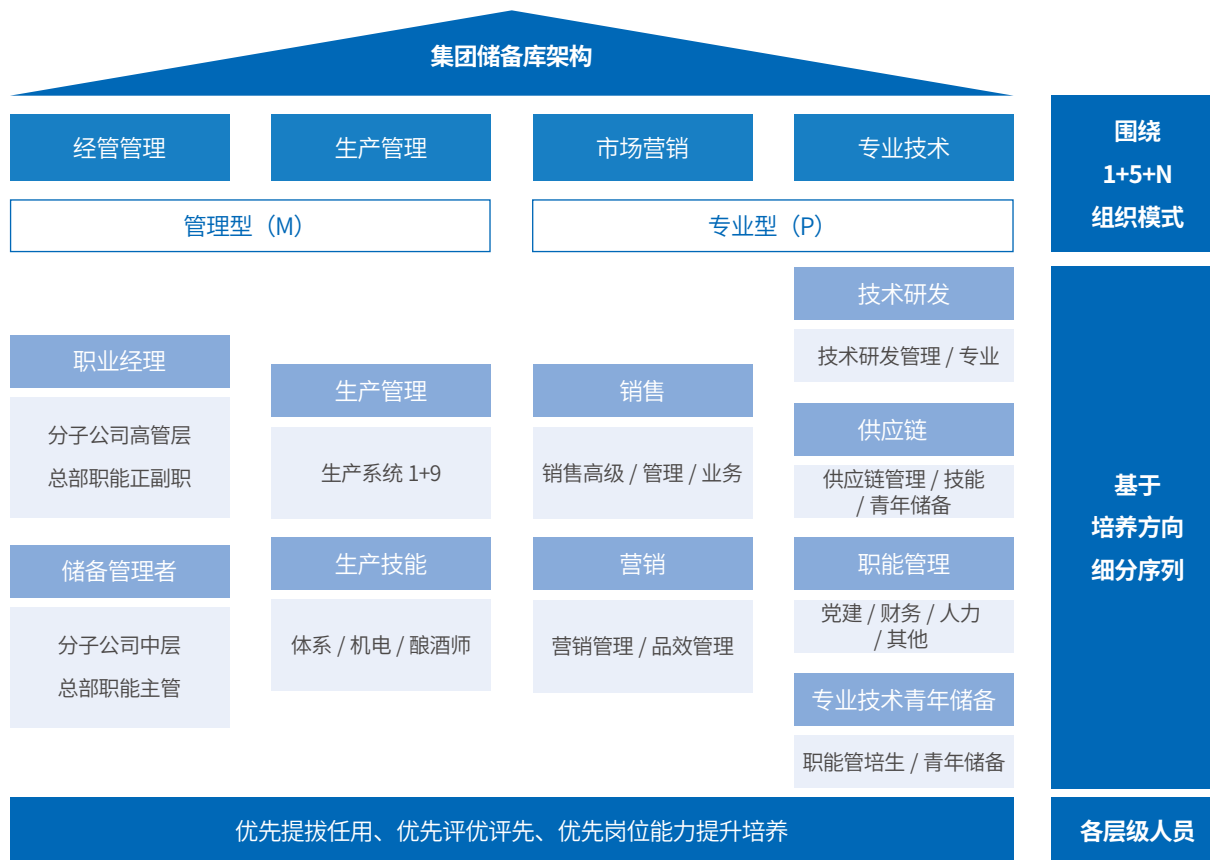


关键绩效指标	单位	2024 年
员工培训支出金额	万元	726
员工培训总人次	人次	314,874
员工培训总时长	小时	471,487

人才培养战略

燕京啤酒围绕公司战略，持续推进“1+5+N”组织模式下的人才培养，秉持“党管干部、任人唯贤”理念，选拔人才遵循德才兼备、择优录用原则，开展人才培养工作。针对特色骨干人才，公司组织挂职锻炼、“蹲苗”等专题项目，鼓励考职称、提学历并给予报销奖励。

员工发展与培训指标方面，中层干部年需完成 90 小时线上培训，设定课程比例，落实“十百千工程”培养输出人才。



多元培训体系

燕京啤酒始终致力于构建完善且多元的员工培训体系，以满足员工成长与公司发展的双重需求。

人才 培训体系	培训规划	• 填补了我国拉环盖领域的标准空白，同时促进了铝制拉环盖与啤酒饮料行业的协同进步。
	培训内容与方式	• 线上培训依托燕京学习平台，员工利用碎片化时间学习；线下开展 28 场多层次培训，覆盖管理与技术领域，匹配员工职业发展目标。
	人才库管理	• 建立经营管理、市场营销、生产管理、专业技术四大人才库，定制化培训满足不同层级与序列需求。
	纵横结合	• 横向培训拓宽视野提升综合素质，纵向培训聚焦专业需求；高层管理培训重点强化领导力、决策力和战略执行能力。
	ESG 培训	• 高层管理培训涵盖 ESG 模块，由专门委员会推动，纳入公司可持续发展能力指标，全覆盖实施。

在培训方式上，燕京啤酒采用线上线下相结合的创新模式。线上依托“燕京学习平台”，线下开展多层次培训活动，培训主题广泛覆盖供应链、生产管理、市场营销、领导力培养等，培训人群覆盖从管培生到集团中层及以上干部，学习资源丰富专业。

2024 年发布“燕京讲堂”线上课程达 120 期，学时共计 177 小时，参培人员达 15,050 人次。与 2023 年相比，课程期数增长 380%，学时增长 197%，参培人次增长 299%。

2024 年组织开展线下“专题培训”28 场，共培训 3,414 人次，培训时长 718 小时，较之 2023 年分别增长 300%、343%、74%。

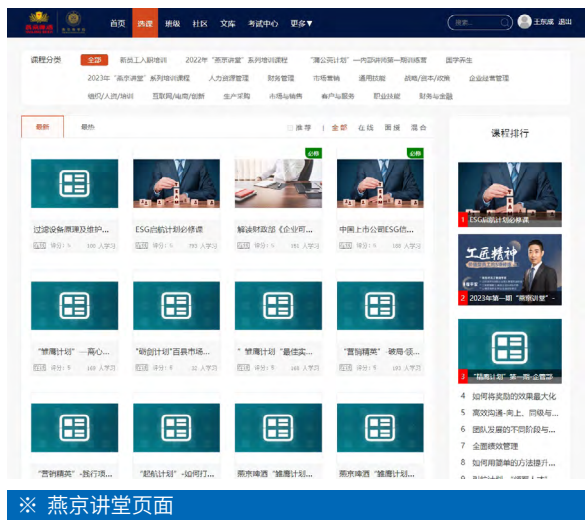


2024 年发布“燕京讲堂”线上课程达

120 期

2024 年组织开展线下“专题培训”

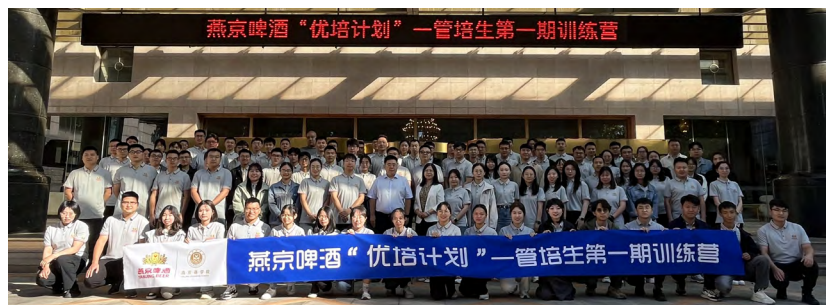
28 场



燕京啤酒应届生“优培计划”，培养未来人才



“管培生”是燕京啤酒最年轻的人才梯队，对于提升燕京啤酒整体竞争力、实现高质量发展具有重要作用。针对这一群体，燕京啤酒推出“优培计划”，通过多样化的培训课程和互动活动，帮助管培生更全面地了解企业文化和生产流程，助力管培生们掌握行之有效的职业生涯管理与沟通技巧，从而实现个人和职业发展的双赢。



