



燕京啤酒  
YANJING BEER



# 2025年 绿色行动报告

## Green Action Report



为生活酿造美好  
与世界和谐共生

# CONTENTS

## 目录

关于本报告 01

### 关于燕京啤酒

公司介绍 03  
燕京啤酒“十四五”发展战略规划 04  
企业文化 05

未来展望 113  
荣誉奖项 115  
读者反馈 119

### 变革驱动发展

优化公司治理 09  
可持续发展管理 17  
强化风险管控 28  
恪守商业道德 34

### 绿色播种希望

环境综合管理 39  
应对气候变化 46  
资源能源高效管理 51  
严格污废管理 62  
生态系统与生物多样性保护 67

### 创新凝聚价值

研发创新产品 71  
保障产品质量 73  
优质客户服务 78  
可持续供应链 83  
数据安全守护 89

### 关怀铸就成长

保障员工权益 93  
助力人才发展 95  
守护员工健康 100  
关爱员工身心 105

### 同心成就共荣

助力乡村振兴 111  
参与志愿行动 112

# 关于本报告

## 时间范围

本报告为半年度报告，时间跨度为2025年1月1日至2025年6月30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(GRI Standards(2021版))》、中国酒业协会T/CBJ 1106-2024《中国酒类企业ESG披露指南》编写。

## 语言版本和索取

本报告提供中文及英文版本，以电子版形式发布，可在本公司官方网站 (<https://www.yanjing.com.cn/>) 查阅。如有歧义，以中文版为准。

# 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

可持续发展理念也是燕京啤酒持续贯彻落实以推动企业高质量发展的根基之一。2025年，燕京啤酒持续实行“十四五”战略规划，通过战略规划的调整，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。



# 变革 驱动发展

“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。2025年度，公司持续开展系统性创新变革，在公司治理领域，坚持以党建引领高质量发展，不断完善可持续发展管理体系，强化风险与合规管理，致力与各方筑牢稳健发展之路。



# 优化公司治理

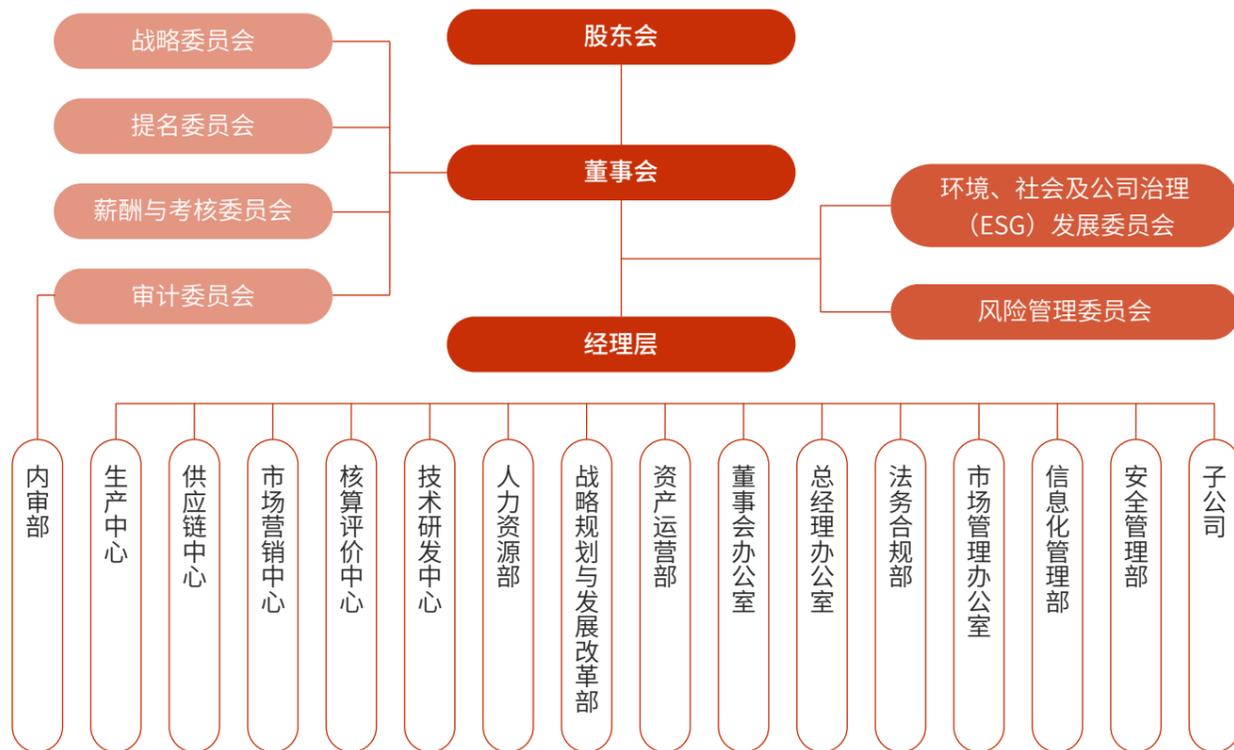
燕京啤酒致力健全公司合规治理制度体系，高度重视投资者关系管理工作，不断提升公司治理运行的合规性、有效性与可持续发展管治水平，通过把控信息披露质量、开展合规督导工作等手段，助力企业稳健发展。

## 企业管治

制度体系的构建与完善是企业合规运营的基石，也是董事会实现科学决策与高效运转的关键保障。燕京啤酒稳步推进公司治理的制度化进程，紧跟监管法规动态，及时调整公司级治理制度，持续健全“1+M+N”制度体系。

## 治理架构及机制

公司以《公司章程》为核心“1”，以各法人治理机构议事规则、各专门委员会工作细则为“M”，以《关联交易决策制度》《对外担保管理制度》《重大投资管理制度》等涉及董事会决策事项的相关制度为“N”，为董事会科学决策提供坚实可靠的制度支撑。



公司治理架构

### 股东会

- ◆ 作为权力核心，赋予董事会决策权。
- ◆ 按照《上市公司股东会规则》《公司章程》等要求召开。

### 董事会及其专门委员会

- ◆ 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，以及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。各委员会职责分明、协同高效，保障决策的科学性与专业性，委员会成员均具备相关行业经验及专业知识，并定期通过多种培训提升能力；
- ◆ 审计委员会行使监事会职权，有效发挥监督作用，强化股东会及董事会决策职权；
- ◆ 环境、社会及公司治理（ESG）发展委员会统筹负责公司可持续发展事宜的决策、管理与监督，确保ESG各项重要议题纳入日常经营管理；
- ◆ 风险管理委员会高度重视风险防控，为公司运营提供坚实保障。

### 经理层

- ◆ 下辖生产中心、供应链中心等众多职能部门，各部门分工明确，覆盖从生产到市场，从技术研发到人力资源管理的公司运营全流程。

● 以合规、创新、社会责任（ESG）新三体系为基，构筑可持续发展矩阵

近年来，燕京啤酒先后通过ISO 37301合规管理体系、ISO 56002创新管理体系认证，并通过了ESG管理体系认证，成为中国所有企业中第一家基于CTS CQM/ S-RZ-ZY-58-001《ESG 管理体系要求及使用指南》认证的企业。新三体系认证既彰显了公司在关键领域的承诺和努力，也体现了公司的社会责任和品牌形象，更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。



合规、创新、社会责任（ESG）新三体系证书



董事会和管理层设置

公司董事由董事会提名，经董事会形成决议后再经股东会选举产生；职工董事由职工代表大会选举产生；独立董事候选人任职资格和独立性经深圳证券交易所审核通过后，由股东会表决产生；总理由董事长提名，经董事会审议后任命；其他高管由总经理提名，经董事会审议后任命。在提名和遴选董事、高级管理人员过程中，公司充分考虑利益相关方（包括股东）的意见，兼顾多样性、独立性和胜任能力。

我们关注董事会和管理层设置的专业性。公司董事及高级管理层具备多元的专业背景、丰富的行业知识与扎实的实践经验积累，涵盖风险管理、法律、财务、工商管理等多个领域，为公司战略规划及经营决策提供全方位的指导，驱动公司稳健前行、永续发展。

董事会成员专业背景介绍		
专业背景	董事人数	说明
风险管理	1	刘景伟现任同仁堂集团审计与风险委员会主席，信永中和集团咨询板块执委会主席，主管包括风险管理与内部控制咨询业务条线在内的八大业务条线。
法律	1	耿超为法学硕士。
财务	3	刘翔宇为高级经济师； 郭晓川为内蒙古大学经济管理学院教授及博士生导师，历任宁城老窖、伊利股份、包头铝业等上市公司独立董事； 刘景伟为注册会计师，现任信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）合伙人，历任林业部林业基金管理总站贷款处职员、北京林业大学经济管理学院教师，岳华会计师事务所合伙人，其负责的审计客户中涵盖酒类业务领域，具有丰富的酒类行业经验。
工商管理	2	郭晓川为上海大学管理学院教授及博士生导师、复旦大学管理学院兼职教授、中国大连国家高级经理学院讲座教授； 周建为管理学博士、博士后，南开大学商学院暨南开大学中国公司治理研究院教授、博士生导师。

注：  
截至2025年6月30日。

## 规范董事会运作

公司严格遵照《中华人民共和国公司法》《上市公司章程指引》《上市公司规范运作指引》等法律法规、监管规则及《公司章程》《董事会议事规则》《股东会议事规则》等内部制度，推进公司股东会、董事会等法人治理机构规范、科学、高效运作。

报告期内，公司共圆满召开4次董事会会议、1次股东会会议，会议的召集与召开程序、出席会议人员的资格、会议表决程序、表决结果和决议内容均符合法律法规及《公司章程》的规定，进一步规范公司治理体系。

除公司总部外，燕京啤酒持续规范子公司运作，严格审核子公司上报的相关备案材料，深度参与子公司公司章程修订工作，强化对子公司相关人员的宣贯及培训。公司严格执行内部信息报送制度，规范重大信息上报工作，建立常态化信息接收机制，及时掌握下属子公司的经营状况。报告期内，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12次。完成战略、审计、薪酬与考核、提名、风险管理、ESG发展委员会会议次数8次。

## 支持独立董事履职

公司全力支持独立董事工作，充分发挥独立董事专业、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。公司制定《独立董事工作制度》，明确规定独立董事不在公司内担任除独立董事外的其他职务，并与公司及主要股东、实际控制人，或者其他可能妨碍进行独立客观判断的董事不存在直接或者间接利害关系，确保公司治理结构的独立性和客观性。燕京啤酒董事会人员设置为7人，其中包括4名独立董事，占比达到57.14%。

<p><b>营造畅所欲言的董事会民主议事氛围</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
<p><b>设立独立董事工作室</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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；</li> <li>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；</li> <li>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。</li> </ul>
<p><b>健全独立董事沟通机制</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>

## 董事会多元化

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。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，董事会成员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专业背景，确保公司决策的专业性。

## 提升董事及高级管理层人员履职能力

作为公司发展的引领者，董事及高级管理层人员肩负着掌舵前行的重任。燕京啤酒高度重视董事及高级管理层人员的能力建设，积极组织各项培训学习活动，内容覆盖法律法规、交易所相关规定、ESG等前沿主题，提升董事及高级管理层人员的履职能力和专业素养。报告期内，公司全体董事及高级管理层人员参加北京上市公司协会组织的专题培训总计70人次，获得学分总计350学分，履职水平获得持续提升。

## 董事及高级管理层人员薪酬管理

公司为董事及高级管理层设置差异化的薪酬管理制度与方案，包括基本年薪、激励年薪、福利性收入等，持续激励董事及高级管理层人员为公司创造长期价值。

<p><b>薪酬与可持续发展绩效挂钩</b></p> <p>为深化ESG管理相关工作，公司重点关注包括环境保护、安全生产等ESG相关指标在内的绩效考核，绩效考核结果与管理层人员薪酬待遇直接挂钩，定期评估ESG工作和目标完成情况。</p>	<p><b>激励回拨与奖金收回机制</b></p> <p>为发挥绩效薪酬的约束作用，公司已建立激励回拨与奖金收回机制，规定因安全、环保、质量、舆情等事件造成重大经济损失或声誉损害时，将根据影响程度对经营者及主管领导年终奖金进行扣减；当出现违法、违规、违纪、重大不良影响事件等负面事件时，将按制度要求追索扣回相应责任人的绩效薪酬，保障薪酬管理的公正性和合理性。</p>	<p><b>薪酬话语权政策</b></p> <p>股东会每年采用现场表决与网络投票相结合的方式审议董事及高级管理层薪酬确认议案及下一年度薪酬方案议案，充分保障广大股东对董事及管理层的薪酬分配的决策权。</p>
--	---	--

## 投资人权益保护

公司不断完善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，通过多元化的沟通渠道与投资者保持密切交流，积极回应投资者的关切和需求，维护投资者合法权益，为证券市场注入活力。

2025年上半年度目标	当前完成情况
<ul style="list-style-type: none"> <li>业绩说明会投资者问题回复率达到95%及以上</li> <li>分红比例满足监管机构规定</li> </ul>	已达成

## 投资者关系管理团队建设

燕京啤酒积极推进投资者关系管理团队建设，塑造服务投资者、尊重投资者的企业文化。公司不断强化董办队伍建设，开拓新思路，优化业务流程，提升投资者关系管理水平，为公司高质量发展保驾护航。

报告期内，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。

## 依法依规信息披露

公司依法依规进行信息披露，以投资者需求为导向，保证信息披露真实、准确、完整、及时、公平，严守公平披露原则，切实维护中小投资者的合法权益。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，按要求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，报告期内，公司共披露包含定期报告与临时公告在内的公告112条，保证公司信息披露的及时性和公平性。

## 加强投资者沟通互动

燕京啤酒始终将与投资者的双向互动置于重要位置，积极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。

报告期内，燕京啤酒通过深交所互动易平台回答投资者问题89条，发布《投资者调研活动记录表》4篇。通过不断拓展网站、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，与投资者深度沟通

2025年6月，燕京啤酒召开2025年度分析师及投资者交流会，知名券商、基金公司、产业资本、保险、主流财经媒体等80余家机构及个人投资者共计100余人参会。会上，公司领导围绕公司“十五五”规划、人效提升、U8大单品及市场建设等相关话题，与参会者进行了深入交流，拉近与投资者的距离。



燕京啤酒2025年度分析师及投资者交流会

## 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。报告期内，燕京啤酒参加北京证监局开展的2025年“5.15投资者保护宣传日”活动以及2025年防范非法证券期货宣传月活动，用实际行动践行上市公司主体责任，加大宣传保护投资者权益，倡导良性投资文化，形成关心、关爱、关注投资者的良好氛围。

# 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，积极落实多项可持续发展相关工作，在推动企业自身稳健发展的基础上，为实现联合国可持续发展目标添砖加瓦，携手共创更加美好的可持续未来。

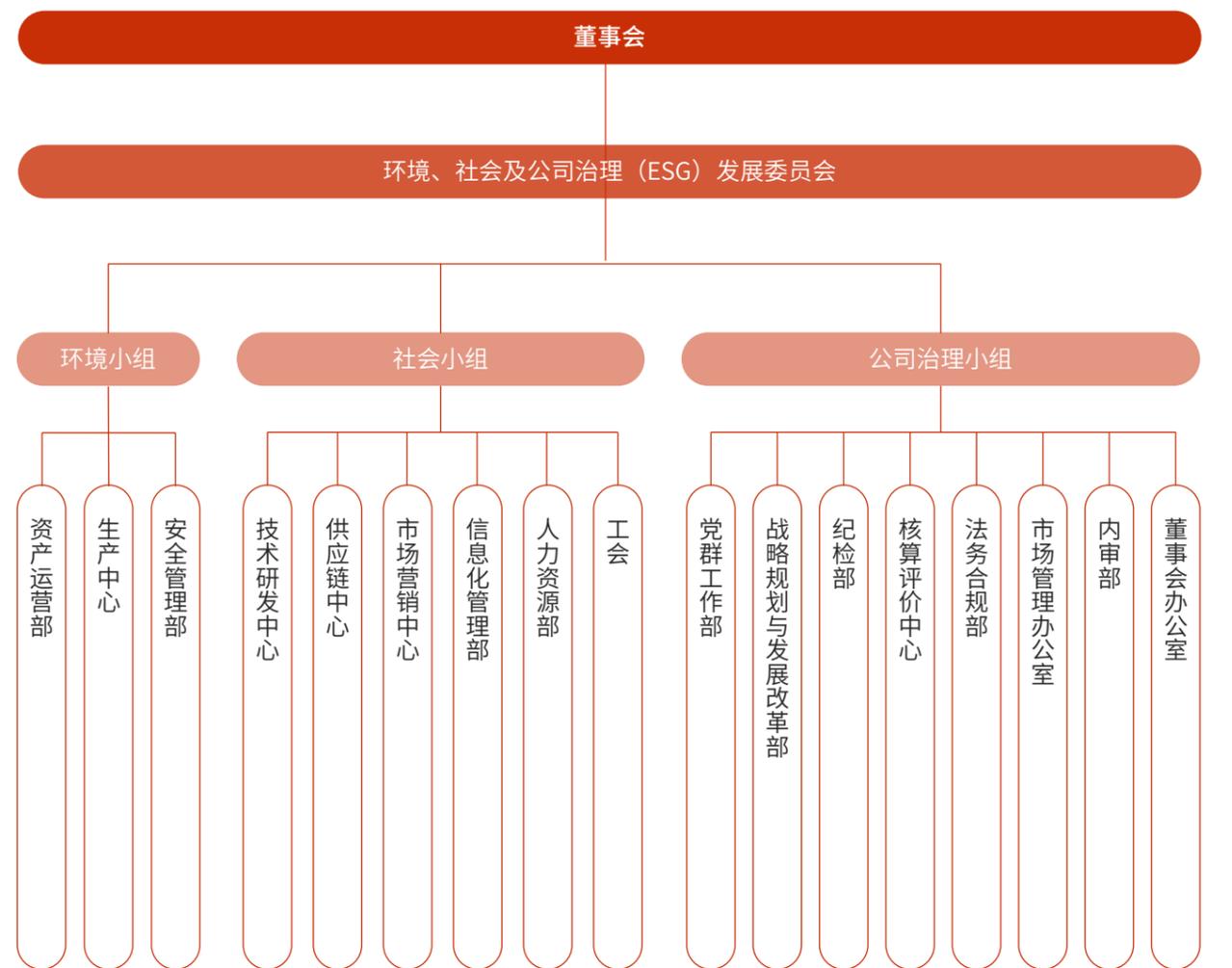
## 重要性议题识别

燕京啤酒已开展企业重要性议题的识别，通过开展国际国内政策分析、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28项与燕京啤酒相关的可持续发展议题，并对这些议题的影响重要性和财务重要性进行评估，综合得分在5分及以上的议题，被视为具有重要性。通过上述步骤，我们共识别出19项具有重要性的议题，其中，18项对企业有影响重要性，7项对企业有财务重要性，6项对公司既有影响重要性又有财务重要性，详细评估过程请参见《燕京啤酒2024年度可持续发展报告》。



## 可持续发展治理架构及职能分工

燕京啤酒已搭建由决策层、管理层、执行层组成，自上而下、结构完善的可持续发展治理架构，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，确保公司可持续发展目标顺利融入公司日常运营管理，可持续发展理念、目标和行动得到系统性地落实。



可持续发展治理架构

 <p>决策层 董事会</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 审议、批准公司ESG战略、目标、重大议题、管理制度等</li> <li>• 审议、批准公司ESG规划与目标，并监督ESG战略的执行</li> <li>• 审议、批准公司年度可持续发展（ESG）报告</li> <li>• 定期审查ESG治理结构和治理效果</li> </ul>
 <p>管理层 环境、社会及公司治理（ESG）发展委员会</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 识别、管理与ESG日常运营相关影响、风险、机遇</li> <li>• 指导并监督ESG工作的落地</li> <li>• 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</li> <li>• 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 and 能力</li> <li>• 定期对管理层及其他关键人员进行ESG相关绩效评估</li> <li>• 审阅并向董事会提交公司的ESG报告</li> </ul>
 <p>执行层 环境、社会、公司治理小组</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 整理ESG信息：负责收集、整理和汇编公司的ESG信息</li> <li>• 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</li> <li>• 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</li> <li>• 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</li> <li>• 其他ESG工作任务：承担与ESG工作组相关的其他工作职责</li> </ul>

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。

此外，燕京啤酒注重对内部ESG专属文化的打造。公司持续提升内部ESG共识，2025年1月，公司面向各部门、子公司ESG相关工作人员开展了针对性培训，内容涵盖最新可持续发展趋势分享、公司现状分析、重点议题解读等内容，参与人数超百人，提升公司内部相关核心人员的ESG认知。



高级注册 ESG 分析师认证证书

## 可持续发展战略

在全球高度重视可持续发展的时代背景下，燕京啤酒主动投身其中。我们已将公司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之间找到更加平衡的解决方案。



目前，公司的可持续发展战略全面覆盖了所有已识别的关键性议题。对于具有财务重要性的议题，公司深入开展了影响、风险和机遇的识别工作，并在相应行动中充分融入了对这些影响、风险和机遇的应对措施。

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"> <li>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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> <li>公司带动价值链一起行动，可能减缓气候变化</li> </ul>
	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	<b>风险</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>公司不积极开展环境合规管理，可能会面临罚款</li> </ul>	<b>风险+机遇</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul>
	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"> <li>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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>不健康的产品流向市场，可能会给消费者带来健康安全风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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监测、健康安全文化打造等方式，可以保证所有人员的健康安全</li> <li>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</li> </ul>
影响分析	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"> <li>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</li> </ul>	风险 + 机遇 <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul>	风险 <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
	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"> <li>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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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监测、健康安全文化打造等方式，可以保证所有人员的健康安全</li> <li>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</li> </ul>
影响分析	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"> <li>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</li> </ul>	风险 + 机遇 <ul style="list-style-type: none"> <li>公司积极开展投资人权益保护工作，可以获得更多投资</li> <li>公司产生损害投资人权益的行为可能导致股价下跌</li> </ul>	风险 <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
	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个环节。通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，公司积极分享公司实践经验和成功案例，参与多项国家及团体标准制定，为推动行业可持续发展贡献燕京力量。

Wind ESG 评级: AA

中诚信绿金评级展望: AA-

华证 ESG 评级: AA

类别	标准名称	标准类型	制定机构
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

燕京啤酒高度重视与众多利益相关方的沟通与交流，构建全方位、多层次的信息交互体系。公司通过线上线下多元化的渠道和沟通路径，持续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，为各利益相关方与公司进行互动交流与信息获取提供便利。

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"> <li>环境合规管理</li> <li>应对气候变化</li> <li>能源管理</li> <li>水资源利用</li> <li>原材料及包装物管理</li> <li>产品质量与安全</li> <li>稳健经营及税收</li> <li>参与社会贡献</li> <li>助力乡村振兴</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>领导及主管部门视察</li> <li>合规巡查及检查</li> <li>论坛、会议及研讨会</li> <li>日常政策宣贯与执行</li> </ul>
 股东和投资者	<ul style="list-style-type: none"> <li>公司治理</li> <li>可持续发展管理</li> <li>风险与内控</li> <li>投资人权益保护</li> <li>商业道德</li> <li>产品研发与创新</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>股东会</li> <li>投资者交流会</li> <li>网上业绩说明会</li> <li>深交所互动易问答</li> <li>投资者热线</li> <li>公司调研</li> <li>电话咨询</li> <li>电子邮件</li> <li>定期报告及官网信息披露</li> </ul>
 客户	<ul style="list-style-type: none"> <li>产品质量与安全</li> <li>优质客户服务</li> <li>负责任营销和倡导理性饮酒</li> <li>产品研发与创新</li> <li>数据安全与隐私保护</li> <li>生态系统及生物多样性保护</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>客户满意度调查</li> <li>邮件与日常电话沟通</li> <li>客户邮箱</li> <li>回应客户投诉</li> <li>客户拜访</li> </ul>

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"> <li>• 产品质量与安全</li> <li>• 供应链管理</li> <li>• 反商业贿赂和反贪污</li> <li>• 商业道德和反不正当竞争</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 现场审计</li> <li>• 采购流程</li> <li>• 绩效评估</li> <li>• 与业务伙伴定期沟通（如电邮、会议）</li> </ul>
 员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 平等雇佣</li> <li>• 员工发展与培训</li> <li>• 职业健康与安全</li> <li>• 员工关爱</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 培训及入职培训</li> <li>• 电子邮件及意见箱</li> <li>• 定期会议</li> <li>• 员工表现评估</li> <li>• 员工活动</li> </ul>
 社会及群众	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 污染物排放</li> <li>• 废弃物处理</li> <li>• 生态系统及生物多样性保护</li> <li>• 参与社会贡献</li> <li>• 助力乡村振兴</li> <li>• 负责任营销和倡导理性饮酒</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 电子邮件</li> <li>• 电话</li> <li>• 公司公告</li> <li>• 社交网络平台</li> <li>• 公司网站</li> <li>• 社交媒体</li> <li>• 慈善捐赠</li> <li>• 志愿服务</li> <li>• 社区活动</li> </ul>

## 强化风险管控

燕京啤酒紧密围绕公司发展战略目标和年度重点工作部署，加强法治、合规、风险及内控“四位一体”的管理体系建设，持续优化法治、合规、风险及内控工作流程，全力推进公司合法合规经营，聚焦价值创造与风险防控，为公司稳健运营筑牢防线，推动可持续的价值创造。

## 合法合规经营

在企业发展的进程中，合规不仅是至关重要的基石，更是不容逾越的底线与红线。燕京啤酒始终高度重视合法合规工作，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，为企业的稳健发展保驾护航。

## 完善合规管理体系建设

为深化合规理念，推动合规文化落地生根，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公司合规工作。公司已获得由方圆标志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/ISO 37301:2021，成为国内啤酒行业首批通过该体系认证的企业。

## 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、标准化建设。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，提升公司整体风险防控水平，制度下发后，由法务合规部组织开展多形式的培训宣传工作，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。

## 开展合规监督培训与审查

报告期内，燕京啤酒持续深化包含风险识别清单、岗位职责清单、流程管控清单在内的合规“三张清单”与反贿赂管理融合，完成股份公司“三重一大”审核373次，实现全领域覆盖，对相关部门提出合规建议并要求立即整改，有效避免了因合规问题导致的潜在风险，保障公司管理决策符合内控管理要求。此外，公司组织开展多场合规培训及文化宣传活动，构建合规文化宣传矩阵，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。



## 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

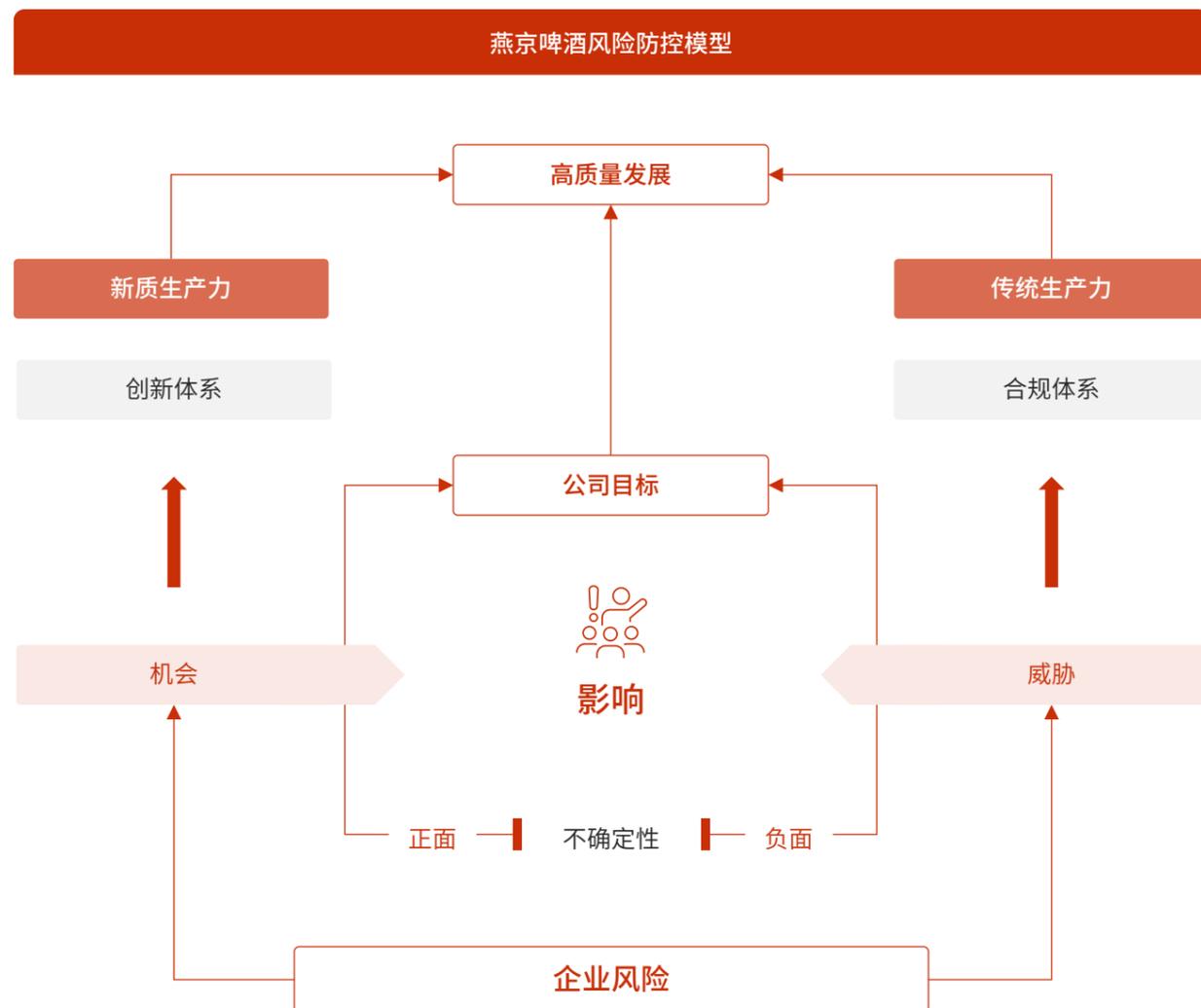
燕京啤酒按照“统一领导，分工负责，全员参与”的原则建立了公司的风险管理组织体系。