组织“蹲苗”轮岗，培养青年干部人才



为推动青年干部人才培养，燕京啤酒推出了“蹲苗”轮岗项目，以提升年轻干部综合能力。2024年9月5日，燕京啤酒在公司总部顺利召开“蹲苗”干部人才座谈会，“蹲苗”人员重点围绕“蹲苗”期间的收获与感受、下一步工作思路、意见建议等深入开展交流。通过良好的交流互动，持续助力年轻干部成长，为发展蓄力。



燕京啤酒“领航计划”，聚焦培养销售精英



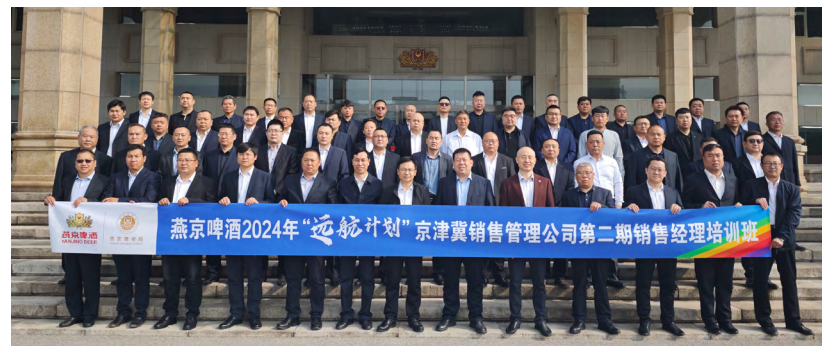
燕京啤酒“领航计划”聚焦销售人才培养，每期组织来自全国的销售精英开展培训，培训涵盖销售经验分享、区域市场建设讲解及销售工作思维课程等内容，为学员们提供新视角与工具的同时，促进跨区域的交流协作，打造高素质、高效率的销售管理团队。



领导力专项：“远航计划”总监、经理级培训班



为贯彻落实燕京啤酒“十四五”人才发展战略，2024年4月-5月期间，燕京啤酒组织三期“远航计划”销售管理层人才培训，各大区部门总监及经理共计114人参加了本次培训。本培训聚焦领导和执行能力建设，强化管理者核心团队建设意识，切实提升管理者的前瞻性和影响力。





燕京啤酒首期营销特训营，培养复合型市场建设人才

为培养复合型营销人才，燕京啤酒召开了首期营销特训营。特训营由总部牵头，分子公司配合，以培养综合性市场建设人才为目的，集结了来自京津冀、冀南、漓泉、东北、四川、浙江、江西、湖南 8 家销售公司的 12 名优秀基层市场建设人才。

特训营历时一年半，秉持着“理论+实战+鉴定”的理念，依照销售经理、市场经理、产品经理、市场总监的岗位职责和要求，综合构建学习地图，培养学员专业能力及通用能力；以《市场升级指导手册 1.0》作为指导，通过“一县一策”实战作业作为培训、学习、

检验的主要手段；培训计划采取“以老带新”的搭桥式档期方式，通过月度自评、月度评价、期满鉴定等考核机制，保证培训效果短期与长期结合、既有学习又有反馈、培训成果可跟踪可衡量。



专业技术培养：2024 燕京啤酒第一届电气技能比武大赛



2024 年 12 月 6 日，燕京啤酒第一届电气技能比武大赛在科技大厦顺利收官。大赛以“凝神聚力铸匠心，智慧维护创未来”为主题，旨在提升和掌握公司电气专家的技能水平，促进技术交流与合作，推动数字化信息化建设转型升级，为燕京啤酒电气技能专业人才培养创造良好条件。



“精鹰计划”人力 & 企管经理培训班，推动卓越管理



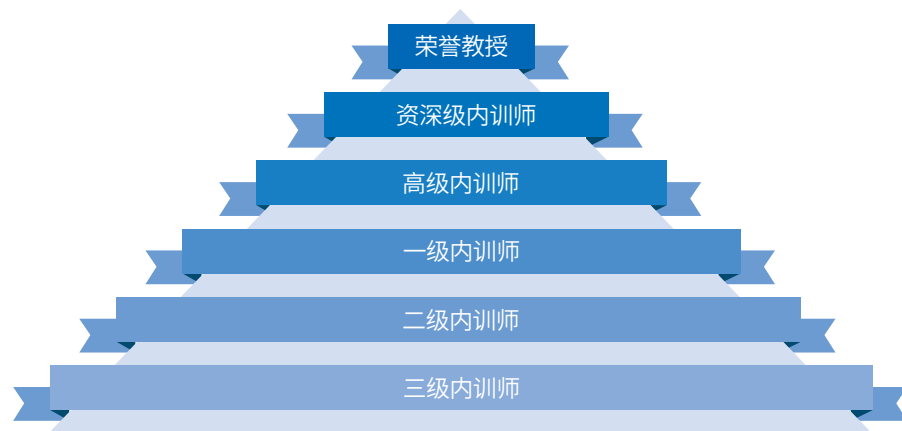
“精鹰计划”遵循以可实操为主、理论为辅的理念开展，主要采用外部课程拓宽眼界、内部课程提升能力、工厂案例分享经验、现场观摩交流方法等方式开展培训。

课程围绕经理如何履职、经理如何带领各部门推动体系有效落地等课程，为各位经理解决各项工作业务如何开展、管理工具如何运用、目前工作难点解决办法及下一步工作开展方向等问题，明确总部政策及卓越管理思想。通过培训，工厂党群人事部及企业管理部经理们不仅加深了对自身业务的认知和理解，更清晰地把握了集团下一阶段的发展目标和自身在其中的定位。



内训师培训

公司高度重视内部员工的发掘与培养，通过定期开展内训师选拔与评定工作，为员工成长搭建平台，助力内部员工走上专业讲师的岗位。公司制定《内部讲师管理办法》，推动内训师管理朝着标准化、流程化、体系化方向发展。



2024 年

讲师团队成员共有 209 人	其中资深级 1 人	高级 17 人
一级 61 人	二级 66 人	三级 64 人

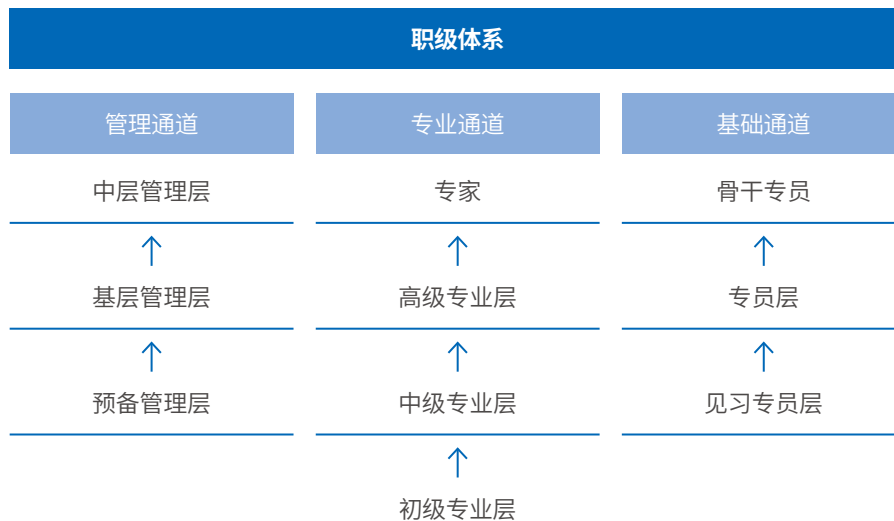


职业发展规划与晋升通道

燕京啤酒高度重视员工的职业发展，精心搭建了清晰且多元的职业发展规划与晋升通道，充分助力员工实现个人价值与职业理想。

在晋升体系构建上，燕京啤酒设置了基础、专业、管理三大晋升通道，整个体系涵盖 30 多个层级，层级划分细致且合理。其中，从 M1 至 M6 为基层职级，M7、M8 为中层职级，并且每一个职级还进一步细分为多个小级别，为员工提供了广阔的上升空间。

在晋升评定方面，公司秉持客观、公正、全面的原则，依据年度绩效、部门评分、领导力评估等多项指标进行打分。每年，评审委员会会综合考虑员工的综合得分以及岗位需求，提报晋升人员名单。名单提报后，还需经过审批，再通过民主推荐、票选、面谈、组织考察等一系列严谨程序，最终确定晋升人员，全方位确保晋升过程的公平性与严谨性。