## 风险管控模型

在风险管理的核心理念指引下，公司已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，强化机遇捕捉和机会把握，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。



## 建立风险量化监测预警机制

公司以加强风险量化监测为切入点，建立重大风险量化监测预警机制。通过建立重大风险指标的预警规则和量化指标计算公式，将重大风险转化为可量化、可监控的数值，并通过周期性风险监测预警、提示、防控，持续加大对重大业务风险预警的监测和管控，提高风险管理效率和价值。报告期内，公司持续推进风险预警指标体系的建立完善，充分发挥风险预警指标的预警防控作用，对公司重大风险实时准确监控和提示，确保公司重大风险得到有效管控，无重大风险事件发生。未来，公司计划持续完善风险预警指标库，通过提高风险预警的精准性、有效性、预警阈值的科学性和与业务实际的匹配度，进一步提升风险管理价值。

## 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。

报告期内，公司组织开展风险管理培训3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，参与人员达600人次左右，风险管理培训合格率持续保持100%。



## 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。



2025年度，公司开展合规与内控专项调研，重点强化合同管理、流程审批等关键环节的风险管理。为进一步提升内控体系运行效率，公司计划在本年度发布《内控制度汇编第五册（试行）》与《内控管理手册》，通过制度完善与流程规范的协同推进，夯实合规与内控管理基础。

## 恪守商业道德

公司严格遵守商业道德，构建并持续完善商业道德相关制度体系，强化反贿赂反贪腐工作，优化举报机制与举报人保护举措，坚决抵制不正当竞争行为，以实际行动坚守商业道德底线，助力企业与社会的协同可持续发展。

## 规范制度建设

公司已建立董事会、管理层、监督协同机制建设领导小组联动的反贪污与反腐败工作管治架构，形成了事前预防、事中控制、事后评估的闭环监督管理流程。董事会作为决策层，负责督促管理层建立反舞弊文化环境，完善内控体系；管理层负责及时识别、评估、调查和管控潜在的贿赂和贪腐风险，落实相关制度要求；监督协同机制建设领导小组成员各自履行职责，有效防范贪污腐败事件的发生。

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反洗钱法》等国家法律法规及行业道德规范，以及《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》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。我们已制定《合规与反贿赂管理手册》《反舞弊制度》等一系列具体的反贿赂与反贪污政策，并通过官网发布《反贿赂与反贪污政策》，规范员工及商业伙伴在商业活动中应遵循的道德行为标准，致力维护公平、诚信、透明的商业道德环境。

## 商业道德审计

公司内审部门按照国家法律法规以及公司《内部审计制度》《内部审计细则》《内部审计基础工作管理办法》等制度，每三年对所有分子公司完成一次包括商业道德标准在内的审计。内审部门对各分子公司的经营管理和决策过程进行全面、客观、独立的审查和评估，识别潜在的问题，有效监督商业道德治理体系的有效性。2025年，我们对总部及12家下属分子公司进行上述审计工作，并对发现的问题进行有效整改。同年，公司成功通过ISO 37001反贿赂管理体系认证，彰显公司合规治理水平。



ISO 37001反贿赂管理体系认证证书

## 供应商廉洁管理

公司重视供应商的廉洁情况。在政策制定层面，公司《合规与反贿赂管理手册》已覆盖全体供应商与分包商。全体供应商在参与招投标前须签订《阳光承诺书》《廉政合同》《廉洁协议书》。在监督执行层面，供应商评价小组负责监督供应商对上述政策的执行情况。这些评价小组每年都须接受总部对其商业道德履责情况的监督审计。此外，公司还在采购管理平台公布举报热线、网址和违纪投诉二维码，进一步确保供应商商业道德政策的有效执行。对高于“低贿赂风险”的商业伙伴，公司要求其立刻采取有效措施，防范潜在的商业道德风险。对于出现贿赂情形的供应商，公司将与其终止合作关系。报告期内，公司集采合同《廉洁协议书》签署率达100%，大宗原材料供应商商业道德履责情况监督审计覆盖率100%。

## 廉洁能力建设

为加强廉政文化建设，营造廉洁诚信的经营环境，我们高度重视与合作伙伴的合规协同，定期对包括兼职员工在内的所有员工和承包商开展商业道德培训与宣传活动，全面强化商业道德和廉洁文化意识宣贯，2025年，公司共开展商业道德相关培训6次。

报告期内，公司依托廉洁教育专栏，向所有员工（包括兼职员工）推送6期包含49余宗典型商业道德案例和学习内容，并同步转发至各合作伙伴联络群，号召合作伙伴共同学习。此外，公司通过微信公众号面向所有董事、管理层、员工宣贯商业道德知识3期，通过官网投资者关系专栏对二十届三中全会中的立法动向进行解读，宣传反腐败立法相关知识，向全体员工（包括兼职员工）、承包商和社会公众进行商业道德知识宣贯，引导形成“不想腐、不能腐、不敢腐”的思想自觉与行动自觉，筑牢廉洁从业的思想防线。



廉洁教育培训

关键绩效指标	单位	2025年上半年度
商业道德培训董事参与率	%	100
商业道德培训管理层人员参与率	%	100
商业道德培训员工参与率	%	100

## 举报人保护

公司明确投诉举报的权责划分与操作流程，确保相关事件及时有效处理，我们鼓励员工、供应商及其他利益相关方监督和举报违规违纪违法行为，并公开举报热线、邮寄地址等渠道，确保相关问题得到及时反馈。公司已设立举报人保护机制，在《合规与反贿赂管理手册》《反舞弊制度》《反贿赂与反贪污政策》《举报投诉和举报人保护制度》中明确规定保护举报人及其权益不受侵害，要求参与举报处理的工作人员不得泄露相关信息，相关投诉将由专员专事专办，最大程度保护举报人信息。公司严禁任何非法歧视或报复行为，对于违规泄露检举人员信息或对举报人进行打击报复的人员，将追究相应的责任。



公司举报热线：400-010-0566



公司举报邮寄地址：北京市顺义区双河路9号燕京啤酒  
科技大厦纪检办公室

## 反不正当竞争

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，制定反贪污、反贿赂、反洗钱相关制度，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。报告期内，公司未发生因不正当竞争导致的诉讼或重大行政处罚。

报告期内，公司未发生因不正当竞争导致的诉讼或重大行政处罚。

# 绿色 播种希望

燕京啤酒将可持续发展理念融入企业战略，构建科学完善的环境管理体系。通过建立目标导向的环保评估机制，公司不断提升应对气候变化的能力，重点推进循环经济模式创新和生物多样性保护工作，以实际行动践行绿色发展战略。



# 环境综合管理

公司已建立覆盖生产运营和商业设施、产品和服务、分销和物流、废物管理、供应商、服务提供商和承包商、其他关键业务伙伴、尽职调查、并购等各个环节的环境管理体系，全力推进环境综合管理工作的开展。

## 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》《可持续发展手册》并严格监控其执行。该体系将环境管理体系、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。

在环境体系基础上，公司加强体系认证工作。截至报告期末，公司的28家啤酒工厂中已有23家啤酒工厂通过ISO 14001环境管理体系认证，占比达到82.1%。



## 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。



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

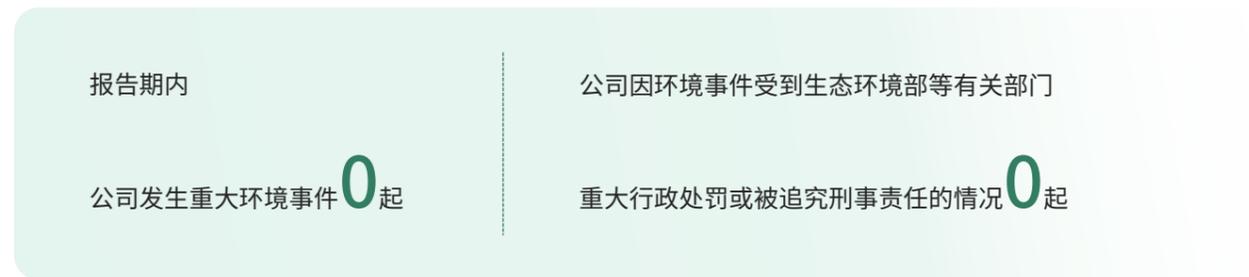
燕京啤酒建立了完善的环境风险评估制度，制定公司级《企业环境风险评价重要环境因素清单》。从法律法规、利益相关方、成本、频率等多个维度，对所有涉及议题进行全面的环境风险评估，评估涵盖生产作业、办公场所、消防设施等多个环节。为适应不断变化的内外部环境，公司每年对影响环境的风险因素进行更新，确保环境风险评估的时效性与准确性，并针对可能发生的环境风险事件进行及时预警，防范环境风险。

## 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。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，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28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家企业获得省级绿色供应链示范工厂称号。



公司通过探索可持续农业计划，在采购阶段加强可持续原材料的利用与管理。麦芽作为啤酒生产最主要的原材料，我们重点关注该关键原料的采购策略，积极寻求具备相应资质和能力的供应商。目前，我们的主要麦芽供应商粤海永顺泰（宝应）麦芽有限公司已通过国际第三方机构认证，是麦芽行业首家碳中和工厂。我们坚持从再生农业和可持续资源中采购原材料，提升农业生态系统韧性，降低自身产品碳足迹。我们的可持续农业计划已覆盖公司核心产品。

### 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（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	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		

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（包头雪鹿）股份有限公司	燕京啤酒（呼和浩特）有限公司

## 应对气候变化

公司深知气候变化带来的严峻挑战及其对业务的潜在影响，积极采取行动以应对这一全球性问题。为此，公司从治理、策略、风险管理和指标与目标等四大关键维度，全面构建气候管理体系。通过系统化的风险识别与分析，公司精准锁定气候相关风险点，并据此主动制定了一系列针对性的应对措施。这些措施旨在有效降低气候变化对公司业务的潜在影响，提升公司的气候适应能力与韧性，确保在应对气候变化的征程中稳健前行，为公司的可持续发展筑牢根基。

## 管治

燕京啤酒为落实应对气候变化目标，构建了清晰的组织架构与规范体系。公司制定专项管理制度，明确董事会负责气候相关影响、风险及机遇的管理审批，其下设ESG发展委员会负责相关行动的监督与推动，ESG小组负责协调推进相关政策及行动计划落地执行。同时，公司通过编制专项细则厘清各层级权责，为包含应对气候变化在内的ESG相关治理工作的高效开展提供明确规范与约束。

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。

2025年度上半年，燕京啤酒面向董监高共计开展了4次ESG相关主题培训。

（管治部分具体架构、职责及议事规则等信息，详见《燕京啤酒2024年度可持续发展报告》第44-46页）

4次ESG相关主题培训

## 策略

“应对气候变化”是我们的ESG重大性议题之一，燕京啤酒将气候变化战略深度融入企业ESG治理框架，在策略层面，公司以啤酒主业为核心，设定短（2024-2025）、中（2026-2030）、长（2031-2050）期气候行动

路径，短期对齐国家“十四五”节能减排规划，中期响应《2030碳达峰行动方案》，长期参考IPCC科学路径及巴黎协定目标，结合IEA净零排放情景（NZE）与国内政策，制定能源结构转型技术路线图。

## 风险管理

我们开展气候变化风险识别工作，结合自身所处行业和经营业务的特点，遵循“风险识别—风险评估—风险优先排列—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。

公司开展情景分析，系统梳理并识别了行业及公司运营中的实体风险和转型风险，形成了气候变化风险与机遇清单，其中包括2项实体风险、4项转型风险以及5项机遇，并评估这些风险及机遇在短期、中期和长期内对于公司的战略、商业模式等影响。针对不同类别的风险，我们提出了相应的转型计划及应对措施，配套相关资源，包括资金、人力和技术支持，保障计划的推进与监督，并追踪年度进展，以不断增强企业气候韧性。

同时，为构建有效的气候风险减缓和应对策略，燕京啤酒全面开展了气候变化相关的财务影响评估。公司依据香港联交所《气候信息披露指引》及国际可持续准则理事会《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，对物理风险（如极端降水、极热天气、极寒天气、干旱和水资源减少）和转型风险（如能源结构低碳化、碳定价机制和高排放与漂绿带来的声誉风险）进行了气候风险财务分析。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、商业战略的当期应对成本与预期财务影响。

（具体气候变化风险管理及财务影响评估内容，详见《燕京啤酒2024年度可持续发展报告》第47-60页）

## 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。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

### ● 产品碳足迹

燕京啤酒已开展核心产品U8系列的碳足迹测算工作，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，对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，每瓶/听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》，量化和评估生产过程中各环节的能源资源消耗和碳减排潜力，并制定相应的减碳行动计划与目标。公司目前正积极开展研究工作，旨在制定一套科学的统计方案，用以准确核算范围三温室气体排放，待方法及数据成熟后，将适时披露相关信息，我们期望在未来逐步完成更多产品的碳足迹测算，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。