守护员工健康

燕京啤酒高度重视员工健康，构建了全面的健康管理体系，致力于为员工营造安全、健康的工作环境，提供全方位的健康关怀，确保员工能够以良好的身心状态投入工作。

目标	年度	当前完成情况
<ul style="list-style-type: none"> 员工体检覆盖率 100% 职业病发生率为 0 	2024	✔ 已达成

职业健康管理体系建设

公司严格遵循《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》等法律法规要求，结合企业实际运营情况，制定了一系列完善且细致的职业健康管理制度，涵盖职业病危害防治责任、警示与告知、监测及评价等多个方面，形成了一套科学、规范、有效的管理体系，相关管理体系适用于公司职工及承包商等合作单位员工。

同时，公司组建了专业的职业病防治委员会，由企业高层领导挂帅，各部门负责人协同参与，明确各层级在职业健康管理中的职责，确保各项制度能够有效落地执行。



预防与保护措施

入职健康检查

在新员工入职时，严格执行健康检查制度，要求所有新员工必须通过全面的健康检查并取得健康证后方可正式上岗，从源头上杜绝因员工身体状况不适合岗位工作而引发的健康风险。



工作场所风险识别与评估

定期邀请第三方专业检测机构对工厂进行职业病危害因素的全面检测与分析，精准识别工作场所中可能存在的各类危害因素，如粉尘、噪声、化学物质等，并根据检测结果制定针对性的防控措施。



防护用品配备

针对不同岗位的工作环境和风险因素，为员工配备符合国家标准的防护设备，如为接触粉尘的员工提供高效的防尘口罩、防尘服；为应对噪声危害，为员工配备隔音耳塞、耳罩等。



工作环境改善

公司持续加大对工作环境的改善投入，通过技术升级和设备更新，优化生产工艺，降低工作场所的危害因素浓度和强度。例如，采用先进的密闭式生产设备，减少粉尘和有害气体的泄漏；安装隔音罩、减震装置等，降低设备运行产生的噪声。



风险因素

防范措施

粉尘

运输采用密闭式车辆，装卸使用收集粉尘设施；粉碎环节使用湿粉取代干粉；为工人配备防尘口罩、防尘服；采用封闭设备、通风排尘等除尘措施；合理布局生产设备，定期清理积尘

噪声

采用先进设备和隔音罩；加强个人防护；采用自动化生产设备，减少在岗人员

机械伤害

采用防护设备，使用机械化生产代替人工生产

化学用品

减少人为接触，使用机械代替；加强储存管理；做好应急处理

爆炸

严格控制作业场所点火源，选用防爆型电气设备，禁止吸烟，制定动火管理制度

有害气体

对沼气进行监测并再利用，对沼气中的硫化氢进行脱硫处理后，沼气再经过燃烧排放

燕京啤酒健康安全管理相关绩效

2023 年、2024 年实际 0 起

a. 事故工亡：事故工亡指安全生产事故中发生的死亡事故，即劳动者在从事职业活动或者与职业活动有关的活动时所遭受的事故致死。

b. 重大火灾事故：30 万元及以上直接财产损失的火灾。

c. 职业病发病次数：用人单位的劳动者在职业活动中，因接触粉尘、放射性物质和其他有毒有害物质等因素而引起的，并列入国家公布的职业病名单的疾病的发病次数。



※ 安全隐患排查现场

健康安全培训

为提高公司员工的安全防范意识和防范技能，预防、控制和消除职业危害，保护劳动者的健康，燕京啤酒高度重视员工健康安全培训。从新员工入职到在职期间，通过多种方式开展培训活动，提升员工安全意识和操作技能，以保障员工在工作中的健康与安全。为此，公司制定了《职业病防治宣传教育培训制度》，并成立工会劳动保护监督检查委员会，在生产系统一线部门设立劳动保护监督检查小组，推动企业工会劳动保护工作深入开展。

新员工 入职培训

新员工入职时接受安全教育，确保掌握操作规程。入职员工需接受三级安全教育，涵盖食品与生产安全知识。

定期培训

为一线员工定期聘请专家进行日常培训、岗前培训，帮助他们了解安全知识和操作技巧；公司主要负责人和职业卫生管理人员也接受相关培训。

特殊岗位培训

特殊岗位员工需持证上岗，保障工作安全。

心理健康培训

不定期举办心理健康讲座，帮助员工缓解工作与生活压力；实施 EAP（员工帮扶计划），聘请专业人员提供诊断、辅导、咨询和培训等心理健康服务。

2024 燕京啤酒开展消防宣传月活动



2024 年 11 月期间，燕京啤酒广泛开展“全民消防，生命至上”消防宣传月活动。通过张贴宣传海报、悬挂条幅、观看宣传视频等活动，进一步增强全员消防安全意识，全面提升火灾防控能力，积极营造全员参与消防的浓厚氛围。



以赛促学强本领，燕京啤酒组织第六届应急救援技能比武



为切实加强公司应急救援队伍建设，提升对突发事件的应急处置水平，全面开展全员安全素质提升行动，公司安委会办公室聚焦“人人讲安全，个个会应急”的主题，组织开展燕京啤酒第六届应急救援技能比武活动。

活动分为安全理论知识初赛和实操决赛两个阶段。总部及京内各支参赛队伍通过安全理论知识的激烈比拼进入到个人项目灭火器灭火、穿戴正压式呼吸器和团体项目三人三带接力出水击靶、综合体能的实操决赛。外埠分子公司通过线上安全理论知识竞赛和报送有限空间作业及应急救援视频的方式参加比武。



给予员工关爱

燕京啤酒秉持关爱员工、依靠员工、凝聚员工的理念，致力于营造以人为本的工作环境，既重视员工健康福利、帮扶困难员工，又保障员工工作生活平衡，持续完善福利体系，让员工快乐工作、安心生活。

员工福利与奖励

燕京啤酒为员工提供多样化福利，如节日补贴、工作餐、健康体检等，还设立了针对不同层级奖项的奖励制度，以此激励员工积极进取、增强企业凝聚力，促进企业与员工共同发展。



员工福利

货币性福利

- 节日补贴、季节补贴

非货币性福利

- 工作餐、入职关怀、荣誉退休、健康福利、福利假期

其他福利

- 慰问关怀、生日关怀、办公环境、社保福利、送清凉活动、节日福利、通讯补贴等

员工奖励

国家级奖项

- 集体项目：一等奖人均 10,000 元，二等奖人均 8,000 元，三等奖人均 6,000 元
- 个人奖：一等奖 50,000 元，二等奖 30,000 元，三等奖 10,000 元

省市级奖项（国家级行业协会）

- 集体项目：一等奖人均 5,000 元，二等奖人均 3,000 元，三等奖人均 1,500 元
- 个人奖：一等奖 20,000 元，二等奖 10,000 元，三等奖 5,000 元

区级奖项（含北控、省、市级行业协会）

- 集体项目：一等奖人均 2,000 元，二等奖人均 1,000 元，三等奖人均 600 元
- 个人奖：一等奖 5,000 元，二等奖 3,000 元，三等奖 2,000 元

其他荣誉奖励

- 为公司争得荣誉（见义勇为、文体活动等），奖励 1,000 元 - 5,000 元不等

定期开展员工关爱

燕京啤酒积极推进员工关爱工作，精心策划系列关爱活动。在节日期间，为员工发放慰问物资；员工生日时，送上专属祝福；对于退休员工，开展感恩送别活动，肯定其贡献。高温时节，及时供应防暑降温物品。通过这些活动，燕京啤酒将公司的关怀传递给每一位员工，切实提升员工的归属感与满意度，营造良好的企业氛围。

关键绩效指标	单位	2024 年
员工帮扶总金额	万元	35.56
员工帮扶人次	人次	259

对公司因病致困职工发放帮扶补贴

为公司患大病职工开展慰问活动

开展夏季送清凉活动，
为一线高温作业职工发放冷饮

在全公司范围内开展健康体检



※ 送清凉活动



※ 开展员工健康体检

多彩的员工活动

燕京啤酒倡导员工健康工作、快乐生活，全力营造轻松活跃的职场环境，着力提升员工工作幸福感，力促工作与生活和谐共融。基于自身特色，公司举办多场别开生面的文化体育活动，促进员工工作生活平衡。