### ● 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"> <li>在制冷机、空压机、蒸发冷减速机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。</li> </ul>
	工厂锅炉压力控制	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
	省煤器安装	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
	天然气锅炉改造	<ul style="list-style-type: none"> <li>将沼气锅炉、生物质燃料锅炉、燃煤锅炉改造为天然气锅炉。</li> </ul>
	污水处理技改项目	<ul style="list-style-type: none"> <li>引入磁悬浮鼓风机及相关智能化技术对污水处理厂的曝气系统进行技术升级和改造，降低污水处理过程中的能耗，提升处理效率。</li> </ul>
节能技术升级	采用新型节能煮沸技术	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>技改二次蒸汽热热器热水内部管道走向，单锅次可节约蒸汽约40kg。</li> </ul>
可再生能源使用	探索使用清洁能源	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>逐步提高绿电占比。</li> </ul>

库存管理优化	避免过度存储浪费	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过数字化技术实现库存的精准监控，合理控制库存水平，避免过度存储导致的资源浪费。利用成熟的仓储系统，全面实施库龄管理，按照先进先出原则严格管理，确保库存新鲜度及数据准确。</li> </ul>
温室气体回收	发酵环节二氧化碳回收	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
原材料及包装减碳	原材料采购	<ul style="list-style-type: none"> <li>燕京啤酒在选择关键原材料麦芽的供应商时，积极寻求具备相应资质和能力的供应商。目前，我们的主要麦芽供应商粤海永顺泰（宝应）麦芽有限公司已通过国际第三方机构认证，是麦芽行业首家碳中和工厂。</li> </ul>
	包装材料减碳	<ul style="list-style-type: none"> <li>燕京啤酒制定了完善的啤酒瓶回收管理体系，大力回收啤酒瓶，消毒清洗后投入生产使用，减少了大部分原生酒瓶产生的温室气体排放。</li> <li>燕京啤酒针对回瓶率较低的区域，积极推动轻量瓶的普及应用，成功减轻了玻璃瓶包装的重量。</li> </ul>
供应链协作减碳	供应商节能降碳	<ul style="list-style-type: none"> <li>在选择供应商过程中均考量绿色低碳要求。</li> <li>引导所有供应商使用能耗更低的设备和技术，建设光伏项目、储能项目、采购绿色电力和绿色蒸汽、叉车油改电减少排放、节能电机替代低能效电机等减碳措施和举措。</li> </ul>
	分销中心及零售商节能减碳	<ul style="list-style-type: none"> <li>在销售领域引导核心商店及分销中心使用或更换更节能的冷却设备以及使用无氢氟烃（HFC）制冷剂。</li> </ul>

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

燕京啤酒秉承资源高效利用理念，通过建立《能源节约管理制度》，系统推进能源、水、原材料等关键资源的集约化管理。公司针对啤酒生产特点，制定了涵盖水耗、能耗及碳排放的三年可持续发展目标体系，持续提升资源利用效率。

## 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，建立了一系列资源能源管理相关制度与标准化碳核算体系，通过年能耗数据分析，有效识别能源结构改进方向，逐步提升能源使用效率。

## 生产运营环节节能降碳

燕京啤酒在集团所有工厂建立了细致的能源消耗统计体系，旨在对生产过程中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。为有效降低生产运营阶段的能源消耗，公司旗下28家啤酒生产工厂均采取一系列行之有效的节能减排措施：

<b>设备变频</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
<b>压力调控</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
<b>工艺改进</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>酿造部门将传统过滤脱氧水制水升级为冷法脱氧制水技术，减少制水环节加热需求，有效降低电力消耗。</li> </ul>
<b>加装省煤器</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>

<b>设备更新</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>锅炉系统绿色转型升级，将原有的沼气锅炉、生物质燃料锅炉和燃煤锅炉全面升级为天然气锅炉，显著提高了能源利用效率，优化能源结构，减少了能源消耗。通过采用天然气这一更清洁、高效的能源，公司进一步降低了运营成本，提升了生产过程的环境友好性。</li> </ul>
<b>低压煮沸</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
<b>热能回收</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
<b>温室气体回收</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。报告期内，啤酒生产企业共计回收二氧化碳3.4万吨用于啤酒生产。</li> </ul>

经过上述举措的开展，2025年上半年，公司实现啤酒企业集团生产系统水消耗量同比节约671,313.1吨，电消耗量同比节约5,944,745.7千瓦时，汽油消耗量同比节约10,864.1升，柴油消耗量同比节约30,904.1升，天然气消耗量同比节约4,914,279.2立方米。

- 2025年上半年单位产品电耗同比下降4.76%
- 2025年上半年单位产品蒸汽耗同比下降11.06%

水消耗量同比节约	电消耗量同比节约	汽油消耗量同比节约
671,313.1吨	5,944,745.7千瓦时	10,864.1升
柴油消耗量同比节约	天然气消耗量同比节约	
30,904.1升	4,914,279.2立方米	
2025年上半年单位产品电耗同比下降		2025年上半年单位产品蒸汽耗同比下降
<b>4.76%</b>		<b>11.06%</b>

### ● 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。公司在所有核心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。

公司同时主动获取新能源指标，报告期内，集团8家工厂（燕京衡阳、江西燕京、福建惠泉、燕京昆明、燕京贵州、桂林漓泉、广东燕京、燕京玉林）安装分布式光伏绿电480万度，8家工厂（北京工厂、燕京衡阳、包头雪鹿、一分公司、燕京金川、燕京呼市、桂林漓泉、燕京玉林）采用直购绿电2,906万度，总绿电占比23.98%，累计有效减少碳排放2,657吨，为公司的绿色低碳转型提供有力支撑。

### ● 节能减碳文化打造

燕京啤酒围绕环境可持续发展开展环境日活动，通过主题活动强化管理者以及员工对“双碳”管理的理解，激发员工从生产流程优化、资源循环利用等方面深挖减碳潜力，助力集团可持续发展推进。报告期内，公司通过横幅、海报、培训、知识竞赛等形式覆盖全集团员工，开展了72场视觉宣传活动，36场专题培训，有效提升员工环保意识和参与度。公司将环保文化辐射至当地社区，开展了236场外部环保活动，覆盖社区服务、植树造林、校园宣传等多个领域。

#### 案例

#### 飞鹰计划—第五期生产系统安全&环境主管培训班

2025年4月，公司针对生产系统安全及环境主管开展培训班，内容涵盖环境合规、污水管理、节能降碳、综合能耗管理等主题，共48位主管参与了16门课程的学习，课程满意度评价均达90分（满分100分）以上。



## 物流运输环节节能降碳

我们将碳减排延展到产业链合作伙伴，在物流环节，通过优化路线、车队加大清洁能源车辆使用、提升装卸效率、运输托盘精细化管理等方式，减少物流、运输及装卸环节的碳排放。

#### 优化运输路线

公司针对物流网点加强管理，通过智能物流系统优化物流运输路线，增加干线物流发运量，减少支线发运量，减少运输里程，从而降低能源消耗和碳排放。

#### 加大新能源车辆使用

优先使用新能源车辆进行物料运输，减少碳排放。逐步淘汰燃油运输车辆，采购新能源车，推进场内“油改电”建设。

#### 提高车辆装载效率

集团统一调整工厂产品码垛标准，增加发运车辆单车装载率，减少发运车次降低碳排放，主要核心工厂已开始进行设备改造，提高码垛标准及装载率。

#### 强化托盘管理

通过统一托盘型号、建立集团调拨机制及探索租赁业务，实现托盘全生命周期精细化管理，解决旺季短缺与淡季闲置问题。同时推进瓶盖与塑料托盘联合运输项目，创新物流模式减少一次性木托盘使用，协同供应商实现资源高效利用与低碳运营。

#### 推进数字化物流信息系统建设

公司积极推进物流信息系统建设，通过数字化手段实现生产、仓储、运输及客户全流程协同管理，显著提升物流运营效率和管理水平，降低资源消耗。目前该系统已在河北、四川工厂成功运行，沈阳工厂即将完成实施，并计划在下半年覆盖金川、包头、广东等多个生产基地。

## 供应链节能降碳

燕京啤酒深知减碳工作需多方协同，与供应商紧密合作，共同推进减碳目标的实现，目前燕京啤酒旗下已有6家绿色供应链企业。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，并积极推动供应商建设光伏项目、储能项目、采购绿色电力和绿色蒸汽、叉车油改电减少排放、节能电机替代低能效电机等减碳措施和举措，在整个供应链层面掀起绿色减碳的浪潮。

#### 优选可持续认证原材料

公司加强对上游原材料供应商的优选，选择技术工艺水平先进，单位产品综合能耗低，碳排放水平低的供应商，优先采购通过环保认证的麦芽、大麦及啤酒花等原材料，严格筛选供应商，确保其符合可持续生产标准，从源头保障供应链的绿色低碳属性。

### 推动低碳农业生产

公司通过支持节水灌溉、保护性耕作及精准施肥等低碳农业实践，减少原材料种植环节的碳排放，同时提升土壤固碳能力。

### 绿色采购策略

公司实施绿色采购策略，尽量从本地供应商处采购原材料，减少运输距离，从而降低运输过程中的碳排放。

### 数字化转型赋能

公司大力推进数字化转型，通过数字化技术赋能订单需求预测、物料精准匹配、排产计划优化、生产执行监控以及物流配送管理等关键环节，实现整体生产供应链的全面升级。在此过程中，供应链协同效率显著提升，通过路线优化与智能调度，有效减少库存积压与浪费，提高设备及人员效率，降低运输成本与能源消耗，全方位增强运营效能与管理精度，为公司可持续发展筑牢根基。

### 制冷设备采购与管理

- ◆ **制冷设备管理：**要求所有门店中使用的冰箱、冰柜等制冷设备，均使用节能环保类机型，配备温度自动调节系统，设定冷藏区 $4\pm 1^{\circ}\text{C}$ 、冷冻区 $-18\pm 2^{\circ}\text{C}$ ，确保高效制冷的同时减少能源浪费。
- ◆ **制冷剂与化学品管理：**禁止所有门店的制冷设备使用不符合国家环保标准的制冷剂，门店内机器及杯具清洗均选用无磷生物降解配方洗涤剂，减少对环境的影响。

### 门店运营阶段的节能措施

- ◆ **智能监控：**通过商用电表实时监测所有门店能耗，异常用电自动报警或断电，确保能源使用在可控范围内。
- ◆ **行为规范：**要求营业结束前30分钟关闭非必要设备，避免过度耗能。

## 配送中心/门店运营节能降碳

公司直接运营的配送中心/门店为“燕京社区酒號”。公司在其运营过程中深入贯彻绿色发展战略，通过一系列创新举措和严格标准，不仅在“燕京社区酒號”建设阶段采用节能材料和技术，还在日常运营中实施智能监控和行为规范，全方位降低能源消耗和碳排放，为实现绿色运营目标奠定了坚实基础。

### 门店建设阶段的节能措施

- ◆ **建材选择：**在所有门店装修中，墙体采用发泡水泥保温层，相比传统材料节能30%。同时，要求使用环保材料，避免环境污染和材质浪费。
- ◆ **照明系统：**所有门店建设所需灯材均采用LED光源，提高照明质量的同时显著降低了能耗。

## 可持续用水

燕京啤酒始终严格落实《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。

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28家啤酒生产工厂分别拟定了个性化水耗三年规划目标，以此全面带动整个公司朝着节水目标稳步迈进。

### 水资源管理架构

燕京啤酒将水资源管理融入公司可持续发展治理架构。公司环境、社会及公司治理（ESG）发展委员会由总经理担任主席成员，负责监督水资源相关管理战略的制定及实施，以及水资源绩效目标的设立与达成情况。副总经理作为公司环境、社会及公司治理（ESG）发展委员会核心成员，负责指导并监督水资源管理战略的细化落地与日常绩效管控。各分子公司对水资源使用情况进行日常监测和记录，并由分子公司管理层统计整理后定期向环境、社会及公司治理（ESG）发展委员会汇报，为公司水资源相关战略和目标制定提供依据。

## 水资源风险评估与应对

在水资源战略规划层面，燕京啤酒持续完善水资源全生命周期管理体系。公司系统评估水源地地理位置、水资源本底条件及动态变化趋势，将水资源要素作为工厂选址的核心决策指标，通过3-5年中期前瞻性评估确保生产用水长期稳定性。目前公司已构建市政供水、地表水取水、地下水取水三位一体的双水源供给体系，有效规避因水资源短缺引发的供应风险，且未识别出由极端气候或降水匮乏导致的重大供应风险。

在水质安全管控方面，公司建立《最低取样计划》并严格执行《GB5749生活饮用水卫生标准》，形成覆盖水源水43项常规指标、54项扩展指标的三方外检机制。针对酿造水、反渗透水、稀释水、软化水等不同用途的生产用水，分别制定27项、8项、28项、2项理化指标及感官品评的双向监控体系，配套建立16项水检测分析方法文件确保标准落地。集团下属企业目前已完成全部水源水三方外检，2025年，对水源水21项关键指标开展自主监测，所有检测结果均符合国家标准要求，持续保障啤酒生产用水质量安全。

## 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28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。

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。

为系统推进水资源高效利用，集团以2024年啤酒生产单位产品耗水量3.8千升水/千升酒为基准，制定“三步走”水耗管控战略目标：



我们已在《燕京啤酒2024年度可持续发展报告》中披露2024年水相关的关键绩效指标：

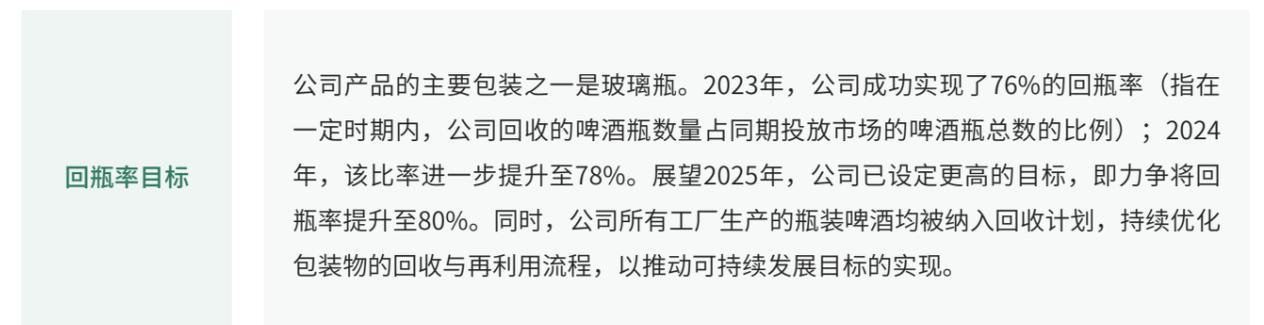
关键绩效指标	单位	2024年
取水总量	立方米	17,764,156.40
排水总量	立方米	12,351,775.46
耗水总量	立方米	5,412,380.94
水资源消耗强度	立方米/万元营收	3.69
啤酒生产单位产品耗水量	千升水/千升酒	3.80
循环用水量	兆升	4,476.59