举办第二届职工运动会，丰富职工生活



2024年10月，燕京啤酒组织开展了第二届职工运动会，旨在丰富职工精神文化生活、展现职工良好风貌，凝心聚力、鼓舞士气，强化“有你文化”建设，为燕京啤酒高质量改革发展注入活力。



开展庆“三八”国际劳动妇女节主题活动



2024年3月7日下午，公司工会组织近90名女职工开展“花香悦生活，书香暖人心”活动。花艺老师讲解演示插花技巧，女职工创作作品。此次活动旨在让女职工放松，感受关爱，促进交流。



组织职工运动会球类比赛，激发员工活力



2024 年，燕京啤酒组织了乒乓球、羽毛球、篮球、足球、网球等多场职工运动会球类比赛，比赛一方面可以锻炼职工身体素质，还可以增进团队协作，营造积极向上的企业氛围，本次比赛共有 300 余名干部员工参加，反响热烈。



责任 彰显 价值

投身公益是企业回馈社会、创造更高价值的重要方式之一。作为有责任感、有担当的企业，燕京啤酒始终以助力乡村振兴、促进社区发展为己任，积极发挥自身优势，不断探索企业与社会共赢的新路径，致力于实现企业经济效益和社会价值的双重提升。



助力乡村振兴

燕京啤酒坚决响应国家及各级政府的号召，在全面推进乡村振兴战略的阶段，通过帮扶乡村特色产业、帮扶结对村等乡村政策，为助力国家实现乡村振兴发力。2024 年，燕京啤酒在乡村振兴领域总投入 214 万元。

目前，燕京啤酒重点帮扶北京顺义区及内蒙古巴林左旗，在资金、技术及消费等方面提供支持，助力当地产业稳步发展。2024 年度，公司向内蒙古巴林左旗财政局拨付 42 万元帮扶资金，向巴林左旗结对村捐赠 10 万元资金及 2 万元物资，公司还投入 160.2 万元用于购买当地农产品，以支持农民的生产和销售。

授人以鱼不如授人以渔，燕京啤酒积极通过产业带动的方式推动当地经济发展，通过分享酿酒技术、打造联名款矿泉水等方式，公司主动帮助巴林左旗企业长期发展，提升经济效益。

公司向内蒙古巴林左旗财政局拨付帮扶资金

42 万元

公司向巴林左旗结对村捐赠资金

10 万元

公司还投入用于购买当地农产品

160.2 万元

燕京啤酒荣获 2024 中国企业乡村振兴 500 强



2024 年 12 月 11 日，2024 中国企业慈善公益 500 强发布大会在重庆涪陵举行，燕京啤酒荣获 2024 中国企业乡村振兴 500 强，位列榜单的第 351 位。



燕京饮料公司与巴林左旗契丹牧耕集团联袂打造联名款矿泉水，助力乡村振兴



2024 年，在顺义区委的帮扶政策指导下，燕京饮料公司与内蒙古赤峰市巴林左旗契丹牧耕集团共同推出了联名款矿泉水项目。该项目旨在整合双方资源，发挥各自优势，通过矿泉水的生产与销售，为巴林左旗的贫困地区带来经济收益，同时提升契丹牧耕集团的品牌影响力。

此项目不仅为当地创造了就业机会，促进了相关产业的协同发展，也为顺义区委的帮扶政策提供了成功范例，进一步推动了区域间的协同发展与共同富裕进程。未来，双方将继续深化合作，为地区经济的持续发展和乡村振兴事业贡献力量。



※ 燕京饮料公司与巴林左旗契丹牧耕集团战略签约仪式

燕京啤酒对顺义区大孙各庄西辛庄村实施一助一帮扶



2024 年 7 月 18 日，为贯彻顺义区“一助一”工作，燕京啤酒为顺义区大孙各庄西辛庄村捐赠价值 1 万余元的纳豆饼干和九龙斋饮品。多年来，燕京啤酒与西辛庄保持着友好联系，积极履行国企社会责任，为西辛庄的稳定发展贡献力量。



※ 顺义区大孙各庄西辛庄村一助一帮扶

未来，燕京啤酒计划进一步结合自身优势助力乡村振兴，通过在啤酒节等大型品牌活动中展示帮扶地区的农产品，来增加产品的曝光度与市场的认可度，更好地推动地区产业蓬勃发展。

促进社区发展

作为社区的一分子，燕京啤酒深知促进社区发展的重要性。公司致力于通过公益捐赠、紧急救援、志愿服务及教育助学等行动造福社区，推动社会价值共创。2024 年度，燕京啤酒公益慈善捐赠总额超 49 万元。

参与志愿行动

作为啤酒行业的领军者，燕京啤酒充分履行社会责任，积极开展志愿行动。当前，公司拥有三大主要志愿者队伍：党员志愿服务团队、阳光志愿服务团队与青燕志愿服务团队。志愿团队服务领域广泛，包括兴趣爱好俱乐部、社区服务、大型活动保障、环保项目等。志愿服务管理工作专业成熟，各团队实行系统化管理，并为志愿者提供专业培训。

截至目前，燕京“阳光”、燕京党员、燕京“青燕”三支志愿服务团队，累计服务时长近 1 万小时；通过稳步推进创建文明城市关键任务，落实“月末清洁日”“路口值守”“新时代文明实践周”等创城工作，参与基层治理活动达 3,520 次。

未来，燕京啤酒持续在志愿服务领域深耕，加强志愿者安全保障，拓展更广泛的服务领域，最终打造有社会影响力的志愿服务品牌。

关键绩效指标	单位	2024 年
员工志愿者人数	人	1,629
员工志愿服务总时间	小时	27,444
公益项目投入总人次	人次	9,541

技术研发中心党支部开展敬老院志愿服务



2024年4月10日，技术研发中心党支部赴顺义区第一社会福利院开展了敬老院志愿服务活动。志愿者们陪伴老人进行了折纸、演唱、老歌欣赏、聊天和健身操活动，并向其赠送了纳豆和纳豆饼干。此次志愿活动为弱势群体提供了陪伴与温暖，并大力弘扬了敬老精神，彰显了公司国企的担当与风范。



※ 技术研发中心党支部开展敬老院志愿服务

燕京企业员工积极参加无偿献血活动



2024年11月8日上午，燕京啤酒总部工会在北京工厂大食堂组织开展无偿献血。据统计，此次无偿献血活动有220名员工报名参与，其中136名员工成功献血，捐献血量27,200毫升，充分彰显了国企的担当和员工无私奉献的精神。



※ 燕京企业员工无偿献血

燕京啤酒团委携手石园街道团工委共同开展“幸福石园、益起健跑”环保活动



2024 年 12 月 21 日，燕京啤酒团委联合石园街道团工委，在顺义区仁和公园开展了“幸福石园、益起健跑”环保志愿服务活动，将垃圾捡拾与跑步相结合，用实际行动践行环保理念，传递绿色生活正能量，活动共计 30 余名志愿者参与。

志愿者们身着统一服装，手持垃圾袋和捡拾工具，一边保持健步走，一边搜索沿途纸屑、烟头等碎小垃圾。同时，志愿者们还积极向过往市民宣传环保知识和垃圾分类的重要性，以实际行动带动更多人关注环保、参与环保。



※ “幸福石园、益起健跑”环保活动

燕京啤酒志愿服务队纵深推进文明城区创建

2024 年，为了纵深推进文明城区的建设，燕京啤酒志愿服务队身体力行，开展了以下活动：

- 1 服务队设立 **12 个**基层志愿服务工作点，形成“燕京青年”志愿服务小分队，将 **174 名**志愿青年分配至 **18 家**基层党组织开展志愿服务工作。
- 2 青年志愿服务队聚焦“垃圾分类”“文明交通”“社区服务”等开展专项志愿服务。累计治理乱堆乱放、小广告问题 **50 余处**，规范自行车摆放 **100 处**，开展 **2 轮**环境卫生“找茬行动”治理问题 **500 余处**。
- 3 公司党（团）员干部、志愿者带头引领，定期开展了交通引导、环境整治、暖心服务等各类志愿活动，累计参与人数达 **500 余人次**。

公司的志愿服务队以实际行动履行了社会责任，为构建美丽社区、美丽城市贡献燕京力量。

开展教育助学

教育是培养人才的基础。燕京啤酒大力支持教育助学，通过校企合作，促进了专业技能人才和企业人才需求的精准对接，也为社会持续输出更多专业型人才；通过为经济困难的学子提供助学金，一定程度减轻了学生的经济压力。燕京啤酒选择以这种方式回馈社会，旨在共同促进教育更加公平与包容，并为社会的繁荣进步贡献力量。

积极开展校企合作，2024 级“燕京班”开班暨燕京奖学金颁发仪式圆满举行



2024 年，燕京啤酒与湖北轻工职业技术学院 2024 级“燕京班”开班仪式暨燕京奖学金颁发仪式在武汉隆重举行。本届合作招生班级分为燕京酿造班和燕京机电班，总计 81 名学生，学员数较第 2023 级“燕京班”增长 119%。燕京奖学金颁发仪式上，校企双方领导为 2023 级“燕京班”学员分别发放了“燕京奖学金证书”及“燕京实习奖证书”。

校企合作的开展不仅为企业招收合格技能人才提供了保障，也为学生创造了更多的实践和就业渠道。未来，燕京啤酒将继续保持开放合作的人才培育理念，拓宽合作渠道，深化产教融合，为行业高质量发展提供更多人才支撑。

学员数较第 2023 级“燕京班”增长

119%



※ 2024 级“燕京班”开班仪式暨燕京奖学金颁发仪式

点亮梦想 共筑未来 | 漓泉啤酒百万元助学金活动颁奖仪式隆重举行



8月15日上午，燕京漓泉公司隆重举行“漓泉啤酒百万元助学金助学计划”奖学金颁发仪式，向来自广西各地的100名高考生颁发了奖学金总共150万元。

今年6月，公司发起“漓泉啤酒百万助学金助学计划”，旨在招募广西区域内的2024年高考考生，围绕指定主题拍摄视频作品，并参加评选，并为获胜者提供助学金。经过两个月的层层选拔，10位漓泉高考“人气王”获得了15,000元，90位“幸运王”获得了10,000元的助学金奖励。

“漓泉啤酒百万元助学金助学计划”不仅为广大高考学子减轻了经济压力，更体现了公司在关心、支持地方教育事业发展中的担当和责任。



※ 漓泉啤酒百万元助学金活动颁奖仪式

建设书香燕京，公司荣获第十四届·北京阅读季“书香企业”称号



多年来，燕京啤酒一直致力于打造“书香国企”建设，通过“搭建学习平台、加强活动策划、宣传选树典型、多元化媒体矩阵宣传”等方面多项举措，引导企业干部职工提升阅读兴趣。

2024年12月，燕京啤酒在由书香中国·北京阅读季领导小组指导，中共北京市委宣传部主办的第十四届书香中国·北京阅读季“阅读盛典”活动中荣获“第十四届·北京阅读季书香企业”称号。

未来，将继续贯彻落实习近平总书记关于深入推进全民阅读、建设“书香中国”的系列重要指示精神，更好地发挥“书香燕京”文化阵地作用，大力营造“热爱有你，阅读有我”的良好氛围，切实将推进书香企业建设作为提升企业文化软实力的关键之举，为燕京高质量发展贡献力量！



未来展望

2024 年是充满变革挑战又孕育着发展机遇的一年。面对啤酒市场愈发激烈的存量竞争，燕京啤酒坚守“二次创业、复兴燕京”的战略定力，以国家“双碳”目标为导向，不断完善 ESG 治理体系，在激烈的市场竞争中崭露头角，彰显出卓越的市场表现和强劲的发展潜力。

我们坚信，企业的生命力在于与时代共振。燕京啤酒将继续积极践行社会责任，加快产品结构优化，满足消费者多元化需求；开展多元合作，带动产业链上下游共同发展；聚焦乡村振兴与社区共建，促进社会和谐发展。

面向未来，燕京啤酒将坚守创新、绿色、责任的发展理念，深化战略变革，激发组织活力，优化资源配置。同时，加速数字化供应链建设，推进绿色工厂转型，致力于打造治理高效、创新驱动、勇担责任的可持续发展标杆企业，在时代浪潮中稳步前行，为消费者、环境和社会创造更大价值。



荣誉奖项

类别	获奖单位 / 产品	奖项名称	授予单位 / 活动
产品	燕京 8° P 新清爽	2024 年中国国际啤酒挑战赛 (CBC) 二星天禄奖	中国国际啤酒挑战赛组委会、中国国际啤酒挑战赛评委会
	燕京咖啡风味啤酒	2024 年中国国际啤酒挑战赛 (CBC) 一星天禄奖	中国国际啤酒挑战赛组委会、中国国际啤酒挑战赛评委会
	中式特色谷物红啤	2024 年中国国际啤酒挑战赛 (CBC) 三星天禄奖	中国国际啤酒挑战赛组委会、中国国际啤酒挑战赛评委会
	狮王 - 好野 野菌酸艾尔	2024 年中国国际啤酒挑战赛 (CBC) 一星天禄奖	中国国际啤酒挑战赛组委会、中国国际啤酒挑战赛评委会
	狮王 - 树莓小麦	2024 年中国国际啤酒挑战赛 (CBC) 三星天禄奖	中国国际啤酒挑战赛组委会、中国国际啤酒挑战赛评委会
	燕京 U8	2024 年中国国际啤酒挑战赛 (CBC) 三星天禄奖	中国国际啤酒挑战赛组委会、中国国际啤酒挑战赛评委会
	狮王 - 酒花酸小麦	2024 欧洲啤酒之星 (EBS) 金奖	德国独立啤酒协会、拜仁啤酒协会
	狮王 - 香草世涛	2024 布鲁塞尔挑战赛 (BBC) 银奖	比利时 BeComev (Beer Communication Events)
	LIONK 狮王精酿餐吧 (首钢园店)	年度 Bistro	2024 年第十二届目标之选颁奖典礼
	LIONK 狮王精酿餐吧 (雄安商服中心店)	年度 Bistro	2024 年第十二届目标之选颁奖典礼
	燕京 U8	荣获 2024 中国酒类热产品 - 品类典范	2024 中国酒业超商 & 连锁商发展大会组委会
	燕京 U8	2024 国民好酒价值品牌	2024 国民好酒价值品牌大会组委会

类别	获奖单位 / 产品	奖项名称	授予单位 / 活动
企业	12 度老惠泉 640ml 棕瓶	2023 年度“青酌奖”新品	中国酒业协会
	狮王精酿小蓝妖原浆	2023 年度“青酌奖”酒类新品（啤酒类）	中国酒业协会
	燕京 10 度特制啤酒 (330ml)	入选北京市低碳消费品推广目录（第一批）	北京节能环保中心、中国质量认证中心、北京标准化研究院、北京食品协会、中标和信（北京）认证有限公司
	北京燕京啤酒股份有限公司	第十九届中国上市公司董事会“金圆桌奖”	《董事会》杂志
	北京燕京啤酒股份有限公司	2023 上市公司 ESG 先锋践行者案例	证券日报
	北京燕京啤酒股份有限公司	2023 中国酒业 ESG 示范企业	中国酒业协会
	北京燕京啤酒股份有限公司	北京市属国有控股上市公司 ESG·先锋 30 指数、北京市属国有控股上市公司 ESG 优秀案例—治理篇	北京市国资委、责任云研究院
	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 上市公司可持续发展最佳实践案例	中国上市公司协会
	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 上市公司董办优秀实践案例	中国上市公司协会
	北京燕京啤酒股份有限公司	低碳品牌 100 佳	2024 年中国国际服务贸易交易会
	北京燕京啤酒股份有限公司	全国产品和服务质量诚信示范企业	中国质量检验协会
	北京燕京啤酒股份有限公司	第二届“中国制造·消费者信赖品牌”	中国工业报
	北京燕京啤酒股份有限公司	2023 年度标准化工作先进集体	中国国际经济技术合作促进会
	北京燕京啤酒股份有限公司	第二届企业法治建设创新成果 - 合规管理创新	法治日报