报告期内，集团水资源管控工作按计划稳步推进，单位产品耗水量降至3.4千升水/千升酒，下半年将持续优化水资源管理策略，冲刺全年目标。

## 原材料及包装物管理

燕京啤酒基于减量化(Reduce)、可重复利用(Reuse)、可循环(Recycle)、可再生(Recover)和可降解(Degradable)的循环经济“4R+1D”指导原则，制定了“绿瓶轻启，酿造未来”绿色包材战略，旨在减少产品包装对环境造成的影响。为落实这一战略，燕京啤酒搭建了回收处理体系，通过设立回收目标、拓宽回瓶渠道、实施瓶源分级管理等措施，致力于提高资源使用效率。针对回瓶率低的瓶型，燕京啤酒将包装轻量化作为战略重点，积极探索包装材料的轻量化、减量化设计方案，从源头上降低包装材料对环境的负面影响。同时，燕京啤酒在所有工厂大力引入可回收包装，确保公司的可回收包材与废弃物能得到切实回收。此外，公司还主动与供应商开展深度合作，共同进行包装废弃物的收集、加工处理或再生产，携手探索绿色包装的发展之路。

为提升包材回收利用率，公司制定了明确的“绿色包装目标”：



### 包装物中回收 或可再生材料 含量的目标

公司已设立长期目标，确保所有产品的包装材料中可再生物料占比逐步提高。可再生包装材料包括玻璃瓶、易拉罐、纸箱、标签、拉环盖、皇冠盖、热缩膜、缠绕膜等。

## 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。

### 推广轻量瓶的应用：

燕京啤酒针对回瓶率较低的区域推动轻量瓶的普及使用，成功降低了玻璃瓶包装的重量，减少了原材料的使用。轻量瓶已累计覆盖公司10家核心生产工厂。在报告期内，公司积极推进轻量化包装策略，轻量瓶使用量显著提升，达到3,595万只，与传统普通瓶相比，这一举措有效减少了玻璃原材料的消耗，共计节约2,256吨；同时，通过降低玻璃生产过程中的能源消耗，公司成功减少了约136万立方米的二氧化碳排放。

### 增强包材可回收性：

报告期内，燕京啤酒通过优化包装设计和材料选择，逐步替换部分传统包装材料。例如，公司已将部分塑料包装材料替换为纸质等可回收材料。这一举措不仅提高了包装材料的回收利用率，还有效减少了生产过程中的污染物排放，进一步推动公司可持续发展目标的实现。

### 优化商标设计：

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，有效减少标签材料的使用。

截至报告期末，燕京啤酒的轻量瓶计划已成功在十家工厂实施，涵盖的包装类型广泛，包括276毫升白色酒瓶、276毫升棕色酒瓶、500毫升白色酒瓶、500毫升棕色酒瓶等在内的21种不同瓶型。下一步，公司计划结合不同

区域和渠道回瓶特点实施差异化替代：针对回瓶率较低的场景，如夜场的小瓶酒和销量较低的小品种酒，积极引入轻量瓶替代可回收玻璃啤酒瓶，既能降低用瓶成本，又能提升产品形象；对于回瓶困难的市场，像远离生产基地的流通市场和山区地形，轻量瓶凭借自身优势，可有效降低用瓶成本；在新产品开发与推广方面，先用轻量瓶进行市场测试，若市场反应积极，再考虑转用可回收瓶生产，实现环保与市场效益的平衡。

### 案例

#### 燕京啤酒纸箱厂智能模切设备升级固废减排

燕京啤酒纸箱厂积极践行绿色制造理念，于2024年启动“纸箱智能模切生产线”升级项目，引入高精度智能模切设备，通过技术优化，将原纸使用幅宽从1,010mm调整至995mm，原纸利用率提升2%，同时提高模切精度，从源头减少废纸产生。

### 案例

#### 燕京啤酒推广使用轻量瓶

燕京啤酒识别到偏远地区存在回瓶困难的问题，金川工厂向新疆和陕甘宁地区发货时，特推出了500ml U8轻量化瓶型，瓶重从400克减少到275克。报告期内，在该销售链路中共使用了170万只该类型瓶，减少了10.8万立方米的二氧化碳排放；

此外，玉林工厂针对出口酒，推行500ml冰花白轻量化瓶型，瓶重从425克降低至335克。报告期内共使用107万只轻量瓶，减少了4.9万立方米的二氧化碳排放。

## 包装物回收利用

燕京啤酒致力于通过优化包装物回收循环利用体系，实现资源节约与环境保护的双赢。公司制定了全面的包装物回收策略，涵盖可回收玻璃瓶、不锈钢扎啤桶、塑料托盘和塑料箱等多种包装材料。通过与经销商和专业瓶商紧密合作，建立严格的瓶源分级标准和高效的回收管理机制，旨在提高包装物的循环利用率，降低新包装物的采购成本，同时减少生产过程中的资源消耗和环境污染。

### ● 瓶源分级与宣传推广

公司生产中心质量部已制定详细的瓶源分级标准，将啤酒瓶分为四个等级：一级新瓶/预洗净瓶、二级原包装瓶、三级非原包装瓶和四级拒收废瓶。为确保分级标准的有效执行，公司印发了瓶源分级宣传海报，并要求所有

经销商理瓶点、瓶商理瓶点和企业瓶场理瓶及验收点必须张贴宣传画。2025年，公司实地前往各分公司瓶场、经销商和瓶商处进行现场抽检和专项检查，确保分级标准落实到位。通过现场检查海报张贴情况、询问和讲解分级标准，将回瓶分级动作前移，从源头保证瓶子符合标准，减少不合格瓶子流入工厂。

### ● 清洗流程优化

公司根据瓶源分级标准，对不同等级的瓶子实施差异化的清洗流程。一、二级瓶优化清洗流程，在保证清洗效果的同时减少水、蒸汽和清洁剂的使用；三级瓶加强清洗；四级瓶则直接拒收。这一策略不仅提高了资源利用率，降低了清洗成本，还减少了水资源消耗、能源浪费和化学清洗剂的使用量，进而减少污水排放，对环境保护产生积极影响。

### ● 回瓶预洗推广

公司计划将三级瓶全部进行预洗，以降低生产线洗瓶能耗和压力，减少因瓶源问题导致的脏酒投诉。通过推广回瓶预洗，进一步优化清洗环节，提升生产效率和产品质量。

### ● 回收管理与绩效考核

公司采取以经销商回收为主，辅以专业瓶商回收的策略，提升瓶子回收量和循环使用次数。2025年，公司进一步细化考核指标，要求各企业负责人签署回瓶率目标，将其纳入年度绩效考核体系。通过分析每月各分公司的瓶子回收数据，精确识别问题区域，并对回瓶率较低的市场实施重点监督。公司还联合分公司市场部和工厂回收人员深入市场一线，共同解决回瓶难题，根据各分公司的实际情况制定针对性解决方案并逐一实施，显著提升了回瓶率，有效减少了新瓶的采购成本。

报告期内，集团玻璃瓶总回收量为203,633.93万只，回瓶率同比增长4.35%，相当于多回收旧瓶12,961.85万只，有效降低新瓶消耗，减少资源浪费。

集团玻璃瓶总回收量为203,633.93万只

相当于多回收旧瓶

回瓶率同比增长 **4.35%**

**12,961.85** 万只

## 严格污废管理

燕京啤酒高度重视污染物与废弃物管理，严格遵循《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《危险废物贮存污染控制标准》等法规，践行环保原则，力求最大限度降低生产运营对生态环境的影响，着力打造资源高效循环的可持续发展模式。

## 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。

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。

废气达标排放率 **100%**

一方面，公司安装了高效的废气处理设备，如脱硫脱氮装置和活性炭吸附箱设备，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。

## 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。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。

### 不同废弃物处置方式



#### 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《危险废弃物转移记录》，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。

## 生态系统与生物多样性保护

燕京啤酒积极投身生态系统与生物多样性保护，要求各工厂在新建、改建及扩建项目中，主动规避生态敏感区域，探索采用低生态影响方案，以减少生产对周边环境的负面影响，实现经营与生态保护协调发展，彰显绿色发展责任担当。

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。

2025年，公司持续围绕环境可持续发展开展环境日活动，通过积极组织员工开展社区服务、植树造林、校园宣传等活动，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。



#### 案例

2025年世界环境日：带动员工、承包商、社区一同行动

2025年，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。报告期内，公司共计组织263项活动，共有员工27,173人次、承包商2,502人次参与到了环境日活动之中。

##### 工厂内环境宣传

26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；5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

14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。16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。

##### 生物多样性保护实践

8家工厂通过开展植物识别挂牌、湿地公园清洁、海报张贴等生物多样性保护活动，改善生态环境，提升员工生态保护意识。9家工厂开展了植树活动，从实践层面推动生态环境的优化。

##### 垃圾清理及分类

10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

2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；7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 凝聚价值

燕京啤酒以研发创新为核心、质量安全为底线，精准洞察市场需求，以优质的产品和服务为客户带来高质量的消费体验。我们将客户权益置于首位，恪守负责任营销原则，并建立可持续供应链，保障数据安全，携手合作伙伴共同迈向行业可持续发展未来。



## 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力度，围绕研发管理、成果转化、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，打造公司坚强科技软实力。

## 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，通过完善研发管理制度、建设技术研发中心、培养研发人才队伍，为开展研发工作和落地创新战略提供了全方位保障。

燕京啤酒已制定《研发项目管理制度》《科技创新成果奖励管理办法》等一系列管理制度，持续规范产品研发创新管理，并以实际奖励激发科创人员的创新动力。公司为研发项目搭建了一套全流程管理程序，覆盖了策划、立项、执行、验收、后评价等项目全周期的各个节点，形成研发管理闭环。

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，帮助工厂实现技术升级。为此，燕京啤酒建立技术研发中心，并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。



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，并以“老带新”与“战代训”的培养模式提升团队整体效能，形成一支结构合理、能力突出的创新团队。

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，积极开展规范化管理，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。

### 案例

#### 亮相中国北京国际科技产业博览会，展示产品研发成果

2025年5月，第二十七届中国北京国际科技产业博览会在国家会议中心盛大开幕。燕京啤酒携三大酒类系列产品——燕京U8、燕京V10、鲜啤2022全国大单品，燕京9號原浆鲜酿系列及狮王精酿系列，以及倍斯特汽水、纳豆饼干等产品亮相，覆盖酒饮、汽水、食品等多个产品类别，全面展现了公司在科技创新、产品研发及多元化布局上的最新成果。

## 知识产权保护

燕京啤酒重视对知识产权的规范管理 with 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。报告期内，公司新增授权发明专利2项，实用新型26项。目前，公司已累计拥有有效发明专利107项，实用新型288项，有效专利总数551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。

<p>2025年上半年度目标</p> <p>市场抽查样品合格率</p> <p><b>100%</b></p>	<p>重大食品安全事故</p> <p><b>0</b>起</p>	<p>当前完成情况</p> <p><b>已达成</b></p>
--	----------------------------------	---------------------------------

## 产品质量管理

燕京啤酒重视产品质量保障和提升，严格遵守《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《产品检验管理制度》《超标和不合格产品管理制度》等内部管理制度，强化产品品质管控。

公司持续推进各工厂的质量管理体系认证工作，获得外部认可，提升市场竞争力。截至报告期末，燕京啤酒共有24家工厂取得质量管理体系认证证书，24家工厂证书持续有效。

<p><b>24</b>家</p> <p>工厂取得质量管理体系认证证书</p>	<p><b>24</b>家</p> <p>工厂证书持续有效</p>
---	-----------------------------------

关键绩效指标	单位	2025年上半年度
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

燕京啤酒从多个方面着手提升产品质量，聚焦自身生产过程中的关键节点，并对供应商实行系统化管控，采取全方位措施保障合格产品供应。

### ● 基层产品质量把关

为了进一步完善生产过程的质量管理，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，有效控制不合格产品流入下一工序及市场，提高出厂产品的质量水平。

### ● 产品质量检测

燕京啤酒制定了完备的质量检测程序，严格监控进厂原料和出厂产品的质量。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。

### ● 产品质量审计

2025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。

#### 完善质量体系审计标准

梳理并完善了质量体系审计标准4.0版，其中新增标准123条；完善1+5（应知应会、课件、试题库、案例、模板等）内容158项；

#### 提升质量审核能力

建立质量审核应知应会试题库，组织质量审核人员参与资质培养，并辅导各地工厂开展质量审核工作；

#### 实施质量审核

制定18项质量审核，规范质量审核流程要求；报告期内顺利完成2,156条质量审核计划。

### ● 供应商质量管理建设

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、质量培训、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，为产品质量提供进一步的保障。公司在供应商准入阶段对供应商开展现场检查，严格检验供货样品的质量，并设置新供应商试用期，以确保供应商供货质量稳定可靠。公司针对不同类型的采购物资制定对应的验收质量标准，作为进厂验收时的评价依据，及时退回不符合质量标准的物资，并将验收质量评估结果纳入供应商的月度和年度评价中。2025年，公司整合实验室信息管理系统（LIMS）和数字化采购管理平台（SRM），提升供应商供货质量检测效率，强化供应商质量管控。

公司与供应商保持充分沟通，并通过能力提升项目或其他合作方式帮助供应商改进供货质量水平。公司针对供货供应商每年集中培训供应商审计标准和原材料质量控制的相关内容，并针对新供应商、新工艺或突发质量问题增加临时培训。培训以线上线下相结合的方式开展，2025年上半年培训完成率100%。

## 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》《GB14881 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，规范食品安全管理，严防食品安全事故的发生。

为了保障食品安全管理的良好实施，燕京啤酒成立了食品安全管理委员会与食品安全办公室，并在各层级配备专门的监管人员，从食品安全总监到食品安全员逐级明确责任，确保责任落实到人。