类别	获奖单位 / 产品	奖项名称	授予单位 / 活动
企业	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 年度中国企业新质生产力优秀案例	中国企业发展论坛组委会《中国企业报》集团
	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 年第 15 届全国百优管理案例	中国管理案例共享中心
	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 年度食品安全管理创新优秀案例	第二十二届中国食品安全大会组委会
	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 年度食品安全管理创新三十佳案例	第二十二届中国食品安全大会组委会
	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 年度食品安全管理创新交流案例	第二十二届中国食品安全大会组委会
	北京燕京啤酒股份有限公司	AAA 级（全国级）知名商标品牌	第十四届国际商标品牌节
	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 中国（行业）十大领军品牌	第 19 届亚洲品牌盛典
	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 年（第二十一届）中国 500 最具价值品牌	世界品牌实验室
	北京燕京啤酒股份有限公司	亚洲品牌 500 强	世界品牌实验室
	北京燕京啤酒股份有限公司	中国自主品牌 500 强	2024（第八届）中国品牌博鳌峰会
	北京燕京啤酒股份有限公司	2023 年度北京匠心智造品牌	北京市商业联合会、北京日报报业集团
	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 亚洲十大影响力品牌	第 19 届亚洲品牌盛典
	北京燕京啤酒股份有限公司	燕京啤酒 2024 年 CNY 营销荣获年度中国酒业优秀营销案例奖项	中国酒业金樽奖

类别	获奖单位 / 产品	奖项名称	授予单位 / 活动
企业	北京燕京啤酒股份有限公司	中国酒业金推手奖项	中国酒业金樽奖
	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 年第二届中国食品工业品牌博览会馥兰德奖 - 最具潜力产品奖	中国食品工业品牌博览会组委会
	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 年第二届中国食品工业品牌博览会馥兰德奖 - 新锐品牌奖	中国食品工业品牌博览会组委会
	北京燕京啤酒股份有限公司	最佳市场表现奖	北青传媒 2024 年度优秀企业评选
	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 年度北京商业匠心智造品牌	2024 年度（第二十届）北京十大商业品牌
	北京燕京啤酒股份有限公司	年度提名品牌	第 31 届中国国际广告节“长城奖年度品牌征集大赛发布仪式”
	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 年北京广播电视台春节联欢晚会荣获 2024 金伙伴年度征集发布仪式·媒企合作案例·年度整合营销案例	第 31 届中国国际广告节·金伙伴年度征集活动发布仪式
	北京燕京啤酒股份有限公司	“燕京 U8 热爱有你”年度新媒体营销案例荣获第十一届中国创新传播大奖食品餐饮营销类金奖	第十三届中国传播领袖论坛暨蒲公英盛典
	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 科睿创新奖 品牌创新银奖	科睿国际创新节组委会
	北京燕京啤酒股份有限公司	2023 年度“优秀店铺”	第 110 届全国糖酒商品交易会
	北京燕京啤酒股份有限公司	2023 年度“最佳合作伙伴”	第 110 届全国糖酒商品交易会
	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 中国酒业领航品牌	2024 华糖万商大会

类别	获奖单位 / 产品	奖项名称	授予单位 / 活动
企业	北京燕京啤酒股份有限公司	第三十八届北京市企业管理现代化创新成果一等奖（以“有你文化”助推企业新发展时期创新升级、国有大型啤酒企业“战略引领型”合规管理体系构建与实施）	北京企业联合会
	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 年度北京市企业文化优秀成果特等奖（以“有你文化”助推企业新发展时期创新升级）	
	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 年北京市智慧企业建设创新案例（数字化转型驱动企业变革构建企业新的竞争力）	
	北京燕京啤酒股份有限公司	2024 年北京市企业社会责任优秀案例（引线穿珠，聚优集萃，构建企业 ESG 治理新优势）	

关键绩效表

议题	指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年	
公司治理	三会召开情况	董事会召开次数	次	7	5	8
		董事会成员出席率	%	100	100	100
		参与少于 75% 会议的董事人数	人	0	0	0
		战略、审计、薪酬与考核、提名、风险管理、ESG 发展委员会会议次数	次	11	14	18
		监事会召开次数	次	4	5	6
		监事会会议参加人数	人	3	3	3
		监事会会议出席率	%	100	100	100
可持续发展管理	董事会人数	人	7	7	7	
	董监高人数	人	18	18	18	
	独立董事占比	%	57.14	57.14	57.14	
反商业贿赂和反贪污	董监高 ESG 培训覆盖比例	%	100	100	100	
	反商业贿赂和反贪污培训次数	次	14	13	13	
	接受反商业贿赂及反贪污培训的董事总数	人	7	7	6	
	接受反商业贿赂及反贪污培训的管理层人员总数	人	2,980	1,359	1,205	
	接受反商业贿赂及反贪污培训的员工总数	人	23,708	21,405	19,965	
	接受反商业贿赂及反贪污培训的董事百分比	%	100	100	100	
	接受反商业贿赂及反贪污培训的管理层人员百分比	%	100	100	100	
反商业贿赂和反贪污	接受反商业贿赂及反贪污培训的员工百分比	%	100	100	100	
	反商业贿赂和反贪污诉讼案件数目	件	0	0	0	
	经确认的商业贿赂和贪污事件总数	件	0	0	0	
	员工由于商业贿赂和贪污被开除或受到纪律处分的事件总数	件	0	0	0	
商业道德和反不正当竞争	由于商业贿赂和贪污有关的违规事件，与业务伙伴的合同终止或未续订事件的总数	件	0	0	0	
	不正当竞争诉讼或重大行政处罚涉案金额	万元	0	0	0	

议题	指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年	
合规与风控	风险管理培训的次数	次	6	7	4	
	风险管理培训的参与人次	人次	2,988	7,325	3,200	
	风险管理培训的培训合格率	%	100	100	100	
	合规培训的次数	次	21	21	13	
	合规培训的参与人次	人次	7,185	10,114	13,941	
	合规培训的培训合格率	%	100	100	100	
稳健经营及税收	纳税总额	亿元	—	24	24	
环境合规管理	环境治理项目投入	万元	—	13,559.09	4,343.17	
	缴纳环保税	万元	149.97	144.40	120.35	
应对气候变化	温室气体排放量 ¹	总量	吨二氧化碳当量	753,105.00	672,259.93	609,683.61
		直接（范围 1）温室气体排放量	吨二氧化碳当量	372,858.28	334,963.14	303,554.04
		能源间接（范围 2）温室气体排放量	吨二氧化碳当量	478,904.04	337,296.79	306,129.57
	温室气体排放强度	吨二氧化碳当量 / 万元营收	0.57	0.47	0.42	
	通过减排措施直接减少的范围 1 排放量	吨二氧化碳当量	—	37,895.14	31,409.10	
	通过减排措施直接减少的范围 2 排放量	吨二氧化碳当量	—	141,607.25	31,167.22	
能源管理	能源消耗总量	吨标准煤	347,634.59	259,094.44	251,851.94	
	不可再生能源消耗总量	吨标准煤	347,634.59	258,079.64	250,775.05	
	可再生能源消耗总量	吨标准煤	—	1,014.80	1,076.89	
	可再生能源消耗使用量占比	%	—	0.39	0.43	
水资源利用	取水总量	立方米	18,887,847.87	18,328,718.00	17,764,156.40	
	排水总量	立方米	13,875,948.67	13,036,556.00	12,351,775.46	
	耗水总量 ²	立方米	5,011,899.20	5,292,162.00	5,412,380.94	
	水资源消耗强度	立方米 / 万元营收	3.80	3.72	3.69	
	单位啤酒产品耗水量	千升水 / 千升酒	—	—	3.8	

议题	指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年	
原材料及包装管理	包装材料使用	玻璃瓶	吨	2,038,600	2,328,791	2,594,736
		铝瓶	吨	34,000	35,446	36,228
		纸箱	吨	102,375	109,426	118,629
		卡包纸	吨	—	2,669	3,209
		标签	吨	—	7,882	5,948
		皇冠盖	吨	—	8,491	7,814
		拉环盖	吨	—	2,608	3,240
		热缩膜	吨	—	7,500	8,023
	有毒有害物料使用量	吨	0	0	0	
污染物排放	氮氧化物排放量	吨	201.88	186.43	159	
	硫氧化物排放量	吨	76.76	53.65	53.11	
	悬浮粒子与颗粒物 (PM) 排放量	吨	12.62	17.63	22.10	
	挥发性有机化合物 (VOCs) 排放量	吨	28.68	17.28	7.74	
	废水排放量	吨	14,122,344.87	13,551,027.38	12,366,428.46	
	废气达标排放率	%	100	100	100	
	废水达标排放率	%	100	100	100	
	总氮	吨	303.60	287.10	172.08	
	氨氮	吨	20.5	88.22	32.29	
	化学需氧量	吨	618.92	848.31	819.81	
	总磷	吨	44.86	42.75	27.40	
噪音达标率	%	100	100	100		
废弃物处理	有害废弃物总量	吨	—	—	118.27	
	每百万元营收产生的有害废弃物总量	吨 / 百万营收	—	—	0.008	
	无害废弃物总量	吨	—	—	454,534.84	
	每百万元营收产生的无害废弃物强度	吨 / 百万营收	—	—	30.99	
	危险固体废物合规合法处置率	%	100	100	100	
生态系统及生物多样性保护	开展生物多样性重要性评估	项目地点	个	—	—	1
		总土地面积	公顷	—	—	22.88
产品质量与安全	因产品安全和健康问题回收的产品百分比	%	0	0	0	
	产品出厂合格率	%	100	100	100	

议题	指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年	
产品质量与安全	产品抽检合格率	%	100	100	100	
	产品批次检验覆盖率	%	100	100	100	
产品研发与创新	研发投入金额	万元	36,666.81	39,528.70	388,095.71	
	研发投入占比	%	2.78	2.78	2.65	
	研发人员数量	人	2,033	2,205	2,074	
	研发人员占比	%	8.58	10.3	10.39	
	发明专利数量	件	—	—	100	
	授权专利数量	件	—	—	16	
	有效专利总数	件	—	—	503	
优质客户服务	客户投诉数量	件	643	754	513	
	客户投诉解决率	%	100	100	100	
	员工负责任营销培训覆盖率	%	—	—	100	
供应链管理	供应商总数	家	1,444	1,428	1,219	
	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	1,219
		港澳台及海外供应商	家	8	1	0
	供应商管理体系认证情况	获得 ISO9001 质量管理体系认证供应商数量	家	390	452	495
		获得 ISO14001 环境管理体系认证供应商数量	家	178	260	312
		ISO45001/OHSAS18001 职业安全健康管理体系认证的供应商数量	家	100	174	248
	供应商本地化比例	%	99.45	99.9	100	
	供应商年度审核计划完成率	%	—	—	100	
数据安全与隐私保护	客户隐私泄露事件数量	件	0	0	0	
	客户隐私泄露造成的经济损失	万元	0	0	0	
	数据安全事件数量	件	0	0	0	
	数据安全事件经济损失	万元	0	0	0	

议题	指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年	
平等雇佣	员工总人数	人	23,708	21,405	19,965	
	新员工雇佣总数	人	2,041	1,311	1,030	
	按性别划分的员工人数及占比	女性	人	7,112	6,421	6,127
			%	30	30	30.69
		男性	人	16,596	14,984	13,838
	%	70	70	69.31		
平等雇佣	按雇佣性质划分的员工人数及占比	正式员工	人	23,708	21,405	19,965
			%	100	100	100
	按年龄划分的员工人数	兼职员工	人	0	0	0
			%	0	0	0
		29 岁及以下	人	—	—	2,074
		30-50 岁	人	—	—	13,779
		51 岁及以上	人	—	—	4,112
	按区域划分的员工人数及占比	中国大陆	人	23,708	21,405	19,965
		中国港澳台地区	人	0	0	0
		其他国家及地区	人	0	0	0
	按民族划分的员工人数	汉族	人	—	—	18,305
		少数民族	人	—	—	1,660
	员工劳动合同签订率	%	100	100	100	
	集体协议签订比例	%	100	100	100	
员工发展及培训	员工培训支出金额	万元	194.87	497.73	726	
	员工培训覆盖率	%	100	100	100	
	员工培训总人次	人次	255,337	252,785	314,874	
	按雇员类别划分的受训雇员人次	管理者	人次	42,445	147,010	19,005
		基层员工	人次	212,892	105,776	295,870
	员工培训总时长	小时	453,875	414,316	471,487	
	人均受训小时数	小时 / 人	19.14	19.36	24	

议题	指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年	
员工发展及培训	按雇员类别划分的受训	管理者	小时	93,936.00	85,761.82	28,457.00
	雇员平均受训时数	基层员工	小时	359,939.00	328,554.23	443,030.00
职业健康与安全	因工亡故人数	人	0	0	0	
	因工亡故比率	%	0	0	0	
	工伤保险及安全生产责任险投入金额	万元	—	—	1,082.82	
	工伤保险及安全生产责任险覆盖率	%	100	100	100	
	安全事故数量	次	0	0	0	
	安全隐患整改率	%	100	100	100	
	安全生产投入	万元	4,242.33	3,813.58	4,405.74	
	安全生产应急演练次数	次	657	462	319	
	员工体检覆盖率	%	100	100	100	
	员工安全培训覆盖率	%	100	100	100	
员工关爱	困难员工帮扶总金额	万元	40.58	30.63	35.56	
	困难员工帮扶人次	人	274	240	259	
助力乡村振兴	乡村振兴总投入金额	万元	351.75	251.12	214	
参与社会贡献	公益慈善捐赠总金额	万元	76.72	100.52	49.63	
	员工志愿服务总时间	小时	47,891	27,970	27,444	
	公益项目投入总人次	人次	1,465	1,426	9,541	

¹ 范围一、范围二温室气体排放的计算均参考执行发改委《食品、烟草及酒、饮料和精制茶企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》。其中，化石能源排放因子的计算参考发改委《食品、烟草及酒、饮料和精制茶企业温室气体排放核算方法与报告指南》，电力排放因子来源于生态环境部国家统计局公告 2024 年第 33 号关于发布 2022 年电力二氧化碳排放因子的公告。范围一核算边界为公司运营控制内消耗的化石能源（煤、天然气、汽油、柴油），范围二核算边界为公司运营控制内消耗的外购电力、热力、蒸汽，按二氧化碳当量呈列。

² 2024 年度，公司将耗水总量统计方式变更为 GRI 303-5 标准，耗水量 = 总取水量 - 总排水量，所以 2022-2024 年度数据口径有更新

指标索引表

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 17 号—可持续发展报告（试行）》	《中国酒类企业 ESG 披露指南》
关于本报告		1-3、1-4、2-2、2-3	第四条	—
董事长致辞		2-22	—	—
关于燕京啤酒		2-1、2-6、201-1	第二条	—
变革引领发展	党建领航新征程	2-9	第二条	治理结构
	以稳治企强根基	2-9、2-10、2-11、2-12、2-15、2-18、2-19、2-20、2-21、2-23、2-27、405-1	第十二条、第五十一条	治理结构
	可持续发展管理	1-3、2-14、2-16、2-17、2-22、2-24、2-25、2-29、3-1、3-2、3-3、207-3	第五条、第六条、第九条、第十条、第十一条、第十二条、第十五条、第十六条、第十七条、第十八条、第十九条、第五十一条、第五十二条、第五十三条	治理结构、治理机制、治理效能
	严守内控防风险	2-27	第十四条	治理机制
	紧守道德基准线	2-25、2-27、205-2、206-1、207-1	第五十四条、第五十五条、第五十六条	治理机制
	严防税务风险	207-1、207-2、207-3	第十四条	治理机制
绿色播种希望	环境综合管理	2-27	第二十九条	环境管理
	应对气候变化	3-3、201-2、302-1、302-2、302-3、302-4、302-5、305-1、305-2、305-4、305-5	第十五条、第十六条、第二十条、第二十一条、第二十二条、第二十三条、第二十六条、第二十七条、第二十八条	环境管理、气候变化
	资源能源高效管理	301-1、301-2、301-3、303-3、303-4、303-5	第三十四条、第三十五条、第三十六条、第三十七条	资源消耗
	严格污废管理	305-7、306-2、306-3、306-4、306-5	第二十九条、第三十条、第三十一条	污染防治
	生态系统与生物多样性保护	101-2、304-2	第三十二条、第三十三条	生态保护