2025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3.0》，建立《良好操作规范（GMP）管理手册》和《前提方案（PRP）管理手册》，明确对于食品安全管理及关键控制点（CCP）管理的要求；建立《食品安全风险检查审核程序》，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，标准化并持续改进。



● 产品安全管理措施

2025年，燕京啤酒通过审查与改进、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。

<p>产品安全审计</p>	<p>燕京啤酒定期开展专项审计工作以监控产品安全，并通过系统性的检查和评估识别潜在的管理提升项，完善食品安全管理体系。</p>
<p>员工产品安全宣贯</p>	<p>公司每年对全体员工进行食品安全培训，并要求食品安全总监和食品安全员每年培训时长不少于40小时。各工厂制定年度培训计划，每年对全厂员工开展至少一次良好操作规范（GMP）的培训。</p>
<p>供应链端产品安全管控</p>	<p>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。</p>
<p>产品安全应急处置管理</p>	<p>燕京啤酒建立了完善的产品安全应急处理机制，设置了专门的程序和食品安全工作组。事故发生时，工作组将及时制定应急预案和产品召回处理方案，力争对产品安全事件快速反应。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。</p>

关键绩效指标	单位	2025年上半年度
因产品安全和健康问题回收的产品百分比	%	0

## 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，燕京啤酒秉持负责任营销原则，传递理性的饮酒理念，致力于引导消费者以健康的方式享受燕京啤酒带来的愉悦与美好。

## 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。

客户服务基本原则：

客户至上 快速响应 信息共享 持续改进



● 客户服务管理体系及能力提升

燕京啤酒已制定《经销商客服管理制度》并建立客服质量监控体系，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，稳步提升客服团队业务能力。

## 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《产品售后服务管理制度》《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，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

燕京啤酒从客户的真实需求出发，创建多元化的投诉渠道，竭力降低投诉门槛。公司组建专门的接诉即办团队，实行7×24小时工作制度，并规范投诉分类、信息报表、处理要点等内部流程，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。



## 秉持责任营销理念

燕京啤酒牢记社会责任，深刻认识到营销活动对于消费者行为的引导作用。公司严格遵守营销规范，保护消费者的合法权益，注重消费者的健康福祉，积极倡导理性饮酒观念，坚决抵制过度饮酒及未成年人饮酒等不当行为，致力于传播文明、健康的啤酒文化。

## ● 营销管理

燕京啤酒高度重视营销活动的社会影响，确保营销行为符合负责任营销理念。公司遵循《中华人民共和国广告法》等相关法律法规，制定了《品牌管理制度》《市场营销管理制度》《经销商管理制度》等管理制度，并通过官网发布《负责任营销政策》，根据日常工作需求开发营销标准化执行手册，覆盖了从包装设计到产品传播方式的营销全流程，以规范和指导各类营销工作。

我们明确要求产品包装和宣传资料必须标注理性饮酒提示语，禁止出现夸大宣传和诱导不良饮酒行为的表述。公司严格执行产品包装和宣传资料的审批流程，所有相关材料均须经过法务合规部、技术研发中心等部门审核后，方可投入使用，确保宣传信息准确透明。公司密切关注广告营销法规的变动并及时调整产品包装和宣传材料的审核标准，以降低宣传用语和商标的合规及法律风险。

燕京啤酒同样重视销售渠道的营销管理，并制定了《经销商管理制度》以明确公司对于经销商行为的要求。公司与经销商的合同中包含了《燕京啤酒经销通则》等规范市场行为的条例，向经销商传达了公司对于负责任营销行为的标准，严防经销商出现不合规行为。公司持续优化电商平台的营销行为，在电商页面中增加理性饮酒的宣传提示语。2025年，公司对电商渠道的店铺页面进行检查和整改，实现电商页面理性饮酒文案全覆盖。

## ● 负责任营销审计

为规范营销策略执行和市场运作，公司将负责任营销审计整合进公司定期审计工作中，并视情况开展专项营销审计。审计过程中，公司会对各部门及分子公司的负责任营销政策执行情况、公平竞争原则执行情况、合规广告宣传情况等进行全面、客观、独立的审查和评估。审计工作完成后，公司要求各部门及分子公司在规定时间内整改识别出的问题项，并报告整改情况和成果。报告期内，公司完成2次涵盖负责任营销的审计，覆盖2家分子公司，已整改全部识别出的问题。

## ● 负责任营销培训

燕京啤酒建立了覆盖全体员工和各销售渠道的负责任营销培训体系，在营销法规解读、理性饮酒方式、客服沟通技巧等与营销工作紧密相关的议题上定期对员工和销售渠道团队进行培训，强化公司内外部人员对于负责任营销的认知和理解，全方位提升公司营销实践水平。报告期内，公司进行了以下负责任营销方面的培训工作：

向全体员工和经销商发放《关于规范酒类广告宣传行为的通知》，介绍了某店因诱导不健康饮酒的宣传行为受到责令整改的案例，巩固了员工和经销商的营销合规意识；

开展2次针对营销团队的负责任营销专题培训，涵盖广告法合规要点、品牌传播规范、负责任营销理念和执行等内容，培训覆盖率达100%；

持续优化经销商客服团队培训内容，增加客服提醒顾客理性饮酒的沟通技巧。

● 倡导理性饮酒

燕京啤酒始终倡导适度、理性饮酒的健康理念，在品牌传播、产品开发和员工宣贯中贯彻落实《负责任营销政策》，通过自身的市场营销和宣传活动强化消费者对于理性饮酒方式的认知。

<p><b>无醇&amp;低度产品推广</b></p> <p>为了进一步倡导适度饮酒，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，向消费者提供能够减少或避免酒精摄入的饮品选项。</p>	<p><b>传统节日营销倡导</b></p> <p>在春节等传统节日期间，燕京啤酒通过结合节日营销，主动向公众传递健康、负责任的饮酒理念。</p>	<p><b>多渠道重复提示</b></p> <p>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，并确保提示语视觉突出。</p>
--	---	--

<p><b>产品包装标签</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>过量饮酒 有害健康</li> </ul>	<p><b>公司网站入口</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>设置年龄访问提示</li> </ul>
<p><b>公司网店店铺详情页</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>未成年人请勿购买酒类产品</li> <li>孕妇请勿饮酒</li> <li>酒后请勿驾车</li> </ul>	<p><b>TVC、KV、印刷品等宣传物料</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>未成年人禁止饮酒</li> </ul>



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

关键绩效指标	单位	2025年上半年度
员工负责任营销培训覆盖率	%	100

# 可持续供应链

可持续的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ESG风险管理，要求供应链合作伙伴遵守公司在负责任采购、环境保护、安全管理等各个领域的相关政策，持续提升供应链ESG管理能力，并通过数字化手段整合上下游资源，与供应商伙伴紧密协作，构建高效协同、可持续共赢的价值链生态。

## 供应链风险管理

燕京啤酒制定了《采购管理制度》《供应商管理制度》，并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》，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。

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。

### ● 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，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。报告期内，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：中国大陆地区供应商进口麦芽受到国际贸易政策影响

对于识别出的风险，燕京啤酒妥善采取风险应对策略。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 - 紧跟政策变化，保障原料供应

密切关注进口麦芽运输路线周边的国际局势和相关国际贸易政策的变化情况，出现风险时及时采取预警行动

根据风险评估情况，灵活调整原料麦芽库存，保障生产的连续性

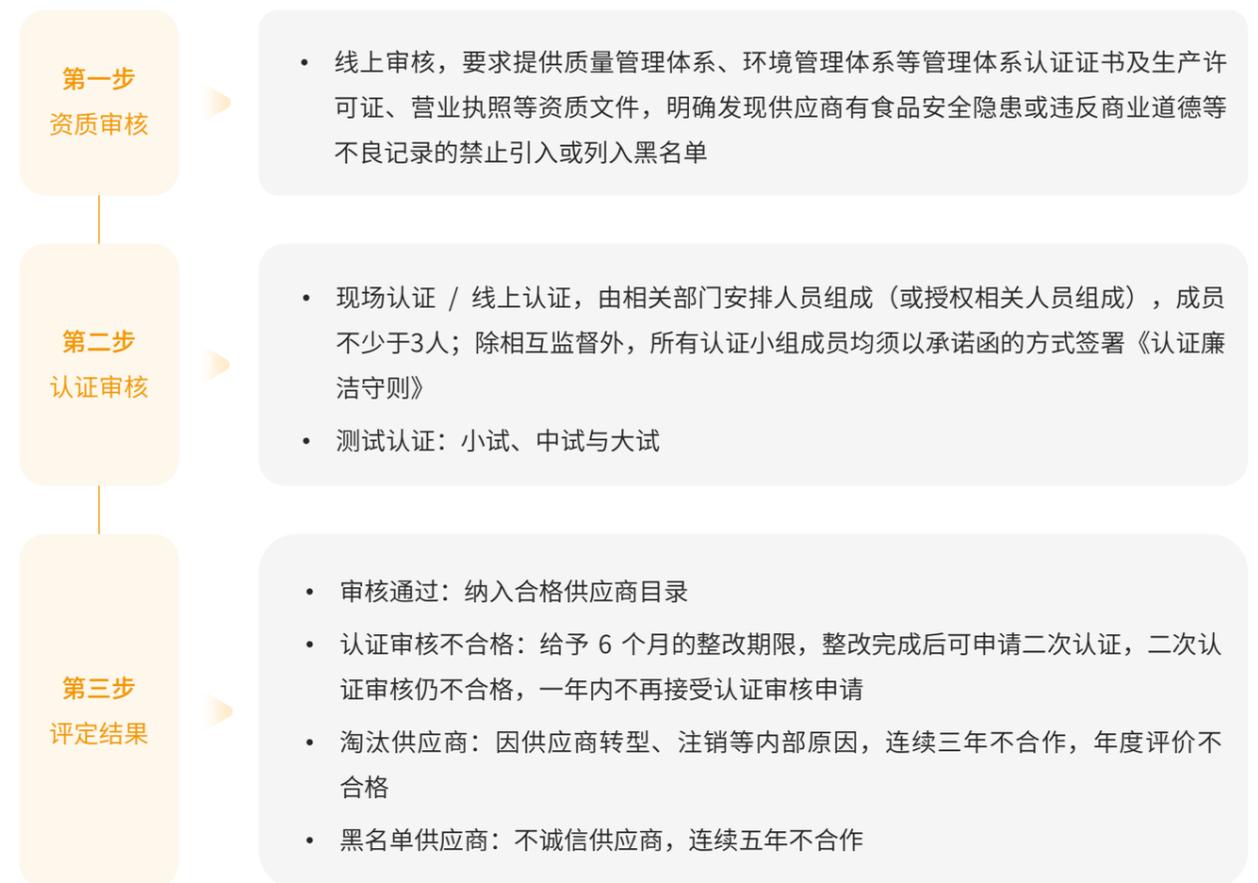
评估其他麦芽品种的酿造性能，制定原料替代方案，以应对实际发生时导致的进口麦芽供应不足

## 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，对供应商执行严格的准入和分级管理机制，与供应商共同确保供货品质优良，保障公司供应链稳定高质量发展。

### ● 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，确保公司供应链稳定运行。



关键绩效指标	单位	2025年上半年度
供应商总数	家	1,219
按地域分布划分的供应商数量	中国大陆地区供应商	1,219
	中国港澳台地区及海外供应商	0

## 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；同时公司坚持对供应链进行数字化建设，加速构建智慧采购生态，努力实现公司数字化采购管理平台（SRM）全线应用，以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

01



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

持续将 ESG 指标纳入供应商准入要求



02

03



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

积极使用本地供应商，赋能地区发展等多重行动



04

供应商绩效是衡量供应链ESG表现的关键。2025年，公司数字化采购管理平台（SRM）引入了一套全面的供应商评估体系，涵盖环境、社会及治理的多个维度。该体系定期评估和反馈供应商绩效，并通过设立目标与奖励机制激励供应商持续改进，推动供应链的可持续发展，为实现更加绿色、公平、透明的商业环境贡献力量。

关键绩效指标	单位	2025年上半年度
ISO 9001 质量管理体系认证	家	495
ISO 14001 环境管理体系认证	家	312
ISO 45001/OHSAS 18001 职业健康安全管理体系认证	家	248

### ● 供应商分级管理

燕京啤酒根据《燕京啤酒生产物资供应商管理办法》，设置了供应商分级标准，依据分级标准划分为战略供应商、优秀供应商和一般供应商，并在合同授予时优先赋予战略供应商、优秀供应商一定权重。此外，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，持续监督供应商绩效表现，保障供应链的发展韧性。

在供应商考核评分中，燕京啤酒使用多维度考核。经过考核，90分以上可参与战略供应商评审，低于90分且85分以上可参与优秀供应商评审，低于85分且60分以上评定为一般供应商，低于60分则成为淘汰供应商或需要重新认证。



供应商分级评分制度

评价条件		供应商分级			
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符合等违规行为嫌疑	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				
	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				
	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	至少符合3项	至少符合2项	/	/
	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，在提升运营效率的同时，系统性贯彻ESG管理理念。2025年，随着SRM的上线和推广应用，公司实现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。



数字化采购管理平台（SRM）示意图

# 数据安全守护

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、管理规范化。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，让信息安全管理工作常态化与规范化，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。

### 2025燕京啤酒软件正版整改举措

#### 成立领导小组

- 成立软件正版化工作领导小组
- 组长：党委书记、董事长

#### 建立正版软件台账

- 建立并动态更新软件使用台账
- 严格采购流程，确保正版来源透明



#### 强化员工正版意识

- 宣贯渠道：微信群、工作例会、梯媒、宣传栏等
- 开展软件正版化工作培训

#### 成立监督小组

- 建立健全软件正版化相关规章制度
- 成立监督检查小组，定期检查各部门的软件使用情况
- 每月定期使用正版化检测工具检查



# 关怀 铸就成长

燕京啤酒始终秉持“以人为本”的发展理念，将员工成长与发展置于核心位置。公司通过七大模块的系统化建设，构建覆盖基础、保持和改善三大层级的人力体系。该体系通过优化人才政策、创新管理机制与流程，持续提升组织效能、激发人才活力，为企业高质量发展提供了坚实的人才保障。