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 17 号—可持续发展报告(试行)》	《中国酒类企业 ESG 披露指南》
创新共筑美好	研发创新产品	2-28、417-1	第四十一条、第四十二条、第四十三条	产品责任、治理效能
	保障产品质量	2-27、416-1、416-2	第四十七条	产品责任
	优质客户服务	418-1	第四十四条、第四十七条	产品责任
	塑造可持续供应链	2-6、204-1、308-1、308-2、414-1	第四十四条、第四十五条	供应链管理
	严护数据安全	418-1	第四十八条	产品责任
协同创造未来	保障员工权益	2-7、401-2、405-1	第四十九条、第五十条	员工权益
	携手员工成长	2-7、401-1	第四十九条、第五十条	员工权益
	守护员工健康	2-7、403-1、403-2、403-3、403-5、403-9、403-10	第四十九条、第五十条	员工权益
	给予员工关爱	2-7	第四十九条、第五十条	员工权益
责任彰显价值	助力乡村振兴	413-1	第三十八条、第三十九条、第四十条	社会影响
	促进社区发展	203-1、413-1	第三十八条、第四十条	社会影响
关键绩效表		2-6、2-7、2-9、205-2、201-2、203-1、206-1、207-1、207-2、207-3、301-1、301-2、301-3、302-1、302-2、302-3、302-4、302-5、304-2、305-1、305-2、305-3、305-4、305-5、305-7、307-1、401-2、403-1、403-2、403-3、403-5、403-6、403-9、403-10、405-1、413-1、414-1、416-1、416-2、417-1、418-1	第十一条、第二十四条、第二十五条、第二十七条、第二十八条、第二十八条、第三十一条、第三十二条、第三十五条、第三十六条、第三十七条、第三十八条、第三十九条、第四十条、第四十二条、第四十七条、第四十八条、第四十九条、第五十条、第五十五条、第五十六条	环境管理、资源消耗、污染防治、气候变化、生态保护、产品责任、供应链管理、员工权益、社会影响、治理结构、治理机制、治理效能
指标索引		2-4	—	—
报告鉴证		2-5	第五十八条	—
读者反馈		2-3	第九条	—

报告鉴证


鉴证声明：北京燕京啤酒股份有限公司 2024 可持续发展报告

对北京燕京啤酒股份有限公司 2024 可持续发展报告的独立鉴证声明

致北京燕京啤酒股份有限公司的管理层及利益相关方：
北京商道融绿咨询有限公司（以下简称“商道融绿”）受北京燕京啤酒股份有限公司（以下简称“燕京啤酒”）的委托，对其《北京燕京啤酒股份有限公司 2024 可持续发展报告》（以下简称“《可持续发展报告》”）披露的有关信息进行独立的第三方鉴证。商道融绿的鉴证情况如下。

鉴证范围

1. 时间范围
本次鉴证时间范围限于《可持续发展报告》披露的 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期间的信息，报告期之外的任何相关信息均不在本次鉴证范围之内。

2. 信息范围
本次鉴证的范围限于《可持续发展报告》涵盖的燕京啤酒的信息，不包括燕京啤酒的供应商等其他第三方的信息。对于《可持续发展报告》中披露的已经通过独立第三方机构审计或鉴证的信息和数据，本次不再重复鉴证。

3. 鉴证范围
本次鉴证范围为评估《可持续发展报告》是否存在不符合 AA1000AP（2018）中包容性、实质性、回应性和影响力原则的情况。

责任
燕京啤酒的管理层对《可持续发展报告》的编制和内容负全部责任，并保证《可持续发展报告》的内容以及提供给商道融绿的资料信息的完整性和真实性，不存在重大错误陈述。
商道融绿的责任是根据燕京啤酒提供的资料信息，依据 AA1000 鉴证标准 v3（AA1000AS v3）出具独立的鉴证声明。

标准
商道融绿使用 AA1000AS v3 作为鉴证服务参照的标准。AA1000AS v3 是指由 AccountAbility 创建的鉴证标准。本次鉴证类型和深度为“类型一、中度鉴证”。
商道融绿依据《商道融绿非财务报告鉴证方法》编制本鉴证声明。
商道融绿同时参考的标准、原则及倡议还包括：全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告标准》/香港联交所《环境、社会及管治报告守则》/沪深北三大交易所《上市公司可持续发展报告指引》/气候相关财务信息披露工作组（TCFD）框架/国际可持续准则理事会（ISSB）《国际财务报告可持续披露准则第 1 号——可持续相关财务信息披露一般要求》、《国际财务报告可持续披露准则第 2 号——气候相关披露》/欧盟《企业可持续发展报告指令》（CSRD）/温室气体核算体系（GHG Protocol）等。

鉴证方法

1. 制定鉴证计划
商道融绿在鉴证计划中记录关键的资源需求、需收集的证据、任务、活动、可交付成果和时间表，形成鉴证计划书。

2. 收集信息
商道融绿依据准确性、平衡性、完整性、时效性的原则，评估所收集信息的质量。

3. 进行鉴证

- 开展访谈，访谈对象为负责可持续发展相关工作的人员。
- 审查燕京啤酒所提供的相关文件资料。
- 审查《可持续发展报告》的信息是否符合 AA1000AP（2018）中包容性、实质性、回应性及影响力原则。


鉴证声明：北京燕京啤酒股份有限公司 2024 可持续发展报告

• 审查《可持续发展报告》是否根据深圳证券交易所《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）》编制。

4. 商道融绿认为其他必要的工作

独立性和能力

1. 独立性
商道融绿声明，与燕京啤酒为完全相互独立的实体，对该公司不存在偏见和利益冲突。

2. 能力
商道融绿专注于为客户提供环境、社会和公司治理（ESG）评级、绿色金融战略规划、环境和社会风险管理（ESRM）、绿色金融产品创新、绿色金融与责任投资研究、绿色债券评估认证、绿色信贷和责任投资能力建设等可持续金融方面的专业咨询、研究和培训等服务。
商道融绿已获得使用 AA1000AS v3 的许可。该许可授权商道融绿使用和遵守 AccountAbility 的 AA1000AS v3，以及使用与此类可持续性鉴证服务相关的 AA1000AS v3 标志。
商道融绿鉴证团队人员拥有 AA1000 认证可持续发展鉴证师（CSAP）证书、ISO14001 内审员资质、CFA-ESG 证书、EFFAS-CESSGA 证书、GRI 培训证书、碳资产管理师等可持续发展领域的资质，团队由拥有丰富可持续发展领域经验的专业人士构成，其对 AA1000AS v3 标准有全面的理解。

局限性
商道融绿在本次《可持续发展报告》鉴证中，所需的信息和数据完全依赖燕京啤酒提供的相关信息和数据，未从其他外部渠道搜集信息，亦未对外部利益相关方进行访谈。

鉴证内容

包容性：燕京啤酒通过不同的方式持续与主要利益相关方沟通，并对外展示沟通情况。燕京啤酒为利益相关方参与提供了必要的能力建设。

实质性：燕京啤酒收集了主要利益相关方的意见，识别出了与公司高度相关的 ESG 议题，并有明确的方法来确定实质性议题的优先度。

回应性：燕京啤酒对其主要利益相关方关注的实质性议题做出了回应，在风险管理中融入相关议题，且在能力建设和资源投入方面有所行动。

影响力：燕京啤酒建立了衡量、评估和管理公司的影响的流程，并将部分影响纳入公司的实质性议题和战略目标。

结论

- 商道融绿未发现《北京燕京啤酒股份有限公司 2024 可持续发展报告》有不符合 AA1000AP（2018）中包容性、实质性、回应性和影响力原则的情况。
- 商道融绿未发现《北京燕京啤酒股份有限公司 2024 可持续发展报告》有不根据深圳证券交易所《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）》编制内容的情况。

鉴证机构：北京商道融绿咨询有限公司
2025 年 4 月 18 日 中国，北京
鉴证负责人：吴艳静


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 2024 年度可持续发展报告》。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



- 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 - ()
- 您对本报告的总体印象
 很好 好 较好 一般 较差 差 很差
- 您认为本报告结构安排
 很合理 较合理 一般 较差 很差
- 您认为本报告版式设计
 很合理 较合理 一般 较差 很差
- 您认为本报告版式可读性
 很好 较好 一般 较差 很差
- 您认为本报告是否能反映公司对经济、环境、社会的重大影响
 能 一般 不了解
- 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
 高 较高 一般 较低 低
- 您认为公司在服务客户、保护利益相关方方面做得如何
 好 一般 很差 不了解
- 对于报告编制或履责实践，您还有哪些宝贵意见或建议？



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