5 性别平等



8 体面工作和经济增长



## 保障员工权益

燕京啤酒以健全的员工权益保障机制为基石，打造包容开放的组织文化，搭建公平竞争的发展平台，促进员工与企业的协同发展。

### 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，截至报告期末，燕京啤酒京内企业残疾人员工127人，占员工总数的2.74%。

公司积极为残疾人提供多元化就业机会，截至报告期末，

燕京啤酒京内企业残疾人员工 **127** 人，占员工总数的 **2.74%**。

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。截至报告期末，公司员工总人数20,500人，员工劳动合同签订率100%。

截止报告期末，公司员工总人数 **20,500** 人

员工劳动合同签订率 **100%**

## 完善的薪酬管理体系

燕京啤酒持续完善薪酬管理体系，严格遵守法律法规及规范性文件的要求，制定并施行《薪酬管理办法（试行）》等内部政策。在薪酬设置方面，公司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

2025年，公司以召开2024年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”执行等情况，向职工通报。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，认可公司奖罚分明，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，新增职工入职周年关怀礼品、企业年金等福利。

### ● 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

# 助力人才发展

燕京啤酒重视员工职业发展，通过构建完善的职业发展通道和系统的培训体系，为员工提供全方位的成长支持。公司采用线上线下相结合的培训模式，建立公平透明的晋升机制，重点培养青年管理人才，实现员工个人价值与企业价值的共同成长。

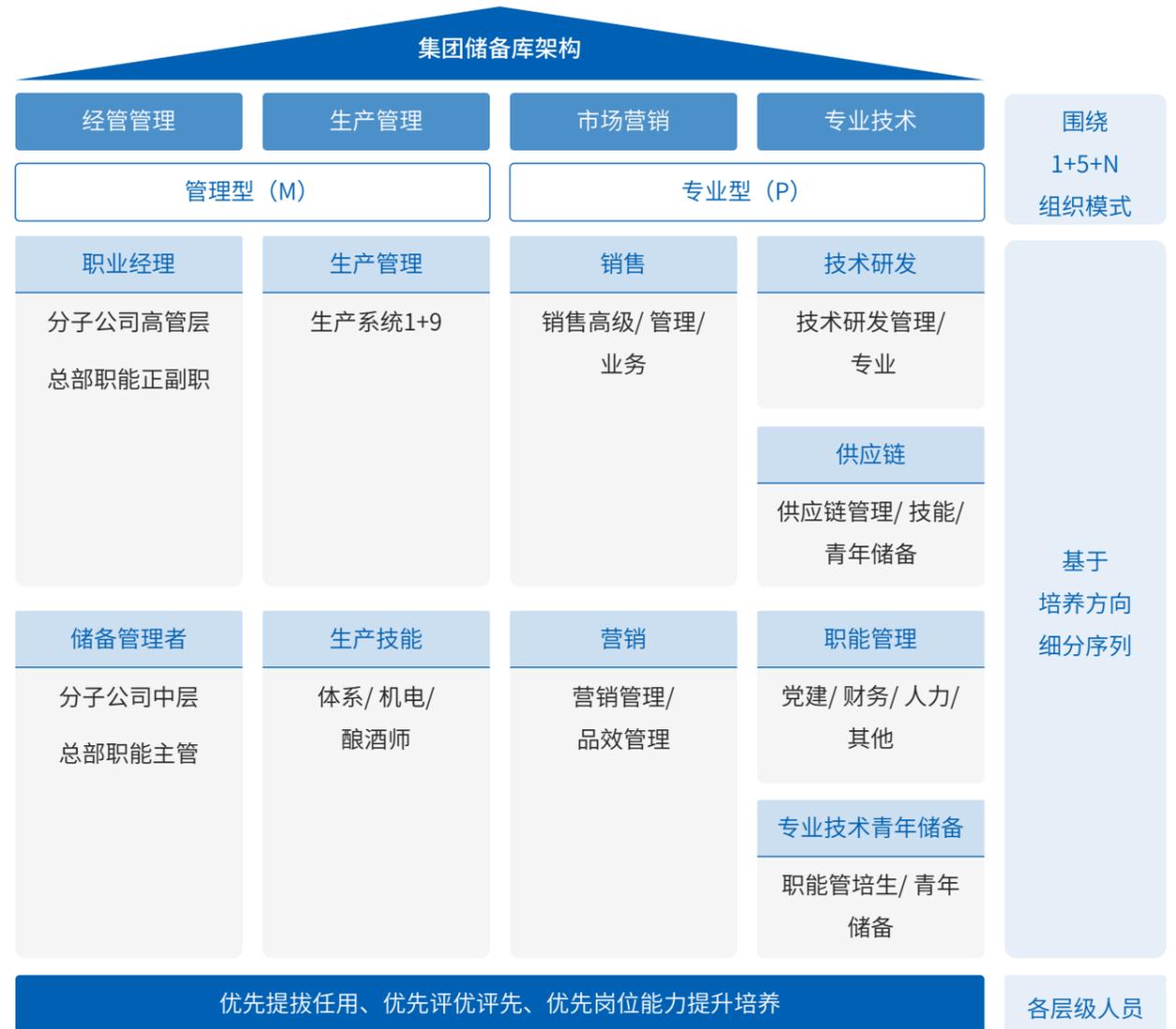
关键绩效指标	单位	2025年上半年度
员工培训支出金额	万元	345
员工培训总人次	人次	155,072
员工培训总时长	小时	98,829



# 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，公司科学设定课程占比，确保培训贴合战略与岗位需求；明确中层干部年度需完成90小时线上学习，以此推动培训体系与“十百千工程”融合，通过规范执行与效果转化落地人才培养计划。



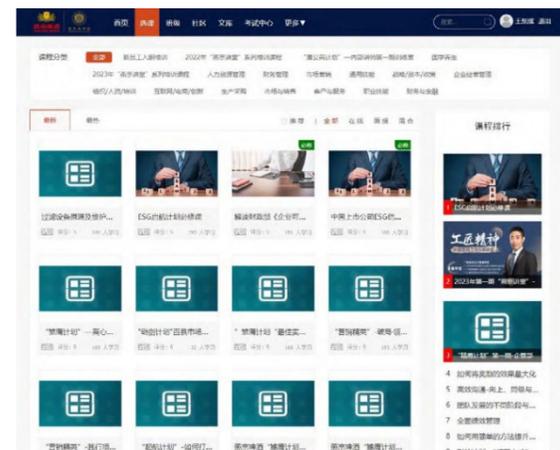
## 多元培训体系

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	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
	培训内容与方式	<ul style="list-style-type: none"> <li>线上培训依托燕京学习平台，员工利用碎片化时间学习；覆盖管理与技术领域，匹配员工职业发展目标。</li> </ul>
	人才库管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
	纵横结合	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
	ESG培训	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>

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。

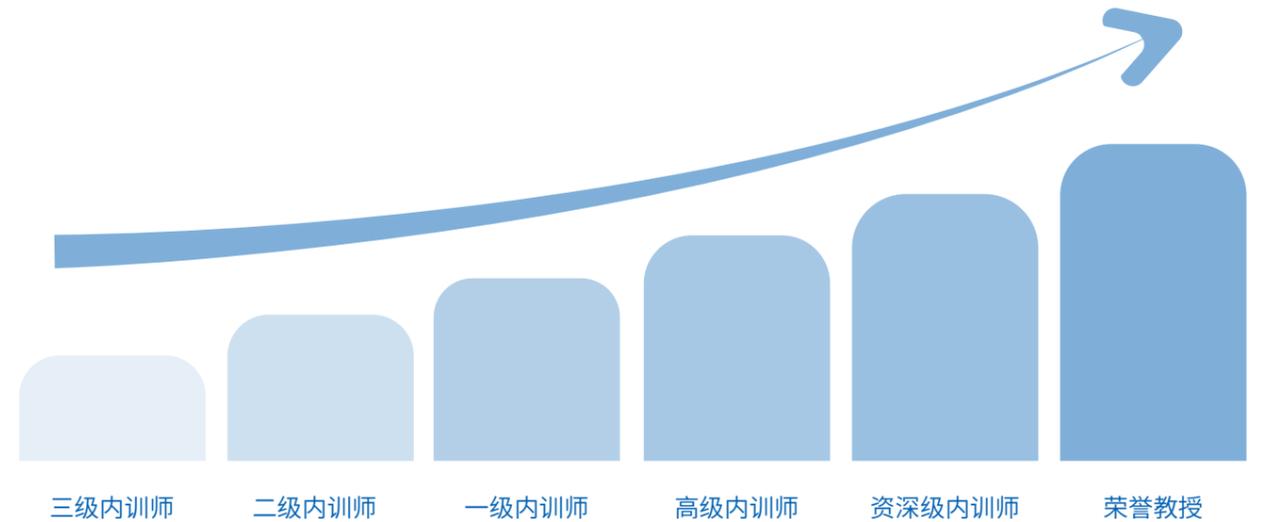
2025年发布“燕京讲堂”线上培训计划达111期，围绕四大领域的人才库架构，通过针对性课程培训各领域人才，为企业打造高素质人才队伍。



燕京讲堂页面

## 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。



## 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。

公司晋升评定坚持公平公正原则，依据年度绩效、部门评分、领导力评估等多维度考核。评审委员会根据综合得分及岗位需求提名候选人，经审批后通过民主推荐、面谈考察等程序最终确定晋升人选，确保流程严谨规范。



## 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。

### 职业健康与安全管理

公司不断优化员工职业健康与安全的管理体系，严格遵循《中华人民共和国安全生产法》《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，制定了《安全生产规章制度》《职业健康监护管理制度》等职业健康与安全管理制度，相关管理体系及政策适用于公司全部运营单位及承包商，覆盖安全生产保障、职业病危害防治责任界定、风险警示与信息告知、动态监测及效果评价等全流程。

燕京啤酒构建由各工厂总经理为组长的职业健康与安全领导小组，并设立专职职业健康与安全管理人员负责日常执行和监督检查，形成分级管理机制。领导小组统筹制定职业健康与安全政策、审批重大整改措施并监督实施，专职管理人员具体落实安全检查、事故调查等日常工作。同时，公司将管理成效纳入董事会监督范畴，确保职业健康与安全管理体系与公司治理目标保持高度协同。

在安全生产目标设定上，燕京啤酒每年度均设定明确的整体及细化安全生产管理目标，致力于实现重大安全事故“零发生”。此外，我们对工伤事故发生率、重伤事故发生率设定严格上限，进一步细化目标，相关目标覆盖公司全部员工及承包商，建立定期考核机制，通过制度规范与执行落地的双管齐下，确保安全管理目标稳步达成。

2025年上半年度目标	覆盖范围	当前完成情况
<ul style="list-style-type: none"> <li>员工体检覆盖率100%</li> <li>职业病发生率为0</li> <li>食物、急性中毒事故为0</li> <li>外来人员、车辆安全事故发生数为0</li> <li>重大火灾事故为0</li> <li>死亡事故为0</li> <li>工伤事故发生率≤0.5%</li> <li>重伤事故率≤0.06%</li> </ul>	覆盖全部员工及承包商	已达成

在体系认证方面，公司已取得实质性进展。截至报告期末，燕京啤酒已有14家工厂获得ISO 45001职业健康安全管理体系认证，2家工厂预计于2025年年底前完成认证。未来，公司将持续推进职业健康安全管理体系认证在全部生产基地的落地实施，全面提升安全管理水平。

## 预防与保护措施

<p><b>入职健康检查</b></p>	<p>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。</p>
<p><b>工作场所风险识别与评估</b></p>	<p>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。</p>
<p><b>防护用品配备</b></p>	<p>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。</p>
<p><b>工作环境改善</b></p>	<p>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。</p>
<p><b>安全生产检查</b></p>	<p>公司采用多层级监管模式，包括属地主管部门和行业主管部门检查、集团总部督导检查、厂区自主安全检查以及全员日常隐患排查，建立长效监管机制，实现安全风险的动态识别。</p>
<p><b>危险作业安全管理</b></p>	<p>针对动火、受限空间、高处等危险作业方式，公司制定了专项应急预案，并配备呼吸器、防毒面罩、通讯设备、安全绳索等专业应急装备。同时要求现场负责人、监护人员、作业人员及应急救援人员必须熟练掌握预案内容，通过定期演练持续提升应急处置能力，确保作业安全可控。</p>

### 风险因素

### 防范措施

<p>粉尘</p>	<p>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</p>
<p>噪声</p>	<p>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</p>
<p>机械伤害</p>	<p>采用防护设备，使用机械化生产代替人工生产</p>
<p>化学用品</p>	<p>减少人为接触，使用机械代替；加强储存管理；做好应急处理</p>
<p>爆炸</p>	<p>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</p>
<p>有害气体</p>	<p>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</p>

### 案例

#### 开展职业危害检测与预防

2025年5月，公司委托第三方专业机构对生产车间开展职业危害专项检测。考虑到行列机岗位的生产特性，其工作过程中易产生较大噪声，公司已建立针对性防护机制，每月为该岗位员工统一配发专业耳塞。实际监测数据表明，员工规范佩戴耳塞后，接触噪声值可保持在国家规定的正常标准范围内，有效保障了岗位员工的职业健康安全。



职业危害检测 — 噪声检查

## 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。

### 案例

#### 防暑降温和应急救援安全知识培训

2025年6月，结合夏季高温作业特点，公司组织开展防暑降温和应急救援安全知识专项培训，覆盖800余人次。通过系统讲解高温作业防护要点、中暑应急处置流程及救援技能等内容，进一步提升了员工应对夏季职业健康风险的能力，为高温环境下的安全生产筑牢防线。



## 承包商安全管理

公司高度重视承包商的职业健康与安全管理，从多个关键维度入手，全面加强承包商的健康与安全管理措施。我们要求承包商遵守所有适用的当地健康安全规定，鼓励承包商、经销商参照公司健康安全生产政策执行，以此实现职业健康保护的全域覆盖。

公司聚焦于工作过程中的风险控制，通过风险评估识别并预防潜在的安全隐患。所有承包商员工在入场前必须接受全面的健康与安全培训，并通过相关考试。这一举措确保了承包商人员充分了解并能够严格执行公司的安全作业流程，从源头上降低安全事故的发生概率。公司定期组织承包商参与安全管理培训和交流活动，分享最佳实践，提升其安全管理的整体水平。围绕承包商作业人员、管理人员、生产工具及个人防护用品佩戴等方面，公司制定了严格的健康安全入场标准。这些标准不仅涵盖了相关人员的基本健康要求，还包括了必要的个人防护装备的正确佩戴和使用，确保所有进入生产现场的人员都处于安全的工作环境中。



# 关爱员工身心

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	<ul style="list-style-type: none"> <li>节日补贴、季节补贴</li> </ul>
非货币性福利	<ul style="list-style-type: none"> <li>工作餐、入职关怀、荣誉退休、健康福利、福利假期</li> </ul>
其他福利	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>

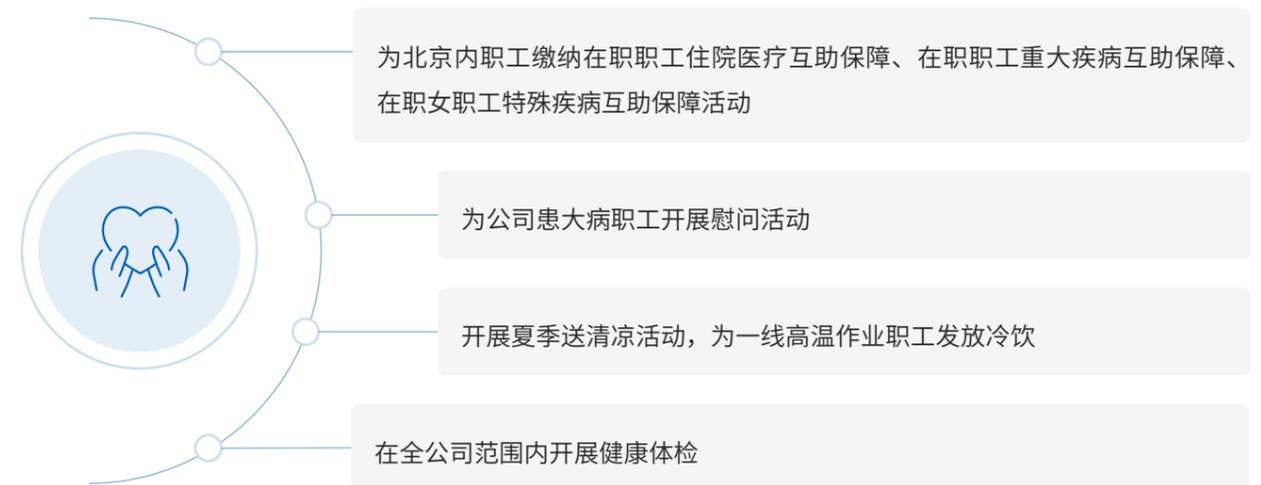
### 员工奖励

国家级奖项	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>个人奖：一等奖50,000元，二等奖30,000元，三等奖10,000元</li> </ul>
省市级奖项 (国家级行业协会)	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>个人奖：一等奖20,000元，二等奖10,000元，三等奖5,000元</li> </ul>
区级奖项(含北控、省、市级行业协会)	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>个人奖：一等奖5,000元，二等奖3,000元，三等奖2,000元</li> </ul>
其他荣誉奖励	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>

## 定期开展员工关爱

燕京啤酒实施全方位员工关怀计划，通过节日慰问、生日祝福、退休感恩及高温防护等贴心举措，切实提升员工归属感，营造温暖和谐的企业氛围。2025年，公司全面升级职工体检服务，实现线上自主预约，新增两家三甲医院合作，并根据职工年龄特点定制个性化体检套餐，提升健康保障水平。

关键绩效指标	单位	2025年上半年度
员工帮扶总金额	万元	14.57
员工帮扶人次	人次	116



## 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。

### 案例

#### 举办“热爱有你，健跑有我”职工迷你马拉松五公里健跑赛活动

2025年5月，燕京啤酒开展职工迷你马拉松五公里健跑赛，增强了职工对企业的归属感和向心力，起到了凝聚人心，团结向上的作用。同时也将带动更多的燕京人热爱体育运动，以更强健的体魄、坚毅的体育精神，助力燕京二次创业、再创辉煌。



### 案例

#### 开展庆“三八”国际劳动妇女节主题活动

2025年3月7日，燕京啤酒举办“热爱有你，‘巾’彩绽放”主题女职工蛋糕烘焙主题活动，公司党委副书记秦晓辉等领导与近百名女职工参与。活动中，公司领导对女职工致以节日的问候和祝福。专业烘焙师现场指导蛋糕裱花技艺，女职工们发挥创意制作属于自己的独特“她”蛋糕，并共同完成“热爱有你，燕京有我”企业文化大蛋糕的制作。未来，公司将继续关注女职工的需求，举办更多丰富多彩的活动，助力女职工实现工作与生活的平衡，共同推动公司的和谐发展。



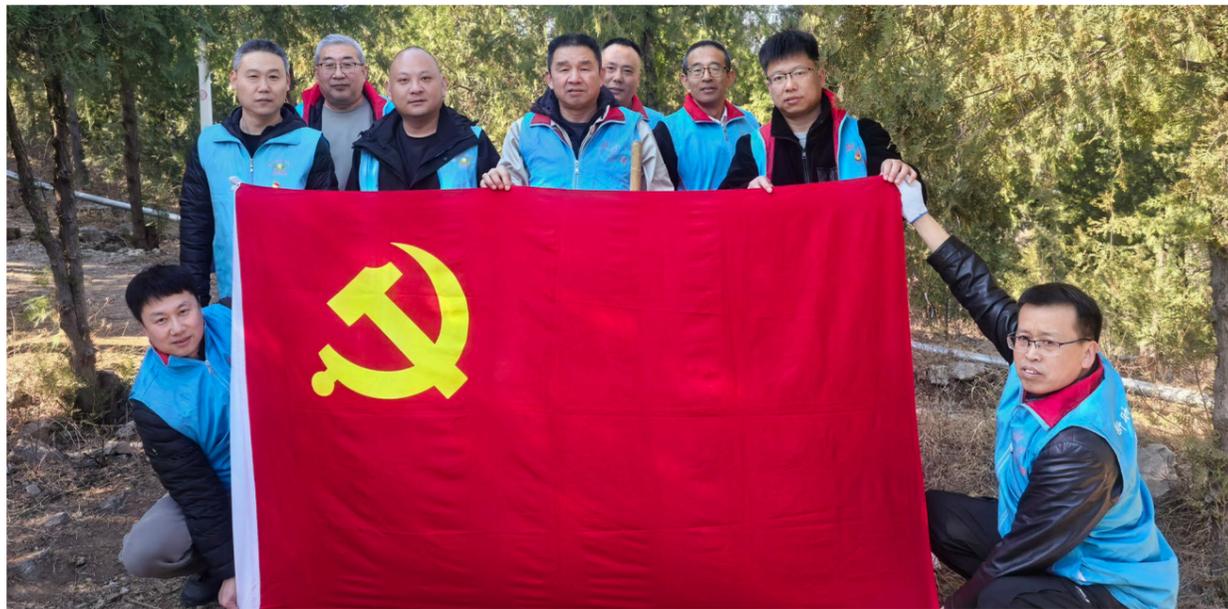
# 同心 成就共荣

企业根植于社会，亦当回馈社会。燕京啤酒以“共赢”为责任底色，深度融合企业资源与本地发展需求，通过产业赋能、民生支持、志愿活动等行动，以自身发展驱动社区繁荣。



## 助力乡村振兴

公司坚守国企担当，拓宽公益覆盖面，构建“一助一”结对帮扶、捐赠的多元化公益体系，并将其融入脱贫攻坚与乡村振兴实践。报告期内，燕京啤酒统筹总部及分子公司，依托慈善协会、红十字会平台定向精准帮扶，发动员工参与“献爱心”捐款活动，传递公益热忱。在乡村振兴领域，公司通过筹集物资支撑战略实施、深化“万企兴万村”合作，助力贫困地区提升经济质效，既凸显了社会责任，也为乡村振兴增添了活力。



## 参与志愿行动

作为啤酒行业的领军者之一，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。

截至报告期末，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7,000小时。未来，燕京啤酒将持续在志愿服务领域深耕，打造有社会影响力的志愿服务品牌。

关键绩效指标	单位	2025年上半年度
员工志愿者人数	人	1,597
员工志愿服务总时间	小时	6,854
公益项目投入总人次	人次	2,448



## 未来展望

置身于全球可持续发展浪潮与产业深度变革的时代，燕京啤酒坚守“二次创业、复兴燕京”的战略初心，以国家“双碳”目标为引领，持续完善ESG治理体系。我们笃信，唯有将绿色基因融入发展血脉、让企业脉搏与时代节律同频共振，方能在变革中锻造生生不息的生命力。过往的实践已为新征程筑牢根基，而今我们将以更坚定的步履奔赴未来。

2025年，燕京啤酒秉持“为生活酿造美好”的使命，在合规管理、环境表现、产品责任、员工关怀、社区共建等方面积极开展工作，以实际行动诠释燕京啤酒的责任与担当。面向未来，我们将继续以创新淬炼品质，推进产品研发，优化产品结构，以更优质的产品更好地服务更多的客户。我们将持续关注环境绩效表现，探索资源高效利用方式，推进绿色工厂转型，完善数字化供应链建设，广泛开展外部合作，引领行业迈向可持续发展未来。在酿造美好生活的征途中，燕京啤酒将持续传递对消费者的真诚、对自然的敬畏、对时代的承诺，让每一滴啤酒都折射出中国品牌的责任光芒。

# 荣誉奖项

类别	获奖单位 / 产品	奖项名称	授予单位 / 活动
产品	糖葫芦酸小麦	展会“主理人力荐酒款奖”	2025北京国际精酿工坊啤酒展
	燕京U8	年度引擎产品	华糖云商
	狮王精酿	年度增长冠军	华糖云商
公司	北京燕京啤酒股份有限公司	2025年企业ESG案例征集活动潜力案例名单	生态环境部
	北京燕京啤酒股份有限公司	“中国消费名品”称号	工业和信息化部
	北京燕京啤酒股份有限公司技术研发中心	“北京市模范集体”称号	中共北京市委、北京市人民政府
	北京燕京啤酒股份有限公司	第四届北京市人民政府质量管理奖提名奖	北京市人民政府
	北京燕京啤酒股份有限公司	全国产品和服务质量诚信承诺企业	中国质量检验协会
	北京燕京啤酒股份有限公司	《酒糟渗滤液资源化利用技术指南》团标感谢奖牌	中国国际经济技术合作促进会标准化工作委员会
	北京燕京啤酒股份有限公司	2025年顺义区第十届有限空间作业比武第二名	北京市顺义区安全生产委员会

类别	获奖单位 / 产品	奖项名称	授予单位 / 活动
公司	北京燕京啤酒股份有限公司一分公司	2025年顺义区第十届有限空间作业比武第一名	北京市顺义区安全生产委员会
	北京燕京啤酒股份有限公司北京工厂	2025年顺义区第十届有限空间作业比武第一名	北京市顺义区安全生产委员会
	北京燕京啤酒股份有限公司	中国上市公司协会2025年上市公司现金分红榜单	中国上市公司协会
	北京燕京啤酒股份有限公司	2025年A股上市公司ESG评级最佳进步TOP100	上海华证指数信息服务有限公司
	北京燕京啤酒股份有限公司	2025年A股上市公司主要消费行业ESG绩效TOP20	上海华证指数信息服务有限公司
	北京燕京啤酒股份有限公司	行稳致远：中国企业ESG领先者报告2025	商道融绿
	北京燕京啤酒股份有限公司	中国500最具价值品牌	第22届世界品牌大会
	北京燕京啤酒股份有限公司	2025中国自主品牌500强	2025(第九届)中国品牌博鳌峰会
	北京燕京啤酒股份有限公司	海诺奖-2025ESG实践榜样	第六届品牌创新发展大会
	北京燕京啤酒股份有限公司	创新营销代表企业	第十九届中国广告主协会年会

# 荣誉奖项

类别	获奖单位 / 产品	奖项名称	授予单位 / 活动
	北京燕京啤酒股份有限公司	IAI国际酒业奖/媒体融合营销铜奖	IAI传鉴国际创意节
	北京燕京啤酒股份有限公司	《美丽中国建设实践案例》 (第一批) — 美丽工厂实践案例	中华环保联合会
	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	北京企业联合会
	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	北京企业联合会
	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	北京企业联合会
公司	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	北京企业联合会
	北京燕京啤酒股份有限公司	创新管理成熟度第四级 (完整级)	方圆标志认证集团有限公司
	北京燕京啤酒股份有限公司	创新管理成熟度评价证书	方圆标志认证集团有限公司
	北京燕京啤酒股份有限公司	反贿赂管理体系认证证书	方圆标志认证集团有限公司
	北京燕京啤酒股份有限公司	2025企业新质生产力标杆案例	《中国企业报》集团

类别	获奖单位 / 产品	奖项名称	授予单位 / 活动
	北京燕京啤酒股份有限公司	最具国潮品牌力公司	《新财富》杂志
	北京燕京啤酒股份有限公司	重塑 (Redesign Plastic) 议题优秀案例	2025年“520社会责任日”工作组
	北京燕京啤酒股份有限公司	京东超市酒类2024年度“卓越品牌”	京东
	北京燕京啤酒股份有限公司	京东超市酒类2024年度“明星店铺”	京东
公司	北京燕京啤酒股份有限公司	2025中国500最具价值品牌证书	世界品牌实验室
	燕京9號	数字化先锋奖	美团
	LIONK狮王	数字化创新奖	美团
	北京燕京啤酒股份有限公司	全国“安康杯”竞赛优胜单位	中华全国总工会
	“燕京红燕”党建品牌	优秀党建创新项目	北控集团
	北京燕京啤酒股份有限公司法务合规部	三八红旗集体	北控集团

# 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2025年绿色行动报告》。为了不断改进报告编制工作，提升燕京啤酒履责能力和水平，我们诚挚邀请您对本报告提出宝贵的意见和建议，帮助我们不断改进，您可以将相关信息，通过邮寄或者表单填写的形式反馈给我们。

邮寄：北京市顺义区双河路9号 010-89490729  
电子邮箱：zqb@yanjing.com.cn



扫描二维码  
告诉我们您的宝贵意见

1. 对于燕京啤酒来说，您所属的利益相关方类别是

政府  客户  员工  合作伙伴  环保相关组织  社区与公众  其他 - ( )

2. 您对本报告的总体印象

很好  好  较好  一般  较差  差  很差

3. 您认为本报告结构安排

很合理  较合理  一般  较差  很差

4. 您认为本报告版式设计

很合理  较合理  一般  较差  很差

5. 您认为本报告版式可读性

很好  较好  一般  较差  很差

6. 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

7. 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

8. 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

9. 对于报告编制或履责实践，您还有哪些宝贵意见或建议？



---

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](mailto:zqb@yanjing.com.cn)